



Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

2022. december

VII. évfolyam IV. szám

# Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

## Tartalom

---

**Vargáné Csobán Katalin – Molnár Csilla  
– Varga Imre – Szűcs Csaba – Dávid  
Lóránt:**

*A DESZTINÁCIÓFEJLESZTÉS LEHETŐ-  
SÉGEI HAJDÚSZOBOSZLÓN A VENDÉGEK  
ÉS A VENDÉGLÁTÓK VÉLEMÉNYÉNEK  
TÜKRÉBEN*

---

**Gyurkó Ádám:**

*MAGYARORSZÁG VENDÉGFORGALMÁNAK  
TELJESÍTMÉNYÉRTÉKELÉSE TERÜLETI ÉS  
KERESLETI SZEMPONTBÓL 2019 ÉS 2022  
KÖZÖTT, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL EGER  
VÁROSÁNAK TURISZTIKAI TELJESÍTŐ-  
KÉPESSÉGÉRE*

---

**Kántor Szilvia:**

*HALLGATÓK FENNTARTHATÓ  
TURISZTIKAI FOGYASZTÁSAI*

---

**Strack Flórián:**

*A SZIGETKÖZ TURIZMUSÁNAK HELYZETE  
ÉS LEHETSÉGES FEJLESZTÉSI IRÁNYAI*

---

**Nagy Dávid – Spiegler Patrícia:**

*A DUNA-MENTI ORSZÁGOK BIZTONSÁGI  
HELYZETÉNEK ALAKULÁSA ÉS ENNEK  
HATÁSA A DUNAI SZÁLLODAHAJÓZÁSRA*

---

**Molnár Balázs – Lévai Zsolt:**

*DOLCE VITA – OLASZORSZÁG  
BIZTONSÁGOS VASÚTI ELÉRÉSÉNEK  
KÉRDÉSEI*

---

**Bátor Franciska – Raffay-Danyi Ágnes:**

*HUNGARIAN TRAVELLERS' RISK  
PERCEPTIONS AND THEIR IMPACT ON  
TRAVEL INTENTIONS IN A MID-  
PANDEMIC SETTING*

---

**Sita Dewi Kusumaningrum:**

*SUSTAINABILITY AND DESTINATION  
BRANDING: A REVIEW OF RESEARCH  
TRENDS*

---

**Chrispen Maireva:**

*SECURITY OF TENURE AND ACCESS TO  
FINANCE BY RESETTLED SMALLHOLDER  
FARMERS IN ZIMBABWE*

## 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 OJS rendszerét használja, ahol a korábbi számok is elérhetőek:

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

6. Folyóiratunk évente négyszer jelenik meg.

## 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** – MATE Károly Róbert Campus, Campus főigazgató, egyetemi tanár  
**Dr. Csapó János** – PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, egyetemi tanár  
**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, egyetemi tanár  
**Dr. Jarjabka Ákos** – PTE KTK Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet, intézetigazgató, egyetemi docens  
**Dr. Kaposi Zoltán** – PTE KTK, Marketing és Turizmus Intézet, 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**  
**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. Richards, Greg** – Bredai Alkalmazott Tudományok Egyeteme, Tilburgi Egyetem, egyetemi tanár  
**Dr. Slavić, Agneš** – Újvidéki Egyetem, Közgazdasági Kar Szabadka, Menedzsment Tanszék, egyetemi tanár  
**Dr. Törőcsik 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

**Pintér Réka**

**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.hu**

## Tartalomjegyzék

|                                                                                                                                                                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b><i>Vargáné Csobán Katalin – Molnár Csilla – Varga Imre – Szűcs Csaba – Dávid Lóránt Dénes:</i></b>                                                                                                             |     |
| A desztinációfejlesztés lehetőségei Hajdúszoboszlón a vendégek és a vendéglátók véleményének tükrében.....                                                                                                        | 4   |
| <b><i>Gyurkó Ádám:</i></b> Magyarország vendégforgalmának teljesítményértékelése területi és keresleti szempontból 2019 és 2022 között, különös tekintettel Eger városának turisztikai teljesítőképességére ..... | 20  |
| <b><i>Kántor Szilvia:</i></b> Hallgatók fenntartható turisztikai fogyasztásai .....                                                                                                                               | 33  |
| <b><i>Strack Flórián:</i></b> A Szigetköz turizmusának helyzete és lehetséges fejlesztési irányai.....                                                                                                            | 46  |
| <b><i>Nagy Dávid - Spiegler Patrícia:</i></b> A Duna-menti országok biztonsági helyzetének alakulása és ennek hatása a dunai szállodahajózásra .....                                                              | 63  |
| <b><i>Molnár Balázs – Lévai Zsolt:</i></b> Dolce Vita – Olaszország biztonságos vasúti elérésének kérdései.....                                                                                                   | 74  |
| <b><i>Bátor Franciska – Raffay-Danyi Ágnes:</i></b> Hungarian travellers’ risk perceptions and their impact on travel intentions in a mid-pandemic setting .....                                                  | 94  |
| <b><i>Sita Dewi Kusumaningrum:</i></b> Sustainability and destination branding: a review of research trends .....                                                                                                 | 110 |
| <b><i>Chrispen Maireva:</i></b> Security of tenure and access to finance by resettled smallholder farmers in Zimbabwe.....                                                                                        | 128 |

## A DESZTINÁCIÓFEJLESZTÉS LEHETŐSÉGEI HAJDÚSZOBOSZLÓN A VENDÉGEK ÉS A VENDÉGLÁTÓK VÉLEMÉNYÉNEK TÜKRÉBEN

<sup>1</sup>Vargáné Csobán Katalin – <sup>2</sup>Molnár Csilla – <sup>3</sup>Varga Imre – <sup>2</sup>Szűcs Csaba – <sup>4</sup>Dávid Lóránt  
Dénés

<sup>1</sup>adjunktus, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Turizmus-  
Vendéglátásmenedzsment Tanszék; vargane.csoban.katalin@econ.unideb.hu

<sup>2</sup>egyetemi docens, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Fenntartható Fejlesztés és  
Gazdálkodás Intézet, Fenntartható Turizmus Tanszék; molnar.csilla@uni.mate.hu

<sup>2</sup>egyetemi docens, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Fenntartható Fejlesztés és  
Gazdálkodás Intézet, Fenntartható Turizmus Tanszék; szucs.csaba@uni.mate.hu

<sup>3</sup>egyetemi docens, Eötvös Loránd Tudományegyetem; varga.imre@sek.elte.hu

<sup>4</sup>egyetemi tanár, Neumann János Egyetem; david.lorant.denes@uni-neumann.hu

DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.01

### Absztrakt

Hazánkban az egészségturizmus az egyedi természetes gyógytényezők, a magas színvonalú infrastruktúra, valamint a hagyományos fürdőkultúra miatt kiemelkedő fejlődési potenciállal rendelkezik. Jelentőségét mutatja, hogy az utóbbi évtizedben a turisták által leglátogatottabb vidéki desztinációk között rendre az élmezőnyben szerepelnek azok a városok, melyeknek fő turisztikai profilja a gyógy- és a wellness turizmushoz kapcsolódik. Tanulmányunkban Hajdúszoboszló esetében vizsgáljuk, hogy a vendégek, valamint a vendéglátók, azaz a helyi szolgáltatók hogyan vélekednek a fürdőváros turisztikai kínálatáról, a desztináció erősségeiről és gyengeségeiről, a jövőbeli fejlesztések irányáról. Megállapítottuk, hogy napjainkban a magas színvonalú és folyamatosan bővülő fürdőszolgáltatások és a kapcsolódó jó minőségű infrastruktúra alapvető fontosságú, de emellett a kellemes fürdővárosi hangulat, a változatos rendezvények és a szórakozási lehetőségek gazdag kínálata is jelentős elvárás lett. A vendéglátók véleménye szerint a fürdőváros fejlődésének záloga a helyi és a térségi együttműködés erősítése.

*Kulcsszavak: egészségturizmus, fürdőváros, fenntartható, desztinációfejlesztés*

## **THE POSSIBILITIES FOR DESTINATION DEVELOPMENT IN HAJDÚSZOBOSZLÓ AS REFLECTED BY GUESTS' AND HOSTS' OPINIONS**

### **Abstract**

In Hungary health tourism has an outstanding growth potential due to the unique natural conditions, the high-quality infrastructure and the traditional spa culture. Its significance is demonstrated by the fact that in recent years the most visited destinations in the country have been the towns involved in spa, medical and wellness tourism. In the present study we investigate the tourists' and the local service providers' opinions on the tourism supply, the strengths and weaknesses of the destination and the possible future tourism developments in the spa town of Hajdúszoboszló. We have concluded that in our days the high quality and continuously expanding spa services are vitally important, however the pleasant spa town atmosphere, the diverse cultural programmes and entertainment opportunities have also become significant requirements. Finally, in the hosts' opinion the success of the future development of the spa town is based on the strong local and territorial cooperation.

*Keywords: health tourism, spa town, sustainable, destination development*

## 1. Bevezetés

Az Észak-Alföld népszerű fürdővárosa, Hajdúszoboszló évek óta a leglátogatottabb hazai turisztikai desztinációk között szerepel mind a belföldi, mind a külföldi vendégek és vendégéjszakák száma alapján. Hajdúszoboszló állandó lakosainak száma alig több mint 24,000 fő (NÉPESSÉG 2020), sok tekintetben azonban jobb adottságokkal rendelkezik az ország hasonló méretű városainál, melynek elsődleges oka az 1925-ben felfedezett gyógyvíz, valamint az erre épülő fejlett és jól működő turisztikai ágazat. A turizmus és a kapcsolódó gazdasági tevékenységek, így például a kiskereskedelem, vendéglátás és egyéb szolgáltatások jelentik a város gazdasági életének alapját (HAJDÚSZOBOSZLÓ 2015).

Jelen kutatásunkban azt vizsgáljuk, hogy a fürdővárosban már korábban járt vendégek, valamint a vendéglátók, azaz a helyi szolgáltatók hogyan vélekednek Hajdúszoboszló turisztikai kínálatáról, szálláshelyeiről, a város erősségeiről és gyengeségeiről, a jövőbeli fejlesztések irányáról (BENKŐ et al. 2022). A téma mélyreható megismerése azért is indokolt, mert a pandémia előtt az ún. „túlzott turizmus” egyes jelei tapasztalhatók voltak a városban. Korábbi kutatásunkban azt állapítottuk meg, hogy a helyi lakosság érzékeli a turisták nagy létszámából eredő negatív változásokat, valamint a turisták viselkedését nem mindig tartják elfogadhatónak, sőt maguk a turisták is szembesülnek a turizmus negatív hatásaival (SZOLLÓS-TÓTH – VARGÁNÉ CSOBÁN 2021, VARGÁNÉ CSOBÁN et al. 2022). Azonban a turisták által tapasztalt hatásokkal és a helyi szolgáltatók véleményével kapcsolatban, valamint azok összevetésére alapozva eddig nem történt tudományos igényű felmérés. További célunk, hogy a primer és szekunder kutatások révén új eredményekkel gazdagítsuk a hazai fürdővárosok turizmusát elemző szakirodalmat, melyek többek között az egészségturisztikai desztinációk fejlettségének összevetésére vállalkoztak (HOJCSKA – SZABÓ 2021), a fürdővárosok speciális egészségipari fejlesztéseinek lehetőségeit vették górcső alá (HOJCSKA et al. 2022), illetve az egészségturisztikai desztinációkban elérhető fürdőszolgáltatások iránti fogyasztói attitűdöket vizsgálták (SZABÓ 2021). Kutatásunk során arra is törekedtünk, hogy gyakorlati iránymutatással szolgáljunk a helyi döntéshozók és szakmai szolgáltatók számára a turizmus fenntartható fejlesztése érdekében. Esettanulmányunk várhatóan hasznos tanulságokkal szolgál más hazai fürdővárosok döntéshozói számára is.

## 2. Szakirodalmi áttekintés

### 2.1. Fenntarthatóság és egészségturizmus

A turizmus hatásainak vizsgálata és az ágazat fejlődésével kapcsolatos kutatások immár több évtizede a nemzetközi kutatások fókuszában vannak. Ahogy a turizmus által okozott környezeti, gazdasági, társadalmi és kulturális változások egyre inkább nyilvánvalóvá váltak, úgy jelent meg az igény arra, hogy az ágazat fejlődését új, felelősségteljesebb és tudatosabb szemlélettel próbálják befolyásolni (DÁVID et al. 2012).

A WTO, az Utazási és Turisztikai Világtanács (World Travel and Tourism Council – WTTC) és az Earth Council 1995-re készítette el az „Agenda 21 az utazásról és a turizmusról – a környezetvédelmileg fenntartható fejlesztés felé” című jelentést, amely az alapelveken túlmenően a gyakorlati feladatokra is kitér. Meghatározza a nemzeti kormányok, a kormányzati szervek, a szakmai szervezetek, a turisztikai vállalkozások, a turisták és a helyi lakosok feladatait a turizmus fenntartható fejlődésének érdekében, és célként tűzi ki, hogy a döntési folyamatok középpontjába a fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységek kerüljenek (WTO 1998).

Csaknem egy évtizeddel a Brundtland-jelentés *fenntartható fejlődés* meghatározásának közzététele után, egyértelműen annak mintájára, alkotta meg a WTO a *fenntartható turizmusfejlődés* definícióját: „A fenntartható turisztikai fejlesztés egyrészt kielégíti a jelenlegi

turisták és fogadó területek szükségleteit, másrészt védelmezi és növeli a jövő lehetőségeit. Az elképzelések szerint lehetővé teszi az erőforrások olyan módon történő menedzselését, hogy miközben az emberiség kielégítheti gazdasági, társadalmi és esztétikai igényeit, ugyanakkor megőrizheti az alapvető ökológiai folyamatokat, a biológiai változatosságot és az életet fenntartó rendszereket, valamint a különböző népek és csoportok kulturális integritását is” (WTO 1998:21).

Ezt követően is a turisztikai világszervezet érdeklődésének előterében maradt a koncepció meghatározásának kérdése. A WTO 2004-ben hozta nyilvánosságra a fogalom újabb leírását, amelyből több gyakorlati következtetés is levonható a desztinációk helyi döntéshozói számára. A meghatározás hangsúlyozza, hogy a fenntartható turizmusfejlesztési elvek és gyakorlati javaslatok a turizmus minden típusára, minden desztinációban alkalmazhatók, nem csupán bizonyos turizmustípusok esetében. A fenntarthatósági alapelvek a turisztikai fejlesztés környezeti, gazdasági és szocio-kulturális aspektusaira utalnak, és e között a három dimenzió között megfelelő egyensúlyt kell létrehozni a hosszú távú fenntarthatóság biztosítása érdekében. A fenntartható turizmusnak optimálisan kell kihasználnia a környezeti erőforrásokat, fenntartva az alapvető ökológiai folyamatokat, hozzájárulva a természeti örökség és a biodiverzitás fenntartásához. Tiszteletben kell tartania a fogadóközösségek szocio-kulturális azonosságát, meg kell őriznie az épített és élő kulturális örökségüket és tradicionális értékeiket, valamint hozzá kell járulnia az interkulturális megértéshez és toleranciához. A gazdasági aspektust illetően a turizmusnak életképes, hosszú távú gazdasági működést kell biztosítania, ezen belül minden érintett számára igazságosan kell társadalmi és gazdasági előnyöket nyújtania, ideértve a stabil foglalkoztatási és jövedelemszerzési lehetőségeket a fogadóközösségek számára.

A meghatározás kiemeli, hogy a fenntartható turizmus fejlesztése megköveteli minden érintett informált részvételét, valamint ehhez kapcsolódóan erős politikai vezetést, amely el tudja érni a széleskörű részvételt és a konszenzus kialakítását. A WTO definíciója azt is hangsúlyozza, hogy a fenntartható turizmus szükségessé teszi a hatások állandó nyomon követését, és az esetleges megelőző és/vagy helyreigazító beavatkozások végrehajtását is. Végül pedig kitér a turisták szerepére is, hiszen a fenntartható turizmus nem képzelhető el a turisták elégedettsége nélkül. A WTO ajánlása szerint fel kell hívni a turisták figyelmét a fenntarthatóság kérdéskörére, és ösztönözni kell őket a annak gyakorlati megvalósítására (WTO 2004).

Az elvek és azok gyakorlati megvalósítása szempontjából legutóbbi jelentős mérföldkőnek tekinthető a 2017. év, amikor az ENSZ (2017) nyilvánosságra hozta az ún. fenntartható fejlődési célokat (sustainable development goals), melyek többek között olyan, az egészségturisztikai desztinációk szempontjából kiemelten fontos célokat fogalmaz meg, mint például az egészség és jóllét előmozdítása minden korosztály számára, illetve a fenntartható városok és közösségek fejlesztése (ÁSVÁNYI 2022).

A fenntartható turizmus *közösség-alapú* megközelítése a turizmus szereplőinek, különösen a helyi fogadó közösségeknek a széleskörű bevonását hangsúlyozza a fejlesztéssel kapcsolatos döntéshozatalba (SAARINEN 2006). A fenntarthatóság társadalmi dimenziójából indul ki, a változások objektív mérésénél fontosabbnak tartja azt, hogy a turizmus szereplői hogyan észlelik a negatív hatásokat. Az, hogy bizonyos változások elfogadhatók-e vagy sem, a társadalmi és egyéni értékek, attitűdök, ismeretek és prioritások függvénye. A növekedés határait ilyen értelemben a különböző szereplők hatalmi viszonyai döntenek el az ökológiai, gazdasági, társadalmi változások jelzőszámai helyett. Ez a szemlélet rávilágít arra, hogy a turizmusfejlesztés kapcsán nemcsak az erőforrások védelme, hanem az emberek életminőségének megőrzése és javítása is kiemelkedő fontosságú (DÁVID – VARGÁNÉ CSOBÁN 2010).

Az egészséges életmód, a fizikai, szellemi és lelki jóllét iránti érdeklődés élénkülése, az egészségtudatos magatartás az elmúlt két évtized jelentős trendjévé vált, amely az egészségturizmus térhódításához is nagymértékben hozzájárult (HALL 2003). A demográfiai változások, így például a nyugati társadalmak előregedése, a növekvő élettartam többek között azt eredményezte, hogy egyre többen érdeklődnek a jó életminőség megőrzését segítő egészségturisztikai szolgáltatások iránt (COOPER 2009). Az életritmus felgyorsulása komoly stresszforrást jelent a modern kor emberének, amely pszichés és fizikai betegségekhez vezethet. Ennek megelőzése, leküzdése érdekében sokan útra kelnek néhány napra vagy akár több hétre, hónapra is. A nyugati világból származó individualista gondolkodásmód, amely szerint az egyén áll a középpontban, ugyancsak kedvez a testi-lelki kényeztetést, felüdülést kínáló utazásoknak (VOIGT 2014). Az egészségturisztikai piac a Global Wellness Institute jelentése szerint 2020-ban mintegy 4,4 billiárd dollár bevételt jelentett, melyből a legnagyobb részarányt az ún. proaktív és személyre szabott (Personal Care & Beauty) illetve az életmódhoz kapcsolódó szolgáltatások (Healthy Eating, Nutrition & Weight Loss, Physical Activity) tették ki (GLOBALWELLNESS 2022).

Az egészséggel kapcsolatos motivációra épülő utazásokat jelentő egészségturizmus – bár sokan, sokféleképpen értelmezik és fogalma országonként, kultúrkörökként is eltérő - valójában az egészségügy és a turizmus együttes megjelenését jelenti (MOLNÁR 2011). Az Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia (AQUAPROFIT 2006) és a turizmusfejlesztés irányvonalait jelenleg kijelölő Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (MTÜ 2017) értelmezésében minden egészséggel kapcsolatos utazás az egészségturizmus körébe tartozik, amelyen belül „...megkülönböztetünk két szegmenst: a gyógy- és medical turizmus az egészséghelyreállítást, míg a wellness turizmus a prevenciót, rekreációt és élményszerzést szolgálja.” (MTÜ 2017:22).

A gyógyturizmus az állandó lakóhelyen kívüli, gyógyüdülőhelyen vagy gyógyászati létesítményben való ideiglenes tartózkodást jelenti, melynek célja a gyógyulás. Ide sorolható az orvosi tevékenységen alapuló ún. medical turizmus is (SMITH – PUCZKÓ 2010). A wellness turizmus fő célja a szórakozás, kikapcsolódás és rekreáció, továbbá a biológiai-, mentális-, lelki-és emocionális egyensúly megtartása vagy visszanyerése. Szolgáltatásai széles körből adódnak: az egészséges táplálkozás, a fizikai kondíció (testmozgás, sport), az érzelmek és a lelkiállapot, valamint a szellemi-spirituális jellemzők egyaránt részét képezik. A teljes jóllét megteremtéséhez a lakó- és munkakörnyezet, valamint a szórakozás és kikapcsolódási lehetőségei is fontosak, ahogy arra DINI – PENCARELLI (2022) is rámutat. A medical wellness irányzata szerint a wellness kezeléseket az egészségügyi kezelésekkal ötvözik, a hangsúly a tényleges prevencióra helyeződik (RUSZINKÓ – DONKA 2019).

Az egészségturizmusban érintett desztinációk olyan helyszínek, melyeket a vendégek azért választanak, hogy egészségi állapotukat és/vagy jóllétüket javítsák (TUOMINEN et al. 2017). A gyógyturizmus fejlesztése különösen azokon a településeken élvez prioritást, melyek valamely természetes gyógytényezővel, így például termálvízzel, gyógyiszappal, vagy gyógyklímával rendelkeznek, míg a wellness szolgáltatások fejlesztésének nem elengedhetetlen feltétele a természetes gyógytényezők jelenléte, a jól megépített infrastruktúra elegendő lehet. Ugyanakkor bizonyított tény, hogy magának a természeti környezetnek lehet pozitív terápiás hatása (DEERY et al. 2014, DRYGLAS – SALAMAGA 2018). A vidéki települések egészséges természeti környezete különösen jó lehetőséget nyújthat az egészségtudatos életmód gyakorlására, a gyógyulásra és a rekreációra.

Hazánkban az egészségturizmus az egyedi természetes gyógytényezők, a magas színvonalú és folyamatosan fejlesztett infrastruktúra, valamint a kulturális hagyományok miatt kiemelkedő potenciállal rendelkezik. A 2000-es évek elejétől kezdve napjainkig jelentős fürdő- és szálláshelyfejlesztés valósult meg Európai Unió és nemzeti fejlesztési források bevonásával

(MICHALKÓ et al. 2011). A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0 az egészségturizmust stratégiai fontosságú turisztikai termékként határozza meg mind a belföldi, mind a nemzetközi piacokon (NTS 2030 – TURIZMUS 2.0 2021). Jelentőségét mutatja, hogy 2021-ben a turisták által leglátogatottabb 5 vidéki város közül 3 (Hajdúszoboszló, Hévíz, Zalakaros) fő turisztikai profilja a gyógy-, a medical- és a wellness turizmushoz kapcsolódik. Az ország legnépszerűbb fürdővárosai között szerepel Bük (Bükfürdő), Sárovar, Szeged, Miskolc (Miskolctapolca), Gyula, Debrecen és Eger (KSH 2022). Az egészségturizmus fejlesztését támasztják alá azok a tapasztalatok és eredmények, melyek bizonyítják az ágazat gazdasági és társadalmi előnyeit (PRINTZ et al. 2017). Az egészségturizmusban résztvevő turisták költése jellemzően magasabb, mivel több és magasabb szintű szolgáltatást vesznek igénybe, mint más utazások alatt. A kereslet ráadásul időben kiegyenlítettebb, így a szezonális problémája kevésbé jelentkezik a szolgáltatóknál (LACZKÓ 2015, RÁTZ 2001). A wellness turizmus pedig nemcsak a szenior korosztály számára vonzó, hanem az ún. X és Y generáció tagjai is szívesen részt vesznek benne. IVANCSÓNÉ HORVÁTH és PRINTZ-MARKÓ (2017) kutatása szerint Magyarországon leginkább az Y generáció tagjai fogékonyak a wellness szolgáltatások, a fizikai és mentális rekreáció iránt és különösen nyitottak az egészségtudatosság iránt is. Egy közelmúltban végzett vizsgálat szerint az magyar egyetemisták egészségtudatossága lényegesen meghaladja a környezet iránti tudatosságukat, egészségük megőrzését fontos prioritásként értékelték (BAUERNÉ GÁTHY et al. 2022). Ez indokolja a fiatal korosztály, mint új célpiazi szegmens megszólítását az egészségturizmusban (IVANCSÓNÉ HORVÁTH – PRINTZ-MARKÓ 2018). Hajdúszoboszló jövőbeli turisztikai termékfejlesztése szempontjából döntő fontosságú lehet a fiatalabb generációk megnyerése, hiszen a fürdőváros vendégkörének megújítását, új szegmensek bevonását alapozhatja meg.

Ugyanakkor a folyamatosan változó gazdasági, társadalmi, technológiai környezet számos kihívás elé állítja a fejlesztésért felelős döntéshozókat. A turizmus piacának keresleti oldalát jellemző változások előrejelzése és követése különösen nehéz feladat, a napjainkban zajló politikai, gazdasági folyamatok (pl. a világjárvány, az orosz-ukrán háború, az energiaválság hatásai) pedig a kínálat látszólagos stabilitását is megingatták. A drasztikusan változó társadalmi, gazdasági és politikai viszonyok negatívan befolyásolják a helyi lakosság szubjektív biztonságérzetét, ezáltal pedig az életminőségét (MÁTYÁS, 2015). A vidéki térségekben hagyományosan jelenlevő agrárgazdaság ugyancsak számos nehézséggel küzd (KOVÁCS – SZÚCS 2020, KOVÁCS 2017, NÁBRÁDI – KOVÁCS 2008). Ennek eredményeképp egyre több településen jelenik meg a törekvés a gazdaság diverzifikációjára, a pótlólagos jövedelemforrást biztosító turizmus integrálására a stratégiai prioritások közé (AUBERT et al. 2007). A sikeres hosszútávú desztinációfejlesztési stratégiák kidolgozásához szükséges lehet egy adott térség vagy település turisztikai versenyképességi mutatóinak meghatározása, amelyek segítségével beazonosítható, hogy milyen mértékű és típusú fejlesztési források bevonása válhat szükségessé egy desztinációban (GYURKÓ – BUJDOSÓ, 2019). Az egészségturizmus fejlesztése révén a gazdaság élénkítésén túl elérhető a vidéken élő népesség életminőségének javulása, összhangban a természeti környezet adottságaival, a lakosság számára optimális kulturális és rekreációs lehetőségek biztosításával együtt (VARGÁNE CSOBÁN – SERRA 2014). Az európai fürdővárosok közötti fokozódó piaci verseny miatt a kereslet mélyreható ismerete, ezáltal pedig a vendéglégedettség növelése is figyelmet érdemel (HALLAB et al. 2003, UGURLU 2021). Mindezek okán a helyi döntéshozók elkötelezettsége a fenntartható fejlődés elveinek követése és gyakorlati megvalósítása iránt kiemelten fontos, hiszen a döntéseik befolyásolhatják a turizmus piacát is (BAUERNÉ GÁTHY – VARGÁNE CSOBÁN 2009).

### 3. Kutatási módszerek

Kutatásunk során egyrészt szekunder forrásokat használtunk fel a fenntartható turisztikai fejlesztés és az egészségturizmus nemzetközi és hazai szakirodalmára támaszkodva. Emellett primer kutatási módszerként kérdőíves megkérdezést végeztünk azok körében, akik már legalább egy éjszakát eltöltöttek Hajdúszoboszlón, valamint a fürdőváros fejlesztésével kapcsolatban a helyi szolgáltatók, a hajdúszoboszlói vendéglátók véleményét kérdeztük meg. A primer kutatást 2021. őszi hónapjaiban online végeztük a TDM szervezet által fenntartott a közösségi oldalakat felhasználva, melynek eredményeként végül 286 fő került be a mintába. A kérdőíves megkérdezés elsődleges célja a vendéglégedettség vizsgálata, a vendégek Hajdúszoboszló desztinációval kapcsolatos véleményének megismerése volt. Az adatok elemzése során leíró statisztikai módszereket alkalmaztunk.

Előzetes terveinkkel ellentétben a világjárvány miatt bevezetett korlátozások megakadályozták a fókuszcsoporthoz vizsgálat lebonyolítását a hajdúszoboszlói szolgáltatókkal, ezért a városban működő vállalkozások vezetőihez és a turizmusban érintett szolgáltatók munkatársaihoz juttattunk el egy nyitott és zárt kérdésekből álló kérdéssort, mely segítségével szabadon kifejezheték véleményüket a város turisztikai fejlesztésének irányairól. A kiküldött kérdéssorokból 41 helyi vállalkozás vezetőjének, munkatársának véleményét ismerhettük meg a város desztináció fejlesztésével kapcsolatban. A megkérdezett szolgáltatók közül 9 fő három- vagy négycsillagos szálláshely vezető beosztású munkavállalója, 13 fő magánszálláshely tulajdonosa és üzemeltetője, 11 fő vendéglátásban érdekelt vállalkozó, 2 fő egyéb turisztikai vállalkozást vezet, 3 fő a Hungarospa fürdő vezető beosztású alkalmazottja, 2 fő közművelődési intézmény munkatársa és 1 fő pedig a helyi turisztikai desztinációmenedzsment szervezet vezetője.

### 4. Kutatási eredmények

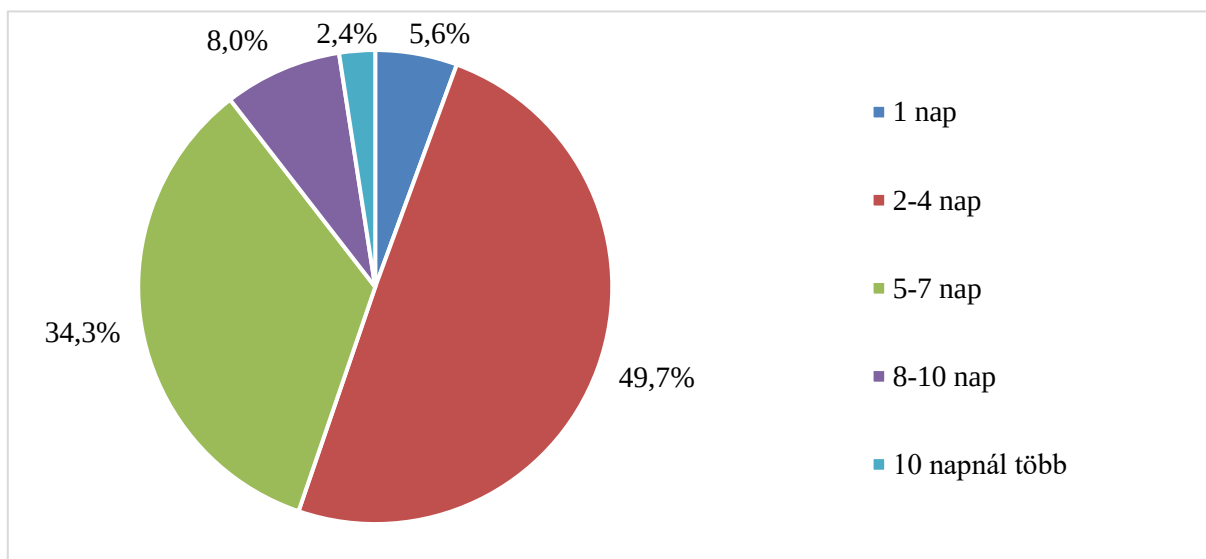
#### 4.1. A hajdúszoboszlói vendégek véleménye a fürdővárosról

A válaszadók átlagéletkora 46,6 év, a felmérésben résztvevők 7%-a volt 30 év alatti; 19,5%-a 30 és 39 év közötti, 35% 40 és 49 év közötti; 33% 50 és 59 év közötti, 5,5% pedig 60 év feletti. A legfiatalabb válaszadó 19 éves, a legidősebb pedig 76 éves. A felmérésben résztvevők 91,8% volt nő, 8,2% pedig férfi. A válaszadók mindannyian magyar anyanyelvűek voltak és csaknem mindenki magyar állampolgár volt, csupán 1 fő magyar-román kettős állampolgár, 4 fő román lakos, 1 fő szlovák és 1 fő német állampolgárságú kitöltő volt. A mintában résztvevők 94,1%-a visszatérő vendég Hajdúszoboszlón, 66,1% pedig már háromnál többször járt a városban.

A megkérdezettek 71,1%-a a fürdőszolgáltatások közül a gyógyfürdőt szokott igénybe venni, és csaknem ugyanennyien jelölték meg a wellness szolgáltatások használatát (70,2%). Szépészeti kezeléseken, masszázson 14,8% szokott részt venni az üdülés ideje alatt, míg az orvosi kezelések, szolgáltatások, diagnosztika lehetőséget 9,5% jelölte meg a kérdőív válaszlehetőségei közül. Csupán 2,3% nyilatkozott úgy, hogy a felsorolt szolgáltatások közül egyiket sem szokta igénybe venni.

A megkérdezettek csaknem a fele (49,7%) 2 - 4 napot tartózkodott a fürdővárosban, míg 34%-uk 5-7 napot maradt (1. ábra). A válaszadók többsége családdal, gyerekekkel (57%), illetve a partnerével (35,7) érkezett Hajdúszoboszlóra.

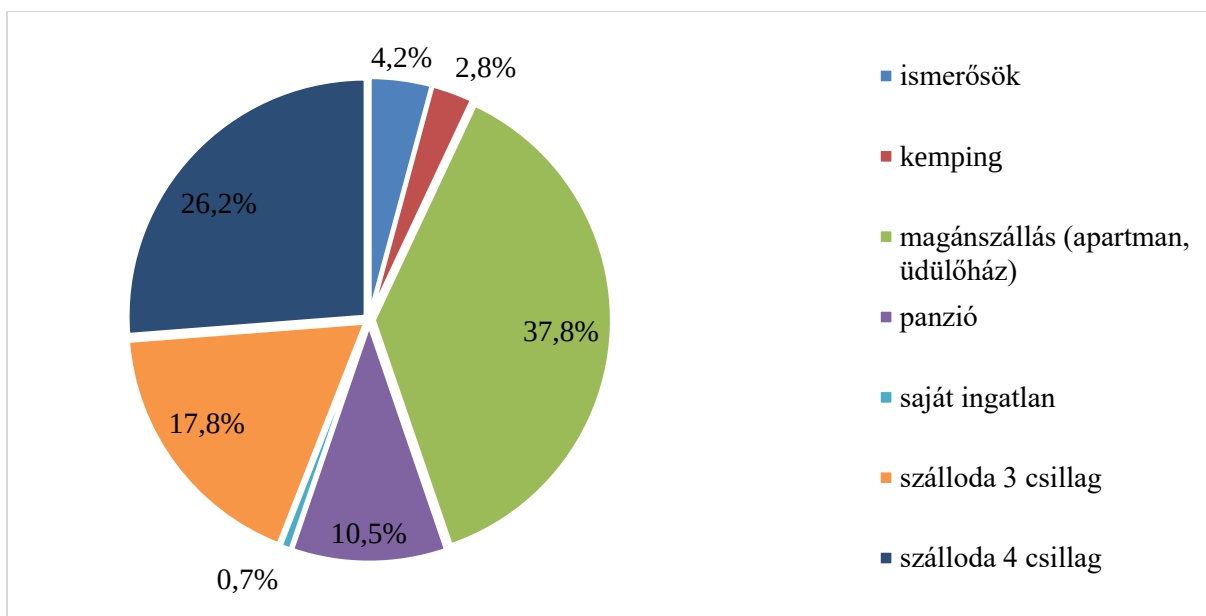
1. ábra: Válaszadók által eltöltött tartózkodási idő Hajdúszoboszlón (n=286)



*Forrás: Saját kutatás, 2021*

A felmérés során megkérdezettek közül a legtöbben (37,8%) azt választották, hogy magánszálláshelyen szálltak meg hajdúszoboszlói tartózkodásuk alatt, míg 26,2% négycsillagos szállodát választott. Jelentős volt (17,8%) a háromcsillagos szállodát igénybe vevők aránya is, valamint sokan szálltak meg panzióban is (10,5). Voltak, akik ismerősöknél (4,2%) tartózkodtak, míg 2,8% a kempinget jelölte meg szálláshelyül. A mintában csupán 0,7% volt a saját ingatlanban megszállt turisták aránya (2. ábra).

2. ábra: A Hajdúszoboszlón való tartózkodás ideje alatt leggyakrabban igénybe vett szálláshely típusainak megoszlása (n=286)



*Forrás: Saját kutatás, 2021*

A felmérés során 24 szempontot határoztunk meg, melyeket ötfokozatú skálán értékelhettek a válaszadók. Az 1. táblázat az egyes szempontok értékelését mutatja be a kérdésekre adott pontszámok átlaga alapján (5=kiváló, 4=jó, 3=közepes, megfelelő, 2=elégséges, 1=nagyon rossz, elégtelen szintű).

A felmérésben részt vevő hajdúszoboszlói vendégek összességében nagyon elégedettek a városban elérhető szolgáltatásokkal, a vendégfogadás feltételeivel. Kiemelkedően jó értékelést kapott a gyógyvíz minősége és a fürdő színvonala, amely az elmúlt évek fejlesztéseinek pozitív hatását is tükrözi. Ezután a fürdővárosi hangulat, a rendezett közterületek, valamint a helyi lakosok vendégszeretete következett a rangsorban. A megkérdezett vendégek nyitott kérdésre válaszolva fejthették ki, hogy mit gondolnak Hajdúszoboszlóról. Több vélemény tükrözte a fürdővárossal, a fürdővel és a programokkal való elégedettséget, így például: „Imádjuk! Gyönyörű város, strand, esti séták!”, „A sétálóutca hangulatát nagyon szeretem”, „Kedves emberek”, „Szuper rendezvények”.

A felmérésből az is kiderült, hogy a zaj, az autóforgalom és a zsúfoltság azok a tényezők, amelyek a leginkább zavarták a vendégeket, és amelyek miatt önkormányzati intézkedésekre, akár civil összefogásra is szükség lehet. A válaszadók által megosztott vélemények alapján kiderült, hogy a legtöbb szempontot a 40 évnél idősebbek pozitívabban értékelnek (pl. vendégszeretet; rendezvények, fesztiválok színvonala; a település elérhetősége; új fejlesztések minősége), de a zsúfoltság és a vendégkör összetétele esetében a fiatalabbak voltak az elégedettebbek (1. táblázat).

1. táblázat: A válaszadók elégedettsége Hajdúszoboszló, mint turisztikai desztináció kínálatával

| Szempont                                | Átlag | Átlag 40 éves korig | Átlag 41 éves kortól |
|-----------------------------------------|-------|---------------------|----------------------|
| Gyógyvíz minősége                       | 4,81  | 4,68                | 4,85                 |
| A fürdő színvonala                      | 4,79  | 4,72                | 4,81                 |
| Fürdővárosi hangulat                    | 4,66  | 4,55                | 4,70                 |
| Rendezett közterületek                  | 4,65  | 4,54                | 4,69                 |
| Vendégszeretet                          | 4,65  | 4,47                | 4,71                 |
| Település elérhetősége                  | 4,58  | 4,43                | 4,63                 |
| Tisztaság a városban                    | 4,57  | 4,57                | 4,57                 |
| Vendéglátóegységek                      | 4,52  | 4,39                | 4,57                 |
| Új fejlesztések minősége                | 4,52  | 4,36                | 4,58                 |
| Közbiztonság                            | 4,50  | 4,39                | 4,54                 |
| Természeti környezet                    | 4,50  | 4,41                | 4,53                 |
| Rendezvények, fesztiválok színvonala    | 4,48  | 4,30                | 4,54                 |
| Szórakozási, kikapcsolódási lehetőségek | 4,38  | 4,32                | 4,41                 |
| Vásárlási lehetőségek                   | 4,38  | 4,26                | 4,42                 |
| Alapinfrastruktúra (utak minősége stb.) | 4,21  | 4,24                | 4,19                 |
| Szuvenírek minősége, változatossága     | 4,20  | 4,16                | 4,21                 |
| Áruk és szolgáltatások árszínvonala     | 4,18  | 4,09                | 4,21                 |
| Turisták száma a városban               | 4,09  | 4,12                | 4,08                 |
| Sportolási lehetőségek                  | 4,05  | 3,92                | 4,09                 |
| Vendégkör összetétele                   | 3,99  | 4,14                | 3,94                 |
| Szemetelés                              | 3,99  | 3,93                | 4,01                 |
| Zaj                                     | 3,92  | 3,96                | 3,91                 |
| Autóforgalom                            | 3,73  | 3,77                | 3,72                 |

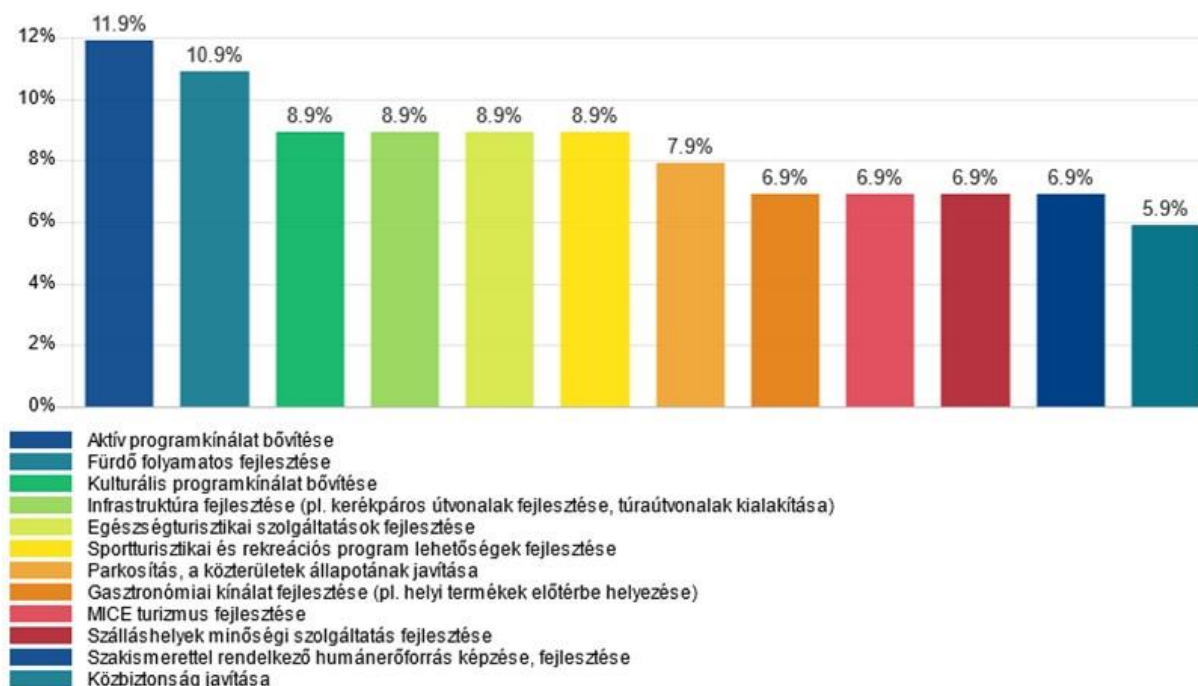
|           |      |      |      |
|-----------|------|------|------|
| Zsúfolság | 3,64 | 3,78 | 3,59 |
|-----------|------|------|------|

*Forrás: Saját kutatás, 2021*

#### 4.2. A szolgáltatók által legfontosabbnak tartott fejlesztések

A megkérdezett szolgáltatók leginkább az aktív programkínálat bővítését, a fürdő folyamatos fejlesztését, a kulturális programkínálat bővítését, az infrastruktúra fejlesztését, az egészségturisztikai szolgáltatások minőségének és kínálatának javítását, a sportturisztikai és a rekreációs programlehetőségek fejlesztését, a parkosítást, a közterületek állapotának javítását tartják a legfontosabbnak. A helyi vállalkozások képviselői a közbiztonság javítását érezték a legkevésbé szükségesnek, amely azt bizonyítja, hogy a népszerű fürdőváros közbiztonsága megfelelő, és ennek megítélése is pozitív (3. ábra).

3. ábra: A helyi szolgáltatók által preferált fejlesztések Hajdúszoboszlón



*Forrás: Saját kutatás, 2021*

A szolgáltatók részletesen taglalták az utcák, közterek állapotának hiányosságait, ezek folyamatos javítását, parkosítását javasolták. Különösen fontosnak tartják a szórakozási lehetőségek fejlesztését, a kulturális programkínálat színvonalának emelését, ezen belül pedig a családbarát programok és kifejezetten a nagycsaládosokat célzó rendezvények bővítését. Ugyancsak több szolgáltató szorgalmazta a vendéglátás színvonalának javítását, az aktuális trendeknek megfelelő fejlesztését. A desztináció egészére vonatkozó közös célként fogalmazták meg a környezetvédelem, a megújuló energiaforrások előtérbe helyezését. A helyi szolgáltatók azt is hangsúlyozták, hogy a város ne a tömegturizmusra építse a jövőt, hanem a minőségi szolgáltatásaival növelje a versenyképességét.

A fürdő meglévő létesítményeinek folyamatos és további fejlesztése, a strandon kültéri szaunák létrehozása egyértelműen kívánatos a szolgáltatók szerint. Mindenki pozitívan vélekedett a hajdúszoboszlói fürdő fejlesztéseiről, a folyamatos megújulást elengedhetetlennek tartották, és szorgalmazták a meglévő infrastruktúra és a szolgáltatások színvonalának és kínálatának bővítését. Az uszoda, a gyógyfürdő meglévő épületeinek felújítását, az épületegyüttes építészeti megjelenésének harmonizálását, a fürdő területén működő vendéglátóhelyek színvonalának javítását jelölték meg legtöbbször prioritásként. Javasolták, hogy a fürdőegységekbe korszerű

beléptető rendszer legyen kiépítve, akár karórás rendszer, ahogyan azt számos hazai példa mutatja. Extrém és különleges fejlesztéseket is fontosnak véltek a szolgáltatók, így például „canopy” drótkötélpálya megépítését szorgalmazták a fürdő területén, vízi ügyességi pálya kialakításával együtt. A „minőségi fejlesztés” kifejezést sokan használták, utalva arra, hogy az infrastruktúra megújítása ne csak műszaki karbantartást jelentsen, hanem a szolgáltatási színvonal emelését is.

Az egészségturizmus további fejlesztésén kívül több szolgáltató osztotta azt a véleményt, hogy időszerű a hajdúszoboszlói kínálat diverzifikálása, többek között az aktív turizmus fejlesztése, ezen belül túraútvonalak kialakítása, azok promotálása, korszerű marketing eszközökkel támogatott bemutatása. A megkérdezett szolgáltatók többsége kiemelte, hogy minőségi és igényes rendezvények (kulturális, zenei, gasztronómiai stb.) szükségesek az új célpiacok megszólításához. Javaslatként merült fel a különleges sportversenyek, események szervezése, (így például hőlégballon, ejtőernyő, nemzetközi kerékpár és egyéb versenyek), valamint a szórakozási lehetőségek bővítése, drótkötélpálya, kilátó kialakítása, óriáskerék felállítása, esti szórakozóhelyek számának növelése, vidámpark, állatsimogató létesítése.

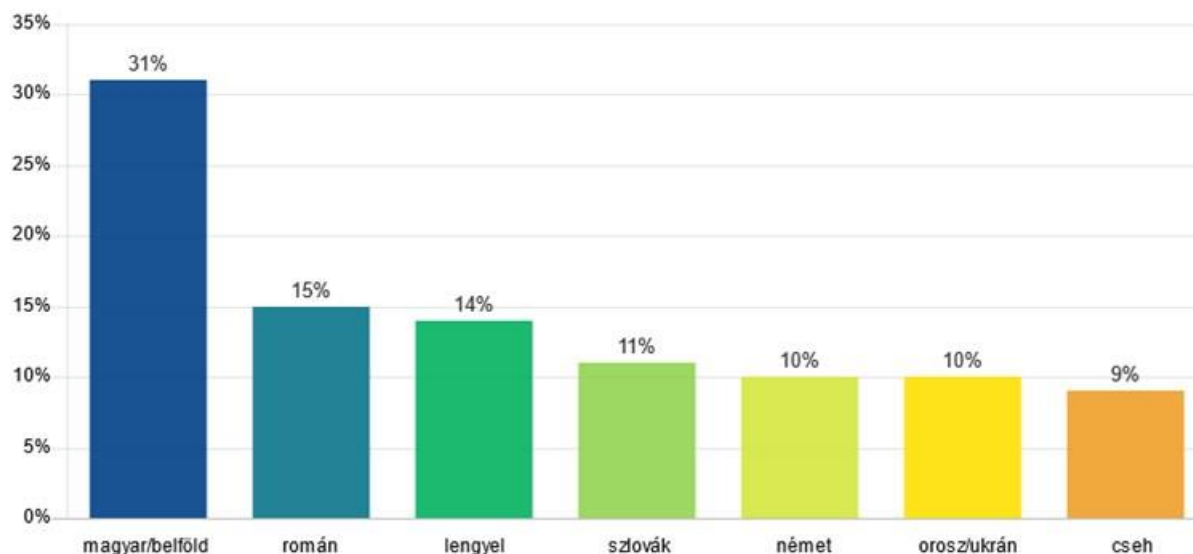
#### **4.3. Célpiacok a szolgáltatók véleménye szerint**

Általános vélemény, hogy a belföldi vendégkör megtartása és bővítése, valamint a fiatalabb generációk érdeklődésének felkeltése elengedhetetlen. A pandémia előtt sok szálláshely vendégkörének túlnyomó részét a külföldi turisták alkották, a járvány miatt viszont 2020-ban és 2021-ben csupán a belföldi vendégek utazhattak szabadidős céllal. A nemzetközi küldőpiacok felélesztését, különösen a román, lengyel, szlovák, izraeli, cseh, moldáv vendégek célzott megszólítását a legtöbb megkérdezett vállalkozó szorgalmazta. A helyi szolgáltatók közül többen javasolták, hogy érdemes lenne az ifjúsági turizmust is megalapozni Hajdúszoboszlón; a programkínálat bővítésével, koncertek szervezésével és ifjúsági szállás (pl. hostel) megnyitásával új célcsoportot lehetne megszólítani. A fiatalabb korosztályoknak szóló marketingtevékenység részeként fontos, hogy Hajdúszoboszlót ne csupán a „reumások Mekkájaként” és gyógyfürdővel, termálvízzel rendelkező fürdővárosként kommunikálják. Ehhez további fejlesztések (kerékpárutak, gasztronómiai programok, kulturális események, térségi együttműködés - Debrecen, Hortobágy, Tokaj) szükségesek, melyek nem csupán vagy nem elsősorban a gyógyulni érkező vendégek számára vonzóak.

A szolgáltatók többsége azt is jelezte, hogy a turisztikai szezonok függvényében érdemes a célpiaci szegmentációt elvégezni. Télen a gyógykezelések miatt főleg a senior korosztály utazik – hétvégén már a fiatalabbak is – míg nyáron, ünnepnapokon, hosszú hétvégéken minden korosztály számára ideális a hajdúszoboszlói kínálat, ám ilyenkor elsődlegesen a családok jelentik a fő célcsoportot. A szolgáltatók egyöntetű véleménye szerint Hajdúszoboszló a többgenerációs utazások ideális desztinációja. Többen megfogalmazták, hogy a környezettudatos turisták nagyobb számú jelenléte kívánatos lenne, valamint a MICE és sportturizmus résztvevői szintén jelentős célpiaci szegmensek lehetnek a fürdővárosban.

Összességében a szolgáltatók a belföldi küldőpiacot tekintik a legfontosabbnak, majd a román, lengyel, szlovák, német, orosz, ukrán, cseh a preferált küldőpiacok sorrendje (4. ábra).

4. ábra: A helyi szolgáltatók által preferált küldőpiacok



*Forrás: Saját kutatás, 2021*

A fenti küldőpiacok mellett a moldáv, izraeli, holland, belga, angol, olasz, osztrák, szlovén, szerb és kínai küldőpiac is megjelent javaslatként. A fürdőváros jövőjét fenyegető, lehetséges veszélyek közül leginkább a járvány, a külföldi vendégkör elmaradását és az összefogás hiányát említették a szolgáltatók. Végezetül, a vendéglátók nem osztották azt a véleményt, miszerint a sok turista jelenléte zavarná a lakosságot.

## 5. Következtetések

A primer kutatások eredményei alapján megállapíthatjuk, hogy a hajdúszoboszlói vendégek és vendéglátók véleménye a fürdőváros turisztikai piacáról több szempontból összhangban van, habár bizonyos kérdések eltérő hangsúllyal jelennek meg. A megkérdezett vendégek csaknem háromnegyede a fürdőszolgáltatások közül a gyógyfürdőt és a wellness szolgáltatásokat szokta igénybe venni, és mindezeket pozitívan ítélte meg, hiszen mind a gyógyvíz minősége, mind pedig a fürdő színvonala kiemelkedően jó értékelést kapott. A fürdővárosi hangulattal, a rendezett közterületekkel szinte maximálisan elégedettek voltak a válaszadók, valamint a helyi lakosok vendégszeretetét is pozitívan értékelték.

A vendéglátók támogatták a fürdő és a fürdőszolgáltatások színvonalának emelését, a desztináció folyamatos fejlesztését. A helyi közösség tagjai tudatában vannak a fürdővárosi hangulat fontosságának, a zöldterületek, parkok közösségi terek értékének és szinte mindenki hangsúlyozta a további fejlesztések szükségességét. A szolgáltatók konkrét, gyakorlati javaslatokat is tettek az attrakciók bővítésére, a régi infrastruktúra cseréjére, korszerű technológiai megoldások bevezetésére a fürdőben.

A rendezvények, fesztiválok színvonala, a szórakozási, sportolási és vásárlási lehetőségek megítélése ugyan pozitív a vendégek körében, de elmarad a fürdő és a fürdőváros általános értékelésétől. Ugyancsak a rendezvények, programkínálat bővítésének szükségességét hangsúlyozták a szolgáltatók. A vendéglátók képviselői szerint a debreceni és hortobágyi élményprogramokhoz sokkal erőteljesebben kellene kapcsolódnunk, ilyenek például a pusztai madárvonulások, szafari programok, a debreceni tematikus séták, kulturális attrakciók. A szolgáltatók véleménye szerint kívánatos lenne az aktívabb térségi együttműködés Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térséggel, hiszen a Sóstó ZOO és Tokaj, mint UNESCO világörökségi helyszín nemzetközi érdeklődésre is számot tarthat. A szolgáltatók javaslata szerint a

Hajdúszoboszló „brand”-ben is érdemes lenne megjeleníteni a programok sokszínűségét. Jelenleg a leginkább jellemző hívószavak: „nagy múltú gyógyhely”, „hagyományos fürdőkultúra”, „kedvező ár-érték arány”, „gyógyulás”, míg a jövőben leginkább a következő hívószavakat kívánja a szakma használni: „színvonalas rendezvénykínálat”, „prémium”, „minőségi szolgáltatások/termékek”, „gasztronómiai fesztivál” „fenntartható desztináció”.

A turizmus negatív hatásaival kapcsolatban a szemetelést, a zajt, az autóforgalmat és a zsúfoltságot már érzékelték a vendégek, melyek mindegyike a tömegturizmus által érintett desztinációkban gyakran megjelenő probléma. Ezzel szemben a helyi vendéglátók szemszögéből nem tűnt negatív tényezőnek a turisták túlzottan nagy létszáma, a primer kutatás eredménye szerint a szolgáltatók egyike sem azonosította problémaként a zsúfoltságot. A vállalkozók a külföldi vendégkör mielőbbi visszatérésében bíztak és ennek elmaradása (főként külső okok miatt. pl. járvány, politikai helyzet) sokkal nagyobb aggodalomra adott okot.

Végezetül a fürdőváros vendéglátóinak véleménye szerint a fürdőváros fejlődésének záloga a helyi és a térségi együttműködés erősítése. Az összefogás kialakításában és növelésében a helyi TDM szervezet felelősségét emelték ki, amely előmozdíthatja a turizmus érintettjeinek közös gondolkodását, cselekvését, az identitás erősítését és a „Hajdúszoboszló fürdőváros” brand építését.

Az esettanulmány készítése során végzett primer és szekunder vizsgálatok eredménye alapján megállapítható, hogy napjainkban egy fürdő magas színvonalú és folyamatosan bővülő szolgáltatásai és a kapcsolódó jó minőségű infrastruktúra alapvető fontosságú, de emellett a kellemes fürdővárosi hangulat, a változatos rendezvénykínálat, az állandó programok, szórakozási lehetőségek gazdag választéka is fontos elvárás lett a vendégek és vendéglátók részéről. Mindeközben a fenntarthatóság elveinek gyakorlati alkalmazása megkerülhetetlenné vált, a fejlesztések során figyelembe kell venni a gazdasági, társadalmi és környezeti érdekek egyensúlyát is. A helyi önkormányzati intézmények, a turisztikai desztinációmenedzsment szervezetek és a szolgáltatók együttműködésével alakíthatók ki olyan komplex turisztikai termékek, amelyek versenyképessé tehetnek egy egészségturisztikai desztinációt a jelenkori kihívásokkal teli, dinamikusan változó piaci környezetben.

## Irodalomjegyzék

AQUAPROFIT (2007): *Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia*. Aquaprofit Műszaki, Tanácsadási és Befektetési Rt., Budapest.

AUBERT, A. – CSAPÓ, J. – GONDA, T. – HEGEDÜS, V. – SZABÓ, G. (2007): Turizmus és a terület-, valamint vidékfejlesztés. In: Aubert, A. (szerk.): *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet. pp. 76–132.

ÁSVÁNYI, K. (2022): Fenntartható fejlődési célok a turizmusban. In: ÁSVÁNYI, K. (szerk.): *Fenntarthatóság a turizmusban*. Akadémiai Kiadó, Budapest <https://doi.org/10.1556/9789634547860>.

BAUERNÉ GÁTHY, A. – VARGÁNÉ CSOBÁN, K. (2009): Long-term government responses to sustainable tourism development: principles and strategies. *APSTRACT Applied Studies in Agribusiness and Commerce* 3 (3-4): pp. 89-92.

BAUERNÉ GÁTHY, A. – KOVÁCSNÉ SOLTÉSZ, A. – SZŰCS, I. (2022): Sustainable consumption – examining the environmental and health awareness of students at the University of Debrecen. *COGENT Business & Management* 9(1): 2105572 (<https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2105572>)

BENKŐ, BÉLA – DÁVID, LÓRÁNT – FARKAS, TIBOR (2022): Opportunities for the development of innovation among hotels in Northern Hungary. *Geojournal of Tourism and Geosites* 40(1): pp. 267-273.

COOPER, M. (2009): Health and Wellness Spa Tourism Environment. In: ERFURT-COOPER, P. – COOPER, M. (szerk.): *Health and Wellness Tourism, Spas and Hot Springs*, Channel View Publications, Bristol, Buffalo, Toronto. pp. 156-180.

DÁVID, L. – VARGÁNÉ CSOBÁN, K. – KOVÁCS, GY. – VASA, L. (2012): *Turizmusökológia: zöldülő turizmus-fenntartható turizmusfejlesztés*. Szaktudás Kiadó Ház Zrt. Budapest 236 p.

DÁVID, L. – VARGÁNÉ CSOBÁN, K. (2010): *A turizmus ökológiai alapú fejlesztése: Turizmus, környezet, fenntartható fejlődés*. Károly Róbert Főiskola (KRF) Gyöngyös, 232 p.

DEERY, M. – FILEP, S. – HUGHES, M. (2014): Exploring visitor wellbeing in parks and nature reserves. In: VOIGT, C. – PFORR, C. (szerk.): *Wellness Tourism – A destination perspective*. Routledge, London, New York. p. 344.

DINI, M. – PENCARELLI, T. (2022): Wellness tourism and the components of its offer system: a holistic perspective, *Tourism Review*, 77(2): pp. 394-412. (<https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0373>)

DRYGLAS, D. – SALAMAGA, M. (2018): Segmentation by push motives in health tourism destinations: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Destination Marketing and Management* 9(1): pp. 234-246.

ENSZ (2017): *Discussion paper on the occasion of the international year of sustainable tourism for development*. Madrid: UNWTO.

GYURKÓ, Á. – BUJDOSÓ, Z. (2019): Turisztikai versenyképesség és a potenciál kapcsolata az Észak-Magyarország régióban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4(3): pp. 4–20.

HALLAB, Z.A.A. – YOON, Y. – MUZAFFER, U. (2003): Segmentation Based on the Healthy-Living Attitude: A Market's Travel Behavior. *Journal of Hospitality Leisure Marketing* 10(3): pp. 185-198.

HALL, C.M. (2003): Spa and Health Tourism In: HUDSON, S. (szerk.): *Sport and Adventure Tourism*. Haworth Hospitality Press, New York. pp. 273-292.

HOJCSKA, Á. E. – SZABÓ, Z. – BUJDOSÓ, Z. (2022): Multi-aspect overview of mineral-water-based therapies of musculoskeletal disorders in Hungary, *Ecocycles* 8(2): pp. 23-36. (<https://doi.org/10.19040/ecocycles.v8i2.235>)

HOJCSKA, Á. E. – SZABÓ, Z. (2021): Investigating natural treatment factors and inequalities of medicinal water institutions in the aspect of tourism in Hungary. *Geojournal Of Tourism And Geosites* 36(2): pp. 555-562.

IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS. – PRINTZ-MARKÓ, E. (2017): Generation investigations in the wellness tourism in Hungary. *DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting* 3(1): pp. 793-809.

IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS. – PRINTZ-MARKÓ, E. (2018): Territorial differences between countries with regard to the wellness lifestyle of their youth. *Forum Scientiae Oeconomia* 6(3): pp. 101-117.

KOVÁCS, K. (2018): Managerial Challenges in Hungarian Agricultural Enterprises. In: Bryła, P. (eds) *Managing Agricultural Enterprises*. Palgrave Macmillan, Cham. ([https://doi.org/10.1007/978-3-319-59891-8\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-59891-8_11))

- KOVÁCS, K. – SZŰCS, I., (2020): Exploring efficiency reserves in Hungarian milk production. *Studies in Agricultural Economics*, 122(1), pp.37–43.
- LACZKÓ, T. (2015): Az egészségturizmus kapcsolata a természeti, gazdasági és társadalmi környezettel. In: LACZKÓ, T. – BÁNHIDI, M. (szerk.): *Sport- és egészségturizmus alapjai*. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Pécs. p. 254.
- MÁTYÁS, SZ. (2015): Szubjektív biztonságérzet – lakossági vélemény a közbiztonságról és a rendőrségről. *Magyar Rendészet* 2015/5. pp. 159-170.
- MICHALKÓ, G. – RÁTZ, T. – IRIMIÁS, A. – PAGANI, A. (2011): Az egészségturizmus és az életminőség magyarországi kapcsolatának vonatkozásai. In: MICHALKÓ, G. – RÁTZ, T. (szerk.): *Egészségturizmus és életminőség Magyarországon: Fejezetek az egészség, az utazás és a jól(l)ét magyarországi összefüggéseiről*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest. pp. 27-42.
- MOLNÁR, CS. (2011): *Az egészségturisztikai fejlesztések hatásai különös tekintettel Kelet-Magyarországra*. Doktori (PhD) értekezés. Széchenyi István Egyetem Regionális és Gazdaságtudományi Doktori Iskola.
- NÁBRÁDI, A. – KOVÁCS, K., (2008): Minőség a tejvertikumban. *Tejgazdaság: Tudomány és Gyakorlat*, 68(1–2), pp.45–63
- PRINTZ-MARKÓ, E. – DARABOS, F. – IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS. (2017): Dimensions of wellness tourism in Hungary. *Knowledge Horizons – Economics* 9(1): pp. 24-35.
- RÁTZ, T. (2001): Zennis és Lomi Lomi, avagy Új trendek az egészségturizmusban. *Turizmus Bulletin* 5(4): pp. 7–16.
- RUSZINKÓ, Á. – DONKA, A. (2019): Az egészségturizmus értelmezése a turizmus változó rendszerében. *Turizmus Bulletin* 19(2): pp. 47 – 57.
- SMITH, M. – PUCZKÓ, L. (2010): *Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- SZABÓ, Z. (2021): Attitudes relating to making use of spa services in Hungary. *Selye E-Studies* 12(1): pp. 16-23.
- SZÖLLŐS-TÓTH, A. – VARGÁNÉ CSOBÁN, K. (2021): A turizmus hatásainak megítélése Hajdúszoboszló lakosságának körében. *Gazdálkodás* 65(5): pp. 430-447.
- TUOMINEN, T. – SAARI, S. – BINDER, D. (2017): Enhancing the competitiveness of a wellness tourism destination by coordinating the multiple actor collaboration. In: SMITH, M.K. – PUCZKÓ, L. (szerk.): *The Routledge handbook of health tourism*. Routledge, London. pp. 285-297.
- UGURLU, K. (2021): Integrated Marketing Approach in Hotel Management. In: HASSAN, A. – SHARMA A. (szerk.): *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*. Emerald Publishing Limited. pp. 67 – 84.
- VARGÁNÉ CSOBÁN, K. – SERRA, GY. (2016): A sportturizmus lehetőségei a vidékfejlesztésben az Észak-Alföld régió példáján. *Köztes Európa* 8(1-2). pp. 145–156.
- VARGÁNÉ CSOBÁN, K. – SZÖLLŐS-TÓTH, A. – SÁNTA, Á. K. (2022): Hajdúszoboszló turisztikai vendégforgalmának elemzése a COVID-19 járványt megelőző évtizedben. *A Falu* 37(1): pp. 67-84.

VOIGT, C. – PFORR, C. (2014): Wellness tourism from a destination perspective: why now? In: VOIGT, C. – PFORR, C. (szerk.): *Wellness Tourism – A destination perspective*. Routledge, London, New York. pp. 3-18.

WTO (1998): *A fenntartható turizmus fejlesztése, Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek*; Geomédia Kiadó, Budapest.

### **Egyéb hivatkozások**

GLOBALWELLNESS (2022): <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/> (2022. 11. 12.)

HAJDÚSZOBOSZLÓ (2015): <https://www.hajduszoboszlo.eu/hszob/> (2021.08.15.)

KSH (2022): [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu) (2022.10.12.)

MTÜ (2017): [https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030\\_Turizmus2.0-Strategia.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf). (2021. 12. 10.)

NÉPESSÉG (2020): <http://nepesseg.com/hajdu-bihar/hajduszoboszlo> (2022. 10. 11.)

WTO (2004): Sustainable Development of Tourism, Conceptual Definition, [http://www.world-tourism.org/frameset/frame\\_sustainable.html](http://www.world-tourism.org/frameset/frame_sustainable.html) (2021. 10.15.)

# **MAGYARORSZÁG VENDÉGFORGALMÁNAK TELJESÍTMÉNYÉRTÉKELÉSE TERÜLETI ÉS KERESLETI SZEMPONTBÓL 2019 ÉS 2022 KÖZÖTT, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL EGER VÁROSÁNAK TURISZTIKAI TELJESÍTŐKÉPESSÉGÉRE**

*Gyurkó Ádám*

*egyetemi adjunktus, Eszterházy Károly Katolikus Egyetem, Gazdaság-és  
Társadalomtudományi Kar, Gazdaságtudományi Intézet; gyurko.adam@uni-eszterhazy.hu*

*DOI: DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.02*

## **Absztrakt**

A Szerző kutatási eredményei rávilágítanak, hogy a hazai idegenforgalmi mutatók milyen mértékű és irányú területi átrendeződésen estek át. 2019-ig a területi átrendeződések elsődleges mozgatóereje az eltérő mértékű forrásallokációban volt keresendő. 2020 és 2021 között azonban a pandémia is jelentősen közrejátszott abban, hogy még inkább kiélesedett a területi verseny. 2022-ben viszont a vendégforgalmat szinte már semmilyen korlátozó intézkedés nem gátolta és egyelőre az év további részére sem várható ebben változás. Így ennek az évnak a vendégforgalmi mutatói kiemelt jelentőséggel bírhatnak, mely akár rövid és középtávon is előre jelezheti az egyes desztinációk turisztikai versenyképességének alakulását. Jelen tanulmány ezen eredményeket felhasználva Eger város turisztikai versenyképességének aktuális helyzetértékelését és az esetleges jövőbeni irányok vizsgálatát helyezi előtérbe. A „Barokk főváros” turisztikai teljesítőképessége mindig is kiemelt jelentőségű volt, ugyanis alapvetően nem egészségturisztikai termékek értékesítésével tudott kiemelt szereplőként megjelenni a hazai TOP leglátogatottabb települések listáján. Ez a kiemelt státusz azonban az elmúlt években veszélybe került, ugyanis több olyan település is megjelent a TOP kategóriában Eger kihívójaként, melyek hasonlóan nem egészségturisztikai termékekre építenek és nem is Balaton-parti települések. A vizsgálat eredményei gyakorlati jelentőségűek, melyek felhasználhatók Eger város turisztikai versenyképességének tervszerű fejlesztése során.

*Kulcsszavak: Koronavírus, Területi átrendeződés, Turisztikai teljesítőképesség, Turizmusfejlesztés, Vendégforgalom*

## **BENCHMARKING OF THE TOURISM PERFORMANCE OF HUNGARY FROM A TERRITORIAL AND DEMAND PERSPECTIVE BETWEEN 2019 AND 2022, WITH A SPECIAL FOCUS ON THE TOURISM PERFORMANCE OF THE CITY OF EGER**

### **Abstract**

The results of the Author's research highlight the extent and direction of the spatial reallocation of domestic tourism indicators. Until 2019, the primary driver of spatial reallocation was the different allocation of resources. However, between 2020 and 2021, the pandemic also played a significant role in increasing spatial competition. In 2022, however, there were almost no restrictive measures to limit the flow of visitors and no change is expected for the rest of the year. This year could therefore be a key year for tourism indicators, which could be a predictor of the development of the competitiveness of destinations in the short to medium term. The present study uses these results to assess the current situation of tourism competitiveness in the city of Eger and to examine possible future directions. The tourism performance of the "Baroque capital" has always been of particular importance, as it was not mainly through the sale of health tourism products that it was able to be a prominent player in the list of the most visited TOP destinations in Hungary. However, this privileged status has come under threat in recent years, as several other settlements have appeared in the TOP category as challengers to Eger, which are similarly not based on health tourism products and are not settlements on the shores of Lake Balaton. The results of the study are of practical importance and can be used in the planned development of the city of Eger's tourism competitiveness.

*Keywords: Coronavirus, Regional reallocation, Tourism performance, Tourism development, Tourist arrival*

## 1. Bevezetés

2020-ban a SARS-CoV-2 vírus következtében bevezetett korlátozó intézkedések hatására tömegesen jelentek meg szakmai cikkek a hazai és a nemzetközi turizmus válságos helyzetéről. Ezek konklúziója, hogy az idegenforgalmi szektor volt az egyik legnagyobb vesztese a bevezetett korlátozásoknak. A szakmai cikkek tehát egyértelműen jelezték a krízishelyzetet, de konkrét számadatokat kevés helyen közöltek, legtöbb esetben az üresen pangó nagyvárosok, turisztikai attrakciók, szolgáltatók képeivel igyekeztek szemléltetni a történelmi mélypontot. Felmerülhet tehát a kérdés, hogy milyen mély is a „nyúl ürege”? Jelen tanulmány arra tesz kísérletet, hogy számadatokkal szemléltesse a hazai turizmus teljesítőképességét 2019-es rekordév után a 2020 és 2021-es években.

Továbbá jelen tanulmány az országos tendenciákat alapul véve és felhasználva Eger város turisztikai versenyképességének aktuális helyzetértékelését és az esetleges jövőbeni irányok vizsgálatát is górcső alá veszi. Eger turisztikai teljesítménye hazai léptékkal nézve mindig is említésre méltó volt, a város történelmi, kulturális és épített öröksége révén hazánk egyik legjobban márkázható települése. Ugyanakkor a hazai turizmus piacán jelentős vetélytársai jelentek meg a Barokk fővárosnak, továbbá a 2020-ban kibontakozó pandémia jelentős mértékű területi és keresleti átsztrukturálódást okozott a turizmus szektorban. Ezen időszakban hatásai feltehetően nem múlik el nyomtalanul, így kiemelt jelentőségű a hazai turizmus és egyes térségek, települések turisztikai teljesítményértékelését elemezni.

## 2. Szakirodalmi áttekintés

Egy turisztikai desztináció csak akkor számíthat turistaforgalom kialakulására, vagy versenyképes működésére, ha 4 általános feltétel széles körben elfogadható minőségben teljesül, ezen tényezők a biztonságfaktor, az életszínvonal küszöb, az intézményesült fenyegetettségtől való mentesség és a közegészségügyi állapotok megfelelő szintje (MICHALKÓ 2016, 2020). Utóbbi tényező meglétét jelentős mértékben „felértékelte” a 2020-ban világjárvánnyá duzzadó SARS-CoV-2. A közegészségügyi állapot mindig is egy turisztikai desztináció működésének alapfeltétele volt. Az utazók a világtörténelem folyamán mindig is hozzájárultak a járványok kialakulásához és terjedéséhez. A napjainkban népszerű család-, barátlátogatások pedig kifejezetten nagymértékben képesek hozzájárulni az epidemiológiai kockázatok fokozásához.

2019-ben már igen erős volt a világgazdaságot érintő recesszió kibontakozásától való félelem, melynek tényleges megvalósulását a koronavírus járvány rendkívüli módon felgyorsította (ÁRPÁSI – GÖDÖR – NYÁRI 2021). A valós okokra alapozható félelem ellenére is váratlanul érte a világot a gazdasági visszaesés, mely sosem tapasztalt fejlődési dinamikát szakított meg a turizmus szektorban.

A 2020-ban világjárvánnyá alakult koronavírus 2019 decemberében ütötte fel a fejét a kínai Vuhan városában. A turizmus szektor ágazati szinten az elsők között volt, mely tragikus összeomláson esett át, a nemzetközi turizmus 2020-ban 74%-os csökkenést szenvedett el az előző évhez képest (GÖSSLING – SCOTT – HALL 2020, NOD – MÓKUSNÉ PÁLFI – AUBERT 2021, MICHALKÓ 2022, PALKOVICS 2022). A csökkenés igen jól mutatja az idegenforgalom sérülékenységét, ugyanakkor a 2020-21-es év abban a tekintetben is tanulságos volt, hogy a turisták utazási hajlandósága nem csökkent jelentős mértékben (FOTIADIS – POLYZOS – HUAN 2021, KOVÁCS et al. 2021). Ugyanis a korlátozásokkal szerényebben süjtött nyári hónapokban szép eredményeket volt képes felmutatni a szektor, tény azonban, hogy ez a szándék a belföldi desztinációkra korlátozódott. A szektor tehát soha nem tapasztalt mélységeket élt át 2020-21-ben, de ugyanakkor egy esélyt is kínál ez a változás, ugyanis az újraépítés, úja tervezés során a fenntarthatóság elvei markánsabban érvényesülhetnek (KUPI – SZEMERÉDI 2022).

A négy általános feltétel teljesülésén túl a sikeres idegenforgalom feltétele a versenyképesség kialakítása egy desztináció számára. A versenyképesség fogalma magában foglalja a legfőbb elemet, a jólétet, annak biztosítását és növekedését. A jólét szolgáltatásához azonban elengedhetetlen, hogy a fenntarthatóság elve érvényesüljön. (SZIVA 2010) Egy turisztikai desztináció akkor mondható versenyképesnek, ha sikeresen képes a versenyben helytállni, mely a gyakorlatban annyit jelent, hogy meg tud felelni a piaci elvárásoknak, a jelentkező igényeket, szükségleteket képes kielégíteni.

RITCHIE – CROUCH (2003) szerzőpáros több olyan folyamatot határozott meg, amelyből egyértelműen kitűnik a versenyképes turisztikai desztináció tulajdonságai úgy, mint a turisztikai bevételek növelése, látogató vonzása egyre nagyobb számban, élménynyújtás, profittermelés a jólét megőrzése mellett, valamint a legfontosabb a fenntarthatóság biztosítása. PAPP (2012) alapján elmondható, hogy kiemelten fontos a desztináció teljesítőképességét teljeskörűen felmérni, hiszen az egyes desztinációk között igen erős a verseny a turistákért. A felmérésnek ugyanakkor az elsődleges célja, hogy segítségével a desztináció szereplői képesek legyenek hatékony fejlesztési irányok, stratégiák megfogalmazására.

A turizmusban is azonosíthatók centrumok és perifériák, melyek részben a keresletet is kiváltó turisztikai vonzerők eltérő előfordulásával magyarázható (VÉGI 2021). Sikeres és versenyképes turisztikai desztinációról akkor beszélhetünk, ha a célterület fogadókészségének szereplői tisztában vannak az aktuális idegenforgalmi trendekkel, a fogyasztási szokásokkal és a termékkínálatot ehhez mérten alakítják ki. Az igények és a trendek folyamatos monitoringozása azért kiemelt jelentőségű, hiszen a desztinációk között egyre inkább élesebb verseny figyelhető meg (HORVÁTH et al. 2016, GYURKÓ – BUJDOSÓ 2019). A turizmus szektor jellegéből, komplexitásából adódóan a versenyképesség és a fenntarthatóság okán igényli a köz- és magánszféra együttműködését (AUBERT – BARCZA – GONDA – HORVÁTH – PÁLFI 2017). Napjainkban az idegenforgalom gazdasági növekedésre gyakorolt pozitív hatása a fejlett és fejletlen gazdaságokban is egyértelműsíthető (PARAMATI – ALAM – CHEN 2017). Érdemes kihangsúlyozni, hogy optimális keretek között a turizmus stabil növekedést mutató ágazatként definiálható, ugyanakkor rendkívül sérülékeny is, melynek teljesítőképességét lokális és globális természet, társadalmi, gazdasági események rendkívüli módon befolyásolhatják (NAGY – CSAPÓ – VÉGI 2021).

A siker mérőfoka a turizmus területén több mutatószámmal is mérhető, a leggyakrabban használt mutatók a turistaérkezések száma, vendégéjszakák száma és a piaci részesedést prezentáló számadatok. Ezek mellett a vendégek átlagos tartózkodási ideje, a szálláshelyek kapacitásadatai és kihasználtságuk szintén fontos mérőszám egy-egy desztináció versenyképességének elemzése során. Tehát a turisztikai potenciált a forgalmi mutatók, azon belül is a vendégéjszakaszám jelöli a legjobban (AUBERT – SZABÓ 2011, PAPP 2012). Egy turisztikai desztináció versenyképességének értékelése tehát komplex elemzést kíván, melynek során fontos meghatározni a meglévő infra- és szuprastrukturális elemek mennyiségét és minőségét, továbbá azonosítani kell a még kihasználatlan erőforrásokat. Ugyanakkor az összehasonlíthatóság szem előtt tartása okán a forgalmi mutatószámok – azon belül is kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakaszám – mutatják egy desztináció tényleges teljesítőképességét, melynek révén rangsorolhatók az egyes turisztikai célterületek.

### 3. Kutatási módszerek

Jelen tanulmány arra tesz kísérletet, hogy vendégforgalmi számadatokkal – elsősorban a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakaszámmal – szemléltesse a hazai turizmus teljesítőképességét 2019 és 2022 között. Ezen felül egy középváros, Eger turisztikai teljesítőképességének elemzésére is sor kerül a potenciális versenytársaihoz mérten. Ezen

elemzések leíró és regionális elemzési módszerekkel valósultak meg. Utóbbi esetben Hoover-index számításra került sor.

A Hoover-index sok régió közötti egyenlőtlenségek mérésére alkalmas, a különbségeket két tetszőlegesen kiválasztott területi jellemző tulajdonság megoszlásának eltéréseivel méri. A területi kutatásokban leggyakrabban a lakosságszám területi eloszlásával vetik össze különféle társadalmi-gazdasági tartalommal bíró mennyiségi ismérvek eloszlását. A módszertan azonban más mutatók alkalmazását is lehetővé teszi, így sokoldalúan használható elemzés. A mutató szimmetrikus, a két összevetett megoszlás szerepe, sorrendje felcserélhető. A Hoover-indexről elmondható, hogy a legtöbbször használt területi egyenlőtlenségi mutató, melyet az amerikai agrárközgazdász, E. M. Hoover használt először 1941-ben. Elképzelésének lényege, hogy az egyik vizsgált ismerv, vagy társadalmi-gazdasági jelenség mennyiségének mekkora hányadát, illetve hány százalékát kell átcsoportosítani ahhoz, hogy a területi megoszlása a másik jellemzőével azonos legyen.

1. ábra: A Hoover-index képlete

$$H = \frac{\sum_{i=1}^n |x_i - f_i|}{2}$$

*Forrás: Saját szerkesztés*

A Hoover-index a 1. ábrán látható képlet mentén számítható ki, ahol  $x_i$  és  $f_i$  a két megoszlási viszonyszámot jelenti.

- $x_i$ : az  $i$ . terület egység részesedése (%) az egyik változó értékeiből,
- $f_i$ : az  $i$ . terület egység részesedése (%) a másik változó értékeiből.

2. ábra: A Hoover-index képlete

$$H = \frac{\sum_{i=1}^n |x_{1i} - x_{2i}|}{2}$$

*Forrás: Saját szerkesztés*

A Hoover-index egy területi jellemző időbeli változásának mérésére is használható, ez az eset a 2. ábrán látható képlet alkalmazásával lehetséges, ahol:

- $x_{1i}$ : az  $i$ -edik terület egység %-os részesedése a vizsgált változó összértékéből az első időpontban,
- $x_{2i}$ : az  $i$ -edik terület egység %-os részesedése a vizsgált változó összértékéből a második időpontban.

Az eredmény értelmezése, ha 0-nál nagyobb az érték, akkor időben akkora százalékos átrendeződés történt a régiók között. Az időbeli változások vizsgálatánál a területi jellemzőt a településeken a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött belföldi és külföldi vendégéjszakák jelentették.

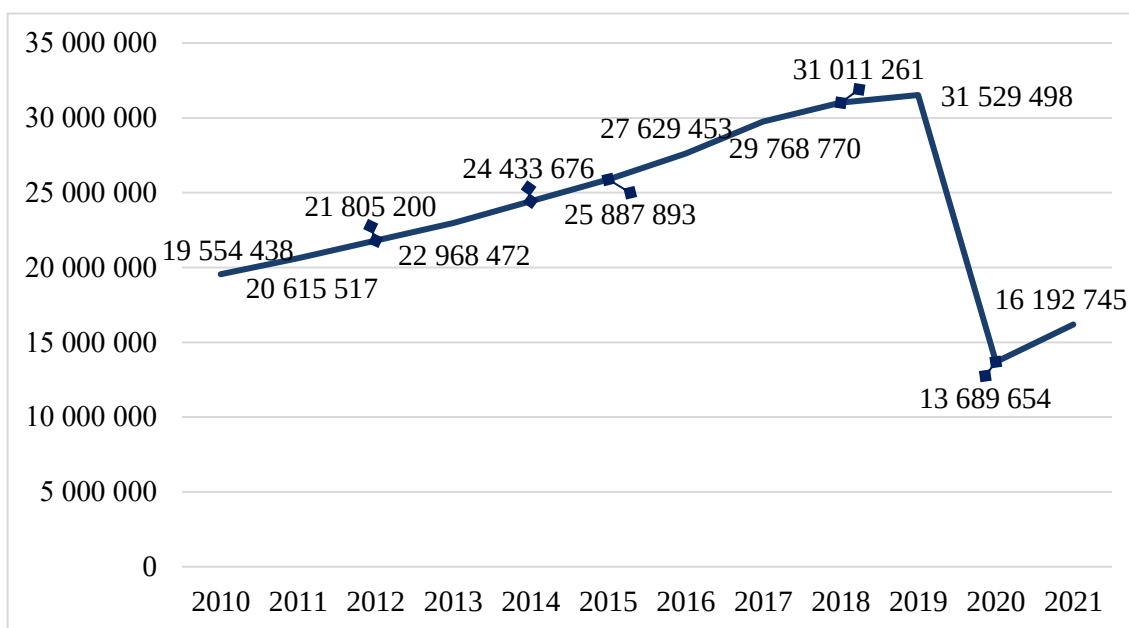
#### 4. Kutatási eredmények

A koronavírus-járvány 2020-ban megtörte a turizmus szektor dinamikus fejlődését, ugyanakkor a számtalan negatív hatás mellett esély mutatkozik akár pozitív előjelű fordulatokra is. Hosszú éveken, évtizedeken keresztül a hosszú távú tervezés nélküli, környezetet romboló, elsősorban a gazdasági érdekeket szem előtt tartó turisztikai beruházások sora volt jellemző, melyben fordulatot hozhat a koronavírus hatására felértékelődni látszó fenntarthatóság szellemisége.

#### 4.1. A vendégforgalom területi és keresleti átrendeződése Magyarországon

A turizmusfejlesztés fenntarthatóbb tervezése mellett a tömegturizmus mérséklődését is előidézheti a post-covid időszak, ugyanis a kiemelt, tömegeket vonzó desztinációk és attrakciók epidemiológiai kockázatokat hordozhatnak. A koronavírus hatására pedig a közegészségügyi biztonságfaktor felértékelődése nyomán jelentős számú turista inkább az alternatív turisztikai termékeket és desztinációkat részesítheti előnyben.

3. ábra: Magyarország kereskedelmi szálláshelyein eltöltött vendégéjszakák száma 2010-2021 között (éjszaka)



*Forrás: Saját szerkesztés. Adat: KSH Adatbázis, 2022*

2010-től a hazai turizmus évről évre rekordokat döntött, 19,5 millióról 2019-re 31,5 millióra növekedett a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött országos összesítésű vendégéjszakaszám. Ezt a növekedési tendenciát szakították meg 2020-ban a koronavírus járvány következtében bevezetett korlátozó intézkedések, mely történelmi mélypontot hozott a hazai és a nemzetközi idegenforgalomban egyaránt. 2020-ra 13,6 millióra csökkent az összesített vendégéjszakaszám (3. ábra), mely a rekordév csupán 43%-a. Utoljára a 2000-es éveket megelőzően volt hasonló mértékű a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakaszám, tehát több mint két évtizedes mélypontot élt át a hazai turizmus szektor. 2020-ban még néhány optimista becslés arról szólt, hogy 2021-ben újra növekedési pályára állhat a hazai idegenforgalom, elsősorban a belföldi turizmus révén. A 3. ábra alapján végsősoron ez bekövetkezett, azonban a közel 16,2 milliós vendégéjszakaszám a 2019-es rekordévnek még mindig csak az 51%-a, mely teljesítőképességet jelen sorok írója továbbra is történelmi mélypontként definiálja. A turizmus újbóli dinamikus felfutását – inkább hazai, de nagy valószínűséggel nemzetközi tekintetben is – a 2022-es év hozhatja meg. Ennek feltétele az volt, hogy a 2022-es év jelentősebb korlátozások nélküli év legyen, mely alapvetően megvalósult. Viszont az Európa-szerte kibontakozó energiaválság hatására a turizmus szektor várhatóan továbbra sem fogja megközelíteni a 2019-es év teljesítőképességét.

1. táblázat: Magyarország vendégforgalmának területi átrendeződése 2019 és 2021 között a Hoover-index alapján

| Vendégéjszakák száma Magyarországon | 2019       | 2020       | 2021       |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|
|                                     | 31.529.498 | 13.689.654 | 16.192.745 |
| Hoover-index                        |            |            |            |
|                                     | 2019-2020  | 2019-2021  |            |
| Budapesttel                         | 19,70 %    | 16,71 %    |            |
| Budapest nélkül                     | 11,62 %    | 11,41 %    |            |

*Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés. Adat: KSH adatbázis, 2022*

Az 1. táblázat alapján 2019-ről 2020-ra a Hoover-index 19,70 %-os területi átrendeződést mutat a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számában Magyarország településein. Az eredmény gyakorlatilag azt mutatja meg, hogy a települési vendégéjszakák megoszlása 19,7 %-ban eltér 2020-ban 2019-hez képest, mely számos település turisztikai felfutását és visszaesését jelenti. A 19,70 %-os az érték tehát igen jelentős területi és keresleti átstrukturálódást sejtet. Ennek hátterében egyértelműen a koronavírus járvány hatására bevezetett korlátozóintézkedések húzódnak. A változások hátterét elemezve azonban a területi és keresleti átrendeződésből csupán annyi konklúzió vonható le, hogy Budapest fajsúlya egyértelműen tompult 2020-ban és 2021-ben egyaránt. Ugyanis a Hoover-index Budapest nélkül 2020 és 2021-ben is jóval alacsonyabb és közel azonos értéket is mutat. Tehát Magyarországon a nemzetközi turizmus és így Budapest szenvedte el a legjelentősebb visszaesést a pandémia következtében.

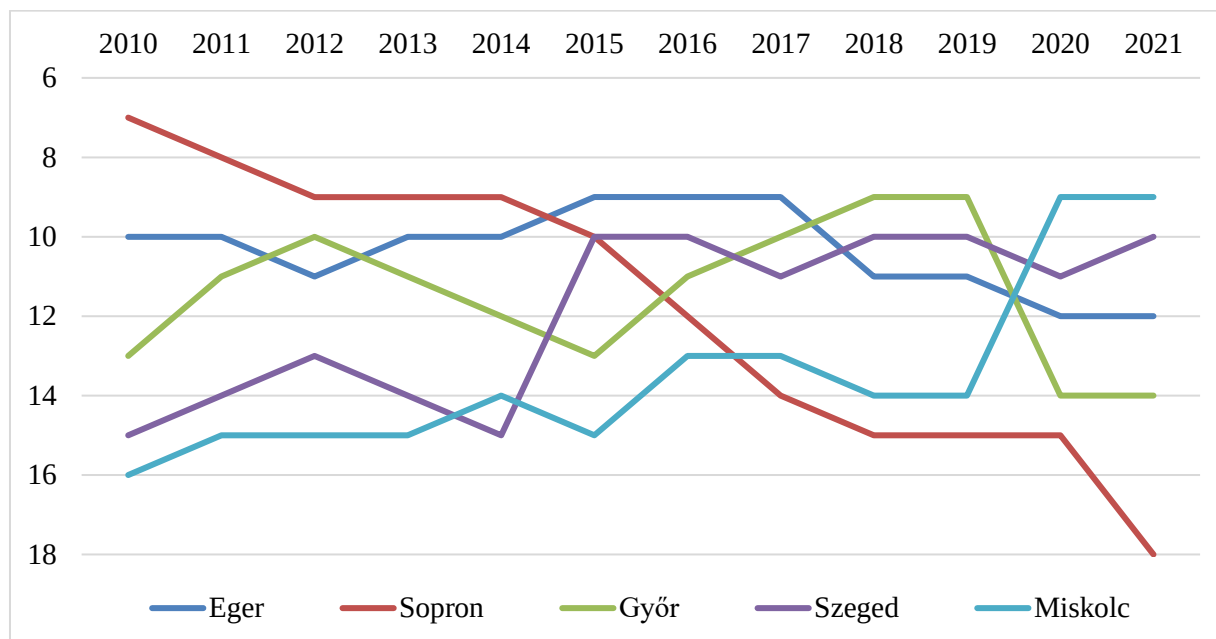
#### 4.2. Eger turisztikai versenyképességének teljesítményértékelése a versenytársaihoz képest

„Eger városa évről évre egyre népszerűbb úti cél”, Eger is szerepel a top 10 leglátogatottabb magyar városok listáján”, „Eger a legnépszerűbb vidéki város”. Csupán néhány hangzatos szalagcím egy internetes keresés követően, mely Eger városának turisztikai teljesítőképességét méltatja, de valóban ilyen kiemelkedő szerepet tölt-e be a Barokk főváros a hazai idegenforgalomban. Az egri szakmai képviselő körében is mai napig él az a meggyőződés, hogy Eger az első a leglátogatottabb települések listáján, mely alapvetően nem az egészségturizmusra vagy a Balaton közelségére épít. A valóságban ez a kitüntetett szerepkör halványodni látszik és az utóbbi években jelentős vetélytársak jelentek meg a hazai turizmus piacán, melyek Egerhez hasonló turisztikai termékkínálattal rendelkeznek. Ezen települések alatt a szerző elsősorban Győrt, Miskolcot és Szegedet érti. Ezen fejezet arra tesz kísérletet, hogy bemutassa Eger turisztikai teljesítőképességét az imént felsorolt versenytársakhoz képest.

Jelen fejezet felvezetésében említett kiemelt szerepkört Eger egyértelműen 2015 és 2017 között tudhatta magáénak a 4. ábra alapján. Ugyanis a leglátogatottabb települések rangsorában Egerhez hasonló turisztikai termékkínálattal rendelkező településekhez mérten ezen időintervallumban ért el kiemelkedő teljesítményt. 2018-tól ezt a pozícióját egyértelműen elvesztette, Győr és Szeged, korábban Sopron, majd később Miskolc települések „személyében” jelentős kihívók jelentek meg és megindult ezen kategóriában a versengés a kiemelt jelző megszerzésért.

A szerző véleménye alapján rövidtávon Eger számára alapvetően nem a potenciális vetélytársak megelőzése kell, hogy legyen az elsődleges célkitűzés, hanem a TOP 10 kategóriába való bekerülés. Ugyanis ez az a kategória, mely egyértelműen jelzi egy település turisztikailag kiemelt státuszát, továbbá könnyen és hatékonyan építhető ezen eredményre marketingstratégia. Eger viszont már 2018-tól kiszorult a TOP 10 települések közül. Ebben a tekintetben nagyon tanulságos lehet Sopron esete, mely település 2010-ben még a 7. leglátogatottabb település volt, a tavalyi 2021-es évben viszont már csak a 18.

4. ábra: Eger, Győr, Miskolc, Szeged, Sopron a leglátogatottabb települések rangsorában 2010 és 2021 között



Forrás: Saját szerkesztés. Adat: KSH adatbázis, 2022

2. táblázat: Magyarország leglátogatottabb településeinek vendégéjszakáinak száma a kereskedelmi szálláshelyeken, 2019-ben és 2021-ben

| Település,<br>2021-es helyezés |     | 2019 (éj)  | Változás<br>2018-ról<br>(%) | Település,<br>2019-es helyezés |     | 2021 (éj) | Változás<br>2019-ről<br>(%) |
|--------------------------------|-----|------------|-----------------------------|--------------------------------|-----|-----------|-----------------------------|
| Budapest                       | 1.  | 10 703 950 | +3,44%                      | Budapest                       | 1.  | 3 444 345 | -67,82%                     |
| Hévíz                          | 4.  | 1 144 141  | +0,76%                      | Hajdúszoboszló                 | 3.  | 534 125   | -45,50%                     |
| Hajdúszoboszló                 | 2.  | 979 995    | -0,84%                      | Balatonfüred                   | 4.  | 509 478   | -30,56%                     |
| Balatonfüred                   | 3.  | 733 687    | +0,63%                      | Hévíz                          | 2.  | 507 701   | -55,63%                     |
| Bük                            | 7.  | 722 757    | -2,42%                      | Siófok                         | 6.  | 493 587   | -28,95%                     |
| Siófok                         | 5.  | 694 729    | +5,23%                      | Zalakaros                      | 7.  | 428 250   | -36,00%                     |
| Zalakaros                      | 6.  | 669 158    | +4,99%                      | Bük                            | 5.  | 331 316   | -54,16%                     |
| Sárvár                         | 8.  | 533 253    | +9,18%                      | Sárvár                         | 8.  | 323 806   | -39,28%                     |
| Győr                           | 14. | 452 822    | -4,93%                      | Miskolc                        | 9.  | 296 965   | -24,51%                     |
| Szeged                         | 10. | 440 574    | -0,81%                      | Szeged                         | 10. | 287 748   | -34,69%                     |
| Eger                           | 12. | 435 280    | -1,30%                      | Gyula                          | 12. | 253 636   | -40,61%                     |
| Gyula                          | 11. | 427 055    | -1,76%                      | Eger                           | 11. | 238 915   | -45,11%                     |

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés. Adat: KSH adatbázis, 2022

A vendégforgalom éves statisztikáinak egyik legizgalmasabb eleme a települési látogatottsági adatok, melyekből kiderül Magyarország leglátogatottabb településeinek rangsora. Különösen érdekes következtetések vonhatók le a rangsorolásból a pandémiával sújtott években. A 2. táblázat a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakaszám alapján a leglátogatottabb települések ranglistáját mutatja be a 2019-es és 2021-es években. A koronavírus-járvány következtében bevezetett korlátozó intézkedések hatására jelentős mértékű vendégéjszakaszám csökkenés volt tapasztalható a leglátogatottabb települések mindegyikén.

A legnagyobb mértékű és arányú veszteséget egyértelműen Budapest szenvedte el, melynek újbóli turisztikai felfutása erősen függ a nemzetközi turizmus helyzetétől. A leglátogatottabb települések turisztikai teljesítőképességében 2020-ról 2021-re egyértelmű javulás volt tapasztalható, azonban a 2019-es rekordévhez képest arányaiban még így is bőven kétszámjegyű, átlagosan 43%-os a visszaesés.

A leglátogatottabb települések listáján hosszú éveken át – Budapestet leszámítva – Eger volt az első olyan település, mely kiemelt szerepkörét alapvetően nem az egészségturisztikai szolgáltatóinak köszönhette, továbbá nem is Balaton parti település. Ezt a kiemelt szerepkörét a barokk főváros – a statisztikák alapján – a rekordévnek számító 2019-ben sem volt képes felmutatni, hiszen Győr és Szeged is megelőzte ebben a tekintetben.

A 2020-as évben pedig igen távol került ettől a címtől, sőt egy újabb kihívóval gyarapodott Miskolc „személyében”, mely földrajzilag is igen közel áll hozzá és középtávon akár megindulhat a vetélkedés a két megyeszékhely között a Mátra-Bükk turisztikai térség idegenforgalmi központja címért. A miskolci „felfutás” hátterében az áll, hogy arányait tekintve a legkisebb visszaesést szenvedte el 2019-ről 2021-re Miskolc, 24,51%-os visszaesséssel a leglátogatottabb települések listáján messze a legoptimistább jövőképpel számolhat az egykori Acélváros.

3. táblázat: A leglátogatottabb települések a vendégéjszakák száma alapján kereskedelmi szálláshelyeken (db), 2022 májusáig

| No.        | Terület        | Január        | Február       | Március       | Április       | Május         | Májusig összesen |
|------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------|
| 1.         | Budapest       | 323.389       | 352.057       | 509.596       | 564.267       | 576.679       | 2.325.988        |
| 2.         | Hévíz          | 35.910        | 43.507        | 49.807        | 56.341        | 64.289        | 249.854          |
| 3.         | Hajdúszoboszló | 34.682        | 35.427        | 41.227        | 45.578        | 48.614        | 205.528          |
| 4.         | Sárvár         | 29.951        | 34.195        | 37.291        | 39.377        | 38.732        | 179.546          |
| 5.         | Bük            | 24.669        | 33.219        | 38.022        | 35.310        | 34.749        | 165.969          |
| 6.         | Zalakaros      | 23.466        | 38.444        | 32.531        | 42.006        | 28.936        | 165.383          |
| 7.         | Szeged         | 20.096        | 21.240        | 27.269        | 33.259        | 32.154        | 134.018          |
| 8.         | Gyula          | 16.306        | 17.474        | 23.431        | 26.222        | 28.671        | 112.104          |
| 9.         | Miskolc        | 16.640        | 18.316        | 21.552        | 27.529        | 24.446        | 108.483          |
| 10.        | Siófok         | 14.579        | 15.304        | 18.563        | 26.110        | 30.560        | 105.116          |
| <b>11.</b> | <b>Eger</b>    | <b>12.052</b> | <b>14.168</b> | <b>20.405</b> | <b>24.323</b> | <b>24.097</b> | <b>95.045</b>    |
| 12.        | Győr           | 11.334        | 13.191        | 19.245        | 24.123        | 23.512        | 91.405           |
| 13.        | Balatonfüred   | 6.893         | 7.904         | 10.045        | 30.468        | 33.351        | 88.661           |
| 14.        | Sopron         | 10.485        | 12.143        | 19.382        | 21.255        | 24.971        | 88.236           |
| 15.        | Pécs           | 8.025         | 13.439        | 17.344        | 21.352        | 22.147        | 82.307           |

*Forrás: Saját szerkesztés. Adat: KSH adatbázis, 2022*

Jelen tanulmány leadásáig a Központi Statisztikai Hivatal honlapján 2022 májusáig érhetők el vendégforgalmi adatok. Ezen statisztikákat összegezve a 3. táblázaton látható a leglátogatottabb települések listája az év ezen részére. Ez alapján Eger pozíciója koránt sem nevezhető kiemelkedőnek, ugyanis Szeged és Miskolc is jelentősebb előnyre tett szert az év első felében, továbbá a turisztikai teljesítőképesség alapján Győr is komoly vetélytársként azonosítható. Nyilvánvalóan a nyári hónapok jelentős fordulatokat hozhatnak a turisztikai teljesítőképességben, viszont a jelenleg rendelkezésre álló májusig bezáródó adatok is intő előjelként szolgálhatnak.

A 2022-es évre az epidemiológiai kockázatok jelentősen mérséklődtek, azonban az idei évben Európa-szerte energiaválság kezdett el kibontakozni, melynek a turizmus-vendéglátásra gyakorolt hatásai szintén recesszió közeli állapotokat hozhat a szektor számára. Tehát Eger turisztikailag kiemelt szerepköre az elmúlt évek teljesítménye alapján erősen megkérdőjelezhetővé vált, továbbá fenyegető az is, hogy a jövőbeni tendenciák milyen újabb kihívások elé állítják a Barokk fővárost.

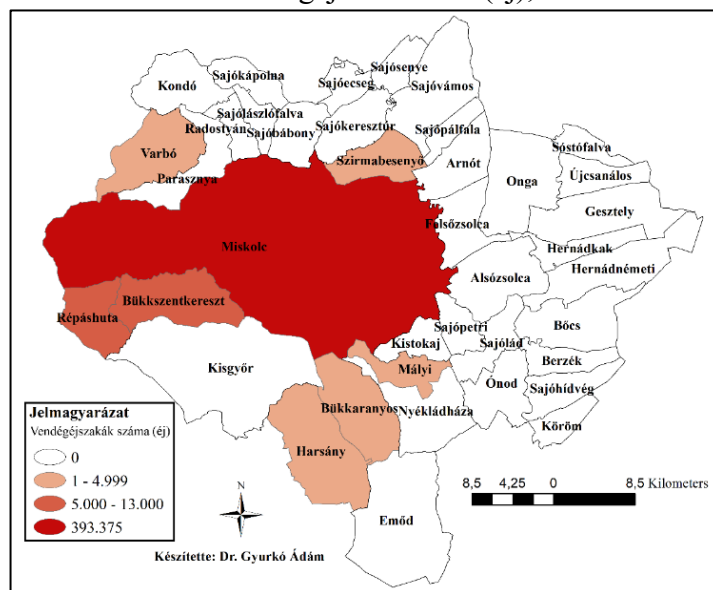
4. táblázat: A vizsgált települések járásainak turisztikai teljesítőképessége a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött vendégéjszaka szám alapján 2019 és 2021 között

| No. | Járás          | 2019    | 2020    | 2021    |
|-----|----------------|---------|---------|---------|
| 1.  | Egri járás     | 883.534 | 492.334 | 529.081 |
| 2.  | Győri járás    | 513.468 | 201.579 | 244.538 |
| 3.  | Soproni járás  | 505.791 | 240.270 | 277.276 |
| 4.  | Szegedi járás  | 454.590 | 245.940 | 301.528 |
| 5.  | Miskolci járás | 421.131 | 277.339 | 314.643 |

*Forrás: Saját szerkesztés. Adat: KSH adatbázis, 2022*

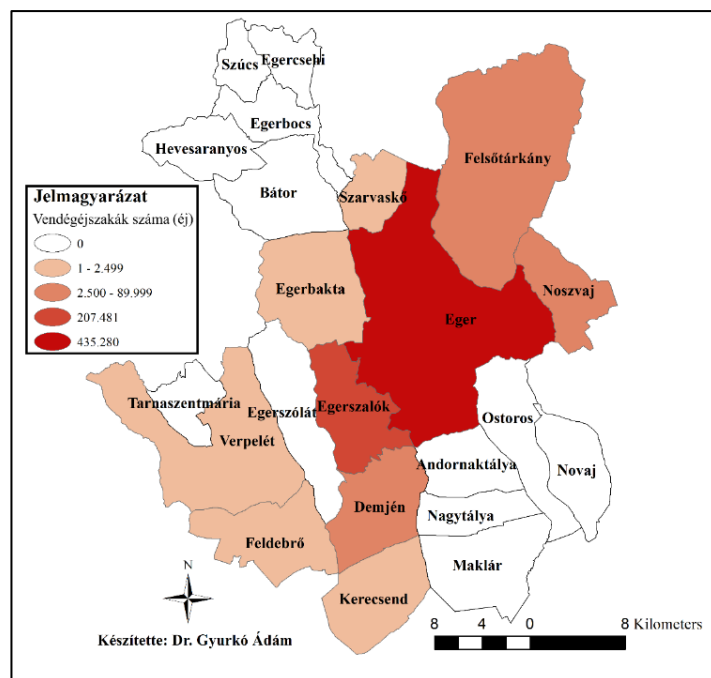
Egy település turisztikai teljesítőképessége ugyanakkor sok esetben túlmutat annak közigazgatási határain. A desztinációs logika értelmében egy település turisztikai teljesítőképességének értékelése során annak közvetlen környezetét is szükségszerű görcső alá venni. A 4. táblázat a vizsgált települések járásainak teljesítőképességét mutatja a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött vendégéjszaka szám alapján 2019 és 2021 között. A rangsor a 2019-es év teljesítménye alapján készült. Ebben a felállásban már az egri térség turisztikai teljesítőképessége messze túlmutat a versenytársakon. A potenciál háttérében valós turisztikai teljesítménnyel rendelkező települések állnak úgy, mint Demjén, Egerszalók, Felsőtárkány, Noszvaj stb. Ilyen potenciállal bíró települések Győr, Sopron, Szeged, Miskolc esetében nem azonosíthatók, melynek révén – szélesebb körben értelmezve – az egri desztináció várhatóan még hosszú éveken át képes lesz fenntartani kiemelt szerepkörét.

5. ábra: A Miskolci járás településeinek a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött vendégéjszaka szám (éj), 2019



*Forrás: Saját szerkesztés. Adat: KSH adatbázis, 2022*

6. ábra: Az Egri járás településein a kereskedelmi célú szálláshelyeken eltöltött vendégéjszaka szám (éj), 2019



*Forrás: Saját szerkesztés. Adat: KSH adatbázis, 2022*

Az 5. és a 6. ábrákon, térképeken szemléltetve is látszik, az Egri és a Miskolci járások turisztikai teljesítőképessége 2019-ben. A térképekről is leolvasható, hogy Eger jelentősebb idegenforgalmi teljesítőképességgel rendelkező települések veszik körbe. Az ezen településre érkezők döntő többsége Eger belvárosát is felkeresik turisztikai célzattal, így a város idegenforgalmi teljesítőképessége messze túlmutat a települési forgalmi mutatókon. Jelenleg a desztinációs logika érvényre juttatásával lehet csak képes Eger versenytársaihoz mérten megőrizni kiemelt szerepkörét. Tehát a desztinációs menedzsment szerves részévé szükséges emelni a környező, turisztikai potenciállal bíró településeket.

## 5. Következtetések

Magyarország vendégforgalmának területi és keresleti átrendeződése 2019 és 2022 között elsősorban a koronavírus járvány hatására következett be. Az átrendeződés elsősorban a gyógy- és termálfürdők keresleti igényeinek háttérbe szorulása kapcsán azonosítható, viszont megjegyzendő az is, hogy ezen turisztikai termék volt leginkább korlátozva a pandémia alatt. A területi átrendeződés pedig elsősorban Budapest fajsúlyának jelentős csökkenése nyomán azonosítható, melynek háttérében a nemzetközi turizmus válsága húzódott. Budapest fajsúlyának és az egészségturizmus meghatározottsága hazánkban vélhetőleg az elkövetkezendő években folyamatosan növekedni fog, azonban kétséges, hogy a 2019-es szinteket újra el tudja-e érni. A poszt-covid időszak ugyanis a tömegturizmus és az egészségturizmus mérséklődését idézheti elő, ugyanis a kiemelt, tömegeket vonzó desztinációk és attrakciók epidemiológia kockázatokat hordozhatnak. A közegészségügyi biztonságfaktor felértékelődése nyomán pedig jelentős számú turista inkább az alternatív turisztikai termékeket és desztinációkat részesítheti előnyben.

Az országos tendenciáknak megfelelően Eger város turisztikai teljesítménye is jelentős mértékű visszaesést szenvedett el 2020-ban. A város idegenforgalmi meghatározottsága – az elsődleges versenytársakhoz képest – viszont már 2018-tól hanyatlani kezdett. A 2022-es év részleges statisztikai adatai is arra adnak következtetést, hogy a Barokk főváros Győr, Szeged és újabban Miskolc „személyében” komoly versenytársakra talált. Ugyanakkor, ha ezen települések közvetlen környezetének idegenforgalmi teljesítőképességét is megvizsgáljuk, akkor

megállapítható, hogy az egri desztináció messze felülmúlja a tanulmányban említett versenytársak kapacitását. Eger egyre inkább erősödő vetélytársakkal néz szembe a hazai turizmus piacán és jelenleg a versenyelőnyös helyzetét az erős térségi turisztikai meghatározottságnak köszönheti. A térségi potenciált elsősorban Demjén, Egerszalók, Felsőtárkány és Noszvaj idegenforgalmi teljesítménye jelenti. Tehát a kiemelt szerepkör megőrzése érdekében szükség szerű, hogy a desztinációs menedzsment szerves részét képezze a környező, turisztikai potenciállal bíró települések.

## Irodalomjegyzék

AUBERT, A. – BARCZA, A. – GONDA, T. – HORVÁTH, Z. – PÁLFI, A. (2017): Paradigmaváltás(ok) a magyarországi turisztikai desztinációk fejlesztésében és menedzselésében. *Turizmus Bulletin*, 17(1-2): pp. 15-25.

AUBERT, A. – SZABÓ, G. (2011): Magterületek pp. 1-20. In: DÁVID, L. (szerk.): Magyarország turisztikai régiói: „Komplex megközelítésű digitális tananyagfejlesztés a közgazdaságtudományi képzési terület turizmus alap- és mesterszakjaihoz” TÁMOP-4.1.2-08/1/A-2009-0051. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, pp. 41-53.

ÁRPÁSI, Z. – GÖDÖR, ZS. – NYÁRI, CS. (2021): Gondolatok a COVID járvány uniós és hazai gazdasági hatásairól. *Deliberationes tudományos folyóirat* 14(1): pp. 59–70. (<https://doi.org/10.54230/Delib.2021.1.59>)

FOTIADIS, A. – POLYZOS, S. – S.–HUAN, T.C. (2021): The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. *Annals of Tourism Research*, 87(3): pp. 103–117. (<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103117>)

GÖSSLING, S. – SCOTT, D. – HALL, M. (2020): Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1): pp. 1-20. (<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>)

GYURKÓ, Á. – BUJDOSÓ, Z. (2019): Turisztikai versenyképesség és potenciál kapcsolata az Észak-Magyarország régióban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(3): pp. 4-20. (DOI: 10.15170/TVT.2019.04.03.01)

HORVÁTH, Z. – MAGYAR-PAPP, J. – PÁLFI, A. (2016): A turisztikai térhasználat és a desztináció menedzsment összefüggései. *Modern Geográfia*, 11(4), pp. 1-14.

KOVÁCS, L. – KELLER, K. – TÓTH-KASZÁS, N. – SZŐKE, V. (2021): A Covid19-járvány hatása egyes turisztikai szolgáltatók működésére: azonnali válaszok és megoldások. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(2): pp. 6-24. (<https://doi.org/10.15170/TVT.2021.06.02.>)

KUPI, M. – SZEMERÉDI, E. (2022): A magyarok környezettudatos utazással kapcsolatos attitűdjének és egyes magatartásformáinak vizsgálata a Covid-19 járvány tükrében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 7(2): pp. 49-71. (<https://doi.org/10.15170/TVT.2022.07.02.04.>)

MICHALKÓ, G. (2022). *A turizmus esszenciája*. Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 25-99. (DOI: 10.1556/9789634547914)

MICHALKÓ, G. (2020): A biztonság szerepe a turizmus rendszerében. In: MICHALKÓ, G. – NÉMETH, J. – RITECZ, GY. (szerk.): *Turizmusbiztonság*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, pp. 15-28.

MICHALKÓ, G. (2016): *Turizmológia – Elméleti alapok*. Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 36-95.

- NAGY, D. – CSAPÓ, J. – VÉGI, SZ. (2021): A jövő turizmusa, a turizmus jövője – vállalkozói prognózis kutatás a Dél-dunántúli turisztikai vállalkozók szemszögéből. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(2): pp. 72-85. (<https://doi.org/10.15170/TVT.2021.06.02>.)
- NOD, G. – MÓKUSNÉ, PÁLFI, A. – AUBERT, A. (2021): Kispadra ültetett desztinációmenedzsment a pandémia félidejében(?). *Turizmus Bulletin*, 21(2): pp. 43-54. (<https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n2.5>)
- PALKOVICS, K. (2022): A turizmus és a gazdaság alakulása Magyarországon és az Európai Unióban a Covid-19 árnyékában. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 7(3): pp. 76-89. (<https://doi.org/10.15170/TVT.2022.07.03.06>)
- PAPP, ZS. (2012): A turisztikai desztinációk versenyképessége–hogyan mérjük? Modellek és módszerek áttekintése. In: BAJMÓCY, Z. – LENGYEL, I. – MÁLOVICS, GY. (szerk.): *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*, JATEPress, Szeged. 225-238.
- PARAMATI, S. R. – ALAM, M. S. – CHEN, C.-F. (2017): The Effects of Tourism on Economic Growth and CO2 Emissions: A Comparison between Developed and Developing Economies. *Journal of Travel Research*, 56(6): pp. 712–724.
- RITCHIE, J. R. B. - CROUCH, G. I. (2003): *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing, Wallingford. pp. 60-78.
- SZIVA, I. (2010): A turisztikai desztinációk versenyképessége. Egyedül miért nem, együtt mikor és meddig? *Turizmus Bulletin*, 14(3), 40–49.
- VÉGI, SZ. (2021): Magyarország járási szintű turisztikai centrumtérseégeinek lehatárolása és hazánk kiemelt turisztikai térségeivel történő összevetése térökonometriaival módszerekkel. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(3): pp. 44-58. (DOI: 10.15170/TVT.2021.06.03.03.)

## HALLGATÓK FENNTARTHATÓ TURISZTIKAI FOGYASZTÁSAI

*Kántor Szilvia*

*egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Közgazdasági Intézet,  
Nemzetközi Gazdaságtan Intézeti Tanszék; kantor.szilvia@gtk.uni-pannon.hu*

*DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.03*

### **Absztrakt**

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

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

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

*Kulcsszavak: hallgatók, környezetvédelem, fenntarthatóság, turizmus*

*Köszönetnyilvánítás: A cikkben bemutatott kutatás a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által biztosított forrásból RRF-2.3.1-21-2021 számú "Éghajlatváltozás Multidiszciplináris Nemzeti Laboratórium létrehozása" című projekt támogatásával valósult meg.*

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

### **Abstract**

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

The aim of this research is to assess the awareness regarding sustainability and to identify what sacrifices they make during the travels to be "green" in the case of tourism habits of the first-year Hungarian and international students attending the Faculty of Business and Economics of the University of Pannonia.

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

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

*Acknowledgment: The research presented in this article was carried out with the support provided from the National Research, Development and Innovation Office financed by the project no.RRF-2.3.1-21-2021; titled Establishment of a National Multidisciplinary Laboratory for Climate Change.*

## 1. Bevezetés

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

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

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

## 2. Környezettudatos gondolkodás

A környezethez való viszony, illetve a környezeti kérdések megítélése az elérhető információk, az érdeklődési kör, illetve a tudományos kutatások napvilágra kerülésének függvényében folyamatosan változik (MONOSTORI – HÖRICH 2008). Sok esetben pedig a Dunning-Kruger hatás (vagyis az a jelenség, melynek értelmében minél kevesebbet tud valaki egy adott témáról, annál magasabbra értékeli saját tudását azzal kapcsolatban) érvényesülése is befolyásolja az eredmények, főként a kérdőíves megkérdezések értelmezhetőségét (GONDA 2022).

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

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

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

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

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

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

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

| Szerző, évszám                  | Vizsgált célcsoport                         | Fontosabb megállapítások                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| WORSLEY – SKRZYPIEC (1998)      | középiskolások (Ausztrália)                 | Az alacsonyabb társadalmi-gazdasági rétegből származók pozitívabban viszonyultak a tudomány és technika által nyújtott környezetvédelmi intézkedések hatékonyságához.                     |
| BENN (2004)                     | 12-19 éves diákok (Dánia)                   | Véleményük szerint a technikai haladás képes lesz kezelni a környezeti problémákat a jövőben.                                                                                             |
| ASUNTA (2004)                   | 15 éves diákok (Ciprus)                     | Az idősebbek több információforrást használnak a tájékozódásra.<br>A lányok érzékenyebbek a téma iránt.                                                                                   |
| BOYES ET AL (2008)              | középiskolások (Ausztrália)                 | Kevés erőfeszítést igénylő tevékenységek esetén (pl. húsfogyasztás csökkentése) könnyebb elérni a magatartásváltozást.<br>A személyes fogyasztás csökkentésére való hajlandóság alacsony. |
| MICHALOS ET AL. (2009)          | 10-18 éves diákok (Kanada)                  | A pozitív attitűd megléte nő az életkor előrehaladtával, de a magatartásra ez nem feltétlenül igaz.                                                                                       |
| MARJAINÉ SZERÉNYI ET AL. (2012) | középiskolások, egyetemisták (Magyarország) | A környezeti nevelés hatására a természetvédelemmel kapcsolatos attitűd pozitív irányba változik.                                                                                         |

|                                      |                                                   |                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SZŰCS –<br>HÁMORI (2016)             | középiskolások,<br>18-28 évesek<br>(Magyarország) | Fontos szereppel bír a család és a tanárok<br>iránymutatása a környezetvédelmi kérdésekben.<br>A kényelmetlennek ítélt környezetvédelmi<br>tevékenységeket nem szívesen gyakorolja a<br>korosztály. |
| SZEBERÉNYI –<br>VARGA-NAGY<br>(2017) | középiskolások,<br>egyetemisták<br>(Magyarország) | A környezetvédő magatartás természetes a<br>korosztály körében.<br>Szívesen foglalkoznak a témával<br>szabadidejükben is.                                                                           |

*Forrás: Saját szerkesztés*

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

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

Alapvetően elmondható, hogy a hallgatók nyitottak és érdeklődőek a témával kapcsolatban, valamint, hogy fontos számukra a környezetvédelem (SALEHI ET AL. 2016, SZEBERÉNYI – VARGA-NAGY 2017, CHENG – GONZALEZ-RAMIREZ 2020), sok esetben azonban tudásuk inkább csak közepesre értékelhető (SALEHI ET AL. 2016, NMARNÉ KENDÖL 2019, MÉNDEZ-CADENA ET AL. 2020). Annak ellenére, hogy a környezettudatos magatartás egyre inkább természetessé válik számukra (SZEBERÉNYI – VARGA-NAGY 2017), mégis inkább csak kisebb változásokat hajlandóak eszközölni az életükben a probléma mérséklése érdekében (DI GUISTO – LAVALLEE – YU 2018). A fogyasztás csökkentése számukra nem opció, ezt radikálisan elutasítják. A fenntarthatóságot a legtöbben csak a természeti kérdésekkel azonosítják (KAGAWA 2007).

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

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

### 3. A kutatás módszertana

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

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

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

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

A kvantitatív kutatás során egy kérdőíves megkérdezés segítségével számoltak be a hallgatók saját szokásaikról. Összesen 101 értékelhető válasz érkezett a kérdőívre. A kitöltésre a 2021/2022-es tanév II. félévének első felében került sor. A kérdések az általános nyaralási szokásokra (időpont, időtartam, a desztináció sajátosságai, használt közlekedési eszközök, igénybe vett szálláshelyek), a nyaralás és a hétköznapi élet során alkalmazott fenntarthatósági gyakorlatokra, a klímaszorongásra és a demográfiai sajátosságokra vonatkoztak.

### 4. A kutatás eredményei

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

#### 4.1. A fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés eredményei

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

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

- helyi termékek,
- hulladékkezelés,
- szélenergia,
- elektromos járművek,
- megújuló energia,
- természet,

- környezetvédelem,
- újrahasznosítás,
- a bolygó és a természet gondviselése,
- kontroll,
- körkörös gazdaság,
- saját magunk által készített bevásárló táska,
- aktivisták, és
- fogyasztás csökkentés.

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

Kíváncsi voltam, hogy milyen forrásból tájékozódnak, ezzel kapcsolatban azonban igazán konkrét információ nem hangzott el. A hallgatók az interneten és a közösségi média különböző felületein böngészve gyűjtik az információt, néhányan aktivisták (pl.: Greta Thunberg) tevékenységeit követik. Volt, aki a szüleiivel közösen beszélget a témáról, mások nonprofit nemzetközi szervezetek oldalait és blogbejegyzéseit követve tájékozódnak. Saját bevallásuk szerint nem igazán tudatosan keresik az őket érdeklő környezetvédelemmel foglalkozó tartalmakat, inkább csak esetlegesen botlanak ezekben. Arra is rámutattak, hogy az információk valódiságát az esetek többségében nem ellenőrzik le.

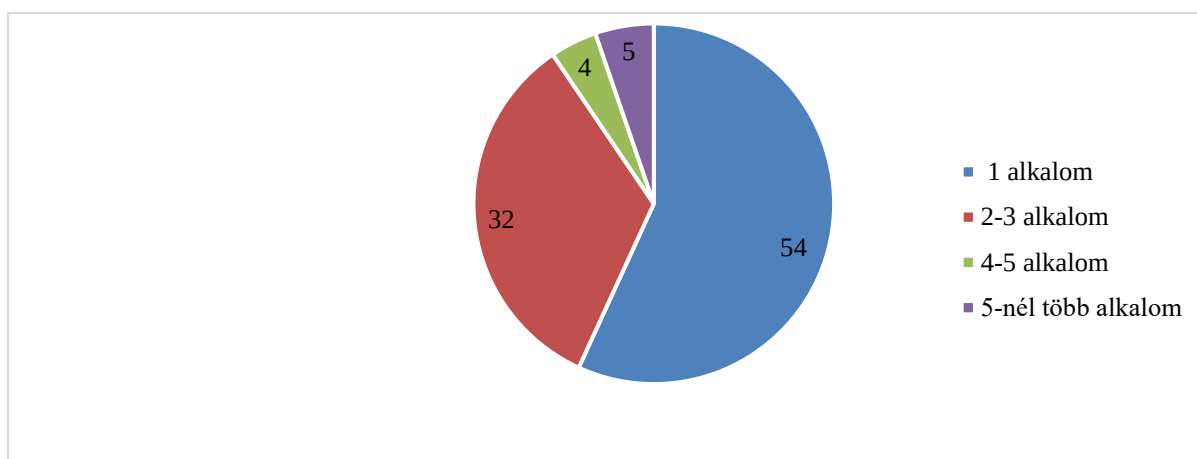
Az utolsó kérdés az őket igazán érdeklő „zöld” témák voltak. Többen említették a környezeti problémák miatt otthonukat elhagyni kényszerülő menekültek helyzetét, az óceánok vízszintjének emelkedéséhez kapcsolódó problémákat, az olajat helyettesítő erőforrásokkal kapcsolatos ismereteket, a környezetbarát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

#### **4.2. A kérdőíves felmérés eredményei**

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

A kitöltők ezt követően először általános utazási szokásaikról számoltak be. Összesen öt fő nyilatkozott úgy, hogy nem szokott nyaralni járni, az ő utazási sajátosságai ebben a részben értelemszerűen nem kerülnek bemutatásra. A többiek éves nyaralásainak számát az 1. ábra ismerteti.

1. ábra: Éves nyaralások száma (fő)

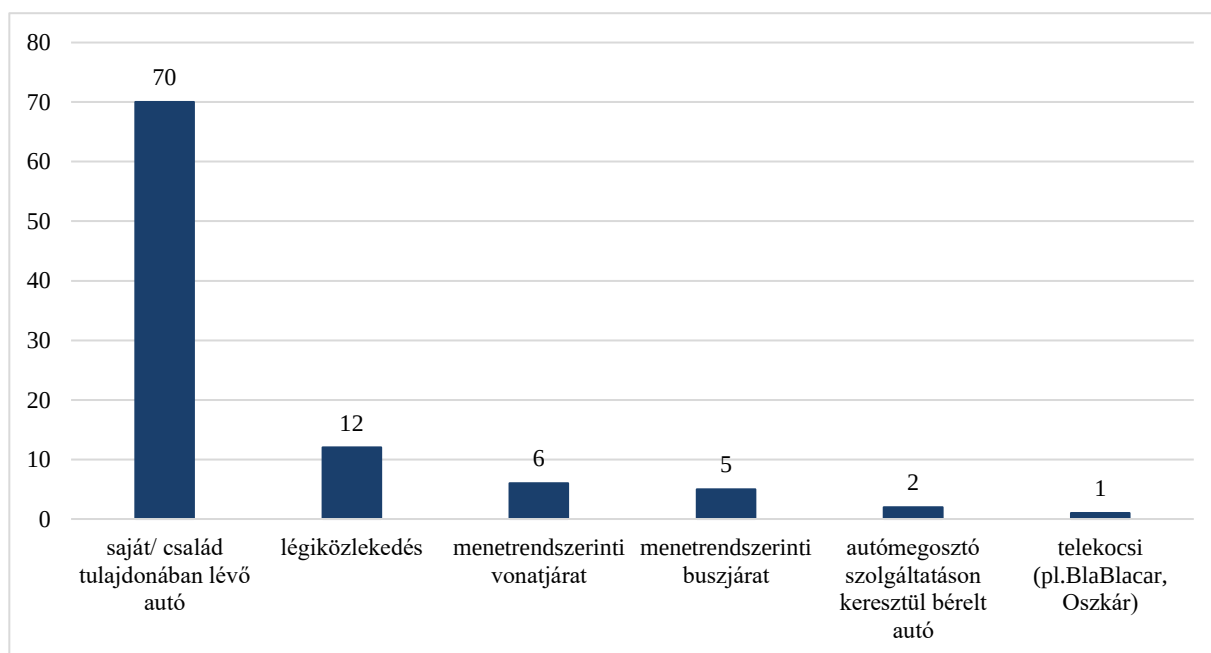


Forrás: Saját szerkesztés

A legtöbben évente általában 1 alkalommal járnak nyaralni (54 fő), valamivel kevesebben engedhetik meg maguknak az évi 2-3 alkalmat (32 fő), ennél többször pedig mindössze csak néhányan utaznak.

Az évszakot tekintve elmondható, hogy a többség nyáron (89 fő) nyaral, az őszt (3 fő), és a tavaszt (4 fő) kevesen jelölték, a télre pedig egy válasz sem érkezett. Az utazásra használt közlekedési eszközöket a 2. ábra mutatja be.

2. ábra: A preferált közlekedési eszközök (fő)



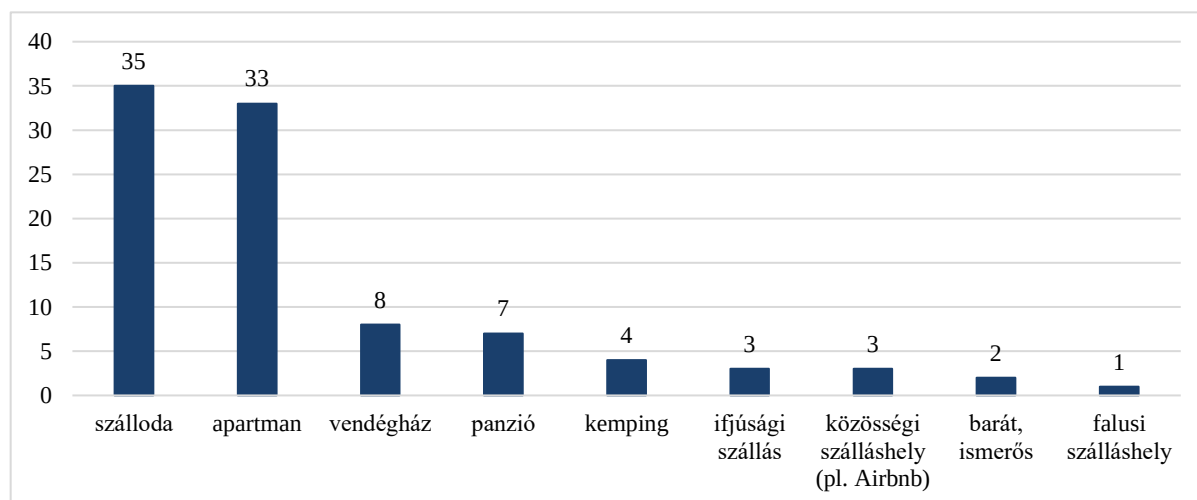
Forrás: Saját szerkesztés

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

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

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

3. ábra: A preferált szálláshelytípusok (fő)



Forrás: Saját szerkesztés

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

Ebben a blokkban még arra kértem a kitöltőket, hogy egy listából válasszák ki azokat a nyaralóhely típusokat, melyeket előnyben részesítenek. Egy válaszlehetőséget több alkalommal is bejelölhettek. A belföldi (50 említés) és a külföldi (55 említés) desztinációk közel azonos népszerűségnek örvendtek. Leginkább a csendes vízparti nyaralóhelyeket (59 említés), a természetközeli nyaralóhelyeket (49 említés) és a csendes, nyugodt kisebb városokat (43 említés) preferálják a válaszadók. Ezt követi a hegyvidék (28 említés), a nagyváros, metropolisz (25 említés), a falusi nyaralóhely (23 említés) és az élénk vízparti település (23 említés).

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

1. táblázat: A hallgatók környezettudatos magatartása

| Állítások                             | Átlag | Szórás | Medián | Módusz |
|---------------------------------------|-------|--------|--------|--------|
| Főszezonon kívül utazok               | 2,75  | 1,142  | 3,00   | 3      |
| Kerülöm a túlszűfolt helyeket         | 3,21  | 1,222  | 3,00   | 3      |
| Meglátogatok helyi termelői piacokat  | 2,74  | 1,316  | 3,00   | 2      |
| Helyi termelőktől vásárolok           | 2,88  | 1,216  | 3,00   | 3      |
| Keresem a helyi ízeket                | 3,84  | 1,182  | 4,00   | 5      |
| Kevesebb húst fogyasztok              | 2,08  | 1,228  | 2,00   | 1      |
| Inkább szezonális ételeket fogyasztok | 3,30  | 1,162  | 3,00   | 3      |
| Nem veszek felesleges holmikat        | 3,09  | 1,266  | 3,00   | 3      |
| Odafigyelek az energiahasználatra     | 3,14  | 1,101  | 3,00   | 3      |
| Odafigyelek a vízhasználatra          | 3,23  | 1,081  | 3,00   | 3      |

|                                                     |      |       |      |   |
|-----------------------------------------------------|------|-------|------|---|
| Vigyázok a természetre                              | 4,03 | 1,100 | 4,00 | 5 |
| Környezetbarát szálláshelyet választok              | 3,08 | 1,130 | 3,00 | 3 |
| Szívesen költök többet környezetbarát szálláshelyre | 2,89 | 1,204 | 3,00 | 3 |
| Szívesen költök többet környezetbarát termékekre    | 3,07 | 1,207 | 3,00 | 3 |
| Kerülöm az eldobható evőeszközöket                  | 3,59 | 1,245 | 4,00 | 5 |
| Szelektíven gyűjtöm a hulladékot                    | 3,92 | 1,202 | 4,00 | 5 |
| Nem szemetelek                                      | 4,44 | 0,971 | 5,00 | 5 |
| Ha lehet, biciklizek, gyalogolok                    | 3,95 | 1,070 | 4,00 | 5 |
| Másokat is ösztönzők a környezetvédelemre           | 3,36 | 1,180 | 3,00 | 3 |
| Tiszteletben tartom a helyieket                     | 4,50 | 0,871 | 5,00 | 5 |

*Forrás: Saját szerkesztés*

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

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

2. táblázat: A környezetvédelemmel kapcsolatos attitűd a hétköznapiak során

| Attitűd                             | Átlag | Szórás | Medián | Módusz |
|-------------------------------------|-------|--------|--------|--------|
| Érdeklődés a környezetvédelem iránt | 3,89  | 1,009  | 4,00   | 4      |
| Aggodalom a környezetvédelem miatt  | 3,85  | 1,043  | 4,00   | 4      |
| Klímaszorongás                      | 2,45  | 1,269  | 3,00   | 1      |
| Környezetbarát élet                 | 3,70  | 0,625  | 4,00   | 4      |

*Forrás: Saját szerkesztés*

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

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

## 5. Összegzés

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

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

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

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

A szakirodalmi elemzés és a kutatási eredmények tükrében véleményem szerint a hallgatók utazásai során tanúsított környezetbarát attitűdjének erősítésében nagy szerepe van a közeli családtagok és barátok véleményének, valamint magatartásának. Hiszen a kisgyermekkorban otthonról hozott minták a későbbiekben automatikus cselekvéssé válhatnak, melyek felnőttkorban is meghatározhatják, hogy mennyire viselkedünk környezetbarát módon utazásaink során.

A nem megfelelő viselkedési elemekkel való küzdelem egyik kulcsfontosságú eszköze az oktatás, melynek már egészen fiatal korban, akár már a bölcsődében vagy az óvodában fel kell hívni a gyermekek figyelmét az alapvető és könnyen elsajátítható környezetbarát magatartási formák fontosságára, melyet otthon családjukkal is gyakorolni tudnak. A későbbiekben pedig az alap- és a középfokú oktatási intézményeknek sem szabad háttérbe szorítani ezeket a témákat. A természettudományos oktatás keretein belül érdemes minél hangsúlyosabban és figyelemfelkeltőbben felhívni a tanulók figyelmét a problémák súlyosságára, illetve rávilágítani az összefüggésekre. Ez több szempontból is fontos, hiszen a fiatalok tudásának bővítése mellett a mögöttes indokok figyelembevételével könnyebben megérthetik a helyzet súlyosságát és nagyobb odafigyelést tanúsíthatnak a környezetvédelemmel szemben. Természetesen ezt a felsőoktatás során is folytatni kell, a különböző szakokra vonatkozó környezetvédelmi ismeretek kidomborításával.

A tudásátadás egyik leghatékonyabb formája a kisgyermek és a fiatalok esetén a játékosítás, így a környezetvédelmi neveléssel kapcsolatos foglalkozásokba minél több interaktív játékot és beszélgetést, valamint szakmai kirándulást is érdemes beiktatni. Ezzel párhuzamosan pedig a turizmusban érintett vállalkozásoknak is arra kellene ösztönöznie vendégeiket, hogy utazásaik során is gyakorolják a környezetbarát viselkedést.

## Irodalomjegyzék

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

- BENN, J. (2004): Consumer education between “consumership” and citizenship: experiences from studies of young people. *International Journal of Consumer Studies* 28, pp. 108–116.
- BOYES, E. – SKAMP, K. – STANISSTREET, M. (2008): Australian secondary students’ views about global warming: Beliefs about actions, and willingness to act. *Research in Science Education* 39: pp. 661–680.
- CHENG, H. – GONZALEZ-RAMIREZ, J. (2020): Trust and the Media: Perceptions of Climate Change News Sources Among US College Students. *Postdigital Science and Education* 3(1). DOI: 10.1007/s42438-020-00163-y
- DI GUISTO, B. – LAVALLEE, J. P. – YU, T. (2018): Towards an East Asian model of climate change awareness: A questionnaire study among university students in Taiwan. *PLoS One* 13(10): e0206298. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206298>
- GONDA, T. (2022): Az iskolázottság hatása az empirikus turisztikai kutatások eredményére – A Dunning-Kruger hatás érvényesülésének megfigyelése. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 7(1): pp. 90-97. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.01.06.
- HAQ, S. M. A – AHMED, K. J. (2020): Perceptions about climate change among university students in Bangladesh. *Natural Hazards*. 103. 3683–3713. DOI: 10.1007/s11069-020-04151-0
- JÁGER, B. – RAUSCH, A. (2021): A klímaváltozás oktatása nemzetközi kutatások alapján: elméleti megközelítések, hatékony módszerek és tanulási eredmények. *Iskolakultúra* 31(3): pp. 75–92. <http://orcid.org/0000-0001-5252-9430>
- KAGAWA, F. (2007): Dissonance in students’ perceptions of sustainable development and sustainability. *International Journal of Sustainability in Higher Education* 8(3): pp. 317–338.
- KONYHA, R. (2011): „Zöldebb” családokat! – Fiatalok környezeti attitűdje. *Új Pedagógiai Szemle* 61(1-5): pp. 484-498.
- MARJAINÉ SZERÉNYI, Zs. – ZSÓKA, Á. – KOCSIS, T. – SZÉCHY, A. (2012): A fiatalok fogyasztási és életmódbeli szokásai a környezeti nevelés tükrében. *Új Pedagógiai Szemle* 2012(11-12): pp. 15-36.
- MARKS, E. – HICKMAN, C. – PIHKALA, P. – CLAYTON, S. – LEWANDOWSKI, E. R. – MAYALL, E. E. – WRAY, B. – MELLOR, C. – van SUSTEREN, L. (2021): Young People's Voices on Climate Anxiety, Government Betrayal and Moral Injury: A Global Phenomenon. Elérhető: <https://ssrn.com/abstract=3918955> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3918955> (letöltve: 2021. december 5.)
- MÉNDEZ-CADENA, M. E. – FERNÁNDEZ CRISPÍN, A. – VARGAS, A. C. – RUIZ, P. B. (2020): De La Representación Social Del Cambio Climático A La Acción. *RMIE* 25(87): 1043-1068.
- MICHALOS, A. C. – CREECH, H. – MCDONALD, C. – HATCH KAHLKE, P. M. (2009): *Measuring Knowledge, Attitudes and Behaviours towards Sustainable Development: Two Exploratory Studies*. International Institute for Sustainable Development, Winnipeg, 2009
- MONOSTORI, K. – HÖRICH, B. (2008): Környezettudatosság: Attitűd vagy cselekvés? *Szociológiai Szemle* 2008(2): pp. 57–86.
- NMARNÉ KENDÖL, J. (2019): Hallgatói környezettudatosság környezetvédelmi témakörökben fiatal felnőtt korban. *Képzés és Gyakorlat* 17(3–4): pp. 195-210, <http://doi.org/10.17165/TP.2019.3-4.16>

PISKÓTI, M. (2014): A környezeti kötődés meghatározása és kapcsolata a környezeti attitűddel, mérési megfontolások. In: Hetesi, E. – Révész, B. (szerk.): *"Marketing megújulás": Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciája*. SZTE GTK, Szeged, pp. 311-320.

SALEHI, S. – NEJAD, P. J. – MAHMOUDI, H. – BURKART, S. (2016): Knowledge of global climate change: view of Iranian university students. *International Research in Geographical and Environmental Education* 25:3: pp. 226-243, DOI: 10.1080/10382046.2016.1155322

SZABÓ, S. (2020): A fenntartható turizmus és a helykötődés kapcsolatának vizsgálata a Busójárás kontextusában. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5(2): pp. 78-91. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.02.06

SZEBERÉNYI, A. – VARGA-NAGY, A. (2017): Az ökoturizmus jövője – Összehasonlító elemzés a gyöngyösi diákok körében környezettudatossági aspektusból. *Studia Mundi – Economica* 4(5): pp. 73-82.

SZŰCS, V. – HÁMORI, J. (2016): A fiatalok fenntartható fejlődéssel kapcsolatos ismereteinek és környezettudatos magatartásának kvalitatív vizsgálata. *Journal of Central European Green Innovation* 4(2): pp. 121-134.

VICENTE-MOLINA, M. A. - FERNÁNDEZ-SAINZ, A. - IZAGIRRE-OLAIZOLA, J. (2018): Does gender make a difference in pro-environmental behavior? The case of the Basque Country University students. *Journal of Cleaner Production* 176: pp. 89-98, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.079>

WACHHOLZ, S. – ARTZ, N. – CHENE, D. (2014): Warming to the idea: university students' knowledge and attitudes about climate change. *International Journal of Sustainability in Higher Education* 15(2): pp. 128-141.

WORSLEY, A. – SKRZYPIEC, G. (1998): Environmental attitudes of senior secondary school students in South Australia. *Global Environmental Change* 8: pp. 209–225.

ZSÓKA, Á. – MARJAINÉ SZEMERÉNYI, ZS. – SZÉCHY, A. (2011): A környezeti nevelés szerepe a fenntartható fogyasztás és életmód kialakításában. In: Csutora, M. – Hofmeister Tóth, Á. (szerk.) *Fenntartható fogyasztás? A fenntartható fogyasztás gazdasági kérdései. Szöveggyűjtemény*. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest, pp. 90-109.

ZSÓKA, Á. – MARJAINÉ SZERÉNYI, ZS. – SZÉCHY, A. (2012): A környezeti képzés szerepe az egyetemisták környezeti tudatosságában – a BCE hallgatóinak példáján. In: *Fenntartható fogyasztás? Trendek és lehetőségek Magyarországon*. OTKA 68647 kutatás eredményei. AULA, Budapest, pp. 260-286.

## A SZIGETKÖZ TURIZMUSÁNAK HELYZETE ÉS LEHETSÉGES FEJLESZTÉSI IRÁNYAI

*Strack Flórián*

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

*DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.04*

### **Absztrakt**

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

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

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

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

*Köszönetnyilvánítás: A kutatás a kőszegi Felsőbbfokú Tanulmányok Intézete támogatásával valósult meg.*

## **THE SITUATION AND POTENTIAL DEVELOPMENT DIRECTIONS OF TOURISM IN SZIGETKÖZ**

### **Abstract**

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

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

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

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

*Acknowledgment: The research was supported by the Institute of Advanced Studies of Kőszeg.*

## 1. Bevezetés

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

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

## 2. A Szigetköz, mint turisztikai desztináció

A turizmus pozitív és negatív irányban is befolyásolhatja egy település, vagy térség lakóinak életminőségét, valamint természeti és kulturális értékeinek sorsát. A turizmus megfelelő eszközként szolgálhat egy terület fejlesztésekor, azonban a kívánt pozitív hatások csak akkor érvényesülnek, ha a fejlesztések szakmai szempontból átgondolt tervezéssel, illetve menedzsment társulnak, miközben szem előtt tartják a fenntarthatóságot is. Települési és területi szintű turisztikai fejlesztések esetén fontos, hogy a turizmushoz kötődő fejlesztéseknek támogatniuk kell a helyi lakosok életminőségének javítását is (HALL-LEW 1998, CROUCH – RITCHIE 1999, PUCZKÓ – RÁTZ 2005, UNWTO 2005, CAPÓ – VALLE 2008, PUCZKÓ – SMITH 2010, HUSTINÉ 2011, GHULAMRABBANY et al. 2013).

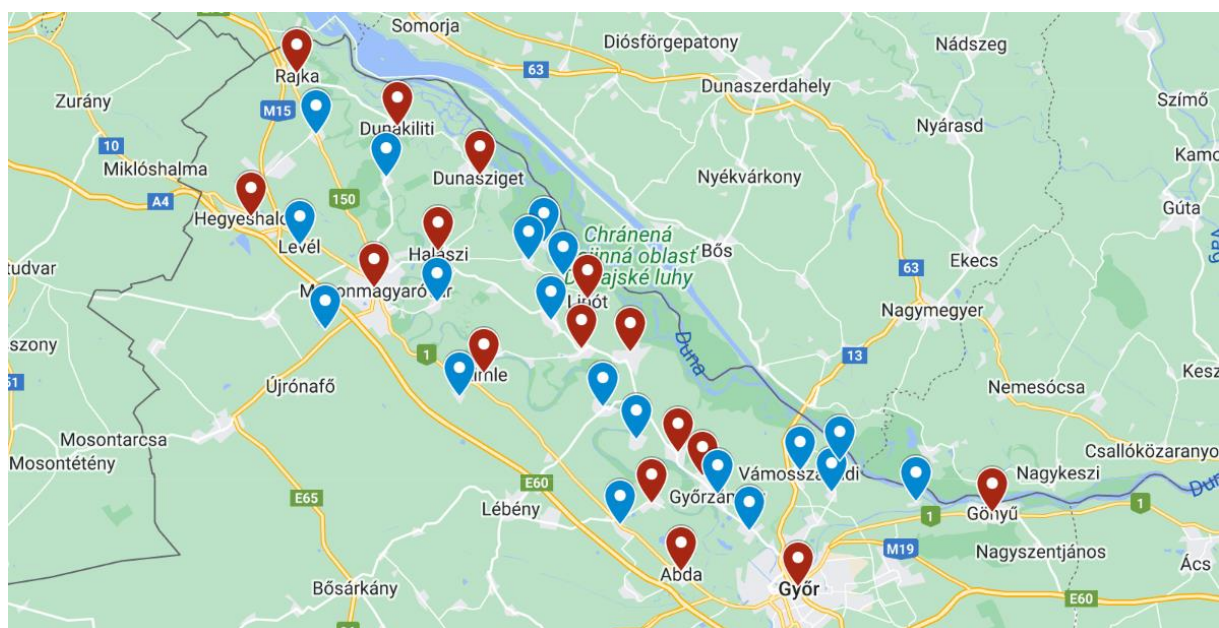
Magyarország nyugati részének meghatározó földrajzi térsége, a Szigetköz esetében fontos szerep juthat a turizmusnak és a turizmus által kínált potenciális hatásoknak. A Szigetköz a Mosoni-Duna és a Nagy-Duna között elterülő, 52,5 kilométer hosszú és 6-8 kilométer széles terület, egyben pedig hazánk legnagyobb szigete (ALEXAY 2018., ORSZAGJARO.NET).

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

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

A Szigetköz jelen tanulmányban vizsgált 35 településéből 16 település része a Győr-Pannonhalma turisztikai térségnek (Abda, Ásványráró, Dunakiliti, Dunaszeg, Dunasziget, Gönyű, Győr, Györladamér, Halászi, Hédervár, Hegyeshalom, Kimle, Kunsziget, Lipót, Mosonmagyaróvár, Rajka) (1. ábra). Az 1. ábrán piros színnel jelöltem azokat a településeket, melyek a Győr-Pannonhalma turisztikai térség részét képezik, kékkel pedig azokat, amelyek a Szigetközben helyezkednek el, de nem tartoznak a nevesített turisztikai térséghez.

### 1. ábra: A Szigetköz vizsgált települései



*Forrás: Saját szerkesztés*

### 3. A turizmus Szigetköz esetében releváns típusai

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

#### 3.1. Kulturális turizmus

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

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

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

- az örökségturisták (érdeklődési kör: műemlékek, történelmi helyszínek – a Szigetközben például: Esterházy-palota, Héderváry-kastély)
- a művészeti turisták (érdeklődési kör: művészeti tevékenységek eredményei – a Szigetközben például: Mária fülke, Piéta szobor),
- a városi kulturális turisták (érdeklődési kör: történelmi városok – a Szigetközben például: Győr),
- a populáris turisták (érdeklődési kör: tematikus parkok, sportesemények, forgatási helyszínek – a Szigetközben például: Xántus János Állatkert, Spirit Kalandpark, Máriakálnoki díjlovagló központ)
- a kreatív turisták (érdeklődési kör: kreatív tevékenységek – a Szigetközben például: Mobilis Interaktív Kiállítási Központ, FUTURA),

- és a rurális kulturális turisták (érdeklődési kör: borvidékek, kultúrtájak – a Szigetközben például: Szigetköz Natúrpark) (RÁTZ 2011).

### **3.2. Vallási turizmus**

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

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

A vallási turizmus az etikus magatartás és a spirituális élmények mellett lehetőséget kínál a turistáknak arra is, hogy felfedezzék a meglátogatott attrakciók történelmi múltját, kultúráját, a helyi lakosok életszemléletét, vagy épp gasztronómiai hagyományait. A látogató akkor is új élményekkel gazdagodhat, ha az alapvető célja valamilyen vallási jelentőséggel rendelkező attrakció meglátogatása volt (NAGY 2020). A Szigetköz tekintve a vallási turizmus alapját adhatja többek a Szent László Herma, a Szent-László Látogatóközpont, a különféle templomok, rendházak és székesegyházak, illetve a vallási témájú rendezvények (pl.: Jézuskeresés, Öt Templom Fesztivál stb.).

### **3.3. Vízi turizmus**

A Szigetköz adottságait tekintve meghatározó a víz jelenléte. A Duna ezen szakasza kevésbé látogatott, mint a Dunakanyar, vagy Budapest környéke, azonban a Szigetköz a „kiemelendő” Duna-parti desztinációk közé sorolható (PÓKÓ, 2019).

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

A vízi turizmus által kínált szolgáltatásokat:

- az igénybe vett közeg,
- a motiváció,
- és az igénybe vett eszközök alapján lehetséges csoportosítani (CSAPÓ – DARABOS 2011).

A turizmus több altípusa is szorosan kapcsolódik a vízi turizmushoz, így például:

- a vízi kalandturizmus (extrém tevékenységek),
- a vízi túrázás (sport és kedvtelési jelleggel),
- a vízi sportturizmus (elsősorban amatőr jelleggel végzett sporttevékenység),
- a fürdőturizmus (elsősorban rekreációs céllal),
- a horgászturizmus (elsősorban nem sport, hanem rekreációs céllal),
- és a személyhajózás is (hosszabb utak, középpontban a kényelem) (CSAPÓ – DARABOS 2011).

A Szigetközt tekintve a víz, mint turisztikai vonzerő leginkább sport célokra alkalmas (pl.: Voluta Nemzetközi Vízikarnevál, vezetett vízitúrák, stb.). A különböző vízhez kötődő sportokhoz a víznek más-más formában történő hasznosítására, illetve különböző jellegű infrastruktúrára van szükség.

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

### **3.4. Egészségturizmus**

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

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

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

Az egészségturizmust valójában nem lehetséges homogén termékként kezelni, hiszen gyűjtőfogalomról van szó. Az egészségturizmusnak két fő irányzatát lehetséges és szükséges megkülönböztetni. Ezek egyike a szolgáltatásaival elsősorban egészséges fogyasztókat megcélzó, egyre népszerűbb wellness-turizmus, amely legfőbb célja a testi és lelki egészség megőrzése, valamint a betegségek megelőzése. A másik irányzat a gyógyturizmus, amely speciális szolgáltatóbázisra támaszkodva elsősorban a gyógyításra helyezi a hangsúlyt (SMITH – KELLY 2006, KARDOS 2011:58., DRYGLAS – RÓZYCKI 2017, QUINTELA et al. 2020). A Szigetköz esetében mind a wellness-, mind pedig a gyógyturizmushoz kapcsolódóan találhatunk jó minőséget biztosítani képes, fejlődési potenciállal rendelkező szolgáltatásokat (pl.: „Bio” Flexum-Termál Gyógyfürdő, Lipóti Termál- és Élmenyfürdő, Rába Quelle Gyógy-, Termál- és Élmenyfürdő).

### **4. A kutatás módszertana**

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

A kutatás kérdései a következők:

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

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatbázisában elérhető, turizmushoz kapcsolódó adatok összegyűjtésére és összegzésére is sor került a kutatás során vizsgált településekhez (összesen 35 darab) kapcsolódóan. A vizsgálat folyamán a települések 2018-as, 2019-es és 2020-as turisztikai adatai közül a kereskedelmi szálláshelyekre, a vendéglátóhelyekre, illetve az idegenforgalmi adóra vonatkozókat tekintetem át.

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

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

A kvantitatív kutatási módszerek közül a kérdőíves megkérdezés tűnt célravezetőnek, így online kérdőíves vizsgálat készült 2022 tavaszán a Szigetköz turisztikai stakeholderei körében. Összesen 29 turisztikai stakeholdert tudtam azonosítani, így a 21 kérdésből álló online kérdőívet 29 turisztikai vállalkozás számára küldtem ki. Közülük 17-en teljes egészében, ketten pedig részlegesen töltötték ki azt, további egy turisztikai szolgáltató pedig jelezte, hogy nem kíván élni a kérdőívkitöltés lehetőségével. Az elemzés során lehetőségem volt arra, hogy a részleges kitöltéseket is felhasználjam.

## 5. A Szigetköz településeinek turizmussal kapcsolatos statisztikai adatai

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

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

| Kereskedelmi szálláshelyekre vonatkozó adattípusok                      | Vendéglátóhelyekre vonatkozó adattípusok           | Idegenforgalmi adóra vonatkozó adattípus                            |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó szállásdíj árbevétele          | Egységek száma az időszak végén (december)         | A helyi önkormányzatok helyi adó bevételeiből az idegenforgalmi adó |
| Kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó külföldi szállásdíj árbevétele | Önálló vállalkozó által működtetett egységek száma |                                                                     |

|                                                                                                      |                                                                                                      |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|                                                                                                      | az időszak végén<br>(december)                                                                       |  |
| Kereskedelmi szálláshelyek<br>belföldi bruttó szállásdíj<br>árbevétele                               | Társas vállalkozás által<br>működtetett egységek száma<br>az időszak végén<br>(december)             |  |
| Kereskedelmi szálláshelyek<br>vendéglátásból származó<br>bruttó árbevétele                           | Nonprofit és egyéb<br>vállalkozás által működtetett<br>egységek száma az időszak<br>végén (december) |  |
| Kereskedelmi szálláshelyek<br>egyéb szolgáltatásokból és<br>reggeliből származó bruttó<br>árbevétele |                                                                                                      |  |
| Egy vendégre jutó bruttó<br>szállásdíj                                                               |                                                                                                      |  |
| Egy vendégéjszakára jutó<br>bruttó szállásdíj                                                        |                                                                                                      |  |
| 1 szoba 1 működési napjára<br>jutó szállásdíj (REVPAR)                                               |                                                                                                      |  |
| Kereskedelmi szálláshelyek<br>-Egy szoba átlagára                                                    |                                                                                                      |  |
| Működő kereskedelmi<br>szálláshely egységek száma                                                    |                                                                                                      |  |
| Kiadható szobák száma                                                                                |                                                                                                      |  |
| Kiadható férőhelyek száma                                                                            |                                                                                                      |  |

*Forrás: Saját szerkesztés*

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

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

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

## 6. Települési turisztikai vonzerőleltár

A vizsgált 35 település kínálata alapján turisztikai vonzerőleltárt készítettem a települések honlapjai, illetve néhány turizmussal foglalkozó weboldal (pl.: programturizmus.hu, utazzitthon.hu, szallas.hu) alapján. Jelen tanulmány terjedelmi korlátai miatt a vonzerőleltár közzlése nem lehetséges.

A települések látnivalóit illetően többségben vannak a vallási turizmusnak (pl.: Szent László Herma, Karmelita Templom és Rendház, Püspökvár és püspöki palota, Szent László

Látogatóközpont, Öt Templom Fesztivál, Jézuskeresés, Szűz Mária Királynő és Szent Gotthárd-plébániatemplom, Pieta szobor, Mária fülke, stb.), valamint az örökségturizmusnak kedvező attrakciók (pl.: mosonmagyaróvári vár, Cselley-ház, boglyakemencék, Hédervár kastély, Esterházy-palota, Ladikos Fesztivál, stb.), illetve mérsékelt mennyiségben ugyan, de a vízi turizmushoz kapcsolható vonzerők is megjelennek (pl.: Győri Sárkányhajó Fesztivál, Voluta Nemzetközi Vízikarneval, Vadludak kikötő, stb.).

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

A Szigetköznek, mint potenciális aktív-és ökoturisztikai desztinációnak jelentős hiányosságai vannak. Összesen 26 darab olyan weboldalt vagy applikációt tekintettem át, amely túraútvonalak és egyéb, az aktív kikapcsolódást szolgáló, természeti erőforrásokra épülő attrakciókat listáz. Ezek közül 12 helyen szerepel valamilyen formában a Szigetköz, a legtöbb esetben viszont nem kiterjedt tartalomról, csupán a tájegység rövid említéséről van szó, esetleg néhány település kínálatának rövid bemutatásáról (pl.: Győr, Mosonmagyaróvár, Lipót).

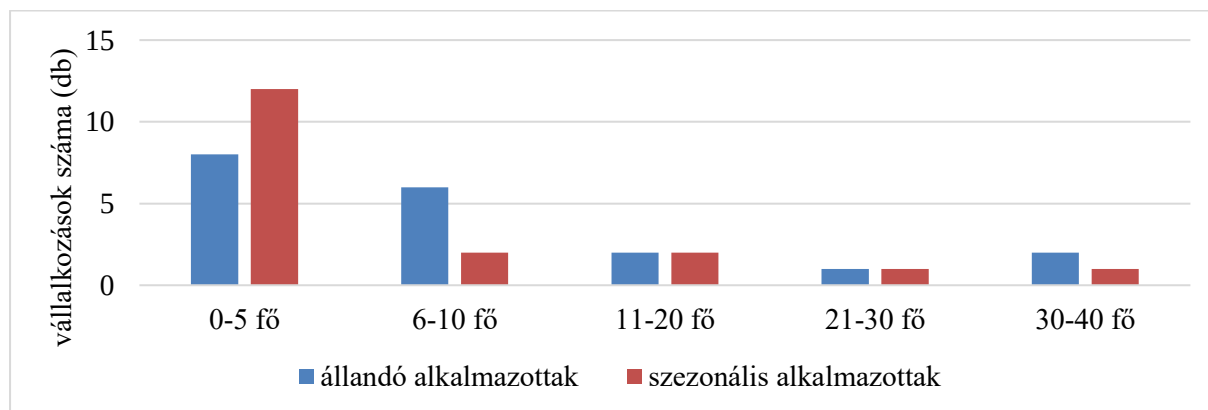
## 7. A turisztikai stakeholder kérdőív eredményei

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

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

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

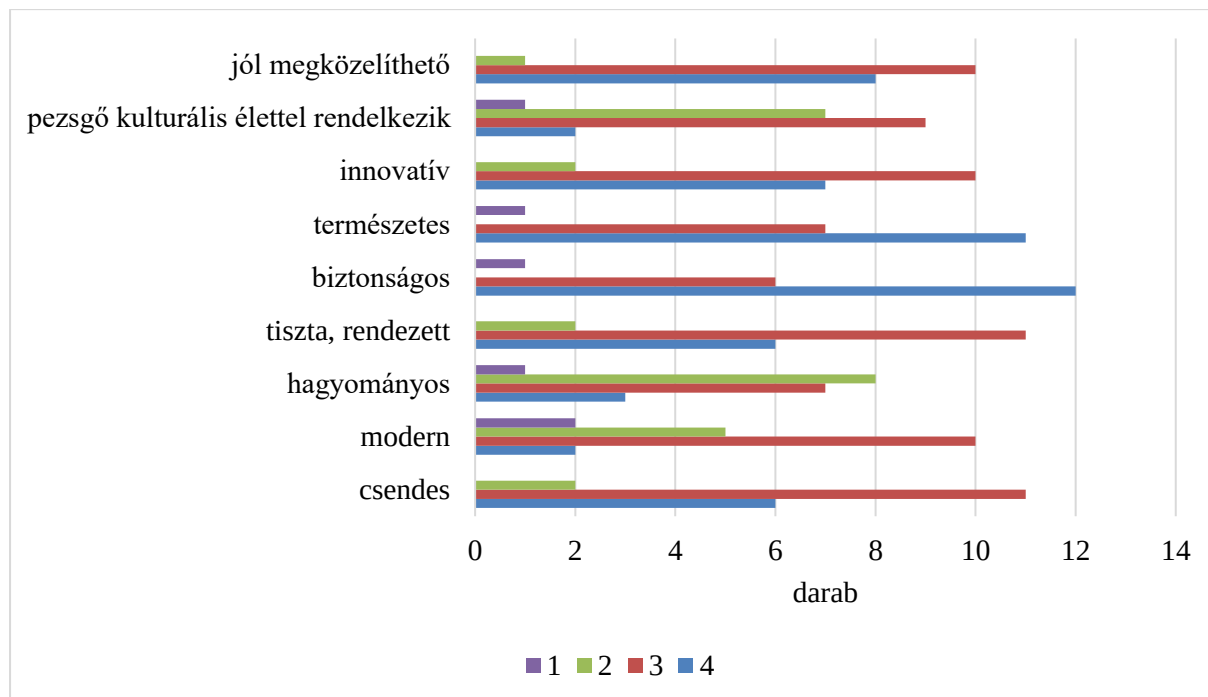
### 2. A felmérésben részt vevő turisztikai vállalkozások/szervezetek alkalmazottainak száma



*Forrás: saját szerkesztés, N=19*

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

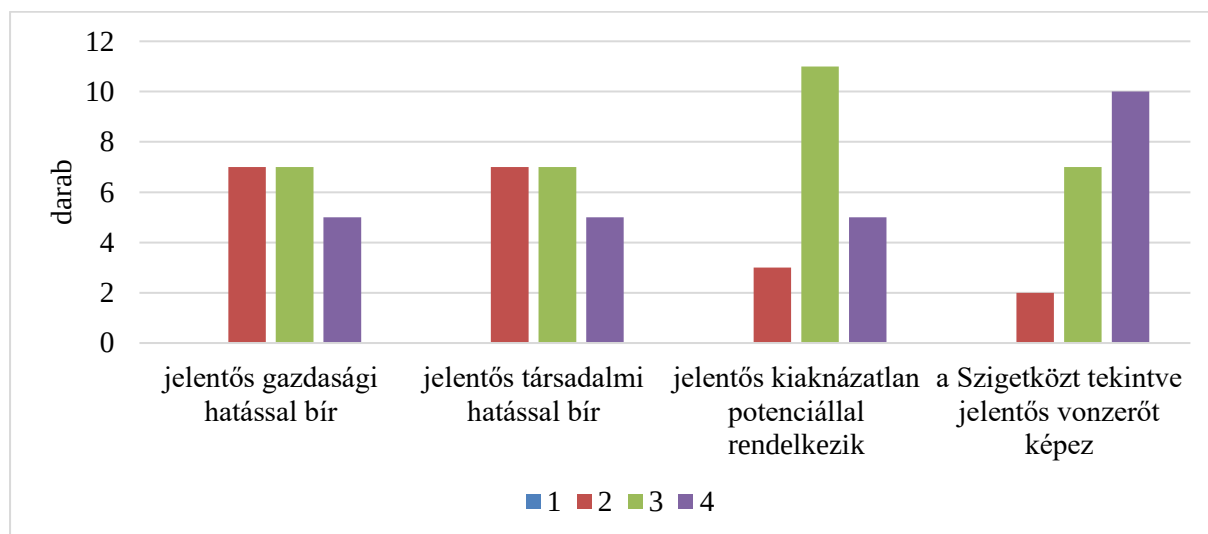
2. ábra: A Szigetköz tulajdonságai a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek szerint



Forrás: saját szerkesztés, N=19

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

4. ábra: A turizmus jellemzői a Szigetközben a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek véleménye alapján



Forrás: saját szerkesztés, N=19

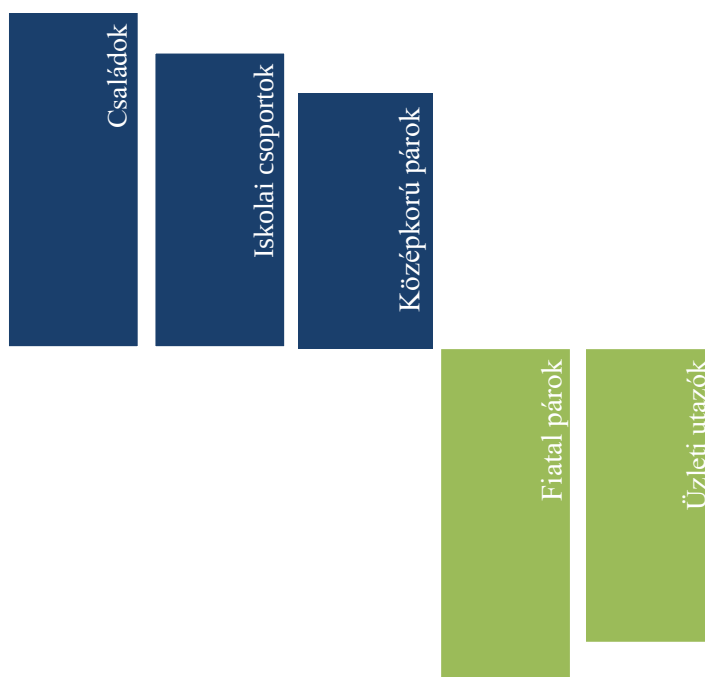
A válaszadók többsége inkább elégedett, vagy teljes mértékben elégedett az alábbi Szigetközben található turisztikai szolgáltatók mennyiségével és minőségével:

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

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

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

3. ábra: A Szigetközre jellemző vendégtípusok a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek tapasztalatai alapján



*Forrás: Saját szerkesztés, N=19*

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

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

A Szigetköz turisztikai attrakcióinak jelentőség szerinti sorrendjében a kérdőívet kitöltő szervezetek 47%-a említett második helyen az egészségturizmushoz kapcsolódó szolgáltatásokat, melyeket 24%-kal az aktív turizmushoz köthető attrakciók követtek (2. táblázat).

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

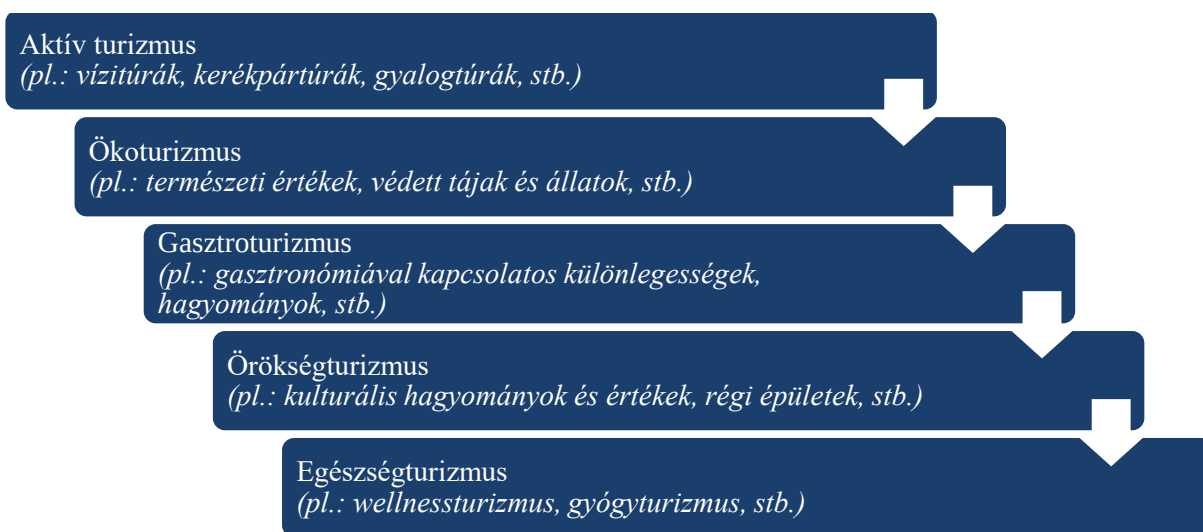
2. táblázat: A Szigetköz leginkább meghatározó turisztikai attrakciói a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderok szerint

| Meghatározó turisztikai termékek |     |                  |     |                               |        |
|----------------------------------|-----|------------------|-----|-------------------------------|--------|
| 1.                               |     | 2.               |     | 3.                            |        |
| Vízi Turizmus                    | 65% | Egészségturizmus | 47% | Kulturális Turizmus           | 35%    |
| Egészségturizmus                 | 18% | Aktív Turizmus   | 24% | Gasztroturizmus               | 18%    |
| Kulturális Turizmus              | 12% | Vízi Turizmus    | 12% | Vízi Turizmus                 | 12-12% |
| Egyéb                            | 5%  | Egyéb            | 17% | Egészségturizmus              |        |
|                                  |     |                  |     | Ökoturizmus<br>Aktív Turizmus |        |

*Forrás: Saját szerkesztés, N=17*

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

4. ábra: Turisztikai fejlesztési irányok a Szigetközben, a megkérdezett turisztikai stakeholderok véleménye alapján



*Forrás: Saját szerkesztés, N=18*

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

A válaszadók többsége (71%) rendszeres kapcsolatot ápol a Szigetközben turizmussal kapcsolatos tevékenységet végző cégekkel/szervezetekkel, még akkor is, ha azok egyébként a versenytársai. Az együttműködés leginkább az információcsere szintjén működik (88%), a pályázatok közös benyújtása és a közös marketingtevékenység csupán a kitöltők 50%-a esetében jelenik meg, míg közösen kialakított termékekről csupán a megkérdezett turisztikai stakeholderok 30%-a esetében beszélhetünk.

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

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

| Erősségek                                                                                                                                                                                                   | Gyengeségek                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Természeti értékek/környezet</li> <li>• Kedvező földrajzi elhelyezkedés (megközelíthetőség, határok közelsége)</li> <li>• Kulturális és épített örökség</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elavult infrastruktúra</li> <li>• Nem megfelelő marketing</li> <li>• Együtműködés és központi összefogás hiánya</li> </ul> |
| Lehetőségek                                                                                                                                                                                                 | Veszélyek                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minőségi turizmus/minőségi szolgáltatások</li> <li>• Aktív- és ökoturizmus</li> <li>• Egészségturizmus</li> </ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tömeges/túlzott turizmus</li> <li>• Szakemberhiány</li> </ul>                                                              |

*Forrás: Saját szerkesztés*

## 8. A strukturált interjúk eredményei

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

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

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

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

A megkérdezettek leginkább az aktív-, illetve sportturizmust, az egészségturizmust, valamint a kulturális turizmust tartják fejlesztésre alkalmasnak a térségben. Az egészségturizmus, illetve a kulturális turizmus a vélemények alapján elsődleges szerepet tölthetne be a szigetközi turizmus szezonális csökkenésében. Ezekhez kapcsolódóan volna érdemes fejlesztéseket eszközölni, valamint turisztikai élmény- és programcsomagokat kínálni (pl.: edző- és sportközpontok, szálláshelyek minőségi színvonalának emelése, természeti értékek

bemutatására alkalmas látogatóközpontok stb.). Alsó- és Felső Szigetköz között az interjúalanyok többsége szerint egyértelmű különbség, hogy az „alsó” területek esetében valamivel több a turizmus szempontjából még kiaknázatlan terület, más vélemény alapján azonban nincs említésre méltó eltérés a desztináció déli és északi területei között.

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

## 9. Összegzés és javasolt fejlesztési irányok

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

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

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

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

A strukturált interjúk során a szakemberek említették, illetve az online kérdőíves felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek meghatározónak vélték az egészségturizmust, valamint felsorolták azt a potenciális fejlesztési irányok között is. A térség jelenlegi egészségturisztikai

kínálatára, illetve a Dunántúl területén található, nagy hagyományokkal és ismertséggel rendelkező egészségturisztikai központokra való tekintettel nem javaslom a teljes régióra kiterjedő, ilyen irányú fejlesztéseket. Amennyiben az egészségturizmusról van szó, Mosonmagyaróvár, Lipót, valamint Győr (a fejlesztés alatt álló fürdőnek köszönhetően) helyzete természetesen különleges, hiszen a már meglévő kapacitások és vendégkör miatt ezekben a városokban mindenképpen érdemes az egészségturizmussal kapcsolatos fejlesztéseket eszközölni.

A Szigetköz egészét tekintve három fő tematikus irányzat kialakítása javasolt:

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

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

A hosszú távú sikerhez szükséges a Szigetköz turisztikai szolgáltatóinak és attrakcióinak (akár tematikus alapokon nyugvó) hálózatokba szerveződése és szoros együttműködése. Ehhez kapcsolódóan javasolt a jelenleg is létező Szigetköz kártya által kínált előnyök kiterjesztése, valamint a bevont szolgáltatók körének bővítése. Ez történhet olyan módon, hogy a kártya által kínált előnyök a részt vevő turisztikai szolgáltatók által kínált termékek és szolgáltatások egymásra épülését erősítsék. A Szigetköz turisztikai szolgáltatóinak együttműködési lehetőségeit, illetve a kínálati piacon való tematizált, együttes megjelenés előnyeit erősítheti egy, a Szigetköz számára létrehozott, interaktív, turizmusorientált applikáció, amely segítségével átlátható és világos módon lehetséges a szolgáltatások tematikus csoportosítása. A Szigetköz kártya, illetve az online, interaktív turisztikai applikáció természetesen fejlesztéseket és erőteljes együttműködési hajlandóságot kíván a térség turisztikai szolgáltatói részéről. További, a turisztikai irányú fejlesztéseket, illetve előrelépést segítő lehetőség a Győr-Pannonhalma turisztikai térségen kívül maradt szigetközi települések hozzárendelése a nevesített turisztikai térséghez, a „Szigetköz” név beemelése a turisztikai térség elnevezésébe, illetve a győri és mosonmagyaróvári egységek mellett további Tourinform irodák létesítése.

## Irodalomjegyzék

- ALEXAY Z. (2018): A Szigetköz múltja és jelene. *Honismeret*, 46(3), pp. 50-61.
- BRUCE, D. M. (2013): The nineteenth-century 'golden age' of cultural tourism: How the beaten track of the intellectuals became the modern tourist trail. In: Smith, M. K. – Richards, G. (szerk.): *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. Routledge, Abingdon, pp. 11-18.
- ÇAPAR, H. – ASLAN, Ö. (2020): Factors Affecting Destination Choice in Medical Tourism. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 8(2), pp. 80-88. DOI: 10.34172/ijtmgh.2020.13
- CAPÓ, J. – VALLE, E. (2008): The Macroeconomic Contribution of Tourism. In Ramos, A. D. – Jiménez, P. S. (szerk.): *Tourism Development: Economics, Management and Strategy*, Nova Science Publishers, New York
- CARRERA, P. M. – BRIDGES, J. F. (2006): Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research*, 6(4), pp. 447-454 (DOI: 10.1586/14737167.6.4.447)

- CROUCH, G. I., – RITCHIE, J. R. B. (1999): Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152. (DOI:10.1016/s0148-2963(97)00196-3)
- CSAPÓ, J. – DARABOS, F. (2011): Vízi közlekedés. In: Abonyiné Palotás, J. – Csapó, J. – Darabos, F. – Huszti, Zs. – Lampertné Akócsi, I. – Raffay, Z. – Talabos, I. – Veres, L. (szerk.): *Turizmus és közlekedés*, Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- DRYGLAS, D. – RÓŻYCKI, P. (2017): Profile of tourists visiting European spa resorts: a case study of Poland. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(3), pp. 298–317, DOI: 10.1080/19407963.2017.1297311
- 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*, 1(7)
- GONDA, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés alapjai*. PTE KPVK, Szekszárd
- HALL, C. M. – LEW, A. (1998): *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective*. London: Prentice Hall
- HUSTINÉ DR. BÉRES, K. (2011): *Fürdők és az egészségturizmus közgazdaságtana*. Szent István Egyetem, Gödöllő
- ICOMOS (1997): *Charter for Cultural Tourism*. Elérhető: <http://www.icomos.org/tourism/> (letöltve: 2018.03.04.)
- JANDALA, CS. – SÁNDOR, T. – GONDOS, B. (2010): *Az egészségturizmus a turizmuspolitika fókuszában: A fürdőkultúra szerepe a turisztikai termékfejlesztésben*. Turizmus Bulletin, 14(4), pp. 19-28.
- JÁSZBERÉNYI, M. (2019): *Vízi turizmus és közlekedés: termékek, trendek, regionalitás*. Akadémiai Kiadó, Budapest. DOI:10.1556/9789634544067
- KARDOS, Z. (2011): *Turisztikai ismeretek*. Egyetemi tankönyv, Keszthely. pp. 57–58.
- KOSKINEN, V. (2019): Spa tourism as a part of ageing well. *International Journal of Spa and Wellness*, DOI: 10.1080/24721735.2019.1668673
- KUPI, M. (2019): A Szigetköz térség turisztikai regionális ereje és lehetőségei. In: Bálint, Cs. – Földi, P. – Kápolnai, Zs. – Kovács, Cs. J. – Nagyné Molnár, M. – Zsarnóczky, M. B. (szerk.): *Rurális térségek a 21. században tudományos konferencia – Tanulmánykötet*. Szent István Egyetem, Gödöllő
- LEE, T. J. – HAN, J. S. – KO, T. G. (2020): Health-Oriented Tourists and Sustainable Domestic Tourism. *Sustainability* 12(12), DOI:10.3390/su12124988
- LENGYEL, M. (1989): *A kultúra és a turizmus együttműködési lehetőségei*. Budapest, Közművelődési Információs Intézet. p. 149.
- MCKERCHER, B. – DU CROS, H. (2002): *Cultural Tourism: The partnerships between tourism and cultural heritage management*. Haworth Press, Binghampton
- NAGY, B. (2020): A csíksomlyói pápalátogatás turisztikai elemzése: Hogyan látták a résztvevők? *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 5(3), pp. 42-56. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.03.03

PÓKÓ, N. (2019): Vízparti turizmus a Duna folyó mentén Magyarországon – egy kérdőíves felmérés alapján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(2)

PUCZKÓ, L. – RÁTZ, T. (2005): *A turizmus hatásai*. Aula, Budapest

PUCZKÓ, L. – SMITH, M. (2010): Tourism-Specific Quality-of-Life Index: The Budapest Model. In: Budruk, M. – Philips, R. (szerk.): *Quality-of-Life Community Indicators for Parks*. Recreation and Tourism Management Social Indicators Research Series, Springer, London, DOI: 10.1007/978-90-481-9861-0\_9

QUINTELA, J. – COSTA, C. – CORREIA, A. (2020): Health and Wellness Tourism as a Source of Happiness and Quality of Life. – In: Parreño, J. M. – Calvet, R. G. – Muñoz De Prat, J. (szerk.): *Proceedings of the 3rd International Conference on Tourism Research*. Academic Conferences and Publishing International Limited, pp. 196-203. DOI: 10.34190/IRT.20.046

RÁTZ, T. (2011): Kulturális turizmus. In: Michalkó, G. (szerk.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés = Design and development of touristic products*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs

RICHARDS, G. (2018): Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, pp. 12-21.

RIEGER, T. (2013): Sustainability and Health Tourism. In: Jenkins I. – Schröder, R. (szerk.): *Sustainability in Tourism: A Multidisciplinary Approach*. Springer Gabler, Wiesbaden

SILBERBERG, T. (1995): Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), pp. 361-365.

SMITH, M. – KELLY, C. (2006): Wellness Tourism, *Tourism Recreation Research*, 31(1), pp. 1-4, DOI: 10.1080/02508281.2006.11081241

SMITH, M. (2015): Baltic Health Tourism: Uniqueness and Commonalities. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15 (4), pp. 357-379. DOI: 10.1080/15022250.2015.1024819

SMITH, M. K. (2003): *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge, London

SULYOK, J. – MÁRTONÉ MÁTHÉ, K. (2014): A vallási turizmus helyzete Magyarországon. *Turizmus bulletin*, 16(1), pp. 11-20.

TIMOTHY, D. J. (2011): *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publication, Bristol

UJVÁRI, K. (2009): A Tisza-völgy vízi turizmusának fejlesztési lehetőségei. *Modern Geográfia*, 2009/4. szám

UNWTO (World Tourism Organisation) - United Nations Environment Programme (2005): *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. Paris

VARGA, M. (2011): A vallási turizmus jelenléte ma Magyarországon. *Keresztény Szó*, 22(12)

### Egyéb források

ORSZAGJARO.NET: <https://www.orszagjaro.net/szigetkoz/> (letöltve: 2022. 01. 27.)

## **A DUNA-MENTI ORSZÁGOK BIZTONSÁGI HELYZETÉNEK ALAKULÁSA ÉS ENNEK HATÁSA A DUNAI SZÁLLODAHAJÓZÁSRA**

*Nagy Dávid<sup>1</sup> - Spiegler Patrícia<sup>2</sup>*

*<sup>1</sup>doktorjelölt, PTE TTK Földtudományok Doktori Iskola, tudományos segédmunkatárs, KRTK  
RKI DTO; nagy.david@krtk.hu*

*<sup>2</sup>PhD, Info-Partner Szociális Szövetkezet, igazgató elnök; patricia@info-partner.hu*

*DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.05*

### **Absztrakt**

A szállodahajó ágazat az elmúlt húsz évben dinamikus fejlődésen ment keresztül, aminek a COVID-19 vírus által előidézett pandémia vetett véget. Az európai folyami szállodahajózás legfontosabb útvonala a Duna-Majna-Rajna hajóút. A dunai szállodahajó forgalom 2002 és 2011 között megduplázódott, majd további egyenletes növekedést mutatott. A térség biztonsági helyzetének folyamatos javulása, az európai integráció alapvető feltétele volt a dunai hajózás fejlődésének. A határok átjárhatósága, a vízumkötelezettségek enyhítése, a biztonsági helyzet és az országok békéjének megteremtése megalapozták a turizmus fejlődését.

A 2019-től bekövetkezett változások és ezek hatásai megmutatják, milyen lényeges szerepe van az ágazatban a szabad beutazásnak és országok közötti mozgásnak. 2020-ban a pandémia következtében 90%-os csökkenés következett be a dunai szállodahajók forgalmában. A 2022-ben kezdődő orosz-ukrán háború további változásokat hozott a biztonsági helyzetben, konfliktusokat generált és próbára tette a meglévő szövetségeket, együttműködéseket.

*Kulcsszavak: folyami szállodahajózás, Duna, biztonság, határok átjárhatósága*

*Köszönetnyilvánítás: A kutatás a „Geopolitikai folyamatok és térképzetek Közép-Európában: Államok, határok, integráció és területi fejlődés” című, 134903. számú OTKA-projekt keretében, az NKFI Alap K\_20 programjának támogatásával valósult meg.*

## **DEVELOPMENT OF THE SECURITY SITUATION OF THE DANUBE COUNTRIES AND ITS EFFECT ON DANUBE CRUISE TURISM**

### **Abstract**

Cruise tourism has witnessed dynamic development over the last twenty years, which was only disrupted by the Covid-19 pandemic. The Danube-Main-Rhine is the most important route for European river cruise tourism. Danube river cruise traffic doubled between 2002 and 2011, and has been growing steadily ever since. The steady improvement of the security situation in the region and European integration have been the key underlying conditions for the development of Danube navigation.

The changes implemented from 2019 and their effects reveal the critical role of the freedom of entry and movement between countries in the sector. In 2020, the pandemic triggered a 90 % drop in passenger traffic. The Russian-Ukrainian war that began in 2022 brought further changes to the security situation.

*Keywords: river cruise tourism, Danube, security, interoperability of borders*

*Acknowledgment: The research has been implemented with the support provided from the National Research, Development and Innovation Fund of Hungary (Geopolitical Processes and Imaginaries in Central Europe: States, Borders, Integration and Regional Development, NKFI K 134903).*

## 1. Bevezetés

A Duna, mint vízi út kihasználtsága sokáig elmaradt a benne rejlő lehetőségektől. Ennek legfőbb oka a folyó földrajzi adottságaira vezethető vissza. A Duna vízjárása nem egyenletes, gyakoriak nyár végén és ősszel az alacsony vízállások. További hátrányt jelent, hogy kevés a hajózható mellékfolyója, ezek közül a Dráva, Száva és a Tisza rendelkezik olyan mérettel és vízhozammal, hogy elméletileg lehetséges rajta a hajózás (HARDI 2012). Jelentős domborzati akadályokat kell leküzdenie a Dunának, ami megnehezíti a hajózást és vízi út fejlesztését. Ráadásul a Fekete-tengerbe érkezik a folyó, amely egy zárt beltenger.

A másik hátráltató tényező politikai volt, a folyó sokszor kultúrák és birodalmak határán kanyargott, gyakran pusztító háborúk hátráltatták a fejlődést. Az atlanti kereskedelem felfutásával egy időben a török hódítás vetette vissza a Duna térség keleti felét, amely azóta sem volt képes gazdaságilag felzárkózni Nyugat-Európához. A 19. században fejlődésnek indultak a Duna menti országok és nőtték a szállítási igények, ezzel egy időben megjelent a hajózás legnagyobb versenytársa, a vasút. Ez a megkésetttség okozta, hogy elmaradtak a Nyugat-Európában ekkora már elvégzett csatornaépítési, víziút-fejlesztési munkák, a belvízi szállítási hálózat megépítése. Az I. világháborút lezáró béke kemény feltételeket szabott a vesztes államokra, a Duna, mint víziút, nemzetközi státuszát megőrizte. A II. világháborút követően a Duna térség a Szovjetunió befolyási övezetébe került, ez lehetővé tette 1948-ban a belgrádi egyezmény aláírását, amely hosszú idő után a parti országok kezébe adta a Duna ellenőrzését. Ugyanakkor a szovjet csapatok ausztriai kivonulása és a vasfüggöny leereszkedése politikai-gazdasági megosztottságot teremtett. Ez az elkülönülés nem kedvezett a személyszállításnak és a nemzetközi turizmusnak, máig érezhető hátrányait csak lassan sikerült kiküszöbölnie az ágazatnak.

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

A fejlődés lehetősége adott, ám a dunai szállodahajózás előtt komoly kihívások állnak. Jelen tanulmány arra irányítja a figyelmet, hogy a biztonság és a határok átjárhatósága az ágazat működésének alapvető feltételei.

## 2. Szakirodalmi áttekintés

A hazai szakirodalmat tekintve a szállodahajózás témakörében kiemelkedik JÁSZBERÉNYI munkássága. Feldolgozta a tengeri és a belvízi hajózás alapvető jellemzőit és trendjeit (PÁLFALVI – JÁSZBERÉNYI 2006), valamint részletesen bemutatta a dunai szállodahajózás piacát, Budapest és a szállodahajózás kapcsolatát és a kínálati jellemzőket is (JÁSZBERÉNYI 2019). Foglalkozott a dunai szállodahajózás élményigerétével és regionális hatásaival is

(JÁSZBERÉNYI – MISKOLCZI 2020). Közép- és Kelet-Európa nagyvárosainak elérhetősége a dunai turizmusban is vizsgálat tárgyát képezte a közelmúltban (MISKOLCZI et al 2020). Születtek hazai tanulmányok a szállodahajózás kérdésköréről, kitérve a célcsoportokra, az attrakciókra, valamint a termék és marketing jellemzőkre (PÓKÓ 2018, 2019).

A turizmus és a biztonság kérdése régóta szerepel a hazai szakirodalomban, már a tudomány hazai elméleti megalapozásakor is figyelmet kapott és máig napirenden van (LENGYEL 2004, MICHALKÓ 2012, 2020). A COVID-19 pandémia újra előtérbe helyezte a kérdést, így a turizmus kutatói újragondolták a biztonság szerepét a turizmus rendszerében. Az államhatár ellenőrzés és turizmus összefüggései közötti vizsgálatoknak is van előzménye (RITECZ 2021), szintén ismertek kutatások a pandémia idején tapasztalt államhatár politikákról, a határellenőrzések és a határok átjárhatóságának változásáról (HAJDÚ – RÁCZ 2020). Született könyvfejezet a biztonság és a környezeti fenntarthatóság szerepével a dunai szállodahajózásban (NAGY 2022).

A fenntartható turizmus témaköre is kapcsolódik a szállodahajózáshoz, amely egy széles körben kutatott terület (CSETE – SZÉCSI 2015, GONDA 2022a). A pandémia és a háborús események következtében visszaesett turistaforgalom következtében előtérbe került az ágazat válságállósága, a megújulás képessége, a reziliencia vizsgálata (PÓKÓ 2021, GONDA 2022b). Új szempontként jelent meg az akadálymentes elérhetőség biztosítása és az ezt lehetővé tevő, valamint egyéb innovatív megoldások kutatása (IRIMIÁS et al 2018, RAFFAY – GONDA 2020, GONDA – RAFFAY 2021).

### 3. Kutatási módszerek

Jelen kutatás szekunder forrásokra épül. Áttekintésre került a vonatkozó hazai szakirodalom a folyami szállodahajózás és a biztonság kérdéskörében. A szállodahajózásra vonatkozóan a Duna Bizottság adatait használtuk fel, de az áttekintésben nagy segítségünkre volt a hazai szakirodalom és az ágazati riportok (CCNR 2019, 2021), amelyek sokrétű adatforrást és minden részletre kiterjedő elemzést biztosítanak.

Felhasználtuk a Henley Passport Index (HPI) mérőszámot, ami azt fejezi ki, hogy egy útlevelel tulajdonosa mennyi országba utazhat el vízummentesen. Ennek a mérőszámnak a változását vizsgáltuk 2006 és 2021 között, a Henley&Partners adatai alapján (<https://www.henleyglobal.com/passport-index>). Az index és annak tartalma a Nemzetközi Légiközlekedési Hatóság (IATA) által szolgáltatott adatokon alapul, amelyeket kiterjedt belső kutatások és nyílt forráskódú online adatok segítségével egészítettek ki, javítottak és frissítettek. Az index 199 különböző útlevelet és 227 különböző utazási célt tartalmaz.

A dunai országok biztonsági helyzetének vizsgálatához hívtuk segítségül az Institute for Economics and Peace (IEP) által készített Global Peace Indexet (GPI), ami a globális békesség vezető mérőszáma a világon. Ez a jelentés az eddigi legátfogóbb adatközpontú elemzést mutatja be a béke trendjeiről, annak gazdasági értékéről és a békés társadalmak fejlesztésének módjáról. A GPI a világ népességének 99,7%-át fedi le, 23 minőségi és mennyiségi mutatót használnak nagy tekintélyű forrásokból, és három területen méri a béke állapotát, nevezetesen a társadalmi biztonság és védelem szintje, a folyamatban lévő hazai és nemzetközi konfliktusok mértéke, valamint a militarizáltság foka. A Global Peace Index a vizsgált mutatókat az ország belső és külső békéjének állapotára vonatkozóan súlyozza. A belső béke mérőszámának 60%-os, a külső béke mérőszámának 40%-os súlyt adva ([www.visionofhumanity.org](http://www.visionofhumanity.org)).

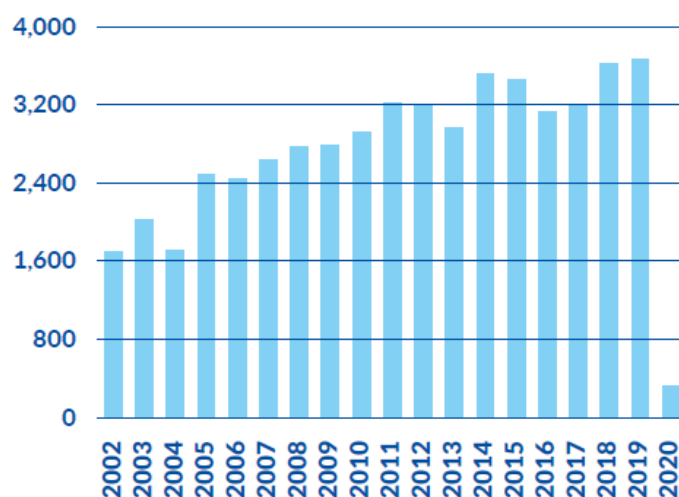
A biztonság kérdéskörében a tanulmány összefoglaló jelleggel mutatja be azokat a történelmi, geopolitikai és gazdasági folyamatokat, amelyek meghatározták az elmúlt húsz év ágazati fejlődését a dunai szállodahajózásban.

## 4. Kutatási eredmények

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

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

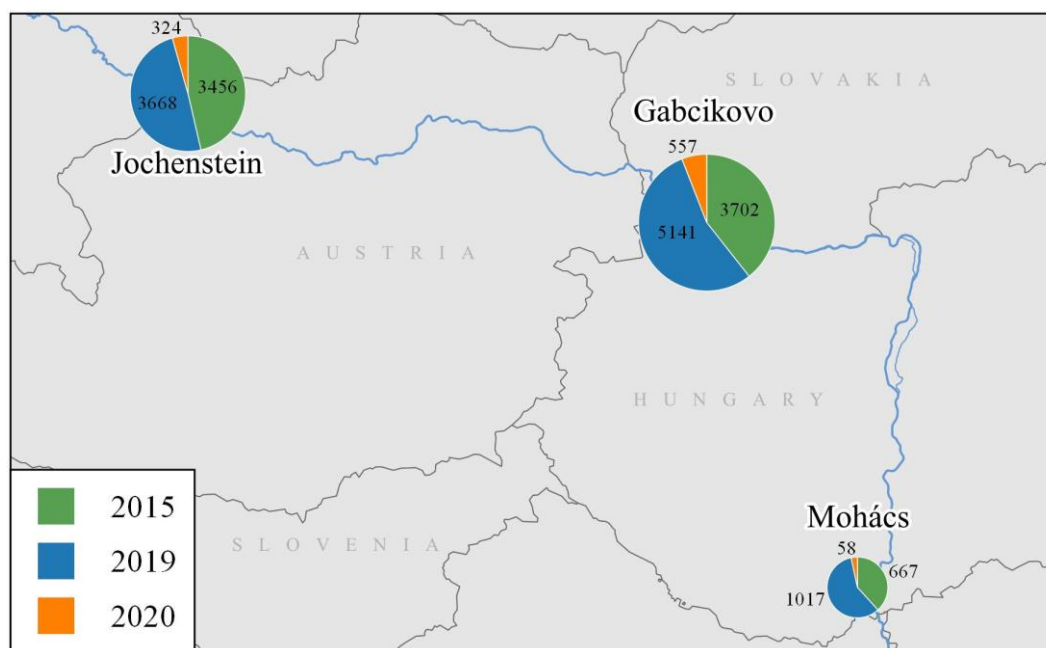
1. ábra: Tranzitforgalomban résztvevő szállodahajók száma a Dunán, 2002-2020



Forrás: CCNR 2021

A szállodahajózás elsősorban a Duna felső és a középső szakaszát érinti, Mohács alatt jelentősen csökken a forgalom. A Duna-deltában is jelentős a személyhajózás és turizmus, de ott nem jellemzők a több országot érintő utak. Ha az egyes országhatárokon vizsgáljuk az áthaladó hajók számát, kitűnik, hogy a Gabčíkovo-i (Bős) duzzasztómű (Szlovákia és Magyarország határa) a legnagyobb forgalmú. 2019-ben 5000-nél is több hajó haladt itt át, ami a Bécs-Budapest útvonal népszerűségét igazolja. Jochenstein-nél (Németország és Ausztria határa) jelentős a forgalom, itt a Rajnáról és Majnáról érkező szállodahajók haladnak át. Budapest gyakran a kiindulási vagy végpontja ezeknek az utaknak, mert légi úton jól megközelíthető és az egyik legattraktívabb desztináció (MISKOLCZI et al. 2020). Láthatjuk, hogy Mohácsnál (Magyarország, Horvátország és Szerbia határa) már lényegesen kisebb a forgalom, ennek részben az is az oka, hogy Szerbia nem EU tagország, illetve a turisztikai kínálat más jellegű a folyó alsó szakaszán (2. ábra).

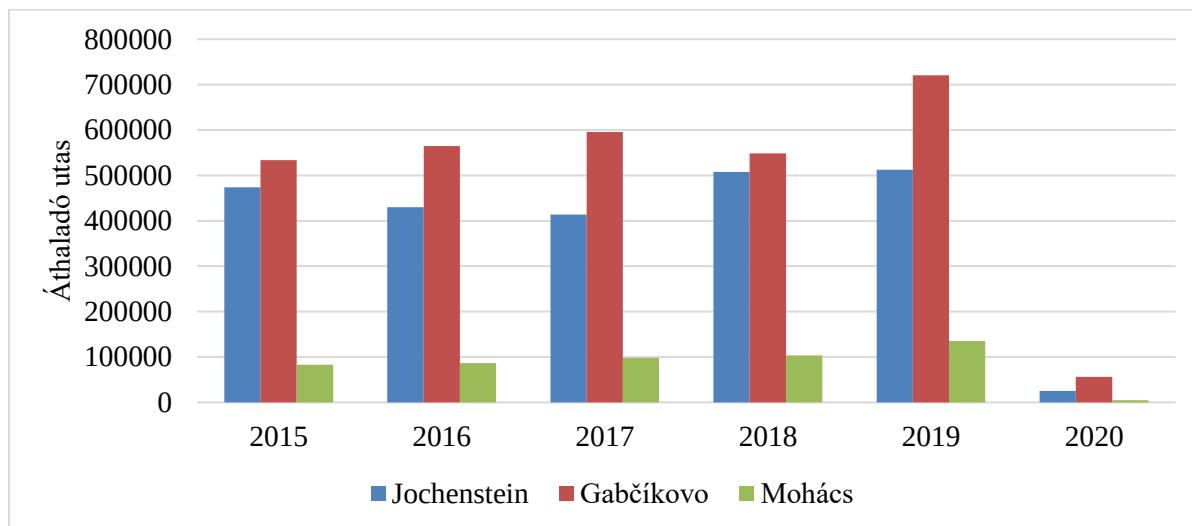
2. ábra: Az egyes áthaladási pontokon mért szállodahajó szám alakulása 2015-2020 között



*Forrás: Saját szerkesztés a Duna Bizottság adatai alapján*

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

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



*Forrás: Saját szerk. a Duna Bizottság adatai alapján*

#### 4.2. A biztonság szerepe a dunai szállodahajózás fejlődésében

A dunai szállodahajózás fejlődésnek van három alapvető feltétele, amelynek megléte az ágazattól független, és amelyekre az ágazatnak nincs érdemi befolyása. Az egyik a határok átjárhatósága, ami biztosítja, hogy a hajóút megszakítás nélkül, esetleg kisebb ellenőrzések közbeiktatásával valósuljon meg. A másik a küldőországok polgárainak minél könnyebb,

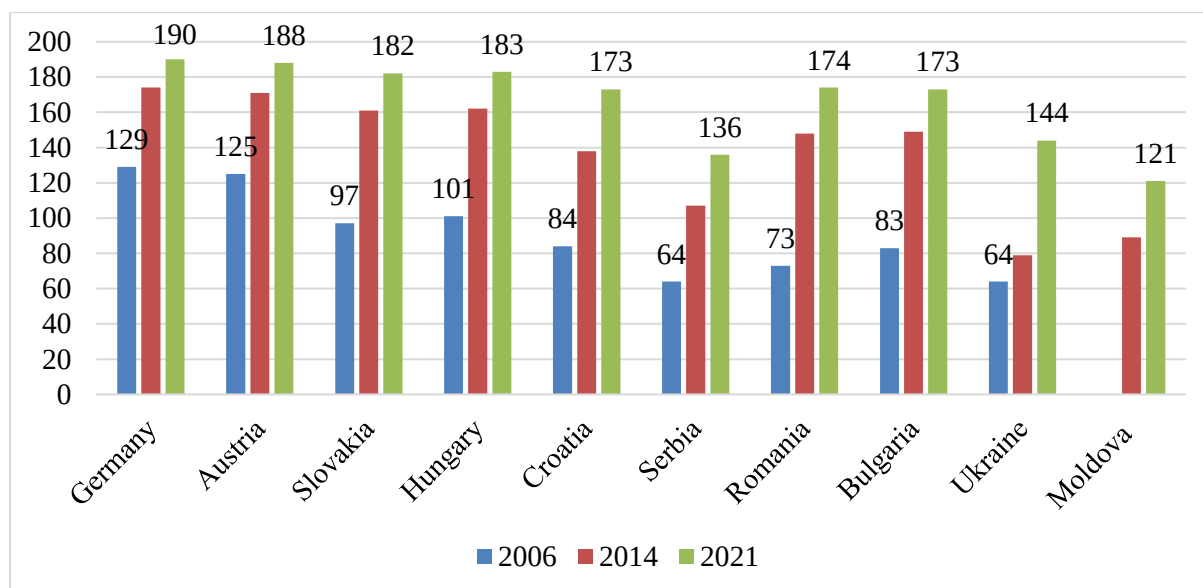
lehetőleg vízummentes utazási lehetősége a part menti célszörzágokba. A harmadik és talán leglányegesebb a biztonsági helyzet, a békés és a turisták védelmét biztosítani tudó államok.

A Duna menti országok biztonsági helyzete Szerbia 1999-es NATO bombázását követően fokozatos javulásnak indult. Az Európai Unió bővítési folyamata elősegítette a part menti országok csatlakozását az egységes gazdasági térhez, egyúttal politikai és biztonsági helyzetük stabilitásához is hozzájárult. Az EU tagja lett Ausztria 1997-ben, Magyarország és Szlovákia 2004-ben, Románia és Bulgária 2007-ben, Horvátország 2013-ban, Szerbia pedig 2014 óta tagjelölt. A schengeni egyezményt, amely a határok átjárhatósága szempontjából lényeges dokumentum, nem alkalmazza az EU tag Románia, Bulgária és Horvátország, valamint a tagjelölt Szerbia sem. Előbbi három ugyan folyamatosan törekszik arra, hogy alkalmazhassa az egységes határellenőrzést, de ezt elsősorban a schengeni országok ellenállása miatt, nem sikerült elérniük. Változást a 2023-as év hozhat, amikor feltehetően Horvátországra is kiterjed a határővezet, de Románia és Bulgária is régóta vár a csatlakozásra. Biztonsági szempontból kiemelt fontosságú a NATO kelet-európai bővítési folyamata, amelynek során Ausztrián és Szerbián kívül sorra csatlakoztak a Duna menti országok, Magyarország 1999-ben, Szlovákia, Bulgária és Románia 2004-ben, Horvátország 2009-ben.

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

A Henley Passport Index (HPI) egy mérőszám, amely azt fejezi ki, hogy egy útlevele tulajdonosa mennyi országba utazhat el vízummentesen. Az alábbi ábrán (4. ábra) azt a folyamatot követhetjük, ahogyan a dunai országok körében egyre bővült a látogatható országok köre. A bővülés mértéke 15 év alatt 30-60 %-os volt a vizsgált országokban.

4. ábra: A Henley Passport Index változása 2006 és 2021 között a dunai országokban.



*Forrás: Saját szerkesztés a [www.henleyglobal.com/passport-index](http://www.henleyglobal.com/passport-index) adatai alapján*

Az adatokat vizsgálva négy csoportot különíthetünk el. Az első csoportba sorolható Németország és Ausztria, viszonylag magas értékről indultak és 30%-ot meghaladó bővüléssel a világ legértékesebb útleveleinek egyikét biztosítják állampolgárainak. A második csoportba tartozik az alacsonyabb kiindulási értékről induló Szlovákia és Magyarország, akik sikeresen

felzárkóztak és viszonylag magas kiindulási értékhez képest 45%-ot meghaladó bővülést értek el. A harmadik csoportban Horvátország, Románia és Bulgária már alacsonyabb HPI értéket kaptak. A schengeni egyezményt nem alkalmazó EU tagországok mutatják ugyanakkor a legnagyobb pontszámú emelkedést. Ezt az 50%-ot meghaladó bővülést túlszárnyalja Románia 58%-os eredménye, amely a legmagasabb a vizsgált országok körében. Végül a negyedik csoportba a nem EU tagállamok kerülnek, amelyeknek alacsony bázisról indulva magas HPI értéket sikerült elérniük, de érdemben elmaradnak a többi dunai ország útlevele által biztosított lehetőségektől.

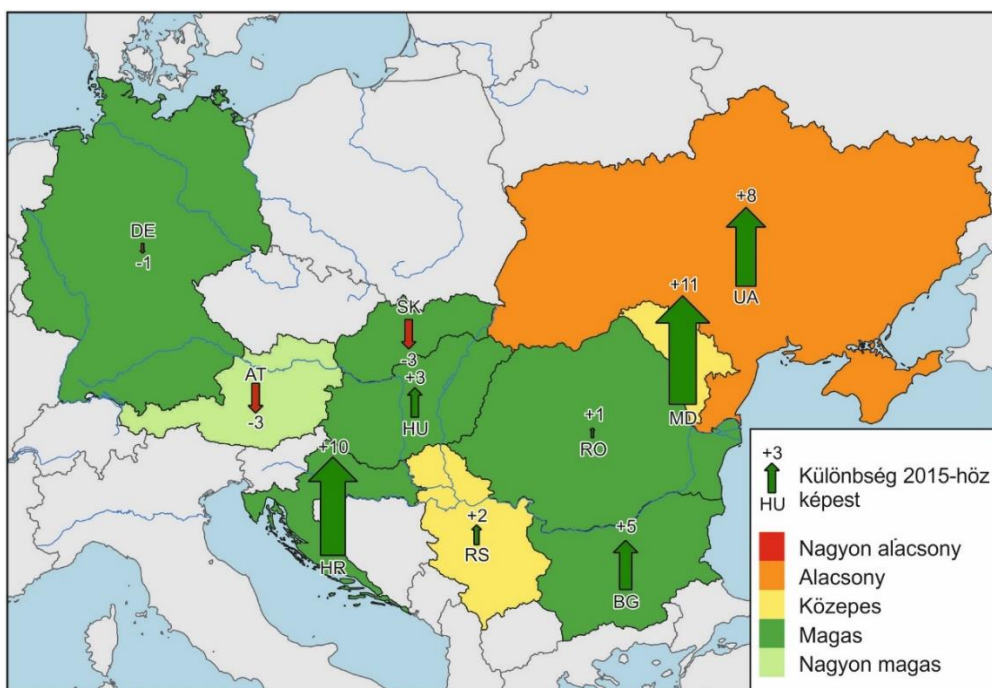
A szállodahajózás szempontjából az a releváns kérdés, hogy hány országból lehet vízummentesen beutazni. Bár ezek az egyezmények gyakran kétoldalúak, ám a fejlettebb országok nem engedélyezik a beutazást magánútlevelel az afrikai és ázsiai országok többségéből. Magyarország esetében 2022-ben 133 ország állampolgárai utazhatnak be vízummentesen, csak magánútlevelel rendelkező személyeket 93 ország esetében illet meg a beutazás joga. Ugyanakkor ezen a szűkített listán is ott találjuk a legtöbb küldőországot, ez alól kivétel Oroszország és Kína.

A vízumköteles országokból érkezők esetében lényeges, hogy a schengeni övezetbe, 90 napot nem meghaladó tartózkodás esetén, egységes vízum érvényes. A körutazások esetén, abban az országban szükséges kérelmezni a vízumot, amelynek határát először átlépi. A schengeni vízum turisztikai céllal kiváltható, egységes feltételrendszerhez kötött (2018/1806 rendelet, 810/2009/EK rendelet), a 90 napot meghaladó tartózkodás esetén a tagországok nemzeti jogszabályai határozzák meg a beutazási szabályokat.

A dunai szállodahajós utak esetében egyszerűbb az utasok beutazásához szükséges vízumok beszerzése, ha kizárólag a schengeni övezet országaiba látogatnak el. Amennyiben a hajóúton a vízumköteles országokból is fogadnak utasokat, ez egy szempont lehet a körutazás tervezésekor. Az egyik legjelentősebb szállodahajókat üzemeltető vállalkozás (Viking Cruises) 2023. évi kínálatában 11 út szerepel, ezek közül 3 út érint schengeni övezetbe nem tartozó országot. Ugyanez a társaság a honlapján (<https://www.vikingrivercruises.com/>) nem fordít különösebb figyelmet a vízum szabályokra, kizárólag az Egyesült Államok állampolgáira vonatkozó vízumkényszerre hívja fel a figyelmet, amelyre ügyintézési szolgáltatást ajánl.

A másik fontos szempont az utasok biztonsága, amely szintén befolyásolja a hajóutak tervezését. A dunai országok biztonsági helyzetét a Global Peace Index (GPI) értékének és változásának bemutatásával érzékeltetjük. Ha az egyes országokat vizsgáljuk, akkor megállapítható, hogy Ausztria nemcsak a térség, hanem a világ egyik legbékésebb országa, ez akkor is igaz, ha az elmúlt években némileg rontott az eredményén. Kedvező a helyzet a dunai országok többségében, Németország, Szlovákia, Magyarország, Románia és Bulgária magas értéket produkált, többnyire javuló tendenciával. Kevésbé kedvező a helyzet Szerbiában és Moldovában, ezek az országok már inkább az Európán kívüli államok csoportjába tartoznak. Megint más kategóriába esik Ukrajna, amely már 2021-ben is alacsony GPI értéket produkált. (5. ábra). Az elmúlt időszak változásainak vizsgálata azt mutatja, hogy Horvátország, Moldova és Ukrajna tudta jelentősen javítani pozícióját.

5. ábra: A Global Peace Index alakulása a dunai országokban 2015-2021



*Forrás: Saját szerkesztés a [www.visionofhumanity.org](http://www.visionofhumanity.org) adatai alapján*

Ezt a kedvező állapotot teszi próbára a 2022-ben kirobbant orosz-ukrán háború, amely ugyan rámutatott a lehetséges töréspontokra (lengyel-magyar viszonylat, Szerbia külön utas biztonságpolitikája), ugyanakkor nyílt szembefordulásra, háborús fenyegetésre a térség országai között nem került sor. A GPI 2022-es értékei Ukrajna jelentős visszaesését mutatják, bekerült a legkevésbé békés országok körébe. Visszaesést produkált Moldova, Románia, Szerbia, de ennek mértéke nem jelentős, pozíciójuk csak kis mértékben romlott. Magyarország és Horvátország tovább javította pozícióját, és bekerült Ausztria mellé a 15 legbékésebb ország körébe, de Szlovákia és Bulgária is pozitív változást produkált.

A határok átjárhatóságában átmenetileg fennakadás okozott a COVID-19 világjárvány, amely komoly biztonsági kockázatokat is hordozott és szintén próbára tette az államközi kapcsolatokat is. A korábbi álmok a „határtalan Európáról” pillanatok alatt szertefoszlottak (HAJDÚ – RÁCZ 2020), és a határok átjárhatóságának kérdése nemzetállami szinten került szabályozásra. A lassú helyreállást is óvatosság és bizalmatlanság övezte. A turizmusban a biztonság kérdése átértékelődött, új megközelítést kapott. Az ágazat működésének helyreállításában lényeges szerepet kap az alkalmazkodó képesség és a reziliencia (GONDA 2022b)

A dunai szállodahajózást tekintve egy nagyon kedvező, két évtizedes folyamat lezárásának tekinthető a 2019-es világjárvány és a 2022-es orosz-ukrán háború. Az integrációs folyamat Szerbia EU csatlakozásának és a schengeni övezet kiterjesztésének elmaradása miatt félbeszakadt. A dunai szállodahajózás fejlődésének egyik alapvető feltételének tartjuk a vázolt integrációs folyamatot, a határok átjárhatóságát és a biztonsági helyzetet. Az integrációs folyamat a teljes forgalom egyértelmű növekedésére is befolyásoló tényezőként hatott (1. ábra), de még a folyó szakaszok forgalmi adatai közötti eltérések részbeni okaként is azonosítható (2. ábra).

## 5. Összegzés

Összeségében megállapítható, hogy a dunai szállodahajó forgalom az elmúlt két évtizedben dinamikus növekedést produkált, amely valamennyi mutatójában érvényesült. Bővült a hajók száma, új építésű hajók is megjelentek, növekedett az üzemeltető cégek száma, a turisztikai programok és az utasok száma is. Ez érezhető növekedést hozott a hajózási forgalomban, ami elsősorban a Duna felső és középső szakaszán jelentkezett.

A dunai szállodahajózás fejlődésének egyik alapvető feltételének tartjuk az EU és NATO integrációs folyamatot. A teljes forgalom egyértelmű növekedésére is befolyásoló tényezőként hatott, de még a folyószakaszok forgalmi adatai közötti eltérések részbeni okaként is azonosítható. Az eltérő beutazási szabályok elsősorban a schengeni övezet országait hozzák előnyös helyzetbe, de az egyéb uniós országok sincsenek komoly versenyhátrányban. Szerbia, Ukrajna és Moldova kevésbé kedvező feltételeket biztosít a beutazásra. Szintén ez a három ország, ahol a szervezők és az utasok kifogásolhatónak értékelhetik a biztonsági helyzetet. Ezek a tényezők megítélésünk szerint hozzájárulnak a Mohács alatti szakasz alacsonyabb forgalmához és a Duna-delta kihasználatlanságához is.

A gazdasági és politikai stabilitást eredményező kedvező két évtizedes folyamat lezárásának tekinthető a 2020-ban kialakuló világjárvány és a 2022-es orosz-ukrán háború, amelyek komoly akadályai a fejlődés folytatódásának. Az integráció jövője szempontjából reményt Horvátország 2023-as esetleges csatlakozása jelent a közös határellenőrzéshez. A határok átjárhatóságában átmenetileg fennakadás okozott a COVID-19 világjárvány, amely komoly biztonsági kockázatokat is hordozott és szintén próbára tette az államközi kapcsolatokat.

## Irodalomjegyzék

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

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

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

GONDA, T. – RAFFAY, Z. (2021): A fogyatékkal élő utazási szokásai. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6 (1) pp. 20-38.

GONDA, T. (2022a): *Alternatív turizmus: Környezettudatosság és felelősségteljeség a turizmusban*. Budapest, Magyarország: Akadémiai Kiadó DOI ISBN: 9789634547686

GONDA, T. (2022b): Turizmus és reziliencia. *Turizmus Bulletin* 22 (2) pp. 27-36.

HAJDÚ, Z. – RÁCZ, SZ. (2020): Államhatár-politikák az Európai Unióban és Magyarországon a globális COVID19 vírusválság kezdeti időszakában. *Tér és Társadalom* 34(2): 202-210.

HARDI, T. (2012): *Duna-stratégia és területi fejlődés*. Budapest: Akadémiai Kiadó. 283 p.

IRIMIÁS, A. – JÁSZBERÉNYI, M. – MICHALKÓ, G. (2018): Az innováció szerepe az innovatív termékfejlesztésben. In: Irimiás, A. – Jászberényi, M. – Michalkó, G. (szerk.): *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 1-204.

- JÁSZBERÉNYI, M. (2019): *Vízi turizmus és közlekedés: termékek, trendek, regionalitás*. Budapest, Magyarország: Akadémiai Kiadó, <https://mersz.hu/kiadvany/522>, online
- JÁSZBERÉNYI, M. – MISKOLCZI, M. (2020): Danube Cruise Tourism as a Niche Product – An Overview of Current Supply and Potential. *Sustainability* 2020, 12. 4598-22p.
- LENGYEL, M. (2004): *A turizmus általános elmélete*. Budapest, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft. – Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája
- MICHALKÓ, G. (2012): *Turizmológia: elméleti alapok*, Budapest, Magyarország: Akadémiai Kiadó, 266 p.
- MICHALKÓ, G. (2020): A biztonság szerepe a turizmus rendszerében, In: Michalkó, G. – Németh, J. – Ritecz, Gy. (szerk.): *Turizmusbiztonság*. Budapest, Magyarország: Dialóg Campus Kiadó (2020) 463 p. pp. 15-28.
- MISKOLCZI, M. – JÁSZBERÉNYI, M. – MUNKÁCSY, A. – NAGY, D. (2020): Accessibility of major Central and Eastern European cities in Danube cruise tourism. *Deturope: Central European Journal of Tourism and Regional Development* 12 (3) pp. 133-150.
- NAGY, D. (2022): A biztonság és a környezeti fenntarthatóság szerepe a dunai szállodahajózásban In: MÁTÉ A. – DÁN A. (szerk.): *Vidéki Örökségi Értékek – 2022.II. Nemzetközi Vidéki Örökség Konferencia: Az elmélet és a jó gyakorlat találkozása: Konferenciakötet*, Pécs, Magyarország: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Marketing és Turizmus Intézet 166 p. pp. 58-68.
- PÁLFALVI, J. – JÁSZBERÉNYI, M. (2006): *Közlekedés a gazdaságban.: Közlekedésgazdasági aspektusok*, Budapest, Magyarország: Aula Kiadó, 468 p.
- PÓKÓ, N. (2018): Tourism among the danube river, examples from the black forest to the black sea, In: KUPI M. – PRINTZ-MARKÓ E. – IVANCSÓNÉ HORVÁTH ZS. (szerk.): „Út” a XXI. században. IX. Nemzetközi Turizmus Konferencia Tanulmányok, Győr, Magyarország: Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar (2018) 250 p. pp. 88-102.
- PÓKÓ, N. (2019): Folyami turizmus, mint turisztikai termék pozicionálása a Duna példáján, In: Horváth B. – Kápolnai, Zs. – Földi, P. (szerk.): *Közgazdász Doktoranduszok és Kutatók V. Nemzetközi Téli Konferenciája*. Konferenciakötet. Gödöllő, Magyarország: Doktoranduszok Országos Szövetsége (DOSZ) 714 p. pp. 500-507.
- PÓKÓ, N. (2021): Reziliencia a szállodahajó-turizmusban. *Turizmus Bulletin* 21(3) pp. 44-53.
- RAFFAY, Z. – GONDA, T. (2020): Az akadálymentes turizmus innovatív jó gyakorlata, *Modern Geográfia* 2020 (4) pp. 1-14.
- RITECZ, GY. (2021): Államhatár ellenőrzés és turizmus pandémia idején. *Határrendészeti tanulmányok*. 2021 (3) pp. 35-83.

## **DOLCE VITA – OLASZORSZÁG BIZTONSÁGOS VASÚTI ELÉRÉSÉNEK KÉRDÉSEI**

<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 Magyar Közlekedéstudományi és Logisztikai Intézet Nonprofit Kft.;  
PhD-hallgató, NKE HHK Katonai Műszaki Doktori Iskola; levai.zsolt@kti.hu

DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.06

### **Absztrakt**

Egy külföldi nyaralás már az utazás alatt elkezdődik. Az első élményeket az odaút alatt szerezünk, így – amennyiben erre a közforgalmú közlekedést választjuk – a közlekedési társaságok számára kiemelt kérdés lehet, hogy adott ország elérése gondtalanul teljen, mert ez megalapozhatja, hogy más úticélok is hasonló módon kívánunk elérni. Erre alapozva primer, kérdőíves kutatásunkban a vasúti utasok biztonsági igényeit, valamint kedvenc úticéljaikat mértük fel. A cikkben bemutatjuk a felmérés eredményeit és azok alapján meghatározzuk, hogy milyen biztonsággal kapcsolatos elvárásoknak kell megfelelni egy utasairól gondoskodni kívánó vasúttársaságnak. Irány tehát Olaszország, hogy átélhessük a dolce vita életérzést!

*Kulcsszavak:* vasúti turizmus, szolgáltatásfejlesztés, éjszakai vonatok, turizmusbiztonság, Olaszország

*Köszönetnyilvánítás:* Jelen publikáció az Innovációs és Technológiai Minisztérium Kooperatív Doktori Program Doktori Hallgatói Ösztöndíj Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

## **DOLCE VITA – THE QUESTIONS OF A SAFE RAILWAY JOURNEY TO ITALY**

### **Abstract**

An abroad holiday already starts during the journey. We get our first experiences on the way there, so if we choose public transport, it can be a priority for transport companies to make sure that getting to a country is hassle-free, as this can be a prerequisite for reaching other destinations in a similar way. On this basis, in our primary, questionnaire-based survey, we assessed rail passengers' safety needs and their favourite destinations. In this article, we present the results of the survey and use them to identify the safety expectations of a railway company that wants to take care of its passengers. So, let's head to Italy to experience the dolce vita!

*Keywords: railway tourism, service development, night-trains, tourism safety, Italy*

*Acknowledgment:* Prepared with the professional support of the Doctoral Student Scholarship Program of the Co-operative Doctoral Program of the Ministry of Innovation and Technology financed from the National Research, Development and Innovation Fund.

## 1. Bevezetés

A lassan elmúló COVID-19 járvány utáni sokkból éledező turizmus számára létfontosságú lehet, hogy az emberek a mozgás szabadságát visszakapva útnak induljanak és bepótolják azokat az utazásokat, nyaralásokat, amelyek a pandémia alatt elmaradtak. Másrészt a hosszú bezártság miatt nem csak a pótlás, hanem a megismerés vágya is hajthatja az embereket az ismeretlen világok felé. A virtuális valóság helyett igazi élmények várnak az útra kelőkre, melyhez hozzájárul maga az utazás is. A pandémia azonban meg is változtatta az utazási szokásokat. Kutatók több tanulmányban is felhívták a figyelmet arra, hogy az egészségügyi biztonság előtérbe kerülhet az utazási döntések meghozatalakor (VÉGI et al. 2020, KOVÁCS et al. 2021). A fizikai távolságtartás (social distancing) tekintetében ez kihathat a közlekedési mód választására is. Keresettebbek lehetnek az olyan közlekedési eszközök, ahol lehetőség van kisebb csoportban elszeparálva, vagy akár egyénileg is utazni.

Ezért már magát az utazást is kockázatként kezelik a turisták, akik természetes viselkedése a kockázatok minimalizálása, vagyis az utazás alatt tapasztalható negatív események bekövetkezésének lehetőségének minimálisra csökkentése (REISINGER – MAVONDO 2005). Az utazási döntések meghozatalakor az utazás módja is a kockázati tényezőként jelentkezik (KARL – SCHMUDE 2015), mint fizikai eszközhöz kapcsolható kockázat (ROEHL – FESENMAIER 1992).

Mindezekon kívül a klímaváltozás is hatással lehet az utazásokra. Ez a hatás sokféle lehet. Megváltoznak a klasszikus nyári és téli időtöltési periódusok, a helyszínek, előtérbe kerülnek a környezettudatos utazási formák és időtöltések. A hosszú, forró periódusok mindinkább a vízpartok felé terelhetik az utazni és pihenni vágyókat. A tengerparti nyaralásokra óriási a kereslet. A magyar turisták tömegei kelnek útra az Adria felé, legnagyobb számban Horvátországba és autóval. Egyéni közlekedéssel ugyanis a szétterülő vízparti településeken található úti célok, szállások jól megközelíthetők. A magyarok hagyományosan a legjelentősebb horvátországi vendégek közé tartoznak. 2021-ben több mint 450 ezren (2020-hez képest + 103 százalék) 2,5 millió vendégéjszakát (+ 90 százalék) töltöttek el a szomszédos országban (TURIZMUS 2022).

Ideális esetben az idegenforgalmi élményhez hozzájárul a közlekedés, az oda- és visszautazás is. A közlekedési mód és az idegenforgalmi kínálatból történő választás során ma már a klímaváltozás is hatással van a fogyasztói döntésekre (BÉKI – FARAGÓ 2018). E csoport egy része számára elvben szóba jöhet a vasúti eljutás. A sínpárok eljutnak a tengerpartokig, így akár közvetlen kapcsolat is biztosítható, de csak az üdülőhelyek központjaiba. Az utazás sebessége is kétség kívül lassabb vonattal. Ugyanakkor háló- és fekvőkocsiban utazva ezt kompenzálhatja a felkelő nap bevilágította tájban való gyönyörködés, a fedélzeti étkezés, illetve az alvás és ezáltal a szállásköltségek csökkentése. Az úgynevezett nyaralóvonatokra a legjobb példa a Budapest és Split között közlekedő Adria nemzetközi gyorsvonat, melyet beválasztottak a legjobb éjszakai vonatutak közé (HALL 2022).

Az éjszakai vonatokkal kapcsolatos egyik legsúlyosabb gond a biztonságérzet hiánya. Az alvó utasok kiszolgáltatottsága nagy, ezért a vasútvállalatok folyamatos őréssel és az ajtók zárhatóságának fejlesztésével igyekeznek az utasok biztonságérzetét növelni. Kutatásunk egyik célja az volt, hogy a nyaralóvonatokkal kapcsolatos biztonsági elvárásokat jobban megismerjük. Másrészt szeretnénk volna a nyaralóvonatok tervezését a piaci igényekre alapozni. Ugyanis természetesen nem csak Horvátország lehet nyaralási úticél, hanem egyéb országok is. Munkánk kiindulópontja az volt, hogy a spliti nyaralóvonat a hátrányos horvátországi vasúti infrastrukturális adottságok ellenére is több vasúttársaság kínálatában szerepel. Keressük a lehetőségeket a nyaralóvonat koncepció továbbfejlesztésére, a szabadidős célú utazások fenntartható közlekedési eszközökre terelésére. Kutatási kérdésünk az volt, hogy hol van olyan

a vasúti infrastruktúra, amely ki tudja szolgálni a nyaralási igényeket és hogyan találkozik ez a kereslettel.

Ennek felmérésére primer kérdőíves kikérdezést végeztünk, hogy megállapítsuk hova utaznának szívesen a magyar emberek vonaton és azokon milyen biztonsági szintet várnak el (mikor érzik olyan biztonságosnak a vasúti utazást, hogy ezt a közlekedési módot válasszák). Cikkünkben bemutatjuk az eredményeket, az ezekből levont megállapításainkat és következtetéseinket, melyek alapján javaslatokat teszünk Olaszország vasúti kiszolgálására.

## 2. Módszertan

A vizsgált sokaság kedvenc úti céljának felmérésére a vasúti közlekedés biztonsági kérdéseivel foglalkozó nagyobb kutatás keretében volt lehetőségünk. Célunk az volt, hogy legalább 500 fős mintán vizsgáljuk az emberek vasúton utazásának biztonsági kérdéseit, összekötve a leginkább vonattal felkeresni vágyott úticéllal.

A kutatás keretében az adatfelvétel erre szakosodott vállalkozás révén, 2022. július 11. és 31. között zajlott. Személyes kikérdezéssel történt a kérdőívek kitöltése vonatokon és budapesti vasútállomásokon, illetve lehetőség volt online kitöltésre is. Így megteremtődött a lehetősége annak, hogy ne csak olyanokat kérdezzünk meg, akiknek vannak (magyar) vasúti tapasztalatai, hanem olyanok is válaszolhattak online formában, akik nem vasúti utasok, de a biztonsági feltételek teljesülése esetén igénybe vennék a szolgáltatást.

Miután nem volt célunk a különböző utascsoportok szerinti megkülönböztetés, csak az elvárt biztonsági szint és a kedvenc úticél meghatározása, ezért nem készítettünk kereszttáblákat és nem végeztünk klaszteranalízist.

Az úticél tekintetében a választ szabadon lehetett megadni (nyitott kérdés), nem kínáltunk fel vasúttal elérhető helyeket, hanem a válaszadókra bíztuk a célpont megadását és ezek után vizsgáltuk meg azok vasúti kiszolgálásának lehetőségét (a kérdésben benne volt, hogy vonattal hova utazna az illető).

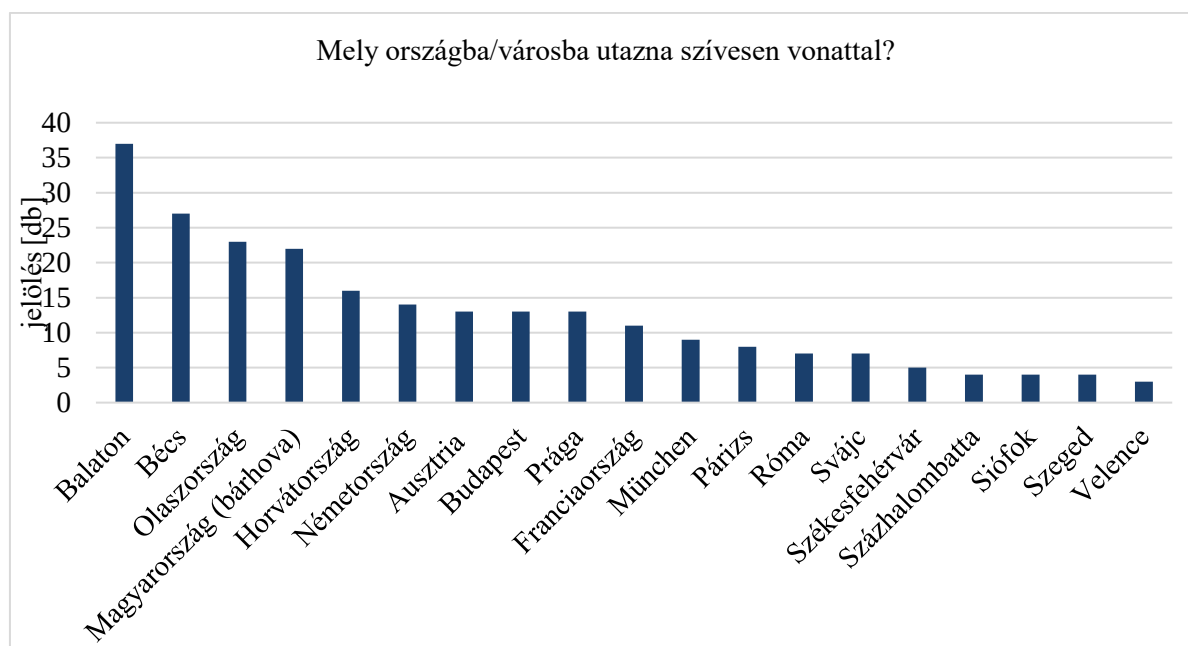
Összesen 584 választ kaptunk, tehát a minimálisan kitűzött célunkat elértük. A kérdőív 25 kérdést tartalmazott a terrorizmus általános megítéléstől kezdve a vasúti biztonságérzeten át a hálókocsis vasúti utazásig és a kedvelt úticélig bezárólag. Itt most a cikkünk szempontjából releváns kérdésekre adott válaszokat elemezzük a részletesség miatt egyes kérdéseket összevonva.

## 3. Eredmények és megállapítások

### 3.1. A válaszadók kedvelt úticéljai

Jelen cikk szempontjából az elsődleges eredmény a kedvelt úticél meghatározása. A szabad válaszok miatt a kitöltők összesen 345 különböző úticélt adtak meg, melyből megállapítható, hogy nagyon széles az a paletta, ahova az emberek szívesen utaznának vonattal. Ebből adódik, hogy a legtöbbször megjelölt helyszín sem kapott 40-nél több szavazatot. A Balaton térségét 40-en, Bécset és Ausztriát összesen szintén 40-en Olaszországot, Rómát, Milánót és Velencét összesen 34-en, Horvátországot 16-an, Németországot, Berlint és Münchent összesen 26-an, Csehországot és Prágát pedig 14-en jelölték meg, mint vonattal szívesen felkeresendő úticéllal (1. ábra).

1. ábra: A legjellemzőbb kedvelt vasúti célpontok



Forrás: Saját szerkesztés

Az első két célpont vasúti kiszolgálása teljes mértékben megfelelőnek mondható. Csúcsidőben mindkét helyszín elérhető Budapestről óránkénti, minőségi szolgáltatásokat nyújtó vonatokkal. Sokkal érdekesebb a harmadik kedvelt célpont, Olaszország vasúti elérhetőségének kérdése. Az Appennini-félszigetre jelenleg nem közlekedik hazánkból közvetlen vonat, de a válaszok igazolják az eljutás ismételt megteremtésének szükségességét.

A negyedik Horvátország vasúti kiszolgálása külön téma, melyet külön cikkben vizsgáltunk (LÉVAI – MOLNÁR 2022). A soron következő Németország tekintetében a vasút két útirányon közlekedik. Dél-Németországba kétóránkénti ütemben közlekednek a Railjet vonatok és München elérhető éjszakai vonattal is. A másik útirány Kelet-Németországba vezet, azonban a hosszú menetidő miatt csak 1 nappali és 1 éjszakai vonat közlekedik Prágán át Hamburgba és Berlinbe. Prága, hasonlóan Münchenhez, kétórás ütemmel kiszolgált viszonylat (a Metropolitan EC<sup>1</sup> vonatok révén), melyen ugyancsak igénybe vehető az éjszakai utazási lehetőség. A többi viszonylat kevés ember számára kedvelt úticél, hozzáátve, hogy Svájcba is közlekedik naponta 1 nappali és egy éjszakai közvetlen vonat Budapestről.

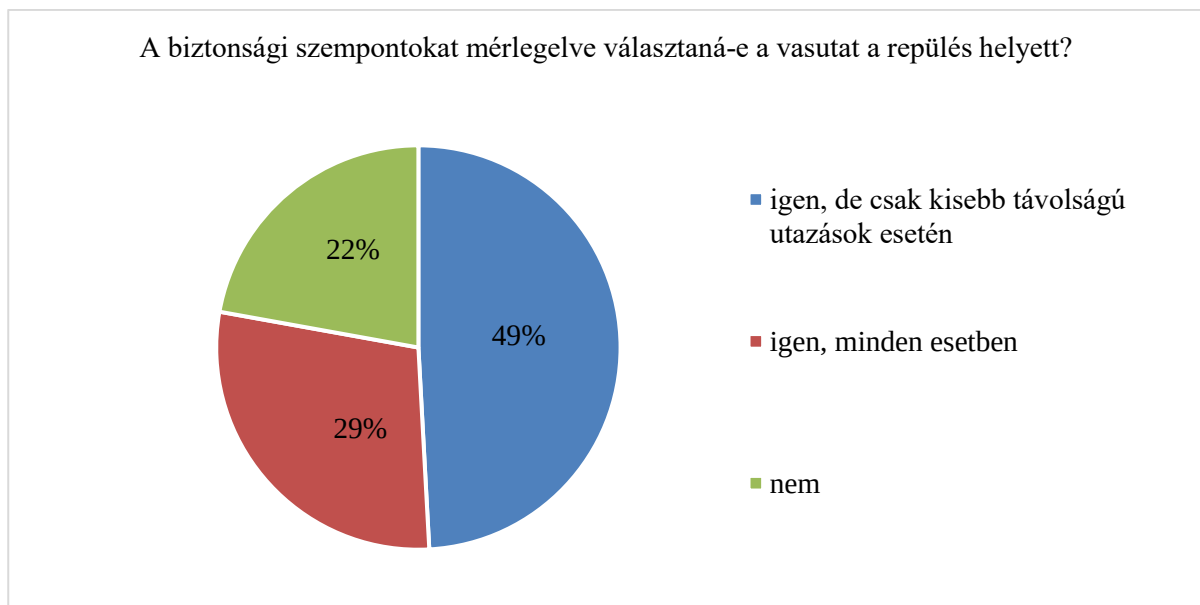
Fentiekből megállapítható, hogy Olaszország az a kedvelt célterület, amely elérhető vasúton, ugyanakkor jelenleg nem közlekedik vonat olaszországi célállomásra. Cikkünkben ezért az olaszországi eljutás lehetőségét vizsgáljuk a biztonsággal kapcsolatos válaszokból levonható megállapítások függvényében.

### 3.2. Az utasok biztonságérzetével kapcsolatos kérdések kiértékelése

A biztonsággal kapcsolatos kérdések egy része a repüléssel vetette össze a vasúti utazásokat. A biztonsági szempontokat mérlegelve a válaszadók döntő többsége (78 %) rövidebb utazásokra szívesebben utazna vonattal, mint repülővel, 29 % ráadásul minden esetben a vasutat választaná biztonsági szempontból (2. ábra).

<sup>1</sup> EC – EuroCity

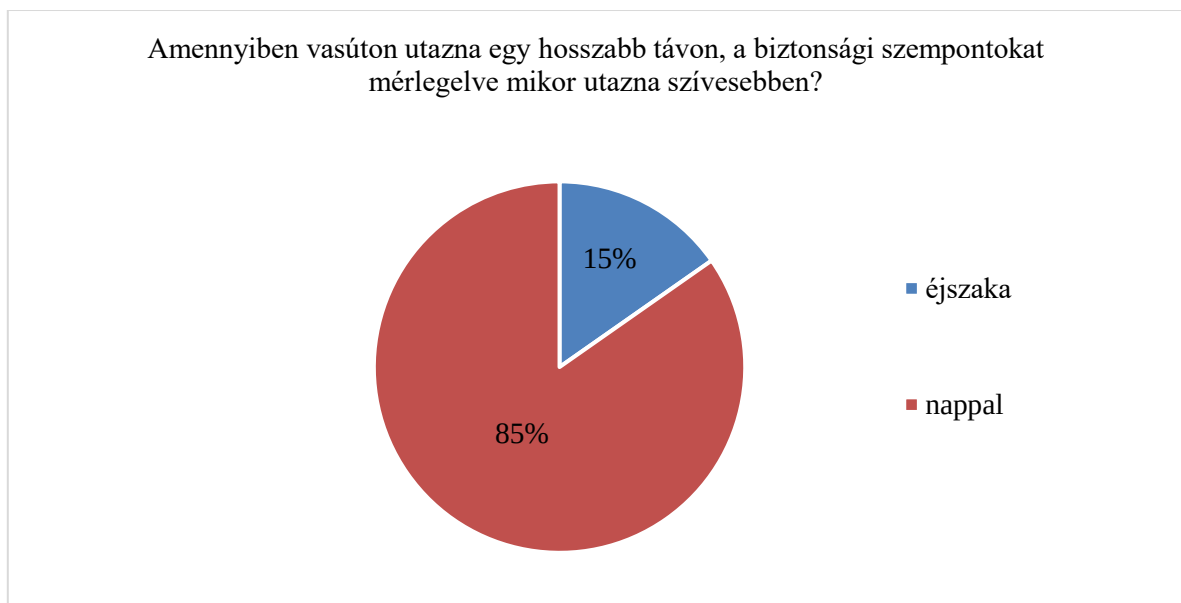
2. ábra: Az utasok biztonsági szempontokat figyelembe vevő módválasztási preferenciája



Forrás: Saját szerkesztés

Ugyanakkor a vonatok hosszabb távokon is közlekednek, mely viszonylatokban már érdemes lehet éjszakai vonatokat is közlekedtetni. Ebben a tekintetben a válaszadók inkább a nappali utazást preferálják, 85 %-uk ilyen távokon csak nappal utazna, 15 %-uk pedig éjszaka is (3. ábra).

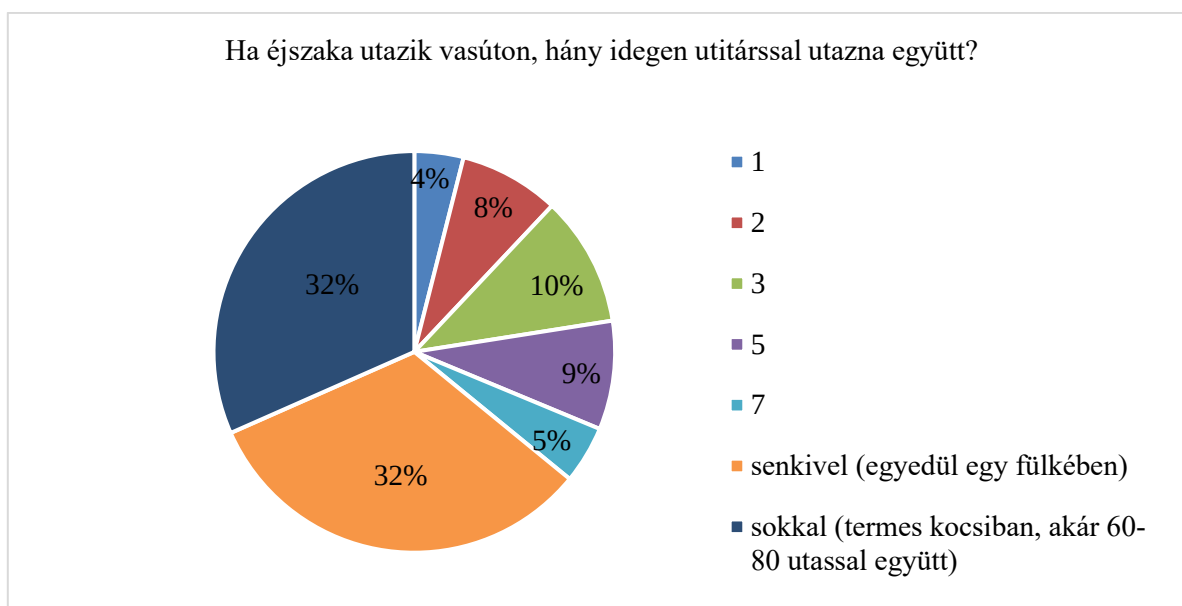
3. ábra: Az utasok biztonsági szempontokat figyelembe vevő vasúti utazási preferenciája



Forrás: Saját szerkesztés

A Bevezetésben meghatároztuk, hogy az éjszakai vonatok igénybevétele a költségek csökkenthető, amennyiben szálloda helyett a vonaton töltjük az éjszakát. A vasúttársaságok számos elhelyezési formát kínálnak ezekre a vonatokra, ugyanakkor fontos ismerni a szerelvények összeállításánál, hogy az utasok melyiket preferálják leginkább. Az erre vonatkozó kérdésünkre adott válaszok alapján egyenlő arányban oszlik meg az egyedüli (hálókocsiban) és a sok emberrel együtt (termes kocsiban) történő elhelyezés igénye (32-32 %) abban az esetben, ha idegenekkel kell együtt utazni (4. ábra).

4. ábra: Az utasok éjszakai vonaton más utasokkal való együtt utazásának preferenciája

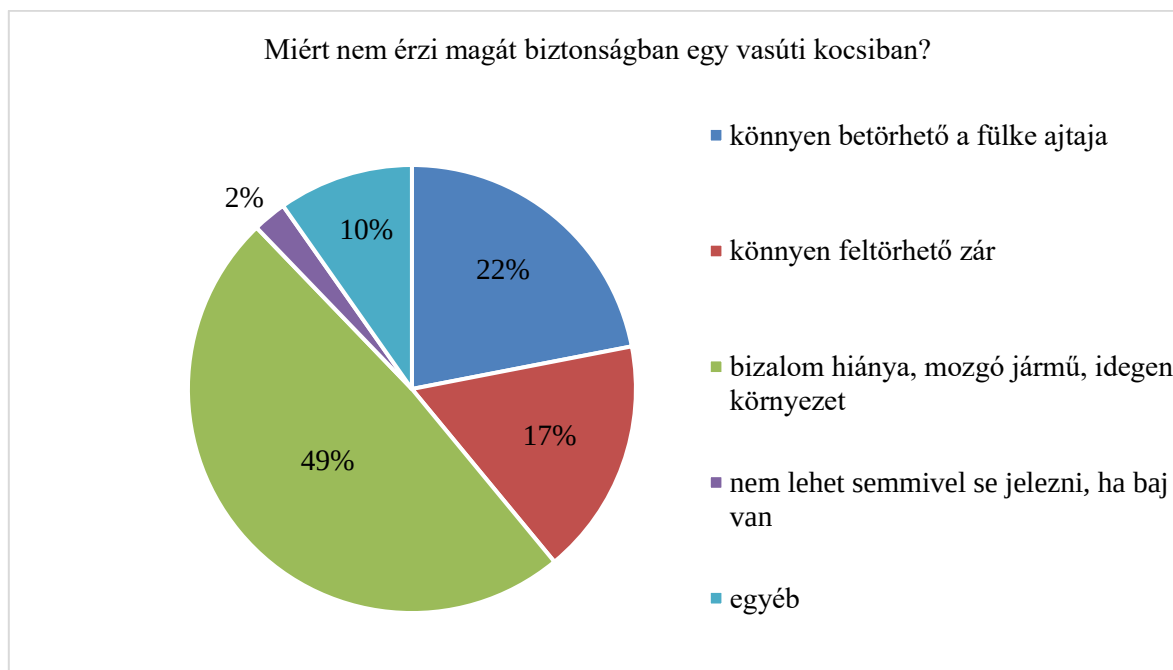


Forrás: Saját szerkesztés

Ez a helyzet megváltozhat, ha családdal vagy baráti társasággal utazunk együtt, akik sokkal természetesebben alszanak együtt egy fülkében.

Kíváncsiak voltunk arra is, ha valaki nem érzi magát biztonságban, mi ennek az oka. A válaszok döntő többsége a vasúttal szembeni bizalom hiányát, mint idegen környezetet jelölte meg okként (49 %), 39 %-uk a betöréstől fél, bár a fülkék ajtaja zárható (5. ábra).

5. ábra: A biztonságérzet hiányára ható tényezők

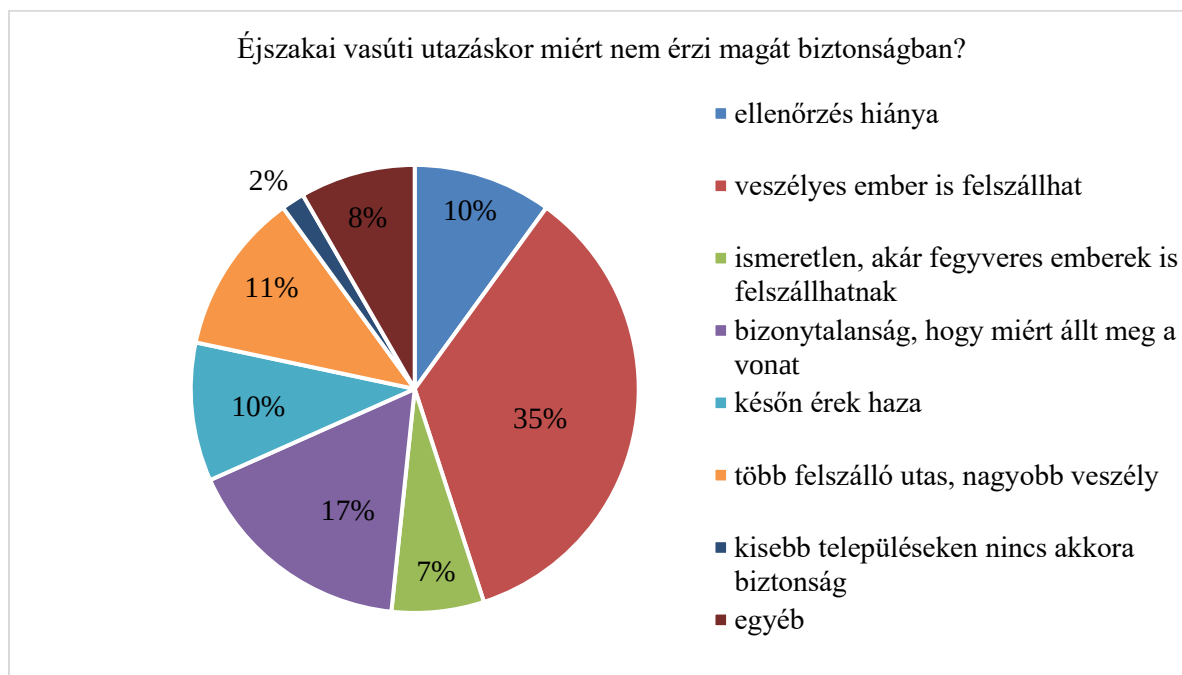


Forrás: Saját szerkesztés

A vasúti kocsikon kívül rákérdeztünk a vonatok útjával kapcsolatban elvárt biztonságra. Az éjszakai vonatok sajátossága, hogy egyes vasútüzemi műveletek miatt az éjszaka folyamán több helyen is megállnak. Ezek a megállások a válaszadók többségét nem zavarják (78 %). Ebben az esetben is megkérdeztük a biztonságérzet hiányának okait. A legtöbb válaszadó (42

%) a veszélyes emberek felszállását jelölte meg, amely igaz is lehet, hiszen ilyen esetekben a legtöbbször a szerelvényt nem őrzik sem a vasút, sem pedig a hatóságok részéről. További 17 % jelölte meg a megállás miatt kialakuló bizonytalanságot (6. ábra). Itt meg kell említeni, hogy ezek az éjszakai megállások sok esetben szolgálati célúak, vagyis nem szerepelnek a vonat kereskedelmi menetrendjében (a menetidőben igen), így az utas azt is gondolhatja, hogy rendkívüli ok miatti megállásról van szó.

6. ábra: A biztonságérzet hiányára ható tényezők éjszakai vonat útközbéli megállásakor



Forrás: Saját szerkesztés

Összefoglalva, az utasok vasúti biztonságérzetével kapcsolatban az alábbi megállapítások tehetők:

- a válaszokból levonható az a következtetés, hogy a vasúti közlekedést az utasok biztonságosabbnak tartják a repülésnél, különösen rövidebb távokon, melyre jó példa a Budapest – Bécs viszonylaton közlekedő vonatok magas kihasználtsága;
- a hosszabb távú utazásoknál elsősorban a nappali összeköttetés a preferált, az éjszakai vonatokat kevésbé szeretik az utasok;
- a vonatok szerelvényeinek összeállításakor szükség van egy légterű, termes kocsira, illetve a megfelelő szeparációt biztosító fülkés kocsikra is;
- a fülkés kocsik tekintetében szükséges, hogy a fülkeajtók mindenképpen zárhatók legyenek;
- kiemelten fontos terület az utas és a szolgáltató közötti bizalom megteremtése, mert az utasok nem érzik magukat teljes biztonságban egy idegen környezetben;
- az éjszakai vonatok útközbéli megállása nem annyira zavaró az utasok számára, ugyanakkor véleményük szerint ezek lehetőséget teremtenek veszélyesnek számító emberek felszállására is.

#### 4. Javaslatok Olaszország vasúti kiszolgálására

Kérdőíves kikérdezésünk eredményeként megállapíthatjuk, hogy a szabadidős célú utazások kiszolgálására újonnan tervezett vasúti összeköttetések elsődleges útvonala olasz célállomásokra vezet. Ebben a fejezetben meghatározzuk az olaszországi vasúti kiszolgálás lehetséges módjait és javaslatokat teszünk a járatok viszonylataira.

#### 4.1. Miért éppen Olaszország?

Az ország az egész világ számára a minőségi élet megtestesítője. Az olasz életstílus, a Dolce Vita követendő példaként jelenik meg külföldön (TANÁCS-MANDÁK 2018), ez pedig hatással van a turizmusra. Ha már nem tudjuk nap, mint nap megélni ezt a stílust, legalább éljük át pár napig, amíg Olaszországban vagyunk – ez állhat a kutatási eredmény mögött, amely szerint a jelenleg hiányzó kapcsolatok közül olasz úti célokra lennének leginkább nyitottak vonattal utazni a kérdőívet kitöltők.

Itália földrajzi adottságai, történelme és kultúrája számos célpontot kínál az utazó számára. A vízpartokat kereső nyaralók számára éppoly kedvező desztináció lehet, mint a városlátogató turisták számára. A 3S<sup>2</sup> turizmus elemei jelentős szerepet játszanak a célpontok kiválasztásában (ALIPOUR et al. 2020), és Olaszország rendelkezik mindhárom összetevővel. A 7 600 km hosszú tengerpart java része homokos és az év jelentős részében fürdőzésre alkalmas (SZÖLLŐS-TÓTH 2022).

A tengerparti strandok alkalmasak a tömegturizmus kielégítésére is, ennek megfelelően a vízpartok vendégforgalma kiemelten magasnak mondható (SULYOK 2014). Olaszország azonban kulturális szempontból is speciálisnak tekinthető, ugyanis az UNESCO adatai szerint Olaszországban található egy országon belül a legtöbb világörökségi helyszín (UNESCO 2017). Ez rávilágít az olaszországi turizmus másik nagy területére a városlátogató turizmusra. 2019-ben az országba látogató turisták 47,6 %-a kulturális élményekért érkezett, míg a tengerpartokat 24,6 % kereste fel (SZÖLLŐS-TÓTH 2022). A KSH adatai szerint 2019-ben Magyarországról minden második turista szabadidős céllal kereste fel Olaszországot, mely az előző évihez képest 33 %-os növekedést és összesen 556 ezer utazást jelentett (KSH 2020).

Fenti adatokból megállapítható, hogy Olaszország két fő vonzereje a tengerparti és a kulturális (leginkább városlátogató) turizmus, illetve Magyarországról egyre több turista érkezik a mediterrán országba. Olaszország népszerűségét KUPI M. és SZEMERÉDI E. kutatása is igazolja. Az általuk megkérdezettek 17 %-a Olaszországot jelölte meg utazási célpontnak, ezzel második helyet szerezve Ausztria után (KUPI – SZEMERÉDI 2022). Ezek az eredmények a mi kutatási eredményeinket is igazolják, hiszen az általunk elvégzett felmérésben is Ausztria végzett az élen potenciális külföldi úticélként, melyet Olaszország követett.

Érdekes további adatokat is szemügyre venni az előbb említett kutatási eredményekből. Cikkünk témája miatt releváns adat, hogy a megkérdezettek 22 %-a a vasutat jelölte meg utazási módként, ezzel második helyre hozva azt a személygépkocsi mögött. A vasúti célcsoport meghatározásához is találhatók eredmények a kutatásban: a kötött pályát elsősorban a környezettudatos és a környezetre figyelő turisták preferálják. Előbbiek távolsági korlát nélkül, utóbbiak inkább a rövid távú utazásaikhoz (KUPI – SZEMERÉDI 2022). Az ebből eredeztethető „természetes” növekedést az okozza elsősorban, ha a zöld gondolatok a hétköznapi életben, a fogyasztók megosztásai, egymásnak átadott információi alapján épülnek be a potenciális utasok választásai közé. Ebben a fázisban tudnak a vasúttársaságok és a különböző, környezetvédelmet célul tűző szervezetek hatékonyan segíteni a döntések meghozatalánál tájékoztatás adásával (LÉVAI – MOLNÁR 2020b).

Olaszország turisztikai célpontjai a Tripadvisor turisztikai portál szerint 2022-ben a következő kategóriákban voltak az első 25 helyezett között:

- népszerű turisztikai célpontok: Róma, Firenze;
- téli utazási célpontok: Ortisei, Livigno, Pinzolo;

<sup>2</sup> 3S – sea, sand, sun – tenger, homok, napfény

- kulináris célpontok: Róma, Firenze, Nápoly;
- látnivalók: Clinto és Vallo di Diano Nemzeti park;
- városok: Róma, Firenze, Nápoly.

Az olaszországi üdülőhelyeket bemutató magyar, nem hivatalos portálok szerint a legnépszerűbb régió az észak-adriai tengerpart (Lignano, Bibione, Caorle, Jesolo), ezt követi Rimini, az alpesi tavak, Toszkána, Róma, Szicília és Szardínia (OLASZUTAK 2016, INVIA 2020, UTAZOM é. n.).

#### 4.2. A lehetséges vasúti célpontok meghatározása

Kérdőívünk eredményei és a szakirodalom elemzése után már meghatározhatók azok a vasúttal elérhető célpontok, melyek Olaszország tekintetében relevánsak lehetnek a magyar turisták számára. Ehhez ismernünk kell a Magyarországról induló vasúti utazások hatótávolságát (LÉVAI – MOLNÁR 2020a), amely megmutatja, hogy hova érdemes nappali vagy éjszakai vonatot közlekedtetni és amelyből megállapíthatók az olaszországi lehetséges vasúti célpontok (7. ábra). Ezeket a desztinációkat a szakirodalom alapján a 3S és a kulturális (városlátogató) turizmus (4S<sup>3</sup>) szerint határozzuk meg.

7. ábra: A nemzetközi vonatok hatótávolsága Budapestről



*Forrás: Lévai – Molnár (2020) alapján saját szerkesztés*

*Megjegyzés: kék kör: nappali vonatok, piros, szaggatott kör: éjszakai vonatok*

<sup>3</sup> 4S – sea, sand, sun, sights – tenger, homok, napfény, látnivalók

#### 4.2.1. 3S célpontok

A 3S turisták elsődleges célpontjai tehát a tengerparti nyaralóhelyek. Vasúti szempontból ez az Adriai-tenger északi öblét és nyugati partvidékét jelenti. A 7. ábrából látható, hogy a Trieszt – Velence tengerpart még nappali vonattal is kiszolgálható, viszont Emilia-Romagna és Marche tartományok üdülőhelyei csak éjszakai vonattal.

Az észak-adriai területen azonban a vasúti pálya nem közvetlenül a tengerparton halad, a magyarok által is kedvelt legforgalmasabb üdülőhelyek, mint Bibione, Caorle és Jesolo is csak közvetett megállóval rendelkeznek (Latisana-Lignano-Bibione, Portogruaro-Caorle, San Donà di Piave-Jesolo), így ezekben az esetekben felmerül transzfer igénybevétele is (8. ábra, kék kör). Egyedül Trieszt rendelkezik belvárosi és egyben tengerparti vasútállomással, melynek hátránya, hogy Magyarország felől csak kerülővel elérhető fejállomás, vagyis a továbbhaladó vonatoknak itt irányt kell váltaniuk (8. ábra, kék nyilak). Ez vasútüzemi szempontból hátrányos, mert hagyományos mozdonyos vontatásnál a művelet 12-20 percet vesz igénybe, ugyanakkor utasforgalmi okból 2-3 perc tartózkodás lenne az indokolt. Egy trieszti betérés akár 1 órával is növelheti a menetidőt.

8. ábra: Az észak-adriai üdülőhelyek vasúti kapcsolatai



*Forrás: [www.acprail.com/maps/italy-train-map/](http://www.acprail.com/maps/italy-train-map/) alapján saját szerkesztés*

A nyugat-adriai tengerparton a vasút már jóval közelebb halad az üdülőövezethez, a sínek gyakorlatilag a tengerparton fekszenek. Ezért ezeknek az üdülőhelyeknek a kiszolgálása jóval egyszerűbb, hiszen a vonatokat elegendő a nagyobb centrumokban megállítani. Nehezebb azonban a vasúti összeköttetés tervezése, mert ezen a partszakaszon nincs olyan nagyváros, amely ideális végállomás lenne. Itt egyrészt arra lenne szükség, hogy a vonat visszafordításához szükséges technológiai feltételek biztosítottak legyenek, másrészt, mivel vonatoknál a végpont jelenik meg a kijelzőn, célszerű egy jelentős marketing értékkel bíró célállomást választani. Ilyen azonban ezen a partszakaszon nincs. A 7. ábra alapján a vonat végállomása Ancona vagy Pescara lehet (9. ábra, fekete körvonal).

További célzott piackutatás alapján lehet pontosan eldönteni azt az alapképzést, hogy Velence vonzereje mekkora és a város nem „vesz-e le” annyi utast a vonatról, hogy onnan már nem éri meg továbbhaladni. Ezzel már el is jutunk a következő témához: a városlátogatáshoz.

9. ábra: A nyugat-adriai üdülőhelyek vasúti kapcsolatai



*Forrás: [www.acprail.com/maps/italy-train-map/](http://www.acprail.com/maps/italy-train-map/) alapján saját szerkesztés*

#### 4.2.2. Városi célpontok

A városokba látogatók motivációi többretegűek 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 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 Milánó) (MOLNÁR – LÉVAI 2021).

Olaszország tekintetében a 7. ábra nappali vonatok esetében Velencét kínálja úticélként. A város ismertségét és kulturális szerepét nem kell bizonyítani. Legnagyobb eseménye a februárban megrendezésre kerülő karnevál, melynek gyökerei egészen 1094-ig nyúlnak vissza és ebből adódóan kulturális értéke megkérdőjelezhetetlen (JANDALA – SÁNDOR 2016). Az esemény kiemelkedően sok turistát vonz, mely keresleti csúcsot kezelni kell. Ennek egyik megoldása lehet belépődíj megfizettetése. A városvezetés ezt a megoldást azonban nem csak a karneváli időszakra, hanem egész évre ki akarja terjeszteni és csak az egynapos turistákra vonatkozna, összege 3 és 10 Euro között változna a látogatás időpontjától függően

(TURIZMUS 2021). Ezt a szempontot a vasúti járatok tervezésekor figyelembe kell venni, ugyanis egy éjszakai vonatos utazás tökéletes lehetőség az 1 napos városlátogatásra.

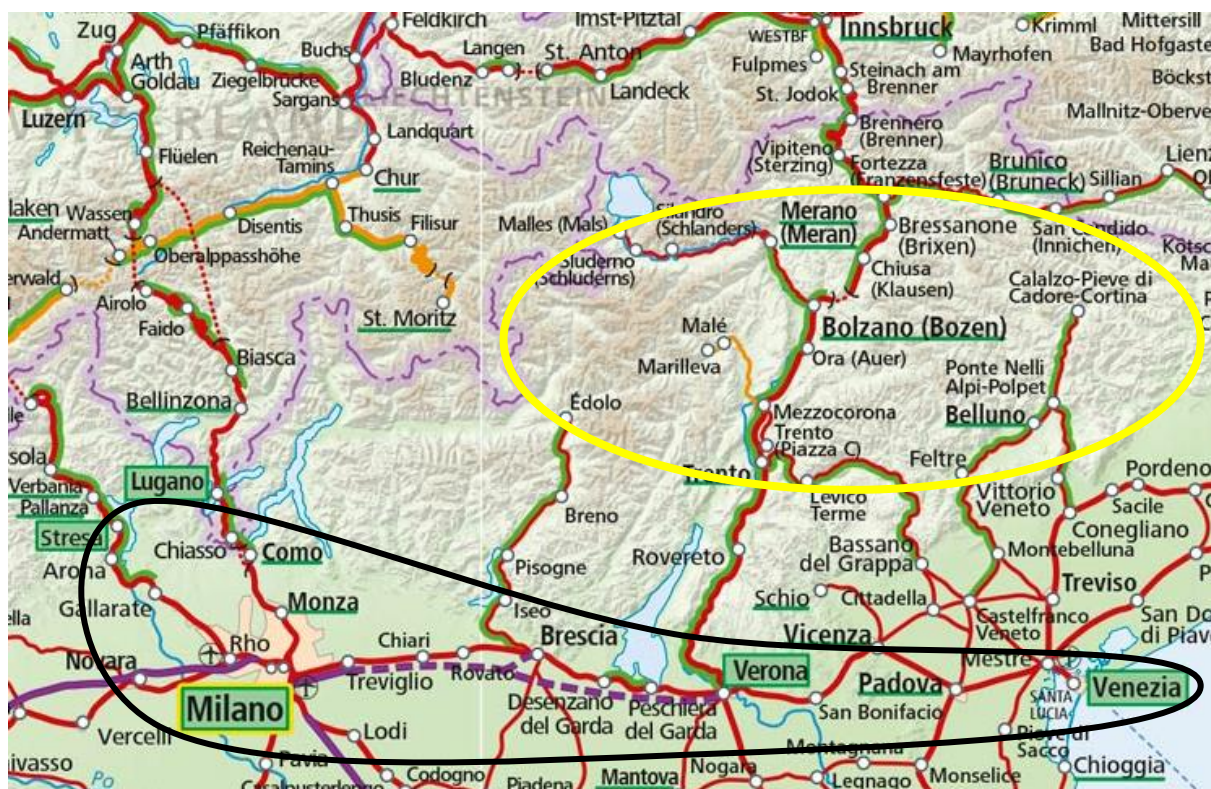
A 7. ábra további legjelentősebb városai, ahova érdemes lehet éjszakai vonatokat közlekedtetni: Milánó és Firenze.

A Velence – Milánó vasúti tengely mentén érdemes a Velencéből hozzávetőlegesen félóránnyira fekvő, számos jelentős történelmi esemény színhelyét, Padovát, valamint az 1 óránnyi vonatútra található, megannyi kulturális látnivalót kínáló Veronát is felkeresni (10. ábra, fekete körvonal).

Milánó a kultúrán kívül számos egyéb alkalmat kínál, amiért érdemes felkeresni. Ilyenek lehetnek többek között a divat, a sport és az üzleti célú utazások. Milánó úticélként szolgálhat a 3S turistáknak is, amennyiben a tenger helyett a tóparti üdülés lehet a megfelelő pihenési forma. A közeli Garda-tó, vagy éppen Comói-tó pazar élményt nyújthat a tavak szerelmeseinek.

Az észak-olasz síterepek (Livigno, Cortina d'Ampezzo, 10. ábra, sárga körvonal) megközelítése Budapestről Innsbrucki átszállással, az Innsbruck – Verona vasútvonalon Bolzanonál leszállva lehetséges. A síközpontok közvetlen elérése buszos transzferrel történhet.

10. ábra: A Velence – Milánó vasúti tengely és az észak-olaszországi síterepek vasúti kapcsolatai



*Forrás: [www.acprail.com/maps/italy-train-map/](http://www.acprail.com/maps/italy-train-map/) alapján saját szerkesztés*

Firenze igazi kulturális gyöngyszem. Az Uffizi Képtár nevét még talán azok is hallották, akik nem fogékonyak a képzőművészetekre. Középkori épületei, palotái vonzzák az épített kultúráért rajongókat. Az innen kevesebb, mint 1 óra vonatozással elérhető Pisa városát sem kell különösebben bemutatni (9. ábra, sárga kör). Sok turista kedvenc fotója az általa „megtartott” ferde torony.

Firenze előtt mindenképpen javasolható megállás Bolognában, illetve a tengerparti vonatok esetében Riminiben, ahonnan 50 perc buszozással elérhető San Marino hercegsége (9. ábra, barna kör). Mind a két város rengeteg történelmi-kulturális látnivalót kínál.

Külön kell szólnunk Rómáról. Az olasz főváros a 7. ábra alapján kiesik mind a nappali, mind pedig az éjszakai vonatos körből, mégis kulturális jelentősége okán érdemes megfontolni a közvetlen vonat indításának lehetőségét. Ennek megvalósíthatóságát a következő pontban vizsgáljuk.

#### 4.3. Járattervezés

A vasúti járatok tervezésének turisztikai alapú megközelítését 2021-ben publikált cikkünkben mutattuk be (MOLNÁR – LÉVAI 2021). Ennek keretében a járatok útvonalát és szolgáltatásait egyszerre kell megtervezni, ahol a menetrend szolgáltatási katalógusnak tekinthető. 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 vonatközlekedésnek időrendje.

A járatok tervezésekor további fontos elem az utasok biztonsága. A cikkünkben bemutatott kutatás is elsősorban a biztonság oldaláról közelítette meg a vonaton utazás hajlandóságát, így a vonatok szolgáltatását ebben a körben elsősorban a turizmusbiztonság területén értelmezzük. A turizmusbiztonság MICHALKÓ G. által megadott definíciója szerint *„az utazásból és az átmeneti tartózkodásból fakadó, az utazót és a desztinációt egyaránt fenyegető kockázatok csökkentése, illetve kizárása”* (MICHALKÓ 2020). A definíció indirekt módon tartalmazza az útvonal, vagyis az utazás biztonságát is. A fogalom egészének azonban csak egy része, ezért megtartva a fogalmat, a cikk további részében a turizmusbiztonságot elsősorban utasbiztonságként értelmezzük. Kérdőíves felmérésünk is erre a területre terjedt ki.

A vasúti utasbiztonság megteremtése ott a legfontosabb, ahol az utazó a legvédtelenebb. Miután az utas a saját maga és csomagja biztonságára is ügyel, így figyelmét ez a tevékenység is leköti útközben. Ugyanakkor az éjszakai vonatokon a pihenés elsődleges szerepe a figyelem lanyhulását eredményezi, ez pedig a biztonsági szintet csökkenti. Sok utas ezért nem is tud megfelelően pihenni az éjszakai út alatt, hogy ébersége megfelelő legyen. Márpedig a vasúti szolgáltató elsődleges szempontja, hogy utasai kipihenten érkezzenek meg a célállomásukra, ezért a védelméről neki kell gondoskodnia (LÉVAI et al., 2021).

##### 4.3.1. Menetrendtervezés

Elsőként azonban a menetrendtervezéssel foglalkozunk. Olaszország vasúti elérése három útirányon át lehetséges.

A hagyományos irány a Budapest – Zágráb – Ljubljana – Trieszt – Velence útvonal. Ennek magyarországi szakasza a Balaton déli partján vezet, majd Nagykanizsa után Gyékényesnél lépi át a horvát határt. Az útvonal problémája az infrastruktúra jelenlegi állapota, a hosszú egyvágányú szakaszok, a különböző áramnemek, a még nem schengeni, de hamarosan azzá váló. Mindezek miatt a Budapest – Zágráb menetidő 6 óra, a Zágráb – Ljubljana menetidő 2 óra 15 perc, a Ljubljana – Velence menetidő 4 óra 40 percre adódik. Összességében jelenleg kb. 13 órába telik eljutni vonattal Budapestről Zágrábon át Velencébe. Ez a menetidő nem kínál versenyképes vasúti eljutást, ezért szükséges a menetidő csökkentése. Ennek egyik lehetséges módja a Budapest – Zágráb útvonal infrastrukturális fejlesztése (LÉVAI – MOLNÁR 2022). Szükséges továbbá Horvátország schengeni tagsága, illetve le kell mondani a trieszti főpályaudvari megállásról, illetve szükséges többáramnemű mozdonyok alkalmazása. A fejlesztések és intézkedések hatására a menetidő ideális esetben 9 órára csökkenthető, amely már megfelelő alternatívát jelent a 850 km-es út megtételére. Ennek az útiránynak a jelentősége

a három küldő városban (Budapest, Zágráb, Ljubljana) rejlik, ami kiegészíthető Zágrábban belgrádi csatlakozással és amely alapvetően meghatározhatja az olaszországi vasúti keresletet.

A másik útirány a Budapest – Ljubljana – Velence vonal, őrihódosi határátlépéssel. Az útvonal előnye, hogy a schengeni övezetben halad, hátránya, hogy a leggyorsabb menetvonal elkerüli Zalaegerszeg vasútállomását, csak a külvárosi megállóhelyen (Zalaegerszeg-Ola) tud megállni a vonat, illetve nem érinti Zágrábot, az egyik fontos küldő állomást. A vonatok telítettségét így Budapestnek és Ljubljanának kellene biztosítania. A menetidő ezen az útirányon Budapest és Ljubljana között 8 óra, Ljubljana – Velence között 4 óra 40 perc, összesen 13 óra 40 perc, vagyis pár perccel rövidebb csak a zágrábi iránynál.

A harmadik útirány Ausztrián keresztül vezet. Az útvonal Bécsen keresztül éri el Velencét. A menetidő Budapest és Bécs között 2 óra 30 perc, Bécs és Velence között 7 óra 40 perc, összesen 10 óra 10 perc. Látható tehát, hogy ez az útirány a leggyorsabb, ugyanakkor a járatok menetrendjének kialakítása ezen a viszonylaton a legnehezebb, bár az ÖBB<sup>4</sup> által üzemeltetett Railjet szerelvények megkönnyíthetik közvetlen vonatok betervezését. A jelenleg épülő osztrák nagysebességű pályán (Koralmbahn és Semmering alagút) a menetidő tovább csökken, így nappali eljutás esetén egyértelműen az osztrák tranzit útirány lesz a legkedvezőbb. A nagysebességű szakaszokat kihasználva Velence, Verona, Bologna térségébe a vasúti közlekedés versenyképessé válik a többi közlekedési móddal (személygépkocsival 7-8 óra, autóbusszal 10-11 óra a menetidő, repülővel nem elérhető). A kiszolgált köztes megállások miatt a kereslet egy átlagos, 7-10 kocsis vonat kellő kihasználtságának elérésére az ágazati tapasztalatok szerint elegendő mértékű – ezt a kutatási eredményünk is megerősíti.

Éjszakai vonatok tekintetében, amennyiben el kívánjuk érni a 7. ábrán meghatározott külső körön található célállomásokat, szükséges gyors tranzit útvonal biztosítása, ahonnan a további desztinációk még 2-4 óra vonatozással érhetők el.

Róma Bécsen keresztül mozdony vontatta személykocsikkal 17 óra menetidő alatt érhető el. Ez, mint már említettük, kívül esik a 7. ábra 15 órás menetidőt megjelenítő piros körén, de kereskedelmi potenciálja miatt érdemes egy önálló járat indítását megvizsgálni.

A jelen piaci körülmények között egy naponta közlekedő Budapest-Róma éjszakai vonat elindítását önmagában és még az ÖBB-vel együttműködve sem látjuk üzletileg kedvezőnek. Ennek egyik oka a bécsi vonategyesítés nehézsége az ÖBB saját kocsijaival. Azonban egy jelentősebb kereslet eltolódás a fenntarthatóbb közlekedési módok felé lehetővé teheti e viszonylat létrejöttét.

Az átmenet más útvonalakkal összefűzve, más viszonylatú vonatokkal együtt közlekedtetve képzelhető el. A jelentős kereslet miatt felvetődik Románia felől ráhordás vagy közvetlen eljutás biztosítása. A román és a magyar piac együttes mérete már elegendő lehet egy római járat megtöltéséhez. A versenyképesség alapvető feltétele itt különösen, hogy a vasúti közlekedés költségei más közlekedési módokkal összevethető jegyárakat eredményezzenek.

A római járat relevanciáját az évtized második felében megnyíló Semmering és Koralm bázislagutak igénybevételel elérhető több órás menetidőcsökkenés hozhatja el. Még tovább csökkenthető elvben a menetidő a 300 km/h sebességű pályát (9. ábra lila színű vasútvonal) kihasználó éjszakai vonattal, erre azonban még nincs példa Európában. A társközlekedési alágazatokkal összevetve a személygépkocsi 11-13 órás, illetve az autóbussz 18-19 órás menetideje az időbeli versenyképesség alapja. A repülés szűk 2 órás menetidejével a vasút nem tud versenyezni, így más versenyelőnyökre kell építeni (például fedélzeti kényelem, LÉVAI – MOLNÁR 2020b).

<sup>4</sup> ÖBB – Österreichische Bundesbahnen – Osztrák Szövetségi Vasutak

Fentiek alapján a következő viszonylatú vonatok javasolhatók:

- nappali vonat 365 napon: Budapest – Zágráb – Ljubljana – Trieszt vagy Velence;
- éjszakai vonatok:
  - nyaralóvonat szezonban:
    - nyáron: Budapest – Bologna – Rimini – Ancona vagy Pescara;
    - télen: Budapest – Innsbruck – Bolzano;
  - városlátogatásra, 365 napon:
    - Budapest – Ljubljana – Velence;
    - Budapest – Bécs – Milánó;
    - Budapest – Firenze (– Róma).

#### **4.3.2. Szolgáltatástervezés**

A vonatok szolgáltatásait a felhasznált kocsik határozzák meg. Az olasz biztonsági előírások szigorúak, így csak jelentős korszerűsítésen átesett vagy új eszközök használhatók. A szerelvények összeállítása döntő fontosságú az utasok minőségi és biztonsági elvárásainak teljesíthetősége érdekében. Nappali vonatok tekintetében fülkés és termes kocsik egyszerre is alkalmazhatók. Ilyen hosszú úton kötelező elem a fedélzeti vendéglátási szolgáltatás nyújtása, leginkább étkezőkocsi közlekedtetése formájában.

A kényelmes ülés és a csomagok megfelelő elhelyezése ma már alapelvárás, ezért a vasút az alacsony költségű repüléssel ellentétes irányba fejlődik. A fedélzeti WI-FI és a légkondicionálás is ugyancsak alapelvárás a teljes útvonalon, ugyanakkor további multimédiás szórakozási lehetőségek segíthetnek a hosszú utazás kényelmes eltöltésében. Használóképp alapnak számít a kerékpárosok, illetve a segítséggel élők számára biztosított utazási lehetőség is.

Az éjszakai vonatok tekintetében az utasok részéről erős elvárás a biztonság megteremtése az utazás alatt. Az elhelyezési lehetőségek felkínálásakor figyelemmel kell lenni az egyéni elhelyezési igényre. Ezt a vasutak a hálókocsik megfelelő kialakításával képesek elérni. Az ilyen kocsik hálófülkéiben használatról függően 1-3 ágy alakítható ki. Kiemelten fontos körülmény, hogy a fülkeajtók megfelelő tömörségűek és jól zárhatók legyenek. Ez utóbbi történhet kulccsal vagy mágneses zárral, illetve külön biztonságot nyújt a belülről használható biztonsági lánc is.

Kérdőívünk másik szignifikáns eredménye, hogy a nem egyéni elhelyezés elsősorban a sok emberrel történő együtt utazást jelenti az utasok számára. Ez leginkább termes kocsikban lehetséges, ahol nincs külön szeparáció az utasok között. Kialakítástól függően 54-80 utas utazik 1 kocsiban. A sok ember nyújtotta biztonság mellett hátránya is ez: egyrészt sosincs teljes éjszakai nyugalom a kocsiban, másrészt a világítás folyamatosan üzemel.

Fentiek alapján az éjszakai vonatok optimális szerelvényösszeállítása hálókocsikból és termes kocsikból kell, hogy álljon, ugyanakkor a szolgáltatók elemi érdeke további elhelyezési formák felkínálása, úgymint fekvőhelyes kocsi (4-6 fő/fülke, koedukáltan), fülkés ülőkocsi (6-8 utas/fülke, koedukáltan) vagy egyszemélyes minifülkében. A szerelvényt a megfelelő szolgáltatási szint elérése érdekében ki lehet egészíteni büfével, bár- vagy étkezőkocsival, illetve valamely kocsiban kialakított kerékpárszállítási lehetőséggel.

Az éjszakai vonatok közlekedésének alapvető feltétele azok gazdaságos üzemeltetése, illetve adott esetben a nappali közszolgáltatásba történő bevonhatóságuk. A gazdaságosság szükségessé teheti az egyes szakaszokon egyirányban közlekedő vonatok összevonását, így az éjszaka folyamán forgalmi műveletek (például vonatok egyesítése és szétválasztása) elvégzése is felmerülhet.

Ma azonban egyre inkább abba az irányba mozdulnak a tervezők, hogy az éjszakai nyugalom érdekében a vonat szinte folyamatosan mozgásban legyen, a megállások és tolatások számát az éjszakai időszakban a lehető legkisebbre csökkentsék.

Az útvonalat, a sebességet, a megállásokat a menetrend határozza meg, sok esetben előfordul, hogy a megállási hely a vonat szempontjából nem rendelkezik kereskedelmi értékkel, vagyis a megállás szolgálati célú. Ilyen például a schengeni határokon történő megállás vasúti üzemi okból.

Felmérésünk szerint az utasokat a megállás ténye nem zavarja, sokkal inkább ódzkodnak a veszélyes emberek felszállásától ilyen helyeken. A vasútüzemi műveletek mellett olykor ezeken az állomásokon történik az optimális menetrend „kialakítása”, vagyis a megfelelő érkezési idő elérése nagyobb tartózkodással, így van lehetőség az utasok kárára bűncselekmények elkövetésére. Ezt elkerülendő a vasúttársaságoknak fel kell mérniük, hogy melyek ezek a veszélyes tartózkodások, és a megállások időtartamára meg kell rendelniük a vonatok őrzését és felügyeletét. E mellett 2021-ben publikált konferenciaközleményünkben további javaslatokat is tettünk az éjszakai vonatok biztonságát illetően (LÉVAI et al., 2021):

- együtt kell működni a hatóságokkal;
- megfelelően kell tájékoztatni az utasokat a lehetséges biztonsági intézkedésekről (például a fülke zárásáról);
- külön kell gondoskodni a védtelenebb utazói csoportok (nők, idősek, gyerekek) védelméről.

Minkét vonattípus esetében a különböző típusú kocsik kialakítása kedvező lehet a Bevezetésben említett fizikai távolságtartásra. A fülkés kocsik kialakítása lehetővé teszi kisebb csoportok (családok) elszeparálását a többi utastól, hasonlóképpen a fülkés kialakítású fekvő- és hálókocsik. A hálókocsikban az egyéni utazás is megoldható (single elhelyezés). Ezek alapján elmondható, hogy a vasúti kocsik kialakítása kedvező lehet az utasok számára a pandémiával kapcsolatos szociális távolságtartás megteremtésében. Ugyanakkor ennek párosulnia kell a vasúttársaságok mindenre kiterjedő higiéniai előírásaival és azok maradéktalan betartásával.

## 5. Összegzés

A pandémia elmúlásával meginduló turistaforgalom nagysága bizonyítja, hogy az emberek igyekeznek bepótolni az elmúlt évek utazásainak hiányát. Az emberek vágnak az újabb élmények befogadására, illetve a gondtalan kikapcsolódásra. Ennek feltétele, hogy az utazás biztonságban és gondtalanul teljék, illetve el lehessen jutni a kedvelt úticélokhoz. A célállomások elérésének egyik lehetséges formája a vonattal történő utazás, ezért az előzőekben meghatározott feltételek teljesülését vizsgáltuk meg a vasúti szektorban.

Tanulmányinkban bemutattuk a vasúti utazás biztonságát és kedvelt úticéljait kutató kérdőíves felmérésünk eredményeit, melyek alapján meghatároztuk, hogy az egyik legkedveltebb úticél, Olaszország irányába hogyan lehet az utasok biztonsági igényeit is kielégítő vasúti szolgáltatást nyújtani. Korábbi tanulmányaink eredményeit felhasználva határoztuk meg a lehetséges desztinációkat és útvonalakat, illetve ezek alapján, reagálva a kikérdezés eredményeire, javaslatot tettünk a vonatok összeállítására, melynél figyelembe vettük a pandémia kiváltotta egészségügyi biztonsági elvárásokat is. A biztonságfaktor ugyanis a turisták utazással kapcsolatos döntéseinek első számú meghatározója (MARTON 2022).

Kérdőíves felmérésünk, valamint más kutatók felmérése is bebizonyította, hogy Olaszországnak helye van a magyar emberek utazási listáján, melyet érdemes minél jobban kihasználni. Az egyre inkább környezettudatosabbá váló fogyasztók remélhetőleg turistaként is szem előtt tartják a fenntarthatóság eszméjét, így utazásukat is ennek megfelelően tervezik meg. Ez pedig fel kell, hogy keltse a turisztikai szakemberek figyelmét. Cikkünk ehhez kínál

megfelelő alternatívát: a környezetbarátabb vasúti közlekedési alágazat igénybevételét javasoljuk az európai úticélok eléréséhez. A vasúti közlekedés (különösen a nagysebességű vonatok) ugyanis a rövidtávú repülés valós alternatíváját jelentik (HORTELANO et al. 2016).

Reményeink szerint már maga a vasúti utazás is segít a dolce vita életérzés kialakulásában, hogy maga az olaszországi pihenés csak pozitív élményeket tartogasson az utazók számára.

## Irodalomjegyzék

ALIPOUR, H. – OLYA, H. – MALEKI, P – DALIR, S. (2020): Behavioral Responses of 3S Tourism Visitors: Evidence from a Mediterranean Island Destination. *Tourism Management Perspective*, 33, 100624. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100624>

BÉKI, P. – FARAGÓ, B. (2018): Klímaváltozás hatásai a téli turizmusra, fókuszban a kisebb osztrák síterepék. In: Reisineger A. – Happ É. – Ivancsóné Horváth Zs. – Buics L. (szerk.): „Sport – Gazdaság – Turizmus” Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017. június 8. elektronikus formában megjelenő kötete. Széchenyi István Egyetem, Győr, pp. 1-11.

HALL, T. (2022): 9 best sleeper train journeys to take in Europe 2022. <https://www.lonelyplanet.com/articles/europes-best-night-trains> (letöltve: 2022. 10. 03.)

HORTELANO, A. O. – GUZMAN, A. F. – PRESTON, J. – VASSALLO, J. M. (2016): Price Elasticity of Demand on the High-Speed Rail Lines of Spain: Impact of the New Pricing Scheme. *Transportation Research Record*, 2597(1), 90-98. <https://doi.org/10.3141/2597-12>

JANDALA, CS. – SÁNDOR, T. (2016): A rendezvények és a turizmus kapcsolata a múltban és a jelenben. *Polgári Szemle*, 12(1–3), pp. 291-303.

KARL, M. – SCHMUDE, J. (2017): Understanding the role risk (perception) in destination choice: A literature review and synthesis. *Tourism Review*, 65(2), pp. 138-155.

KSH (2020): *Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2019.* <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html#nemzetkizikitekints> (letöltve: 2022. 10. 01.)

KOVÁCS, L. – KELLER, K. – TÓTH-KASZÁS, N. – SZÓKE, V. (2021): A COVID 19-járvány hatása egyes turisztikai szolgáltatók működésére: azonnali válaszok és megoldások. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(2), pp. 6-24. <https://doi.org/10.15170/TVT.2021.06.02.01>

KUPI, M. – SZEMERÉDI, E. (2022): A magyarok környezettudatos utazással kapcsolatos attitűdének és egyes magatartásformáinak vizsgálata a COVID-19 járvány tükrében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 7(2), pp. 49-71. <https://doi.org/10.15170/TVT.2022.07.02.04>.

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

LÉVAI, ZS. – MOLNÁR, B. (2020b): Greta Thunberg EuroNight: a vasút és a repülés változó versenyhelyezete. In: Horváth B. – Horváth G. (szerk.): *X. Nemzetközi Közlekedéstudományi Konferencia Tanulmánykötet*. Széchenyi István Egyetem – Közlekedéstudományi Egyesület, Győr, paper 45., pp. 1-20.

LÉVAI, ZS. – MOLNÁR, B. (2022): Vasútfejlesztés és versenyképesség a Budapest – Zágráb viszonylaton. In: Horváth G. – Horváth B. (szerk.): *XX. European Transport Congress / XII. International Conference on Transport Sciences, Győr: After pandemic – before autonomous transport*. Széchenyi István Egyetem – Közlekedéstudományi Egyesület, Győr, pp. 712-723.

LÉVAI, ZS. – MOLNÁR, B. – MUNKÁCSY, A. (2021): A turisztikai célú vasúti utazások piaci változásának turizmusbiztonságra gyakorolt hatásai. In: Horváth B. – Horváth G. (szerk.): *XI. Nemzetközi Közlekedéstudományi Konferencia: „Közlekedés a Járvány után: folytatás vagy újrakezdés.”* Széchenyi István Egyetem, Győr, pp. 550-560.

MARTON, ZS. (2022): *Magyarország turizmusbiztonsága a fogyasztói észlelések tükrében*. Doktori (PhD) értekezés. Pannon Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Veszprém.

MICHALKÓ, G. (2020): A biztonság szerepe a turizmus rendszerében. In: Michalkó G. – Németh J. – Ritecz Gy. (szerk.): *Turizmusbiztonság*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest. pp. 15-28.

MOLNÁR, B. – LÉVAI, ZS. (2021): A kör négyszögesítése: Budapest lehetőségei a kelet-közép-európai vasúti városlátogató turizmus esetében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(3), pp. 27-43. <https://doi.org/10.15170/TVT.2021.06.03.02>.

REISINGER, Y. – MAVONDO, F. (2005): Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception. *Journal of Travel Research*, 43(3), pp. 212-225. <https://doi.org/10.1177/0047287504272017>

ROEHL, W. S. – FESENMAIER, D. R. (1992): Risk Perceptions and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4), pp. 17-26. <https://doi.org/10.1177/0047287592203000403>

SULYOK, M. J. (2014): *Víz, amiért érdemes útra kelni – A vízparti környezet turizmusorientált márkázása a Balaton régióban*. Doktori (PhD) értekezés. Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr.

SZÖLLŐS-TÓTH, A. (2022): A leglátogatottabb európai országok tengerpartjainak érintettsége a túlzott mértékű turizmussal. *Metszetek*, 11(1), pp. 98-122. <https://doi.org/10.18392/metsz/2022/1/6>

TANÁCS-MANDÁK, F. (2018): Olaszország versenytárs elemzése. *Külügyi Szemle*, 17(1), pp. 191-214.

UNESCO (2017): *Beni Italiani Unesco*. <http://www.sitiunesco.it/?p=5>. (letöltve: 2022. 10. 03.)

VÉGI, SZ. – CSAPÓ, J. – TÖRŐCSIK, M. (2021): Az új koronavírus (COVID-19) megjelenésének hatása a magyar lakosság turisztikai fogyasztói szokásaira - egy online felmérés elsődleges eredményei. In: Ercsey I. (szerk.): *Marketing a digitalizáció korában – Az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXVI. országos konferenciájának előadásai*. Széchenyi István Egyetem, Győr, pp. 357-368.

#### **Internetes források:**

INVIA (2020): <https://www.invia.hu/blog/a-tuti-hetes-a-legszebb-udulohelyek-eszak-olaszorszagban/> (letöltve: 2022. 12. 06.)

OLASZUTAK (2016): [https://olaszutak.blog.hu/2016/04/21/top\\_10\\_udulohely\\_olaszorszagban](https://olaszutak.blog.hu/2016/04/21/top_10_udulohely_olaszorszagban) (letöltve: 2022. 12. 05.)

TURIZMUS (2021): <https://turizmus.com/desztinaciok/velence-belepodij-turistaknak-1176727> (letöltve: 2022. 10. 01.)

TURIZMUS (2022): <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/horvatorszag-magyar-turistak-nyaraltak-1179030> (letöltve: 2022. 11. 04.)

UTAZOM (é. n.): <https://utazom.com/cikk/olaszorszag-top-15-os-latnivalo-listaja> (letöltve: 2022. 12. 06.)

[www.tripadvisor.mediaroom.com/2022-01-19-Tripadvisors-Community-of-Travelers-Awards-22-Top-Trending-Destinations-for-2022](http://www.tripadvisor.mediaroom.com/2022-01-19-Tripadvisors-Community-of-Travelers-Awards-22-Top-Trending-Destinations-for-2022) (letöltve: 2022. 12. 06.)

[www.bahn.de](http://www.bahn.de)

[www.benedettinispa.com/it/rimini-san-marino](http://www.benedettinispa.com/it/rimini-san-marino)

[www.repjegy.hu](http://www.repjegy.hu)

[www.flixbus.hu](http://www.flixbus.hu)

[www.maps.google.hu](http://www.maps.google.hu)

## HUNGARIAN TRAVELLERS' RISK PERCEPTIONS AND THEIR IMPACT ON TRAVEL INTENTIONS IN A MID-PANDEMIC SETTING

<sup>1</sup>Bátor Franciska – <sup>2</sup>Raffay-Danyi Ágnes

<sup>1</sup>*turisztikai szakértő; bator.franciska@uni-pannon.hu*

*2**egyetemi docens, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Turizmus Intézeti Tanszék;*  
*raffay.agnes@gtk.uni-pannon.hu*

DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.07

### Abstract

From a general perspective, risk is inherently part of all tourism experience, however, some tourists are less concerned about certain risk factors, while others tend to be more risk-averse which has a negative impact on their intention to travel. This study examines how Hungarian travellers with different socio-demographic characteristics differ in terms of the perception of risk associated with international tourism. The risk factors included in this study are: terrorism, political instability, health risk, natural disasters, and crime. A random sample of 210 Hungarian travellers was tested. A series of paired samples t-test analyses and multiple analysis of variance revealed significant differences in the perceived influence of travel risks on international tourism among respondents with different socio-demographic profiles. Examining how Hungarian travellers differ in terms of travel risk perception contributes to a better understanding of their travel intentions and destination choice.

*Key words: perceived risk, risk factors in tourism, travel intention, socio-demographic factors, Hungary*

## **A MAGYAR UTAZÓK ÁLTAL ÉSZLELT KOCKÁZATOK ÉS AZOK HATÁSA AZ UTAZÁSI SZÁNDÉKRA EGY VILÁGJÁRVÁNY IDEJÉN**

### **Absztrakt**

Alapvetően minden turisztikai élményhez társul valamilyen szintű kockázat, egyes turisták azonban kevésbé aggódnak bizonyos kockázati tényezők miatt, míg mások sokkal kockázatkerülőbbek, ami negatívan befolyásolja utazási szándékukat. Jelen kutatás azt vizsgálja, hogy bizonyos szocio-demográfiai tényezők hogyan befolyásolják a magyar utazók külföldi utazás során észlelt kockázatát. A kutatás során vizsgált kockázati tényezők a következők: terrorizmus, politikai instabilitás, egészségügyi kockázatok, természeti katasztrófák, valamint bűncselekmények. A kutatás 210 fő magyar utazó bevonásával zajlott. A statisztikai elemzések azt bizonyítják, hogy az utazók szocio-demográfiai különbségei jelentős mértékben hatással vannak az általuk észlelt utazási kockázatokra. A kutatás eredményei hozzájárulhatnak ahhoz, hogy átfogóbb képet kapjunk a magyar utazók utazási szándékát és úticéljuk kiválasztását befolyásoló tényezőkről.

*Kulcsszavak: észlelt kockázat, kockázati tényezők a turizmusban, utazási szándék, szocio-demográfiai tényezők, Magyarország*

## 1. Introduction

Understanding how travellers perceive tourism-related risk may contribute to a better comprehension of travel behaviour and destination choice in terms of risk and safety (KARL – SCHMUDE 2017, BAYRAMOV – AGÁRDI 2018, RITTICHAINUWAT et al. 2018). The present paper aims first, to identify the importance of perceived risk factors associated with international tourism for Hungarian travellers. Second, to determine if the degree of risk associated with each factor varies according to age, gender, education, family lifecycle stage or previous travel experience.

The first chapter of this paper gives the theoretical foundations of the concepts of risk and risk perception, followed by a chapter investigating risk perception from the tourism industry's perspective. The second main chapter of this paper encompasses the empirical research with introducing the research methodology and discussing the results, whereas the major findings of this study are concluded in the last section of the paper, while some of the limitations of the research are also presented.

## 2. Theoretical Background

### 2.1. *The concept of risk and risk perception*

“Everyone is seeking to manage risk, and they are all guessing because if they knew for certain, they would not be dealing with risk (ADAMS 1995 in SJÖBERG et al. 2004:7).” This statement alludes that an adverse outcome may or may not occur in any particular situation, whereas causative factors alter the probabilities of different outcomes. There is no single, agreed definition of risk, as it has been defined in several ways, and has a different meaning in different disciplines (financial risk, political risk, security risk, technological risk), but it is often considered as the likelihood that an individual will experience the effect of danger (SJÖBERG et al. 2004). Wherever it is discussed, it seems to be a consensus about the essence of risk as consisting of the probability of an adverse event and the severity of its consequences (WOLFF et al. 2019). People are expected to differ in whether they focus on probability or consequence (SJÖBERG et al. 2004). In several definitions, risk equals the probability of an undesirable event (CAMPBELL 2006) or means the likelihood of a specific effect originating from a certain hazard occurring within a specified period or in specified circumstances (KIRCHSTEIGER 2002), whereas others define risk as the possibility of an unfortunate occurrence and loss (REISINGER – MAVONDO 2005) or possibility of an unfavourable deviation from expectations (ATHEARN 1971).

Although there is no universally accepted definition, all of the existing risk concepts have one element in common: a distinction between reality and probability. Two major conceptions have been proposed in the field of risk research: real (objective) and perceived (subjective) risk (RITCHIE – JIANG 2019, LEE et al. 2022). Objective risk is calculated from statistics and probability distributions, whereas risk perception is the subjective evaluation of the probability along with people's concern regarding the consequences of a negative outcome (SJÖBERG et al. 2004, RITCHIE et al. 2017). The majority of past studies examined perceived risk rather than real risk since it is hardly possible to identify the actual scope and scale of risks (YANG – NAIR 2014).

### 2.2. *Risk perception in the tourism industry*

Since tourism is impacted by several external factors, the tourism industry is significantly vulnerable to large-scale risks (RITCHIE – JIANG 2019). Travel risk refers to the possibility of experiencing certain forms of threat while travelling, whereas perceived travel risk is often defined as travellers' perceptions of uncertain outcomes of the travel decision or the negative

consequences of purchasing the tourism product (PARK – REISINGER 2010, SOHN et al. 2016, YOO et al. 2022). In the field of travel risk perception, risk associated with international travel is often related to terrorism, war and political instability, health concerns, natural disasters, and acts of crime. WALKER and PAGE (2003) conclude that these factors vary in intensity and in their level of severity. For instance, terrorist activities happen relatively rarely, yet their severity is particularly high. On the contrary, petty crime is frequent, yet its severity is low. Moreover, recovery is also likely to differ according to the nature and impact of the incident. For example, the recovery period after a terrorist attack can be relatively short, whereas a natural disaster that can cause significant damage to infrastructure may take years for destinations to recover (NOVELLI et al. 2018, RITCHIE – JIANG 2019).

### **2.3. Risk, Safety and Security**

The concepts of safety, security, and risk are overlapping and confusing, therefore clarifying these definitions might be of considerable importance before proceeding with further discussion. It is generally accepted that safety is a basic human need, and as such, it affects human behaviour in general and consumer behaviour in particular (ISAAC – VELDEN 2018). From the tourism point of view, safety on vacation is an expected requirement for any visitor in any destination (BAKER 2014). According to SÖNMEZ and GRAEFE (1998), the safety concerns of tourists and risk are parallel concepts, whereas other studies (MASER – WEIERMAIR 1998, REISINGER - MAVONDO 2005) consider security and safety as the subsets of risk. Using the definition of security from the Servqual model, NARDI and WILKS (2007) defined security as the lack of danger, risk, or doubt. This definition blurs the weak boundaries of safety, security, and risk, as pointed out by YANG and NAIR (2014), concluding that security is the opposite of risk, whereas the concept of safety does not fit into this definition. HALL et al. (2004) propose that tourism security is generally attached to issues of national security and political stability and “resonates with deep seated longings to be safe” (HALL et al. 2004:12). They concluded crime, national security, terrorism, environmental, health, and social issues as security threats concerning the tourism industry. Similarly, PIZAM and MANSFELD (2006) suggest four types of security incidents affecting the tourism industry: crime, civil-political instability, terrorism, and war. According to MICHALKÓ (2020), tourism security is the absence of threats to the effective functioning and development of the tourism market, the reduction or elimination of risks arising from travel and temporary stays, which threaten the traveller and the destination alike. Safety, however, refers to non-human induced incidents, including natural disasters, accidents, and health issues (PIZAM – MANSFELD 2006). HALL et al. (2004) further assert that, as a consequence of globalization and therefore enhanced tourist mobility, tourism-related issues can be elevated from personal safety risk to global security risk, referring to the outbreak of pandemics. The literature, therefore, generally advocates that safety and security are two distinctive, but interrelated concepts (YANG – NAIR 2014).

### **3. Research Methodology**

From a general perspective, risk is inherently part of all tourism experience, however, some travellers are less concerned about certain risk factors, while others tend to be more risk-averse. Understanding how travellers perceive tourism-related risk might contribute to a better comprehension of travel behaviour. The aim of this research was twofold: First, to identify the importance of perceived risk factors associated with international tourism for Hungarian travellers. Second, to determine if the degree of risk associated with each factor varies according to age, gender, education, family lifecycle stage, or previous travel experience.

The following research questions were guiding this study:

1. *What factors of perceived risk are associated with international tourism for Hungarian travellers?*
2. *Do socio-demographic characteristics (age, gender, education, family lifecycle stage) influence Hungarian travellers' perceptions of risk associated with international tourism?*
3. *Does previous travel experience influence Hungarian travellers' perceptions of risk associated with international tourism?*

Substantiated on risk perception literature, five predetermined risk factors were considered in this research that can directly impact travellers' health and wellbeing: terrorism, political instability, health concerns, natural disasters, and crime. Terrorism risk refers to the possibility of being involved in a terrorist act, such as a bomb explosion, or hijacking. The risk of political instability means the possibility of travellers being involved in a political turmoil of the visited destination. Health risk refers to hygiene standards, diseases, and pandemics that might cause harm to travellers. Natural disaster risk implies that travellers may encounter a natural disaster event, such as an earthquake, volcanic eruption, or tsunami, whereas crime risk refers to the possibility of becoming a subject of rape or murder or being robbed during a trip (PIZAM – MANSFELD 2006, KARL – SCHMUDE 2017).

### **3.1. Methodological approach and sampling**

Quantitative research was employed as a methodological approach in this study, with the use of primary data. A self-administered online questionnaire was conducted as a survey instrument that was distributed among Hungarian travellers. Since the population covered all Hungarian citizens who are inclined to travel abroad, the sample was selected by using a non-probability, purposive sample method. The questionnaire was available from the 2<sup>nd</sup> till the 31<sup>st</sup> of October 2020, with a completion time of approximately 10 minutes. A total of 21 questions were included in the survey, comprising of multiple-choice and Likert scale type questions. Out of the total 330 responses obtained, 210 were completed, and only the completed responses were used for data analysis. It should be noted, however, that the sample is not representative.

### **3.2. Method of the analysis**

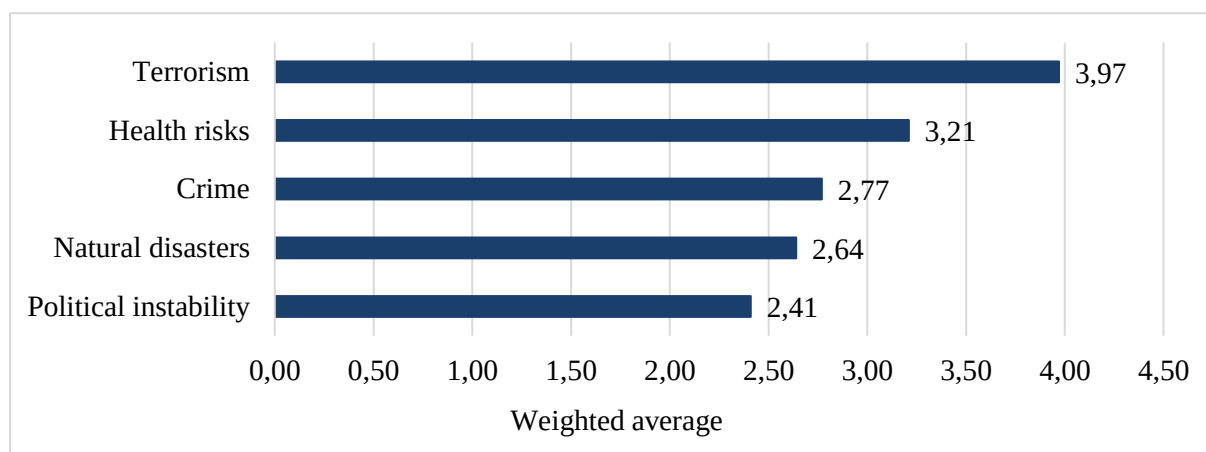
Data were prepared for the analysis with the use of data cleansing methods, while SPSS software was used to analyse data. Statistical tests used in this research included correlation analyses, multiple analysis of variance (ANOVA), a series of paired samples t-tests, and logistic regression. The level of significance was accepted below the value of 0.050, while values between 0.050 and 0.059 were considered marginally significant.

## **4. Results and Discussion**

### **4.1. Factors of perceived risk associated with international tourism**

Respondents were asked to rank the predetermined risk factors based on the influence they have on their intention to travel abroad. Frequencies and the weighted average method were used to evaluate the responses of Hungarian travellers. *Figure 1* represents the ranking of the predetermined risk factors. Results show that terrorism was ranked first place, followed by health-related risks. Crime was ranked in third place, whereas natural disasters were ranked as the fourth influencing risk factor while political instability was considered the least important risk factor of international tourism.

Figure 1: The importance of risk factors



Source: Own editing, 2022

Furthermore, 47.62 per cent of the respondents agreed that terrorism is the most influencing risk factor associated with international tourism, whereas health-related risks were considered as the most significant risk factor by 22.86 per cent of the respondents. In a mid-pandemic setting, however, health concerns were expected to receive higher perceptions. It should be noted, though, that the survey was conducted in the stagnation period of the first wave of the current pandemic, which may contribute to the lower level of perceptions of travellers.

The findings of this research are consistent with some of the previous studies on travel risk perception. Some studies suggest that terrorism is the most influential risk factor in long-term travel behaviour (LANOUAR – GOAIED 2019). On the other hand, the analysis of RITTICHAINUWAT and CHAKRABORTY (2009) proposes that health risks, with an emphasis on infectious diseases, have a higher impact on travel decisions than terrorism risk. Other authors argue, inconsistent with the findings of this research, that political instability is the most influential risk factor (JIN et al. 2019). It is therefore an ongoing debate on which type of risk is perceived to be the most influential among travellers and how the differences in the perceptions of tourists could be explained (KARL et al. 2020).

#### **4.2. Socio-demographic differences in the perception of travel risk**

The literature suggests that certain socio-demographic characteristics have an impact on the perception of travel-related risks (REISINGER – MAVONDO 2005, KOZAK et al. 2007, PARK – REISINGER 2010, KARL et al. 2015, RITCHIE et al. 2017). The socio-demographic variables included in the analysis were age, gender, the highest level of education completed, and family lifecycle stage, as substantiated by the literature.

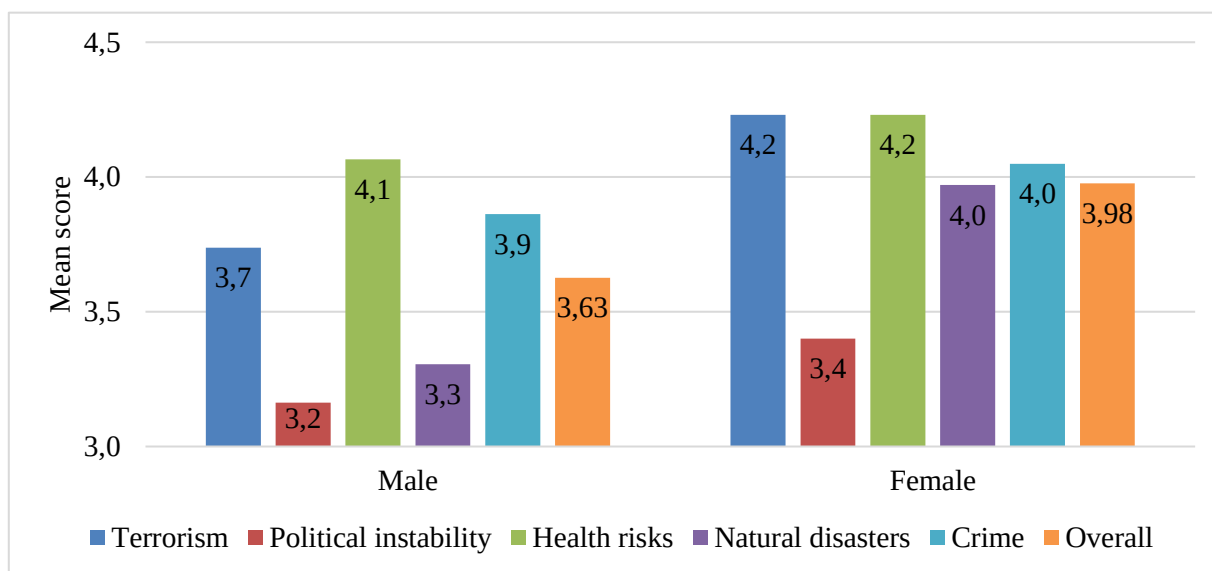
##### **4.2.1. Gender as a determinant of perceived risk**

The literature is inconsistent in regard to gender differences in the perception of travel-related risk. SÖNMEZ and GRAEFE (1998) found no gender differences in the perception of travel risks, whereas other studies proposed that gender does influence the perception of tourism-related risks (CARR 2001, LEPP – GIBSON 2003, KOZAK et al. 2007, PARK – REISINGER 2010). The results of the analysis of variance suggest that the perceptions of terrorism risk ( $p=0.013$ ) and natural disaster risk ( $p=0.003$ ) vary according to the gender of travellers. Gender, however, does not influence the perceptions of neither political instability ( $p=0.220$ ), health-related risks ( $p=0.389$ ) nor the risk of the acts of crime ( $p=0.268$ ).

The differences in travel risk perception in terms of gender are represented in *Figure 2*. The major distinction among the genders is between the perceptions of the risk of natural disasters

and terrorism, with females perceiving higher levels of risks than male travellers. This finding is consistent with the literature since female travellers are more concerned about natural disasters and the risk of terrorism (KOZAK et al. 2007). Similarly, PARK and REISINGER (2010) found that women tend to perceive higher risk of encountering natural disasters than men. Although these differences are not significant, it can be observed that women are more concerned about all the five risk factors than men. The findings of this research are therefore consistent with previous studies with women perceiving higher levels of risks than men (CARR 2001, LEPP – GIBSON 2003, PARK - REISINGER 2010, CSAPÓ – TÖRŐCSIK 2020).

Figure 2: Gender differences in travel risk perception



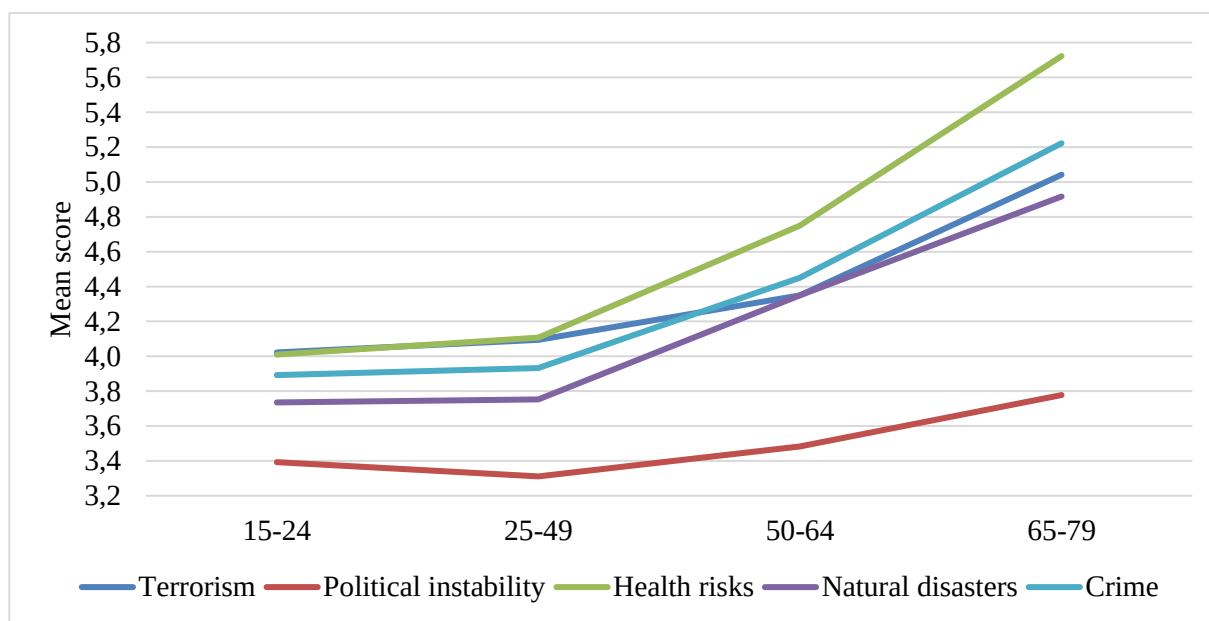
Source: Own editing, 2022

#### 4.2.2. The age of travellers as a determinant of risk perception

It is a consistent pattern in the literature that age is an important socio-demographic factor in the analysis of people's risk perception. The findings of this research suggest that age affects travellers' perceptions of health risks ( $p=0.000$ ), natural disasters ( $p=0.040$ ), and the acts of crime ( $p=0.002$ ), whereas it has no statistically significant impact on the perceptions of risk concerning terrorism ( $p=0.170$ ) and political instability ( $p=0.706$ ).

The differences in the perception of travel risk among the age groups are illustrated in Figure 3. Results show that older tourists, belonging to the 65-79 age group, are significantly more concerned about health-related risks than their younger counterparts, with the youngest travellers being the least concerned about such risk. Travellers belonging to the 50-64 age group also have higher perceptions of health-related risks than travellers between the ages of 15 and 24. This finding is substantiated by the literature on age and risk perception hence it is a consistent pattern that health-related risks are more important for older travellers (WILLIAMS – BALÁZ 2013).

Figure 3: Perceived risk factors by age group



Source: Own editing, 2022

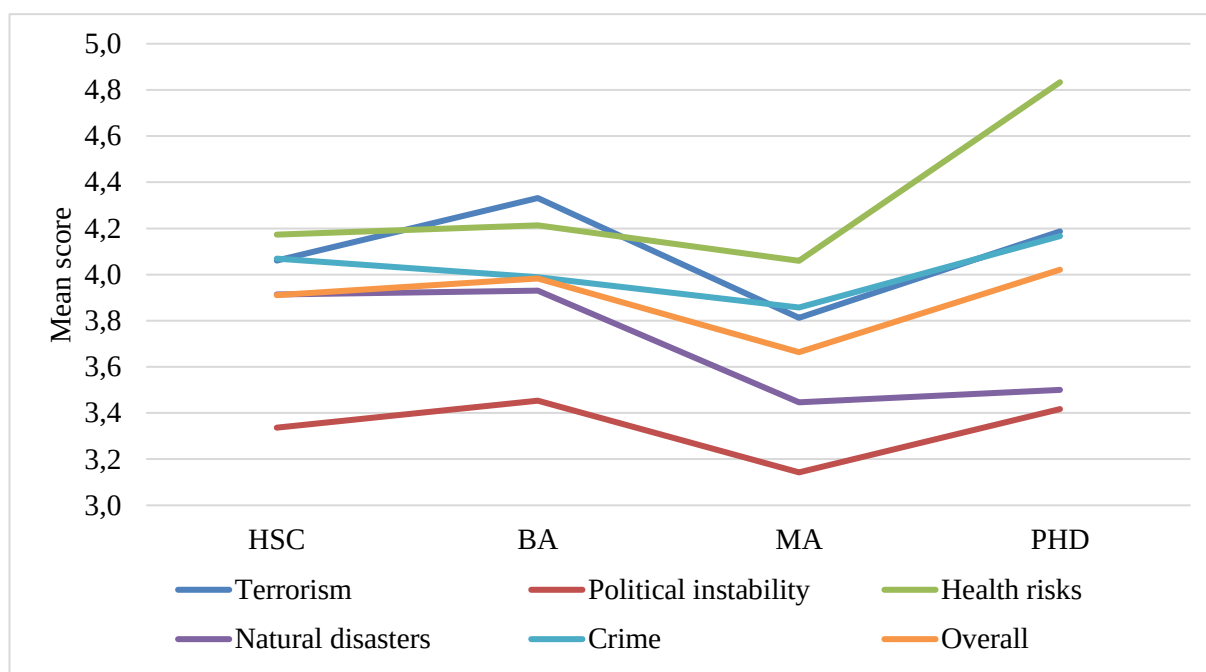
Likewise, travellers belonging to the 65-79 age group perceived significantly higher levels of natural disaster risk and the risk of crime than travellers between the ages of 15-24. A significant difference can also be found between the perception of 50-64-year-old travellers and the 25-49 age group, with the former perceiving higher levels of risk concerning natural disasters. With regards to risk associated with the acts of crime, travellers between the age of 50-64 have significantly higher perceptions than the youngest respondents.

It can be concluded that travellers belonging to the 15-24 age group have similar perceptions than those of the 25-49 age group. Above the age of 50, however, the perception of risk and age are directly proportional with older travellers having higher perceptions of risk associated with international tourism. Although SÖNMEZ and GRAEFE (1998) did not find any relationship between travellers' age and their perception of risk, the results of this research are consistent with the risk perception literature hence younger people tolerate more risk than older ones (GIBSON – YIANNAKIS 2002, REISINGER – MAVONDO 2005, PARK - REISINGER 2010, WILLIAMS – BALÁZ 2013, CSAPÓ – TÖRŐCSIK 2020, ZILKER et al. 2020). It is also important to note, as the current research was conducted in a mid-pandemic setting, that due to the COVID-19 pandemic, younger segments are more optimistic about travelling abroad (SZABÓ 2022) which could be explained by their lower levels of perceived risks concerning international travel.

#### 4.2.3. The level of education as a determinant of perceived risk

Results indicate that education has no statistically significant impact on the perceptions of any of the predetermined risk factors (terrorism  $p=0.423$ ; political instability  $p=0.788$ ; health risk  $p=0.238$ ; natural disasters  $p=0.710$ ; crime  $p=0.777$ ). Respondents were grouped into four categories based on their highest level of education they completed: travellers with completed high school (HSC), Bachelor's degree (BA), Master's degree (MA), and Doctoral degree (PhD). Figure 4 represents the perceived risk of respondents by the highest level of education completed.

Figure 4: Perceived risk by highest level of education completed



Source: Own editing, 2022

The literature suggests that better-educated travellers perceive lower levels of travel risk than less-educated travellers (ROWE – WRIGHT 2001; HALLAHAN et al. 2004, PARK – REISINGER 2010, CSAPO – TÖRŐCSIK 2020) which appears to contradict the findings of this research hence results indicate that travellers with the highest level of education have the highest overall perception. However, it should be noted that only the perception of health risk is statistically significant, in fact, only a marginally significant relationship exists between the perception of highly-educated travellers and lower-educated travellers concerning health-related risks, whereas travellers with a master's degree perceive the lowest level of risk associated with international tourism. SUNDBLAD et al. (2007) noted that the level of education can increase an individual's sense of control which implies lower levels of perceived risk. On the other hand, HAKES and VISCUSI (2004) argued that more educated people have a lower level of risk bias which could indicate either higher or lower risk perception. Similarly, LAVER et al. (2001) found that better-educated travellers are likely to be more informed about travel risks and hold less misconceptions about the real risk than less-educated tourist. However, some authors have failed to find any significant relationship between travel risk perception and the level of education (SÖNMEZ – GRAEFE 1998, SJÖBERG 2004, WILLIAMS – BALÁZ 2013, KARL et al. 2020).

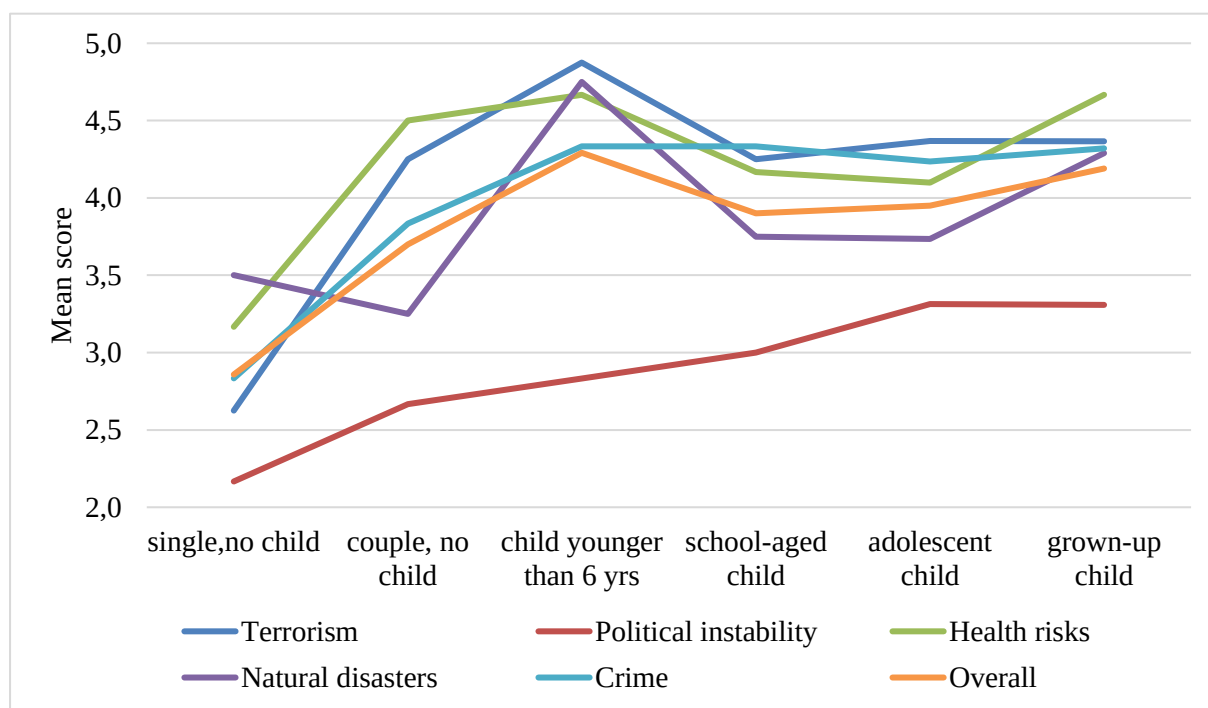
#### 4.2.4. Family lifecycle stage as a determinant of perceived risk

While existing risk perception studies have incorporated a variety of socio-demographic variables such as age, cultural differences, gender, and education, a limited number of studies have included family lifecycle stage as a determinant of perceived travel risk, yet they are rather focusing on the subject of children as travel companions. It is of great importance, however, for tourism professionals to understand how travellers perceive tourism risk in different stages of the family lifecycle and to observe the underlying differences or similarities.

Results of the current study show that the perception of travel risk significantly varies according to family lifecycle stage in the case of each risk factor (terrorism  $p=0.000$ ; political instability  $p=0.049$ ; health risk  $p=0.001$ ; natural disasters  $p=0.003$ ; crime  $p=0.003$ ).

The comparison of perceived risk factors of travellers in different stages of the family lifecycle is illustrated in *Figure 5*. Concerning overall differences in the perception of travel risks between travellers in different stages of the family lifecycle, single, child-less travellers had the lowest perceptions, whereas parents with small children perceived the highest levels of risk. Moreover, travellers having an adolescent or grown-up child perceived higher risk than those with school-aged children and child-less travellers. One possible explanation for this finding could be that travellers with grown-up children are presumably relatively older and it has been found formerly that the perception of risk increases after a certain age.

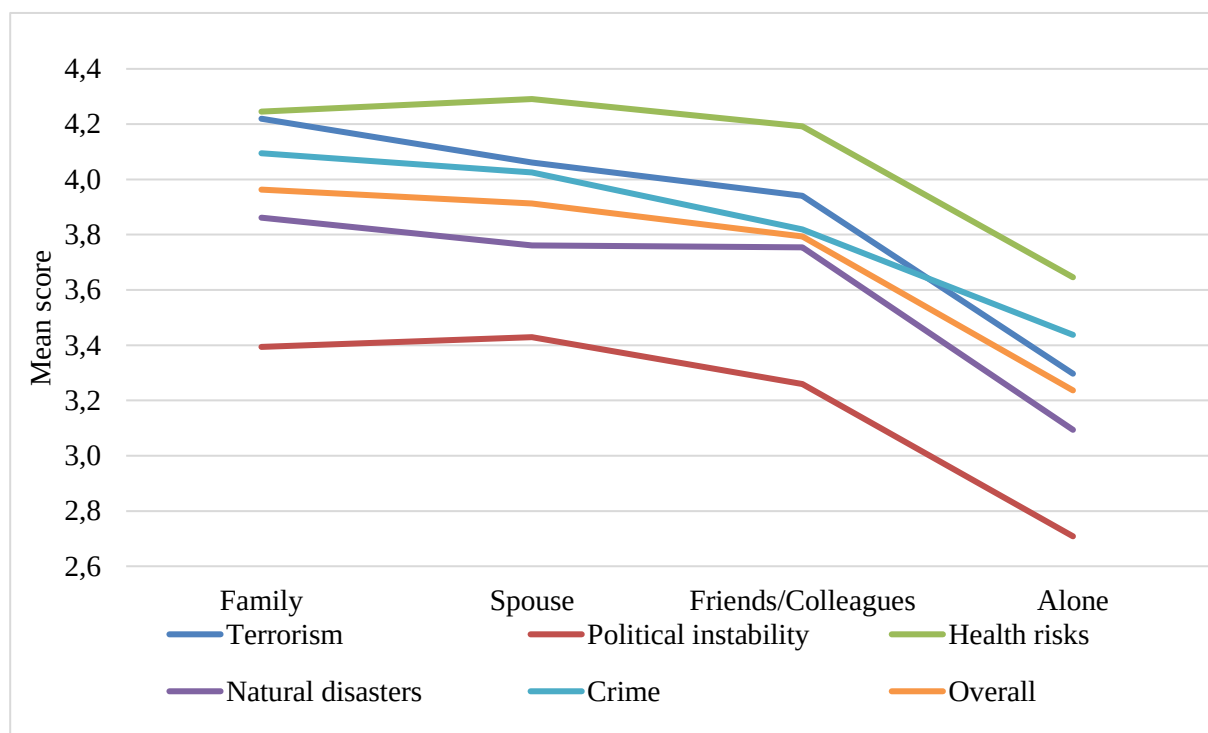
Figure 5: The perception of risk by different stages in the family lifecycle



Source: Own editing, 2022

Previous studies suggest that travel behaviour and risk perception changes along with lifespans, with an emphasis on travel companionship, indicating that travelling with young children could increase risk perception (SÖNMEZ – GRAEFE 1998; KARL et al. 2020, RITCHIE et al. 2017). On the same line, WILLIAMS and BALÁZ (2013) concluded that individual travellers are more likely to take risks. On the contrary, WEBER and HSEE (1998) argue that travellers who travel alone perceive higher risk than those travelling with family and friends hence being in a group can increase the safety feelings of travellers against potential risks. The differences in travel risk perception based on travel companionship are illustrated in *Figure 6*. Results of the current research suggest that, although no statistically significant relationship exists, those travelling alone had lower levels of travel risk perceptions than respondents who have company during their trip. Travellers who have family members accompanying them perceived the highest travel risks, followed by those travelling with their spouse and friends or colleagues.

Figure 6: Perceived risk and travel companionship



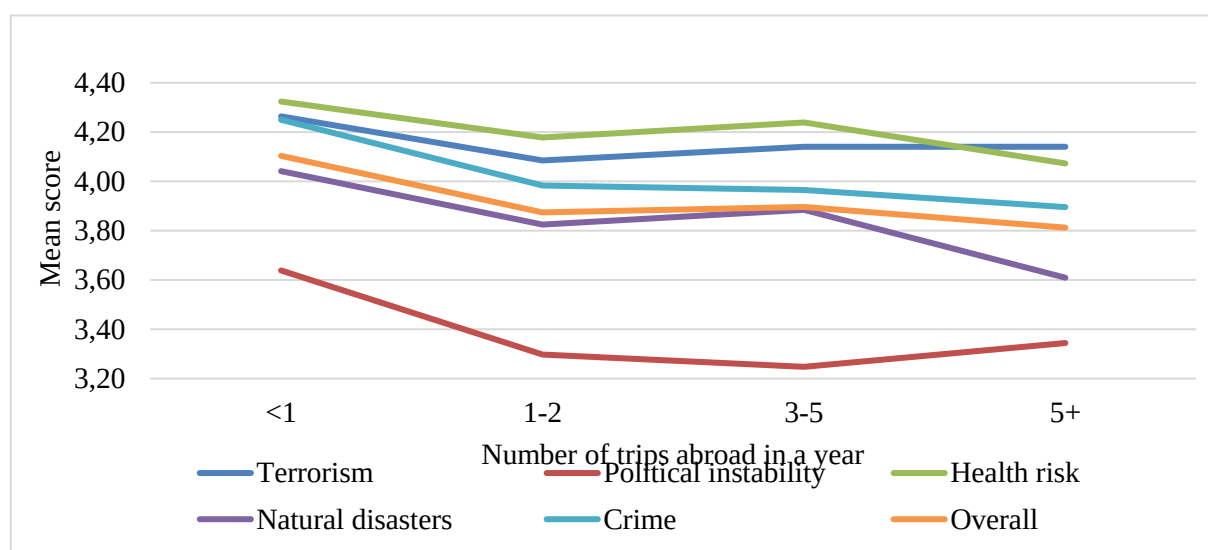
Source: Own editing, 2022

#### 4.3. Previous travel experience and perceived risk

Existing literature suggests that previous travel experience reduces the perception of certain risks concerning international tourism (LEPP – GIBSON 2003, WILLIAMS – BALÁZ 2013, SHARIFPOUR et al. 2014, KARL et al. 2020). In contrast with the findings of previous studies, the results of the current study indicate that past travel experience had no statistically significant impact on any of the predetermined risk factors concerning international tourism (terrorism  $p=0.884$ ; political instability  $p=0.395$ ; health risk  $p=0.811$ ; natural disasters  $p=0.582$ ; crime  $p=0.425$ ).

The interrelationships between travellers with different travel regularity patterns are represented in Figure 7. There are no statistically significant differences between travellers with different travel experience in terms of the perception of risk concerning terrorism, natural disasters, crime, nor health-related risks. Respondents travelling abroad less than once a year, however, perceived significantly higher risk concerning political instability than those travelling more than once a year. Although previous travel experience was not a significant characteristic in relation to the risk factors associated with international tourism, travellers who have the least travel experience were found to have the highest perceptions of travel risk, whereas, in general, tourists with the most travel experience were less concerned about the risk factors than their counterparts.

Figure 7: Previous travel experience and perceived risk



Source: Own editing, 2022

## 5. Conclusions

The aim of this research was twofold: First, to identify the importance of perceived risk factors associated with international tourism for Hungarian travellers. Second, to determine if the degree of risk associated with each factor varies according to age, gender, education, family lifecycle stage, or previous travel experience.

The results of the analysis suggest that terrorism is a major concern for Hungarian travellers, strictly followed by health-related risks, then the risk of crime and natural disasters, whereas political instability was considered the least important factor.

It is a consistent pattern in the literature that certain socio-demographic factors may influence the perceptions of travel risks. In terms of gender, the findings of this research indicate that women perceive higher levels of risk than men. The current research also revealed that, above the age of 50, the perception of risk and age are directly proportional, with older travellers having higher perceptions of risk associated with international tourism. Moreover, results also suggest that travellers with the highest level of education have the highest overall perception of travel risk. While existing risk perception studies have incorporated a variety of socio-demographic variables, a limited number of research has included family lifecycle stage as a determinant of perceived travel risk. It is of great importance, however, for tourism professionals to understand how travellers perceive tourism risk in different stages of the family lifecycle and to observe the underlying differences or similarities. Results suggest that single, child-less travellers had the lowest perceptions, whereas parents with small children perceived the highest levels of travel risk. In terms of travel companionship, the findings indicate that those travelling alone had lower levels of travel risk perceptions than respondents who have company during their trip.

The research has also found that past travel experience reduces the perception of certain risks concerning international tourism. It should be noted, however, that this research only analysed travel regularity (i.e. the number of trips in a year) which alone might not be an adequate pattern to assess previous travel experience in detail. Consequently, a more comprehensive approach is recommended for future research to operationalise past travel experience, including travel frequency (i.e. the number of trips in previous years), past experience of risk, and repeat visit tendency.

A further limitation of the current research is that only a quantitative approach was employed, while augmenting the research with a qualitative approach could provide a deeper insight into interrelations in the perception of travel risk according to psychological factors, socio-demographic characteristics, and previous travel experience. Investigating respondents' personal travel experiences could also reveal interrelations, therefore adding open-questions to the questionnaire, as well as conducting interviews could ensure a more in-depth analysis.

Since destination choice could be influenced by individual perceptions of travel risk (PIZAM – MANSFELD 2006), socio-demographic characteristics (SHARIFPOUR et al. 2014), and destination attributes (KARL et al. 2020), examining how Hungarian travellers differ in terms of travel risk perception may contribute to a better understanding of their travel intentions. However, it should be of interest to further analyse their destination choices in order to comprehend which destinations certain tourists prefer or which destinations they would avoid in the case of an unfavourable event. In order to analyse destination preferences, the segmentation of Hungarian travellers based on their perceived travel risk could be of great relevance for future research.

## References

- ATHEARN, J. (1971): What is risk. *The Journal of Risk and Insurance* 38(4): pp.639-645. DOI: 10.2307/251578
- BAKER, D. (2014): The effects of terrorism on the travel and tourism industry. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 2(1): pp.58-67. DOI: 10.21427/D7VX3D
- BAYRAMOV, E. – AGÁRDI, I. (2018): Az észlelt kockázat utazási szándékra gyakorolt hatása konfliktusövezetekben: elméleti keretmodell. *Turizmus Bulletin* 18(4): pp.14-22. DOI: 10.14267/TURBULL.2018v18n4.2
- CAMPBELL, S. (2006): Determining overall risk. *Journal of Risk Research* 8: pp.569-581. DOI:10.1080/13669870500118329
- CARR, N. (2001): An exploratory study of gendered differences in young tourists' perception of danger within London. *Tourism Management* 22: pp.565-570. DOI: 10.1016/S0261-5177(01)00014-0
- CSAPÓ, J. – TÖRŐCSIK, M. (2020): The evaluation of the role and importance of safety and risks in the travel attitudes of the Hungarian tourists. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5(1): pp.71-81. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.01.06
- GIBSON, H. – YIANNAKIS, A. (2002): Tourist roles: needs and the lifecourse. *Annals of Tourism Research* 29(2): pp.358-383. DOI: 10.1016/S0160-7383(01)00037-8
- HAKES, J. – VISCUSI, W. (2004): Dead reckoning: Demographic determinants of the accuracy of mortality risk perception. *Risk Analysis* 24(3): pp.651-664. DOI: 10.1111/j.0272-4332.2004.00465.x
- HALL, C. – TIMOTHY, D. – DUVAL, D. (2004): Security and tourism: towards a new understanding? *Journal of Travel and Tourism Marketing* 15(2): pp.1-18. DOI:10.1300/J073v15n02\_01
- HALLAHAN, T. – FAFF, R. – MCKENZIE, M. (2004): An empirical investigation of personal financial risk tolerance. *Financial Services Review* 13(1): pp.57-78.

- ISAAC, R. – VELDEN, V. (2018): The German source market perceptions: How risky is Turkey to travel to. *International Journal of Tourism Cities* 4(4): pp.429-451. DOI: 10.1108/IJTC-11-2017-0057
- JIN, X. – QU, M. – BAO, J. (2019): Impact of crisis events on Chinese outbound tourist flow: A framework for post-events growth. *Tourism Management* 74: pp.334-344. DOI: 10.1016/j.tourman.2019.04.011
- KARL, M. – MUSKAT, B. – RITCHIE, W. (2020): Which travel risks are more salient for destination choice? An examination of the tourist's decision-making process. *Journal of Destination Marketing and Management* 18: DOI: 10.1016/j.jdmm.2020.100487
- KARL, M. – REINTINGER, C. – SCHMUDE, J. (2015): Reject or select: Mapping destination choice. *Annals of Tourism Research* 54: pp.48-64. DOI: 10.1016/j.annals.2015.06.003
- KARL, M. – SCHMUDE, J. (2017): Understanding the role of risk (perception) in destination choice: A literature review and synthesis. *Tourism Review* 65(2): pp.138-155.
- KIRCHSTEIGER, C. (2002): International workshop on promotion of technical harmonisation on risk-based decision-making. *Safety Science* 40: pp.1-15. DOI: 10.1016/S0925-7535(01)00033-9
- KOZAK, M. – CROTTS, J. – LAW, R. (2007): The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research* 9(4): pp.233-242. DOI: 10.1002/jtr.607
- LANOUAR, C. – GOAIED, M. (2019): Tourism, terrorism and political violence in Tunisia: Evidence from Markov-switching models. *Tourism Management* 70: pp.404-418. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.09.002
- LAVER, S. – WETZELS, J. – BEHRENS, R. (2001): Knowledge of malaria, risk perception, and compliance with prophylaxis and personal and environmental preventive measures in travelers exiting Zimbabwe from Harare and Victoria Falls International Airport. *Journal of Travel Medicine* 8(6): pp.298-303. DOI:10.2310/7060.2001.23975.
- LEE, W. – PARK, S. – JEONG, C. (2022): Repositioning risk perception as a necessary condition of travel decision: The case of North Korea tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 52: pp.252-263. DOI:10.1016/j.jhtm.2022.07.001
- LEPP, A. – GIBSON, H. (2003): Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research* 30(3): pp.606-624. DOI: 10.1016/S0160-7383(03)00024-0
- MASER, B. – WEIERMAIR, K. (1998): Travel decision-making: from the vantage point of perceived risk and information preferences. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 7(4): pp.107-121.
- MICHALKÓ, G. (2020): A biztonság szerepe a turizmus rendszerében. In: Michalkó, G. (Ed.): *Turizmusbiztonság*. Dialóg Campus, Budapest. pp.15-28
- NARDI, M. – WILKS, J. (2007): Tourist water safety: Surf Life Saving initiatives for the Japanese inbound market. *Journal of Vacation Marketing* 13(3): pp.275-283 DOI:10.1177/1356766707077700
- NOVELLI, M. – BURGESS, L. – JONES, A. – RITCHIE, B. (2018): 'No Ebola...still doomed' - The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research* 70: pp.76-87. DOI:10.1016/j.annals.2018.03.006

- PARK, K. – REISINGER, Y. (2010): Differences in the perceived influence of natural disasters and travel risk on international travel. *Tourism Geographies* 12(1): pp.1-24. DOI: 10.1080/14616680903493621
- PIZAM, A. – MANSFELD, Y. (2006): Toward a theory of tourism security. In Mansfeld, Y. and Pizam, A. (Eds), *Tourism, Security and Safety from Theory to Practice*, Elsevier, Butterworth-Heinemann, Burlington MA. pp.1-28.
- REISINGER, Y. – MAVONDO, F. (2005): Travel anxiety and intentions to travel internationally: implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research* 43(3): pp.212-225. DOI: 10.1177/0047287504272017
- RITCHIE, B. – CHIEN, P. – SHARIFPOUR, M. (2017): Segmentation by travel related risks: an integrated approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 34(2): pp.274-289. DOI: 10.1080/10548408.2016.1156616
- RITCHIE, B. – JIANG, Y. (2019): A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research* 79: pp.1-15. DOI:10.1016/j.annals.2019.102812
- RITTICHAINUWAT, B. – CHAKRABORTY, G. (2009): Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management* 30(1): pp.410-418. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.08.001
- RITTICHAINUWAT, B. – NELSON, R. – RAHMAFITRIA, F. (2018): Applying the perceived probability of risk and bias toward optimism: Implications for travel decisions in the face of natural disasters. *Tourism Management* 66: pp.221-232. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.09.013
- ROWE, G. – WRIGHT, G. (2001): Differences in expert and lay judgements of risk: Myth or reality?. *Risk Analysis* 21: pp.341-355
- SHARIFPOUR, M. – WALTERS, G. – RITCHIE, B. (2014): Risk perception, prior knowledge, and willingness to travel: Investigating the Australian tourist market's risk perceptions toward the Middle-East. *Journal of Vacation Marketing* 20(2): pp.111-123. DOI: 10.1177/1356766713502486
- SJÖBERG, L. – MOEN, B. – RUNDMO, T. (2004): *Explaining risk perception. An evaluation of the psychometric paradigm in risk perception research*. Trondheim: Rotunde No. 84.
- SJÖBERG, L. (2004): Explaining individual risk perception: The case of nuclear waste. *Risk Management* 6: pp.51-64. DOI: 10.1057/palgrave.rm.8240172
- SOHN, H. – LEE, T. – YOON, Y. (2016): Relationship between perceived risk, evaluation, satisfaction, and behavioural intention: A case of local-festival visitors. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 33(1): pp.28-45. DOI:10.1080/10548408.2015.1024912
- SÖNMEZ, S. – GRAEFE, A. (1998): Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research* 25: pp.112-144. DOI: 10.1016/S0160-7383(97)00072-8
- SUNDBLAD, E. – BIEL, A. – GARLING, T. (2007): Cognitive and affective risk judgements related to climate change. *Journal of Environmental Psychology* 27: pp.97-106. DOI: 10.1016/j.jenvp.2007.01.003
- SZABÓ, G. (2022): A világvárvány formálta turizmus trendek és a hazai fejlesztési politika várható hatásai Dél-Baranya turizmusára. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 7(1): pp.72-89. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.01.05.

WALKER, L. – PAGE, S. (2003): Rights, risks and responsibilities in tourist well-being: who should be responsible? In Wilks J. and Page S. (Eds.), *Managing Tourist Health and Safety in the New Millennium*, Oxford: Elsevier Science Ltd. pp.215-236.

WEBER, E. – HSEE, C. (1998): Cross-cultural differences in risk perception, but cross-cultural similarities in attitudes towards perceived risk. *Management Science* 44(9): pp.1205-1217. DOI: 10.1287/mnsc.44.9.1205

WILLIAMS, A. – BALÁZ, V. (2013): Tourism, risk tolerance and competences: Travel organization and tourism hazards. *Tourism Management* 35: pp.209-221. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.07.006

WOLFF, K. – LARSEN, S. – OGAARD, T. (2019): How to define and measure risk perceptions. *Annals of Tourism Research* 79: pp.1-9. DOI:10.1016/j.annals.2019.102759

YANG, C. – NAIR, V. (2014): Risk perception study in tourism: Are we really measuring perceived risk? *Social and Behavioural Sciences* 44: pp.322-327. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.302

YOO, J. – PARK, J. – LEE, J. – PARK, H. (2022): Recovering from the COVID-19 shock: the role of risk perception and perceived effectiveness of protective measures on travel intention during the pandemic. *Service Business* 16: pp.557-580. DOI:10.1007/s11628-021-00476-3

ZILKER, V. – HERTWIG, R. – PACHUR, T. (2020): Age differences in risk attitude are shaped by opinion complexity. *Journal of Experimental Psychology: General* 149(9): pp.1644-1683. DOI:10.1037/xge0000741

## **SUSTAINABILITY AND DESTINATION BRANDING: A REVIEW OF RESEARCH TRENDS**

*Sita Dewi Kusumaningrum*

*Department of Management, Faculty of Business and Economics, Universitas Islam  
Indonesia, Indonesia,*

*International PhD Program in Business Administration, Faculty of Business and Economics,  
University of Pécs, Hungary; sita.kusumaningrum@uii.ac.id*

*DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.08*

### **Abstract**

Branding plays an essential role in communicating and maintaining the sustainability value of a tourist destination. Therefore, some research attempt to empirically incorporate sustainability in tourism related research. Nevertheless, a bibliometric study investigating the progress and trend of research on sustainability and destination branding is still limited. This study investigates state-of-the-art research on sustainability and destination branding using the bibliometric analysis method. A sample of 329 documents published on Scopus is processed and analyzed based on performance analysis and science mapping techniques in the bibliometric approach, particularly the citation and co-word analysis. The VOSviewer software helps understand the research trends and opportunities of research on sustainability and destination branding through the network, overlay, and density visualization. In brief, this study delivers an understanding of the critical aspects of the bibliometric study, such as the context, the content, and research opportunities concerning research of sustainability and destination branding.

*Keywords: bibliometric, sustainability, destination branding, destination marketing, VOSviewer*

## FENNTARTHATÓSÁG ÉS DESZTINÁCIÓS MÁRKAÉPÍTÉS: A KUTATÁSI TRENDEK ÁTTEKINTÉSE

### Absztrakt

A márkaépítés alapvető szerepet játszik egy turisztikai desztináció fenntarthatósági értékeinek kommunikálásában és fenntartásában, nem véletlen, hogy egyes kutatások kísérletet tesznek arra, hogy empirikusan is beépítsék a fenntarthatóságot a turizmussal kapcsolatos kutatásokba. Mindazonáltal a fenntarthatósággal és a desztináció márkázással kapcsolatos kutatások előrehaladását és tendenciáit vizsgáló bibliometria tanulmányok még mindig korlátozott számban állnak rendelkezésre. Jelen tanulmány a bibliometria elemzés módszerével vizsgálja a fenntarthatósággal és a desztináció márkázással kapcsolatos kutatásokat. A Scopuson közzétett 329 dokumentumból álló mintát bibliometria megközelítésben, a teljesítményelemzés és a tudományterképezési technikák, különösen az idézettség és a társszavak elemzése alapján dolgozza fel és elemzi a Szerző. A VOSviewer szoftver segít megérteni a fenntarthatósággal és a desztinációs márkaépítéssel kapcsolatos kutatások trendjeit és lehetőségeit a hálózat, az átfedés és a sűrűség vizualizálásán keresztül. Röviden, a tanulmány a bibliometria vizsgálat kritikus szempontjainak megértését nyújtja, úgy, mint a fenntarthatóság és a desztinációs márkaépítés kutatásával kapcsolatos kontextus, tartalom és kutatási lehetőségek feltérképezése.

*Kulcsszavak: bibliometria, fenntarthatóság, desztinációs márkaépítés, desztinációs marketing, VOSviewer.*

## 1. Introduction

Tourism research has integrated the issue of sustainability, notably since The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) promoted and integrated the Sustainable Development Goals (SDGs) agenda of 2030 in tourism. Sustainability also became one consensus issue in the second Biennial Forum on Advances in Destination Management, organized in St. Gallen (Switzerland) in 2014. This forum proposed that the literature could provide a clearer perspective of sustainability, including economic, environmental, social, and cultural issues (REINHOLD – LAESSER – BERITELLI 2015). The discussion of sustainability in tourism so far is expected to enlighten the implementation of the sustainability concept. The first article on tourism research on sustainability was published in 1987, and a recent review of tourism research on sustainability gives insight that sustainability has become a critical component of business strategy design in tourist destinations (NIÑEROLA – SÁNCHEZ-REBULL – HERNÁNDEZ-LARA 2019).

Meanwhile, initial specific research on destination branding was published in 1998, discussing the role of branding in destination marketing, and this topic started to receive considerable attention in 2007 (RUIZ-REAL – URIBE-TORIL – GÁZQUEZ-ABAD 2020). In the initial research article, it is considered that branding can be a powerful marketing tool for tourism destinations (PRITCHARD – MORGAN 1998). Several brand elements also have been evaluated to provide the basis for destination organizations to create a strategic destination brand by considering a supply and demand perspective (TASCI – GARTNER 2009). Nowadays, tourism destinations often utilize branding to provide a unique identity related to sustainability value (GLYPTOU et al. 2022, LÓRINCZ et al. 2021, CSAPÓ, J. – TRÓCSÁNYI, A. 2007). Eco-tourism is an example of a destination brand to enhance eco-conscious consumers (ALAM et al. 2022) or tourists. Other identities or brands for a sustainable destination also emerge, such as green tourism, ecological tourism, blue tourism, circular tourism, and bio tourism (NIÑEROLA – SÁNCHEZ-REBULL – HERNÁNDEZ-LARA 2019).

In addition, the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) has predicted four megatrends that will last until 2040: 1) changing visitors demand, 2) the development of sustainable tourism, 3) technologies empowerment, and 4) travel mobility (OECD 2018). Although the Covid-19 Pandemic is always challenging, all of them will still be relevant with adjustment, in particular the travel mobility. According to that prediction, the Millennials (or Generation Y, born in the early 1980s to mid-1990s) and Generation Z (born in the late 1990s to early 2010s) will lead the tourism market related to the changing visitor demand. These generations are looking for more environment-friendly tourism, choosing the under-tourism destination, avoiding over-tourism, and having an interest in more sustainable brands (KETTER 2021). Therefore, building and understanding destination image that meets the needs of the Millennials and Generation Z visitors is critical. For example, the image of Budapest as one of the major tourist destinations in central Europe has been assessed among Generation Y international visitors (CORONEL 2017).

Furthermore, there is a research relationship between sustainability and destination branding (DIOKO 2016). The issue of sustainability has been integrated into tourism research from multiple perspectives, for example, from the perspective of marketing. In this context, besides using branding to promote a unique identity of sustainability value, aspects of sustainability should also be involved in the destination branding process, for example, the inclusion of relevant stakeholders in the branding process (ZOUGANELI et al. 2012, BOWEN – SOTOMAYOR 2022). Therefore, qualitatively exploring the research relationship between sustainability and destination branding is essential.

According to the methodology of the present article, bibliometric analysis is a widely used qualitative research approach in the literature review. It is an objective assessment of academic literature, which consist of analysis methods of citation, co-citation, bibliographical coupling, co-author, and co-word (ŽUPIČ - ČATER 2015). In the same article, Župič and Čater believed that bibliometric analysis would supplement the meta-analysis and systematic literature review methods.

According to a preliminary study, there are already several qualitative/review studies on sustainability in the tourism field using the bibliometric analysis method, for example, a review of sustainability and tourism marketing using the Web of Science (WoS) database (CAVALCANTE – COELHO – BAIRRADA 2021), review of sustainable tourism research (RUHANEN – MOYLE – MOYLE 2019), and review of tourism and sustainability using WoS database (GARRIGOS-SIMON – NARANGAJAVANA-KAOSIRI – LENGUA-LENGUA 2018). In addition, several review studies are available on the progress of destination branding research, namely a review of destination branding using WoS and Scopus database (RUIZ-REAL – URIBE-TORIL – GÁZQUEZ-ABAD 2020), a review of place branding using Scopus database (MA et al. 2019), and review of destination branding and marketing using Scopus and Google's Ngram database (DIOKO 2016). However, bibliometric study on the specific research of sustainability and destination branding using samples from Scopus data is still limited. Therefore, this study aims to investigate the progress and trend of research on sustainability and destination branding, including the content, context, and research opportunities using Scopus data until 2022. Moreover, as guidelines of research, this study will answer three research questions as follows:

1. How are sustainability and destination branding articles categorized based on their performance characteristics?
2. What is the mapping of research on sustainability and destination branding?
3. What are the research opportunities on the keywords of sustainability and destination branding?

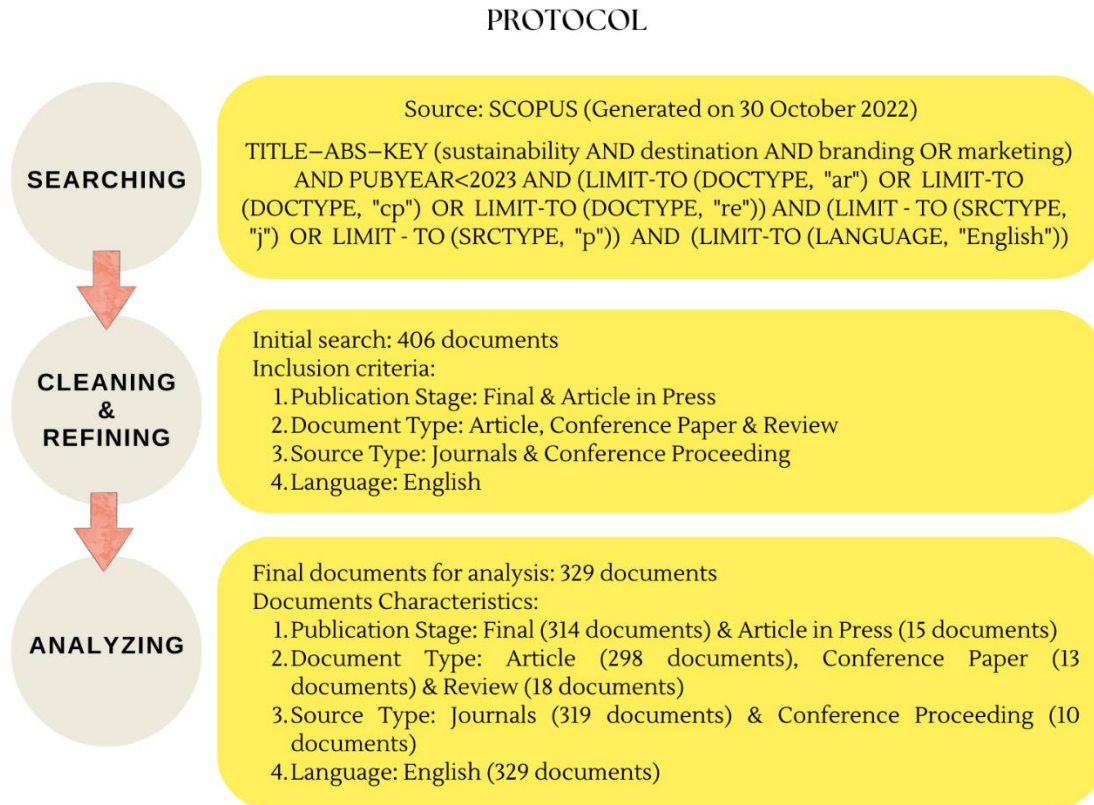
In detail, this study will be structured as follows; after the introduction, the methodology section explains the procedure of bibliometric method, including the material collection protocol. Next, the result section will discuss the performance analysis, the science mapping, and the research opportunities. This study then concludes with essential insights and limitations of the study.

## 2. Methodology

Technically, this study follows the bibliometric analysis procedures from DONTU et al. (2021) and applies five phases of procedures. This part will explain each phase in more detail. Phase one is determining the objective of the bibliometric research. As explained in the introduction, the objective of this study is to understand the state of the art of research in sustainability and destination branding guided by three research questions. Next, the second phase is selecting the techniques for bibliometric analysis. This study applies bibliometric techniques as analysis methods to evaluate the performance and science mapping of research on sustainability and destination branding. The science mapping in this study focused on citation and co-word analysis. Further, in phase three, this study designs a protocol for material collections, as depicted in Figure 1. Several measurements are used, for example, the number of documents/articles, citations, affiliations, countries, journal rank, and H-Index. The information on Scopus journal rank and H-Index refer to the criteria of scimagojr.com. Meanwhile, articles of publications as a source of materials are collected from Scopus.com, which contains data about the title, author's name, abstract, keywords, and journal specification (publication journal, year of publication, volume, issue, and pages). In the initial search, 406

documents were collected. However, only 329 sample documents meet the criteria for final analysis. Next, in phase four, the bibliometric analysis run citation and co-word analysis, including network, overlay, and density visualization using VOSviewer version 1.6.18. Last, this study is reporting the result of bibliometric analysis.

Figure 1: Protocol of materials collection in phase 3



Source: Own elaboration

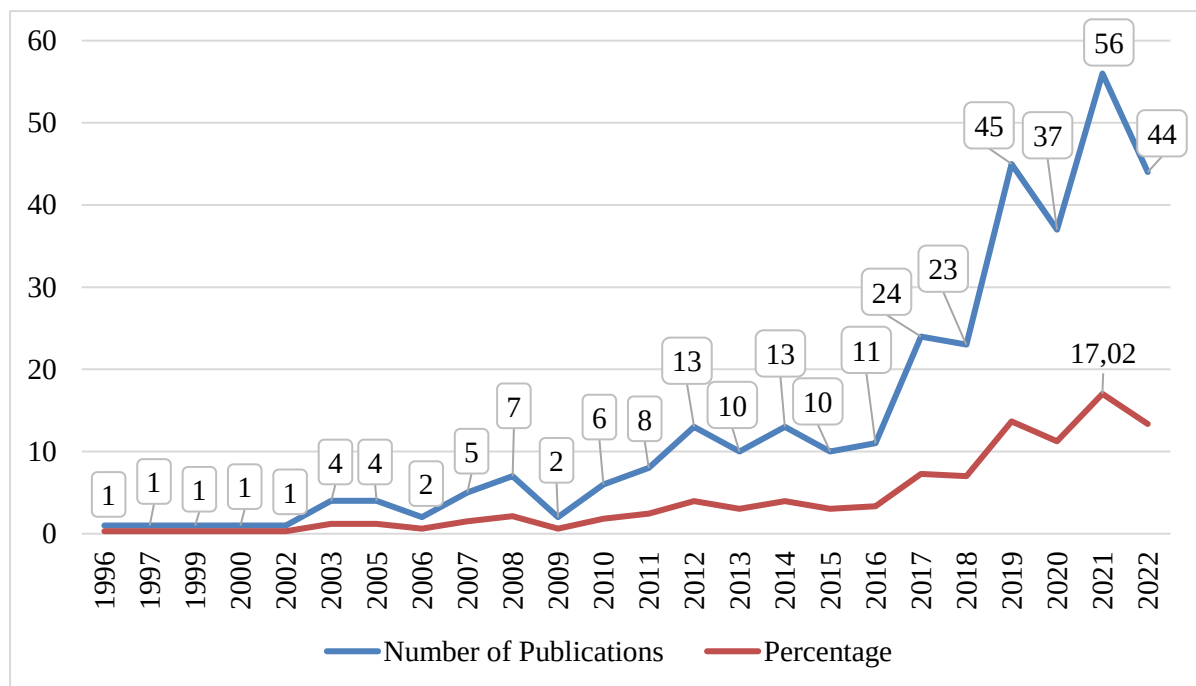
### 3. Results

#### 3.1. Performance Analysis

##### 3.1.1. Publications by Year

Publications related to sustainability and destination branding research have been continuously developed since 1996, as depicted in Figure 1. The initial document is titled *The "Greening" of Ski resorts: A necessity for sustainable tourism, or a marketing opportunity for skiing communities?* It was published in Scopus Q1 rank journal (Journal of Vacation Marketing, Volume 2, Issue 2) by Simon Hudson from the University of Brighton, United Kingdom (HUDSON 1996). This article discusses the emergent concept of sustainability applied to the context of a skiing place in Verbier, Switzerland, from the marketing perspective. However, research publications on sustainability and destination branding received significant attention in 2017, with 24 documents. Further, the highest number of publications was achieved in 2021 when 56 documents out of 329 (17.02 percent) were published.

Figure 2: Number of related publications by year



Source: Own collection and editing

### 3.1.2. Publication by Journals

The research publications on sustainability and destination branding are published in Scopus high-quality journals and conference proceedings areas such as 1) Geography, Planning and Development; 2) Development; 3) Business and International Management; 4) Tourism, Leisure and Hospitality Management; 5) Cultural Studies; 6) Economics and Econometrics; 7) Strategy and Management; and 8) Urban Studies. Table 1 presents the most productive journal, Sustainability by MDPI (Q1 Scopus rank journal from Switzerland, H Index: 109), which published 61 documents (18.54 percent) out of 329 documents. In addition, there are three journals which have more than ten documents, namely Journal of Sustainable Tourism (Q1; H Index: 114; 23 documents), Worldwide Hospitality and Tourism Themes (Q2; H Index: 24; 14 documents), and Journal of Destination Marketing and Management (Q1; H Index: 50; 13 documents).

Table 1: Journals and proceedings that published more than 3 documents until 2022

| No              | Name of Journals/Proceeding                     | Country        | Publisher                     | Rank (scimagojr.com) | Number of Documents | % of 329 Documents | Area Code |
|-----------------|-------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|----------------------|---------------------|--------------------|-----------|
| <b>Journals</b> |                                                 |                |                               |                      |                     |                    |           |
| 1               | Sustainability (Switzerland)                    | Switzerland    | MDPI AG                       | Q1                   | 61                  | 18.54              | 1         |
| 2               | Journal of Sustainable Tourism                  | United Kingdom | Taylor and Francis Ltd        | Q1                   | 23                  | 6.99               | 1         |
| 3               | Worldwide Hospitality and Tourism Themes        | United Kingdom | Emerald Group Publishing Ltd. | Q2                   | 14                  | 4.26               | 2         |
| 4               | Journal of Destination Marketing and Management | United Kingdom | Elsevier Ltd                  | Q1                   | 13                  | 3.95               | 3         |
| 5               | Current Issues in Tourism                       | United Kingdom | Taylor and Francis Ltd        | Q1                   | 7                   | 2.13               | 1         |

|                              |                                                                   |                |                               |    |   |      |   |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|----|---|------|---|
| 6                            | African Journal of Hospitality Tourism and Leisure                | South Africa   | Africa Journals               | Q3 | 7 | 2.13 | 1 |
| 7                            | Tourism Management                                                | United Kingdom | Elsevier Ltd                  | Q1 | 6 | 1.82 | 2 |
| 8                            | Journal of Vacation Marketing                                     | United Kingdom | SAGE Publications Ltd.        | Q1 | 5 | 1.52 | 4 |
| 9                            | Asia Pacific Journal of Tourism Research                          | United Kingdom | Taylor and Francis Ltd        | Q1 | 4 | 1.22 | 1 |
| 10                           | European Journal of Tourism Research                              | Bulgaria       | No Information                | Q2 | 4 | 1.22 | 1 |
| 11                           | International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research | United Kingdom | Emerald Group Publishing Ltd. | Q2 | 4 | 1.22 | 1 |
| 12                           | Tourism Review                                                    | United Kingdom | Emerald Group Publishing Ltd. | Q1 | 4 | 1.22 | 1 |
| 13                           | International Journal of Contemporary Hospitality Management      | United Kingdom | Emerald Group Publishing Ltd. | Q1 | 4 | 1.22 | 4 |
| 14                           | Tourism Recreation Research                                       | United Kingdom | Taylor and Francis Ltd        | Q1 | 4 | 1.22 | 5 |
| 15                           | Journal of Travel Research                                        | United Kingdom | SAGE Publications Ltd.        | Q1 | 3 | 0.91 | 1 |
| 16                           | Tourism Management Perspectives                                   | United States  | Elsevier USA                  | Q1 | 3 | 0.91 | 4 |
| 17                           | International Journal of Tourism Policy                           | United Kingdom | Inderscience Enterprises Ltd. | Q4 | 3 | 0.91 | 4 |
| 18                           | Journal of Environmental Management and Tourism                   | Romania        | ASERS Publishing              | Q3 | 3 | 0.91 | 6 |
| 19                           | Place Branding and Public Diplomacy                               | United Kingdom | Palgrave Macmillan Ltd.       | Q2 | 3 | 0.91 | 7 |
| 20                           | Journal of Outdoor Recreation and Tourism                         | United Kingdom | Elsevier BV                   | Q2 | 3 | 0.91 | 4 |
| 21                           | Journal of Place Management and Development                       | United Kingdom | Emerald Group Publishing Ltd. | Q1 | 3 | 0.91 | 8 |
| <b>Conference proceeding</b> |                                                                   |                |                               |    |   |      |   |
| 1                            | IOP Conference Series: Earth and Environmental Science            | United Kingdom | IOP Publishing Ltd.           | -  | 3 | 0.91 | - |

*Note: Area Code: 1) Geography, Planning and Development; 2) Development; 3) Business and International Management; 4) Tourism, Leisure and Hospitality Management; 5) Cultural Studies; 6) Economics and Econometrics; 7) Strategy and Management; and 8) Urban Studies*

*Source: Own editing*

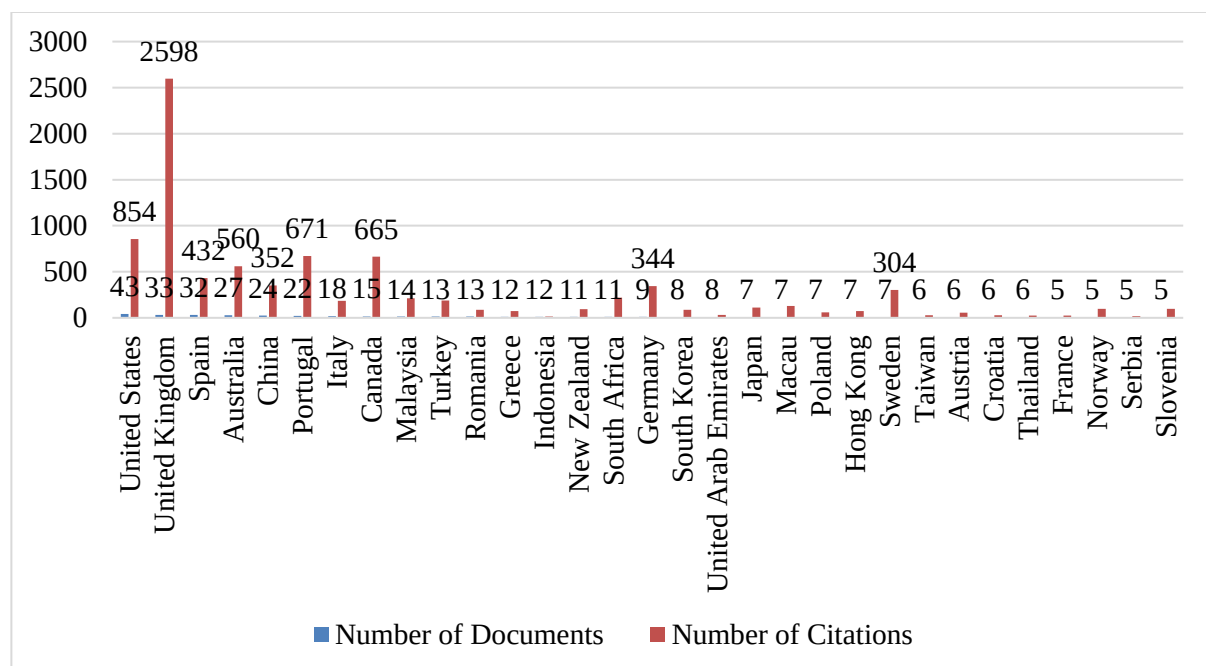
### 3.1.3. Publication by Countries and Regions

Based on the sample documents, 65 countries of authors' affiliation published research documents on sustainability and destination branding. Of the 65 countries, 31 published a minimum of five documents, as shown in Figure 3. In detail, the most influential country is the United Kingdom, whose 33 documents received 2,598 citations. Nevertheless, the United States is the most productive country, which publishes 43 documents although it results with only 854 citations compared to the United Kingdom. Other countries whose documents received high interest of more than 300 citations are Sweden (7 documents; 304 citations), Germany (9 documents; 344 citations), China (24 documents; 352 citations), Spain (32 documents; 432 citations), Australia (27 documents; 560 citations), Canada (15 documents; 665 citations), and Portugal (22 documents; 671 citations). Moreover, six other prospective countries have already achieved more than 100 citations, namely Italy, Malaysia, Turkey, South Africa, Japan, and Macau. Meanwhile, the classification of countries' productivity in this context based on regions are Europe and Central Asia (16 countries), East Asia and Pacific (11 countries), North America (2 countries), Middle East and North Africa (1 country), and Sub-Saharan Africa (1 country).

### 3.1.4. Publication by Affiliations

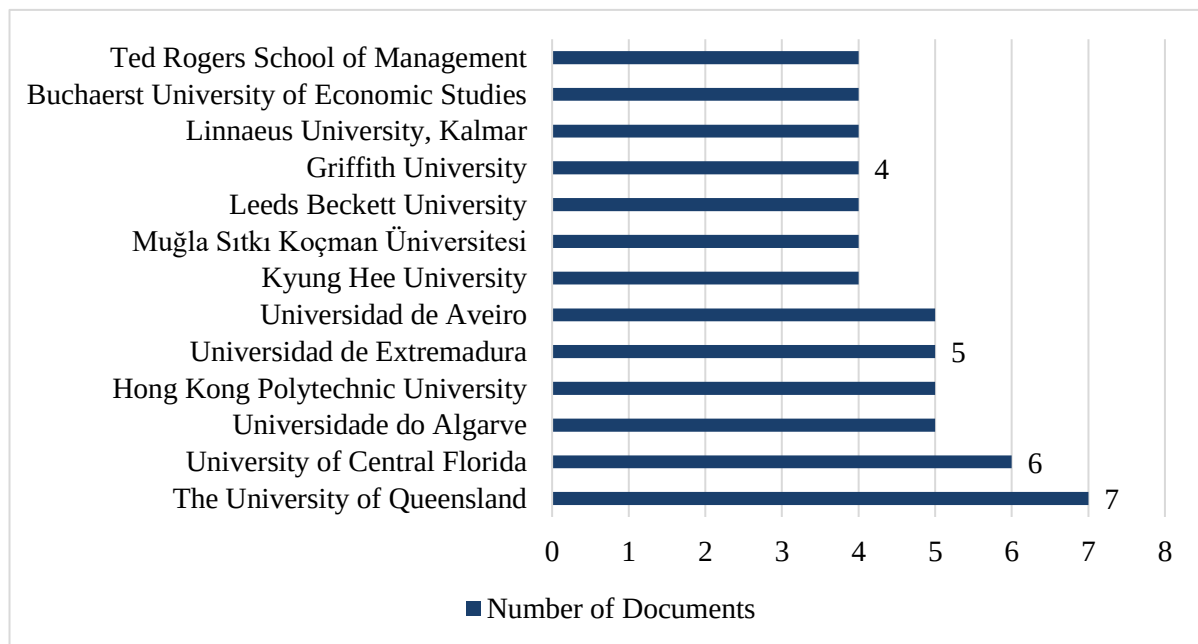
This part identifies the institutions or research center most related to the research on sustainability and destination branding. Figure 4 records the number of documents based on affiliations. The top affiliation that supported producing the highest number of documents is The University of Queensland under its Business School, with seven documents. The University of Queensland Business School is in Brisbane, Queensland, Australia. This institution has tourism researchers who also focus on Sustainable Tourism and Tourism Marketing. Next, in the second position is the University of Central Florida in Orlando, Florida, United States, with six documents. Their related research is mainly conducted under the Rosen College of Hospitality Management. Meanwhile, other affiliations in the top 13 recorded by the Scopus database mostly produced four or five documents. Understanding the most prolific institutions in this research topic will help to build research connections.

Figure 3: Country productivity based on number of documents and number of citations



Source: Own editing

Figure 4: Number of documents by affiliation

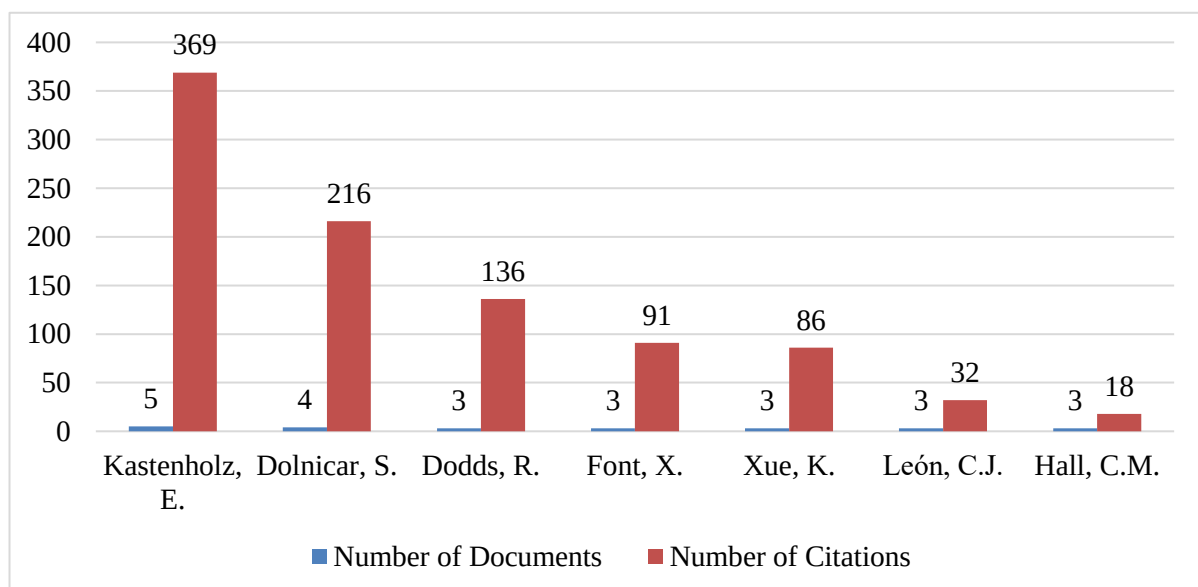


Source: Own editing

### 3.1.5. Authors' Productivity

The prolific authors who produced more than three documents in the research on sustainability and destination branding can be seen in Figure 5. In the figure, the most prolific author is Elizabeth Kastenholz from the University of Aveiro, Portugal, with five documents and 369 citations. Based on the published research documents, her interests include sustainable destination marketing and rural tourism. Another productive author with four documents is Sara Dolnicar from the University of Queensland, Australia. Meanwhile, other productive authors with three documents are Rachel Dodds (Ted Rogers School of Management, Canada), Xavier Font (University of Surrey, United Kingdom), Ke Xue (Shanghai Jiao Tong University, China), Carmelo J. León (University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain), and Michael C. Hall (University of Canterbury, New Zealand).

Figure 5: Authors with the greatest number of documents



Source: Own editing

### 3.2. Science Mapping

#### 3.2.1. Citation Analysis

The citation analysis can be used to measure the impact of publications objectively (PODSAKOFF et al. 2005). Moreover, one might use citation analysis (when one publication refers to another) to examine the most prominent papers on the related subject to understand the academic patterns and connections among publications of a study topic (DONTHU et al. 2021). In this study, Table 2 records twelve articles/documents which received more than 100 citations. Based on Table 2, the most cited and influential article is written by Dimitrios Buhalis, a Professor of Smart Tourism at Bournemouth University Business School, United Kingdom. His article entitled *Marketing the competitive destination of the future*, published in *Tourism Management* (Q1 Scopus Rank Journal), has received 1,566 citations.

Meanwhile, there are two articles which already received high citations, more than 100 despite their relatively recent year of publications, namely 1) *Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: The quest for tourist loyalty in Spain* written by Campón-Cerro A.M., Hernández-Mogollón J.M., Alves H. and 2) *Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept?* by Lane, B. and Kastenholtz, E. Those articles/documents were published in 2017 (received 107 citations) and 2015 (received 177 citations), respectively. Besides, almost all highly cited articles/documents in sustainability and destination branding research are published in the Q1 Scopus Rank Journal, such as the *Journal of Sustainable Tourism*. Furthermore, it is recommended that research on the topic of sustainability and destination branding/tourism would also refer to the most cited articles as the seminal materials.

Table 2: Most cited articles

| No | Titles                                                                                                 | Name of Authors                 | Year of Publication | Number of Citations | Journals (scimagojr.com)          |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------------|
| 1  | Marketing the competitive destination of the future                                                    | Buhalis D.                      | 2000                | 1,566               | Tourism Management/Q1             |
| 2  | Relationships, networks and the learning regions: Case evidence from the Peak District National Park   | Saxena G.                       | 2005                | 186                 | Tourism Management/Q1             |
| 3  | Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept?   | Lane B., Kastenholtz E.         | 2015                | 177                 | Journal of Sustainable Tourism/Q1 |
| 4  | Brand Dubai: The instant city; or the instantly recognizable city                                      | Bagaeen S.                      | 2007                | 147                 | International Planning Studies/Q1 |
| 5  | The vulnerability of Caribbean coastal tourism to scenarios of climate change related sea level rise   | Scott D., Simpson M.C., Sim R.  | 2012                | 142                 | Journal of Sustainable Tourism/Q1 |
| 6  | Does the tourist care? A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan, Indonesia | Dodds R., Graci S.R., Holmes M. | 2010                | 124                 | Journal of Sustainable Tourism/Q1 |

| No | Titles                                                                                                           | Name of Authors                                      | Year of Publication | Number of Citations | Journals (scimagojr.com)                                                       |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 7  | The role of local and regional food in destination marketing                                                     | du Rand G.E., Heath E., Alberts N.                   | 2003                | 121                 | Journal of Travel and Tourism Marketing/Q1                                     |
| 8  | Sustainable tourism indicators: Selection criteria for policy implementation and scientific recognition          | Tanguay G.A., Rajaonson J., Therrien M.-C.           | 2013                | 121                 | Journal of Sustainable Tourism/Q1                                              |
| 9  | An agritourism systems model: A Weberian perspective                                                             | McGehee N.G.                                         | 2007                | 121                 | Journal of Sustainable Tourism/Q1                                              |
| 10 | Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: The quest for tourist loyalty in Spain | Campón-Cerro A.M., Hernández-Mogollón J.M., Alves H. | 2017                | 107                 | Journal of Destination Marketing and Management/Q1                             |
| 11 | An investigation of tourists' patterns of obligation to protect the environment                                  | Dolnicar S., Leisch F.                               | 2008                | 104                 | Journal of Travel Research/Q1                                                  |
| 12 | Hotel networks and social capital in destination marketing                                                       | Von Friedrichs Grängsjö Y., Gummesson E.             | 2006                | 104                 | International Journal of Service Industry Management/Not yet assigned quartile |

*Source: Own editing*

Next, Table 3 provides information about the most cited and influential journals in sustainability and destination branding research. It is interesting that based on Table 3, the most cited journal in the sustainability and destination branding research does not always have a significant number of documents. For example, Tourism Management became the most cited journal, although the number of related records is only six documents (H Index: 216). On the contrary, Sustainability (Switzerland) is in the third position and only received 614 citations, although it has published 61 related documents. The possible reasons for this situation are 1) the most cited author with a significant number of citations published in Tourism Management (Dimitrios Buhalis) and 2) Sustainability (Switzerland) is a relatively new journal which started as a Scopus rank journal in 2009, while Tourism Management has started to be a Scopus rank journal since 1982. Meanwhile, International Planning Studies and the International Journal of Service Industry Management became two of the nine most cited journals, with only one related article/document.

Table 3: Top 9 most cited journals

| Rank | Name of Journals                                     | Number of Citations | Number of Documents | Scimagojr.com |         |                       |
|------|------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------|---------|-----------------------|
|      |                                                      |                     |                     | Rank          | H-Index | Coverage based on SJR |
| 1    | Tourism Management                                   | 2035                | 6                   | Q1            | 216     | 1982-2022             |
| 2    | Journal of Sustainable Tourism                       | 1209                | 23                  | Q1            | 114     | 1993-2021             |
| 3    | Sustainability (Switzerland)                         | 614                 | 61                  | Q1            | 109     | 2009-2021             |
| 4    | Journal of Destination Marketing and Management      | 472                 | 13                  | Q1            | 50      | 2012-2021             |
| 5    | Journal of Travel Research                           | 269                 | 3                   | Q1            | 145     | 1969-2021             |
| 6    | International Planning Studies                       | 147                 | 1                   | Q1            | 44      | 1996-2021             |
| 7    | Journal of Travel and Tourism Marketing              | 132                 | 2                   | Q1            | 82      | 1992-2021             |
| 8    | Tourism Review                                       | 109                 | 4                   | Q1            | 38      | 2001-2021             |
| 9    | International Journal of Service Industry Management | 104                 | 1                   | -             | 96      | 1990-2008             |

*Note: Based on scimagojr.com, H-Index measures scientific productivity and the journal's impact.*

*Source: Own editing*

### 3.2.2. Co-word Analysis

Co-word (Co-occurrence) analysis is one of the bibliometric techniques for science mapping. Further, it is used to investigate the current or potential links among themes/keywords in a research field by concentrating on the written text of articles/documents (DONTU et al. 2021). The Co-word analysis focuses on keywords to see their changes in existence and understand the central topics (EMICH et al. 2020). In this context, keywords also represent valuable or highlight terms/words from the authors, which can reveal the popularity of a research topic in a bibliometric analysis (PESTA – FUERST – KIRKEGAARD 2018). Therefore, this part will analyze the research trend on sustainability and destination branding based on author keywords. In addition, VOSviewer version 1.6.18 (VAN ECK – WALTMAN 2010) helps visualize the trend.

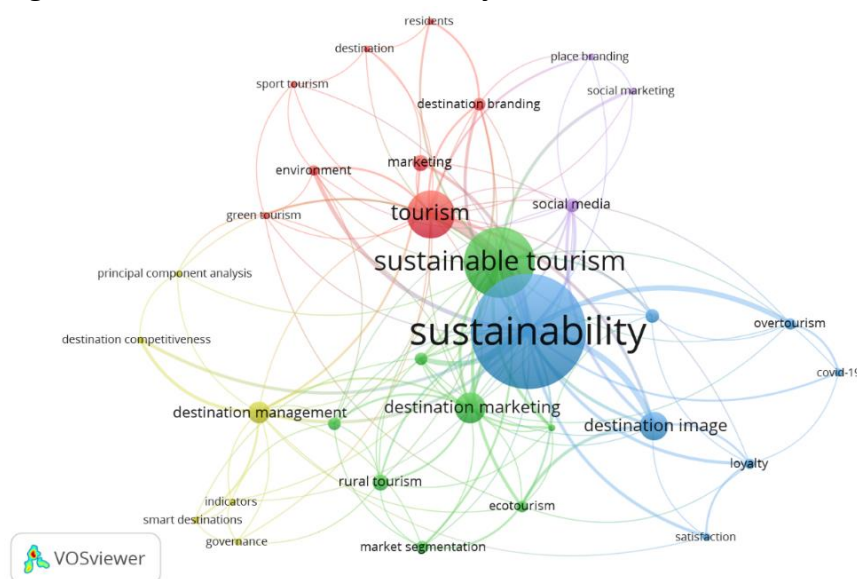
Next, the VOSviewer analyzed 1,141 keywords and found 32 keywords for network visualization where a minimum number of occurrences for a keyword is five times (as suggested by the software). The attribute of occurrence in this context (full counting method) shows the number of documents which contain a particular keyword in all documents (VAN ECK – WALTMAN 2022). Furthermore, three rules are applied in this analysis according to

the software: 1) the color shows clusters, 2) the distance shows the closeness of the keywords relationship, and 3) the size of the text shows the intensity/occurrences of keywords. The result is then portrayed in Figure 6 which entails five different clusters based on color. The first cluster in red comprises eight items/keywords that often occur: *destination*, *destination branding*, *environment*, *green tourism*, *marketing*, *residents*, *sports tourism*, and *tourism*. In more detail, cluster one includes several terms related to specific tourism and destination elements. Next, the second cluster is in green which also consists of eight items: *destination marketing*, *ecotourism*, *market segmentation*, *rural tourism*, *sustainable development*, *sustainable tourism*, *tourism management*, and *tourism marketing*. This cluster is mainly related to the concept of developing sustainable tourism.

Further, in the third cluster, there are seven items in blue: *Covid-19*, *destination image*, *loyalty*, *overtourism*, *satisfaction*, *sustainability*, and *tourism development*. This cluster gives insight into the impact of Covid-19 on tourism and the role of sustainability. The next cluster in yellow comprises six items: *destination competitiveness*, *destination management*, *governance*, *indicators*, *principal component analysis*, and *smart destinations*. This cluster aims at important concepts in managing a destination to be more competitive. The last cluster is in purple, containing three items: *place branding*, *social marketing*, and *social media*. This cluster highlights the role of social media in place branding and marketing. Generally, tourism, sustainable tourism, sustainability, destination management, and social media become the leading keywords with the greatest number of occurrences in each related cluster.

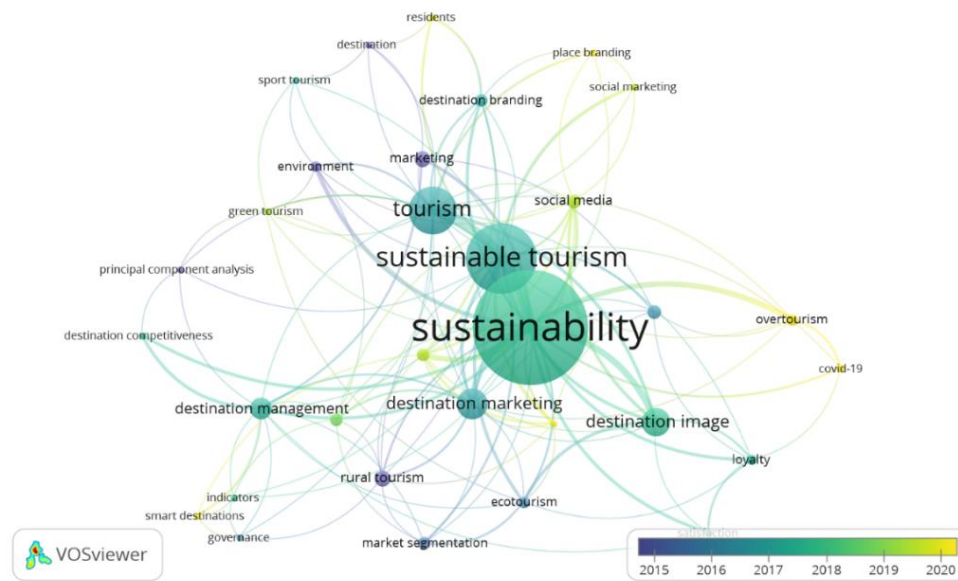
Besides network visualization, the VOSviewer also provides overlay visualization, which is useful for investigating the evolution of keywords in sustainability and destination branding research, as depicted in Figure 7. In this analysis, the color shows keywords occurrences or research trends based on average publications year, the distance shows the closeness of keywords relationship, and the size of the text shows the intensity/occurrences of keywords. In more detail, yellow shows the most current keywords and the significant trends. Therefore, the research trends concentrate on different terms, for example, smart destination, Covid-19, overtourism, place branding, residents, tourism management, social marketing, tourism marketing, social media, and green tourism.

Figure 6: Network visualization of keywords with 5 times minimum of occurrences



Source: Own editing

Figure 7: Overlay visualization of keywords with 5 times minimum of occurrences

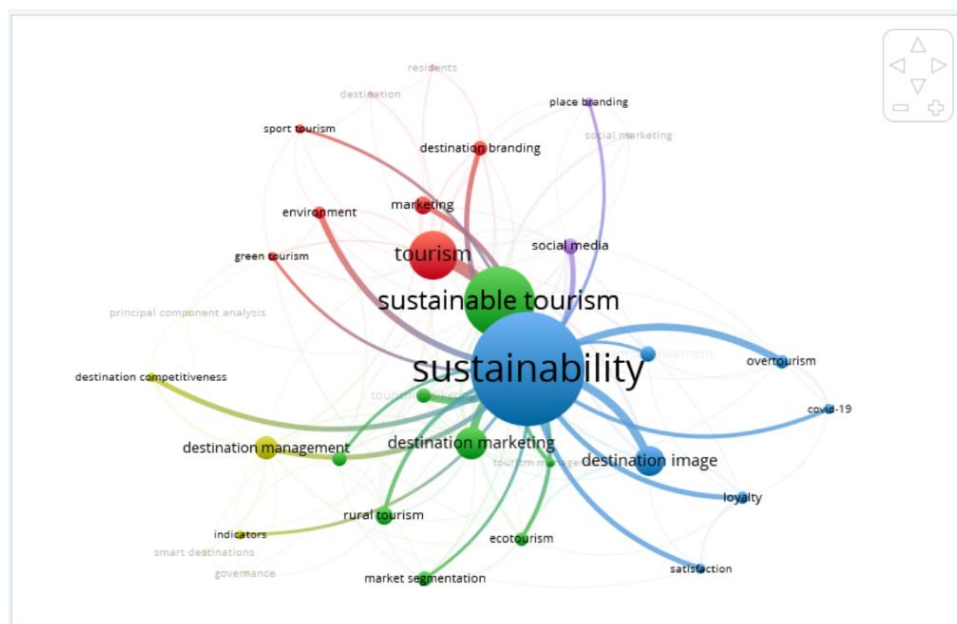


Source: Own editing

### 3.3. Research Opportunities

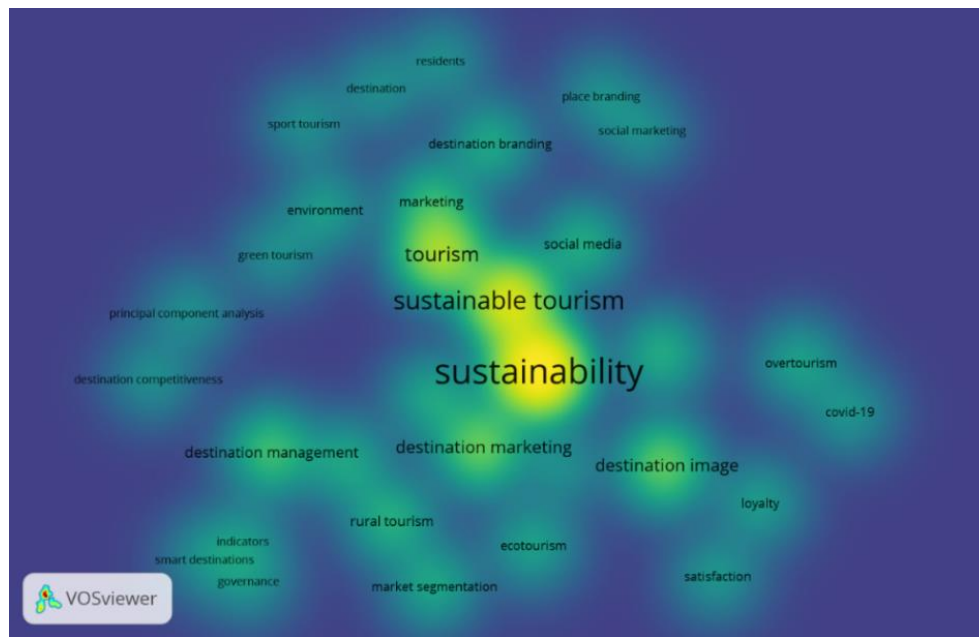
Based on the science mapping technique, this study discovers several research opportunities. Figure 8 depicts the network visualization of co-word analysis, which highlights the sustainability keyword network based on Figure 6. Based on the network visualization, many keywords are trending or appear frequently but are not yet related to other keywords. For example, the keyword of sustainability appeared in 78 documents, but this keyword is not yet related or connected to the keyword of smart destination, which appeared in five documents. This situation opens research opportunities if a researcher can try to connect potential keywords.

Figure 8: Research opportunities from network visualization of keywords with 5 times minimum of occurrences



Source: Own editing

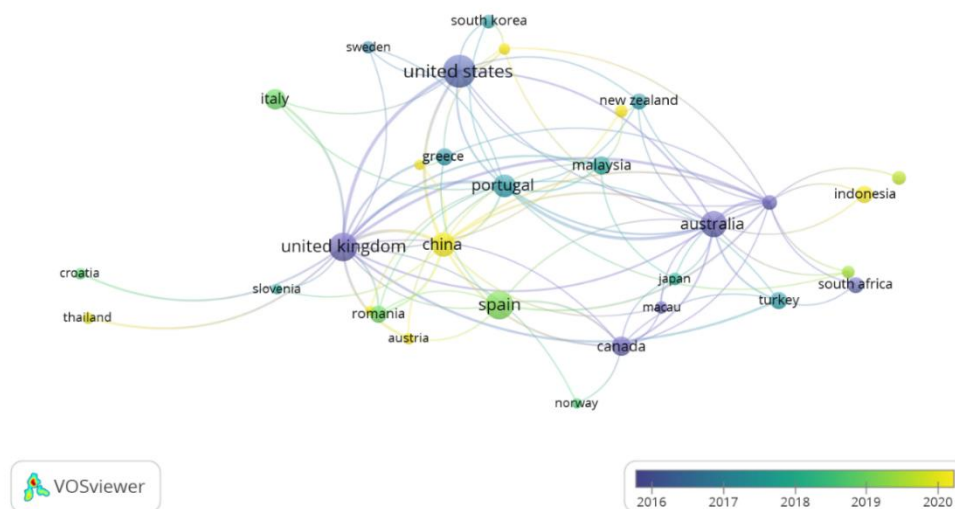
Figure 9: Density visualization of keywords with 5 times minimum of occurrences



Source: Own editing

Another research opportunity can be identified from the density visualization of VOSviewer, as depicted in Figure 9. The density items/keywords indicate that color varies from blue to green to yellow. The yellow indicates that a keyword has been extensively researched in the research related to sustainability and destination branding, for example, sustainability, sustainable tourism, and tourism. Nevertheless, research opportunities can be considered from keywords in a green or blue area, for example, residents, sports tourism, green tourism, and social marketing. There are also opportunities for keywords that have a long distance from other keywords to be linked in research; for example, the keyword of residents can be linked to the keyword of overtourism.

Figure 10: Countries overlay for research opportunities based on average publication year of documents



Source: Own editing

Figure 10 overlays research opportunities based on countries' average publication year of documents. Out of 65 countries in the Scopus records, 31 countries published a minimum of five documents per country. This overlay also shows the country's interest in sustainability and destination branding research. As previously explained on overlay visualization, the yellow indicates the latest country interest in the study. For example, Indonesia, China, Austria, and Thailand are now highly interested in the research of sustainability and destination branding, which can be expected as research opportunities. There are still plenty of opportunities to publish and collaborate with countries that are new to the topic.

#### 4. Conclusions

The bibliometric analysis and visualization using VOSviewer reveal the trends and opportunities of 329 documents/articles from Scopus. Sustainability and destination branding articles are categorized based on sample performance characteristics (context perspective). In addition, the related research topic is analyzed based on citation and co-word analysis to understand the distribution of knowledge and discover opportunities.

First, the performance analysis shows the up and down interest of research on sustainability and destination branding year on year until 2022. The journal of Sustainability contributed a lot to developing the research topic. The interests in sustainability and destination branding encourage researchers to submit their publications in different journal areas. However, these interests have not been dispersed equally among countries; the United States and the United Kingdom are still leading in this research topic. On the other hand, several authors and affiliations also influence the research topic development. They are primarily persistent in dealing with sustainable tourism and destination branding/marketing research.

Next, the citation and co-word analysis provide trends based on network relationships and the evolution of keywords. There are five eminent clusters of research themes emerged from sustainability and destination branding research, namely 1) specific tourism and destination elements, 2) the concept of developing sustainable tourism, 3) the impact of Covid-19 on tourism and the role of sustainability, 4) concepts in managing a competitive destination, and 5) the role of social media in place branding and marketing. In addition, this study identified leading keywords, for example, sustainability, sustainable tourism, tourism, destination management, and social media, and trending keywords, for example, smart destination, Covid-19, overtourism, place branding, residents, tourism management, social marketing, tourism marketing, social media, and green tourism.

Further, this study identifies several research opportunities from the network, overlay, and density visualization. The first opportunity comes from network visualization, which recognizes an opportunity to connect potential but unlinked keywords, for example, connecting sustainability and smart destination. Second, the overlay visualization suggested new countries with high research interests in sustainability and destination branding research, for example, Indonesia, China, Austria, and Thailand. Third, the visualization of density shows research opportunities from keywords such as residents, sports tourism, green tourism, and social marketing.

However, future research should employ other bibliometric methods, such as co-citation, bibliographical coupling, and co-author analysis. Last, despite its contributions, this study has at least two limitations, namely 1) the use of single database sources (only Scopus) has limited the scope of research and disregards other important database sources, and 2) the selection of inclusion criteria still includes the conference proceeding, which has widened the scope of research but makes it difficult to access the documents.

## References

- ALAM, S.H. – AHMED, R.R. – HASHEM E, A.R. – SALLEH, N.Z.M, – VASA, L. – DELIBASIC, M. (2022): Destination environmental branding and sustainable eco-conscious consumer. *Transformations in Business & Economics* 21(2), pp. 121-146.
- BOWEN, J. – SOTOMAYOR, S. (2022): Including residents in the rebranding of tourist destinations to achieve sustainable development goals. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* 14(1), pp. 56-64. DOI: 10.1108/WHATT-10-2021-0140.
- CAVALCANTE, W.Q.d.F. – COELHO, A. – BAIRRADA, C.M. (2021). Sustainability and tourism marketing: A bibliometric analysis of publications between 1997 and 2020 using VOSviewer software. *Sustainability* 13(9), pp.1-21. DOI: 10.3390/su13094987.
- CORONEL, M. (2017): Destination branding: Brand image of Budapest. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 2(4), pp. 44-64.
- CSAPÓ, J. – TRÓCSÁNYI, A. (2007): Sustainability and Tourism in Pécs. *Grazer Schriften der Geographie und Raumforschung* 40, pp. 143-150.
- DIOKO, L.A.N (2016): Progress and trends in destination branding and marketing – a brief and broad review. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research* 10(1), pp. 5-13. DOI: 10.1108/IJCTHR-12-2015-0145.
- DONTHU, N. – KUMAR, S. – MUKHERJEE, D. – PANDEY, N. – LIM, W.M. (2021): How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research* 133, pp.285-296. DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.04.070.
- EMICH, K.J. – KUMAR, S. -LU, L. – NORDER, K. – PANDEY, N. (2020): Mapping 50 Years of Small Group Research. *Small Group Research* 51(6), pp. 659-699. DOI: 10.1177/1046496420934541.
- GARRIGOS-SIMON, F.J. – NARANGAJAVANA-KAOSIRI, Y. – LENGUA-LENGUA, I. (2018): Tourism and sustainability: A bibliometric and visualization analysis. *Sustainability* 10(6), pp.1-23. DOI: 10.3390/su10061976.
- GLYPTOU, K. – KALOGERAS, N. – SKURAS, D. – SPILANIS, I. (2022): Clustering sustainable destinations: Empirical evidence from selected Mediterranean countries. *Sustainability* 14(9), pp. 1-21. DOI: 10.3390/su14095507.
- HUDSON, S. (1996): The “Greening” of Ski resorts: A necessity for sustainable tourism, or a marketing opportunity for skiing communities? *Journal of Vacation Marketing* 2(2), pp. 176-185. DOI: 10.1177/135676679600200207.
- KETTER, E. (2021): Millennial travel: Tourism micro-trends of European Generation Y. *Journal of Tourism Futures* 7(2), pp. 192-196. DOI 10.1108/JTF-10-2019-0106.
- LŐRINCZ, K. – KRUPPA-JAKAB, É. – SZABÓ, R. – CSAPÓ, J. (2021): Green branding as a tool and future potential for destination marketing: Implications from a case study in Veszprém, Hungary. *Society and Economy* 43(3), pp. 253-269. DOI: 10.1556/204.2021.00010.
- MA, W. – SCHRAVEN, D. – D E BRUIJNE, M. – DE JONG, M. – LU, H. (2019): *Tracing the origins of place branding research: A bibliometric study of concepts in use (1980-2018)* 11(11), pp. 1-20. DOI:10.3390/su11112999.
- NIÑEROLA, A. – SÁNCHEZ-REBULL, M. – HERNÁNDEZ-LARA, A. (2019): Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability* 11(5), pp. 1-17. DOI:10.3390/su11051377.

OECD (2018): *OECD Tourism Trends and Policies 2018*, OECD Publishing, Paris. DOI: 10.1787/tour-2018-en.

PESTA, B. – FUERST, J. – KIRKEGAARD, E. W. (2018): Bibliometric keyword analysis across seventeen years (2020-2016) of intelligence articles. *Journal of Intelligence* 6(4), pp.1-12. DOI: 10.3390/jintelligence6040046.

PODSAKOFF, P.M. – MACKENZIE, S.B. – BACHRACH, D.G. – PODSAKOFF, N.P. (2005): The influence of Management Journals in the 1980s and 1990s. *Strategic Management Journal* 26, pp. 473-488. DOI: 10.1002/smj.454.

PRITCHARD, A. – MORGAN, N. (1998): "Mood marketing" – The new destination branding strategy: A case study of "Wales" the brand. *Journal of Vacation Marketing* 4(3), pp. 215-229. DOI: 10.1177/135676679800400302.

REINHOLD, S. – LAESSER, C. – BERITELLI, P. (2015): 2014 St. Gallen consensus on destination management. *Journal of Destination Marketing & Management* 4(2), pp.137-142. DOI: 10.1016/j.jdmm.2015.03.006.

RUIZ-REAL, J.L. – URIBE-TORIL, J. – GÁZQUEZ-ABAD, J.C. (2020): Destination branding: Opportunities and new challenges. *Journal of Destination Marketing & Management* 17, pp. 1-13. DOI: 10.1016/j.jdmm.2020.100453.

TASCI, A.D.A. – GARTNER, W.C. (2009): Chapter 11 A practical framework for destination branding. In: Cai, L.A., Gartner, W.C. and María Munar, A. (Ed.): *Tourism branding: Communities in Action (Bridging tourism theory and practice, Vol.1)*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp.149-158. DOI: 10.1108/S2042-1443(2009)0000001013.

VAN ECK, N.J. – WALTMAN, L. (2022): *VOSviewer Manual-Manual for VOSviewer version 1.6.18*. Universiteit Leiden & CWTS Meaningful metrics, the Netherlands.

VAN ECK, N.J. – WALTMAN, L. (2010): Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics* 84, pp. 523-538. DOI: 10.1007/s11192-009-0146-3.

ZOUGANELI, S. – TRIHAS, N. – ANTONAKI, M. – KLADAO, S. (2012): Aspects of sustainability in the destination branding process: A bottom-up approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management* 21(7), pp. 739-757. DOI: 10.1080/19368623.2012.624299.

ŽUPIČ, I. – ČATER, T (2015): Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research methods* 18(3), pp. 429-472. DOI: 10.1177/1094428114562629.

#### **Other sources**

<https://www.scimagojr.com/help.php>. (30. 10. 2022.)

## **SECURITY OF TENURE AND ACCESS TO FINANCE BY RESETTLED SMALLHOLDER FARMERS IN ZIMBABWE**

*Chrispen Maireva*

*Manicaland State University of Applied Sciences, Mutare, Zimbabwe;  
chrispen.maireva@staff.msuas.ac.zw*

*DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.09*

### **Statement of originality/contribution**

The study contributes to an understanding of how land tenure and security, in the aftermath of the fast-track land reform programme (FTLRP) in Zimbabwe, can contribute towards access to finance and formal financial services by smallholder farmers who are generally shunned by conventional financial institutions for lack of collateral security and credit history.

### **Abstract**

Post the fast-track land reform programme, the Government of Zimbabwe came up with the A1 settlement permit to assure resettled farmers of security of tenure on the land. The resettled farmers need finance to be productive on the farms they occupy. This study was carried out to evaluate the effect of the A1 settlement permit on the ability of smallholder farmers to access finance from formal financial institutions using a qualitative phenomenological design. Fifteen interviews were conducted to collect data from the resettled farmers. The research found that most of the smallholder farmers did not have access to finance from formal financial institutions as they were excluded from formal financial markets. It was also found that most formal financial institutions shunned A1 settlement permits as security of tenure documents, as they believed that the permits were not bankable. The study also found that some scrupulous and unscrupulous financial services providers provide finance to smallholder farmers. The study recommended that access to finance is paramount if the smallholder farmers are to fully utilise their allocated pieces of land. Further, robust financial education and literacy must be encouraged so that there is increased access to finance by smallholder farmers.

*Keywords: agricultural finance; collateral; collateral substitute; fast track land reform programme; land tenure; smallholder farmers*

## **A BIRTOKJOG ÉS A PÉNZÜGYI HOZZÁFÉRÉSEK VÉDELME AZ ÁTTELEPÜLT KISBIRTOKOS GAZDÁK ESETÉN ZIMBABWÉBEN**

### **Absztrakt**

A gyorsított földreformprogramot követően a zimbabwei kormány kidolgozta az A1 letelepedési engedélyt, hogy biztosítsa az áttelepített gazdálkodók számára a földek birtoklásának biztonságát. Az áttelepült gazdáknak finanszírozásra van szükségük ahhoz, hogy az általuk elfoglalt gazdaságokban termelékenyek legyenek. Ez a tanulmányt azzal a céllal készült, hogy kvalitatív fenomenológiai módszerrel értékelje az A1 letelepedési engedély hatását a kisbirtokos gazdák azon képességére, hogy hivatalos pénzüzetekből finanszírozáshoz jussanak. Tizenöt interjút készült a letelepített gazdálkodókkal, adatgyűjtés céljából. A kutatás megállapította, hogy a legtöbb mezőgazdasági kistermelő nem jutott hozzá a hivatalos pénzüzetek finanszírozásához, mivel kirekesztették őket a hivatalos pénzügyi piacokról. Az is kiderült, hogy a legtöbb hivatalos pénzügyi intézmény elkerüli az A1 települési engedélyeket, mint a birtoklás biztonságát szolgáló dokumentumokat, mivel úgy vélték, hogy az engedélyek nem bankképesek. A vizsgálat azt is megállapította, hogy néhány lelkiismeretes és gátlástalan pénzügyi szolgáltató finanszírozást nyújt a kisbirtokos gazdálkodóknak. A tanulmány azt ajánlotta, hogy a finanszírozáshoz való hozzáférés kiemelkedően fontos ahhoz, hogy a kisbirtokos gazdálkodók teljes mértékben ki tudják használni a számukra kijelölt földterületeket. Továbbá ösztönözni kell a szilárd pénzügyi oktatást és műveltséget, hogy a kisbirtokos gazdálkodók jobban hozzáférjenek a finanszírozáshoz.

*Kulcsszavak: mezőgazdasági finanszírozás; biztosíték; biztosítékhelyettesítő; gyorsított föld-reform program; földbirtoklás; kisbirtokos gazdálkodók*

## 1. Introduction

In most developing countries, especially in Sub-Saharan Africa (SSA) – Zimbabwe included, agriculture is considered an important driver of economic development and growth (CHAVULA – TURYASINGURA 2022). Agriculture plays an increasingly important role in poverty alleviation for the rural poor; improvement of standards of living; food security and industry linkages (SHITTU – KEHINDE – OGUNNAIKE – OYAWOLE 2018). Given this level of significance of agriculture to economic development and growth in the SSA region, access to finance is a critical component for agricultural success (ADEKUNLE – NYIKAHADZOI – WARINDA 2020). On the other hand, the security of tenure is considered to be an important condition constituting a fundamental component for the improvement of agriculture production of smallholder farmers (SINGIRANKABO – ERTSEN – VAN DE GIESEN 2022; BAMBIO – BOUAYAD AGHA 2018)

In the Zimbabwean context, the economy is largely an agro-based one (ZIMBABWE STATISTICAL AGENCY (ZIMSTAT) 2022). The agriculture sector has played an important role in the economy contributing almost 20% of the Gross Domestic Product (GDP), 40% of national earnings from exports; 60% of the raw materials requirements for the local manufacturing industry and about 23% of total formal employment in the country. Agriculture also provides income for almost 70% of the population (BIYAM 2013). The 2022 census in Zimbabwe indicated that of the 13 million people in the country 71% live in the rural areas and the newly created resettlement areas (ZIMSTAT 2022). It is therefore imperative to ensure that the resettlement areas are productive and have adequate finance to obtain the requisite inputs for their farming businesses. According to MATENGA (2013), Zimbabwe enjoyed the status of being the breadbasket of Africa, and was one of the economic powerhouses in Africa, until 2000. It was exporting a lot of agricultural products such as wheat, beef, cotton, horticultural produce, tobacco, and maize to the rest of the continent and beyond. This state of affairs drastically changed, largely due to the fast-track land reform programme (FTLRP) and the macroeconomic challenges that the country experienced from 2000 to 2008. During this time, there was a drastic shrink in commercial agriculture.

The FTLRP was undertaken to address the land ownership distribution that had obvious inequalities and imbalances which were skewed towards a few whites (representing 1% of the population owning 49% of the total agricultural land) with large swathes of productive land, while the majority of the blacks (representing 99% owning 51% of the total agricultural land) were crammed on infertile small pieces of land. The implementation of the FTLRP by the Government led to the collapse of agricultural activities which in turn had a devastating impact on the agricultural value chain particularly in the manufacturing sector in the past one and a half decades. According to SCOONES et al. (2011), in Masvingo province, which is the study area for this paper, the FTLRP resettlement areas now cover 28% of the total land area, with 1.2 million hectares being small-scale A1 settlements, while a further 371,500 hectares are devoted to A2 farms. The average farm size for A2 farmers is 318 hectares, while that of A1 farms is 37 hectares, including crop and grazing land.

This study was motivated by the need to find out the effect of the present land tenure system, particularly the A1 Settlement Permit introduced by the government, in the smallholder farmer sector on the access to finance by these farmers. The study, therefore, sought to assess the availability of finance by smallholder farmers in Zimbabwe's agriculture sector; assess the bankability of the A1 settlement permits for smallholder farmers in the resettlement areas in Zimbabwe's agriculture sector and establish the relationship between land tenure and access to finance for smallholder farmers in Zimbabwe. The study also sought to provide recommendations that will assist policymakers with appropriate policy prescriptions aimed at

improving productivity in the smallholder agriculture sector, through access to appropriate and properly priced finance.

Access to credit facilities has been identified as the direct solution to increasing investment in agriculture in Africa (WORLD BANK 2017). Access to finance can be an important driver of economic development in rural communities. It can also help break the pervading poverty and build resilience in smallholder farmers by creating economic assets for sustainable livelihoods. A study by MASIYANDIMA – CHIGUMIRA – BARA (2011) showed that there exists a financing gap in the agriculture sector in Zimbabwe. This financing gap became more glaring, post the FTLRP due to the land tenure/ownership challenges that emerged in the country's land market.

Lack of acceptable collateral security has been seen as the greatest impediment for smallholder farmers to access financing from formal financial institutions, such as banks. LIGHTON et al. (2015) state that the vicious cycle of low investment in agriculture has been perpetuated by a lack of land tenure. Resultantly, smallholder farmers cultivate small pieces of farmland, harvest low yields, and remain poor. CHOGA (2013) postulates that a major constraint with which smallholder farmers in Zimbabwe have to grapple with is the lack of access to a diverse and affordable range of financial services to support their agricultural activities.

Several factors militate against financing agriculture by the private sector. According to UMARA (2010) and the CONSULTATIVE GROUP TO ASSIST THE POOR (CGAP) (2005) these factors include high transaction costs; high-risk levels; long turnover periods; low return on investment; and in some instances the absence of a market for land due to unclear land tenure systems and lack of other suitable collateral by the smallholder farmers, very high non-performing loans in the financing sector due to failed agricultural projects and/or crops due to a plethora of problems such as droughts and the ravaging effects of climate change. MASIYANDIMA et al. (2011) alluded that the low producer prices for agricultural produce have also negatively affected financing to smallholder farmers in Zimbabwe in general and Masvingo Province in particular. Given these challenges, according to KHANDKER (2001), many banks prefer to lend to other sectors of the economy.

The main research question guiding this study was, whether the land tenure document, in the form of the A1 Settlement Permit, had any effect on the access to finance by the smallholder farmers' credit matter for the sector. This paper sought to answer the following specific research questions:

- a. Do resettled smallholder farmers in Zimbabwe's agriculture sector have sufficient access to finance?
- b. Are the A1 settlement permits granted to resettled smallholder farmers bankable?
- c. Do the land tenure systems in Zimbabwe inhibit access to finance for smallholder farmers?

## 2. Literature review

Security of tenure and land rights are necessary conditions for the commercialisation of agriculture in Africa (CHIRWA 2008). According to SHIVJI et al. (1998) land tenure defines the rules recognised at law on land ownership, allocation of land rights, the substantive content of those rights, their protection in law, their disposal and/or extinction as well as their regulation. Property rights are the legal structures that define rights held by an individual, declaring his or her possession of the land. These rules define how land rights are allocated in society (MATONDI - DEKKER 2011). CHAVULA – TURYASINGURA (2022) postulate that security of tenure is a key element of property rights. Therefore, land as property stays one's

property for some years. Property (land) rights are an overlapping bundle of rights towards a natural resource among other things (SINGIRANKABO et al 2022; ADEKUNLE et al 2020; BAMBIO – BOUAYAD AGHA 2018).

Property rights come in different forms. FEDER – FEENY (1991) identify two types of rights namely use rights and control rights. Use rights relate to the right of entry to the use and/or exploitation of land resources for financial gain for example communal grazing pastures for everyone's cattle (SINGIRANKABO et al 2022). On the other hand, control rights restrict others from accessing the piece of land and alienation, that is, exclusion of others (SHITTU et al 2018). In addition, there are government-controlled, regulated and managed state lands where individuals and communities have rights of access, use and sometimes decision-making on land. However, the individuals and communities have no right to transfer the land, that is, they have no control over the land. The extent to which individuals have rights to the land determines the corresponding associated costs and benefits that are interlinked to the resource under use.

PETERS (2007) posit that land resources under use and control rights benefit families from any developmental projects. The FOOD AND AGRICULTURAL ORGANISATION (FAO) (2001) argue that land tenure systems determine who can use what resources for how long, and under what conditions. For this paper, land tenure is defined as the right to both possession and ownership of a piece of land and all other natural resources on the land for purposes of individual users to transact with that land in any manner possible such as to pledge it as security for loans or to dispose of it through a sale.

In SSA land tenure is in different ways – namely freehold, leasehold, and communal (PETERS 2007). Freehold tenure is land that belongs to an individual or corporation with full perpetual rights of succession (CHAVULA – TURYASINGURA 2022). Additionally, freehold title land can be bought and sold, collateralised, and developed. On the hand, FEDER – FEENY (1991) defined leasehold tenure as access to land by paying rent to the owner depending on the relationship. Communal tenure is when there are right of commons that exist in a community in which each member has the right to use the holdings of the community independently (SHITTU et al 2018). Thus, in addition to their fields, community members also have the right to graze animals on a communal piece of land. SHIVJI et al (1998) also posit that land tenure is held under five different forms namely freehold tenure in which land is held under the authority of a title deed by an individual, institution or by state entity such as a parastatal; leasehold tenure in which land is held under lease from an individual, institution or the state (99-year leases for A2 farmers under the FTLRP are an example of this tenure system); customary tenure sometimes called the communal tenure; permit tenure system – in which tenure is regulated by permits issued by the state (resettlement areas, which are the subject of this study, are the ones under this tenure system); statutory tenure (such as with national parks and forests) and licence tenure system such as land held under licence for safari operations (in the FTLRP these are the 25-year leases).

The A1 model resettlement farms are smallholder farmers living in a village set-up or self-contained manner (MATONDI 2008). MATONDI – DEKKER (2011) state the main purpose of the A1 resettlement scheme was designed to save two purposes; to reduce land pressure in the communal areas; and to provide assets to the poor. Whilst the tenure arrangements in the A1 are construed in social terms to follow the customary systems of land allocation, adjudication, and administration, they largely remain under state administration. The offer letter given to the A1 settler explicitly states that the offer can be withdrawn at any time with the government having no obligation to compensate for any improvements that the settler might have made. This provision has made the A1 settlement very insecure from an investment angle by the new smallholder farmers. However, the mass character of the model in terms of the potential number of people who support government actions of reclaiming land provides them

with some semblance of political security. Almost 170,000 new A1 farmers have been resettled on 4.1 million hectares by 2011 (SCOONES et al 2011). The only claim to the land title is the A1 offer letter and the settlement permit.

In the rural areas, and the A1-styled resettlement areas in Zimbabwe, the defining feature of these areas is a customary land tenure system whereby local leaders allocate arable land to households and their families on a usufruct basis (MATONDI - DEKKER 2011). The government made the A1 resettlement area state land under the control of the traditional leadership in the respective adjacent rural area (in some cases, the resettlement area was allocated a new chieftainship. A case in point is the Musara Chieftainship in Masvingo East, the study area). This means that households have use rights, but no rights to rent or sell their land.

Another defining feature of the A1 resettlement area is that smallholder farmers are entitled to use common property resources, such as water for household use and irrigation, woodlands for firewood and building, and pastures for grazing cattle and other livestock. The usufruct basis of communal land rights precludes the use of land as collateral, thus restricting the ability of communal households to gain access to credit. But this possibility is also precluded by the customary tenure system. Because land cannot be transferred through sales or leases, smallholder farmers are unable to use the inherent collateral value of their land to access credit. This leaves most smallholder farmers fully reliant on the government and donors for inputs and collective capital assets (for example, irrigation schemes); and, in the event of crop failure, food hand-outs and cash transfers.

Security of tenure is necessary to ensure social stability and the legitimate, peaceful enjoyment of property by all citizens (SINGIRANKABO et al 2022; ADEKUNLE et al 2020; BAMBIO – BOUAYAD AGHA 2018). It is also a necessary condition to promote investment, productivity, and economic growth ((CHAVULA – TURYASINGURA 2022; ADEKUNLE et al 2020; SHITTU et al 2018). Sadly, insecurity pervades all agricultural land in Zimbabwe. Commercial farms with registered freehold title deeds can be acquired by nothing more than the expedient of publishing a few details in the Government Gazette. Offer letters that re-allocate farms can simply be cancelled by the Minister of Lands. Furthermore, 99-year leases grant virtually all the powers and rights to the State, but few to the settler.

According to MASIYANDIMA et al (2011), before independence access to finance for commercial farmers was relatively easy since they had title to land. This right to land was enshrined in the Land Apportionment Act of 1930. In respect of smallholder farmers in the communal areas, there were communal lands whose ownership rested in the state. In terms of productivity, generally, there was higher productivity in the large-scale commercial farms in comparison to the smallholder farmers in small-scale, rural and resettlement areas.

Before the FTLRP, access to finance for farmers with title to the land was normally structured into short-term, medium-term and long-term financing. Short-term finance was normally for a period of a few months to 2 years. This form of finance was offered by banks. It was meant for seasonal crop production requirements, and it was meant to provide a form of bridging finance to enable farmers to have sufficient inputs for the farming season. Medium loans were meant for a period ranging from 2 – 6 years and were meant for such developments on the land as irrigation development or the purchase of agricultural implements that were meant to improve productivity on the farms. Long-term loans were for periods ranging from 6 – 30 years. These loans were offered through the Agricultural Finance Corporation (AFC). They were mainly meant for the purchase of land and such developments as dam construction and purchase of land.

With the advent of the FTLRP, there was a drastic shift in policy in the financing of the agriculture sector as issues of land tenure, precisely land ownership, transferability and marketability became unclear. In the early stages of the 2000 FTLRP, land acquisitions were done without proper government administration until the issuance of the 99-year leases to landholders in the A2 resettlement areas and the A1 settlement permit, in the last years of the programme. In the period 2000 – 2008, which were the early years of the FTLRP, there was a very limited supply of finance from commercial banks and other financial institutions (SCOONES et al 2011). Where agriculture credit has been made available, it tends to favour large-scale commercial farmers with very little going towards the small-scale farmers. This has left the majority of the small-scale farmers (communal, resettlement and A1) farmers in prolonged periods of underdevelopment, lack of access to finance and poverty.

ZELLER et al (1997) allude that access to agricultural finance affects smallholder farmers' welfare in three ways. Firstly, access to finance alleviates the capital constraints that smallholder farmers face. The capital constraints that smallholder farmers face include agricultural inputs and other essentials to allow for agricultural production such as labour costs, costs of fuel, and food items. These financing needs occur during the planting and vegetative growth periods of crops. The returns from the farm produce are received only at the end of the seasons after the crops are harvested several months later. This implies that there is one big financial inflow from sales of the farm produce, whereas throughout the agricultural season there will be negative cash flow during the growing season. Therefore, access to agricultural finance drastically raises the ability of smallholder farmers without any savings to meet their financing needs for agricultural inputs and productive investments.

Secondly, access to finance increases the smallholder farmer's risk-bearing ability by altering their risk-coping strategy (TANG *et. al.* 2010; DIAGNE – ZELLER 2001). TANG *et. al.*, (2010) opined that access to finance increases rural poor households' willingness to adopt new technologies. New technologies have been seen to raise both mean levels and reduce the riskiness of income (DIAGNE – ZELLER 2001). Thirdly, access to finance for smallholder farmers enables access to credit for consumption smoothing. ABDHALLA – EBADALLA (2012) note that agricultural finance is an important factor in smallholder farmers' operations as it helps poor farmers to maintain consumption of necessities, adopt advanced technology and raise their incomes.

Access to agricultural finance is a pivotal instrument which can enhance agricultural productivity and has the potential to positively contribute to poverty alleviation, income smoothing for smallholder farmers and general economic development in a country to encourage economic development and thereby alleviate poverty (ZELLER - SHARMA 1998). They go on to state that the provision of formal credit to rural populations is a very effective strategy for poverty reduction. However, the greatest impediment for farmers to access formal financial services is the lending policies, such as complicated application procedures and credit restrictions, of most banks (LIGHTON et al. 2015). In the Zimbabwean context, lack of collateral, high-interest rates, liquidity problem and lack of insurance which can be used as a guarantee, has been cited as the major challenges facing Zimbabwean smallholder farmers in accessing formal credit (ZIMBABWE FARMERS UNION 2011).

Several empirical studies have shown mixed results on the impact of land tenure (or formal land title) on access to finance and the resultant productivity on the allocated smallholder farms. According to The WORLD BANK (2003), evidence from Africa shows that formal land title did not have a statistically significant impact on access to finance, investment on the farm or the income from farming operations. This was partly explained by the fact that land tenure in most rural settings in Africa is secured under customary land rights and hence formal land title did not necessarily equate to the higher security of tenure. A study by DO - LYER (2008) in

Vietnam found that there was no evidence to support that formal land titles increased access to agricultural finance or increased land market activity.

KOMICHA – ÖHLMER BO (2007) also found that lack of access to agricultural finance for smallholder farmers had an effect not only affecting the purchasing power of the farmers to procure farm inputs and cover operating costs in the short run but also on their capacity to make farm-related investments as well as risk behaviour in technology choice and adoption. These, in turn, influence the technical efficiency of the farmers which is critical in addressing smallholder productivity.

In another study on land tenure and access to, and demand for, agricultural finance in South Africa, GRAHAM – DARROCH (2001) found evidence that smallholder farmers that had the security of tenure on their farming land, were more likely to have a higher demand for, and received credit for agricultural finance and other farm inputs. Similarly, there is mixed evidence of a positive relationship between land tenure security and agricultural investments.

In another study, AMJAD – HASNU (2007) found the land tenure status, family labour, literacy status, off-farm income, the value of non-fixed assets and infrastructure quality to be the most important variables in determining access to agricultural finance from both formal and informal sources. In this study, the single most important variable determining credit status for smallholder farmers was land tenure.

### **3. Materials and methods**

The study was carried out in the resettlement area in the eastern part of Masvingo District. The area borders Gutu District to the northeast, Bikita District to the East and Zaka District to the southeast and south. The area is covered by an organisation of resettled A1 farmers called the Masvingo East Growers' Association (MEGA). The predominant agricultural activity is crop and animal husbandry. The main crop grown in the area is maize and other small grains such as groundnuts, sorghum, millet and rapoko. The study was conducted, as a paper presented at the *“Beyond” the Land Reform in Zimbabwe: Struggles, Prospects, Projections and Myths Conference*, held at the Midlands State University, Zvishavane Campus.

A qualitative phenomenological research design was employed in the study. Interviews were conducted to collect data from the resettled farmers. Semi-structured interviews were the basis of data collection. Semi-structured interviews were used to gather detailed data on policy issues which are key to a vibrant rural economy. The study used primary data sources from structured interviews to collect information from respondents and key informants.

The study used all the households in Masvingo East as the sample frame. The sample of the study was made up of 15 smallholder farmers in the Masvingo East resettlement area. The sample was drawn using the convenience sampling method.

### **4. Results and discussion**

This study was carried out to evaluate the effect of the land tenure documents, in particular the A1 settlement permit, on the ability of smallholder farmers to access finance from formal financial institutions. The study particularly sought to answer the following three research questions resettled smallholder farmers in Zimbabwe's agriculture sector have sufficient access to finance?; are the A1 settlement permits for resettled smallholder farmers bankable?; Do the land tenure systems in Zimbabwe, in particular in the Masvingo East resettlement area inhibit access to finance for smallholder farmers? The findings of the study are presented in the following themes that came out of the interviews that were conducted with the key informants.

#### **4.1. Access to finance from formal financial institutions**

The study found out that 85% of the respondents did not get any form of credit from formal financial institutions such as banks. It was found that most of the smallholder farmers relied on the network of friends, family and remittances from their children in the Diaspora to meet their day-to-day farm operations needs and their daily consumption. Thus, most of the new smallholder farmers were relying on their connections, enterprise, and labour. Without financial support from the banks, many smallholder farmers have found the going very tough in the resettlement areas and have resorted to looking for employment in the nearby A2 farms to supplement their household income.

When asked in the interview why they did not get funding from banks, Farmer 1 (F1) stated that the banks were asking for things they did not have such as 3 month's bank statements, proof of regular income going through the bank, confirmation of employment and also proof of ownership of an asset of value such as vehicles, tractors, or a house in an urban area with title deeds. Therefore, resettled farmers could not meet the lending requirements of banks, which were too stringent for smallholders who did not have any other form of security besides their piece of land.

Farmer 5 (F5) indicated that they did not know of any banks that offered loans to resettled farmers and therefore they did not bother to go to the banks to avoid the embarrassment of being turned away. Another farmer, F4 stated that the distance that they had to travel to town to get access to the banks was too long for them and did not want to waste the resources they had to go to the banks that they knew would not give them any money.

The 15% who indicated that they had received funding from the banks were smallholder farmers who were also in full-time employment. Thus, the loans they obtained from the banks were salary based, although they ended up using the loan funds for productive purposes at their smallholder farms. While the loans were based on their salary, a farmer, F3 was asked why he utilized the loan proceeds at his smallholding and had this to say;

*The salary I earn does not qualify me for bigger loans at the banks, so I realised if I had to build my assets, including a presentable homestead, I had to invest at my smallholding because I do not qualify for mortgage loans for example. My smallholder farm is not very far from town. So, I can produce horticulture products there and be able to generate additional income. Also, I can visit the farm anytime and some days I commute to work in town.*

When asked what they would use the money if they had accessed money from the banks, 65% of the respondents indicated they would use the money to buy inputs such as land tillage, seed and fertilizer and farm equipment such as ploughs, cultivators, pumps and scotch carts; 20% towards land clearance; 10% to the construction of infrastructures such as homesteads, wells for water supply and small gardens for their subsistence needs for vegetables, build small dams, plant trees and dig soil conservation works; while the remaining 5% indicated they would use the funding to acquire livestock for use as draught power such as cattle and donkeys and also for food security such as chickens and goats. This indicates that the resettled farmers need funding. Access to funding is necessary to ensure that there is sufficient infrastructure at their smallholder farms. In a study by SCOONES et al (2011), found that there was a substantial investment of about \$2,000 on average made by the smallholder farmers (A1 farmers) in building up their homesteads, purchasing equipment and land clearing and creating the necessary infrastructure such as roads in the resettlement areas from the inception of the FTLRP. They further extrapolate that smallholder farmers in Masvingo alone had invested almost US\$91 million in land clearing, infrastructure and farm equipment from 2000 to the 2010 agricultural season. This implies that there is a very big demand for finance from the resettled farmers for several purposes.

#### **4.2. Access to funding from government and quasi-government institutions**

The study found that since the inception of the FTLRP, the Government has come up with several financing support schemes for newly resettled farmers in general and smallholder farmers. Smallholder farmers interviewed indicated that they started getting government finance in 2005 through the Agriculture Sector Productivity Enhancement Facility (ASPEF) which was administered by the Reserve Bank of Zimbabwe (RBZ). All the finance obtained was meant to finance inputs, equipment, and construction of infrastructure in the resettlement areas. The agricultural input scheme was established for government to procure inputs from agro-dealers which the government then loaned out to resettled farmers in general and smallholder farmers at concessional rates to stimulate production given the country's socio-economic decline. The facility also provided finance to farmers for the dam construction and other infrastructural development such as irrigation with the of building the capacity of the resettle farmers.

Farmers also indicated that they had got financial assistance from the government in another input scheme that was called the Presidential Well-Wishers Special Agriculture Input Scheme (PWSAIS) which was launched in the 2010/2011 agricultural season and has since intention turned out to be an ongoing financing scheme for smallholder farmer agriculture. The objective of this scheme was to provide agriculture inputs such as seed and fertiliser to farmers, at no cost, to the President in response to the limited funding of agriculture by the Inclusive Government. The government also launched the Agriculture Input Support Programme (AISP) for the 2013/4 farming season, targeted at 1.6 million households at a total cost of US\$161 million. This scheme targeted communal, old resettlement, small-scale and A1 farmers. Under this input scheme, each household was to be given 50kg of Compound D fertilizer, 50kg of ammonium nitrate (AN), 50kg of lime, and 10kg of maize seed pack. These inputs were distributed through the Grain Marketing Board (GMB).

However, most of the smallholder farmers did not access this facility. From the interviews, it was found that over 60% of the farmers did not access the financing available from the government for a variety of reasons. One farmer, F1, indicated that the government programmes were noble, however, they always came with limited resources which were not sufficient for everyone and hence these inputs were secured only by influential farmers and political leadership, including chiefs and headmen. As one farmer, F2 indicated they did not get much from the schemes as they were controlled on a party basis and if you were not seen to be active in the activities of a particular party then you were side-lined and denied inputs and other benefits such as food aid that was distributed in the resettlement areas by donor agencies. He stated that those responsible were well-known people such as war veteran leaders or traditional leaders who gave the government inputs to their friends and relatives. He had this to say,

*“These are the so-called ‘cronies’ of the party, well-connected to the machinery of the state and able to gain advantage and hence do as they wished with the inputs available.”*

Most of the government-initiated financing schemes for smallholder farmers were marred by controversy after controversy. Most of the farmers indicated that the allocation of inputs was based on party structures, which resulted in the programme being abused. Inputs were distributed largely through the ruling party structures. There were serious allegations that perceived opposition parties' supporters were not allocated inputs. In most provinces, large quantities of fertilizers were reportedly looted by senior politicians, resulting in even the ruling party supporters failing to access the inputs.

Most of the input schemes were administered through the Grain Marketing Board (GMB). One farmer, F5, indicated that the GMB depot was situated too far away from their homes and they

could not access the inputs. Thus, farmers had to incur additional transportation costs to the GMB depots to check on the availability of inputs and collect them.

When asked what they felt about the success or otherwise of the government initiatives, there were mixed feelings from the study. This in part depended on whether the respondents received the inputs or not. Those that received the inputs, who represented 40% of the respondents, painted a glossy picture of the agricultural financing by the government and wish such government-sponsored financing schemes could be extended to infrastructure on their smallholder farms and also livestock. But the 60% who did not benefit from any of the schemes felt that the schemes were abused in the name of political affiliation, and therefore disadvantaged potentially successful farmers due to their perceived political affiliation. In the end, one farmer indicated that petty jealousies between farmers could result in another being labelled a member of the opposition to deny them the inputs. However, in a study by SCOONES et al. (2011:13), it was found that despite their disproportionate influence on local politics, those who wielded such power were few and far between, making up less than 5% of the total population in their study areas. “In Masvingo province, such elite capture is not the dominant story, despite the media assumptions.”

#### ***4.3. Access to finance from other private players – contract farming arrangements***

Several players in the private sector have been providing inputs to farmers, through arrangements called contract farming. In these schemes, the farmers are provided with all the input requirements for a crop or livestock. The farmers would sign contract agreements with financiers on a specific hectare and agree to sell the produce to the financier. This financing arrangement is mainly common with such crops as tobacco, cotton, and soya beans. Companies which have been practising contract farming include the Cotton Company of Zimbabwe (COTCO), Irvine's, and Dairiboard Zimbabwe. Other financial institutions have been of late financing tobacco growing. However, in the study area, these schemes were non-existent, in part because not many of the cash crops identified were normally produced in the area.

### **5. Conclusion and recommendations**

The majority of the A1 smallholder farmers in the study area did not have access to finance from formal financial institutions as they required collateral in the form of land tenure documents that were bankable such as freehold title deeds. The farmers in the area also did not get into contract farming financing arrangements as they did not produce cash crops that had the potential to attract private companies such in the case of tobacco, cotton and sugarcane which had a ready market. The government-initiated schemes have been accessed by some farmers but they are however marred by allegations of abuse and political patronisation and hence deserving farmers perceived as opposition supporters were denied access to government schemes. Lack of access to finance by smallholder farmers results in a vicious cycle of poverty, food insecurity and limited development in the resettlement areas. For there to be effective development in the resettlement area, there is a need for the greater involvement of the government in the provision and financing of agricultural inputs. If the new resettlements are to contribute to local livelihoods, national food security and broader economic development, they unquestionably require investment and support. This means infrastructure (dams, roads), financing (credit systems), input supply (fertilizer, seed), technology (intermediate and appropriate) and institutions and policies that allow agriculture to grow.

Security of land tenure is an essential prerequisite for successful production and investment in agriculture. Tenure security arises through a variety of means. Existing legislation allows for a wide range of potential tenure types, including freehold title, regulated leases, permits and communal tenure under ‘traditional’ systems.

The study makes the following recommendations:

- a. The government need to develop a sound financing framework for the government itself; banks and the private sector; agro-dealers and other agricultural value chain players; and donors, to create workable synergies to provide affordable inputs for smallholder farmers and also create markets for the agricultural produce from the smallholder farmers. In this regard, the government should only provide the backbone infrastructure to ensure the smooth flow of inputs rather than for it actively participate in the distribution of inputs as this has been marred by allegations of corruption, nepotism, and abuse by state actors.
- b. The farmers, bankers, and other private players particularly those in the downstream industry for agriculture need to consider innovative financing models such as contract farming and agriculture value-chain financing. These twin financial innovations have the potential to make widespread lending to smallholder farmers a profitable venture. These financial innovations have been able to mobilise additional resources through partnerships to finance smallholder farmers along the supply chain. With agriculture value chain financing, participants have a good understanding of the key risks associated and how to mitigate those risks and the profitability factors in particular produce. Moreso, value chain financiers do not make their returns from inputs lent, but from their core agribusiness activities. Value chain financing unlocks funding to expand agriculture production, enhances efficiency, and debt repayments, and strengthens linkages among various participants in the chain.
- c. Policymakers must ask how tenure security can be achieved within available resources and capacity; how safeguards can be put in place to prevent land grabbing or land concentration; and what assurances must be made to ensure that private credit markets function effectively using the security provided by the A1 Settlement Permit as the primary document of title and also allow for the use of the improvements on the farm as security for short-dated loans. A flexible system of land administration is required – one that allows for expansion and contraction of farm sizes, as well as entry and exit from farming. This will mean investing in land governance, building the effectiveness of local institutions to manage resources, resolving disputes, and negotiating land access in clear and accountable ways.

## References

- ABDALLA, E. M. – EBALDALLA, E. M. (2012): Determinants of small farmer's access to formal credit institutions in Kassala state, East Sudan. *University of Kassala Journal, First Issue, April 2012*.
- ADEKUNLE, A. A. – NYIKAHADZOI, K. – WARINDA, P. (2020): Models of Financing Smallholder Farmers to Trigger Agricultural Transformation on An Innovation Platform. *FARA Research Report 5 (23): Pp 9*
- AMJAD, S. – HASNU, S. A. F. (2007): Smallholders' access to rural credit: Evidence from Pakistan. *The Lahore Journal of Economics*. Vol. 12(2): 1-25.
- BAMBIO, Y. – BOUAYAD AGHA, S. (2018): Land tenure security and investment: does strength of land right really matter in rural Burkina Faso? *World Dev.* 111, 130–147. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.06.026>.
- BIYAM, S. T. (2013): *An overview of Farming Financial Services- Sharing Decades of Farming Finance Experience and Ideas on Farming Finance Looking into the Future* A presentation made to the Agribusiness Development Service Provision Business Linkage 28 August 2013. Bankers' Association of Zimbabwe, Harare.

- CHAGWIZA, W. (2012). Rejuvenating the Zimbabwean economy: The role of banks. *Journal of Sustainable Development in Africa*, 14(4), 183-190.
- CHAVULA, P. – TURYASINGURA, B. (2022): Land Tenurial System Influence among Small-holder Farmers' Climate Smart Agriculture Technologies Adoption, Sub-Sahara Africa: A Review Paper. *International Journal of Food Science and Agriculture*, 6(1), 8-16. DOI: 10.26855/ijfsa.2022.03.003
- CHIRWA, E. W. (2008). *Land Tenure, Farm Investments and Food Production in Malawi*. Research Programme Consortium on Improving Institutions for Pro-Poor Growth (IPPG) Discussion Paper Series Number Eighteen.
- CHOGA, J. (2013): *Impact of microfinance on rural smallholder farmers in Mt. Darwin district of Mashonaland Central Province in Zimbabwe: a case of FACHIG Trust*. Master of Development Dissertation submitted to the University of Limpopo, South Africa.
- CONSULTATIVE GROUP FOR THE ASSISTANCE OF THE POOR (CGAP, 2005): Microfinance Consensus Guidelines: *Developing Deposit Services for the Poor*, CGAP/The World Bank Group.
- DIAGNE, A. – ZELLER, M. (2001). *Access to credit and its impact on welfare in Malawi*. International Food Policy Research Institute, Washington D. C. Research report 116.
- FAO. (2002): *Land tenure and rural development*, FAO Land Tenure Studies. Rome: FAO.
- FEDER, G. – FEENY, D. (1991). *Land tenure and property rights: theory and implications for development policy*. [online]. Available: <http://wber.oxfordjournals.org/>.
- KOMICHA, H. H. – ÖHLMER, B. (2007): Influence of Credit Constraints on Technical Efficiency of Farm Households in Southeastern Ethiopia. *International Conference on African Development Archives*. Paper 125. [http://scholarworks.wmich.edu/africancenter\\_icad\\_archive/125](http://scholarworks.wmich.edu/africancenter_icad_archive/125).
- LIGHTON, D. – TATENDA, M. – MAY, M. (2015): Determinants of Access to Formal Credit by Smallholder Tobacco Farmers in Makoni District, Zimbabwe. *Greener Journal of Agricultural Sciences*, 5(1):033-042.
- MASIYANDIMA, N. – CHIGUMIRA, G. – BARA, A. (2011): *Sustainable Financing Options for Agriculture in Zimbabwe*. ZEPARU Working Paper Series (ZWPS 02/10).
- MATONDI, P. B. (2008). *Institutional and policy issues in the context of the land reform and resettlement programme in Zimbabwe*. In Khombe, C. T. –Ndlovu, L. R. (eds): *The Livestock Sector After the Fast Track Land Reforms in Zimbabwe*. Harare: Institute of Rural Technologies.
- MUTAMBARA, S. – DARKOH, M. B. K. – ATLHOPHENG, J. R. (2015): Land tenure security issues in smallholder irrigation schemes in Zimbabwe. *J. Soc. Sci. Res.* 9(3):1871-1881.
- MATONDI, P. B. – DEKKER, M. (2011). *Land Rights and Tenure Security in Zimbabwe's Post Fast Track Land Reform Programme: A Synthesis Report for LandAc*.
- PETERS, P. E. (2007). Challenges in Land Tenure and Land Reform in Africa: An Anthropological Perspective. *Med. Anthro-pol. Newsl.*, vol. 13, no. 2, pp. 31-32.
- SINGIRANKABO, U. W. – ERTSEN, M. W – VAN DE GIESEN, N. (2022). The relations between farmers' land tenure security and agriculture production. An assessment in the perspective of smallholder farmers in Rwanda. *Land Use Policy* 118 (2022) 106-122. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2022.106122>.

SCOONES, I. – MARONGWE, N. – MAVEDZENGE, B. – MURIMBARIMBA, F. – MAHENEHENE, J. – SUKUME, C. (2011): *Zimbabwe's Land Reform: A summary of findings*. IDS: Brighton.

SCOONES, I. – MARONGWE, N. – MAVEDZENGE, B. – MURIMBARIMBA, F. – MAHENEHENE, J. – SUKUME, C. (2010): *Zimbabwe's Land Reform: A summary of findings*. London: James Currey.

SHIVJI I. G. – MOYO, S. – GUNBY, D. – NCUBE, W. (1998): *National Land Policy Framework, Draft Discussion Paper*. Ministry of Lands and Agriculture, Harare.

TANG, S. – GUAN, Z. – JIN, S. (2010): *Formal and Informal Credit Markets and Rural Credit Demand in China*. Paper presented at Agricultural & Applied Economics Association 2010 AAEA, CAES, & WAEA Joint Annual Meeting, Denver, Colorado, July 25-27, 2010.

UMARA, N. (2010). *Impact of Microfinance on Poverty*, FUIEMS, Foundation University, Islamabad.

ZELLER, M. – SCHRIEDER, G. – VON BRAUN, J. – HEIDHUES, F. (1997): *Rural Finance for Food Security for the Poor: Implications for Policy and Research*. Food Policy Review No. 4. Washington, D.C.: International Food Policy Research Institute (IFPRI).

ZFU. (2011): *Experience Theme: Reviewing the Industry for Sustainable Growth*. ZFU Workshop Report.

ZIMSTAT. (2013): *Zimbabwe National Census 2012 Report*. Harare: Government Printers.

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*

Köszönjük szépen a 2022-ben közreműködő lektoraink munkáját!

- |                             |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1. Angler Kinga             | 23. Dr. Marton Gergely        |
| 2. Prof. Dr. Aubert Antal   | 24. Dr. Máté Andrea           |
| 3. Prof. Dr. Bujdosó Zoltán | 25. Prof. Dr. Michalkó Gábor  |
| 4. Prof. Dr. Csapó János    | 26. Dr. Nagy Ákos             |
| 5. Dr. Csóka László         | 27. Dr. Nagy Benedek          |
| 6. Dr. Gonda Tibor          | 28. Dr. Nagy Katalin          |
| 7. Dr. Happ Éva             | 29. Dr. Pálfi Andrea          |
| 8. Dr. Horváth Alpár        | 30. Dr. Pirisi Gábor          |
| 9. Dr. Horváth Zoltán       | 31. Dr. Póla Péter            |
| 10. Dr. Jakopánecz Eszter   | 32. Dr. Rácz Putzer Petra     |
| 11. Dr. Jarjabka Ákos       | 33. Dr. Raffay-Danyi Ágnes    |
| 12. Dr. Jászberényi Melinda | 34. Dr. Raffay Zoltán         |
| 13. Prof. Dr. Kaposi Zoltán | 35. Dr. Rátz Tamara           |
| 14. Dr. Karancsi Zoltán     | 36. Dr. Remenyik Bulcsú       |
| 15. Dr. Kiss Kornélia       | 37. Dr. Somogyi Bence         |
| 16. Dr. Kiss Róbert         | 38. Dr. Szabó Géza            |
| 17. Dr. Kovács Gyöngyi      | 39. Dr. Szabó Zoltán          |
| 18. Dr. Koltai Zoltán       | 40. Prof. Dr. Szemethy László |
| 19. Dr. Köbli Ádám          | 41. Dr. Szűcs Krisztián       |
| 20. Dr. Kuráth Gabriella    | 42. Dr. Tózsér Anett          |
| 21. Dr. Lőrincz Katalin     | 43. Dr. Varjú Viktor          |
| 22. Dr. Magyar Zoltán       |                               |