



EFOP-3.6.2-16-2017-00017

Fenntartható, intelligens és befogadó
regionális és városi modellek



Természet, kultúra, emberek satöbbi

BALATONI TURISZTIKAI KUTATÓINTÉZET

TANULMÁNYKÖTET

Veszprém, 2019

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A kiadvány a veszprémi Pannon Egyetemen a Balatoni Turisztikai Kutatóintézet (BATUKI) által 2019. november 11-én *Természet, kultúra, emberek satöbbi* címmel megrendezésre került szakmai rendezvény előadásai alapján összeállított tanulmányokat és egyéb cikkeket tartalmaz.

A rendezvény az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú "Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek" című projekt keretében valósult meg.

A kiadványt szerkesztette:

Sulyok Judit¹, Formádi Katalin², Lőrincz Katalin³, Raffay-Danyi Ágnes⁴

^{1,2,3,4}Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar

8200 Veszprém, Egyetem u. 10.

¹Balatoni Turisztikai Kutatóintézet

²Gazdálkodási Intézet, Marketing Intézeti Tanszék

^{3,4}Gazdálkodási Intézet, Turizmus Intézeti Tanszék

¹sulyok.judit@gtk.uni-pannon.hu

²formadi.katalin@gtk.uni-pannon.hu

³lorincz.katalin@gtk.uni-pannon.hu

⁴raffay.agnes@gtk.uni-pannon.hu

Kiadó:

Pannon Egyetemi Kiadó, Veszprém

A kiadvány megjelenik elektronikusan, elérhető az alábbi helyen:

www.gtk.uni-pannon.hu/batuki és www.susmain.uni-pannon.hu

2020

ISBN 978-963-396-157-5 (nyomtatott)

ISBN 978-963-396-158-2 (online)

Tartalomjegyzék

Előszó	vii
<i>Nemes Gusztáv – Orbán Éva</i>	7
Vidéki dzsentrifikáció és falusi turizmus a Káli-medencében – a Lo-Káli kutatás első eredményei	
<i>Máltesics Péter</i>	18
Látogatói elégedettség mérése a Bakony-Balaton Geopark tanösvényein	
<i>Remenyik Bulcsú – Szabó Lajos – Feketéné Benkó Kata</i>	29
A környezettudatosság elemzése a Balaton-felvidéki Nemzeti Parkban végzett felmérés által	
<i>Neumanné Virág Ildikó – Kántor Szilvia</i>	40
A Balaton régióba irányuló turisztikai áramlások elemzése térökonometriai panelmodellek segítségével	
<i>Sulyok Judit – Madarász Eszter</i>	53
Ki mit csinál a Balatonnál? – A turisztikai céllal érkezők által végzett tevékenységek vizsgálata	
<i>Neumanné Virág Ildikó – Varga-Dani Barbara</i>	67
A körforgásos gazdasági koncepció megvalósíthatósága a Balaton kiemelt térségben	
<i>Kovács Andrea – Kurucz Lajos</i>	85
Társadalmi-gazdasági különbségek a Balaton turisztikai régióban	

A kötet szerzői:

Feketéné Benkó Kata	Budapesti Gazdasági Egyetem
Kántor Szilvia	Pannon Egyetem
Kovács Andrea	Központi Statisztikai Hivatal
Kurucz Lajos	Központi Statisztikai Hivatal
Madarász Eszter	Pannon Egyetem
Máltesics Péter	Pécsi Tudományegyetem
Nemes Gusztáv	Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaságtudományi Intézete
Neumanné Virág Ildikó	Pannon Egyetem
Orbán Éva	Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaságtudományi Intézete
Remenyik Bulcsú	Budapesti Gazdasági Egyetem
Sulyok Judit	Pannon Egyetem
Szabó Lajos	Szent István Egyetem
Varga-Dani Barbara	Pannon Egyetem

ELŐSZÓ

Kedves Olvasó!

A Pannon Egyetemen működő Balatoni Turisztikai Kutatóintézet (BATUKI) évek óta novemberben tartja szakmai konferenciáját. A konferencián elhangzott előadások alapján összeállított tanulmánykötet idén második alkalommal jelenik meg, és a kötetben helyet kapott egy további, a körforgásos gazdasággal kapcsolatos írás is. Ezzel is szeretnénk hozzájárulni ahhoz, hogy a Balatonra fókuszáló, elsősorban turizmus-orientált kutatások eredményei minél szélesebb célcsoportok számára elérhetőek legyenek.

A kötetben helyet kapott a Káli-medencében zajlott Lo-Káli kutatás első eredményeit bemutató tanulmány. A természeti értékek, a szabadban töltött idő fontosságát alátámasztva, több írás is foglalkozik a Balatonfelvidéki Nemzeti Park nyújtotta turisztikai, rekreációs élményekkel. A térséget turisztikai céllal felkeresők utazás során végzett tevékenységeinek feltárása ugyancsak a fenntarthatóbb jövőkép definiálását támogatja. E mellett külön cikk ismerteti a körforgásos gazdaság elméletét és nyújt bepillantást annak alkalmazási lehetőségeibe a Balaton turizmusa kapcsán.

Tartalmas olvasást kívánunk!

Veszprém, 2020. november

A szerkesztők

NEMES GUSZTÁV¹ – ORBÁN ÉVA²
VIDÉKI DZSENTRIFIKÁCIÓ ÉS FALUSI TURIZMUS A
KÁLI-MEDENCÉBEN
– A LO-KÁLI KUTATÁS ELSŐ EREDMÉNYEI

¹KUTATÓI FŐMUNKATÁRS ²KUTATÁSI ASSZISZTENS

KÖZGAZDASÁG- ÉS REGIONÁLIS TUDOMÁNYI KUTATÓKÖZPONT KÖZGAZDASÁG-
TUDOMÁNYI INTÉZETE, BUDAPEST, MAGYARORSZÁG
& BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM, BUDAPEST, MAGYARORSZÁG

¹nemes23@gmail.com

²orbaneva95@gmail.com

Absztrakt

Cikkünk a vidéki dzsentrifikáció, a falusi turizmus és vidéki térségek szocio-kulturális változásainak témáját vizsgálja. Napjainkban a városrehabilitációban bevett gyakorlat és tudatos stratégia a leromlott városrészek „újrahasznosítása”, a kulturális örökségbe, a kultúrába, a gasztronómiába és a kereskedelembe való befektetésen keresztül. A vidéki területeken hasonló, ám heurisztikusabb, spontán folyamatok ismerhetők fel az elmúlt 10-20 évben. A vidéki turizmus gyorsan növekvő iparággá vált, amit erősítenek a különböző ökológiai és alternatív fogyasztói trendek, a kisléptékű és helyi termékek, valamint az ICT-n és a virtuális közösségi tereken keresztül elérhető folyamatos információáramlás. A vidéki turizmus célpontjai világszerte turisztikai márkává váltak - drága éttermek, pincészetek, panziók, nyaralók, emelkedő ingatlanárak, beköltözők, turisták és a közösségi médiában való megjelenésük jelzik a sikerüket. Ugyanakkor a fényes turisztikai valóságon túl gyakran égető problémákat találunk (elnéptelenedés, öregedés, munkahelyek hiánya, szolgáltatások, iskolák, tömegközlekedés, infrastruktúra stb.). Tanulmányunk egy folyamatban lévő, az NKFIH által támogatott interdiszciplináris kutatás (Lo-Káli kutatás¹) empirikus eredményeire épül.

Kulcsszavak: Falusi turizmus, vidéki dzsentrifikáció, Káli-medence, vidékfejlesztés, Lo-Káli, helyi élelmiszer, gasztro-turizmus

¹ Tanulmányunk a Mítosz és realitás, helyi élelmiszerrendszer a 'Magyar Provence'-ban - diskurzusok, termelők, vásárlók és társadalomgazdasági hatások, NKFIH által támogatott K- 129097 témaszámú kutatásnak köszönhetően valósult meg.

1. Gasztró-turizmus és helyi fejlesztés – a kutatás kontextusa

A helyi gazdaságfejlesztés sikertörténetei gyakran a fenntartható, vidéki, öko, alternatív turizmuson, a multifunkcionális mezőgazdaságon és az élményszolgáltatáson alapulnak (Pine – Gilmore 1999, Marsden – Sonino 2008, Renting et al. 2009, Durand – Van Huylenbroeck 2003, Madarász et al. 2009). A helyi kultúrában gyökerező, magas hozzáadott értékű termékek és a rövid élelmiszer-ellátási láncok (RÉL) fontos tényezőként jelennek meg a vidéki térségek kisvállalkozásainak fejlődésében (Kneafsey 2001, Ray 2001). A helyi termékek növelhetik a gazdaságok jövedelmét, előmozdíthatják a fenntartható gazdálkodást és hozzájárulhatnak a helyi gazdaság fellendüléséhez, újjáéledéséhez (JRC 2013², Hinrichs 2003). A helyi élelmiszer-rendszer (local food system – LFS) egy másik hasznos, széles körben használt fogalom a vidékfejlesztéssel foglalkozó szakirodalomban. A helyi élelmiszer-rendszer meghatározható úgy, mint az *„egy földrajzi térségben elhelyezkedő, azonos területi irányítás által lefedett agrár-élelmiszeripari vállalkozások”* összessége (Rastoin 2015). A kifejezés rámutat az LFS új elemére, amely túlmutat az ellátási láncok elméletein. A helyi/területi kormányzás az LFS egyik központi kérdése, amely városi és a vidéki térségek fejlesztésének kapcsolatát is figyelembe veszi (Donkers, 2013). A Leopold Center for Sustainable Agriculture (2006) megállapítása alapján ez a rendszer összefügg a társadalmi, kulturális, ökológiai és gazdasági sokféleséggel, fontos a terület életképessége és az ételmezés-ellátás szempontjából is.

A helyi élelmiszer-rendszerek a falusi turizmuson keresztül konkrét gazdasági előnyöket, fejlesztési lehetőségeket is hozhatnak egy adott földrajzi terület számára. A magas hozzáadott értékű helyi termékek, a helyi védjegyek, a fogyasztók területre vonzása multiplikátorhatásokat eredményeznek a helyi gazdaságban (JRC 2013, Pearson et al. 2011). A vonatkozó szakirodalom szerint a társadalmi hálózatok, az innováció, az együttműködés és a helyi erőforrások újraértelmezése kritikus fontosságúak az LFS-ek létrehozásának és fenntartásának folyamatában és általában a helyi fejlesztésben (Van der Ploeg et al. 2000, Lowe et al. 1995, Sanz Kanada – Muchnik 2011). A különböző fogyasztói tendenciák, a növekvő igény a helyi/ökológiai termékek iránt, a vidéki/ökoturizmus divatossá válása mind erősítik az LFS-ek létrehozásának előnyeit EU-s szinten is (Berti – Mulligan 2016). A hagyományos európai régiók (például Toszkána, Provence) olyan „jó gyakorlatok” (best practise), amelyek a hátrányos helyzetű vidéki térségek felfutásának folyamatát modellezhetik (Canoves et al. 2014, Randelli et al. 2014).

A fenntartható turizmust és benne a helyi élelmiszer szerepét tehát általában pozitívan értékeli a szakirodalom, ugyanakkor e tényezők lehetséges fejlesztéspolitikai szerepével kapcsolatban sok kétség, kritika is felmerül. Egyrészt a sikeres turisztikai desztinációk nagyon erősen beágyazottak a helyi kontextusba (Skinner 2011, Hummon 1992). Így az olyan „jó gyakorlatok”, mint Toszkána, vagy Provence nehezen adaptálhatóak, hiszen mélyen gyökereznek egy bizonyos partikuláristársadalmi-gazdasági környezetben (Meyer 1993). Másrészt a helyi élelmiszer-rendszer fogalom különféle, egymástól jelentősen eltérő értelmezésekre ad lehetőséget. Amikor az LFS-t a Slow Food, vagy a közösség által támogatott

² JRC: https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc_ar_2013.pdf

mezőgazdaság (community supported agriculture - CSA) mozgalmakban úgy értelmezik, mint „*helyi élelmiszer a helyi emberek számára*” akkor általában alacsony élelmiszer-kilométerekkel (food-miles), a környezetvédelemmel (Jones 2002), erős társadalmi hálózatokkal és a helyi közösség újjáéledésével társítják (Feenstra 1997). Ugyanakkor, a helyi gazdaságfejlesztés diskurzusában az LFS által előállított helyi élelmiszer tipikusan magas minőségű és árú termék, amit elsősorban jómódú városiak (turisták, nyaralótulajdonosok és beköltözők, fine-dining éttermek vendégei) fogyasztanak el. Ez a megközelítés egészen más jelentést hordoz, a termékeket vagy városokba szállítják, vagy nagyszámú turistát vonzanak a vidéki térségekbe, amit inkább így fogalmazhatnánk meg: „*helyi élelmiszer NEM helyi emberek számára*”. Ebben az esetben az LFS segítheti a helyi vállalkozásokat, a gazdaság- és vidékfejlesztést, de a Slow Food mozgalomban hangoztatott társadalmi és környezeti előnyöket (Guthman 2004) általában nehéz lenne itt megtalálni. Sőt, ez a típusú gazdasági fejlődés feszültségeket is hozhat: a fokozott helyi termelés, a turizmus és a látogató-nyomás társadalmi, gazdasági és környezeti romlást okozhat. A hagyományos helyi vállalkozásokig gyakran nem érnek el a multiplikátor hatások, a kívülről érkező befektetők sokszor jelentős pozíciókat szereznek a helyi hatalomban, végül az erőforrások és a profit nagyrésze is náluk köthet ki. Mindez konfliktusokat eredményezhet, és végső soron alááshatja a turizmus alapját jelentő természeti, társadalmi, kulturális értékeket is (Kastenholz et al. 2016, Holloway et al. 2007, Migliore et al. 2015, Sonnino et al. 2014, Maréchal 2016). Ennek ellenére a helyi/termelői élelmiszer népszerűsítésében központi szerepet játszanak a környezeti- és társadalmi felelősségvállalás címszavai, ami zavart és/vagy ellentmondást jelent a diskurzuson belül. Ezeket a szempontokat a helyi élelmiszerrendszerrel foglalkozó szakirodalom nem vizsgálja részletesen. Célunk, hogy a Lo-Káli kutatás a társadalmi, gazdasági, pszichológiai, környezeti, kulturális és politikai szempontokat figyelembe vevő komplex, holisztikus, multidiszciplináris megközelítés révén hozzájáruljon a problémák feltárásához.

2. A Lo-Káli Kutatás

A 2018 őszi kezdődött négyéves „*Lo-Káli³ - Mítosz és realitás, helyi élelmiszerrendszer a 'Magyar Provence'-ban - diskurzusok, termelők, vásárlók és társadalomgazdasági hatások*” című OTKA kutatás célja a fenti jelenségek komplex vizsgálata a Balaton-felvidékre, azon belül is a Káli-medencére⁴ fókuszálva. Ez a térség jelenleg a vidéki, öko, alternatív, fenntartható turizmus egyik legfontosabb hazai célpontja, ami lehetővé teszi számunkra az evolúciós megközelítést a jelenleg zajló folyamatok feltárására. A helyi gazdaság és társadalom az elmúlt 10-15 évben jelentős változásokon (a turizmus tömegesedése, egyre több nyaralótulajdonos és turisztikai vállalkozás megjelenése) ment keresztül, hasonlóan a Toscanában, vagy Franciaország déli részén megfigyelhető esetekhez (Czuppon et al. 2015). A fejlődés a vidéki turizmus, a helyi élelmiszerrendszer és a támogató politikák változó mintáiban és trendjeiben gyökerezik. Napjainkban számos magas színvonalú, magas hozzáadott értékű

³ A kutatás az NKFIH támogatásából valósul meg. Témaszám: K- 129097

⁴ A kutatás által a Káli-medence tájegységhez sorolt kilenc település: Köveskál, Kővágóörs, Szentbékáll, Mindszentkál, Salföld, Kékkút, Monoszló, Balatonhegye, Káptalanóti

kézműves terméket (sajt, bor, hús, méz, édességek, dzsemek, kenyér, stb.) előállító, kis léptékű családi vállalkozás képes megélni a területen a turisták magas számának, valamint a termelői piacoknak, az éttermeknek és a városokban működő kézműves termékeket áruló üzleteknek köszönhetően. A Káli-medence a helyi élelmiszer, bor, gasztronómia és fenntartható turizmus valódi 'brandjévé' vált, sokszor „Magyar Provence” -ként hivatkoznak rá. Ezzel párhuzamosan a Balaton-felvidék a sikeres vidékfejlesztés szinonimájává vált a hazai kontextusban; példaértékű eset más vidéki területek számára.

A kutatás során négy fő célt tűztünk ki magunk elé.

1. **Tudományos célkitűzésünk**, hogy hozzájáruljunk a helyi élelmiszerrendszerekről szóló diskurzusok jelenlegi ellentmondásainak megoldásához, meghatározva szerepüket a fogyasztók, a termelők és a vidéki területek társadalmi-gazdasági fejlődésében, jólétében.
2. **Módszertani célkitűzésünk** a kísérletezés a multidiszciplináris megközelítéssel, kvantitatív és kvalitatív módszerek alkalmazása a komplex társadalmi-gazdasági kérdések feltárására; konkrét mérőeszközök adaptálása a helyi élelmiszerrendszerek vizsgálatához.
3. **Oktatási célkitűzés** az egyetemi hallgatók bevonása a kutatás tervezésébe és végrehajtásába (foglalkoztatás, kutatótáborok, szakdolgozatok, TDK-k, PhD, kutatási eredmények felhasználása az oktatásban).
4. **Fejlesztési és szakpolitikai téren** szeretnénk hozzájárulni a helyi élelmiszerrendszer fejlesztéséhez a Balaton-felvidéken, a tudatosság, a társadalmi tanulás és az innováció növelése révén, a helyi márkaépítés és a stratégiai marketing támogatása; és a politikai döntéshozók tájékoztatása a lehetőségekről, a szűk keresztmetszetekről.

3. Módszertan, eddigi kutatási események, eredmények

A négyéves kutatási projektben 100.000 euró finanszírozás révén hét kutató (szociológus, közgazdász, pszichológus, etnográfus, rövid ellátási lánc és helyi gazdaságfejlesztési szakértő, marketingszakértő) interdiszciplináris módszertannal dolgozik együtt. Kérdőíveket, interjúkat készítünk, workshopokat, konferenciát rendezünk és érzékszervi vizsgálatokat is végzünk a részvételi elemzés mellett. Facebook oldalunkon és honlapunkon kommunikálunk⁵, de rövid filmeket, blogot is készítünk.

A kutatás során eddig (2019. novemberig, a cikk írásáig) összesen 37 interjút készítettünk a Káli-medence fontos szereplőivel, ilyenek a termelők, az étterem/vendéglátóhely tulajdonosok és a turisztikai vállalkozásokkal rendelkezők. Emellett interjúkat készítettünk polgármesterekkel, meghatározó kulturális szereplőkkel, művészekkel, filmrendezőkkal stb. Az interjúk mellett kérdőíves vizsgálatokat végzünk egyetemi hallgatók bevonásával. Eddig négy tereptáborot szerveztünk (2019. április, augusztus, november, december), amelyekben összesen kb. 60 hallgató vett részt.

⁵ <https://www.facebook.com/lokalikutatas/> és <https://lo-kali.hu/>

A kutatás során háromféle kérdőívtípust használunk.

- 59 db „Hosszú látogatói kérdőívet” vettünk fel Köveskálon, a szentbékállai kocsmánál, a kőtengernél, illetve a mindszentkálai Káli Kapocsban. A látogatókat a turisztikai tevékenységükről, a helyi termékekhez, borhoz, gasztronómiához való viszonyukról és arról kérdeztük, hogy ezek a tényezők mennyire befolyásolták őket úti céljuk kiválasztásában.
- „Rövid látogatói kérdőívet” kérdeztünk le összesen 191 látogatótól a vasárnaponként megrendezésre kerülő Káptalantóti Liliomkert piacon (2019. április, augusztus, december). A kb. 5 perc hosszúságú kérdőívben megpróbáltuk beazonosítani, kik használják a piacot, milyen motivációval, honnan érkeznek, és mennyi időre maradnak a környéken.
- A „Helyi termék, társadalomszerkezet, turizmus felmérés”-nek keresztelt kérdőívünkkel helyieket, Káli-medencében ingatlanal rendelkezőket kérdeztünk a településükhöz, a turizmushoz, a helyi termékekhez való viszonyukról. Ebből a típusú kérdőívből Köveskálon 118 db-ot, Kővágóörsön 88 db-ot, Szentbékállán 46 db-ot, Salföldön pedig 9 db-ot vettünk fel⁶. Az áprilisi és a novemberi kérdőívek felvétele (ekkor történt a kérdezések zöme) szezonon kívül, hétköznapiakon zajlott, emiatt a beférők, nyaralótulajdonosok egyelőre alulreprezentáltak a mintánkban.

Az eddigi kutatási eredményeink alapján a Káli-medencében három karakteresen különböző beköltözési hullámot (lásd lentebb) tudtunk elkülöníteni. Az egyes hullámokban érkezők között különböző konfliktusokat, szembenállásokat, különbségeket lehet felfedezni, ami abból adódik, hogy mindegyik csoportnak más és más jelenti a Káli-medence vonzerejét, és mind máshogy használják a teret.

4. Előzetes eredmények – Három beköltözési hullám

Az 1970-es évektől kezdve az 1980-as évek végéig a *’Művészek, közösség, vidéki idill’* hullámában filmesek, művészek, képzőművészek, színészek érkeztek a területre. Őket a Káli-medence mint nyugodt, békés, idilli környezet és a még élő falvak, parasztok vonzották, sokan állandó lakosokká váltak közülük. A Káli-medence térhasználói közül az első generációs beférők a vidéki életmód komplex megőrzésére törekedtek és integrálódni szerettek volna. Erőfeszítéseket tettek, hogy a helyi népesség ne vándoroljon el, viszont éppen az ő megjelenésük hatására drágultak az ingatlanárak, ami közvetett módon mégis gyorsította az elvándorlást. Mivel az idill megőrzésére törekedtek, művelték kertjeiket, állatokat tartottak, az épületeket megőrizték, ami némileg segített a Káli-medence hagyományos tájképének, környezetének fenntartásában. Sokan közülük idővel a területre is költöztek, így a népesség fenntartásához is hozzájárultak. Az első beférők⁷ új kultúrát, városi szempontokat hoztak a

⁶ Köveskálon a háztartások 64%-át, Szentbékállán a 40%-át, Kővágóörsön a 24%-át, Salföldön pedig a 23%-át tudtuk lekérdezni.

⁷ A Káli-medencében így nevezik a kívülről érkező ingatlanvásárlókat.

vidéki térségbe, de mivel határozott cél volt a helyi környezet fenntartása, megőrzése, a bebírók és az eredeti lakosság együttélése viszonylag konfliktusmentes volt. Mára a bebírók sok Káli-medencei faluban átvették a helyi intézmények irányítását, ők váltak a fő véleményvezéreké és gyakran a tősgyökeresekkel együtt próbálják megőrizni, védeni a helyi értékeket a csak a turisztikai fejlődést kihasználni akaró, kívülről érkező befektetőkkel szemben. A Köveskálra tervezett lakópark⁸ esetében a bebírók és a tősgyökeresek összefogását tapasztaltuk a lakópark építés, befektetői tőke benyomulása, a Káli-medence gyökeres megváltoztatása ellen.

A második, a '*Középosztály, nyugalom, nyaralás*'-nak keresztelt hullámban 1990 és 2010 között az időközben a művészek nyomán divatossá vált falvakban már inkább a jómódú városi középosztály tagjai (illetve külföldiek) vásároltak és újítottak fel ingatlanokat, jellemzően nem letelepedés, hanem nyaralás céljából. A nyaralótulajdonosok a vidéki idill másik típusát keresték, a paraszti idill helyett nyugalomra, szép környezetre, házra, csendre vágytak a Káli-medencében. A nyaralók vásárlása azonban az ingatlanárak emelkedéséhez vezetett és a természetes ütemhez képest jelentősen felgyorsította az eredeti lakosság elvándorlását. A nyaralók megjelenése bizonyos típusú értékeket kimondottan megőriz, hiszen hagyományos stílusban újítták fel házaikat, amitől a településképp sokat javul. Ugyanakkor a nyaralótulajdonosok számára a nyugodt nyaralás, pihenés a fontos és már nem a paraszti kultúra – kivágták a szőlőket, lebontották az ólakat, helyükre füvet, néhány gyümölcsfát ültettek. Sok mezőgazdasági típusú konfliktus jelentkezik a helyben élők és a nyaralótulajdonosok között, akiket zavarnak a hagyományos mezőgazdasági tevékenységek, a disznószag, a permetezés. Az önkormányzatok gyakran a nyaralótulajdonosok és a turizmus szempontjait védik, sok helyen megtiltották a falun belüli állattartást, korlátozzák a gazdálkodáshoz kapcsolódó tevékenységeket, egyre több a műveletlen terület, változik a tájkép, nő az erdősültség. Felgyorsul a falvak kiürülése, a turizmuson és a szezonon kívüli gazdasági aktivitás, alig vannak gyerekek, helyi közösségi esemény stb. Csak hétvégenként és nyaranta telnek meg a házak, a környék, szezonálisan új dinamikát és új problémákat is hozva a helyi életbe, hiszen az infrastruktúra (víz, szennyvíz, áram, internet, személyszállítás, stb.) terhelése hirtelen a holszezon többszörösére ugrik.

A harmadik, a 2010-es években kezdődő hullámot, a '*(Gasztró)turizmus*', illetve a nagyszámú turista és az őket idevonzó/kiszolgáló turisztikai vállalkozók megjelenése okozza. A harmadik típusú térhasználat, a turizmus (gasztró/alternatív) van a leggyengébb viszonyban/kötésben a Káli-medencével, de ez hozta a legnagyobb változást a nyolc falu életébe. A turistáknak a falvak már nem jelentenek életteret, mint az itt élők, vagy akár a nyaralótulajdonosok számára (időszakosan). A gasztroturizmusra erős időbeli és térbeli koncentráció, rövid periódusú tartózkodási idő, a kirándulóforgalom jellemző. Vonzerő tekintetében a nyugalom, a csend, a tájkép mellett nagyon hangsúlyosan jelenik meg a szolgáltatások, a vendéglátóhelyek vonzereje is. A turisták számára városi szolgáltatásokat, városi színvonalat, mielőtt hoznak létre nagyobb részben a szintén városból érkező vállalkozók. A turizmus sokszor csak 'elveszi' a helyből, ami neki tetszik, az értékek és erőforrások egyfajta 'lerablásáról' lehet beszélni. A turizmus mentén

⁸ Két különböző befektető tervezett Köveskálra összesen kb. 150-200 új ház építését feltételező, két apart-hotelt. A beruházás több száz állandóan cserélődő turistát hozott volna a 324 fős településre.

sokféle konfliktus kialakul a területen eredetileg élők, régóta ott élő bebírók és a turisták között. A bebírók egyrészt pozitívan vélekednek az éttermekről, viszont arról már nem, hogy sok embert vonzanak (rajtuk kívül). A tősgyökeresek alapvetően kiszorúlnak az éttermek használatából az árak és az eltérő kulturális beállítottságuk miatt.

5. A térhasználat különbségei és a kapcsolódó konfliktusok a Káli-medencében

A különböző térhasználatokat (lakás/nyaraló/kirándulóturizmus) folytató csoportok eltérő viselkedésűek, más célokkal, motivációkkal rendelkeznek a hellyel kapcsolatban. A Káli-medence iránti fokozott érdeklődés, a lakóházak, nyaralók vásárlása magas ingatlanárakat eredményez, aminek hatására az elköltözni vágyó helyiek könnyebben tudnak a tapolcai, veszprémi lakótelepeken, esetleg távolabbi nagyvárosokban számukra megfelelő ingatlanhoz jutni. A Káli-medencében maradni vágyó helyieknek viszont ugyanez a folyamat nem előnyös, hiszen a magas árak miatt nem tudnak lakóházhoz jutni. Ennek következtében az őslakosok leszármazottai, éppen a fiatal réteg kényszerül elhagyni a települést. További különbség az éttermek kapcsán merül fel. Az éttermek nyitása mindenképpen új munkahelyek létrehozásával jár, azonban a három általunk megkérdezett köveskáli vendéglátóhelyen csak elvétve dolgoznak helybeliek. Az őslakosok számára további elérhető munka a nyaralótulajdonosok házainak takarítása, fűnyírás, kertészkedés a kertjükben, amitől egyfajta szervilis viszony alakul ki. Az éttermek, vendéglátóhelyek a turisták, városiak pénztárcájához mért árakkal dolgoznak, aminek következtében a tősgyökeresek közül csak kevesen használják őket. Az alábbi ábra⁹ bemutatja, hogy az általunk kérdezett őslakosok 36,6%-a, a bebíróknak pedig a 72,3%-a használja a Káli-medence éttermeit, vendéglátóhelyeit. Ehhez az árak, és az eltérő szokások, kultúra mellett hozzájárul az is, hogy az ételkínálat nem feltétlenül a helyiek ízlésének megfelelő.



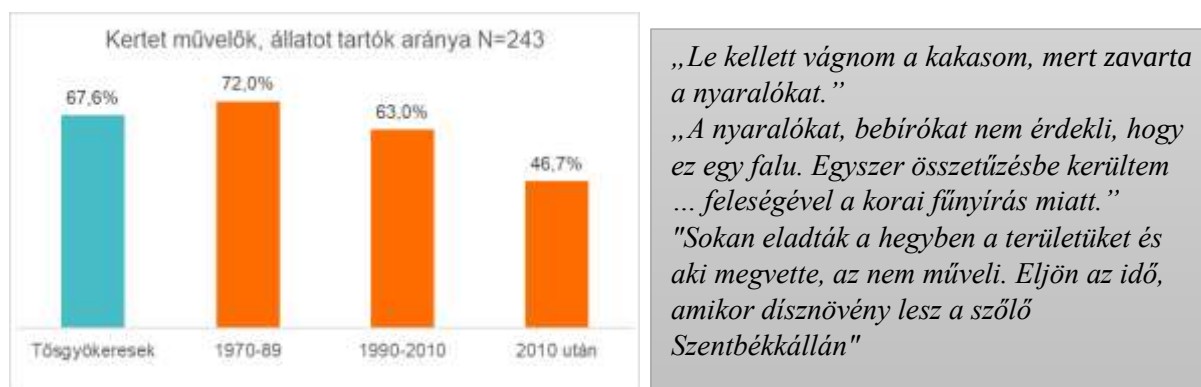
1. ábra: Éttermekbe, vendéglátóhelyekre járók. Forrás: Lo-Káli kutatás

A Káli-medencében megfigyelhető konfliktusok másik típusa a nyaralótulajdonosok és a helyben lakók között figyelhető meg. Nagyon sok Káli-medencei ingatlanban nem laknak, csak kiadják és/vagy nyaralónak használják azokat. Az általunk felmért bebírók 62,5%-a él

⁹ A módszertannál említett 261 db felvett kérdőívből erre a kérdésre 243 fő adott választ.

állandóan, életvitelszerűen a Káli-medencében. Akik nem élnek életvitelszerűen a településen, ők majdnem minden hétvégén, szezonban hétvégénként használják nyaralójukat, de vannak olyanok is, akik márciustól október végéig leköltöznek a Káli-medencébe. Az őslakosok és bebírók egy része folytat mezőgazdasági termelést, művelik a szőlőt, a kertjüket, tartanak állatot. A tősgyökeresek 67,6%-a, míg a bebírók összesen 60,4%-a végez ilyen tevékenységeket. Jól látszik, ahogy a dzsentifikációs hullámokban érkezők körében egyre inkább csökken az arány.

A mezőgazdasági termelés egyrészt hozzájárul a természeti értékek, a tájkép fenntartásához, másrészt éppen a turizmus és a helyi élelmiszerrendszer működése következtében fontos eleme a helyi gazdaságnak is. Ugyanakkor a nyaralók által elképzelt idilli vidékképet, nyugodt pihenést, nyaralást zavarja a mezőgazdaság. A disznó, a trágyadomb bűdös és csúnya, a permetezés és más gépi munkák hangosak és környezetszennyezők, stb. Időnként még az éttermeket üzemeltető vállalkozókat is zavarja a mezőgazdaság, pedig ők ironikus módon a sokszor a helyi termék hívószóval reklámozzák éttermüket.



2. ábra: Kertet művelők, állatot tartók aránya. Forrás: Lo-Káli kutatás

A konfliktusok következő szintje is a helyben élők és az újonnan, az üzleti befektetés reményében érkező bevállalkozók között figyelhető meg. A régi, helyivé vált bebírók és az eredeti lakosság is félti a saját élet- és lakókörnyezetét, a régebb óta vállalkozással rendelkezők pedig az üzletüket is a turizmus túlzott felpörgésétől. A még több szállás, étterem, szolgáltatás, vállalkozás megjelenése még több embert vonzana a Káli-medencébe, aminek hatására megváltozna a település egész társadalmi, gazdasági és környezeti kontextusa. Elveszne az a nyugalom, csend, vidéki idill és elzártság, amiért nem csak a bebírók, de a turisták is szeretik a Káli-medencét. Ezt a konfliktust jól mutatja a két különböző befektető által Köveskálon összesen kb. 100-150 új ház építését feltételező, két apart-hotel terve. A beruházás több száz állandóan cserélődő turistát hozott volna a 324 fős településre. A helyben élők (bebírók, tősgyökeresek) a befektetés ellen együtt álltak ki, hiszen álláspontjuk szerint a település érdekeit figyelmen kívül hagyja.

A 2010 után megnövekedett turizmus sok problémát, feszültséget okoz a településeken élők és a településüzemeltetés szempontjából is. A települések számára jelentős probléma az infrastruktúra kezelése. Hétfégenként és főként szezonokban sok bicikliző jelenik meg a településeken és a települések között. A kijelölt bicikliutak sincsenek kiépítve ugyanakkor jelentős az autós forgalom a turizmus, illetve a kamionok miatt. Sokak szerint életveszélyes

ilyenkor kerékpárral közlekedni a Káli-medencében. A falufejlesztés, a közlekedési infrastruktúra ugyanakkor nem követte a forgalom növekedését. Köveskál főutcáján például nincsen járda, hiányoznak a gyalogátkelő helyek. Mindez régen nem volt probléma, kis forgalmú utak voltak a fő utcák is, de mára a nyári forgalom nehezen viselhető méreteket öltött. Sokszor lehetetlen átmenni az úton, nehéz gyalogosan közlekedni, illetve az autóforgalom a házak tözsomszédságában, közvetlenül az ablakok alatt zajlik. Nincsenek parkolóhelyek a látogatók számára, így kénytelenek a lakosok házaik elé állni, ami sokszor zavarja őket. Sok lakót zavar a turisták viselkedése is: vannak, akik gátlástalanul behatolnak a helyiek privát szférájába, a kerítésre felmászva benéznek, befényképeznek az udvarokba.

6. Konklúzió, további kutatási kérdések

Az elmúlt 50 évben a Káli-medence jelentős társadalmi-gazdasági változásokon ment keresztül. A települések gazdasági értelemben felértékelődtek, hiszen rengeteg szolgáltatás, 'fine dining' éttermek, a magyar vidéken (falvakban) talán egyedülálló romkocsmák jelentek meg. Emellett az ingatlanárak is jelentősen emelkedtek. A társadalmi változásokat tekintve az eredeti lakosság helyére városi felső és középosztálybeli csoportok, értelmiségiek érkeztek. Ezzel együtt ki is ürültek a települések, hiszen a kívülről érkezők nagyobb része valójában nem költözött oda, csak nyaralónak használják a szépen felújított, kényelmes házaikat. A települések a sok nyaraló következtében megszépültek, modernizálódtak, viszont megőrizték hagyományos utca/faluképüket.

Ugyanakkor nagyon törékeny az egyensúly a Káli-medence teljes megváltozását eredményező nagyfokú, tömegturizmus, és a mostani, a többség által még elviselhetőnek, fenntarthatónak ítélt állapot között. A Káli-medence rengeteg turistát és még több szolgáltatást vonz, nagy a veszélye annak, hogy elveszik az, amiért igazán szeretik nem csak a turisták, a nyaralók, hanem a bebírók és a tősgyökeresek is: a nyugalom, a tájkép, a közösségi, kulturális értékek. Milyen hatása van ennek a folyamatnak a Káli-medence társadalmára, jövőjére, kultúrájára? Mennyire 'rombolja' szét a falvak kiüresedése, a turizmus fokozódása? A Lo-Káli kutatás célja választ kapni ezekre a kérdésekre és az is, hogy segítsünk megőrizni a Káli-medence értékeit, a 'hely szellemét', megtalálni azokat az utakat, amelyeken járva a táj és a benne élő emberek a haszonélvezői és nem az áldozataik lesznek a változásnak.

Szakirodalom

- Berti, G. – Mulligan, C. (2016): Competitiveness of Small Farms and Innovative Food Supply Chains: The Role of Food Hubs in Creating Sustainable Regional and Local Food Systems. *Sustainability*, 8(7), 1–31.
- Cànoves, V. G. – Priestly, G. K. (2014): The evolution of rural tourism in Tuscany. *Journal of Hospitality and Tourism*, 1(2), 375–389.
- Csizmadiáné, Cz. V. – Sáriné, Cs. E. – Molnár, T. (2015): Potentials of local economic development in aspect of tourism deturope. *Central European journal of tourism and regional development*. 7(2). 175–187.

- Donkers, J. (2013): Governance for Local and Regional Food Systems. *Journal of Rural and Community Development*, 8(1), 178–208.
- Feenstra, G. (1997): Local food systems and sustainable communities. *American journal of alternative agriculture*. 12(1). 28–36.
- Guthman, J. (2004): *Agrarian Dreams: the Paradox of Organic Farming in California*. Berkeley University of California Press.
- Hinrichs, C. (2003): The practice and politics of food system localization. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 33–46.
- Holloway, L. – Kneafsey, M. – Venn, L. – Cox, R. – Dowler, E. – Tuomainen, H. (2007): Possible Food Economies: a Methodological Framework for Exploring Food Production–Consumption Relationships. *Sociologia Ruralis*, 47(1). 1–19.
- Hummon, D. M. (1992): Community attachment. Local sentiment and sense of place. In I. Altman, & S. M. Low (Eds.) *Place attachment* (253–278). New York: Plenum Press.
- Jointed Research Centre (2013). Annual Report. ISBN: 978-92-79-34815-0
https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc_ar_2013.pdf
- Jones, A. (2002): An Environmental Assessment of Food Supply Chains: A Case Study on Dessert Apples. *Environmental Management*. 30(4). 560–576.
- Kastenholz, E. – Figueiredo, E. – Carneiro, M. J. (2016): Meeting Challenges For Rural Tourism Through Co-Creation Of Sustainable Tourism. *Rural Tourism*. 1 - 21.
- Leopold Center for Sustainable Agriculture (2006): *Developing a Vibrant and Sustainable Regional Food System, Suggestions for Community-Based Groups, Regional Food Systems*. Iowa: Working Group (RFSWG) Subcommittee. Governance for Local and Regional Food Systems.
- Lowe, P. – Murdoch, J. – Ward, N. (1995): Network in rural development: beyond endogenous and exogenous approaches in: Van der Ploeg, J. D. and van Dijk, G. (Eds.) *Beyond modernization: the impact of endogenous rural development*, Assen, The Netherlands: Van Gorcum
- Madarász, E. – Mayer, P. – Priszinger, K. (2009): Product integration in health and wellness tourism. In Marak, J., Wyrzykowski, J. (eds.), *Tourism Role in Regional Economy*. 2. 99–108.
- Marechal, G. (2016): Des circuits courts... aux systèmes alimentaires territorialisés. HAL Conference: Conférence inaugurale du premier forum Brésil-France des circuits courts Une présentation des expériences françaises de circuits courts, et les nouvelles voies de développement territorial par les systèmes alimentaires territorialisés Avec des exemples de producteurs et de consommateurs en France.
- Marsden, T. – Sonnino, R. (2008): Rural development and the regional state: Denying multifunctional agriculture in the UK. *Journal of Rural Studies*, 24(4), 422–431.

- Meyer, P. B. (1993): Comparative Studies in Local Economic Development. Problems in Policy Implementation. *Greenwood Press*.
- Migliore, G. – Schifania, G. – Cembalo, L. (2015): Opening the black box of food quality in the short supply chain: Effects of conventions of quality on consumer choice. *Food Quality and Preference* 39. 141–146.
- Kneafsey, M. (2001): Rural cultural economy: Tourism and Social Relations. *Annals of Tourism Research*. 28. 762–783.
- Pine, B.J. – Gilmore, J.H. (1999): The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Randelli, F. – Romei, P. – Tortora, M. (2014): An evolutionary approach to the study of rural tourism: The case of Tuscany. *Land Use Policy*, 38, 276–281.
- Rastoin, J.M. (2015): Editorial, Les systèmes alimentaires territorialisés: considérations théoriques et justifications empiriques. *Économies et Sociétés*, 49(11).
- Ray, C. (2001): Culture Economies – A perspective on local rural development in Europe, *CRE Press*, University of Newcastle upon Tyne.
- Renting, H. – Rossing, W. A. H. – Groot, J. C. J. – Van der Ploeg, J. D. – Laurent, C., Perraud, D. – Stobbelaar, D.J. - Van Ittersum, M. K. (2009): Exploring multifunctional agriculture. A review of conceptual approaches and prospects for an integrative transitional framework. *Journal of Environmental Management*, 90(2). <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2008.11.014>
- Sanz Cañada, J. – Muchnik, J. (2011): Ancrage et identité territoriale des systèmes agroalimentaires localisés-Introduction au dossier. *Économie Rurale*, 322(4), 4–10.
- Skinner, H. (2011): In search of the genius LOCI: The essence of a place brand. *The Marketing Review*, 11(3), 281–292.
- Sonnino, R. – Moragues-Faus, A. – Maggido, A. (2014): Sustainable Food Security: An Emerging Research and Policy Agenda. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*. 21 (1), 99. 173–188.
- Van der Ploeg, J. D. – Renting, H. – Brunori, G. – Knickel, K. – Marsden, T. – de Roest, C. Ventura, F. (2000): Rural development: From practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 391–408.
- Van Huylenbroeck, G. – Durand, G. (2003): Multifunctionality and rural development: a general framework In: Van Huylenbroeck, G., Durand, G. (Eds) Multifunctional Agriculture: a new paradigm for European agriculture and rural development. Aldershot; Burlington. 1–16.

MÁLTESICS PÉTER

LÁTOGATÓI ELÉGEDETTSÉG MÉRÉSE A BAKONY-BALATON GEOPARK TANÖSVÉNYEIN

PhD hallgató, II. évfolyam

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM – TERMÉSZETTUDOMÁNYI KAR

petermaltesics91@gmail.com

Absztrakt

A Bakony-Balaton Geopark területi szerveződése alatt számos turisztikai termék és újszerű trend találja meg a helyét a piacon. Korunk egyik újító jellegű terméktípusa az öko- illetve a geológiai turizmus fajtája, mely e sokszínű terület földtani formációit hívatott a nagyközönség előtt feltárni, azt közérthető és élményszerű formában bemutatni. E jelentős földtudományi érték rekreációs célt szolgáló megismertetése, oktatási célú interpretációja és környezetvédelmi funkciója nyomán születik meg a harmónia a természet és az ember között. Ennek nyomán a geopark feladata e stratégia mind szélesebb körű kiépítése és fenntartása a jelenlegi és a jövőbeli generációk számára. Kutatásom legfőképpen arra összpontosul, hogy a látogatóközönség véleményét, visszaigazolását - bizonyos szempontok alapján - egy-egy tanösvény és helyszín minőségi megítélése kapcsán kiértékeljem. A látogatói elégedettség mérése így egy újfajta alapot adhat a tanösvények és földtörténeti jelentőséggel bíró helyszínek turizmusfejlesztési stratégiáit szolgálva.

Kulcsszavak: Bakony-Balaton Geopark, geoturizmus, tanösvény, látogatói elégedettség

1. Bevezetés

A Balaton-felvidéki Nemzeti Park területén a szelíd, illetve a bakancsos turizmus számtalan lehetőséget kínál a kikapcsolódásra, ahol megjelenik mind a természeti, mind pedig a társadalmi értékek választéka. A Bakony-Balaton Geopark Csoport 2012-ben történő megalakulásával a földrajzi szemléletű természeti értékvédelem, a terület rekreációs hatással bíró tulajdonsága és a környezetvédelem-központú oktatás egyfajta újítással bírt az ökoturizmus körében¹. A geoturizmus, mint az ökoturizmus élettelen földrajzi formakincseit feltáró újszerű turisztikai típusa egyre inkább beépülni látszik nemcsak a tudományos, de az általános köztudatba is (Szepesi et al. 2018). Newsome és Dowling szerint a geoturizmus a természeti turizmusnak azon fajtája, amely egy adott terület geológiájára és tájképi változatosságára helyezi a hangsúlyt. A turizmus népszerűsítése tehát a geosite-ok védelmén és a geodiverzitás

¹ Bakony-Balaton Geopark hivatalos weboldala; <http://www.geopark.hu/home/bakony-balaton-geopark/bevezetes>

megőrzésén túl a földtudományok megértésén, elfogadásán, elsajátításán keresztül valósul meg (Pál, M. – Albert, G. 2018). A földtudományos értékek személyes megismeréséhez különböző geo-tanösvények és kilátóhelyek, szakvezetett túrák és egyéb oktatási tevékenységek, illetve látogatóközpontok kiállításai járulnak hozzá (Newsome – Dowling 2010). Ennek egyik hazai mintapéldája az említett geopark, aminek teljes területe 3244 km² (1. ábra), szemben a Balaton-felvidéki Nemzeti Park 570 km² terjedelmű (2. ábra) területével (BBGp Application 2012).

Fontos hangsúlyozni, hogy jogi alapokon a geopark csoport továbbra is a nemzeti park igazgatósága alatt működik, nem pedig különálló szervezatként. A tanösvények és túraútvonalak látogatása a természetben történő aktív testmozgás egyre emelkedő népszerűségéből fakad (Csapó, 2016), de természetesen felmerülhet az olvasói kérdés, hogy a természetjárás hogyan függ össze, egyáltalán hogyan viszonyul a természetjárás fogalmához. Hogyan ítélik meg vajon a látogatók a természetjárás minőségét, és vajon melyek azok a pozitív és negatív hatások, amelyek befolyásolják a látogatói viselkedést?



1. ábra: Geopark 3244 km² kiterjedés
<http://www.geopark.hu/home/bakony-balaton-geopark/bevezetes>



2. ábra: Nemzeti Park 570,19 km² kiterjedés
https://www.bfnp.hu/uploads/static_page/

Jelen tanulmányban a látogatói attitűd mérésének fontosságát kívánom hangsúlyozni bizonyos tanösvények esetében, ami véleményem szerint kiemelt jelentőséggel bír a fenntartható és felelősségteljes turizmusra való oktatás tekintetében. Mivel pedig a turizmus mind az egyéni, mind pedig a kollektív kiteljesedés eszközeként tekinthető, ezért a Turizmus Globális Etikai Kódexének 2. cikkelye és 4. – 5. § szerint „a vallási, egészségügyi, tanulási és kulturális vagy nyelvtanulási célú utazás különösen jótékony formája a turizmusnak, amelyet ösztönözni kell, mellette pedig ugyancsak ösztönözni kell a turizmus értékéről, a turizmus pozitív gazdasági,

társadalmi és kulturális hatásairól és kockázatairól szóló tantárgyak felvételét a tantervbe².” (UNWTO, 2002)

A vendégelégedettség felmérésében végzett feldolgozottság mértéke igen csekély³, ennek oka pedig lehet a geológiai jelentőséggel rendelkező helyek ismeretének hiánya, illetve a szervezet szerepköréről és munkájáról alkotott nem teljes körű, esetleg téves megítélése. Látogatói érdeklődés és a kiértékelésbe beleépített releváns utazói attitűdfelméréshez kapcsolt adatok híján a geoturizmus és a geosite-ok fejlesztése nem lenne hatékony. A látogatók preferenciáira és motivációira összpontosítva észlelhető a jelentősebb földrajzi értékkel bíró helyek meglátogatása a tanösvény mentén (Štrba et. al 2018), ami jelentősen meghatározza ismertségüket, népszerűsítésükkel pedig későbbi látogatóforgalom generálódik.

2. Eszközök és módszerek

Primer kutatásom módszere elsősorban mélyinterjúk készítésén (Pádárné 2019, Korbély 2014), illetve személyes terepmunkán alapszik, ami a látogatók és vendégek kérdőíves felmérését, annak kiértékelését, illetve a tanösvényen található földrajzi pontok helymeghatározó GPS készülékkel való digitális adatrögzítését foglalja magában. Szekunder kutatásom a szakirodalmi történetkutatáson, térképes, illetve egyéb adatbázisok tanulmányozásán alapszik (KSH 2019, BFNPI 2018, Erfurt – Cooper et. al 2010, Erfurt 2014, Dowling et. al 2018).

A nemzeti park és a geopark webmarketing szerepe igen jelentős, ugyanis a geopark rendelkezik saját webhellyel, Facebook oldallal, illetve van a RajonGeo levelező listája, ahol rá tud erősíteni az online-felületű reklámtevékenységre (a későbbiekben látni fogjuk majd, hogy ez a szempont ott lesz igazán jelentős, ahol a tanösvény kevésbé frekvenciált területen helyezkedik el). Ezen kívül a nemzeti park hivatalos honlapján (Internet_2³) is számos információ található a szervezett eseményekről és az útvonalakról.

A felmérésben jelen lévő módszertan kijelöléséhez egy strukturált kérdőív van segítségemre, amivel az érintett három tanösvény látogatói megítélését tűztem ki célul. Ez a mérési eszköz több lépésben kérdezi meg a látogatót a szabadtéri viselkedési szokások és látogatói megfigyelések mintázatáról, ugyanis a kérdőív elején a megkérdezettek egy háromfokozatú fontossági sorrend alapján értékkategóriákat rangsoroltak. Ezt követően az attitűdmérés egy négyfokozatú Likert-skálán keresztül valósult meg, ahol kiváló – jó – rossz – nagyon rossz

² Turisztikai Világszervezet (UNWTO) 2002: www.mth.gov.hu

³ Bakony-Balaton Geopark hivatalos weboldala; <http://www.geopark.hu/home/bakony-balaton-geopark/bevezetes>

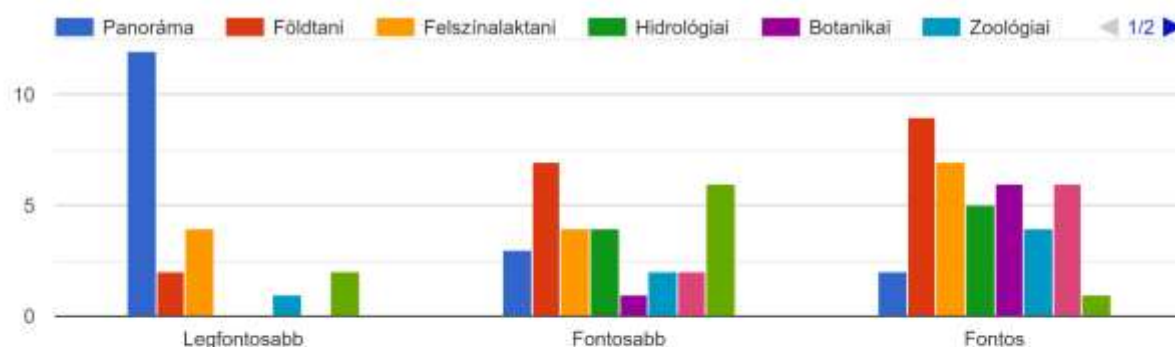
⁴ Balaton-felvidéki Nemzeti Park hivatalos weboldala <https://www.bfnp.hu/hu/latogatohelyek-turak>

értékelést lehetett adni a tanösvények és az infrastruktúra állapotára, minőségére vonatkozóan (Internet_3⁴).

3. Eredmények

A mintavételt egy előzetes, ún. pilot-rendszerben történő előzménykutatással vezettem be, amiben a rendszeres egyetemi tavaszi terepgyakorlat alkalmával 24 fő hallgató és oktató összesített véleménye került feldolgozásra. Ez a kiscsoportos mintavétel a tihanyi Lóczy tanösvényen történt, ahol az értékpreferenciák látogatói értékelése nyomán elsőként a panorámaértéket, ezt követően a földtani értéket, majd a felszínalaktani értéket, végül pedig a helyszín kulturális-történelmi értékét tartották a kirándulók a legfontosabbnak (3. ábra). Az eredmények szűrését követően a vizsgálati csoportok alapján további kérdésekkel bővítettem ki az online és papír alapú kérdőívet – úgy, mint külső megjelenés megítélése, tisztaság véleményezése, vagy éppen a tanösvényekről, attrakciókról való értesültség forrása. Ezt követően sor került egy egyszemélyes, terepi, online-felületű és papíralapú kérdőíves felmérésre, ami a tanösvényen kiránduló látogatók véleményének kiértékelésével történt.

A felsorolt értéktípusok közül mely az a három érték, melyek leginkább felkeltették az Ön érdeklődését? Kérem, rangsorolja az első legfontosabb három értéket!



3. ábra: Értékpreferencia hallgatók körében

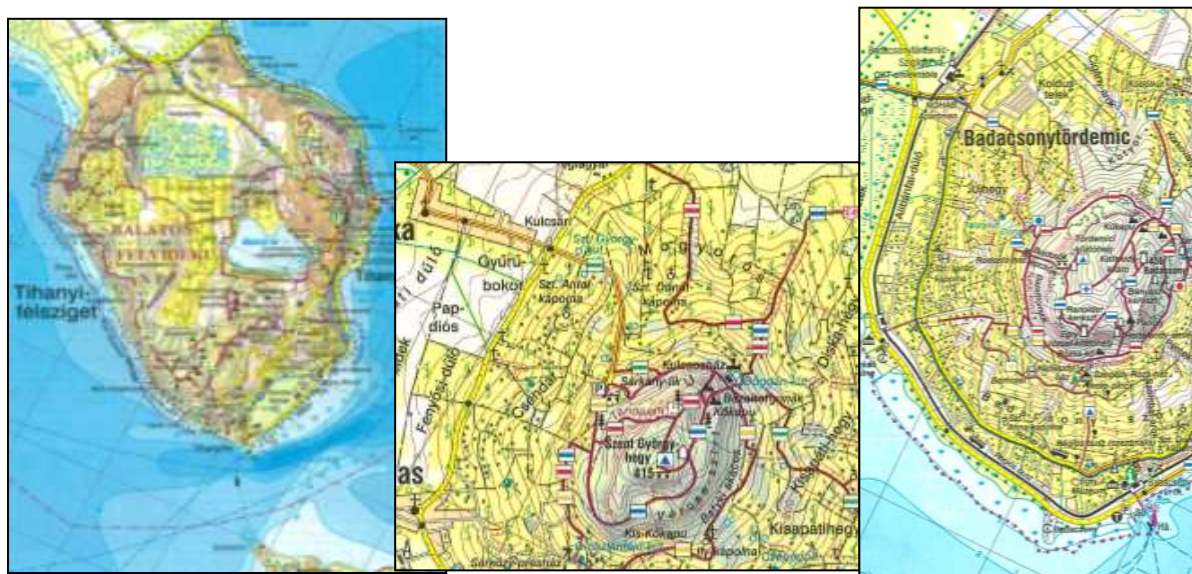
Forrás: saját szerkesztés (2019.05)

A mintavétel három különböző tanösvényen történt meg – a Badacsonyi tanösvényen – a Szent György-hegyi tanösvényen – és a tihanyi Lóczy Lajos tanösvényen (Futó, 2013), e mellett pedig

⁵ A LIKERT-SKÁLA FOGALMA ÉS 3 FAJTA MÓDSZER AZ ELEMZÉSÉRE

<https://spssabc.hu/kutatasmodszertan/likert-skala-fogalma-elemzese/>

a munka két különböző időszakban, de nem eltérő évszakos és időjárási körülmények között valósult meg (július, illetve szeptember elején). Ha a földrajzi paramétereit nézzük ezen útvonalaknak, a Tihanyi-félsziget közel 13 km hosszú lineáris tanösvénnyel, míg a Badacsony, illetve a Szent György-hegy csupán 4–4 km hosszú (4. ábra), cirkuláris útvonalvezetéssel rendelkezik (Berki et. al 2014). A minta számértékben mérhető nagysága $\Sigma=177$ fő volt, amiből a Lóczy tanösvényen 50 fő, a Szent György-hegyi tanösvényen úgyszintén 50 fő, míg a Badacsonyi tanösvényen pedig 78 fő került megkérdezésre.

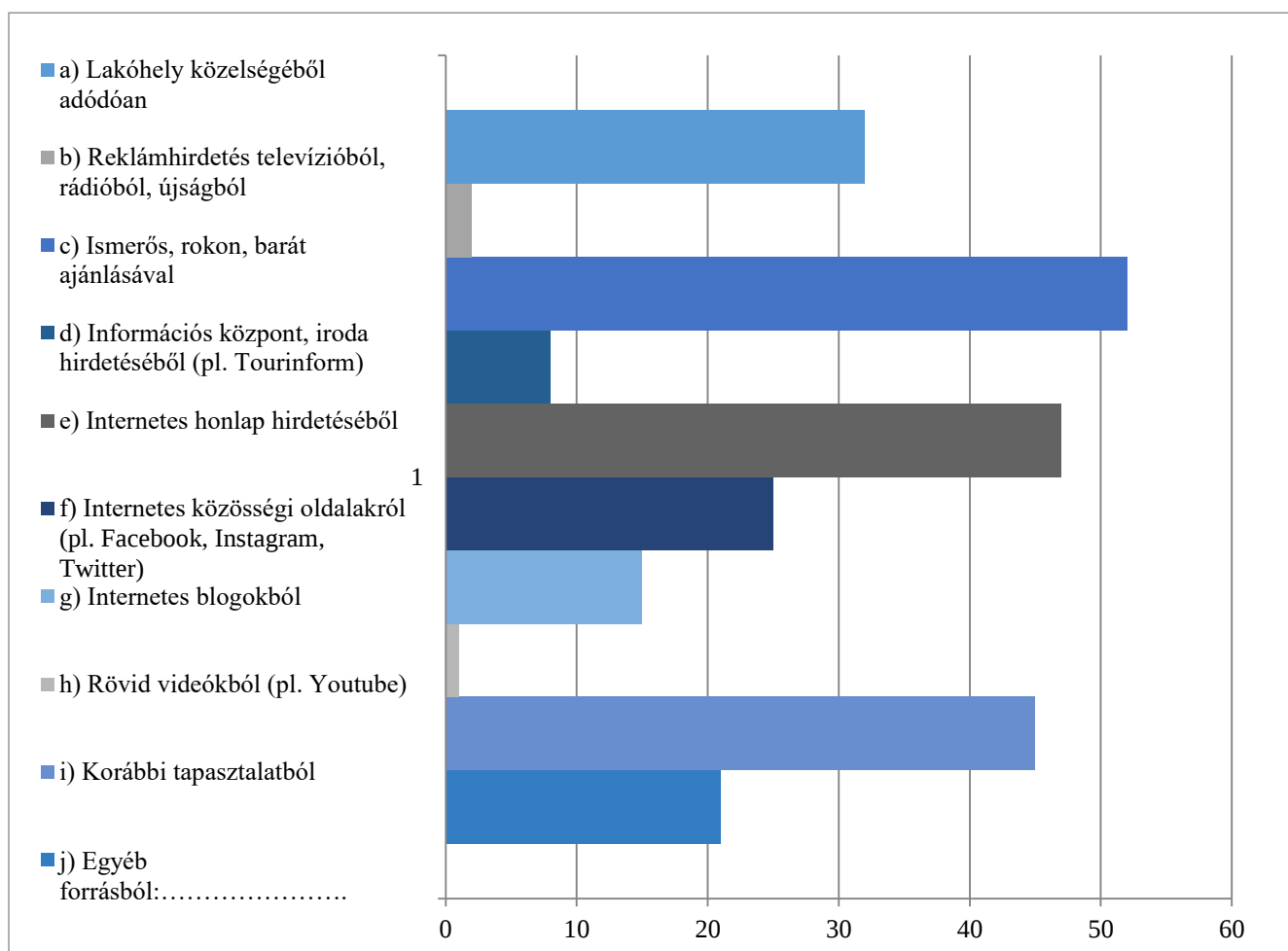


4. ábra: Vizsgált tanösvények a geopark területén

A tanösvényről és a célterületről való információszerzés mindhárom tanösvény összesítésében a következő képet mutatta: elsődlegesen ismerős, rokon, barát ajánlásából fakadóan látogattak el a területre, másodlagosan netes felületekről szerzett információk alapján, a harmadik legnépszerűbb ok a saját korábbi tapasztalat volt, a negyedik lehetőségként a lakóhely közelségéből adódó szabadidős tevékenységet, míg ötödik válaszadási opcióként az internetes közösségi oldalak promóciós szerepe volt a legnépszerűbb. Az egyéb médiatermékek (például reklámhirdetések, illetve információs központ) a felmérés szerint kisebb szerepet játszottak a tanösvények népszerűsítésében (5. ábra).

A látogatók értékpreferenciái szignifikánsan eltérő értékeket mutatnak (5. ábra) így nem értéksemleges a különböző csoportok válaszadása. Ha statisztikai nagyító alatt akarjuk mindezt megvizsgálni, akkor a válaszadások egyenlő súlyozásával számolva kaptam meg azt a mutatót, ami segítségével az egyes területi értékek között szignifikáns különbség mutatható ki. Az érték kategóriák és fontossági sorrendek, illetve az összes mintavételi darabszám hányadosából számoltam függetlenségi mutatókat, gyakorisági eloszlásmutatókat, majd azokból gyakorisági különbségeket kaptam.

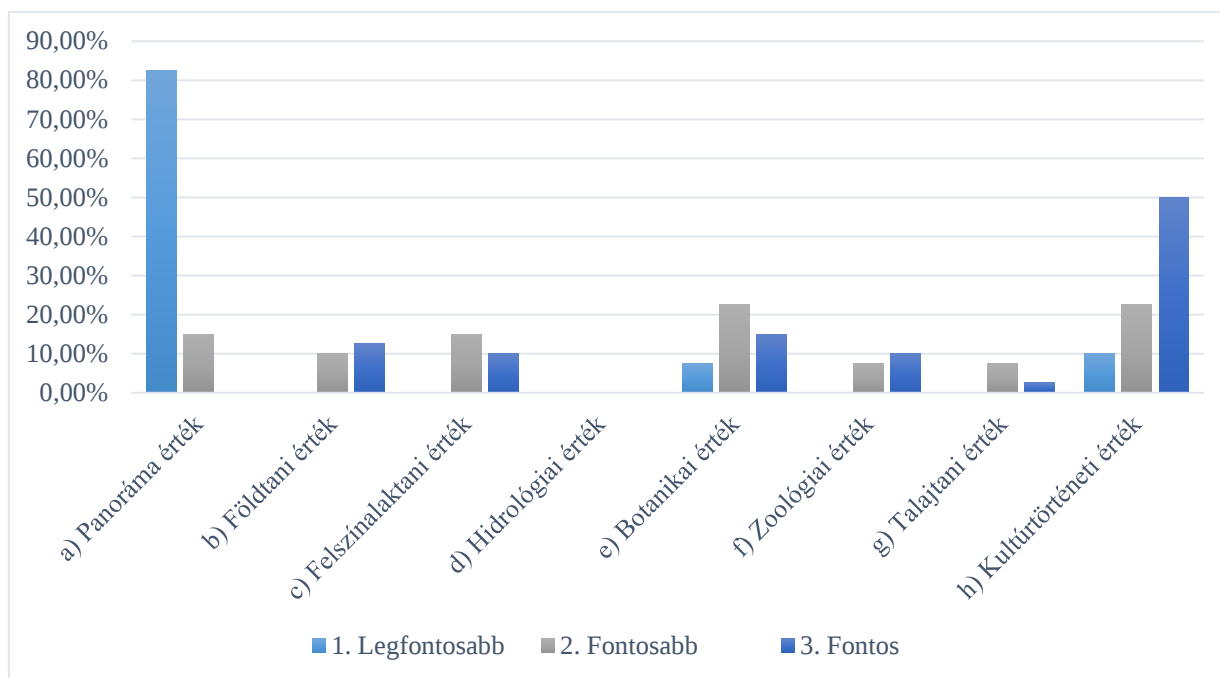
Ehhez az ún. Cramer mutatót vettem segítségül, mely megmutatja, hogy az egyes területi statisztikai értékek között szignifikáns különbség mutatható ki. (Závoti, 2010).



5. ábra: Információszerzés forrása a tanösvényekről

$$C = \frac{T}{T_{\max}} = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(s-1)}}$$

A kimagasló panorámaértékek mellett mit mutat még a területi összehasonlítás? A 6. ábra szerint a földtani és felszínalaktani érték nagyobb részben érvényesül a Szent György-hegyen és a Badacsonyan, mint a Lóczy tanösvényen. Ezzel szemben viszont a kultúrtörténeti és a botanikai érték nagyobb arányban jelenik meg a Tihanyi-félszigeten. Az állattani- és talajtani értékek egyik vizsgált területen sem bírnak számottevő jelentőséggel – míg a vízrajzi érték a félszigeten például meg sem jelenik a látogatói preferencia szempontjából.

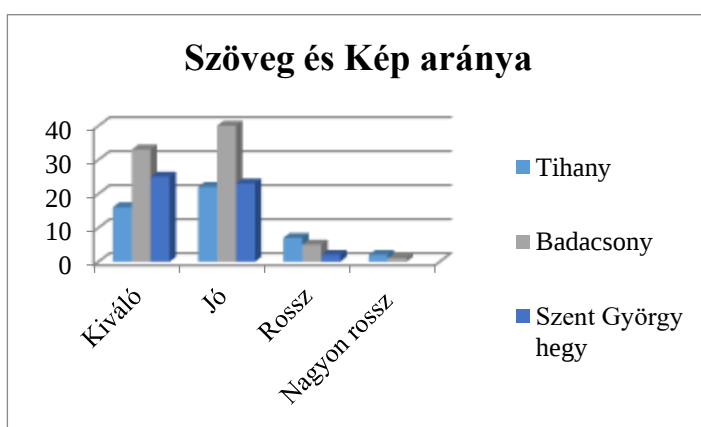
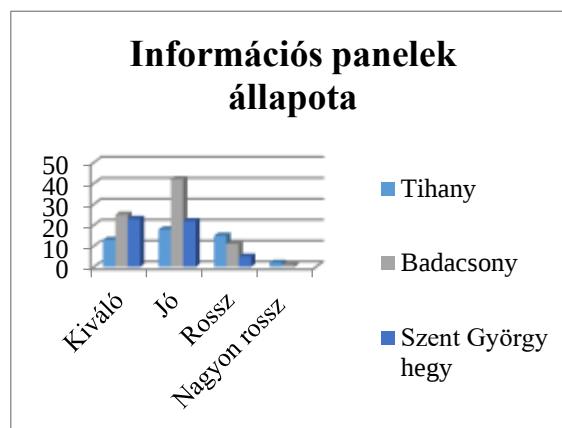
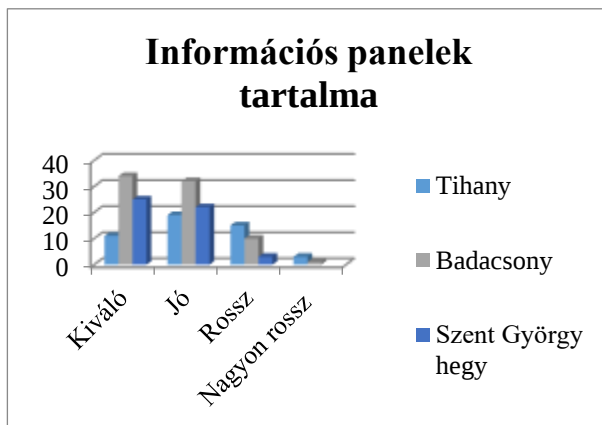


6. ábra: Látogatói értékpreferenciák a tanösvényekről

Forrás: saját szerkesztés

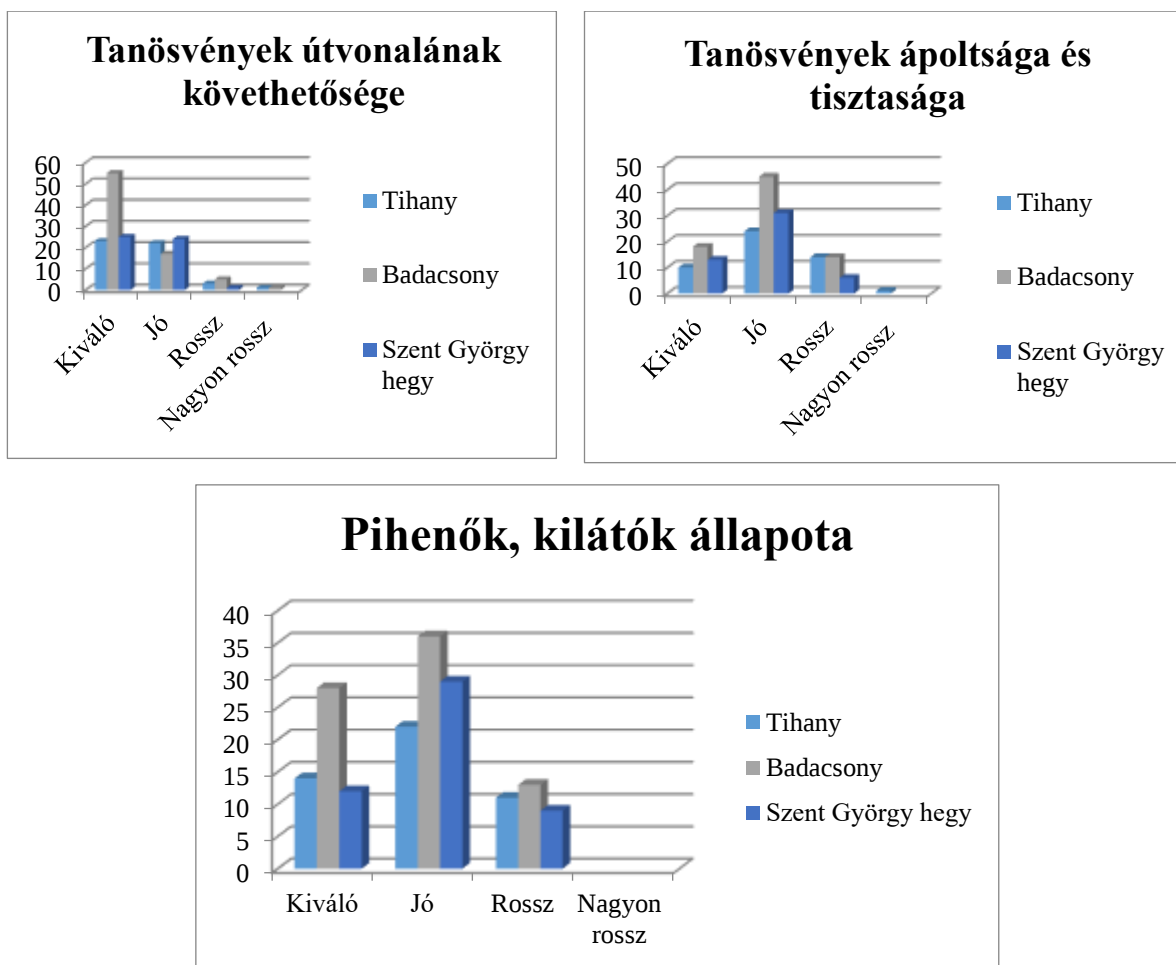
A tanösvények külső állapotának megítélése szempontjából a követhetőség a legnagyobb mértékben a Badacsony, illetve a Szent György-hegy esetében jelenik meg. Érdekes módon ez a tényező jobban érvényesül a kompakt útvonalhálózatok példáján, ugyanis a cirkuláris körtúra alapú útvonalvezetés kevésbé szerteágazó, kisebb az útvonalelhagyás esélye (Benkhardt 2018). Az útvonalak és a kiszolgáló infrastruktúra ápoltságáról, állapotáról is tapasztalhatók eltérések – ebből a szemszögből a Szent György-hegyet értékelik a legpozitívabban, a tihanyi ösvényt pedig a legkevésbé pozitív számokkal (8. ábra). A tanösvények információs forrásainak megítélése kapcsán a tájékoztató felületek tartalmát és állapotát a Szent György-hegy és a Badacsony esetében kedvezőbbnek tartották a Lóczy tanösvénynél. Sok esetben a legalapvetőbb turisztikai elemek jelentenek hiányosságot: például nincs információs tábla, nem egyértelműek az útfestések, vagy épp rossz állapotú az infopanel, rossz idő esetén nehezebbé válik a terepjárás teljesítése (7. ábra). Arra a kérdésre, hogy a látogatók hogyan érezték magukat a túra során, döntően egyöntetű és kedvező válaszok születtek, ugyanis 80% adott kiváló, 20% jó értékelést, különösebb területi eltéréstől függetlenül. Negatív értéket ebben az esetben egy látogató sem jelölt.

A látogatói visszatérési hajlandóság is hasonlóképpen jól alakul – a grafikon szerint nagyobb számban vannak azok, akik később ajánlani fogják a túrát, illetve nemcsak a területre fognak visszatérni, hanem egyéb környező túraösvényeket is meglátogatnak.



8. ábra: Tanösvények minőségi megítélése látogatói részről

Forrás: saját szerkesztés



9. ábra: Pihenők, kilátók külső jegyeinek megítélése látogatói részről

Forrás: saját szerkesztés

4. Konklúzió

Összegezve tehát a kutatást az általánosan kimagasló panorámaérték melletti területi differenciálódás is kimutatható bizonyos tekintetben. A panorámaérték preferenciátípusának választására az is befolyásoló erővel hathatott, hogy ez a típus az első helyen lett feltüntetve a kérdőívben. A vizsgálatban megjelenő mutatók a tanösvények nyomvonalának és külső állapotának megítélését magyarázzák. A követhetőség és a megközelíthetőség szempontjából látjuk, hogy a Szent György-hegy rosszabb mutatókkal bír, mint Tihany és Badacsony, ugyanakkor a tanösvények bejárhatósága (nehézségi ill. terepi akadályok hiánya vagy megléte) egyenlő mértékben oszlik meg a három helyszín között. Ennek oka, hogy a cirkuláris körtúra alapú útvonalvezetés kevésbé szerteágazó, így kisebb az útvonalelhagyás esélye. Az útvonalak és a kiszolgáló infrastruktúra ápoltságáról, állapotáról is tapasztalhatók eltérések, mindezek alapján a Szent György-hegyet értékeli a legpozitívabban, a tihanyi ösvényt pedig negatívabban.

mutatókkal. Az előbb említett tanösvények közötti eltérések az ösvények állapotának megítélésben rajzolódnak ki; a Szent György-hegy és a Badacsony után a Tihanyi-félsziget végzett az utolsó helyen. Az információs panelek tartalma és állapotvizsgálata alapján ez a sorrend az előző példa alapján nem változik.

Köszönetnyilvánítás

Jelen publikáció/kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú "Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek" című projekt keretében jött létre.

Források

- Baross G. – Berki Z. – Habán I. – K. Gellai M. (2014): *A Balaton-felvidék és a Keszthelyi-hegység rövid ismertetése*. Cartographia Tankönyvkiadó, Budapest.
- Benkhardt, B. (2018): *Látogatómonitoring és Látogatómenedzsment-vizsgálatok a Központi-Börzsöny területén*. Egyetemi doktori PhD értekezés. 25–28.
- Budai, T. et al. (2012): *An Application for European Geopark Status for the Aspiring Bakony–Balaton Geopark Project*, Hungary.
- Csapó, J. (2016): Az aktív turizmus keresletének vizsgálata a turizmus legújabb trendjeinek tükrében. *START*. 1(2). 13–22.
- Dowling, R. – Newsome, D. (2018): *Handbook of Geotourims*. Cheltenham, Egyesült Királyság: Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Erfurt – Cooper P. J (2010): *Global Geotourism Perspectives – Active Geothermal and Volcanic Environments as Tourist Destinations*. Woodeaton, Oxford: Goodfellow Publishers Ltd, 2010. 33–47.
- Futó, J. (2013): Tour proposals – Natural experiences next to Lake Balaton and in Bakony Mountains. – only in Hungarian: *Túrajavaslatok – A természet élménye a Balaton mellékén és a Bakonyban*. Balaton Uplands National Park Directorate, Csopak, Hungary.
- Pál, M. – Albert, G. (2018): Comparison of geotourism assessment models: and experiment in Bakony–Balaton UNSECO Global Geopark, Hungary. *Acta Geoturistica*, Volume 9 no. 2, 1–13.
- Štrba, L. - Kršák, B. – Sidor, Cs. 2018. Some Comments to Geosite Assessment, Visitors, and Geotourism Sustainability. *Sustainability*, 10(8), 2589.
- Szepesi, J., Ésik, Zs., Soós, I., Novák, T., Sütő L., Rózsa P., Lukács R., Harangi, Sz. (2018): Földtani objektumok értékminősítése: módszertani értékelés a védelem, bemutatás, fenntarthatóság és a geoturisztikai fejlesztések. *Földtani Közlöny*, 148(2), 143–160.

Závoti J. (2010): *Matematikai statisztikai elemzések 5.*, Kapcsolatvizsgálat: asszociáció, kapcsolat, korrelációs számítás. Varianciaanalízis (egyszeres osztályozás).

Korbély, B. *ex verb.* 2014.

Pádárné, T. É. *ex. verb.*, 2019.

Internetes források

Internet_1: Bakony-Balaton Geopark hivatalos weboldala;
<http://www.geopark.hu/home/bakony-balaton-geopark/bevezetes> (letöltés: 2020. 04. 20)

Internet_2: Balatonfelvidéki Nemzeti Park hivatalos weboldala
<https://www.bfnp.hu/hu/latogatohelyek-turak> (letöltés: 2020. 04. 20)

Internet_3: ALikert-skála fogalma és három fajta módszer az elemzésére – SSPABC adatbázis

<https://spssabc.hu/kutatasmodszertan/likert-skala-fogalma-elemzese/> (letöltés: 2020. 04. 20)

Internet_4: Turisztikai Világszervezet (UNWTO) 2002 - A Felelősségteljes Turista és Utazó.
www.mth.gov.hu (letöltés: 2020. 04. 20)

**REMENYIK BULCSÚ¹ – SZABÓ LAJOS² – FEKETÉNÉ
BENKÓ KATA³****A KÖRNYEZETTUDATOSSÁG ELEMZÉSE A BALATON-
FELVIDÉKI NEMZETI PARKBAN VÉGZETT FELMÉRÉS
ÁLTAL**^{1,3}BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM, ²SZENT ISTVÁN EGYETEM¹Remenyik.Bulcsu@uni-bge.hu²Szabo.Lajos@gtk.szie.hu³benkokata@gmail.com**Bevezetés**

Egy felelősségteljes utazás során védjük a helyi növényvilágot, óvjuk a vadvilágot, nem szemetelünk, takarékoskodunk az energiával, étellel, vízzel¹⁴. A turisták környezettudatos viselkedése hozza létre a felelősen viselkedő turistatípust, aki aktívan tesz a környezetéért, nem szemetel, nem rongál, nem hangoskodik. A turizmus ágazaton belül a környezettudatos nevelésért leginkább a nemzeti parkok a felelősek. Az egyre inkább terjedőben lévő túlzott turizmus (overtourism) jelenségének kezelését a jövő felelős turistája képes csak megoldani. Kutatásunk során kíváncsiak voltunk, hogy jelenleg hogyan vélekedik egy nemzeti parkba látogató turista a környezettudatosságról, ezért felmérést végeztünk a Balaton-felvidéki Nemzeti Parkban.

A környezeti nevelés fontosságát már néhány évtizede senki sem vitatja. Számos szakirodalom arra hivatkozik (például Kováts – Németh Mária – Bodáné Kendrovics Rita – Juvnacz Zoltán: Környezetpedagógia a fenntarthatóságért; Kiss Ferenc – Zsiros Anita: A környezeti neveléstől a globális nevelésig), hogy a környezeti nevelés jelenti a kulcsot a hosszú távú fenntartható fejlődéshez, az élethez, vagyis ahhoz, hogy az emberiség ne pusztuljon ki a Földön. A környezeti nevelés során olyan környezettudatos embereket, gyermekeket lehet nevelni, akik felismerik, hogy mely páratlan természeti kincsek érdemesek a megőrzésre, átérzik a természet megóvásának súlyos terhét, valamint magukénak érzik a feladatot, hogy idejüket és energiájukat nem sajnálva nap, mint nap tegyenek meg mindent ennek érdekében, mert a természet a jövő záloga.

¹⁴ www.felelossegteljesutazas.hu

1. A környezeti nevelés kialakulása

A mai értelemben használt környezeti nevelés fogalmának a megjelenése visszanyúlik az 1948-as évhez. A Természetvédelmi Világszövetség (IUCN)¹⁵ megalapítása nagy előrelépést jelentett a természetvédelemben, ugyanis a szervezetet annak érdekében hozták létre, hogy támogassa és a világ minden területén arra ösztönözze a társadalmakat, hogy igyekezzenek megőrizni a természetet sértetlen formájában, és az abból származó erőforrásokat hatékonyan és méltányosan használják fel, miközben a természet sokféleségének megőrzése fenntartható módon történik. A szervezet bizottságai között külön területet képvisel az Oktatás és Kommunikáció Bizottság (CEC)¹⁶. Az IUCN szerint: „*A kommunikáció, az oktatás és a szemléletformálás olyan társadalom-alakító eszközök, amelyek megfelelő kombinációban alkalmazva nagyban elősegítik a természetvédelmi munka sikerét.*” (Természetvédelmi Világszövetség honlapja¹⁷) Ez a meghatározás is arra hívja fel a figyelmet, hogy mekkora szerepe van a környezeti nevelésnek abban, hogy a jövő generációi is nyugodtan élvezhessék a természet szépségeit. A CEC speciális alcsoportja, az Education for Sustainable Development (ESD)¹⁸ hivatott integrálni a kulturális elveket, a tanulási célokat és a pedagógiát.

Már 1948-ban az IUCN Nevelési Bizottságának ülésén is elhangzott, hogy szükség lenne a környezet védelmére irányuló nevelésre (Kosáros 2007; Orgoványi 1999). Maga a környezeti nevelés első definíciója és első sajtómegjelenése „csak” 1969-re datálható. William B. Stapp, az UNESCO¹⁹ későbbi első környezeti nevelésért felelős igazgatója a The Journal of Environmental Education című lapban tette közzé meghatározását, amely definícióban megfogalmazott gondolat a többi, napjainkban széles körben elfogadott meghatározások alapjait jelentette. E szerint „*A környezeti nevelés célja, hogy olyan állampolgárokat neveljen, akik jól ismerik a biológiai és fizikai környezetet és annak problémáit, tudják, hogyan segíthetnek a problémák megoldásában és ehhez rendelkeznek a megfelelő motivációval.*” (Kosáros 2007, p.2.)

Az IUCN mint nemzetközi szervezet megfogalmazása szerint: „*A környezeti nevelés olyan értékek felismerésének és olyan fogalmak meghatározásának folyamata, amelyek segítenek az ember és kultúrája, valamint az őt körülvevő biofizikai környezet sokrétű kapcsolatának megértéséhez és értékeléséhez szükséges készségek és hozzáállás kifejlesztésében. A környezeti nevelés hatást gyakorol a környezet minőségét érintő döntéshozatalra, személyiségformálásra és egy széles értelemben vett viselkedésmód kialakítására.*” (IUCN, 1970) Ez a meghatározás már a tudás, a problémafelismerés és a motiváltság megteremtésének fontosságán túlmenően kimondja a környezeti neveléshez kapcsolódó ismeretek és fogalmak tisztázásának szükségességét. A feltételeket megteremtő keretrendszert a definíció meghatározza, valamint ehhez kapcsolódva a döntéshozatal felelősségkörét is említi. Az akkor leszögezett alapelvek,

¹⁵ International Union for Conservation of Nature: <https://www.iucn.org/>

¹⁶ Commission on Education and Communication: <https://www.iucn.org/commissions/commission-education-and-communication>

Természetvédelmi Világszövetség: ¹⁷ <https://www.iucn.org/>

¹⁸ A Fenntartható fejlődésre való nevelés alcsoport

¹⁹ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: <https://en.unesco.org/>

mint az elővigyázatosság, a tudás, az attitűd, a képességek és a részvétel máig megőrizték jelentőségüket.

Ekkor kezdődött az a munka, aminek kimeneteleként az UNESCO és az UNEP²⁰ az 1970-es években néhány év alatt együttesen létrehozta azokat a deklarációikat, amelyek a környezeti nevelés törvényi háttérét teremtették meg. 1972-ben a Stockholmi Nyilatkozat még csak 33 alapelvet és javaslatot fogalmazott meg, amely az emberi környezetet kiterjeszti, és azt megóvjá, mert ekkor váltak ismertté az egész világot érintő környezeti problémák (Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment 1972).

Ezzel szemben a Belgrádi-Charta (1975) a már korábbi alapelveket figyelembe véve célokat és feladatokat is meghatározott a környezeti nevelési programra vonatkozóan, valamint itt jött létre az UNESCO és az ENSZ²¹ környezeti neveléssel foglalkozó programja az IEEP²².

A következő mérföldkő, és egyben a környezeti nevelés alapidokumentumának tekinthető Tbiliszi nyilatkozat 1977-ben, a kettő korábbi előzmény segítségével született meg. A szakirodalom ezt tekinti ténylegesen a környezeti nevelés alapkövének is, amit a Nemzeti Környezeti Nevelési Stratégiában az alábbi módon fogalmaznak meg:

„A környezeti nevelés egy folyamat, amelyben olyan világnemzedék nevelkedik fel, amely ismeri tágabb környezetét is, törődik azzal, valamint annak problémáival. Ismeretekkel, készségekkel, attitűdökkel, motivációval és elkötelezettséggel rendelkezik, hogy egyénileg és közösségekben dolgozzon a jelenlegi problémák megoldásán és az újabbak megelőzésén.”

(Nemzeti Környezeti Nevelés Egyesület 2003, p.11).

Kiss és Zsiros (2006) kiemeli, hogy a környezeti nevelés egy olyan eszközt szeretne átnyújtani mindenkinek, amivel a környezeti problémák felszámolásával saját életminőségük is jobbra fordul. Ezek az eszközök segítenék a további fejlődési lehetőségeket, valamint a természetkárosítások regenerálását és megelőzését. A környezeti nevelés egy holisztikus szemléletet jelent, mert magára a személy világképére és életmódjára, kultúrájára van befolyással (Dávid 2004). A környezeti nevelés során olyan tudás, értékek és információhalmaz jut el a potenciális alanyhoz, amely motivációs erővel bír annak érdekében, hogy a természeti erőforrásokat figyelmesen és hatékonyan sikerüljön kiaknázni és felhasználni, valamint erősödjön a társadalmi felelősségvállalás a környezet megóvásának érdekében (Dávid et al. 2012). A felelős környezettudatos turista definíciója 2020-ban került elfogadásra a Budapesti Gazdasági Egyetem Turizmus Tanszéke által írt Fenntartható turizmus jegyzetben, ami szerint:

A turizmus megvalósulásához tudatos tervezésre és cselekvésre van szükség mind az egyének, mind a közösségek részéről. Az utazás során, ha nyitott gondolkodásmóddal gyakoroljuk, hozzájárul a szellemi fejlődésünkhöz, kölcsönös tolerancia kifejlődéséhez, valamint az emberek, kultúrák és a természet sokszínűségének megismeréséhez.

²⁰ United Nations Environment Programme: <https://www.unenvironment.org/>

²¹ Egyesült Nemzetek Szervezete: <https://www.un.org/>

²² International Environmental Education Program: <https://uia.org/>

2. A kutatás módszertana

A kérdőíves megkérdezésünk során (a kérdőívet 161 fő töltötte ki a Balaton-felvidéken 2008-ban, a megkérdezés on-line felületen történt, a kitöltők nagy hányada 15 és 45 év közötti magyar állampolgár volt) a környezettudatos viselkedés szintjeit elemeztük, hogyan jelennek meg a Balaton-felvidéki Nemzeti Parkba látogatók körében. A minta alkalmas volt az egyes korosztályok (X, Y, Z) döntéseinek, szokásainak és attitűdjeinek a mérésére.

A kutatási kérdések között szerepeltek, hogy mennyire tartja magát környezettudatosnak, mit jelent a számára a környezettudatosság kérdése.

A kutatási kérdések válaszaiból következtetve a környezettudatos embereknek négy típusa különíthető el.

1. típus: Azok, akik egyáltalán nem, vagy csak nagyon minimálisan foglalkoznak a problémával.

Ők azok, akik nem érdekeltek a témában, hiszen számukra nem lényeges a környezettudatosság. Sem otthon, sem a nyaralásuk során nem fektetnek hangsúlyt a természetvédelemre. Ez persze nem azt jelenti, hogy szennyezik a környezetet, szemetelnek, stb., hanem csak annyit, hogy nem tesznek különösebb erőfeszítéseket a természet megóvása érdekében.

2. típus: Azok, akik általában odafigyelnek az őket körülvevő természetre, de az utazásaik során nem igazán.

A megkérdezettek általában környezettudatosan élnek, szelektíven gyűjtik a hulladékot, odafigyelnek a környezet tisztántartására, stb. Amikor azonban utazásra kerül sor, ez a fajta viselkedés már nincs jelen, nem tesznek erőfeszítéseket a célállomáson a természet megóvása érdekében.

3. típus: Azok, akik az utazásuk során is megpróbálnak környezettudatosak maradni.

Egyre növekvő arányt mutat (2014-ben volt az első Balaton kutatás, ezekhez az adatainkhoz viszonyítottuk a 2018-ban nyert eredményeinket) a lakosság körében ez a típus. Ők azok, akik ha elutaznak, a desztináció környezetét is megóvják, betartva az ottani környezetvédelmi szabályokat. Takarékosak a szállodában a vízhasználattal, és ha lehet, kevesebbszer kérnek ágynemű-, valamint törölközőcserét. Nem csak otthon, az utazás teljes időtartama alatt is odafigyelnek az energiahasználatra, valamint a megfelelő közlekedési mód megválasztására. Ha elutaznak, inkább a tömegközlekedést választják, kerékpároznak, vagy sétálnak. Egyszóval ha otthon környezettudatosan viselkednek, ugyanazt teszik a nyaralás során is.

4. típus: Azok, akik aktívan védik a természetet, mind a hétköznapi életben, mind az utazások alkalmával.

Ez egyelőre a legritkább típus. A lakosság körében nem elterjedt, azonban a Magyar Turisztikai Ügynökség²³, valamint az egyéb, környezetvédelemmel foglalkozó civil szervezetek is azon munkálkodnak, hogy népszerűsítsék ezt a típust. Ők azok, akik teljes mértékben odafigyelnek

²³ MTÜ: <https://mtu.gov.hu/>

a környezetre a nyaralás, valamint az otthoni lét során is. Aktívan óvják a természetet, szemétszedő akciókban vesznek részt, sőt, a környezetvédelmi oktatáson való részvétel sem áll távol tőlük. A nyaralás során már a helyszín és a szálloda kiválasztásánál megjelenik a környezettudatosságuk, az ott tartózkodás során pedig szintén a természetvédelmi aktivitás a jellemző rájuk.

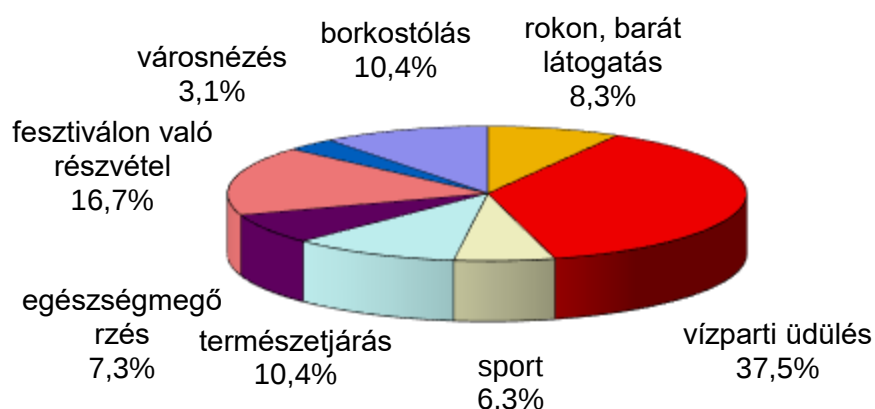
3. Környezettudatos turisták a Balaton-felvidéken

A kérdőíves felmérésünk során arra voltunk kíváncsiak, hogy a válaszadók mit gondolnak a Balaton-felvidéken a környezettudatos viselkedés fontosságáról. A Balaton-felvidéki NP Magyarország leglátogatottabb nemzeti parkja (351 000 fő 2016-ban), a Bakony-Balaton Geopark területileg része a nemzeti parknak.

A megkérdezettek legnagyobb arányban a vízparti üdülést jelölték meg az utazás legfőbb motivációjaként a Balaton-felvidékre (1. ábra), amit a fesztiválokon való részvétel követett. A természetjárást a borkóstolással megegyező mértékben említették a válaszadók.

1. ábra

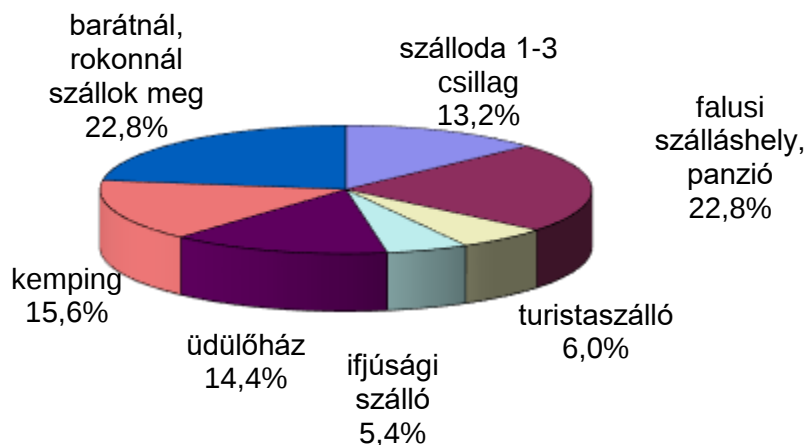
A mintasokaság, a Balaton-felvidék régióba történő utazásainak motivációi



Forrás: kérdőíves kutatás alapján önálló saját szerkesztés, N=161 fő

Az igénybe vett szálláshelytípusok megoszlásánál (2. ábra) elmondható, hogy a válaszadók többsége leginkább a falusi szálláshelyen, panzióban valamint barátoknál, rokonoknál száll meg, ha természetjárási céllal látogat el a térségbe. A kemping, üdülőház és ifjúsági szálló közel egyenlő mértékben szerepelt a válaszok között.

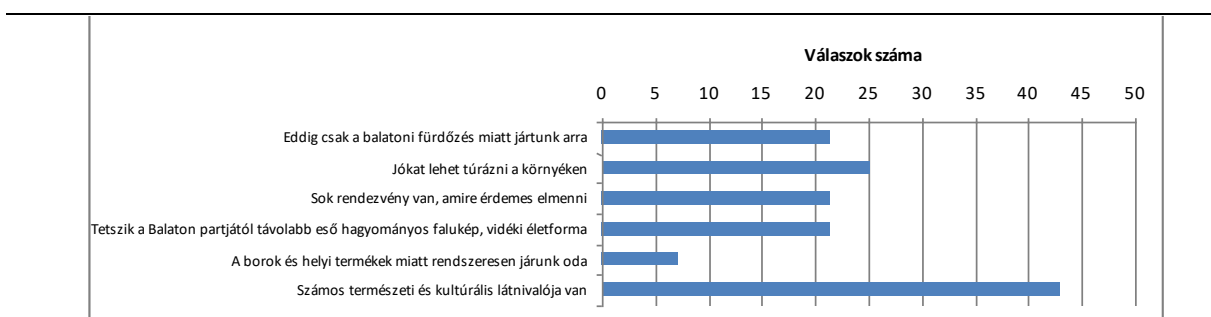
2. ábra

A megkérdezettek körében igénybevett szálláshely típusok

Forrás: a kérdőíves kutatás (2012) adatai alapján saját szerkesztés

A megkérdezettek arra a kérdésünkre, hogy mi jut először eszükbe, ha a Balaton-felvidékre gondolnak, a térség természeti és kulturális értékeit emelték ki. Közel azonos mértékben pedig a túrázási lehetőségeket, a balatoni fürdözést és a programokat jelölték be.

3. ábra

Vélemény a Balaton-felvidékről

Forrás: saját felmérés

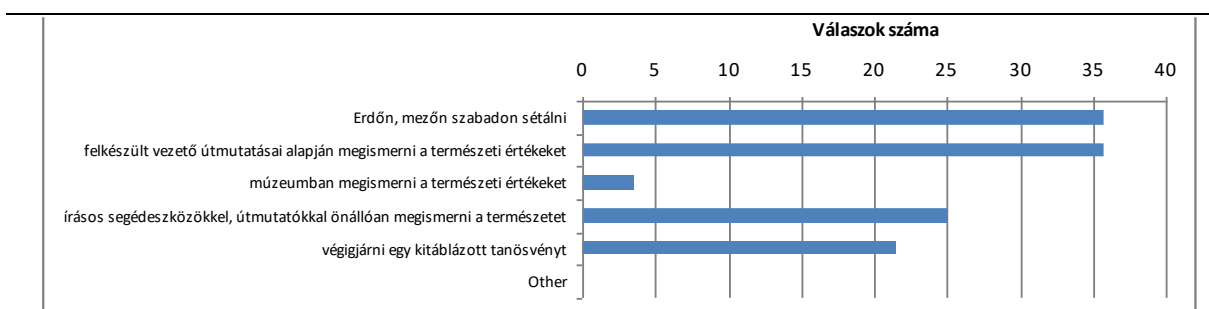
A megkérdezés alapján kiderült, hogy a válaszadók 19 százaléka egyáltalán nem, 55 százalékuk többnyire, míg 26 százalékuk minden esetben tájékozódik a felkeresni kívánt természetvédelmi területről. Az arány a korábbi 2014-ben készült Balaton kutatáshoz (BGF KVIK Turizmus

Intézeti Tanszék²⁴) képest pozitív változásként értékelhető, vagyis a felelősségteljes utazás egyre fontosabb az ideérkezők számára.

A nemzeti park természeti értékeinek megismerésénél a szabadon történő – egyénileg szervezett – túraútvonalon és a szervezett programokon való részvételt jelölték meg. A fiatalok leginkább Tihanyt, a Tapolcai-medence tanúhegyeit és a Káli-medencét (és a Hegyestűt) keresték fel. A családokat a Salföldi major vonzotta, az zöldturisták a tihanyi Levendula látogatóközpontot keresték fel.

4. ábra

Módszerek a természeti értékek megismerésére

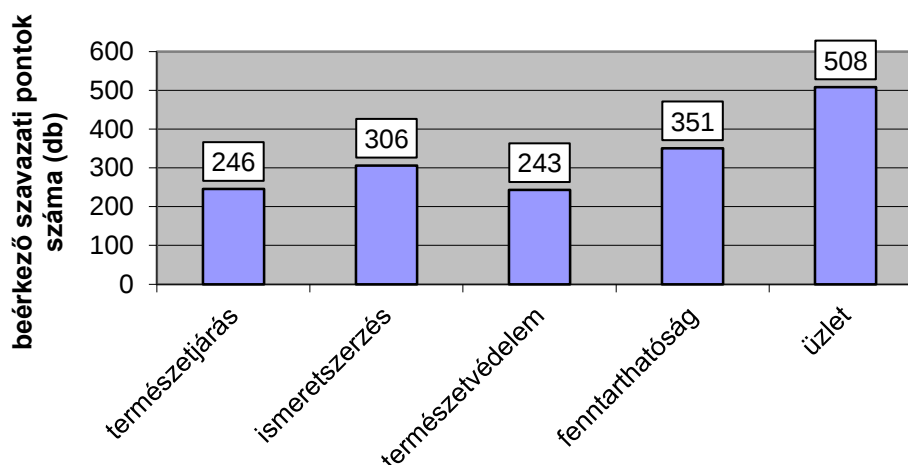


Forrás: saját felmérés

A látogatók az ökoturizmussal kapcsolatban elmondták, úgy látják, hogy szerintük a nemzeti parkban az ökoturizmus elsősorban üzlet, melyet másodsorban a fenntarthatósággal, valamint az ismeretszerzés fogalmakkal társítottak. A válaszadók szerint a természetvédelem, valamint a természetjárás kifejezések nem kapcsolódnak szorosan az ökoturizmushoz (5. ábra).

²⁴ <https://uni-bge.hu/kvik/Szervezeti-egysegeink/oktatasiszervezetiegysegek/TURIZMUSIT>

5. ábra

Az ökoturizmus fogalmával kapcsolatos képzettségcsúszások

Forrás: a kérdőíves kutatás alapján önálló szerkesztés

A kérdőív következő kérdésköre arra próbált rávilágítani, hogy a kérdőívet kitöltők válaszai alapján visszavezetve a kutatásba bevont lakosság mennyire környezettudatos a mindennapi élete során (A kitöltők kétharmada annak tartotta magát). A kérdőívet kitöltők majdnem fele úgy óvja környezetét, hogy szelektíven gyűjti a hulladékot. Ez egy népszerű válasz volt, és ebben általában a lakóhelyük is segítségükre van a kihelyezett szelektív hulladékgyűjtők révén. A válaszadók nagy része nyilvános helyen nem szemetel, ezzel is védve a tisztaságot. A 161 kitöltőből mindössze 34 kitöltő az, aki rendszeresen szemétszedő akciókban szokott részt venni. A megkérdezettek közel egyharmada a takarékoságot részesíti előnyben, mint környezetvédelmi eszközt: népszerű az energiatakarékos izzók használata, a takarékos víz-, valamint áramhasználat is. Már kisebb hányaduk figyel oda a megfelelő papírhasználatra is. A kérdőívet kitöltők közül kevesen foglalkoznak azzal, hogy a mindennapi közlekedéssel se ártsanak a természetnek: inkább kerékpároznak, sétálnak, vagy ha kell, tömegközlekedési eszközt használnak. Néhányan szelektíven gyűjtik az elemeket is, valamint kerülnek a környezetre káros vegyszerek használatát. Alacsony volt azok aránya is, akik vásárlásnál is odafigyelnek a csomagolásra, valamint saját zacskót használnak a nylon helyett. A 161 megkérdezett személy közül azonban egyetlen ember válaszolta azt, hogy úgy próbál környezettudatos lenni, hogy környezetvédelmet tanul szabadidejében, és mélyrehatóbban foglalkozik a kérdéssel.

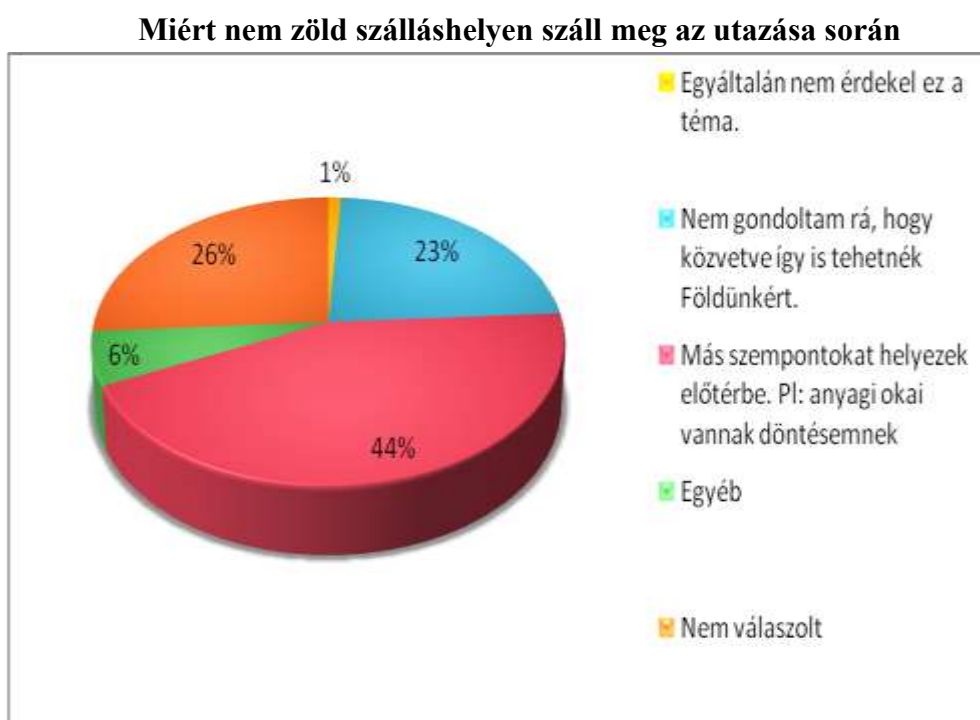
A megkérdezettek jelentős többsége fontosnak tartja a természetvédelem problémáját, háromnegyedük még pénzt is hajlandó lenne rááldozni, ha megtehetné. Abban a kérdésben mindenki egyetértett, hogy a mai fiatalság nevelése a környezettudatos viselkedésre kiemelkedően fontos kérdés.

A következő kérdések során arra kerestük a választ, hogy mennyire figyelnek oda az emberek a természetre az utazásaik során. A válaszadók nyaralásai során is foglalkozik a

természetvédelemmel, nem csak az otthoni lakhelyén. Amikor arra kérdeztünk rá, hogy ez miben nyilvánul meg nyaralás közben, a válaszok majdnem ugyanazok voltak, mint a fentiekben: szelektív hulladékgyűjtés, szemetelés mellőzése, takarékos víz és energiahasználat. Látszik, hogy a megkérdezettek viselkedése nem sokban tér el a mindennapi környezettudatosságtól. Néhányan megemlítették azt is, hogy ha elutaznak, a szállodában, ahol megszállnak, nem kérnek napi takarítást és törölközőcserét. A válaszadók kis százaléka figyel oda a helyi környezetvédelmi szabályozásokra, és igyekeznek betartani azokat. Két fő azt írta, hogy nem csak hogy nem szemetelnek, de mások után is összeszedik a szemetet a nyaralás során. Mindössze egy válaszadó pedig még utazás előtt igyekszik környezettudatosan helyszínt választani, és energiabarát szálláshelyen eltölteni a szabadnapjait. Abban azonban az összes kitöltő egyetértett, hogy ha másra nem is nagyon nyílik módja, de a desztináció tisztaságát mindvégig a szemük előtt tartják ott tartózkodásuk ideje alatt. Többségük abban is egyetért, hogy a környezettudatosságnak jelentős szerepe van az utazások során, azonban arról már megoszlanak a vélemények, hogy milyen mértékben.

Arra is kíváncsiak voltunk, hogy szívesen szállnának-e meg a válaszadók egy zöld programot alkalmazó szálláshelyen. A kérdésre többségében pozitív visszajelzés érkezett. Az elutasító válaszokból egyértelművé vált, hogy a megkérdezettek drágábbnak tartják a zöld szálláshelyeket a többinél.

6. ábra



Forrás: a kérdőíves kutatás alapján saját szerkesztés

A következő kérdés az volt, ha egy desztináció, ahol már járt a megkérdezett, kiemelten foglalkozik a környezetvédelem kérdésével, akkor az utazók visszatérnének-e oda emiatt. A válaszadóknak mindössze egy harmada adott pozitív visszajelzést erre a kérdésre, a többiek nem emiatt térnének vissza egy helyszínre. Az úti cél tekintetében szerepet játszott a zöld környezetben eltöltött pihenés és szívesen ajánlanák a helyet ismerőseiknek, barátaiknak is.

4. Összegzés

A felmérésünk konklúziójaként elmondható, hogy az általunk vizsgált utazók közül a legfiatalabb Z generációra hatottak a leginkább a fenntartható turizmus megteremtésével foglalkozó gondolatok. A környezettudatos gondolkodás mind a három generáció számára egyaránt fontos volt. A környezeti nevelés kapcsán elmondták, hogy ennek nem csak a nemzeti parkok hatáskörébe kellene tartoznia, sokkal szélesebb körben kellene foglalkozni ezekkel a gondolatokkal.

Irodalomjegyzék

BGF KVIK felmérés a Balaton turizmusáról 2014.

Dávid L. (2004): A Vásárhelyi terv turisztikai lehetőségei. *Gazdálkodás*. 2004:9. 86–94.

Dávid L. – Baros Z. – Patkós Cs. – Tuohino A. (2012): Lake Tourism and Global Climate Change: an integrative approach based on Finnish and Hungarian case-studies. *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*. 7.1. 121–136.

HOTREC (2018): *Overtourism position paper*. <https://www.hotrec.eu/overtourism-hotrec-position-paper/>

Kocsis K. (szerk.) 2017: *Magyarország Nemzeti Atlasza*. Budapest.

Kiss F. – Zsiros A. (2006): A környezeti neveléstől a globális nevelésig [on-line] Oktatási segédanyag, Elérhetőség/hozzáférés: http://www.nyf.hu/ttik/sites/www.nyf.hu.ttik/files/doc/kornyezeti_neveles.pdf (letöltve 2019. 08. 14.)

Kosáros A. (2007): *A fenntarthatóság szerepe a környezeti nevelésben*. Doktori értekezés, Debreceni Egyetem, Természettudományi Doktori Tanács, Környezettudományi Doktori Iskola, Debrecen. [on-line] Elérhetőség/hozzáférés: http://ganymedes.lib.unideb.hu:8080/dea/bitstream/2437/78560/5/ertekezes_v.pdf (letöltve 2019. 08. 12.)

Michalkó et al. (2017): A megújuló energia szerepe a falusi turizmus területén. In: *Szalók Cs. (szerk.): Változások és kihívások a turizmusban*. Budapest. 4–19.

Remenyik B. (2016): The Role of Trade Marks in the Field of Rural Tourism. *Slovak University of Agriculture. Nitra*. 145–159.

Remenyik B. – Szabó L. (2019): *Világturizmus*. Dialóg Campus Kiadó. Budapest.

Egyéb források

Accor Hotels weboldal: <https://www.accorhotels.com/gb/sustainable-development/index.shtml> (letöltve 2019. 08. 10.)

IHG weboldal: <https://www.ihg.com/content/us/en/about/green-engage> (letöltve 2019. 08. 17.)

Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége weboldal: <http://www.hah.hu/csr/zold-szalloda>,
<http://www.hah.hu/csr/zold-szalloda/zold-szalloda-palyazat-nyertesei> (letöltve 2019. 08. 15.)

NEUMANNÉ VIRÁG ILDIKÓ¹ – KÁNTOR SZILVIA²

A BALATON-RÉGIÓBA IRÁNYULÓ TURISZTIKAI
ÁRAMLÁSOK ELEMZÉSE TÉRÖKONOMETRIAI
PANELMODELLEK SEGÍTSÉGÉVEL

¹egyetemi docens, ²PhD hallgató

¹PANNON EGYETEM, NEMZETKÖZI GAZDASÁGTAN INTÉZETI TANSZÉK

²PANNON EGYETEM, TURIZMUS INTÉZETI TANSZÉK

¹virag.ildiko@gtk.uni-pannon.hu, ²kantor.szilvia@gtk.uni-pannon.hu

Absztrakt

A turizmus szabadidős funkciója mellett jelentős gazdaság- és területfejlesztési szereppel is rendelkezik, ezért meghatározó feladatot vállalhat az egyes régiók gazdaságának kívánt mértékű élénkítésében. Az utóbbi időben megnőtt az érdeklődés a turisztikai mozgásokat leíró modellezés lehetősége iránt. Az ún. „gravitációs” egyenletek széles körben elterjedtek a külkereskedelemben, a migrációban, a turisztikai áramlásokban és a tőke mozgások empirikus elemzésében. A gravitációs modellek használatának célja a turisztikai mozgások (áramlások) leírása, értelmezése és előrejelzése a különböző földrajzi területek között. A modell foglalkozik a lakosság és turisztikai termékeket és szolgáltatásokat kínáló területek közötti kölcsönhatások és kapcsolatok azonosításával. Tanulmányunkban a magyarországi régiókba, ezen belül a Balaton térségébe érkező turisták számának vizsgálatát leíró statisztikával és gravitációs modell segítségével.

Kulcsszavak: gravitációs modell, nemzetközi turisztikai kereslet, Balaton, turizmus

Bevezetés

A Balaton Közép-Európa legnagyobb édesvízű tava, ami egész évben különleges természeti és kulturális értékekkel várja a térségbe érkező turistákat [Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) 2030]. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatbázisa szerint a régió rendkívüli népszerűségnek örvend mind a magyar, mind a nemzetközi vendégek körében. A 2018-as évben az összes hazai kereskedelmi szálláshelyen regisztrált vendég 15%-a térség valamely településén szállt meg, így Budapest után a Balaton volt a második legnépszerűbb desztináció Magyarországon. A vendégéjszakákat tekintve szintén előkelő helyen áll a terület a maga 19%-os részesedésével, ami 5 924 771 eltöltött vendégéjszakát jelent. A vendégek átlagos tartózkodási ideje is kiemelkedőnek mondható a Balaton körül: az országos átlagnál 1,28-szor több időt, 3,2 vendégéjszakát töltöttek itt a turisták 2018-ban.

A Balaton térségének turisztikai kínálata folyamatos fejlődés alatt áll, az elmúlt években a kínálati oldal struktúrája is erősödni látszott (Banász et al. 2019). A térség programkínálata változatos, ennek ellenére még mindig elsősorban a vízparti üdülés és a strandolás miatt érkeznek ide látogatók. A jelenleg nyitva tartó több mint 70 strand változatos szolgáltatásokkal – amelyek közül egyre népszerűbbé válnak a vízi sportok (például vitorlázás, sárkányhajózás, kite-szörf stb.), valamint a gasztronómia különböző elemei (például beach-food bisztrók, fine dining éttermek) – várja a vendégeket (NTS 2030).

A kutatás háttere: a Balaton régió turisztikai jelentősége

A Balaton elsődleges vonzereje természetesen maga a tó, azonban a terület számos más olyan adottsággal is rendelkezik, amelyek hozzájárulnak a turisták igényeinek kielégítéséhez. A térség földtani múltjából fakadóan gazdag geológiai ritkaságokban, természeti kincsekben. Ilyenek többek között a jellegzetes tanúhegyek, a kőtenger, valamint a vulkáni utóműködés révén létrejövő Tihanyi-félsziget gejzírmezője, amit 2003-ban Európa Diplomával is kitüntettek. Egyedülálló továbbá a tapolcai tavasbarlang, amit 1938 óta csónakokból csodálhatnak a látogatók. Mindezek mellett pedig számos természetvédelmi terület is megtalálható a térségben (például Festetics-kastély angolparkja, Hévízi-tó – ami a hazai egészségturizmusban is kiemelt szereppel bír – zalakomáromi madárrezervátum, Látrányi-puszt), amelyek szintén kiváló kikapcsolódási lehetőséget kínálnak a természetjárás szerelmesei számára (KSH 2011). A természeti értékek mellett a kínálat fontos részét képezik a kalandparkok, tematikus parkok, a Balaton-felvidéki Nemzeti Park területén található túraútvonalak, valamint a felújítás alatt álló Balatoni Bringakörút (NTS 2030).

A kultúra rajongói is kedvükre csemegézhetnek a Balaton körül: számos egyedülálló épített örökség, történelmi jelentőséggel bíró helyszín, múzeum, gyűjtemény, szellemi örökség és tradíció kerül bemutatásra a nagyközönség számára. A térség kulturális turizmusában kiemelkedő a Festetics-örökség (Keszthely), a füredi Anna-bál, a Művészetek Völgye, a

Tihanyi Bencés Apátság, Veszprém múzeumai és kiállításai, valamint a történelmi várak (Nagyvázsony, Rezi, Sümeg, Szigliget). Mindezek mellett számos településen található olyan villa, amely híres magyar költők, írók, zeneszerzők emlékét őrzi mind a mai napig (például Balatonfüred, Badacsonytomaj, Siófok, Nikla) (KSH 2011, NTS 2030). Kiemelkedő vonzerőként jelennek meg a zenei fesztiválok (például Balaton Sound, VeszprémFest), a római kori emlékek, az egyházi épített örökségek (például Tihanyi Bencés Apátság), a történelmi várak és kastélyok (például Szigligeti Vár, Festetics-kastély), illetve széleskörű kínálattal rendelkező múzeumok (például Vaszary Galéria, Balatoni Múzeum). Emellett, egész éves vonzerőként jelenik meg a régióban az egészségturizmus is. A terület egyik egészségturisztikai szempontból kiemelkedő települése Hévíz, ami az egyedülálló gyógy-tónak, valamint a ráépülő kezeléseknek köszönhetően jelentős beutazó forgalmat képes generálni évről évre (MTÜ 2017).

A bor és gasztronómia is kiemelt szerephez jut a térségben, az újonnan megnyíló, magas minőségű szolgáltatásokat kínáló éttermek gyakran helyi termékek és a régióra jellemző ízvilág bemutatásával igyekeznek megvendégtetni a hozzájuk betérő látogatókat. A balatoni szőlőtermesztés és borkultúra évezredes hagyományokkal rendelkezik, ásatások bizonyítják, hogy már közel kétezer éve is virágzó szőlőkultúra jellemezte a térséget. Nemzetközileg is ismert és elismert borfajták többek között a Szürkebarát, az Olaszrizling, a Zweigelt, a Juhfark, a Furmint és a Hárslevelű. A régióra jellemző borturizmus keretein belül a borkóstolások alkalmával a turisták megismerkedhetnek ezen jellegzetes borok ízével és zamatával. A Balaton borrégió kiemelkedő borvidékei a Badacsonyi, a Balaton-felvidéki, a Balatonfüred-Csopaki, a Nagy-Somlói, a Zalai és a Balatonboglári borvidék (KSH 2011, Várhelyi 2012, NTS 2030).

A statisztikai adatok mutatta népszerűség, valamint a térség gazdag turisztikai kínálata ellenére a régiót erőteljes szezonális jellemzi. A nyári időszakban rengeteg program várja a Balatonhoz érkezőket (például fesztiválok, termelői piacok), télen azonban jellemzően alacsony a nyitva tartó attrakciók, szolgáltatók száma, egyfajta csend borul a térségre. Bár az elmúlt években ennek mérséklésére rendkívül sokat tettek a szolgáltatók (például Nyitott Balaton akció), még mindig jelentős a fejlődési potenciál (Fehérvölgyi – Sulyok 2017).

A Balaton régióba érkező turisták vizsgálata: megállapítások leíró statisztikai módszerek segítségével

Adatainkat a Központi Statisztikai Hivatal Tájékoztatási adatbázisa és a Világbank adatbázisa alapján 46 országból Magyarország 9 különböző turisztikai régiójába²⁵ érkező vendégek adatait gyűjtöttük össze három évre vonatkozóan (2012–2015).²⁶ Szükségünk volt a külföldi

²⁵ A 4/2000. (II.2.) Gazdasági Minisztérium rendelete alapján meghatározott turisztikai régiók, melyek 2016-ig szolgáltak a hazai turizmus irányítási és szervezeti keretként. 2016-ban a korábbi turisztikai régiókat a turisztikai térségek váltották fel.

²⁶ A cikk készítése közben egyidejűleg erre az időszakra találtunk a modell összes indikátorára vonatkozó adatokat.

országokból egyenként a magyarországi régiókba (ld. *1. sz. ábra*) érkező turisták számára, ezután az adatokból paneladatbázist készítettünk. A Központi Statisztikai Hivatal területi besorolása alapján a Balaton régió 174 településből áll, amelyek Somogy, Veszprém és Zala megyében találhatók.

1. ábra

A kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégforgalma régióként 2015-ben



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégforgalmát tekintve 2015-ben a Balatoni régió a harmadik leglátogatottabb terület volt a Nyugat-Dunántúli és a Budapest és Közép-Dunavidéki régiót követően (*1. ábra*). 2015-ben 370 433 külföldi turista érkezett területre, míg az első helyen álló Budapest és környékére 3 419 415, a Nyugat-Dunántúli régióba pedig 502 900 fő látogatott el (az 1. ábrán a piros oszlop nagysága a külföldi vendégek számának nagyságát jelzi).

2. ábra

A Balaton régió külföldi vendégforgalma kontinensenként 2015-ben



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A külföldi látogatók kontinensenkénti megoszlását a 2. ábra mutatja. Ahogy az ábráról is leolvasható, a legtöbb turista Európából érkezett a Balaton régióba, ezt követi Ázsia, majd Amerika, a negyedik és ötödik helyre pedig Afrika és Ausztrália és Óceánia került. A tendencia 2012 óta változatlan, mindössze a látogatók számában következett be kisebb növekedés az évek folyamán. A Balaton régiót 2015-ben összesen 345 544 fő látogatta meg valamely Európai országból. Az európai látogatók megoszlása a 3. ábrán látható. A legtöbben Németországból, Ausztriából és Csehországból érkeztek a Balaton régióba.

3. ábra

A 10 legfontosabb küldőország és az érkező turisták száma a Balaton régió esetén 2015-ben



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Az összesített külföldi vendégforgalmat tekintve 2015-ben a legtöbb látogató Hévízre (99 669 fő), Siófokra (64 870 fő) és Balatonfüredre (53 406 fő) érkezett a régióba (4. ábra). Az európai adatokat tekintve a három legnépszerűbb település szintén Hévíz (86 598 fő), Siófok (62 440 fő), és Balatonfüred (51 578 fő) voltak. Érdekesség, hogy országos viszonylatban apróbb eltérések figyelhetők meg a küldőországok sorrendjében, hiszen, ha Magyarország egészét nézzük a legtöbb turista Németországból, az Egyesült Királyságból, Ausztriából, Csehországból, Romániából, Lengyelországból, Olaszországból, Szlovákiából, Spanyolországból és Franciaországból érkezett 2015-ben.

A Balaton régió leglátogatottabb településeinek vendégforgalma 2015-ben



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A különböző régiókba érkező turisták számának vizsgálata gravitációs modell segítségével

A gazdasági centrumok közötti összeköttetések kimutatására a nemzetközi áramlások folyamatát vizsgálják, ami a gravitációs modellt alkalmazza a nemzetközi kereskedelmi, turisztikai folyamatok bemutatására és elemzésére.

A gravitációs elmélet egy kapcsolati elmélet, amely a két vagy több pont közötti területi interakciót a fizikában ismert gravitációhoz hasonlóan vizsgálja. A modellt elsősorban olyan területeken használják, ahol a földrajzi távolság szerepet játszik, és olyan társadalmi jelenségek elemzésére szolgálhat, mint például a népesség vándorlása, a termékek, a pénz, tőke és az információ áramlása, valamint a kereskedelmi- és a turistaforgalom mozgása.²⁷ A gravitációs modellek népszerűségét rugalmasságuk és a modellek magas magyarázóképesége (kiváló illeszkedése) indokolja²⁸. A gravitációs egyenlet – Anderson és van Wincoop (2003) – két tetszőleges ország közötti exportot a két ország gazdasági súlyával (GDP-jével), egymástól való távolságával, valamint további egyéb tényezőkkel magyarázza²⁹.

²⁷ Az egyik alkalmazási terület a különféle térbeli áramlások intenzitásának becslése (közlekedési áramlások, turizmus, nemzetközi áruforgalom, információáramlás), a gravitációs modell alkalmas azonban vonzáskörzetek lehatárolására is. Jan Tinbergen (1962) alkalmazta először a nemzetközi kereskedelemben 1962-ben, azóta a bilaterális, regionális kereskedelem vizsgálatának elfogadott módszere lett, tulajdonképpen egy többváltozós lineáris regressziós modell, amelyet kereszttetszeti és panelelemzésekhez használnak.

²⁸ „A gravitációs elmélet valójában tehát egy kapcsolati elmélet. A rendszeres és tömeges területi áramlások modellezése a 19. század közepéig nyúlik vissza. Carey (1858), majd Ravenstein (1885) megfigyelése szerint az emberek városok közötti mozgása és az egyetemes tömegvonzás törvénye között párhuzam mutatható ki, amennyiben egyéb tényezők változatlanlansága mellett nagyobb városok között nagyobb áramlás figyelhető meg, mint a kisebb városok között (Fotheringham et al 2000)” (Dusek 2003, Neumanné 2014).

²⁹ Az egyenlet multiplikatív alakja a következő:

$$\text{FLOW} = A \text{ GDP}_i^{\beta_1} \text{ GDP}_j^{\beta_2} d_{ij}^{\beta_3} L_{ij} L_i L_j \epsilon_{ij,j}$$

ahol FLOW_{ij} az i országból(régió) j országba(régióba) irányuló pl.külkereskedelmi áramlás dollárban vagy néhány esetben az adott tranzakció értéke, GDP_i és GDP_j az i-edik és a j-edik ország GDP-je (szintén dollárban), azonban releváns lehet a lakosság, vagy az egy főre jutó GDP bevonása is, mert ez a változó alapvetően a piacméret, illetve a vásárlóerő megragadására szolgál. A díj változó a pontpár között lévő

Lorde et al. (2016) az USA-ból, Kanadából, Európából és a Karib-térségből a 18 Karib-térség országaiba irányuló turisták nemzetközi áramlását befolyásoló tényezőket vizsgálta 1980 és 2008 között dinamikus panel gravitációs modell alkalmazásával. Khoshnevis Yazdi és Khanalizadeh (2017) panel gravitációs modellt használtak az Egyesült Államokba érkező nemzetközi turisztikai igények becslésére 1995 és 2014 között. Megállapították, hogy egyrészt a reál GDP, a fogyasztói árindex és a közlekedési infrastruktúra pozitívan befolyásolja a nemzetközi turisták áramlását; másrészt az árak és a 2011. évi válság hátrányosan befolyásolják a turisták beáramlását az Egyesült Államokba. Balli et al. (2013) 81 különböző országból Törökországba érkező turistákra vonatkozó gravitációs modellt alkalmazott, 1995 és 2010 között, amely figyelembe vette a török szappanoperák és a török kormány vízummegállapodási politikájának hatásait. A statikus és dinamikus panel adatmodellek eredményei azt mutatták, hogy a török szappanoperák növelik a turisták áramlását Törökországba, különösen a Közel-Kelet és Kelet-Európa országaiból. Ezenkívül a GDP, a kereskedelem, a népesség, a fogyasztói árindex és a kétoldalú vízummentességi megállapodások mindkét modell szerint befolyásolták a törökországi turisztikai áramlást.

Santana-Gallego et al. (2016) panel gravitációs modellt használt a terrorista tevékenységek, a bűnözés és a korrupció hatásainak elemzésére 171 küldőországból 174 célországba történő turistaáramlásra vonatkozóan 1995 és 2013 között. Megkülönböztették a turisták érkezését az utazás célja szerint személyes vagy üzleti szempontból; az eredmények arra utaltak, hogy mind a terrorista tevékenység, mind a bűncselekmények a rendeltetési országban negatívan befolyásolták a turizmust, ezzel ellentétben a korrupció nem.

Massida – Etzo (2012) az olasz régiókon keresztül vizsgálták a belföldi turizmus meghatározóit 2004 és 2007 között. A turizmust pozitívan befolyásolták az úti cél környékének jellemzői, mint például a kulturális kiadások, a vonzerő, a közlekedési infrastruktúra és a népsűrűség, bizonyítva ezzel a kínálati oldal tényezőinek döntő szerepét. A turizmusra vonatkozó empirikus kutatások azt mutatják, hogy a klímaváltozók fontos szerepet játszanak a turisták úti céljának megválasztásában. Rosello és Santana-Gallego (2014) arra az eredményre jutottak, hogy a hőmérséklet a célországban hatással van a turizmus nemzetközi folyamataira. Petit et al. (2018) pedig azt vizsgálta, hogy a kulturális örökséggel és nagy vonzerővel rendelkező országok jelentős szerepet játszanak a turizmus alakulásában.

Az elmúlt években nőtt az érdeklődés a nemzetközi kereskedelem és turizmus közti kapcsolat feltérképezésére. (Kulendran – Wilson 2000; Shan – Wilson 2001, illetve Santana-Gallego et

távolság kilométerben, L_i , L_j és L_{ij} pedig az i -edik országra, a j -edik országra, valamint a kettőjük kapcsolatára jellemző magyarázó változók. A gravitációs egyenlet multiplikatív formája könnyen lineáris alakítható a logaritmus nevezetes azonosságainak felhasználásával.

$$\ln \text{FLOW}_{ij} = \ln A + \beta_1 \ln \text{GDP}_i + \beta_2 \ln \text{GDP}_j + \beta_3 \ln d_{ij} + \ln L_i + \ln L_j + \ln L_{ij}.$$

Az egyenlet loglinearizált formában lineáris regressziós technikákkal becsülhető. A modell tehát tulajdonképpen egy többváltozós lineáris regressziós függvény, melyet keresztszemzeti és panelelemzésekhez egyaránt használnak. Az együtthatókat, konstans rugalmasságokat értelmezhetjük, például a β_1 együttható jelentése az, hogy i régió jövedelmének egy százalékos változása átlagosan hány százalékkal növelte a bilaterális áramlás volumenét.

al. 2010). A legfontosabb konklúzió, hogy az empirikus összefüggés létezik és ez leginkább a turizmus által elősegített kereskedelemben érzékelhető. A turizmus és a közlekedés közötti kapcsolatot már több szerző is vizsgálta. Módszertanilag az egyik legnehezebb kérdés, hogy a közlekedési teljesítményekből hogyan lehet leválasztani a turisztikai célú mozgásokat (Tóth et al. 2012). Tóth és munkatársai vizsgálatukban arra a kérdésre keresték a választ, hogy a turisztikai szállásdíj-bevételek nagysága mennyiben kötődik a közúti elérhetőségi viszonyokhoz, vagy elsősorban az egyes régiók helyi sajátosságaitól függ-e. Megállapították, hogy a külföldi vendégéjszakák érzékenyebbek a kedvező elérhetőségi helyzetre, mint a belföldiek. Ez az európai külföldi vendégéjszakák erős területi, illetve elérhetőségi szempontú koncentrálódására utal. A régiók gazdasági fejlettsége meghatározó, így leginkább Közép-Magyarország és a dunántúli régiók emelhetők ki. A fogadó turisztikai régiók vonatkozásában messze kiemelkedik Budapest–Közép-Dunavidék és a Balatoni régió. (Tóth et al. 2009) Valójában a turizmus ösztönözheti a közelebbi kereskedelmi kapcsolatokat is az országok között.

A kutatás eredményei

A magyarországi régiókba érkező turisták számát vizsgálatuk gravitációs modell segítségével vizsgáltuk 2012 és 2015 között, az adatokból paneladatbázist készítettünk. A panel adatokat egyre szélesebb körben használják a gazdasági elemzésekhez, mert használatuk számos előnyt biztosít az elemző számára: a paneladatok becslésének technikája lehetővé teszi, hogy a heterogenitást figyelembe tudjuk venni. A magyarázó változók, a földrajzi távolságon kívül, magukba foglalhatják a vonzó tulajdonságokat is, például a bevételt, az elérhetőséget, a kulturális és természeti adottságok készletét és az egyéb szórakozási lehetőségeket. Fontos szerepe van a keresleti és a kínálati tényezők turizmusra gyakorolt hatásainak illetve a célterület idegenforgalmi vonzóképességének is. A modellünkben használt változók:

- *Országjövedelem1*: GDP1, küldőország GDP-je, az adatok forrása a Világbank adatbázisa.
- *Régiójövedelem2*: fogadó régió jövedelme, az adatok forrása a KSH adatbázisa.
- *Népesség*: az adatok forrása a Világbank adatbázisa, illetve a KSH területi adatbázisa.
- *Terület*: az ország területére vonatkozó adatok a Világbank adatbázisából származnak, (World Trade Indicators).
- *Távolság*: A távolságadatokat (d_{ij} , a <http://www.distancefromto.net/> tartalmazó adatbázis.
- *Határ*: Közös határ dummy változó.
- *Szálláshely*: idegenforgalmi szálláshelyek száma régióként, az adatok forrása a KSH adatbázis.

Megállapítható, hogy a turisztikai mobilitás esetében a keresleti tényezők a származáshoz, míg a kínálati tényezők a célállomáshoz kapcsolódnak. A kiinduló ország GDP-jének és a fogadó régió jövedelemmutatójának együtthatója szignifikánsan pozitív értéket vesz fel. Másodszor, a két pont közötti távolság fontos szerepet játszik a turisztikai áramlásban. Mint azt feltételeztük, a távolsági együttható értéke negatív (1. táblázat és 5. ábra). Ez azt jelenti, hogy minél távolabb van egymástól két partner, annál kisebb volumenű áramlás zajlik majd közöttük.

A kapott eredmények alapján felírható gravitációs egyenlet:

$$\text{turistaáramlás}_{12} = g * \text{ország népesség}_1^{0,053} * \text{ország népesség}_2^{0,275} * \text{ország jövedele}_1^{0,818} * \text{regio jövedelem}_2^{0,655} * D_{12}^{-1,0} * \text{Határ}^{0,74} * \text{szálláshelyek}^{0,724}$$

A távolság együttható azt jelenti, hogy ha 1%-kal messzebb van két vidék egymástól, akkor 1,165%-kal kevesebb turista áramlik a régióba. A GDP₁ (0,818) együttható azt jelenti, hogy ha 1%-al nő a küldőország GDP-je, akkor 0,818%-al nő a turistaforgalom a két régió között. A régió jövedelme₂ (0,65) együttható azt jelenti, hogy ha 1%-kal nő a fogadó régió jövedelme, akkor 0,65%-kal nő a turistaforgalom a két terület között. A célállomáson található idegenforgalmi férőhelyek 1%-kal való növekedése 0,72%-kal növeli meg az odaáramló turistaforgalmat.

Ha összehasonlítjuk az érkezési adatokat a gravitációs egyenlet segítségével kapott becslt értékekkel, a különbség mutatja meg, hogy még mennyi látogatót lehetne fogadni.

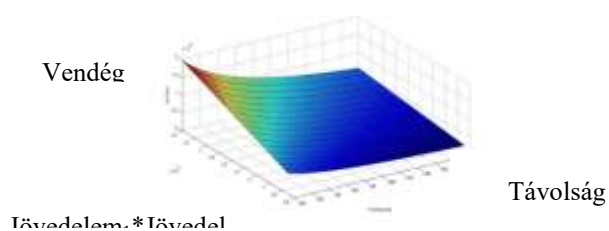
1. táblázat

IBM SPSS programcsomaggal készült számítási eredmények

Lineáris regresszió Koefficiensek				
Model		Unstandardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	
	lnregionepesseg2	,275	,090	,000
	lnorszagnepesseg1	,053	,050	,096
	lnregiojov2	,655	,209	,000
	lnorszagjöv	,818	,048	,000
	közöshatar	,74	,251	,000
	lnorszagter1	,024	,030	,042
	lnszallashelyek	0,724	,030	,002
	R Square	0,83		

Forrás: saját szerkesztés

5. ábra

A regresszió függvény alakja

Forrás: Saját szerkesztésű Matlab programmal készült ábra

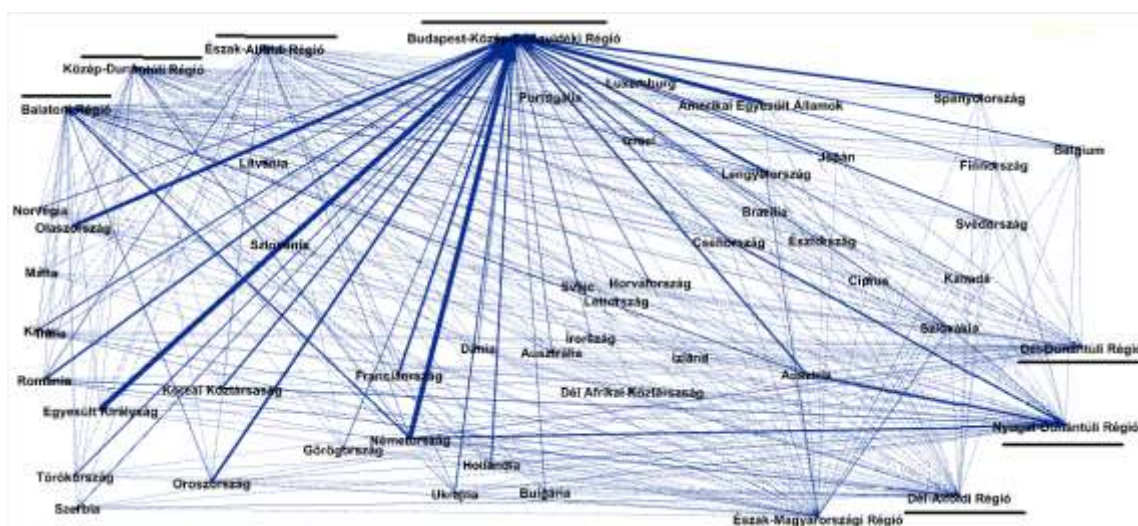
A különböző régiókba érkező turisták számának vizsgálata GEPHI program segítségével

A GEPHI egy interaktív vizualizációs program, amellyel minden gráf- és hálózatos adatot meg lehet jeleníteni. A kapcsolathálózat elemzés alapját a gráfok adják. A gráf csúcsokból és élekből

áll. A csúcsok azoknak az adatoknak feleltethetők meg, amelyek kapcsolatait vizsgáljuk. (itt régiók) Az élek pedig a valós kapcsolódást mutatják a vizsgált adatok között. A gráfok használatának célja, hogy a különböző kapcsolatokat ábrázoljunk vele. A hálózatelemzés elméletének alapja, hogy a társadalmi élet emberi kapcsolatok összességéből áll, és a kapcsolatok viszonya alapján jól leírható. A gráfelmélet eszköztárával hálózati és egyéni szinten is megjeleníthetők a társadalmi kapcsolati hálók elemzésének eredményei, alapvetően központiséget jelző mutatók alapján. A központiség mutató a legfontosabb szereplő meghatározására szolgál, aki a kapcsolatháló stratégiai pontjaiban helyezkedik el, és aki a legnagyobb kapcsolati aktivitást mutatja, és akihez sokan kapcsolódnak (centralitás) (GEPHI.org). A fok centralitás (degree centrality, CD) esetén az egyes pontok kapcsolatainak számát viszonyítjuk az összes kapcsolathoz.

6. ábra

A külföldi turisták áramlása a különböző régiókba 2015 -ben (fő)



Forrás: a szerzők saját szerkesztése KSH adatok alapján GEPHI program segítségével

A 6. ábrán a GEPHI programmal készített gráf elemzés eredménye látható, ahol kirajzolódik, hogy melyik országból melyik régióba áramlottak a turisták, nagyon kiemelkedik Budapest, és jelentős a Balaton régió szerepe is. Súlyozott, irányított gráf látható az ábrán, ahol a súlyok az odaáramló turisták száma, amit az élek vastagsága mutat.

Összegzés, következtetések

A turizmus – az egyik legfontosabb és leggyorsabban növekvő iparág a világon – jelentős bevételi forrássá vált, amely a helyi gazdaságok növekedésének egyik fő mozgatórugója. A gravitációs modell segítségével kapott eredmények alapján következtetni lehet arra, hogy

mennyi látogatót lehetne idevonzani a különböző területekre és összehasonlítani azzal a turistalétszámmal, akik valójában ide látogattak. (lehetőséget a gravitációs egyenlet segítségével határozzuk meg) Az olyan becslési technikák fejlődése, amelyek figyelembe veszik a térbeli kölcsönhatást további lendületet adott az új vizsgálatoknak ezen a területen is. Felrajzoltuk a térség kapcsolathálózati módszerrel, amelyből a kiinduló és érkező állomások kapcsolata és a központi helyek a nyílak iránya és vastagsága alapján jól ábrázolható. Az említett kérdőív válaszai alapján azt is láthattuk, hogy a kitöltők különböző tevékenységek, vállalkozások megtérülését is pozitívan látják a Balaton régióban, amely jövőbeni mobilitásukat is motiválhatja. A gravitációs modell segítségével sikerült panelelemzésekkel robusztus standard hibákkal számolva becsléseket készíteni.

Köszönetnyilvánítás

Jelen publikáció/kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú "Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek" című projekt keretében jött létre.

Forrásjegyzék

- Anderson, J. E. – Van Wincoop, E. (2003): Gravity with gravitas: a solution to the border puzzle. *Am. Econ. Rev.* 93, 170–192.
- Balli, F. – Balli, H.O. – Cebeci, K. (2013): Impacts of exported Turkish soap operas and visa-free entry on inbound tourism to Turkey. *Tourism Management*, Vol. 37, pp. 186–192.
- Banász, Zs. – Lőrincz, K. – Raffay, Á. – Szabó, R. (2019): A Balaton térség közbiztonságának megítélése a helyi lakosság véleménye alapján. In: Marton, Zs; – Németh, K; – Péter, E (szerk.) *III. Turizmus és Biztonság Nemzetközi Tudományos Konferencia: tanulmánykötet.* Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampusz, Nagykanizsa.
- Dusek, T. (2003): A gravitációs modell és a gravitációs törvény összehasonlítása. *Tér és Társadalom*, XVII.(1), pp. 41–58.
- Fehérvölgyi, B. – Sulyok, J. (2017): Nyitott Balaton – A turisztikai vendégforgalom szezonális enyhítése a Balatonnál. In: *Turizmusmarketing esettanulmányok II.* Szerk. Árva, L. – Deli-Gray, Zs. Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 82–90.
- Khoshnevis Yazdi, S. – Khanalizadeh, B. (2017): Tourism demand: a panel data approach. *Current Issues in Tourism*, Vol. 20 No. 8, pp. 787-800.
- KSH (2011): *A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet társadalmi és gazdasága.* http://www.terport.hu/webfm_send/4053 (letöltés ideje: 2019.10.19.)

<http://statinfo.ksh.hu/Stainfo/haDetails.jsp?query=kshquery&lang=hu>, <http://statinfo.ksh.hu/Stainfo/haViewer.jsp>

Kulendran, N. – Wilson, K. (2000): Is there a relationship between international trade and international travel? *Appl. Econ.* 32 (8), 1001–1009.

Lorde, T. – Li, G. – Airey, D. (2016): Modeling Caribbean tourism demand: an augmented gravity approach. *Journal of Travel Research*, Vol. 55 No. 7, pp. 946-956.

Carla Massidda and Ivan Etzo, (2012), The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis, *Tourism Management*, 603-610

Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) (2017): National Tourism Development Strategy 2030: Executive Summary. Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) 2030. https://www.kormany.hu/download/8/19/31000/mtu_kiadvany_EPUB_297x210mm%20-%20preview.pdf (letöltés ideje: 2019.10.19.)

Neumanné Virág, I.: (2014): Az integráció hatása az EU tagországok külkereskedelmére – vizsgálatok gravitációs modellel. *Doktori disszertáció, 2014*

Sylvain Petit, Neelu Seetaram. Measuring the effect of revealed cultural preferences on measuring the effect of revealed cultural preferences on Tourism exports. *Journal of Travel Research*, SAGE Publications, In press. fffhal-01924443f

Roselló, J. – Santana-Gallego, M. (2014): Recent trends in international tourist climate preferences: a revised picture for climatic change scenarios. *Clim. Chang.* 124, pp. 119–132.

Santana-Gallego, M. – Ledesma-Rodríguez, F. – Pérez-Rodríguez, J. (2010): Does a common currency promote countries' growth via trade and tourism. *World Econ.* 33 (12), 1639–1972.

Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F. J. and J.V. Pérez-Rodríguez (2016) “International trade and tourism flows: An extension of the gravity model.” *Economic Modelling*, 52: 1026-1033

Santana-Gallego et al. (2016) The effects of terrorism, crime and corruption on tourism XIX Congreso AECIT. November 2016. Adeje, Tenerife (Spain)

Shan, J. – Wilson, K. (2001): Causality between trade and tourism: empirical evidence from China. *Appl. Econ. Lett.* 8, pp. 279–283.

Tóth, G. – Dávid, L. – Vasa, L. (2012): A közlekedés szerepe az európai turisztikai áramlásokban *Területi Statisztika*, 2012/2

Tóth, G. – Dávid, L. (2009): Az elérhetőség és az idegenforgalom kapcsolata. *Tér és Társadalom* 23. évf. 2009/3. 45–62. p.

Várhelyi, T. (2012): Borturizmus. *EKF Líceum Kiadó, Eger*

SULYOK JUDIT¹ – MADARÁSZ ESZTER²:
KI MIT CSINÁL A BALATONNÁL? – A TURISZTIKAI
CÉLLAL ÉRKEZŐK ÁLTAL VÉGZETT TEVÉKENYSÉGEK
VIZSGÁLATA

¹adjunktus, ²egyetemi docens

¹PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, BALATONI TURISZTIKAI KUTATÓINTÉZET

²PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, TURIZMUS INTÉZETI TANSZÉK

¹sulyok.judit@gtk.uni-pannon.hu

²madarasz.eszter@gtk.uni-pannon.hu

Absztrakt

A turisztikai céllal utazók az elmúlt években egyre aktívabbak, több tevékenység iránt érdeklődnek a passzív pihenéssel szemben. A turisztikai szolgáltatók számára kihívás, milyen összetételű élménykínálattal jelenjenek meg, hogyan fűzzék fel az egyes termékeket, szolgáltatásokat komplex élménnyé. Ez a tendencia a vízparti úti célok, köztük a tanulmány fókuszában álló Balaton esetében is megfigyelhető: az elmúlt időszakban számos, víztől és időjárástól független fejlesztésnek lehettünk tanúi, amivel egyidejűleg az utazók egyre többféle aktivitásban vesznek részt. A turisztikai szakirodalomban az utazás alatti tevékenységek vizsgálata fontos szerepet tölt be a szegmensek azonosításában. Az utazók által igénybevetett szolgáltatások segíthetik továbbá a vendégek „menedzselését”. Jelen tanulmány középpontjában a Balatont turisztikai céllal felkeresők vizsgálata áll. A kvantitatív megkérdezés feltárja, hogy egy-egy utazás során milyen típusú tevékenységeket végeznek a látogatók. A kutatás eredményei az egyes célcsoportok azonosításán túlmenően támogatják a komplex élményláncok kialakítását és ezzel együtt a turisztikai szereplők közötti együttműködést, az utazók „menedzselésének” lehetőségét, ami számottevően járulhat hozzá a fenntartható jövő kialakításához.

Kulcsszavak: fogyasztói magatartás, utazási szokások, Balaton, tevékenységek

Bevezetés

Napjaink élményorientált turistái egyre aktívabbak, a szabadidős célú utazáson résztvevők egyre többféle tevékenység iránt érdeklődnek. Ez a korábbi évtizedekben a passzív pihenésre „berendezkedett” úti célok számára kiemelt kihívást jelent, ami nem csupán az új élmények létesítését kívánja – ami akár rövidtávon is megvalósítható –, de fontos a potenciális kereslet percepcióinak, attitűdjeinek formálása is, vagyis hogy a látogatók miként gondolkodnak egy-egy aktivitás vonzerejéről (ami egy hosszabb időtávú folyamat). A vízparti célterületeken – amilyen a tanulmányunk fókuszában álló Balaton térsége is – az elmúlt években számos olyan turisztikai fejlesztés történt, ami évszaktól (aktuális időjárástól, víztől, fürdözéstől) független élményt eredményezett.

Ezzel párhuzamosan növekszik a természetben, szabadban töltött idő iránti érdeklődés, ami számos ingyenes tevékenységet jelent (például séta, túrázás, kerékpározás). A turisztikai szakemberek számára ez felveti a mérhetőség problémáit – amire vannak technikai megoldások (például számlálók). Ide sorolható még, hogy a turisztikai mobilitásban egyre nagyobb teret kap az ún. atipikus vagy láthatatlan turizmus (ami nem jár kereskedelmi szálláshelyen regisztrált vendégéjszakával).

A magyarországi turizmus TDM-alapúnak tekinthető, vagyis a turisztikai élményt számos szereplő nyújtja, szemben például az ún. resort-okkal, üdülőhelyekkel, ahol egy-egy vállalkozás felügyeli a teljes élményláncot.

Jelen tanulmány célja, hogy a Balaton turisztikai céllal felkeresők körében végzett kvantitatív megkérdezés segítségével feltérképezze az utazók által végzett tevékenységeket (mit csinálnak és a tevékenységeket az utazók jellemzői befolyásolják-e) illetve hogy a végzett tevékenységek együttállását feltárva támogassa a komplex élménycsomagok kialakítását, a szereplők közötti együttműködés (termékfejlesztés és marketingkommunikáció) erősítését.

1. Szakirodalmi kitekintés

A turisztikai mobilitás számottevő időbeni és térbeli koncentrációval jellemezhető. Az értékes természeti környezettel, speciális földrajzi adottságokkal rendelkező területeken (például vízpart, hegyvidék) különösen jelen vannak az egyenlőtlenségek (Ragagnin Pimentel – de Lima Pereira 2019). Ennek hátterében állhat a kínálat koncentrációja, éghajlati jellemzők stb. (Ragagnin Pimentel – de Lima Pereira 2019). Egy adott desztináción belül lehetnek nagyon népszerű látnivalók (például történelmi városközpont, vízpart) (Raun et al. 2019), aminek következtében szintén egyenlőtlen terhelésről beszélhetünk. A technológia fejlődésének köszönhetően a látogatók „monitorozása” pontosabbá válik (például GIS, GPS alapú adatrögzítés), ami alapján a koncentráció csökkentését támogató termékfejlesztés és kommunikáció (például városkártyák) valósítható meg. A tanulmány fókuszában álló Balaton térsége vízparti úti cél, ahol a nyári időszak forgalma és a vízhez kapcsolódó tevékenységek dominálnak.

Az utazó középpontba állítása, megismerése egyre fontosabb szerepet játszik a megfelelő, fenntartható és versenyképes kínálat kialakításában és fejlesztésében. A turisták jellemzőinek

feltárását célzó – kvantitatív adatfelvételre épülő – keresletfelmérések (ún. visitor study) főbb témakörei az alábbiakra terjednek ki:

- Látogatók/vendégek demográfiai jellemzői;
- Utazási szokások, tartózkodás jellemzői;
- Elégedettség a helyi (turisztikai) szolgáltatásokkal;
- Látogatói hűség és ajánlás barátoknak/ismerősöknek;
- Marketingtevékenység hatékonyságának mérése³⁰.

A jelen tanulmány fókuszában álló ún. utazás alatt végzett tevékenységek a tartózkodás jellemzői között kapnak helyet. A turisztikai diskurzusban ez az információ gyakran a látogatók szegmentálásának alapja (például Eusebio et al. 2017). Az utazók tevékenység alapú szegmentációja (el)ismert technika (ETC – UNWTO 2007). Előnyei közé sorolható, hogy az utazók sok esetben az iránt az aktivitás iránt érdeklődnek, ami az úti cél egyediségét is adja egyben, az egyes tevékenységekkel való elégedettség az utazással szembeni elégedettséget összességében befolyásolja, illetve hogy ezzel a módszerrel feltárhatók a potenciális réstermékek (niche termékek) (ETC – UNWTO 2007). A szegmentációt támogató matematikai-statisztikai számítási metódusok közül a – jelen tanulmányban is alkalmazott – CHAID (Chi-square Automatic Interaction Detection, döntési fa) technikát több kutatás használja (például Chen 2003, Díaz-Pérez – Bethencourt-Cejas 2016).

A turisztikai élmény számos elemből áll: a turisztikai utazáshoz közvetlenül (például szálláshely, vendéglátóhely, vonzerők, rekreációs tevékenységek) és közvetve (például közlekedés, kiskereskedelem orvos, bank) kapcsolódó szolgáltatók (ETC – UNWTO 2011). A jelen tanulmány fókuszában álló, utazás során végzett tevékenységeknek is értelmezhető egy közvetlen (maga a tevékenység) és egy támogató eleme (például a sporthoz szükséges felszerelés). Az ideális utazói élmény szempontjából fontos, hogy minden érintett azonos minőségű terméket, szolgáltatást nyújtson (ETC – UNWTO 2011), az érintett szereplők közötti együttműködés ezért is fontos.

2. A kutatás módszertana

Jelen tanulmány alapját az EFOP-3.6.2-16-2018-000017 projekt keretében végzett primer kutatás adja. 2018 és 2019 tavaszán a nagyközönség – potenciális utazók – körében történt kérdőíves megkérdezés. A véletlenszerű, személyes mintavételen alapuló adatfelvételben a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karának hallgatói segítettek. A minta kialakításakor fontos volt a – legalább egy éjszakás tartózkodással járó – balatoni utazáson való korábbi részvétel, ezenkívül az életkor tekintetében igyekeztünk a fiatalabb és az idősebb

³⁰ Visit Scotland Visitor Survey Toolkit: <https://www.mbtag.uk/wp-content/uploads/2017/10/VisitsScotland-Visitor-Survey-Toolkit.pdf>

korosztályokat egyaránt megszólítani. Az adatfelvétel során összesen 1005, a jelen tanulmány szempontjából értékelhető válasz érkezett. A kérdőívben az utazás jellemzői és az utazók demográfiai jellemzői mellett részletesen feltérképeztük, hogy a válaszadók milyen tevékenységeket végeztek.

(1. táblázat)

1. táblázat

Milyen látnivalókat keresett fel, milyen tevékenységeket végzett az utazás alatt? (több válasz adható)

Látnivalók	Tevékenységek	Események
☐ Műemlék, templom	☐ Strandolás	☐ Zenei, művészeti fesztivál
☐ Múzeum, kiállítás	☐ Séta	☐ Komolyzenei koncert
☐ Park, arborétum	☐ Városlátogatás	☐ Könnyűzenei koncert
☐ Nemzeti parki látogatóhely	☐ Túrázás	☐ Színházi előadás
☐ Tematikus park, kalandpark	☐ Kerékpározás	☐ Gyermekprogram
☐ Vár, kastély	☐ Hajózás, vitorlázás	☐ Gasztronómiai fesztivál
☐ Termelői piac	☐ Vízi sportok	☐ Sportrendezvény
☐ Kilátó	☐ Helyi ételek kóstolása	
	☐ Borkóstolás	
	☐ Szórakozás, éjszakai élet	
	☐ Gyógy-, wellnessfürdő	

Forrás: saját kutatás

Jelen tanulmányban – az utazás során végzett tevékenységek körének bemutatásán túlmenően – vizsgáljuk, hogy az utazás és az utazó főbb jellemzői kapcsolatban vannak-e az aktivitásban való részvétellel. További kutatási irányt jelent annak feltárása, hogy egy-egy népszerű tevékenység milyen más tevékenységgel társul, milyen „élménycsomagok” (tevékenységcsoportok) vannak jelen a Balatont turisztikai céllal felkeresők körében.

Az utazás során végzett tevékenységek együttállásához a CHAID elemzést alkalmaztuk. A felosztás során keletkező részadatbázisok minimális adatbázisának értéke 50. A szöveges elemzésben azokat az élménycsomagokat mutatjuk be, amelyek a három leggyakrabban végzett tevékenységhez – strandolás, séta, városlátogatás – társulnak (ezek a függő változók), illetve legalább a válaszadók 5%-ára (50 fő) jellemző. Független változónak az összes többi tevékenységet tekintettük. Figyelembe véve, hogy a válaszadók átlagosan öt tevékenységet jelöltek, a számítás során (CHAID) a fastruktúrában öt szintet állítottunk be.

A kutatásban résztvevők hattizede (60,9%) nő, 39,1%-a férfi. Életkor tekintetében a minta megoszlása a következő: 24 év alatti – 34,0%, 25–34 éves – 19,2%, 35–44 éves – 18,4%, 45–

54 éves – 20,3%, 55 év feletti – 10,9%. A válaszadók 4,5%-a alapfokú, 44,1%-a középfokú, 51,2%-a pedig felsőfokú végzettséggel rendelkezik.

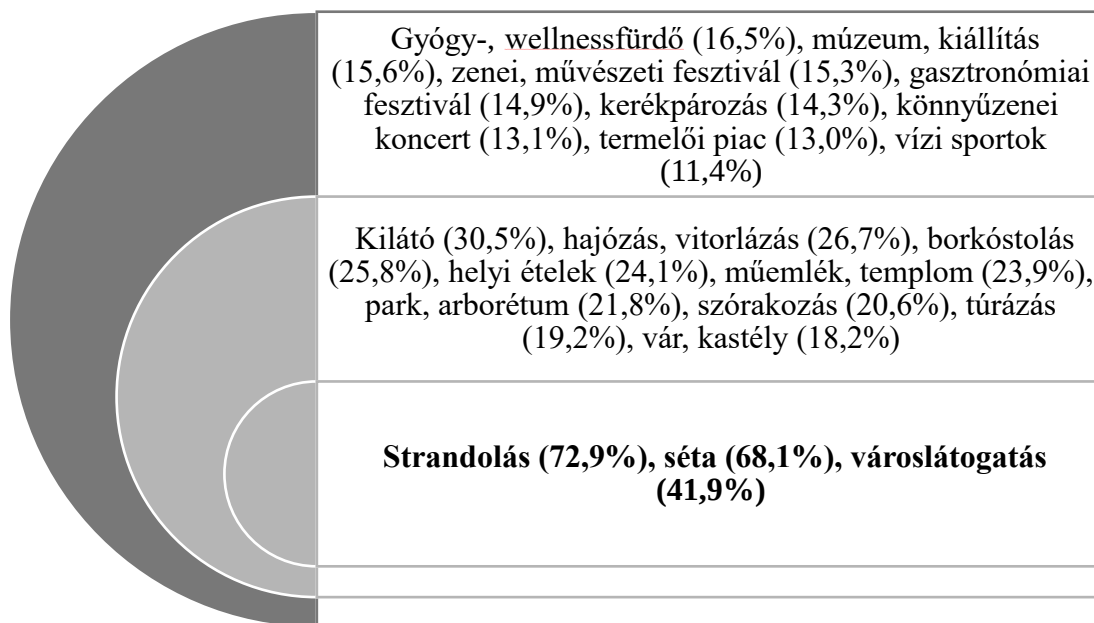
3. Eredmények

A felmérésben résztvevők átlagosan 5,2 tevékenységet végeztek szabadős célú utazásaik során a Balatonnál. Az egyes aktivitások közül – igazodva ahhoz, hogy a minta elsősorban a nyári időszakban pihenési céllal érkezők preferenciáit tükrözi – a legnépszerűbb tevékenységek a strandolás (72,9%), a séta (68,1%) és a városlátogatás (41,9%) voltak. Ezen kívül népszerűnek tekinthető még a kilátók felkeresése; a hajózás, vitorlázás; a borkóstolás; a helyi ételek kipróbálása; a műemlékek, templomok meglátogatása; a parkok, arborétumok felkeresése; a szórakozás; a túrázás és a várak, kastélyok látogatása. (1. ábra)

A tevékenységek típusát tekintve jól látható, hogy dominálnak a szabadtéri aktivitások (például strandolás), és több ingyenes tevékenység (például séta) szerepe is számottevő. A víztől, időjárástól független turisztikai termékek közül a vizsgált szegmens esetében a – sok esetben a víztükörre remek panorámát nyújtó – kilátóhelyek és a gasztronómiai élmények népszerűsége a legnagyobb. A kulturális látnivalók közül műemlékek, templomok illetve a várak, kastélyok említése a legmagasabb.

1. ábra

Az utazás során végzett tevékenységek



Forrás: saját kutatás (EFOP-3.6.2-16-2017-00017 projekt II/1. alprojekt)

A minta demográfiai jellemzői közül több esetében is megfigyelhető korreláció az utazás során végzett tevékenységekkel. Elsősorban az életkor jelenik meg befolyásoló tényezőként, a

válaszadók neme a strandolásnál, a vízi sportoknál és a gyógy- és wellness fürdők felkeresésénél. A végzettség a kerékpározás és a szórakozás iránti keresletre van hatással. (2. táblázat)

2. táblázat

A demográfiai jellemzők hatása az egyes tevékenységekre

Tevékenység	Demográfiai jellemző	Összefüggés
Műemlék, templom	Életkor	Az életkor növekedésével párhuzamosan nő a népszerűsége.
Vár, kastély	Életkor	Az életkor növekedésével párhuzamosan nő a népszerűsége.
Termelői piac	Életkor	Az életkor növekedésével párhuzamosan nő a népszerűsége.
Strandolás	Nem, életkor	Az életkor növekedésével párhuzamosan csökken a népszerűsége. A nők körében népszerűbb.
Kerékpározás	Életkor, végzettség	A fiatalabbak körében népszerűbb. A magasabb végzettséggel rendelkezők körében népszerűbb.
Vízi sportok	Nem, életkor	A férfiak körében népszerűbb. A fiatalabbak körében népszerűbb.
Szórakozás	Életkor, végzettség	A fiatalabbak körében népszerűbb. A középfokú végzettséggel rendelkezők körében népszerűbb.
Séta	Életkor	A 24 év alattiak és az 55-64 éves körében népszerűbb.
Gyógy-, wellnessfürdő	Nem, életkor	Az életkor növekedésével párhuzamosan nő a népszerűsége. A nők körében népszerűbb.
Gyermekprogram	Életkor	A 35-44 évesek körében népszerűbb.

Forrás: saját kutatás (EFOP-3.6.2-16-2017-00017 projekt II/1. alprojekt)

A mintában megjelölt, három leggyakrabban végzett tevékenységhez kapcsolódóan CHAID-elemzés alkalmazásával tevékenység diádokat és triádokat tudtunk meghatározni, amelynek segítségével képet kapunk arról, hogy milyen élményláncok jönnek létre a Balatonhoz érkező látogatók körében az utazásaik során. Az alábbi táblázatban (3. táblázat) látszik, hogy kiugróan sok esetben társult a séta a strandolással ($199+185=384$), illetve második helyre a séta és városlátogatás együttese került a rangsorban ($165+134=299$). Fontos megjegyezni, hogy a

listavezető tevékenység-páros esetében mind a sétálás, mind a strandolás fastruktúráját tekintve 1. szintű, vagyis szoros összefüggést kifejező kapcsolódásról van szó. Ugyanez az összefüggés a séta és a városlátogatás aktivitások esetében is elmondható. 135 esetben a strandolás és séta mellé még a szórakozás, az éjszakai életben való részvétel társul, a harmadik legtöbbet említett élményláncként megjelenve a listán. Természetesen ez a sorrend nem meglepő, hiszen a strandolás, a séta és a városlátogatás voltak a leggyakrabban említett tevékenységek a válaszadók körében. A lista további tevékenység-együtteseiben kisebb számossággal, de megjelenik még a Balatonhoz szorosan kapcsolódó hajózás, vitorlázás, majd pedig a tó körüli területeken megvalósítható aktív tevékenységek következnek: gyógy- és wellnessfürdők látogatása, parkok, arborétumok, illetve várak és kastélyok, múzeumok, kiállítások felkeresése.

3. táblázat

A válaszadók által végzett aktivitások (min. 50 említés)

Tevékenységszócsoport	Elemsszám a mintában
Séta + városlátogatás	165
Séta + strandolás	199
Strandolás + séta	185
Strandolás	138
Strandolás + szórakozás, éjszakai élet + séta	135
Városlátogatás + séta	134
Strandolás + séta + hajózás, vitorlázás	93
Városlátogatás + séta + hajózás, vitorlázás	90
Strandolás + gyógy-, wellnessfürdő	76
Séta	77
Séta + városlátogatás + park, arborétum	75
Séta + városlátogatás + vár, kastély	73
Strandolás + séta + kerékpározás	62
Séta + strandolás + park, arborétum	52
Városlátogatás + séta + múzeum, kiállítás + kilátó	46
Strandolás + szórakozás, éjszakai élet	44
Városlátogatás + séta + gyógy-, wellnessfürdő	44
Séta + városlátogatás + műemlék, templom	43
Városlátogatás + séta + múzeum, kiállítás	39

Forrás: saját kutatás (EFOP-3.6.2-16-2017-00017 projekt II/1. alprojekt)

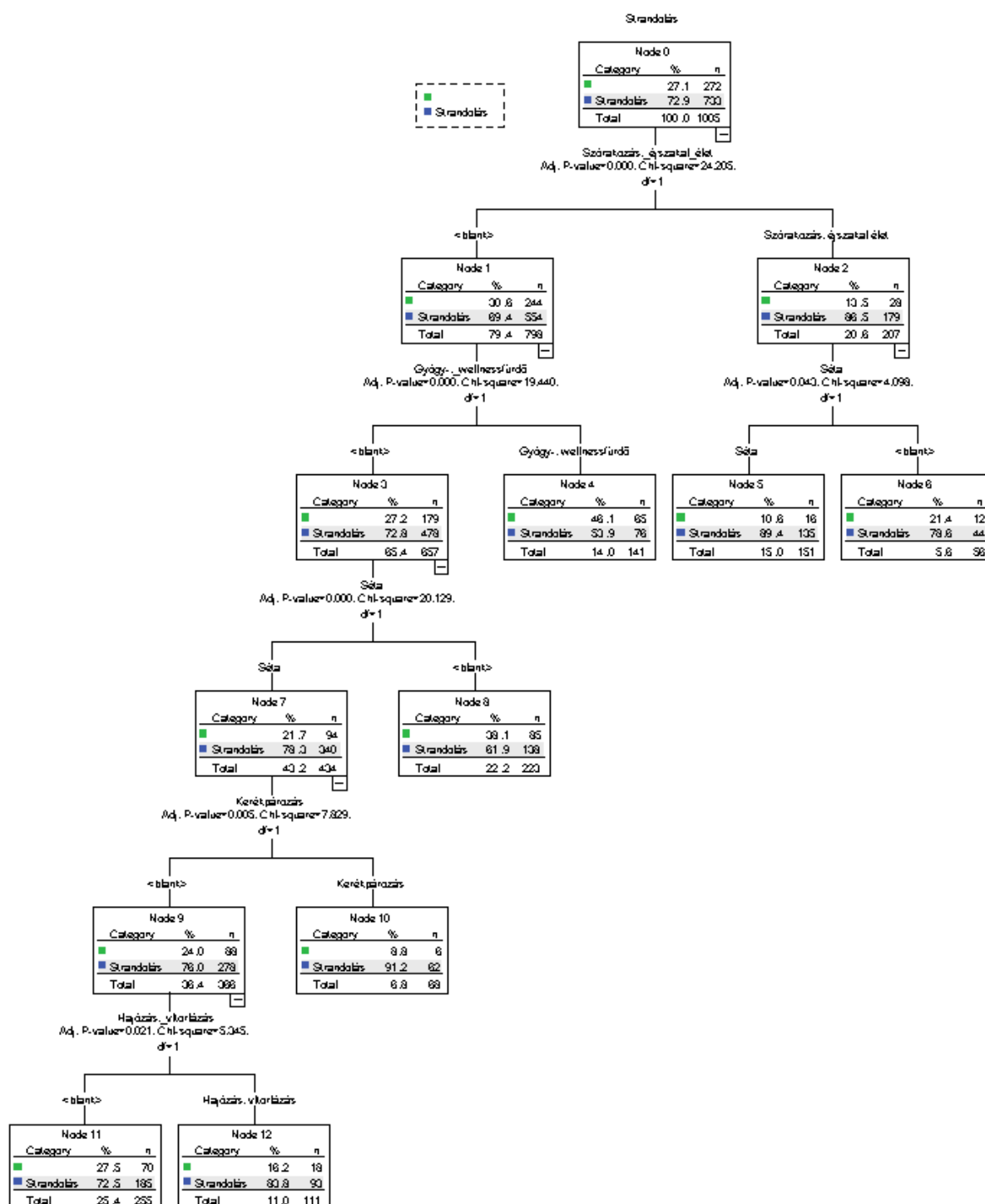
A strandoláshoz kapcsolódó tevékenységek fastruktúrája azt mutatja (2. ábra), hogy legszorosabban a szórakozás, éjszakai élet kapcsolódik hozzá (179 eset), majd a következő szinten a sétálás társul még e kettő aktivitáshoz (135 eset a 179-ből). Ugyanezen a szinten (2.) jelenik meg a strandolás és gyógy-, wellnessfürdő együttese a strandolással párosítva (78 esetben).

Lényegesen lazább, 3-5. szintű, kapcsolódás mutatkozik azokban az esetekben, amikor a strandolás-sétálás kettősehez a kerékpározás (62 eset), illetve a hajózás, vitorlázás (93 eset) kapcsolódik. A fastruktúra alján pedig még egy jelentősebb szegmens (185 eset) figyelhető meg, itt a strandolás nagyon lazán kapcsolódik a sétálással, vagyis a fő fókusz ezeknél a válaszadóknál a kifejezetten a Balaton vizének élvezete, a fürdőzés, strandolás volt.

Összességében tehát a strandolást, mint utazás alatt végzett tevékenységként megjelölő válaszadók a balatoni utazásuk alatt elsősorban kikapcsolódás-orientált további élményekkel jellemezhetőek, amelyek során a viszonylag alacsony szintű fizikai aktivitás jellemzi őket.

2. ábra

A strandoláshoz kapcsolódó tevékenységek



Forrás: saját kutatás (EFOP-3.6.2-16-2017-00017 projekt II/1. alprojekt)

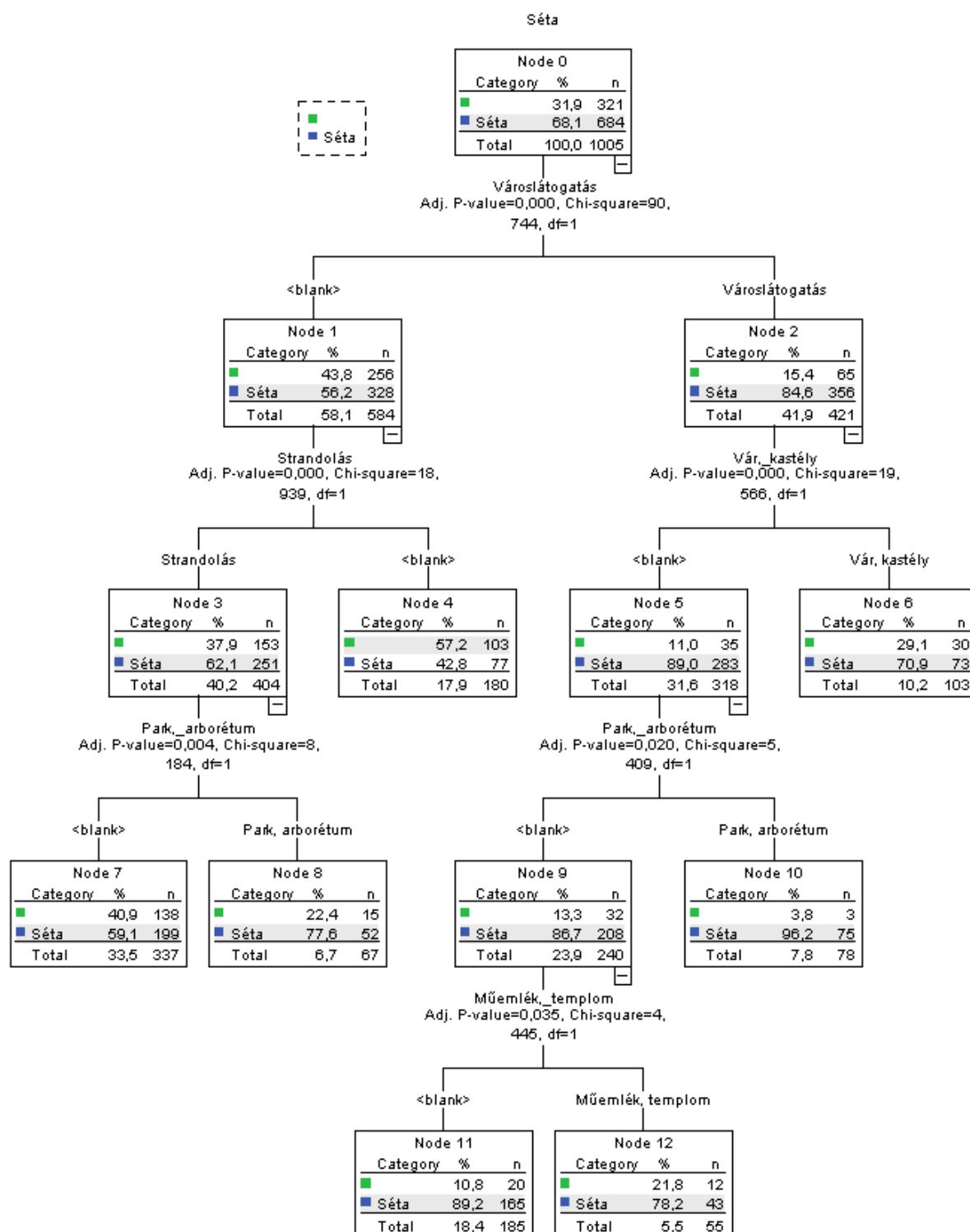
A 3. ábrán a sétáláshoz kapcsolódóan két fő ág körvonalazódik: egy megismerés-orientált, leginkább kulturális attrakciók köré épülő és egy kikapcsolódás-orientált, természeti értékeket a középpontba helyező élményvonal jelenik meg az adatok alapján.

A sétáláshoz kapcsolódó tevékenységek fastruktúrájában legszorosabb előfordulást a városlátogatás mutat, ami teljesen természetes a tevékenység jellege miatt, illetve azért is, mert nagyjából azonos aktivitási szintet igénylő cselekvések. Ez az irány viszonylag kisebb csoportok esetében még kiegészül további, elsősorban kulturális attrakciók felkeresésével is (vár, kastély – 73 eset; műemlék, templom – 43 eset; park, arborétum – 75 eset) viszonylag laza kapcsolati erősséggel. A legnagyobb létszámú csoportot azonban azok alkotják (165 eset), aki a séta mellett csak a városlátogatást említették a balatoni utazásuk alatt végzett tevékenységként.

A fastruktúra másik ága esetében, a 2-3. szinten a strandolás tevékenysége társul a sétáláshoz, és ez a páros mutatja a legnagyobb gyakoriságot (199 eset). Hasonló erősséggel (2. szint) megjelenik a csak strandolni vágyók csoportja (77 eset), illetve a sétálás, strandolás élménye mellé lazán a parkok, arborétumok látogatása is bekapcsolódik élményelemként (52 eset).

3. ábra

A sétához kapcsolódó tevékenységek



A városlátogatáshoz kapcsolódó tevékenységek fastruktúrája jóval töredezettebb képet mutat, mint ami a strandolás vagy a sétálás esetében látható volt.

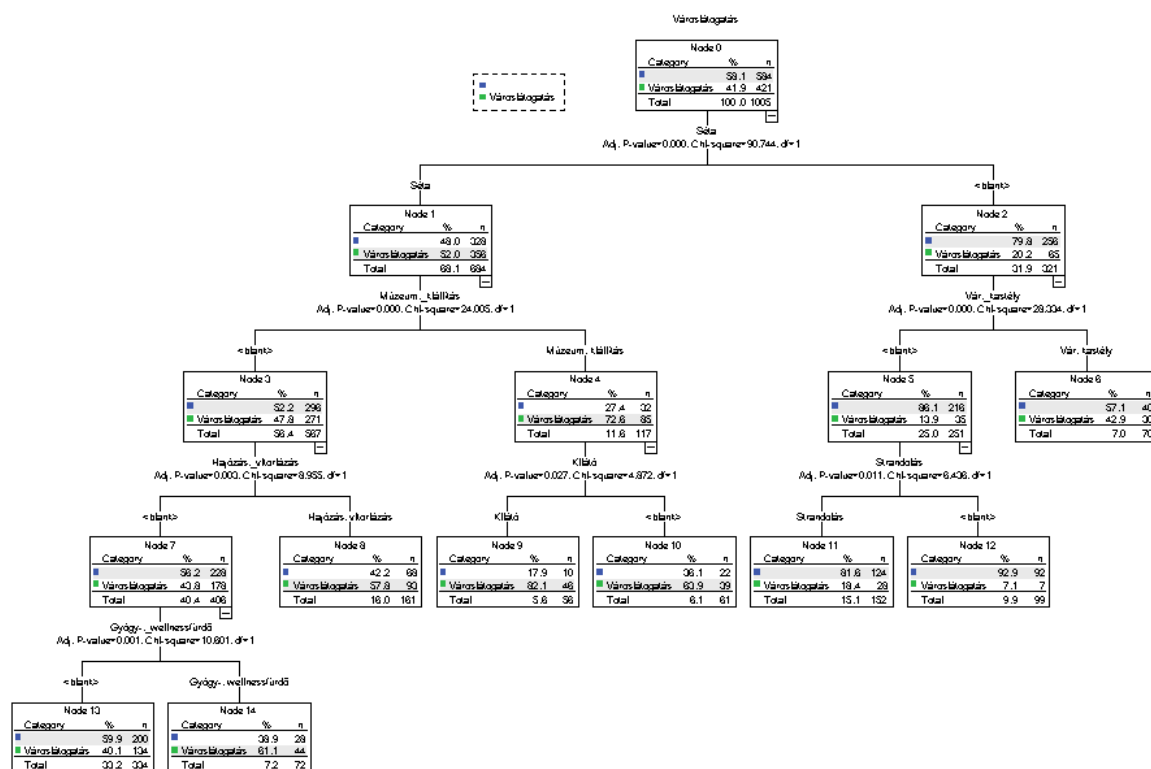
A városlátogatás és séta élménye tovább pontosítható az ábra alapján (4. ábra): itt is megjelenik egy ismeretszerzésre jobban épülő tevékenységi halmaz (városlátogatás + séta + múzeum, kiállítás – 39 eset; városlátogatás + séta + kilátó – 46 eset), illetve kikapcsolódásra fókuszáló alág (városlátogatás + séta + hajózás, vitorlázás – 90 eset; városlátogatás + séta + gyógy-, wellnessfürdő – 44 eset).

Szintén kicsi elemszámokkal, laza kapcsolódást mutatva (2. és 3. szinten) további megismerés-orientált élményekre vágyó válaszadó csoportok körvonalazódtak, amelyek esetében a városlátogatás várak és kastélyok felkeresésével (30 eset), illetve strandolással (28 eset) társult.

Összességében ez a struktúra és a korábbi, gyakorisági adatok azt mutatják, hogy a városlátogatás ugyan gyakran megjelenik a balatoni utazások alatt végzett tevékenységek között, de nem ez a fő utazási cél és fókusz a nyaralások során. *(Itt jegyezzük meg, hogy a Balaton és környéke vidékies környezet, vagyis nem a klasszikus városlátogatási élményt nyújtja.)*

4. ábra

A városlátogatáshoz kapcsolódó tevékenységek



Forrás: saját kutatás (EFOP-3.6.2-16-2017-00017 projekt II/1. alprojekt)

4. Konklúzió

A kutatás eredményei alapján feltérképezhető a Balaton turizmusában jelenleg is vezető szerepet betöltő, elsősorban a nyári időszakban és pihenési céllal érkezők által végzett tevékenységek köre. A nemzetközi tendenciákkal összhangban a Balatont felkeresők is aktívnak tekinthetők (az átlagosan 5,2 végzett aktivitással), azonban ha megnézzük az egyes tevékenységek típusát, dominálnak a passzív, fürdőzéshez kapcsolható élmények. A szegmens jellemzőinek feltárásán túlmenően a tanulmány támpontot ad ún. élménycsomagok kialakítására, az egyes turisztikai termékek és szolgáltatások összekapcsolására. Ez erősítheti az érintett szereplők közötti együttműködést, és hatékonyabb marketingkommunikációt eredményezhet. Az egyes élményelemek összekapcsolása új termékeket, szolgáltatásokat is kialakíthat. Ezzel együtt a kutatás eredményei alapján megtalálhatók azok a pontok, ahol egy-egy – az adott szegmens számára fontos – másik szolgáltatást, élményt népszerűsíthetnek az érintett szolgáltatók, döntéshozók. Az eredmények a turizmus időbeni és területi koncentrációjának enyhítését is támogathatják (például milyen élménypontok között szükséges közlekedési lehetőséget kínálni, kedvezmények stb.). Bár a vizsgált – három legnépszerűbb – tevékenység esetén kicsi az aránya a víztől, időjárástól független, magas szolgáltatásminőséggel jellemezhető attrakcióknak (például kulturális turizmus, gasztronómia, egészségturizmus), az eredmények ahhoz is jó kiindulópontot adnak, hogy miként lehet egy-egy új terméket bevonni a pihenési céllal érkezők látókörébe. Hosszabb távon egy-egy utazás alatt végzett tevékenység önálló utazási motivációvá is válhat szélesebb célcsoportok számára, ami elősegíti a fenntartható, versenyképes turisztikai élménykínálat kialakítását a Balaton térségében.

Köszönetnyilvánítás

Jelen publikáció/kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú "Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek" című projekt keretében jött létre.

Irodalomjegyzék

- Chen, J. S. (2003): Market segmentation by tourists' sentiments. *Annals of Tourism Research*. 30.1. pp. 178–193.
- Díaz-Pérez, F. – Bethencourt-Cejas, M. (2016): CHAID algorithm as an appropriate analytical method for tourism market segmentation. *Journal of Destination Marketing and Management*. 5. pp. 275–282.
- ETC – UNWTO (2007): *Handbook on Tourism Market Segmentation*. Madrid, Spain.
- ETC – UNWTO (2011): *Handbook on Tourism Product Development*. Madrid, Spain.

- Eusebio C. et al. (2017): Who is consuming the countryside? An activity-based segmentation analysis of domestic rural tourism market in Portugal. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 31. pp. 197–210.
- Ragagnin Pimentel M. – de Lima Pereira M. (2019): Tourism spatial distribution in Brazil: a recent assessment using thematic cartography *Journal of Hospitality and Tourism Insights* <https://doi.org/10.1108/JHTI-03-2019-0051>
- Raun J. et al. (2019): Gateways for intra-national tourism flows: measured using two types of tracking technologies. *International Journal of Tourism Cities*. 6.2. pp. 261–278. <https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2019-0123>

NEUMANNÉ VIRÁG ILDIKÓ¹ – VARGA-DANI BARBARA²

A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁGI KONCEPCIÓ MEGVALÓSÍTHATÓSÁGA A BALATON KIEMELT TÉRSÉGBEN

¹egyetemi docens, ²turisztikai szakértő

¹PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, NEMZETKÖZI GAZDASÁGTAN INTÉZETI
TANSZÉK

²PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

¹virag.ildiko@gtk.uni-pannon.hu

²varga-dani.barbara@gtk.uni-pannon.hu

Absztrakt

Az elmúlt évtizedekben a körforgásos gazdaság egyre jelentősebb és népszerűbb fogalomává vált, mert a gazdasági élet szereplői és a döntéshozók a jelenlegi gazdasági rendszer helyett új alternatívákat keresnek, a természeti erőforrásokkal való felelős gazdálkodás megvalósítását a piacok, a fogyasztók és a természeti erőforrások közti viszony újragondolása révén. Az ENSZ becslése alapján 2050-ben 9,8 milliárd ember él majd a Földön, de bolygónk természeti erőforrásai végesek és gyorsabb ütemben éljük fel azokat, mint ahogyan újratermelődnek. A „körforgásos gazdaság” fogalma a fenntarthatóság egy új perspektívája, ami egyre szélesebb körben terjed a turisztikai ágazatban is. A fenntartható fejlődés és a nagyobb jövedelmezőség elérése érdekében főként a különböző (szállodai-, élelmiszer- és szabadidős ágazat) ágazatokban történő szolgáltatások nyújtása, valamint az építkezésekhez kapcsolódó anyagok áramlása terén (energia, élelmiszer, víz stb.) valósulhatna meg. Ehhez járulna hozzá a turizmusfejlesztés egyik általános célkitűzése, a szezonális mérséklése is, aminek kapcsán arra kell törekedni, hogy a desztináció vonzerőinek látogatása, igénybevétele más időszakokban is minél jobban közelítsen a kiemelt időszakok volumenéhez.

Kulcsszavak: körforgásos gazdaság, fenntarthatóság, Balaton, szezonális

Bevezetés

A jelenlegi gazdasági rendszert a fogyasztás és a termelés lineáris szemlélete határozza meg, ami folyamatos növekedésen és növekvő erőforrás-átvitelen alapul. A nyersanyagokat kitermelik a természetből és termékeket állítanak elő belőle, majd a termék használatát követően egy részből nagy mennyiségű hulladék jön létre (take–make–use–dispose, azaz, „vedd el–csináld–használd–dobjd el”), amelynek jelentős részét nem forgatjuk vissza a

folyamatba. Ezzel szemben a körforgásos gazdasági modellben az anyagcsere-folyamatok zárt körben történnek, a hulladék szinte teljes mértékben hasznosul és a biológiai illetve technológiai alkotórészek, a nyersanyagok és az energia visszakerülnek a körfolyamatokba, több fázisban használják fel őket.(Gan et al. 2013). A körforgásos gazdaság alkalmazása a környezeti és a társadalmi haszon mellett új gazdasági, valamint foglalkoztatási potenciált foglal magában. Az Európai Unió, illetve tágabb értelemben a fejlett országok jelentős szerepet játszanak a körforgásos gazdaság modelljének megalkotásában és kivitelezésében (Kirchherr et al.2017). A körforgásos gazdaság (Circular Economy, CE) fenntartható gazdasági paradigma (Geissdoerfer et al. 2017), amelyet új üzleti modellek (Lewandowski 2016) és felelős fogyasztók (Borrello et al. 2017) tesznek lehetővé. A legfőbb cél a fenntartható fejlődés előmozdítása (Ghisellini et al. 2016, Schandl et al. 2016, Bruel et al. 2019).

A Balaton – Közép-Európa legnagyobb tava – egész évben várja az ide érkezőket. A belföldi turisták között a visszatérő vendégek aránya nagyon magas, akik leginkább a természeti vonzerő, a táj szépsége, a csendes és nyugodt, biztonságos nyaralás és kikapcsolódás, a fürdőzés, a vitorlázás, a horgászat, a túrázás és a rekreáció miatt térnek vissza. A tartósan versenyképes és fenntartható Balaton térség megteremtéséhez alapvető feladat, hogy a környezeti és kulturális értékeket megőrizzük, a turisztikai kínálatot bővítsük, a szezonalitást mérsékeljük és elősegítsük az ebben érdekelt szereplők és intézmények kooperációját.

Jelen tanulmány célja, hogy megalapozza a fenntarthatóság, ezen belül kiemelten a körforgásos gazdaság lehetőségeit a balatoni turizmusban. Ehhez a vonatkozó szakirodalom összegzése mellett rendelkezésre álló adatokat (például kínálat, vendégforgalom) tekintettünk át.

A körforgásos gazdaság elmélete

Az Ellen Mac Arthur Alapítvány (2015) a körkörös gazdaságot helyreállító gazdasági rendszerként írja le, aminek célja a termékek, az alkatrészek és az anyagok hasznosságának fenntartása, és értékük megőrzése. A koncepció azon az elképzelésen alapul, hogy az anyagokat a zárt hálózatban használják fel (Veleva et al. 2017). A körforgásos gazdasági koncepció a fenntartható ökotervezési-, energia- és anyaghatékonysági intézkedéseket valamint az úgynevezett 3R hulladékhierarchiájában meghatározott stratégiákat tartalmazza: csökkentés, újrafelhasználás, újrahasznosítás (reduce, reuse, recycle) (Európai Környezetvédelmi Ügynökség 2016).

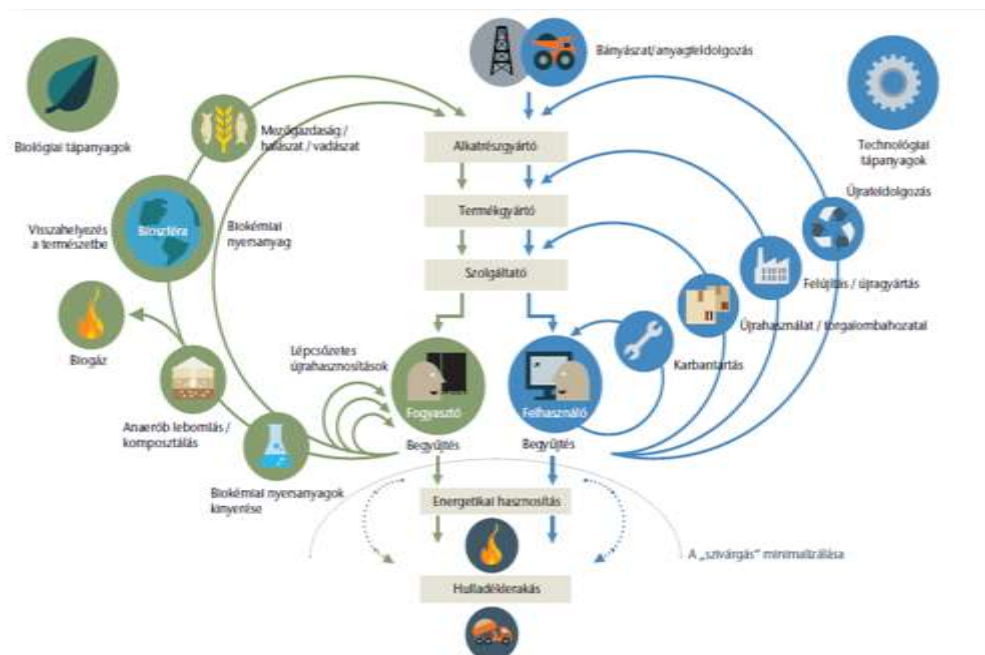
Az Ellen McArthur Alapítvány a megvalósítás négy fő elemét határozta meg:

- Az első a körkörösség és az életciklus-alapú szemlélet megjelenítése már a gazdasági tervezés folyamata során;
- A második feltétel az új, innovatív üzleti modellek kifejlesztése és alkalmazása (kölcsonösen előnyös, akár ágazatközi üzleti megállapodások, platformok révén);
- Harmadik elemként említi a tanulmány a termékek életciklusának lehető legnagyobb mértékű meghosszabbítását (egyúttal a hulladékok keletkezésének visszaszorítását);

- Negyedik szempontként jelenik meg a rendszerszintű ösztönzők és a kedvező gazdasági (üzlet) környezet megteremtése. Ez utóbbi területen a kormányzati szereplők felelőssége és jelentősége óriási.

1. ábra

A körforgásos gazdaság modellje



Forrás: Ellen MacArthur Alapítvány alapján Körforgásos Gazdaságért Alapítvány szerkesztése

2. ábra

A lineáris és a körforgásos gazdaság modellje



Forrás: „Discover the ‘circular economy’”(EUROSTAT 2018)¹

¹ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/WDN-20180116-1>

A körforgásos gazdasági koncepció egy olyan fenntartható gazdasági rendszer, amelynek célja, hogy a termékeket, alkatrészeket és anyagokat a legmagasabb szintű hasznosságon és értéken tartsa (Pamfilie et al. 2018). Több alternatív gazdaságfejlesztési koncepció is megjelent a lineáris gazdaság leváltására, mint a kék gazdaság, az ipari ökológia, a megosztáson alapuló gazdaság, a funkcionális gazdaság, a digitális gazdaság és a körforgásos gazdaság.

Ezek közül a funkcionális, a megosztáson alapuló, a digitális és a körforgásos gazdaság koncepciója általánosan a legismertebb. Ezek az újonnan megjelenő modellek különböző módon viszonyulnak a fenntarthatósághoz. A körforgásos gazdaság törekszik a különböző koncepciókat, törekvéseket, új üzleti megközelítéseket magába foglalni, integrálni és ezt egy egységes gazdaságfejlesztési koncepcióként szemléltetni. Bár a stratégiát még nem lehet összefüggőnek tekinteni és alakulóban is van, mégis az *Európai Unió gazdaságfejlesztési koncepciójává vált*.

3. ábra

A körforgásos gazdasági elképzelés modellje



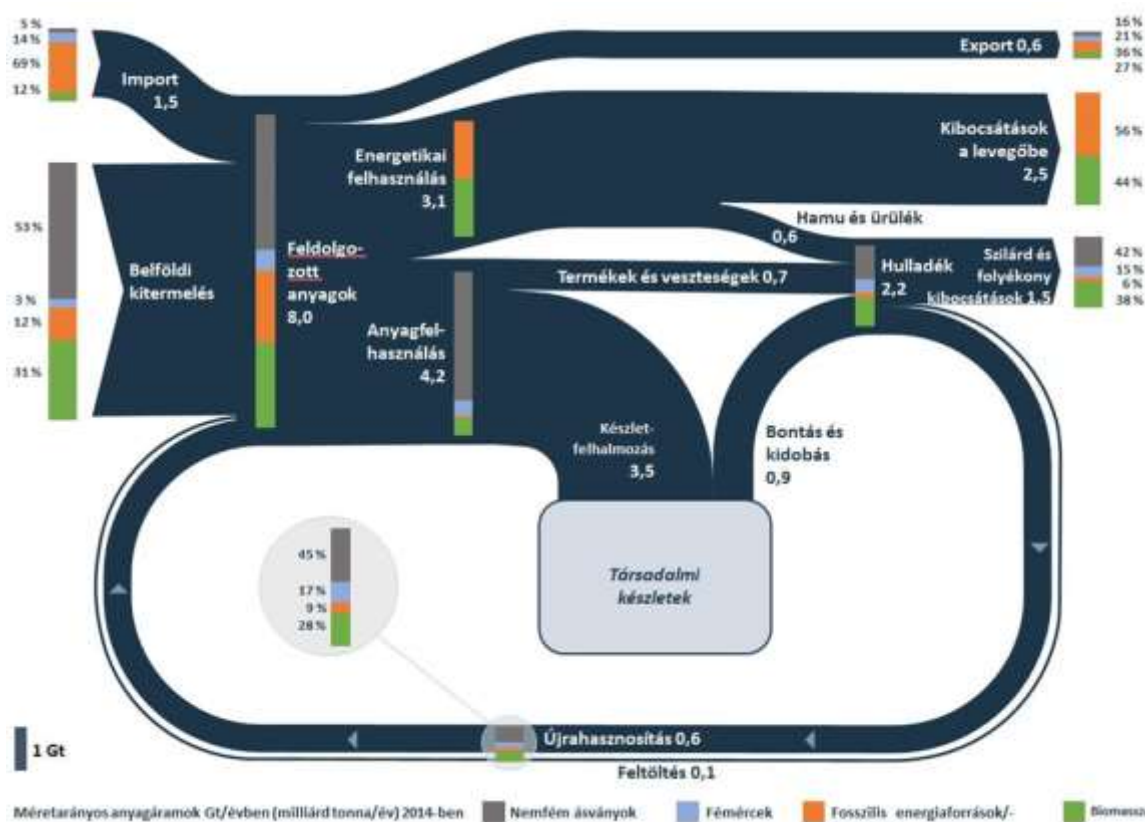
Forrás: Európai Bizottság közleménye: Úton a körkörös gazdaság felé: „zéró hulladék” program Európa számára (2014)²

A körforgásos gazdasági elképzelés – egy folyamatosan megújító és helyreállító rendszer – minél tovább meg akarja őrizni a termelési-gazdasági tevékenységek során a termékbe, az anyagba fektetett munkát és energiát, tehát jelentős célja a struktúra és az anyag megmentése. Ehhez értékmegőrző, értékelújító, újra feldolgozó rendszereket hoz létre és egyben működtet is, amelyben a gazdaság szereplői fontos szerepet kapnak.

² [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014DC0398R\(01\)&from=HU](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014DC0398R(01)&from=HU)

4. ábra

A gazdaságon belüli anyagáramlások az EU-28 országokban (2014)



Forrás: EUROSTAT Material flow diagram for EU 28¹ A gazdaságon belüli anyagáramlások az EU-28 országokban (2014) Az anyagáramlási diagram az összes nyersanyagot – aggregált, illetve anyagkategóriákba sorolt módon is – ábrázolja a gazdaság minden területén, a kitermeléstől kezdve a hulladékká válásig.²

A körforgásos gazdasági koncepció a tervezőtől a gyártón át a felhasználóig bevonja a gazdaság szereplőit, ösztönzi a megújuló energiák használatát és az emberi igényeket és szempontokat szem előtt tartva meghosszabbítja az anyag és a termék idejét a gazdasági folyamatokban. A tervezés a tartósságot és az újrahasznosíthatóságot tartja szem előtt, kiiktatja az egészségre ártalmas anyagokat. Az ipar, a kereskedelem, a szolgáltatóipar és a közintézmények szerepe vitathatatlan az anyaghatékonyság kérdésében és a keletkező hulladékok elkülönített gyűjtésében. De a lakosság a tartós termékek vásárlása, javíttatása, újra használata révén biztosítaná a termékek lehető legjobb kihasználását majd a termékek hulladékká válását követően szelektív hulladékgyűjtéssel a hulladék újrafeldolgozását. A körforgásos gazdasági

¹ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/circular-economy>

² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0029&from=IT> 2. oldal

modell egyfajta visszatérés a természet rendjéhez, mert minden folyamat végterméke egy másik folyamat kiindulási anyaga (Hulladékgazdálkodók Országos Szövetsége³).

Jelenleg a körforgásos gazdasági koncepció prioritás az Európai Unió számára, mivel 2015-ben jóváhagyták a körkörös gazdaságsomag néven ismert politikai intézkedésrendszert, ami nemcsak a termékek életciklusának hulladék szakaszára, hanem a teljes életciklusra koncentrál.

A Balaton turisztikai térség szerepe

A Balaton térség a legnépszerűbb turisztikai desztináció Magyarországon. Turisztikai termékínálatát tekintve – köszönhetően az elmúlt évek, évtizedek tudatos fejlesztésének – mára egy egész éven át élvezhető, élménygazdag szabadidős programkínálatot nyújt, termékínálata erőteljesen diverzifikálódott.

A fő vonzerő ma is, a térség USP-jének (Unique Selling Proposition, vagyis a megkülönböztető, egyedi terméktulajdonság) is tartott Balaton és a Balaton-felvidéki tanúhegyek, de egyéb szabadidős, és turisztikai aktivitások is színesítik a kínálatot, a 2000-es évekbeli egyprofilú, a vízparti nyári üdülésre alapozott tömegturisztikai jellegéhez képest.

1. táblázat

A Balaton turisztikai kínálata – főbb vonzerők

Természetes vonzerők	Épített vonzerők
Balaton, a tó	Kulturális vonzerők: Tihanyi Bencés Apátság, Festetics Kastély, Várak: Veszprém, Sümeg, Szigliget, Somogyvár
Kiváló vízminőség, a vízre alapuló aktivitások: - Balatoni hajózás, vitorlázás, vízisportok - Felújított strandok, kibővített szolgáltatásokkal, családbarát strandok	Gyógy- wellness és élményfürdők: Hévíz, Kehidakustány, Zalakaros
Balaton-felvidéki tanúhegyek, természetvédelmi területek, Bakony-Balaton Geopark, Tihany, Kis-Balaton, Balaton-felvidéki Nemzeti Park látogatóhelyei	Balaton borvidékek, gasztrókínálat, slow living, helyi termékek (Badacsony, Csopak, Dél-Balaton)
Európa Diplomás Tihanyi félsziget, kiemelkedő természeti és kultúrtörténeti értékű európai védett terület	Balaton Bringakörút
Hévíz-gyógytó, gyógyvizére épülő unikális termékínálata	Élményparkok (Balatonboglár, Balatonfűzfő, Zalasabar, stb)

³ <https://www.hosz.org/korforgas>

Golf (Balatonudvari, Balatongyörök, Zalacsány)
--

Forrás: saját szerkesztés

A turisztikai kínálat és a kereslet egyaránt erős térbeni és időbeni koncentrációval jellemezhető ki (például a szálláshelyek több mint 85 százaléka a part menti sávban található), ami közlekedési infrastruktúrára is komoly nyomást gyakorol a főszezonban. Ennek következtében a turisztikai döntéshozók számára a mai napig az egyik legnagyobb kihívás a szezonális oldása.

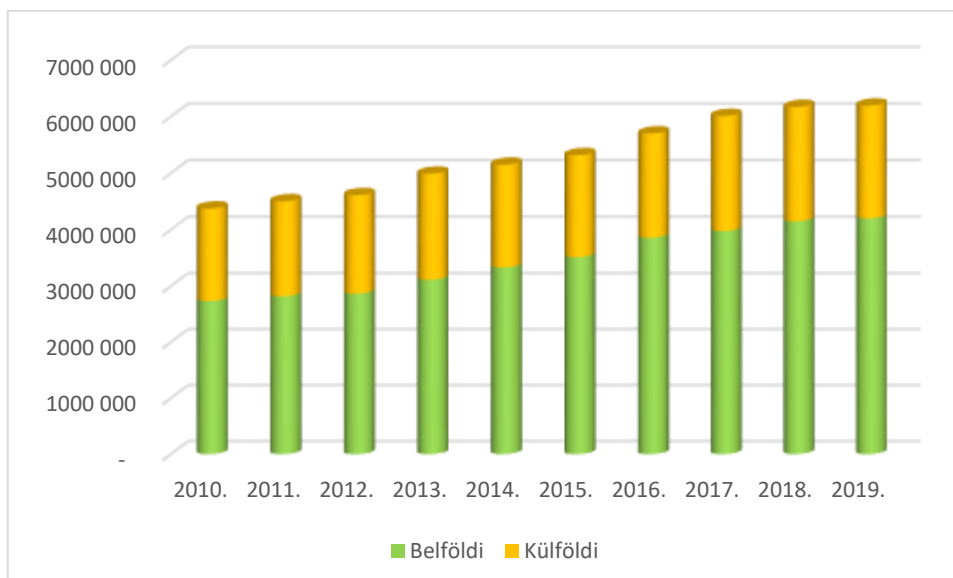
A régióba érkező turisták vizsgálata: megállapítások leíró statisztikai módszerek segítségével

A Központi Statisztikai Hivatal Tájékoztatási adatbázisa alapján 2019-ben a Balaton turisztikai desztinációt cca 2 millió vendég, 1,5 millió belföldi és 467 ezer külföldi, kereste fel, általuk 6 millió vendégéjszakát regisztrálva, ezzel a második legnépszerűbb, és legforgalmasabb turisztikai térség Magyarországon.

A belföldi és beutazó vendégek által a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma az elmúlt 10 évben dinamikusan emelkedett, kiemelkedő a belföldi turizmus erősödése (+54%) a térségben. A beutazó vendégforgalomban is pozitív trend tapasztalható, 21%-kal növekedett a külföldiek által eltöltött vendégéjszaka szám 2010-2019. közötti időszakban.

5. ábra

Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken 2010-2019



Forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés

A Balaton turizmus erős időbeli és térbeli koncentrációt mutat. A térség 15 településén jelentkezik a teljes vendégforgalom 80%-a. A vendégforgalmi adatok több, mint fele a nyári főszezonban realizálódik. A leglátogatottabb települések: Hévíz, Balatonfüred, Siófok, és Zalakaros.

2. táblázat

**A kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszakák számának alakulása a Balaton
desztináció TOP4 leglátogatottabb településén (2019)**

Terület	Belföldi vendégéjszakák száma			Külföldi vendégéjszakák száma			Vendégéjszakák száma		
	2018. év	2019. év	Változás	2018. év	2019. év	Változás	2018. év	2019. év	Változás
Balaton-füred	440 999	478 204	+8%	288 060	254 575	-12%	729 059	732 779	+1%
Hévíz	444 331	469 554	+6%	691 185	675 215	-2%	1 135 516	1 144 769	+1%
Zalakaros	488 068	506 994	+4%	149 274	160 965	+8%	637 342	667 959	+5%
Siófok	439 519	454 755	+3%	220 710	221 855	+1%	660 229	676 610	+2%

Forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés

A Balaton kiemelt térség fő küldő területei

A fő küldő területek rangsorát a külföldi vendégek által eltöltött vendégéjszaka szám alapján állítjuk fel. Ez alapján Németország, Oroszország, Csehország és Ausztria állnak a TOP 4 helyen. Németország ugyan a csökkenő forgalmával stabilan őrzi első helyét, a további 3 küldőpiac pedig évről évre versenyeznek az 2-4. helyezésért. Csehországnak az elmúlt hat évben sikerült Hollandiát kiszorítani a TOP 4-ből, és 2019-ben pedig megelőzte Ausztriát is.

A desztináció legdinamikusabban fejlődő beutazó piaca Szlovákia (+189%) Lengyelország (+141%), valamint Csehország (+139%) növekedést realizált a vizsgált 10 évben.

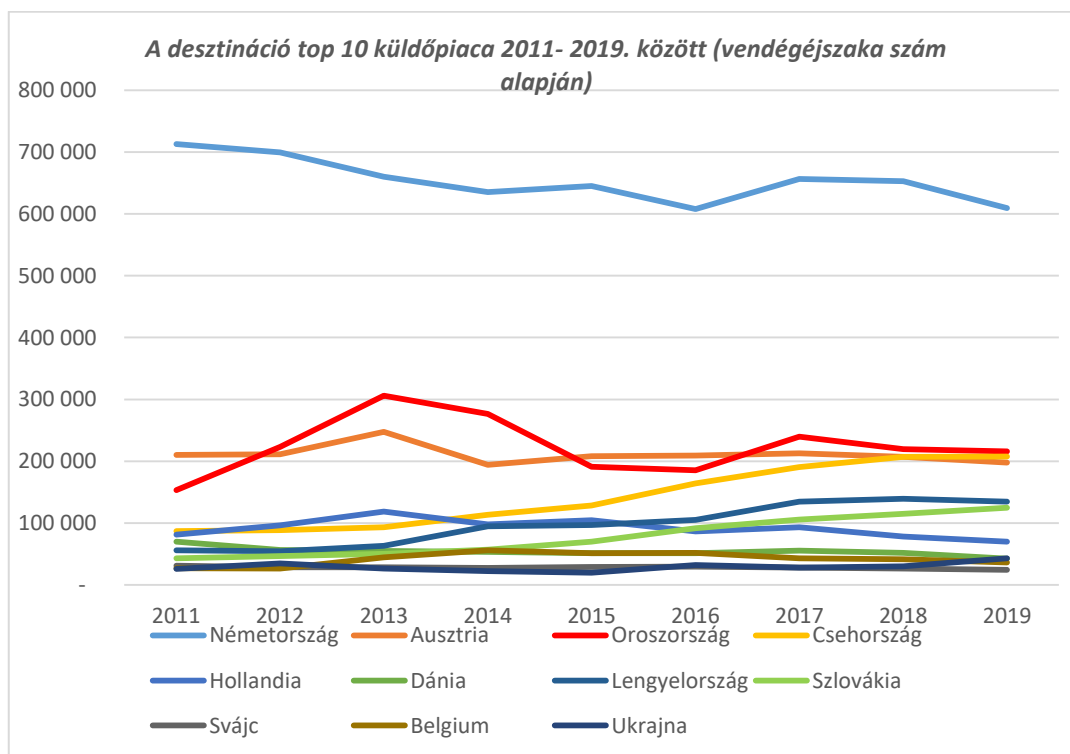
3. táblázat

A desztináció top 10 küldőpiaca 2011- 2019. között (vendégéjszaka szám alapján)

Külföldi vendégéjszaka szám (éj)		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Helyezés 2011
Külföld összesen		1 688 040	1 747 837	1 879 501	1 819 539	1 803 319	1 843 545	2 033 498	2 022 793	1 975 219	
TOP1	Németország	713 026	699 461	660 039	635 461	645 121	607 729	656 222	652 954	609 300	1.
TOP2	Oroszország	153 278	223 468	306 019	276 768	191 369	185 465	239 727	219 845	215 929	3.
TOP3	Csehország	86 897	88 645	93 210	113 576	128 475	164 227	190 776	207 008	207 926	4.
TOP4	Ausztria	210 082	211 285	247 699	194 212	208 082	209 388	212 779	207 411	197 962	2.
TOP5	Lengyelország	55 861	54 247	63 393	94 823	97 156	105 445	134 650	139 334	134 640	7.
TOP6	Szlovákia	43 306	46 959	50 143	56 854	70 241	91 826	105 925	115 173	125 095	8.
TOP7	Hollandia	81 185	96 240	118 861	98 197	104 603	86 506	93 047	78 148	69 996	5.
TOP8	Ukrajna	26 049	34 802	26 664	22 280	19 833	32 355	28 005	30 184	42 935	10.
TOP9	Dánia	70 000	56 484	55 108	53 537	51 322	51 425	55 421	51 858	42 518	6.
TOP10	Belgium	27 242	26 446	44 891	56 102	51 482	51 782	43 310	41 393	36 163	9.

Forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés

6. ábra

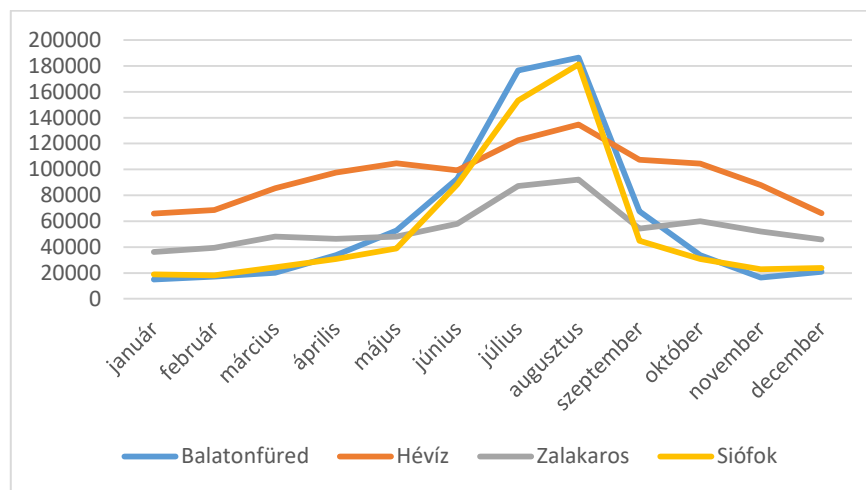
A desztináció top 10 küldőpiaca 2011- 2019. között (vendégéjszaka szám alapján)

Forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés

A külföldi és belföldi vendégforgalmi adatokat tekintve, a vendégéjszakák eloszlása, vagyis a szezonális Hévíz, és Zalakaros tekintetében kiegyenlítettebb. Balatonfüred turizmusában az elmúlt években egyértelműen csökkent a szezonális, vagyis a fődínyen kívüli időszakban is vonzó a vendégek körében, azonban a főszezon erős koncentráció továbbra sem csökkent.

7. ábra

A kereskedelmi vendégéjszakák számának havi eloszlása a Balaton desztináció TOP4 településén (2019)



Forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés

A fenntarthatóság és a körforgásos gazdasági szemlélet a Balaton Turisztikai térségben

A körforgásos gazdasági koncepcióra való áttérést jelen tanulmányban három fő témakör mentén – időbeni és területi koncentráció csökkentése, közlekedési rendszer és szolgáltatások – mutatjuk be.

Időbeni és területi koncentráció csökkentése

A szezonális a turizmus egyik alapvető jellemzője, ami a természeti adottságok az ember által épített vonzerők fogyasztók felé történő időbeli rendelkezésre állásának a függvénye (Baron 1975). Megkülönböztethetünk egy- (például a 2000-es évekbeli Balaton) és kétszezonú (például az Alpok) desztinációkat – elő-, utó- és holszezonok azonosítása –, illetve „szezonálismentes” célterületeket is (pl. Karib-térség). A szezonális a turizmusban az egyik meghatározó, a turisztikai fejlesztésekkel csak részben befolyásolható tényező, amelynek alapvető társadalmi, gazdasági és környezeti hatásai vannak. Baron (1975) publikációja óta számos turizmuskutató foglalkozott a témával (például Sutcliffe – Sinclair 1980; Hartman 1986; Donatos– Zairis 1991; Snepenger et al. 1990; Butler 1994, 1998; Lee et al. 2008).

Butler (1994) szerint a szezonális időbeni egyenlőtlenség, amit a vendégforgalom, a látogatók költsége, az autópályák és egyéb közlekedési módok forgalma, a foglalkoztatás és a látogatók

számának alakulása alakít. Allcock (1989) szerint a szezonális az év egy rövid időszakában végbemenő koncentrált turistaáramlás. A gazdasági szempontú megközelítésre alapozva Terry (2016) egy hosszabb időszak ciklikus fluktuációjaként értelmezi. Sulyok (2014) szerint hat a szezonálásra az úti cél éghajlata, időjárása, a szabadságolások, iskolai szünetek vagy az ünnepi időszakok. A fogadóterület és a küldőterület klímája egyaránt befolyásolja a turisták útrakelésének időpontját. Gazdasági tényezők, például a jövedelem, az árfolyam és a fogyasztói árindex is befolyásolhatja a kereslet szezonálisát. A szezonális következtében a turisztikai kínálat (szálláshelyek, létesítmények stb.) kihasználtsága, a befektetések megtérülése nem biztosított, nem egész éves a foglalkoztatás, a főszezonban a fogadó területen egyidejűleg tartózkodó turistaszám pedig nagyon megterheli az infrastruktúrát (Sulyok 2014).

Az utóbbi évtizedekben a balatoni turizmus erőteljes átstrukturálódása ment végbe. A 90-es, 2000-es évekig jellemző, egy profilú, a vízparti nyári üdülésre alapozott tömegturizmus volt jellemző, az utóbbi évtizedek tudatos turisztikai termék- és szolgáltatás fejlesztéseknek, a turisztikai szereplők szemléletének megváltozása, társadalmi felelősségvállalása eredményeképpen kibővültek és magasabb színvonalra emelkedtek a turisztikai termékek és szolgáltatások, különös tekintettel az egész éven át igénybe vehető aktív, szabadidős és gyógywellness kínálat területén. A bor- és gasztronómia, a minőségi, autentikus kínálat, slow living, balatoni life- style, mint önálló vonzerővé vált, a szemléletformálásnak köszönhetően a meghosszabbított nyitva tartás elvárt és általános lett. A desztináció szálláshely szerkezetében jelentős minőségi és mennyiségi fejlődés tapasztalható.

Azokon a területeken, ahol ősszel és télen is adottak a vendégfogadás feltételei, és télen is nyitva tartó attrakciók várják a vendégeket, egyenletesebb a vendégéjszakák eloszlása, fenntarthatóbb, kiszámíthatóbb a turizmus. A nem part menti vonzerők nagymértékben hozzájárulnak a szezonális enyhítéséhez, a koncentráció oldásához.

A szezonális csökkentése érdekében történő beruházások és fejlesztések megtervezésekor az éven belüli turistaforgalom és az azt jellemző folyamatok eltérését kell először azonosítani. A szezonális mérséklésének szélsőséges módszere a „négy évszak” kínálat kialakítása, amikor nem tűnik el a szezonális, azonban a holtseason alapvetően kiküszöbölésre kerül (Butler 1998, 2001).

A tó környéki közúti közlekedési rendszer

A vízpartot az üdülőterületektől elválasztó és jelentős környezeti terhelést okozó vasút- és útvezetés problémát jelenthet.

- A tó környéki közúti közlekedési rendszer – különösen a főszezonban – túlszűfolt. Az utóbbi évek infrastrukturális beruházásainak köszönhetően (például M7-es autópálya, elkerülő utak, csomópontok megépítése) a helyzet kedvezőbb, ugyanakkor mind a közúti, a vasúti, mind pedig a vízi közlekedés további fejlesztéseket igényel. Az északi part közúti közlekedése túlszűfolt, vonatközlekedése kritikus színvonalú, a Székesfehérvár – Balatonfüred közötti szakaszon jelenleg (cikk írásakor) is zajlik az

északi parti vasút villamosítása, amely jelentős javulást eredményez a desztináció megközelíthetőségében.

- Kiemelten fontos az alacsony szén-dioxid-kibocsátású közlekedési rendszerekbe való beruházás és a látogatók utazási szokásainak megváltoztatása:
 - áttérés a személygépkocsi használatról a fenntartható mobilitási módokra, elektro-mobilitás, keresletre érzékeny közlekedés;
 - infrastrukturális és intermodális szolgáltatások a látogatók igényeinek megfelelően – információs és kommunikációs technológiák alkalmazása (például mobil applikációk);
 - megközelíthető turisztikai attrakciók: hozzáférhetőség biztosítása a közlekedési nehézségekkel küzdő turisták számára;
 - kerékpározás és gyalogos közlekedési lehetőségek a turisták számára, kerékpáros turizmus és a „zöld utak” fejlesztése.
- A közeljövőben megvalósuló nagyszabású fejlesztések a kerékpárutak és az e-kerékpár hálózat fejlesztése, a kikötő fejlesztések, új élményparkok, látogatóközpontok kialakítása, valamint várak, kastélyok fejlesztésével oldódhat a területi és időbeli koncentráció.
- A desztináció belépési/kilépési pontjait, a szálláshelyekhez és a TOP vonzerőkhöz történő látogatóáramlást, az egyes attrakciók közötti fenntartható közlekedési módokat párhuzamosan javasolt fejleszteni, ellenkező esetben, a kritikus időszakokban (hosszú hétvégék, nyári csúcsszezon) megközelíthetetlenné válnak és az élményszerzés negatív tapasztalatokkal párosul.
- A fejlesztések terén tehát elsődleges jelentőségűek az infrastrukturális a közlekedésfejlesztési, környezetvédelmi, gazdaságfejlesztési és nem utolsósorban humánfejlesztési beruházások, az edukáció a további integrált szállás- és hálózatos attrakciófejlesztések mellett.

Szolgáltatások

A körforgásos gazdasági koncepció lehetőségei a turizmusban:

- Helyi alapanyagokkal és helyi szolgáltatásokra építkezve egy olyan körforgás megteremtése, amely a régiót vonzóvá és élhetővé teszi minden évszakban. Minőségi termék létrehozása igényes környezetben.
- A leginkább fenntartható, és a fenntartható turizmus, a körforgásos gazdaság alapelveit valló turisztikai szolgáltatók kiválasztása.
- A leginkább környezetbarát szállítási lehetőség kiválasztása.
- A kiválasztott szolgáltatások felelős kezelése: helyben termelt ételek használata, kézművesség és elfogadott környezetbarát intézkedések, például hulladékgazdálkodás, energia víztakarékosság stb.

- Infrastrukturális vagy szezonhosszabbító fejlesztések (vizesblokk téliesítése, szaunavilág, medencék létesítése, rendezvényter kialakítása), családbarát szolgáltatásokat megvalósító projektek és a szabadidősportok feltételeinek javítása.
- Az élményparkok (bel- és kültéri) a Balaton legerősebb nem szezonális, évszaktól független attrakciói, amelyek a strandok után a legnagyobb látogatószámot generálják, továbbá kulturális, tudományos interaktív látogatóhelyek, így fejlesztésükkel megvalósítható a főszezonon túli, akár egész éves kínálat kialakítása.
- A térség turisztikai vonzerejének erősítése a turisztikailag frekventált térségek integrált termék- és szolgáltatásfejlesztése révén.
- A helyi gazdaság támogatása és a természet és kultúra megőrzéséhez való aktív hozzájárulás.
- Az összes üzemeltető tevékenységet környezetvédelmi szempontból fenntarthatóvá kellene tenni.
- Cél a kis- és középvállalkozások innovációs képességének fokozása a turizmus szektorban azáltal, hogy támogatja a körforgásos gazdasági elemek integrálását a szolgáltatásaikba, termékeikbe és üzleti modelljeikbe.
- A turisztikai kis- és középvállalkozások alkalmazzák a körforgásos ötleteket, és ismerjék fel a lehetséges bevált gyakorlatokat a körforgásos gazdasági megoldások kidolgozásában és alkalmazásában.
- A turisták ösztönzése arra, hogy vásároljanak olyan termékeket, anyagokat és szolgáltatásokat, amelyek megújuló és fenntartható, újrahasznosítható vagy újrahasznosítható, biológiailag lebontható tulajdonsággal rendelkeznek.
- A szállodákat környezetbarát mosodai politikára és organikus tisztítószeres használatára kell ösztönözni. Textil újra felhasználás: az egyszer használatos cikkeket, például a szalvétákat, terítőket és kéztörlőket újra felhasználható cikkekre cserélni.
- Új szállodaépületek építése és felújítása a meglévő körforgásos technológiák felhasználásával.
- Intelligens beltéri klíma – Okos Szoba Alkalmazás: az egyedi elkészítésű mobilalkalmazás nyomon követi az erőforrások fogyasztását és szabályozza a beltéri környezetet. Energia, fény, levegő és víz a négy dolog, amelyekről élő visszajelzést kapnak a vendégek. A vendégek hozzáférhetnek az adatokhoz, amelyek arról tájékoztatják őket a hőmérsékletről a fogyasztásra való tekintettel.
- Az ellátási lánc menedzsmentjének kibővítése a szállodában használt összes anyag elérése érdekében (a bútortól kezdve a szappanig) inkább lízing igénybevétele a tulajdonosi alapú üzleti modellek helyett.
- A „szürkevíz” újrahasznosítása (a kézmosásnál és a mosásnál keletkező víz, amely csíráztatás után például a WC öblítésére kiválóan használható) Szürkevíz újrafelhasználása elősegíti az ivóvízfogyasztás és a szennyvíztermelés jelentős csökkenését, miután a vizet nem ivóvíz célra használták fel második alkalommal a kibocsátás előtt a csatornában. Minőségének azonban biztosítania kell a felhasználó biztonságát és ezáltal a kezelésnek rendszerre van szükség. E rendszerek költségei

csökkennek és a karbantartási szint egyszerűsítésre kerül, realisabbá téve őket a viszonylag kicsi befektetések számára és azokba beruházó vállalkozások számára.

Összefoglalás, következtetések

A körforgásos gazdaság felé történő áttérés többszintű és többszintű dimenziós folyamat, amely alapvető változásokat igényel mind műszaki, gazdasági, társadalmi, kulturális és politikai területen. A körforgásos gazdaság elveinek alkalmazásával a vendéglátás és a turisztikai vállalkozások hozzájárulhatnak a fenntartható turizmushoz. A körforgásos turizmus kulcsszavai a helyreállítás, újrafelhasználás, újrahasznosítás. az építkezésekhez kapcsolódó anyagok áramlása terén (energia, élelmiszer, víz stb.) valósulhatna meg. A körforgásos gazdasági koncepció nagy lehetőségeket kínál a turisztikai vállalkozások számára a jövedelmezőség elérése érdekében az építkezésekhez kapcsolódó anyagok áramlása, a szállodai-, étkezési-, szabadidő- és a gyógy szolgáltatások illetve az ehhez kapcsolódó energiaáramok és vízkezelés terén. A tanulmány célja az, hogy felhívja a figyelmet arra, vajon a turizmus és vendéglátás területén a körforgásos gazdasági kezdeményezések valóban hozzájárulhatnak-e a fenntartható fejlődéshez és gazdasági és társadalmi előnyök eléréséhez. A turisztikai vállalkozások innovációs képességüket fokozhatják a régióban azáltal, hogy támogatják a körforgásos gazdasági elemek integrálását a szolgáltatásaikba, termékeikbe és üzleti modelljeikbe és szoros partneri együttműködést alakítanak ki. A régió turisztikai vállalkozásainak tájékozódni kellene a körforgásos gazdasági megoldások kidolgozásában és alkalmazásában és a szezon gazdaságos meghosszabbításában.

A Balaton fő turisztikai terméke a vízparti, családi üdülés, emellett mind az aktív turizmus, mind pedig az egészségturizmus területén gazdag kínálattal rendelkezik a régió. Az országos és nemzetközi vonzerővel rendelkező fesztiválok, a minőségi balatoni bor- és gasztronómia önálló utazási motivációvá váltak. A Balaton régió a diverzifikálódó termékkínálat, a minőségi termék- és szolgáltatásfejlesztésnek, valamint a példamutató szolgáltatói összefogásnak köszönhetően tavasszal és ősszel is minőségi kínálatot nyújt, ezzel is enyhítve a szezonaritást, nem utolsósorban hozzájárul a térség fenntartható turizmusához, és fenntartható, élhető gazdasági környezethez.

Köszönetnyilvánítás

Jelen publikáció a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által biztosított forrásból a 2019-1.3.1-KK-2019-00015 azonosító számú, „Körforgásos gazdasági alapokon nyugvó fenntarthatósági kompetencia központ létrehozása a Pannon Egyetemen” című projekt keretében jött létre.

Irodalomjegyzék

A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet Hosszú Távú Területfejlesztési Koncepció 2020-ig (2008):
Balatoni Integrációs és Fejlesztési Ügynökség Kht. Balatonfüred-Siófok

- A Bizottság Közleménye Az Európai Parlamentnek, A Tanácsnak, Az Európai Gazdasági És Szociális Bizottságnak és A Régiók Bizottságának Úton a körkörös gazdaság felé: „zéró hulladék” program Európa számára/* COM/2014/0398 final/2 */
- Ahmadi M. (2017): Evaluating the performance of 3Rs waste practices: case study-region one municipality of Tehran. *Adv Recycling Waste Manag* 2(130):2. <https://doi.org/10.4172/2475-7675.10001>
- Baum, T. – Hagen, L. (1999): *Responses to Seasonality: the Experiences of Peripheral Destinations*. – *International Journal of Tourism Research* vol. 1. 299–312.
- Baum, T. – Lundtorp, S. (2001): *Seasonality in Tourism*. Pergamon, Oxford, UK.
- Barbudo A. – Ayuso J. – Lozano A. – Cabrera M. – López-Uceda A. (2019): *Recommendations for the management of construction and demolition waste in treatment plants*. *Environ Sci Pollut Res*.
- Baron, R. V. (1975): *Seasonality in Tourism. A Guide to the Analysis of Seasonality and Trends for Policy Making*. – London: *The Economist Intelligence Unit Ltd., Technical Series N. 2*.
- Bigovic, M. (2011): Quantifying seasonality in tourism: a case study of Montenegro. *Academica Turistica* 4. 2. 15–32.
- Borrello M. – Caracciolo F. – Lombardi A. – Pascucci S. – Cembalo L. (2017): Consumers' perspective on circular economy strategy for reducing food waste. *Sustainability* 9(1):141
- Bruel A. – Kronenberg J. – Troussier N. – Guillaume (2019): Linking industrial ecology and ecological economics: a theoretical and empirical foundation for the circular economy. *J Ind Ecol* 23(1):12–21.
- Buckley, R. (2012): Sustainable Tourism: Research and Reality. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 2.
- Butler, R. W. (1994): Seasonality in tourism: Issues and implications. – *The Tourist Review. International Association of Scientific Experts in Tourism* 3.
- Butler, R. W. (1998): Seasonality in tourism: Issues and problems. – In: Seaton, A. V. (ed.) *Tourism: State of the Art*. Chichester, UK: Wiley. 334–339.
- Butler, R. W. (2001): Seasonality in Tourism: Issues and Implications. – In: Baum, T. – Lundtorp, S. 2001: *Seasonality in Tourism*. Pergamon. Oxford, UK. 5–23.
- Cannas, R. (2012): An Overview of Tourism Seasonality: Key Concepts and Policies. – *EU* 5. 40–58.
- Castellani, V. – Sala, S. – Mirabella, N. (2015): Beyond the throwaway society: A life cycle-based assessment of the environmental benefit of reuse. *Integrated Environmental Assessment and Management*, 11(3), 373–382.
- Christis M. – Athanassiadis A. – Vercalsteren (2019): A: Implementation at a city level of circular economy strategies and climate change mitigation—the case of Brussels. *J Clean Prod* 218:511–520.

- COM Circular economy: closing the loop. European Commission. (2015): Available at: https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/circular-economy-factsheet-general_en.pdf.
- COM Circular economy research and innovation. Connecting Economic & Environmental Gains. (2017): Available at: <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020>
- COM (2018): Circular Economy: Implementation of the Circular Economy Action Plan. Available at: http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.html (2018)
- COM (2019): Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019DC0190>
- Daddi, T. – Nucci, B. – Iraldo, F. (2017): Using Life Cycle Assessment (LCA) to measure the environmental benefits of industrial symbiosis in an industrial cluster of SMEs. *Journal of Cleaner Production* 147, 157–164.
- Deutsch N. (2015): A Kék Gazdaság innovációs megfontolásai és a Kék Innovációk egy lehetséges vizsgálati modellje. *Marketing és Menedzsment*, 3, 3–19.
- Donatos, G. – Zairis P. (1991): Seasonality of foreign tourism on the Greek Island of Crete. – *Annals of Tourism Research* 18. 3. 515–519.
- Ellen MacArthur Foundation Circular Economy Overview (2013) <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/overview/concept>
- Ellen MacArthur Foundation Towards the circular economy *J. Ind. Ecol.*, 1 (1) (2015), 4–8.
- Ellen MacArthur Foundation Towards the Circular Economy: Accelerating the Scale-up Across Global Supply Chains (2014) http://www3.weforum.or/docs/WEF_ENV_TowardsCircularEconomy_Report_2014.pdf
- Ellen MacArthur Foundation Priority Research Agenda (2017) https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/higher-education/EMF_Priority
- EURÓPAI PARLAMENT (2017): Élelmiszer-pazarlás az EU-ban: a számok. <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20170505STO73528/elelmiszer-pazarlas-az-eu-ban-a-szamok>
- Europa (2018): új jogszabály a körforgásos gazdaságról http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6203_hu.htm és <http://www.europarl.europa.eu/EPRS/EPRS-Briefing-573936-Circular-economypackage-FINAL.pdf>
- European Commission: Circular economy: http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm
- Gan Y. – Zhang T. – Liang S. – Zhao Z. – Li N. (2013): How to Deal with resource productivity. *J Ind Ecol* 17:440–451.

- Geissdoerfer M. – Savaget P. – Bocken N. – Hultink, E. J. (2017): The Circular Economy - A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
- Gössling S. – Peeters P. (2015): Assessing tourism's global environmental impact 1900-2050. *Journal of Sustainable Tourism* 23:5.
- Hartmann, R. (1986): Tourism, seasonality and social change. *Leisure Studies* 5. 1. 25–33.
- Herman S. (1987): A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmában mutatkozó szezonális tendenciáinak területi elemzése. *Területi Statisztika*: 1987/4–5–6. szám. KSH Budapest, 173–185.
- Huang B. – Wang X. – Kua H. – Geng Y. – Bleischwitz R. – Ren J. (2018): Construction and demolition waste management in China through the 3R principle. *Resour Conserv Recycl* 129:36–44. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.029>
- Kirchherr J. – Reike D. – Hekkert M. (2017): Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions, *Resources, Conservation and Recycling*, Volume 127, 221–232.
- Lewandowski M. (2016): Designing the business models for circular economy. Towards the conceptual framework. *Sustainability* 8(1):43
- Lozano-Lunar A. – Barbudo A. – Fernández J. – Jiménez Jr. (2019): Promotion of circular economy: steelwork dusts as secondary raw material in conventional mortars. *Environ Sci Pollut Res*
- Lee C. – Bergin-Seers S. – Galloway G. – O'marhony B. – McMurray A. (2008): Seasonality in the Tourism Industry: Impacts and Strategies. – *CRC Sustainable Tourism Pty Ltd*. Australia.
- McCarthy A. – Dellink R. – Bibas R. (2018): The Macroeconomics of the Circular Economy Transition: A Critical Review of Modelling Approaches, *OECD Environment Working Papers*, 130, OECD Publishing, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/af983f9a-en>
- Preston C. – Carr W. (2018): Recognition justice, climate engineering, and the care approach. *Ethics Pol Environ* 21:308–323.
- Rodríguez-Robles D. – García-González J. – Juan-Valdés A. – Morán-Del Pozo JM. – Guerra-Romero MI. (2015): Overview regarding cons.
- Snepenger D. – Houser B. – Snepenger M. (1990): Seasonality of demand. – *Annals of Tourism Research* 17. 4. 628–630.
- Sulyok J. – Mester T. (2014): A magyarországi turizmus szezonálitása A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma. *Turizmus bulletin* XVI. évfolyam 3–4. szám, 85–92.
- Sutcliffe C. M. S. – Sinclair, T. (1980): The measurement of seasonality within the tourist industry: An application to tourism arrivals in Spain. – *Applied Economics* 12. 4. 429–441.
- Terry, W (2016): Solving seasonality in tourism? Labour shortages and guest worker programmes in the USA.– *Area* 48. 1. 111–118.

KSH Tájékoztatási adatbázis: <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/index.jsp>

- Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma: <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp>

- Kereskedelmi szálláshelyek külföldi
vendégforgalma: <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haDetails.jsp?query=kshquery&lang=hu>

- Kereskedelmi szálláshelyek kapacitása

<http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp>

- Kereskedelmi szálláshelyek kapacitás-kihasználtsága

<http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haDetails.jsp?query=kshquery&lang=hu>

<https://www.hosz.org/korforgas>

Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 www.mtu.gov.hu/cikkek/strategia

Balaton Fejlesztési Tanács www.balatonregion.hu

KOVÁCS ANDREA¹ – KURUCZ LAJOS²
TÁRSADALMI-GAZDASÁGI KÜLÖNBSÉGEK A BALATON
TURISZTIKAI RÉGIÓBAN

¹⁻² elemző statisztikus

KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL

¹ andrea.kovacs@ksh.hu

² lajos.kurucz@ksh.hu

A Balaton-térség a belföldi turizmus legkedveltebb térsége, 2018-ban ide összpontosult a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött belföldi vendégéjszakák egyötöde. A Balatont és térségét az Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Konceptió (OFTK – 1/ 2014. (I. 3.) OGY határozat a Nemzeti Fejlesztés 2030 – Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Konceptióról), valamint a területi folyamatokról szóló országgyűlési jelentések a területi fejlesztés szempontjából kiemelt térségek között említik.

A konferencián *Társadalmi-gazdasági különbségek a Balaton turisztikai régióban* címmel tartott előadás az országos területfejlesztési koncepció és jelentések anyagát, valamint a tudományos élet képviselői és a szakmai döntéshozók által megfogalmazott igényeket szem előtt tartva egy 2018-as adatokon alapuló helyzetképben mutatta be a balatoni térségbe tartozó települések országon belüli szerepét, társadalmi-gazdasági helyzetét.

A 180 települést magában foglaló térség országos átlagnál (105 fő/ km²) lényegesen alacsonyabb népsűrűsége (66 fő/km²) is arra utal, hogy a régió inkább rekreációs célterület, mint mindennapi élettér. Számos ezer fő alatti, előregedő aprófalú része a területnek, ugyanis az időskorúak lakónépességen belüli aránya megközelítette a népesség egynegyedét, ami az országosnál magasabb. Az élve születések és halálozások negatív egyenlegéből eredő természetes népességfogyást (2018-ban 1778 fő) a térségbe beáramló belföldi vándorlás (2018-ban 1144 fő) valamelyest enyhíti. A Balaton régión belül a munkaerőpiaci különbségek visszatükrözik a három balatoni megye munkanélküliséggel való érintettségét. Somogy megyében a Balatonparti településeken a megyei átlagnál jóval alacsonyabb a munkanélküliek aránya.

Balaton turisztikai régió, 2018



A térség vállalkozói aktivitása magasabb az országosnál és vállalkozásainak háromnegyede valamilyen szolgáltatási ágban tevékenykedik. A Balaton régióban – üdülőjellegének köszönhetően – az idegenforgalmi tevékenységű cégek és egyéni vállalkozások aránya az országos értéket lényegesen meghaladja. A part menti és partközeli települések kiskereskedelmi üzletekkel jobban ellátottak, viszont több olyan parttól távolabbi település akad, ahol nincs kiskereskedelmi üzlet. Ennek ellenére a tízezer lakosra jutó vendéglátóhelyek száma a térségben az országos átlag közel háromszorosa.

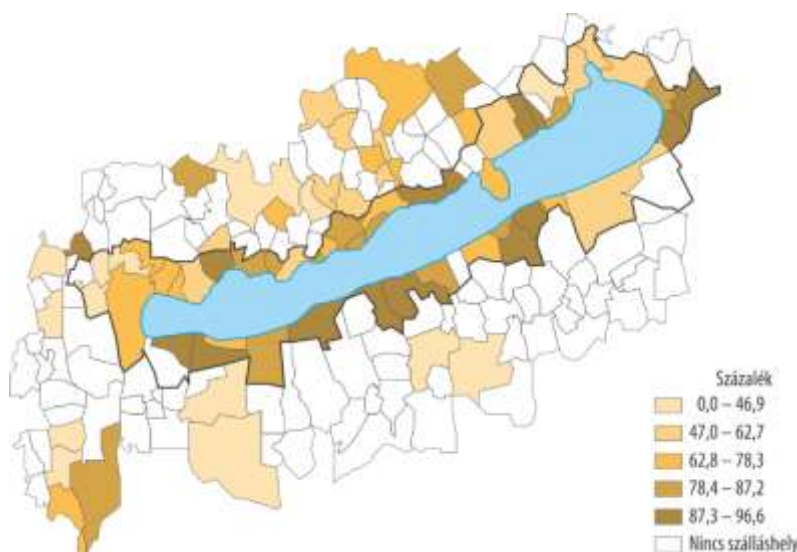
A térség lakásállománya az országosnál (9,3%) nagyobb mértékben 17%-kal bővül. Az értékesített használt lakások átlagára a partközeli településeken kiugróan magas, az országos közel másfélszerese. A települések infrastruktúrája nemcsak a helyben lakó népesség ellátását, a térségben pihenők életminőségét befolyásolja, hanem a Balaton vízminőségére, környezetének védelmére is jelentős hatással van. Hálózati vízvezetékkel a Balaton régió valamennyi települése rendelkezik, míg a közüzemi szennyvíz-elvezetés nem minden településen van megoldva, ez utóbbiak mindegyike a parttól távolabb fekvő község. Ugyanakkor a régióban – a jelentős vendégforgalom következtében – kimagasló a lakosságtól, közszolgáltatás keretében elszállított települési hulladék egy főre jutó mennyisége.

A Balaton turisztikai régió – Budapest–Közép-Duna-vidék után – Magyarország második leglátogatottabb térsége. 2018-ban az ország 15 legnagyobb vendégforgalmat lebonyolító települése közül négy (Hévíz, Balatonfüred, Siófok, Zalaegerszeg) a régió része.

A vendégek és a vendégéjszakák száma folyamatosan, de az országosnál lassabb ütemben növekszik.

A vendégek és a vendégéjszakák zömét a part menti és a partközeli települések szálláshelyein regisztrálták, ezzel együtt az északi part vonzóbbnak bizonyult a délinél. A vízpart, a szabadtéri programok meghatározó szezonalitással bírnak, ami jelentősen befolyásolja a vendégforgalom éven belüli eloszlását. Az északi partnak a kevésbé szezonális gyógy- és termálturizmusra épülő, illetve kulturális attrakciói, valamint a természeti adottságainak a vonzereje egyenletesebbé teszik az éven belüli vendégforgalom eloszlását.

A június–augusztusban eltöltött vendégéjszakák aránya az éves vendégforgalomból a kereskedelmi szálláshelyeken, 2018



A belföldi vendégek legkedveltebb úti célja a Balaton, az országos vendégéjszakában mért forgalom egynegyede a térségbe irányult. A turisztikai régió nemzetközi szempontból sem elhanyagolható jelentőségű, Budapest után a második leglátogatottabb terület. A kereskedelmi szálláshelyek mellett üzleti célú egyéb szálláshelyek is várják a pihenni, üdülni vágyókat, többségük a Balaton közelében. Az ország „magánszállásadóinak” 44%-a a régióban kínál szálláslehetőséget.

A régió településeinek helyzete a közúti megközelíthetőség (gyorsforgalmi utaktól való távolság) szempontjából elég változatos. Kedvezőbb helyzetben az M7-es autópályával érintett déli part települései vannak, ahonnan 30 percen belül feljuthatunk az autópályára, szemben az északi part egyes településeivel, ahol akár egy órát is igénybe vehet a legközelebbi gyorsforgalmi csomópont elérése.

Az előadás törzsanyagát a Központi Statisztikai Hivatal *TÉR-KÉP*³⁶, 2018 kiadványának Kiemelt térség: A Balaton-térség szerepe című fejezete adta.

A 2019 decemberében megjelent kiadvány egy éves gyakoriságú kiadványsorozat ötödik kötete, amely elsősorban tematikus térképek, diagramok, illetve infógrafikák segítségével átfogó képet ad hazánk főbb területi jellemzőiről. Bemutatja az egyes térségek között meglévő egyenlőtlenségeket, illetve azokat a társadalmi, gazdasági, környezeti változásokat, amelyek hatással vannak a különbségek alakulására. Ezek a folyamatok és jelenségek témakörönként néhány kulcsfontosságú mutató segítségével kerülnek szemléltetésre, a grafikus tartalmakat rövid szöveges elemzések egészítik ki információkkal, háttérmagyarázatokkal. A kiadvány a rendelkezésre álló legfrissebb – főként a 2018. évre vonatkozó – adatok alapján mutatja be a főbb jelenségeket. A folyamatok, összefüggések ismertetéséhez azonban esetenként visszatekint – a jelenségek természetétől függően – rövidebb vagy hosszabb időtávra is. A legtöbb témakör a járások között meglévő különbségekre fókuszál, ugyanakkor néhány témakörnél más területi (megyei, települési) szint is megjelenik.

A kiadványsorozat mellett, hogy érzékelteti a közigazgatási egységek közötti társadalmi–gazdasági különbségeket, részletesebben foglalkozik egy kiemelt témával, illetve egy területfejlesztési szempontból fontos térséggel. A legutóbbi kötetben az ország iparában kulcsszerepet játszó járműipar, valamint a hazai turizmusban hangsúlyos szereppel bíró Balaton turisztikai régió került bemutatásra.

Kulcsszavak: Központi Statisztikai Hivatal (KSH), *TÉR-KÉP*, 2018, Balatonparti települések, településstatisztika, társadalmi-gazdasági különbségek, turizmus

A kiadványsorozat valamennyi kötete a http://www.ksh.hu/apps/shop.lista?p_lang=HU&p_temakor_kod=KSH&p_kapcsolodo=terkep linken (www.ksh.hu > Adatok, kiadványok > Kiadványtár menüpont) keresztül ingyenesen letölthető, megrendelhető.

³⁶ KSH: www.ksh.hu