



EFOP-3.6.2-16-2017-00017

Fenntartható, intelligens és befogadó
regionális és városi modellek



Balaton vihar előtt és után – A térség, mint élettér, és mint turisztikai úti cél aktuális kihívásai

BALATONI TURISZTIKAI KUTATÓINTÉZET

TANULMÁNYKÖTET

Veszprém, 2020

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A kiadvány a veszprémi Pannon Egyetemen a Balatoni Turisztikai Kutatóintézet (BATUKI) által 2020. november 26-án *Balaton vihar előtt és után – A térség, mint élettér, és mint turisztikai úti cél aktuális kihívásai* 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, Papp Zsófia Márta², Formádi Katalin³, Fehérvölgyi Beáta⁴

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

8200 Veszprém, Egyetem u. 10.

¹Balatoni Turisztikai Kutatóintézet

^{2,4}Gazdálkodási Intézet, Turizmus Intézeti Tanszék

³Gazdálkodási Intézet, Marketing Intézeti Tanszék

¹sulyok.judit@gtk.uni-pannon.hu

²papp.zsofia@gtk.uni-pannon.hu

³formadi.katalin@gtk.uni-pannon.hu

⁴fehervolgyi.beata@gtk.uni-pannon.hu

Kiadó:

Pannon Egyetem, Veszprém

A kiadvány megjelenik nyomtatottan és elektronikusan, elérhető az alábbi helyen:

www.gtk.uni-pannon.hu/batuki

2021

ISBN 978-963-396-220-6 (nyomtatott)

ISBN 978-963-396-221-3 (online)

Tartalomjegyzék

Előszó	vi
<i>Dancsokné Fóris Edina – Filepné Kovács Krisztina – Valánszki István</i>	6
Zöldinfrastruktúra 2in1. Zöldinfrastruktúra-fejlesztéssel a turizmus fejlődéséért	
<i>Kulcsár László István – Bodrogai László Anzelm – Magyar Diána</i>	24
A „Tihanyi legenda” – nem csak legenda. A turisták Tihany reprezentációja	
<i>Lőrincz Katalin – Vizi István György – Banász Zsuzsanna</i>	37
Kerékpározási szokások és fejlesztési javaslatok a Balaton térségében	
<i>Madarász Eszter – Raffai Csilla</i>	46
Belföldi az új külföldi?	
<i>Neumanné Virág Ildikó – Varga-Dani Barbara – Liska Fanny</i>	55
A körforgásos gazdasági koncepció megvalósíthatósága a gyakorlatban	
<i>Liska Fanny – Varga-Dani Barbara – Neumanné Virág Ildikó</i>	69
Honlapajánló: www.negyevszakbalaton.hu	
<i>Ernszt Ildikó – Sigmond Eszter</i>	75
Könyvajánló: 18 tipp a fenntartható rendezvényszervezéshez – avagy hogyan lehet egy fesztivál zöld, nem csak környezeti szempontból...	

A kötet szerzői:

Banász Zsuzsanna	Pannon Egyetem
Bodrogai László Anzelm	Csákvár Önkormányzat
Dancsokné Fóris Edina	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Ernszt Ildikó	Pannon Egyetem
Filepné Kovács Krisztina	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Kulcsár László István	Soproni Egyetem
Lőrincz Katalin	Pannon Egyetem
Liska Fanny	Pannon Egyetem
Madarász Eszter	Pannon Egyetem
Magyar Diána	Csákvár Önkormányzat
Neumanné Virág Ildikó	Pannon Egyetem
Raffai Csilla	Pannon Egyetem
'Sigmond Eszter	Pannon Egyetem
Valánszki István	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Varga-Dani Barbara	Pannon Egyetem
Vizi István György	Pannon Egyetem

ELŐSZÓ

Kedves Olvasó!

Balaton vihar előtt és után – A térség, mint élettér, és mint turisztikai úti cél aktuális kihívásai

A Pannon Egyetemen működő Balatoni Turisztikai Kutatóintézet (BATUKI) évek óta novemberben tartja szakmai konferenciáját a Balatonhoz kötődő, változatos témákban. 2020-ban a „vihar előtt és után” cím elsősorban a COVID-19 pandémiára utal, amely jelentősen átírta a térség aktuális kihívásainak sorát is.

Az egyik új kihívást a változó térhasználat adja: a karantén és bezártság után sokan igyekeznek a szabadban eltölteni idejüket, akár aktív mozgásformákkal is. Ehhez kapcsolódóan a zöldinfrastruktúra-használatról és a kerékpározási szokásokról szóló tanulmány került a kötetbe, míg egy másik a belföldi turizmus előtérbe kerülésével foglalkozik. Aktuális kihívás napjainkban a körforgásos gazdaság és a fenntarthatóság is, ezekhez a témákhoz kapcsolódóan a tanulmányok mellett honlap- és könyvajánlót talál az olvasó.

A konferencián elhangzott előadások és további kutatások eredményei alapján összeállított tanulmánykötettel idén is ahhoz szeretnénk hozzájárulni, hogy a Balatonra fókuszáló, elsősorban turizmus-orientált kutatások eredményei minél szélesebb célcsoportok számára elérhetőek legyenek.

Tartalmas olvasást kívánunk!

Veszprém, 2021. november

A szerkesztők

DANCSONÉ FÓRIS EDINA¹ – FILEPNÉ KOVÁCS
KRISZTINA² – VALÁNSZKI ISTVÁN³

ZÖLDINFRASTRUKTÚRA 2 IN 1.
ZÖLDINFRASTRUKTÚRA-FEJLESZTÉSEL A TURIZMUS
FEJLŐDÉSÉÉRT

¹Egyetemi adjunktus, ²Egyetemi docens, ³Egyetemi docens

^{1,2,3}MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM, TÁJÉPÍTÉSZETI, TELEPÜLÉSTERVEZÉSI
ÉS DÍSZKERTÉSZETI INTÉZET

¹dancsokne.foris.edina.klara@uni-mate.hu, ²filepne.kovacs.krisztina@uni-mate.hu,
³valanszki.istvan@uni-mate.hu

Absztrakt

A zöldinfrastruktúra jelentőségét a pandémia időszakában mindannyian megtapasztaltuk: felértékelődött a városi lakosság számára a szabadban töltött idő, kikapcsolódás lehetősége. A zöldinfrastruktúra (ZI) és a turizmus között nagyon szoros kapcsolat van, azonban a ZI ökológiai szolgáltatásai egyelőre kevésbé hangsúlyosak a turizmusfejlesztési tervezésben, pedig a zöldinfrastruktúra hálózat elemei nem csak attrakcióként, hanem turisztikai infrastrukturális elemként is jelen vannak egy adott térségben. Jelen kutatásunk célja az volt, hogy feltárjuk a zöldinfrastruktúra fejlesztés és a turizmusfejlesztés összekapcsolásának lehetőségeit egy konkrét térség példáján. Korábbi kutatásainkban már foglalkoztunk a Balatonfüredi járás és azon belül is különösen a Nivegy-völgy zöldinfrastruktúrájával és a táji adottságokon alapuló turisztikai fejlesztési lehetőségeivel, ezért ezt a térséget választottuk mintaterületül kutatásunkhoz. Az itt szerzett tapasztalatok egy része általánosítható: a sok apró, önmagában nem jelentős vonzerőt rejtő változatos táj, a helyenként feltáruló látványkapcsolatok, a kellemesen bejárható túraútvonalakkal együtt olyan tájélményt nyújtanak, amely összességében vonzerőt jelent a turistáknak. A Nivegy-völgy zöldinfrastruktúra-fejlesztést tartalmazó turisztikai fejlesztésre tett konkrét javaslataink példaként szolgálhatnak más térségek számára is, ami megmutatja, hogy a tudatosan kialakított tájszerkezet, a megfelelően megtervezett zöldfelületi elemek hogyan válhatnak erőforrássá a turizmus számára. A zöldinfrastruktúra megfelelő kialakítása és állapota ugyanakkor a rekreáció számára is lehetőségeket rejt magában.

Kulcsszavak: turisztikai ökológiai szolgáltatások, pandémia, zöldinfrastruktúra, Nivegy-völgy

Bevezetés

A zöldinfrastruktúra jelentőségét a pandémia időszakában mindannyian megtapasztaltuk: főként a városi lakosság keresett menedéket és kikapcsolódási lehetőséget a különféle zöld területeken, szabadtereken, parkokban, erdőkben, de még a mezőgazdasági területeken is. Aki tehette, a téli hónapokat is a nyaralójában töltötte és hétvégenként megteltek a Balaton parti sétányok. Kisebb baráti és családi találkozókra került sor a szabadban – gyakran távol a beépített területektől, hogy a fertőzésveszélyt minimálisra csökkentsék. Ezek a tapasztalatok erősítettek meg bennünket a zöldfelületek turisztikai vonzerőként való szemlélésében, ugyanakkor tájépitészként észrevettük a zöldinfrastruktúra hálózat turisztikai funkciójú hiányosságait is.

A zöldinfrastruktúra ökológiai szolgáltatásai között a rekreációs, illetve turisztikai szolgáltatások tárházából általában kevésbé merítenek a turizmusfejlesztési tervezésben, pedig a zöldinfrastruktúra hálózat elemei nem csak attrakcióként, hanem turisztikai infrastrukturális elemként is jelen vannak egy térség vagy település lakói és az oda látogató turisták számára.

Jelen kutatásunk **célja** az volt, hogy

- feltárjuk a zöldinfrastruktúra fejlesztés és a turizmusfejlesztés összekapcsolásának lehetőségeit;
- megvizsgálva egy konkrét térség, a Nivegy-völgy példáján a zöldinfrastruktúra és a turizmus állapotát, az értékeket és a hiányokat/konfliktusokat mindkét megközelítésből; hogy azonosítsuk azokat a zöldinfrastruktúra elemeket, amelyek a turizmus számára vonzerőt jelentenek; és
- feltárjuk, hogyan járulhat hozzá a tudatos zöldinfrastruktúra tervezés a turizmus fejlesztéséhez – nem csak pandémiás időszakban.

A kutatás háttere, előzmények, szakirodalmi áttekintés

Kutatásunkban a zöldinfrastruktúra fogalmát a MEA (2005) alapján, a hazai biodiverzitás stratégia meghatározása szerint értelmezzük: „Zöldinfrastruktúrának nevezzük azokat a természetes és félig természetes területeket, valamint egyéb növényzettel fedett és ökológiai funkciót betöltő területek stratégiaiailag megtervezett hálózatát, amelyet úgy terveztek és irányítanak, hogy széleskörű ökoszisztéma szolgáltatások nyújtására legyen képes. A zöldinfrastruktúra gerincét a zöldfelületek/zöldterületek („zöld” elemek) és a vízfelületek („kék” elemek) adják.” (NBS 2015, 13. o.)

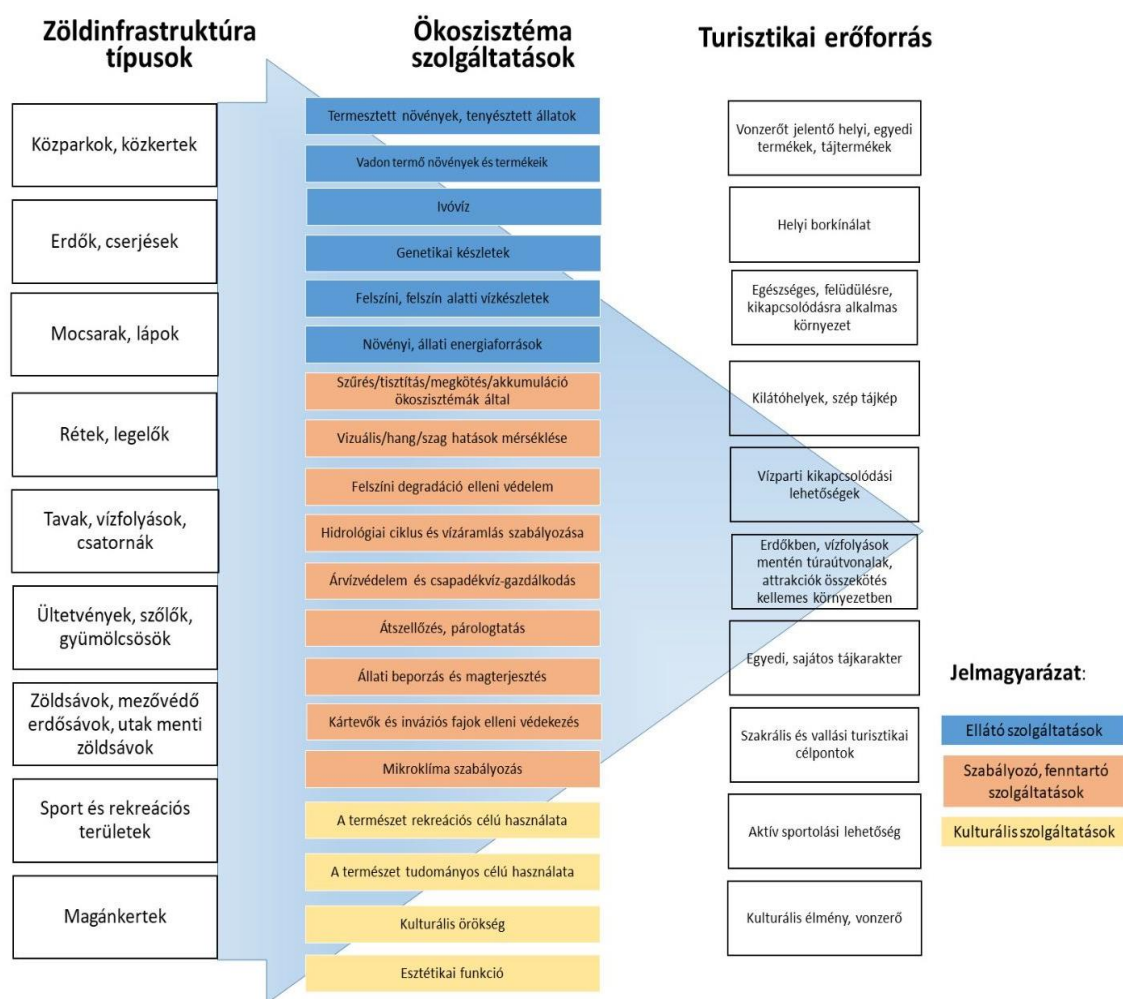
A hazai zöldinfrastruktúra gerincét a védett természeti területeket magában foglaló országos ökológiai hálózat képezi. A zöldinfrastruktúra hálózat fontos része a települési környezetben a biológiailag aktív, magas ökológiai értékű zöldfelületi rendszer, amely a biodiverzitás mellett a települési életminőség javítása szempontjából is fontos tényező. A zöldinfrastruktúra, mint az ökológiai funkcióval rendelkező területek rendszere, szorosan kapcsolódik az ökoszisztémák által nyújtott szolgáltatásokhoz, amelyek befolyásolják a településen elérhető életminőséget és

a környezeti/természeti adottságok által meghatározott turisztikai vonzerők élménynyújtó potenciálját.

Az elmúlt évtizedekben az ökoszisztéma-szolgáltatások (ÖSZ) megközelítése jelentős, befolyásoló koncepcióvá vált a környezeti, gazdasági és szociális jellegű döntéshozatalban (de Groot et al. 2010, Hernandez-Morcillo et al. 2013). Az ÖSZ az emberi jóléthez szükséges és előnyös szolgáltatásokat nyújt (Constanza et al. 1997, MEA 2005). Csoportosításukra több lehetőség létezik, amelyek közül a leggyakoribb a következő: ellátási szolgáltatások, szabályozási szolgáltatások, támogató szolgáltatások és kulturális szolgáltatások (MEA 2005). A kulturális ökoszisztéma-szolgáltatások azok a nem anyagi előnyök, amelyeket az ökoszisztémákból szellemi gazdagodás, rekreáció, esztétikai élmények, kognitív fejlődés és reflexió révén nyerhetünk (MEA 2005). Ezen ökoszisztéma szolgáltatásokat ugyan immateriális és nem kézzelfogható szolgáltatásokként értelmezik, bizonyítottan befolyásolják az életminőséget és az emberi jóllétet (Düll 2009). Mivel számos tudományterület kutatói, gyakorlói és döntéshozói foglalkoznak a kulturális ökoszisztéma szolgáltatások koncepciójával, ezen kulturális szolgáltatások jelentése és értelmezése társadalmi-kulturális háttér, földrajzi elhelyezkedés és szakmai háttér szerint eltér (Blicharska et al., 2019). Ily módon a kulturális ökoszisztéma szolgáltatások számos osztályozása létezik, amelyek közül a leggyakrabban a MEA (2005) által kidolgozott következő kategóriákat használják: spirituális és vallási; rekreációs és ökoturisztikai; esztétikai; inspiráló; nevelési; a hely „szelleme”; kulturális örökséghez köthető értékek, szolgáltatások. A szolgáltatást nyújtó egység az ember által használt és átalakított táj valamely részlete, ugyanakkor a kulturális ökoszisztéma szolgáltatások értékessége erősen függ az egyén percepciójától.

A rekreáció a turizmuselméleti szakirodalom alapján az a szabadidős tevékenység, amelynek során a kötelező tevékenységektől eltávolodva egészségünkkel, közérzetünkkel, életminőségünkkel foglalkozunk. A rekreációnak, mint a szabadidő-eltöltés kultúrájának tehát célja, hogy a kikapcsolódás révén az egyén munkaképességét helyreállítsa, megteremtve a minőségi élet alapjait (Révész et al. 2015). A rekreációhoz kapcsolódik, de azzal csak részben fed át a turizmus. Turizmusról általában akkor beszélünk, ha valamely tevékenység az állandó lakóhely elhagyásával valósul meg és jellemzően jövedelem elköltésével jár a különböző szolgáltatások igénybevétele miatt. A WTO meghatározása szerint „turizmus alatt **egyrészt** az emberek valamennyi állandó életvitelükön és munkarendjükön (lakás és munkahely) kívüli helyváltoztatását értjük függetlenül azok motivációitól, időtartamától és célterületétől. A turizmus **másrészt** az emberek helyváltoztatásával kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese.” (WTO-IPU, 1989). A turizmus elsődleges célja élmények nyújtása, illetve szerzése (Michalkó 2012), amely tevékenységek – a rekreációval egyetemben – számos módon befolyásolják az emberi életminőséget és jóllétet. Az élmény gyakran a táj különlegességéből, szépségéből és értékeiből táplálkozik. Szükséges ezért a figyelmet a táj alapstruktúrájára, a zöldinfrastruktúrára, illetve annak ökológiai szolgáltatásainak fontosságára irányítani, hogy a jövőben ezek ne degradálódhassanak (Wallace 2007, Abualhagag – Valánszki 2020).

1. ábra

Zöldinfrastruktúra, ökoszisztéma szolgáltatások, mint a turizmus erőforrásai

Forrás: Saját szerkesztés MTA Ökológiai Kutatóközpont, Ormos Imre Alapítvány, Zöldinfrastruktúra hálózat fejlesztése tanulmány felhasználásával

Az 1. ábra szemlélteti a zöldinfrastruktúra (ZI) és a turisztikai erőforrások közötti szoros kapcsolatot, hiszen a ZI különböző elemei számos ökoszisztéma szolgáltatást nyújtanak, amelyek hozzájárulnak egy térség belső erőforrásaihoz, vonzerejéhez, egyediségéhez.

A zöldinfrastruktúra tervezése egyaránt figyelembe veszi az értékvédelmet, a helyi fejlesztési célokat és az épített infrastruktúra tervezési szempontokat (Benedict – McMahon 2006), ezért a multifunkcionális zöldinfrastruktúra-tervezés hatékony eszköze lehet a szintén sokrétű turizmusfejlesztésnek is.

A Balaton térsége azonban nem csak a turisták, hanem egyre gyakrabban a második otthonot keresők számára is vonzó célpont. A pandémia idején sokan választották második otthonul a nyaralókat, ahol átvészelhették a zárás időszakait. A fogyasztási és térhasználati szokások megváltozását és többletterhelést is jelentett ez az időszak, amelynek megoldása gyakran

kooperációt igényel az önkormányzatok és más érintett szervezetek között (Fekete et al. 2020). Korábban a turisták az infrastruktúra, a programkínálat, a hosszabb nyitva tartás és az állatbarát szolgáltatások fejlesztését részesítették előnyben (Sulyok et al. 2020). A pandémia idején azonban éppen ezeket a szolgáltatásokat nem lehetett használni, a megnövekedett „lakosság” a családi és baráti találkozók, illetve a szabadidő-eltöltés szabadtéri helyszíneit kereste. Az egynapos kirándulások, sporttevékenység iránti igény körvonalazódott (Madarász 2020). A túrázás iránti érdeklődés felvirágzását az is mutatja, hogy a pandémia évében másfélszer annyi Kéktúra füzetet vásároltak az emberek, mint a korábbi években (INT-03). Felértékelődött a szabadban töltött idő a pandémia idején, és különösen sok családi túrázóval lehetett találkozni a turistautakon (INT-02). Megfigyeltük, hogy azok a szabadterek, amelyek nem turisztikai céllal lettek kialakítva – például mezőgazdasági területek földútjai –, szintén kedvelt célponttá váltak.

Kutatásunkban feltártuk a Nivegy-völgyben lévő, fenti igények kielégítését szolgáló zöldinfrastruktúra elemeket, illetve ezek fejlesztésének lehetőségeit, amelyek megvalósítása egyaránt lehetőséget teremt egy esetleges további pandémiás helyzetben való turizmusra, de normál állapotok esetén is hozzájárulnak a turisták, a második otthonra leltek és a helybeliek rekreációjához is.

Alkalmazott módszertan

A Nivegy-völgyben az első vizsgálatainkat 2015-ben végeztük, ekkor készült el az a Turizmus- és Tájfejlesztési Tanulmány (Nivegy-völgyi tanulmány 2015), amely jelen írásunk alapját képezi. Hallgatóinkkal egy féléven keresztül, többszöri terepbejárással és térképes, valamint egyéb szakirodalmi források feldolgozásával jutottunk el a mikrotérség megismerésének arra a szintjére, hogy tájépítészeti javaslatokat tehattünk a települések számára. A későbbiekben is vissza-visszatértünk a Balaton-felvidék eme térségébe különféle kutatási célokkal – vizsgáltuk a táj és lakóinak kapcsolatait „gyüttmentekkel” készült félig strukturált interjúk segítségével, valamint a zöldinfrastruktúra és a turizmus összefüggéseit nagyobb léptékben, a Balatonfüredi járás vonatkozásában (Valánszki et al. 2017). Alábbiakban az alkalmazott vizsgálati módszertant foglaljuk össze, majd röviden bemutatjuk a vizsgálati területünket.

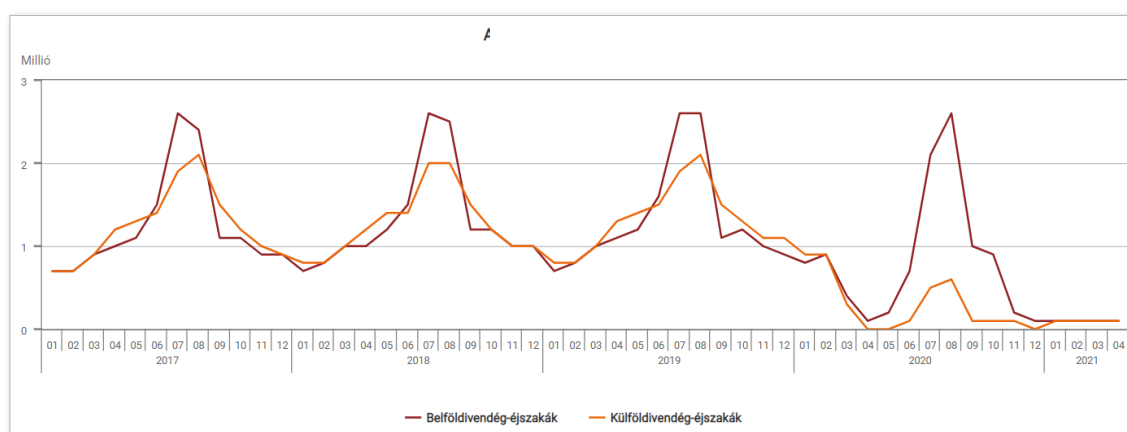
A pandémia idején felértékelődtek a kevésbé zsúfolt, illetve látogatott helyek, ezért a Nivegy-völgyben szerzett tapasztalatok hasznosak lehetnek olyan turizmusfejlesztési projektekben, amelyekben a pandémiás helyzetek kivédése is a célok között van. Ezért vetettük össze először a zöldinfrastruktúra elemeit az általuk közvetített ökoszisztéma szolgáltatásokkal, amelyek a turizmus számára relevanciával rendelkeznek, hogy bemutathassuk a zöldinfrastruktúra-fejlesztés és a turizmus fejlesztés közötti összefüggéseket. Meg kell jegyeznünk, hogy bár a kutatás fókuszában a zöldinfrastruktúra és a turizmus kapcsolata állt – mivel azonban a zöldinfrastruktúra-tervezés szempontjából irreleváns a szabadidős tevékenység és a turizmus közötti különbségtétel – a rekreáció és a zöldinfrastruktúra kapcsolatát is érintjük. A pandémia különösen is összemosta ezeket a tevékenységeket azzal, hogy nagy számban érkeztek a Balaton térségébe olyanok, akik általában turistaként vannak jelen, ez időszakban azonban

életvitel-szerűen élve rekreációs igényekkel vették használatba a zöldinfrastruktúra szolgáltatásait.

Vizsgálataink a turizmusra és a táj adottságaira vonatkoztak. A turizmus helyzetének megállapítása érdekében vizsgáltuk a szállás- és vendéglátóhelyeket, az eltöltött vendégéjszakák számát és a tartózkodási időt településenként, valamint a vonzerőket (múzeumok, népi emlékek, szakrális értékek), turistautakat, természeti értékeket.

2. ábra

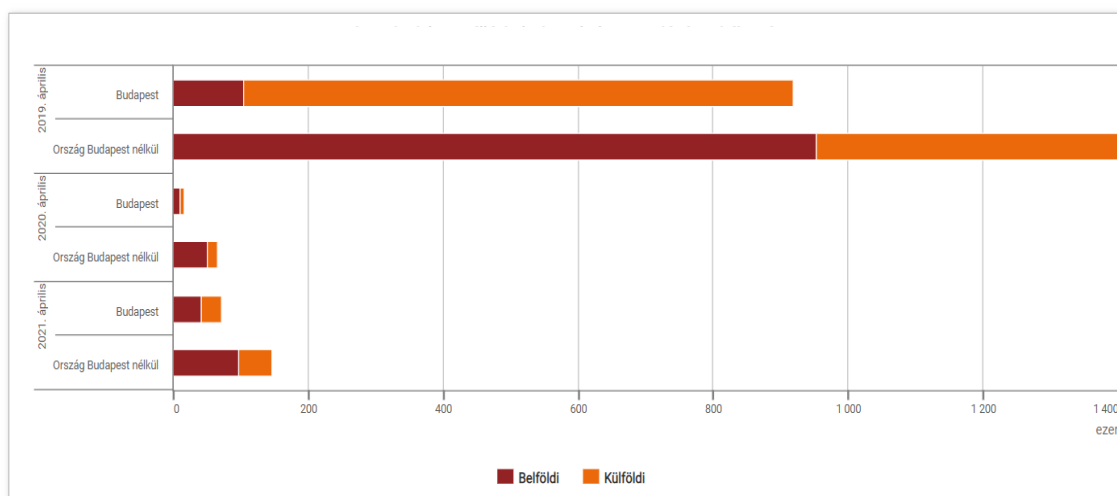
A vendégéjszakák alakulása 2017 és 2021 között



Forrás: KSH 2021 alapján saját szerkesztés

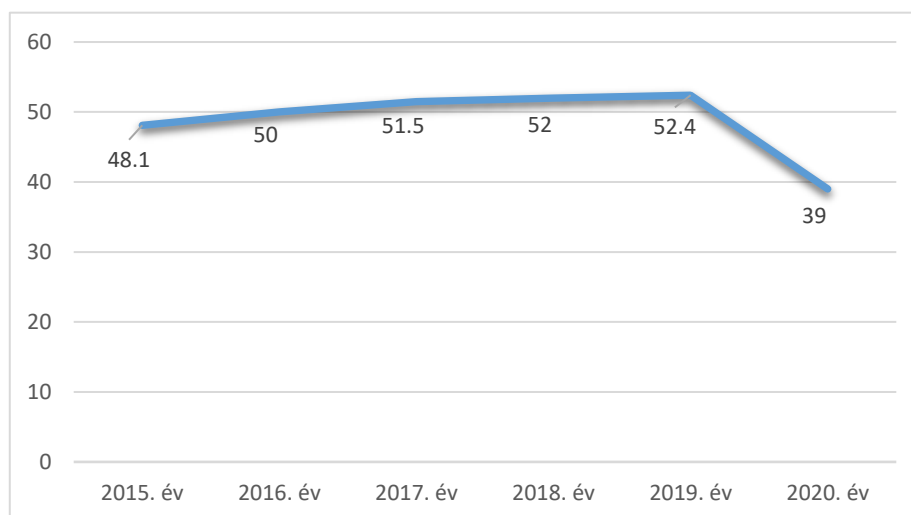
A 2019. év végén kirobbant és a mai napig tartó Covid-19 járvány következtében bevezetett korlátozások jelentős hatást fejtettek ki a turizmusra. A korábbi években folyamatosan növekvő utazási kedv és a turisztikai forgalom bővülése megtört. Ez a jelenség több, a turizmussal összefüggő gazdasági ágazatban is tapasztalható. A nemzetközi utazások csökkenése különösen érzékenyen érintette a magyar gazdaságot. A hazánkba látogató külföldiek utazáshoz kapcsolódó kiadásai 2019-ben 2,3 ezer milliárd forintot tettek ki, ami hatszorosa a magyarok többnapos belföldi utazásai során elköltött összegnek. (INT-01) 2020-ban a külföldi vendégéjszakák száma drasztikusan csökkent, míg a belföldi visszaesése – a nyári csúcs miatt – jóval kisebb mértékű volt (KSH 2021). (2. ábra) Habár a külföldi utazások csaknem ellehetetlenültek és a belföldi turizmus a nyári időszakban a '70-es éveket idézte a Balatonnál, összességében az utazási aktivitás több mint 13%-kal csökkent 2020-ban az előző évekhez képest (3. ábra).

3. ábra

A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 2019-től

Forrás: KSH 2021 alapján saját szerkesztés

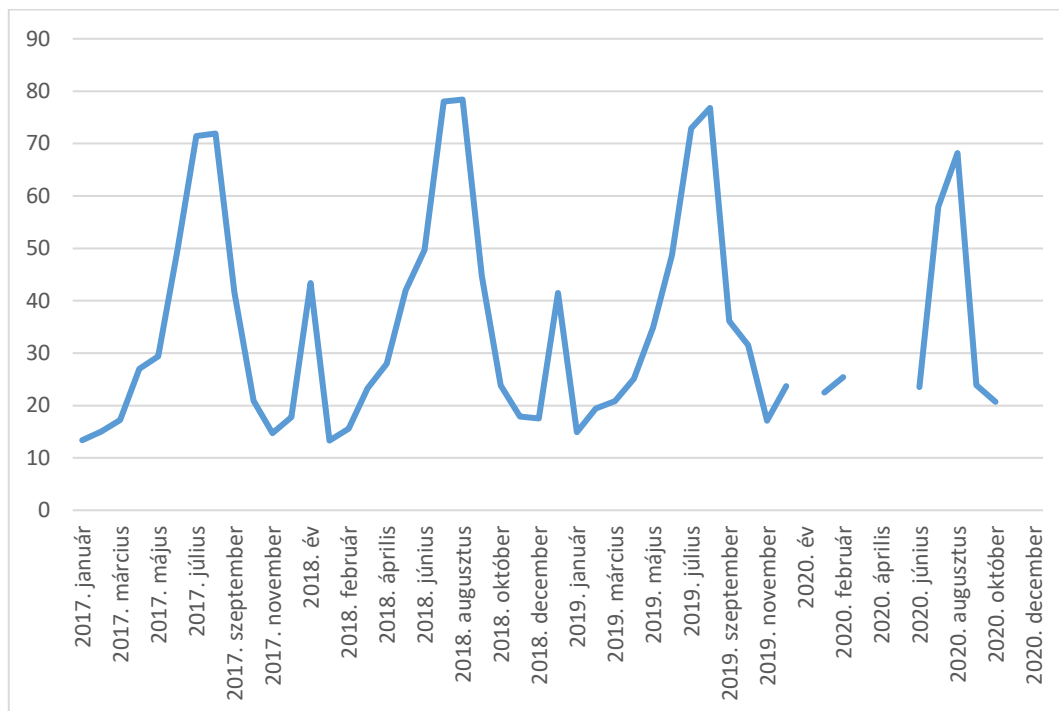
4. ábra

Utazási aktivitás (többnapos belföldi utazások, %)

Forrás: KSH Tájékoztatási adatbázis alapján saját szerkesztés

A Balatonfüredi járás az országos trendekhez hasonlóan elszenvedte a turisták hiányát. A szálláshelyek nem szolgáltatott adatot a zárás időszakában. Mivel azonban a szálláshelyek főszabályként nem működhettek, a kihasználtságuk a tavaszi időszakban 0-hoz közelíthetett. A nyári csúcs csak néhány százalékkal csökkent, viszont rövidebb időszakra korlátozódott, mint más években volt (5. ábra).

5. ábra

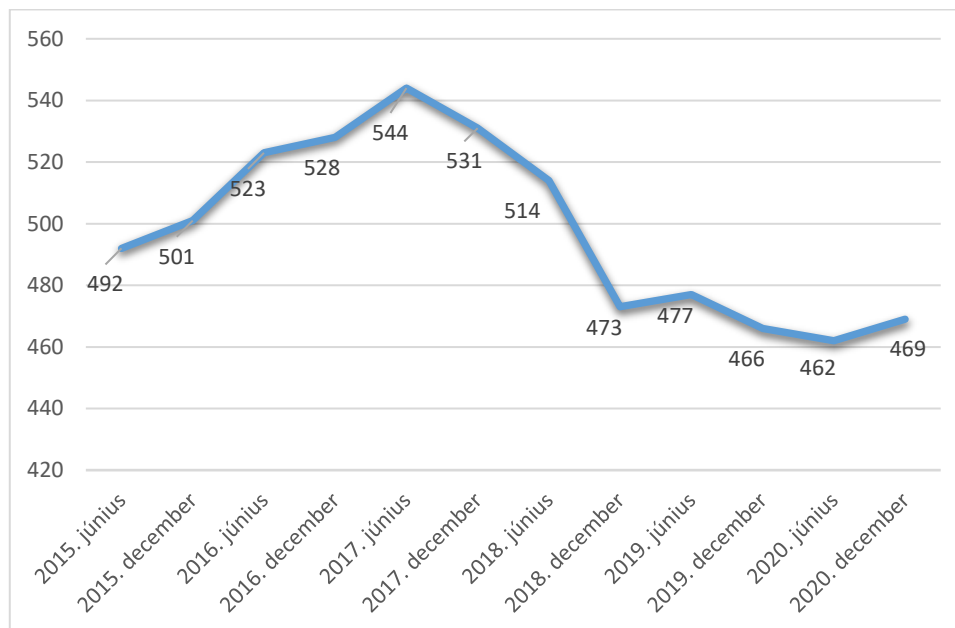
A kereskedelmi szálláshelyek kihasználtsága a Balatonfüredi járásban

Forrás: saját szerkesztés, adatok forrása: KSH Tájékoztatási adatbázis

A Nivegy-völgy és az egész Balaton-felvidék jellegzetes szőlőtermő táj. A táji adottságoknak megfelelő tájhasználat olyan kultúrát közvetít, amely egyre több látogatót vonz a térségbe. A szőlőtermesztés kis parcellákban történik, a számos gazda saját bort készít, amelynek értékesítése – többek között – közvetlen módon, különféle termelőibor-kimérőhelyeken történik. A KSH évek óta nyomon követi a termelőibor-kimérőhelyek számát (6. ábra), ezért jó indikátora a szőlőtermő táj vonzerőként működő kultúrájának turizmusban betöltött szerepének bemutatásához, illetve a pandémia okozta esetleges változási folyamatok érzékeltetéséhez. A termelőibor-kimérőhelyek számában azonban nem mutatkozott jelentős visszaesés, sőt, az elmúlt év végére még javult is a helyzet kis mértékben. Voltak tehát olyan turizmussal összefüggő ágazatok, amelyek kevésbé reagáltak rosszul a pandémiás korlátozásokra.

A táji adottságok körében a pontszerű tájértékek mellett vizsgáltuk a potenciális vegetációt, térképeztük a tájhasználatokat QGIS program felhasználásával, amelyet kiegészítettünk szakirodalmi táj- és településtörténeti kutatások eredményeivel. A hosszú időn át (legalább 150 évig) fennálló állandósult tájhasználatok olyan tájhasználatok, amelyek bizonyították fenntarthatóságukat, a táji adottságoknak való megfelelőségüket, ezért ezek feltárása irányt mutat a jelenlegi tájhasználatok értékeléséhez, illetve a jövőbeli tájhasználatok tervezéséhez.

6. ábra

Termelőibor-kimérőhelyek számának változása Veszprém megyében

Forrás: saját szerkesztés, adatok forrása: KSH Tájékoztatási adatbázis

Megállapítottuk, hogy hol vannak hiányosságok, konfliktusok mind turisztikai, mind táji, tájhasználati vonatkozásban. Megvizsgáltuk, hogy a táji adottságok hogyan járulnak hozzá a térség turisztikai vonzerejéhez, illetve melyek azok az ökoszisztéma szolgáltatások, amelyek a zöldinfrastruktúra fejlesztése révén a turizmus fejlődését is szolgálhatják. Javaslatainkat ezekre a megállapításokra építettük.

A Nivegy-völgy területhasználat változásainak és turisztikai helyzetének feltárásához a történeti katonai térképeket, a Corine 2012-es felszínborítás, valamint a TEIR és a KSH településsoros adatait használtuk fel.

A mintaterület bemutatása

A Nivegy-völgy a Balatonfüredi járás Nyugati szélén helyezkedik el, öt települést foglal magába, ezek: Szentjakabfa, Óbudavár, Balatoncsicsó, Szentantalfa és Tagyon. A mikrotérség a Balaton-felvidéki kismedencék kistáj egyik eleme, aprófalvai még őrzik a középkori tájszerkezet vonásait. A szőlőtermő táj a Balaton felé nyíló völgy, amelyet dél felől is lezár egy kisebb domb, ami mögött Zánka helyezkedik el. Az elmúlt években általában növekedésnek indult a népességük, de a demográfiai mutatókat illetően komoly különbségek vannak az öt településen belül. Alacsony öregségi mutató jellemzi Szentantalfát (69,8), Balatoncsicsót (105,9), Tagyont (158,8), azonban Szentjakabfa az országos átlagot (179,0) jóval meghaladó öregségi mutatóval rendelkezik (225,0). Az egy lakosra jutó nettó jövedelem Tagyon kivételével alacsonyabb az országos átlagnál. A regisztrált vállalkozások száma jóval alacsonyabb a parti településekhez képest, és viszonylag magas a mezőgazdasági vállalkozások

aránya (Szentjakabfa 35,7%, Szentantalfa 48,1%, Balatoncsicsó 42,1%, országos átlag 27,4%). A szolgáltatásokban regisztrált vállalkozások aránya (a tanulmány írásakor elérhető adatok) az országos átlaghoz képest is alacsony (Szentjakabfa 35,7%, Szentantalfa 20,1%, Balatoncsicsó 32,9%, országos átlag 62,6%), a parti települések értékének pedig a fele (INT-04).

A völgy települései nem rendelkeznek Balaton parttal, ezért turisztikai szempontból háttérbe szorultak, lakói is inkább mezőgazdasággal, főként szőlőtermesztéssel foglalkoznak, nem vendégfogadással. A szőlőtermesztés és a borkészítés révén mégis részt vesznek a borturizmusban, borutat alakítottak ki, de a völgy számos szakrális értéke és túraútvonalai egyéb turisztikai lehetőségeket is magában rejt.

A kutatás eredményei

A Nivegy-völgy turisztikai vonzereje – ha az egyes értékeket, vonzerőket tekintjük – nem jelentős más térségekhez képest. Ha azonban a mikrotérséget egyben szemléljük, a táj és értékei együttesen jelentős vonzerőt jelentenek.

A területhasználatok összetételében a legszembetűnőbb változás, hogy az ember egyre nagyobb jelenléte mellett a tájhasznosítás egyre változatosabb, mozaikosabb lett. Az évszázadok során az erdőterületek aránya stabil állományként jelenik meg, míg ezzel ellentétben, a szántók területe – a szőlők javára – egyre csökken.

A térségben leginkább a kézimunka igényes és humán erőforrást igénylő szőlő- és gyepterületek aránya a meghatározó. Ennek következtében valósulhat meg a minőségi bortermelés és a térség lakosságának eltartó- és megtartó képességének fennmaradása. Újonnan megjelenő egység a szőlők új nemzedéke a „szoknyavidék” szőlőterületei, illetve a régmúlt szőlőiben egyre nagyobb arányban felfedezhető nyaralótelkes, kertes átalakulás. Ez a folyamat leginkább a Tagyon-hegy szőlővidékére jellemző (Nivegy-völgyi tanulmány, 2015).

A mintaterületen a szabadon hozzáférhető zöldinfrastruktúra elemek jelentős részét a foltszerű erdők teszik ki, amelyek általában megfelelő állapotúak, bár adventív fajokkal szennyezettek. Helyenként igen értékes, idős faállománnyal, védett erdőkkel is találkozhatunk (Csicsói erdő). A Balaton-felvidék jellegzetes tájhasználatának megfelelő szőlős és gyümölcsös területek gondozottak, egyre több új telepítést is találhatunk, főleg a hegylábi területeken, míg ezzel szemben a meredekebb domboldalakon több helyen is felhagynak a műveléssel. Hasonlóképpen jellemző a hegyháti rétek, legelők erdősülése. A kisvízfolyások jelentős része időszakos, partjaik gyakran nem rendelkeznek természetes növénytakaróval. A települések területén található zöldinfrastruktúra elemek ápoltak, változatosak. A települések egy része domboldali fekvésénél fogva különlegesen szép panorámával rendelkezik, melynek hasznélvezői a gondozott temetők, szőlőhegyek látogatói (Valánszki et al. 2017).

A korlátozottan hozzáférhető zöldinfrastruktúra elemek közül a települések belterületén működő üdülők, egészségügyi és egyházi vagy más intézményi létesítmények kertjei szépen gondozottak. A sportpályák karbantartottak, környezetük azonban általában nem rendezett és nem jelentenek természeti értéket. A közösség számára nem hozzáférhető zöldinfrastruktúra

csoportot csupán néhány kisebb területű birtok alkotja, amelyek a dombvidéki részeken fordulnak elő (Valánszki et al. 2017).

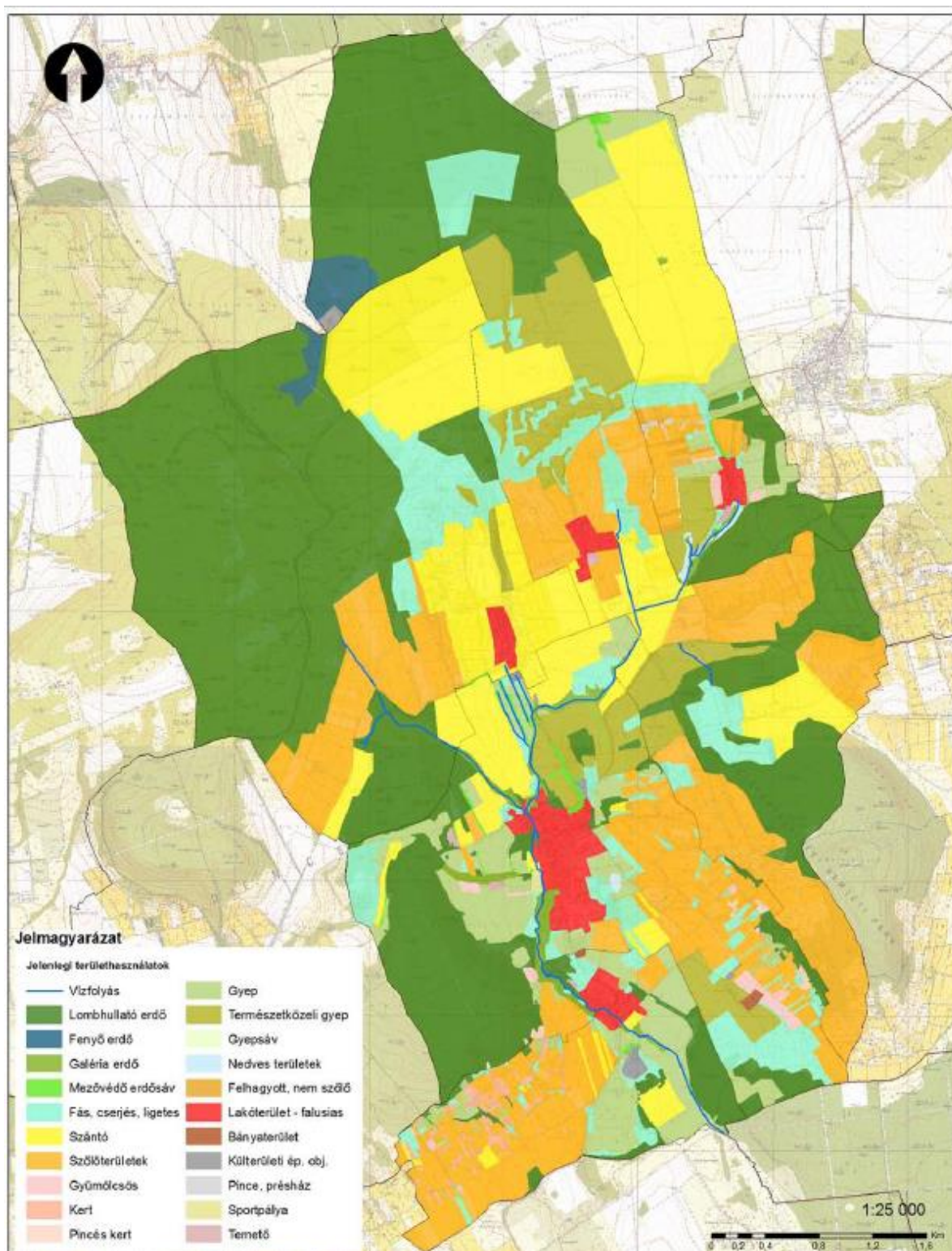
Turisztikai szempontból kedvező adottságok: a mozaikosság, a nagykiterjedésű erdőségek és szőlők, a hagyományos és látogatható pincék, a legelőkön legelésző állatok látványa, a változatos domborzat és a helyenként felnyíló látványkapcsolatok, a patakokat kísérő galériaerdők, a térséget feltáró nagyszámú turistaút és földút, valamint a kisvízfolyások, amelyeket kiegészít számos kulturális érték, mint a középkori templomok romjai, népi építészeti, hagyományos épületek, építmények, további egyedi tájértékek.

A völgy települései ugyan kiesnek a közvetlen vízparti települések sorából, a turizmus mégis jelen van a településeken, különösen a borturizmus felvirágzása következtében. A számos közösségi szálláshely és szakrális érték jelenléte miatt jellemző az ifjúsági és a vallási turizmus is a mikrotérségben. Egyre népszerűbbek az esküvői ajánlatok, a túraútvonalak, a tanösvények, az erdei szálláshelyek pedig az ökoturizmus iránt érdeklődők igényeire reflektálnak. A népi építészeti emlékeket őrző, sváb hagyományokkal is rendelkező aprófalvak egyre keresettebbek a turisták számára.

A völgy öt települése bővelkedik helyi termékekben: kecske- és tehéntejből készült termékek, méz, sertés füstöltáru, kerámia és faragott faáru mellett különleges csokoládék és gyógynövények is szerepelnek a kínálatban. Fontos vonzerők a különféle programok is, mint a különféle borünnepek, Balázsnapi áldás, falunapok vagy az ifjúsági szállások egyedi programjai és a Kinizsi Pál emléktúra. Keresztülfut a térségen az Országos Kéktúra, de piros és zöld jelzésű útvonalakon is járhatunk, amelyeket három tematikus út (az Öreg bükk tanösvény, a Mária-út egy alternatív szakasza és a Házaspárok útja) is kiegészít. A túrautak fenntartása és jelölése számos helyen adna még feladatot a helyiek számára.

7. ábra

Területhasználat a Nivegy-völgyben



Forrás: Nivegy-völgyi Tanulmány, 2015

Javaslatok

A turistaútak kedvező hálózatisága és a jó lefedettség ellenére néhány kiegészítés, összeköttetés vagy új útvonal szakasz kialakítása kedvezően hatna a Nivegy-völgy adottságaira és értékeire alapozott turizmus fejlesztésére. Ezen javaslatok megfogalmazásakor legfontosabb a feltáratlan értékek lehetőségekhez mérten való bemutatása, ugyanakkor a sérülékeny elemek védelme. A legfontosabb, a zöldinfrastruktúrát is érintő fejlesztési javaslataink a következők:

- az Ároktői templomrom környezetének kitisztítása, oda túrázó-barát turistaút vezetése (megfelelő útminőség, árnyékolás)
- a kilátó pontok kitisztítása, kialakítása
- a különböző jelzésű túrautak összeköttetése
- a völgy központi részén található Gyűr-hegyről körbetekinthető panoráma biztosítása (tájba illesztett kilátó építése, turistaúthálózatba integrálása)
- Nivegy-völgyi körtúra útvonalak kialakítása, amelyek felölelik a völgy összes látnivalóját, valamint az öt település belterületeit is érintik
- pihenő- és piknikező helyek létesítése gyalogos és kerékpáros túrázók részére
- tematikus pihenőhelyek kialakítása az egykori malmoknál, romoknál, illetve az értékes természeti helyeknél
- a Szent Balázs templomrom környékének kertépítészeti kialakítása az esküvői turizmus igényeit figyelembe véve
- lovas útvonalak kialakítása
- a Cserkúti-patak egész területe mellett turistaút kialakítása, a réti területeken fa pallóval
- Szentantalfa–Tagyon közötti szurdokszerű erdőben új ösvény kialakítása, a meder megközelíthetőségének érdekében, a szükséges helyeken fa pallóval, éjszakai kivilágítással
- a zavaró építmények tájba illesztése
- szántóterületek rét kategóriába történő átsorolása a vízfolyások mellett a térképen kijelölt területeken
- völgyzárógátas víztározó és árvízcsúcs-csökkentő a Gyűr-hegytől északra levő vízösszefolyási területen, körülötte sétaút kialakítása.

Összefoglalva tehát figyelmet kell fordítani a mozaikos tájszerkezet és vonzó tájkép elérésére, illetve annak megtartására. A völgy adottságai már most is lehetővé teszik, hogy vonzó turisztikai kínálat alakuljon ki, hiszen a Balatoni látkép, a szőlőhegyek, a nagy kiterjedésű erdő- és legelőterületek összességében festői szépséget kölcsönöznek a tájnak, ami elsődleges vonzó tényező is lehet a turisták számára. Ahhoz, hogy ez a mozaikos tájszerkezet és a vonzó tájkép megmaradhasson, szükséges a hagyományokat tükröző, rendezett településkép kialakítása és

megtartása. Sokkal nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a táj állapotának megtartására, amelyhez a hagyományos gazdálkodási formák megőrzése nyújthat segítséget. A Nivegy-völgy esetében ez mindenképpen a szőlő- és a legelőterületek fenntartásában rejlik. Hiába őrizzük meg azonban a hagyományos tájszerkezetet, ha a tájképet zavaró létesítmények eltűnése nem valósul meg. Kiemelten fontos értéket képeznek továbbá a természetközeli élőhelyek, amelyek a táj alapvető elemeiként szolgálnak. A zöldinfrastruktúra vonatkozásában fontosnak tartjuk a kontinuitás és összekapcsoltság megteremtését, a látványkapcsolatok kiemelését, valamint a vízhez kapcsolódó kékinfrastruktúra értékeinek védelmét és bemutatását. A táj bejárhatósága a zöldinfrastruktúra javasolt fejlesztésével, a kulturális értékek útvonalakra történő felfűzésével a turizmus számára értelmezhető vonzerőt hoz létre, ami egyben kiszolgálhat rekreációs igényeket is.

8. ábra

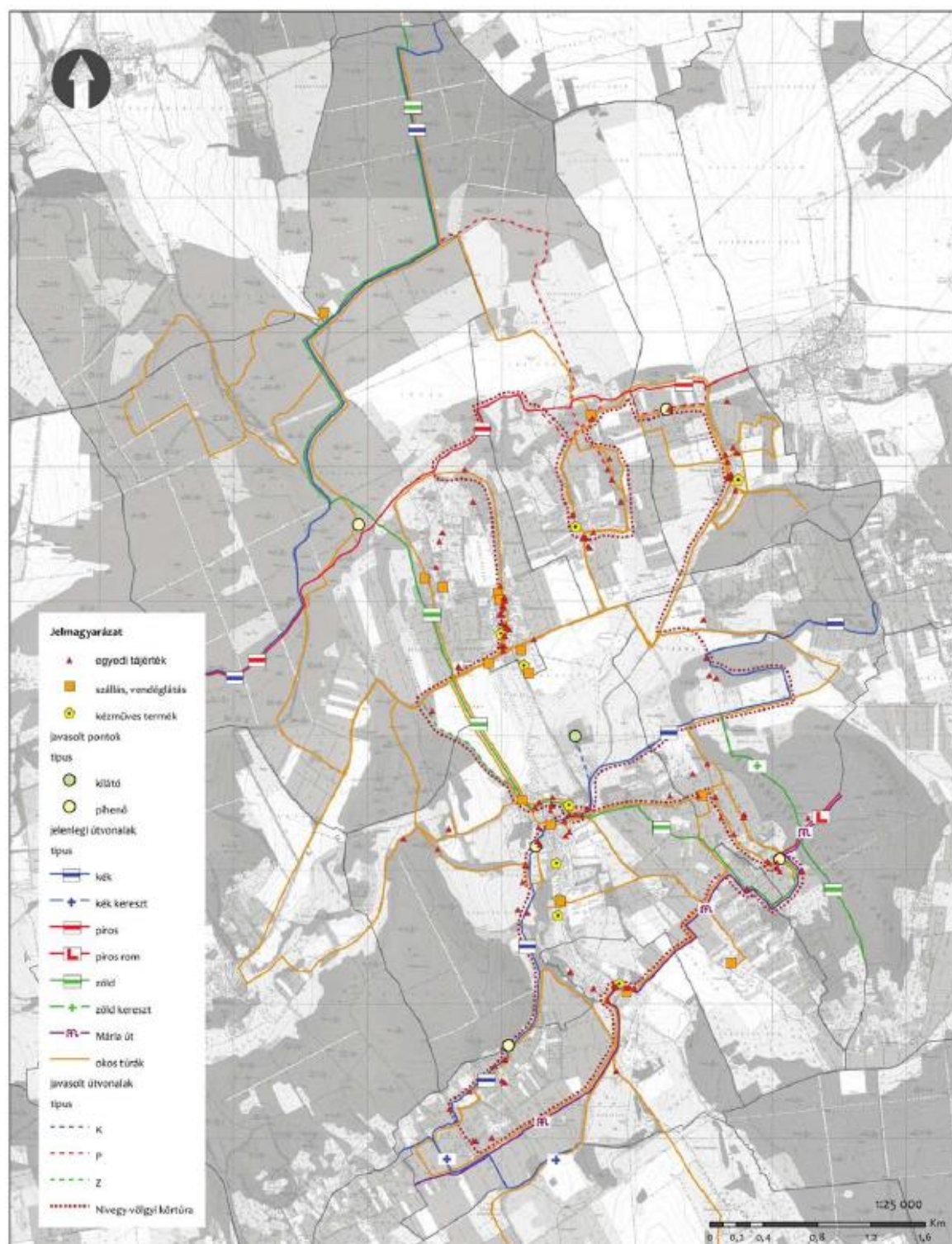
A Nivegy-völgyet feltáró látvány az óbudavári Irtás dűlőről



Forrás: Dancsokné Fóris Edina

9. ábra

Meglévő és tervezett túraútvonalak



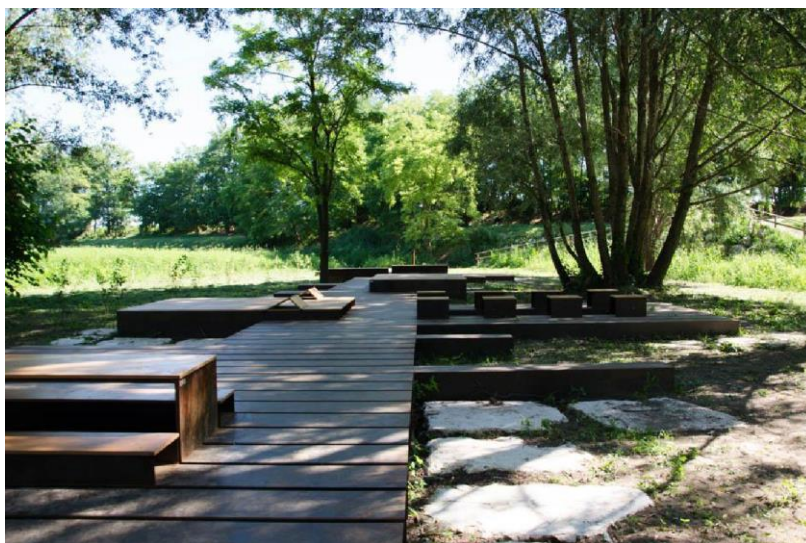
Forrás: Nivegy-völgyi Tanulmány, 2015

Következtetések, összefoglalás, kitekintés

A turisztikai tevékenységek révén megvalósuló rekreáció esetén meghatározó szerepe van az ökoszisztéma szolgáltatáshoz való hozzáférést segítő, lehetővé tevő turisztikai infrastruktúrának, beleértve a turisztikai szolgáltatásokat. Másik oldalról viszont az ÖSZ-ok révén mind az attrakció, mind a turisztikai infrastruktúra vonzereje növelhető.

10. ábra

Példák fapallós pihenőhelyre és víztározó menti sétányra



Forrás: landazine.com – Parkin Casalmoroby Archiplan Studio és Sanlihe River ecological corridor – Turenscape landscape architecture

Az ökoszisztéma szolgáltatások legteljesebb kihasználása érdekében olyan zöldinfrastruktúra tervezésre van szükség, amely túlmutat az egyes turisztikai szolgáltatók területein, a települési belterületeken, de még az egyes települések külterületein is: területi/térségi szemléletű tervezésre van szükség. Fontos tehát a (mikro)térségi tervezésben, valamint az ágazati

döntéshozatalokban, így a turizmusfejlesztésben is érvényesíteni a zöldinfrastruktúra megőrzését – és ezzel az ökológiai szolgáltatások védelmét. A zöldinfrastruktúra és a turizmust is kiszolgáló ökológiai szolgáltatások fejlesztése továbbá a klímaadaptációnak is elengedhetetlen eszköze, ami szintén nagy kihívás napjainkban. A turizmus és a zöldinfrastruktúra fejlesztése tehát szorosan összekapcsolódik, egymásra kölcsönösen hatnak. A cél az, hogy a fejlesztések a szinergiákat erősítsék egy zöldebb, változatosabb és egészségesebb környezeti minőség elérése érdekében. A Balaton térségében a nyaralótulajdonosok bizonyos esetekben átmenetet képezhetnek a turisták és a helyi lakosok között, ami a pandémia idején megmutatkozott rekreációs igényeik kielégítésére irányuló tevékenységeikben. A zöldinfrastruktúra fejlesztésével egyaránt kiszolgálhatók a turisták és a helyi lakosok rekreációs igényei.

Felhasznált irodalom, források

- Abualhagag, A. – Valánszki, I. (2020): Mapping indicators of Cultural Ecosystem Services: Review and relevance to urban context. *Journal of Landscape Ecology*. 13 (1). 4–24. <https://doi.org/10.2478/jlecol-2020-0001>
- Benedict, M. A. – McMahon, E. T. (2006): *Green Infrastructure. Linking Landscapes and Communities*. Washington-Covelo-London. The Conservation Fund. Island Press.
- Blicharska, M. – Smithers, R. J. – Hedblom, M. – Hedenås, H. – Mikusiński, G. – Pedersen, Cheng, X. – Van Damme, S., Li, L. – Uyttenhove, P. (2019): Evaluation of cultural ecosystem services: A review of methods. *Ecosystem Services*. 37. 100925. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2019.100925>
- Constanza, R. – d’Arge, R. – de Groot, R. – Farberk, S. – Grasso, M. – Hannon, B. – Limburg, K. – Naeem, S. – O’Neill, R. – Paruelo, J. – Raskin, R. – Suttonk, P. – van den Belt, M. (1997): The value of the world's ecosystem services and natural capital. *Nature*. 387. 253–260.
- Fekete Károly – Dombi Gábor – Oláh Miklós (2020): Önkormányzati válságkezelés a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben, a COVID-19-járvány első hullámában. *Területi Statisztika*, 2021, 61(3): 337–355; DOI: 10.15196/TS610304
- Dúll (szerk.), A. (2009): *A környezetpszichológia alapkérdései. Helyek, tárgyak, viselkedés*. Budapest, L’Harmattan.
- de Groot, R. S. – Alkemade, R. – Braat, L. – Hein, L. – Willemen, L. (2010): Challenges in integrating the concept of ecosystem services and values in landscape planning, management and decision making. *Ecological Complexity*. 7. 260–272. <https://doi.org/10.1016/j.ecocom.2009.10.006>
- Hernández-Morcillo, M. – Plieninger, T. – Bieling, C. (2013): An empirical review of cultural ecosystem service indicators. *Ecological Indicators*. 29. 434–444. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2013.01.013>

- KSH (2021): *Gyorstájékoztató. Kereskedelmi szálláshelyek forgalma, 2021. április*. KSH közzétéve: 2021. június 8. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/ksz/ksz2104.html>
- KSH Tájékoztatósi adatbázis. <https://statinfo.ksh.hu/Stainfo/themeSelector.jsp?lang=hu>
- Madarász E. (2020): A COVID-19 hatása a Balaton turizmusára. *COMITATUS*. 30. évf. 235. sz. 2020 nyár. 86–89.
- Michalkó G. (2012): *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Millennium Ecosystem Assessment (MEA) (2005): *Ecosystems and Human Well-being: A Framework for Assessment*. Island Press, Washington, DC.
- NBS 2015: 28/2015. (VI.17.): OGY határozat a biológiai sokféleség megőrzésének 2015–2020 közötti időszakra szóló nemzeti stratégiáról. *Magyar Közlöny* 2015. évi 83. szám <http://www.termeszetvedelem.hu/nemzeti-biodiverzitas-strategia>
- Nivegy-völgyi Táj- és Turizmusfejlesztési Tanulmány* (2015) Budapesti Corvinus Egyetem, Tájépítészeti Kar. Kézirat.
- Révész, L. – A. Müller – J. Herpainé Lakó – E. Boda – M. Bíró (2015): *A Rekreáció Elmélete És Módszertana*. EKF Líceum, Eger.
- Sulyok J. – Madarász E. – Formádi K. – Papp Zs. (2020): A turisztikai céllal érkezők által igényelt fejlesztések a Balaton térségében. *COMITATUS*. 30. évf. 235. sz. 2020 nyár. 47–56.
- Valánszki I. – Dancsokné Fóris E. – Jombach S. – Filepné Kovács K. (2017): Szinergiák a zöld infrastruktúrában és a turizmus fejlesztésében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 2 (1). 32–51.
- Wallace, K. J., (2007): Classification of ecosystem services: Problems and solutions. *Biological Conservation*. 139 (3–4). 235–246. <http://doi.org/10.1016/j.biocon.2007.07.015>
- WTO - IPU (1989): Hágai Nyilatkozat. In: Idegenforgalmi Közlemények 1989. 4. szám
- MTA Ökológiai Kutatóközpont, Ormos Imre Alapítvány (2017) *Zöldinfrastruktúra-hálózat fejlesztése tanulmány* felhasználásával <http://www.termeszetvedelem.hu> > KEHOP_TK_ZI

Internetes források

INT-01:

http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/kulf_vendeg_elmaradas/index.html#azzleticlegybszllshelyekenjelentsebbaklflldiekarnya

INT-02:

http://mtsz.org/cikk/igy_latjak_tagszervezeteink_az_elmult_es_az_elkovetkezo_idoszakot_20210602

INT-03: https://index.hu/belfold/2021/01/18/tura_termeszeti_jarvany_kektura_kozlemenye/

INT-04: <https://www.teir.hu/>

KULCSÁR LÁSZLÓ ISTVÁN¹ – BODROGAI LÁSZLÓ ANZELM² – MAGYAR DIÁNA³

A „TIHANYI LEGENDA” – NEM CSAK LEGENDA. A TURISTÁK TIHANY REPREZENTÁCIÓJA

¹ Professzor emeritus ²Pályázati menedzser ³Projektmenedzser

¹SOPRONI EGYETEM, ²CSÁKVÁR ÖNKORMÁNYZAT, ³CSÁKVÁR ÖNKORMÁNYZAT

¹kulcsar.laszlo@uni-sopron.hu, ²bodrogailaszlo@gmail.com, ³titkarsag@csakvar.hu

Absztrakt

A turisztikai desztinációk vizsgálatánál nagyon gyakori az odalátogató turisták összetételének, a látogatás dinamikus jellemzőinek, a turizmus gazdasági jelentőségének elemzése. Ritkábban fordul elő, hogy a turisztikai kutatás eredményeit egy elméleti konstrukcióba illesztve tárgyalják. Tanulmányunkban a társadalmi reprezentáció elméleti megközelítésére támaszkodva értékeljük egy Tihanyban, a látogatók között 2018-ban végzett felmérés eredményeit. A társadalmi reprezentáció tudományos kategóriái tanulmányunkban a következők voltak: (1) a látogatás célja, motívumai, (2) a preferált attrakciók, (3) a szolgáltatások igénybevétele és az (4) a szolgáltatásokkal való elégedettség. Az eredmények a Tihanyi-félszigettel kapcsolatos társadalmi reprezentációk sokféleségére hívják fel a figyelmet.

Kulcsszavak: társadalmi reprezentáció, Tihanyi-félsziget, kulturális örökség, látogató elemzés

Bevezetés

A turisztikai desztinációk vizsgálatánál nagyon gyakori az odalátogató turisták összetételének, a látogatás dinamikus jellemzőinek, a turizmus gazdasági jelentőségének elemzése. Nem kevés közlemény szól arról, hogy milyen pozitív vagy negatív jelenségekkel jár a turizmus növekedése, vagy éppen elmaradása egy adott térség életében (Kulcsár – Bodrogai 2019a). Kevés tanulmány lép azonban túl a látogatók praktikus célból eredő elemzésén. Sok esetben a felmérések arra szorítkoznak, hogy megvizsgálják, kik, mely attrakciókat, milyen gyakorisággal látogatják és hogyan értékelik azokat. Ritkábban fordul elő, hogy az eredményeket egy elméleti konstrukcióba illesztve tárgyalják. Tanulmányunkban a társadalmi reprezentáció elméleti megközelítésére támaszkodva értékeljük egy Tihanyban, a látogatók között 2018-ban végzett felmérés eredményeit.

Szakirodalmi háttér

A társadalmi reprezentáció (social representation) elméleti megfogalmazásában ugyan nincs egység, de a legtöbben Durkheim „kollektív reprezentáció” kategóriájára támaszkodva a fogalom pszichológiai, szociálpszichológiai, szociológiai elemeit hangsúlyozzák (László 2000, 2003; Béres – Horányi 2001). Elsősorban Moscovici (1976, 1984) munkássága érdemel figyelmet ebből a szempontból, aki kiemeli, hogy a társadalmi reprezentáció megteremti egy tér, egy hely tudati konstrukciójának feltételeit, ami befolyásolja magát a vele kapcsolatos cselekvést, viselkedést. Más szóval, a hely tudati konstrukciója jelentős részben már az odalátogatás előtt készen áll, de ez nem jelent változatlanságot. Moscovici szerint ennek a tudati képnek a bázisa egy megalkotott, *konstruált valóság*, amely a hely reális valóságától akár nagymértékben különbözhet. A konstrukció forrása egyrészt a társadalmi, kulturális szerkezetben található (Vizi et al. 2019), másrészt a társadalmi hálózatokban áramló információk eredménye, harmadrészt pedig a tömegkommunikáció, a közösségi médiák befolyásoló hatása. Ez utóbbi tényező jelentőségét emeli ki a magyar származású George Gerbner (2002) az egymással összefüggő, de mégis adott esetben rendkívül eltérő valóságokra vonatkozó „kultivációs” elméletében. Gerbner szerint három féle valóság létezik: (1) az objektív valóság, (2) az emberekben az objektív valósággal kapcsolatos tudati konstrukció, (3) a harmadik valóság pedig, amelyet a tömegkommunikáció „kultivál”. Tihany esetében is a tudatban konstruálódott „valóság” függ tehát a strukturális tényezőkön kívül a kapcsolati hálózatoktól és a tömegkommunikáció legkülönbözőbb eszközei által „megteremtett” képtől. Rey (2015) ezt úgy foglalja össze, hogy a társadalmi reprezentáció nem egyszerűen a tudás, az ismeretek összessége az adott helyről, vagy a hozzá kapcsolódó értelmezések, az arra vonatkozó tapasztalatok együttese, hanem mindezek sajátos kombinációi, „megfejeelve” a hozzá kapcsolódó érzelmi megnyilvánulásokkal, amelyek azonban nem választhatók el az előbbiektől.

Halfacree (1993, 1995) a „tér társadalmi reprezentációja” című elméleti megközelítésében nemcsak a külső társadalomban a helyről kialakult kép jelentőségét hangsúlyozza, hanem az adott helyen élők reprezentációját is. A turizmusra vonatkoztatva ennek a két nézőpontnak sajátosságai, eltérése nem kevés konfliktusnak lehet kiindulópontja (Wassler et al. 2019). Elég csak a tömegturizmusnak a kedvezőtlen hatásaira gondolni például Velence (Setti, 2016), vagy akár Tihany esetében is (Kulcsár – Bodrogai 2019b). Setti adatai szerint például Velence történelmi városrészének területén 1951-ben 175 ezer, 2014-ben már csak 57 ezer lakos volt. A kontrollálatlan tömegturizmus maga után vonhatja a helyi lakosság ellenszenvét és a turisták számának csökkenését is (Hugues et al. 2018), mivel negatív hatása nemcsak a helybeliekre, hanem a turistákra is kisugárzik (Szromek et al. 2019, Krajciková et al. 2020), például a szűkös kapacitású szolgáltatásokban. Mindez jelentősen érintheti a helyről kialakult társadalmi reprezentációkat. Tanulmányunk az empirikus adatbázis adottságai miatt nem foglalkozik a helyi társadalom által konstruált Tihany-reprezentációval, csak a külső társadaloméval, mégpedig a látogatók megfogalmazásai alapján. Egy későbbi kutatásunkban szeretnénk majd e hiányt pótolni, egyetértve Chhabra és Zhao (2015) megközelítésével, ahol a szerzők különös fontosságot tulajdonítanak annak a viszonyoknak, amely a helyi lakosság és a kulturális örökségek között fennáll.

A fenti elméleti megközelítések tárgyalásából már nyilvánvaló, hogy egy turisztikai helyszín esetében (Tihany) nem létezik egységes társadalmi reprezentáció, hanem a látogatók *elsődlegesen* „azt keresik, azt kérik számon a helyszíntől, ami arról a fejükben van”, és ez a kép igen sokféle lehet többek között a látogatók társadalmi háttérétől függően. Hangsúlyozzuk azonban, ezek a tudati reprezentációk nem statikusak, egyes elemeik idővel felerősödhetnek, mások gyengülhetnek, és újak is megjelenhetnek. Mindez azt is jelenti, hogy nem megváltoztathatatlanok, a külső társadalom intézményei, a helyi szereplők, intézmények pozitív és negatív értelemben is sokat tehetnek ezen a területen.

A módszer

2018 nyarán Tihanyban összességében 490 turistát kérdeztek meg egy személyes kérdezésem alapuló standardizált kérdőív alkalmazásával, amelyet azután az IBM SPSS programmal dolgoztunk fel. A minta összetétele a következő volt.

A kérdőívet kitöltő látogatók nemek szerinti összetétele a következő: 40,2%-a férfi, 59,8%-a nő. Az iskolai végzettség összetétele mutatja, hogy többségben a felsőfokú végzettségűek voltak (58,0%), a középfokú iskolai végzettséggel 38,5% rendelkezett, s minimális, mindössze 3,5%-nak volt ennél alacsonyabb végzettsége. A válaszolók átlagéletkora 40,3 év volt. A kérdőívet kitöltő 30 év alatti látogatók aránya 24,6% volt, az 50 év alattiak aránya pedig 78,4%. A külföldi megkérdezettek aránya a mintában meglehetősen alacsony, mindössze 14,5% volt. A megkérdezett turisták 90,0%-a egyedül vagy családdal érkezett Tihanyba, 66,0%-uk személygépkocsival. A Tihanyban eltöltött idő 49,6% esetében nem haladta meg a fél napot (egy-két órát 18,1% töltött a településen). A megkérdezettek 22,1%-a egy napot, 28,2% pedig több napot tartózkodott a helyszínen. Tihany vonzerejét jelzi, hogy a megkérdezettek 73,1%-a már járt a félszigeten, és 93,9% újra eljönne.

A felmérés nem a Tihanyt érintő társadalmi reprezentáció elemzése céljából született, de a másodlagos elemzés megkísérli e célból újra elemezni a begyűjtött adatokat.

Eredmények

A társadalmi reprezentáció dimenziói

A kérdőív tematikus összetétele alapján a következő dimenziók vizsgálatára volt lehetőség. A kiinduló szempont a *látogatás célja, motivációja* volt, ami a helyszínre vonatkozó külső társadalmi reprezentációnak fontos eleme. Jelzi azt a képet, ami a látogatókban legalább kontúrokból kialakult. Nem kell azonban feltételeznünk azt, hogy az emberekben minden esetben tudatos célorientáltságról van szó. Sok esetben a bennük élő Tihany kép csak a régióhoz, a helyhez kötődik, nem pedig valamelyik konkrét attrakcióhoz, vagy identitás elemhez. Más esetben pedig csak egy ismert kép (például Apátság), egy táj, egy érdekes program (például levendula fesztivál) a turistákban megjelenő domináns kép.

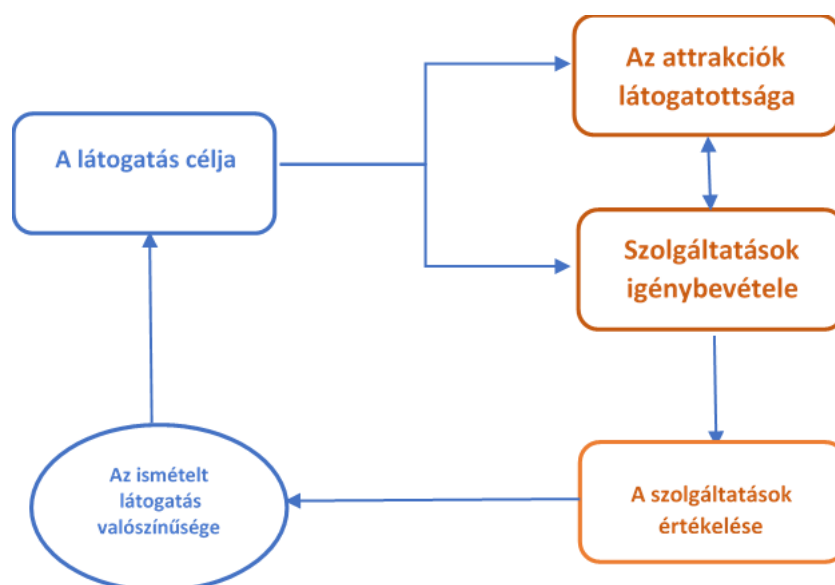
A következő dimenzió, amelyet beépítettünk a reprezentáció modelljébe, az éppen a *konkrét attrakciók látogatottsága*. Az itt megmutatkozó különbségek kulturális eltérésekre utalnak, ami viszont jelzi a Tihanyról alkotott kép egyik jelentős differenciáló tényezőjét.

A harmadik dimenziót a *szolgáltatások igénybevétele* jelenti, amelyeket a hely kínál az odalátogatók számára. Ebben a kínálatban nyilvánvalóan lehetnek komoly eltérések a színvonalban, az elérhetőség tekintetében. Ide kapcsolódik a következő, negyedik dimenzió, ami a *szolgáltatásokkal való elégedettséget* foglalja magában. A reprezentáció általunk vizsgált dimenzióinak kapcsolatát az 1. ábra mutatja.

A modell kapcsolatát feltételez a célterületről kialakult tudati reprezentáció és a nevezetességek látogatása, valamint a szolgáltatások igénybevétele, értékelése között. A következőkben a dimenziók jellegzetes típusait be.

1. ábra

A Tihany társadalmi reprezentációját vizsgáló modell dimenziói



Forrás: saját szerkesztés

A társadalmi reprezentációt alkotó dimenziók empirikus vizsgálata

A kiindulópont az a motiváció, amely *látogatási célként* jeleníti meg a Tihanyi-félszigetet. Mivel a megkérdezettek között voltak félnapos, egynapos látogatók is, akik egy időre megálltak Tihanyban, és akár pihenésképpen is, de meglátogattak nevezetességeket, igénybe vettek szolgáltatásokat, nem meglepő, hogy a túlnyomó többség (83,1%) említette az üdülés, pihenés, kikapcsolódás motívumait. A felmérésbe bevontak több motívumot is jelölhettek a látogatás céljaként, így 17,5% jelezte a kulturális, nemzeti örökség nevezetességeinek megtekintését, 7,9% a rokonok, barátok meglátogatását 7,3% a természetjárás, túrázás motívumát, 6,9% a kiállításokat, vásárokat, 6,5% pedig a borok kóstolását, említette. A konferenciárésztvétel, a horgászat, a vízi sport említése egyenként nem haladta meg a 2%-ot. A vizsgálatban résztvevő látogatók többsége tehát igen általánosan határozta meg a látogatás célját, de a faktorelemzés

mutatja (1. táblázat), hogy néhány jellegzetes típus fellelhető, ha túllépünk az érthetően hangsúlyozott pihenés, üdülés, kikapcsolódás motívumán.

A látogatás céljaira vonatkozó válaszok faktorelemzéssel nyert típusait a következő, 1. táblázat mutatja be.

1. táblázat

A látogatás céljának jellemző motívum típusai

A látogatás célja	A célmotívumok faktorsúlyai*					
	1.faktor	2.faktor	3.faktor	4.faktor	5.faktor	6.faktor
Kulturális, nemzeti örökségek látogatása	.626	-	.111	-	-	-
Túrázás	.594	.144	-.168	.205	-	-
Borkóstolás	.549		-.37	-.150	-	-
Kiállítás, vásár	.539	-.136	.181	-	-	-
Sport	-	.808	-	-.207	-	-
Horgászat	-	.743	-	.283	-	-
Rokon, barát látogatás	-.107	-	.850	-	-.145	-
Üdülés, pihenés	-.392	-	-.611	-.167	-.371	-.119
Vizitúra	-	-	-	.917	-	-
Konferencia	-	-	-	-	.950	-
Lovaglás	-	-	-	-	-	.990
Megmagyarázott variancia %	13,8	11,5	10,8	9,7	9,7	9,1

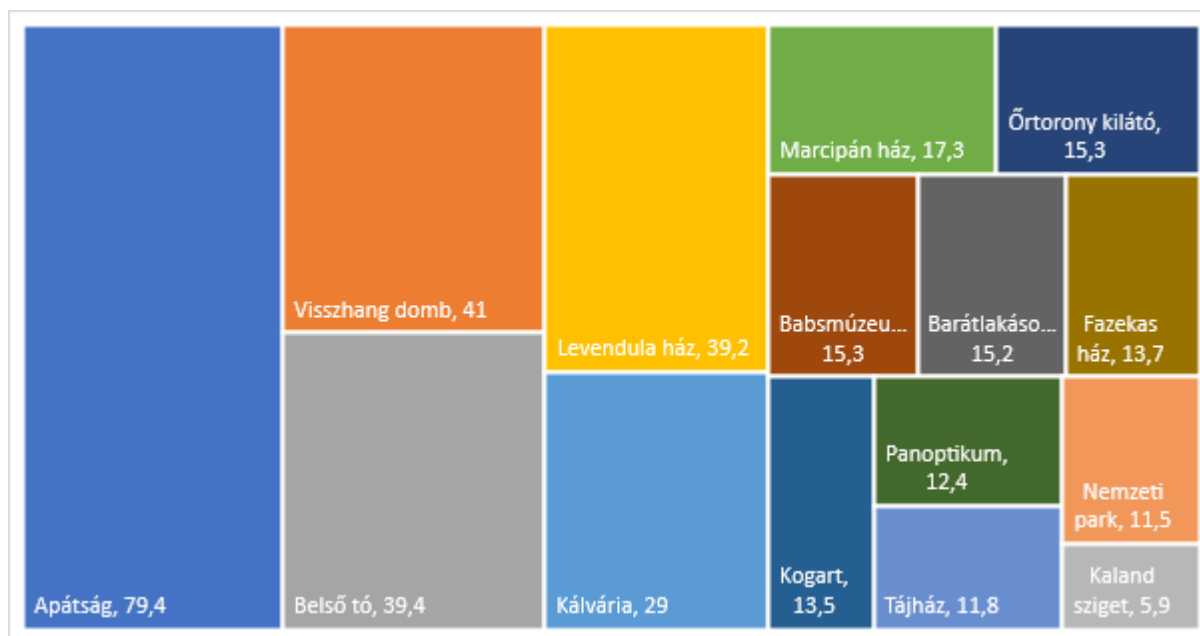
*A 0,10 alatti értékeket a jobb áttekinthetőség érdekében nem közöljük.

Forrás: saját szerkesztés

A legerősebb magyarázó erővel bíró cél-motívum csoport a kulturális örökségekhez, a kiállításokhoz, a túrázáshoz és a szintén kulturális örökség jellemzővel rendelkező borkóstoláshoz kapcsolódik. A többi faktor inkább az aktív szabadidő eltöltés egy-egy típusát jeleníti meg. Kivételt képez ezektől a rokon, barát látogatás, mint cél-motívum. Ez a látogatási cél kifejezetten negatív kapcsolatban van az egyébként a többi faktorhoz nem szorosan kapcsolódó üdülés-céllal. Itt már látható, hogy a látogatók többsége által említett cél, az üdülés, kikapcsolódás, pihenés nem egy specifikus motívuma a Tihany reprezentációnak, hanem egy általános, szinte mindent átfogó cél, amelynek önmagában nincs semmi Tihanyt azonosító jellege. Tihany társadalmi reprezentációjában a turisztikai nevezetességek, a természeti

adottságok, a kulturális örökség vonzereje jelenik meg igen erőteljesen. Ez azonban közel sem jelent egységet, igen differenciált konkrét formákban ölt testet. Erre utalnak az egyes attrakciók eltérő látogatottsági adatai is (2. ábra).

2. ábra

Az egyes nevezetességeket meglátogatók aránya (%)

Forrás: saját szerkesztés

Az attrakciók látogatottsága

A Tihanyi-félszigeten számos kulturális, természeti attrakció, nevezetesség várja a látogatókat. A nevezetességek közötti választás, ha esetenként nem is annyira tudatos, jelentős kapcsolatban lehet azzal a mentális képpel, a látogatók Tihany reprezentációjával, amely bennük korábban kialakult. Egy-egy nevezetesség megtekintését több, a reprezentációtól független tényező is befolyásolhatja, mint például a rendelkezésre álló idő, az időjárás, az egy társasághoz tartozó látogatók eltérő értékrendszere, az eltérő napszakok stb.

Tihany épített és kulturális örökségének vezető értéke a Tihanyi-apátság. Jelentős történelmi, nemzeti identitás értéket képvisel, ami általánosan elfogadott. A legmagasabb látogatottsággal büszkélkedhet, ami azt jelzi, hogy a látogatók térségi reprezentációjában központi helyet foglal el. A többi nevezetességet illetően azonban nem rendelkezik kitüntetett kapcsolatokkal. Szinte minden más látnivaló, program kapcsolódhat az Apátsághoz, de az igazán eltérő reprezentációk az adatok által is jelzett eltérő értékrendszerekkel összefüggésben figyelhetők meg (2. táblázat).

Az eltérő Tihany reprezentációk hatnak a nevezetességek látogatására, illetőleg a látogatásokból következtethetünk a reprezentációk sajátosságaira. Ezt a megközelítést tükrözi a 2. táblázatban ismertetett főkomponens analízis eredménye.

2. táblázat

A meglátogatott nevezetességek kapcsolódásai

A meglátogatott nevezetességek	A meglátogatott nevezetességek faktorsúlyai*					
	1.faktor	2.faktor	3.faktor	4.faktor	5.faktor	6.faktor
Barátlakások	.721	.142	.145	-	-	-
Őrtorony kilátó	.691	.202	-	-	-	-
Nemzeti park	.622	-.173	-	.309	.135	-
Belső-tó	.535	-	.275	.229	-.472	-
Babamúzeum	.169	.764	.166	-	-	-
Marcipán ház	-	.708	.198	.175	-	-
Fazekas ház	-	.583	-	.511	-	-
Panoptikum	.436	.471	-.298	-	-	.352
Visszhangdomb	.142	.106	.857	-	-	-
Kálvária	-	.226	.778	-	.114	.105
Levendula ház	-	.127	-	.770	-.141	.260
Tájházak	.243	.155	-	.531	.346	-.138
Kogart kiállítások	.146	-	.110	-	.819	-
Tihanyi-apátság	-	-	.136	.107	-	.919
Megmagyarázott variancia %	23,3	10,4	9,1	8,0	7,0	6,4

* A 0,10 alatti értékeket a jobb áttekinthetőség érdekében nem közöljük

Forrás: saját szerkesztés

A fenti eredményekből néhány markáns látogatói orientáció megfigyelhető. Ezek között a legnagyobb súllyal Tihany természeti környezete, a természeti nevezetességek szerepelnek. A barátlakásokat is ide sorolhatjuk, hiszen sajátos természeti képződményeket jelenítenek meg. A meglátogatott nevezetességek másik csoportját a különböző gyűjteményeknek otthont adó kiállítások jelentik. A látogatottság szempontjából külön csoportot jelent a népi kulturális megközelítéshez közelebb álló táj- és levendulaház (a fazekasház ebből a szempontból két

csoporthoz is besorolható), a Kogart kiállítás¹ és az Apátság. A kálvária és a visszhangdomb egy faktorba való kerülése lehetséges, hogy fizikai közelségüknek köszönhető.

A szolgáltatások

A modellben a következő dimenzió, a szolgáltatások igénybevételének vizsgálata azért indokolt, mert háttérrel nyújtanak a programokban való részvétel megítéléséhez. Sokat javíthat, de sokat is ronthat a látogatói reprezentáció kialakításában, formálódásában, mivel a szolgáltatások színvonala, körülményei az attrakciók értékelésére is hatást gyakorolnak. Álláspontunk szerint egy turisztikai helyszínről kialakult reprezentáció lényeges eleme a környezet és a szolgáltatások állapotáról kialakult kép.

3. táblázat

Az egymáshoz kapcsolódó szolgáltatások jellegzetességei

Az igénybe vett szolgáltatások	A egyes szolgáltatások faktorsúlyai*			
	1.faktor	2.faktor	3.faktor	4.faktor
Kisvonat	.867	-	-	.127
Ajándékvásárlás	.524	.376	.419	-.274
Szállás	.523	.516	-	.233
Étterem	-	.882	-	-
Büfé	-	-.257	.746	-.165
Tourinform	-.123	.183	.651	.489
Kerékpárkölsönző	.150	-	-	.842
Megmagyarázott variancia %	19,1	18,5	16,8	16,0

* A 0,10 alatti értékeket a jobb áttekinthetőség érdekében nem közöljük

Forrás: saját szerkesztés

A 3. táblázatban közölt faktorelemzés eredménye alapján látjuk, hogy az igénybevett szolgáltatások szerint a turisták alapvetően két csoportra oszthatók. Az egyik szolgáltatáscsoport feltehetően a hosszabb időt Tihanyban töltőkre, a másik pedig inkább a rövidebb ideig tartózkodókra lehet jellemző. Hasonló választóvonal lehet az anyagi helyzet is, mivel a büfé és az étterem szolgáltatás élesen elkülönül.

¹ A Kogart kiállítás 2020-ban bezárt.

Vizsgálatunkban egyes szolgáltatások értékelését ötfokú Likert-skálán végeztük el. Ennek eredményét mutatja a 4. táblázat.

4. táblázat

Elégedettség a szolgáltatásokkal

A szolgáltatás	Az elégedettség átlaga (1-5)	Az értékelés szórása
Vendégszeretet	4,62	.659
Információ	4,54	.780
Pihenési lehetőségek	4,50	.721
Szállás	4,50	.692
Ajándéktárgyak színvonala	4,39	.866
Étkezés	4,34	.804
Vásárlási lehetőségek	4,17	1.081
Túrautak	4,14	1.142
Sportolási lehetőségek	4,00	1.016
Gyerekprogramok	3,85	1.255
Helyi közlekedés	3,43	1.205
Parkolás	3,22	1.242

Forrás: saját szerkesztés

Az egyes szolgáltatások értékelése összességében igen jónak mondható. A vendégszeretet, az információkkal való ellátottság, a szállás és pihenési lehetőségek kapták a legmagasabb értékelést. A három legalacsonyabbra értékelt szolgáltatás a gyerekprogramok, a helyi közlekedés és a parkolási körülmények voltak. Ezekben az esetekben az értékelés szóródása a többi esetnél lényegesen nagyobb volt, ami azt jelenti, hogy a vélemények nem voltak egységesek. Ez utóbbi szolgáltatások valószínűleg rontottak a Tihanyról kialakult képen.

Az egyes szolgáltatások értékelésének kapcsolódásait mutatja az 5. táblázat. Az értékelést rontja, hogy a szolgáltatások listája nem minden esetben azonos azzal a listával, amely az igénybevételt jelzi. Bizonyos támpontot jelent az értékelések struktúrába rendezése egy faktorelemzés segítségével.

5. táblázat

Az értékelt szolgáltatások faktorelemzése

Az értékelt szolgáltatások	Az értékelt szolgáltatások faktorsúlyai*				
	1.faktor	2.faktor	3.faktor	4.faktor	5.faktor
Étkezés	.799	.105	-	-	.261
Túrautak	.740	-	.209	.249	-.153
Gyerek-családbarát programok	.674	.193	.300	.181	-.202
Vásárlási lehetőségek	.616	.483	.165	-	-
Ajándéktárgyak választéka, minősége	-	.851	.104	.124	.190
Helyi közlekedés	.412	.585	.140	.113	-.257
Parkolás	.389	.528	.131	.179	-.282
Sportolási lehetőségek	.268	-	.823	-	-
Pihenési lehetőségek	-	.192	.720	.246	.188
Információ szolgáltatás	.259	-	-	.843	-
Vendégszeretet	.	.200	.290	.703	.182
Szállás	.	-	-	.120	.882
Megmagyarázott variancia %	20,7	14,3	14,4	12,0	9,8

* A 0,10 alatti értékeket a jobb áttekinthetőség érdekében nem közöljük

Forrás: saját szerkesztés

Az utolsó három faktorban főként az igen pozitívan értékelt szolgáltatások találhatók, de többek között olyan szolgáltatások, amelyek a turistáknak csak egy bizonyos részét érintik. Az első két faktor inkább negatív jelleggel rendelkezik az érintett reprezentációkban, elsősorban a helyi közlekedés, a gyerekprogramok és a parkolás.

Vissza a kiinduló modellhez

A társadalmi reprezentáció kiinduló modellje még nem jelezte, hogy az egyes dimenziók többféle szempont szerinti jellemzést takarhatnak. Tihany esetében ez nyilvánvalóvá válik. A 3. ábra közvetve megerősíti a társadalmi reprezentáció erősen strukturált jellegét, amely

összefüggésben lehet a látogatók társadalmi, kulturális jellemzőivel, értékrendszerével, valamint az információs források használatának sajátosságaival.

Minden dimenzió igen változatos, sokféle szempontot tartalmaz, amelyek súlya meglehetősen egyenletesen oszlik meg. A látogatás célját illetően a kulturális örökség vezet, az egyes nevezetességek között pedig a természeti, a táji sajátosságok. Igaz, hogy az Apátság meglátogatásáról a túlnyomó többség beszámolt, de az egyes faktorok súlyának szempontjából meglehetősen háttérbe szorult. A szolgáltatások esetében nagy súllyal szerepel a helyi közlekedés, amit elsősorban a kisvasút jelent. Az értékelés szempontjából nagy faktorsúllyal szerepel azoknak a szolgáltatásoknak sora, amelyek a személyes komfort érzetet alakítják a látogatás alatt.

3. ábra

A Tihany reprezentáció egyes dimenzióiban lévő faktorok súly szerinti megoszlása



Forrás: saját szerkesztés

Összefoglalás

A szakirodalom jelentős része rávilágít arra, hogy egy meghatározott hely, legyen az egy ország, régió vagy akár egy sziget, félsziget, település, turisztikai forgalma a szűken vett gazdasági tényezőkön túl kulturális, szociológiai, szociálpszichológiai faktorok által befolyásolt. Ezeket a hatásokat vizsgálta a tanulmány a társadalmi reprezentáció elméleti megközelítésének segítségével. A társadalmi reprezentáció kategóriáját a társadalmi-kulturális szerkezetben meglévő sajátosságok, pszichológiai, szociálpszichológiai tulajdonságok, valamint a kommunikációs eszközökben és a hálózatokon áramló információk befolyásolják.

Tanulmányunkban a társadalmi reprezentáció „turisztikai lenyomatát” Tihany esetében a következő dimenziók mentén vizsgáltuk: (1) a látogatás célja, motívumai, (2) a nevezetességek látogatása, (3) a szolgáltatások igénybevétele és (4) a szolgáltatások értékelése.

Az eredmények a Tihanyi-félszigettel kapcsolatos társadalmi reprezentációk sokféleségére hívják fel a figyelmet. Azaz a látogatók különböző csoportjainak más és más a Tihanyról alkotott képe. A társadalmi reprezentáció legerősebb faktorát a félsziget táji, természeti sajátosságai jelentették. Ezekből meglehetősen elkülönülve jelentek meg a kulturális örökség történelmi és egyházi nevezetességei, valamint a népi kultúra, vagy a képzőművészeti kultúra értékei.

Tanulmányunk egy 2018-ban végzett kérdőíves vizsgálat másodlagos elemzését végezte el a társadalmi reprezentáció elméleti megközelítése alapján. A vizsgálat eredetileg nem ezt a célt szolgálta, így bizonyos elemzési lehetőségek nem álltak rendelkezésre. Úgy véljük azonban, hogy beigazolódtott az elméleti megközelítés hasznossága egy kiemelkedően jelentős turisztikai célpont, Tihany esetében.

Irodalomjegyzék

- Béres I. – Horányi Ö. (2001): *A szociális reprezentációról*. In: *Társadalmi kommunikáció*, Osiris Kiadó. Budapest.
- Chhabra, D. – Zhao, S. (2015): Present-centered dialogue with heritage representations. *Annals of Tourism Research*. 55 94–109. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2015.09.004>
- Gerbner, G. (2002): *A média rejtett üzenete*. Válogatott tanulmányok. Budapest. Osiris. MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
- Hugues, S. – Sheeran, P. – Pilato, M. (2018): Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management* 9. 374–376.
- Krajicková, A. – Hampl, F. – Láncosová, E. (2020): Visitors' Perception of Overtourism Impacts in Small Destination – Case Study from the Township Karlstejn (*In print*) *Anatolia an international journal of tourism and hospitality research* (Online). ISSN 2156-6909.
- Kulcsár, L. – Bodrogai, L. (2019b): *Turisztikai tanulmány a "Tihanyi Legenda" program megvalósításának alátámasztására*, 99 p. Tihanyi Önkormányzat.
- Kulcsár, L. – Bodrogai, L. (2019a): Fesztiválturizmus és fesztiválgazdaság: Tihany és Fehérvárcsurgó összehasonlító vizsgálata. *PROSPERITAS* 6. 4. 38–58.
- László J. (2000): A szociális reprezentáció járványtanáról. *Replika* 41-42. 289–300.
- László J. (2003): Szociális emlékezet: A történelem szociálpszichológiája. *Magyar Tudomány*.1.
- Moscovici, S. (1976): *Society against nature: The emergence of human society*. Brighton, UK: The Harvester Press.

- Moscovici, S. (1984): *The phenomenon of social representations*. In R. Farr & S. Moscovici (Eds.) *Social representations* (pp. 3–69). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Ray, F. L. G. (2015): A new path for the discussion of Social Representations: Advancing the topic of subjectivity from a cultural historical standpoint. *Theory & Psychology*, Vol. 25(4) 494–512. DOI: 10.1177/0959354315587783
- Setti, S. (2016): *If Venice Dies*. New Vessel Press. Bologna. ISBN 978-1-939931-37-5.
- Szromek, A. R. – Kruczek, Z. – Walas, B. (2019): The Attitude of Tourist Destination Residents towards the Effects of Overtourism – Kraków Case Study. *Sustainability*. MDPI, Open Access Journal. Vol. 12(1). 1–17.
- Vizi, I. Gy. – Kulcsár, L. – Obádovics, Cs. (2019): A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata. Milyen messze van valójában a Fertődi Esterházy Kastély? *Földrajzi Közlemények*. 143. 1. 24–34. DOI: 10.32643/fk.143.1.3.
- Wassler, Ph, Thi Hong Hai Nguyen, Le Quyen Mai, Schuckert, M (2019): Social representations and resident attitudes: A multiple-mixed method approach. *Annals of Tourism Research*. Vol. 78. 102740. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.06.007>

LŐRINCZ KATALIN¹ – VIZI ISTVÁN GYÖRGY² – BANÁSZ ZSUZSANNA³

KERÉKPÁROZÁSI SZOKÁSOK ÉS FEJLESZTÉSI JAVASLATOK A BALATON TÉRSÉGBEN

¹Intézetigazgató egyetemi docens, ²Címzetes egyetemi docens, ³Egyetemi docens

^{1,2}PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, TURIZMUS INTÉZETI TANSZÉK,

³PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, KÖZGAZDASÁGTAN INTÉZETI TANSZÉK

¹lorincz.katalin@gtk.uni-pannon.hu, ²vizi.istvan@gtk.uni-pannon.hu

³banasz.zsuzsanna@gtk.uni-pannon.hu

Absztrakt

A tanulmány tárgya a Balaton körüli kerékpáros túraútvonalak hazai népszerűségének feltérképezése a kerékpározók, illetve az aktív életmódot folytatók körében. Ennek vizsgálata egy 2019 november és 2020 január között lefolytatott online kérdőíves keresletfelmérésen alapul. E primer adatforrás 1 087 fős értékelhető mintát eredményezett.

Az eredmények azt mutatják, hogy a vizsgált kilenc túraútvonal mindegyikét tipikusan a kétfős háztartásban élő, felsőfokú (főiskolai vagy egyetemi) végzettséggel rendelkező 25–44 év közötti férfiak használják, akik szellemi alkalmazottként dolgoznak, nem rendelkeznek a Balaton térségben második otthonnal, és majdnem teljesen boldognak, illetve egészségesnek érzik magukat. Az eredmények iránymutatásként szolgálhatnak a már létező kerékpárutak fejlesztéséhez és a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatások kialakításához is. A tanulmány megállapításai érvényesek a balatoni kerékpáros túraútvonalak marketingkommunikációs tevékenységére (ismertség, imázs, célcsoport szegmentáció) vonatkozóan is.

Kulcsszavak: Balaton, kerékpár, túraútvonal, kérdőíves felmérés, célcsoport

Bevezetés

A „Balatoni kerékpáros turisztikai szolgáltatás fejlesztése” projekt (GINOP-7.1.9.-2018-00012) keretében a Balaton régióban fejlesztésre kerülnek a kerékpáros túraútvonalak. Ez nemcsak a parthoz közeli 220 km hosszú Balatoni Bringakörút még vonzóbbá tételét célozza, hanem a parttól távolabb eső kerékpáros útvonal-hálózatnak kb. 800 km hosszúságúra történő bővítését is. A Balatonbike365 projekt (<https://www.balatonbike365.hu/>) magában foglalja a kerékpárosok kiszolgálását célzó szolgáltatások fejlesztését, a túrakerékpározást támogató információs- és kommunikációs tevékenységet (honlap, applikáció, táblarendszer), valamint három helyszínen (Balatonfüred, Balatonföldvár, Keszthely) kerékpáros központ létrehozását.

Az új hálózatnak köszönhetően a desztinációban található attrakciók megközelíthetősége javul, a látogatószámuk növekedésére lehet számítani. Az útvonalak révén egyrészt csökken a területi koncentráció, hiszen a parttól távolabbi területek és turisztikai szolgáltatók bevonásra kerülnek. Másrészt lehetőség nyílik az eltérő típusú biciklik (országúti, trekking, MTB, családi, e-bike). használata. A kerékpározható útvonalak vonzó úti célokat jelentenek az edzettségben, életkorban és motivációban (teljesítményorientált kerékpárosok; aktív életmódot folytató kerékpárosok; családok; baráti társaságok; a Balatonnál pihenő vendégek) is sokszínű keresletnek.

A 2018-2022 között megvalósuló fejlesztés célja a térség kerékpáros turisztikai vonzerejének növelésével a desztináció újrapozícionálásának támogatása, a mérhető kerékpáros látogatószám növelése, a térbeli (háttértelepülések bekapcsolása) és időbeli koncentráció (szezonalitás) csökkentése, illetve egy új kerékpáros élmény, aktív turisztikai attrakció létrehozása a Balaton környezetében.

A fejlesztés földrajzilag öt területi elemre bontható: Balatoni Bringakörút fejlesztése, Balaton déli part, Balaton-felvidék, Nyugat-Balaton – Kis-Balaton térség, valamint az erdei élményútvonal. A projekt elsősorban a kerékpáros turisták vagy aktív életmódot folytató vendégek részére fog alternatívát kínálni – akár az őszi-tavaszi időszakra vonatkozóan –, amellyel hozzájárul a főszezonon kívüli turizmus mennyiségi és minőségi bővüléséhez (MTÜ 2019).

1. A kutatás háttere, előzmények, szakirodalmi kitekintés

Bár a kutatás alapjául szolgáló primer felmérés eredményeiből már készült egy összefoglaló tanulmány (Lőrincz et al. 2020), jelen kutatásban egy olyan vizsgálat eredményeit mutatjuk be, amely e korábbi publikációban nem szerepelt. A teljes felmérés célja az volt, hogy a Balaton térség potenciális kerékpáros vendégeinek igényeit feltérképezzük a turisztikai szolgáltatások fejlesztéséhez. Arra a kutatási kérdésre keressük a választ, hogy az egyes balatoni túraútvonalak esetében milyen – főként demográfiai – profillal jellemezhetők azok a vendégek, akik szívesen bejárnak valamelyiket, vagy akár mindegyiket.

A kerékpározás az egyik legnépszerűbb szabadidős sporttevékenység, ugyanis „a kerékpáros turizmus az európai turizmus leggyorsabban növekvő szegmense” – írja a 2007–2013-as Kerékpáros Magyarország Program (Bodor 2007). Ugyanakkor – hasonlóan az aktív turizmushoz – a kerékpáros turizmust nehéz pontosan lehatárolni, definiálni. A 2010–2015-ös Magyarország Kerékpáros Turizmus Fejlesztési Stratégiája szerint: „Speciálisan két hely közötti, a szabadidőt turisztikai céllal eltöltő, kerékpárral történő utazást jelöli (de megengedve, hogy a célterületet más közlekedési eszközzel ériék el). A kerékpározás integráns része a turisztikai élménynek” (Econo Consult Kft. – COWI Magyarország Kft. 2010).

Az Európai Parlament megbízásából 2012-ben készült tanulmány (EUROVELO 2012) kerékpáros turizmusként értelmezi azt, amikor az utazók kerékpárral közlekednek szabadidős céllal. Ezen belül az alábbi fő kategóriákat emeli ki:

- kerékpáros, szabadidős célú utazás (legalább egyéjszakás tartózkodással járó utazás, amelynek fő motivációja a kerékpározás);
- utazás közbeni kerékpározás (napi kerékpáros kirándulások az utazás során, amelyek az élmény részét képezik);
- egynapos kerékpáros kirándulás (legalább háromórás, szabadidős célú, otthonról tett kerékpáros kirándulás) (Eurovelo 2012, idézi Sulyok – Magyar 2014).

Gazdasági oldalról megvilágítva a kerékpáros turizmus rendkívül jövedelemtermelő, hiszen a kerékpározók szolgáltatásokat vesznek igénybe a biciklis túrájuk során, ahol az infrastruktúra egyes elemeit a vállalkozások megteremtik (Donka – Gyuricza 2017).

A hazai turizmusirányítás kiemelt célterületként kezeli a Balaton térséget. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) 2030, valamint az NTS 2030 2.0 egyaránt kimondja, hogy Magyarország turisztikai potenciáljának növelése a turisztikai desztinációkban rejlik (MTÜ 2017, MTÜ 2021). A vidéki Magyarországon ezen desztinációs logika zászlóshajója a Balaton térsége, amely 2016-ban kiemelt turisztikai fejlesztési térség² besorolást kapott, 2020-ban pedig a nevesített turisztikai térségek közé sorolták.

A hazai kerékpározási szokásokról korlátozott számban áll rendelkezésre megbízható adat, kifejezetten a kerékpáros turizmus keresletéről és térbeli jellemzőiről rendelkezésre álló információk hiányosak (a Központi Statisztikai Hivatal sem gyűjt a kerékpáros turizmus mérésére statisztikai adatokat). Jelenleg a kiépített Balatoni Bringakör forgalmát több településen méri a Magyar Közút által működtetett kerékpárszámlálók, melyek adatszolgáltatása a honlap alapján (<https://veloclass.kozut.hu/hu/map>) hiányos.

1. ábra

A kerékpáros turisták jellemzői és fogyasztói magatartása

Balaton körbekerékpározása



Forrás: Econo Consult Kft. – COWI Magyarország Kft. 2010 alapján saját szerkesztés

² 429/2016 (XII. 15.) Kormányrendelet a turisztikai térségek és a kiemelt turisztikai fejlesztési térségek meghatározásáról

A Magyarország Kerékpáros Turizmus Fejlesztési Stratégiájának elkészítéséhez az Econo Consult Kft. – COWI Magyarország Kft. által lefolytatott szakértői interjúk és workshopok tapasztalatai szerint az 1. ábrán látható kifejezések jellemzik leginkább a magyarországi kerékpáros turisztikai keresletet.

A fentiek alapján a kerékpáros turizmus bármely formájánál egyértelműen megállapítható, hogy „a résztvevők fő motivációja a kerékpározás, mint tevékenység (maga az utazás) és az élményszerzés, valamint mindezek mellett markánsan megjelenik a fenntarthatóság, környezettudatosság (kerékpár, mint nem környezetszennyező közlekedési eszköz) is.” (Econo Consult Kft. – COWI Magyarország Kft. 2010)

Számos tanulmány bizonyítja, hogy a kerékpározás a legkedveltebb szabadidős tevékenységek közé sorolható, így a kerékpáros turizmus az egyik legnépszerűbb aktív turisztikai termék (Bakogiannis et al. 2020, Kaplan et al. 2015, Štastná et al. 2018, Watthanaklang et al. 2016). A turizmus keresleti trendje szorosan kapcsolódik a társadalmi és demográfiai változásokhoz (öregedő népesség, családi struktúrák átalakulása, oktatás szintjének növekedése), amelyek pozitívan befolyásolják az aktív turizmus iránt érdeklődő turisták számát (Töröcsik – Csapó 2018). Ezzel párhuzamosan érdemes megemlíteni az egészségtudatos életmód trendjét, amely ugyancsak jól illeszthető az aktív turizmushoz (Csapó – Gonda 2019).

2. Alkalmazott módszertan

A kvantitatív kutatás 2019 novemberében kezdődött. Három hónapon keresztül gyűjtöttük online kérdőív keretében azoknak a Magyarországon élő fogyasztóknak a véleményét, akik rendszeresen kerékpároznak (a kerékpárt legalább havonta egyszer használja) vagy aktív életmódot (szabadidejét aktívan tölti; évente néhányszor kerékpározik, de érdekli a lehetőség) folytatnak. A kérdőív megosztása egyrészt a kerékpáros szakmai oldalakon, a közösségi portálokon (pl. Facebook), valamint kerékpározással kapcsolatos csoportokban történt. Másrészt a kutatást segítette, hogy a „Mondja el, milyen legyen a Balaton kerékpáros desztinációként!” címmel a <https://turizmus.com/> weboldalra is kikerült egy átfogó cikk és bejegyzés a kérdőív kitöltésére vonatkozóan³.

E széleskörű felmérésből jelen tanulmány fókuszában a kérdőívnek az az eldöntendő kérdése áll, amelyben a válaszadók az alábbi kilenc balatoni kerékpáros útvonallal (1: Balatoni Bringakörút és 2-9: a Balatonbike365 projekt során megvalósuló, kitáblázott/kijelölt kerékpáros túraútvonalak) kapcsolatban mondták el véleményüket (bejárná-e: 0: nem, 1: igen)

1. Balatoni Bringakörút (kiépített kerékpárúton, akár végig, akár csak egy részén);
2. Balaton-felvidék térsége (Tapolcai-medence, Káli-medence);
3. Tihanyi-félsziget – Balatonfüred – Balatonalmádi térsége;
4. Nyugat-Balaton térsége (Keszthelyi-hegység, Hévíz);

³ <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/mondja-el-milyen-legyen-a-balaton-kerekparos-desztinaciokent-1167145>

5. Kis-Balaton térsége (Zalakaros);
6. Dél-Balaton: Siófok, Sió-part, Ságvár, Zamárdi térsége;
7. Dél-Balaton: Balatonlelle, Kötcse, Kereki, Balatonföldvár térsége;
8. Dél-Balaton: Fonyód, Buzsák, Nagyberek, Balatonfenyves térsége;
9. Erdei útvonalak bárhol a Balaton térségében.

A kutatás során feltárjuk azon célcsoport profilját, akik az egyes túraútvonalakat szívesen bejárnák, illetve e profilok közti átfedésekre, illetve eltérésekre koncentrálnak. A célcsoport elemzése során az 1. táblázatban felsorolt, főként demográfiai tényezőket vizsgáljuk.

1. táblázat

Demográfiai kérdések

Kérdés	Válaszlehetőség
Neme?	nő, férfi
Életkora?	14-18, 19-24, 25-44, 45-64, 65-70, 71 vagy idősebb
Rendelkezik-e a Balaton térségben nyaralóval vagy második otthonnal (apartman, telek, lakás, ami nem az állandó lakhelye)?	Igen, közvetlenül a parton, 5 kilométer távolságon belül. Igen, a Balatontól kb. 5-10 km zónában. Igen, a Balatontól kb. 10-30 km zónában. Nem rendelkezem a Balaton térségben második otthonnal.
Hány főből áll a háztartása (Önt is beleértve)?	1, 2, 3, 4, 5, 6 vagy annál több
Végzettsége?	kevesebb, mint 8 általános, alapfokú/8 általános, középfokú, felsőfokú (főiskola, egyetem)
Foglalkozása?	tanuló, fizikai alkalmazott, szellemi alkalmazott, közép- vagy felsővezető, vállalkozó, szellemi szabadfoglalkozású, munkanélküli, közfoglalkoztatott, inaktív (például GYES, GYED, egyéb jövedelem, de nem aktív kereső), nyugdíjas, nyugdíj vagy járadék mellett dolgozó
Mennyire érzi magát boldognak?	1-10-ig terjedő skálán, ahol 1: teljesen boldogtalan, 10: tökéletesen boldog
Milyennek ítéli meg az egészségi állapotát?	1-10-ig terjedő skálán, ahol 1: nagyon rossz, 10: kiváló

Forrás: saját kutatás

Az egyes túraútvonalakat szívesen bejárók esetében az 1. táblázatban jelölt kérdésekre adott tipikus (leggyakrabban előforduló) válaszokat keressük, azaz a móduszokat.

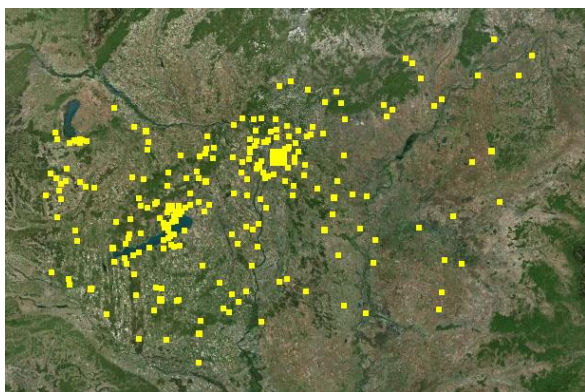
3. A kutatás eredményei

Az online kérdőívből 1 087 fős értékelhető minta származott, amelyből 809-en rendszeresen kerékpároznak, 278-an aktív életmódot folytatnak, nyitottak a kerékpározás, mint szabadidős tevékenység iránt (leírásban: bár rendszeresen nem kerékpározó, de egyebekben aktív életvitelt folytató fogyasztó). A kérdőívet kitöltők lakóhelyének elhelyezkedését mutatja a 2. ábra.

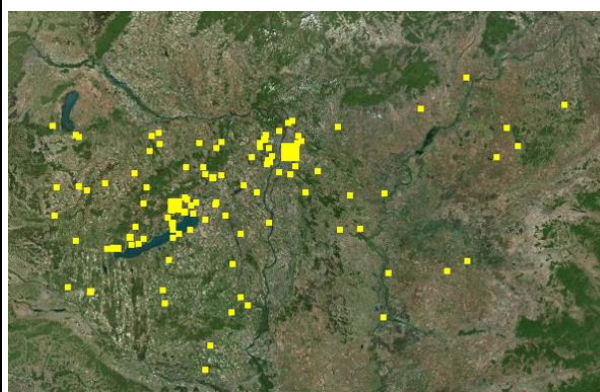
2. ábra

A kérdőívet kitöltők települései

kerékpárosok (n=809)



aktív életmódot folytatnak (n=278)



Forrás: saját kutatás

A válaszadók demográfiai karakterisztikáját leggyakoribb válaszok alapján foglaljuk össze. A minta 53%-a férfi volt, 47% 25-44 éves, 81% nem rendelkezik a Balaton térségében második otthonnal, 31% háztartása mindössze két főből áll, 63% felsőfokú végzettségű, 35% szellemi alkalmazott. Az 1-től 10-ig terjedő skálákon a kérdőívet kitöltők tipikusan 8-asra értékelték a boldogság-szintjüket (a minta 34%-a), az egészségüket szintén 8-asra (a minta 32%-a).

A balatoni túraútvonalak népszerűségére áttérve, az alábbi rangsor állítható fel a kerékpárral történő bejárhatóság, érdeklődés kapcsán:

1. 89,51% Balatoni Bringakörút (kiepített kerékpárúton, akár végig, akár csak egy részén);
2. 83,62% Balaton-felvidék térsége (Tapolcai-medence, Káli-medence);
3. 82,15% Tihanyi-félsziget – Balatonfüred – Balatonalmádi térsége;
4. 76,08% Nyugat-Balaton térsége (Keszthelyi-hegység, Hévíz);
5. 73,05% Kis-Balaton térsége (Zalakaros);
6. 68,91% Erdei útvonalak bárhol a Balaton térségében;
7. 61,73% Dél-Balaton: Balatonlelle, Kötcse, Kereki, Balatonföldvár térsége;
8. 60,99% Dél-Balaton: Siófok, Sió-part, Ságvár, Zamárdi térsége;
9. 60,35% Dél-Balaton: Fonyód, Buzsák, Nagyberek, Balatonfenyves térsége.

A Balatoni Bringakörút bizonyult a legnépszerűbbnek, amelyet a minta 89,51%-a szívesen teljesítene (teljes távon vagy részben). A Balatonbike365 projekt keretében megvalósított egyes

túraútvonalak esetében a válaszadók többsége (60,35%-89,51%) szívesen bejárná azokat, de csak 38,36%-uk az, akik valamennyi szakaszt kipróbálnák.

Az egyes balatoni túraútvonalakat szívesen bejárók viszonylag homogén profillal írhatóak le: jellemzően 25-44 éves férfiak, akik két fős háztartásban élnek, diplomás szellemi alkalmazottak. A Balaton térségében nincs második otthonuk; relatíve boldognak és egészségesnek érzik magukat. Abban az esetben is ugyanerre az eredményre jutunk, ha csak azokat a válaszadókat elemezzük, akik az összes felsorolt kerékpáros túraútvonalat bejárnák. Ennek megfogalmazása jelenti egyben a kutatási kérdésünkkel kapcsolatos megállapítást.

4. Következtetések, összefoglalás

Az elmúlt időszakban a balatoni turizmus átstrukturálódása volt megfigyelhető: kiemelt fontosságúvá vált a kerékpározás, a minőségi, autentikus kínálat, az életminőséget hangsúlyozó életmód (slow living) mint önálló vonzerő (Lőrincz et al. 2020). A kutatási eredmények igazolták, hogy a kerékpárosok keresletet tekintve nincs lényeges különbség a balatoni háttérterületek kerékpározható útvonalainak népszerűsége, tervezett használata között.

A válaszadók 60-90%-a szívesen bejárnál valamelyik útvonalat, közel 40%-uk mindegyiket. A felsorolt 9 útvonal közül egy válaszadó átlagosan 6,56 útvonal esetében nyilatkozott úgy, hogy kipróbálná. A válaszok alapján a Balaton térség északi és nyugati része (Balaton-felvidék, Balatonfüred-Tihany, Nyugat-Balaton, Kis-Balaton) népszerűbbnek bizonyult a déli partvidékekről induló útvonalaknál.

A Balatonbike365 projekt során kijelölt kerékpáros túraútvonalak marketingtevékenységét tipikusan az alábbi jellemzőkkel leírható célcsoportra érdemes fókuszálni:

- a kétfős háztartásban élő;
- felsőfokú (főiskolai vagy egyetemi) végzettséggel rendelkező;
- 25-44 év közti férfiak;
- akik szellemi alkalmazottként dolgoznak;
- nem rendelkeznek a Balaton térségben második otthonnal;
- a szubjektív életminőséget mutató, validált skálán (1-10 között) majdnem teljesen boldognak, illetve egészségesnek érzik magukat.

A hazai kerékpárosok, illetve aktív életmódot folytatók válaszai alátámasztották a célcsoport által preferált szolgáltatásokat is. A keresleti felmérés alapján a túraútvonal fejlesztésében a kerékpáros infrastruktúra (alapvető feltétel a biztonságos, kitáblázott, karbantartott, összefüggő, kb. 25-30 km-es szakaszokra bontható kerékpárút) és a szolgáltatásfejlesztés (információs tábla, applikáció, kerékpárbarát szállások, zárható kerékpártárolóval, szervízoszlop/néhány szerszám, ivóvízvételi lehetőség) hangsúlyos. A kutatás következő lépéseként a minta családostok, illetve gyermek nélküli háztartások szerinti vizsgálatát tervezzük.

Felhasznált irodalom, források

- Bakogiannis, E. – Vlastos, T. – Athanasopoulos, K. – Vassi, A. – Christodouloupoulou, G. – Karolemeas, C. – Tsigdinos, S. – Kyriakidis, C. – Noutsou, M.-S. – Siti, M. – Papagerasimou-Klironomou, T. – Stroumpou, I. – Tzika, E. (2020): Exploring Motivators and Deterrents of Cycling Tourism Using Qualitative Social Research Methods and Participative Analytical Hierarchy Process (AHP). *Sustainability*. 12(6). 2418. <https://doi.org/10.3390/su12062418>
- Bodor Á. (2007): *Kerékpáros Magyarország Program 2007-2013.*, 7.
- Csapó J. – Gonda T. (2019): A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 4. 57–70. <https://doi.org/10.15170/TVT.2019.04.04.06>
- Donka, A. – Gyuricza, L. (2017): Az állam szerepe az aktív turizmus fejlesztésében. *Polgári Szemle*. 13. évfolyam. 1–3. szám. 176–187.
- Econo Consult Kft. és COWI Magyarország Kft. (2010): *A kerékpáros turizmus fejlesztési stratégiája 2010-2015*. 3–4. 29–30.
- Kaplan, S. – Manca, F. – Nielsen, T. A. S. – Prato, C. G. (2015): Intentions to use bike-sharing for holiday cycling: An application of the Theory of Planned Behavior. *Tourism Management*. 47. 34–46.
- Lőrincz, K. – Banász, Zs. – Vizi, I. Gy. – Princzinger, P. (2020): Kerékpáros turizmus újragondolva – a kerékpáros túraútvonalak és -szolgáltatások iránti kereslet felmérése a Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térségben. *Turizmus Bulletin*. 20. kötet. 4. szám. 4–15.
- MTÜ (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030*. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf
- MTÜ (2019): *Összefoglaló a GINOP-7.1.9-17 turisztikailag frekventált térségek integrált termék- és szolgáltatásfejlesztése című felhívás pályázatairól*. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/documents/prod/Ginop719_kiadva--ny_v4_javNZS_small_jav_20190617-frissi--tett.pdf
- MTÜ (2021): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 2.0*. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf
- Sulyok, J. – Magyar, Zs. (2014): Az aktív turizmus helyzete Magyarországon. *Turizmus Bulletin*. XVI. évfolyam. 3–4. szám. 20. (ISSN 1587-0928)
- Štastná, M. – Vaishar, A. – Zapletalová, J. – Ševelová, M. (2018): Cycling: A benefit for health or just a means of transport? Case study Brno (Czech Republic) and its surroundings. *Transportation Research*. 55. 219–233. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2018.02.006>
- Töröcsik M. – Csapó J. (2018): Fogasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó J.–Gerdesics V. – Töröcsik M. (szerk.): *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia Tanulmánykötete*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs.

8–22. https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/uploads/ntk/turizmusmarketing_tanulmanykotet_2018.pdf

Watthanaklang, D. – Ratanavaraha, V. – Chatpattananan, V. – Jomnonkwao, S. (2016): Measuring the motivation to ride bicycles for tourism through a comparison of tourist attractions. *Transport Policy*. 52. 153– 163. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2016.08.004>

MADARÁSZ ESZTER¹ – RAFFAI CSILLA²

BELFÖLDI AZ ÚJ KÜLFÖLDI?

¹Egyetemi docens, ²Adjunktus

^{1,2}PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, TURIZMUS INTÉZETI TANSZÉK

¹madarasz.eszter@gtk.uni-pannon.hu, ²raffai.csilla@gtk.uni-pannon.hu

Absztrakt

A Covid-19 vírus megjelenése és terjedése komoly válsághelyzetet okozott 2020-ban a világban, melyből a mai napig nem sikerült kilábalni. A 2019-ben rendkívül jól teljesítő, sok ország gazdaságának húzóágazatát jelentő turizmus ennek köszönhetően azonnal mélypontra került: 2020-ban 74%-kal csökkent a nemzetközi turistaérkezések száma (UNWTO Tourism Dashboard). A vírus elleni védekezés eszközeinek köszönhetően az élet és ezen belül a turizmus is elkezdett talpra állni, de jelentős, várhatóan hosszú távon is fennmaradó változásokat eredményezett a világ és ezen belül Magyarország turizmusában is (például a belföldi turizmus térnyerése, aktív turisztikai termékek hangsúlyosabbá válása, higiéniai szempontok jelentősége a vásárlás során). Kutatásunk során a Balaton térségének szakembereit kérdeztük arról, hogy véleményük szerint a pandémiás helyzetnek köszönhetően, hogyan változtak a hangsúlyok a régiót felkereső szegmensek és az általuk keresett turisztikai termékek esetében. Az eredmények azt mutatják, hogy 2020-2021-ben a belföldi turizmus szegmensei megerősödtek a Balatonnál, és az ide érkező látogatók a régió fő terméke mellett (vízparti turizmus) többnyire az aktív kikapcsolódási lehetőségeket keresik.

Kulcsszavak: Balaton, szegmensek, turisztikai termékek, belföldi turizmus, Covid-19

Bevezetés

Az új típusú koronavírus 2019 decemberében jelent meg Kína Vuhan tartományában. A WHO 2020 januárjában adott ki tájékoztatót a Covid-19 járvány kitöréséről, mely a kínai kormány szigorú intézkedései ellenére Japán, Korea, Hong Kong után Európát is elérte. 2020 novemberére már világszerte 50 millió esetet regisztráltak (ECDC, 2020). A járvány soha nem látott mélységbe sodorta a globális turizmus- és vendéglátásszektort – 74 %-kal csökkent a nemzetközi turistaérkezések száma 2020-ban az előző évhez képest a világon (UNWTO Tourism Dashboard), miközben jelentősen átalakította a turisztikai szolgáltatások fogyasztási szerkezetét. A WTTC nyári jelentése szerint a regionális nyaralások, a részletes információgyűjtés és utazástervezés, illetve az aktív utazási formák kerülnek előtérbe a közeljövőben, továbbá fontos fókusz lesz az új technológiák (például biometrikus adatok) alkalmazásán az utazási szolgáltatások nyújtása során, melyek lehetővé teszik a higiénikusabb körülmények biztosítását és a zökkenőmentesebb utazási élmény átélését (WTTC, 2021).

1. Szakirodalmi kitekintés

Jóllehet a kormányzati szereplők és a desztináció menedzserek a nemzetközi turistákat részesítik előnyben a belföldiekkel szemben a nagyobb költési hajlandóságuk és a devizabevételek miatt (Archer, 1978; Jafari, 1986; Sheldon & Dwyer, 2010), globálisan mégis a belföldi turizmus az ágazat motorja, hiszen 2017-ben ez adta a költségek 73 százalékát (WTTC, 2018). Ahogyan arra számos korábbi tanulmány (Garau-Vadell et al., 2018; Kozak & Kim, 2019) rámutat, válságok – mint pl. a 2001-es 9/11 vagy a 2008-as pénzügyi válság – idején kiütözik a nemzetközi turizmus sérülékenységét. Ilyenkor a belföldi turizmus visszanyeri gazdaságpolitikai jelentőségét, hiszen csak a hazai turisták költése képes ellensúlyozni a turisztikai szolgáltatások iránt válságok idején megcsappanó exportkeresletet.

Ez alól a Covid-19 járvány okozta válság sem kivétel: a járvány kitörését követően világszerte visszaestek a nemzetközi turistaérkezések, a belföldi turizmus viszont erősödött. Egyfelől a külföldre utazás akadályai, a kötelezően elvégzendő tesztek és ezek járulékos költségei a belföldi turizmus irányába terelték az utazóközönséget. Másrészt az esetszámok váratlan megugrásától való félelem és a bizonytalanság miatt a hazai lakosság kiutazásainak és a külföldiek beutazásainak száma egyaránt csökkent, ami növelte a belföldi turizmus iránti igényt. Felértékelődtek a hazai desztinációk és előtérbe kerültek az itthoni attrakciók valamint a helyi turisztikai szolgáltatások. Sheldon & Dwyer (2010) szerint ez az irányváltás kedvező hatást gyakorol a helyi gazdaság fejlődésére, miközben mérsékli a jövedelmek külföldre történő „elszivárgását”.

A Covid-19 válság más változásokat is hozott, hiszen az utazási preferenciák számos ponton átalakultak. Európa szerte a belföldi utazás mellett a regionális, autóval könnyen elérhető szomszédos országokba irányuló utazások kerültek túlsúlyba (Németh, 2021). Ennek oka, hogy az autóval történő utazás sok esetben korlátozások nélkül engedélyezett, miközben a légi járatok több útvonalon is csökkentett kapacitással működnek, gyakoriak a járat törlések, s a járványtól való félelem is a saját vagy bérelt autóval történő utazásra ösztönzi az utazók egy jelentős részét.

További változás, hogy a városi – „city break” jellegű – utazások háttérbe szorultak a belföldi, vízparti vagy természet közeli desztinációkhoz képest (Arbulú, 2021). A járványhelyzet felerősítette az emberekben a természet, az egészség, valamint az aktív élmények iránti igényt. Ennek eredményeként a városok fogságából kiszabaduló turisták körében számos alternatív turisztikai termék vált népszerűvé: előtérbe került a falusi turizmus, a kempingezés, a lakóautós utazás vagy a különböző aktív turisztikai programok, úgymint a vízitúrázás.

Emellett a járványtudatosság is beépült az emberek gondolkodásmódjába. A korlátozások feloldása után a turisták többsége olyan belföldi szálláshelyen nyaralt, amely saját hozott felszereléssel (kemping/sátor) vagy különálló szobával vehető igénybe, illetve ahol az egészségügyi biztonságérzetet modern szanitációs eljárásokkal, pl. ózonos szobafertőtlenítéssel tudta a szolgáltató megteremteni (Németh, 2021).

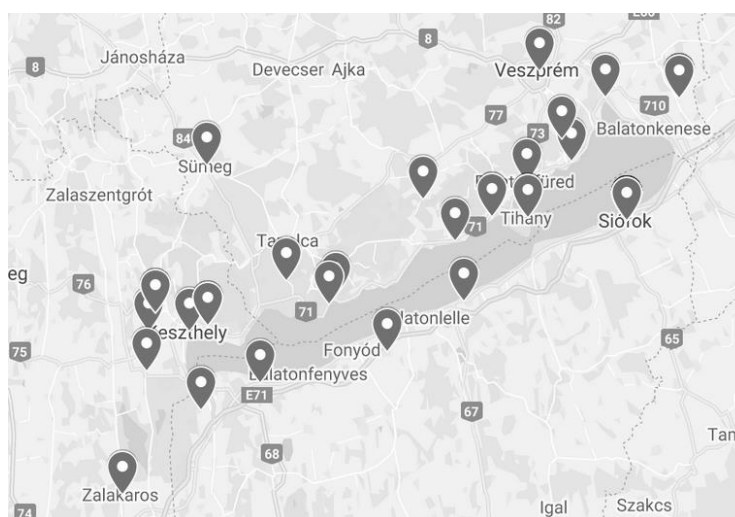
2. A kutatás módszertana

A Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karán működő Balatoni Turisztikai Kutatóintézet évente három alkalommal végez megkérdezést a Balaton turizmusában érintett szakemberek körében. Az elmúlt időszak értékelése és a következő időszakra vonatkozó várakozások mellett egy-egy témára fókuszáló kérdéskörök szerepelnek az online kérdőívben, 2021 tavaszán a COVID-19 vírusnak a Balaton térség turizmusára gyakorolt hatásaival kapcsolatban – a turisztikai termékek népszerűségének változásáról, a térséget felkereső célcsoportok struktúrájának alakulásáról, a turisztikai szereplők számára megfigyelhető pozitív és negatív hatásokról – tettünk fel néhány kérdést.

A 2021 tavaszán (május-júniusban) kiküldött kérdőívekre 48 válasz érkezett. A kitöltő szervezetek összetétele: 18 szálláshely (közülük 3 vendéglátó egységgel is rendelkezik, illetve 2 fő az önkormányzatot is, 1 fő pedig turisztikai attrakciót is képvisel), 16 önkormányzat, 7 turisztikai desztináció menedzsment-szervezet (közülük 2 Tourinform irodaként is működik), 5 szakmai szövetség, 6 vendéglátóhely (közülük 1 szakmai szövetséget is képvisel) és 3 turisztikai attrakció vett részt a felmérésben. A válaszadók területi megoszlását mutatja az 1. ábra, amely szerint 35 településről érkeztek válaszok, illetve látható, hogy a Balatontól északra fekvő területek felülreprezentáltak a mintában. A legtöbb kitöltés Siófokról (6 db) és Badacsonyból (4 db) érkezett, Keszthelyen és Kungösön pedig 3-3-an töltötték ki a kérdőívet. 2-2 szereplő válaszolt Tihany, Örvényes, Gyenesdiás és Hévíz településekről, a többi település 1-1 kérdőívvel került a kutatásba (1. ábra).

1. ábra

A mintában résztvevő települések



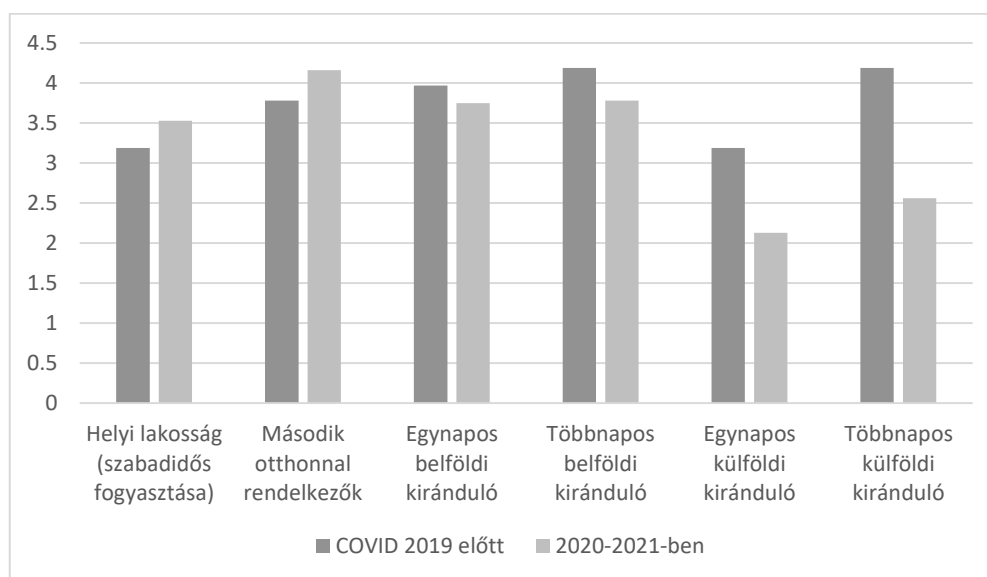
Forrás: saját szerkesztés Google térkép segítségével

3. Eredmények

A Balatonhoz érkező látogatók csoportjainak tekintetében a régió turizmusában érintett szereplők véleménye szerint a látogató/turisztikai szegmensek csökkenése (egynapos és többnapos egyaránt) volt megfigyelhető 2020-2021-ben a korábbi évekhez képest. A környezeti változások miatt bekövetkezett utazási korlátozásoknak köszönhetően különösen igaz ez a csökkenés a külföldi látogatók esetében. Ezzel párhuzamosan - bár kisebb volumenben - megerősödtek a szabadidős szegmensek, népszerűbb volt a Balaton a helyi lakosság és a második otthonnal rendelkezők körében. A belföldi egynapos látogatók és több napra érkező turisták száma is mutatott némi csökkenést, de nem olyan mértékben, mint a külföldi szegmensek esetében (2. ábra). Változás nem csak küldő terület szerint látható az adatokból, hanem tartózkodási idő alapján is. A COVID-19 előtt a többnapos, belföldi és külföldi szegmensek voltak jellemzőbbek, 2020-2021-ben pedig a helyi lakosság és a régióban második otthonnal rendelkezők jelenléte erősödött meg, ezzel feltehetően az egy napos látogatások számát növelték. Az utóbbiak mellett jelenleg a belföldi célcsoportok is jelentősebb arányt képviselnek a látogatókon belül mind az egynapos, mind a többnapos látogatások tekintetében.

2. ábra

Szegmensek változása a Balatonnál



Forrás: Balatoni Turizmus-barométer 2021/2 felmérés

A turisztikai szakembereket arról is megkérdeztük, hogy véleményük szerint, hogyan változott a régió turisztikai termékeinek fontossága az elmúlt időszakban a pandémiás helyzetnek köszönhetően. A régió legvonzóbb terméke továbbra is a vízparti turizmus, illetve megmaradt a bor-és gasztronómia és az egészségturizmus és wellness jelentősége is a turisztikai szereplők szerint. Új, fontos termékként a 2020-2021 évekre vonatkozóan, második legtöbb említést kapott az aktív turizmus, amely alapvetően szabadterén megvalósuló tevékenységi formákat

(pl. kerékpározás, túrázás, stb.) foglal magába. Az egészségturizmus és wellness termék jelentősége pedig feltehetően a zárt térben zajló aktivitások miatt csökkent a COVID-19 vírus megjelenésének köszönhetően (1. táblázat).

1. táblázat

Turisztikai termékek vonzerejének változása a Balatonnál

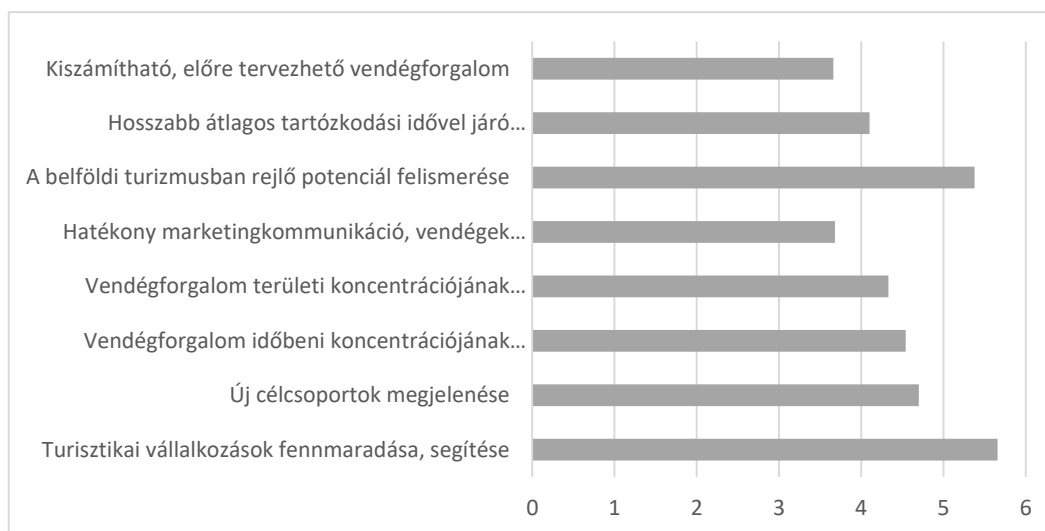
	4-5 értékelés aránya	
	COVID-19 előtt	2020-2021-ben
Vízparti turizmus	96,88 %	93,76%
Bor- és gasztronómia	84,38 %	78,13%
Egészségturizmus, wellness	68,75%	56,25%
Aktív turizmus	59,38%	87,51%
Rokonok- és barátok meglátogatása	53,13%	59,38%
Kulturális turizmus	40,63%	31,25%

Forrás: Balatoni Turizmus-barométer 2021/2 felmérés alapján saját szerkesztés

A megkérdezettek szerint a pandémiás helyzet megjelenésének hatására megerősödött belföldi turizmus legfontosabb pozitív következménye a szolgáltatók számára az, hogy többségük fenn tudott maradni, nem kellett megszüntetni a vállalkozásukat (átlag: 5,66, 8 fokozatú skálán). Az is nyilvánvalóvá vált a turisztikai szereplők szerint, hogy érdemes a belföldi célcsoportokra fókuszálni, segítette a helyzet felismerni a belföldi turizmusban rejlő potenciált a szolgáltatóknak (5,38). A közepesnél erősebb értékelést még a következő, előnyként értékelhető tényezők kaptak: új célcsoportok megjelenése (4,7), vendégforgalom időbeni (4,54) és térbeni (4,33) koncentrációjának csökkentése (3. ábra). Mindezek mellett érdemes azt is megemlíteni, hogy még a legfőbb előnynek minősített tényező is csak 6-os érték alatti átlagot produkált, vagyis a felsorolt előnyöket nem érzékelik nagyon erőteljesen.

A visszaküldött válaszok (48) kevesebb, mint fele esetében kaptunk arra választ (21), hogy milyen negatív jelenségeket, hatásokat tapasztalnak a Balatonra irányuló belföldi turizmus kapcsán. 8 esetben az volt a válasz, hogy nincs ilyen tényező, a többi esetben pedig a következő válaszok születtek: kereslet csökkenése, tömeges vendégforgalom a kiemelt időszakokban, külföldi célcsoportok/fizetőképes kereslet hiánya, rövidebb tartózkodási idő. Ezek a tényezők megjelentek az előző kérdés előnyei között is, de alacsonyabb értékeléssel, ami egybevág azzal, hogy a negatívumok között is megjelennek.

3. ábra

Belföldi turizmus előnyei a szolgáltatók számára

Forrás: Balatoni Turizmus-barométer 2021/2 felmérés

Arra a kérdésre vonatkozóan, hogy melyek azok a változások, amik a COVID-19 vírusnak köszönhető pandémiás időszakot követően is jellemzik majd a Balatonra irányuló belföldi vendégforgalmat, 25 megkérdezett írt választ, többségük kihasználta mind a 3 válaszlehetőséget (2. táblázat).

2. táblázat

Jövőben is megmaradó tényezők a régió turizmusában

BIZTONSÁG	„tömeggel szembeni félelem”
	„kisebb szálláshelyek nagyobb szerepet kapnak”
	„biztonságos körülmények”
RÖVIDEBB TARTÓZKODÁSI IDŐ	„több, rövidebb tartózkodás”
	„hétvégi turizmus”
	„egynapos turisták”
AKTÍV TURIZMUS	„kerékpáros turizmus növekedése”
	„gyalogos turizmus növekedése”
	„szabadidő aktív eltöltése”
EGÉSZ ÉVES DESZTINÁCIÓ	„12 hónapos Balaton”
	„vendégforgalom időbeni koncentrációjának csökkenése”
	„nyitva tartás meghosszabbodása”

Forrás: Balatoni Turizmus-barométer 2021/2 felmérés alapján saját szerkesztés

'Bor- és gasztronómia', 'egészségturizmus' és 'minőségi szolgáltatások térnyerése' voltak azok a kifejezések, melyek a fentieken kívül még többször említésre kerültek, a 4. ábrán látható szófelhőben pedig azok a tényezők jelennek meg, melyek csak egy-egy említést kaptak arra vonatkozóan, hogy a jövőben mely jellemzők maradnak meg a belföldi turizmussal kapcsolatban.

4. ábra

Jövőben kevésbé megmaradó tényezők a régió turizmusában



Forrás: Balatoni Turizmus-barométer 2021/2 felmérés

4. Konklúzió

A Balaton régió turisztikai szakembereinek véleménye alapján egyértelműen a belföldi turizmus megerősödése volt megfigyelhető a 2020-2021-es években, illetve az itt élő lakosság és a területen második otthonnal rendelkezők rekreációs tevékenysége generált jelentősebb forgalmat az érintett időszakban. Változás történt a fogyasztás szerkezetében is, az érdeklődés eltolódott az aktív turizmus termékeinek irányába, ami fontos információ a térség jövőbeni fejlesztési irányaira vonatkozóan.

A szakértők szerint a járványhelyzet okozta belföldi turistaforgalom-növekedés elsősorban a túlélés lehetőségét adta meg a szolgáltatók számára, de segített abban is, hogy a szolgáltatók számára (ismét) nyilvánvalóvá váljon, hogy ezek a célcsoportok is fizetőképes keresletet jelentenek, mégpedig olyat, akik akkor is vásárolnak, amikor a nemzetközi turizmus egy hirtelen, külső környezeti hatásnak köszönhetően átmenetileg szinte teljesen eltűnik.

A hosszabb távon fennmaradó hatások tekintetében a régió turisztikai szakemberinek véleménye szerint a Balaton egy hosszabb szezonalitással bíró, a jelenleginél is 'aktívabb' desztinációvá válhat, mely teret adhat több, rövidebb utazásnak az év során. Természetesen, mindez csak biztonságos szolgáltatási körülmények között lesz fogyasztható a látogatók számára, aminek a megvalósítása fontos feladatot fog jelenteni a szolgáltatók számára a jövőben.

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

- Arbulú, I. – Razumova, M. – Rey-Maqueieira, J. – Sastre, F. (2021): Can domestictourism relieve the Covid-19 tourist industry crisis? Case of Spain. *Journal of Destination Marketing and Management*. 20. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X21000160>
- Archer, B. (1978). Domestic tourism as a development factor. *Annals of Tourism Research*. 5(1). pp. 126–141. <https://www.semanticscholar.org/paper/Domestic-tourism-as-a-development-factor-Archer/ca9750f9736aacf1e78ea2b85e790c9d7416e0dd>
- European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC) (2020): *COVID-19 Situation update worldwide*. <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases>
- Deloitte (2020): *Escenarios de recuperación por sectores*. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/impacto-economico-del-covid19.html>
- Garau-Vadell, J. B. – Gutierrez-Tano, D. – Diaz-Armas, R. (2018): Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*. 7. pp. 68–75. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20183102363>
- Jafari, J. (1986). On domestic tourism. *Annals of Tourism Research*. 13(3). pp. 491–496. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738386900332>
- Kozak, M. – Kim, S. (2019): Revisiting choice sets for overseas pleasure vacations: Comparison of short-haul and long-haul destinations. *Journal of Destination Marketing&Management*. 14. 100388. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X18303627?via%3Dihub>
- Németh, E. (szerk.) (2021): *Elemzés. A turizmus helyzete a járvány előtt és alatt*. Állami számvevőszék https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2021/turizmus_jarvany20210325.pdf?ctid=1307

OECD (2020): *Tackling coronavirus covid-19. Contributing to global effort. Tourism policy responses.* https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=Cj0KCQjw5oiMBhDtARIsAJi0qk3SYNApEgnFKAClwxwUhW20HkwJMWBMRddHgMWxB3wV1ssd0eCsRZAaAhOYEALw_wcB

Sheldon, P. – Dwyer, L. (2010): The global financial crisis and tourism: Perspectives of the academy. *Journal of Travel Research.* 49(1). pp. 3–4. https://www.researchgate.net/publication/249701265_The_Global_Financial_Crisis_and_Tourism_Perspectives_of_the_Academy

WTTC (2020). *Research note: Travel & tourism recovery scenarios 2020 and economic impact from Covid-19.* <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/Recovery-Scenarios-2020-Economic-Impact-from-COVID-19>

WTTC (2021): *Travel & Tourism Economic Impact 2021.* London, UK. <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf?ver=2021-07-01-114957-177>

**NEUMANNÉ VIRÁG ILDIKÓ¹ – VARGA-DANI BARBARA² –
LISKA FANNY³****A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁGI KONCEPCIÓ
MEGVALÓSÍTHATÓSÁGA A GYAKORLATBAN**¹Egyetemi docens, ²Turisztikai szakértő, ³Adjunktus¹PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, NEMZETKÖZI GAZDASÁGTAN INTÉZETI
TANSZÉK, ²PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, BALATONI TURISZTIKAI
KUTATÓINTÉZET, ³PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, MARKETING INTÉZETI
TANSZÉK¹virag.ildiko@gtk.uni-pannon.hu, ²varga-dani.barbara@gtk.uni-pannon.hu,
³liska.fanny@gtk.uni-pannon.hu**Absztrakt**

A körforgásos gazdaság megvalósítása válaszként jelent meg a jelenlegi lineáris gazdasági rendszer hibáinak kiküszöbölésére. A lineáris termelési módszerekkel ellentétben a körforgásos gazdaság rendszerei a lehető leghosszabb ideig megőrzik a termékek hozzáadott értékét a hulladék keletkezésének kiküszöbölése érdekében. A turisztikai szektorban is egyre nagyobb teret hódít a körforgásos gazdasági koncepcióra épülő üzemeltetés. A szállodák, panziók, vendéglátóhelyek egyre tudatosabban igyekeznek figyelni a környezet megóvására. A hatékony és optimális energiafelhasználás, költségcsökkentés mellett egyre inkább a környezettudatosságot, a környezet szeretetét, megóvását tartják szem előtt, felismerve a körforgásos gazdasági koncepció, az egymás vállalkozásait segítő, összefogáson alapuló fenntarthatóság előnyeit is. A körforgásos gazdaság elveinek alkalmazásával a vendéglátás és a turisztikai vállalkozások hozzájárulhatnak a fenntartható turizmushoz. A körforgásos turizmus kulcsszavai a helyreállítás, újrafelhasználás, újrahasznosítás. Tanulmányunkban példákat mutatunk a gyakorlati megvalósíthatóságra.

Kulcsszavak: körforgásos gazdaság, fenntarthatóság, turizmus

Bevezetés

A fogyasztói szerepvállalás nagy szerepet játszik a körforgásos gazdaság megvalósításában, kiemelten fontos, hogy a körforgásos gazdaság koncepciója magában foglalja az innovációkon és az új technológiai rendszerek használatán alapuló rendszerszintű változásokat, valamint azáltal, hogy megváltoztatja a rendelkezéseket, a társadalom, az üzleti modellek és a finanszírozási módszerek érzékelésének és kezelésének módját. A fő cél egy olyan rendszer kiépítése, amely lehetővé teszi az anyagok, alkatrészek és termékek előállítását oly módon, hogy a legmagasabb értéket a lehető leghosszabb ideig megőrizze. Ezzel egyidejűleg az

erőforrásokat át kell tudni alakítani és újra beilleszteni a gazdasági rendszerbe, vagy felhasználni a természet tápanyagaként.

A fenntarthatóság előmozdítására irányuló erőfeszítések elsősorban a lineáris folyamat utolsó szakaszára, a hulladékgazdálkodásra, az újrahasznosításra és az újrafelhasználásra összpontosítottak. Míg a linearitás intézménnyé vált, a termelők, a kormányok és a kutatók egyre nagyobb érdeklődést mutatnak a lineáris modell elhagyása és a körforgásos gazdaság (Circular Economy, CE) modelljének elfogadása iránt. A világ népessége folyamatos növekedést mutat, és ezzel együtt a hulladék mértéke is folyamatosan nő. A hulladék mennyiség növekedése kihívás elé állítja az emberiséget és a környezetet is, ezért az újrahasznosítás fontossá válik a környezeti fenntarthatóság és a körforgásos gazdálkodás számára egyaránt. A hulladék mennyiségének növekedése arra kényszeríti az országokat, hogy a hulladék keletkezésének megelőzésére és csökkentésére programokat találjanak és vezessenek be, és megfelelő megoldásokat találjanak a hulladék újra felhasználására és hasznosítására.

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 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 (Brueel et al. 2019). Kirchherr et al. (2017) szerint a körforgásos gazdaság célja a környezeti fenntarthatóság, a gazdasági jólét és a társadalmi igazságosság.

A körforgásos gazdaság elmélete

Az Ellen MacArthur Alapítvány (2015) szerint a cél a termékek, az alkatrészek és az anyagok hasznosságának fenntartása és értékük megőrzése, az anyagokat a zárt hálózatban használják fel (Veleva et al. 2017). 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).

Jelenleg a körforgásos gazdasági koncepció prioritás az Európai Unió számára: 2015-ben jóváhagyták a körkörös gazdaságcsomag néven ismert politikai intézkedésrendszert, ami nemcsak a termékek életciklusának hulladék szakaszára, hanem a teljes életciklusra koncentrál. Az új európai stratégia megvalósításában a körforgásos gazdaság és a fenntarthatóbb erőforrás-gazdálkodás stratégiai célként szerepel. Három magas szintű politikai célt határoztak meg a termékek CE-intézkedéseivel kapcsolatban: a környezeti hatások csökkentése, az élettartam meghosszabbítása és a hulladék csökkentése (Tecchio et al. 2017).

Ezeket a célokat az anyaghatékonyságra vonatkozó követelmények, valamint az egyéb környezeti követelmények együttes végrehajtásával kell megvalósítani a politikákban (például éghajlatváltozás káros hatásainak mérséklése). Az irányelv előírja a termékgyártók számára, hogy javítsák termékeik környezeti teljesítményét, általában az energiahatékonysági minimumkövetelmények, valamint az egyéb környezeti követelmények, például a vízfogyasztás vagy a kibocsátási szint teljesítésével.

1. ábra

A körforgásos gazdasági modell

Forrás: Európai Bizottság közleménye: Úton a körkörös gazdaság felé: „zéró hulladék” program Európa számára (2014)⁴

Nemzetközi példák a körforgásos gazdasági koncepció turizmusban történő megvalósítására

Körforgásos szállodai üzemeltetés

A szállodák napi működésén belül az elsődleges anyagáramlások a következők: fűtési energia, villamos energia a szállodák készülékeinek működtetéséhez és víz a vendégek személyes tisztálkodásához, takarításához, beleértve a mosodát is (Manniche et al, 2019).

Energia

A szállodák nagy energiafogyasztók, komplex felszerelésekkel rendelkező létesítmények, amelyek magas színvonalú sokoldalú és exkluzív kényelmet, bánásmódot és létesítményeket biztosítanak a vendégek számára. A szálloda vendégei számára nyújtott szolgáltatások közül sok nagy erőforrás-igényű, függetlenül attól, hogy energiáról, vízről vagy nyersanyagokról van szó (Sloan et al. 2013). A különféle típusú szállodák között az energiafelhasználásban jelentős különbségek vannak méret, kategória, szobák száma, ügyfélprofil (azaz üzleti vagy vakáció), elhelyezkedés (vidéki vagy városi, éghajlati övezet), valamint az egyes szolgáltatások, tevékenységek és a vendégek rendelkezésére álló szolgáltatások alapján. (Manniche et al,

⁴ [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)

2019). A szálloda három különálló zóna építészeti kombinációjának tekinthető, amelyek mindegyike világosan eltérő célokat szolgál:

- A vendégszoba területe (hálószoba, fürdőszoba / zuhany, WC), külön terek gyakran kiterjedt üvegezéssel, változó energiaterheléssel.
- A nyilvános terület (recepcióterem, előcsarnok, bár, étterem, tárgyalóterem és a gyógyfürdőlétesítmények). Ezek olyan terek, ahol magas a hőcserélő kültéri környezet (hővesztesség), és nagyok a belső terhelések (utasok, készülékek, felszerelések, világítás).
- A szerviz terület (konyha, iroda, raktárhelyiség, mosoda, személyzet létesítményei, gép) szobák és egyéb műszaki területek). Ezek energiaigényesek, és előfordulhat, hogy fejlett légkezelést igényelnek (szellőzés, hűtés, fűtés) (Sloan et al. 2013).

Az Egyesült Államok energiahatékonysági hatóságai szerint Az USA-ban az elektromos energia fele jellemzően a helyiség kondicionálására használdik el (összesen mintegy 6%-át teszi ki a teljes működési költségeknek). A világítás a villamos energia kb. 20%-át teszi ki, míg 15% a melegvíz-ellátásra megy el (azokban a szállodákban, ahol a melegvíz-hálózat nem elérhető). (Manniche et al, 2019) A vendéglátás és egyéb létesítmények szintén jelentős energiafelhasználási területek. Ugyanakkor a működtető felvonók, szivattyúk és egyéb kiegészítő berendezések a teljes energiafelhasználási költség kis százalékát teszik csak ki (Sloan et al. 2013).

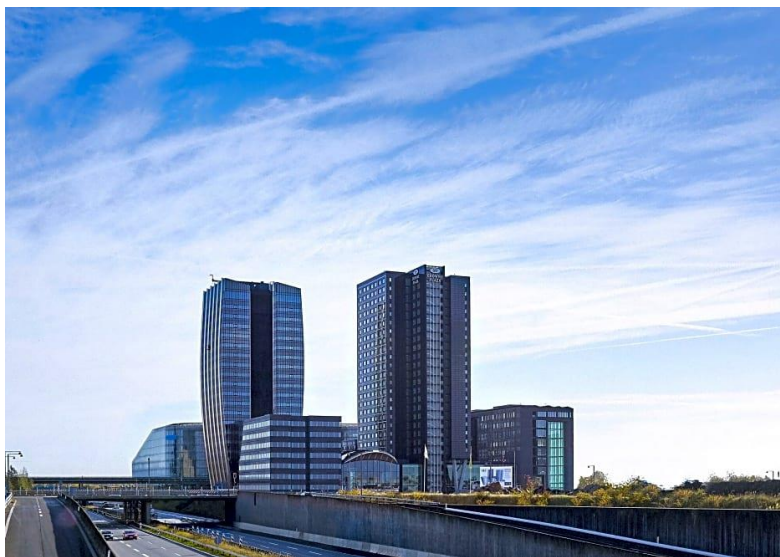
A vendéglátóipari vállalkozásoknak érdemes átgondolni a használt vagy felújított bútorok, berendezési tárgyak és felszerelések vásárlását vagy lízingelését. A beszállítók által elvégzett tipikus újragyártási műveletek a kopott alkatrészek cseréje, a fém- vagy fafelületek újrafestése, a karcolások, bemélyedések és lyukak javítása, valamint a párnák újrahunózása. A bútorok, berendezési tárgyak és felszerelések élettartamának meghosszabbítása az újragyártás révén csökkenti a hulladékkezelés arányt (Legrand et al. 2016).

Innováció az épített környezetben és digitalizáció a Crowne Plázában

A Crowne Plaza Copenhagen Towers egy 2009-ben épült nagy, 25 emeletes szálloda, 366 szobával. A szálloda azzal a céllal épült, hogy a fenntarthatóságot versenyelőnyként használja fel más szállodákkal szemben. A szálloda fűtési rendszere, az élelmiszer-hulladék kezelési rendszere, valamint a bútorok és eldobható termékek beszerzési politikája példamutató.

Fűtés és hűtés: A szálloda alatt található Dánia első talajvíz alapú klímarendszere. A zárt rendszerben a talajvíz a levegővel találkozik, és a két elem közötti hőmérsékleti különbség lehetővé teszi a szálloda hűtését a nyár folyamán, miközben a fűtött energiát a föld alatt tárolhatják, majd télen a szálloda felmelegítésére használhatják fel. A szálloda együttesen 65%-kal kevesebb energiát fogyaszt, mint a hasonló szállodák (Manniche et al, 2019).

2. ábra

A Crowne Plaza Copenhagen Towers épülete

Forrása: <https://www.meetings.no/konferanse/crowne-plaza-copenhagen-towers/>

Intelligens foglalás. Egy mérnöki cég intelligens épület automatizálási rendszert fejlesztett, amely szabályozza a szálloda épületének hőmérsékleti viszonyait. A fejlett épületklíma-szabályozó rendszer csatlakozik a foglalási rendszerhez, így a szoba hőmérséklete függ azok használatától. Ilyen mechanizmusok révén a fűtés, a hűtés és a légszellőzés a minimumon van, ha a szobát nem foglalják le, ez jelentősen csökkenti az energiafogyasztást. A szálloda rendelkezik a fűtéshez és hűtéshez felhasznált villamos energia, víz és energia fogyasztásának figyelésére szolgáló rendszerekkel is, ami a szálloda és a mérnöki cég szoros együttműködésén alapul, annak érdekében, hogy testreszabott intelligens épület automatizálási rendszert fejlesszenek ki (Siemens 2016; Manniche et al, 2019).

Elektromosság. A szállodát kívülről az ötödik és a 25. emelet között napelemek borítják, összterületük 2500 m². Ez fedezi a szálloda villamosenergia-szükségletének kb. 10%-át, a maradék más megújuló energiaforrásokból, például a szélből származik. A világítás vezérléséhez egy intelligens rendszert telepítettek, és a szálloda egész területén víztakarékos készülékeket telepítettek (Crowne Plaza Copenhagen Towers, 2017).

Az élelmiszer-hulladék újrahasznosítása. Az összes élelmiszer-hulladékot őrlik, és egy alagsorban lévő 10 000 literes tartályba szívják. Amikor a tartály tele van, ezt egy biogázüzembe szállítják, amely biogázt állít elő. Az e folyamatból származó maradékot a mezőgazdasági termelésben használják a kémiai alapú műtrágyák elkerülése érdekében.

Az épület az EU zöldépítési szabványának megfelelően épült. (Green Key, 2015). A szállodát az EU Zöld Épület Programjában meghatározott előírások szerint építették fel. A kezdeményezések a vállalatokon belül zajlanak, ám azok a csúcstechnológiai beszállítóktól függenek, akik képesek innovatív technológiai megoldásokat szállítani. Ez az eset is példája a szálláshelyen belül a digitalizáció előretörésének. A meglévő technológiák, például a Crowne

Plazában az integrált klímaberendezés és foglalási rendszer, a klímaberendezéssel rendelkező kisebb szállodák szempontjából is fontosak lehetnek. Jelenleg az ilyen építési beruházások meghaladják a kis- és középvállalkozások finanszírozási képességeit (Rizos et al. 2015). Vannak példák olyan kisebb hotelekre is, amelyeket a körforgásos gazdaság elve alapján építettek vagy újítottak fel. Szemléletes példa a dán Green Solution House, amelyet alább mutatunk be.

A Green Solution House példája

A Green Solution House (GSH) egy 2009 óta működő kicsi, négycsillagos dán szálloda és konferencia központ, 20 alkalmazottal és 92 szobával. A szálloda egy felújított és megújított szállodaépület, újonnan épített konferenciatermekkel és egy nagy, szintén újonnan kialakított zöldövezeti környezettel. A szálloda a fenntarthatóság és a körforgásos gazdaság holisztikus megközelítésén alapul. A környezetvédelmi kezdeményezések a vendéglátóipari szolgáltatások több területét is érintik. A szálloda „élő laboratórium”-nak tekinti magát, amely az új zöld technológiák, és az építőiparban megvalósuló legújabb technológiai, szervezeti és fenntartható megoldások bemutatására is törekszik. Ezt részben egy ún. „regeneráló üzleti modell” útján érik el, amelynek során a szálloda és a konferenciaközpont pénzületi bevételeit az új megoldások finanszírozására, valamint a már telepített rendszerek és termékek értékelésére fordítják. A szálloda és a konferenciaterület különféle környezeti megoldások megjelenítésére is alkalmas. A GSH összesen 75 új vagy adaptált „zöld megoldást” alkalmaz, amelyek körforgásos energia- és vízrendszereket, újrahasznosított bútorokat, újrafelhasználható szőnyeget, függönyöket és festékeket tartalmaznak. Fontos az étel-miszer-pazarlás csökkentése, és az étel-miszer alapanyagok helyi beszerzésének előnyben részesítése (Manniche et al, 2019).

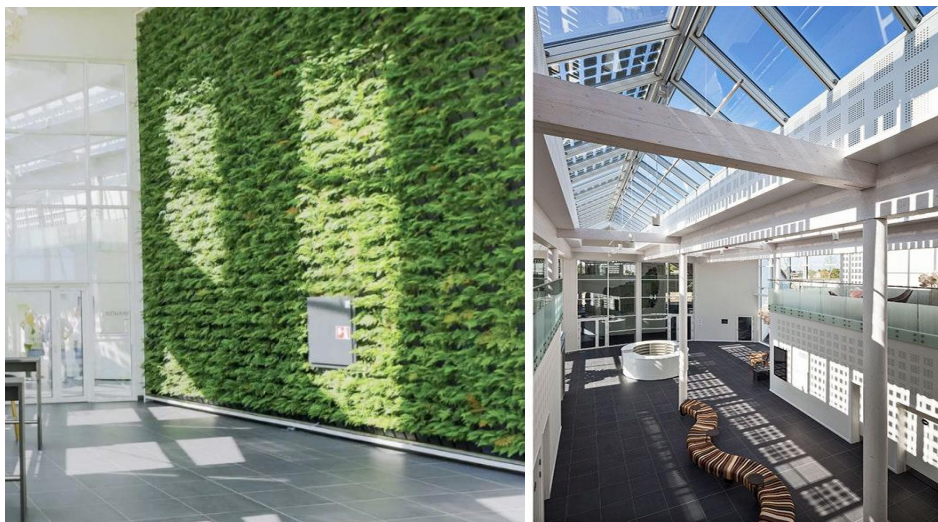
A GSH energiát termel. A homlokzatokba integrált napelemek és az üvegezett plafonok villamos energiát termelnek, és a helyszínen található pirolízis üzem a szerves hulladékot villamos energiává és hővé alakítja. További meleg víz előállítása integrált napenergiával történik. Egy 30 éves úszómedencét felújítottak, és nagy hőszigetelésű energiataroló rendszerre alakították át a főleg a hőmennyiség érdekében. A napkollektor és a pirolízis üzemből származó felesleges hő egész évben felmelegíti és tárolja a vizet, padlófűtést és forró ivóvízforrást biztosítva a szálloda számára. A többlet energiát a Bornholm villamosenergia-hálózat hasznosítja. **A pirolízis üzem** energiát termel étel-miszer-maradékból. A szálloda étterméből származó összes hulladékot és organikus anyagot egy pirolízis üzembe szállítják, amelyben szén alapú hulladékot használnak. A pirolízis folyamat melegíti a hulladékot, lebontva földgáz és szén előállításához. A ciklon elválasztja a gázt, így elhagyva a széndioxidot, amely értékes adalékanyag a kertek számára. A gázt égetik és hő és elektromos energiát termelnek. A főleg a hő a helyszínen forró vízként tárolják egy úszómedencében, amelyet hőenergia-tároló rendszerként helyeznek el (Manniche et al, 2019).

Energiatermelő tetőablakok. A VELUX Modular Skylights olyan moduláris ablakokat kínál, amely minimális anyag-hulladékot eredményez a gyártás során, míg integrált fotovillamos energiát generál. A Green Solution House speciális opcióként a moduláris tetőablakok egyharmadát beépített fotoelektromos elemekkel szerelték fel. A cellák villamos energiát

termelnek, ami évente két házhoz szükséges. 196 VELUX Modular Skylights található a Green Solution House-ban, ezek közül 68 beépített PV cellákkal rendelkezik. A 98 m² fénylektromos áram körülbelül 7 077 kWh áramot termel évente.

3. ábra

A Green Solution House



Forrás: <https://www.archilovers.com/projects/164945/gallery?1418192>

Vízciklus – Biológiai víztisztítás. A főépületben található mosdókból és WC-kből a vizet összegyűjtik, és anaerob, tisztító és biológiailag szűrőkön folynak át, hogy lehetővé tegyék a helyszíni újrafelhasználást. A tisztítás első lépéseit a talaj alatt rejtik el. Napi 500 liter víz tisztítható. A tisztított vizet a kertek öntözésére használják. A cél a hurok bezárása és a víz felhasználása a nyilvános WC-kben; ezt azonban jelenleg nem támogatják az építési törvények. A szálloda engedélyt kért kísérleti laboratóriumként való működéshez – a szennyvíz újrafelhasználása a zártkörű ciklusok tekintetében.

Tiszta levegő – aktív anyagok. Számos elem került hozzáadásra a beltéri környezet javítása érdekében. Ide tartozik a szőnyeg, amely elnyeli a porrészecskéket, a falak gipszkarton burkolata a formaldehid tisztításához, és a tetőmembrán rögzíti és semlegesíti a forgalom szennyező részecskéit.

Újrahasznosított bútor – „Gabriel Fabrics” gyár segítségével.⁵ A GSH felújításánál a hosszú hurok modellt használták a lakberendezéshez, ami azt jelentette, hogy az eredeti szálloda meglévő bútorainak nagy része a helyén maradt, és a környezetét barátságos szövetekkel kárpitozta a Gabriel's bútorgyár (Manniche et al, 2019).

Intelligens beltéri klíma – Okos szoba alkalmazás. A GSH kisszámú „intelligens szobával” kísérletezik, ahol az egyedileg épített mobilalkalmazás nyomon követi az erőforrások felhasználását, és ellenőrzi a beltéri környezetet. Az energia, a fény, a levegő és a víz az a négy

⁵ <https://www.gabriel.dk/en/?frontpage>

téma, amelyről a vendégek élő visszajelzést kapnak, ezzel is támogatva a vendégek tudatosságát, tudatos energiafogyasztását. A kísérlet nyomon követi, hogy az ilyen információk hogyan teszik lehetővé a vendégek döntéseit az energia és egyéb erőforrások felhasználásáról.

Az épület a Dán Zöld Épület Tanács (Danish Green Building Council, DGNB) tanúsítványával is rendelkezik, melyet a szállodákra és irodákra dolgoztak ki. A szállodai konyha „Bronz” öko címke tanúsítással is rendelkezik – eddig nem sikerült elérni a magasabb minősítést, mivel a helyi Bornholm élelmiszer-ellátás elsőbbséget élvez az importált ökológiai termékekkel szemben.

Érintettek és partnerek. Noha a GSH magánkezdeményezésként valósult meg. A szálloda magas szintű környezetvédelmi profilja egy olyan tanulmány közvetlen eredménye, amelyet 2008-ban készítettek a regionális vállalkozásfejlesztési ügynökség számára (Bornholm Business Center), és amelynek célja a Bornholm-szigeten egy konferenciaközpont létrehozása lehetőségeinek feltárása volt. A tanulmány arra a következtetésre jutott, hogy a Bornholmi konferenciaközpont számára létezik elegendő potenciális ügyfél, de csak akkor, ha világos háttérű környezeti profillal rendelkezik, amely megkülönbözteti a dán piacon lévő többi szállodától és konferenciaközponttól. Ezeket a lehetőségeket a Bornholm-sziget „Bright Green Island” elnevezésű stratégiájának 2008-as indítása támasztotta alá, amely célkitűzéseket fogalmazott meg a megújuló energiatermelés felé történő széles körű átmenet felé, ideértve a például szélmalomok telepítését egy intelligens energiahálózat létrehozása céljából. A „Zöld Megoldás Ház” tökéletesen illeszkedik a Bright Green Island stratégiájához (Manniche et al, 2019).

A GSH-ban bevezetett „zöld megoldások” többsége ismert technológia, amelyek valamelyest alkalmazkodnak a helyi feltételekhez és igényekhez, A technológiai megoldások változatos palettája azonban a GSH-t úttörő szállodává teszi. Az élvonalbeli technológiai profil kapcsolódik ahhoz a tényhez, hogy az egész vállalkozást, beleértve az épületeket, létesítményeket és anyagáramlásokat, valamint az üzleti modellt és a befektetési stratégiákat, a körkörös és fenntarthatósági gondolkodás hatja át. A sok zöld megoldás kifejlesztése, adaptálása és megvalósítása széles körű technológiai közösségeket érintett. Ezek egy része helyi (például élelmiszereket és építőanyagokat gyártók), mások környezetvédelmi termékekre és technológiákra szakosodott társaságok. mint például építészeti tanácsadók vagy olyan vezető gyártók, amelyek alacsony energiafelhasználású ablakokat, organikus festékeket, nem mérgező szőnyeget és csempéket.

Hazai példák környezettudatos szemléletmódra

A környezettudatos szemléletmódra több fórum is napi szinten hívja fel a figyelmet, a szemléletformáló workshopok, képzések, valamint a kommunikáció hatására szinte beivódott a mindennapjainkba a környezettudatosság. A környezet védelmét egyre több szolgáltató kezeli prioritásként, megváltozott a szemléletmód a tulajdonosok, a vezetés és az üzemeltetők körében, akik a napi HR továbbképzések részévé tették a fenntarthatósági, környezetet óvó intézkedések alkalmazását, nem csupán a vendéglátásban, de a saját háztartásban is. A Magyar

Kormány, a Magyar Turisztikai Ügynökségen keresztül Európai Unió és hazai forrásokkal támogatja az iparág energetikai, megújuló energia felhasználását elősegítő fejlesztéseit.

„A konstrukció célja a turisztikai vonzerőkhöz kapcsolódó szálláshelyek és a turisztikai vonzerők közelében található kereskedelmi szálláshelyek általános minőségének és szolgáltatási színvonalának emelése, indokolt esetben kapacitásának bővítése, kapacitáskihasználtságának javítása, a szálláshely működéséből származó árbevételek által a profitabilitás és a fenntarthatóság növelése.”⁶

Természetesen a megújuló energiaforrásokon – a napkollektor, napelem rendszer – kialakításán túl a fűtés rendszer, a vízhálózat korszerűsítése, hőszigetelt ablakok cseréje, minőségi szolgáltatások feltételeit megalapozó beruházásokat, valamint a helyi szereplők, beszállítók együttműködését elősegítő tevékenységeket is támogatott a konstrukció.⁷

A szállásadók nagy része ma már nagy figyelmet fordít arra, hogy a fenntarthatósági szempontokat figyelembe véve, például jelzi a vendégnek, hogy a textíliát nem mossa ki napi szinten, hanem két-három naponta, vagy erős szennyeződés esetén igény szerint. Másik lehetőség, ha megújuló energiaforrást, energiatakarékos berendezéseket, szigeteléseket alkalmaz. A gazdasági fenntarthatóság gyakorlati elemei a turizmusban például úgy jelennek meg, hogy a beszállítók távolságát csökkentve, a helyi vállalkozásokkal együttműködésben végzi tevékenységét. Azaz a helyi termelőktől, kézműves manufaktúráktól szerzi be az alapanyagokat, helyi mosodával dolgozik együtt a vállalkozás, aki esetleg a környezetvédelmi szempontokat részesíti előnyben a tevékenysége során. A társadalmi szerepvállalás pedig a helyi munkaerő alkalmazásában, munkahelyteremtésben, optimális bérek, megfelelő életszínvonal megteremtésével, folyamatos szemléletformáló képzés biztosításával mutatkozik meg.

A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége 1993-ban hirdette meg először a Zöld Szálloda pályázatot, a környezettudatosság, a turisztikai szektorban dolgozók tudatos szemléletformálása céljából.⁸

„A kiírás célja a környezet védelme, a fenntartható fejlődés támogatása, illetve a természet szeretete és tisztelete.”

„A szállodát és panziókat üzemeltetők sokat tudnak tenni a fenntarthatóságért a hatékony energiafelhasználással, a víztakarékossággal, a környezetet kímélő tisztítószerrel, anyagok felhasználásával, a közvetlen környékükről történő árubeszerzéssel és sok más intézkedéssel.”

2021-ben A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége júliusi közgyűlésén hirdették ki a Zöld Szálloda pályázat nyerteseit. A cím nyertesei 2021. január 1-jétől 2022. december 31-ig jogosultak a „Zöld Szálloda 2021-2022” cím viselésére.

A Hunguest Hotels több egysége is elnyerte a Zöld Szálloda címet 2021-ben, amely tagszállodák a mindennapi üzemeltetés során odafigyelnek, és biztosítják az alábbiakat:

⁶https://kisfaludyprogram.hu/media/uploads/dokumentumok/lezart_palyazatok/archiv/07/TFC1_2_1_Balaton_sz%C3%A1lloda_l%C3%A9tes%C3%ADt%C3%A9s_2020_m%C3%A1rc.pdf

⁷<https://www.hah.hu/palyazatok/zold-szalloda/zold-szalloda-2021-2022-palyazat/>

- energiatakarékos berendezések alkalmazása,
- szelektív szemétgyűjtés,
- szemléletformáló képzések.

„A „Zöld” jelző önmagában nem érhető el pusztán belső szabályzatokkal, utasításokkal vagy továbbképzésekkel. Ehhez az kell, hogy dolgozó kollektívánknál elérjük azt, hogy ne kényszernek érezzék ezen tevékenységek ellátását, hanem érezzék azt önmaguktól szükségesnek. A napi működésünk során rendszeresen tapasztaljuk mindenki részéről a felelősségteljes hozzáállást, amit jól szimbolizál, hogy dolgozói kezdeményezésre csatlakoztunk a szívószálmentes kampányhoz. Ezt tartjuk a legfontosabbnak, hogy közösen, együtt haladjunk a cél elérése érdekében és együtt vizsgáljuk az újabb lehetőségeket.”⁹

A Balaton térségben a Club Dobogómajor Hévíz, a Park Inn by Radisson Zalakaros Resort & Spa és a gyenesdiási Wellness Hotel Katalin nyerte el a Zöld Szálloda 2021-2022 címet.

Wellness Hotel Katalin, Gyenesdiás

A Wellness Hotel Katalin környezetvédelmi programja nem csupán a környezet védelme, hanem az egészségtudatosság, egészségvédelem szemléletét is szem előtt tartva alakította ki, és vezette be energiatakarékos, környezetbarát és egészségtudatos szolgáltatásit – például

- kerékpárkölcsönzés, az egészséges testmozgás lehetőségének biztosítása;
- vízgazdálkodás terén nagy hangsúlyt fordítanak a vízfogyasztás csökkentésére, illetve a kert és udvar környezetbarát fenntartására, a növényeket saját kútból, automata rendszerrel öntözik;
- a vegyszerek használatának csökkentése, optimalizálása, textilek mosatási gyakoriságának csökkentésével óvják a környezetet;
- energetikai fejlesztéseknek köszönhetően a szobákban, közösségi terekben energiatakarékos izzókat szereltek;
- megújuló energiaforrások felhasználása: napkollektorok, napelemek;
- a körforgásos gazdaság alapjait is figyelembe véve hővisszanyerő rendszer került kiépítésre, melynek segítségével a kültéri medence vize is fűthető;
- az energia megtakarítás, épületszigetelés;
- szelektív hulladékgyűjtés;
- A vendégek egészségmegőrzése érdekében tett vállalások, intézkedések: dohányzásmentes övezet, az alapanyagokat helyi termelőktől vásárolják.¹⁰

További példák a fenntarthatóságot, és kimondottan a körforgásos gazdaság szempontjait figyelembe vevő szolgáltatókra a Balaton térségben:

⁹https://www.hunguesthotels.hu/hu/zold_hunguest_hotels_szallodak/

¹⁰<https://www.hotelkatalin.hu/>

Folly Arborétum És Borászat, Badacsonyörs

A Folly Arborétum 2017-ben méltán nyerte el az év ökoturisztikai létesítménye címet. A környezettudatosság nem csupán az arborétumban található több száz éves cédrusok és fenyőfélék megóvásában merül ki, hanem a családi vállalkozás működését teljesen átható szemléletben: A műanyag zacskókat szinte elsőként váltották fel fémdobozos, vászon vagy lebomló csomagolásra.

Hétkenyér Ökovenégház, Barnag, Balaton-felvidék

A Balaton-felvidéki vendégházban, a Balaton-felvidéki Nemzeti Park szomszédságában, teljesen önfenntartóan működik a vendégfogadás: a vízellátást esővíz biztosítja, napelemek az áramot, napkollektorok a meleg vizet, fatüzelés a meleget. Vegyszereket egyáltalán nem használnak az üzemeltetés során, tisztálkodásra, takarításra a környezetet nem mérgező szereket alkalmaznak, és biztosítanak a vendégek számára. A vendégház önellátó, a ciszternában összegyűjtött esővíz biztosítja a vízellátását (megfelelő szűrés után), így nem javasolt korlátlanul vizet fogyasztani, valamint tartósan borús időben az áramfogyasztással kapcsolatban is önmérsékletre intik a vendégeket.

„Nálunk a pihenéssel, testi – lelki felüdüléssel töltött napok alatt lehetőség van kipróbálni, hogy milyen a természet ajándékaiból élni, hálózatok nélkül, komfortosan, odafigyelve a fogyasztásra. Mindezt gyönyörű panorámában, hegyi levegőn, zajtól, fényszennyezéstől távol, kézműves pékségünk szomszédságában.”¹¹

Kis-Balaton Ökoporta, Zalaszabar

A Kis-Balaton mellett, páratlan környezetben üzemelő Ökoportán a vendéglátást teljes mértékben környezettudatosan végzik. „A reggelihez kínált zöldségeket, gyümölcsöket és tojást saját, környezetkímélő gazdaságukból biztosítják, de a sajtot, a tejet és az egyéb termékeket is csak helyi, környezetbarát módon gazdálkodó termelőktől szerzik be.”¹²

La Téne, Badacsony

A La Téne-ben a minőségi, ökotudatos alapanyag-felhasználás mellett, egyediségük a Sétáló Süti nevű kezdeményezésük. Ennek keretében olyan termékeket, desszerteket vásárolhatunk, amiket olyan üvegekbe csomagolnak, amelyeket a legközelebbi visszatéréskor visszaválthatunk.

Papok Borozója, Balatonszőlős

A Papok Borozója a kínált ételekhez teljes mértékben helyi alapanyagokat használnak, a térségben lévő gazdaságokból, amelyek egy része kimondottan bio minősítésű. Az étteremben használt papírtörölkők, szalvéták, valamint az elviteles dobozok is lebomló anyagból készültek, és kizárólag környezetbarát tisztítószeret használnak a környezet megóvása érdekében.

¹¹<https://www.hetkenyervendeghaz.hu/>

¹²<https://welovebalaton.hu/toplista/balaton-mondj-igent-a-zoldre-fenntarthato-helyek-a-balatonnal>

Vánkos, Badacsonyörs

A Vánkos panzióban szintén csak helyi termelők portékáiból – zöldség, gyümölcs, és a húsok is – készült ételeket kínálnak. Az elviteles dobozok, poharak és szívószál minden formáját kerülik, helyette többször használható, ún. re-poharakat, bambuszpoharakat, vagy akár saját termoszt használnak.

A Balaton környékén, felismerve a környezet megóvását szolgáló intézkedéseket, több **öko-**vagy **fenntartható bolt** létesült, például Veszprémben vagy Keszthelyen.

Green Home Shop, Keszthely

A Green Home Shopban a lisztféléket, a szárazételeket, (bab, lencse, müzli), tisztítószereket, valamint szépségápolási termékeket is vásárolhatunk kimérve saját dobozainkba, táskáinkba, illetve bio alapanyagok környezetet védő csomagolásban is megtalálhatók.

Feltöltő Pont, Veszprém

A Feltöltő Ponton a csomagolásmentes termékeken túl újrahasznosított palackok és környezettudatos kiegészítők is megtalálhatók, például utazó fémvőeszközök, de szerveznek ruhabörzét, szemléletformáló workshopokat, kézműves foglalkozásokat is.

Összefoglalás, következtetések

A turisztikai ágazatban is egyre nagyobb teret hódít a fenntarthatóságra való törekvés, a körforgásos gazdasági koncepcióra épülő üzemeltetés. Az általános megfogalmazás, a fogalom már elfogadott, és a turizmus egy olyan ágazat, ahol a fogalom tetten érhető nap mint nap. A kisebb szolgáltatók is erőforrásaihoz mérten, pusztán odafigyeléssel is beépítheti a tevékenységébe, működésébe. Több szintje is létezik a működésben, a szemléletformálástól egészen a technológiai alkalmazásokon át. A Balaton, mint legkedveltebb úti cél, az itt működő szolgáltatók is nagy gondot fordítanak a fenntarthatóság, és körforgásos gazdaság megteremtésére. A turizmusban fontos is, hogy a körforgásos gazdaság alapjai megjelenjenek, mert az ágazat a multiplikátor hatásai miatt a teljes gazdasággal kapcsolatban áll.

A vendéglátóegységek, a szállodák, panziók, vendéglátóhelyek egyre tudatosabban nagy figyelmet fordítanak a környezet megóvására. A környezettudatos szemléletmódra több fórum is napi szinten hívja fel a figyelmet, a szemléletformáló workshopok, képzések, valamint a kommunikáció hatására szinte beivódott a mindennapjainkba a környezettudatosság. A hatékony és optimális energiafelhasználás, költségcsökkentés mellett egyre inkább a környezettudatosságot, a környezet szeretetét, megóvását tartják szem előtt felismerve a körforgásos gazdasági koncepció, az egymás vállalkozásait segítő, összefogáson alapuló, fenntarthatóság előnyeit is, melyet szemléletformáló akciókkal is propagálnak (csomagolásmentesség, kerékpár kölcsönzés, vegyszermentesség, mosatási szokások, stb). A körforgásos gazdaság elveinek alkalmazásával a vendéglátás és a turisztikai vállalkozások hozzájárulhatnak a fenntartható turizmushoz. A környezet védelmét egyre több szolgáltató kezeli prioritásként, megváltozott a szemléletmód a tulajdonosok, a vezetés, és az üzemeltetők körében, akik a napi HR továbbképzések részévé tették a fenntarthatósági, környezetet óvó

intézkedések alkalmazását. Jelen cikkünkben összegyűjtöttük a külföldi példákat, valamint a hazai, azon belül is a Balaton térségi turisztikai vállalkozások környezettudatos törekvéseit.

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.

Forrásjegyzék

- 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 */
- 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, B. (2019): Linking industrial ecology and ecological economics: a theoretical and empirical foundation for the circular economy. *Journal of Industrial Ecology*. 23(1):12–21.
- 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 (2018): Circular Economy: Implementation of the Circular Economy Action Plan. Available at: http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.html
- Crowne Plaza Copenhagen Towers. (2017). RESPONSIBLE HOSPITALITY. Retrieved from <http://www.cpcopenhagen.dk/da-DK/Om-hotellet/Responsible-Hospitality>
- Ellen MacArthur Foundation Towards the circular economy (2015): *Journal of Industrial Ecology*. 1 (1) 4–8. Ellen MacArthur Foundation Priority Research Agenda (2017): https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/higher-education/EMF_Priority
- 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>
- Green key. (2015). Green Key hotel Crowne Plaza nomineret. <http://www.greenkey.dk/da/nyheder/sidste-nyt/2015/10/crowneplazanomineret-1/>
- Green Solution House. (2016). Green Solution House. *Sustainability and Triple Strategy*., <http://www.greensolutionhouse.dk/en/baeredygtighed3/>

Kirchherr J. – Reike D. – Hekkert M. (2017): Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions, *Resources. Conservation and Recycling*. Volume 127. 221–232.

Kisfaludy	Turisztikai	Fejlesztési	Program:
https://kisfaludyprogram.hu/media/uploads/dokumentumok/lezart_palyazatok/archiv/07/TF_C1_2_1_Balaton_sz%C3%A1lloda_l%C3%A9tes%C3%ADt%C3%A9s_2020_m%C3%A1rc.pdf			

Lewandowski M (2016): Designing the business models for circular economy. Towards the conceptual framework. *Sustainability*. 8(1):43.

Manniche J. – Larsen T. K. – Broegaard R.K. – Holland E. (2019) Destination: A circular tourism economy A handbook for transitioning toward a circular economy within the tourism and hospitality sectors in the South Baltic Region

Pamfilie R. – Firoiu D. – Croitoru A.G. – Ionescu G.H.I. (2018) Circular Economy: A New Direction for the Sustainability of the Hotel Industry in Romania? *Amfiteatru Econ.* 20, 388–404.

Sloan, P. – Legrand W. – Chen, J. (2013). Sustainability in the Hospitality Industry 2nd Ed: *Principles of Sustainable operations. Sustainability in the Hospitality Industry 2nd Ed: Principles of Sustainable operations (2nd ed.)*. Oxford: Elsevier.

Tecchio P. – McAlister C. – Mathieux F. – Arden F. (2017) In search of standards to support circularity in product policies: A systematic approach, *Journal of Cleaner Production*, Volume 168, 2017, p. 1533-1546,

Veleva, V. – Bodkin, G. (2017): New business model innovations and collaborations to support the circular economy”, *Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2017) Conference Proceedings*.

Internetes források

Hét kenyér Öko vendégház: <https://www.hetkenyervendeghaz.hu/>

Hunguest Hotels.hu: https://www.hunguesthotels.hu/hu/zold_hunguest_hotels_szallodak/

Környezetért.hu: <http://kornyezetert.hu/oko-hotel/>

Wellness Hotel Katalin: <https://www.hotelkatalin.hu/>

We love Balaton: <https://welovebalaton.hu/toplista/balaton-mondj-ignt-a-zoldre-fenntarthato-helyek-a-balatonnal>

HONLAPAJÁNLÓ

www.negyevszakbalaton.hu

ÖSSZEÁLLÍTOTTA:

**LISKA FANNY¹ – VARGA-DANI BARBARA² – NEUMANNÉ
VIRÁG ILDIKÓ³**

¹Adjunktus, ²Turisztikai szakértő, ³Egyetemi docens

¹PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, MARKETING INTÉZETI TANSZÉK,

²PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, BALATONI TURISZTIKAI KUTATÓINTÉZET,

³PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, NEMZETKÖZI GAZDASÁGTAN INTÉZETI
TANSZÉK

¹liska.fanny@gtk.uni-pannon.hu, ²varga-dani.barbara@gtk.uni-pannon.hu,

³virag.ildiko@gtk.uni-pannon.hu

projekt, filozófia, célok, elérhető funkciók, célközönség, interaktivitás, játékok, tudástár

A projekteket eseteként érheti az a vád, hogy szűk időkeretben fluktuálnak, ebből adódóan pedig felmerülhet a kérdés, hogy vajon képesek-e maradandó értéket alkotni. A Gazdaságtudományi Kar (GTK) gondozásában koordinált, jelen cikk tárgyát képező projekt-főirány esetében megállapíthatjuk, hogy az egyes alprojektek 600 négyzetkilométernyi vízfelületre, 235 kilométernyi parthosszra, nagyságrendileg 260.000 helyi lakosra és sokszorosan ennyi turistára hatnak közvetlen vagy közvetett módon. Mindezt a fenntarthatóság és a „zöldítés” jegyében, kiemelkedő szakmai apparátussal és korszerű digitális megjelenéssel, hogy a Balatonra látogató különböző célcsoportok a megfelelő időben és megfelelő helyen találják meg a maguk számára értékes tartalmakat.

Jelen ajánló apropóját a 2021. őszén elindítani tervezett www.negyevszakbalaton.hu weboldal adja, amelynek célja a GTK alprojektjeinek informatív reprezentálása, emellett pedig egy interaktív turisztikai adatbázis felállítása, amelyet a látogatók térítésmentesen használhatnak főszezonon kívüli programtervek böngészésére és összeállítására.

A honlap indítását egy, a projekt előrehaladását is reprezentáló sajtótájékoztatóval kívánja az intézmény hangsúlyossá tenni a médiapiac számára.

A projekt bemutatása

A Pannon Egyetem és konzorciumi partnerei jelentős támogatást nyertek a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivaltól, amelynek keretén belül 2023-ra létrehozzák a „Körforgásos gazdasági alapokon nyugvó fenntarthatóság kompetencia központot” Veszprémben és Nagykanizsán. A létrejövő fenntarthatósági kompetencia központ legfőbb célja a magas szintű kutatás-fejlesztési infrastruktúra és tudásbázis kiépítése, valamint egy versenyképes K+F+I fejlesztőgárda felállítása. A fenntarthatósági kompetencia központ

kiépítése 2020 márciusában indult és várhatóan 2023 februárjában fejeződik be Veszprémben és Nagykanizsán.

A pályázaton elnyert támogatás a fenntarthatósági fejlesztéseket öt fő téma mentén támogatja:

1. víztechnológiák,
2. hulladék- és műanyag-újrahasznosítás,
3. fenntartható energiatermelés,
4. a jövő városainak fejlesztése,
5. a turizmus környezettel összhangban megvalósuló alakítása.

A Gazdaságtudományi Kar szerepe

A Kar vezetésével a Fenntartható turizmus fő témán belül három alprojekt valósul meg:

1. Turizmus egész évben... – Marketing innováció a balatoni szezon meghosszabbításáért;
2. Fenntartható fesztiválok és rendezvények – Látogatói és szervezői attitűd fejlesztése;
3. Körforgásos gazdaság szemléletformáló programok.

A Turizmus egész évben... – Marketing innováció a balatoni szezon meghosszabbításáért alprojekttel összefüggésben a projekt egy látványos elemét vehetik használatba a felhasználók 2021 ősztől. Elérhető ugyanis a www.negyevszakbalaton.hu honlap, amely a főszezonon kívüli balatoni programok népszerűsítését tűzi zászlajára.

A Veszprém–Balaton térség Budapest után a második legnépszerűbb turisztikai desztináció Magyarországon, ugyanakkor turizmusát tipikusan nagyon erős időbeli szezonális (június–augusztus) és földrajzi koncentráció (Balatonfüred, Siófok, Keszthely + Zalakaros, Hévíz) jellemzi. Ez nagyban befolyásolja a térségi vállalkozások hatékonyságát, működési stabilitását.

A Turizmus egész évben alprojekt olyan arcát szeretné bemutatni a Balatonnak, a Veszprém–Balaton térségnek, amely – a fenntarthatóság és körforgásos gazdaság jegyében – egész éven át változatos programokkal várja a vendégeket.

Ugyancsak a fenntarthatóság jegyében együttműködések révén **olyan vállalkozói/szolgáltatói közösséget alakít ki a Gazdaságtudományi Kar, amelyek segítségével az őszi, tavaszi időszakokra is élményekben gazdag lehetőségek kínálhatók a térségbe látogatók számára.** Az alprojekt fő célja, hogy a vendégek ne csak nyáron gondoljanak a balatoni aktivitásokra, hanem a főszezonon kívül is. Ezen túlmenően a körforgásos gazdaság alapjainak a Balaton térségben történő meghonosításának elősegítése is kiemelt projekt cél. Ha a vendégek és a helyiek a helyi vállalkozásoktól szerzik be az élelmiszereket, fogyasztási cikkeket, annak következtében megerősödhetnek a vállalkozások. Így a fiatalok jó eséllyel helyben maradnak, családot alapítanak, más szolgáltatók is megélnék, még több vendég érkezik a térségbe, amelynek így lehetősége van gazdaságilag is erősödni.

Az induló honlap

A www.negyevszakbalaton.hu weboldal három fő tematikában csoportosítja a kínált tartalmakat. A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG menüpont alatt különböző edukatív és interaktív tartalmak találhatóak. A NÉGYÉVSZAKOS PROGRAMOK menüpont a legkiemeltebb tartalmi szolgáltatása a honlapnak. Itt élménycsomagok, látnivalók és kirándulási tippek kaptak helyet, amelyek szisztematikusan, területi és célcsoporti bontásban kínálnak változatos programlehetőségeket Balaton szerte, főszezonon kívüli utazóknak. FENNTARTHATÓ FESZTIVÁLOK néven egy érdekességekkel és tudatosságra ösztönző tippekkel tűzdelt blokk kapott helyet. A továbbiakban az egyes tartalmi kategóriák részletes koncepcionális bemutatása olvasható.

Körforgásos gazdaság

A honlap egy edukatív jellegű menüponttal indul, amelyben a felhasználók különféle tartalmakat találnak a körforgásos gazdaság mibenlétéről. Túlmutatva az elméleti kereteken a körforgásos gazdaság és a turizmus közti kapcsolatot is mélyebben megismerhetik a tanulni vágyók Neumanné Dr. Virág Ildikó tolmácsolásában. Ez a két fő témakör a kezdőoldal hajtás utáni szekciójában is megtalálható, rövid bejegyzés formájában, amelyek „tovább olvasok” gombjára kattintva a teljes blogcikkhez jut a felhasználó. A piaci szereplők számára is hasznos információkat tartalmazó cikkek a tervek szerint folyamatosan, naprakész információkkal kerülnek kiegészítésre.

A „Szemléletformálás” almenüpontban középiskolásoknak és egyetemistáknak szóló versenyfelhívások és beszámolók találhatóak, továbbá a nagy sikerű GreenLike infonap online visszanézhető előadásai, interjúi is elérhetőek ebben az alponban. A Gazdaságtudományi Kar kommunikációs stábja kiemelt figyelmet fordított a minőségi videós tartalomgyártásra, amelyek hanganyagait podcast csatornán is helyet kaptak, így egy olyan omnichannel marketingstratégia körvonalazódik a projekt eredményeinek publikálására, amely nagy mértékben segítheti az információk terjedését és online beágyazottságát.

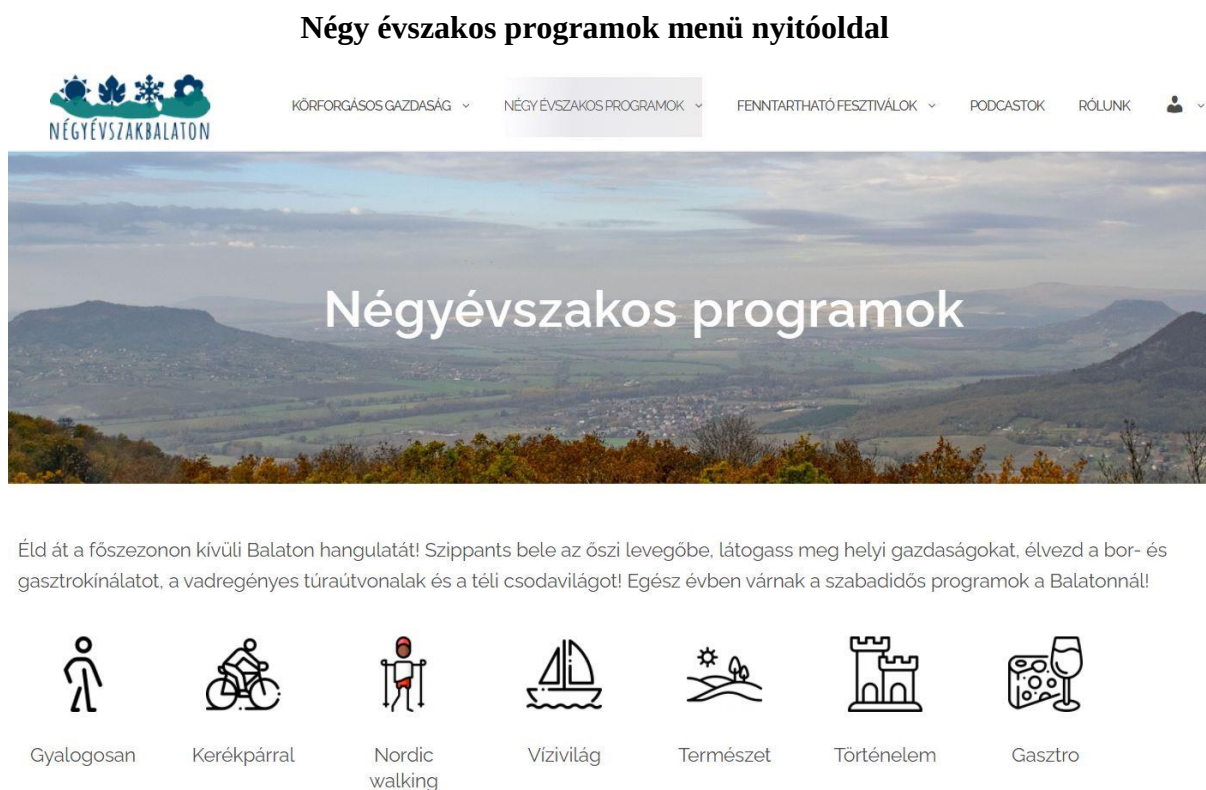
Tovább haladva a menün Blogcikkkel is szeretné a honlap segíteni a körforgásos gazdaság témájának beágyazottságát. Ennek a szekciónak feltett célja, hogy a napirenden lévő körforgásos és „zöld” kérdéseket tárgyalja úgy tudományos, mint közéleti nézőpontból.

Végül egy „Játék” almenüpontot találnak a látogatók a körforgásos gazdaság menüben, amely interaktív, izgalmas tartalmak gyűjtőhelye. A „sharing is caring” filozófia jegyében szeretettel ajánlunk tanároknak, oktatóknak, ha úgy látják, eredményesen beépíthető egy-egy tanórába, előadásba a gamifikált modul. Egyben szívesen fogadunk szemléletformáló játékötleket, kvízkérdéseket, amelyek akár offline rendezvényeken is hasznosíthatók.

Négy évszakos programok

Egy tartalmilag nagyon gazdag menüpont ad otthont a Balaton körüli, főszezonon kívüli – többségében fenntartható – turisztikai attrakciók bemutatása. Gyakorlatilag ennek a modulnak az alap gondolata hívta életre a honlapot.

1. ábra



Forrás: www.negyevszakbalaton.hu

A „Négy évszakos programok” menüpontban a felhasználók számára 20 különböző élménycsomag került kialakításra. Közülük 10 db Gyermekes családoknak és 10 élménycsomag (Nem csak) Fiatalfelnőtteknek, amelyek mind mozgalmass és élménydús programokat kínálnak az őszi és a tavaszi időszakban, illetve négy évszakon át. Az élménycsomagokat bemutató 2021-2022-ben videós anyagok készülnek el, amelyek a leírások mellett mozgóképben is bemutatják az egyes élménycsomagok elemeit. A forgatások remek hangulatban, professzionális stábbal 2021 nyarán indultak el és a tervek szerint folyamatosan kerülnek feltöltésre 1-1 videó elkészültét követően.

Az élménycsomagok leírásai és statikus képanyagok már a kezdetektől rendelkezésre állnak, így jelenleg az alábbi élménycsomagok érhetőek el a honlapon:

- Badacsony és a Tanúhegyek
- Balatonfenyves és környéke
- Balatonföldvár és környéke
- Balatonfüred, Tihany és környéke

- Káli-medence
- Nyugat-Balaton
- Siófok és környéke
- Veszprém és környéke

A regionális élménycsomagokon túl látnivalók szerint is listázhatók a programlehetőségek, sőt külön kiemelten kerékpáros, illetve gyalogtúra tippeket is olvashatnak az érdeklődők az almenüpontokban. Fejlesztés alatt áll továbbá a honlap azon része, amelyben a felhasználók saját maguk tervezhetik meg egyéni élménycsomagjaikat, sőt felvehetnek kedvenceket is saját listájukra. Ezt a fajta personalizációt marketing szempontból és a fogyasztói magatartás trendeket figyelembe véve is fontosnak tartja a projekt.

Fenntartható fesztiválok

A turizmushoz szinte esszenciálisan hozzátartoznak a különböző rendezvények, fesztiválok, bornapok-hetek, amelyekben a Balaton térségben sincsen hiány. Emiatt fontos célkitűzés volt a honlap szerkesztésénél, hogy jelenjen meg ezeknek a szerveződéseknek is egy fenntartható műfajban történő bemutatása. Az almenüben érdekességeket olvashatnak a látogatók a „zöld” fesztiválokról, megtudhatják, hogy hogyan legyenek tudatos fesztiválozók és egy fenntartható fesztivál körképet is összegyűjtöttek szakértő kollégák, hogy megkönnyítsék az igazán tudatos fogyasztók dolgát.

A fenntartható fesztiválok menüre érdemes újból és újból visszatérni, hiszen egyik kiemelt értéke, hogy dinamikus frissülő információkat tartalmaz. A kérdőíves felmérések folyamatosan zajlanak az egymást érő rendezvényeken, így a Veszprém–Balaton 2023 Európa Kulturális Fővárosa projekt hatóterületén található fesztiválok mindegyikén zajlik információgyűjtés. Jelenleg a következő rendezvényekről érhető el információ a honlapon:

- Veszprémi Utcazene Fesztivál
- Kőfesz
- Veszprém–Balaton Filmpiknik

Hamarosan más rendezvények vizsgálatai is nyilvánosan elérhetőek lesznek, így például a Bakony Expo és a Művészetek Völgye fesztivál biztosan elemzésre kerül.

Podcastok

A www.negyevszakbalaton.hu honlapon belül elérhetőek a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kara által készített GreenLike podcastok is. Ezek a rövid, egy-egy témát mélyebben feldolgozó, ismeretterjesztő műsorok videós formátumban megtekinthetők. A változatos epizódok fenntarthatósággal kapcsolatos témakörökben merülnek el a hulladék- és csomagolásmentességtől, a környezettudatos táplálkozáson át a takarítási praktikákig. A könnyedebb témák mellett természetesen a podcastok tematikájában megjelennek a

fenntartható fesztiválozás, az egész éves turizmus és a körforgásos gazdaság szakmai kérdései, továbbá piaci szereplőket és megszólaltatnak a kisfilmek, a 15. számú részben például a MOL Csoport fenntarthatósági törekvéseit járták körbe a beszélgetőpartnerek.

Fejlődési irányok

A hosszú távú célok között szerepel a honlap élményorientált és gamifikált fejlesztése. Az innovatív elemek interaktív tartalmakkal teszik színessé a körforgásos gazdaság alapelveinek, gyakorlati információknak és turisztikai látnivalóknak a megismerését. Mivel a projekt átfogó célja a fenntartható szemléletformálás, így az élménycsomagokhoz kapcsolódó videóanyagok szemléletformáló céllal is felhasználásra kerülnek középiskolás vendégelőadásokon, egyetemi órákon és más órarenden kívüli foglalkozásokon, workshopokon.

A Balaton-térség programjai közti keresést megkönnyítendő a későbbiekben szűrőfunkció is beépítésre kerül a platformra a felhasználóbarát működés érdekében.

KÖNYVAJÁNLÓ
18 TIPP A FENNTARTHATÓ
RENDEZVÉNYSZERVEZÉSHEZ – AVAGY HOGYAN
LEHET EGY FESZTIVÁL ZÖLD, NEM CSAK KÖRNYEZETI
SZEMPONTBÓL...
ÖSSZEÁLLÍTOTTA:
ERNSZT ILDIKÓ¹ – 'SIGMOND ESZTER²

¹ Egyetemi docens, ²Turisztikai szakértő

¹PANNON EGYETEM, NAGYKANIZSA, KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG EGYETEMI KÖZPONT,

²PANNON EGYETEM, GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR, BALATONI TURISZTIKAI KUTATÓINTÉZET

¹ernszt.ildiko@uni-pen.hu, ²sigmond.eszter@gtk.uni-pannon.hu

A COVID-19 világjárvány megtanította számunkra, hogy a korábbi pazarló, önző, „carpe diem” életfelfogásunk már nem tartható. Újra kell tervezni, ami igaz a fesztiválok világára is. Amellett, hogy hatalmas csapás érte ezt az iparágat, arra biztosan alkalmas volt a pandémia, hogy végiggondolják mind a szervezők, mind a látogatók, hogy mit és hogyan kellene másként csinálni. Úgy, hogy a szórakozás, a kulturális-lelki feltöltődés és élményszerzés során nagyobb tiszteletet adjanak az embernek, a kultúrának, a tradícióknak, magának a helynek, a környezetnek. Úgy, hogy jó értelemben vett lelki-szellemi nyomot hagyjanak a látogatóban, és ne ökológiáit!

Ehhez kíván segítséget nyújtani a Pannon Egyetem és stratégiai partnere, a MOL Nyrt. által fémjelzett, hároméves projekt egyik témaköre is, amely a „Fenntartható fesztiválok – Látogatói és szervezői attitűd fejlesztése” címet viseli. A projekttema alapvető célja, hogy a 2023-ban az Európa Kulturális Fővárosa megtisztelő titulust viselő Veszprém–Balaton régióban tevékenykedő fesztiválszervezők számára olyan javaslatokat kínáljon, amelyek támogatják őket a fenntarthatóság minél sokrétűbb szem előtt tartásában.

Ezért született a fesztiválszervezők számára egy olyan kézikönyv, amely konkrét, kézzelfogható tippekkel segíti a fenntarthatóság gyakorlatba való átültetését. Célunk, hogy valamennyi érintett szereplő haszonnal forgathassa (akár virtuálisan is) a könyvet – legyen szó önkormányzatról, szolgáltatóról, egyéb döntéshozóról, vagy bárkiről, aki a szervezőmunkában részt vállal. A kézikönyv teljes képet igyekszik festeni a fenntarthatóságról, annak mind a környezeti, mind a társadalmi, illetve gazdasági aspektusait nagyító alá veszi. A fejezetekben a kihívást jelentő kérdések általános bemutatását követően konkrét, megvalósítható tanácsokat is kapnak a szervezők.

Négy fő tárgykör köré csoportosítottuk a kihívásokat és a lehetséges megoldásokat taglaló fejezeteket. Az első, a „Hogyan fogj hozzá?”, azokat a kezdeti lépéseket foglalja össze, amelyeket a szervezés és tervezés elején érdemes megtenni a siker érdekében (például

szövetségesek keresése, mérések előkészítése, a fenntarthatóság ellen ható tényezők számbavétele). A második, a „Körforgásos gazdaság”, illetve a harmadik, a „Szennyezés és kibocsátás csökkentése” témaköre arra világít rá, hogy mit lehet/kell tenni a környezet védelme érdekében. A szelektív hulladékgyűjtéstől a szponzortevékenység tudatos megszervezésén át helyet kap itt a talajvédelem, a vendéglátás zöldítésének kérdése, vagy a közösségi közlekedésnek a cél érdekében való hadrendbe állítása is. A negyedik, a társadalmi fenntarthatóság jegyében született témakör arra hívja fel a figyelmet, hogy a környezet védelme önmagában nem elég: a helyi társadalom és kultúra, az egyes társadalmi csoportok érdekeinek a tiszteletben tartása szintén elengedhetetlen ahhoz, hogy egy rendezvényt fenntarthatónak minősíthessünk. Így figyelembe kell venni a fogyatékkal élők, a gyermekes családok, vagy éppen az idős látogatók, de a fesztiválon dolgozók érdekeit is. Arról sem szabad elfeledkezni, hogy a biztonság megteremtése és garantálása mindig prioritást kell, hogy élvezzen!

A konkrét megoldási javaslatokon túl hazai, illetve külföldi fesztiválok fenntarthatósággal kapcsolatos lépéseinek – jó gyakorlatának – a bemutatása, továbbá hasznos információkat tartalmazó weboldalak gyűjteménye is helyet kap a könyvben, amivel a célunk ugyancsak az volt, hogy az érintetteknek a saját rendezvényük fejlesztéséhez, zöldítéséhez adjunk útmutatást. Habár a fesztiválok színes, élménydús világa elsőre nem tűnik összeegyeztethetőnek a fenntarthatóság elveivel, a bemutatott példák határozottan cáfolják ezt az elméletet.

A kézikönyv egyértelmű üzenete: egy fesztivál zöldítéséhez nem feltétlenül kell hatalmas léptékben gondolkodnunk. Számos esetben elegendő a látásmód átalakítása, egyfajta új „szemüveg” felvétele, amelyen keresztül rögtön meglátjuk azt a sok apró lehetőséget, amellyel nagyot léphetünk előre. Az előrelépés ráadásul nem szükségszerűen jár komoly anyagi ráfordítással. A felsorolt ötleteket részben vagy egészben már most is sok fesztivál alkalmazza a gyakorlatban, ez a kézikönyv most komplex módon gyűjti össze és mutatja be mindazt, amitől egy fesztivál, egy rendezvény fenntartható lesz.

A kézikönyv elérhető a projekt hivatalos weboldalán, a Kutatási területeink --> Fenntartható turizmus menüpont alatt: <https://korforgas.uni-pannon.hu/kutatasi-teruleteink/fenntarthato-turizmus/103-elkeszult-a-fenntarthato-fesztivalok-kezikonyv>

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.