

OTDK-dolgozat

Bálint Edina

2013

Kárpátaljai és budapesti diákok utazási szokásainak vizsgálata
Analysis of transcarpatian and budapest students' travel habits

Kézirat lezárása: 2011. november 1.

TARTALOM

BEVEZETÉS.....	1
I. AZ IFJÚSÁGI TURIZMUS HELYE A TURIZMUSBAN	3
1. Ifjúsági turizmus Magyarországon.....	4
2. Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája.....	6
II. UTAZÁSI SZOKÁSOK	11
1. Az utazási szokások változása, jelene	12
2. A magyarországi fiatalok utazási szokásai.....	14
III. A FIATALOK SZOCIOKULTURÁLIS HELYZETE	17
1. Kárpátaljai helyzetkép.....	17
2. Magyarországi helyzet	19
IV. A KUTATÁS MÓDSZERE.....	21
V. EREDMÉNYEK	22
VI. ÖSSZEFOGLALÁS, JAVASLATOK.....	35
IRODALOMJEGYZÉK	38
MELLÉKLET	41
1. Diákok utazási szokásai kérdőív	41

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat: A meglátogatott úti cél előzetes ismeretei 31-32

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra: Az ifjúsági turizmus keresletének területi megoszlása.....	4
2. ábra: A Nemzeti Ifjúsági Stratégia céljai.....	8
3. ábra: Az Ifjúsági Turizmus Fejlesztési Konceptió célstruktúrája	9
4. ábra: Kárpátaljai diákok nem szerinti eloszlása	22
5. ábra: Budapesti diákok nem szerinti eloszlása	22
6. ábra: Életkor	23
7. ábra: Munkahelyi eloszlás (Kárpátalja).....	24
8. ábra: Munkahelyi eloszlás (Budapest).....	24
9. ábra: Mely helyre/helyekre utaztál már az alábbiak közül? (Kárpátalja).....	25
10. ábra: Mely helyre/helyekre utaztál már az alábbiak közül? (Budapest).....	25
11. ábra: A diákok utazási céljai.....	25
12. ábra: Kivel utaztál?	26
13. ábra: Mivel utaztál?	27
14. ábra: Az utazás szervezője.....	28
15. ábra: Milyen információforrás alapján döntöttél?	28
16. ábra: Ki foglalta le a szállásodat?	29
17. ábra: Igénybe vett szálláshely típusa	30
18. ábra: Az étkezés helye	30
19. ábra: Az út során végzett tevékenység	33
20. ábra: Költségek (Kárpátalja).....	34
21. ábra: Költségek (Budapest/a).....	34
22. ábra: Költségek (Budapest/b)	34

BEVEZETÉS

A turizmus világviszonylatban az egyik legnagyobb és leggyorsabban növekvő ágazat. Gazdasági jelentőségét jelzi, hogy 1999-ben a világon megtermelt GDP-nek közel 12 %-a a turizmusból származott és mintegy 200 millió ember foglalkoztatását biztosította.¹

Magyarországon a turizmus 2005-ben már 990 milliárd Ft GDP-t generált, ami akkor az össz GDP 5,4 %-át jelentette. A foglalkoztatottak 7,9 %-a, vagyis 303 000 fő dolgozott a turizmus valamelyik szegmensén.

Két év telt el, és 2007-ben a magyarországi GDP 5,9 %-át, 1 322 milliárd Ft-ot tett ki a turizmusból származó bevétel. Ekkor már a foglalkoztatottak 8,4 %-a, 323 000 fő dolgozott a turizmusban.²

A fenti mutatókból is látszik, hogy érdemes a turizmussal foglalkozni, hisz évről évre egyre nagyobb bevételeket generál szinte a „semmitől”. Ám felvetődik a kérdés, hogy mégis mi az a mozgatórugó, ami a turizmust, mint feltörekvő gazdasági szektort életben tartja és korunk egyik legsikeresebb ágazatává teszi.

Az elmúlt évtizedben egyre több kutatást végeztek a turizmus szereplői körében, közülük is inkább azokat kérdezték meg, akik a turizmusban, mint „fogyasztók” érdekeltek. A kutatások sok egyéb között korcsoportonként, célterületenként, ágazatonként jelentek meg.

Jelen kutatásom célja, hogy bemutassam a diákok utazási szokásait. Dolgozatomban arra szeretnék rávilágítani, hogy mi ösztönzi utazásra ezt a korcsoportot, illetve, hogy a szociokulturális helyzet függvénye-e a diákok utazási szokásainak.

2008-ban, szülőföldemen, Kárpátalján végeztem első ízben utazási szokás vizsgálatot a diákok között a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskolán. Ekkor a főiskola harmadéves földrajz és biológia szakos hallgatója voltam. 2010-ben, ottani tanulmányaim befejezése után, felvételt nyertem a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskolára, így a Márton Áron Szakkollégiumba jelentkeztem bentlakásra. A kollégiumban felsőoktatási intézményekben tanuló diákok laknak, akik között van magyarországi és külföldi származású is, főleg a környező országokból.

Mindezeket szemlélve úgy véltem érdekes lehet jelenlegi és egykori környezetemet vizsgálva, összehasonlítani a két intézmény diákjainak utazási szokásait.

¹ <http://arpi.theater.hu/erika/anyag/turizmus.html>

² http://itthon.hu/site/upload/mtrt/kiadvanyok/pager/hun_turizmus_magyarorszagon_2010/

Hipotézisem szerint a budapesti Márton Áron Szakkollégiumban a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskolához képest a diákok sokkal többet költenek utazásra. Ennek családi helyzetük, életkörülményük az oka, hisz a kollégiumban, egy zártabb közösségben élnek, mint a Kárpátalján megkérdezett diákok, kiknek nagy többsége szüleivel él.

További feltevésem, hogy a származásunk befolyásolja utazási szokásainkat. Az, hogy hol, milyen körülmények között nevelkedtünk, mit láttunk családukbán későbbi utazásaink alapkövei lehetnek. Úgy vélem, hogy minél keletebbre megyünk, Ukrajna felé, annál kevesebb az utazások gyakorisága az itt élő lakosság körében.

Kutatásomban ezt a két hipotézist vizsgálom primer kutatással, kérdőíves felmérés segítségével.

I. AZ IFJÚSÁGI TURIZMUS HELYE A TURIZMUSBAN

Az ifjúsági turizmusnak, mint a turizmus egyik specifikus szegmensének az elismertsége világviszonylatban alacsony szinten áll. A Turisztikai Világszervezet (UNWTO) 2005-ben 121 országban készített felmérése szerint, az országok mindössze 34%-a ismeri el az ifjúsági turizmust, mint különálló kategóriát. A felmérésből az is kiderül, hogy a fejlődő országokban az ifjúsági turizmus magasabb prioritást élvez, mint a fejlett, nyugati államokban. Érdekes itt kiemelni, hogy főleg Ázsiában és az Afrikai országokban van nagy szerepe a turizmus eme szegmensének.³

A World Youth Student and Educational Travel Confederation (WYSE) ifjúsági turizmusról, mint globális jelenségről készített összefoglalója szerint a globális turizmus 20%-a köthető a fiatalokhoz. A fiatal korosztály évente 160 millió utazást tesz, ami 136 milliárd dolláros turisztikai piacot jelent.⁴

Az ifjúsági turizmusban a szezonális mellett a szezonon túli időszak is jelentős, hiszen a korosztály „korcsoportjai” egymástól markánsan eltérő jegyekkel rendelkeznek. Az ifjúsági turizmus tehát egy nagyszerű lehetőség minden ország számára, hogy a túlzottan vagy kevésbé erőteljesen megmutatkozó szezonálitást mérsékelje. Ám figyelembe kell vennünk, hogy e csoport résztvevőinek mobilitása a nyári szezonban a legmagasabb.⁵

Az ifjúsági turizmus, mint önálló turisztikai termék, illetve piaci szegmens körülhatárolása módszertani kérdéseket is felvet. Ez a szegmens értelmezhető korcsoportként, piaci részként (például hátizsákos turisták, nyelvtanulási céllal utazók és csereprogramok résztvevői), vagy egyszerűen a diákok tanulási célú utazásaiként is kezelhető. Mivel a fenti jellemzők mindegyike megragadja az ifjúsági turizmus valamely sajátosságát, ezért a World Youth Student and Educational Travel Confederation (WYSE) az ifjúsági turizmusnak egy jobban alkalmazható definícióját javasolja. Eszerint: „Az ifjúsági turizmus magában foglalja a 16–29 éves korosztály egy évnél rövidebb ideig tartó,

³ Mester Tünde (Az Önkormányzati Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. kutatási eredményei alapján): Ifjúsági turizmus Magyarországon – I. rész, 3. oldal

Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája. Készült az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságának megbízásából, Pannon Egyetem, Turizmus Tanszék. Veszprém, 2010., 14. oldal

⁴ WYSE Travel Confederation: Climate Change and Youth Travel” Industry Guidelines. Amsterdam, 2007., 4. oldal

Mester Tünde (Az Önkormányzati Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. kutatási eredményei alapján): Ifjúsági turizmus Magyarországon – I. rész, 3. oldal

⁵ Limex Kft Szakértői Team. 365 nap turizmus: Nyugat-Dunántúlon Nyugat-Dunántúl Turisztikai Régió szezonon túli turizmusfejlesztési programja. Kiadó: Limex Kft., Szombathely, 2009., 21. oldal

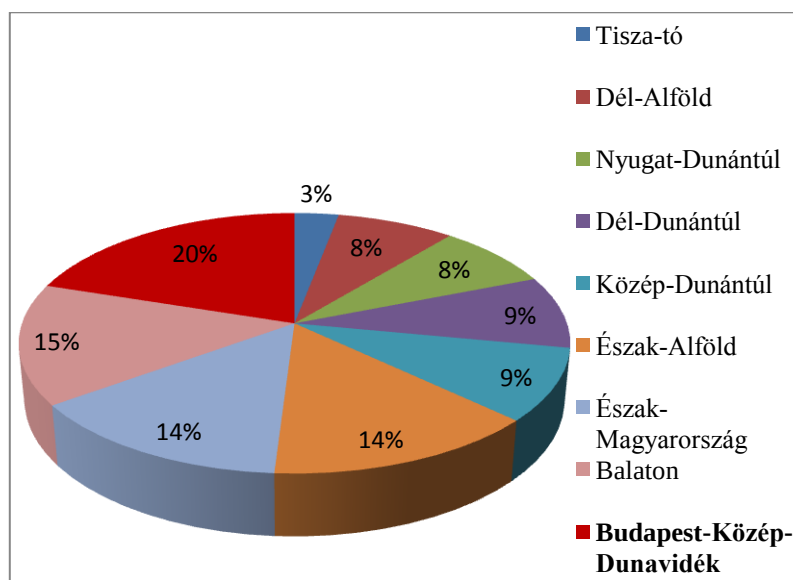
önálló utazásait, amit részben vagy teljes egészben más kultúrák megismerésének vágya, élettapasztalat szerzése, és/vagy az utazó szokásos környezetén kívül elérhető formális vagy informális tanulási lehetőségekből származó haszonszerzés motivál.”⁶

1. Ifjúsági turizmus Magyarországon

Mint a turizmus minden ágában, úgy az ifjúsági turizmusban is megkülönböztetünk keresleti és kínálati oldalt. A kettő elemzése ad pontos képet az ifjúsági turizmus helyzetéről.

Magyarországon az ifjúsági turizmus keresleti oldalának eloszlását az alábbi ábrával lehet a legjobban szemléltetni:

1. ábra: Az ifjúsági turizmus keresletének területi megoszlása



Saját készítésű ábra, 2011. Forrás: KSH, 2009

Mint láthatjuk a magyarországi fiatalok 20%-a leginkább Budapest – Közép – Dunavidék régiót látogatja, a lista végén a 2009-es adatok szerint a Tisza – tó állt. Azóta a Tisza – tavi régió fejlesztéseket végzett, így valószínű, hogy ez a keresletében is jelent némi növekedést.

Általános kép az ifjúsági turizmus keresleti oldaláról az, hogy a gyors és olcsó utakat kedvelik a fiatalok; fontos, hogy attraktív legyen, hogy egyedi élményeket nyújtson. Célterületei általában az egynapos városlátogatások, koncertlátogatások, wellness,

⁶ Mester Tünde (Az Önkormányzati Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. kutatási eredményei alapján): Ifjúsági turizmus Magyarországon – I. rész, 3. oldal

hátizsákos kirándulások, rokon, barát meglátogatása és ezzel együtt városnézés, szórakozás.

A magyarországi ifjúsági turizmus kínálati oldalának egyik fontos pillére, hogy hol szálljon meg az ifjú utazó? A szabályozás oldaláról figyelve az elsődleges szálláshelytípus az ifjúsági szálló, ám ez nem a teljes szálláshelykínálat.

Ha fontossági sorrendet kellene felállítani, akkor a korcsoportnál inkább az élmény, mintsem a körülmény élvez elsőbbséget, így további szálláshelytípusok is szerepet játszanak: kollégiumok, erdei iskolák, kempingek, panziók, alacsonyabb kategóriájú szállodák és magánszállások. Sajnos nem tudjuk megmondani, hogy a felsorolt szálláshelyeken megszálló vendégek hány százalékát teszik ki az ifjúsági turizmus szereplői, hisz erről ez idáig nem készült statisztikai kimutatás.⁷

Az ifjúsági turizmusra sajátos vonzerők jellemzőek. Ezek közül kiemelhetők a rendezvények, a különböző ifjúsági találkozók, a kulturális találkozók, a fesztiválok, valamint az erdei iskolák és a táboroztatások. A különböző attrakciók megítélését mind a szakmai telefonos kutatás, mind az ifjúsági turizmusban érintett szakemberek mélyinterjúi során vizsgálták.⁸

Egyre elterjedtebb a szolgáltatók körében (közel felénél), hogy kifejezetten az ifjúsági célcsoportnak szánnak bizonyos turisztikai termékeket. Ezek a speciális termékek inkább a rendezvényszervezők, nemzeti parkok és egyéb attrakciógazdák által összeállított turisztikai termékeket jelent.⁹

Az ifjúsági turizmus mindezek ellenére problémákkal küszködik. Ezek a következők:

1. Alacsony hatékonyságú reklámtevékenység. A fiatalokhoz nem, illetve nem nagy hatékonysággal jutnak el a szórólapok, prospektusok.
2. A fiatal korosztályt megcélzó programok, programegyüttesek hiánya a régióban. Ezek megjelenése, interpretációja nem vonzó a fiatalok számára.
3. A helyi gazdaság és társadalom nem, vagy kevésbé fogékony az ifjúsági turizmus (be)fogadására.¹⁰

Hogy ezeket a problémákat megfelelően tudják orvosolni megszületett az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája, terve.

⁷ Mester Tünde (Az Önkormányzati Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. kutatási eredményei alapján): Ifjúsági turizmus Magyarországon – II. rész, 3. oldal

⁸ Mester Tünde (Az Önkormányzati Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. kutatási eredményei alapján): Ifjúsági turizmus Magyarországon – II. rész, 6. oldal

⁹ Mester Tünde (Az Önkormányzati Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. kutatási eredményei alapján): Ifjúsági turizmus Magyarországon – II. rész, 8. oldal

¹⁰ Limex Kft Szakértői Team. 365 nap turizmus: Nyugat-Dunántúlon Nyugat-Dunántúl Turisztikai Régió szezonon túli turizmusfejlesztési programja. Kiadó: Limex Kft., Szombathely, 2009., 22. oldal

2. Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája

Az 1998. évi kormányváltást követően az Ifjúsági és Sportminisztérium 1999. január 1-jén alakult meg, míg az ifjúsági turizmus csak fél évvel később, 1999. július 16-án került be a statútum rendeletébe.¹¹

Az elmúlt évtizedben az ifjúsági ügyekért felelős tárca fejezeti sorairól pályázati úton több mint másfél milliárd forint összegű támogatást nyújtott a szféra számára. A támogatás döntően táboroztatásra és szálláshely-fejlesztésre, kisebb mértékben turista útjelzés-felújításra, kutatásra és marketingre (szakmai kiadványok) került felhasználásra.

A tárca évente számos szakmai rendezvényt szervezett, illetőleg támogatott pl. Ifjúsági Turizmus és Természetjárás Konferencia (ITTK), Táboroztatók Országos Konferenciája (TOK), Szabadidő-szervezők Országos Konferenciája (SZOK), Balatoni Ifjúsági Turisztikai Szeminárium, MISZSZ Ifjúsági házak nemzetközi konferenciáin való részvétele.

Leszögezhető, hogy az ifjúsági turizmust érintő kormányzati feladatellátás jelenleg sem egy tárcához telepített. A Szociális és Munkaügyi Minisztérium az ifjúságpolitika és az esélyegyenlőség, az Önkormányzati Minisztérium a turizmus és a sport, az Oktatási és Kulturális Minisztérium a közoktatás, míg a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium a természetvédelem keretében látja el az ifjúsági turizmust érintő feladatokat.¹²

A Magyar Túrázó Zöld könyv vitáirában az ifjúsági stratégia fogalmát a következőképpen határozták meg *„az ifjúsági stratégia a társadalom és részei ifjúsági szempontú cselekvéseinek adott célok szerinti hosszú távú összerendezése, és az erőforrások ennek szolgálatába állítása. A Nemzeti Ifjúsági Stratégia (NIS) (2009-2024) alárendelt stratégiája lesz az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája, amelyet az Ifjúsági Turisztikai Fejlesztési Konceptió alapoz meg”*.¹³

A rendszerváltozás óta eltelt években az ifjúsági turizmus egyes elemeiben folyamatos figyelmet kapott, ám ez nem jelentett megfogalmazott kormányzati stratégiákat. A kormány feladata, hogy a fiatalok társadalmi integrációját elősegítse. Ehhez kapcsolódóan fejleszti a szabadidő hasznos eltöltéséhez szükséges infrastrukturális feltételeket, valamint

¹¹ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitáirat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 39. oldal

¹² Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitáirat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 42. oldal

¹³ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitáirat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 22. oldal

programot indít az egészség- és környezettudatos életmód népszerűsítése és a demokratikus állampolgári attitűd fejlesztése érdekében.¹⁴

Az Országgyűlés határozata fogadta el a Nemzeti Ifjúsági Stratégiát, amely a 2009-2024 közötti időszakra határozza meg a fiatal korosztállyal kapcsolatos célkitűzéseket, eszközöket, teendőket. Mivel a stratégiát a szociális tárca készítette, ezért itt is a szociális jellegű turizmusról van szó. A kulturális értékteremtés, kultúraközvetítés feladatok között megemlíti az ifjúsági turizmust, az ifjúsági szakmai utazást, mint az interkulturális tanulás egyik eszközét. A fiatalok számára a sportlétesítmények és a kulturális programok elérhetőségének növelése a tudatosság és a társadalmi integráció fejlesztési javaslatai között szerepel. A nonprofit ifjúsági turizmus – melyről később még említést teszek – jelen stratégiának nem része.¹⁵

A stratégiát azzal a céllal állították össze, hogy kijelöljék a magyarországi ifjúsági turizmus hosszú távú fejlesztési irányait, valamint, hogy meghatározzák a hatékony fejlesztés megvalósításához szükséges szakmai munka szervezeti kereteinek tartalmi vonatkozásait.

A stratégiában foglalt intézkedések megvalósulásuk esetén az alábbiakat segítik elő:

- Az ifjúsági turizmus fenntartható, értékteremtő, minőségi fejlesztését;
- A szereplők piaci orientációját előmozdító együttműködések kialakulását, illetve fejlődését;
- A térségfejlesztést a területi specifikumok figyelembevételével;
- A döntéshozók számára a koncepcionális iránymutatást, amellyel segíthetik az ifjúsági turizmus fejlesztését;
- A turizmus egyes részterületei, illetve a kapcsolódó ágazatok ifjúsági turizmussal kapcsolatos feladatainak meghatározását;¹⁶

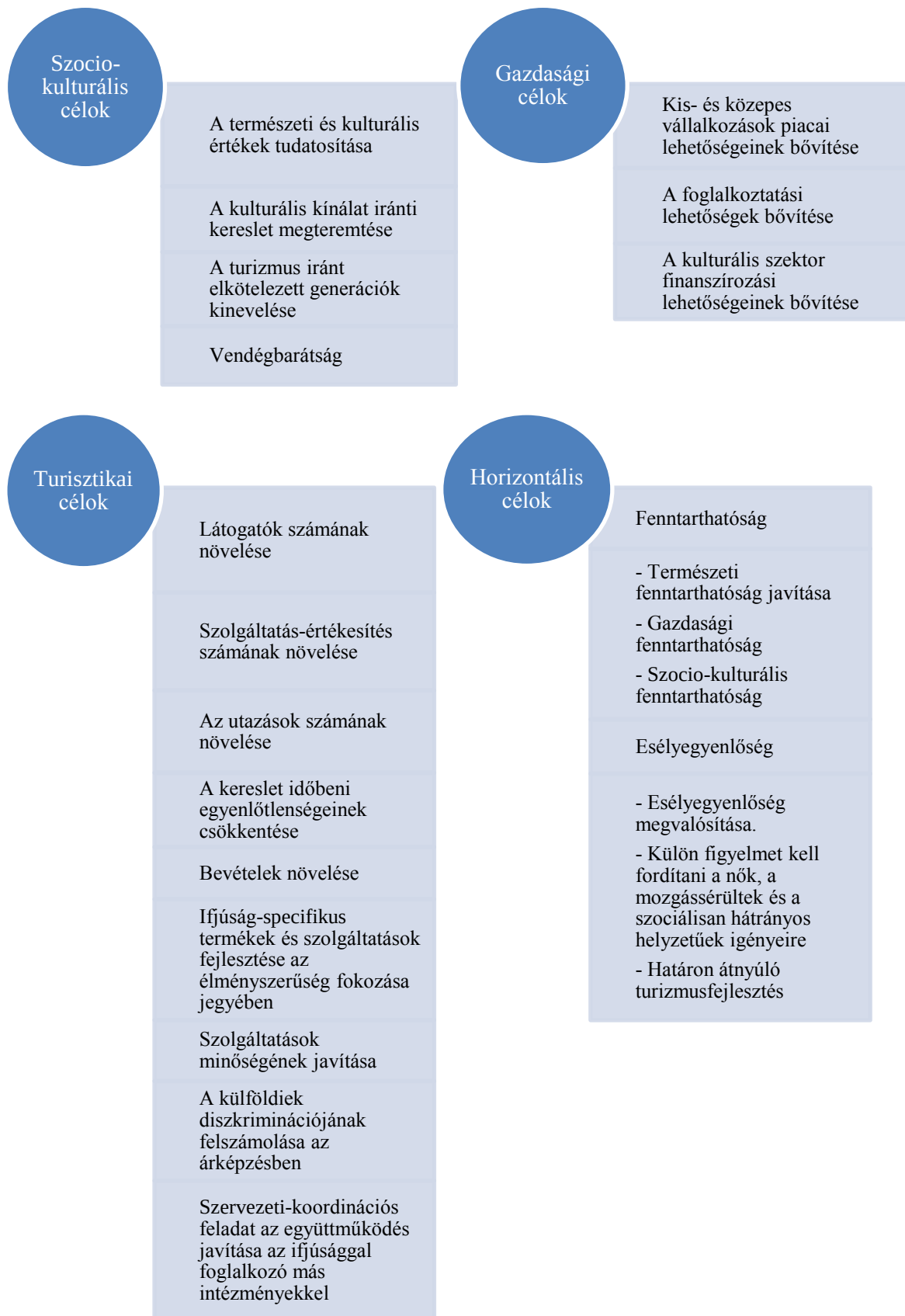
A stratégia elsősorban a 18-30 éves korosztály turizmusára összpontosít. A 18 év alattiak turizmusával kisebb súllyal foglalkozik. Az alábbi célok elérését tűzi ki:

¹⁴ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 15. oldal

¹⁵ Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája. Készült az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságának megbízásából, Pannon Egyetem, Turizmus Tanszék. Veszprém, 2010., 56-57. oldal

¹⁶ Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája. Készült az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságának megbízásából, Pannon Egyetem, Turizmus Tanszék. Veszprém, 2010., 6. oldal

2. ábra: A Nemzeti Ifjúsági Stratégia céljai

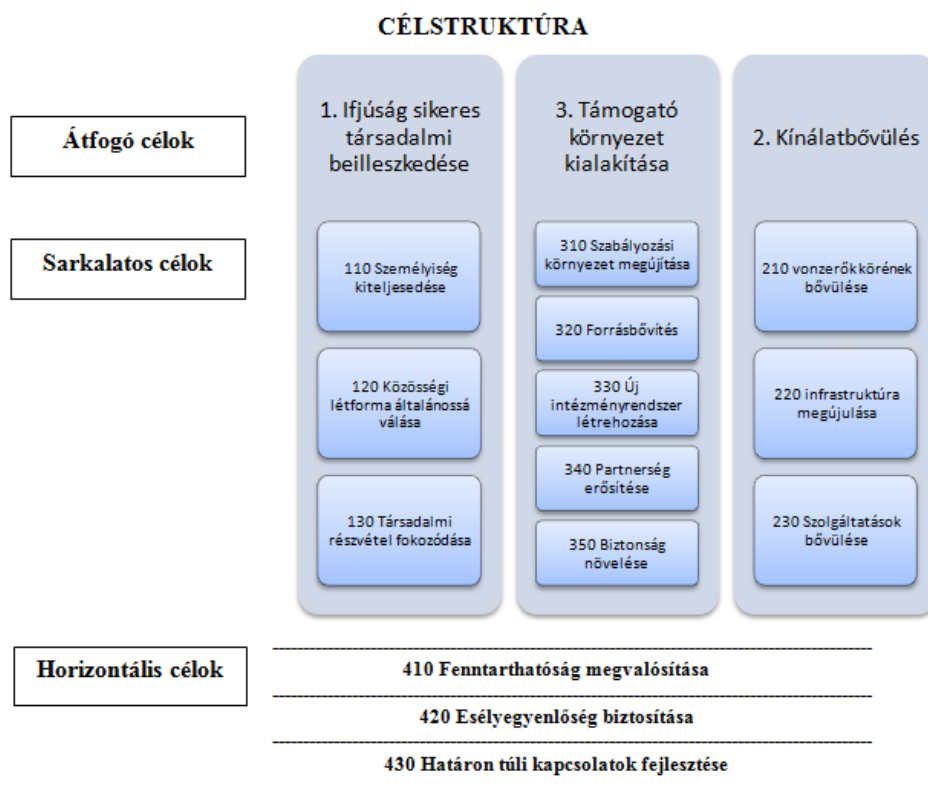


Saját készítésű ábra, 2011. Forrás: Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája. 7-8. oldal

Érdemes néhány szóban megemlíteni a nonprofit ifjúsági turizmust is, ami az Ifjúsági Turizmus Fejlesztési Konceptiója (ITFK). Ez olyan koncepcióként szolgál, amely egyben előkészíti, illetve megalapozza az ifjúsági turizmus szabályozásához szükséges jogszabályok főbb tartalmát. A koncepció megvalósítása érinti az összes ifjúsági turizmusban érdekelt csoportot, tehát nem csak a szűk ifjúsági turizmust, hanem az ide kapcsolható egyéb ágazatokat, területeket is.

Az ITFK időhorizontja 2010–2025, amely igazodik a NIS-hez. Az ITFK céljai között szerepelnek az átfogó-, a sarkalatos- és a horizontális célok. Három átfogó célt határoz meg a koncepció, melyeken belül a sarkalatos célok segítik ezen átfogó célok megvalósítását. A horizontális célok pedig ezektől függetlenek, bár megvalósításuk elengedhetetlen ahhoz, hogy a koncepció elérje egyéb céljait és megalapozza az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiáinak, ezen belül pedig a Nemzeti Ifjúsági Stratégia megvalósulását.¹⁷

3. ábra: Az Ifjúsági Turizmus Fejlesztési Konceptió célstruktúrája



Saját készítésű ábra, 2011. Forrás: Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért, 78. oldal

¹⁷ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 60. oldal

Mindezen célok megvalósításához mind a NIS-nek, mind pedig az ITFK-nak forrásokra van szüksége. Az ifjúsággal kapcsolatos állami feladatok és a kapcsolódó források jelentős része hagyományosan a szakminisztériumok hatáskörében található. Az ifjúságért mindenkor felelős minisztériumok ifjúsági célú előirányzatai 2004-ig nőttek, majd folyamatosan csökkentek a fejlesztési célok átcsoportosítása, illetve megszűnése következtében. 2007-ben alig több mint 1,3 milliárd Ft állt e célra rendelkezésre, szemben a 2006. évi 2 milliárd Ft-tal.

A hazai forrásokat 2007-től a Youth in Action (Fiatalok Lendületben) program egészíti ki. A többi forráslehetőség közül kiemelkedik az Európai Unió pályázatok aránya, ami 26%, de a magas szórás alapján elmondható, hogy ezekhez a forrásokhoz a szervezetek szűk köre jut hozzá sikeresen.

Az ifjúsági terület pályázatkezelési szabályait, eljárásait célirányos kutatás még nem vizsgálta. Nincsenek célszerűsége, eredményessége vonatkozó adatok, információk. A pályázatok cél szerinti megvalósulását, társadalmi hatását, megtérülését sem vizsgálják, indikátorok kidolgozására nem került sor. A monitoring rendszer csupán a pénzügyi teljesítés szabályosságának vizsgálatára korlátozódik.¹⁸

Áttekintve a stratégiát és a koncepciót megállapíthatjuk, hogy bár az ifjúsági turizmus létező fogalom, de a turizmuson belül még nem materializálódott eléggé. Kutatásom is ezen ágazat fontosságára szeretné felhívni a figyelmet. Az fiatalok egyre többet utaznak – ha elrugaszkodunk a szűken értelmezett turisztikai utaktól – ezért termékeket kell kialakítani, lehetőségeket kell biztosítani.

¹⁸ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 60. oldal

II. UTAZÁSI SZOKÁSOK

Ahogy már korábban említettük az ifjúságot „mozgásba kell hozni”. E cél megvalósításának első lépése a helyzetelemzés, aminek – ezen esetben – a legmegfelelőbb módja a statisztikai kérdőívezés, kutatás. Röviden szeretném bemutatni, hogy hogyan alakulnak, alakultak utazási szokásaink az évek alatt, és ezen belül a magyarországi diákok utazási szokásai is.

Utazási szokások alatt értjük azokat a térben és időben tetten érhető tevékenységeket, amelyek egy pontosan körülhatárolható társadalmi csoport múltban bekövetkezett utazásait jellemzi. Tekintettel arra, hogy az utazási szokások tényezői alapvetően a turisztikai magatartásból fakadnak, azok sok esetben megegyezők. Az utazási szokások számbavételekor alapvető kérdésként merülhet fel magának az utazásnak a ténye mivel számos esetben előfordul, hogy a vizsgálatba bevont társadalmi szegmens bizonyos hányada nem vesz részt a tárgyalt folyamatokban.

Az utazási szokásokat nagyobb területi egységben (régió, ország) élőkre vagy bizonyos egyedi célcsoportokra (orvosok, élsportolók) érdemes vonatkoztatni.¹⁹

Az utazási szokások esetében minimálisan fel kell tárnunk a megvalósult utazások irányát (belföldi, külföldi), úti célját (ország, régió, megye, település), a mozgás formáját (oda–vissza, csillagtúra, körutazás), az utazás lebonyolításának módját (magán, szervezett). Továbbá vizsgálnunk kell az utazásban résztvevők számát (egyéni, családi), az igénybe vett szolgáltatásokat (szállás, ellátás), a közlekedés módját (légi, vasúti, közúti, hajó), és nem utolsósorban a motivációt, illetve az abból fakadó tevékenységet, illetve az elköltött pénzmennyiséget. Ezek az információk már elegendőek ahhoz, hogy a vizsgált csoport utazási szokásaival kapcsolatban alapvető és általános ténymegállapításokat tehessünk.²⁰

Ezek a szempontok elengedhetetlenek feltételei egy utazási szokást vizsgáló felmérés elkészítésének. Az általam készített statisztikai kérdőív is ezen szempontok figyelembevételével lett megszerkesztve.

¹⁹ Michalkó Gábor: A turizmuselmélet alapjai. Kodolányi János Főiskola. Székesfehérvár, 2004., 62. oldal

²⁰ Michalkó Gábor: A turizmuselmélet alapjai. Kodolányi János Főiskola. Székesfehérvár, 2004., 63. oldal

1. Az utazási szokások változása, jelene

Ahogy változik a világ, úgy változnak utazási szokásaink is. A gazdasági fellendülések egyben a turisztikai utazások fellendülését, intenzitásának növekedését is jelentik, a gazdasági válságok pedig csökkentik ezt az intenzitást.²¹

A Magyar Turizmus Zrt. megbízásából elkészült a magyar lakosság utazási szokásait feltáró kutatás eredménye a 2010-es évre vonatkozóan. Az 1000 fős, 18 év feletti, reprezentatív mintán végzett felmérés alapján a múlt évben a magyar háztartások kb. 7,2 millió utazáson vettek részt, amelyek közül 5,6 millió belföldi, 1,6 millió külföldi út volt.²²

2010-ben lassú növekedés indult meg az idegenforgalom terén. Az év első hat hónapjában 5,6%-kal többen utaztak, mint 2009 azonos időszakában.

A legnépszerűbb úti célok továbbra is Európa és Latin-Amerika, de új országok és területek is kezdenek előtörni. A következő évek nagy turisztikai nyertese Ázsia lesz. Jelenleg az összes turisztikai költség 21%-a jelenik meg itt. Elemzők szerint várhatóan az összes költség 1/3-át és az utazók 22%-át „birtokolja” majd Ázsia.

A British Airways tapasztalatai szerint az utazások a városlátogatásokról a nyaralások felé tolódnak el.²³

A first-, business-, turista osztályok után többféle osztály, többféle szolgáltatás várható, melyekkel jobban ki lehet szolgálni az egyéni igényeket. Az utasok költségeire jellemző, hogy nagyobb arányban szerepelnek a mellékes, kiegészítő szolgáltatások. A trend a fapados légitársaságoktól indult, és ma már a hagyományos légitársaságok is élnek ezzel a lehetőséggel. Ez ugyan jelent plusz bevételt számukra, hosszú távon azonban valószínűleg nem ez lesz a tökéletes megoldás az anyagi problémáikra.

A jövőben az utazási szolgáltatók egységesen nagyobb hangsúlyt helyeznek az utazás egészére. Az eddigi "gyenge pontok" pl. a földi és a légi szolgáltatások közötti kapcsolat - javítása lesz a cél. Várhatóan a teljes csomagokat kínáló, és a szolgáltatásokat az ügyfél igényeire igazító szolgáltatókra lesz egyre nagyobb az igény. Ezzel együtt újra népszerűek lesznek azok az utazásszervezők, akikkel személyesen lehet beszélgetni - az igényes utazók az élő, kérdezhető referenst fogják preferálni, szemben a személytelen online foglalásokkal, bár jelenleg még ez utóbbi éli virágkorát. Az egész világon érzékelhető, hogy az emberek a hobbijuknak akarnak hódolni a nyaralásuk során is, így a személyre

²¹ http://vojazs.blog.hu/2011/01/03/utazasi_trendek_a_2011_es_evre

²² <http://rtdm.hu/node/439>

²³ http://vojazs.blog.hu/2011/01/03/utazasi_trendek_a_2011_es_evre

szabott úti tervek, az extra igények kielégítése mindenhol előtérbe került. Ezt pedig egy weboldallal nehéz egyeztetni.

A demográfiai változások az idegenforgalom terén is éreztetik hatásukat. Az idősebb korosztály többet utazik, hiszen egészségi állapota és anyagi helyzete is megengedi számára. Ők a rövidebb városlátogatások helyett a hosszabb időtartamú pihenéseket választják. Igényeik újabb szolgáltatások kialakítására ösztönzi a szolgáltatókat.²⁴

A demográfiai változásokkal is összefüggésben a wellness, a gyógyulás egyre gyakrabban válik az utazás céljává. A gyógyulni vágyók számára már létre is jött a Healing Hotels of the World szövetség, mely jelenleg több mint 50 tagszállodával az összes kontinensen jelen van. Emellett, az egészségügyi ellátások árában tapasztalható eltérések miatt az emberek egy-egy műtét, kezelés miatt is sokszor utaznak. Itt külön kiemelném hazánkat, Magyarországot, hisz az egészségturizmus ezen ága – a megfizethető és szakmailag is kiváló műtétek és kezelések – tömegeket vonz országunkba. A nyugati országszélen nálunk is tapasztalható fogászati turizmus mellett a plasztikai- vagy összejt-kezelésekért utazók igényeire is jelentős turisztikai ágazat alakul.

Az üzleti utazások terén újra növekedést tapasztalhatunk. Az is igaz azonban, hogy a cégek jobban megnézik, hogy mire és hogyan költik el az utazásra szánt összegeket.

Az utazások típusa is változóban van. A korábban előtérbe helyezett, "kihagyhatatlan" látnivalók helyett egyre divatosabb felfedezni valami újat, valami eldugott kis érdekességet.

Népszerűbbek a folyami hajóutak. Egyiptomi favorit a nílusi hajóút, a rajnai és a volgai, illetve a laoszi Arany Háromszög hajóút, amely során a Mekong-folyót és Laosz, Thaiföld és Mianmar legszebb részeit ismerhetjük meg.

Nem csak a szupergyors expresszeken való utazás lett kedveltebb az elmúlt években, hanem a hagyományos, étkezőkocsis vonat utak is hódítanak. Ilyen például a Deutsche Bahn hatvanas éveket idéző Rheingold-Express járata.

Az ökoturizmus előretörésével az utazóknak gyakran célja a szegényebb országok segítése, egy-egy probléma megoldásában való részvétel. Utazási formává vált az önkéntes munka, vagy a nyaralás során egy-egy kisebb feladat ellátása. Az utazók helyi nonprofit szervezetekkel együttműködve vesznek részt valamely, helyi lakosokat segítő, az élővilágot védő feladat ellátásában. A környezettudatos utazók számának növekedése számtalan változást generált a szállodaiparban, például: kis fürdőkád, nagy zuhanykabin.

²⁴ Utazási trendek a 2011-es évre - 2. rész (utazási szokások), 2011.01.05.

Továbbra is növekszik a családos, gyerekekkel utazók száma, így a szolgáltatók az ő igényeiket is egyre jobban igyekeznek kielégíteni. A bahreini központú Gulf Air már babysittereket is alkalmaz a fedélzeten. A sky nanny feladata, hogy segítse a szülőket a gyermekek ellátásában és szórakoztatásában.²⁵

Azt tényként megállapíthatjuk, hogy a technikai fejlődés hat a turizmusra. Naponta újabb és újabb fejlesztések történnek és termékek kerülnek a világpiacra. Életünkre az aktuális technikai újdonságok közül talán a legnagyobb hatással az okostelefonok és a közösségi oldalak vannak.

Ezek a fejlesztések a turizmusban is megmutatkoznak. A mobiltechnológiát például főleg az üzleti utaztatás terén alkalmazzák.

Egy érdekes adatot nézzünk meg: 2009-ben az üzleti utazók 25%-a használta mobiltelefonját valamilyen utazással kapcsolatos tevékenységre, egy ősszel, 2010-ben készült felmérés szerint pedig már a megkérdezettek 40%-a. Ebből is láthatjuk, hogy milyen gyorsan fejlődik a technológia és milyen gyorsan adaptálódik ez a turizmusban.

Az internethasználat az utazások tervezése során is egyre elterjedtebb. Ma az utazók harmada állítja, hogy mindig az internetről tájékozódik az utazások előtt. Községi oldalak közül a legnépszerűbb a Facebook. Aki nincs fenn ezeken a közösségi oldalakon nehezebben tud érvényesülni. Ez egy hatalmas marketingeszköz.²⁶

A mai fiatalok mindebbe már beleszületnek, ez a természetes számukra. A korszerű technológiák, az internet hozzáférés elengedhetetlen egy-egy utazás alatt. Aki tehát a fiatal korosztályt szeretné megcélozni és számukra turisztikai terméket kínálni elsősorban szerepeljen az interneten honlappal és talán nem túlzás azt mondani, hogy érdemes közösségi oldalakon is szerepelni, hisz mindezek a fiatalok körében népszerűek.

2. A magyarországi fiatalok utazási szokásai

A Fanta Trendriport alapjául szolgáló kutatás során 450 (18 és 25 év közötti) fiatal kérdeztek meg online kérdőíves módszerrel. Ez a 450 fő nem, kor, iskolai végzettség és településtípus tekintetében reprezentatívan tükrözi a korosztályba tartozó magyar fiatalokat.

Az eredmények szerint a mai tízen- és huszonéves korosztály már egy kulturálisan nyitott világba született és nőtt bele. Számukra már természetes, hogy bizonyos filmek,

²⁵ http://vojazs.blog.hu/2011/01/05/utazasi_trendek_a_2011_es_evre_2_resz

²⁶ Utazási trendek a 2011-es évre - 3. rész (technikai fejlődés), 2011.01.07.

zenék akadálytalanul jutnak el hozzájuk, s az is, hogy szórakozásuk, kommunikációjuk és kultúrafogyasztásuk alapvetően az interneten keresztül zajlik.²⁷

A fiatalok fesztivállátogatási szokásairól, az NRC által készített felmérés szerint elmondható, hogy alapvetően nyitottak a nyári közösségi rendezvényekre, erre utal, hogy tíz fiatal közül nyolc részt vett már valamilyen fesztiválon, karneválon, vagy tervezi ezt a közeljövőben.²⁸

Ahogy a fenti kutatások is bizonyítják fiatalság még inkább élményorientált, mint az átlag turista. Új élményt, új hatásokat, új dimenziót keres utazásai során. Számukra nagyon fontos, hogy megéljék, átéljék az utazás történéseit, azoknak aktív részesei legyenek. Ezért is kerülnek sokszor az uniformizált turisztikai szolgáltatásokat és attrakciókat. A befogadás a fiatalok számára komplexebb élmény, mint csak a látvány. Csak akkor teljes, ha a történet aktív részei lehetnek, illetve ők alakíthatják a történetet. Tehát az ifjú turista alapvető igénye a kaland.

E korosztály jórészt elutasítja a paneleket, a standardokat, a kötelező programokat. Döntően saját maga kívánja felépíteni, vagy a véletlenekre hagyni a bekövetkező történéseket.

Nagyon fontos a turisztikai szolgáltatók részéről megtalálni azt a módot, amely vonzó lehet az adekvát korcsoportoknak. Az alapgondolat az aktivitás. Arady Csaba fogalmazta meg, hogy meg kell adni a turista számára a felfedezés élményét, ehhez a szolgáltató maximum rávezetést adjon. Példaként megemlíthetjük a túrautakat, mely ugyan kijelöl egy útszakaszt, de hogy azon mit tapasztalunk, az attól függ, mennyire járunk ott nyitott szemmel.²⁹

Az ifjúsági turizmus történései szabadidőben, lakóhelyen kívül megvalósuló utazások, melynek motivációja honismeret és rekreáció.

Az ifjúsági turizmusban érintett korosztályok alapvetően oktatási intézmények tanulói. E korosztály nagy része vagy alacsony jövedelemmel rendelkezik, vagy egyáltalán nincs saját bevétele, ezért az ifjúsági turizmus szorosan kapcsolódik az oktatási-, szociális- és ifjúságpolitikához is.³⁰

²⁷ Turizmus bulletin: SÁGVÁRI BENCE1: „Csellengő múzsák” – Kultúra- és médiafogyasztási szokások a fiatalok körében, 40. oldal

²⁸ Sija Marianna - Schauermann Péter: A 15–25 éves fiatalok fesztivállátogatási szokásai, 30. oldal

²⁹ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 117. oldal

³⁰ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 119. oldal

Az ifjúsági turizmus döntően csoportos formában jelenik meg egy adott területen. Ez magán hordozza a „csordaszellem-közösségi kultúra” negatív és pozitív ismérveit egyaránt. Így turisztikai szempontból jobban, de nem könnyebben kezelhető szegmensét adják a turistáknak. Ezért a vidék felfedezésén túl fontos a játék, a sport, a vetélkedés, a kapcsolatépítés. Természetesen ez hat a közlekedésre, szállásigényre, étkezésre és a programválasztásra is.

A gyermek és ifjúsági csoportok kevésbé igényesek a szállásra. Fontos számukra a szállás közösségi tere, ami az ismerkedés és spontán programok helyszíne.

Mivel az unió országaiban, így hazánkban is egyre kitolódik a munkába állás időpontja, ezért egyértelmű, hogy kedvezmények és támogatás nélkül nem lehet érdemi ifjúsági turizmusról beszélni, hiszen e korosztály nem rendelkezik saját, szabadon felhasználható jövedelemmel.

Az Európai Unió eddigi felmérései alapján:

- A hazai turizmus célközönségéből hiányzik egy szegmens, a 15-30 év közötti korosztály, illetve a nekik szóló kínálat igen gyenge.
- A korosztály számára adekvát internetes kommunikáció nem kellően erős.
- Több aktivitást, kalandot kell kínálni e fogyasztói rétegnek.³¹

Elengedhetetlen tehát, hogy mindezen problémák figyelmen kívül hagyásával próbáljuk az ifjúsági turizmust, mint a turizmus egyik ágát fejleszteni. Ezekre a fiatalokra építeni kell, bármilyen korosztályba sorolják is be őket a felmérések folyamán. A következő fejezetben szeretném bemutatni, hogy honnan kell felépíteni a turizmust, mint rendszert az emberekben.

³¹ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 119. oldal

III. A FIATALOK SZOCIOKULTURÁLIS HELYZETE

A gyermek- és ifjúsági korosztályok közösségi élményszerzésének, egészségtudatos életmódja kialakításának, társadalmi szocializációja elősegítésének jó eszköze az ifjúsági turizmus.

A fiatalok turizmusban történő részvétele nevelési, oktatási, rekreációs feladatot is ellát, segíti a megfelelő életvezetési normák kialakulását, a korosztály társadalmi beilleszkedését, a családi és közösségi értékek elsajátítását, hozzájárul az egészséges életmód és a turizmusbarát szemléletmód kialakításához.³²

Fiatal felnőttkornak nevezzük a felnőtté válás útjának utolsó szakaszát, amikor a fiatalok jogilag és biológiailag már felnőttnek tekinthetők, gazdasági függetlenedés tekintetében azonban csak részlegesen. Ez az életszakasz nem határolható be konkrét életkorral, hanem egy speciális társadalmi pozíciót jelöl. Ezt az életszakaszt tehát – túlnyomórészt a hosszabb képzési idő és a kései munkavállalás miatt – a felnőtt státusz jogainak és kötelezettségeinek késleltetett vállalása jellemzi.³³

1. Kárpátaljai helyzetkép

A Kárpát-medencében élő fiatalok igen eltérő szociokulturális adottságokkal rendelkeznek, hisz más-más országban, családokban szocializálódtak és ismerték meg országuk, „országai” kultúráját.

Veres Valér tanulmányában – címe: A kárpát-medencei magyar fiatalok életeseményei, társadalmi-gazdasági helyzete és közérzete – részletesen kifejti azon fiatalok szociális, kulturális helyzetét, akik az egykori Magyarországtól leszakadt területeken élnek. A terjedelemre való tekintettel részletesebben a kárpátaljai magyar fiatalok helyzetét szeretném bemutatni Veres Valér tanulmány alapján, mivel kutatásom másik szegmense a kárpátaljai diákok.

A 2004-ben végzett tanulmányban 489 kárpátaljai magyar fiatalot kérdeztek meg. A kutatási eredmények alapján a megkérdezettek fele úgy nyilatkozott anyagi helyzetéről, hogy beosztással jól kijön, és részben elégedett részben pedig nem azzal az életminőséggel, amiben él.

³² Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 119. oldal

³³ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 18. oldal

Az ország (Ukrajna) gazdasági helyzete – a válaszadók 60%-a úgy véli – romlott, az ország lakosainak életszínvonaláról is hasonlóan vélekednek. Ám érdekes, hogy arra a kérdésre, hogy milyennek látja az ő saját helyzetét, 46%-uk azt válaszolta, hogy nem változott. Vagyis 2004-ben a kárpátaljai magyar fiatalok nem érzékelték az ország gazdaságának romlását vagy nem is romlott a gazdaság. Tapasztalatom és véleményem szerint inkább az előbbi igaz, mintsem az utóbbi.

Kárpátalja, mint ahogy minden egykori magyar terület, egy kis sziget Ukrajnában, mely lényegében sem hozzá, sem pedig Magyarországhoz nem tartozik. Ha megkérünk egy kárpátaljai magyar anyanyelvű lakost, hogy nevezze meg hol született, akkor nem azt fogja mondani, hogy Ukrajnában, hanem, azt, hogy Kárpátalján. És erre, bátran mondhatom, büszkék is a kárpátaljaiak.

Az Ukrán állam csekély összeggel támogatja a diákok továbbtanulását. Ösztöndíjra csak a nagyobb egyetemeken számíthatnak a hallgatók. Például az Ungvári Nemzeti Egyetem hallgatói kapnak tanulmányi ösztöndíjat, ám a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola diákjai nem.

További megszorítás a kárpátaljai magyar fiatalok számára, hogy az emeltszintű érettségi feladatokat vagy nagyon rossz minőségben vagy egyáltalán nem fordítják le magyarra. Az iskolai ukrán nyelv oktatása során pedig szinte lehetetlen, hogy a magyar ajkú diákok megtanulják az államnyelvet. Így hát az, hogy nincsenek megfelelően lefordítva az érettségi tesztek, hatalmas hátrányt jelent, hisz, ha nincs meg ez a teszt, akkor nem is felvételizhet a diák felsőoktatási intézménybe.

A kárpátaljai diákok szociális helyzetét összefoglalva térjünk rá kulturális helyzetükre. Mivel magyar diákokról van szó, így kultúrájuk is magyar. Egy nagyon kedves ének, amit gyakran idézünk, éneklünk odahaza, Kárpátalján:

*„Magyar vagyok, magyar, magyarnak születtem
Magyar nótát dalolt a dajka felettem,
Magyarul tanított imádkozni anyám,
És szeretni téged, gyönyörű szép hazám
Széles e világnak, színe s gazdagsága,
El nem csábít innen, idegen országba,
Aki magyar nem tud sehol boldog lenni,
Szép Magyarországot nem pótolja semmi.”*

A kárpátaljai magyar szülei kultúráját hordozza. Fájdalmait, nehézségeit, de egyben örömeit is. Olyan kultúrához tartozik ez a fiatal réteg – beleértve engem is – akik

kénytelenek idegen országban megélni magyarságukat, a nemzeti szokások gyakorlását. Az utóbbi években ez egyre nehezebb, hisz gyakran halljuk és tapasztaljuk is, hogy magyar emlékműveinket megrongálják.

Hogy hogyan alakul majd a kárpátaljai magyar fiatalság jövője azt nem tudhatjuk, de az bizonyos, hogy nem hagyhatjuk figyelmen kívül azt a tényt, hogy magyarként magyarnak kell lenniük egy számukra idegen országban. Mi lehet akkor a megoldás? Erre a kérdésre a következő rész végén szeretnék válaszolni miután ismertettük a hazai helyzetet.

2. Magyarországi helyzet

A magyar ifjúságkutatási elemzések tapasztalatai megegyeznek az Európában mért fő tendenciákkal. Az ifjúsági korosztályok változékony csoportot alkotnak, egyre később lesznek a munkaerőpiac szereplői, később alapítanak családot; változtatják a munkával és a tanulással töltött időszakokat; és mindenekfelett egyéni életútjaik sokkal változatosabbak, mint ezelőtt valaha. Az iskolának, az egyetemnek, a munkahelynek és a társadalmi környezetnek nincs már olyan integráló szerepe, mint korábban. A fiatalok egyre később válnak teljesen önállóvá életük során.

A következőkben – terjedelmi okokból – az ifjúság helyzetének csak az ifjúsági turizmussal kapcsolatos fő vetületei kerülnek bemutatásra. Az Európai Unió átlaghoz képest a magyar fiatalok foglalkoztatottsága alacsony (Magyarország: 21,7%, EU-25: 37,3% (2008)), emellett az ifjúsági munkanélküliség aránya magas. A be nem jelentett munkavégzés nagyobb arányban jellemzi a korosztályt, mint a felnőtteket. A munkaerőpiac struktúrája is átalakult: az aktív fiatalok körében nőtt a szellemi, míg csökkent a fizikai munkát végzők aránya, ezzel összhangban nőtt a foglalkoztatott fiatalok átlagos képzettségi szintje is. 2000-hez képest megtriplázódott a pályakezdő diplomás munkanélküliek aránya, minden negyedik iskoláját befejező fiatal munkanélküliként „kezdi” pályafutását.³⁴

A diákok tanulási célú külföldi migrációja a felsőfokú tanulmányokat folytató, posztgraduális és doktori (PhD) képzésben részt vevőknél a legmagasabb (az OECD országaira jellemző arány 3–5%, míg Magyarországon 1%).

³⁴ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 46. oldal

A fiatalok 26%-a olvas el havonta legalább egy könyvet. A szabadidőben rendszeresen sportolók aránya 3%. A korosztály 4,1%-a jár havonta legalább egyszer múzeumba, 4,6%-a komolyzenei koncertekre, 9,1%-a színházba.

Az elmúlt egy évtizedben a fiatalok kulturális szokásaiban új tendencia látszik kibontakozni, a fesztiválok és rendezvények megjelenésével.³⁵

A kárpátaljai és magyarországi fiatalok szociokulturális fejlődése érdekében az oktatás rendszere a formális tanulást helyezi előtérbe. A közoktatásban a pedagógiai folyamatba a NAT keretei között többféle, turisztikai vonatkozással is bíró tevékenység illeszthető be (pl. tanulmányi kirándulás, erdei iskola). Ezek a programok a tanulásszervezési, nevelési értékek mellett esélyegyenlőségi tényezőként is jelentősek.

Egyre jelentősebb a XXI. századi követelményeknek megfelelő közép- és felsőfokú szakképzés (pl. turizmus, vendéglátás) szerepe.

Az egészségügy is számos ponton kapcsolódik a felnőtté váláshoz. Az egészséges életmód és a közösségteremtés egyik legjobb eszköze a sport, amely fontos szerepet játszik a fizikai és mentális egészség megőrzésében, az egészségtudatos magatartás kialakításában. Életvezetési technikák és módszerek közvetítője, a nevelés speciális eszköze.

A természeti örökség és a környezeti értékek egy nemzet vagyonának részei, amelyeknek megőrzése és védelme, minőségének javítása alapfeltétel az élővilág, az ember egészsége, életminősége szempontjából; e nélkül nem tartható fenn az emberi tevékenység és a természet közötti harmónia, elmulasztása veszélyezteti a jelen generációk egészségét, a jövő generációk létét és számos faj fennmaradását.³⁶

Az ifjúsági turizmus összetett tevékenység. Alapvetően ifjúságpolitikai, szociálpolitikai és oktatási kérdés, és csak végrehajtásában lehet gazdasági tevékenység.³⁷

³⁵ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 47. oldal

³⁶ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 23. oldal

³⁷ Bánhidi Attila (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010., 121. oldal

IV. A KUTATÁS MÓDSZERE

2008-ban készült el a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola diákjainak utazási szokásai című szakdolgozat. A főiskola 622 nappali tagozatos diákja közül 69-en (11%) töltötték ki a kérdőívet. Minden szakról, szakpárról, mind az 5 évfolyamon egy-egy diák töltötte ki a kérdőívet.

A felmérés többek között olyan kérdéseket tartalmaz, mint: hol szállt meg, kivel érkezett, mi volt a célja, milyen tevékenységet/tevékenységeket végzett.

Erre a mintára építve 2011 októberében a budapesti Márton Áron Szakkollégiumban lakó diákokat kérdeztem meg. A kollégium 1200 férőhelyéből 1000 hely van jelenleg betöltve. A célom az volt, hogy itt is a diákok 11%-át kérdezzem meg.

Ugyan azzal a kérdőívvel dolgoztam. Google dokumentum űrlapkészítő sablonját használva készült el a kérdőív, melyet 110 kollégista töltött ki.

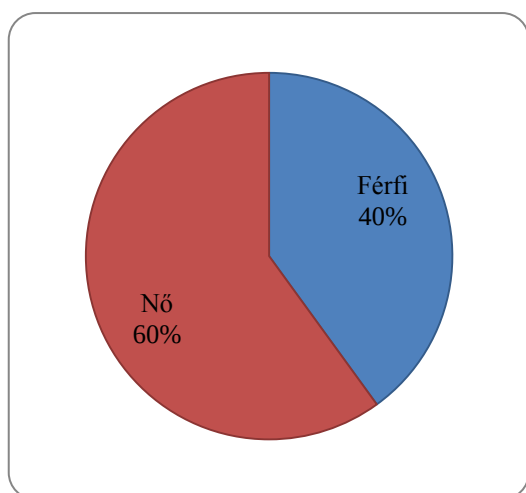
A válaszok összegzését szintén ezzel az alkalmazással végeztem el, ami nagyban megkönnyítette munkámat. A felmérés során kapott eredményeket összevetettem a 2008-ban végzett kutatás eredményeivel.

V. EREDMÉNYEK

A könnyebb áttekinthetőség végett a két kutatás eredményeinek összehasonlítását táblázatok és ábrák segítségével szeretném szemléltetni.

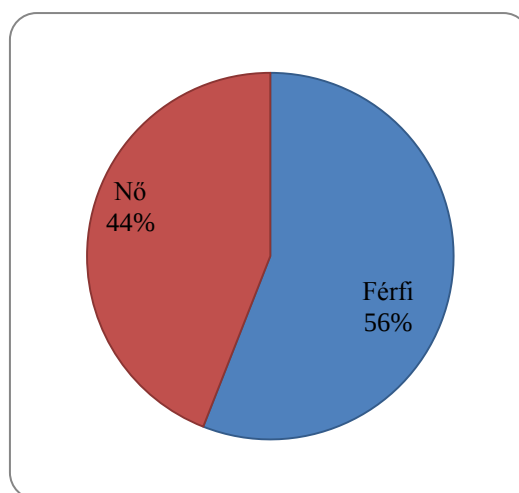
A II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskolán végzett 2008-as kutatás során az akkori tanulók (622) 11%-át kérdeztem meg, 69 főt. A budapesti Márton Áron Szakkollégium jelenleg (2011) itt lakó (1000 fő) diákjainak szintén 11%-át kérdeztem meg, vagyis 110 főt. Az alábbi ábrákon (4. és 5. ábra) láthatjuk a két intézmény megkérdezett hallgatóinak nem szerinti eloszlását. A kutatásom szempontjából ez nem számottevő, hisz hipotézisem szerint az utazási szokásokat szociokulturális tényezők befolyásolják és nem a nem szerinti besorolás.

4. ábra: Kárpátaljai diákok nem szerinti eloszlása



Saját készítésű ábra, 2011

5. ábra: Budapesti diákok nem szerinti eloszlása



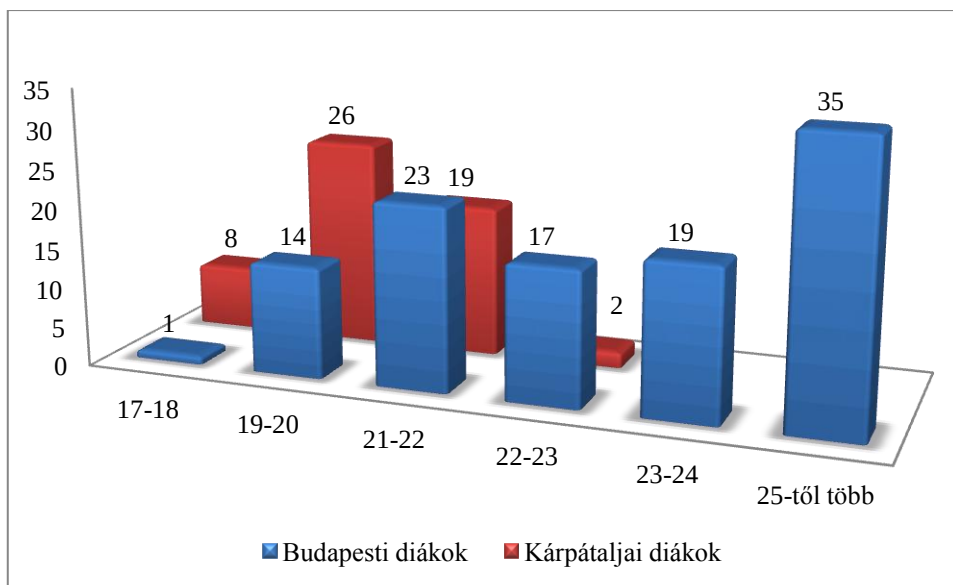
Saját készítésű ábra, 2011

A két desztinációban végzett kutatás során a kérdőívek kérdéseit igyekeztem úgy megszerkeszteni illetve megfogalmazni, hogy az alkalmazkodjon az adott területhez, ez a korcsoportonkénti felosztásban is megmutatkozik (6. ábra).

A kárpátaljai fiatalok érettségi után mennek felsőoktatási intézménybe. Tanulmányaikat igyekeznek a megszabott 3, 4 vagy 5 éve alatt elvégezni, hisz Ukrajnában nem kreditalapú képzés folyik. Csak úgy tud tovább lépni tanulmányaiban, ha az adott félév minden tárgyát sikeres írásbeli vagy szóbeli vizsgával zárja le. Mesterképzésre a főiskolán nincs lehetőség, így a diákévek jellemzően 17-23 év között vannak.

A budapesti diákok főiskolai tanulmányainak kezdete 1-2 évvel eltolódik az előző szegmenshez képest, ám sokkal tovább is tart. A megkérdezettek között 35 olyan válaszadó volt, aki 25 vagy annál több éves.

6. ábra: Életkor



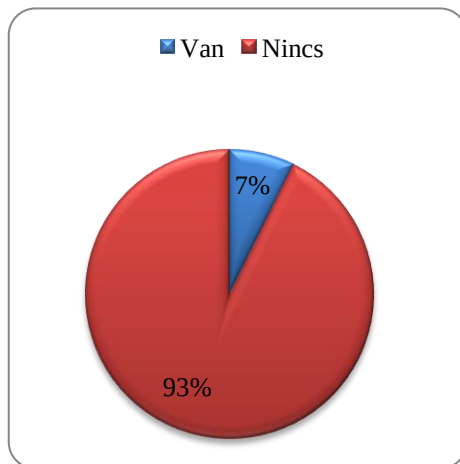
Saját készítésű ábra, 2011

Szociokulturális tényező az, hogy a diákok rendelkeznek-e munkahellyel vagy sem. A kárpátaljai megkérdezettek 93%-nak nincs munkahelye. Ez egyébként nem meglepő adat, hisz országunkban nincs lehetőség diákmunkára. Az a 7%, aki munkahellyel rendelkezik, tehát biztosan nem diákmunkán van.

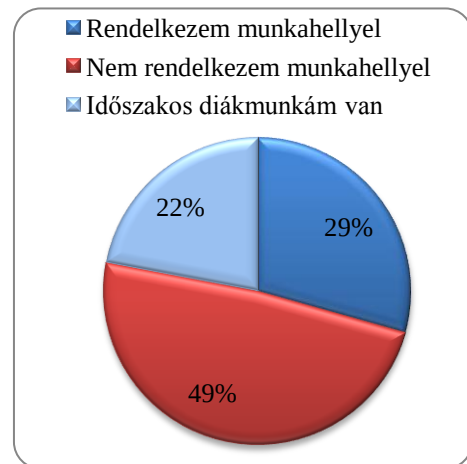
A diákok többsége nem fizet tandíjat, hisz a legjobb teljesítménnyel rendelkező tanulókat az Apáczai Alapítvány támogatja, helyettük az Alapítvány fizet. Költségpénzt a szüleiktől kapnak, tehát az anyagi függetlenségre tanulmányaik alatt nincs lehetőségük (7. ábra).

A budapesti értékek nem ilyen élesen elhatároltak. Itt közel azonos (49% és 51%) azok aránya, akik nem rendelkeznek munkahellyel, és akik dolgoznak. Az utóbbi csoportot itt tovább lehet bontani azokra, akik időszakos diákmunkán vannak, 22%, és azokra, akik munkahellyel rendelkeznek, de az nem diákmunka, 29%. Természetesen itt már érzékelhető, hogy más desztinációban vagyunk, hisz van lehetőség a munkavégzésre legyen az diákmunka vagy tartós, bejelentett állás. Az anyagi függetlenedésnek sokkal nagyobb a valószínűsége, mint Kárpátalján. Így a megkeresett összeggel a diákok saját maguk rendelkeznek, nem függnék szüleiktől.

**7. ábra: Munkahelyi eloszlás
(Kárpátalja)**



**8. ábra: Munkahelyi eloszlás
(Budapest)**



Saját készítésű ábra, 2011

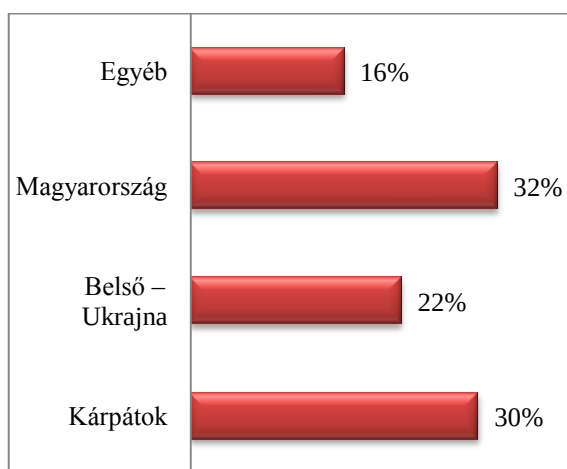
Ha az ábrákra nézünk (9. és 10. ábra) láthatjuk, hogy a budapesti diákok úticéljai sokkal változatosabbak, mint a kárpátaljai diákoké. A két felmérés helyileg Beregszászban és Budapesten készült. Beregszász, Kárpátalján, a Beregszászi járás központja. A város közel 26 000 fős lakossággal rendelkezik, míg Budapest, Magyarország fővárosa, lakossága a 2011. január 1-jei adatok alapján 1 733 685 fő. Ha csak ezt vesszük alapul, akkor is indokolt, hogy miért épp a budapesti diákok úticéljai változatosak. Kárpátalján az anyagi helyzet és a megfelelő marketing hiánya is okozza ezt a felállást.

A kárpátaljai diákok az egyéb úticél alatt főleg Lengyelországot és Szlovákiát értik. Belső – Ukrajna alatt az ukrán – Kárpátokon túli rész értjük pl.: Lviv, Ivano Frankivsz vagy Csernovci területeket. Ezekre a helyekre a diákok terepgyakorlat során jutnak el, hisz a főiskola ezt kötelezi. A felmerülő költségeket a diákok fizetik.

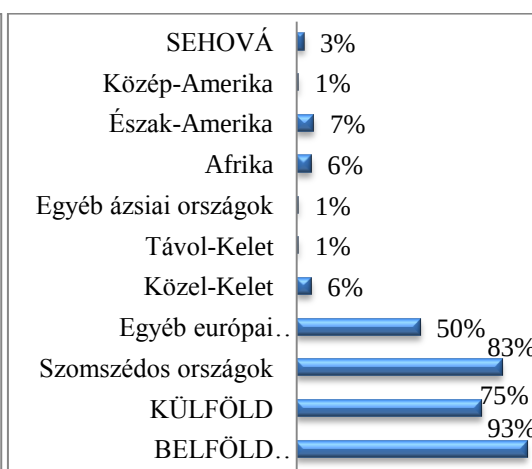
Elmondható, hogy a kárpátaljai diákok főleg az 4-5 napos turisztikai utakat preferálják, szülőföldjén kívül, a környező országokba 1-2 alkalommal volt. A budapesti megkérdezett diákok szintén átlagosan 4-5 napos belföldi utazásokon voltak, 10-15 alkalommal utaztak már turisztikai céllal az ország területén belül. 15-25 napos külföldi utazásokon vettek részt, bár ezekre a desztinációkra 2-3 alkalommal látogattak el. Ezekből az adatokból is következtethetünk arra, hogy lényegi különbség van a két megkérdezett szegmens anyagi helyzete között.

Mind a két csoport diákjai egységesen az anyagi helyzetet és az egészségi állapotot jelölte meg, mint indokot, hogy ha nem utazott, akkor miért nem tette.

9. ábra: Mely helyre/helyekre utaztál már az alábbiak közül? (Kárpátalja)



10. ábra: Mely helyre/helyekre utaztál már az alábbiak közül? (Budapest)

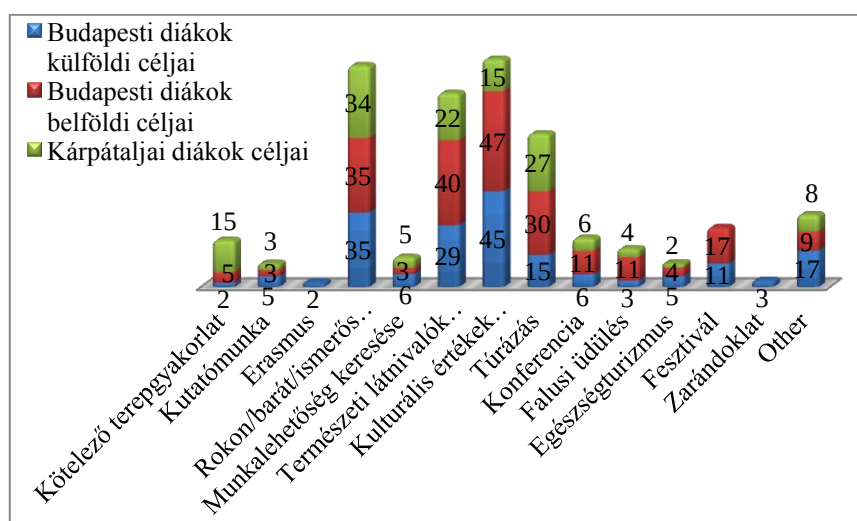


Saját készítésű ábra, 2011

A megkérdezett kárpátaljai diákok utazási céljai leginkább a rokon, barát, ismerős meglátogatása és a túrázás. A budapesti diákok belföldi úticéljai pedig leginkább a kulturális értékek és a természeti látnivalók megtekintése. Külföldi úticéljaik főleg szintén a kulturális értékek megtekintésére orientálódnak és a család, ismerősök meglátogatására.

Ezekből is látszik a diákok kötődése. Egyik helyen leginkább a családhoz – Kárpátalja –, ugye ők azok, akik támogatják gyermekeiket tanulmányaik alatt, a másik csoportnál pedig – Budapest – a család, ismerősök meglátogatása csak a második helyre esik, náluk az elsődleges a kulturális értékek megismerése, mivel az anyagi függetlenség egyre jobban csökkenti a szülő és gyermeke közötti kapcsolat mélységét, a kötődést (11. ábra).

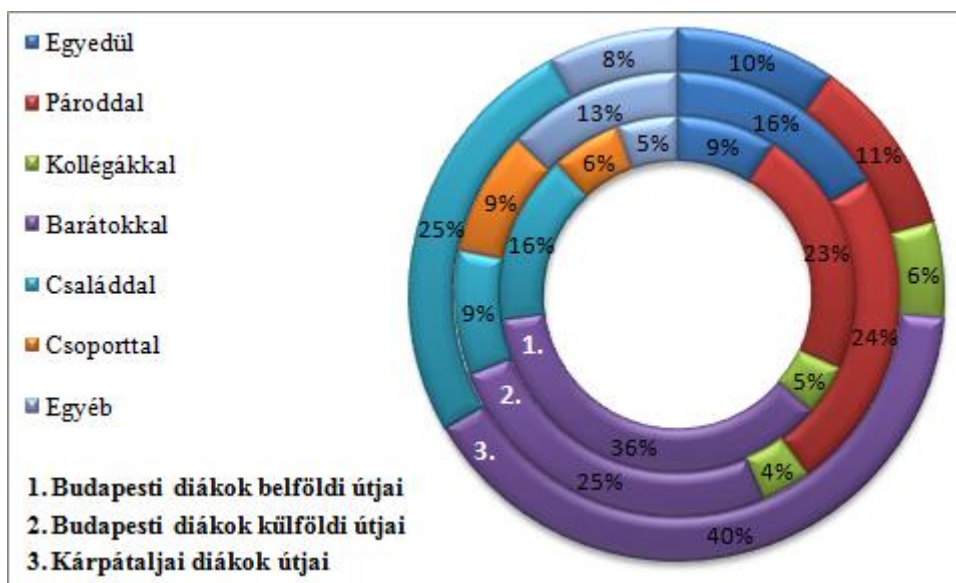
11. ábra: A diákok utazási céljai



Saját készítésű ábra, 2011

A megkérdezett kárpátaljai főiskolások 40%-a barátjával utazott, 25%-a pedig családjával. A budapesti felsőoktatási intézményekben tanuló, a felmérésben részt vevő diákok pedig belföldi és külföldi útjaikra barátaikkal vagy párjukkal indulnak el. Látható tehát, hogy a társaság egy-egy út során mindkét csoport számára közel azonos. A jó társaság elengedhetetlen feltétele tehát számukra a felszabadult és élményekben gazdag utaknak (12. ábra).

12. ábra. Kivel utaztál?



Saját készítésű ábra, 2011

A megkérdezett kárpátaljaiak úticéljaikra főleg busszal, vonattal illetve autóval jutottak el. A budapesti hallgatók belföldön autóval, vonattal és busszal közlekedtek. Itt érdekes megállni és megfigyelni a sorrendet, hisz ez szintén az anyagi helyzetre utal vissza.

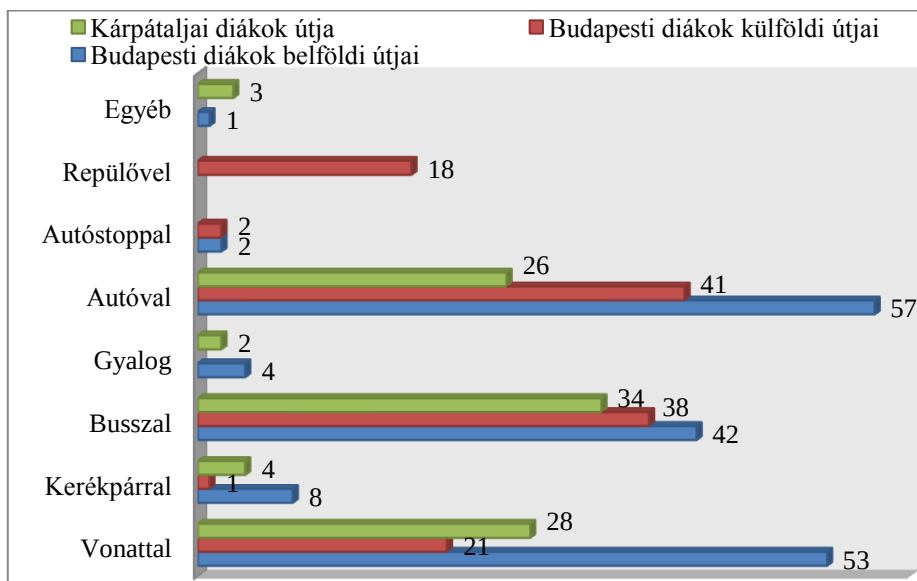
Kárpátalján a legolcsóbb közlekedési eszköz a busz, aztán a vonat és végül a személygépkocsi, így logikus, hogy miért ez a sorrend a megkérdezett kárpátaljai fiataloknál.

Azonban a budapesti mintánál fordított a helyzet. Magyarországon magasak a benzinárak, mégis leginkább személygépkocsival utaznak a fiatalok. A vasúthálózat viszonylag kiépítettnek mondható az országban, de drága, a legolcsóbbak hazánkban a helyi- és a helyközi buszjáratok. (Itt említenénk meg a diákbérletet és –kedvezményeket. Ezekre a későbbiekben még szeretnék visszatérni). Látható tehát, hogy az utazás kényelme és hossza – mert autóval rövidebb idő alatt elérjük a célállomást – fontosabb a budapesti

diákoknál, mint a kárpátaljaiaknál. És természetesen anyagi helyzetük miatt ezt megtehetik.

A Budapesten tanuló diákok külföldi útjaikra szintén ezeket a közlekedési eszközöket veszik igénybe. A sorrend: autó, busz, vonat és a nagyobb távolság miatt ők repülővel is utaznak (13. ábra).

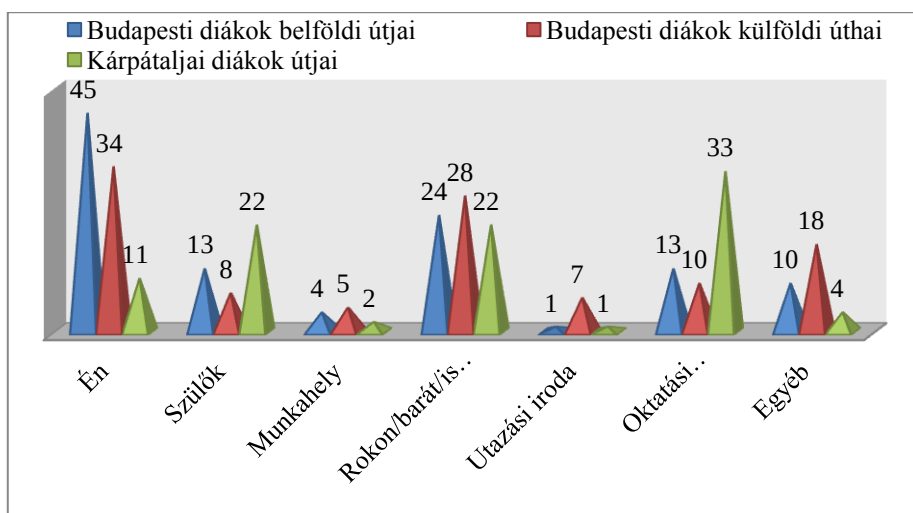
13. ábra: Mivel utaztál?



Saját készítésű ábra, 2011

A hazai felsőoktatási intézményekben tanuló diákok legtöbbször saját maguk szervezik meg útjaikat, bár néha ezt rokonaikra, barátaikra, ismerőseikre bízzák. A II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola hallgatóinak utazásait sok esetben az iskola intézi, hiszen ezek kötelező utak, terepgyakorlatok. Ami lényeges lehet és ezen kívül kiemelkedő a mintában a szülők, illetve a rokon, barát, ismerős által szervezett utak, hiszen ahogy korábban írtam itt, a főiskolán, 1-2 évvel fiatalabb diákok tanulnak, mint a Márton Áron Szakkollégium budapesti hallgatói, ezért talán nem olyan bátran szervezik saját maguk útjaikat, mint a már részben függetlenebb budapesti társaik (14. ábra).

14. ábra: Az utazás szervezője

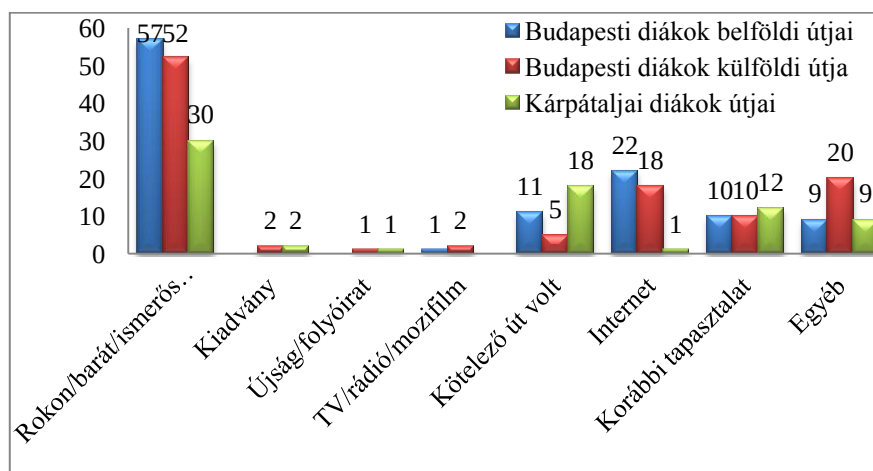


Saját készítésű ábra, 2011

Az eddigi elemzésem során ez az első eset, hogy a két mintacsoport egyöntetűen rokon, barát, ismerős ajánlására döntötte el, hogy az adott célterületre utazik. A megbízható és ismert forrásból származó vélemény tehát fontos mind a két szegmens számára.

Az internetet, mint forrást szeretném itt külön kiemelni. 2008ban, amikor a kárpátaljai felmérés készült, mindössze egy hallgató használta az internetet, mint ismeretszerzési forrást az általa meglátogatni kívánt desztinációról. A mostani, 2010-es felmérésben közel 20 budapesti hallgató használta már az internetet, mind külföldi, mind belföldi útja megismerésének forrásaként. Itt érdemes további felméréseket készíteni, hogy az internet évről évre esetleg hónapról, hónapra mennyire lesz forrásanyaga utazásainknak (15. ábra).

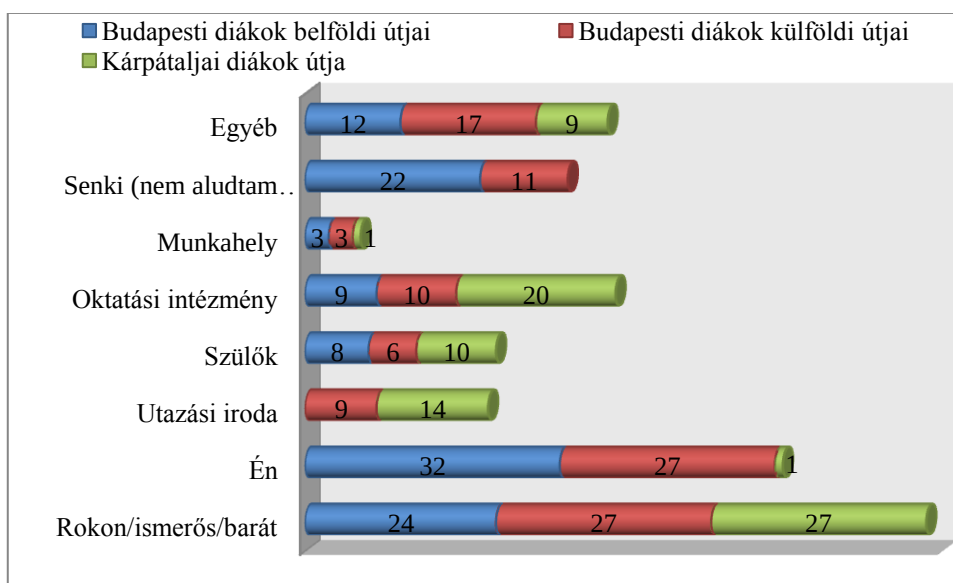
15. ábra: Milyen információforrás alapján döntöttél?



Saját készítésű ábra, 2011

Arra a kérdésre, hogy ki foglalta le szállását a kárpátaljai diákok nagy része – 27 személy a 69 megkérdezett hallgató közül – azt válaszolta, hogy rokona, barátja, ismerőse intézte. Ami meglepő, hogy a budapesti diákok belföldi szálláshelyeit is rokon, barát, ismerős foglalta le, bár itt ez az adat megegyezett azok számával, akik saját maguk intézték a foglalást. Feltételezhető, hogy ez a későbbiekben nagyobb eltérést fog mutatni az online foglalások hirtelen megnövekedése miatt. A belföldi szálláshelyfoglalásokat is a budapesti diákok saját maguk intézték (16. ábra).

16. ábra: Ki foglalta le a szállásodat?

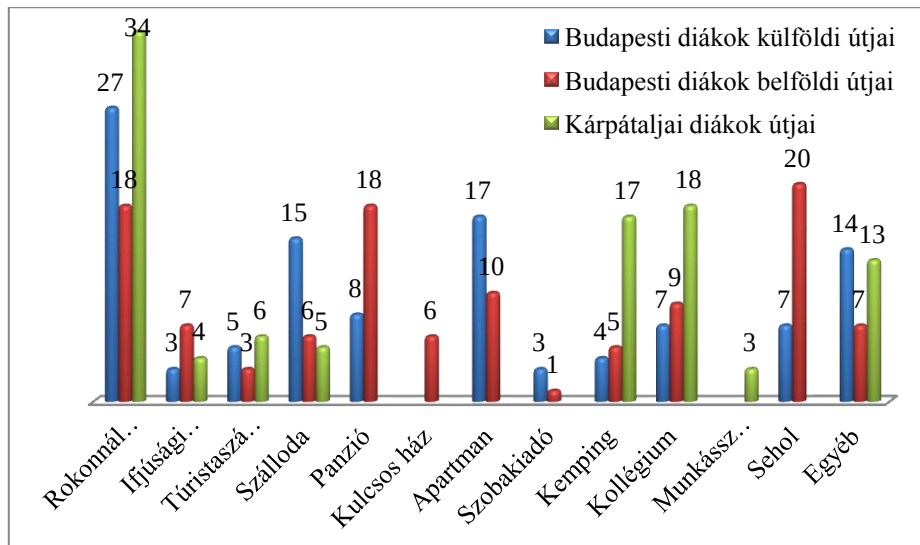


Saját készítésű ábra, 2011

Mind a belföldi, mind pedig a külföldi megkérdezett diákok esetében a szálláshely rokonnál, barátnál, ismerősnél lett igénybe véve, kivéve a budapesti diákok belföldi útjait, hisz ott e mellé társul a panzió, aminek ugyanolyan népszerűsége van, mint az előző szálláshely típusnak.

Az adatokat egységében nézve megfigyelhető, hogy a kárpátaljai hallgatók inkább az olcsóbb szállásokat vették igénybe, a budapesti diákok belföldi útjaik során szintén erre törekedtek, ám külföldi útjaik alkalmával szállodában, apartmanban szálltak meg. Itt is az anyagi helyzet van a háttérben (17. ábra).

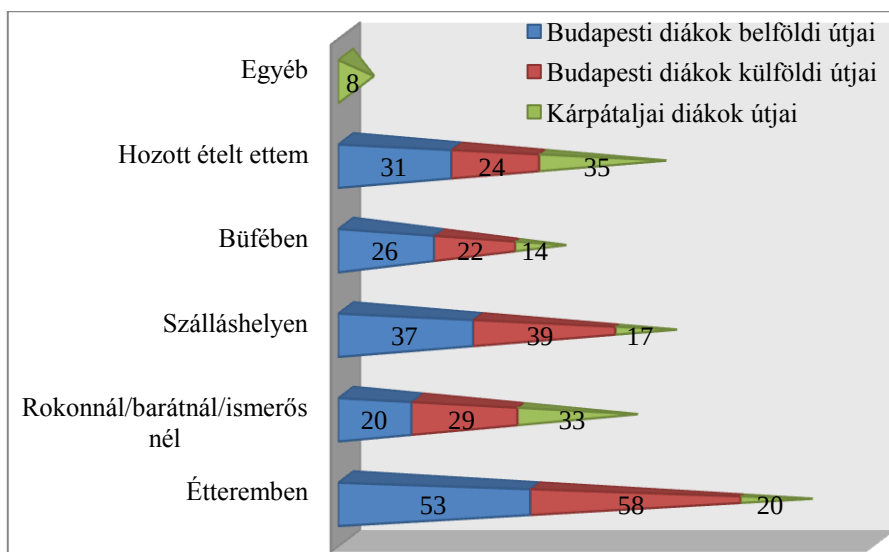
17. ábra: Igénybe vett szálláshely típusa



Saját készítésű ábra, 2011

Utazásunk során mindig vásárolunk. Felmérések szerint költségeink 40-50%-a élelemre megy el. A Márton Áron Szakkollégium megkérdezett hallgatóinak 50%-a mindkét út során, tehát külföldi és belföldi útjaik során egyaránt étteremben étkeztek. Itt is a minőség, az élmény és a nagyobb jövedelem megléte dominálhat. A kárpátaljai megkérdezett hallgatóinak közel 50%-a pedig a magával vitt ételt ette. Ezzel itt nem arra akarunk utalni, hogy a Kárpátaljai Magyar Főiskola hallgatóinak nem fontos az élmény vagy a minőség, egyszerű tényként kell elfogadnunk, hogy jóval kevesebb forrásból kell gazdálkodniuk (18. ábra).

18. ábra: Az étkezés helye



Saját készítésű ábra, 2011

Az alábbi táblázatban összefoglaltam, hogy a megkérdezettek milyen előzetes ismeretekkel rendelkeztek arról az úticélról, amit utoljára látogattak meg az elmúlt időszakban. Vörös színnel emeltem ki a maximális értékeket.

A természeti kincsek minden desztináció számára fontos turisztikai vonzerők vagy vonzerőkké válhatnak a pihenés, rekreáció szempontjából, ezért fontos ismernünk, de még fontosabb megismertetnünk azt a potenciális turistával.

A megkérdezett diákok kevésbé ismerték a hely kulturális és építészeti értékeit. Itt szeretnénk visszautalni a 11. ábrára, ahol ismertettem, hogy a budapesti diákok főleg kulturális ismeretszerzés céljából utaztak, míg a kárpátaljai fiatalok rokon, barát, ismerős meglátogatása céljából, bár a táblázatból látszik, hogy a Márton Áron Szakkollégium megkérdezett hallgatói jobban ismerték célterületük kulturális értékeit, mégis ez az oka, amiért oda mentek. A kérdés: Vajon mi lehet a vonzótényező? Érdemes tovább vizsgálni ezt a kérdést, és ha hasznos, akkor best practice-ként beépíteni a turizmus egyéb ifjúságot érintő és mozgató ágaiba.

A célterületek rendezvényei viszont kevésbé ismertek mindkét csoport számára. Ennek számos oka lehet, de leginkább az valószínűsíthető, hogy nem megfelelő marketingeszközöket használnak. Erre a jövőben mindenképen oda kell figyelni, hisz a fiatalok szeretnek rendezvényekre járni (1. táblázat).

1. táblázat: A meglátogatott úti cél előzetes ismeretei

	<i>Budapesti diákok útjai</i>		<i>Kárpátaljai diákok útjai</i>
	<i>Belföldi</i>	<i>Külföldi</i>	
<i>Természeti látnivalóiról</i>			
Semmi	9	11	3
Kevés	16	13	12
Átlagos	32	26	16
Jó	38	23	17
Kiváló	12	26	5
<i>Kulturális értékeiről</i>			
Semmi	10	8	8
Kevés	17	11	14
Átlagos	27	26	17
Jó	37	30	9
Kiváló	16	22	2
<i>Építészeti látnivalóiról</i>			
Semmi	23	13	5

1. táblázat: A meglátogatott úti cél előzetes ismeretei (folytatás)

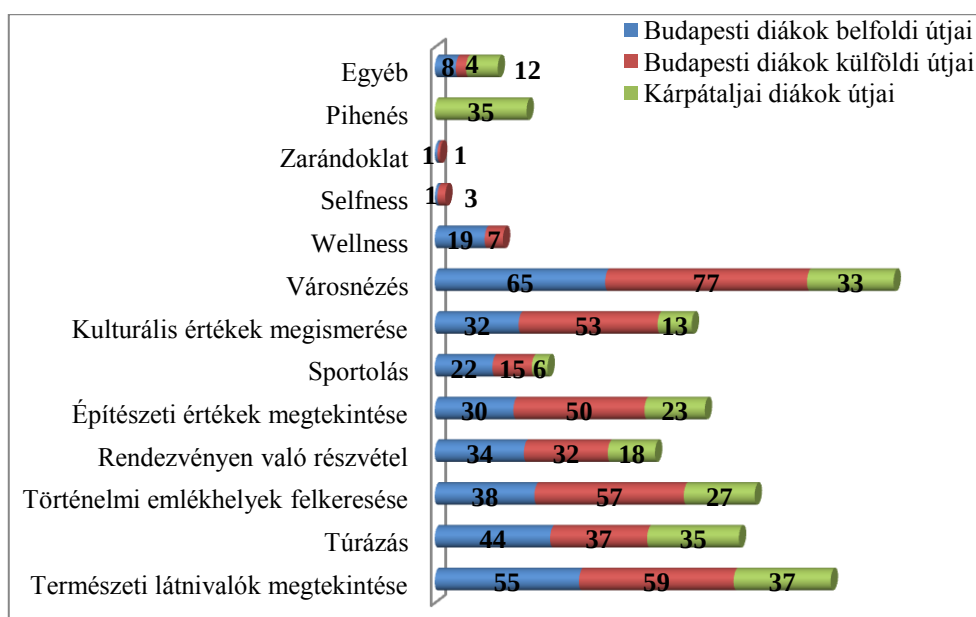
	<i>Budapesti diákok útjai</i>		<i>Kárpátaljai diákok útjai</i>
	<i>Belföldi</i>	<i>Külföldi</i>	
Kevés	15	12	17
Átlagos	26	26	15
Jó	32	28	15
Kiváló	8	18	3
<i>Gasztronómiájáról</i>			
Semmi	23	16	11
Kevés	18	22	17
Átlagos	31	27	17
Jó	19	24	13
Kiváló	12	9	3
<i>Történelméről</i>			
Semmi	24	12	4
Kevés	20	18	10
Átlagos	24	28	15
Jó	22	25	18
Kiváló	15	15	6
<i>Rendezvényeiről</i>			
Semmi	29	25	20
Kevés	24	23	11
Átlagos	30	24	16
Jó	14	18	8
Kiváló	6	7	2

Saját készítésű táblázat, 2011

Már említettem, hogy vannak olyan turisztikai termékek, melyek specifikusan a fiataloknak lettek kialakítva. Ilyen például a wellness, a rendezvények, fesztiválok.

A felmérés eredményeként viszont – arra vonatkozólag, hogy mivel foglalkoztak a hallgatók a célterületen – a legdominánsabb tevékenység a városnézés volt, majd a természeti látnivalók megtekintése. A rendezvények mind a hazai, mind a külföldi diákok körében elterjedtek, a wellness szolgáltatásokat azonban kevésbé vették igénybe a diákok. A kárpátaljai fiatalok közül senki, hiszen 2008-ban, Kárpátalján erről még nem is lehetett hallani, a budapesti diákok közül is meglepően kevesen. Az oka nem feltétlenül a pénzhány, inkább az időhiány lehet, hisz a wellness heteket illetve hétvégéket kínál vendégeinek, mely teljes feltöltődést ad a testnek és a léleknek egyaránt. Egy főiskolás számára nem feltétlenül fér bele az időbe a szemeszter alatt (19. ábra).

19. ábra: Az út során végzett tevékenység



Saját készítésű ábra, 2011

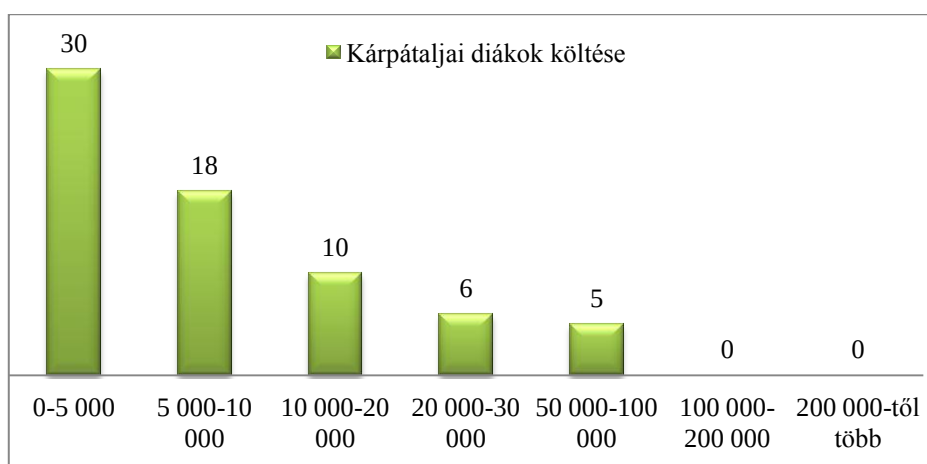
Eddig csak feltételeztem, hogy a kárpátaljai diákok kevesebb jövedelemmel rendelkeznek, mint a budapesti diákok, és ha van is némi jövedelmük, az a szüleiktől származik, és azt tudják utazásaikra fordítani.

Az alábbi ábrákon (20., 21., 22. ábra) látható, hogy a megkérdezett budapesti és kárpátaljai diákok mennyit költöttek utolsó utazásuk alatt.

Kárpátalján a hivatalos pénznem a hrivnya. A jelenlegi (2011. október) értéke: 1 000 Ft=37 Hr. Ennek alapján a kárpátaljai megkérdezettek közel fele semmit vagy maximum 5 000 Ft-ig költött utazása alatt. Ha a kárpátaljai átlagfizetést nézzük, ami forintba átszámolva 23 000 Ft/hónap, akkor ez az 5 000 Ft nagy összegnek számít. Így már érthető, hogy miért így alakult a kárpátaljai fiatalok utazása.

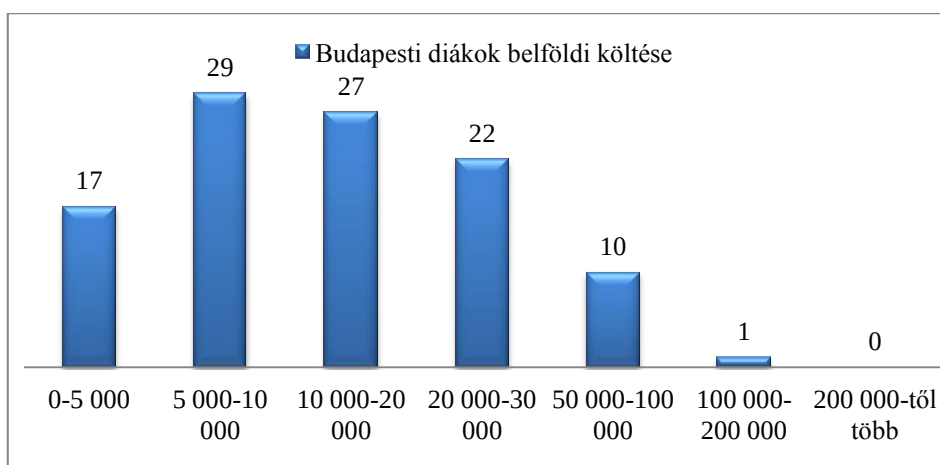
A budapesti hallgatókra leginkább az 5 000-10 000 Ft-os illetve a maximum 50 000 Ft-os költség volt jellemző utolsó belföldi és külföldi útja során. Egy budapesti diák átlagos havi jövedelme – ösztöndíjak vagy diákmunka, esetleg szülői anyagi hozzájárulás – 50 000-70 000 Ft. Így megállapítható, hogy a budapesti diákok több lehetséges diszkrécionális jövedelemmel rendelkeznek, mint kárpátaljai társaik.

20. ábra: Költségek (Kárpátalja)



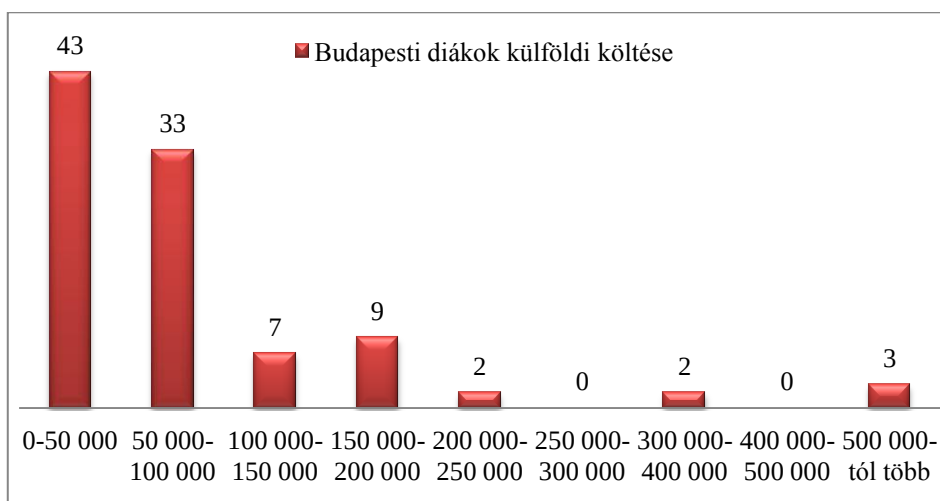
Saját készítésű ábra, 2011

21. ábra: Költségek (Budapest/a)



Saját készítésű ábra, 2011

22. ábra: Költségek (Budapest/b)



Saját készítésű ábra, 2011

VI. ÖSSZEFOGLALÁS, JAVASLATOK

A felmérés előtti hipotézisem az volt a budapesti Márton Áron Szakkollégiumban a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola hallgatóihoz képest a diákok sokkal többet költenek utazásra. Mindezeket családi helyzetükre, életkörülményeikre nézve feltételeztem, hisz kollégiumban, egy zártabb közösségben élnek, mint a Kárpátalján megkérdezett diákok, akik szüleikkel élnek.

Ez a hipotézisem a felmérés eredményében igazolódott. A kárpátaljai diákok valóban kevesebbet költenek, mint a budapesti diákok. Teljesen más életközösségben élnek. A budapesti fiatal állandó mozgásban van. A főváros számtalan kulturális programot kínál, amik között szerepelnek ingyenes programok is.

A keresethez és az ösztöndíjak összegéhez mérten egyes utazások elérhető árban mozognak, így nem probléma például Szegedre vagy Bécsbe eljutni. Tovább segíti a fiatalokat az állam azzal, hogy diákigazolványuk utazási kedvezményt jelent, de egyéb vásárlási kedvezményekre is tudják használni.

A budapesti fiatalokkal szemben a kárpátaljai ifjúság kis településeken él és ezekről járnak be a 26 000 fős városba, Beregszászba tanulni. A nap végén hazamennek, és mezőgazdasági munkálatokban segédkeznek szüleiknek. Nagyon kevés szórakozási lehetőségük van, hisz a színházak, mozik, pub-ok vagy egyéb ifjúságot koncentrááló helyek száma igencsak szegényes. A pénzkeresésre pedig szinte semmi esélyük nincs tanulmányaik végéig, a diákmunkák hiánya miatt. Diákkedvezményük csak belföldi vonatokon érvényesek, és amennyiben utazni szeretnének az EU tagállamaiba úgy útlevelet és vízumot kell igényelniük, mivel Ukrajna nem része az Európai Uniónak.

A felmérés a valóságot tükrözi. Nem azért nem költ a kárpátaljai fiatal utazásra pénzt, mert nem szeretne utazni, szórakozni, kalandokkal, élményekkel gazdagodni, hanem azért, mert nincs arra lehetősége, hogy előteremtse rá a pénzt.

Az Ukrán állam nem ad ösztöndíjat a Kárpátaljai Magyar Főiskola diákjainak. Ez azt jelenti, hogy ha az Apáczai Alapítvány nem karolna föl évenként több száz tehetséges diákot, hogy helyettük fizeti majd a tandíjat, akkor még kevesebb magyar fiatal tanulna felsőoktatási intézményben Kárpátalján.

A kárpátaljai fiatal egy olyan szociális, kulturális periférián helyezkedik el, melyben nem tud függetlenedni semmilyen formában szüleitől. A fiatalok egyetlen esélye a tanulás, hogy értelmiségi magyar felnőtt váljon belőlük, akik készek arra, hogy magasabb eszmékért harcoljanak, magyarságuk fennmaradásáért.

További feltevésem az volt, hogy a származásunk befolyásolja utazási szokásainkat. Az, hogy hol, milyen körülmények között nevelkedtünk, mit láttunk családjunkban későbbi utazásaink alapkövei lehetnek. Úgy vélem, hogy minél keletebbre megyünk, Ukrajna felé, annál kevesebb az utazások gyakorisága az itt élő lakosság körében. A kutatás erre a – most már – tényre is rávilágított.

Budapest, Magyarország „carpe diem” városa, az önmegvalósítás szelleme járja át az utcákat. A hétköznapi ember talán észre sem veszi, de a fiatal, az más emberfaj itt a városban.

Nem is kell olyan sokat visszautaznunk az időben, mindössze pár évet, hogy észrevegyük mennyire másként alakul ma a szülő-gyerek kapcsolat. Már nem tekintélyelvűségeken alapul, hanem baráti kapcsolatként bontakozik ki. A liberálisoknak természetesen ez egy szimpatikus állapot, a konzervatívok pedig bosszankodnak.

Mind a két filozófiának van negatív és pozitív hatása. A kutatásban ezt a két szemléletet állítottam szembe: a konzervatív Kárpátalját és a liberális Budapestet.

A Kárpátalján zajló nevelés még jelenleg is konzervatív alapokon nyugszik, például a gyermekek magázzák szüleiket egyes településeken, az utcán mindenkinek köszönni kell, az ismeretleneknek is, a szülő fenlítheti gyermekét bottal stb.

A kárpátaljai fiatal tehát egy fegyelmezett családmódelben nő fel. S mivel eléggé zárt a közösség, és nincs szabadon elköltethető jövedelme a szülőknek – havonta átlagosan 23 000 Ft/fő a fizetés – ezért utazni sem utaznak vagy utaztak sokat. A kárpátaljai fiatal tehát olyan közegben nő fel, ahol nem létfontosságú az utazás, az új helyek és élmények felfedezése, így ez életében majdnem az utolsók között szerepel a listán.

A budapesti liberális nevelés pedig arra sarkall, hogy utazni jó és kellemes, ami valóban így van. Azonban az a modell, ami Kárpátalján van, szintén nem jó.

Az olcsó utak tömkelegét zúdíítja rá a média. Ennek az a következménye, hogy olyan diszkrecionális jövedelmeket költünk el, amiket még meg sem kerestünk és olykor-olykor igazán nagy nehézségeket okozunk magunknak és egész háztartásunknak.

A kutatásban részt vett budapesti fiatalok ki is használják a számukra az állam által nyújtott lehetőségeket: diákkedvezmény, diákhitel. Ezen eszközök segítségével az utazás valóban olcsóvá válik.

A fiatal korosztály rendkívül gyorsan adaptálódik környezetéhez, így ha a kárpátaljai hallgató Budapestre, vagy egyéb helyre kerül, ahol intenzív turizmus van, ha meglesznek az utazáshoz szükséges feltételei, akkor ő is utazni fog.

Az idő szűke és a terjedelem miatt nem volt lehetőségem mélyebben beleásni magam a témába, de mindenképen hasznosnak látom ezt tovább boncolni, több kutatást is elvégezni, például egykori kárpátaljai lakosok körében, akik most Budapesten élnek, esetleg a környező elszakadt magyar országrészek mindegyikén elvégezni ezt a kutatást és az eredményeket kiértékelni.

IRODALOMJEGYZÉK

1. Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája. Készült az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságának megbízásából, Pannon Egyetem, Turizmus Tanszék. Veszprém, 2010.
IN:
[http://www.bm.gov.hu/web/portal.nsf/dokumentumtar/0680FDA9B6FC0A12C1257744002D781C/\\$file/Ifjusagi_strategia_2010_05_17.pdf?OpenElement](http://www.bm.gov.hu/web/portal.nsf/dokumentumtar/0680FDA9B6FC0A12C1257744002D781C/$file/Ifjusagi_strategia_2010_05_17.pdf?OpenElement) 2011.10.24
2. A magyar lakosság utazási szokásai
<http://rtdm.hu/node/439> 2011.10.26
3. A vajdasági ifjúságpolitika akcióterve
IN: http://www.omladina.info/wrappers/akcioni_plan/mad/mad.html 2011.10.23
4. BÁLINT EDINA: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola. Földtudományi Tanszék. A nagyberegai lakosok utazási szokásainak vizsgálata kérdőíves felmérés alapján: Szakdolgozat. Beregszász, 2009.
5. BÁNHIDI ATTILA (szerk.): Magyar Túrázó Zöld könyv a nonprofit, fenntartható ifjúsági turizmusért: Vitairat. Komárom Környéki Civil Társulás, Komárom, 2010
IN: <http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=16423> 2011.10.26
6. DR. BERÁCS JÓZSEF – DR. MALOTA ERZSÉBET: Nemzetközi diákturizmus a Budapesten tanuló külföldi egyetemisták véleményének tükrében. Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet. Budapest, 2007
IN: <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/turizmus-bulletin/3> 2011.10.24
7. JOÓ BEATRIS: Változóban az utazási szokások
<http://www.nemzetigeografia.hu/node/844/v%C3%A1ltoz%C3%B3ban-az-utaz%C3%A1si-szok%C3%A1sok.html> 2011.10.26
8. LIMEX KFT SZAKÉRTŐI TEAM. 365 nap turizmus: Nyugat-Dunántúlon Nyugat-Dunántúl Turisztikai Régió szezonon túli turizmusfejlesztési programja. Kiadó: Limex Kft., Szombathely, 2009
IN: http://www.regiofokusz.hu/pdf/365_nap_turizmus.pdf 2011.10.24
9. MESTER TÜNDE (Az Önkormányzati Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. kutatási eredményei alapján): Ifjúsági turizmus Magyarországon – I. rész
IN: <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/turizmus-bulletin/turizmus-bulletin-2008-2> 2011.10.24

10. MESTER TÜNDE (Az Önkormányzati Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. kutatási eredményei alapján): Ifjúsági turizmus Magyarországon – II. rész
IN: <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/letoltesek/turizmus-bulletin-20091> 2011.10.24
11. MICHALKÓ GÁBOR: A turizmuselmélet alapjai. Kodolányi János Főiskola. Székesfehérvár, 2004.
12. SÁGVÁRI BENCE1: „Csellengő múzsák” – Kultúra- és médiafogyasztási szokások a fiatalok körében
IN: <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/letoltesek/turizmus-bulletin-2009-4> 2011.10.24
13. SIJA MARIANNA ÉS SCHAUERMANN PÉTER: A 15–25 éves fiatalok fesztivállátogatási szokásai
IN: <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/turizmus-bulletin/turizmus-bulletin-2009-3> 2011.10.24
14. SZABÓ ANDREA – BAUER BÉLA: Ifjúság 2008: Gyorsjelentés. Felelős kiadó: Szociálpolitikai és Munkaügyi Intézet igazgatója, 2009.
15. SZABÓNÉ IVÁNYI ERIKA: Gyopárosfürdő idegenforgalmi fejlesztése. Budapesti Gazdasági Főiskola, Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Nemzetközi Kommunikáció Szak, újabb diplomás képzés levelező tagozat, PR szakirány. A szakdolgozati anyag a szerző engedélyével jelent meg. Budapest, 2001.
IN: <http://arpi.theater.hu/erika/anyag/turizmus.html> 2011.10.22
16. Szociális és Munkaügyi Minisztérium/Ifjúsági turizmus:
<http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=16423> 2011.10.26
17. Turizmus Bulletin és egyéb kiadványok
IN: <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/letoltesek/turizmus-bulletin-egyeb-110131> 2011.10.24
18. Turizmus Magyarországon 2010
IN:
http://itthon.hu/site/upload/mtrt/kiadvanyok/pager/hun_turizmus_magyarorszagon_2010/ 2011.10.22
19. Új pedagógiai szemle, 60. évf. 1-2. sz.: Látókör. SIMÁNDI SZILVIA: Intergenerációs tanulás a turizmus kontextusában. 2010.
IN: <http://epa.oszk.hu/00000/00035/00139/pdf/> 2011.10.24
20. Uniós felmérés a várható trendekről: Eurobarometer 2009. 2009. április 07.
http://www.turizmusonline.hu/cikk/eurobarometer_2009 2011.10.26
21. Utazási trendek a 2011-es évre - 1. rész (úti célok), 2011.01.03.
IN: http://vojazs.blog.hu/2011/01/03/utazasi_trendek_a_2011_es_evre 2011.10.27

22. Utazási trendek a 2011-es évre - 2. rész (utazási szokások), 2011.01.05.
IN: http://vojazs.blog.hu/2011/01/05/utazasi_trendek_a_2011_es_evre_2_resz 2011.10.27
23. Utazási trendek a 2011-es évre - 3. rész (technikai fejlődés), 2011.01.07.
IN: http://vojazs.blog.hu/2011/01/07/trendek_2011_re_1 2011.10.27
24. Veres Valér: A kárpát-medencei magyar fiatalok életeseeményei, társadalmi-gazdasági helyzete és közérzete. Erdélyi Társadalom, 2. évfolyam, 2. szám, 2004. február.
IN: <http://veres.adatbank.transindex.ro/> 2011.10.24
IN: <http://erdelyitarsadalom.adatbank.transindex.ro/?szerzo=Veres%20Val%E9r>
2011.10.24
25. WYSE Travel Confideration: Climate Change & Youth Travel” Industry Guidelines. Amsterdam, 2007.
IN: <http://www.wysetc.org/?page=responsible> 2011.10.25

MELLÉKLET

1. Diákok utazási szokásai kérdőív

Kedves Diáktársam! TDK dolgozatom elkészítéséhez kérném szíves együttműködésedet, mely a Kárpátaljai és Budapesti diákok utazási szokásainak vizsgálatával foglalkozik. E célból egy kérdőívet készítettem, melynek kitöltését előre is köszönöm.

Bálint Edina Turizmus-menedzsment (MA), Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

1. Nemed?

- ☐ Férfi ☒ Nő

2. Életkorod?

- ☐ 17-18 ☐ 22-23
☐ 19-20 ☐ 23-24
☐ 21-22 ☐ 25-től több

3. Munkahelyed?

- ☐ Rendelkezem munkahellyel ☐ Időszakos diákmunkám van
☐ Nem rendelkezem munkahellyel

4. Iskolád neve, Szakod, szakpárod?

5. Mely helyre/helyekre utaztál már az alábbiak közül? Több válasz is megjelölhető

- | | |
|---|--|
| ☐ BELFÖLD (Magyarország) | ☐ Észak-Amerika |
| ☐ KÜLFÖLD | ☐ Közép-Amerika |
| ☐ Szomszédos országok | ☐ Dél-Amerika |
| ☐ Egyéb európai országok | ☐ Ausztrália |
| ☐ Közel-Kelet | ☐ Izland |
| ☐ Távol-Kelet | ☐ SEHOVÁ |
| ☐ Egyéb ázsiai országok | ☐ Egyéb: <input type="text"/> |
| ☐ Afrika | |

6. Hányszor utaztál már turisztikai céllal Magyarország valamelyik területére, településére? Legutóbbi utad helyszíne?

7. Hányszor utaztál már külföldre? Legutóbbi utad helyszíne?

8. Ha nem utaztál sehová annak oka?

- | | |
|--|--|
| ☐ Anyagi helyzet miatt | ☐ Időhiány miatt |
| ☐ Egészségi állapot miatt | ☐ Egyéb: <input type="text"/> |

Az alábbi kérdések a legutóbbi külföldi vagy belföldi utazásodra vonatkoznak

Minden kérdést a legutóbbi belföldi vagy legutóbbi külföldi utadra vonatkozóan kell értelmezni

9. Utazásod célja belföldön? Több válasz is megjelölhető

- ☐ Kötelező terepgyakorlat
- ☐ Kutatómunka
- ☐ Erasmus
- ☐ Rokon/barát/ismerős meglátogatása
- ☐ Munkalehetőség keresése
- ☐ Természeti látnivalók felfedezése
- ☐ Kulturális értékek megtekintése

- ☐ Túrázás
- ☐ Konferencia
- ☐ Falusi üdülés
- ☐ Egészségturizmus
- ☐ Fesztivál
- ☐ Zarándoklat
- ☐ Egyéb:

10. Utazásod célja külföldön? Több válasz is megjelölhető

- ☐ Kötelező terepgyakorlat
- ☐ Kutatómunka
- ☐ Erasmus
- ☐ Rokon/barát/ismerős meglátogatása
- ☐ Munkalehetőség keresése
- ☐ Természeti látnivalók felfedezése
- ☐ Kulturális értékek megtekintése

- ☐ Túrázás
- ☐ Konferencia
- ☐ Falusi üdülés
- ☐ Egészségturizmus
- ☐ Fesztivál
- ☐ Zarándoklat
- ☐ Egyéb:

11. Kivel utaztál belföldre?

- ☐ Egyedül
- ☐ Párossal
- ☐ Kollégákkal
- ☐ Barátokkal

- ☐ Családdal
- ☐ Csoporttal
- ☐ Egyéb:

12. Kivel utaztál külföldre?

- ☐ Egyedül
- ☐ Párossal
- ☒ Kollégákkal
- ☐ Barátokkal

- ☐ Családdal
- ☐ Csoporttal
- ☐ Egyéb:

13. Mivel utaztál belföldre? Több válasz is megjelölhető

- ☐ Vonattal
- ☐ Kerékpárral
- ☐ Busszal
- ☐ Gyalog

- ☐ Autóval
- ☐ Autóstoppal
- ☐ Egyéb:

14. Mivel utaztál külföldre? Több válasz is megjelölhető

- ☐ Vonattal
- ☐ Kerékpárral
- ☐ Busszal
- ☐ Gyalog

- ☐ Autóval
- ☐ Autóstoppal
- ☐ Egyéb:

15. Utazásod szervezője belföldre?

- ☐ Én
- ☐ Szülők
- ☐ Munkahely
- ☐ Rokon/barát/ismerős

- ☐ Utazási iroda
- ☐ Oktatási intézmény
- ☐ Egyéb:

16. Utazásod szervezője külföldre?

- ☐ Én
- ☐ Szülők
- ☐ Munkahely
- ☐ Rokon/barát/ismerős

- ☐ Utazási iroda
- ☐ Oktatási intézmény
- ☐ Egyéb:

17. Milyen információforrás alapján döntötted el, hogy belföldre utazol?

- ☐ Rokon/barát/ismerős ajánlotta
- ☐ Kiadvány
- ☐ Újság/folyóirat
- ☐ TV/rádió/mozifilm

- ☐ Kötelező út volt
- ☐ Internet
- ☐ Korábbi tapasztalat
- ☐ Egyéb:

18. Milyen információforrás alapján döntötted el, hogy külföldre utazol?

- ☐ Rokon/barát/ismerős ajánlotta
- ☐ Kiadvány
- ☐ Újság/folyóirat
- ☐ Tv/rádió/mozifilm

- ☐ Kötelező út volt
- ☐ Internet
- ☐ Korábbi tapasztalat
- ☐ Egyéb:

19. Hány napot töltöttél belföldön?

20. Hány napot töltöttél külföldön?

21. Ki foglalta le a szállásodat belföldön?

- ☐ Rokon/ismerős/barát
- ☐ Én
- ☐ Utazási iroda
- ☐ Szülők

- ☐ Oktatási intézmény
- ☐ Munkahely
- ☐ Senki (nem aludtam ott)
- ☐ Egyéb:

22. Ki foglalta le a szállásodat külföldön?

- ☐ Rokon/ismerős/barát
- ☐ Én
- ☐ Utazási iroda
- ☐ Szülők

- ☐ Oktatási intézmény
- ☐ Munkahely
- ☐ Senki
- ☐ Egyéb:

23. Milyen szálláshelyet vettél igénybe belföldön?

- ☐ Rokonnál/ismerősnél/barátnál szálltam meg
- ☐ Ifjúsági szálló
- ☐ Turistaszálló

- ☐ Szálloda
- ☐ Panzió
- ☐ Kulcsos ház

- ☐ Apartman
☐ Szobakiadó
☐ Kemping
☐ Kollégium
☐ Semmilyen
☐ Egyéb:

24. Milyen szálláshelyet vettél igénybe külföldön?

- ☐ Rokonnál/ismerősnél/barátnál szálltam meg
☐ Ifjúsági szálló
☐ Munkásszálló
☐ Turistaszálló
☐ Szálloda
☐ Panzió
☐ Kulcsos ház
☒ Apartman
☐ Szobakiadó
☐ Kemping
☐ Kollégium
☐ Sehol
☐ Egyéb:

25. Hol étkeztél belföldi utad során? Több válasz is megjelölhető

- ☐ Étteremben
☐ Büfében
☐ Rokonnál/barátnál/ismerősnél
☐ Hozott ételt ettem
☐ Szálláshelyen
☐ Egyéb:

26. Hol étkeztél külföldi utad során? Több válasz is megjelölhető

- ☐ Étteremben
☐ Büfében
☐ Rokonnál/barátnál/ismerősnél
☐ Hozott ételt ettem
☐ Szálláshelyen
☐ Egyéb:

27. Milyen előzetes ismereteid voltak meglátogatott belföldi uticélodról?

1-semmi, 2-kevés, 3-átlagos, 4-jó, 5-kiváló

	1	2	3	4	5
Természeti látnivalóiról	☐	☐	☐	☐	☐
Kulturális értékeiről	☐	☐	☐	☐	☐
Építészeti látnivalóiról	☐	☐	☐	☐	☐
Gasztronómiájáról	☐	☐	☐	☐	☐
Történelméről	☐	☐	☐	☐	☐
Rendezvényeiről	☐	☐	☐	☐	☐

28. Milyen előzetes ismereteid voltak meglátogatott külföldi uticélodról?

1-semmi, 2-kevés, 3-átlagos, 4-jó, 5-kiváló

	1	2	3	4	5
Természeti látnivalóiról	☐	☐	☐	☐	☐
Kulturális értékeiről	☐	☐	☐	☐	☐

	1	2	3	4	5
Építészeti látnivalóiról	☐	☐	☐	☐	☐
Gasztronómiájáról	☐	☐	☐	☐	☐
Történelméről	☐	☐	☐	☐	☐
Rendezvényeiről	☐	☐	☐	☐	☐

29. Milyen tevékenységeket végeztél belföldi utazásod során? Több válasz is megjelölhető

- | | |
|---|---|
| ☐ Természeti látnivalók megtekintése | ☐ Kulturális értékek megismerése |
| ☐ Túrázás | ☐ Városnézés |
| ☐ Történelmi emlékhelyek felkeresése | ☐ Wellness |
| ☐ Rendezvényen való részvétel | ☐ Selfness |
| ☐ Építészeti értékek megtekintése | ☐ Zarándoklat |
| ☐ Sportolás | ☐ Egyéb: <input type="text"/> |

30. Milyen tevékenységeket végeztél külföldi utazásod során? Több válasz is megjelölhető

- | | |
|---|---|
| ☐ Természeti látnivalók megtekintése | ☐ Kulturális értékek megismerése |
| ☐ Túrázás | ☐ Városnézés |
| ☐ Történelmi emlékhelyek felkeresése | ☐ Wellness |
| ☐ Rendezvényen való részvétel | ☐ Selfness |
| ☐ Építészeti értékek megtekintése | ☐ Zarándoklat |
| ☐ Sportolás | ☐ Egyéb: <input type="text"/> |

31. Mennyit költöttél belföldi utazásod során? Az összegek forintban értendők

- | | |
|-------------------------------------|--|
| ☐ 0-5 000 | ☐ 50 000-100 000 |
| ☐ 5 000-10 000 | ☐ 100 000-200 000 |
| ☐ 10 000-20 000 | ☐ 200 000-től több |
| ☐ 20 000-30 000 | |

32. Mennyit költöttél külföldi utazásod során? Az összegek forintban értendők

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ 0-50 000 | ☐ 250 000-300 000 |
| ☐ 50 000-100 000 | ☐ 300 000-400 000 |
| ☐ 100 000-150 000 | ☐ 400 000-500 000 |
| ☐ 150 000-200 000 | ☐ 500 000-től több |
| ☐ 200 000-250 000 | |

33. Mire költöttél belföldi utazásod során? Az összegek forintban értendők

	0-5 000	5 000-10 000	10000-20 000	20 000-től több	Nem költöttem rá
Útiköltség	☐	☐	☐	☒	☐
Szállás	☐	☐	☐	☐	☐
Étel	☐	☐	☐	☐	☐
Ajándék	☐	☐	☐	☐	☐
Belépőjegy	☐	☐	☐	☐	☐
Egyéb szolgáltatás	☐	☐	☐	☐	☐

34. Mire költöttél külföldi utazásod során? Az összegek forintban értendők

	0-5 000	5 000-10 000	10 000-20 000	20 000-től több	Nem költöttem rá
Útiköltség	☐	☐	☐	☐	☐
Szállás	☐	☐	☐	☐	☐
Étel	☐	☐	☐	☐	☐
Ajándék	☐	☐	☐	☐	☐
Belépőjegy	☐	☐	☐	☐	☐
Egyéb szolgáltatás	☐	☐	☐	☐	☐