

A jubileumok éve

A XII. ORSZÁGOS TURIZMUS KONFERENCIA ABSZTRAKTKÖTETE



Szervező:

PTE TTK FFI Turizmus Tanszék



MAGYAR
FÖLDRAJZI
TÁRSASÁG



Pécs, 2024. november 15.

Készült a Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi és Földtudományi Intézet Turizmus Tanszék szervezésében, a MFT Turizmusföldrajzi Szakosztálya és az MTA Társadalomföldrajzi Tudományos Bizottságának Turizmusföldrajzi Albizottsága támogatásával megrendezett XII. Országos Turizmus Konferencia alkalmából.

Felelős szerkesztő: dr. Szabó Géza

Szerkesztette: Szabó Balázs Attila, Nagy Gabriella

Online formában megjelenteti: PTE TTK FFI Turizmus Tanszék

ISBN: 978-963-626-370-6

A KONFERENCIA TUDOMÁNYOS SZERVEZŐBIZOTTSÁGA:

dr. Aubert Antal, dr. Bujdosó Zoltán, dr. Gyuricza László, dr. Hanusz Árpád, dr. Szabó Géza

SZAKMAI PARTNEREINK:

MFT Turizmusföldrajzi Szakosztálya, MTA Társadalomföldrajzi Tudományos Bizottságának Turizmusföldrajzi Albizottsága, PTE TTK Földrajzi és Földtudományi Intézet

A KONFERENCIA HELYSZÍNE:

7624 Pécs, Ifjúság útja 6.

Tartalom

Köszöntő	4
Rövid program	5
A szekciók beosztása	6
Plenáris előadások	9
<i>I. Szekció: 20 éve az Európai Unióban, turizmus stratégiák, fejlesztések és eredmények</i>	<i>12</i>
<i>II. Szekció: Innovációk, kihívások és válaszok a pandémia után</i>	<i>19</i>
<i>III. Szekció: A vidéki turizmus 30 éve</i>	<i>26</i>

A jubileumok éve

Kedves Olvasó!

A Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi és Földtudományi Intézet Turizmus Tanszéke idén 12. alkalommal rendezi meg Országos Turizmus Konferenciáját. Az eltelt évtizedekben az ország legjobb turisztikai szakemberei, oktatói és kutatói tisztelték meg jelenlétükkel rendezvényünket, gazdagították a szakmai diskurzust friss eredményeik prezentálásával.

Konferenciánk idei témája: A jubileumok éve

A konferenciánk által megélt 24 év is jelentős szelet a hazai turizmus életében, de ebben az időintervallumban olyan sorsdöntő változás is történt, amelyik a turizmus tervezésében és fejlesztésében visszatekintve is határkőnek számít. 2004. május elsejével hazánk az Európai Unió teljes jogú tagjává vált. Az elmúlt 20 esztendő jelentősen átformálta a turizmus tervezés és fejlesztés elméletét és természetesen a gyakorlatát is. A 20 év már olyan időtáv, amelyre visszanézve már értékelhetők az időközben megszületett ágazati stratégiák és regionális fejlesztési programok hatásai.

De van mire visszatekinteni a turizmus szervezés szempontjából a rendszerváltás időszakára is. Hiszen 30 éve alakult meg a hazai vidéki turizmus országos szervezete a Falusi Turizmus Országos Szövetsége (FTOSZ), amely a későbbi nevén Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségeként (FATOSZ) fogja össze a falvak, a vidék turizmusában érdekelteket. A konferenciánk idei témája még tovább bővíthető, hiszen 1994-ben hozták létre a helyi borászok, vendéglátósok, turizmus szervezők, és a helyi önkormányzatok az első hazai tematikus utat fejlesztő szervezetet, a Villány-Siklói Borút Egyesületet.

Tehát ismét van miről értekeznie, eszmét cserélnie és netán vitatkoznia a tisztelt meghívottaknak!

Köszönhetően a kollégák pozitív visszajelzéseinek, összesen három szekcióban, három plenáris prezentációval felvezetve 30 előadásra számítunk. Tartalmas programra készülünk!

dr. Szabó Géza,
a Szervezőbizottság elnöke

Rövid program

9:30 – 10:30 – REGISZTRÁCIÓ

10:30 – 10:45 – KÖSZÖNTŐK (KARI TANÁCSTEREM)

dr. Trócsányi András *dékan, PTE Természettudományi Kar*

dr. Aubert Antal, *professor emeritus, Pécsi Tudományegyetem*

dr. Szabó Géza, *tanszékvezető egyetemi docens,*

Pécsi Tudományegyetem

10:45 – 11:45 – PLENÁRIS ELŐADÁSOK

dr. Aubert Antal, *professor emeritus, PTE: „A magyar turizmuspolitika és térszervezés 40 éve”*

dr. Szabó Géza *tanszékvezető egyetemi docens, PTE: „Jubileumi év a hazai vidéki turizmusban”*

Petényi Mirkó, *ügyvezető igazgató, Aktív és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ: „A hazai aktív turizmus trendjei és fejlesztési irányai 2030-ig”*

11:45 – 13:00 – EBÉD, HELYITERMÉK- ÉS ÚJBOR KÓSTOLÓ

13:00 – 14:20 – SZEKCIÓ ELŐADÁSOK I.

14:00 – 15:00 – KÁVÉ ÉS FRISSÍTŐ ELÉRHETŐ A BÜFÉBEN

14:45 – 16:30 – SZEKCIÓ ELŐADÁSOK II.

A szekciók beosztása

I. Szekció: 20 éve az Európai Unióban, turizmus stratégiák, fejlesztések és eredmények

Szekcióelnök: **dr. Bujdosó Zoltán**, egyetemi tanár, campus főigazgató, MATE Károly Róbert Campus (C/II. ELŐADÓ)

Az EU-s belépés új dimenziókat nyitott meg a turizmus ágazati és területi tervezésében egyaránt. Máig hatnak az első stratégiák termék prioritásai és megindult fejlesztései. Hasonlóan determinánsnak vélte a szakma a turizmus desztinációmenedzsment szervezetek létrehozását és működtetését. A beérkező fejlesztési források kiegészülve a hazai támogatásokkal jelentősen átformálták a hazai turizmus kínálati arculatát, a szolgáltatási háttérét, menedzsmentjét és természetesen a vendégkörét is. Miként értékelhetők a kibontakozott folyamatok, mely tervek valósultak meg sikeresen és milyen kudarcos elképzelések rontják a 20 éves mérlegét a turizmusnak?

13:00 – 13:15 **dr. Michalkó Gábor**: 25 éves a magyarországi bevásárló turizmus-kutatás

13:15 – 13:30 **dr. Lenkey Gábor**: Az európai örökségturizmus fontossága napjainkban

13:30 – 13:45 **dr. Lőrinc Katalin**: Zöldnek lenni vagy zöldnek látszani? Díjak és elismerések a desztinációmenedzsmentben

13:45 – 14:00 **Lontai-Szilágyi Zsuzsanna**: „Budapest Európa Hollywood-ja” - Külföldi filmes stábtagnak budapesti tartózkodásának turisztikai vizsgálata

14:00 – 14:15 **Vizi István György**: 20 éve partnerség – a Fertő tó stratégián túli erőtere, avagy milyen hosszú a Fertő tavi kerékpárút?

14:15 – 14:45 Kávészünet

14:50 – 15:05 **Baksai Tímea**: Harkány város pályázati tevékenysége és turisztikai fejlesztései az EU csatlakozás utáni 20 évben

15:05 – 15:20 **Balázs-Bécsi Krisztina**: Örökségre nevelés és fenntartható turizmus az EU-s pályázatok tükrében

15:20 – 15:35 **Nagy Gabriella – dr. Barcza Attila – dr. Aubert Antal – Mókusné dr. Pálfi Andrea**: Térségekbe szervezett turizmustervezés Magyarországon 2020-tól

15:35 – 15:50 **Kampó Ildikó**: Az EU-s projektek innovatív hatása Kárpátalja turisztikai vonzerejére

15:50 – 16:15 **dr. Bujdosó Zoltán**: Az Európai Unió turisztikai fejlesztési források tér- és időbeli elemzése az Észak- Magyarország Régió példáján

II. Szekció: Innovációk, kihívások és válaszok a pandémia után

Szekcióelnök: **dr. Aubert Antal**, professor emeritus, Pécsi Tudományegyetem (C/IV. ELŐADÓ)

A 12. alkalommal meghirdetett konferenciánk tematikus súlypontja mindig is a hazai folyamatok vizsgálata volt, de a globalizáció egyik hajtóerejében, a turizmusban nem lehet eltekinteni a nemzetközi trendektől. Ezeket követve ebben az évben szekciót nyitunk a ránk is ható globális turizmus jelenségek elemzésének. Hiszen alig jöttünk ki a pandémia okozta

bizonytalanságból, máris visszatértek, sőt felerősödtek a turizmust érintő kihívások. A „túlturizmus” sokkal hamarabb visszatért, mint ahogyan reméltük, hozva magával a preferált desztinációk lakosainak averzióját. A tömeges látogatottsággal szembeni türelmetlenség példáit hosszan sorolhatjuk, amelyekre sajnos már idehaza is találunk hivatkozási alapot. Milyen megoldásokkal válaszolhat a turizmus tervezés és menedzsment ezekre a kihívásokra?

13:00 – 13:15 **dr. Donka Attila:** A forgalom-növekedés hatásai a Riviera di Levante keleti részén

13:15 – 13:30 **dr. Gyuricza László:** A nemzetközi turizmus átrendeződése a pandémia után

13:30 – 13:45 **dr. Wirth Gábor:** Az örökségturisztikai termékmenedzsment szerepe a rurális térségek fejlesztésében Burgenland példáján keresztül

13:45 – 14:00 **dr. Köbli Ádám:** Természetes gyógytényezők, kiemelten a gyógybarlangok, gyógyiszapok, gyógygázok és klimatikus gyógyhelyek komplex turisztikai vizsgálata és fejlesztési lehetőségeik feltárása

14:00 – 14:15 **dr. Nagy Dávid:** Egy turizmuson alapuló területfejlesztési modell közlekedési vonatkozásai a határmenti térségekben

14:15 – 14:45 Kávészünet

14:45 – 15:00 **dr. Nagy Adrienne:** Történelem és modernitás - mit keres a Z generáció a budapesti fürdőkhöz?

15:00 – 15:15 **Schulcz Éva - Gászné Bósz Bernadett:** Turisztikai térértelmezés és térhasználat a pécsváradi vár, mint attrakció példáján a pandémia előtt és után

15:15 – 15:30 **Rozgonyiné dr. Drotár Nikolett:** Zsidó vallási túlturizmus Tokaj-Hegyalján a Csodarabbik halálévfordulóján

15:30 – 15:45 **dr. Tóth Tímea Zsófia:** Budapest az európai filmgyártás élvonalában - A Die Hard – Drágább, mint az életedtől a Szegény páráig

15:45 – 16:00 **dr. Papp Zsófia Márta:** A Louis Vuitton táska és a szelektív hulladékgyűjtés

16:00 – 16:15 **dr. Madarász Eszter:** Karrier és Jólét – A munkaerő megtartásának kulcsa

16:15 – 16:30 **Varga Tamás:** Fogyasztási motivációk a hazai könnyűzenei fesztiválokon

III. A vidéki turizmus 30 éve

Szekcióelnök: **dr. Hanusz Árpád**, professor emeritus, Nyíregyházi Egyetem (A/322.
SZEMINÁRIUM TEREM)

A vidéki térségek és falvak turizmus kínálatának szereplői hosszú evolúciós úton, számos megoldást kipróbálva jutottak el napjainkba. A falusi turizmus megyéken alapuló országos szervezetrendszer a 2010-es évek közepére elérte működésének csúcspontját. A FATOSZ, mint civil szakmai szervezet legfőképpen érdekképviselői tevékenységet végez, miközben erősen zajlik a vendégfogadók körében a generációváltás. A mai fiatal vagy középkorú falusi szolgáltatók már individuális terveket követve, kevésbé érdekeltek a helyi, területi vagy országos szerveződésekben. A többi civil szakmai tömörülés is hasonló helyzettel néz szembe, akár „zöld utakról”, akár tematikus utak sokféle megoldásáról – például a borutakról – gondolkodunk. Ebben a témakörben is számos példa, jó megoldás és probléma is terítékre kerülhet.

13:00 – 13:15 **dr. Rátz Tamara – dr. Szalai Katalin:** Tematikus utak szerepe a fenntartható vidéki turizmusfejlesztésben – A Szent László zarándokút kiépítésének kihívásai és lehetőségei

13:15 – 13:30 **dr. Behringer Zsuzsanna:** Mennyire népszerűek a falusi és vidéki turisztikai helyszínek a városi, kiemelten a fővárosi lakosság körében napjainkban?

13:30 – 13:45 **dr. Máté Andrea:** Bikavér koncepció borban és turizmusban

13:45 – 14:00 **dr. Szeidl Klaudia – dr. Aubert Antal:** Hagyomány és innováció találkozása: Az élményturizmus fejlődési lehetőségei a német nemzetiségi falvakban

14:00 – 14:45 Kávészünet

14:45 – 15:00 **dr. Juhász-Dóra Katalin:** Digitális élmények a hazai luxusszállodák éttermeiben

15:00 – 15:15 **dr. Feketéné dr. Benkó Kata – dr. Szabó Lajos – dr. Remenyik Bulcsú:** A helyi lakosság igényeit szem előtt tartó, turisztikai célokat (is) szolgáló közlekedési fejlesztési lehetőségek Nógrád vármegyében

15:15 – 15:30 **Angler Kinga:** A Szekszárdi borút múltja és jelene - A PHARE projektől a működő borturizmusig

15:30 – 15:50 **dr. Hanusz Árpád:** A magyar falvak funkcióvesztése és a falusi turizmus útkeresése az elmúlt 30 évben

Plenáris előadások

A MAGYAR TURIZMUSPOLITIKA ÉS TÉRSZERVEZÉS 40 ÉVE

¹Aubert Antal

A konferencia címadó témájára tekintettel, igazodva kutatásaink témáinak eddigi eredményeire, kísérletet teszek a turizmuspolitika rövid történeti áttekintésére, illetve annak térbeli konzekvenciáira. Mint a kutatók körében közismert - a turizmus rendszerének alapjaiból kiindulva - a vonzerő/attrakció és a kereslet térben és időben is eltér a szokásos termékvásárlási folyamatoktól, a turizmus e sajátossága számos specifikus vonással ruházza fel e szektor működését. Továbbá az is közismert, hogy a korábban a területfejlesztés „mindenható” szerepét betöltő turisztikai szektor átértékeléséből megszülettek Magyarországon a térségi szemléletet is tükröző, a fejlesztések kiemelt célpontjaivá váló turisztikai térségek.

Ez a folyamat már a szocializmusban is elindult a kiemelt üdülőkörzetek körülhatárolásával, majd a rendszerváltás után az EU Előcsatlakozási Alapok segítségével a tematikus utak, későbbi EU-források felhasználásával a turisztikai klaszterek és a TDM-szervezetek. A régiós szemléletű pályázati rendszerhez igazodva születtek meg az idegenforgalmi régiók, majd ezt követően a kiemelt turisztikai térségek, melyek ma 11 turisztikai térségként szerepelnek.

A fenti térségszerveződési folyamatokat a menedzsment formációknak is követnie kellett, így születtek meg a regionális marketing igazgatóságok (RMI), majd a régiós szint átszervezése következtében megyei - kistérségi - és helyi szintre tevődött át e tevékenység.

A nagy változást 2016-ban az EU-pályázati támogatások „befagyasztása” jelentette, amely mindhárom térségi szerveződés jövőképét behatárolta.

Hiányérzetünk a források elapadása mellett a turisztikai térségek nonprofit menedzsmentjének hiánya is okozza, miközben az erre irányuló térségi kutatások (MTÜ, 2022) kellő kiindulási alapot jelenthetnének számukra. Csak remélni tudjuk, hogy az EU-forrásokhoz való hozzáférés esetén az országos turizmuspolitika aktorai elérik céljukat és a létrejövő térségi fejlesztéseket integráló menedzsment szervezetek valós szereplői lesznek a turisztikai fejlesztéseknek és hatékonyan segítik a turisztikai szereplők piacra jutását.

¹Prof. dr. Aubert Antal, professor emeritus, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet, Turizmus Tanszék, antal@aubert.hu

JUBILEUMI ÉV A HAZAI VIDÉKI TURIZMUSBAN

Szabó Géza¹

Különleges, jubileumi év 2024, hiszen ebben az évben ünnepeltük - néhány héttel ezelőtt - a vidéki turizmus hazai szervezésében és fejlesztésében olyan úttörőnek számító szervezetek alapításának 30. éves évfordulóját, mint a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (ma ismert nevén a FATOSZ, alapításakor még csak FTOSZ), és a tematikus utak fejlesztésének országos példajaként a Villány-Siklói Borút Egyesület. Az eltelt évtizedek áttekintése lehetőség, de az említett szervezetek létrehozásában és munkálkodásában közreműködők számára egyben kötelezettség is a visszatekintés és a számvetés! Merre haladtak és milyen eredményeket értek el a vidéki turizmus szervezésében a saját szakterületükön meghatározó szervezetek? A spontán fejlődéssel indult, majd a tervezettség fázisain is keresztüljutott folyamatok, miként élték meg a finanszírozottság, a kiterjeszkedés időszakait? Milyen példákat látunk a vidék turizmusában, amelyek elérték a fenntarthatóság és a hatékonyság mércéit, miközben hozzájárultak az attrakció alapjukat jelentő autentikus, vidéki értékek megőrzéséhez?

Ám nem feledkezhetünk meg a vidéki turizmus fejlesztésének térségi szintjét jelentő régiós, vagy megyei civil, szakmai szervezetekről sem. Közülük példaként az 1999-ben alapított Baranya Megyei Falusi Turizmus Közhasznú Egyesületet, és a vezetésével létrehozott, 2009-ben induló Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klasztert emeljük ki előadásunkban. Az egyesület 25. alapítási évfordulóját, a klaszter pedig működésének 15. évét jegyezheti be nagykönyvébe.

¹*Dr. habil Szabó Géza (PhD) tanszékvezető, egyetemi docens PTE TTK FFI Turizmus Tanszék, Pécs alelnök, Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége*

A HAZAI AKTÍV TURIZMUS TRENDJEI ÉS FEJLESZTÉSI IRÁNYAI 2030-IG

Petényi Mirkó¹

A COVID járvány nem szándékolt mellékterméke volt, hogy a világ városlakóinak legnagyobb része újra felfedezte magának a természetet. Az európai turizmusban folyamatosan nőtt az aktív turizmus aránya már a járvány előtt is, de a kötelező bezárások ezt az igényt megnövelték. Magyarország is illeszkedik ebbe sorba, és az igényeket a közpolitikai intézkedések és a fejlesztések is követni fogják. Elkészült az aktív turizmus hosszú távú fejlesztési céljait meghatározó Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia, kiírásra kerültek az Európai Unió források, amelyek a 2021-27 közötti uniós ciklusban 65 milliárd forint keretösszeggel fogják fejleszteni a magyar aktív turisztikai szektort. Ezen felül a kerékpáros infrastruktúra fejlesztésekre további jelentős forrásokat allokál az EU és a magyar állam. A források tehát rendelkezésre állnak, terv van, a kérdés, hogy mi a hazai aktív turizmus víziója, ahova szeretnénk eljutni 2030-ra.

¹*Petényi Mirkó, ügyvezető igazgató, Aktív és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ*

I. szekció: 20 éve az Európai Unióban, turizmus stratégiák, fejlesztések és eredmények

Szekcióelnök: **dr. Bujdosó Zoltán**, egyetemi tanár, campus főigazgató, MATE Károly Róbert Campus (C/II. ELŐADÓ)

A SZEKSZÁRDI BORÚT MÚLTJA ÉS JELENE - A PHARE PROJEKTTŐL A MŰKÖDŐ BORTURIZMUSIG

Angler Kinga¹

Hazánkban a rendszerváltást követő években a turizmus élénkítésében, a gazdaságfejlesztésben jelentős szerepet töltek be a külföldi és hazai támogatások. Szekszárdon elsősorban a minőségi bortermelés megteremtése, a kulturált borfogyasztás népszerűsítése és a borvidék ismertté tétele, valamint a borturizmus fellendítése céljából egyesületet hoztak létre. Éveken keresztül ez a szervezet koordinálta a borvidéki fejlesztéseket.

A tanulmány a Szekszárdi borút létrehozásához vezető út bemutatását követően a megvalósult projektek eredményeit mutatja be. A turizmus-, vidék- és agrárfejlesztési támogatások ösztönzőleg hatottak a térség vállalkozásaira. A helyi közösség – elsősorban borászat, vendéglátás, és turizmus terén – érintett szereplőinek összehangolt munkája nyomán indultak meg azok az innovatív kezdeményezések, melyek napjainkra a turisták egyik kedvelt célpontjává tették a borvidéket.

A Szekszárdi Borvidék Borút Egyesület szervezését segítő alapító tagként, majd a szervezet elnökeként eltöltött évtized alatt szerzett saját hazai és nemzetközi tapasztalataim, valamint az egyesület és utódszervezeteinek adatai, a működéssel kapcsolatos dokumentumok, továbbá szakértői interjúk segítik a téma megvilágítását.

Kulcsszavak: bor, borvidék, minősítési rendszer, turizmusfejlesztés, vidékfejlesztés

¹Angler Kinga, szakoktató Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, angler.kinga@pte.hu

HARKÁNY VÁROS PÁLYÁZATI TEVÉKENYSÉGE, ÉS TURISZTIKAI FEJLESZTÉSEI AZ EU CSATLAKOZÁS UTÁNI 20 ÉVBEN

Baksai Tímea¹

Harkány város 2023-ban ünnepelte gyógyturisztikai tevékenységének 200 éves fennállását. Az 1800 -as években a fejlesztések motorjai az uradalom birtokosai, tulajdonosai a nemesi családok voltak, ekkor épül ki a gyógyfürdő, az első szállodák, és a jelentősebb turisztikai infrastruktúra. 1949-ben államosítják a fürdőt, az utána következő években állami tervek, és szabályozás mentén valósultak meg a fejlesztések, és főként a rehabilitációs kórházi fejlesztések kerülnek fókuszba a rendszerváltásig. Az EU

csatlakozás óta (2004) a helyi önkormányzat, a városvezetés koncepciója által Európai Unió, illetve hazai fejlesztési forrásokból és saját erőből valósították meg a beruházásokat. Ezek nagy része a 200 éve elindított fejlesztésekre épül, melyek a gyógyfürdőre, a strandfürdőre, a városi intézményekre terjed ki, illetve a helyi vállalkozások által üzemeltett szálláshelyekre, így ezeket párhuzamosan fogom bemutatni a korabeli fejlesztésekkel.

Kulcsszavak: EU pályázati forrás, területfejlesztés, településfejlesztés, egészségturizmus

¹Baksai Tímea, PhD hallgató Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, baksai.timea@pte.hu

ÖRÖKSÉGRE NEVELÉS ÉS FENNTARTHATÓ TURIZMUS AZ EU-S PÁLYÁZATOK TÜKRÉBEN

Balázs-Bécsi Krisztina¹

A kulturális örökségek turisztikai termékként való használata a térségi gazdaságfejlesztési programokban számos pozitív, ugyanakkor nem kevés negatív hatással is jár. A témában számos kutatás látott napvilágot, rávilágítva az örökséggel kapcsolatos holisztikus gondolkodás és a szemléletformálás kiemelt szerepére, és ezzel párhuzamosan az EU irányelveiben is hangsúlyossá vált a fenntartható turizmusfejlesztés. Az előadás ennek mentén vizsgálja az elmúlt húsz évben Magyarországon meghirdetett, kulturális örökség-, ezen belül is az épített örökség turisztikai fejlesztésére irányuló pályázatok ilyen jellegű elvárásait, illetve az ezek nyomán létrejött beruházások szociokulturális hatásait. A kiváltott hatások kezelésében sikeres és kudarcos példákat egyaránt találhatunk, ezek elemzése súlyponti témaköre a prezentációnak.

Kulcsszavak: örökségturizmus, térségfejlesztés, szociokulturális hatások, szemléletformálás, öröksépedagógia

¹Balázs-Bécsi Krisztina, phd hallgató, PTE Földtudományok Doktori Iskola, bbbecsi65@gmail.com

AZ EURÓPAI UNIÓS TURISZTIKAI FEJLESZTÉSI FORRÁSOK TÉR- ÉS IDŐBELI ELEMZÉSE AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁG RÉGIÓ PÉLDÁJÁN

Bujdosó Zoltán¹ – Gyurkó Ádám²

A kutatás az Észak-Magyarország régióba allokált európai uniós turisztikai fejlesztési források tér- és időbeli változásait elemzi. A vizsgálat célja, hogy feltárja a támogatások eloszlásának mintázatait, valamint azok turizmusfejlesztésre gyakorolt hatásait a célterületen. Az elemzés három fő fejlesztési időszakot ölel fel: a 2004-2006 közötti Nemzeti Fejlesztési Tervet (NFT), a 2007-2013-as Új Magyarország Fejlesztési Tervet/Új Széchenyi Tervet, és a 2014-2020 közötti Széchenyi 2020 programot. Ezekon felül a Kiszalud Turisztikai Fejlesztési Program kapcsán megítélt fejlesztési források is a

vizsgálat tárgyát képezték. A megítélt támogatási források alapján az országban a legtöbb fejlesztési pénzeszközt az Észak-Magyarország régió nyerte el, turizmusfejlesztés jogcímen. A kutatás rámutat, hogy a régió turisztikai fejlesztési források eloszlása az idő múlásával egyre diverzifikáltabbá vált és a kezdetben koncentrált támogatások a későbbi időszakokban szélesebb földrajzi területre terjedtek ki.

Kulcsszavak: EU-s források, forrásallokáció, turizmusfejlesztés, területfejlesztés

¹Bujdosó Zoltán, Egyetemi tanár, Magyar Agrár és Élettudományi Egyetem, Bujdoso.Zoltan@uni-mate.hu

²Gyurkó Ádám, Egyetemi adjunktus, Eszterházy Károly Katolikus Egyetem, gyurko.adam@uni-eszterhazy.hu

EU-S PROJEKTEK INNOVATÍV HATÁSA KÁRPÁTALJA TURISZTIKAI VONZEREJÉRE

Kampó Ildikó¹

Az EU-s projektek innovatív hatása Kárpátalja turisztikai vonzerejére komplex és átfogó. E programok célja a térség gazdasági és társadalmi fejlődésének elősegítése, különös figyelmet fordítva a fenntartható turizmusra. Az infrastrukturális fejlesztések, mint az utak, közlekedési csomópontok és szálláshelyek korszerűsítése, jelentősen javítják a turisták élményeit és a térséghez való hozzáférést. A helyi kulturális örökség megőrzésére irányuló projektek erősítik a helyi identitást, miközben vonzóbbá teszik Kárpátalját a látogatók számára. Az innovatív marketingstratégiák, különösen a digitális platformok használata, lehetővé teszik a térség globális népszerűsítését, ami hozzájárul a nemzetközi turisták számának növekedéséhez. Ezek a projektek elősegítik a közösségi alapú turizmus fejlődését, amely a helyi lakosok aktív részvételét ösztönzi, erősítve ezzel a gazdasági stabilitást és a társadalmi kohéziót, hozzájárulva a térség fenntartható fejlődéséhez és hosszú távú növekedéséhez.

Kulcsszavak: Kárpátalja, EU-s projektek, turizmus

¹Kampó Ildikó, PTE TTK Földtudományi Doktoriskola, doktor jelölt

AZ EURÓPAI ÖRÖKSÉGTURIZMUS FONTOSSÁGA NAPJAINKBAN

Dr. Lenkey Gábor¹

Európa és az Európai Unió számos kihívás előtt áll a jövőre nézve. Ezek egyike örökségének védelme, hisz ennek köszönhetően alakult ki a történelmi Európa mai arculata. Az Európai Unióban 2013 óta ítélik oda az Európai Örökség címet, melynek birtokosai különböző európai történelmi- és kulturális helyszínek és alkotások, illetve az Unió integráció fontos, európaiságot megjelenítő állomásai. Napjainkban a címet nyert 67 helyszín célkitűzése, hogy az elkövetkezendő európai generációkban a kulturális örökségek megismerésének segítségével megerősítse az Európai Unióhoz való tartozás érzését, illetve előmozdítsa az adott térség turisztikai fejlődését, vagyis hozzájáruljon az

ágazat kulturális- és örökségturizmusának felértékelődéséhez és az európai identitás megerősítéséhez. Az emberiség kulturális- és természeti örökségeinek védelme 1972 óta létezik az UNESCO Világörökségi Egyezménye által, viszont az európai örökségek kritériumai ettől eltérnek, mivel ezek elsősorban az európai értékeket helyezik előtérbe.

Kulcsszavak: kulturális- és örökségturizmus, Európai Örökségi cím, európai identitás, UNESCO Világörökségek

¹Dr. Lenkey Gábor, adjunktus, Nyíregyházi Egyetem, lenkey.gabor@nye.hu

„BUDAPEST EURÓPA HOLLYWOOD-JA” – KÜLFÖLDI FILMES STÁBTAGOK BUDAPESTI TARTÓZKODÁSÁNAK TURISZTIKAI VIZSGÁLATA

Lontai-Szilágyi Zsuzsanna¹ – Vigmann Dorit²

Az elmúlt évtizedekben Budapest a külföldi filmes produkciók népszerű forgatási helyszínévé vált, aminek turisztikai vonatkozásai is vannak. A filmturizmus hivatásturisztikai oldalával jelentősen kevesebb tudományos forrás foglalkozik, mint szabadidős aspektusával, így jelen kutatás célja az volt, hogy képet kapjunk a filmkészítéssel foglalkozó külföldi szakemberek budapesti tartózkodásáról turisztikai szempontból. Ennek érdekében egyrészt vizsgáltuk a fővárosba érkező külföldi stábtagok szálláshely választási szokásait, valamint azok hatását a kereskedelmi szálláshelyekre, másrészt feltérképeztük a szabadidőeltöltés jellemzőit, illetve a Budapestről alkotott véleményeket. Félig strukturált interjúk segítségével jártuk körbe a témát, fogyasztói és szolgáltatói oldalról egyaránt.

A kutatás eredményei képet adnak a fővárosba érkező külföldi filmesek jelenlegi turisztikai szokásairól és tartózkodásuk tapasztalatairól, ezáltal segítséget nyújthatnak a turizmusban, illetve a filmiparban dolgozó szakemberek számára annak érdekében, hogy mindenki csak nyerjen.

Kulcsszavak: Budapest, filmturizmus

¹Lontai-Szilágyi Zsuzsanna, tanársegéd, Budapesti Gazdasági Egyetem, Turizmus Tanszék, lontai-szilagyi.zsuzsanna@uni-bge.hu

²Vigmann Dorit Budapesti Gazdasági Egyetem

ZÖLDNEK LENNI VAGY ZÖLDNEK LÁTSZANI? DÍJAK ÉS ELISMERÉSEK A DESZTINÁCIÓMENEDZSMENTBEN

(EURÓPA ZÖLD FŐVÁROSA, EURÓPAI ZÖLD LEVÉL ÉS A VIRÁGOS MAGYARORSZÁG)

Lőrincz Katalin¹ – Ernszt Ildikó² – Schmeller Dalma³

A 21. században felértékelődött a fenntartható és felelős turizmus, a szabadidős tevékenységek, valamint a helyi lakosság és a turisták életminőségének kérdésköre a településfejlesztésben. A városoknak – ahol a lakosság többsége él és melyek a városi

turizmus célpontjai – környezettudatosabbá és fenntarthatóbbá kell válniuk. Ez a „zöld” gondolat kiterjed a körforgásos gazdaság, a megújuló energia-, víz- és hulladékgazdálkodás, a környezetkímélő közlekedési módok vagy a közösségi kertek, parkok, zöld területek és az életminőségre, együttműködésre irányuló fejlesztésekre, települési programokra. Döntéshozói, szolgáltatói és fogyasztói oldalról is egyre nagyobb jelentősége van annak, hogy a különböző lakóhelyek és úti célok milyen társadalmi, gazdasági és természeti környezetet képesek kínálni? Hogyan lehet hatékonyan kommunikálni az egyes fenntarthatósági intézkedéseket, fejlesztéseket, illetve milyen hatása és marketingkommunikációs üzenete van a „zöld” díjaknak desztinációs szinten?

Napjainkban a fenntarthatóságra és életminőségre irányuló törekvések az Európai Unió város- és turizmusfejlesztési politikájában is prioritásként jelentek meg. Az Európai Bizottság létrehozta az Európa Zöld Fővárosa (2008) és az Európai Zöld Levél (2015) díjat, melyek célja, hogy népszerűsítsék a zöld- és fenntartható városok példamutató megoldásait, illetve más településeket is hasonló kezdeményezésekre ösztönözzenek. A 'zöld' díjak kritériumrendszerének kidolgozásával, majd a díj odaítélésével az átlagember számára is igyekeznek ismertté és elfogadottá tenni a települési szintű fenntarthatósági kezdeményezéseket (<https://youth.europa.eu/get-involved/sustainable-development/european-green-capital-and-european-green-leaf-award-hu>). Hasonló tendencia figyelhető meg tagországi szinten is: Magyarország például évek óta hirdeti a Virágos Magyarország versenyt, a különböző környezetszépítő programokat (www.viragosmagyarorszag.hu) és részt vesz annak európai, Entente Florale Europe fordulójában (<http://www.entente-florale.eu/entente-florale-europe/>).

A tanulmány három konkrét, Magyarországon települési szinten megszerezhető 'zöld' díjat - az Európa Zöld Fővárosa (EZF), az Európai Zöld Levél (EZL) és a hazai Virágos Magyarország (VM) – mutat be. A díjak tartalmi felépítése, vizuális megjelenése, monitoring funkciói, valamint a 'zöld' márkázásban (green branding) játszott szerepe mellett hazai és nemzetközi esettanulmányokat ismertetünk. Az egyes díjakhoz kapcsolódóan azokat a települési szintű jó gyakorlatokat emeljük ki – Tallinn (Észtország), Valencia (Spanyolország), Växjö (Svédország), Viladecans (Spanyolország), Debrecen és Zalakaros (Magyarország) – melyek a helyi döntéshozók (polgármesterek, képviselők és szakértők; a turizmus szakma irányítói; turisztikai vállalkozók, civil szereplők) számára mutatnak gyakorlati példákat, adaptálható megoldásokat. A tanulmány célja, hogy feltárja a 'zöld' díjak elnyerésének és hatékony használatának sikertényezőit, adaptálható lehetőségeit, segítve a hazai településeket a fenntartható(bb) desztinációmenedzsmentben.

Kulcsszavak: zöld branding, fenntarthatóság, életminőség, monitoring, településmarketing és desztinációmenedzsment

¹Lőrincz Katalin, egyetemi docens, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, lorincz.katalin@gtk.uni-pannon.hu

²Ernszt Ildikó, Pannon Egyetem dr.ildiko.ernszt@gmail.com

³Schmeller Dalma, Pécsi Tudományegyetem, dalma.schmeller@gmail.com

BIKAVÉR KONCEPCIÓ BORBAN ÉS TURIZMUSBAN

Dr. Máté Andrea¹

Magyarországon kizárólag az Egri és a Szekszárdi borvidéken engedélyezett a Bikavér bor készítése. A Bikavér jelentős változáson ment keresztül az elmúlt 20 évben. Ebben az EU csatlakozásnak is jelentős szerepe volt, hiszen a jogharmonizáció révén el kellett készíteni a borvidéki termékleírásokat, illetve a földrajzi eredetvédelem nagyobb szerepet kapott. A borvidéki termékleírások változása jól tükrözik két borvidék Bikavér koncepciójának különbségeit.

A Bikavér fogyasztói megítélése a szocializmus tömegtermelése miatt sokat romlott. Ezért napjainkban még mindig dolgozniuk kell a borászoknak a Bikavér újrapozicionálásán, népszerűsítésén.

Ebben a munkában adhat segítséget a borturizmus és a Bikavérhez kapcsolódó turisztikai kínálat. A szekszárdi Bikavér Borongoló és a Egri Bikavér Ünnepi Napok a két meghatározó borvidéki esemény, amely jól mutatja, hogy a két borvidéken nemcsak a Bikavér készítésének a koncepciója más, hanem a hozzá kapcsolódó turisztikai kínálat is.

Kulcsszavak: Szekszárdi borvidék, Egri borvidék, borturizmus, Bikavér Borongoló, Egri Bikavér Ünnepi Napok

¹Dr. Máté Andrea, tanszékvezető, tudományos munkatárs, PTE KPVK, mate.andrea@pte.hu

25 ÉVES A MAGYARORSZÁGI BEVÁSÁRLÓTURIZMUS-KUTATÁS

Michalkó Gábor¹ – Tömöri Mihály²

A turizmus és a kiskereskedelem kapcsolatának rendszeres, tudományos igényű vizsgálata a Michalkó Gábor vezette OTKA T31983 azonosítási számú, „A bevásárlóturizmus regionális különbségei Magyarországon” című, az MTA Földrajztudományi Kutatóintézetben megvalósított projekttel vette kezdetét. Ennek eredményeként éppen 20 évvel ezelőtt (ha nem is Magyarország – az áruk szabad mozgását eredményező – EU-csatlakozásának apropóján) jelent meg az első, egy turisztikai terméket önállóan, monografikusan tárgyaló szakkönyv, A bevásárlóturizmus (Kodolányi János Főiskola, A turizmus termékei elnevezésű kiadványsorozat, 2004). Annak ellenére, hogy a vásárlás a nemzetközi kirándulóforgalomban mind a mai napig vezető motivációnak számít, az utazással összefüggő vásárlások kutatása jelenleg is kuriózumnak tekinthető. Tömöri Mihály 2011-ben védte meg „A határon átívelő kiskereskedelem tereinek társadalomföldrajzi vizsgálata Debrecenben és Nagyváradon” című doktori értekezését és azóta is töretlenül a téma elkötelezett kutatója. A két szakember együttműködését a néhai Süli-Zakar István professzor katalizálta, szakmai barátságuk debreceni gyökerei szoros tartóelemei a bevásárlóturizmus iránti rajongásuknak. Az előadás egyrészt – a konferencia szellemiségéhez illően – visszatekintés az elmúlt negyedszázad eredményeire, azok elméleti és gyakorlati hasznosulására, másrészt kitekintés a téma nemzetközi vonatkozásaira, harmadrészt

előrettekintés a megválaszolásra váró problémákra (az előadásban bemutatásra kerülő kutatás az OTKA K134877 projekt támogatásával valósult meg).

Kulcsszavak: turizmus, kiskereskedelem, vásárlás, határmentiség, jó hely

¹Michalkó Gábor, tudományos tanácsadó, HUN-REN CSFK Földrajztudományi Intézet; egyetemi tanár, Pannon Egyetem GTK, michalko.gabor@csfk.org

²Tömöri Mihály, főiskolai docens, Nyíregyházi Egyetem, tomore.mihaly@nye.hu

TÉRSÉGEKBE SZERVEZETT TURIZMUSTERVEZÉS MAGYARORSZÁGON 2020-TÓL

Nagy Gabriella¹ – Barcza Attila² – Mókusné Pálfi Andrea³ – Aubert Antal⁴

A magyar turizmusirányítás hosszú idő óta keresi a megfelelő struktúrákat és területi szinteket, amelyek elősegíthetik az egyes desztinációk versenyképes piacra lépését belföldön és a küldő piacokon egyaránt. Az előadásban a Magyarországon 2020-ban létrehozott turisztikai térségek statisztikai adatokon alapuló összehasonlító elemzésére kerül sor. A turisztikai térségek összehasonlítását a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (235/2019. (X. 15.) Korm. rendelet) adatai segítették, annak érdekében, hogy feltárjuk a desztinációk egymáshoz viszonyított helyzetét a turisztikai piacon. Továbbá a klaszterelemzés módszerével csoportosítjuk a térségeket a teljesítményeik alapján. Bár a vizsgált időszak viszonylag rövid (2020-2022), amelyben a COVID-19 járvány hatásai erősen tetten érhetők, mégis feltárható a turisztikai térségek teljesítménye.

Kulcsszavak: területi tervezés, turisztikai térség, statisztikai adatgyűjtés, teljesítménymérés

¹Nagy Gabriella, PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola, ngabica13@gmail.com

²Dr. Barcza Attila, PhD fokozattal rendelkező turisztikai szakértő, az Országgyűlés Gazdasági Bizottság, Turisztikai Albizottság elnöke, attilabarcza85@gmail.com

³Mókusné Dr. Pálfi Andrea, PhD fokozattal rendelkező turisztikai szakértő, palfiandi88@gmail.com

⁴Prof. dr. Aubert Antal, professor emeritus, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet, antal@aubert.hu

20 ÉVE PARTNERSÉG - A FERTŐ TÓ STRATÉGIÁN TÚLI ERŐTERE, AVAGY MILYEN HOSSZÚ A FERTŐ TAVI KERÉKPÁRÚT?

Vizi István György¹

Az előadás célja, hogy a kerékpárturizmus példáján keresztül rámutasson azokra az elemekre, amelyek a magyar-osztrák határregióban nem a partnerség irányába mutatnak, hanem a gazdasági érdekérvényesítést szolgálják. Ez a termék Magyarországon (is) a turizmus egyik erős eleme, a tókerülő kerékpárutakra fókuszálva (többek között a Fertő-

tóra). A Sopron-Fertő turisztikai térség márkaprofilja a családi időtöltés és szórakozás köré, a térség kulturális termékkínálatára és a Fertő-part aktív lehetőségeire épít. Mindezt- kiegészítik a határon túlnyúló, burgenlandi komplementer kínálati elemek. Szükséges vizsgálni, hogy a jelentős turisztikai fogadóterülettel és második otthonnal rendelkező Burgenlandból miért érzékelhetően kevés a vendég. A tudatos osztrák marketingkommunikáció elemeinek - földrajzi alapokat felhasználó - vizuális bemutatása megmutatja, hogy a burgenlandi turizmus ellenérdekelte abban, hogy az ott megjelenő látogatók Magyarországot is felkeressék.

Kulcsszavak: Fertő-tó, kerékpárturizmus, vizuális kommunikációs elemek, ellenérdekeltség-együttműködés

¹Vizi István György mesteroktató Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar Turizmus Intézeti Tanszék
vizi.istvan@gtk.uni-pannon.hu

II. szekció: Innovációk, kihívások és válaszok a pandémia után

Szekcióelnök: **dr. Aubert Antal**, professor emeritus, Pécsi Tudományegyetem (C/IV. ELŐADÓ)

A VENDÉGFORGALOM-NÖVEKEDÉS HATÁSAI A RIVIERA DI LEVANTE KELETI RÉSZÉN

Donka Attila¹

A pandémia előtt úgy tűnt, a világ vezető desztinációinak jó részében a turizmus elérte teljesítőképességének határait. Ahogy máshol, úgy Olaszország számos térségében is túlterhelte kezdett válni a természet és a társadalom is. Az ország egyik legfejlettebb régiójának, Liguriának a legnépszerűbb területe a Cinque Terre vidéke, mely évtizedek óta egyre fokozódó mértékben szenved a turistaáradattól. A pandémia drasztikus leállást hozott ugyan, azonban a növekedés utána ugyanúgy folytatódott, ahogy máshol is. A tanulmány a tömegesség kialakulásának okait, a vendégszám növekedésének fokozatait vizsgálja, kitérve a turizmusnak a helyi társadalomra gyakorolt hatásaira. Különösen figyelemre méltó, hogy a környezetéből kiemelkedő öt településen számos ellentmondás figyelhető meg a turizmus tömegességének kezelésére tett kísérletek eredeti céljai és a bekövetkezett hatások között.

Kulcsszavak: Olaszország, Liguria, Cinque Terre, tömegturizmus, nemzeti park

¹Donka Attila, egyetemi adjunktus, Kodolányi János Egyetem, donka@kodolanyi.hu

A NEMZETKÖZI TURIZMUS ÁTRENDEZŐDÉSE A PANDÉMIA UTÁN

Gyuricza László¹

A 2020-ban kitört Covid-járvány a világméretű turizmus történetében (az 1950-es évektől számítva) az eddigi legnagyobb csapást mérte az ágazatra. Korábban soha nem fordult elő, hogy gyakorlatilag az egész Földön leálljon a nemzetközi turistaforgalom.

A Covid óta a nemzetközi turizmusban jelentős változások mentek végbe. Bár a globális turizmus 2024 nyarára gyakorlatilag elérte a 2019-es szinteket, a szektor fokozatosan helyreáll, de az egyes kontinensek, s főképpen az egyes országok között jelentős különbségek vannak.

A pandémia utáni időszakban a turizmus helyreállása nem volt egységes. Míg Európa és Amerika gyorsabb ütemben tért vissza a nemzetközi turizmusba, addig Ázsia és a Csendes-óceáni térség lassabban nyitotta meg határait. Egyes országok már a 2019. évi teljesítményt jelentősen meghaladták, immár az „overtourism”, azaz a túlturizmus problémájával küzdenek, illetve új országok jelentek meg a frekvenciált desztinációk listáján, ugyanakkor más, a turizmusban korábban meghatározó államok még jelentősen elmaradnak a pandémia előtti szinttől.

A tanulmány célja, hogy elemezze a nemzetközi turizmus napjainkban végbemenő folyamatait, aktuális tendenciáit, főbb irányait. Naprakész információkkal, a UNWTO és más nemzetközi turisztikai szervezetek legfrissebb statisztikai adatainak, illetve elemzéseinek felhasználásával vizsgálja a pandémia utáni regionális különbségeket, a nemzetközi turizmus átrendeződését, valamint igyekszik rávilágítani ezek okaira.

Kulcsszavak: nemzetközi turizmus, pandémia, túlturizmus, regionális különbségek, trendek és átrendeződések

¹*Gyuricza László, egyetemi docens, PTE TTK FFI Turizmus Tanszék, gyuricza@gamma.ttk.pte.hu*

TERMÉSZETES GYÓGYTÉNYEZŐK, KIEMELTEN A GYÓGYBARLANGOK, GYÓGYISZAPOK, GYÓGYGÁZOK ÉS KLIMATIKUS GYÓGYHELYEK KOMPLEX TURISZTIKAI VIZSGÁLATA ÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEIK FELTÁRÁSA

Dr. Köbli Ádám¹

A kutatás célja a hazai természetes gyógytényezők jelenlegi helyzetének vizsgálata, a kapcsolódó potenciális fejlesztési területeik meghatározása. Az egészségügyi turisztikai fejlesztések központjában alapvetően hazánkban a gyógyvíz, a fürdők és a vízhez kapcsolódó szolgáltatások állnak. A nem víz alapú természetes gyógytényezők (gyógygáz, gyógyiszap, barlangi klíma, éghajlat) kevesebb szerepet kapnak a kínálatban, a térségi és országos marketingkommunikációban, illetve a turisztikai kutatásokban. Bár a gyakorlatban nincs kimondva, de gyakorlatilag a nem víz alapú gyógytényezőknek egyfajta másodlagos szerep jut a hazai gyógyturizmusban, miközben ezek is olyan egyedi, különleges egészségügyi turisztikai attrakciók, amelyek egy-egy turisztikai térség központi

vonzerői közé tartoznak és mind a hazai, mind a nemzetközi piacok esetén komoly fejlődési potenciállal rendelkeznek.

A kutatás célja a jelenlegi adottságok pontos feltárása, a természetes gyógytényezők szabályozási rendszerének áttekintése, illetve a turisztikai kínálatban betöltött szerepük minél részletesebb megismerése. A hazai gyakorlat mellett a releváns nemzetközi példák elemzése is szükséges. Jó példaként a gyógytényezők terén a legkomplexebb kínálattal rendelkező Németország (és külön Bajorország), illetve Ausztria vizsgálata történt meg elsődlegesen.

Kulcsszavak: gyógyhelyek, természetes gyógytényezők, gyógybarlangok, egészségturizmus

¹Dr. Köbli Ádám, Edutus Egyetem, kobli.adam@edutus.hu

KARRIER ÉS JÓLÉT – A MUNKAERŐ MEGTARTÁSÁNAK KULCSA

Dr. Madarász Eszter¹ – Dr. Papp Zsófia Márta²

A turizmus hagyományosan a hétköznapokból való kiszakadás, a kulturális felfedezés és az új találkozások ígéretével csábítja az embereket. A felsorolt élményígéretnek megvalósítása azonban számos kihívást jelent a turisztikai szolgáltatásokat nyújtó munkavállalók számára, mint például atipikus munkaidő, alacsony bérszint, magas szintű ügyfélforgalom, vagy bizonyos helyzetekben a fizikailag megterhelő munka. Részben a globális kihívások (pl. Covid-19), részben a felsorolt körülmények miatt világszinten is egyre jellemzőbb a munkaerőhiány. Így került előtérbe a munkavállalói jólét kérdésköre, ami hatással lehet a munkaerő megtartására és munkateljesítményére egyaránt. Kutatásunkban a munkavállalói jóllét koncepciójának segítségével azt vizsgáljuk, hogy a turizmusban dolgozók esetében melyek azok a tényezők, amik a munkavállalói jólétükre kisebb – nagyobb hatással vannak, akár olyan mértékig is, hogy a munkahelyváltást, a turizmus pálya elhagyását eredményezheti a munkavállalói jólét hiánya.

Kulcsszavak: turizmus, karrier, munkavállalói jólét

¹Dr. Madarász Eszter, egyetemi docens, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, madarasz.eszter@gtk.uni-pannon.hu

²Dr. Papp Zsófia Márta, egyetemi docens, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, papp.zsofia@gtk.uni-pannon.hu

TÖRTÉNELEM ÉS MODERNITÁS: MIT KERES A Z GENERÁCIÓ A BUDAPESTI FÜRDŐKBE?

Nagy Adrienne¹, Szeidl Klaudia², Szalók Csilla³, Petykó Csilla⁴

Felnőtt egy új generáció az Uniós csatlakozás óta. Mit jelent ez a fővárosi fürdők számára? A fogyasztói szokások alakulásában a Z generáció szerepe egyre meghatározóbb. Őket

különösen érdekli az egészség, a fizikai és mentális jólét, valamint a kalandokkal kombinált szabadidős tevékenységek. A kutatás fő célja, hogy felmérje a budapesti fürdők keresleti és kínálati trendjeit, az utóbbi 20 év főbb változásait a Z generáció számára. A kutatás egyik pillére a Z generáció budapesti fürdőzési szokásainak komplex elemzése, különös tekintettel a motivációra, a döntést befolyásoló tényezőkre, a preferált szolgáltatásokra és a költési hajlandóságra. Ezzel párhuzamosan áttekintésre kerül a fővárosi fürdők fiataloknak kínált szolgáltatásainak köre is. A tanulmány online felmérés segítségével széles célcsoportot ér el. A következő generáció igényeinek kielégítése érdekében a gyógyfürdők egyre inkább igyekeznek személyre szabott, egyedi és innovatív élményeket kínálni, amelyek ötvözik a hagyományos spa és wellness elemeket a modern technológia nyújtotta lehetőségekkel.

Kulcsszavak: budapesti fürdőkultúra, fürdőlátogatási szokások, Z generáció

¹ Nagy Adrienne, Budapesti Gazdasági Egyetem, Turizmus Tanszék, ORCID ID 0000-0003-3780-7775, e-mail: nagy.adrienne@uni-bge.hu

² Szeidl Klaudia, Budapesti Gazdasági Egyetem, Turizmus Tanszék, ORCID ID 0000-0002-5581-3645, e-mail: szeidl.klaudia@uni-bge.hu

³ Szalók Csilla, Budapesti Gazdasági Egyetem, Turizmus Tanszék, e-mail: szalok.csilla@uni-bge.hu

⁴ Petykó Csilla, Budapesti Gazdasági Egyetem, Turizmus Tanszék, ORCID ID: 0000-0003-2403-2552 e-mail: petyko.csilla@uni-bge.hu

EGY TERÜLETFEJLESZTÉSI MODELL KÖZLEKEDÉSI VONATKOZÁSAI A HATÁRMENTI TÉRSÉGEKBEN

¹Nagy Dávid – ²Horeczki Réka – ³Lados Gábor

Az előadás elméleti, összegző megközelítést alkalmaz. Elsősorban az eddig megismert kutatások eredményeinek figyelembevételével kívánja egy új területfejlesztési modell elméleti kereteit bemutatni és annak közlekedési vonatkozásait ismertetni. A határmenti turisztikai desztinációk sajátos közlekedési viszonyait három részre bontva kerül bemutatása a desztinációk megközelítése, a desztináción belüli közlekedés és a településeken belüli helyváltoztatás kérdésköre.

A kutatás célja egyes gazdaságilag és társadalmilag hátrányosabb pozíciójú határmenti térségek felzárkózási lehetőségeinek felmérése, ezen területek problémáinak azonosítása, az egyes hátrányok leküzdésének elméleti megalapozása. A kutatásban megvizsgáljuk, hogy mik lehetnek egy a kulturális örökségen alapuló területfejlesztési modell alkalmazásának feltételei, milyen adottságokkal kell rendelkeznie az adott térségnek. Mivel a modell működtetéséhez szükséges a mobilitási problémák hatékony és fenntartható megoldása, jelen előadás célja ennek elméleti megalapozása, bemutatása.

Kulcsszavak: turizmus, közlekedés, határmenti térség, területfejlesztés

¹ Nagy Dávid, tudományos munkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete; nagy.david@krtk.hun-ren.hu

² Horeczki Réka, tudományos főmunkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete; horeczki.reka@krtk.hun-ren.hu

³ Lados Gábor, tudományos munkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete; lados.gabor@krtk.hun-ren.hu

A LOUIS VUITTON TÁSKA ÉS A SZELEKTÍV HULLADÉKGYŰJTÉS

Dr. Papp Zsófia Márta¹ – Horváth Mónika²

A bevásárló turizmus az egész világon évek óta ismert jelenség és a globalizáció erősödésével párhuzamosan növekedés jellemzi a keresletét. Napjainkra külön altermékké alakult a luxus termékek vásárlására fókuszáló utazás, ahol a „luxus turisták” célja, hogy exkluzív termékekhez és szolgáltatásokhoz személyre szabott élményeken keresztül jussanak hozzá. Egy másik globális trend a fenntarthatóság és az arra való törekvés. Első ránézésre ez a két fogalom (a fenntarthatóság és a luxus fogyasztás) nehezen köthető össze. Gyakran éri az a vád a luxus termékek fogyasztóit, hogy tevékenységük nem fenntartható. Kutatásunkban a fenntarthatósági attitűd skála alkalmazásával azt vizsgáljuk, hogy a luxuscikkek vásárlóira (akik emiatt útra is kelnek) egyébként mennyiben jellemző a fenntartható magatartás és gondolkodás.

Kulcsszavak: bevásárló turizmus, luxus, fenntarthatóság, attitűd skála

¹Dr. Papp Zsófia Márta, egyetemi docens, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, papp.zsofia@gtk.uni-pannon.hu

²Horváth Mónika, PhD hallgató, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar

ZSIDÓ VALLÁSI TÚLTURIZMUS TOKAJ-HEGYALJÁN A CSODARABBIK HALÁLÉVFORDULÓJÁN

Rozgonyiné Dr. Drotár Nikolett¹

Tokaj- Hegyalján az első hászid vezető Teitelbaum Mózes volt, majd neki a tanítványa Friedlander Hermann olaszliszakai rabbi, utóbbinak a tanítványa Reb Sajele bodrogkeresztúri rabbi volt. A XIX.-XX. században a hászid vezetők segítségnyújtásuk, gyógyításaik, csodás tetteik miatt Csodarabbi néven váltak ismertté. A Csodarabbi mítoszait a 2010-es évektől kezdődően a leszármazottak elkezdték feleleveníteni. A kétezres évek előtt is látogatták a sírokat, évi háromezren, de a 2023-as évben évi nyolcvanezer hászid zsidó turista érkezett Tokaj-Hegyaljára a Csodarabbi mítosz miatt. A bodrogkeresztúri rabbi halálévfordulójára (3-4 nap) az elmúlt két év kutatási eredményei alapján 30 ezer fő volt a zsidó turistaérkezések száma. Bodrogkeresztúr népessége 2023-as adatok alapján 877 fő volt, így a jorcájt időszakában egyértelműen túlturizmus valósult meg. A település vezetése ideiglenes parkolót jelöl ki a település határában a jorcájt idejére, hogy közlekedési szempontból a falut tehermentesítse. A zsidó vallási turizmus külföldi szervezői mobilházakat hozatnak, hogy a szálláshelyhiányt orvosolják, továbbá ideiglenes rendezvény sátrakat állítanak fel étkezési, vallási és szállás céljával. Az

étkezéshez szükséges kóser alapanyagokat Budapestről és külföldről rendelik. A faluba a jorcájt idejére csak a helyi lakosok (igazolvány felmutatásával) és a zsidó turisták léphetnek be, a településen ebben a 3-4 napban fokozott rendőri intézkedés van érvényben. A településen megindult egy ingatlanfelvásárlási hullám, amely az eredményezte, hogy a községben átlagosan 60-80 millió forintért lehet ingatlant vásárolni. Már nem csak a községben, hanem a szomszédos Bodrogkisfaludban is Tokajban is egyre több eladó ingatlan jelenik meg a kínálatban. Az ingatlanfelvásárlás azonban a népességszám csökkenését eredményezi. Pozitív hatása a zsidó vallási turizmusnak a helyi lakosság foglalkoztatottságának a növelése, Bodrogkeresztúr, Olaszliszka és Sátoraljaújhely településeken. Helyi szervezőkként, takarítóként, felszolgálóként, temető gondokként, karbantartóként kínálnak munkalehetőséget a helyi lakosságnak. Napjainkban a túlturizmus jegyei Tokaj-Hegyalján Bodrogkeresztúrban érzékelhető, de a növekvő nemzetközi turistaérkezések miatt tovább gyűrűzik majd Olaszliszka és Sátoraljaújhely településekre.

Kulcsszavak: vallási turizmus, túlturizmus, Tokaj-Hegyalja

¹Rozgonyiné Dr. Drotár Nikolett, egyetemi docens, Tokaj-Hegyalja Egyetem, drotar.nikolett@unithe.hu

TURISZTIKAI TÉRÉRTÉLMELÉZÉS ÉS TÉRHASZNÁLAT A PÉCSVÁRADI VÁR MINT ATTRAKCIÓ PÉLDÁJÁN A PANDÉMIA ELŐTT ÉS UTÁN

Gászné, Bósz Bernadett¹ – Schultz Éva²

A pandémia hatása az örökségszektorra is sokkolóan érintette, bár részben más szempontból, mint a forprofit ágazatokat. Az online kultúrák közvetítése a történelmi várak esetében marginális szerepet játszott a koronavírus idején, viszont a természetközelség, a nyitott terek okán hamar visszatértek a valós térben közösségi élményekre vágyó látogatók.

Vizsgálatunk célja a turisztikai térértélmelés és -használat változásainak feltárása a COVID-19 előtti és utáni időszakban a 2024-ben 25 éve önkormányzati fenntartású pécsváradi vár – honlapja alapján „Élményvár” – példáján. A 2019-ben, 2023-ban és 2024-ben zajlott empirikus kutatás módszere a terepszemle, a megfigyelés és a látogatói megkérdezés volt.

Kutatási eredményeink alátámasztják az kulturális turizmus (UNWTO, 2018) és a múzeum (ICOM, 2022) megújult definíciói alapján a szellemi örökségek felértékelődésének és a látogatók bevonásának a növekvő fontosságát a térhasználat és -értélmelés vonatkozásában. Eredményeink gyakorlati alkalmazása segítheti az örökséghasznosítás hatékony térkezelését és -interpretációját, különös tekintettel a várturizmusra.

Kulcsszavak: turisztikai térértélmelés, pandémia, kulturális örökség, vár

¹ Gászné Bósz Bernadett, doktorjelölt, Pécsi Tudományegyetem, TTK Földtudományok Doktori Iskola; külsős oktató, Budapesti Gazdasági Egyetem, KVIK, Turizmus Tanszék; gasznebosz.bernadett@uni-bge.hu

² Schultz Éva, tanársegéd, Budapesti Gazdasági Egyetem, KVIK, Turizmus Tanszék; doktorjelölt, Pécsi Tudományegyetem, TTK Földtudományok Doktori Iskola; schultz.eva@uni-bge.hu

BUDAPEST AZ EURÓPAI FILMGYÁRTÁS ÉLVONALÁBAN - A DIE HARD – DRÁGÁBB, MINT AZ ÉLETEDTŐL A SZEGÉNY PÁRÁKIG

Dr. Tóth Tímea Zsófia¹

A kulturális és kreatív iparágak egyre nagyobb szerepet töltenek be a nemzetgazdaság egészében és a versenyképesség növelésében. A filmturizmus, a kulturális oldalról és a filmipar oldaláról is megközelíthető terület, a kreatív iparágak fontos eleme. Ezek a kreatív iparágak egyértelműen megfigyelhetőek Budapest esetén is, amely az utóbbi 15-20 évben újrapozícionálta magát a filmipar tekintetében. Az utóbbi húsz évben hatalmasat lépett előre a hazai filmgyártás, a budapesti stúdiókban folyó munka színvonaláról sokat elmond, hogy két éven belül másodszor ismerték el Oscar-díjjal a magyar stáb egy-egy tagjának munkáját. A nálunk forgó külföldi szuperprodukciókon dolgozó szervizcsapatok teljesítményének is köszönhető, hogy mára a budapesti stúdiók egy polcon helyezkednek el a londoniakkal, a Los Angeles-iekkel és a prágaiakkal. A filmek gazdaságra gyakorolt hatása nem újkeletű, azonban a magyar fővárosban olyan kardinális változások mentek végbe az utóbbi időben, amelyek már a nemzetközi produkciók figyelmét is felkeltették. A kutatás alapvető célja ezeknek a változásoknak, illetve azoknak a gazdasági folyamatoknak a feltárása, amelyek elősegítették a pozitív előremozdulást a nemzetközi produkciók tekintetében.

A vizsgálat Budapest európai filmipari jelentőségét kívánja bemutatni, kidomborítva azokat a szolgáltatásokat, amelyek maximálisan kiszolgálják a Magyarországra érkező nemzetközi produkciókat. Az ilyen méretű és színvonalú forgatásoknak szükségük van kiváló minőségű és felszereltségű filmipari infrastruktúrára, turizmushoz köthető szolgáltatásokra (szálláshely és vendéglátás), valamint helyi, magas minőségű filmes szakemberekre. Budapest mindezekkel rendelkezik, hiszen az utóbbi időben olyan léptékű fejlesztések zajlottak a magyar fővárosban és az agglomerációban is, amelyek biztos háttérrel adnak a produkcióknak. Így jött létre az Origo Filmstúdió, a Stern Filmstúdió és az Astra Filmstúdió is. A professzionális kereslet mellett a szabadidős filmturisták is egyre nagyobb arányban vesznek részt Budapest turizmusában. Így azokat a kínálati elemeket is érdemes számba venni, amelyeket az itt forgatott filmek generáltak és a turisták között is nagy sikereket értek már el. A vizsgálat a szekunder részen felül (törvények, gazdasági mutatók, versenyképességi adatok) primer módszertanra is épül, amely során a filmipari infrastruktúrában aktívan résztvevő szakemberekkel készültek mélyinterjúk. Ezek nyomán nemcsak a magyar filmipar gazdasági környezetének változásaira derül fény, hanem a szakmai filmes és szabadidős kínálat egyre bővülő elemeire is.

Kulcsszavak: filmturizmus, filmek Budapesten, filmturisztikai termék, kreatív ipar, filmturisztikai attrakció, magyar filmipar, desztinációs marketing

¹Dr. Tóth Tímea Zsófia adjunktus, Kodolányi János Egyetem, toth.timea.zsofia@kodolanyi.hu

FOGYASZTÁSI MOTIVÁCIÓK A HAZAI KÖNNYŰZENEI FESZTIVÁLOKON

Varga Tamás¹ - Marton Gergely²

A fesztiválturizmus napjaink egyik legdinamikusabban fejlődő turisztikai terméke, amely kiemelkedő vonzerővel bír a látogatók számára. A fesztivállátogatók egyre inkább az élményekre, kapcsolatokra és közösségi élményekre fókuszálnak. Ezen tényezők alapján a fesztiválok jelentős szerepet játszanak a turisztikai élményformálásban, hozzájárulva a helyi kultúra és gazdaság fenntartható fejlődéséhez. A kutatás célja a hazai könnyűzenei fesztiválok látogatóinak motivációs tényezőinek feltárása volt, amely 701 válaszadó online kérdőíves kitöltésével történt. Módszertani szempontból vizsgálatra kerültek a válaszadók különböző motivációs jellemzői és a köztük lévő összefüggések/hatásmechanizmusok. Az eredmények rámutatnak arra, hogy a fesztiválok látogatói elsősorban az élmények és kapcsolatok keresésére összpontosítanak, míg a kulturális tartalmak iránti érdeklődés csupán az életkor előrehaladtával jelenik meg/növekszik.

Kulcsszavak: fesztiválturizmus, fogyasztói magatartás, motiváció, könnyűzenei fesztivál

¹Varga Tamás, PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktori Iskola, 90vargat@gmail.com

²Marton Gergely, adjunktus, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, Sporttudományi és Testnevelési Intézet, martongergely@gamma.ttk.pte.hu

AZ ÖRÖKSÉGTURISZTIKAI TERMÉKMENEDZSMENT SZEREPE A RURÁLIS TÉRSÉGEK FEJLESZTÉSÉBEN BURGENLAND PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Wirth Gábor¹

Napjainkban számos rurális térség fejlesztési terveiben kap egyre meghatározóbb szerepet az örökségturisztikai kínálat bővítése. A tanulmány célja abban áll, hogy Burgenland, különös tekintettel a Fertő-tó (Neusiedlersee) örökségturisztikai menedzsmentjének legjobb gyakorlatait vizsgálva felvázolja a hazai rurális örökségipar fejlesztési lehetőségeit. A kutatás kiinduló kérdését az jelentette, hogy milyen módon válhattak az örökségi értékek Burgenland turizmusának egyik alapvető erőforrásává, hozzájárulva a turizmus és a helyi gazdaságfejlesztés sikereihez. A kutatás további célkitűzése, hogy bemutassa a vizsgált térség turizmusának problémáit, valamint a térségi turizmusmenedzsment legjobb gyakorlatait vizsgálva Magyarország tóparti desztinációinak fejlesztési lehetőségeit is feltárja. A szakirodalom és feldolgozása és a

statisztikai adatok mellett a fejlesztési dokumentumok is elemzésre kerültek, amit a burgenlandi turizmus meghatározó szereplőivel készített interjúk tovább árnyaltak.

Kulcsszavak: turizmusfejlesztés, Burgenland, desztinációmenedzsment, örökségturizmus

¹Dr. Wirth Gábor, Főiskolai tanár, Edutus Egyetem, wirth.gabor@edutus.hu

III. szekció: A vidéki turizmus 30 éve

Szekcióelnök: **dr. Hanusz Árpád**, professor emeritus, Nyíregyházi Egyetem (A/322. SZEMINÁRIUM TEREM)

MENNYIRE NÉPSZERŰEK A FALUSI ÉS VIDÉKI TURISZTIKAI HELYSZÍNEK A VÁROSI, KIEMELTEN A FŐVÁROSI LAKOSSÁG KÖRÉBEN NAPJAINKBAN?

Behringer Zsuzsanna¹ – Kulcsár Noémi² – Tevely Titanilla³

Az utazási kedv a világvárvány után, a makrokörnyezetben bekövetkezett válságtényezők ellenére is megmaradt a hazai fogyasztók körében. A keresleti igények azonban részben átfomálódtek. Empirikus kutatásunkban azt vizsgáltuk, hogy mennyire igénylik a városi környezetben élők a természet- és emberközelibb, csendesebb vidéki és falusi helyszíneket. Vajon a világvárvány által felerősödött természetbe vonulás és szeparáltan történő pihenés igénye a kevésbé zsúfolt, ismeretlen, kisebb vidéki és falusi desztinációkban megőrizte népszerűségét, esetleg nőtt is kedveltsége a városi utazók körében, vagy újabb trendek bontakoztak ki az eltelt években? Kutatási kérdéseinkre online kérdőíves felmérés keretében kerestünk választ, és eredményeink alapján megállapítható, hogy az urbanizált életmód nem feltétlenül jár együtt a városi célpontoktól történő elfordulással, és a fogyasztók szabadidős utazásaik során szívesen választanak (nagy)városokat, népszerű üdülőhelyeket. Amennyiben falusi és vidéki desztinációkba utaznak, akkor a természetközelség, a helyi kultúra és gasztronómia megtapasztalása a leginkább motiváló tényező számukra.

Kulcsszavak: fogyasztói magatartás, utazási motiváció, falusi és vidéki desztináció, urbanizáció, természetközelség

¹dr. Behringer Zsuzsanna, főiskolai docens, Budapesti Metropolitan Egyetem, és Ph. D. hallgató, Neumann János Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, zbehringer@metropolitan.hu

²Dr. Kulcsár Noémi Ph. D. egyetemi docens, Budapesti Metropolitan Egyetem, nkulcsar@metropolitan.hu

³Tevely Titanilla, Ph. D. hallgató, Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, tevely.titanilla.virag@phd.uni-sopron.hu

A HELYI LAKOSSÁG IGÉNYEIT SZEM ELŐTT TARTÓ, TURISZTIKAI CÉLOKAT (IS) SZOLGÁLÓ KÖZLEKEDÉSI FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK NÓGRÁD VÁRMEGYÉBEN

Nógrád vármegye két, kiemelt turisztikai térség között található csendes, vidéki jellegű vármegye. A természeti és kulturális adottságai igen kedvezők, de kihasználatlan potenciálok feltárásra, bemutatásra várnak. A turisztikai fejlesztések során óvatos eljárás szükséges, mivel egy-egy rendezvény rámutat, hogy a túlzott turizmus rövid távon is képes károkat, a helyi lakosság számára – átmeneti – kellemetlenséget okozni.

Szinte minden közlekedési mód a turizmus eszköze illetve célja lehet. A turisztikai célú, de a közlekedési is érintő fejlesztések közül a vármegye kerékpárúthálózatán keresztül mutatható be legjobban a vármegyében lakók és az ide látogatók igényeit összehangolni képes elképzelés. Nógrád vármegye az országos kerékpárút törzshálózat három szakaszával is érintett, amelyekhez kisebb, helyi hálózatok csatlakoznak. A szabadidő eltöltését további népszerű fejlesztésekkel lehet elérni, ilyen az Ipoly- hidak kulturális útvonal, vagy a bányászati hagyományokra építő, hiánypótló kisvasút építés. A beruházások megvalósítása során a pályázati források mellett a magántőke bevonása elősegítheti az eredményességet.

Kulcsszavak: vidéki turizmus, túlturizmus, lassú turizmus, kerékpárutak, Ipoly-hidak, kisvasút

¹*Feketéné Benkó Kata, doktorvárományos, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, benkokata@gmail.com*

²*Szabó Lajos, egyetemi tanár, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, szabo.lajos@uni-mate.hu*

³*Remenyik Bulcsú, egyetemi docens, Tokaj-Hegyalja Egyetem, remenyik.bulcsu@uni-the.hu*

A MAGYAR FALVAK FUNKCIÓVESZTÉSE ÉS A FALUSI TURIZMUS ÚTKERESÉSE AZ ELMÚLT 30 ÉVBEN

Dr. Hanusz Árpád¹

A 80 -ás évek végén újra indult Magyarországon a falusi turizmus, melynek alap gondolata és vonzereje volt, a falusi hagyományok ápolása, bemutatása, megtanítása és turisztikai attrakcióvá fejlesztése. A 90-es évek elején felgyorsultak a folyamatok, hiszen a társadalmi átalakulás következtében a vidéken felszabaduló szabad munkaerő és a kihasználatlan „tisza szobák hasznosítása előtérbe került. Különösen az apró falvas térségekben volt jellemző, ahol a még elevenen élő népi hagyományok ápolására nagy hangsúlyt fektettek. Mind a kézművesség, mind a gasztronómia területén a fesztiválok szervezésével teremtették meg a bemutatkozás lehetőségét. Az agráriumra épülő népi hagyományok bemutatása, megismertetése volt a falusi turizmus fő vonzereje. Napjainkra az agráriumban bekövetkezett fejlesztések és a földtulajdon koncentrációjának következtében, falvaink egy része funkciót veszített és ezért a falusi turizmus is elvesztette korábbi vonzerejét. Fontos tehát annak kutatása, hogy melyek azok a lehetőségek, amelyek életben tudják tartani a vidék turizmusát. A funkciót veszített falvakban mára a természet közelsége jelent igazi vonzerőt a falusi turizmus iránt érdeklődő turisták számára.

Kulcsszavak: Falusi hagyományok, gasztronómia, kézműves, FTOSZ, funkcióvesztés, fenntarthatóság

¹*Dr. Hanusz Árpád, professzor emeritus Nyíregyházi Egyetem, BGE*

**DIGITAL DELIGHTS:
PHYGITAL EXPERIENCE IN LUXURY HOTEL RESTAURANTS**

Juhász-Dóra Katalin¹

Abstract: The aim of the present research is to propose a framework of phygital experiences in case of luxury hotel restaurants in the context of gastronomic delights.

The term phygital is a combination of the words physical and digital, indicating the condition in which an experience is not only physical or digital, but a hybrid combination of both. As a result of the advent of novel digital technologies in luxury hotels, the concept of tourist space and guest servicescape is continually under transformation, creating hybrid consumption of digital and physical servicescapes.

The literature review justifies the investigation of digital technologies on customer experience in the hospitality sector as a research gap. On one hand, digital technologies are recognized as sources of competitive advantage, on the other hand, they also represent risks and challenges in case of hospitality services. Traditionally, the hospitality industry has focused on human interaction and personalised experiences, paradoxically, emergence of digital transformation has become a critical necessity in case of luxury hospitality services. The nature of luxury experiences is constantly transforming with the focus shifting from objective criteria of luxury services to understanding customers' perceptions of luxury experiences.

As the result of the research, present study proposes a framework of phygital experience in luxury hotel restaurants. Application of the conceptual framework can support hotel general managers, food and beverage directors in making such strategic decisions that will enable the hotel staff delivering holistic and memorable experience for their guests in the future.

Keywords: phygital experience, hotelscape, hospitality, luxury hotel, food and beverage

¹*Juhász-Dóra Katalin, főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Egyetem,
Katalin, Juhász-Dóra, college associate professor, Budapest Business University,
juhasz-dora.katalin@uni-bge.hu*

KÁRPÁTALJA FALUSI TURIZMUSA: TÖRTÉNETI KONTEXTUS ÉS ADATALAPÚ ELEMZÉS

Dr. Sass Enikő¹

Az előadás során Kárpátalja falusi turizmusának történeti áttekintését a falusi turizmussal foglalkozó kárpátaljai magyar szervezőkkel készült 12 mélyinterjú kiértékelése, az adatalapú elemzést pedig a falusi vendéglátókat felmérő kérdőíves kutatás alapján szeretném bemutatni. Az eredmények szerint az 1990-es évektől kezdve napjainkig Kárpátalja magyarlakta területein a falusi turizmus különböző pozitív és negatív környezeti tényezők hatására folyamatos változáson, átalakuláson, fejlődésen ment és megy keresztül, amelyet a vizsgálatok alapján három szakaszra lehetett bontani:

1. szakasz (1989 – 1999): a falusi turizmus iránt jelentkező igény, alkalmi szálláshelyek, szerény vendéglátás; 2. szakasz (2000 – 2009): növekvő igény, mennyiségi és minőségi javulás, szervezett keretek keresése, létrehozása; 3. szakasz (2010-től – napjainkig): gazdasági, politikai, egészségügyi válságok, új vendékkör megjelenése, magasabb szervezethez, érdekképviseleti szint, vendégházak minősítése.

Kulcsszavak: Kárpátalja, falusi turizmus, fejlődési szakaszok, szálláshely minősítés, krízisek korszaka

¹*Dr. Sass Enikő, docens, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, sass.eniko@kmf.org.ua*

HAGYOMÁNY ÉS INNOVÁCIÓ TALÁLKOZÁSA: AZ ÉLMÉNYTURIZMUS FEJLŐDÉSI LEHETŐSÉGEI A NÉMET NEMZETISÉGI FALVAKBAN

Dr. Szeidl Klaudia¹ – Dr. Aubert Antal²

Az élményturizmus egyre inkább előtérbe kerül a globális turizmusban, különösen azon régiókban, amelyek gazdag kulturális és történelmi örökséggel rendelkeznek. Magyarország német nemzetiségi falvai különleges helyet foglalnak el ebben a kontextusban, hiszen a sváb kultúra és hagyományok szervesen kapcsolódnak a vidéki élethez. Az elmúlt évtizedekben a falusi turizmus számos változáson ment keresztül: míg korábban elsősorban a passzív szemlélődés és a természet közelsége volt a fő vonzerő, ma már az interaktív, élményalapú turisztikai formák kerültek előtérbe. Az autentikus helyi élmények iránti kereslet növekedésével a német nemzetiségi falvak egyedi lehetőségeket kínálnak a kulturális és gasztronómiai élmények iránt érdeklődő turisták számára.

A kutatás célja az élményturizmus különböző aspektusainak átfogó vizsgálata a hazai sváb falvakban, különös tekintettel a kulturális örökség turisztikai hasznosítására és a modern keresleti trendekhez való alkalmazkodásra. A vizsgálat további célja az élményturizmus és helyi gazdaság, illetve közösség kölcsönhatásának vizsgálata, valamint azok az innovatív megoldások feltérképezése, amelyek segíthetnek a sváb falvak turisztikai

kínálatának megújításában, hogy a falvak hosszú távon is versenyképesek maradjanak a turisztikai piacon.

Kulcsszavak: élményturizmus, falusi turizmus, német nemzetiség

¹ Budapest Gazdasági Egyetem KVIK Turizmus Tanszék, adjunktus, szeidl.klaudia@uni-bge.hu

² Pécsi Tudományegyetem TTK FFI Turizmus Tanszék, professzor emeritus, antal@aubert.hu