

Tudományos Diákköri tevékenységem keretein belül Róma két turisztikai termékével, a vallási és kulturális turizmussal kívánok foglalkozni.

Kutatásom lényege azt vizsgálni, mennyire meghatározóak az említett termékek az olasz főváros idegenforgalmában, milyen nagyságú bevételek köszönhetők ezeknek, azaz a vallási, illetve kulturális célú utazás milyen gazdasági hatást gyakorol a városra.

Kutatásom során vizsgálni szeretném: van-e összefüggés, együttműködés e termékek közt, s ha igen, milyen módon, milyen fokon.

Annak is szeretnék a végére járni, vajon általában milyen gazdasági hatása van a vallási turizmusnak, mint turisztikai terméknek. Feltételezésem szerint nevezett termék „fogyasztói” inkább szerényebb jövedelmű rétegek, melyek számára a többi zarándokkal együtt eltöltött, minőségi idő, s a zarándoklat során szerzett lelki-szellemi élmények fontosabbak, mint a turisztikai szolgáltatások (magas) színvonala.

Összefoglalva célom, hogy az „örök város” két, véleményem szerint igen népszerű és érdekes, prekonceptióm szerint szorosan összetartozó turisztikai termékét elemzésnek vessem alá. Valamint hipotéziseim megerősítésre vagy megcáfолásra kerüljenek- különböző módszerek által.

Dolgozatom elkészítését a vonatkozó szakirodalom, szakmai cikkek és statisztikai adatok tanulmányozása segítette.

A téma előzetes felmérése során tapasztaltam: csekély magyar nyelvű szakirodalom áll rendelkezésre, már ami a kultúra és a vallás közti kapcsolatot illeti. Több, kultúrával foglalkozó kötetet, tanulmányt, cikket is elolvastam, ám vallási célú utaztatással egyelőre külföldön többen, többet foglalkoztak, foglalkoznak. Így főleg angol nyelvű könyvekből, cikkekből szereztem információt.

Felmértem a magyarországi utazásszervező vállalkozásokat, utazási irodákat a Rómába utaztatás kapcsán. E programcsomagok elemeit, kínált szolgáltatásait, árait és azt vizsgáltam, egy alapvetően kulturálódás, városlátogatás céljával megvalósuló utazásba hogyan, miként illeszkedik a vallás.

Az egyik népszerű szállásfoglaló oldalon római szállásokat mértem fel olyan szempontból, milyen véleménnyel vannak arról a magyar vendégek.

Mélyinterjút készítettem a FEHÉRVÁR TRAVEL olaszországi szakreferensével, és kérdőívet készítettem saját kutatás készítése végett.

Legfontosabb megállapításom, hogy e termékek komolyan összefüggenek, nevezetességei összekapcsolandók, nem választandók szét. Fogyasztói érdeklődnek a másik termék iránt is, azaz a turisták részéről is megvan a motiváció, az igény ezek megismerésére.