

# Mesés kalandozások: a balatoni családok kikapcsolódási alternatívái

Amikor valaki hazai pihenésre gondol szinte biztos, hogy eszébe jut a Balaton is sokszínű kínálatával. Jelen kutatás újszerűsége abban rejlik, hogy nem a távolabbról ide érkező turistákra fókuszál, hanem arra keresi a választ, hogy milyen kikapcsolódási lehetőségei vannak azoknak a családoknak, akik egész évben a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben élnek.

Manapság a fogyasztók nagyobb hangsúlyt fektetnek az egészséges életmódra, a sportra és a szabadban eltöltött családi közös élményszerzésre, amire lehetőségük nyílik a környékbeli élmény- és kalandparkok kipróbálásával. A feldolgozott téma jellege miatt túlléptük az üdülőkörzet határait. A kutatásunk fókuszában a családi kikapcsolódás áll. A 10 év alatti gyermekkel kirándulóknak kínálhatnak alternatívát az empirikus kutatási területtől elérhető távolságban megtalálható kiváló újszerű, innovatív kezdeményezésű TELE-KA-LAND meseparkok. Eredményeink is alátámasztják, hogy a családon belüli szerepek megújulásával a gyermekek preferenciái is egyre nagyobb értéket kapnak. A legnagyobb kihívás turisztikai szereplők számára, hogy valóban a család minden tagja számára élményt tudjon nyújtani egy-egy desztináció vagy tematikus helysín.

## Bevezetés

A Balatoni Integrációs és Fejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft. évek óta folytat többek között gazdaság- és társadalomtudományi kutatásokat is, mely során vizsgálták a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet (továbbiakban BKÜ) népességmegtartó erejének megőrzését (balatonregio.hu, 2020), ahogy más hazai kutatások is fókuszálnak a témára (KSH 2019, MOLNÁR-M.BARNA 2018; SULYOK-LŐRINCZ 2017). Jelen vizsgálatunk során a BKÜ állandó lakosait kérdeztük meg, hogy hol és milyen programokkal töltötték szívesen a szabadidejüket családi körben.

A családon belüli szerepek folyamatosan formálódnak, amelyben a gyermekek preferenciái is egyre nagyobb értéket kapnak. A családi turizmus az egyik legnagyobb állandó keresletet generáló turisztikai ágazat és a szabadidős utazások piacának 30%-át teszi ki (SCHANZEL ET AL. 2012, ÁSVÁNYI ET AL. 2018, ÁSVÁNYI ET AL. 2019). A családdal történő utazás előkező helyet foglal el Magyarországon is egyfajta boldogsággeneráló esemény, amely a családdal közösen eltöltött idő és élményszerzéssel, több, mint 25%-át teszi a szabadidős utazások piacának (MICHALKÓ, 2010.). A családi turisták általánosan elfogadott definíciója alapján azokat a családi utazókat (legalább 1 gyermek és 1 felnőtt) tekintjük turistának, akik több mint 24 órát töltenek szabadidős turisztikai céllal az állandó lakóhelyükön kívül (CARR 2011.; SCHANZEL 2010, 2012).

Motivációs szempontból a fogyasztók sokkal inkább a kapcsolatok javítását, erősítését várják a közös programtól, mint a mindennapokból való kiszakadást (LARSEN ET AL, 2007) és meghatározó szempont az élménykeresés is, amely a turisztikai tevékenység értelmét jelenti (OTTO-RITCHIE 1996, KULCSÁR, 2015, ELSTAD, 2007, WALLS ET AL. 2011, PINE ET AL. 1998, RADDER-HAN, 2015). A családok (több generáció) számára nagyszerű kikapcsolódási lehetőséget kínálnak a tematikus- és kalandparkok számá-

ra is (RÁCZ-PUCZKÓ 2002), melyek alapvetően szabaddíós elemeket és a szolgáltatási lehetőségeket ötvöznek. Sikerük többek között abban rejlik, hogy a fogyasztó „újra tölthető” természeti környezetben (BODA ET AL. 2018).

### A kutatás célja, módszerei és helyszíne

A kutatás célja egyrészt feltérképezni a BKÜ-ben élő családok kikapcsolódási lehetőségeit, másrészt a tágabb térségen belüli lehetséges alternatívákra példát mutatni. Jelen tanulmányban három empirikus vizsgálat eredményeit foglaltuk össze, amelyek a családdal tartalmazó eltöltött idő fogyasztói értékelésére fókuszálnak.

A balatoni lakosság véleményét térképeztük fel (a mintasokaságba a BKÜ 179 településéről kerültek be válaszadók), mintegy 1000 fő bevonásával 2019 nyarán, aminek során a kalandparkok iránti érdeklődésükre kérdeztünk rá. A minta alapján a kutatás nemek szerinti szegmens (férfi 51%, nő 49%) a BKÜ állandó lakosainak számát képezi le, az aktív lakosság körében.

Kutattuk a BKÜ-ben található kalandparkokat, melyek közül két park esetén empirikus kutatást is végeztünk. Feltáró jellegű keresztmetszeti vizsgálatunk során 300 főt kerestünk meg kérdőívünkkel online lekérdezéssel, akik a Zamárdi kalandparkban és a Gyenesdiáson található Spiderland kalandpark mindegyikében jártak már korábban. A fogyasztói megkeresés 2019. augusztus-szeptember hónapokban zajlott hólabda módszerrel közösségi platformok segítségével.

A tágabb térségi fókusz kapcsán adatfelvételünk fókuszában a szlovén-magyar határmenti térségben működő TEL-KA-LAND mesepark hálózat állt, amely egyfajta bázisként szolgál a térségben történő mesés természeti kalandozásokhoz, határon is átnyúló programlehetőségekkel. Empirikus kutatásunk helyszíne a két magyar és két szlovén település – Nagyréce, Magyarszerdahely, Dobronak és Moravske Toplice –, amelyek otthont adnak a meseparkoknak. A lekérdezés 2019 nyarán és ősz elején történt. A vizsgálat kérdezőbiztosok segítségével valósult, összesen 844 válasz került feldolgozásra, amelynek 44%-a magyar oldalon, 56%-a szlovén oldalon került rögzítésre és ezt követően feldolgozásra Excel programcsomag segítségével.

### Fókuszban a Balatoni kínálat és az ott élő fogyasztó

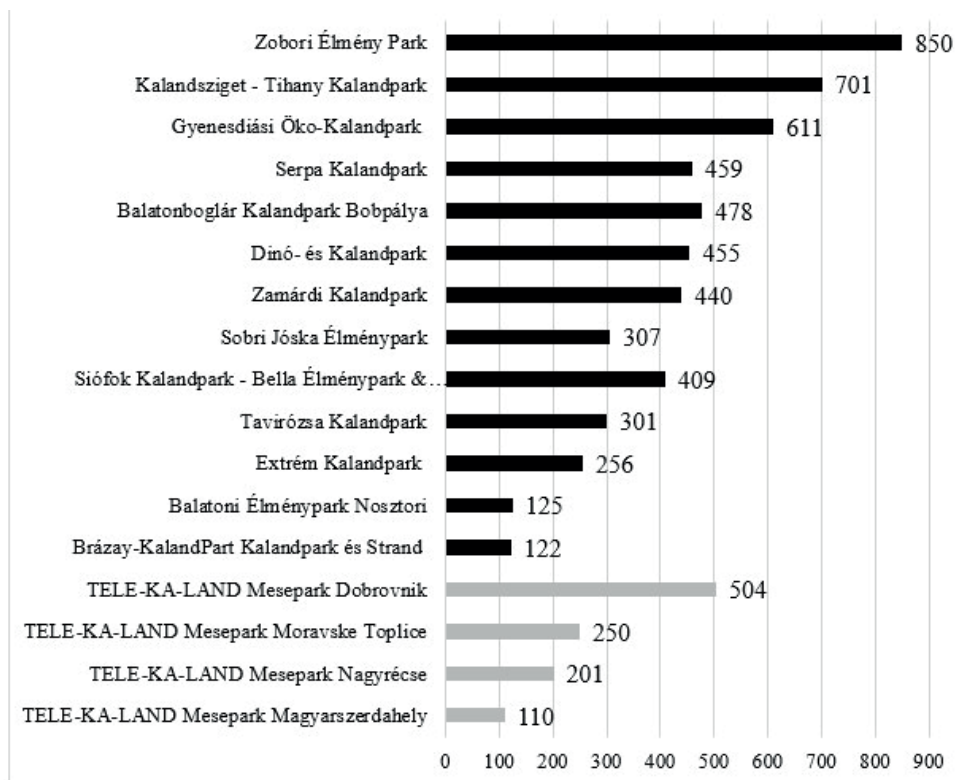
Az első kutatásunk eredményei szerint – amely során a balatoni lakosság véleményét kérdeztük meg – a legnépszerűbb kikapcsolódási forma a családdal töltött közös idő (29%), amihez élményszerzés párosul. Ugyanakkor lényeges elem a sport is (20%). A balatoni emberek véleménye alapján a barátokkal és a családdal megvalósuló közös játék és kirándulás (7%) jelenti az igazi maradandó élményt, feltöltődési lehetőséget számukra. A kalandpark a fiatalokat is valós fizikai aktivitásokra sarkallja a virtuális élményszerzés helyett.

Vizsgálatunk fókuszában állt, hogy a BKÜ-ben élő kutatási alanyok tapasztalatai szerint melyek a leglátogatottabb kalandparkok és meseparkok a térségben. Itt nem csupán az BKÜ területén található kikapcsolódási lehetőségeket vettük górcső alá, hanem figyelembe véve a célcsoportot (ahol 7 év alatti gyermek számára a meseparkok világa érdekes lehet). Arra kérdeztünk rá, hogy a felsorolt helyek közül, az elmúlt években mely turisztikai attrakcióhoz látogattak el legalább egyszer családjával. Az 1. ábrán mutatjuk be, hogy a kutatásba bevont személyek közül hányan látogattak már el legalább egy alkalommal az elmúlt években bármikor a jelölt helyszínekre.

Eredményeink szerint a vizsgálatunkba bevont balatoni lakosok közül a legnépszerűbb utazási célpont a Zobori Élménypark volt. Az elmúlt évek során legalább egyszer 850 fő látogatta már meg a vizsgálat alanyai közül. 611 fő volt már a gyenesdiási Öko-Kalandparkban és a Zamárdi Kalandparkot a megkérdezett balatoni lakosok közül 440 fő keresett fel már korábban. A BKÜ területén található kaland- és élményparkok közül 13 népszerű turisztikai attrakció került felsorolásra a Balaton mindkét partján.

Átlépve a BKÜ határait 4 új innovatív turisztikai attrakcióra is rákérdeztünk, hogy a kutatás alanyai közül hányan látogattak már el gyermekükkel mesepark helyszínekre. A TELE-KA-LAND mesepark hálózattal a kisgyermekes családokat szeretnék a szlovén-magyar határmenti térségbe csábítani. A primer kutatás alanyai közül az alábbi bontásban látogattak el a meseparkokba: Dobrovnik 504 fő; Moravske Toplice

1. ábra: Kalandparkok és TELE-KE-LAND meseparkok látogatottsága a kutatásban bevont balatoni lakosság válasza alapján (gyakoriság)/



Forrás: SAJÁT KUTATÁSI EREDMÉNYEK, 2019

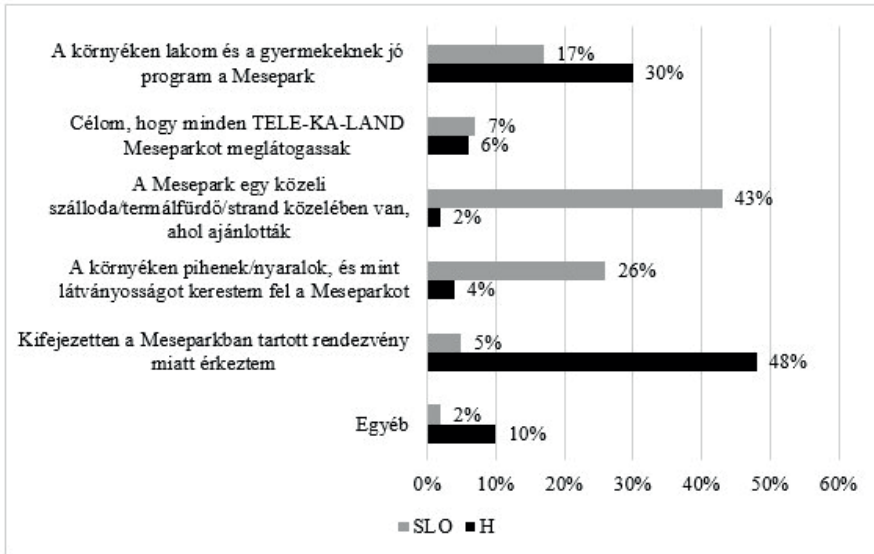
250 fő; Magyarszerdahely 110 fő, valamint Nagyrécsce 201 fő.

Vizsgálatunk során két kalandparkot vetünk górcső alá a BKÜ területén, mint családi programok célterületeit. Az egyik a *Gyenesdiási Öko-Kalandpark* a másik primer kutatási helyszín a *Zamárdi Kalandpark* szinte már fogalomnak tekinthető a Balaton partján. A válaszadók 30%-a kikapcsolódás céljából érkezett az érintett kalandparkba. Motivációs célok közt említették a, a kalandpark kipróbálását és a csapatépítést 16%-16%-kal. Még jelentősnek mondható az aktív pihenés, illetve a természeti értékek megtekintése a térségben, mint motiváló tényező. A megkérdezettek legnagyobb számban, arra a kérdésre, hogy

miért éppen ezeket a parkokat választották, azt a választ adták, hogy ez volt a legközelebb, vagy a lakóhelyükhöz, vagy a szállásukhoz, ahol éppen pihentek. A parkokba látogatók legnagyobb része a kalandparkban található eszközökkel volt leginkább megelégedve, azok feleltek meg leginkább az elvárásaiknak (32%). Közel hasonló számú szavazatot kapott három tényező, az igénybe vehető szolgáltatások minősége, a személyzet modora, illetve a látkép, amellyel szintén elégedettek voltak a vendégek.

**TELE-KA-LAND Meseparkok, mint a családi kikapcsolódás új színteljai**

2. ábra: Az érintett térségbe tett látogatás célja (megoszlás, országonként %-ban)



Forrás: SAJÁT KUTATÁSI EREDMÉNYEK, 2019

A főként kisgyermekes balatoni családok számára elérhető távolságban (Balaton Kiemelt Üdülőkörzet Határaitól 12 km, illetve 30 km a hazai oldalon) helyezkednek el TELE-KA-LAND meseparkok, melyek látogatása ingyenes. A parkok közös márkanéve – TELE-KA-LAND – is találoan utal a parkok szolgáltatásaira és már önmagában is márkázási funkciót lát el (KOVÁCS 2019, PEN, 2019).

A két magyar oldalon lévő helyszín közül az egyik a nagyrécei mesepark. Az Inkey kastély mögötti ligetben található a mesepark három mesefigurával (Mátyás király, Piroska, Kiskakas), kültéri interaktív játékokkal és hagyományos játékszervezőkkel, valamint játszótérrel, mobil színpaddal. Magyarszerdahelyen a Szent István templom és a Kürtös-patakon túl a kultúrház mögötti kertben található a mesepark három meseszereplővel (Ludas Matyi; Okos lány; IciriPiciri Ökröcske) és a mesékre épülő szabadtéri interaktív játékokkal.

A határtól alig 20 percnyire, a szlovén oldalon található Dobronak. A meseparkot a falu végéhez közeli Bakonaki-tavat körbe ölelő erdőben

találhatjuk, ahol legendás erdei vízi lényekkel (Orchidea; Rusalka Tündér; Balgodejnik törpe és a Tavi Béka), valamint a mesékre épülő szabadtéri mesefallal és interaktív játékokkal várják a látogatókat. A TELE-KA-LAND MesePark hálózat következő állomása Moravske Toplice. Moravske Toplice külterületén a Črta erdő ad otthont a meseparknak, ahol a látogató meghallgathatja Termalion a forrás, Goldina a tők és Beti a bükkfa történetét és játszhat a mesékre épülő szabadtéri interaktív játékokkal.

Elsőként arra kérdeztünk rá, hogy mi hozta a látogatót a térségbe (2. ábra). A két-két MeseParknak otthont adó ország, illetve azon belüli települések eltérő infrastruktúráis, turisztikai lehetőségekkel rendelkeznek, ezért minden esetben országonként elkülönítettük a válaszokat. A magyar oldalon kiemelkedő (48%) értéket képviselt azon látogatók aránya, akiket kifejezetten az ott tartott nagyrendezvény vonzotta a térségbe, míg a szlovén oldalon főként a valamely szálloda vagy termálfürdő vendégeként, mint kiegészítő programként (43% illetve 26%) tekintették meg a MeseParkokat.

A primer vizsgálatunk eredményei szerint a TELE-KA-LAND meseparkba tett látogatás motivációja esetén az első helyen szerepel mindkét ország esetén a családi együttlét (29%-25%), a pihenés és kikapcsolódás (19%-17%). A magyar látogatók közül 16% a gyermekkel, unokával való közös kikapcsolódást jelölte meg, 12%-uk pedig az aktív napra vagy egy konkrét rendezvényre látogatott el. A meseparkok rendezvényei között kiemelt szerepet kaptak a népi játékok, valamint a néptánc is.

A magyar oldalon a legnépszerűbb meselemek, a népi játékok mellett kreatív játékok, amelyhez segítő szükséges, ezen kívül a képkirakó a gólyalábazás és a játszótér, valamint a szabadtéri sporteszközök voltak a legnépszerűbbek.

Szlovén oldalon az interaktív mesélő tábla, a fotófal, a mesekirakó és a párkereső memória játék volt a legnépszerűbb ezek mindegyike akár egyénileg is használható, nem igényel segítő szakembert. Tehát a két ország közönsége itt kissé megosztott, a magyar oldalon a projekt fenntarthatóság esetén érdemes odafigyelni egy állandó segítő és szervező munkatárs további alkalmazására is. A rendezvényekhez köthető programokat a 3. ábrán mutatjuk be. A magyar oldalon a kézműves kuckó (12%), a táncház (10%) és a fellépő zenekarok (10%) a bohóc műsor (8%), valamint a meshintós falunézés (8%) voltak a legnépszerűbb programok. Szlovén oldalon a bábeloadás (32%) és a meseútlevél (20%) pozitív visszahangja jelentős, ugyanakkor a kézműves kuckóra itt is volt kereslet a nagyobb, szervezett rendezvényeken.

Az ismeretátadás mintaadással történt a rendezvényeken, amit akár a meseparkokat üzemeltető személy, a szülők, illetve szervezők nyújtanak, ez az a komplex fejlesztő hatás, a játékoság, az élményszerzés, az élményadás, az egyéniségek kibontását teszi lehetővé. Mindezek figyelembe vételével kijelenthető, hogy a Meseparkok a turisztikai paletta érdekes és új megközelítésű színtestjei.

### **Következtetések, javaslatok**

Kutatásunk első részében arra kerestük a választ, hogy milyen lehetőségeik vannak a BKÜ területén élő családoknak a szabadidő eltöltésére. Eredményeink alapján beigazolódt, hogy a többgenerációs pihenés, a tartalmasan eltöltött

közös idő, a maradandó élmények keresése vált értékké. A családok elvárása a kalandparkkal kapcsolatban az volt, hogy úgy szerezzenek közös emlékeket szeretteik körében, hogy közben feszegetik saját határaikat, próbára teszik a bátorságukat. A kalandparkokban tett látogatás fő célja az extrémítás, társas tevékenység és a szabadban végezhető aktív időtöltés.

A balatoni lakosság számára is elérhető távolságban találhatóak a TELE-KA-LAND meseparkok, melyek hiánypótló jelleggel a turizmus fejlesztése érdekében jöttek létre a magyar és a szlovén határ mentén, amellyel létrehozta egy „mesevilágot”, és ezzel egy természet közeli kalandozásra csábították a kikapcsolódni vágyókat.

**PÉTER ERZSÉBET, TÓTH-KASZÁS  
NIKOLETTA, KELLER KRISZTINA,  
BIRKNER ZOLTÁN, KISS ATTILA,  
NÉMETH KORNÉL**

### **A szerzők és elérhetőségük**

Péter Erzsébet, egyetemi docens, Pannon Egyetem, Nagykanizsai Kampusz, Alkalmazott Gazdálkodástani Intézet ([peter.erszebet@uni-pen.hu](mailto:peter.erszebet@uni-pen.hu))

Tóth-Kaszás Nikolett, egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem, Nagykanizsai Kampusz, Alkalmazott Gazdálkodástani Intézet ([kaszas.nikoletta@uni-pen.hu](mailto:kaszas.nikoletta@uni-pen.hu))

Keller Krisztina, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; ([krisztina.keller@uni-corvinus.hu](mailto:krisztina.keller@uni-corvinus.hu))

Birkner Zoltán, egyetemi docens, Pannon Egyetem, Nagykanizsai Kampusz, Alkalmazott Gazdálkodástani Intézet; ([birkner.zoltan@uni-pen.hu](mailto:birkner.zoltan@uni-pen.hu))

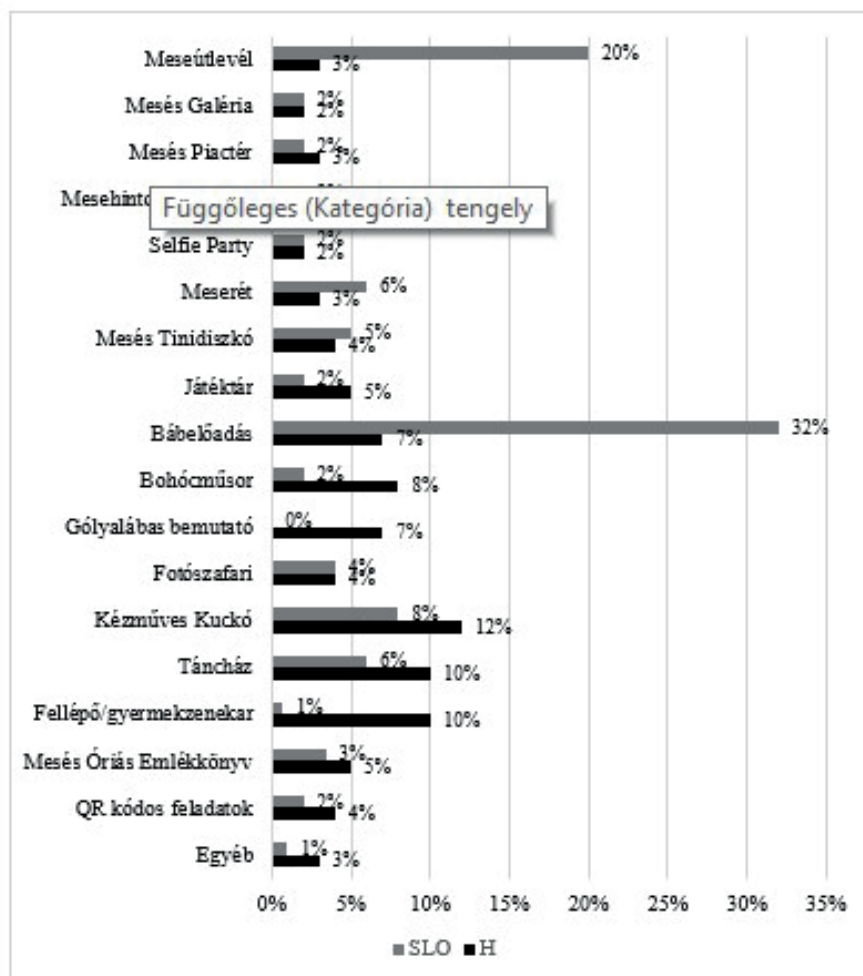
Kiss Attila, vezérigazgató, Domus Group Zrt. ([kiss.attila@domusgroup.hu](mailto:kiss.attila@domusgroup.hu))

Németh Kornél, egyetemi docens, Pannon Egyetem, Nagykanizsai Kampusz, Alkalmazott Gazdálkodástani Intézet ([nemeth.kornel@uni-pen.hu](mailto:nemeth.kornel@uni-pen.hu))

### **Köszönetnyilvánítás**

„Dr. Péter Erzsébet jelen kutatása az Európai Unió és Magyarország támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával a TÁMOP

3. ábra: A meseparkokhoz köthető legnépszerűbb programok és attrakciók megoszlása a látogatók véleménye alapján



Forrás: SAJÁT KUTATÁSI EREDMÉNYEK, 2019

4.2.4.A/2-11-1-2012-0001 azonosító számú „Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése konvergencia program” című kiemelt projekt keretei között valósult meg”.

#### Irodalomjegyzék

ÁSVÁNYI Katalin – MITEV Ariel Zoltán – JÁSZBERÉNYI Melinda: Családbarát fesztivál, avagy a családok fesztiválélménye. A hatékony marketing – EMOK Nemzetközi Tudományos

Konferencia konferenciakötete, Révkomárom-Szlovákia 2018. 289-300.

ÁSVÁNYI Katalin – MITEV Ariel Zoltán – JÁSZBERÉNYI, Melinda: Élménydimenziók belső struktúrája a családi fesztiváloknál In: Veres, Zoltán; Sasné, Grósz Annamária; Liska, Fanny (szerk.) Iserjük a vevőt? A vásárlás pszichológiája: Az Egyesület a Marketingoktatásért és Kutatásért XXV. Országos konferenciájának előadásai Pannon Egyetem, Veszprém, 2019.253-265.

BALATONREGIO.HU (2020): <https://balatonregion.hu/szolgalatasaink/kutatas/>, Letöltés ideje: 2020.06.17.

BODA ESZTER – BÁCSNÉ BÁBA ÉVA – MÜLLER ANETTA: Motiváció vizsgálata a kalandpark-látogatók körében, International Journal of Engineering and Management Science (2018). 3:3106-126.

CARR Neil: Children's and Families' Holiday Experiences. London and New York, Routledge, (2011) ISBN: 978-0-415-54543-3, 2011.212.

KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL Térkép, 2018, ISSN 2416-3511(2019) 1-87.

KOVÁCS László: Márka és márkanev. Budapest, Tinta, 2019. 16.

KULCSÁR Noémi: A fogyasztói érték és az élmény kontextusa a turisztikai szakirodalomban =Vezetéstudomány- Budapest Management Review46 (2015) (3. sz.), 46 (3).18-25.

LARSEN Jonas – URRY John – AXHAUSEN, Kay W.: Networks and tourism mobile social life = Annals of Tourism Research, 34 (2007) (1. sz.) 244-262.

MICHALKÓ Gábor (2010): Boldogító utazás, a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai, MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, 62.

MOLNÁR Tamás – M. BARNÁ Katalin: A területi különbségek vizsgálata a magyar NUTS 3 szintű területi egységekben, 2000 és 2015 között = Comitatus: XXVIII: (2018) 227:(tavaszi szám) 3-20.

OTTO, J.E. – RITCHIE, J.R.: The service experience in tourism = Tourism Management, 17(1996) (3.szám) 165–174.

PEN: SIHU11 „Határ menti élmények, háttérmentes kalandok TELE-KA-LAND” projekthez tartozó fenntarthatósági tanulmány (2019) 1-86.

PINE B. Joseph- GILMORE James H.: Welcome to the experience economy = Harvard BusinessReview, 76 (1998) 97–105.

RADDER Laetitia – HAN Xiliang: An examination of the museum experience based on Pine andGilmore's experience economy realms. Journal of Applied Business Research 3, (2015) (2) 455–469.

RÁTZ Tamara – PUCZKÓ László: A tematikus park, mint turisztikai attrakció. Turizmus Bulletin, 6 (1) [http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus\\_Bulletin/02\\_01/SZ6.HTM](http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/02_01/SZ6.HTM). Letöltés ideje: 2018.02.10

SCHANZEL Heike A.: Family timer and own time on holiday: generation, gender and group dynamic perspectives from New Zealand. PhD thesis, Victoria university of Wellington, Wellington, (2010), 7.

SCHANZEL Heike – YEOMAN Ian – BACKER Elisa (Eds): Family Tourism: Multidisciplinary Perspectives, Channel View, Bristol (2012)

SELSTAD Leif: The Social Anthropology of the Tourist Experience. Exploring the “Middle Role”, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, (2007) 7:1, 19-33, DOI: 10.1080/15022250701256771

SULYOK Márta Judit – LŐRINCZ Katalin: Building the Future Based on the Past - Tourism Around the Lake Balaton = Pannon Management Review 6 (2017) (1-2.sz.)9-18.

TELELAKALAND-MESE PARK.EU: <http://www.telekaland-mesepark.eu/index.php/meseterkep>, 2019, Letöltve: 2020.03.11.

WALLS Andrew – OKUMUS Fevzi – WANG Raymond – YOUCHENG and KWUN – WUK David Joon: Understanding the Consumer Experience: An Exploratory Study of Luxury Hotels', Journal of Hospitality Marketing & Management, (2011)20: 2, 166 -197.

### Abstract

When one thinks of a domestic holiday, Lake Balaton with its diverse offer certainly comes to mind. The novelty of the present research lies in the fact that it does not focus on the tourists visiting the region from remote areas, but it wants to find out what recreational opportunities the residents living in the Balaton Resort Area have.

Nowadays, consumers put a greater emphasis on a healthy lifestyle, sports, and family outdoor experience which they can discover by spending time in the nearby theme and adventure parks. Due to the nature of the topic, we crossed the borders of the resort area. The focus of our research is on family recreation. TELE-KA-LAND fairy tale parks with excellent, innovative initiatives located within reach of the empirical research area can offer an alternative to tourists

with children under the age of 10. Our results also support that owing to the changing family roles, children's preferences are increasingly taken into account. The biggest challenge for tourism operators, however, is to be able to provide an experience for every member of the family in individual destinations and theme parks.

**Keywords:** Lake Balaton region, family program, adventure park, fairy tale theme park

