

Országos Tudományos Diákköri Konferencia

A Tisza-tó falusi- és ökoturizmusa

The rural and ecotourism around the lake Tisza

Kézirat leadása: 2014. október 27.

Tartalom

1.	Táblázatok jegyzéke, Ábrajegyzék, Képjegyzék	2
2.	Bevezetés.....	3
3.	Szakirodalmi feldolgozás	5
3.1.	Tisza-tó bemutatása	5
3.2.	A Tisza-tavi turizmus kialakulása	7
3.3.	Turisztikai intézményrendszer.....	11
3.4.	A Tisza-tó vendégforgalma	11
3.5.	Közlekedés.....	12
3.6.	Ökoturizmus	14
3.7.	Falusi turizmus, népi kultúra	20
3.8.	A Tisza-tó turizmusának bemutatása.....	22
4.	Anyag és módszer	26
5.	Eredmények.....	28
5.1.	A vendéglátóknak összeállított kérdőív eredményei	28
5.2.	A turistáknak összeállított kérdőív eredményei.....	29
5.3.	SWOT elemzés	41
5.4.	Mélyinterjúk	44
6.	Következtetések és javaslatok.....	47
7.	Összefoglalás.....	49
8.	Irodalomjegyzék.....	51
10.	Mellékletek.....	54

1. Táblázatok jegyzéke, Ábrajegyzék, Képjegyzék

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat	A kor és az formációszerzés helye	32
2. táblázat	Chi2 empirikus értékének kiszámítása	32-33
3. táblázat	Adatok az assziciációs vizsgálathoz	36
4. táblázat	Munkatáblázat	36
5. táblázat	Évente átlagosan utazásra költött összeg	38
6. táblázat	SWOT analízis (1)	42
7. táblázat	SWOT analízis (2)	43
8. táblázat	Marketingpolitika	43

Ábrajegyzék

1. ábra	A Tisza-tó elhelyezkedése	5
2. ábra	Téli és nyári vízszintek alakulása	8
3. ábra	Tisza-tavi régió vendégek száma 2008-2014 július	12
4. ábra	Az Ökocentrum látogatottsági statisztikája	19
5. ábra	Madaras út	23
6. ábra	Amennyiben belföldre utaznak, azon belül hova	30
7. ábra	Turisztikai desztinációról való információ szerzés	30
8. ábra	Az életkor és az információszerzés helye	31
9. ábra	Strandok vízminősége	35

Képjegyzék

1. kép	A sulyom növényzet között fészkelő bakcsó	6
2. kép	A sulyom termése	6
3. kép	Szürke gém	16
4. kép	Kanalas gém	16
5. kép	Az Ökocentrum főépülete	17
6. kép	Tündérrózsa a Tisza-tavon	18
7. kép	Village+ A Tisza-tó térségének ökoturisztikai védjegye	18
8. kép	Tisza-tavi daruvonulás	20

2. Bevezetés

TDK dolgozatom témája a Tisza-tó falusi- és ökoturizmusa, mely a turizmuson belül a fő érdeklődési köröm. Választásom a Tisza-tó környékének elemzésére esett, egyrészt mert fontosnak tartom, hogy ez a terület is népszerűvé váljon, másrészt mert különbözik a többi tótól, mégpedig abban, hogy ezt az ember alkotta, mégis egyedülálló, ritka és védett flóra, illetve fauna vette birtokba.

Kutatási célom az volt, hogy kiderítsem, igény van-e a Tisza-tó környékén falusi- és ökoturizmusra. Munkám során arra kerestem a választ, hogy a turisták, illetve a Tisza-tavi vendéglátók, hogyan látják a tó mai turizmusának helyzetét.

Dolgozatom szakirodalmi feldolgozás részében többek között ismertetem a Tisza-tavi turizmus kialakulását, a Tisza-tó vendégforgalmának alakulását, bemutatom a falusi- és ökoturizmust.

A szakirodalmi feldolgozás után dolgozatom második részében ismertetem a kutatómunkámat és annak eredményét. Kérdőíveket készítettem a vendéglátók és a turisták számára. Az általam feltett kérdések a vendéglátóknak arra irányultak, hogy változott-e a turizmus helyzete, mióta megnyílt az Ökocentrum Poroszlón, illetve működik-e a Tisza-tó környékén a falusi turizmus, és ha igen, milyen mértékben. A turistáknak feltett kérdőívem során, többek között választ szerettem volna kapni arra, hogy voltak-e már a Tisza-tónál, illetve mi az, amiért szívesen elmennének oda. Kíváncsi voltam arra is, hogy honnan értesülnek a turisztikai desztinációkról.

Statisztikai módszerként függetlenségvizsgálatot alkalmaztam arra vonatkozóan, hogy van-e összefüggés a kor és az információ szerzés helye között. Asszociációs vizsgálatot végeztem két minőségi ismerv között, a nem és az utazás célja között. Mivel kimutatható a kapcsolat a két ismerv között, ezért kiszámoltam, hogy milyen erős ez a kapcsolat Csuprov-féle mutatóval. Statisztikai módszerek közül intervallumbecslést (átlagra- és értékösszegre) is készítettem arra vonatkozóan, hogy kiderítsem, mennyi a turisták várható kiadása.

Készítettem egy SWOT analízist is, mely alkalmazható módszer környezeti elemzéshez is, illetve két mélyinterjút (egyet Molnár Anitával a Magyar Turizmus Zrt. Tisza-tavi régió marketingigazgatójával és egyet Simon Rózsával, a Simon Falusi Vendégház tulajdonosával), továbbá beszélgetést folytattam Kiss Jánossal az Ökocentrum ügyvezető igazgatójával.

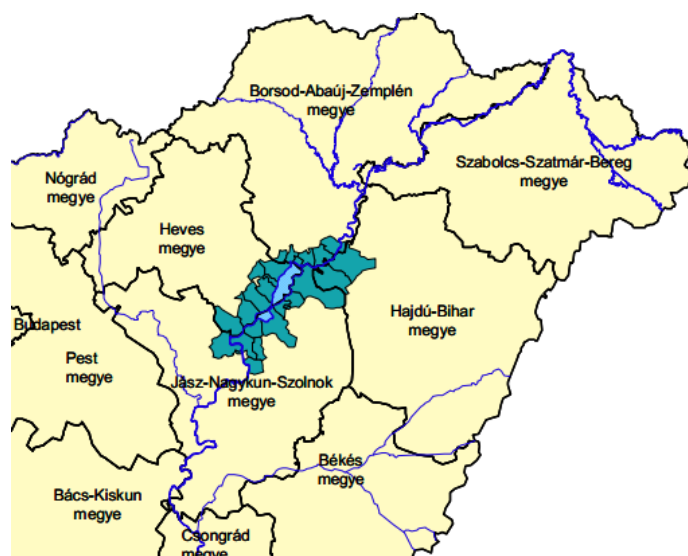
Kutató munkámból következtetéseket vontam le, és megfogalmaztam a javaslataimat arra vonatkozóan, hogy miért érdemes a falusi- és ökoturizmus ágazatot bővíteni a Tisza-tó körül.

3. Szakirodalmi feldolgozás

Ebben a fejezetben szeretném bemutatni a Tisza-tó rövid történetét, turizmusának kialakulását, intézményrendszerét, vendégforgalmát, közlekedését. A falusi- és ökoturizmust és azt, hogy miért ezt a két turizmus ágat választottam vizsgálatom céljául.

3.1. Tisza-tó bemutatása

A Tisza-tó Magyarország egyik legnagyobb és egyben legfiatalabb tava is, mindössze 36 éves. A Tisza-tó az Alföld északi részén terül el. A Tisza-tavi régió részeit az 1. ábra szemlélteti: Borsod-Abaúj-Zemplén megye, Hajdú-Bihar megye, Heves megye és Jász-Nagykun-Szolnok megye egyes részei.

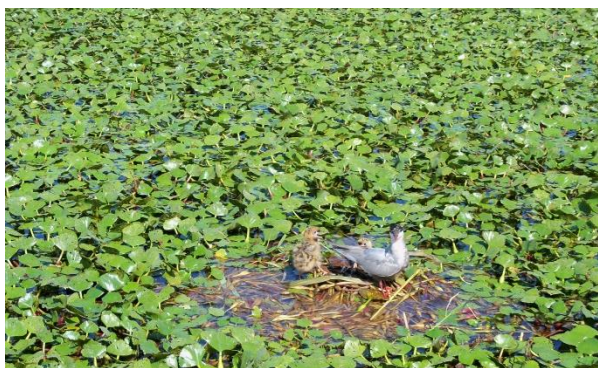


1. ábra
A Tisza-tó elhelyezkedése
Forrás: KSH 2012

A Tisza-tavi régió az ország legkisebb turisztikai régiója, az országos vendégforgalomból mindössze 1,2%-os részesedés jellemzi. A Tisza-tó tulajdonképpen egy mesterséges beavatkozás eredménye, az 1967-73 között felépült kiskörei duzzasztógáttal (Tisza II. vízlépcső) kialakított mesterséges tó, síkvidéki átfolyásos tározó. Létrehozását eredetileg a Tisza vízjárásának szabályozása, a környező területek öntözésének megoldása indokolta.

Hossza jelenleg 27 km, legnagyobb szélessége 6 km, átlagos mélysége 1,3 m, legnagyobb mélysége pedig 21-22 m.

Meglepő, hogy a mesterségesen kialakított tározó mentén milyen egyedi, Európában védett és ritka állat- és növényfaj választotta élőhelyéül. Legjellemzőbb növénytársulása a hínármezők, ezen belül pedig a tündérrózsahínárok és a békalencse. Fontos megemlíteni itt a *sulyom* (1., 2. kép) növényzetet is, ennek a különlegessége az, hogy míg Európában alig található meg (éppen ezért különösen védett, vörös könyves növény), itt a Tisza-tónál nagyon gyorsan terjed. Régen a szegény családok a sulyom terméséből lisztet készítettek. A Tisza-tónál ma már akkora homogén állománnyal rendelkezik, hogy természetvédelmi szempontból is gondot okoz.



1. kép
A sulyom növényzet közötti fészkelő bakcsó
Forrás: Saját készítés



2. kép
A sulyom termése
Forrás: <http://festoiskola.mindenkilapja.hu>

A Tisza-tó nagy része a Hortobágyi Nemzeti Park különálló területe. A nemzeti parkhoz csatlakozó természetvédelmi területként jött létre a Tiszafüredi Madárrezervátum. A védett területeket két részre osztjuk. Az északi terület magába foglalja a Tiszafüredi Madárrezervátumot és a Valki-medencét. A déli terület a Poroszlói- és a Sarudi-medence egy részét. (Füreder-Remenyik, 2008)

A tó lehangulatosabb és legszebb részei a holtágak, más néven a morotva. A holtág a folyó azon része, amelyeket a szabályozás során levágtak, de néhány már korábban, természetes úton lefűződött. Érintetlenségük titka a nehéz megközelíthetőség. Ezeken a helyeken találhatóak az alábbi igen ritka fajok: fattyúszerkő, guvat, vízi hídőr, mocsári nőszirm, réti fűzény. A költöző madaraknak kifejezetten kedvezőek az itteni adottságok. Ezt mi sem mutatja jobban, mint a tavaszi és őszi hónapokban madarak százezrei pihennek a holtágakban.

Legszebb közülük a Csapói holt Tisza, amely Poroszló és Tiszafüred között közel 4 kilométeren helyezkedik el. (Sárközi, 2008)

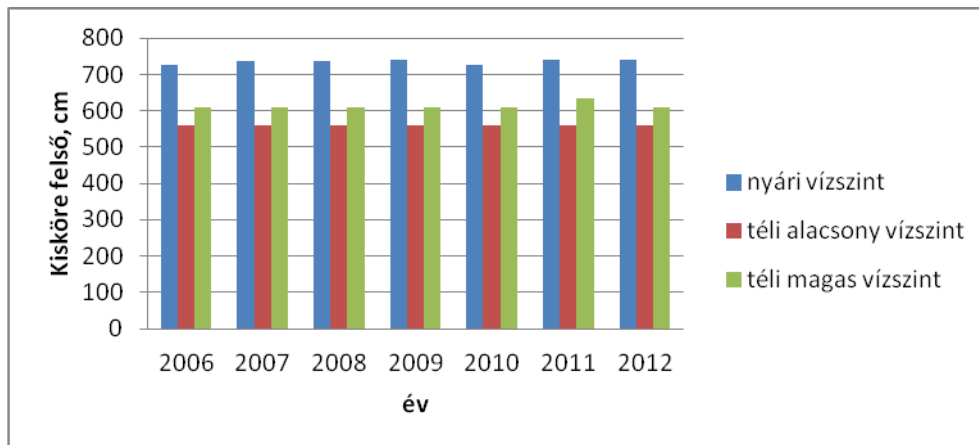
3.2. A Tisza-tavi turizmus kialakulása

A Tisza-tó bemutatása során elkerülhetetlen az a tény, hogy a tó egy ember alkotta mesterséges, többcélú vízgazdálkodási létesítmény. Többek között ezért is egyedi a többi tóhoz képest. A Tisza folyó vízjárása igen szélsőséges, ez egyértelműen érzékelhető, hiszen az aszályos években szárazság, míg a csapadékos időszakban árvizek okoznak jelentős károkat.

Ez első Tiszai vízlépcső Tiszaökon az 1950-es években épült, a második 1960-küröl Kiskörén.

A Kiskörei vízlépcső és öntözőrendszereinek, a Tisza-csatornázás második, de legfontosabb létesítményének, megépüléséről szóló tervet az 1966. évi. II. törvény fogalmazta meg. 1967-ben megkezdődtek a kivitelezési munkák, amely 3 ütemre volt felosztva. Az első ütemben mederduzzasztási munkálatok folytak. A második ütem fő célja a vízkészlettározás és az Alföld vízhiányos területeire való vízátteresztés volt, az ebben az ütemben lezajló vízszintemeléssel alakult ki 1978-ban a mai Tisza-tó. A harmadik ütemet már nem valósították meg, mert a kormányzat leállította, többek között a gazdasági helyzetre hivatkozva. E miatt még ma is ugyanaz a téli-nyári vízszint a jellemző, amit '78-ban beállítottak. (Remenyik-Füredér, 2008)

A Tisza-tó tehát többek között abban is különbözik a többi tótól, hogy a vízállása szabályozható. A téli és nyári vízszintek alakulását szemlélteti a 2. ábra. A jelenleg érvényben lévő engedély szerint, nyári duzzasztási szint, a tenyésztidőszakban a Kisköre felső vízmércéjén $620 - 725 \pm 5$ cm közötti, a téli jeges időszakban 520-620 cm közötti ezt a 2. ábra mutatja. Minden év októberében kezdik meg az apasztást, amivel december elejére elérik a téli vízszintet. Erre azért van szükség, mert a Tisza-tó a tavaszi hóolvadások idején körülbelül 1millió m³ jeget képes befogadni. Ha esetleg egy árhullám előfordul, a jégtömeg felszakad, ezzel veszélyezteti az árvízvédelmi töltéseket, erdőállományokat, a kiépült turisztikai infrastruktúrát és a Kiskörei Vízlépcsőt. (www.sporthorgasz.eu)



2. ábra
Téli és nyári vízszintek alakulása
Forrás: www.sporthorgasz.eu

A Tisza-tavi infrastruktúra az országos átlag alatt volt jóval, a tó létesítése idején. 1974. június 26-án megalakult a Középtiszavidéki Intéző Bizottság (KIB). Három megye 11 települése csatlakozott. A KIB tervpályázatot írt ki az Építésügyi és Városfejlesztési Minisztériummal közösen, ami így hangzott: „*A Középtiszavidéki-Kiskörei-Üdülőkörzet egyes üdülőhelyeinek beépítési és üdülőépületeinek építészeti tervjavaslatai*”. Ezen a pályázaton belül javaslatot lehetett tenni az építészeti megoldásra, a tájba illő arculat biztosítására, az üdülőtellek beépítésére, az üdülőhelyi terület felhasználás szabályzására, a part vízfelületének hasznosítására.

A pályázaton figyelembe kellett venni az 1040/1972-es minisztertanácsi rendelet előírásait. A KIB a következő igen fontos és jelentős feladatokat dolgozták ki és hagyta jóvá:

- a közúti és vasúti közlekedési javaslatot,
- a belkereskedelmi fejlesztési javaslatot,
- a kisajátítás és kártalanítás menetét,
- a területrendezési és hasznosítási irányelveket,
- az idegenforgalmi fejlesztési tervet,
- a vízgazdálkodási- fejlesztési koncepciótervet,
- az üdülőkörzet egészségügyi fejlesztési tervét. (Remenyik-Füreder, 2008, 33.o)

1975-1980 között a tiszafüredi és abádszalóki üdülőterek megközelítéséhez utakat építettek, parkosították a Fazekas házat, csónakkikötő épült Abádszalókon, Tiszafüreden múzeum park, Kiskörén arborétum és egyéb fejlesztések történtek.

1980-ban az üdülőkörzet hosszú távú fejlesztési célja elkészült, amely 5 fő települést emel ki: Tiszafüred, Abádszalók, Kisköre, Poroszló és Sarud.

1980 és 1985 között le kellett állítani a nagy beruházások egy részét, az adósság válság következtében csak a horgász turizmus tudott fejlődni. A szabad strandok ekkor rendezetlenek és veszélyesek voltak, kivéve Tiszafüreden és Kiskörén, itt megvoltak a kellő adottságok a vízi sportok üzésére.

1985-ben a KIB elnöke ezt mondta: „A Középtiszavidéki Üdülőkörzet nem tarozik a kiemelt üdülőkörzetek közé, a fejlesztések lassú ütemben haladnak, szerény színvonalon valósulnak meg.” (Füreder-Remenyik, 2008, 34.o.) Ennek következtében további fejlesztések valósultak meg.

A Belkereskedelmi Minisztérium 1986 januárjában önálló jogi személyiséggel rendelkező állami költségvetési szervként hozta létre a Középtiszavidéki Intéző Bizottság Titkárságát. Ezzel az intézkedéssel a Tisza-tó üdülőkörzet hasonló helyzetbe került, mint az ország kiemelt üdülőkörzeti Intézményi Bizottságai (pl. Budapest-Közép-Dunavidéki).

1985 és 1990 között Touring Hotel épült Tiszafüreden. Abádszalókon belső úthálózatot, horgász Kempinget, Kiskörén strandot és kempinget hoztak létre. Elkészült a Tisza-tó első 3 nyelvű prospektusa, a Tisza-tó tanulmány és 3 nyelvű leporelló.

A rendszerváltás után szabadvízi strandok fejlesztése folyt Tiszafüreden, Poroszlón és még 4 településen a tó körül. Egyre több vendéglátóhely lett és nőtt a színvonal. 1994-ben létrejött a Tisza-tó első Tourinform irodája, de ma már a régióban 8 iroda van.

Kerekes László (aki főtitkár volt 1985-től 1998-ig) kijelentette, hogy a fenntarthatóság az első helyen van, és azt, hogy a Tisza-tó ne a versenytársa legyen a Balatonnak, de hasonló szerepet kellene betölteni Keleten a Tisza-tónak, mint a Dunántúlon a Balatonnak. Fejlesztették a turisztikai infrastruktúrát, a vízi közlekedést biztonságát. (Füreder-Remenyik, 2008)

1997-ben kialakult a Tisza-tó turizmusának Fejlesztési Koncepciója, melynek fő célja a turizmus fenntartható fejlesztése, kiemelt üdülőkörzetté tétele és az ökoturizmus megteremtése volt. 1998-ra sikerült a Tisza-tavat kiemelt üdülőkörzetté tenni. Megalakult a Tisza-tavi Regionális Idegenfogalmi Bizottság, mely koordinálta a régió turizmusát, fejlesztési irányokat határozott meg és stratégiai tervet dolgozott ki.

1998-ban Magyarországon kialakultak a régiós szervezetek. 1999-ben megszűntek a RIB titkárságok. A Magyar turizmus Zrt. Regionális Turisztikai Projekt Irodákat hozott létre.

1999-ben elkészült a Tisza-tavi turisztikai fejlesztési koncepció 2000-2007. Ez a fejlesztés már nem arról szólt, hogy a Tisza-tó legyen az ország második Balatonja, hisz ez jelenleg is még lehetetlen és nem is ez volt a cél. A fejlesztési stratégia egyértelműen az ökoturizmus fejlesztését jelölte meg prioritásként. Ezzel a fejlesztési politikával tényleg a Tisza-tó lett Magyarország ökoturisztikai központja és ennek lett a fő alkotóeleme, attrakciója a Tisza-tavi Ökocentrum. 2012-ig több bemutatóhely is elkészült többek között a Hód tanösvény a Robin Kalandszigeten, mely Magyarország legnagyobb kalandparkja. A mai Tisza-tó tehát nem csak egy vízparti üdülhely, inkább egy természetjáró központ és négy évszakos horgászvíz.

2007-ben létrejött a Tisza-tavi Túráközpont Hálózat. Ez egy vállalkozások összefogásában, franchise rendszerben működő gyalogos, vízi, kerékpáros és lovas szolgáltatásokat biztosító együttműködés. Ennek köszönhetően 2010-ben a Tisza-tó elnyerte az ún. Kiváló Európai Desztináció díjat (EDEN).

2012-ben elindult a menetrend szerinti hajózás. A Tisza-tó (Poroszló-Tiszafüred közötti szakasz kivételével) körbekerékpározható és rengeteg túraútvonallal rendelkezik.

A szálláshely kínálat viszont nem fejlődik kellőképpen egyetlen 4 csillagos hotel létezik a Tisza Balneum Hotel, természetesen monopolhelyzetben van, hiszen nincs is versenytársa. Tiszaújvárosban, Berekfürdőn ugyan találhatóak három csillagos hotelek, de ezek elég messze vannak a tótól. A Tisza-tó körül túl sok alacsony színvonalú panzió és magán szálláshely működik. Kempingek közül csak egyet emelnék ki, a sarudi Eurostrand Kempinget, ez az egyetlen, amely alkalmas a nemzetközi besorolásba. (Tisza-tó Fejlesztési Kft. Tisza-tó Térség Területfejlesztési Program, 2014-2020, 279.o.)

Alapvető hiányosságok vannak a fogadóbázis területén. Hiányoznak a nagy rendezvények, a színvonalas szálláshelyek. A szabad strandok minősége és szolgáltatásai nem megfelelőek.

A Tisza-tó eltér a többi megszokott tó világától, itt holtágak, szigetek, homokpadok, zöldellő ártéri erdők, gazdag állat- és növényvilág található. Egyedi morfológiai (taglalás) viszonyaiból adódóan nem zavarja egymást a hangos strandoló és a csendet élvező horgászt.

3.3. Turisztikai intézményrendszer

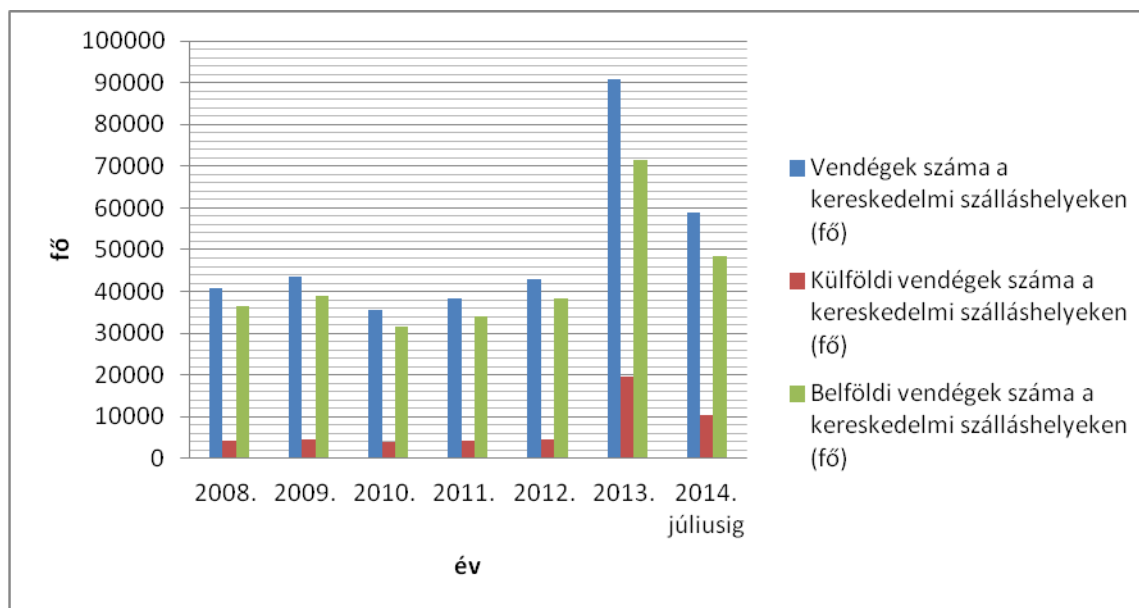
2000-ben létrejött a Magyar Turizmus Zrt. Tisza-tavi Regionális Marketing Igazgatósága, mely segíti a meglévő turisztikai termékek piacra jutását és erősíti a régió turisztikai imázsát. 2010-ig a Regionális Idegenforgalmi Bizottság munkaszervezeti feladatait is ellátta. Azóta nem állították fel a Bizottságot.

A Tourinform irodák közül csak kettő (Poroszlón, Berekfürdőn) üzemel egész évben. Szezonálisan üzemel Abádszalókon, Tiszafüreden és Kiskörén. Néhány megszűnt, de van, amelyik újranyitott. Ezek a Tourinform irodák jelentős forráshiánnyal küzdenek. Nincs képzett munkaerő, nincs folytonosság a település marketing munkájában és sokszor nem is a turizmussal kapcsolatos feladatokat látnak el. Mindent összevetve jelentősen romlott a Tourinform irodák hatékonysága. (Tisza-tó Fejlesztési Kft. Tisza-tó Térség Területfejlesztési Program, 2014-2020, 281.o.)

Térségi TDM (turisztikai desztináció menedzsment) nem alakult ki a Tisza-tó körül, viszont HTDM (helyi turisztikai desztináció menedzsment) van Berekfürdőn és Poroszlón is.

3.4. A Tisza-tó vendégforgalma

A Tisza-tó elhelyezkedése lehet pozitívum, illetve negatívum is. Pozitív, mert aki a Hortobágyig elmegy, az valószínűleg már meglátogatja a Tisza-tavat is, viszont negatív is, hiszen, ha nem céltudatosan ide jövünk, akkor véletlen sem térünk be. A Tisza-tó vendégforgalma 2012 után ugrásszerűen nőtt, ekkor nyitott meg az Ökocentrum. Az 3. ábra szemlélteti a Tisza-tavi régió vendégforgalmának alakulását 2008 és 2014 júliusa között.



3. ábra
Tisza-tavi régió vendégek száma 2008-2014 július
Forrás KSH adatok alapján saját szerkesztés

Turisztikai kereslet változása

A KSH településsoros adatait vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a Kisköre-Abádszalók térségből a vendégforgalom Poroszló-Tiszafüred irányába koncentrálódott. Ennek fő oka a kínálat változása és új turisztikai termékek létrejötte. Kisköre volt az első haszonélvezője a Tisza-tavi turizmusnak, aztán megépült az Ökocentrum Poroszlón és a Kalandpark Tiszafüreden. A legfontosabb feladat, a településpárok attrakciószervezése, természetesen egymást jól megkülönböztető, mégis jellegzetes kínálat létrehozása.

3.5. Közlekedés

A Tisza-tavi régió fő közlekedési útvonalai az M3 autópálya, 3. és a 4. sz. főút. Ezekhez a 31., 33., 34., 35., 36. sz. másodrendű főutak kapcsolódnak. A legnagyobb forgalommal a 33-as és a 34-es rendelkezik. Ehhez képest, ezeknek az utaknak a minősége átlagosan tűrhető, egyes szakaszaik azonban kifejezetten rossz minőségűek. A folyamatos fejlesztések eredményei, viszont egyértelműen látszanak. A mellékutak állapota, város vagy falu függő, átlagosan nem megfelelő. Poroszlón és Tiszafüreden megfelelő új utak vannak, Tiszaszőlősen pedig már több utat is felújítottak. A régió tömegközlekedését a MÁV és a VOLÁN társaságok jelentik. Molnár Anita a Tisza-tavi Regionális Turisztikai Projekt Iroda Igazgatójával való

mélyinterjúm (a mélyinterjú kérdései a III. mellékletben megtalálhatóak.) során megtudtam, hogy újra szeretnék indítani a Hortobágy Intercity-t, amely Budapest Keleti pályaudvartól, Tiszafüreden át Hortobágyba tartana és hogy nagyon sok útvonalat újítottak fel az utóbbi időben, pl. Budapest felől igen jelentős forgalmat bonyolító Kömlő-Tiszanána szakaszt is felújították, jelenleg is folyik a 33-as főút felújítása. Jelenleg viszont, az autóbuszos közlekedés szerepe jelentősebb a térségben. A vasúti közlekedés többségében elmaradott. „A közlekedési helyzetét az alábbi tényezők színvonalemelésével lehetne javítani:

- Kisköre Tisza híd önálló vasúti hiddá történő átépítésével párhuzamosan, önálló 2x1
- forgalmi sáv, kerékpár úttal, gyalogjárdával ellátott közúti híd építése,
- megfelelő minőségű (szélesség, teherbírás, optikai megvezetés) útburkolatok,
- megállók, végállomások fordulóhelyek autóbusz és utas infrastruktúrájának javítása,
- újak létesítése
- regionális és országos autóbuszjáratok által nyújtott eljutási lehetőségek ütemes
- menetrendi kínálta (megrendelői kompetencia),
- autóbusz-állomány átlagéletkorának csökkentése,
- utazási komfort javítása (helyfoglalás, dinamikus utas tájékoztatás, ülőhelykínálat,
- poggyász elhelyezés).” (Tisza-tó Fejlesztési Kft. Tisza-tó Térség Területfejlesztési Program, 2014-2020, 72.o.)

A személyforgalom számára az alábbi kikötők állnak rendelkezésre: Tiszaújváros, Tiszacsege, Tiszababolna, Tiszafüred, Kisköre. A MAHART PassNave Személyhajózási Kft. fő kikötője Tiszacsegeben van. A Tisza-tó hajózásának problémájára a megoldás az abádszalóki öbölbe vezető hajóút kitűzése. A 2005-ben elkészült Tiszai Vízi Turizmus Fejlesztési Program, amely magába foglalja a régió Tisza szakaszának és a Tisza-tónak a vízi turizmusát, tehát e terület hajózásának fejlesztési lehetőségeivel foglalkozik. A Tisza-tó körüli kerékpárút magában foglalja az Eurovelo 11. sz. útvonalának egy részét is. A régió kerékpárútjainak fejlesztése megkezdődött. A Tisza-tavi régióban jelenleg működő reptér nincs. (Tisza-tavi régió turizmus fejlesztési stratégiája 2007 – 2013)

3.6. Ökoturizmus

Az ökoturizmus egy komplex fogalom, amely magába foglalja többek között a természeti környezetbe történő utazást, a biológiai sokféleség megőrzését és fenntartható használatát. Csökkenti a turisták okozta negatív hatásokat és növeli a pozitívakat, hozzájárul a helyi közösség életkörülményeinek javulásához és tiszteletben tartja hagyományait. Itt fontos megjegyezni a fenntartható fejlődés kiemelkedő szerepét. A fenntartható fejlődés az Idegenforgalmi Világszervezet (WTO) szerint így hangzik:

„A fenntartható turisztikai fejlesztés egyrészt kielégíti a jelenlegi turisták és fogadó területek szükségleteit, másrészt, védelmezi és növeli a jövő lehetőségeit. Az elképzelések szerint lehetővé teszi az erőforrások olyan módon történő menedzselését, hogy miközben az emberiség kielégítheti gazdasági, társadalmi és esztétikai igényeit, ugyanakkor megőrizheti az alapvető ökológiai folyamatokat, a biológiai változatosságot és az életet fenntartó rendszereket, valamint a különböző népek és csoportok kulturális integritását is.” (WTO, 1998)

A legkeresettebb ökoturisztikai termékek nagy része megtalálható a Tisza-tavi régióban. Ilyen például: állatvilág megfigyelése, természetjárás, kulturális-etnikai ökoprogramok, történelemhez, régészethez kötődő utazások.

A „nem fenntartható” fejlődés a tömegturizmus. Sajnos mégis ez a világ legnépszerűbb utazási formája. Annak ellenére, hogy a tömegturizmus hatására károsodik az egész világ állat- és növényvilága. Az építkezések például megbontják az ott élő állatok természetes élőhelyét. (Elemzők szerint a 2004-es cunami kevesebb kárt okozott volna, ha a part menti fákat az idegenforgalom kedvéért nem írtják ki.) A gépjárművek miatt növekszik a zaj, légszennyezés, szennyvíz mennyiség, károsodnak az emlékművek, nem veszik figyelembe a helyi lakosok kultúráját, szokásait. (Muhi B. Béla, 2010)

A tömeges turista látogatások a műemlékeknél jelentős károkat okozott, ezért sok helyen a műemlékek védelemre szorulnak (pl. Görög Akropolisz, először korlátlan látogatás volt, de belekarcoltak, elvittek darabokat, ezért ma csak korlátozott számban és drága belépőért látogathatják). Éppen ezek a negatív hatások, mint a víz, levegő vizuális szennyezés, geológiai hatások, káros hatások az állat és növényvilágra, zajártalmak, szemétkerakás,

ökológiai rendszerek megbomlása, természeti katasztrófák, földhasználati problémák ellen nyújthat védelmet az ökoturizmus. (Muhi B. Béla, 2010)

A tömegturizmust lehetetlen kiszorítani, de az ökoturizmus teret fog hódítani. A tudatosság viszont megoldható az alábbi egyszerű módszerekkel: szelektív hulladékgyűjtés, intelligens fűtési, világítási rendszerek, víztakarékos zuhanyzófejek, megújuló energiaforrások hasznosítása.

A turisták természetre gyakorolt hatása negatív, de maga a turista a tiszta, egészséges környezetért látogat az adott desztinációba.

Miért ökoturizmus?

A Tisza-tó ökoturizmusa igen széles szolgáltatás skálával rendelkezik. Ide sorolhatjuk a madármegfigyelő túrákat, vízi túrákat, természetjárást, fotósafarikat, a Tisza-tavi Vízi Sétányt és a Tiszavirág Ártéri Sétautat is. Kimagasló a piaci növekedési üteme. A magyar régiók vonatkozásában jelentős versenyelőnnyel rendelkezik.

A Tisza-tavi ökoturizmus központja a középső, Aranyosi-kanyar, Sarudi-medence és Kis-Tisza által határolt vidék, ahol kialakított túraútvonalak és tanösvények segítenek bemutatni ezt a páratlan szépségű természetet.

Ahhoz, hogy érezzük, miért az ökoturizmus a Tisza-tavi régióban az elfogadható turizmus-forma, tisztában kell lennünk e térség adottságaival is, az eddig elnyert címekkel, s magukkal a kínálati elemekkel is. A Tisza-tó a túraútvonalak mekkája, bejárhatjuk a területet gyalog, csónakkal, kerékpárral vagy lóháton.

A négy évszakos természetjárás magába foglalja a téli jégtúrát, a tavaszi sétát a cseresznyevirágba borult faluban, a nyári fotózást a tavon és az őszi ornitológiai túrát az európai madárvonulások egyik legfontosabb pihenőhelyén. Mindenképpen ki szeretném emelni a Tisza-tavi Madárrezervátumot és a Tisza-tavi Ökocentrumot.

A **Tisza-tavi Madárrezervátum**, a tó északi része a világörökség része 1999 óta és felvették a nemzetközileg elismert vízimadár-élőhelyek sorába. Az UNESCO világörökség mozgalmának célja, hogy a jövő számára megkönnyítse és elősegítse a múlt értékeinek megőrzését, mivel különösen a mai, gyorsan fejlődő világunkban ezeket számos veszély, környezeti katasztrófa, rombolás és megsemmisülés fenyegeti. Több mint 200 madárfaj figyelhető meg és a tó több mint 50%-a védett terület. Költési időszakban (február 1-től június

15-ig) lehetetlen megközelíteni a rezervátumot, de ezen kívül is csak csónakkal lehet. Pont e miatt a nehéz elérhetőség és elérhetetlenség miatt olyan egyedi az élővilága, a háborítatlan természet legszebb példája hazánkban. Olyan fajoknak ad otthont ez a gémfalu, mint a szürke gém (3. kép) a bakcsó, a kiskócsag, a kanalas gém (4. kép) és a ritkaságok közé tartozó üstökös gém, barna kánya, kerecsensólyom. (www.tiszataviokocentrum.hu)



3. kép
Szürke gém
Forrás: <http://www.kudich.hu>



4.kép
Kanalas gém
Forrás: <http://www.fotohaz.hu>

Ez az úgynevezett gémfalu egyértelműen érintetlen, ugyanis még csónakkal sem lehet megközelíteni ezt a csodálatos helyet. Általában beveznek a lelkes turisták és csendben várnak valamelyik csodálatos madárfaj felbukkanására.

Fontos tudni, hogy a vízi túraútvonalakat maximum 5 LE motoros csónakkal lehet igénybe venni, kivéve egy útvonalat, mely csak kézi hajtású járművel közelíthető meg.

Tisza-tavi Ökocentrum

A Tisza-völgy és a Tisza-tó élővilágát, illetve természeti kincseit bemutató Ökocentrum 2012. április 28-án nyílt meg. Az Ökocentrum a természet és az ember fenntartható kapcsolatának szimbóluma. Külön érdekesség, hogy az épület Kertai László Ybl-díjas építész utolsó munkája. Az Ökocentrum főépületét mutatja be az 5. kép.



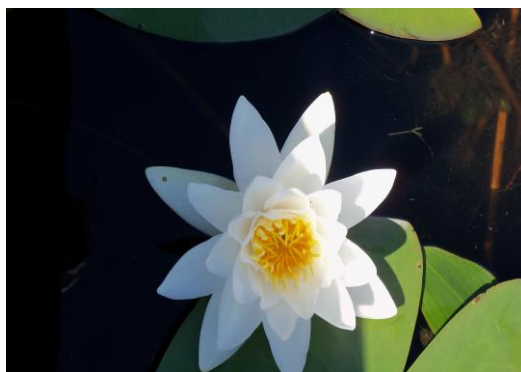
5. kép
Az Ökocentrum főépülete
Forrás: Saját készítés

A legfőbb látványossága a 735 000 literes akvárium, amely nem csak azért egyedi, mert Európa legnagyobb édesvízi akváriumrendszere, hanem mert rendelkezik egy különleges alagúttal is, amely fala torzításmentesen mutatja be a különböző halfajokat. Bemutatja többek között az egykoron hazánkban élő 1,5-2 méteres vizát is, 70 féle halfajt és 15 kételtű- és hüllőfajt. Ez az alagút állatshow-val is szolgál, vidraetetést mutatnak be, területe egyben pihenőhelyként is szolgál. (www.tiszataviokocentrum.hu)

A főépület első emeletén található egy konferencia terem is. A 7. emeleten pedig egy csodálatos panorámával rendelkező körpanorámás kilátó helyezkedik el.

Az épületben a tájékozódást idegenvezetők, illetve AUDIO GUIDE készülékek segítik. Ezek a készülékek 4 nyelven (magyar, angol, német, lengyel) állnak rendelkezésre.

A látnivalók sora nem ér véget a főépületben. A közel 7 hektáros szabadidőparkban különböző emlősök (vörösrókák, dámszarvasok, aranysakálók), hagyományos magyar birkafélék (cikta, cigája és racka) és a tájra jellemző madarak (tőkés réce, kormorán, pelikán, gólya) találhatóak. Az Ökocentrum kikötője közvetlen összeköttetést teremt a Tisza-tavi Vízi Sétánnyal, amely sétányokon vannak madármegfigyelő faházak is. A tó néhány részén túravezető segítségével végig lehet menni maximum 5 lóerős motorcsónakkal, illetve kézi hajtású csónakokkal. Egy ilyen túra alatt számos érdekesség várja a turistákat. Az alábbi a képet a tündérrózsáról (6. kép) az Ökocentrumban készítettem egy csónaktúra során.



6. kép
Tünderrózsa a Tisza-tavon
Forrás: Saját készítés

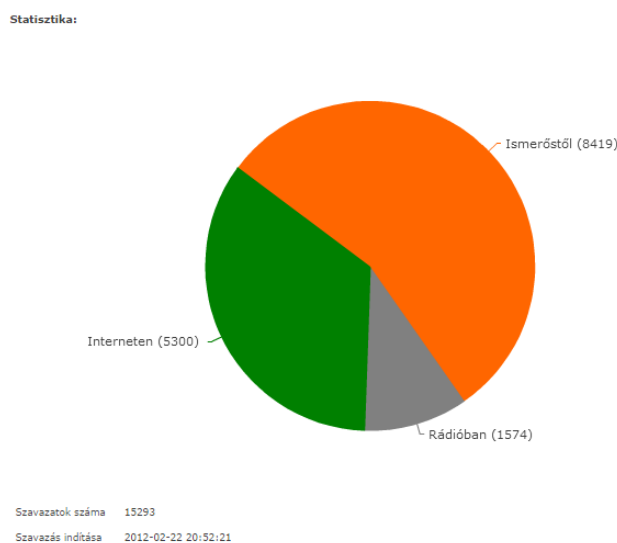
A parkhoz tartozik egy poroszlói Tájház is baromfiudvarral, amely 1884-ben épült, és amely csodálatos módon mutatja be a helyi népi hagyományokat. Berendezése főleg az eredeti lakótól származik, de sok belőle a korból megmaradt helyi lakosok által adományozott tárgyak sora. Ez a kis tájház 2006-ban a Falusi Turizmus Európai Akcióhetén elnyerte „A Tisza-tó térségének ökoturisztikai védjegye” címet (7. kép), melyet Európában a Tisza-tó térsége nyerte el elsőként.



7. kép
Village+ A Tisza-tó térségének ökoturisztikai védjegye
Forrás: Saját kép

Az Ökocentrum elnyerte **az év ökoturisztikai létesítménye 2014** címet.

A látogatottsági adatok is mutatják, hogy van igény az ökoturizmusra, viszont itt is tükröződik a marketing hiánya. Az Ökocentrum készített egy statisztikát arról, hogy a vendégek honnan hallottak róluk. Ahogy a 4. ábra is mutatja 15 293 látogató válaszolt és ennek 55,1%-a vagyis 8419 fő nem találkozott reklámmal csak ismerős ajánlotta számára a helyet, 34,7% az interneten értesült róla és a többiek 10,3% a rádióból.



4. ábra
Az Ökocentrum látogatottsági statisztikája
Forrás: <http://www.tiszataviokocentrum.hu>

Az Ökocentrum látogatottsági adatai közül a következőket hozhatom nyilvánosságra:

Látogatószám az első évben (2012. április 27. december 31.) 155 512 fő

Látogatószám az első teljes évben (2013) 168 882 fő

Látogatószám 2014-ben (szeptember 21. bezárólag) 159 819 fő

Az adatokat Kiss János ügyvezető igazgató adta meg, a vele készített beszélgetés (V. melléklet) során.

A Ökocentrum Poroszlón egész évben nyitva áll a látogatók előtt. Kiállító tornya, háromdimenziós mozija, időszakos és állandó kiállításai vonzzák ide a turistákat mind külföldről és belföldről. Néhány hónapja elkezdtek programcsomagokat árulni főleg iskolás csoportoknak, azóta a forgalom is nőtt. A programcsomagok tartalma a desztináción eltöltött időtől változik. Vannak egynapos, kétnapos, nyári és kiegészítő szolgáltatások.

Az egyik esemény, amely egyszerűen leírhatatlan élmény, az a daruvonulás az őszi reggelen. Hihetetlen, hogy 20-30 ezer daru indul útnak egyszerre és ez az a megfizethetetlen élmény,

amiért érdemes minden évben lelátogatni a tóhoz. Annyira csodálatos élmény, hogy fényképezni se volt nagyon „időm”, annyira lefoglalt a természetnek ez a csodája. Ezért, ennek szemléltetésére egy profi fotót (8. kép) választottam, ugyan még ez sem adja vissza ezt az élményt.



8. kép
Tisza-tavi daruvonulás
Forrás: www.minimatine.hu

A centrumból kilépve rögtön meglátogathatjuk a 200 méterre lévő szabad strandot is. Egyetlen személyes negatív tapasztalatom az volt, hogy nyáron a főszezonban, lehetetlen bejutni az alig 74 férőhelyes ingyenes parkolóba a főbejáratnál, és ebben az esetben a másik lehetőség a II. számú bejáratnál lévő fizetős parkoló marad. Viszont ebből a fizetős parkolóból, amiért napi 500 forint kell fizetni, 1 perc sétával már a szabad strandon találjuk magunkat.

E kínálati jellemzők nagyban hozzájárulnak ahhoz, hogy a térség regionális országos és nemzetközi tekintetben is elismert turisztikai potenciállal rendelkezik.

Amit még Poroszlón tapasztaltam és szeretném megemlíteni, hogy amint leértem a városba rögtön beértem a tourinform irodába, ahol nagyon kedvesek és segítőkészek voltak az emberek. Bármilyen kérdést megválasztak, vagy utánajártak.

3.7. Falusi turizmus, népi kultúra

A falusi turizmus nem egy konkrét turizmus fajta, hanem különböző szolgáltatások egyfajta halmaza, amelyen keresztül bepillantást nyerhetünk az adott térség vidéki életformájába. (Bernard Lane, 1994)

Az igazi falusi turizmus, ahol háztáji ételeket szolgálnak fel és háztáji állatokat ismerhetnek meg a turisták, az elsősorban Németországban működik. (Sidali et al., 2011) Ha a Tisza-tó körül működő falusi turizmust szeretnének elérni, érdemes a német példákra alapozni.

A régi mesterségek megőrzése, illetve a hagyományörzés kultúrája a Tisza-tavi régióban, kiemelt szerepet játszik. A falusi turizmus fenntartható, nem tömegturizmus, helyi, kistérségi vonzerőre alapuló, családi, emberbarát szemléletű, munkahelyteremtő, lakosságot helyben tartó, pótlólagos jövedelmet szerző tevékenység. Kerékpározással, vízi túrázással, lovaglással, sporttal, ökotúrákkal kiegészített falusi üdülés, amely borturizmust, helyi hagyományokat, kézművességet bemutató kulturális rendezvényeket, táborokat is magában foglalhat. Fejlesztése a vidékfejlesztés egyik legfontosabb eszköze. (Fehér- Kóródi, 2008)

A falusi turizmus vonzereje

Ahhoz, hogy vidékre csalogassuk az embereket nem elég csak egy szobát nyitni, egy szoba miatt nem utaznak az adott desztinációba. Egyéni kínálatra, szolgáltatásokra és komplex csomagolásra van szükség. Kiemelt fontosságú a természet közelsége, a megőrzött hagyományok és a falusi vendégszeretet, családiasság, mint vonzerő. (Szabó B., 2009)

Helyi vonzerő sokféle lehet: táj, település fekvése, éghajlat, természetvédelmi területek, különleges természeti adottságok, állat- és növényvilág, kézműves termékek, mesterségek, rendezvények. (Smith L. J., 1988) Be kell vonni a turistákat a helyieknek természetes foglalkozásokba, mint a szőlőszedés vagy a horgászat.

A Tisza-tavi falusi turizmust közepes piaci részesedés jellemzi és lassú piaci növekedés.

Helyi hagyományok

Ha hagyományról van szó, akkor ne olyan hagyományt mutassanak be, ami nem onnan gyökerezik, hanem a helyi hagyományokat tegyék szebbé, színesebbé, vonzóbbá. (Skrabut, 2001) Itt a Tisza-tó körül kimondottan hagyományos ünnep nincsen, viszont régi mesterségek, amelyekre büszkék, az van. Ilyen például a nyereg készítés mestersége, illetve a babaruhák varrása.

3.8. A Tisza-tó turizmusának bemutatása

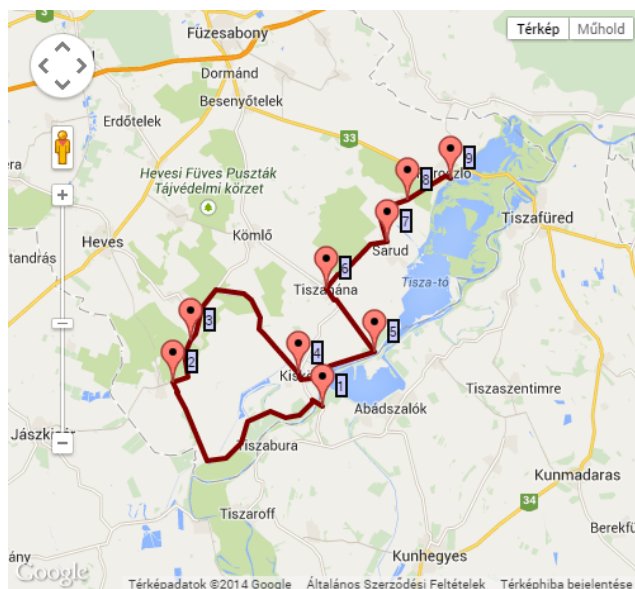
Kerékpárral a tó körül

Erről a témáról az információkat a Molnár Anitával történő mélyinterjú (III. melléklet) során kaptam. Az üdülési és sportolási lehetőségek megteremtéséhez a kiskörei vízlépcső megvalósítása már megadta a kezdő lökést. A Tisza-tavi régióban 1200 km-nyi bicikli út van, ebből kb. 200 km a Tisza, illetve Tisza-tó védőtöltésén, részben EUROVELO 11 kerékpárút. A Tisza-tónál 2007-ben hozták létre a Tisza-tavi Túraközpont Hálózatot, melynek vállalkozásai lovas-vízi-kerékpáros- és gyalogos túraszolgáltatásokra rendezkedtek be. Közel 8 településen 20 vállalkozás: szállás, étterem, kikötő vagy lovas tanya tartozik a hálózathoz. Az eszközbérlésen túl, túravezetőkkel állnak a vendégek rendelkezésére. 2008-ban úgy döntöttek, hogy település csoportonként (pl.: Poroszló-Sarud) kidolgoznak, térképen jelölnék 5 útvonalat, melyet a vendégeknek ajánlanak. Ezek részben kerékpáros, részben gyalogos útvonalak. A tapasztalat szerint ebből az 5 túrából a turisták átlagban kettőt preferálnak, a többi útvonal inkább érdekesség, a fanatikus térkép alapján bejárhatják. Sajnos a Túraközpont Tagok nem igazán gondozzák, menedzselik az útvonalakat, sokkal inkább saját vállalkozásukra, szolgáltatásaikra koncentrálnak. Nincs benne akkora üzlet, rövidtávon profit, ami miatt érdekeltté lehetne őket tenni. Források miatt a túraútvonalak táblázása még mindig hiányos. Annak ellenére, hogy a régióban lassan 500 képzett túravezető van, nagyon kevés túravezetőt foglalkoztatnak a vállalkozások. Sajnos a szolgáltatók nem bírnak olyan szakmai felkészültséggel, amivel megértenék, hogy a Tisza-tó gyönyörű természeti környezetét ilyen módon lehetne a turizmusban kiaknázni. Kevés az a kapacitás, forrás, amit a Regionális Marketing Igazgatóság vagy a Tisza-tavi Turizmus Fejlesztő Egyesület marketingre, illetve a túraútvonalak gondozására tud fordítani.

Próbáltam statisztikai adatokat gyűjteni ezeknek az útvonalaknak a látogatottságáról, de a Magyar Turizmus Zrt. Tisza-tavi régió marketing igazgatója rávilágított, arra, hogy ez elég nehéz vagy lehetetlen. Nem tudnak statisztikát mutatni. Ez csak mintavételes eljárással és szakértői becsléssel végezhető el. Vannak próbálkozások a látogatottsági adatgyűjtésre vonatkozóan, például a Tisza-tó körkerékpárúton, a Kiskörei Szakaszmérnökség üzemi hídján számlálják a kerékpározókat. Ez évente kb. 30 000 kerékpározót jelent. A szakértők szerint ezt körülbelül 1,6-tal meg kell szorozni, hiszen nem tekeri körbe mindenki a tavat, számos útvonal meg sem közelíti ezt a helyet. A Tisza-tavi Turizmus Fejlesztő Egyesület nyertes

pályázatának keretében a legkritikusabb kerékpáros szakaszt, a Tiszafüred-Poroszló szakaszt most építik.

A legkedveltebb útvonal a Madaras út (5. ábra), ami 80 km, ezt 8 óra alatt lehet megtenni, ki van táblázva, betonozott út.



5. ábra

- 1.Kisköre - Pusztataskony közúton
- 2.Pélyi Madárrezervátum
- 3.Tarnaszentmiklós Struccfarm
- 4.Kisköre vízügyi bemutatóterem
- 5.Tiszanána- Dinnyéshát kikötő
- 6.Tiszanána falusi porta
- 7.Sarud, pusztai madármegfigyelő
- 8.Újlőrincfalva tóparti madármegfigyelő porta
- 9.Poroszló Tisza-tavi Vízi Sétány

Madaras út

Forrás: <http://turakozpont.tiszato.hu>

Amikor tervezték a Madaras utat, akkor a Struccfarm egy kalandos megállónak bizonyult, viszont a tulajdonos nem látott fantáziát benne, nem garantálta a nyitva tartást. Magát a túrát sem fontos otthonról elintézni, mert a tó körül vannak túraközpontok, melyek biztosítanak térképet, biciklit, védőfelszerelést és ha szükséges túravezetőt is. Az utak során számos „bicikli barát” szolgáltatóval találkozhatunk. Ilyen például a Strand Kemping Abádszalókon. Aki biciklivel érkezik a campingbe, a termál belépőn kívül a szállásból is kedvezményben részesül.

Strandok és vízi sport lehetőségek

A Tisza-tónál létrejött egy egyedülálló természeti érték, mely teret adott a vízi turizmus kibontakozásának.

A vízi turizmus olyan aktív tevékenység, amely a vízben, vízen vagy a vízparton történik és a turista olyan szolgáltatást is igénybe vesz, ami a vízi forgalmat és a vízi turizmust kiszolgáló és fenntartó létesítményeknél fogyaszt eredményez. (Füstös, 2008) A Tisza-tó környékén egyszerre működik a klasszikus vízi túra (kenu, kajak), a horgászturizmushoz kapcsolódó vízi turizmus, az ökoturizmushoz kapcsolódó vízi turizmus, a motoros jacht turizmus (sportcélú, túrázó) és a hajózás (kiránduló hajók, rendezvényhajók, üdülőhajók). A Tisza-tó területén a következő kikötők üzemelnek:

Poroszló:

- Csicsman kikötő, Csapó közti lejáró
- Delfin Kikötő
- Fűzfa Pihenőpark Kikötő

Tiszafüred:

- Albatrosz Kikötő
- Horgászcentrum Kikötő és Szabadidőpark
- Katamarán Csónakkikötő és Kemping, Tiszafüred-Tiszaörvény
- Kormorán Kikötő, Tiszafüred-Tiszaörvény
- Szabics kikötő
- Városi Kikötő, Holt-Tisza part

Abádszalók:

- Abádi Csónak Kikötő
- Szalók yacht és csónakkikötő

Saturnus Camping és Kikötő, Tiszanána

Tiszavalk: Szivárvány Csónakkikötő

Tiszaderzs: Tiszavirág Csónakkikötő

Sarud: Tündérrózsa Hajó kikötő

Kisköre: Saturnus Camping és Kikötő

Megpróbáltam összehasonlítani a Tisza-tavat és a Balatont, de Molnár Anita rávilágított arra, hogy két teljesen más turisztikai desztinációról beszélünk, más célcsoport, más termékek, más vízrajzi helyzet. A Tisza-tó tudatosan nem akar második Balaton lenni, vízparti üdülésre alkalmas, de sokkal inkább az ökoturizmus, aktív turizmus, kerékpározás, fotózás, horgászat az, ami meghatározza a kínálatot. Ebben törekszik professzionalizmusra. A Balaton egy hagyományos, több évszázados előnyökkel bíró üdülési célterület. A Balaton ismert mindenki számára Magyarországon, a Balatonnál a szolgáltatók számára tradicionális a turizmussal való foglalkozás. A Tisza-tó sokkal fiatalabb, mint a Balaton, mindössze pár évtizedes. Van olyan generáció, aki az iskolában még nem is tanult a Kiskörei Víztoronyról, vagy a mai nevén a Tisza-tóról. A Tisza-tónál még most az első generáció szerzi a tapasztalatait a turizmusban. Nincs nagy vállalkozói tőke, nincs turisztikai tapasztalat a vendégfogadás területén. Sok tanulnivaló van. Szinte minden magyar ember elmondhatja magáról, hogy járt már a Balatonnál, de azt kevésbé, hogy a Tisza-tónál is. Lehet, hogy az idősebbek már jártak a Tisza folyónál, de akkor még nem létezett a tó. A Balatonhoz képest a Tisza-tónak termékekben kell fejlődni. Nagyon sokat számít az idő, főleg az új turisztikai termék bevezetésénél. Azt szokták mondani, hogy a Tisza-tó más tóval össze nem hasonlítható Tó.

4. Anyag és módszer

Kutatómunkám során a kérdőívet választottam kutatási módszerként. Két kérdőívet készítettem, egyet a vendéglátóknak (I. melléklet) és egyet a turistáknak (II. melléklet). A turistáknak összeállított kérdéssor során az volt a célom, hogy válasz kapjak arra a feltevésemmre, hogy van-e kereslet a falusi- és ökoturizmusra. A vendéglátóknak összeállított kérdőívől pedig arra, hogy ők hogyan látják azt, hogy a helyi turizmus és a vendégforgalom növekedett-e az utóbbi években. Az adatok elemzéséhez statisztikai módszereket is alkalmaztam. A másik célom a hazai turizmus fejlődésének elősegítése volt, hiszen nem elég, hogy van rá igény, kínálatnak is lennie kell.

A kérdőíveket főleg személyesen töltöttem ki, mert véleményem szerint fontos, hogy megismerjük a turisták igényeit, meglátásait. Próbáltam külföldiekkel is kitölteni egy angol kérdéssort, de ez nem volt sikeres, mert a külföldiek nem hallottak a Tisza-tóról. A kérdőívet kitöltők száma 212 fő volt.

A turistáknak összeállított kérdéssorom első része (1-től 12-ig kérdések) általános adatokra kérdez rá; hova utazik szívesen, mi alapján választ. A második rész (13-tól 20-ig kérdések) magáról a Tisza-tóról és a falusi-, illetve ökoturizmusról szól. Itt olyan kérdésekkel találkozhattak, hogy járt-e már ott; hatott-e rá valamilyen reklám; érdekli-e a falusi- és/vagy az ökoturizmus.

Saját kutatásom során, a rendelkezésre álló adatokból táblázatokat készítettem és statisztikai módszerekkel vizsgálatokat végeztem. Statisztikai módszerek közül függetlenségvizsgálatot alkalmaztam arra vonatkozóan, hogy van-e összefüggés a kor és az információ szerzés helye között. Asszociációs vizsgálatot is végeztem, ahol a vizsgálatom célja a nem és a kedvelt programok összefüggésének igazolása volt. Szintén asszociációs vizsgálatot végeztem két minőségi ismerv között: a nem és az utazás célja között. Mivel kimutatható a kapcsolat a nem és az utazás célja között, ezért kiszámoltam, hogy milyen erős ez a kapcsolat Csuprov-féle mutatóval. Statisztikai módszerek közt utolsóként intervallumbecslést (átlagra- és értékösszegre) készítettem, hogy kiderítsem, mennyi a turisták várható kiadása. Ehhez szükségem volt a már ismert statisztikai adatokra is, a KSH honlapjáról. Utóbbiak szolgáltak

ugyanis arra, hogy meghatározzam az alapsokaság számát, vagyis az összes hazai turista számát, ami a számításához elengedhetetlen volt.

Az egyéni kutatásom során készítettem egy SWOT-analízist is, amely a környezeti elemzésnek is egyik gyakran alkalmazott módszere. A SWOT szó egy angol mozaik szó, 4 angol szó kezdőbetűiből tevődik össze (Strengths – erősségek, Weaknesses – gyengeségek, Opportunities – lehetőségek, Threats – veszélyek). A gyengeségek és az erősségek belső tényezők, míg a lehetőségek és veszélyek külső tényezők. A gyengeségek olyan dolgok, amik nem jól működnek, de lehet rájuk befolyást gyakorolni, hogy jobban működjenek, az erősségek pedig olyan dolgok, amik jól működnek, de lehet rájuk befolyást gyakorolni, hogy még jobban működjenek. A lehetőségek olyan adottságok, amelyeket nem tudunk befolyásolni, de kedvezőek, és rájuk építve kihasználhatjuk az erősségeinket, a veszélyek pedig olyan tényezők, amelyeket nem tudunk befolyásolni.

Munkám során készítettem 2 mélyinterjút is, egyet egy falusi vendéglátó hellyel, a Simon Vendégházzal (IV. melléklet) és egyet Molnár Anitával (III. melléklet), a Tisza-tavi Regionális Turisztikai Projekt Iroda Igazgatójával, illetve beszélgetést folytattam Kiss Jánossal (V. melléklet), az Ökocentrum ügyvezető igazgatójával. Az utóbbi kettő eredményeit a szakirodalmi feldolgozás részben ismerttettem.

5. Eredmények

Ebben a fejezetben a kérdőívek alapján kapott eredményeimet ismertetem, illetve bemutatom az általam készített SWOT-analízist és mélyinterjút.

5.1. A vendéglátóknak összeállított kérdőív eredményei

A vendéglátóknak szóló kérdőívet (I. melléklet) sajnos csak 21 fő töltötte ki. Ezért, erre vonatkozóan statisztikai módszerekkel való vizsgálatot nem végeztem, de következtetéseket le tudok vonni a velük történt beszélgetésem alapján. Arra a kérdésre, hogy hatással volt-e rájuk az Ökocentrum megnyitása általában azt a választ kaptam, hogy nőtt a vendégéjszakák száma. A kérdőív 13. kérdése arra kérdez rá, hogy mely turisztikai szolgáltatásokból van hiány és melyekből túlkínálat a térségben? A hiány egyértelműen a szórakozóhelyekből van, illetve a nagy keresletnek örvendő igényes falusi vendéglátásból és háztáji ételekből. Hiány van még a luxus szolgáltatásokból, páran pedig panaszkodtak a termálfürdő fejletlenségére is. Rossz időben nem tudnak a vendégek semmit csinálni, az Ökocentrumnak is csak egy része fedett.

A vendéglátóknak készített kérdőívemben kitértem arra is, hogy hogyan hatott rájuk a Poroszlói Ökocentrum megépítése 2012-ben. A válaszadók 75%-a pozitív változást észlelt, mert ennek köszönhetően nőtt a vendégek és vendégéjszakák száma. Ez látszik is a 4. ábrán, 2012 április végén nyitott meg az Ökocentrum és 2013-ra több, mint kétszeresére ugrott a vendégforgalom a Tisza-tó körül, mind a belföldi, mind pedig külföldiek arányát tekintve.

Kíváncsi voltam arra is, hogy egy falusi vendégház milyen plusz szolgáltatással rendelkezik egy hotelhez képest, 9 szállásnak van lehetősége megismertetni a gyerekekkel a háztáji állatokat és csak 4-en felelték azt, hogy háztáji ételeket is kínálnak.

Utazásom során találtam egy helyet Tiszaszőlősen, ahol szerintem tökéletesen működik a falusi turizmus. A Szőlőszem farm az a hely, ahol mindent megtalálhatunk, amiért utazni érdemes. Megtalálható itt a termálvizes kültéri fürdő, a wellness részleg szaunákkal, masszázssal, napozóágyakkal, koktélbárral és grill-terasszal, a szállónak van horgásztava, de le lehet utazni a Tisza-tóhoz is. Van itt még játszótér, állatsimogató, pingpong, tollaslabda és

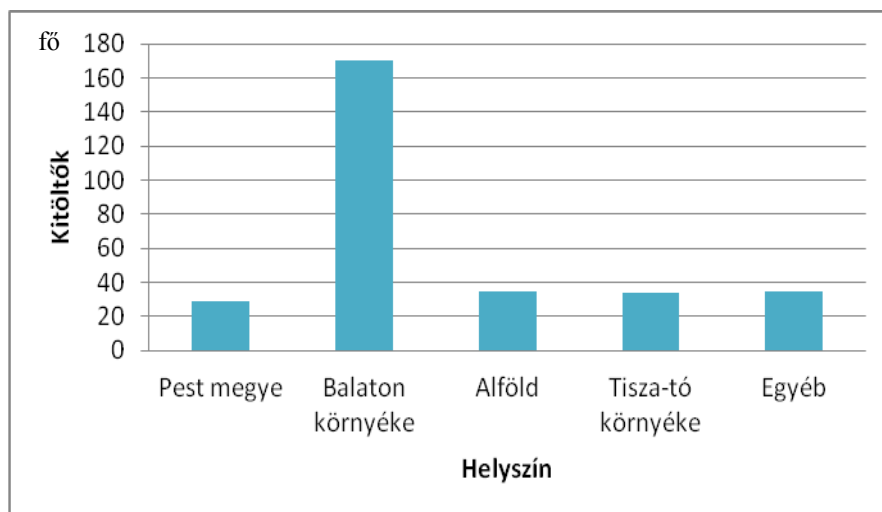
homokfoci-pálya. És ami a falusi turizmus lényege: a gyermekek megismerkedhetnek a háztáji állatokkal és ízekkel. Szedhetnek maguknak gyümölcsöt, zöldséget, láthatják, hogyan néz ki egy gazdaság. A farm vendégei 15% kedvezménnyel vehetik igénybe a Tisza-tavi Ökocentrum szolgáltatásait.

5.2. A turistáknak összeállított kérdőív eredményei

A turisták számára összeállított kérdőívemet 212 fő töltötte ki, így a kérdőív elemszáma elegendő az elemzések elvégzéséhez és a statisztikai vizsgálatokhoz.

A kérdőívet kitöltők 70 %-a volt nő és 30 %-a férfi. A kérdőívet legnagyobb arányban a 18-25 év közöttiek töltötték ki (36,8 %-ban), ezt követték a 46-55 év közöttiek (19,8 %-ban), majd a 36-45 év közöttiek (15,1%-ban), alig maradtak le a 26-35 év közöttiek (14,6%-kal). Az utolsó 3 csoport volt az 56-65 év közöttiek (11,3%-kal), a 65 év feletti és a 18 év alattiak 1-1%-kal. Az iskolai végzettség tekintetében a kitöltők 44,8 %-a (95 fő) érettségivel rendelkezik 23,1%-a (49 fő) főiskolai végzettségű volt, 11,3%-nak (24 fő) felsőfokú szakképesítése van, 9%-uk (19 fő) szakmunkásképző, illetve szakiskolában végzett, 7,5%-nak (16 fő) egyetemi végzettsége van és végül 4,2%-nak, azaz 9 főnek általános iskolás végzettsége van. A válaszok alapján megállapítható, hogy az turisták utazási szokásaira a 2008-as gazdasági válság 132 főre (62,3%) negatívan hatott és 80 fő (37,7%) nem érzékelte a hatását. Évente átlagosan pedig 50 000 és 100 000Ft között költenek utazásra és évente 49,1%-uk (104 fő) tölt legalább egy vendégéjszakát a lakóhelyétől eltérő településen és 18,4% (39 fő) több, mint 10 vendégéjszakát.

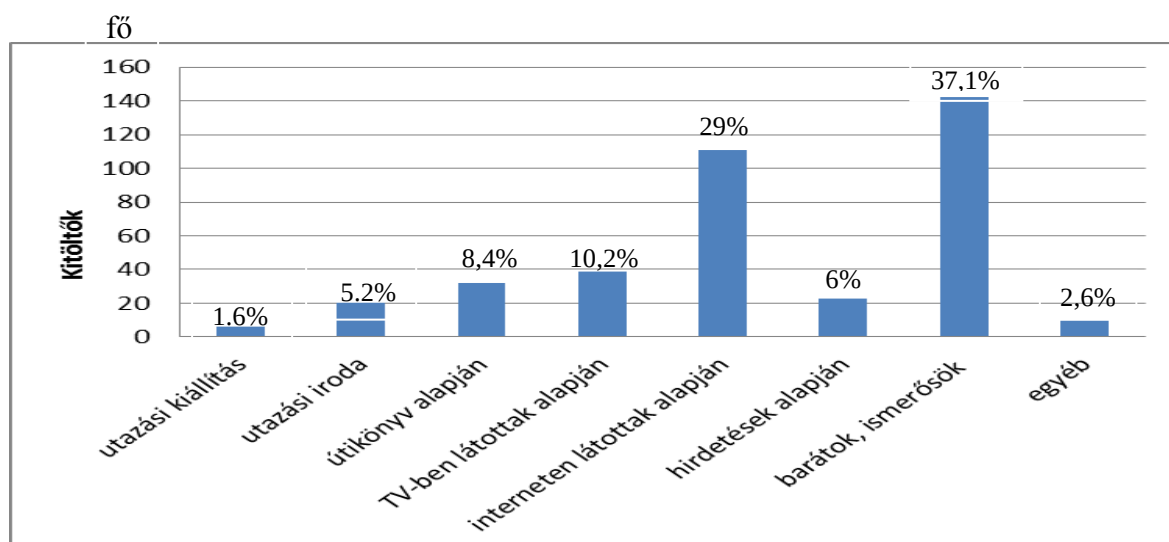
A kérdőív 6-7. kérdéseire adott válaszok alapján megállapítottam, hogy a kitöltők 73 %-a leginkább belföldre utazik és bár igény, kereslet lenne rá, a Tisza-tónál az igazi falusi turizmus nem működik. A kérdőívet kitöltők 56,1%-a a Balatonhoz utazik és csak 11%-a a Tisza-tóhoz (6. ábra).



6. ábra
Amennyiben belföldre utaznak, azon belül hova
Forrás: Saját kutatás

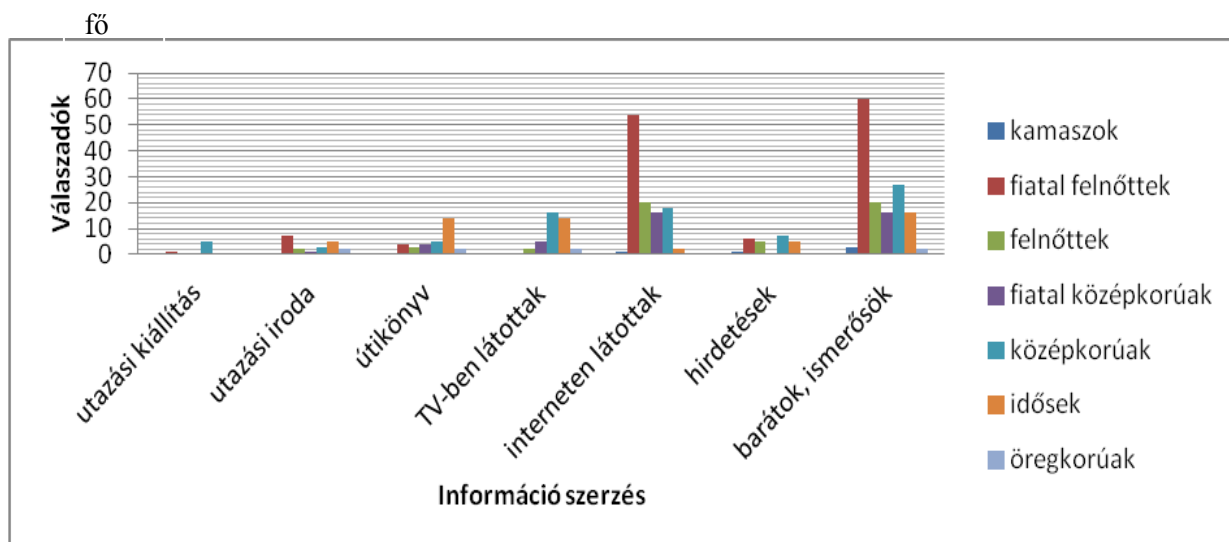
A kérdőívem által kapott adatokat alátámasztja a KSH adata is, mely szerint 2013-ban a magyar lakosság egyharmada vett részt belföldi utazáson és 2013-ban a népesség száma 9 908 798 volt. (KSH, 2014)

Kínácsi voltam arra, hogy ki honnan informálódik a turisztikai desztinációról, kérdőívemből kiderült, hogy a legtöbben 37,1% barátok, ismerősök ajánlásával, illetve 29% interneten látottak alapján választanak úti célt (7. ábra).



7. ábra
Turisztikai desztinációról való információ szerzés
Forrás: Saját kutatás

Kutatásom során függetlenségvizsgálatot végeztem az életkor és az információszerzés vonatkozóan. Az életkor és az információ szerzés helye közötti kapcsolatot szemlélteti a 8. ábra.



8. ábra
Az életkor és az információ szerzés helye
Forrás: Saját kutatás

Kíváncsi voltam, hogy korosztályonként honnan informálódnak a turisták, mert ha van egy korosztály, amit meg szeretnénk célozni és tisztában vagyunk vele, hol a legbefogadóképesebb, akkor hamarabb eljut hozzá az információ. A függetlenségvizsgálatom célja megvizsgálni, hogy függ-e egymástól a kor és az, hogy honnan informálódik a turista. A H_0 hipotézisem, az, hogy a kor és az információszerzés módja független egymástól, a H_1 hipotézis pedig azt állítja, hogy függ egymástól a két ismerv. 5%-os szignifikancia szinten dolgoztam és Microsoft Excel programot használtam.

Hipotézisvizsgálat

H_0 : A két ismerv **független** egymástól

H_1 : A két ismerv **nem független** egymástól

$\alpha = 5\%$ (5%-os hibaszinten dolgozom)

Első feladatom a χ^2 empirikus értékének meghatározása. A kapott válaszok alapján (1. táblázat) munkatáblázatot (2. táblázat) készítettem, és kiszámítottam a χ^2 empirikus értékét.

1. táblázat

A kor és az információ szerzés helye

Kor	utazási kiállítás	utazási iroda	útikönyv	TV-ben látottak	interneten látottak	hirdetések	barátok, ismerősök	Összesen:
kamaszok					1	1	3	5
fiatal felnőttek	1	7	4		54	6	60	132
felnőttek		2	3	2	20	5	20	52
fiatal középkorúak		1	4	5	16		16	42
középkorúak	5	3	5	16	18	7	27	81
idősek		5	14	14	2	5	16	56
öregkorúak		2	2	2			2	8
Összesen:	6	20	32	39	111	24	144	376

Forrás: Saját kutatás

2. táblázat

A χ^2 empirikus értékének kiszámítása

Kor	Információ szerzés módja	fi	fi*	(fi-fi*) ²	(fi-fi*) ² /fi*
kamaszok	utazási kiállítás		0	0,00	0,00
	utazási iroda		0	0,00	0,00
	útikönyv		0	0,00	0,00
	TV-ben látottak		0	0,00	0,00
	interneten látottak	1	1,47	0,22	0,15
	hirdetések	1	0,32	0,46	1,45
	barátok, ismerősök	3	1,91	1,19	0,62
fiatal felnőttek	utazási kiállítás	1	2,1	1,21	0,58
	utazási iroda	7	7,02	0,00	0,00
	útikönyv	4	11,23	52,27	4,65
	TV-ben látottak		0	0,00	0,00
	interneten látottak	54	38,97	225,90	5,80
	hirdetések	6	8,43	5,90	0,70
	barátok, ismerősök	60	50,55	89,30	1,77
felnőttek	utazási kiállítás		0	0,00	0,00
	utazási iroda	2	2,76	0,58	0,21
	útikönyv	3	4,42	2,02	0,46
	TV-ben látottak	2	5,39	11,49	2,13
	interneten látottak	20	15,35	21,62	1,41
	hirdetések	5	3,32	2,82	0,85
	barátok, ismerősök	20	19,91	0,01	0,00
fiatal középkorúak	utazási kiállítás		0	0,00	0,00
	utazási iroda	1	2,23	1,51	0,68
	útikönyv	4	3,57	0,18	0,05
	TV-ben látottak	5	4,36	0,41	0,09
	interneten látottak	16	12,39	13,03	1,05
	hirdetések		0	0,00	0,00
	barátok, ismerősök	16	16,09	0,01	0,00

Forrás: Saját kutatás

2. táblázat folytatása

A χ^2 emprikus értékének kiszámítása

Kor	Információ szerzés módja	fi	fi*	(fi-fi*) ²	(fi-fi*) ² /fi*
középkorúak	utazási kiállítás	5	1,29	13,76	10,67
	utazási iroda	3	4,3	1,69	0,39
	útikönyv	5	6,89	3,57	0,52
	TV-ben látottak	16	8,4	57,76	6,88
	interneten látottak	18	23,9	34,81	1,46
	hirdetések	7	5,17	3,35	0,65
	barátok, ismerősök	27	31	16,00	0,52
idősek	utazási kiállítás		0	0,00	0,00
	utazási iroda	5	2,98	4,08	1,37
	útikönyv	14	4,76	85,38	17,94
	TV-ben látottak	14	5,8	67,24	11,59
	interneten látottak	2	16,53	211,12	12,77
	hirdetések	5	3,57	2,04	0,57
	barátok, ismerősök	16	21,44	29,59	1,38
öregkorúak	utazási kiállítás		0	0,00	0,00
	utazási iroda	2	0,43	2,46	5,73
	útikönyv	2	0,68	1,74	2,56
	TV-ben látottak	2	0,83	1,37	1,65
	interneten látottak		0	0,00	0,00
	hirdetések		0	0,00	0,00
	barátok, ismerősök	2	3,06	1,12	0,37
	Összesen:				99,66

Forrás: Saját kutatás

$$\chi^2_{\text{emp}} = 99,66$$

Szükségem van még a χ^2_{kritikus} értékének kiszámítására is. Ehhez meg kell határoznom a szabadságfok (DF), valamint a szignifikancia szint (α) nagyságát. Ezek kiszámítása a következőképpen történt:

$$DF = (s-1) \cdot (t-1),$$

s a sorok száma, t pedig az oszlopok száma, tehát $DF = (7-1) \cdot (7-1) = 36$

$$\alpha = (100-95)/100,$$

tehát, 5%-os szignifikancia szinten dolgozom.

A χ^2_{kritikus} értéket kikeresem a χ^2 eloszlás táblázatból. Megkeresem a szabadságfok (DF=36) és a szignifikancia szint (0,05) metszéspontját, mely 49,8.

Ha χ^2_{emp} értéke kisebb, mint a χ^2_{kritikus} , akkor ebben az esetben a H_0 hipotézisem igaz, de $99,66 > 49,8$ tehát **H_1 igaz.**

Tehát a minta alapján, 5%-os megbízhatósági szinten a két minőségi ismerv (a kor és az információszerzés helye) statisztikailag igazolhatóan függ egymástól.

A függetlenség vizsgálat eredménye tehát, hogy a mintában szereplő turistákra jellemző, hogy a kortól függ az információszerzés módja.

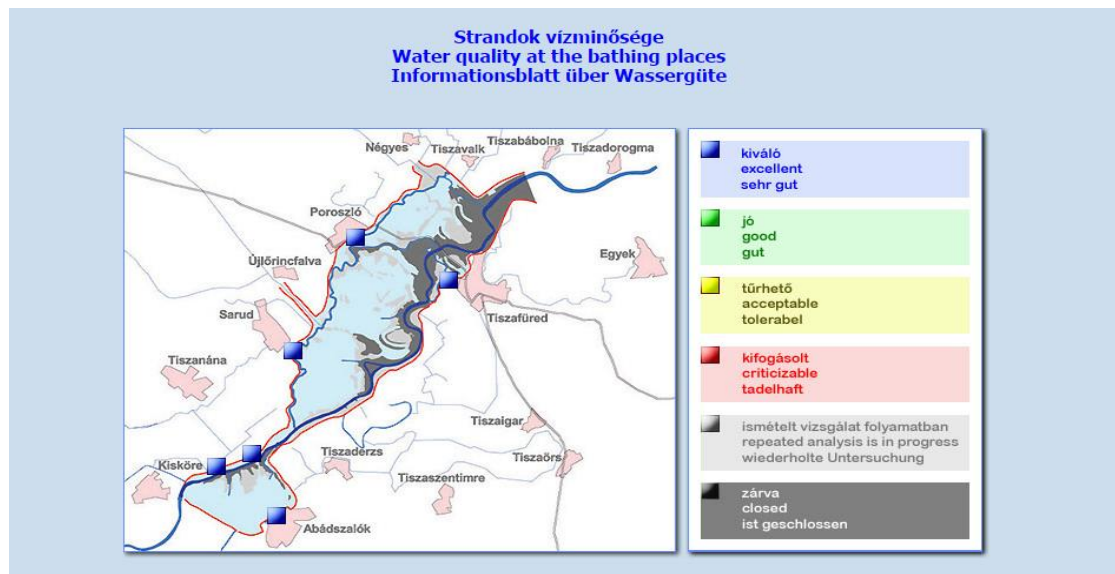
A kérdőívet kitöltők 26,3%-a apartmanban száll meg, 14,3% vendégházban és 13,5% szállodában. 37,3%-uk azért utazik ilyen helyre, mert olcsó és mégis mindent megkap, amire szüksége van. A válaszadók 54%-a nyaralt már a Tisza-tónál és 40%-uk vissza is menne. Arra a kérdésemre, hogy érdekli-e a falusi-, illetve ökoturizmus 212 főből 162 fő, tehát 76,4% igennel felelt, arra pedig, hogy szívesen utazna-e a Tisza-tóhoz, 159 fő (a válaszadók 75%-a) igennel válaszolt.

A válaszadók 31,5%-ának első gondolata a Tisza-tóról, a strand, pedig nem ez a legfőbb erőssége. Sokkal inkább az az ökoturizmus és az aktív turizmus.

A kérdőívet kitöltők 60%-a panaszkodott a Tisza-tó vízminősége miatt. Szívesen ajánlották a Tisza-tavat ismerősöknek az Ökocentrum és a Madárrezervátum miatt, de a fürdözést már kevésbé. Éppen ezért utánanéztem a Tisza-tó vízminőségének. E szerint a Tisza-tó vízminőségét 3 szervezet rendszeresen ellenőrzi.

„A területileg illetékes Megyei Tisztiorvosi Szolgálat Intézményei a strandok bakteorológiai vizsgálatát, a Vízügyi Igazgatóság az üzemirányításhoz szükséges vizsgálatokat, a Közép-Tisza vidéki Környezetvédelmi Felügyelőség a tározó öt, úgynevezett törzshálózati mintavételi helyén az MSZ 12749 számú szabványban előírtak szerinti vízminőségi vizsgálatokat végzi el.” (<http://ktvktvf.zoldhatosag.hu/tiszato>)

A strandok vízminőségét a 9. ábra szemlélteti.



9. ábra
Strandok vízminősége
Forrás: <http://ktvktvf.zoldhatosag.hu/tiszato>

Amíg a Tisza folyóban a vízminőség a felső vízgyűjtőkről lefolyó vizek minőségétől függ, addig a Tisza-tó egyes víztereiben a helyi adottságok és a terhelések (vízmélység, strandok terhelhetősége, hullámozás, stb.) alakítják az aktuális vízminőséget. (<http://ktvktvf.zoldhatosag.hu/tiszato>)

A Tisza-tó esetében, mivel most a legfőbb marketingstratégia a termékfejlesztés, fontosnak tartom, hogy kiderítsük, mi az, amiért szívesen utaznak a turisták. Érdekes módon a válaszadók közül 119 fő a termál és wellness szolgáltatásokért utazna. Ez egy fontos dolog, hiszen, mint korábban említettem, a vendéglátók szerint a meglévő termálfürdő alulfejlett és jó lenne még egyet építeni a tó köré. 83 fő a biciklizés miatt szívesen utazik, itt is megemlíteném, hogy folyamatosan építik, újítják a bicikli utakat. Ami érdekes, hogy a harmadik helyen szerepel a kitöltők szerint (80 fő) a falunapok, népszokások megismerése, tehát megint megállapítom, hogy van kereslet a falusi turizmusra.

Kutatásom során asszociációs vizsgálatot végeztem (két minőségi ismerv) a nemek és a kedvelt programok összefüggésének vizsgálatára vonatkozóan. Az asszociációs vizsgálatom célja, hogy összefüggést keressek a nem és az utazás célja közötti kapcsolatra.

Az *alaphipotézisem* (H_0) az, hogy a nem, nem függ össze azzal, hogy miért utazna szívesen. Az *alternatív hipotézisem* (H_1) pedig, hogy van összefüggés a két ismervem között. A kapott

adatok alapján táblázatot (3. táblázat) készítettem, majd pedig munkatáblázatot (4. táblázat), hogy kiszámolhassam a χ^2 empirikus értéket.

3. táblázat

Adatok az asszociációs vizsgálathoz

	koncert	családi nap	falunapok, népszokások	strandjátékok	étterem, kávézó	szórakozóhely	fesztivál	termál	tábor	madármegfigyelés	biciklizés	lovaglás	emlékművek,tajha zak	Összesen
nem														
nő	50	54	56	45	41	39	52	82	12	43	56	18	53	601
férfi	12	22	24	17	11	7	21	37	15	30	27	9	19	251
Összesen	62	76	80	62	52	46	73	119	27	73	83	27	72	852

Forrás: Saját kutatás

4. táblázat

Munkatáblázat

		fi	fi*	(fi-fi*) ²	(fi-fi*) ² /fi*
nő	koncert	50	43,73	39,25	0,90
	családi nap	54	53,61	0,15	0,00
	falunap	56	56,43	0,19	0,00
	strandjátékok	45	43,73	1,60	0,04
	étterem	41	36,68	18,66	0,51
	szórakozóhely	39	32,45	42,92	1,32
	fesztivál	52	51,49	0,26	0,00
	termál	82	83,94	3,77	0,04
	tábor	12	19,05	49,64	2,61
	madár	43	51,49	72,15	1,40
	bicikli	56	58,55	6,49	0,11
	lovaglás	18	19,05	1,09	0,06
	emlékmű	53	50,79	4,89	0,10
férfi	koncert	12	18,27	39,25	2,15
	családi nap	22	22,39	0,15	0,01
	falunap	24	23,57	0,19	0,01
	strandjátékok	17	18,27	1,60	0,09
	étterem,k	11	15,32	18,66	1,22
	szórakozóhely	7	13,55	42,92	3,17
	fesztivál	21	21,51	0,26	0,01
	termál	37	35,06	3,77	0,11
	tábor	15	7,95	49,64	6,24
	madár	30	21,51	72,15	3,35
	bicikli	27	24,45	6,49	0,27
	lovaglás	9	7,95	1,09	0,14
	emlékmű	19	21,21	4,89	0,23
Összesen					24,08

Forrás: Saját kutatás

Hipotézisvizsgálat

Az *alaphipotézisem* (H_0) az, hogy a nem, nem függ össze azzal, hogy miért utazna szívesen.

Az *alternatív hipotézisem* (H_1) pedig, hogy van összefüggés a két ismérvem között.

95%-os megbízhatósági szinten dolgozom, tehát a szignifikancia szint $\alpha=5\%$, melyet tizedes tört formában adtam meg. A $\chi^2_{\text{empirikus}}$ értékem a munkatáblázatom alapján 24,08 lett.

$$\chi^2_{\text{emp}} = 24,08$$

A χ^2_{kritikus} értéket, mint az előbb a szabadságfok (DF), valamint a szignifikancia szint (α) nagyságának meghatározásával kapom meg, illetve keresem ki a Chi-eloszlás táblázatból. A szabadságfok $DF=(t-1)*(s-1)= (13-1)*(2-1)=12$ és az alfa $\alpha=0,05$. Ezek metszéspontjánál található érték a 21,03.

$$\chi^2_{\text{krit}} = 21,03$$

$\chi^2_{\text{empirikus}}$ értékem 24,08 nagyobb, mint a χ^2_{kritikus} (21,03), tehát megállapíthatom a minta alapján, 5% megbízhatósági szinten, hogy a két minőségi ismerv statisztikailag igazolhatóan függ egymástól.

A kapcsolatot már kimutattam a két ismerv között, de most ennek erősségét is szeretném kimutatni. Ehhez a Csuprov-féle mutatót használom, mely a tényleges gyakoriság és a függetlenség esetére feltételezett gyakoriság közötti eltérés vizsgálatán alapul.

Csuprov- féle mutató (T):

$$T = \sqrt{\frac{\chi^2}{N \times \sqrt{(s-1)(t-1)}}$$

$$T = \sqrt{\frac{24,08}{852 \times \sqrt{(2-1)(13-1)}}} = 0,44$$

$$T = 0,44$$

$$\chi^2_{\text{emp}} = 24,08$$

$$N = 852$$

$$o = 13$$

$$s = 2$$

$$T = 0,44 \text{ (A kapcsolat erőssége 0-1 közé esik)}$$

A két ismerv között tehát pozitív, sztochasztikus, csaknem közepes erősségű kapcsolat áll fenn. (Az egy egész már függvényszerű, determinisztikus kapcsolatot jelent.)

A két ismerv között nem egyértelműen, csak tendenciaszerűen érvényesülő kapcsolat van: valószínűségi vagy sztochasztikus kapcsolat.

Kérdőívem egyik kérdése (5. kérdés) arra irányult, hogy átlagosan mennyit költ utazásra a turista. A válaszadók 23,1%-a 50 000Ft-nál kevesebbet költ, 42,9% 50 001 és 100 000Ft között, 21,7% 100 001 és 200 000 között és a többi 12,3% többet, mint fél millió Ft. Az általam gyűjtött adatok alapján **statisztikai becslést** végeztem az összes belföldi turista átlagos költségére és összes költségére vonatkozóan. **Intervallumbecslés** végeztem átlagra és értékösszegre vonatkozóan.

A turisták számának megoszlását szemlélteti az 5. táblázat az évente utazásra fordított összeg nagyságának alapján.

5. táblázat **Évente átlagosan utazásra költött összeg**

Évente utazásra költött összeg:	fi	ui	fi*ui	fi*(ui-Xátlag)²
0-50000	49	25 000,0	1 225 000,0	216 139 775 215,5
50001-100000	91	75 000,5	6 825 045,5	24 520 089 060,5
100001-200000	46	105 000,5	4 830 023,0	8 489 428 879,2
200001-300000	26	250 000,5	6 500 013,0	653 879 432 891,9
Összesen	212		19 380 081,5	903 028 726 047,2

Forrás: Saját kutatás

Átlagra történő intervallumbecslés:

A becslés a statisztikai következtetés egyik módszere. Lényege, hogy kisszámú megfigyelésből számított mutatók alapján von le következtetéseket az alapsokaságra vonatkozóan egy adott konfidencia szinten. Szükségem volt az alapsokaság értékére, melyet a KSH honlapjáról gyűjtöttem be. Eszerint 2013-ban a belföldi turisták száma, akik két vagy több napos hazai utazáson vettek részt 3 302 932 fő volt.

5%-os szignifikancia szinten dolgoztam. A $t^*_{kritikus}$ érték meghatározásához szükségem van az $\alpha/2$ értékére, mely jelen esetben 0,025. Ki kell még számolnom a szabadságfokot is (DF),

amely egyenlő a minta elemszám mínusz egy, így a DF értéke 211. Ezután megkerestem a t eloszlás táblázatból t^*_{kritikus} értéket, mely a DF és a $\alpha/2$ metszéspontja. Enne értéke 1,96.

$t_{\text{krit}}: 1,96$ (alfa=0,025 és DF=212-1=211)

Az átlag kiszámítása a következőképpen történik:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i} = 19\,380\,081,5/212 = \mathbf{91\,415,48\,Ft}$$

A szórás kiszámításának képlete a következő:

$$s = \sqrt{\frac{\sum f_i (x_i - \bar{x})^2}{n-1}} = \sqrt{903\,028\,726\,047,2/211} = \mathbf{65\,419,85\,Ft}$$

Az átlagra történő becslés képlete az alábbi:

$$CI = \bar{x} \pm t^*_{\alpha/2} \frac{s}{\sqrt{n}}$$

A kapott értékem egy intervallum lesz, melynek kiszámolom az alsó illetve a felső határát.

Alsó érték: $CI_A = 91.415,48 - 8806.52 = \mathbf{82\,608,96\,Ft}$

Felső érték: $CI_F = 91.415,48 + 8806.52 = \mathbf{100\,222\,Ft}$

$$t^*_{\alpha/2} \frac{s}{\sqrt{n}}, \text{ tehát } \mathbf{1,96 * (65.419,85/14,56) = 8806,52}$$

Megállapítottam tehát, hogy 95%-os megbízhatósági szinten a 212 fős minta alapján a belföldi turisták utazásra fordított átlagos költsége évente fejenként 82 608,96 Ft és 100 222 Ft között várható.

Értékösszegre történő intervallumbecslés:

A magyar turisták utazásra fordított évi összes költségét az **értékösszegre történő intervallumbecslés módszerével** határoztam meg. Ehhez a számításhoz szintén a 8. táblázatot használtam.

Az értékösszegre történő intervallumbecslés képlete:

$$CI = N \cdot \bar{x} \pm N \cdot t_{\alpha/2}^* \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Az N az alapsokaság, vagyis a KSH adatai alapján ez a szám **3 302 932 fő** (belföldi utazók száma 2013-ban).

CI_A = (91.415,48*3.302.932)-(8806.52*3.302.932)=272 851 777 500 Ft

CI_F=(91.415,48*3.302.932)+(8806.52*3.302.932)= 331 026 450 900 Ft

A minta alapján 95%-os megbízhatósági szinten a belföldi turisták várható költsége 272 851 777 500 Ft és 331 026 450 900 Ft közé esik.

Az alsó és felsőhatár közötti nagy differencia oka a minta kis elemszáma. Minél nagyobb a minta elemszáma, annál kisebb lesz az intervallum hossza és a valóshoz közelítő érték még pontosabb lenne.

Kérdőívemben kíváncsi voltam arra is, hogy ha már elutaztak a turisták a Tisza-tóhoz, akkor miért. A válaszadók 8,4%-a (14 fő) a sportolási lehetőségek miatt, 2,4% (4 fő) az állandó programok miatt, 18% (30 fő), azért, mert olcsóbb, mint a Balaton, 21,6% (36 fő) azért még nem járt ott és a legtöbben 44,3% (74 fő) azért utazott oda, mert ismerősök, barátok ajánlották. Ebből is látszik, hogy nagyon fontos a vendéglátók felkészültsége, vendégszeretete és szakmai elhivatottsága, hiszen ők azok, akiknek ajánlani kellene az attrakciókat, turisztikai termékeket.

Akik már jártak a Tisza-tónál, azoknak 36,8%-a teljesen elégedett volt a Tisza-tavi szállásokkal, 47,9%-a többnyire elégedett volt, 15,4%-a többnyire nem volt elégedett és nem volt olyan, aki ne lett volna elégedett.

Arra a kérdésemre, hogy ajánlaná-e az Ökocentrumot az ismerőseinek a válaszadók 97%-a igennel felelt. Így már tény, hogy mennyire egyedi lett és mennyire jól sikerült az Ökocentrum felépítése. Gyermek és felnőtt együtt szórakozhatnak. Ezzel együtt még mindig

csak egy hétvégi program lemenni a tóhoz, egy nap Ökocentrum, egy nap kalandpark és Kisköre.

Kérdőívemből az is kiderült, hogy a turistáknak a legfontosabb tényező utazásuk során, a szállás, a családi együttlét és a nevezetességek megtekintése.

5.3. SWOT elemzés

Kutatásom során SWOT elemzést is készítettem, amely a környezeti elemzés egyik leggyakrabban alkalmazott módszere. A terület- és településmarketing vonatkozásában a belső (erősség, gyengeség) és külső (lehetőség, veszély) környezet közötti alapvető különbség az önkormányzat beavatkozási lehetőségeiben rejlik. A belső környezet fejlődését az önkormányzat képes befolyásolni, a külső környezetet nem képes. Az általam összeállított SWOT-analízist mutatja be az 6. és 7. táblázat.

6. táblázat

SWOT analízis (1.)

Erősségek:	Gyengeségek
- természeti értékek, egyedi fajok, egyedi tájkép - világörökségi területek - kiemelt üdülőkörzeti státusz - versenyképes árak - nagyszámú, kiemelt értékű műemlék, világörökségi helyszín a régióban - megőrzött tradíciók, hírneves termékek az iparban és mezőgazdaságban egyaránt - formálódó, önálló arculatú, az ökoturizmusnak teret adó desztinációk - a lakosság idegenforgalmi képzettsége folyamatosan nő - Tisza-tó Térségi Fejlesztési Tanács átalakulása és működése - tourinform irodák elterjedése - egyre gazdagodó halállományból fakadó horgászati lehetőségek - kulturális örökségvédelmi területek és épített környezeti emlékek sokszínűsége - folyamatos vízminőség-monitoring - megújulási törekvések - vadászati lehetőségek - kedvező vízi sport tevékenységek - különleges minőségű, gazdag gyógy- és termálvízkészlet, kereskedelmi szálláshelyek nagy száma - állandó rendezvények - falusi turizmus környezete - épített környezeti értékek: Ökocentrum, Madárrezervátum - ökoturizmus jelenléte, fejleszthetősége - földrajzi fekvés: közel van a Hortobágy - vendégszeretet - segítőkészség - vízminőség	- rövid turisztikai szezon - tőke és forráshiány - közlekedési „zsák” helyzet, fejletlen közlekedési infrastruktúrák - nem működnek együtt az önkormányzatok (Poroszló-Füred, Abádszalók-Kisköre) - minőségi szálláshelyek hiánya - kínálat aránytalan területi és minőségi megoszlása - utak minősége Tisza-füred után rendkívül rossz - megfelelő marketing hiánya - előregedő falvak, munkanélküliség, alulképzettség - nyelvtudás hiánya - az egészségturizmus kínálata heterogén és koordinálatlan - térségi integrációs tevékenység elégtelensége - egyes kistérségek eltérő fejlettségi szintje - belső kapcsolatok hiányosságai (települési összekötő utak, tömegközlekedés) - vállalkozói övezet, ipari parkok, telephelyek gyenge kihasználtsága - külföldön továbbra is ismeretlen - az adottságokhoz képest nem kellőképpen kiépített idegenforgalmi infrastruktúra - kedvezőtlen, jellegtelen településképek - alacsony jövedelem - fiatalok elvándorlása „igazi” falusi turizmus hiánya

Forrás: Tisza-tó Fejlesztési Kft. Tisza-tó Térség Területfejlesztési Program alapján, saját kutatás

7. táblázat

SWOT analízis (2)

Lehetőségek	Veszélyek
• az utak javítása, jobb megközelíthetőség • ökoturizmus fejlesztése • turisztikai szezon meghosszabbítása • kerékpárút-hálózat fejlődése • kerékpár szerviz elterjedése • village+ ökovédjegyben rejlő lehetőségek • információs hálózatok működtetése • képzési színvonal növekedése • hulladékgazdálkodás fejlesztése • a régió imázsának, belső kohéziójának bővítése turisztikai eszközökkel • új és jelentős beruházások • fokozódó külső érdeklődés, de nem a marketing miatt • a rendezvényekre, ismert termékekre és területekre koncentráló országos marketing • kampányok végrehajtása • a konferencia és üzleti, valamint rendezvény turizmus kiépülő bázisai • családi-, wellness-, termál-, horgász-, ökoturizmus • erősödő kereslet • bővíthető foglalkoztatási lehetőség (vállalkozói övezetben, ipari parkokban) • pályázati lehetőségek és aktivitás növekedése • a Tisza-mente integrált területfejlesztésében való aktív részvétel (VTT) • tanulékonyság	• lassú fejlődés • térségi összefogás kettészakadása (Abádszalók-Kisköre, Tiszafüred-Poroszló) • vízminőség romlása • sikertelen EU pályázatok • önkormányzatok forrásszegénysége • romló demográfiai viszonyok • közbiztonság folyamatos romlása • fokozódik a különbség az attrakcióval ellátott települések és az alig látogatottak között (Poroszló-Abádszalók) • turizmusmarketing hiánya • önkormányzatok nem tartanak össze • fejlesztések csúszása, elmaradása • munkahelyteremtő beruházások elmaradása • tőkehiány állandósul • egészségügyi és oktatási szektor működőképességének romlása • fizetőképes kereslet alacsony szintje • kistelepülések gyors elnéptelenedése • városi agglomerációk elszívó hatása • a tározó fenntartási forrásainak csökkenése

Forrás: Tisza-tó Fejlesztési Kft. Tisza-tó Térség Területfejlesztési Program alapján, saját kutatás

A SWOT elemzés eredményeinek alapján az önkormányzatok négy lehetséges marketingpolitika közül választhatnak (8. táblázat).

8. táblázat

Marketingpolitikák

	A terület adottságainak megtartása	A terület adottságainak fejlesztése
Létező fogyasztók	Konszolidációs politika	Minőségfejlesztő politika
Új fogyasztók	Expanziós politika	Diverzifikációs politika

Forrás: Ashworth, G.J.-Vood, H (1997). A város értékesítése: marketing szemlélet a közösségi célú várostervezésben.

A Tisza-tó térségének a diverzifikációs politikát kellene folytatnia, mert ennek keretében az önkormányzatok egyszerre törekednek az adottságok fejlesztésére és új fogyasztók vonzására, illetve a több lábon álló idegenforgalom fejlesztésére. A fejlődés és a fejlesztés célja a helyi emberek jólétének fokozása. (Fehér, 2005)

A SWOT-négy alkotóelemével kapcsolatban az önkormányzatoknak építeni kell az erősségekre, fel kell számolniuk a gyengeségeket, ki kell használniuk a lehetőségeket és mérsékelni kell a veszélyek hatását. (Lahteenmaki-Smith, 2000)

Az egyes területi egységeket a velük kapcsolatban kialakult vélemények alapján különböző csoportokba lehet besorolni, ez pedig bizonyos mértékig befolyásolja az önkormányzat munkáját. (Kotler et al., 1993) A Tisza-tó térsége vegyes imázssal rendelkezik, ami annyit jelent, hogy a Tisza-tóról kialakult képben szerepet kapnak a pozitív és a negatív elemek is, ezért az önkormányzatoknak a pozitív erősítésére és a negatív csökkentésére kell koncentrálni.

5.4. Mélyinterjúk

Kutatómunkám során mélyinterjút is készítettem egy szálláshely vezetőjével és Molnár Anitával, a Tisza-tavi Regionális Turisztikai Projekt Iroda Igazgatójával. A szálláshely vezetőjével készített mélyinterjú teljes tartalmában az IV. mellékletben olvasható, a Molnár Anitával készített pedig a III. mellékletben található.

Választásom a Simon Falusi Vendégházra esett. Azért választottam ezt a szálláshelyet, mert 2 évvel ezelőtt ebben a vendégházban szálltunk meg, és mert csak ők válaszoltak. Itt jegyezném meg, hogy Molnár Anitával készített mélyinterjúm során megtudtam, hogy miért nem tudnak együttműködni a vállalkozások a Magyar Turizmus Zrt.-vel. A Magyar Turizmus Zrt. a már működő turisztikai vállalkozások piacra jutását segíti. Ez az egyik küldetése. Ehhez promóciós platformokat hoz létre, melyet csatlakozási díj fejében a vállalkozásoknak felajánl. A vállalkozás dönti el, hogy számára mennyire előnyös ezekhez a marketing akciókhoz csatlakozni. A tapasztalat szerint kb. 1000 turisztikai vállalkozás van a régió területén, ebből rendszeresen kb. 50 partner csatlakozik. Nehéz az együttműködés. Ennek oka részben az, hogy értékesítést várnak a cégtől, ami nem a mi feladatunk. A Tisza-tó márkaépítés sokkal könnyebb és olcsóbb, ha közvetlenül nem költ a vállalkozás erre a célra, „majd más elvégzi

ezt a munkát”. Részben felkészületlenségből adódik, hogy és helyenként nem is működik a kommunikáció a vendéglátókkal. A cél közös lenne: ismertebb Tisza-tó, több vendég, de az együttműködés már nem működik. Molnár Anita mondott egy példát: Ebben az évben próbáltunk egy tematikus fotó hetet szervezni (jövőre tematikus hónapot terveznek). Szeretnék, ha az ország minden pontjáról neves fotósok és amatőrök is érkeznének egyaránt a programokra. A természeti adottságok kitűnőek, egyedi fotókat lehet készíteni. A VIP fotósokat természetesen a Tisza Balneum Hotelben helyezik el. A többi fotósok és érdeklődőnek, viszont szívesen ajánlottak volna vendégházakat, apartmanokat a közelben. Ezért felkereste a Magyar Turizmus Zrt. a helyi vállalkozókat, hogy adjanak szállásajánlatot az érdeklődő vendégeknek. Ezt 4 partner tette meg, ezen felül senki nem adott ajánlatot, vagy telt háza volt, vagy ki sem nyitott októberben, vagy nem érdekelte a program.

A vendéglátók közül a Simon Falusi Vendégház tulajdonosa nagyon segítőkész és kedves, felkeresésemre rögtön pozitív választ kaptam. Leutaztam és mindenben segítségemre volt. Nagyon sok érdekes témáról beszélgettünk és sok érdekes információt kaptam.

A mélyinterjúból kiderült, hogy a helyi magán szállásokat üzemeltetők nagy részének nincs vendéglátói végzettsége, illetve korábbi tapasztalata. Ennek ellenért nagyon igyekeznek, OKJ-s tanfolyamokon vesznek részt, illetve a helyi polgármester (Abádszalókon) szervez gyűléseket, képzéseket. Az üzemeltetők többségének nincs lehetősége állattartásra, és ha lenne is, ahogy Simon Rózsa fogalmazott, ők nem farmerek, hanem vendéglátók. Nagyobb szállást kellene ahhoz üzemeltetni, hogy bevételt is integráljon az állattartás. A legfőbb kommunikációs csatornájuk természetesen az internet és a Simon Falusi Vendégház készítetett is egy új, modern honlapot (<http://www.simonvendeghaz.hu/>). Ezen túl az elmúlt években felújították a szobákat és játszóteret építettek a kertbe.

A jövőben Simon Rózsa nagyon szívesen együttműködik a helyi szolgáltatókkal, illetve ha lehet, akkor a TDM szervezetekkel.

TDK dolgozatom készítése során, különösen érdekelt az a téma, hogy vajon milyen marketingstratégiát alkalmaz a Magyar Turizmus Zrt. a Tisza-tó körül. Teljesen kielégítő, egyértelmű választ kaptam Molnár Anitától a vele készített mélyinterjúm során. A Regionális Marketing Igazgatóság 15 éve tudatosan építi a Tisza-tó márkáját. A Tisza-tó az ökoturizmust jelenti Magyarországon. A Tisza-tó megismertetése a magyar utazóközönséggel egy hosszú folyamat. Az elkölthető marketing büdzsé nagysága nem teszi lehetővé, hogy ennél nagyobb ütemben haladjanak. Hihetetlen potenciálok vannak még a belföldi piacon.

Az RMI évek óta készít kiadványokat, jár vásárokra, kiállításokra, rendezvényekre, honlapot, blogot üzemeltet, újságírókat utaztat be a régióba, filmeket készített. Vannak speciális összetett kampányok, fő küldő területeken pl. Debrecenben, vagy Nyugat-Dunántúlon. Az, hogy megismerjék a tavat az egy nagyon hosszú folyamat. Nagyon sokat számított a Tiszai Ökocentrum megnyitása, amely egy 2 milliárd forintos beruházás. Önmagában két év alatt nagyobb marketinget jelentett, mint az eddig megjelent összes óriásplakát az országban.

6. Következtetések és javaslatok

Kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy a turisták többek között a Shadow-hatás miatt, főleg Budapestet, illetve a Balatont választják utazásuk céljául, pedig a Tisza-tó természeti adottságai is kiválóak, változatos vonzerők és attrakciók jellemzik.

A Tisza-tó turizmusának növelése érdekében a legfontosabb tennivalók: a helyi gazdaság felzárkóztatása, a tourinform irodák segítése, a vendéglátók képzése, magánszálláshelyek fejlesztése, még egy legalább 4 csillagos szállás, termál szolgáltatásokkal, a jelenlegi termál felújítása, szórakozóhely kialakítása, luxus kategória kiépítése. A jelenlegi legfontosabb turisztikai vonzerő a természeti-környezeti értékek megóvása és fenntartása. A túráközpontok, útvonalak és kikötők korszerűsítése. Egy-egy településnek regionális szintű kínálat létrehozása. Ez az Ökocentrummal Poroszlón már megvalósult. Kiskörén viszont megszületett egy ötlet, hogy legyen egy Renegíe-nevű vidámpark, ahol egyszerre lehetne tanulni energia felhasználásról és közben szórakozni is lehet, és amit sérült gyermekek is használhatnának. Lehetne nyitni egy szórakozóhelyet is, mert a vendéglátóknak feltett kérdésemre, hogy miben van hiány a térségben a legtöbben azt felelték, hogy nincs szórakozóhely. A szórakozóhely pedig kínálhatna kreatív termékeket, mint a sulyomkoktél, vagy tündérrózsa koktél, esetleg az erősebb alkohol tartalmú lehetne a szúnyogcsípés, úgyis sok a szúnyog. Ha már sok a szúnyog és hiába védekeznek, nem tudnak tőle szabadulni a térségben, ezért lehetne egy tréfás játszóteret kialakítani, fából készült szúnyog libikókával. Lehetne a környéken Aquapark vagy szórakozóhelyek is. (Az ötletek Molnár Anita segítségével születtek.)

A kezdetekben az idegenforgalom Kisköre térségére összpontosult, ők voltak az első nyertesei a turizmusnak. Mára már a fejlesztések és a beruházások miatt megváltozott, megépült az Ökocentrum és a Kalandpark, és innentől kezdve pedig a Poroszló-Tiszafüred lett az elsődleges célpont.

Véleményem szerint, ha sikerül nagyjából minden településre egy jó nevezetességet létrehozni (mint például a Kiskörei vidámparkot), akkor az növelhetné a Tisza-tó térségében eltölthető napok számát.

Ha a fiatalokat szeretnénk megcélózni, akkor ésszerű lenne a facebookon egy-két reklámot létrehozni, de ha azt túl drágának ítélik, akkor is ingyen létre lehet hozni, különböző

eseményeket, bejegyzéseket vagy esetleg egy-egy szolgáltatás létrehozhatna egy adatlapot, ahol értesülhetnek az emberek, mindenféle eseményről, képekről és minden egyéb információról a térségben.

A horgászturizmus a nyolcvanas években virágzott, nemcsak belföldi, hanem külföldi turisták is jöttek a kialakult halbőség miatt. Ez viszont megváltozott, a turizmus átrendeződött, mára már a halállomány lecsökkent és a horgász gyakran szembetalálkozik a vízi sportolókkal. A jelenlegi létszám megtartásához, illetve új horgászok megszerzéséhez komoly fejlesztések szükségesek. A kikötők és a hajók elavultak, szükséges lenne a halállomány növelése, az ívóhelyek rekonstrukciója. A legfontosabb pedig az, hogy a horgászturizmusból élő szervezetek mikor ismerik fel, hogy jövedelmük egy részét vissza kellene forgatni a fejlesztésre.

A cél lehetne egy helyi erőforrásokra épülő elsősorban hazai, illetve külföldi turisták igényeit kielégítő, idegenforgalom, amely nem csak az egyedi környezetre épít, hanem a társadalmi-gazdasági értékekre is, hogy javuljon a helyiek életkörülménye. Össze kellene fogniuk a szakembereknek, kreatív, ambiciózus emberekre van szükség, akik elkötelezettek a falusi- és ökoturizmus iránt.

7. Összefoglalás

A Tisza-tó Magyarország egyik legnagyobb és egyben legfiatalabb tava is. Mint turisztikai desztináció még nem fejlődött, ki eléggé, de nagyon sokat javult ez az utóbbi években. A legnagyobb változást a 2012-ben megnyitott Ökocentrum hozta a tó számára, hiszen ez megkétszerezte a vendégek számát. Ma a tó inkább egy hétvégés, illetve 2-3 napos nyaralást jelent, cél lehetne ennek meghosszabbítása. A nyári szezont már sikeresen meghosszabbították, de ha nem lesznek fedett szórakozóhelyek, turisztikai termékek, akkor a rossz időben, mint eddig is nem tudnak mit csinálni a turisták.

Kérdőívem eredményeinek alapján megállapítottam, hogy a vendéglátók felkészültsége nagyon fontos, illetve a vendégszeretete és szakmai elhivatottsága, hiszen ők jól tudják ajánlani a különböző turisztikai termékeket.

Kérdőívem során kapott eredményekből bizonyíthatóan jó ötlet volt az Ökocentrum felépítése, ahol a gyermekek és a felnőttek is együtt tudnak szórakozni.

Kérdőívemből az is kiderült, hogy a turistáknak a 3 legfontosabb tényező utazásuk során, a szállás, a családi együttlét és a nevezetességek megtekintése. Ebből azt a következtetést vontam le, hogy az embereket érdekli a kultúra és magának az adott desztinációnak a nevezetessége. Mint már említettem, most a Tisza-tó területének legfontosabb stratégiája a termékfejlesztés. Ma Poroszlón virágzik az Ökocentrum, Tiszafüreden a Kalózsziget.

Megpróbáltam összehasonlítani a Tisza-tavat és a Balatont, de kutatásom során fény derült rá, hogy két teljesen más turisztikai desztinációról beszélünk, más célcsoport, más termékek, más vízrajzi helyzet. A Tisza-tó tudatosan nem akar második Balaton lenni, vízparti üdülésre alkalmas, de sokkal inkább az ökoturizmus, aktív turizmus, kerékpározás, fotózás, horgászat az, ami meghatározza a kínálatot. Ebben törekszik professzionalizmusra. A Balaton egy hagyományos, több évszázados előnyökkel bíró üdülési célterület. A Balaton ismert mindenki számára Magyarországon, a Balatonnál a szolgáltatók számára tradicionális a turizmussal való foglalkozás. A Tisza-tó sokkal fiatalabb, mint a Balaton, mindössze pár évtizedes. Van olyan generáció, aki az iskolában még nem is tanult a Kiskörei Víztorozóról, vagy a mai nevén a Tisza-tóról. A Tisza-tónál még most az első generáció szerzi a tapasztalatait a turizmusban. Nincs nagy vállalkozói tőke, nincs turisztikai tapasztalat a vendégfogadás területén. Sok tanulnivaló van. Szinte minden magyar ember elmondhatja magáról, hogy járt már a

Balatonnál, de azt kevésbé, hogy a Tisza-tónál is. Lehet, hogy az idősebbek már jártak a Tisza folyónál, de akkor még nem létezett a tó. A Balatonhoz képest a Tisza-tónak termékben kell fejlődni. Nagyon sokat számít az idő, főleg az új turisztikai termék bevezetésénél. Azt szokták mondani, hogy a Tisza-tó más tóval össze nem hasonlítható Tó.

Az Regionális Marketing Intézet elkészítette a 2014-2020-as turisztikai fejlesztési tervet, ezzel egyfajta jövőképet vázolnak fel. Ezek között stratégiai szerepet kap 4-6 kiemelt nagyprojekt. Olyan projektek, melyek tovább építik a Zöld Régió imázst, pl. újrahasznosítható energiára épülő szórakozató központ (Renergie). Most vannak a projektfejlesztések időszakában, a megvalósulás nagymértékben függ majd a pályázati lehetőségektől, és a projektgazdától.

Összességében egy kiváló turisztikai központ lehet a Tisza-tóból, de ehhez nagyon fontos tényező az idő. Az ökoturizmus kiépítése ebben a térségben már elkezdődött és nagyon jó úton halad, nemcsak a hazai turisták körében. A Magyar Turizmus Zrt. munkájával nagyon igyekszik a turizmust fejleszteni, nagyon kreatív ötletekkel rendelkeznek és ha bárkinek adódik egy újabb ötlete a turizmus elősegítéséhez, szívesen fogadják. A falusi turizmusra viszont ráfér még a fejlesztés, először is tisztázni kell, hogy ebben a térségben milyen falusi vendéglátás működik. Az emberek nem feltétlen arra a falusi turizmusra számítanak, ami ott található.

8. Irodalomjegyzék

Ashworth, G.J. - Vood, H. (1997): *A város értékesítése: marketing szemlélet a közösségi célú várostervezésben.* KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti kiadó, Budapest. ISBN 963-224-016-2 37-48 o.

Bernard Lane (1994): What is Rural Tourism? Journal of Sustainable Tourism Special Issue on rural Tourism and Sustainable Rural Development 7-21.o.

Fehér Alajos (2005): *A falusi turizmus helyzete és a fejlesztési lehetőségei Borsod-Abaúj-Zemplén megyében.* Agrárkamara Kiadó, Miskolc ISBN 963 217 855 6. 20-30 o.

Fehér István - Kóródi Márta (2008): *A vidéki turizmus fejlesztése.* Szaktudás Kiadóház, Budapest. ISBN 9789639736702 20-87 o.

Füreder Balázs – Remenyik Bulcsú (2008): *A Tisza-tó turizmusának fejlődése.* in: Bujdosó et al. (2008): *A Tisza-tó turizmusa.* in: Bujdosó Zoltán, Dávid Lóránt, Fejes Lőrinc, Füreder Balázs, Füstös Gábor, Illés Sándor, Kelemen Nóra, Kiss János, Kovács Dezső, Kozma Gábor, Michalkó Gábor, Molnár Anita, Molnár Csilla, Oláh Mariann, Patkós Csaba, Radics Zsolt, Remenyik Bulcsú, Scitovszky Angelika, Tóth Csaba, Tóth Géza (2008): *A Tisza-tó turizmusa.* Magyar Turizmus Zrt., Kaposvári nyomda. ISBN: 978-963-06-4883-7 31-59 o.

Füstös, (2008): *A Tisza-tó turizmusának fejlődése.* in: Bujdosó et al. (2008): *A Tisza-tó turizmusa.* in: Bujdosó Zoltán, Dávid Lóránt, Fejes Lőrinc, Füreder Balázs, Füstös Gábor, Illés Sándor, Kelemen Nóra, Kiss János, Kovács Dezső, Kozma Gábor, Michalkó Gábor, Molnár Anita, Molnár Csilla, Oláh Mariann, Patkós Csaba, Radics Zsolt, Remenyik Bulcsú, Scitovszky Angelika, Tóth Csaba, Tóth Géza (2008): *A Tisza-tó turizmusa.* Magyar Turizmus Zrt., Kaposvári nyomda. ISBN: 978-963-06-4883-7 168-178. o.

Muhi B. Béla (2010): *Falusi turizmus és vidékfejlesztés,* Árgus Kiadó, Újvidék. ISBN: 978-86-87633-25-4, 510-524.o.

Sidali Katia Laura - Spiller Achim - Schulze Birgit (2011): *Food, Agri-Culture and Tourism.* 140-180 o.

Smith L. J. (1988): Defining Tourism - A Supply-Side View, *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, No.2.

Szabó Bernadett (2009): *A falusi turizmus helyzete és gazdasági kérdései*. MTA Társadalomkutató Központ Kiadó, Budapest. 14-28. o.

WTO (1998): *A fenntartható turizmus fejlesztése, Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek*, Geomédia Kiadó, Budapest. p. 21.

Skrabut Éva (2001): A népművészeti kézműves hagyományok szerepe a vidékfejlesztésben. *Falu, Város Régió* (8) 37-39. o.

Internetes források:

<http://www.horgaszcentrum.hu> (letöltve: 2014. 08.22)

KSH (2012): http://www.ksh.hu/turizmus_vendeglatas (letöltve: 2014.09.20.)

KSH (2013): http://www.ksh.hu/turizmus_vendeglatas (letöltve: 2014.09.20.)

KSH (2014): http://www.ksh.hu/turizmus_vendeglatas (letöltve: 2014.09.20.)

<http://www.ktvktvf.zoldhatosag.hu/tizato> (letöltve: 2014. 08.22)

Tisza-tó Fejlesztési Kft. Tisza-tó Térség Területfejlesztési Program, 2014-2020
http://www.kormanyhivatal.hu/download/7/9a/41000/TISZA_T%C3%93_T%C3%89RS%C3%89G_TER%C3%9CLETFEJLESZT%C3%89SI_PROGRAM%2020140624.pdf
(letöltve: 2014.08.18)

Tisza-tavi régió turizmus fejlesztési stratégiája 2007 – 2013
<http://2010-2014.kormany.hu/download/a/8e/20000/Tisza-to.pdf#!DocumentBrowse>
(letöltve:2014.08.27)

<http://www.tiszataviokocentrum.hu> (letöltve: 2014. 08. 10)

<http://www.sportorgasz.eu> (letöltve: 2014. 07. 05)

<http://www.tiszataviokocentrum.hu> (letöltve: 2014. 08. 10)

Egyéb források:

Sárközi Judit (2008): *A Tisza-tó és környéke*. Well-press Kiadó Kft. Budapest 18.o.

Képek forrása:

<http://www.festoiskola.mindenkilapja.hu>

<http://www.fotohaz.hu>

<http://www.ktvktvf.zoldhatosag.hu/tiszato>

<http://www.kudich.hu>

<http://www.minimatine.hu>

<http://www.szabicskikoto.hu>

<http://www.turakozpont.tiszato.hu> (letöltve: 2014. 08.22)

10. Mellékletek

I. MELLÉKLET: Kérdőív a szállást adók részére

KÉRDŐÍV SZÁLLÁST ADÓK RÉSZÉRE

1.) Az ön neme:

- Nő
- Férfi

2.) Az ön életkora:

- 18-25 év
- 25-35 év
- 35-45 év
- 45-55 év
- 55-65 év
- 65 év felett

3.) Iskolai végzettsége:

- Egyetem
- Főiskola
- Felsőfokú szakképzés
- Érettségi
- Szakképző/Szakmunkásképző
- Általános iskola

4.) Milyen típusú szállása van?

- kemping
- panzió
- fogadó
- vendégház
- apartman
- magán lakás

- szálloda
- hotel1,2,3*
- hotel4,5*
- egyéb:_____

5.) Évente átlagosan hányan szállnak meg Önnél?

- 1-1000
- 1001-3000
- 3001-

6.) Hogyan változott ez az arány az Ökocentrum megnyitása óta?

- csökkent
- stagnál
- nőtt
- jelentősen nőtt

7.) Szállás adóként érintette-e Önt a 2008-as gazdasági válság?

- nem volt hatással
- igen, kevesebben vették igénybe a szállást
- igen, általában rövidebb időre vették igénybe a szállást
- igen, szálloda helyett inkább apartmanban szálltak meg
- egyéb _____

8.) Jelölje be, hogy milyen szolgáltatásokkal rendelkezik:

- két különálló ház
- bogrács
- szalonnasütő
- grill
- kerti és pihenő bútorok
- csónak bérleti lehetőség
- gyermekhinta
- mászóka
- homokozó
- szabadidő-, és sporteszközök
- háztáji állatok
- házi ételek (kolbász, szalonna..)
- parkolás zárt udvarban
- egyéb:_____

9.) Egy hotelhez (vagy szállodához) képest, milyen plusz szolgáltatásokkal tud az Ön szállása?

- háztáji állatok megismertetése a gyermekekkel
- háztáji ételek/ italok kóstoltatása
- családias környezet
- egyéb:...

10.) Vannak-e fejlesztési/ marketing tervei Önnek?

- igen, már gondolkoztam rajta
- nem, meg vagyok elégedve a szállásommal

11.) Ha igen milyen típusúak?

- több szolgáltatást szeretnék nyújtani
- több háztáji különlegességet szeretnék beszerezni
- szeretném reklámozni a szállásomat
- bővíteni szeretném a szállásomat
- egyéb:_____

12.) Ön szerint, mi vonzza a térségbe a vendégeket, melyek a legfontosabb térségi turisztikai vonzerők és desztinációk?

- ököcentrum
- strandolási lehetőség
- rendezvények
- szórakozóhelyek
- falusi élet megismerése
- aktív időtöltés
- kulturális tevékenységek
- kalandpark
- egyéb:_____

13.) Mely turisztikai szolgáltatásokból van hiány és melyekből túlkínálat a térségben?

- hiány:_____
- túlkínálat:_____

14.) Általában kik veszik igénybe az Ön szállását?

- fiatalok

- baráti társaságok
- kis gyermekes családok
- idősebb korosztály
- nyugdíjasok

15.) Általában milyen fórumon hirdeti szállását?

- utazási kiállításon
- utazási irodában
- útikönyvben
- TV-ben
- interneten keresztül
- helyi, megyei lapokban
- egyéb: _____

16.) Általában milyen fórumon keresztül figyelnek fel a szállására az azt igénybe vevők?

- utazási kiállításon
- utazási irodában
- útikönyvben
- TV-ben
- interneten keresztül
- helyi, megyei lapokban
- egyéb: _____

17. Milyen lehetőségei vannak mezőgazdasági tevékenységekhez kötődő turisztikai szolgáltatások nyújtására?

- van egy nagy kertem
- van egy földem tele állatokkal, növényekkel
- nincsenek ilyen lehetőségeim
- egyéb: _____

II. MELLÉKLET: Kérdőív belföldi turisták részére

KÉRDŐÍV BELFÖLDI TURISTÁK RÉSZÉRE

1.) Az ön neme:

- Nő
- Férfi

2.) Az ön életkora:

- 18-25 év
- 25-35 év
- 35-45 év
- 45-55 év
- 55-65 év
- 65 év felett

3.) Iskolai végzettsége:

- Egyetem
- Főiskola
- Felsőfokú szakképzés
- Érettségi
- Szakképző/Szakmunkásképző
- Általános iskola

4.) Utazási szokásaira hatott-e a 2008-as gazdasági válság?

- nem volt hatással
- igen, olcsóbb helyre utazok
- igen, rövidebb időre utazok többször
- igen, olcsóbb helyre utazok és rövidebb időre
- igen, külföld helyett inkább belföldre utazom
- igen, szálloda helyett apartmanban szálllok meg
- igen, inkább vendégházban szálllok meg
- egyéb: _____

5.) Évente átlagosan mennyit költ utazásra?

- 0-50 000 Ft-ot
- 50 001-100 000 Ft-ot

- 100 001-200 000 Ft-ot
- több Ft-ot

6.) Az utazásai során inkább belföldre vagy külföldre utazik?

- jellemzően inkább belföldre utazom
- jellemzően inkább külföldre utazom

7.) Amennyiben belföldre utazik, akkor azon belül hova?

- Pest megye
- Balaton környéke
- Alföld
- Tisza-tó és környéke
- egyéb: _____

8.) Általában mi által választ úti célt?

- utazási kiállítás
- utazási iroda
- útikönyv alapján
- TV-ben láttak alapján
- interneten láttak alapján
- hirdetések alapján
- barátok, ismerősök, családtagok által
- egyéb: _____

9.) Évente hányszor tölt legalább egy vendégéjszakát a lakhelyétől eltérő településen?

- 1-5
- 5-10
- több mint 10

10.) Utazásai során milyen szállás típusban száll meg inkább?

- kemping
- panzió
- fogadó
- vendégház
- apartman
- magán lakás
- szálloda
- hotel1,2,3*
- hotel4,5*

- egyéb:_____

11.) Miért ezt a típust preferálja leginkább?

- olcsó
- olcsó és mindent megkapok, amire szükségem van
- drága, de mindent megkapok, amire szükségem van
- már többször is jártam ott
- szeretem a hangulatát
- egyéb...

12.) Nyaralt-e már a Tisza-tónál és/vagy környékén?

- igen
- nem

13.) Ha igen mikor utoljára?

- nagyon régen
- nem olyan rég
- 2 éve
- tavaly
- egyéb:_____

14.) Milyen célból?

- jók a sportolási lehetőségek
- állandó programok vannak
- olcsóbb, mint a Balaton
- ismerősök, barátok ajánlották
- még itt nem jártam és szerettem volna megnézni
- egyéb:_____)

15.) Mennyire volt elégedett a Tisza-tavi szállásokkal?

- teljesen elégedett voltam
- többnyire elégedett voltam
- elégedett is voltam meg nem is, mert _____
- többnyire nem voltam elégedett
- egyáltalán nem voltam elégedett

16.) Mennyire volt elégedett a Tisza-tavi programokkal?

- teljesen elégedett voltam

- többnyire elégedett voltam
- elégedett is voltam meg nem is, mert _____
- többnyire nem voltam elégedett
- egyáltalán nem voltam elégedett

17.) Mi, az amiért szívesen utazna a Tisza-tóhoz?

- koncertek
- családi napok, rendezvények
- falunapok, népszokások megismerése
- strandjátékok
- éttermek, kávézók
- szórakozóhelyek
- fesztivál
- termál, gyógyfürdők látogatása
- rokonok látogatása
- táborozás
- madárfigyelés
- természetjárás
- biciklizés
- műemlék, tájház látogatása
- lovaglás
- egyéb: _____

18.) Ha a Tisza-tóra gondol, mi jut először az eszébe róla?

- strand
- rendezvények
- falusi hangulat
- szórakozás
- sportolás
- természetjárás
- biciklizés
- műemlék, tájház látogatása
- lovaglás
- egyéb: _____

19.) Ön szerint milyen szolgáltatások vannak jelenleg a Tisza-tónál?

- aktív időtöltés

- ököcentrum
- strand
- horgászat
- csónakázás
- víziturizmus
- kulturális programok
- kerékpáros turizmus
- kalandpark
- természetjárás
- műemlék, tájház látogatás
- lovaglás
- egyéb...

21.) Hallott-e már valamit a falusi ill. ökoturizmusról?

- igen az falusi turizmusról
- igen az ökoturizmusról
- igen, mindkettőről
- nem hallottam egyikről sem

22.) Ha nem, akkor szeretne többet megtudni róla?

- igen, érdekel
- nem érdekel

23.) Amennyiben találkozott Tisza-tavi régiós hirdetéssel, az miként befolyásolta a Tisza-tavi utazásra, kikapcsolódásra vonatkozó terveit?

- nagyban befolyásolt
- nem befolyásolt

24.) Mennyire fontos számára az üdülés során?

	nagyon fontos	kicsit fontos	nem fontos
--	---------------	---------------	------------

nevezetességek megtekintése			
szállás, étkezés			
családi együttlét			
baráti társaság			
szellemi kikapcsolódás			
fizikai kikapcsolódás			
sportolás			
kalandkeresés			
egyéb:			

25. kérdés Amennyiben járt már az Ökocentrumban Poroszlón, szívesen ajánlaná másoknak?

- igen
- nem

III. MELLÉKLET: Mélyinterjú Molnár Anitával, a Magyar Turizmus Zrt. Tisza-tavi régió marketingigazgatójával.

Kérem elemezze egy pár szóban a Tisza-tó jelenlegi helyzetét.

Mint turisztikai desztincáció lassú, de biztos ütemben fejlődik. A magyar piacon is idő kell, hogy megismerjék, hiszen még csak 30 éves, igen fiatal célterület. A Tisza-tavi régióban 1200 km-nyi kerékpáros túraútvonalat található, ebből kb. 200 km a Tisza, illetve Tisza-tó védőtöltésén, részben EUROVELO 11 kerékpárút. A Tisza-tónál 2007-ben hozták létre a Tisza-tavi Túraközpont Hálózatot, melynek vállalkozásai lovas-vízi-kerékpáros- és gyalogos túraszolgáltatásokra rendezkedtek be. Közel 8 településen 20 vállalkozás: szállás, étterem, kikötő vagy lovas tanya tartozik a hálózathoz. Az eszközbérletén túl, túravezetőkkel állnak a vendégek rendelkezésére. 2008-ban úgy döntöttek, hogy település csoportonként (pl.: Poroszló-Sarud) kidolgoznak, térképen jelölnék 5 útvonalat, melyet a vendégeknek ajánlanak, Ezek részben kerékpáros, részben gyalogos útvonalak. A tapasztalat szerint ebből az 5 túrából a turisták átlagban kettőt preferálnak, a többi útvonal inkább érdekesség, a fanatikus térkép alapján bejárhatják. Sajnos a Túraközpont Tagok nem igazán gondozzák, menedzselik az útvonalakat, sokkal inkább saját vállalkozásukra, szolgáltatásaikra koncentrálnak. Nincs benne akkor üzlet, rövid távon profit, ami miatt érdekeltté lehetne őket tenni. Források miatt a túraútvonalak táblázása még mindig hiányos. Annak ellenére, hogy a régióban lassan 500 képzett túravezető van, nagyon kevés túravezetőt foglalkoztatnak a vállalkozások. Sajnos a szolgáltatók nem bírnak olyan szakmai felkészültséggel, amivel megértenék, hogy a Tisza-tó gyönyörű természeti környezetét ilyen módon lehetne a turizmusban kiaknázni. Kevés az a kapacitás, forrás, amit a Regionális Marketing Igazgatóság vagy a Tisza-tavi Turizmus Fejlesztő Egyesület marketingre, illetve a túraútvonalak gondozására tud fordítani.

Vannak próbálkozások a látogatottsági adatgyűjtésre vonatkozóan, például a Tisza-tó körkerékpárúton, a Kiskörei Szakaszmérnökség üzemi hídján számlálják a kerékpározókat. Ez évente kb. 30 000 kerékpározót jelent. A szakértők szerint ezt körülbelül 1.6-tal meg kell szorozni, hiszen nem tekeri körbe mindenki a tavat, számos útvonal meg sem közelíti ezt a helyet. A Tisza-tavi Turizmus Fejlesztő Egyesület nyertes pályázatának keretében a legkritikusabb kerékpáros szakaszt, a Tiszafüred-Poroszló szakaszt most építik. Tervben van a Hortobágy Tisza-tó élménykerékpárút építése is.

Hogy állnak jelenleg az utak, illetve a tömegközlekedés?

Nagyon sok útvonalat újítottak fel az utóbbi időben, pl. Budapest felől igen jelentős forgalmat bonyolító Kömlő-Tiszanána szakaszt is felújították, jelenleg is folyik a 33-as főút felújítása. Tervezik a Hortobágy Intercity újraindítását, amely Budapest Keleti pályaudvarról indul és a Tisza-tó érintésével (Tiszafüred), Hortobágyig közlekedik.

Mi a legnagyobb hátránya a Tisza-tónak a Balatonnal szemben?

Két teljesen más turisztikai desztinációról beszélünk, más célcsoport, más termékek, más vízrajzi helyzet. A Tisza-tó tudatosan nem akar második Balaton lenni, vízparti üdülésre alkalmas, de sokkal inkább az ökoturizmus, aktív turizmus, kerékpározás, fotózás, horgászat az, ami meghatározza a kínálatot. Ebben törekszik professzionalizmusra. A Balaton egy hagyományos, több évszázados előnyökkel bíró üdülési célterület. A Balaton ismert mindenki számára Magyarországon, a Balatonnál a szolgáltatók számára tradicionális a turizmussal való foglalkozás. A Tisza-tó sokkal fiatalabb, mint a Balaton, mindössze pár évtizedes. Van olyan generáció, aki az iskolában még nem is tanult a Kiskörei Víztorozóról, vagy a mai nevén a Tisza-tóról. A Tisza-tónál még most az első generáció szerzi a tapasztalatait a turizmusban. Nincs nagy vállalkozói tőke, nincs turisztikai tapasztalat a vendégfogadás területén. Sok tanulnivaló van. Szinte minden magyar ember elmondhatja magáról, hogy járt már a Balatonnál, de azt kevésbé, hogy a Tisza-tónál is. Lehet, hogy az idősebbek már jártak a Tisza folyónál, de akkor még nem létezett a tó. A Balatonhoz képest a Tisza-tónak termékben kell fejlődni. Nagyon sokat számít az idő, főleg az új turisztikai termék bevezetésénél. Azt szoktuk mondani, hogy a Tisza-tó más tóval össze nem hasonlítható Tó.

Mennyire működnek együtt Önök a vendéglátókkal?

A Magyar Turizmus Zrt. a már működő turisztikai vállalkozások piacra jutását segíti. Ez az egyik küldetése. Ehhez promóciós platformokat hoz létre, melyet csatlakozási díj fejében a vállalkozásoknak felajánl. A vállalkozás dönti el, hogy számára mennyire előnyös ezekhez a marketing akciókhoz csatlakozni. A tapasztalat szerint kb. 1000 turisztikai vállalkozás van a régió területén, ebből rendszeresen kb. 50 partner csatlakozik. Nehéz az együttműködés. Ennek oka részben az, hogy értékesítést várnak a cégüktől, ami nem a mi feladatunk. A Tisza-tó márkaépítés sokkal könnyebb és olcsóbb, ha közvetlenül nem költ a vállalkozás erre a célra, „majd más elvégzi ezt a munkát”. Részben felkészületlenségből adódik, hogy és helyenként nem is működik a kommunikáció a vendéglátókkal. A cél közös lenne: ismertebb

Tisza-tó, több vendég, de az együttműködés már nem működik. Mondok egy példát: Ebben az évben próbálunk egy tematikus fotó hetet szervezni (jövőre tematikus hónapot terveznek). Szeretnénk, ha az ország minden pontjáról neves fotósok és amatőrök is érkeznének egyaránt a programokra. A természeti adottságok kitűnőek, egyedi fotókat lehet készíteni. A VIP fotósokat természetesen a Tisza Balneum Hotelben helyezik el. A többi fotósna és érdeklődőnek, viszont szívesen ajánlottak volna vendégházakat, apartmanokat a közelben. Ezért felkereste a Magyar Turizmus Zrt. a helyi vállalkozókat, hogy adjanak szállásajánlatot az érdeklődő vendégeknek. Ezt 4 partner tette meg, ezen felül senki nem adott ajánlatot, vagy telt háza volt, vagy ki sem nyitott októberben, vagy nem érdekelte a program.

Amikor kiépítették/ kitáblázták a Madaras tematikus kerékpáros utat a kerékpárosoknak, bele tették a programba a Tarnaszentmiklósi Struccfarmot, mint megállót. A tulajdonos nem látott fantáziát benne, nem garantálta a nyitva tartást.

Éppen ezért talán az idő az, ami meghozza majd a változást a fejekben. A generációváltással biztos egyre több olyan szolgáltató lesz, aki megérti az együttműködés, összefogás értékét, jelentőségét. Ahhoz azonban azon kell dolgozni, hogy legyen jövője itt helyben a felnövekvő generációnak, a mai óvodások lássanak benne perspektívát, hogy itt éljenek, itt maradjanak a családjukkal és akár turizmusban dolgozzanak.

Milyen marketing zajlik a Tisza-tó térségében?

A Regionális Marketing Igazgatóság 15 éve tudatosan építi a Tisza-tó márkáját. A Tisza-tó az ökoturizmust jelenti Magyarországon, a síkvidéki kerékpározást, a négyvészakos horgászatot stb. A Tisza-tó megismertetése a magyar utazóközönséggel egy hosszú folyamat. Az elkölthető marketing költség nagysága nem teszi lehetővé, hogy ennél nagyobb ütemben haladjunk. Hihetetlen potenciálok vannak még a belföldi piacon.

Az RMI évek óta készít kiadványokat, jár vásárokra, kiállításokra, rendezvényekre, honlapot, blogot üzemeltet, újságírókat utaztat be a régióba, filmeket készített. Vannak speciális összetett kampányok, fő küldő területeken pl. Debrecenben, vagy Nyugat-Dunántúlon. Az, hogy megismerjék a tavat az egy nagyon hosszú folyamat. Nagyon sokat számított a Tiszatavi Ökocentrum megnyitása, amely egy 2 milliárd forintos beruházás. Önmagában két év alatt nagyobb marketinget jelentett, mint az eddig megjelent összes óriásplakát az országban.

Milyen fejlesztési tervek vannak most?

Az RMI elkészítette a 2014-2020-as turisztikai fejlesztési tervet. Ezek között stratégiai szerepet 4-6 kiemelt nagyprojekt. Olyan projektek, mely tovább építik a Zöld Régió imázst, pl. újrahasznosítható energiára épülő szórakozató központ. Most vagyunk a projektfejlesztések időszakában, a megvalósulás nagymértékben függ majd a pályázati lehetőségektől, és a projektgazdától.

IV. MELLÉKLET Mélyinterjú Simon Rózsával a Simon Falusi Vendégház tulajdonosával

A szálláshely (vállalkozás) neve: **Simon Falusi Vendégház**

Székhelye: 5241, Abádszalók, Árvácska út 9.

Alapításának éve: 2008

Alapító: Simon Rózsa, nem változott a tulajdonosi kör. 1 fővel alapította és egy fővel működik.

Üzemeltetési modell: Néhány fős, családbarát környezet megteremtése, a környezet megismertetése, családi programok segítése, szervezése. A jövőben kapcsolatot szeretne teremteni az utazási irodákkal és az önkormányzattal. Bővíteni szeretné a szolgáltatásait, bevonni a helyi termékeket az étkeztetésbe (ez a reggelinél már működik), továbbá a háztáji ételek kóstoltatása. Integrálódni az Abádszalóki környezetbe, együttműködni a szolgáltatókkal.

Hogyan született meg a szálláshely szolgáltató vállalkozás alapításának ötlete?

Életük során elgondolkoztak, hogy mi lesz velük, ha nyugdíjba mennek. Vettek egy nyaralót, majd újították és végül a nyugdíj kiegészítéseként üzemelni kezdtek.

Az alapítók milyen képességekre, ismeretekre, tapasztalatokra támaszkodva hozták meg az induláskor a döntéseket? Rendelkeztek-e szakmai ismeretekkel, vállalkozói tapasztalattal, vezetői tapasztalattal? A családban voltak-e vállalkozók? Támaszkodtak-e üzleti tapasztalatra?

Az alapító vezetői pozícióban volt egy számítástechnikai cégnél, így adott, hogy vezetői tapasztalata, emberismerete és jó kommunikációs képessége van, viszont ezen kívül nem volt semmiféle vendéglátói végzettsége, illetve tapasztalata sem. Ennek ellenére, vagy éppen ezért 2007-ben elvégzett Simon Rózsa egy OKJ-s vendéglátói tanfolyamot. A helyi alpolgármester, viszont tanfolyamokat indított, ezekre támaszkodhattak.

A szálláshely szolgáltató vállalkozás névválasztása, telephelyválasztása, hogyan történt?

Először az alapító neve lett volna „Rózsa”, de ilyen néven szinte minden településen van egy szállás, így Simon Falusi Vendégház lett, a falusi jelző adta magát, hiszen Abádszalók egy falu.

Környezettudatos-e a szálláshely szolgáltató vállalkozás, ha igen, akkor, ez hogy valósul meg? (Példák említése.)

Abszolút környezettudatos. Szelektív szemétgyűjtés folyik, még komposztáló is van, nem permeteznek és kerti, illetve helyi gazdaságból való ételeket fogyasztanak.

Milyen kommunikációs csatornákat használ, az értékesít során, a vendégekkel, munkatársakkal való kapcsolattartásra?

Elsősorban a legfontosabb kommunikációs csatornát, az internetet (nemrég lett egy honlapjuk is), ezen kívül szórólapot és névjegykártyát használ.

Milyen szolgáltatásokat értékesít, kiknek?

Nem értékesít szolgáltatásokat, inkább ajánlja az Ökocentrumot, a kerékpárutakat. Ingyen lehet tőle biciklit bérelni, ehetünk a kertből és transzfert is vállal, ha szükséges.

Az évek során milyen további változtatások történtek, mikor és miért?

Játszóteret építettek a kertbe, felújították a vendégszobákat.

Milyen intézkedéseket hoztak a válság hatására?

Semmit.

A ház eredetileg egy vályogház, ezt a majd' 100 éves régi házat bővítettek ki a tulajdonosok a vendégek számára. Összesen 8 főt tud fogadni egyszerre a vendégház. Van egy kis kertje is homokozóval, tűzrakó hellyel, tekével és játékokkal a gyerekeknek.

A tulajdonos véleménye szerint két dolog miatt nem működhet a háztáji állattartás és háztáji ételek kóstoltatása, ami sok turistát vonzana. Egyrészt, nincs akkora földjük, hogy ezt megteremthessék, másrészt, ha lenne is, nem értenek hozzá, ők szállást üzemeltetnek, nem pedig farmot. Ahhoz, hogy mindkettő működjön, nagyobb befogadóképességű szállás kellene és egy szakember az állatokhoz. A vendéglátóknak minden évben van egy gyűlésük az önkormányzattal és már volt szó arról, hogy legyen egy farm háztáji állatokkal Abádszalókon, de nem vállalja senki az üzemeltetését, hiszen ahhoz szakértelemre lenne szükség, és a haszonállatokat nem is hasznosítják, tehát ebből nem lenne bevételük, annyi turista viszont nincs, amennyi bevételre lenne szükség a fenntartásához.

V. MELLÉKLET beszélgetés Kiss Jánossal, az Ökocentrum ügyvezető igazgatójával.

Az Ökocentrum látogatottsági adataira vonatkozóan tud-e tájékoztatást adni számomra?

Az Ökocentrum látogatottsági adatai közül a következők hozhatóak nyilvánosságra:

- Látogatószám az első évben (2012. április 27. december 31.) 155.512 fő
- Látogatószám az első teljes évben (2013) 168.882 fő
- Látogatószám 2014-ben (szeptember 21. bezárólag) 159.819 fő

További adatokkal nem szolgálhatok (üzleti titok).