

ÉLMÉNYÍGÉRETEK, ÉLMÉNYKÉPZETEK ÉS MEGVALÓSULÁSUK A TISZAI VÍZPARTI TURIZMUSBAN 2010-2016

Dr. Kóródi Márta - Kalmárné Rimóczi Csilla

Neumann János Egyetem

Gazdálkodási Kar

Turizmus-Vendéglátás Tanszék

Szolnok

Anyag és módszer

- 2010. és 2016. minden év júliusában és augusztusában történt a lekérdezés
- Szolnoki Főiskola Turizmus-Vendéglátás Tanszéke és az Magyar Turizmus Zrt. Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága megbízásából a Tiszai Vízügyi Igazgatóságnál nyári Tourist Police szolgálatot ellátó hallgatók a szervezet együttműködésével visszatérő kutatást folytattak.
- A lekérdezés a szolgálat által érintett Tisza parti településeken történt Tokajtól Szegedig standardizált kérdőív alapján írásbeli és szóbeli adatfelvétellel.
- Megkérdezettek száma a hét év alatt 2744 fő.

A felmérés kérdéskörei és bővülése a vizsgált években

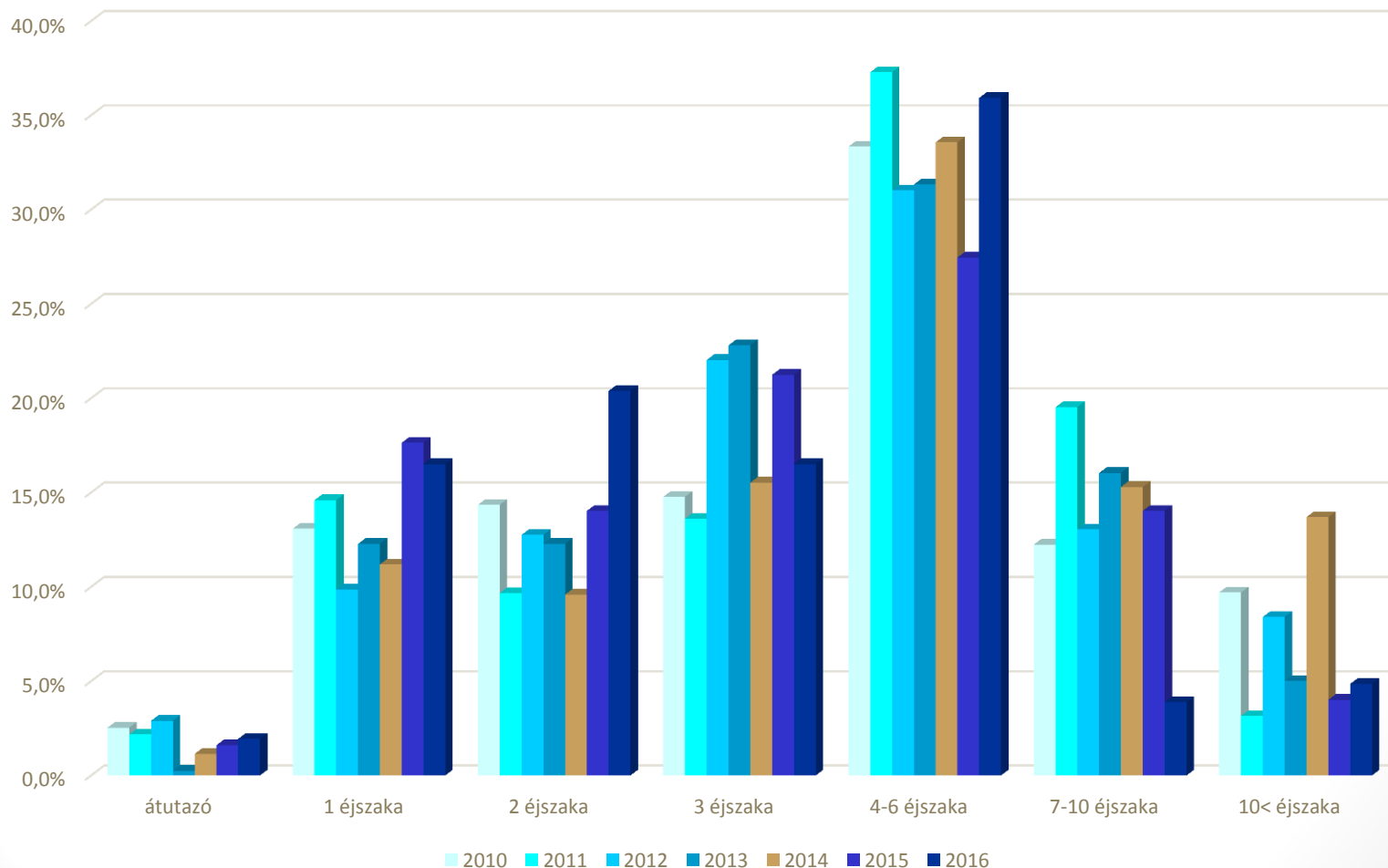
- a térségbe látogatási szokások (gyakoriság, időtartam, társasági jellemzők)
- tartózkodási szokások (társaság, szállás, költség)
- a tájékozódás módszerei és eszközei
- motivációk (az általános utazási attitűdöket és az aktuális utazási döntésre vonatkozókat is értékelteti)
- igénybe vett szolgáltatások
- elégedettség (tényezőnként és összesen)
- helyi termékekkel kapcsolatos attitűd
- élményelvárások, majd a megvalósulás-vizsgálat 2012-től

Eredmények

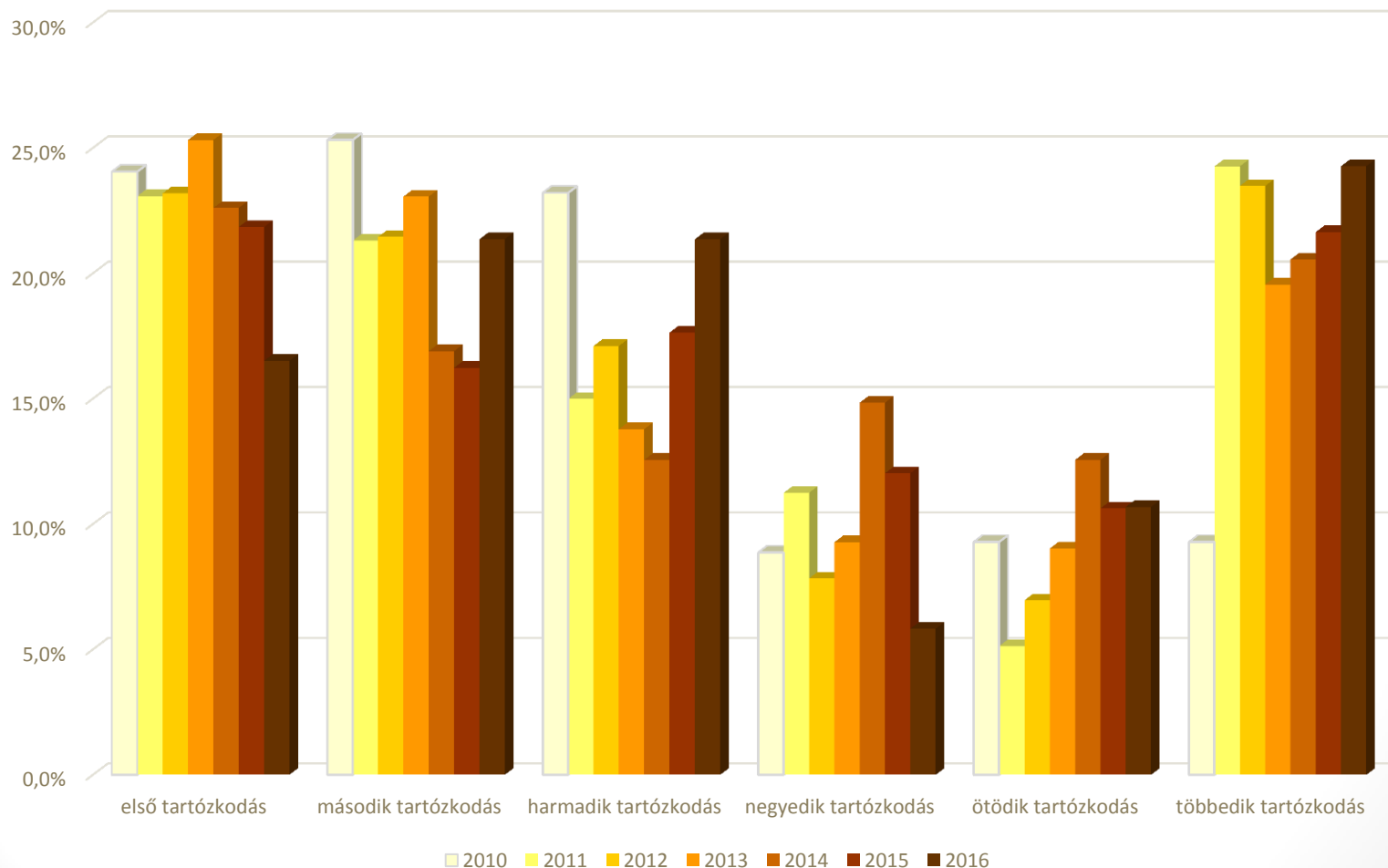
A minta demográfiai összetétele

Ismérv		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Elemszám (fő)		237	507	345	403	440	500	312
Nem (%)	férfi	46,0	42,0	56,4	54,7	51,3	40,6	50,5
	nő	54,0	58,0	43,6	45,3	48,7	59,4	49,5
Korcsoport (%)	18 év alatt	5,1	5,8	1,7	5,5	6,9	3,9	5,8
	18-24 év között van	18,6	26,4	26,2	25,4	16,9	13,6	29,1
	25-30 év között van	24,4	24,9	22,4	23,4	20,0	13,8	17,5
	31-40 év között van	29,1	19,0	19,2	20,4	29,2	37,2	23,3
	41-50 év között van	13,5	13,8	19,8	15,7	11,6	19,1	16,5
	51-60 év között van	7,2	5,1	7,6	6,0	7,1	7,8	2,9
	60 év feletti	2,1	4,9	3,2	3,2	8,2	3,5	2,9

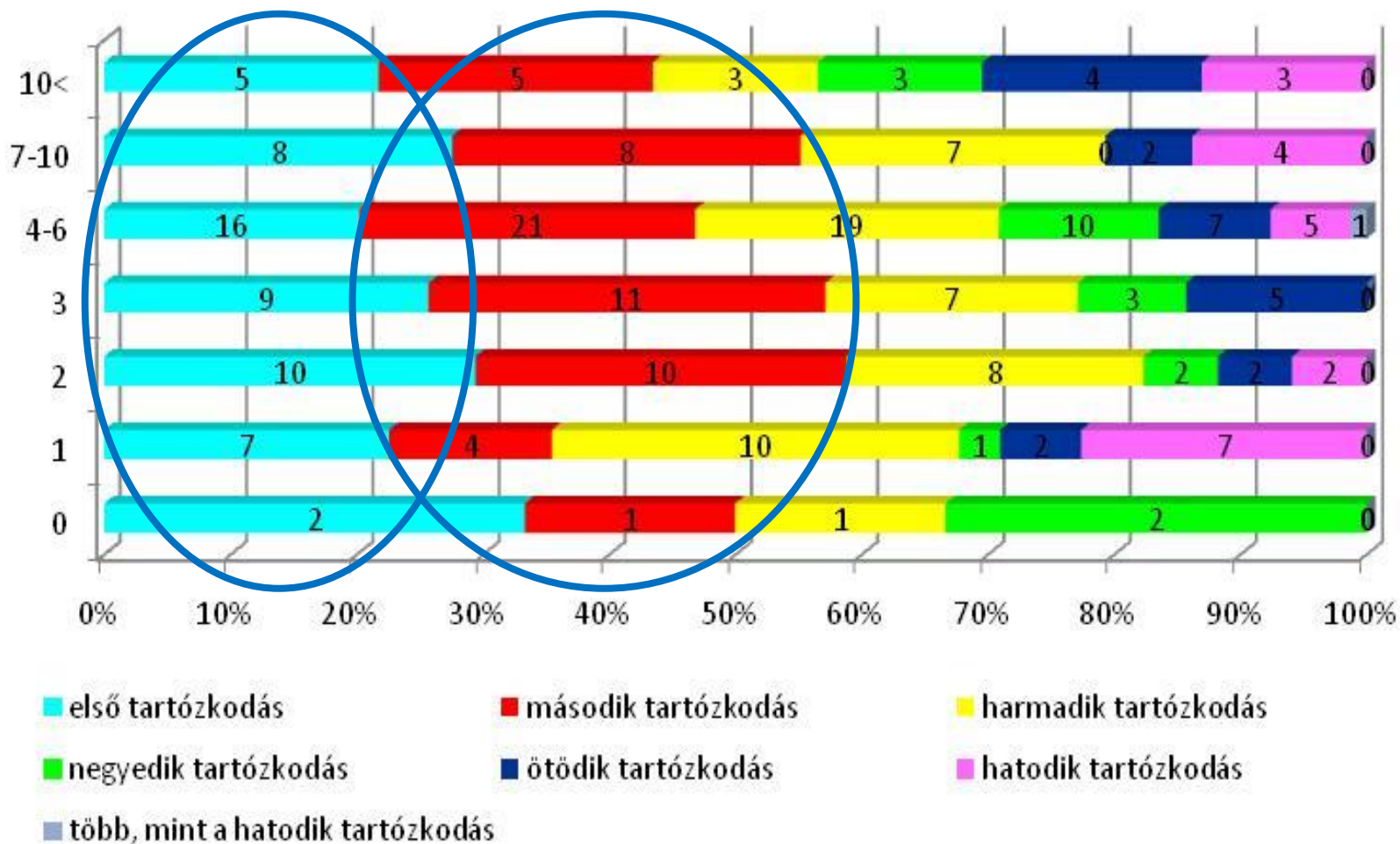
A válaszadók megoszlásának alakulása tartózkodási idejük alapján



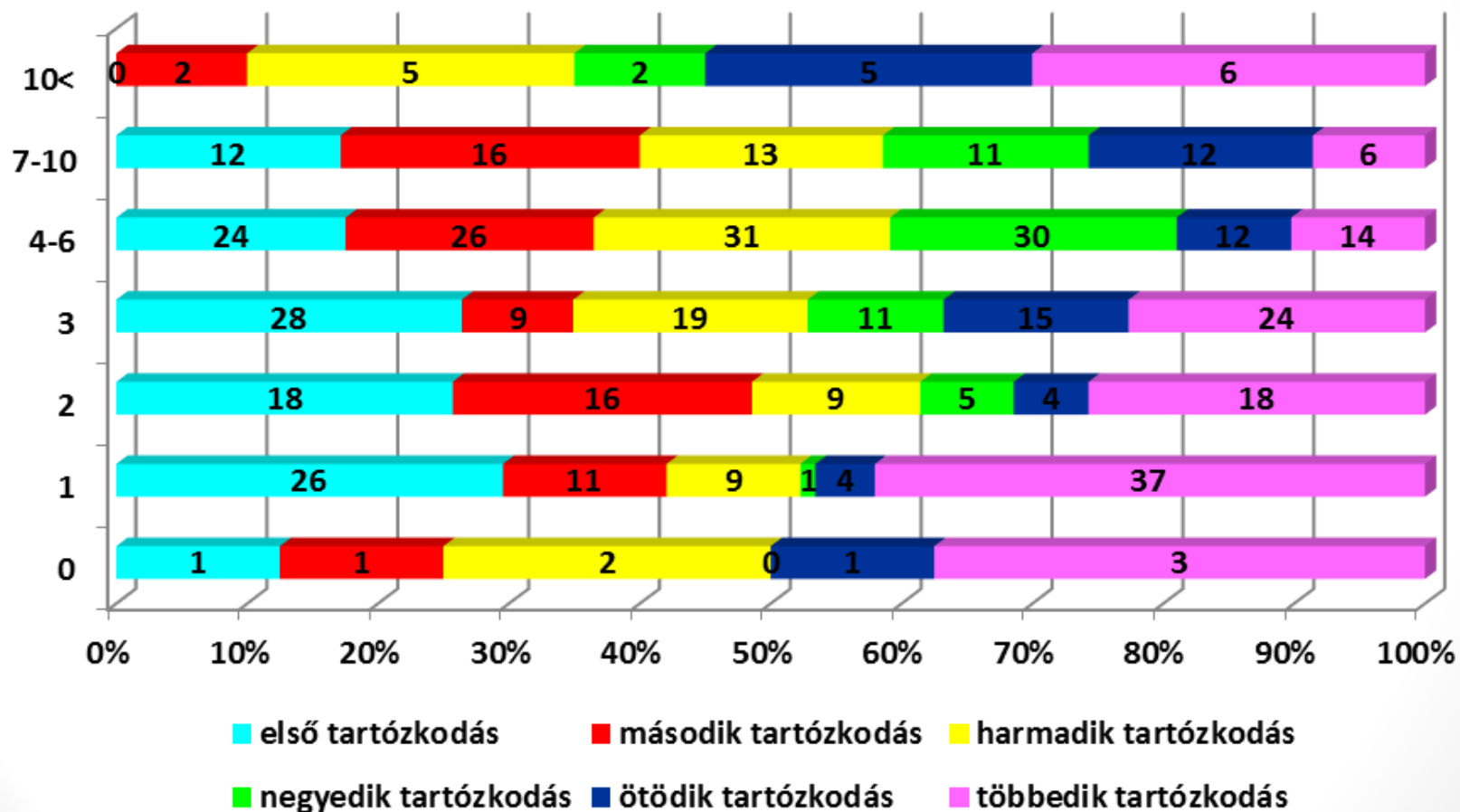
A válaszadók megoszlásának alakulása a visszatérés gyakorisága alapján



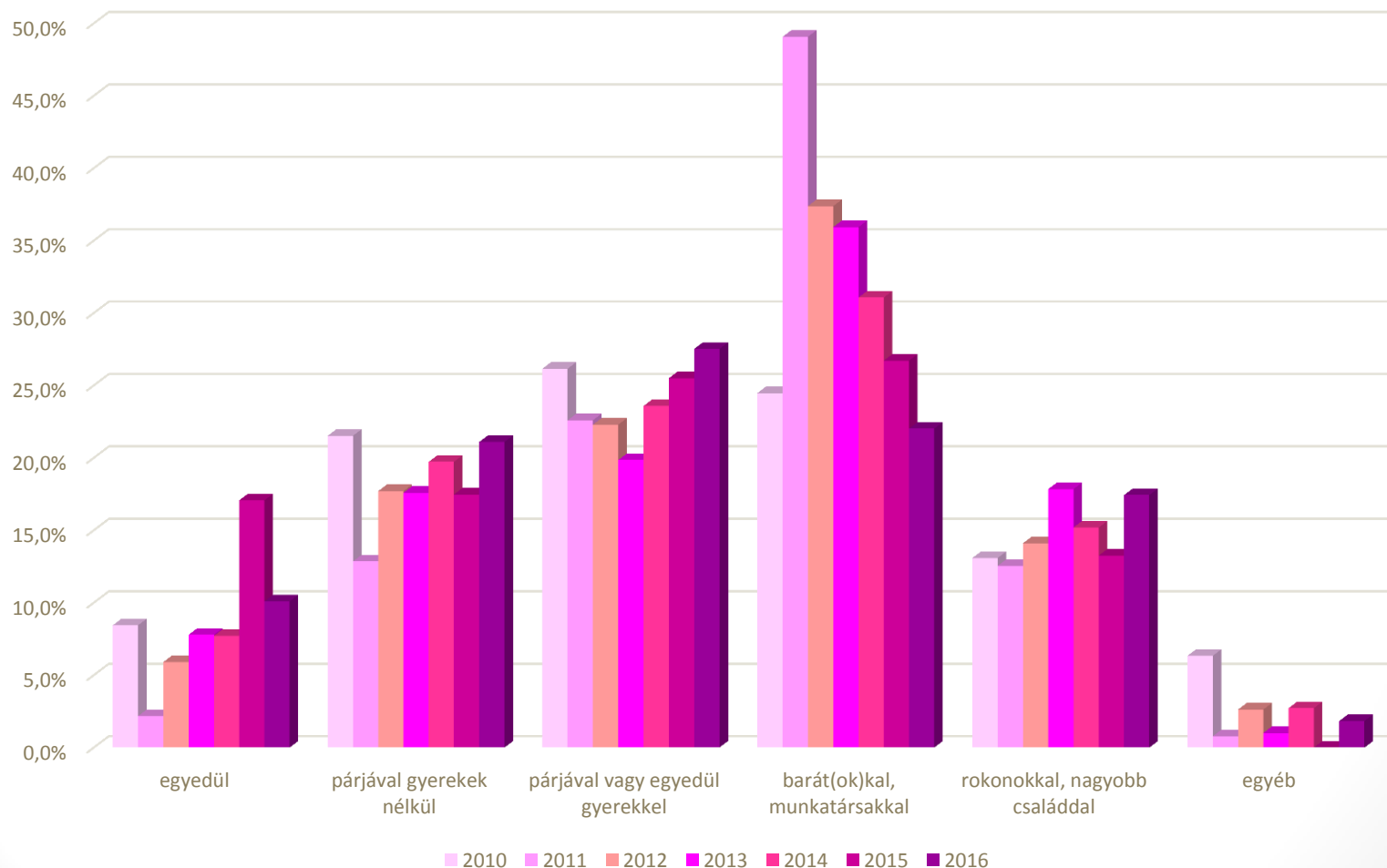
A válaszadók megoszlásának alakulása a látogatás jellemzői alapján (2011)



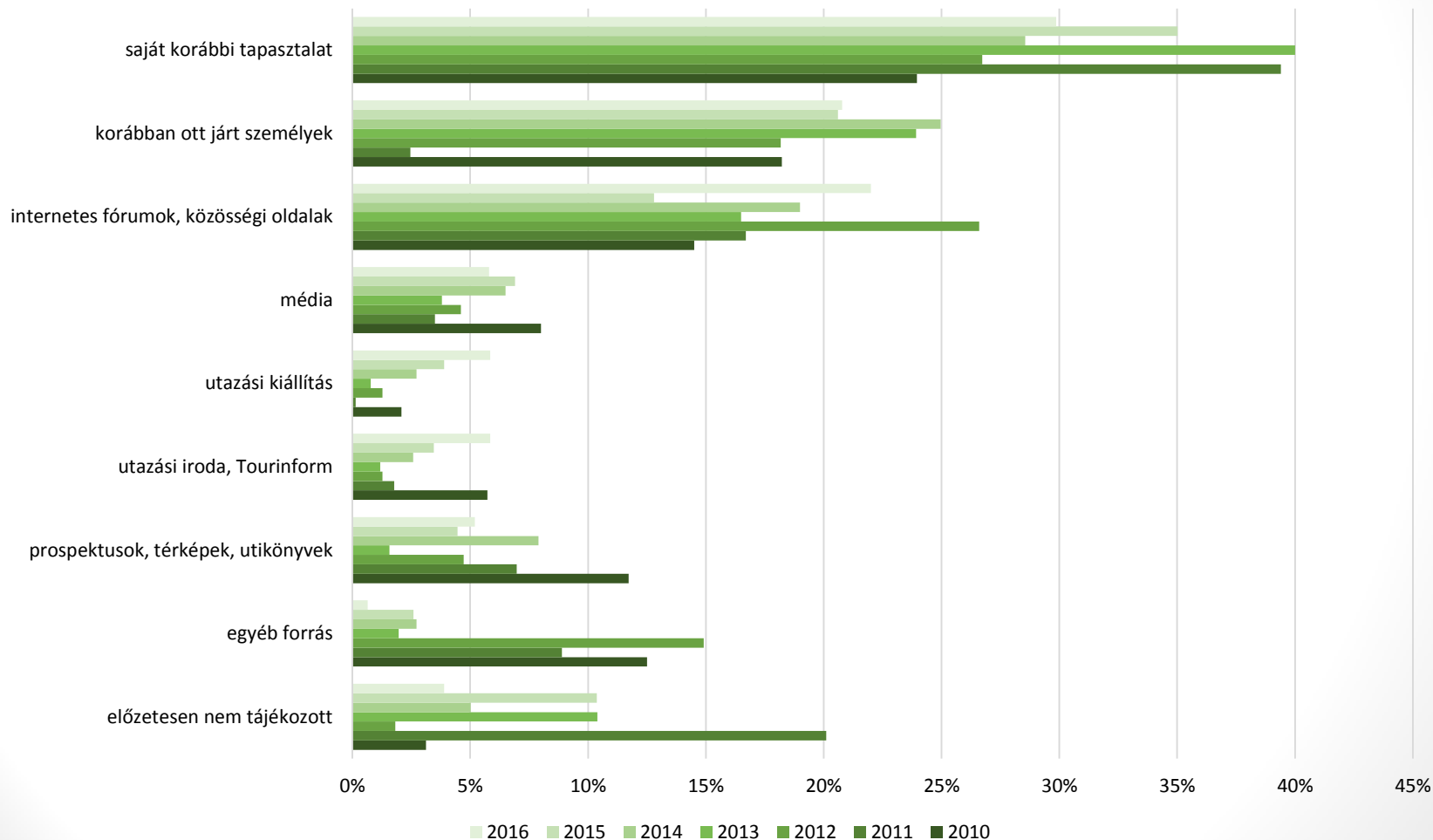
A válaszadók megoszlásának alakulása a látogatás jellemzői alapján (2015)



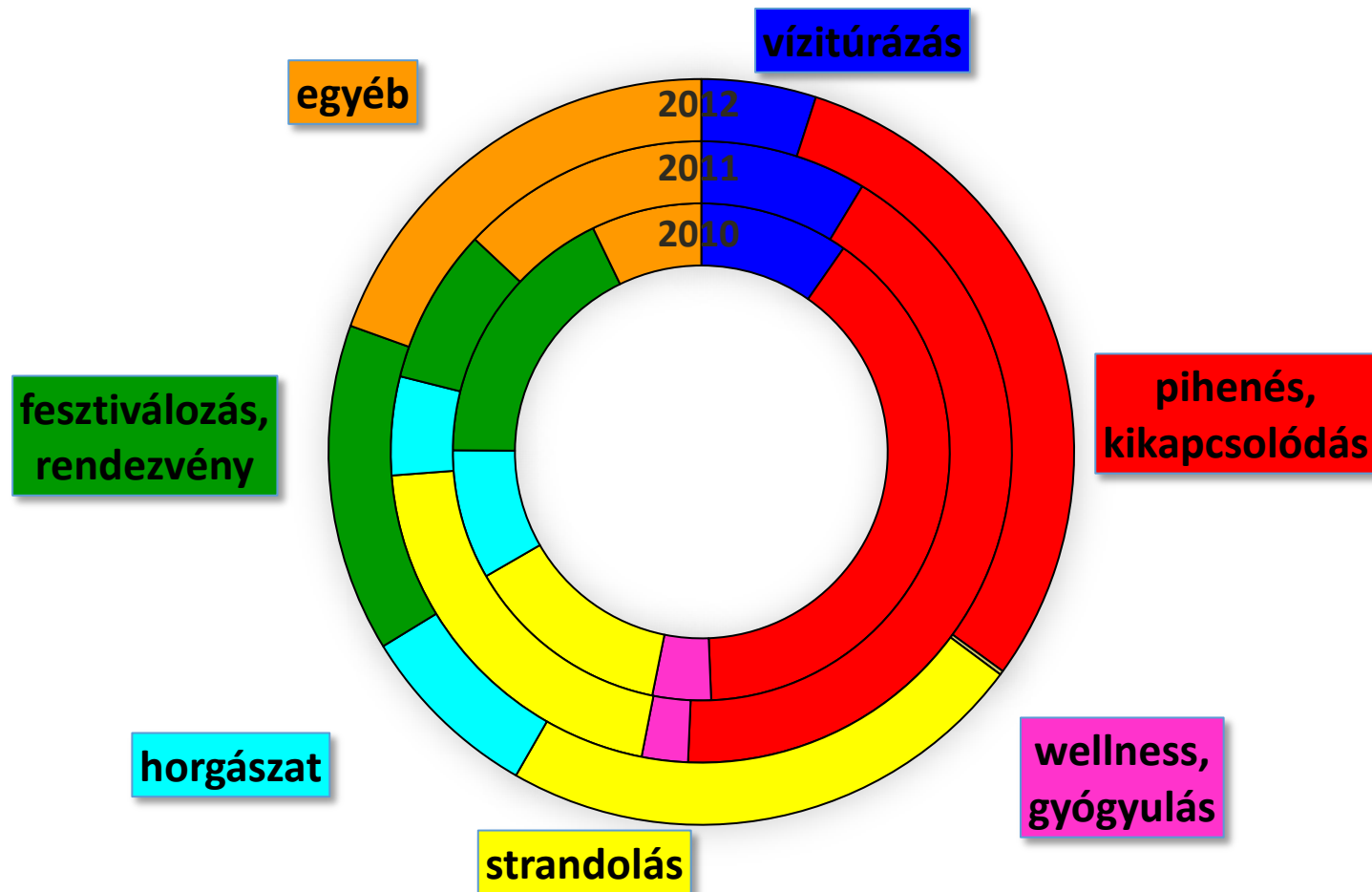
A válaszadók megoszlásának alakulása a látogatás jellemzői alapján



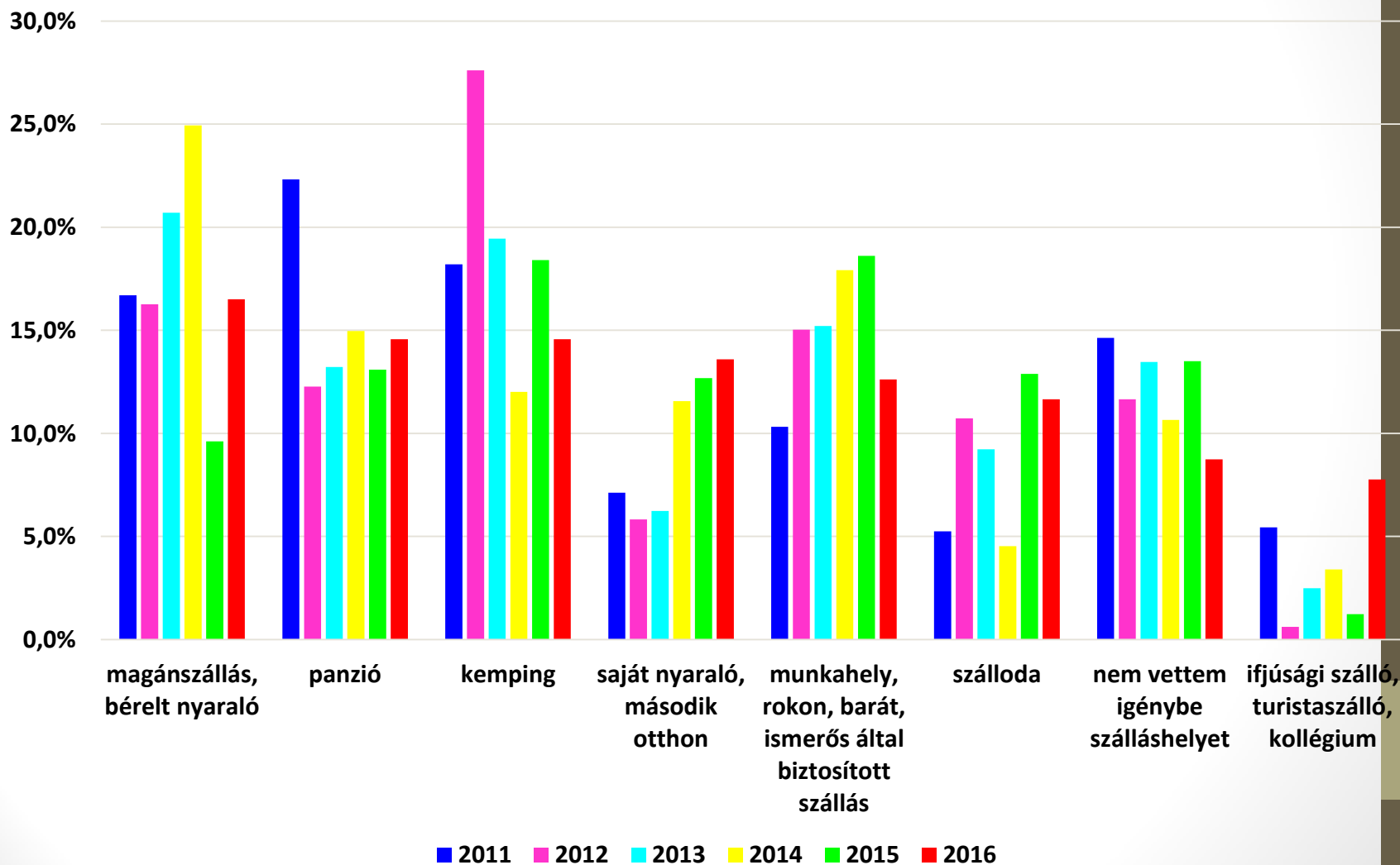
Az utazás előtti fő információ források rangsorának alakulása az említések előfordulása alapján



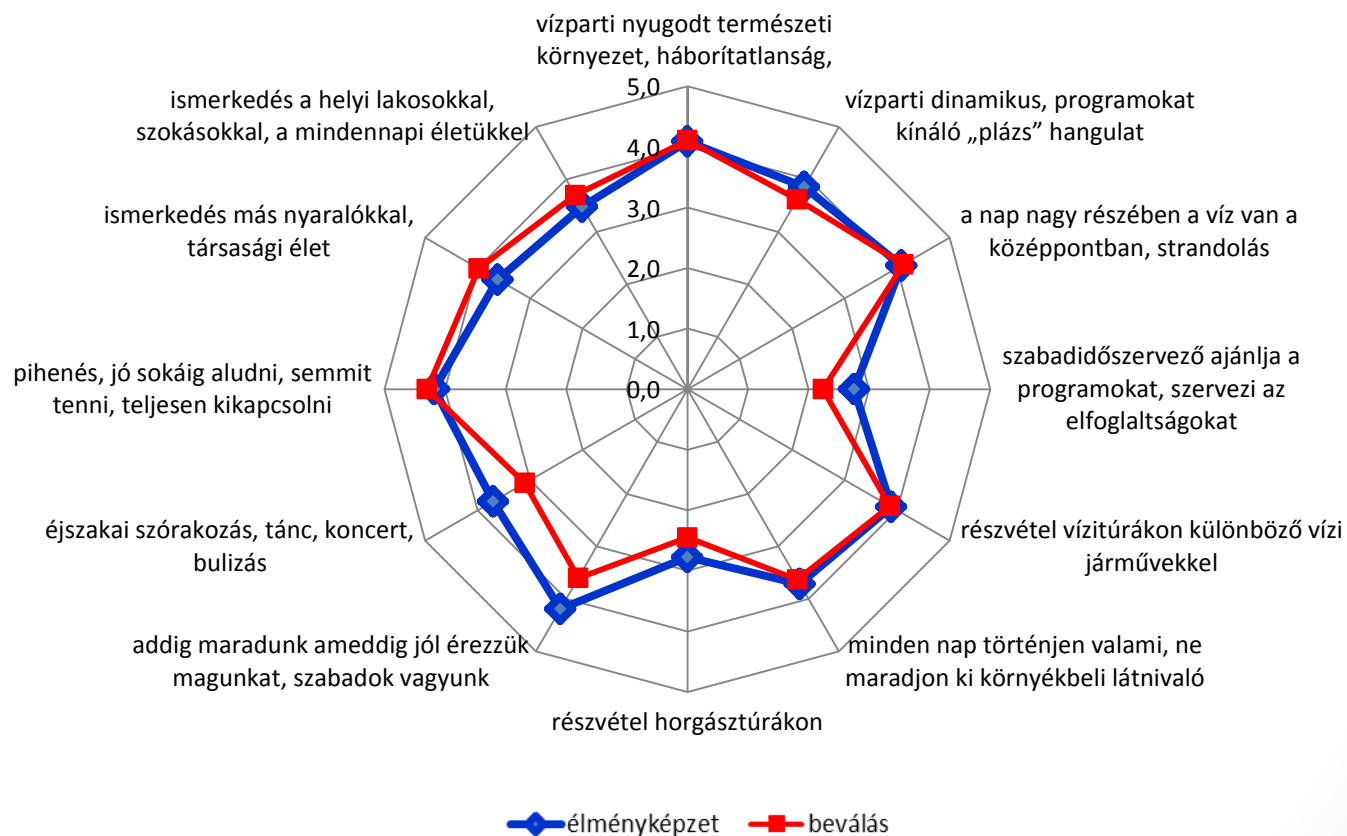
Az utazási motivációk előfordulása gyakoriságának alakulása (2010-2012)



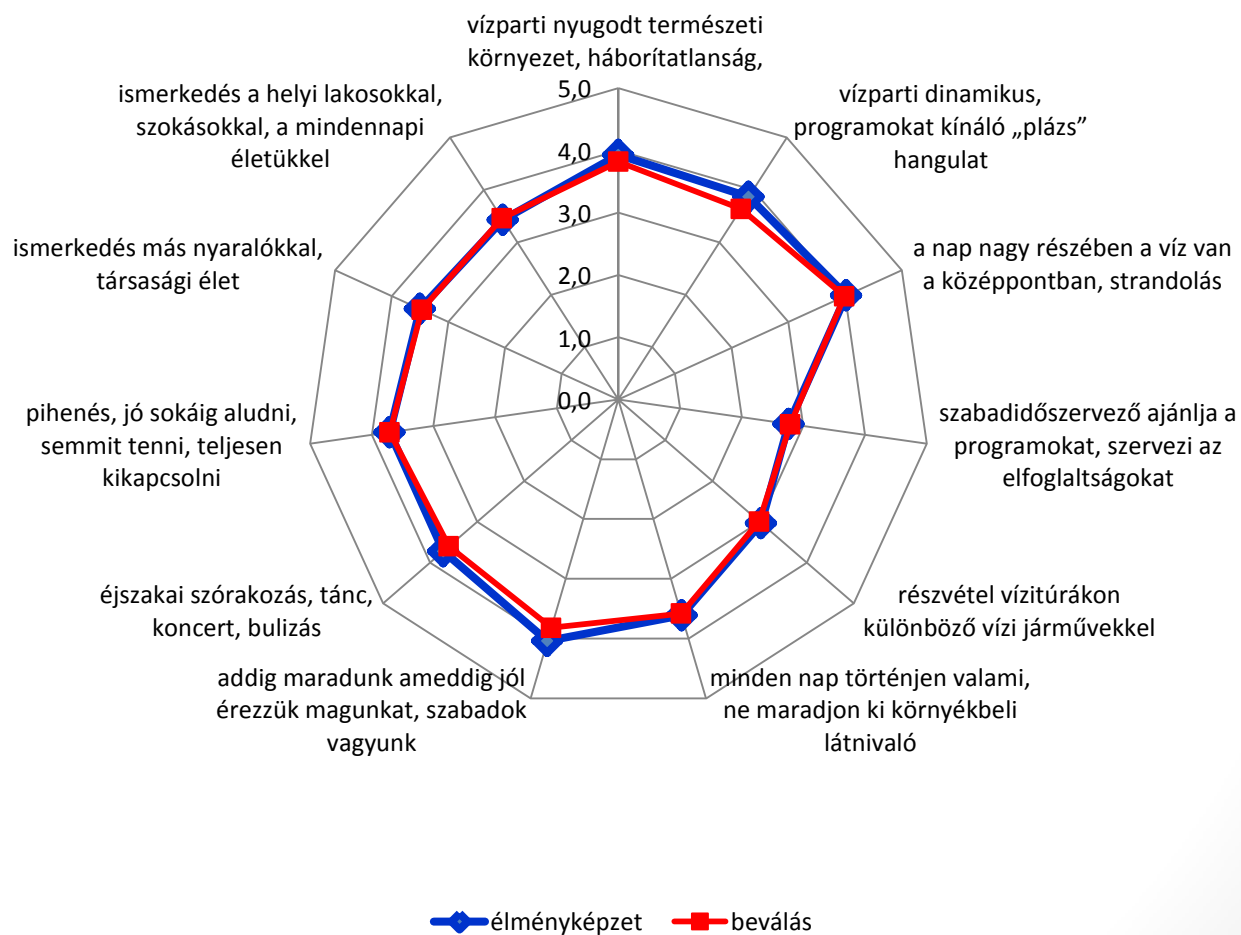
A szállásigénybevétel előfordulásának alakulása szálláslehetőségenként



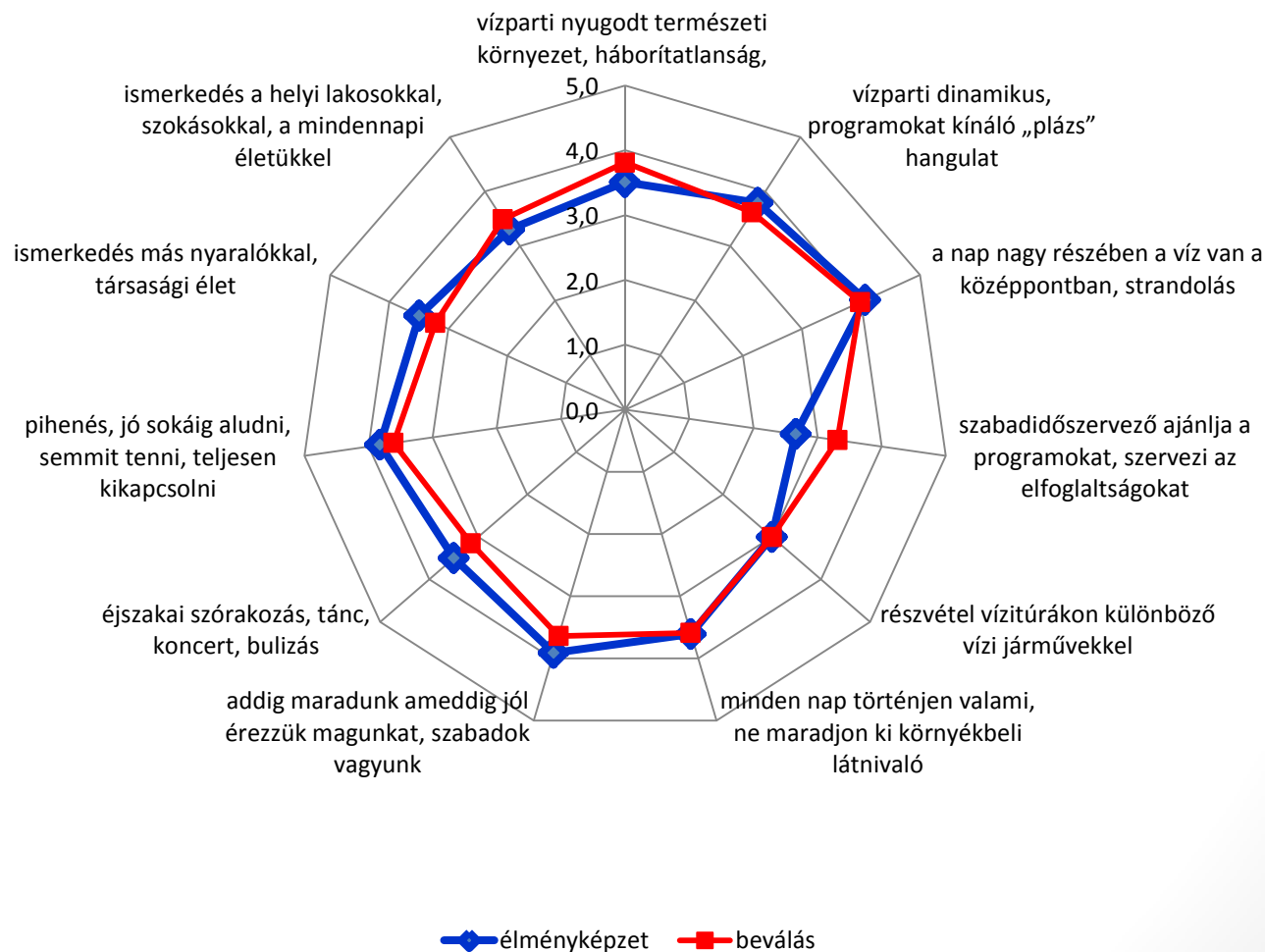
Az élményvágy átlagos intenzitása és beteljesülésének összehasonlítása (2012)



Az élményvágy átlagos intenzitása és beteljesülésének összehasonlítása (2013)



Az élményvágy átlagos intenzitása és beteljesülésének összehasonlítása (2014)



A helyi termékek turisztikai lehetőségeinek értékelése

- Új elemként került a kérdőívbe.
- Népszerűségi index alapján rangsoroltuk a helyi termékeket:
 - Helyi ételek
 - Helyi italok
 - Helyi sütemények
 - Tartós, elvihető élelmiszer
 - Kézműves ajándéktárgyak
 - Kézműves használati tárgyak
 - Részvétel az elkészítésben

Összegzés

- A kutatás közvetetten választ keres azokra a tényezőkre, melyek a Tiszamentét vonzóvá tehetik.
- Fő cél a pihenés, ennek megfelelően kell kialakítani a szolgáltatáskínálatot.
- 2016-ban a megkérdezettek jól érezték magukat, az elvárásaikon felül elégedettek voltak.
- Barátokkal utazók látogatják a térséget, őket kell megcélózni.

Köszönöm a figyelmet!