

OTDK-dolgozat

2023

**ESZTERHÁZY KÁROLY KATOLIKUS EGYETEM
GAZDASÁG- ÉS TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR**



FELTÖREKVŐ FALUSI TURIZMUS BÉKÉS MEGYÉBEN

RURAL TOURISM'S DEVELOPMENT IN BÉKÉS COUNTY

Lipcsei Petra

Konzulens: Dr. habil. Kovács Tibor PhD

Kézirat lezárásának dátuma: 2023.01.09.

TARTALOMJEGYZÉK

Táblázat- és Ábrajegyzék	5
1. Bevezetés	1
2. Falusi turizmus helye a turizmus rendszerében	3
2.1. A turizmus globális szerepe és a tömegturizmus jelensége	3
2.2. Egy új tendencia kibontakozása: Elfordulás a globálistól a lokálishoz	5
2.3. A falusi turizmus fogalma és értelmezése	6
3. A falusi turizmus és az Európai Unió	9
3.1. „Területi egyenlőtlenségek Európája”	9
3.2. Területi politika alapelvei az Európai Unióban	10
3.3. A turizmuspolitika különleges helyzete	12
3.4. A falusi turizmus, mint az elmaradott térségek felzárkóztatásának lehetséges eszköze.....	13
4. Magyarország falusi és lovas turizmusa	18
4.1. A falusi turizmus kialakulásának háttere és körülményei.....	18
4.2. Aktív időtöltés és természetközelség jó példája: a lovas turizmus	19
4.3. Néhány adat Magyarország falusi turizmusáról	21
4.3.1. Békés megye, mint turisztikai desztináció értelmezése.....	23
4.4.2. Mezőberény, mint a falusi turizmus jó példája Békés megyében	24
5. Saját kutatás	25
5.1. Módszertan bemutatása.....	25
5.2. Interjú a tanya szakmai vezetőjével	25
5.2.1. A kezdetek: Állattartó teleptől egészen a lovastanyáig	26
5.2.2. A tanya szerkezeti felépítése	27
5.2.3. Globális kihívások a tanya életében	29
5.2.4. A jövőbeli terveik, elképzeléseik	30
5.3. Kérdőív	32

6.	Kutatási eredmények	36
6.1.	Első hipotézis	36
6.2.	Második hipotézis	39
6.2.1.	Érdekességek a részvételi hajlandósággal kapcsolatban	40
6.3.	Harmadik hipotézis	41
6.3.1.	További összefüggések a korosztállyal kapcsolatban.....	43
6.4.	Negyedik hipotézis.....	45
6.4.1.	További érdekességek.....	50
6.4.2.	Hogyan viszonyulnak a megkérdezettek a lovas programokhoz?	50
7.	Eredmények értékelése, következtetések levonása	53
7.1.	Fejlesztési ötletek.....	53
8.	Összegzés.....	54
	Irodalomjegyzék	55
	Szakirodalmak	55
	Egyéb források.....	58
	Mellékletek	61
	Melléklet 1	61
	Melléklet 2	66

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. Táblázat: A kiterjedés mértéke a területi egységek megoszlása tekintetében országok szerint	16
2. Táblázat: A korosztály és a részvételi hajlandóság összefüggései a falusi turizmus tekintetében	41
3. Táblázat: Életkor és költési hajlandóság kategorizálása, főben mérve	44
4. Táblázat: A programok kategorizálása tematika alapján	49
5. Táblázat: A hipotézisek és beigazolásuk	54

1. ábra: A falusi turizmus helye a turizmus rendszerében	8
2. ábra: Túlnyomóan városi térségek, átmeneti és túlnyomóan vidéki területek százalékos megoszlása az Európai Unióban 2021-ben	15
3. ábra: Területi egységek százalékos megoszlása az Európai Unióban 2021-ben	16
4. ábra: Területi egységek százalékos megoszlása Magyarországon 2021-ben	17
5. ábra: Kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégéjszaka számainak megoszlása 2021-ben	21
6. ábra: Üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégforgalmának megoszlása megyei szinten 2021-ben	22
7. ábra: Karola Vendégház (részlet)	30
8. ábra: Karola Vendégház (részlet)	31
9. ábra: Karola Vendégház kívülről (részlet)	31
10. ábra: A kérdőív kitöltőinek százalékos megoszlása a nemek alapján	33
11. ábra: A kérdőív kitöltőinek a kora, főben mérve	33
12. ábra: A kitöltők százalékos megoszlása a lakóhelyük jellege alapján	34
13. ábra: A kitöltők iskolai végzettségének százalékos megoszlása	35
14. ábra: A kitöltők munkavégzés jellege, főben mérve	35
15. ábra: A Covid hatására mennyire értékelődtek fel az alábbi szempontok az Ön számára a turisztikai úti cél megválasztásánál?	37
16. ábra: Mennyire szívesen vesz részt Ön falusi turizmusban (pár nap eltöltése egy tanyán vagy egy falusi vendégházban)?	39

17. ábra: Mennyire szívesen töltene el egy hétvégét az alábbi falusi turisztikai helyszínen Békés megyében?	40
18. ábra: Életkor és részvételi hajlandóság kapcsolata a 18-25 éves korosztály tekintetében, %-os megoszlásban.....	42
19. ábra: Költségi hajlandóság kategorizálása egy programdús, két napos/egy éjszakás tanyasi hétvége esetében, főben mérve	43
20. ábra: Jellemzők-e Önre az alábbi motivációtípusok nyaralása eltöltése során?	46
21. ábra: Mennyire fontos Önnek a természetközelség a nyaralása során?	47
22. ábra: Kivel töltene el szívesen egy hétvégét a fentebb megjelenített szálláshelyen?	48
23. ábra: Milyen tevékenységeket űzne szívesen a fentebbi helyszínen?	49
24. ábra: A magyar lakosság véleménye a lovas turizmusról, 2006-os kutatás eredménye alapján, főben mérve	51
25. ábra: Mennyire szívesen venne Ön részt egy tematikus postakocsis úton, amely során a főbb turisztikai attrakciókat lehet megtekinteni?	52

1. BEVEZETÉS

A témaválasztásom során arra törekedtem, hogy olyan területet vizsgáljak, ami egyrészt érdekes, ugyanakkor aktuális is. Másrészt fontos volt számomra, hogy közel álljon hozzám az adott témakör. Továbbá a döntésemet az is indokolja, hogy kutatásom során nem igazán találkoztam olyan szakirodalmakkal, amelyek ezzel a tematikával részletekig mélyen foglalkoztak volna. Ennek köszönhetően döntöttem úgy, hogy a feltörekvő falusi turizmussal szeretnék foglalkozni Békés megye aspektusából.

A téma motiváltságát és aktualitását több szempontból is alátámaszthatjuk. Raffay olvasatában a Covid-19 olyan állapotot idézett elő, amely eddig példátlan volt a modernkori turizmusban. Az idegenforgalom válságba kerülését, illetve megsemmisülését az idézte elő, hogy az akkoriban bevezetett utazási korlátozások a glóbusz össznépességének 90%-át érintették. Ennek köszönhetően az újrakezdés bizonytalan és lassú volt, a bizalom hiánya pedig ebben az „iparágban” jelentősen redukálta az utazáshoz való kedvet, vagy épp az utazási szokások drasztikus megváltozását vonta maga után (Raffay, 2020).

Ennek a tényezőnek a hatására Csapó-Végi szerzőpáros szerint megjelenhet az úgynevezett „posztmodern” turista, aki nem preferálja a tömeges termékeket (Csapó-Végi, 2021). Árva-Sipos nézőpontja alapján az egyik legfontosabb ismérve, hogy a totális turizmus helyett az önálló utazási alternatívákat választják. Továbbá olyat keresnek, amit mások nem, fontos számukra az egyediség (Árva-Sipos, 2011). Ez magával vonja azt, hogy nagy valószínűséggel a fogyasztók sokkal felelősegteljesebbé válnak és előnyben fogják részesíteni a fenntarthatóságot (Csapó-Végi, 2021).

Számos szakirodalom foglalkozik azzal, hogy a turizmus milyen pozitív hatásokkal lehet egy adott desztináció életére. Sok esetben viszont pont a globális méreteket öltő tömegturizmus képes a legnagyobb károkat okozni a természeti környezetben, főleg a sűrűn látogatott turisztikai desztinációkban (Gonda, 2017). Erre a problémára véleményem szerint a falusi turizmus megoldást kínálhat.

Kutatásom során kvalitatív és kvantitatív módszerekkel igyekeztem minél árnyaltabb képet kapni a falusi turizmus jelenlegi helyzetéről, illetve megítéléséről, mind a kínálati, mind a keresleti oldalról. Munkám során a fő célom az volt, hogy kiderítsem van-e relevanciája a falusi turizmusnak. Ehhez a következő hipotéziseimet határoztam meg:

H1: A falusi turizmus feltörekvőben van.

H2: A falusi turizmusnak van relevanciája Békés megyében.

H3: A fiatal korosztály számára is vonzó lehet a falusi turizmus.

H4: A falusi turizmus fő vonzereje a természetközelségben és a közösen eltölthető, aktív programokban rejlik.

Kutatásom során elsőként a megváltozó turisztikai trendekkel kívánok foglalkozni, mely során a globális-lokális jelenségét kívánom érinteni amellet, hogy a falusi turizmust elhelyezem a turizmus bonyolult rendszerében.

A második fejeztemben az Európai Unió és a turizmus kapcsolatrendszerét szerettem volna feltérképezni. Előtte azonban az Európán belüli területi különbségek kialakulásának hátterét szerettem volna megismerni. Majd a területi-, illetve turizmuspolitikával kívántam nagyobb vonalakban foglalkozni.

A harmadik szerkezeti egységben Magyarország, illetve Békés megye falusi és lovas turizmusával kívántam foglalkozni. Továbbá Mezőberényt szerettem volna falusi turisztikai desztinációként értelmezni.

A negyedik részben a saját kutatásomat tárom fel egy interjú és kérdőív segítségével. Majd az ötödik fejezetben fejtem ki részletesen. A hatodik szerkezeti egységben összegeztem és néhány fejlesztési javaslatot is tettem.

2. FALUSI TURIZMUS HELYE A TURIZMUS RENDSZERÉBEN

Ebben a fejezetben azzal szeretnék foglalkozni, hogy a Covid-19 járvány okozta válsághelyzet miképpen változtatta meg alapjaiban az emberek utazási szokásait. Értem itt ez alatt azt, hogy hogyan fordultak el fokozatosan a globális turisztikai trendektől a lokálisak felé. Ennek következtében pedig milyen módon válhat a falusi turizmus az újonnan megjelenő fogyasztói igények kielégítésének eszközévé.

2.1. A TURIZMUS GLOBÁLIS SZEREPE ÉS A TÖMEGTURIZMUS JELENSÉGE

A turizmus fejlődésének története során az utazás eleinte szinte kizárólag a tehetős emberek privilégiumának számított (Michalkó, 2004). Gondoljunk itt például a Grand Tours mozgalomra, mely során a kiváltságos fiatalokat arra ösztönözték, hogy keljenek útra és járják be Európa kulturális központjainak számító városokat. Nem mehetünk itt el szó nélkül az akkori világban centrum szerepet betöltő Párizs és Versailles mellett sem. Igaz, hogy ekkor a legfőbb célja az európai körútnak az volt, hogy a jómódú, udvari ifjak új információk birtokába kerülhessenek és tanulhassanak. Igazán komoly áttörésről viszont akkortól beszélhetünk, amikor már szélesebb társadalmi rétegek számára is elérhetővé vált az, hogy részt vegyenek a turizmusban (Michalkó, 2016).

Ettől kezdve már nem számított a társadalmi hovatartozás, a nem és a lakóhely sem. Egyrészt köszönhető ez azoknak a jóléti intézkedéseknek, amelyek javítottak az emberek általános jólétén és életminőségén. Steinecke olvasatában mindenképpen kiemelkedő eredménynek számít az, hogy lefektették az 5 napos munkahét alapjait és a fizetett szabadság is egyre több országban került bevezetésre (Steinecke, 2013). Ennek következtében pedig nem csak hogy több szabadidejük lett az állampolgároknak, hanem ezáltal nőtt a szabadon elkölthető (diszkrecionális) jövedelmük volumene is (Steinecke, 2013). Ezeknek a tényezőknek a hatására kezdetünk el beszélni a turizmus demokratizálódásáról és a tömegetturizmus térhódításáról (Kátay et al., 2019). Azzal kapcsolatban viszont, hogy pontosan melyik történelmi korszaktól datálható a jelenkori idegenforgalom, arról már megoszlanak a vélemények (Michalkó, 2016).

Úgy gondolom mindegyik álláspontban van igazság és érdemes összevetni őket. Freyer szerint a turizmus alapjait nem lehetett volna megteremteni iparosítás nélkül és részben ennek is köszönhető, hogy a turizmus megnyílt a középosztály számára (Freyer, 2011). Továbbá ne feledkezzünk meg arról a Thomas Cookról, aki 1841-ben az első szervezett utazását vitte véghez. Igaz, hogy maga a Leicester és Loughborough közötti út 12 mérföldet

fedett le csupán, de sokkal fontosabb volt ennél, hogy 500 ember vett részt rajta. Ebből következően nemcsak a vasúti utazás ért el sikert, hanem az utazás lehetősége is egyre többeknek adatott meg (Turizmus.com, 2016).

Ellenben a második világháború után történt meg az igazán nagy „tömegek” megmozdulása. Most már nem számított előjognak az, hogy valaki utazhasson. Gonda meglátása alapján ennek a jelenségnek több oka is volt:

- Az emberiség lélekszáma emelkedésnek indult. Ebből következett az, hogy megnőtt azoknak a száma, akik az idegenforgalom lehetséges résztvevőivé válhattak.
- A már korábban végbement pozitív társadalmi-, és gazdasági átalakulás bizakodásra adott okot, hiszen egyre inkább csökkent azoknak a száma, akik nem tudtak részt venni a turizmusban.
- A kínálati oldal sokkal megfizethetőbbé vált a lakosság számára (Gonda, 2022). Jó példa erre az, hogy a légitölekedésben megjelentek a „fapados” járatok (low-cost flights), amelyeket ezáltal sokkal olcsóbban igénybe lehet venni. (Jászberényi–Munkácsy, 2018)

Ettől kezdve a turizmus valóban elkezdett „ipari” méreteket öltetni, hiszen tulajdonképpen képes volt arra, hogy tömegesen állítsa elő a szolgáltatásokat és ezzel egy időben több százezrek igényeit elégítse ki (Michalkó, 2016). Ezt csak még tovább erősítette annak a ténye, hogy a globalizálódó világban megszűnni látszottak a korábbi akadályok, amelyek a közlekedést és a kommunikációt érintették. A már nemrégiben említett légi közlekedés és az internet jóvoltából valóban irrelevánssá vált a távolság kérdése. Lehetősége nyílt az emberiségnek arra, hogy rövid időn belül nagy távolságokat küzdhessen le. Másrészt az információáramlás is teljesen felgyorsult. Naprakész információkat kaphatunk a világ bármely pontjáról szinte pillanatok alatt (Sölvell-Birkinshaw, 2000).

Munkakínálat szempontjából is nagyon fontos a turizmus, hiszen nemcsak munkát ad az embereknek, hanem jelentős nemzetgazdasági teljesítményt is nyújt. Csapó-Végi szerzőpáros megfogalmazásában a 2020-as UNWTO és WTTC adatok szerint közel 330 millió ember dolgozott a turizmusban, ami majdnem egytizede az összes munkavállalónak. Továbbá ez a gazdasági ág termelte ki a globális GDP 10,3 %-át (UNWTO, 2020; WTTC, 2020, Csapó-Végi, 2021). Sajnos hiába képes konstans növekedésre, ugyanakkor egy nagyon érzékenyen reagáló ágazatról beszélhetünk (Martin et al., 2014), amellyel később bővebben szeretnék foglalkozni.

Azonban a globalizálódó turizmus jelenségének nemcsak pozitív velejáróit, hanem negatív következményeit is tetten lehetett érni. A sok látogató súlyos károkat okozott nemcsak az adott desztináció természeti környezetében, hanem a helyi közösségek életében is. Például ebbe a kategóriába tartozik a súlyos mértéket öltő szemetelés, az egyre inkább zsúfolttá váló városközpontok és a helyi kulturális értékek folyamatos amortizációja (Michalkó, 2022). Sok esetben az ott élők nem hajlandóak ezt eltűrni és ellensúlyozni szeretnék a pusztító folyamatot. Jó példa erre Franciaország, ahol a turisták által sűrűn látogatott, féltett természeti attrakcióknál korlátozásokat kívánnak bevezetni. Szabályozni szeretnék, hogy naponta hány turista látogathasson meg bizonyos látnivalókat, ezzel is védve és őrizve a természeti kincseiket (Turizmus.com, 2022).

Az alábbi gondolatmenetből azt szerettem volna kifejezni, hogy a történelem során nem mindig volt egyértelmű a turizmus globális szerepe. Eleinte egy minőségi irányról beszélhettünk, ami később átfordult mennyiségi szemléletbe a tömegturizmus által. Azonban már kezd kibontakozni, hogy ismételten van igény a minőségi turizmusra és erre kínálhat megoldást az alternatív turizmus (Gonda. 2017; Csapó-Töröcsík, 2018).

2.2. EGY ÚJ TENDENCIA KIBONTAKOZÁSA: ELFORDULÁS A GLOBÁLISTÓL A LOKÁLISHOZ

A globalizációról már az előző fejezetben is szót ejtettünk a tömegturizmus terjedésének kapcsán, habár maga a globalizálódó világ - mint jelenség - nem egyedi, mivel már az ókorban is voltak hasonló történések. Például, ha arra az ókori Rómára gondolunk, ami minden bizonnyal az akkori világ egyik legimpozánsabb birodalmát hozta létre. Nem elég, hogy a történelem első integrációs törekvését köszönhetjük nekik (Grüll, 2016), de emellett sikerült elérniük azt, hogy az akkori tartomány határain belül, a provinciák lakói, római mintára amfiteátrumokat emeljenek. Ezért van az, hogy ha például ellátogatunk Pulába, akkor ott egy Colosseumhoz hasonló építménnyel találkozhatunk (Michalkó, 2022).

A globalizáció lényege egyfajta egységesülés, amely összeköti a világ országait. Természetesen ennek az állapotnak megvannak az előnyei és a hátrányai is. Sajnos az elmúlt évek során olyan globális kihívásokkal kerültek szembe a világ országai, amelyek válsághelyzeteket eredményeztek. Egyrészt magyarázható azzal, hogy a globális hipermobilitásnak köszönhetően valóban megszűntek a határok és ezzel együtt a sokkhatások lokálisból globálissá fejlődtek (Hall, 2010). Gondoljunk itt gazdasági világválságokra, természeti katasztrófákra, terrorcselekményekre, vagy épp a nem is olyan régóta fennálló járványhelyzetre (Kovács et al., 2021).

Ezek a válságos helyzetek az idegenforgalom tekintetében hatványozottan érvényesültek és írták át az eddigi utazási szokásokat. Ebből is látszik, hogy a turizmus nagyon érzékenyen reagál a külső tényezők megváltozására. Ugyanez mondható el a keresleti oldalról is, mivel, ha az emberek nem érzik magukat biztonságban, akkor nem utaznak el. Covid-19 járvány következtében soha nem látott változások következtek be (Csapó-Végi, 2021; Raffay, 2020).

Az emberek elkezdtek keresni azokat a desztinációkat, amelyeket a természetközelség jellemez, de nem voltak eddig annyira látogatottak. Már nem számított, hogy ha magasabb az utazás költsége, mivel hajlandóvá váltak arra, hogy magasabb árat fizessenek a biztonságért (Raffay, 2020). Ettől kezdve az embereknek magasabb igénye lett arra, hogy egy minőségibb turizmusban vehessenek részt. Vágytak arra, hogy amikor elutaznak, akkor valóban a helyi élet részesévé válhassanak és kiszakadhassanak a mindennapi életük monotonitásából. Számukra az egyediség, az élmény került előtérbe a futószalagszerű élmény helyett (Michalkó, 2016; Michalkó, 2022; Nemzeti Fejlesztési Stratégia, 2030).

Ebből is látható, hogy a járványhelyzetnek köszönhetően a mennyiség szemléletből ismét kezdünk átfordulni a minőségi irányba. Továbbá, a globális tömegturizmus szerepét igyekszik ellensúlyozni az alternatív turizmus (Csapó-Végi, 2021) és a lokalizáció (Gonda, 2022).

2.3. A FALUSI TURIZMUS FOGALMA ÉS ÉRTELMEZÉSE

A falusi turizmus nem újkeletű dolog, hiszen az egész világon fellelhető jelenségről beszélhetünk. Például nemcsak Európában, hanem a többi kontinensen is megtalálható, igaz, sok esetben teljesen más jellemvonásokat mutatva. Viszont nem kell ahhoz túl messzire mennünk, hogy szignifikáns különbségekkel találkozassunk. Elég akár, ha Európán belüli területi eltérésekre gondolunk, mivel más-más sajátossága jelenik meg a falusi turizmusnak Dél-, Nyugat-, és Kelet-Közép-Európában (Kovács, 2015). Az itt említett területi különbségekkel és azok kialakulásának okával a következő szerkezeti egységben kívánok részletesebben foglalkozni.

Megállapítható, hogy az urbanizáció következtében olyan komoly változások következtek be ugyanis, amik sok esetben magával vonták a falvak elnéptelenedését és funkcióváltozását (Kulcsár, 2013). Egyre komolyabb kihívást jelentett a vidéki emberek számára, hogy kizárólag a mezőgazdaságra támaszkodjanak, elsődleges megélhetési forrás gyanánt.

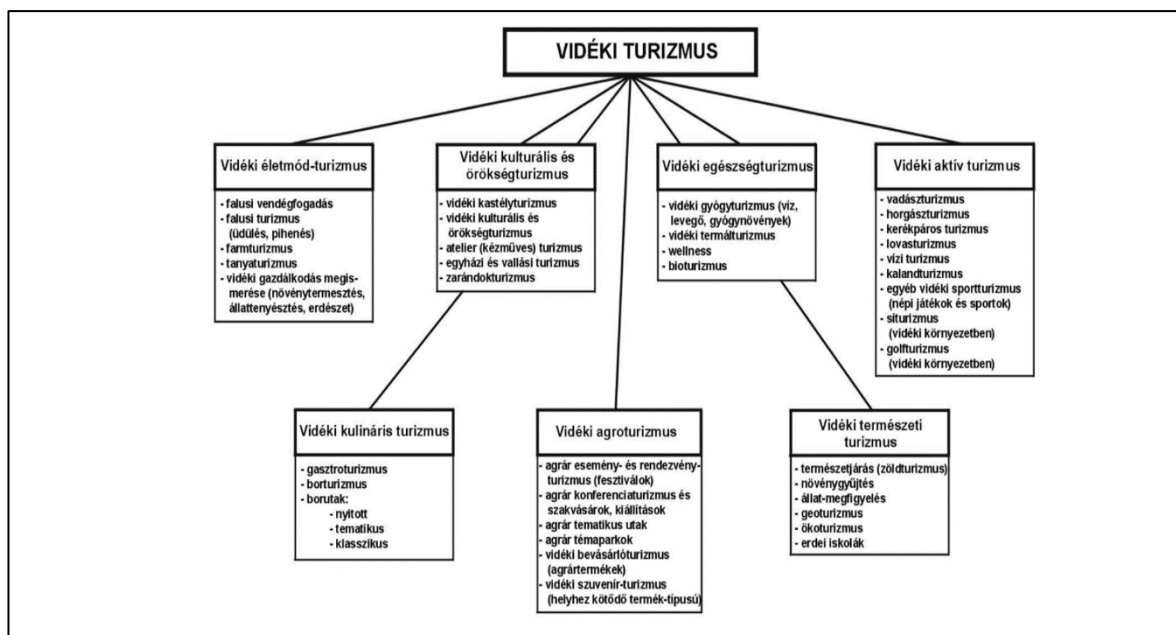
Ebből fakadóan kiegészítő jövedelemforrást kellett keresniük, amire a falusi turizmus kínálhatott megoldást (Kovács, 2015). Arról, hogy mit is jelent a falusi turizmus, több megközelítés is létezik:

- Egyrészt minden olyan tevékenységet magába foglal, amely a szabadidő vidéken való eltöltését jelenti. (Sharpley - Sharpley, 1997).
- Más szakirodalmak szerint olyan tevékenységek halmazát jelöli, mely során a látogató a természethez közel megismerheti a vidék kultúráját (Putzko – Rátz, 1998).
- Továbbá már az is annak minősül, ha a városi nyüzsgés helyett a természet közelségét választják (Kulcsár, 2013).

Valóban igaz, hogy az emberek a városból szívesen térnek vissza a természetbe. A vidéki térségek szabadidős célból való felkeresése már a turizmus korai szakaszában jellemző volt (Kulcsár, 2013; Kovács, 2015). Érvényesülni látszódik a „vissza a gyökerekhez” mottó (Hanusz, 2006). Ezzel egy időben a falusi turizmus esetében megfigyelhető egy erős kettősség is, mivel a tradicionális és a modern értékmegőrzés összefonódik és ezáltal lehetővé teszi, hogy a falu „elfogyasztása” fenntartható módon történjen. Továbbá, hogy az újítások ne semmisítsék meg az egyedi vidéki „érzést” és a látnivalókat (Michalkó et al., 2017).

A Magyar Turisztikai Ügynökség (2017) olvasatában a vidéken megvalósuló turizmus igazán magas minőséget képvisel a nyújtott szolgáltatások terén. Mindez autentikus módon történik a vidéki területen élők által, miközben a vidék valódiságát tükröző falusi szolgáltatásokat kínálnak. Ezzel hozzájárulva az adott terület fejlődéséhez, illetve a területi különbségek kiegyenlítéséhez. Továbbá lehetővé teszi a megélhetés szinten tartását és javítását (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2017).

Az utóbbi időben értékelődött fel igazán a falusi turizmus szerepe és indult ismételten virágzásnak. A Covid-19 következtében az emberek utazási szokásai markánsan megváltoztak (Raffay, 2020). Csapó-Törőcsik szerzőpáros által került megfogalmazásra, hogy a járványhelyzet következtében olyan fejlesztések szükségesek a turisztikai szolgáltatásoknál, amelyek igénybe veszik a megváltozott fogyasztó igényeket. Például biztonságos utazás, környezet és kultúra megismerése (Csapó-Törőcsik, 2018). Emellett megjelent az igény arra, hogy a fenntartható turizmus fejlesztése megtörténjen és ezáltal végbe menjen a regionális fejlődés (Gonda, 2022).



1. ábra: A falusi turizmus helye a turizmus rendszerében

Forrás: Dávid et al., (2007) p. 43.

Ezzel az ábrával azt szerettem volna szemléltetni, hogy mennyire sokszínű is a falusi turizmus. Jól látható, hogy maga ez a turizmus fajta eléggé szerteágazó és színes. A fogyasztók sokféle program közül választhatnak, amelyek során a vidéki élet szerves részeivé válhatnak az ott tartózkodásuk idejére.

Ez a turizmus fajta azért is lehet szimpatikus, mert olyan alternatív turisztikai irányzatok olvasztótégelye lehet, amelyek a fenntarthatóság, a természeti környezet megóvását szolgálhatják. Mindenképp szeretném megemlíteni itt a szelíd -, a lassú -, az öko -, illetve az alternatív turizmust. Boros megfogalmazásában a pozitív turizmus és a természetközelség preferálása szintén egy új trendként értelmezhető. (Boros, 2021). Csapó-Végi szerzőpáros szerint annak ellenére, hogy a tömegturizmussal továbbra is úgy kell számolnunk, mint tartós turisztikai jelenség, nem mehetünk el szó nélkül a feltörekvő alternatív irányokról sem (Csapó-Végi, 2021).

3. A FALUSI TURIZMUS ÉS AZ EURÓPAI UNIÓ

Ebben a szerkezeti egységben elsősorban az Európán belüli territoriális differenciákkal szeretnék foglalkozni. Egyrészt, hogy milyen történelmi előzményeknek köszönhető az, hogy a nyugati és a keleti térrész között ennyire számottevő fejlettség béli különbségek alakultak ki. Továbbá hogyan képes az EU ezeket a kihívásokat kezelni és miképpen válhat a falusi turizmus a konvergencia régiók felzárkóztatásának hatékony eszközévé.

3.1. „TERÜLETI EGYENLŐTLENSÉGEK EURÓPÁJA”

Szakdolgozatom során az európai integráció kialakulásának történetével nem kívánok részletekbe menően foglalkozni. Arra viszont szeretnék külön figyelmet szentelni, hogy mi volt az a fordulópont, amely komoly változásokat hozott az akkori Európa életében. Fontos kiemelni, hogy az Európa-fogalmat mindig az aktuális kor töltötte meg igazi jelentéstartalommal. Például teljesen más Európáról beszélhetünk Nagy Károly uralkodása alatt vagy a Hidegháború idején. Ezért általában nem is egyezett meg a geográfusok által lehatárolt Európával (Arató–Koller, 2015).

Az európai egység eszméjének kialakulásának története során már voltak olyan események, amelyek inkább a dezintegráció irányába billentették el a mérleg nyelvét. Ilyen volt az 1054 – es nagy egyházszakadás (szizma), amely vallás tekintetében osztotta meg a kontinenst (J. Nagy, 2005). Az igazán jelentős változások viszont a nagy földrajzi felfedezések következtében mentek végbe, mikor Nyugat-, és Kelet–Közép-Európa addigi együttes fejlődése több évszázad után véglegesen elválni látszott egymástól. Amíg a kontinens nyugati részén kibontakozásnak indult a polgárosodás és a kapitalizmus eszméje, addig keleten, a feudalizmus és a második jobbágyság megmerevedett „rendszere” volt a mérvadó (J. Nagy, 2005).

Az is súlyosbította a földrész keleti felének perifériára szorulását, hogy ők nem vettek részt a felfedezésekben és nem tudtak gyarmatbirodalmat kiépíteni maguknak, mert sokkal komolyabb külpolitikai kihívásokkal kellett szembenézniük (Baranyi, 2004). Gondoljunk itt a Magyar Királyságra, amely akkor a török fenyegetettséggel szemben nem tudta magát megvédeni és 1541 – től 150 évre török fennhatóság alá került. Azonban a baljós események sora már sokkal korábban, Bizánc elestével (1453) elkezdődött. Számos balkáni állam bukása sem keltette fel Európa figyelmét arra, hogy a törökkel szemben összevonják erőiket. Ebből fakadóan voltak országok, amelyek szerencsésnek és mások kevésbé szerencsésnek bizonyultak (Salamon, 2016).

Ellenben nagy eredménynek számított abban a korban, hogy felismerték, hogy melyik területnek miben rejlik az erőssége. Például nyugaton az ipari termelést részesítették előnyben, szemben kelettel, ahol a mezőgazdaságban keletkezett jelentős termékfelesleg. Mivel akkor Nyugat-Európában gyors ütemű népességnövekedés következett be és nem volt számottevő a mezőgazdasági termelésük, hogy ellássák a lakosságot, ezért kvázi szükségük volt arra, hogy mezőgazdasági cikket importáljanak Kelet-Közép-Európából. Cserébe ipari árucikkeket exportáltak nekik, ezáltal a kontinens két térrésze között létrejött a kontinentális munkamegosztás. Ennek következtében évszázadokra eldőlt, hogy nyugati ipari centrum lett, míg kelet a mezőgazdasági termelésre rendezkedett be. Már itt megfigyelhető volt a kialakuló centrum-periféria viszony (Baranyi, 2004) és az ebből fakadó területi különbségek.

Itt mindenképp beszélnünk kell a Komparatív előnyök elvéről, mely szerint az az előnyös az országoknak, ha azon termékek előállítására specializálódnak, amelyeket költségvetésükön tudnak előállítani (Ricardo, 1817). Ebben az esetben Nyugat-Európa sokkal olcsóbban tudott előállítani ipari termékeket a jól működő céhes rendszernek és az olcsó munkaerőnek köszönhetően. Nekik viszont a mezőgazdasági javaik előállítása sokkal költségesebb lett volna, hiszen az agráriumban dolgozó munkaerejüket az iparba csoportosították át. Kelet-Közép-Európa esetében viszont pont a mezőgazdasági termelés volt a költségvetésükön hatékonyabb, hiszen a jobbágyság művelték a földeket tulajdonképpen ingyen a robot által. Az ipari előállítás a merev céhes rendszer miatt sokkal lassabb és költségesebb lett volna. Ezért is jöhetett létre a két fél között a kontinentális munkamegosztás.

Ez az állapot mit sem változott a 20. századra, mikor az integrálódó Európa országai szembesültek azzal, hogy a területi különbségek kiegyenlítése valós, hosszú távú kihívás, amelyet kezelniük kell. Mégis megosztotta az országokat a közös regionális politika gondolata, hiszen más-más elképzelésük volt arról, hogy valóban szükséges-e (Rechnitzer-Smahó, 2016).

3.2. TERÜLETI POLITIKA ALAPELVEI AZ EURÓPAI UNIÓBAN

Az előző alfejezetben már említésre került, hogy az európai integrációs folyamat során az államoknak szembesülniük kellett a jelentős területi különbségekkel. A helyzet akkor vált még kiélezettebbé, amikor az Európai Közösségek kibővítése elkezdődött. Egyértelművé vált, hogy ha különböző fejlettségű országok csatlakoznak, akkor még látványosabbak lesznek a területi eltérések. Ez a folyamat a hetvenes évektől kezdődött, mikor Írország

felvételt nyert a tagállamok közé, mivel szegényebb és fejletlenebb volt gazdaságilag a többiekénél (Kende–Szűcs, 2000; Sarudi, 2003). Ennek eredményeként valóban megnövekedtek a regionális különbségek, ahogy azt az előzetes előrejelzések megjósolták.

Azonban Görögország 1981-es belépésével kezdődtek el az igazi nehézségek, hiszen egy főre eső GDP-jük nem érte el a 60%-át a közösségi átlagnak. Spanyolország és Portugália 1986-os felvétele még inkább elmélyítette a különbségeket az EK-n belül. Nemcsak alacsony egy főre eső GDP-vel rendelkeztek, hanem infrastruktúrájuk is rossz állapotban volt és csatlakozásukkal 48 millió fővel nőtt a közösség lakónépességének száma. Ezáltal megnőtt azoknak a száma, akiket támogatni kellett úgy, hogy ezt a többi tagállam ne érzékelje (Forman, 2000; 2001).

Fordulópontot jelentett az, mikor 1987-ben hatályba lépett az Egységes Európai Okmány, ami következtében a regionális politika a közösségi politikák közé emelkedett (Forman, 2000; 2001). Úgy gondolom, hogy a szakdolgozatom tekintetében ez a dátum kiemelkedő fontossággal bír, mivel ettől kezdve az elmaradott régiók felzárkóztatása kiemelt figyelmet kapott (Csapó, 2009). Még hozzá olyan támogatások által, amelyek a gazdasági, illetve a szociális kohéziót érintették az elmaradott területeken, ezáltal is serkentve a kijelölt terület gazdasági teljesítőképességét, EU-n belüli értékelését és a versenyképességét (Kengyel, 2016). Mindezt azért, hogy komplexen hassanak az adott térség gazdasági és társadalmi komponenseire. Kengyel (2010; 2015) olvasatában az alábbi eredmények várhatóak:

- Megemelkedik a versenyképesség.
- Növekszik a GDP.
- Redukálódik a munkanélküliek száma.
- Kibontakozásnak indul a társadalmi és szociális kohézió.
- Megvalósul a térrész felzárkózása (Kengyel, 2010; 2015).

Nem véletlen, hogy ebben a szerkezeti egységben egyelőre nem tettem említést a Keleti bővítésről. Nagyon érdekesnek tartom, hogy az 1981-es és 1986-os tag felvételi folyamat során olyan országok nyertek felvételt, amelyek főleg idegenforgalmi jellegűek voltak, (Kovács, 2003) vagyis jelentős bevételeik származtak a turizmusból. Tudományos munkám további részében ebben az irányban kívánok tovább haladni. Egyrészt, szeretném vizsgálni, hogy a turizmuspolitika hogyan lett kiemelkedő jelentőségű. Másrészt, azzal szeretnék foglalkozni, hogy hogyan jött annak a felismerése, hogy a turizmus jótékony hatással lehet az

adott térrész életére több szempontból is (munkanélküliség csökkentése, életszínvonal emelése, gazdagodás) akárcsak a területfejlesztés. Összességében tehát elmondható, hogy nincs turizmus területfejlesztés nélkül, és ez fordítva is igaz.

3.3. A TURIZMUSPOLITIKA KÜLÖNLEGES HELYZETE

Ellenben a nagy múlttal rendelkező regionális politikával a turizmus később emelkedett a szakpolitikák sorába (Csapó, 2009; 2019). Számomra meglepő, hogy egy ilyen kiemelkedő nemzetgazdasági ág ennyire sokáig nem kapott elegendő figyelmet ahhoz, hogy olyan mértékben tudjon fejlődni, amekkora potenciált rejtett magában. Nem mehetünk el szó nélkül amellett, hogy sem az 1957-es Római Szerződésben, sem az 1992-es Maastrichti Szerződésben nem szerepelt autonóm területként a turizmus. Ebből következően nem volt képes arra, hogy belesimuljon az EU politikai rendszerébe, ezáltal sokáig nem is jött létre egységes álláspont az idegenforgalom kérdéséről. Viszont ez az időszak sem múlt el eredmények nélkül, ahogyan Michalkó művéből kiderül (2016):

- A Schengeni határok kialakítása (1985) miatt sokkal könnyebbé vált az utazás az Unió határain belül, hiszen nem volt szükség útlevélre.
- A Maastrichti Szerződés (1992) miatt a négy alapszabadság szabad áramlása is megvalósult és emiatt mondhatni korlátlanra vált a mobilitás.
- Továbbá az euró - mint egységes fizetőeszköz - segítségével sokkal könnyebben össze lehetett hasonlítani a szolgáltatások minőségét és árát.

Nem is meglepő, hogy ezeknek a pozitív intézkedéseknek és a politikai távolmaradásnak az eredményeképp az Európai Unió tagállamai napjainkban is nagy népszerűségnek örvendő desztinációk (Michalkó, 2016).

Az igazi áttörés viszont 2009-ben következett be, amikor a turizmus koordinálásához szükséges alapokat a 2007-ben aláírt Lisszaboni Szerződésben lefektették (Csapó, 2019). Egyrészt létrejöhett az egységesülő, összehangolt uniós idegenforgalmi politika. Másik oldalról nézve pedig meghagyták a tagállamoknak, hogy saját maguk rendelkezzenek a turisztikai intézkedéseikről (Európai Unió Hivatalos Lapja, 2007). A következő nagy lépést az Európai Bizottság tette meg, amikor 2010-ben kihirdette akció tervét, amely „*Európa a világ első számú turisztikai célpontja – az európai turizmus új politikai kerete*” nevet viselte. Ennek értelmében olyan vállalkozások kaphattak segítséget, amelyek turisztikai tevékenységet végeznek (Európai Bizottság közleménye, 2010). Ettől kezdve az unió valóban egyre többet támogatja ezt az ágazatot különböző módokon. (Kovács et al., 2017).

Az előző alfejezetben már felvettem, hogy a turizmusnak számos pozitív hatása lehet az adott területre, ahol fejleszteni kívánják. Bajmócy szerint a turisztikai fejlesztések olykor képesek jelentős változásokat hozni egy térség életében (Bajmócy, 2011). Ezért ma-napság a turizmus a területfejlesztés egyik fő eszközeként értelmezhető (Gyurkó–Bujdosó, 2019).

Véleményem szerint ezek a hatások bizakodásra adnak okot a vidéki területek számára is. A Lisszaboni Szerződés nem csak azért volt lényeges, mert az EU első tényleges turisztikai tervezete, hanem mert megfogalmazódik benne a falusi turizmus lehetséges élet-minőség javító szerepe is (Molnár–Reményik, 2017).

3.4. A FALUSI TURIZMUS, MINT AZ ELMARADOTT TÉRSÉGEK FELZÁRKÓZTATÁSÁNAK LEHETSÉGES ESZKÖZE

A falusi turizmus kapcsán beszélnünk kell a vidéki területek helyzetéről, hiszen sok esetben hozzájuk is köthető a szignifikáns térségi eltérések kialakulása. A problémák viszont már ott kezdődtek, hogy a vidék fogalmával kapcsolatban nincsen egyelőre konszenzus (Sánta, 2020). A vidék, mint tér lehatárolása több aspektusból is történhet:

- Értelmezhetjük úgy is, hogy a lakosság által igénybevehető közszolgáltatások és szolgáltatók mennyisége az a komponens, amely megkülönbözteti a városi és a rurális teret egymástól (Pitblado, 2005).
- Mások szerint szimplán annyit tesz, hogy a „városi térrészekkel” szembeni ellentétes funkciót tölt be (Sarudi, 2003).
- Továbbá a fogalmat próbálták az egy területen megbecsülhető népsűrűség alapján meghatározni (OECD, 1994).

Sánta szerint ezek közül a megközelítések közül az OECD (1996) jár legközelebb a helyes fogalom meghatározáshoz (Sánta, 2020). Amennyiben regionális szintben gondolkozunk, akkor 150 fő/km² a mérvadó. Ha a megadott érték alatt van az adott terület népsűrűsége, akkor vidéki területről van szó. Ellenkező esetben városi területről beszélhetünk. Helyi szinten értelmezve az alábbi megközelítés született:

1. Túlnyomóan vidéki térségről beszélünk akkor, ha az össznépesség közel 50%-a él vidéken.
2. Átmeneti térségekről van szó akkor, ha 15–50% él vidéki közösségben.
3. Túlnyomóan városi az adott térség, ha 15%-nál kevesebb ember él ilyen jellegű közösségekben.

Fontos szempont ebben az értelmezésben, hogy itt a lakónépesség eloszlásának aránya sokkal lényegesebb a népsűrűségnél (OECD, 1994; Dax, 1996; Kis, 2011).

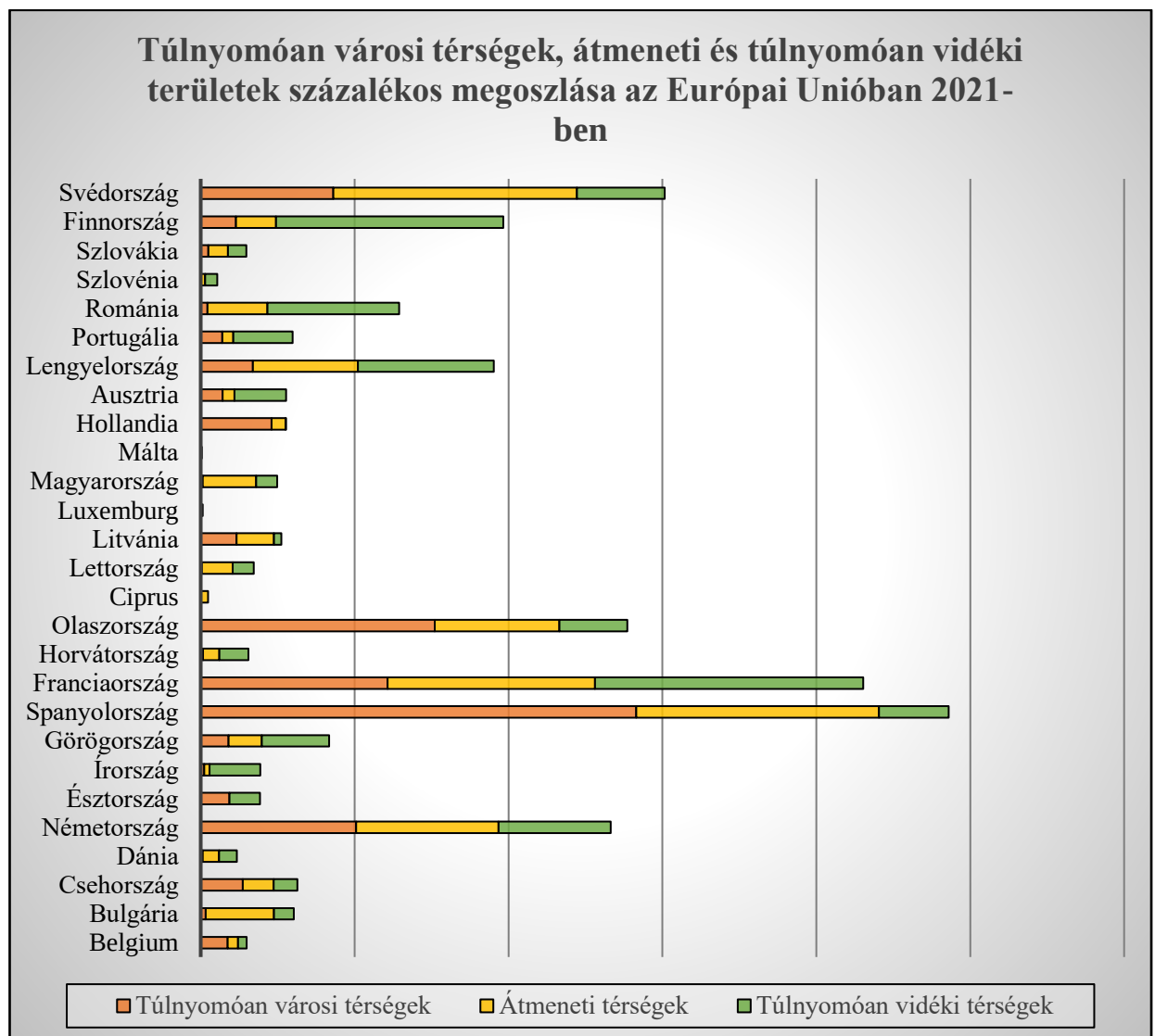
A problémák nemcsak a fogalom meghatározásánál nehezítik meg a dolgunkat. A vidék gondjai ennél viszont sokkal komplexebbek. Komoly problémát jelentett az, hogy az úgymond hagyományos mezőgazdaság szerepe hanyatlásnak indult Európában is. Szembe kellett nézniük azzal a helyzettel, hogy vidékről a fiatalok a nagyvárosokba vándoroltak és felmerült a vidék elnéptelenedésének a veszélye. Ekkor a Lisszaboni Szerződésbe belefoglaltatott, hogy a falusi turizmus valóban alkalmas arra, hogy javítson az emberek életminőségén (Molnár–Reményik, 2017). Továbbá népességmegtartó erejével is érdemes lehet foglalkozni.

Egyrészt beszélhetünk róla, mint kiegészítő jövedelemforrásról a helyi lakosság számára, hiszen képes munkahelyeket teremteni. Másrészt számolni kell azzal, hogy a turizmus fejlesztése csakis ott lehetséges, ahol a megfelelő körülmények adóttak. Amikor turisztikai célú fejlesztésekről beszélünk, akkor tulajdonképpen egy felülről lefelé szerveződő tervezésről van szó, amikor az illetékes kormányzatoknak gazdaságpolitikai döntést kell hoznia annak tudatában, hogy ezzel hatást gyakorolhatnak a turisztikai keresletre. Ebből következik, hogy a turisztikai fejlesztések országonként változnak, hiszen minden ország más gazdaságpolitikát folytat (Demir–Gozor, 2018). Például teljesen más fajta falusi turizmussal találkozhatunk Görögországban vagy Németországban.

Sok esetben a vidéki térségeknél előfordul, hogy mégis kimaradnak az adott ország fejlődési mechanizmusából, ami nem is minden esetben jelent hátrányt. Ezáltal képessé válnak arra, hogy a valódi adottságaikat fenntarthassák és olyan potenciális vonzerőkké váljanak, amelyek fel tudják oldani az idegenforgalom okozta túlzott területhez kötődő centralizációt (Barke, 2004). Továbbá ezekben az elmaradott térségekben a legtöbbször mezőgazdasági termelés folyt, ezért a környezet java részt szinte érintetlen maradt, a helyiek féltve őrzött hagyományainak pedig volt egyfajta „varázsa” (Virág, 2016).

Mi több, a falusi turizmus által ki lehet használni a helyi erőforrások adta lehetőségeket (Gao et al., 2009). Mindig is szoros kapcsolatot lehetett a turizmus és a mezőgazdaság között fellelni, mivel a földműveléssel megtermelt nyersanyagokból helyi jellegzetességekkel bíró termékeket állítottak elő (Kovács, 1995). A falusi turizmus esetében mégis az egyik legnagyobb eredménynek az számít, hogy az ott végbemenő költségek a helyi gazdaságba fognak beépülni, és ott fejtik ki jótékony hatásukat. Tehát levonható az a következtetés, hogy a falusi turizmus a visszamaradottabb területeken valóban képes gazdasági, társadalmi fejlesztő hatásait kifejteni (Sánta, 2020).

A következőkben szeretném egy sávdiaagrammon szemléltetni, hogyan oszlanak meg a területi egységek mind az Európai Unióban, mind Magyarországon. Az adatokat az Eurostat oldaláról töltöttem le, majd megoszlási viszonyszámokat számítottam ki belőlük.



2. ábra: Túlnyomóan városi térségek, átmeneti és túlnyomóan vidéki területek százalékos megoszlása az Európai Unióban 2021-ben

Forrás: Saját szerkesztés Eurostat adatok alapján, 2022

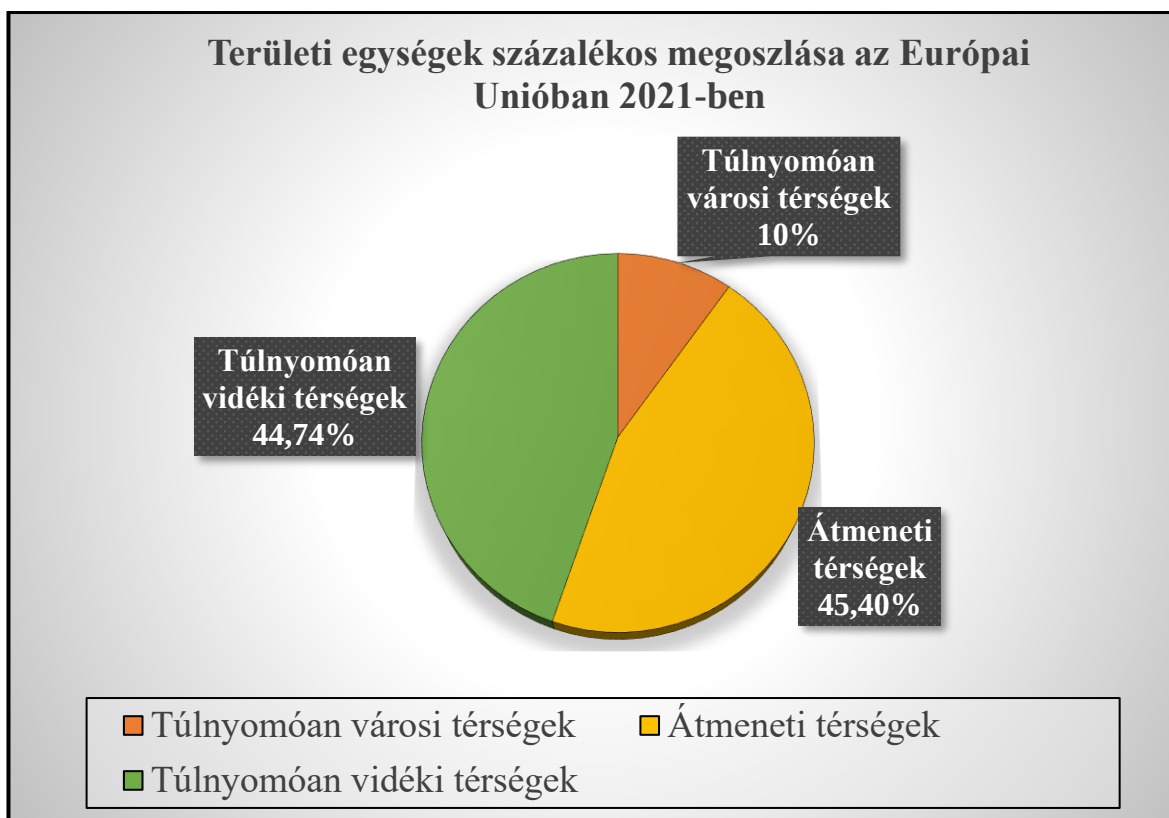
Az alábbi sávdiaagrammon megoszlási viszonyszámokat tüntettem fel, amelyek mutatják, hogy az egyes uniós tagállamokban hogyan oszlanak meg az alábbi területi egységek. A továbbiakban egy táblázattal kívántam szemléltetni a kiemelkedő adatokat.

1. Táblázat: A kiterjedés mértéke a területi egységek megoszlása tekintetében országok szerint

Kiterjedés mértéke/területi egységek megoszlása	Túlnyomóan városi térségek	Átmeneti térségek	Túlnyomóan vidéki térségek
Legnagyobb kiterjedés	Spanyolország (28.30%)	Svédország (15,81%)	Franciaország (17,43%)
Legkisebb kiterjedés	Lettország (0,07%)	Luxemburg (0,14%)	Hollandia (0,04%)

Forrás: Saját szerkesztés, Eurostat adatok alapján, 2022

Ami számunkra igazán érdekes lehet az az, hogy a legkiemelkedőbb városi desztinációként Spanyolország jelenik meg, ami nem meglepő. Gondoljunk itt olyan városaik egyike, mint Barcelona, amely valóban a jelenkori modern turizmus egyik közkedvelt célpontja. A másik oldalon viszont ott van Franciaország, mint kiemelkedő falusi turisztikai desztináció.

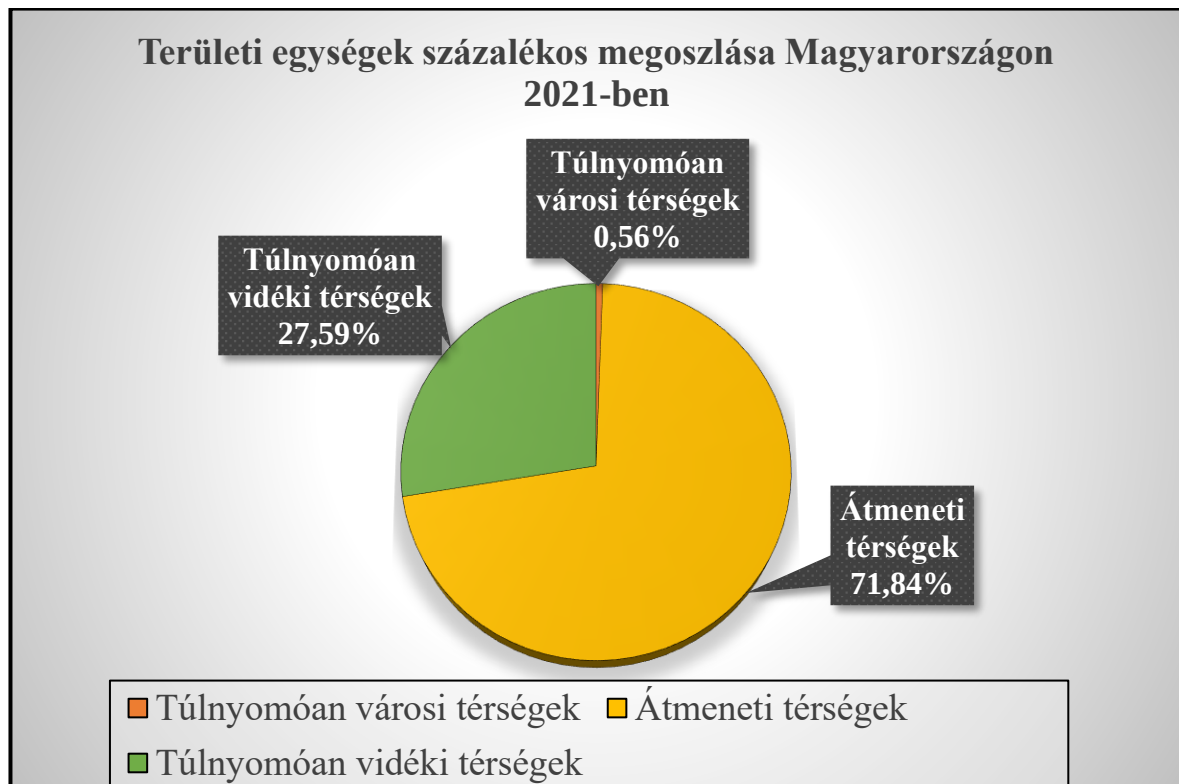


3. ábra: Területi egységek százalékos megoszlása az Európai Unióban 2021-ben

Forrás: Saját szerkesztés Eurostat adatok alapján, 2022

Ezzel az ábrával azt szerettem volna szemléltetni, hogy az Európai Unió összterületét tekintve hogyan alakul a százalékos megoszlás. Az eredmény egyértelműen azt mutatja, hogy az átmeneti, illetve a túlnyomóan vidéki térségek súlya egyértelműen szignifikánsabb, mint a túlnyomóan városi térségé. Levonhatjuk azt a konklúziót tehát, hogy valóban van

a falusi turizmusnak relevanciája az Európai Unióban, hiszen a vidéki térségek nagyságának aránya egyértelműen kiemelkedő.



4. ábra: Területi egységek százalékos megoszlása Magyarországon 2021-ben

Forrás: Saját szerkesztés Eurostat adatok alapján, 2022

Amennyiben Magyarország tekintetében gondolkozunk, akkor azt láthatjuk, hogy a túlnyomóan városi térségek aránya a legkisebb, hiszen mindössze 0,56%-ot tesz ki. Ebben az esetben kijelenthetjük, hogy a 0,56%-ot Budapest képviseli. Továbbá jól leolvasható, hogy legnagyobb arányban az átmeneti térségek jelennek meg 71,84%-kal, majd a túlnyomóan vidéki térségek 27,59%-kal.

4. MAGYARORSZÁG FALUSI ÉS LOVAS TURIZMUSA

Ebben a részben szeretnék a falusi turizmus magyarországi helyzetéről beszélni. Olyan kérdésköröket szeretnék körbejárni, hogy a bizonyos történelmi előzmények hogyan is alakították egy ilyen kicsi ország falusi turizmusát. Továbbá az aktív időtöltés és a természet közelsége hogyan értékelődött fel még inkább a válsághelyzet idején.

4.1. A FALUSI TURIZMUS KIALAKULÁSÁNAK HÁTTERE ÉS KÖRÜLMÉNYEI

A területi eltérések kialakulásánál már említésre került, hogy Magyarország-vagyis az akkori Magyar Királyság-fejlődése már a nagy földrajzi felfedezések korában elválni látszott Nyugat-Európától és kialakultak a centrum térségek, illetve a perifériák (Baranyi, 2004). Kelet-Közép-Európa országai a mezőgazdasági termelésért voltak felelősek, mivel ott nem volt számottevő az ipar. Szemben a mezőgazdasággal, ahol még mindig a nagy birtok rendszer élt és a jobbágysággal műveltették a földeket, tulajdonképpen ingyen. Így Magyarország évszázadokra mezőgazdasági jellegű országgá vált (Salamon, 2016).

A falusi turizmus jelensége nem számított újkeletű dolognak hazánkban, hiszen már a második világháború előtt is komoly potenciállal bírt (Kiss, évszám nélkül). Különösen arra való tekintettel, hogy Magyarország nem rendelkezett olyan kiemelkedő természeti adottságokkal, mint magas hegységek vagy tengerpartok. Másrészt viszont olyan természet-földrajzi adottságai voltak, amelyek alkalmassá tették a falusi turizmus kiépítésére. Továbbá a mezőgazdaság számára a turizmus megfelelő kiegészítő tevékenységgé válhatott, mivel a mezőgazdasági termelésből származó helyi termékeket képesek voltak hasznosítani és értékesíteni.

Sajnos az ország számottevő prominens turisztikai desztinációját volt kénytelen elveszíteni a trianoni békediktátum értelmében. Ennek következtében Balaton és Budapest térségét leszámítva minden lényeges terület elveszett (Jusztin, 2006). Tovább nehezítette Magyarország helyzetét, hogy számos meghatározó közlekedési csomópont került az utódállamok kezébe. Azért is jelentett komoly problémát, mert így a közlekedés sokkal komplikáltabbá vált. Amennyiben ezt a turizmus szempontjából nézzük, Jászberényi-Munkácsy szerzőpáros szerint turizmus nincsen közlekedés nélkül és ez fordítva is igaz (Jászberényi-Munkácsy, 2018). Másrészt Budapest centrális szerepe már ekkor kirajzolódni látszott, nemcsak közlekedési, hanem turisztikai szempontból is (Magyar Turisztikai Ügynökség, évszám nélkül):

Az 1930-as évektől a Balaton, a Bükk és a Mátra térségében magánpanziók kezdtek el működni. Ennek köszönhetően ezek a vidéki területek elkezdtek kiemelkedni, és elterjedni a köztudatban. Ebben az időszakban a falusi szálláshelyek képesek voltak arra, hogy kielégíthessék az ország közel egyharmadának a turisztikai igényeit. (Kiss, évszám nélkül). A második világháború kirobbanása volt az az esemény (Kovács, 2015), amely véget vetett a falusi turizmus addigi virágzásának. A háború után Magyarország a Keleti Blokk országai közé tartozott, és az addig létező falusi turizmusa megszűnt létezni. Elkezdődött az ország földbirtokainak államosítása, és a termelőszövetkezetek létrehozása (Salamon, 2016).

Az 1990-es évektől volt megfigyelhető az, hogy kezdtek az emberek visszatalálni a falusi turizmushoz, mint megélhetési forráshoz. Kovács megközelítése szerint a falusi turizmus felfogható úgy, mint a vidéki családok vállalkozása, ahol a paraszti gazdálkodás bizonyos elemei fellelhetőek voltak. Köszönhetően az előző évek tartalékainak, akár látnivalóként, akár termelőeszközként is lehetett hasznosítani őket az idegenforgalomban. Például egy családi ház megüresedett szobáit ki lehetett adni. Ami pedig a háziasszonyokat illeti, sokkal több szabadidővel rendelkeztek, mivel elvesztették munkahelyeiket és sokan közülük visszakerültek a háztartásokba. Köszönhetően a tudásuknak és kapcsolataiknak, a helyi vonzerők felismerése mellett sikerült olyan programokat megszervezniük, amelyek nemcsak helyben, hanem a környéken valósultak meg (Kovács, 2015) és fogtak össze térségeket. Ezáltal a falusi turizmus felfogható úgy is, mint a társadalmi innováció és a felelősségvállalás eddig ki nem aknázott lehetősége természetesen a vidékfejlesztés mellett (Michalkó et al., 2017).

A járványhelyzet okozta szigorítások következtében bebizonyosodott, hogy az emberek ismét a falusi turizmus és természet felé kezdtek fordulni, sokkal szívesebben töltötték szabadidejüket a természetben, a friss levegőn (Boros, 2021). A szabadiós tevékenységek közül a lovas turizmust szeretném kiemelni, mivel Magyarországon a lovaságazat igen gazdag múlttal rendelkezik (Turizmus.com, 2022). Mitöbb, a turizmus ezen formája szorosan kapcsolódik a Nemzeti Vidékstratégiában is már említett falusi vendéglátás programhoz (Kincsem Nemzeti Lovasprogram, 2012). A továbbiakban a lovasturizmus magyarországi helyzetével szeretnék foglalkozni és hogy hogyan is képes összefonódni a falus turizmussal.

4.2. AKTÍV IDŐTÖLTÉS ÉS TERMÉSZETKÖZELISÉG JÓ PÉLDÁJA: A LOVAS TURIZMUS

„Már többször kezemben volt a’ toll, hogy a’ Lótenyésztés tárgyárul Magyar Hazánkra nézve gondolatimat és tapasztalásimat röviden közre bocsássam; de megvallom, annyi előítéletet, annyi bal intézetet láttam ’s látok ma is fennállani, hogy könyvecském

megjelenését még nagyon korán valónak 's azért el is maradhatónak ítéltém. Igazam van e ezt mondanom, az idő választja majd meg.” – írta gróf Széchenyi István, Lovakról című művében (Széchenyi, 1828). Nem véletlen, hogy ezt a szerkezeti egységet az ő gondolataival szerettem volna megnyitni, hiszen Széchenyi szerepe vitathatatlan a hazai lovaságazat megalapozásában.

Miközben lovas szakirodalmakat kerestem, le tudtam vonni azt a következtetést, hogy nem igazán tudok annyira friss szakirodalmakat olvasni. Úgy gondolom, hogy a hazai lovas ágazattal kapcsolatos örök érvényű igazságok nem változtak sokat az évek alatt. A Lovas Turizmus Fejlesztési Stratégiájából megtudhatjuk, hogy Magyarország és a lovas turizmus kapcsolatának eredményeképp évtizedekre Európa vezető lovas szolgáltatójává vált, amit egészen az 1980-as évek közepéig tudott megőrizni. Sajnos a 80-as évektől nemcsak belföldön, hanem nemzetközi szinten is megfigyelhető volt egy erős hanyatlás a lovas turizmusban. Ennek okai többek között a következők voltak:

- A szolgáltatások ára megnövekedett.
- A minőségük viszont leamortizálódott.
- Az állatok nem voltak megfelelően képezve.
- Nem volt hozzáértő személyzet.
- Nem volt megfelelő az infrastrukturális háttér.
- Az értékesítési lehetőségek nem voltak megbízhatóak.

Másrészt megfigyelhető volt az, hogy más lovas tevékenységek iránt lett igény. Ilyen volt például a lovaglás és a lótarítás, amelytől plusz jövedelem realizálását várták. Sokan éppen emiatt indítottak el lovas turisztikai szolgáltatásokat. Fontos kiemelni azt is, hogy a fejlesztések sokszor csupán a magánszemélyek által valósulhattak meg, ami mutatja azt is, hogy magas volt a befektetési hajlandóság a magánszférában (Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégia 2007-2013; 2009).

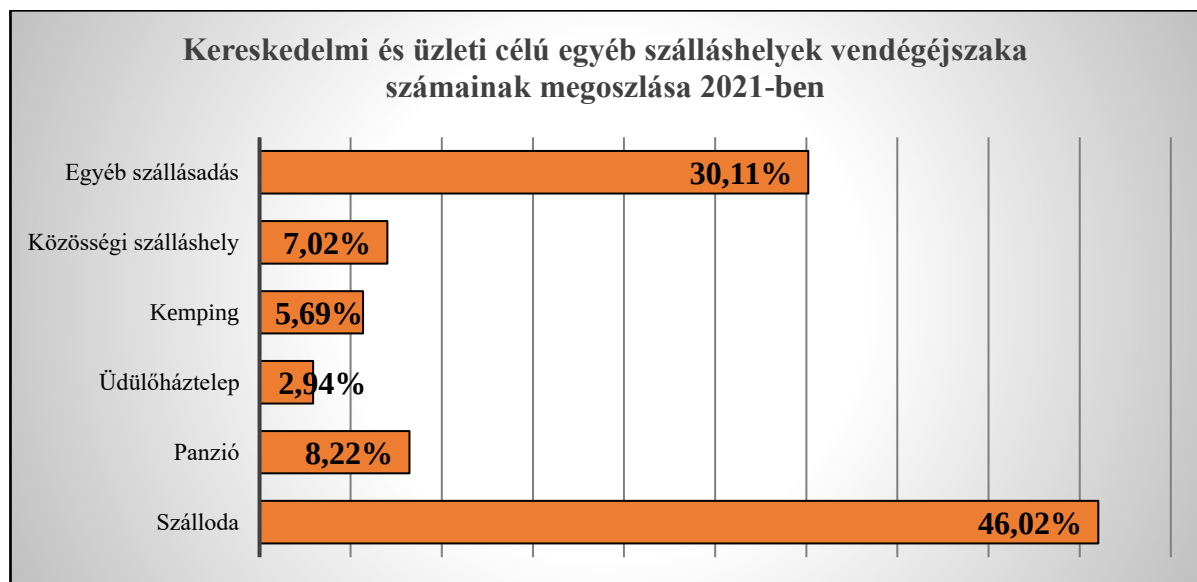
A tereplovaglás számít Magyarország egyik legkiemelkedőbb vonzerőjének. Nemcsak az éghajlat alkalmas arra, hogy akár tavasztól őszig kint lehessen lovagolni, hanem a terepadottságok miatt is. Nyugat-Európával szemben mi igazán nagy, egybefüggő területekkel rendelkezünk, ami ugyancsak kedvező feltétel a lovaságazat számára. Továbbá a lovashagyományaink igazán gazdag múltra tekintenek vissza (Németh, 2004).

A ló minden téren társunk maradt a hosszú évezredek alatt. Lehetett szó szabadságharcról, sportjátékról, vagy földművelésről. A magyar lovaskultúra megújulásában valóban

fontos szerepet játszik az, hogy megőrizni kívánják saját értékeiket az egyre inkább globalizálódó világban (Kincsem-Nemzeti Lovas Program, 2012). Továbbá kiemelkedő eredménynek számít, hogy Magyarország szempontjából a lovas turizmus nemcsak jövedelemszerzés tekintetében, hanem területfejlesztésben is pozitív irányba mutat (Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégia 2007-2013; 2009).

4.3. NÉHÁNY ADAT MAGYARORSZÁG FALUSI TURIZMUSÁRÓL

Először szerettem volna megvizsgálni, hogy hogyan alakultak Magyarországon a vendégéjszaka adatok a különböző szálláshelytípusokon. KSH-ról töltöttem le a számomra érdekes információkat, majd számításokat végeztem velük. Miután megkaptam a megoszlási viszonyszámokat, egy sávdigrammon kívántam ábrázolni a 2021-es állapotot.



5. ábra: Kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégéjszaka számainak megoszlása 2021-ben

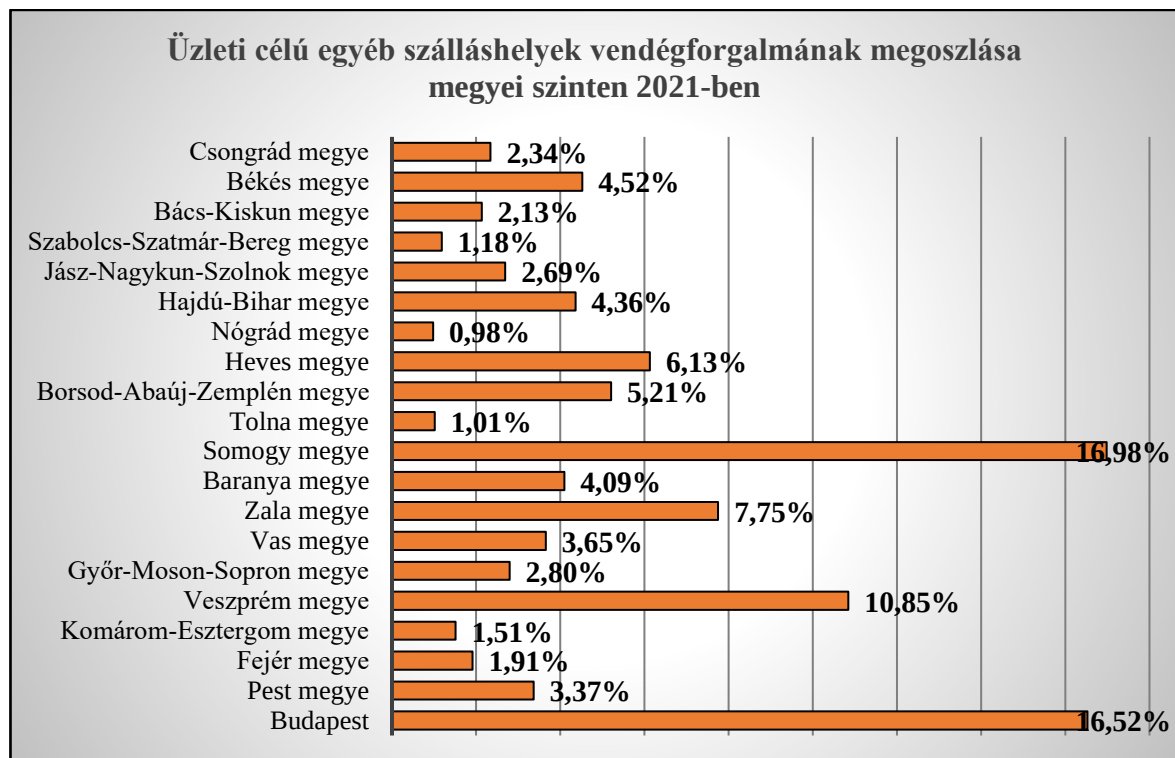
Forrás: Saját szerkesztés KSH adatok alapján, 2022

Jól leolvasható az ábráról, hogy a lemagasabb arányt a szálloda képviseli, egészen pontosan 46,02%-kal. Utána második helyen áll az egyéb szállásadás 30,11%-kal. Ez is jól mutatja, hogy maga az egyéb szállásadás is feltörekvő félben van itthon, Magyarországon. A továbbiakban azt szerettem volna megtudni, hogyan változott az egyéb szállásadáson belül a falusi szállásadás teljesítménye.

Azonban a friss adatok lekérése nem volt egyszerű. Amikor a KSH-n 2021-es falusi szállásadással kapcsolatos információkat kerestem, akkor láttam a rendszerben, hogy 2019-től megszűnt ezen szegmens megfigyelése. Ebből arra a következtetésre jutottam, hogy a

falusi turizmus 2019-től igen nehezen mérhető, vagyis megmutatkozik a nemkonvencionális jellege. Ez a tényező egyértelműen nehezítette a kutatásom, hiszen nem tudtam egyértelműen bizonyítani, hogy a Covid-19 következtében a falusi turizmus előretörése volt megfigyelhető hazánkban.

Ezen nehézségek ellenére szerettem volna megvizsgálni, hogy az egyéb szállásadás adatok hogyan alakultak Magyarország egyes megyéiben. A KSH-ról 2021-es adatokat töltöttem le, majd megoszlási viszonyszámokat számoltam ki, amelyek a következő arányt mutatták meg országos szinten.



6. ábra: Üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégforgalmának megoszlása megyei szinten 2021-ben

Forrás: Saját szerkesztés KSH adatok alapján, 2022

Egyértelműen leolvasható, hogy a legtöbb vendégéjszakát 2021-ben Somogy megye tudhatta magának, ami egészen pontosan 16,98%-ot jelent. Utána következik Budapest 16,52%-kal, majd Veszprém megye 10,85%-kal. Az első három között található tehát maga a főváros, illetve két Balaton menti megye. Tehát levonhatjuk azt a következtetést, hogy Budapesttel és a Balaton környékével még mindig úgy kell számolni, mint potenciális versenytárral az egyéb szállásadás piacán.

Békés megye a hetedik helyen jelenik meg ebben a rangsorban, ami számomra igazán örömteli, hogy 19 megyéből ennyire előkelő helyen végzett, ugyanis ez azt mutatja, hogy az emberek számára nem ismeretlen ennek a térségnek a turisztikai kínálata.

4.3.1. Békés megye, mint turisztikai desztináció értelmezése

Békés megye az ország dél-keleti felében helyezkedik el. Délről és keletről Románia határolja, tehát ebben az esetben egy határ menti régióról beszélhetünk. Hardi olvasatában Trianon következtében létrejövő határ régiók nem tudtak úgy belesimulni az ország gazdaságába, illetve területi munkamegosztásába, ahogy kellett volna. Továbbá nem tudtak erős területi kapcsolatokat kialakítani (Hardi, 2000). Ez a jelenség Békés megye esetében is megfigyelhető.

A 2016-os Békés megyei Turisztikai Stratégia szerint hiába rendelkezik maga Békés megye kedvező turisztikai adottságokkal és valósult meg számos projekt, mégis nem tudja ezeket a saját versenyelőnyévé fordítani és alulmarad. Ennek egyik fő oka, hogy nem lehet egyszerűen megközelíteni (Békés megyei Turisztikai Stratégia, 2016).

Mivel a megye jelentős részét az Alföld fedi le, ezért leginkább a mezőgazdasági jelleg érvényesül. A KSH 2017-es adatai szerint ez a megye Magyarország 8. legnagyobb megművelt földterületével rendelkezik. Mi több, az összes megye közül itt a legnagyobb a megművelt szántóföldek területe (KSH, 2017). Köszönhetően a mezőgazdasági termelésnek, Békés megye főleg mezőgazdasági jellegű termékeivel képes érvényesülni a turisztikai piacon. Gondoljunk itt a jó minőségű pálinkákra, amelyek előállítását egészen a gyümölcs leszedésétől a palackozásig nyomon lehet követni különböző kiegészítő szolgáltatások által (Békés Megyei Tourinform, 2017). Virág megfogalmazásában már ez is lehetővé teszi, hogy komplex turisztikai terméket hozhasson létre az élményfolyamat révén (Virág, 2017). További potenciális vonzerőként lehet tekinteni a megye sokszínű kulturális és nemzeti sokszínűségére is (Békés Megyei Tourinform, 2017).

Nem is meglepő tehát, hogy a megye jelentős részében a falusi turizmus képes erősen érvényesülni, hiszen minden adott ahhoz, hogy a fizető vendéglátásban résztvevőket képesek legyenek fogadni. Az egyik legkiemelkedőbb esemény, amely igen aktuális és sok embert vonz, az a békéscsabai Kolbászfesztivál. Évente több tíz ezer ember látogatja meg a rendezvényt gasztronómiai indíttatásból, hiszen olyan helyi jellegzetességeket kóstolhatnak meg, mint disznótoros termékek és díjnyertes házi pálinkák. A megyében Gyula és térsége turisztikai térség tölti be a legkiemelkedőbb szerepet. A már előbb említett Békéscsaba és Gyula igen népszerű desztinációk a megyén belül. Véleményem szerint ez a két település a legismertebb és a leglátogatottabb a megyén belül.

Szakedolgozatom egyik célkitűzése az volt, hogy egy olyan települést és vállalkozást vegyek górcső alá, amellyel eddig nem foglalkozott annyira a hazai szakirodalom. Többek között ezért is esett a választásom Mezőberény városára is.

4.4.2. Mezőberény, mint a falusi turizmus jó példája Békés megyében

Mezőberény Békés megyében található kisváros, amely sokaknak lehet nem tűnik annyira ismerősnek. Itt szeretnék hivatkozni a következő szerkezeti egységben részletesen kifejtett prominencia vizsgálatra. Madarászné Bereczki Zsuzsanna Mezőberény jellemzésénél úgy fogalmazott, hogy egy olyan városról van szó, amely nem rendelkezik kiemelkedő turisztikai értékekkel. A megfogalmazásában, inkább gyöngyszemekről mesélt, amelyeket, ha felfűzünk egy láncra, akkor csodás attrakciókat fedezhetünk fel.

Beszélgetésünk során kiemelte, hogy Mezőberény annyira különleges város, hogy már a New York Times magazin hasábjaiiban is feltűnt „finoman elbűvölő” városnéven. Joggosan tettem fel a kérdést, hogy hogyan jutott el a new york-i köztudatba. Elmesélte nekem, hogy egy újságíró titokban eljött ebbe a kisvárosba azért, hogy betekintést nyerhessen az itteniek életébe. Meglepve tapasztalta, hogy az itt élők mennyire kedvesek, befogadóak, vendégszeretőek. Annyira magával ragadta ez a fajta befogadás, hogy miután hazatért, említést is tett a „finoman elbűvölő” kisvárosról.

A város valóban kiemelkedik gasztronómia, természeti és kulturális értékei miatt. Az igen sokszínű gasztronómia (tótok, németek, magyarok együttélésének az eredménye) és a falusi vendéglátás igazi kitörési pontot jelenthet a kisváros számára. Mi se bizonyítja jobban mint, hogy Barna Ádám, mezőberényi gyökerekkel rendelkező chef esztergomi étterme Michelin-csillagot kapott. Óriási sikernek számít ez az eredmény egy ilyen kis település számára, ahol a közösség ennyire összetartó és tud örülni mások sikereinek is. Ráadásul az előbb említett chef igen szoros kapcsolatban áll Zsuzsival, hiszen az ő unokatestvérének a férjéről van szó. Feltehetnénk a kérdést, hogy egy felemelkedő vendéglátós „dinasztiát” köszönhetünk-e majd lassan.

Ami a kultúrát illeti, Petőfi és Orlai kultusza erősen jellemzi ezt a települést. Érdekes volt azt az információt megtudnom, hogy egy időben Szendrey Júlia a mezőberényi gimnázium tanulója volt. A legenda szerint Petőfi innen, Mezőberényből indult el a segesvári csatába egy akkori postakocsival. Ez a később aktuális tematikus postakocsi út kialakításánál is egy érdekes háttértörténetként szolgálhat.

A terepadottságoknak köszönhetően ez a térség valóban alkalmas arra, hogy lovas turisztikai szolgáltatásokat nyújtsanak az ide látogatók számára. Ezért választottam a szakdolgozatom témájának.

5. SAJÁT KUTATÁS

5.1. MÓDSZERTAN BEMUTATÁSA

Kutatási céljaim között szerepelt, hogy mind az interjú, mind a kérdőívem során megvizsgáljam, hogyan viszonyul a vállalkozói szféra, illetve a közvélemény a falusi turizmus-hoz. A primer kutatásom főleg kvantitatív eszköztárra épült, keresztmetszeti dizájnnal, hólabda technikával, egy kérdőív segítségével azonban kvalitatív kutatási elemek is megjelennek benne egy interjú bemutatása keretein belül. A szekunder kutatásom során főleg KSH és Eurostat adatokkal dolgoztam

5.2. INTERJÚ A TANYA SZAKMAI VEZETŐJÉVEL

A kutatásomhoz szükséges interjúmat Madarászné Bereczki Zsuzsannával készítettem el. Már a témaválasztásomnál tudtam, hogy ő lesz az a személy, akivel megtiszteltetés lesz ezt a beszélgetést elkészíteni. Egy számomra nagyon inspiráló személyiségről van szó, aki nemcsak a magánéletében, hanem a közsférában is kiemelkedő teljesítményt nyújt. Egyrészt a tanya szakmai vezetője, másrészt pedig aktívan tevékenykedik önkormányzati képviselőként Mezőberényben. Úgy gondolom, hogy a sikeres terület-, illetve vidékfejlesztés egyik elengedhetetlen kulcseleme, hogy legyen egy olyan vezető személyiség, aki mögé felsorakoznak a többiek egy közös cél érdekében. Véleményem szerint Mezőberényben ő lenne az egyik legalkalmasabb erre a feladatra. A következőkben ő velem beszélgettem.

Az interjú előtt adtam neki időt, hogy átolvashassa a kérdéseket, átgondolja őket és felkészüljön a válaszadásra. Szerencsére a riport várakozáson felül sikerült és nagyon barátságos, közvetlen hangulatban telt. Rendkívül motiváló volt hallgatni azt, ahogy és amit válaszolt a kérdéseimre. Ebből is érződött, hogy ha ő valamit csinál, akkor azt teljes szívből teszi és szeretné belőle a legjobbat kihozni.

A beszélgetésünket az adott tematika mentén kívántam folytatni és az alábbi témaköröket igyekeztem részletesen érinteni:

- a Madarász Lovastanya kialakulásának elemző szempontú megközelítése
- a már megvalósított Európai Uniók projektek és fejlesztések
- a globális válsághelyzetek okozta kihívások kezelésének stratégiája
- a jövőbeli terveik

5.2.1. A kezdetek: Állattartó teleptől egészen a lovastanyáig

Az interjút a múlt síkjával szerettem volna elkezdni. Hiába ismertem jól magát a tanyát és a szolgáltatásait, de nem voltam teljesen tisztában azzal hogyan jött létre ez az igen komplex turisztikai termék. Kíváncsi voltam arra, hogyan indult el ez az „egész”. „*Egy véletlenszerű vásárlás volt.*” -kezdte el Madarászné Bereczki Zsuzsanna. Kifejtette, hogy eleinte csupán néhány sertéssel rendelkeztek és a tanyát eredetileg állattartó telepként szerették volna használni. Nem is gondolták, hogy ebből később többet is ki lehet hozni.

Kérdésemre elmondta, hogy akkoriban kettő lovuk volt otthon. Ennek az volt az oka, hogy a kicsi gyermekek számára szerettek volna hobbi szintű lovaglási lehetőséget biztosítani, családon belül. Ekkor viszont már érezték, hogy sokkal többet is ki tudnak hozni ebből a helyzetből. Elmondta, hogy a lovaik ezután fedeztetésre kerültek és így már kettő helyett négyen lettek. Az igazi fordulópontra ekkor érkezett el, amikor rájöttek, hogy milyen lehetőségek is rejlenek valóban ebben a tanyában és a lótarásban.

A továbbiakban megtudhattam, hogy nemcsak egy olyan családról van szó, ahol a lovak tartásának hosszú évekre visszanyúló hagyományai vannak, hanem valóban hozzáértő emberekről beszélhetünk. Esetükben kiderült, hogy az interjúalanyom férjének a felmenői között már voltak olyanok, akik egyszerre akár 10-12 lovat tartottak. „*A vénában benne van.*” -fogalmazott igen találóan Zsuzsi. Nem is véletlenül, hiszen férje mezőgazdasági technikus végzettséggel rendelkezik, tehát ő is jól ért az állatokhoz és otthonosan mozog köztük. Ellenben érdekesnek tartottam, hogy Zsuzsi később tanult bele ebbe a „szakmába”, hiszen a tanya megvételéig egyáltalán nem rendelkezett mezőgazdasági végzettséggel. Később került sor arra, hogy elvégezze a lovastúra-vezetői, majd az aranykalászos gazda képzést. Ettől kezdve már ő is a tanya életének szerves részévé vált.

Azonban az évek múlásával egy szignifikáns funkcióváltozást lehetett megfigyelni, hiszen az eredetileg állattartó telepként működő birtok más szerepet kapott. Mikor már négy lovuk lett, megpróbálták a tavaszi szezonokban a saját lovas szolgáltatásaikkal érvényesülni. Szakmai vezető Asszony elmondása szerint először nagyrészt óvodai és iskolai csoportok látogattak el hozzájuk és általában egy fél napot töltöttek el ott.

Ezzel egyidőben azonban megtörtént annak a felismerése is, hogy nem rendelkezik a létesítmény megfelelő infrastrukturális adottságokkal ahhoz, hogy megfelelően kiszolgálja az egyre növekvő igényeket. Ugyanis, amit eddig elértek, az mind önerőből történt meg. Miután rájöttek és megfogalmazták, hogy mi volt az alapvető probléma, különböző fejlesztéseket igyekeztek megvalósítani. A LEADER programoknak köszönhetően sikerült először anyagi forráshoz jutniuk és megvalósítani az alábbi elképzeléseiket:

- 2012-ben megvalósításra került egy hét millió Ft-os közösségi tér fejlesztés projekt, mely során kialakításra került a tanyamúzeum, a Népi paraszti lovas eszközök gyűjteményével. Ennek az elsődleges célja az volt, hogy biztosíthassanak egy olyan helyet az ide látogatók számára, ahol összegyűlhetnek és szabadidejüket közösen, hasznosan tölthetik el. Emellett lehetőség van arra, hogy ezeket az eszközöket a kezükbe vehessék, illetve ki is próbálhatják.
- 2014-ben egy 35 millió Ft-os ifjúságturisztikai támogatásnak köszönhetően nagy előre lépésnek számított, hogy a komplexum ekkor átesett egy meglehetősen széles körűnek számító korszerűsítésen. Ennek során egyrészt az alapvető infrastrukturális fejlesztések mentek végbe, amelyek alatt egy teljes körű épületfelújítás, illetve vízszblokk átalakítás ment végbe. Továbbá 6x6-os méretű sátorokat is telepítettek és elnyerték a „B” kategóriás ifjúsági táborban telepített sáortábor minősítést is. Erre alapozva építették ki lovas táborait.

Másrészt meg kellett felelniük úgy, mint állattartó telep, hiszen a tanya ilyen funkciót is betölt. Ekkor fűrtak kutat, tűzivíz tározót, hígtrágya- és zárt trágyatárolót építettek meg és egy öt boxos istállót alakítottak ki, hiszen rendkívül szigorú uniós előírások vannak ezzel kapcsolatban, amelyeknek maradéktalanul meg kell felelniük. Mind állattartó telepként, mind pedig lovasturisztikai szolgáltató helyként minősítési folyamaton kellett átesniük. Ennek során a Lovas Turisztika Szövetség nemcsak a lovakat, hanem a személyzetet is értékelte és három patkós lovas szolgáltató helyre minősítették őket.

- 2020-ban egy CLLD program eredményeként 13,37 millió Ft-ból sikerült a múzeum és a kocsiszín felújítását megvalósítani.
- A legaktuálisabb folyamatban lévő újításaik pedig a „Postakocsi járat Mezőberényben” és a saját falusi szálláshelyük kialakítása.

Ezek a projektek természetesen teljesen tudatosak voltak a Madarász család részéről. Még pedig annyira, hogy a pályázatokat Zsuzsi saját maga írta meg és szerencsére mindig sikerült támogatást elnyerniük. Ebből is látszik, hogy rengeteg időt, energiát és munkát tettek bele ebbe az egészbe azért, hogy sikerüljön az elképzeléseiket valóra váltaniuk.

5.2.2. A tanya szerkezeti felépítése

Ebben a részben azt szeretném bemutatni, hogy a tanya különböző tevékenységeit hogyan is sikerült „formába önteniük”. Három területről beszélhetünk az esetükben, amely a szakdolgozatom tekintetében is fontos szereppel bír:

- Hagyományápolás: Szakmai vezető Asszony már az uniós fejlesztéseknél említette, hogy 2012-ben került kialakításra a múzeum a népi, paraszti eszközök gyűjteményével. 2020 óta a Települési Értéktár részét képviseli, amelyre méltán lehetnek büszkék, hiszen nemcsak a falusi turizmust, hanem a település turisztikai értékeit hivatott képviselni és színesíteni. A gyűjteményben megtalálhatóak azok az eszközök, amelyek Mezőberény és környékének paraszti kultúrájának jellemző elemei és anno a mindennapok részét képezték. Jó állapotban levő eszközökről beszélhetünk, amelyeket a mai napig ki lehet próbálni és használni.

Nagy élményt jelenthet ez a gyermekeknek és felnőtteknek egyaránt. Fő céljuk a helyi hagyományok ápolása, fenntartása, illetve továbbadása a következő generációnak. Továbbá a helyi identitás tudat megőrzése kiemelkedő fontossággal bír. Emellett lehetőséget biztosítanak arra, hogy hagyományos tevékenységeket is ki lehessen próbálni. Például kukoricamorzsolás, kásadarálás, agyagozás és stb.

- Falusi vendéglátás: Véleményem szerint ez az egyik legérdekesebb és legizgalmasabb része az egésznek. Zsuzsi többször kiemelte a beszélgetésünk során a „Földtől az asztalig” elvet. Ez a filozófia annyit tesz, hogy a kismalacok náluk születnek és a maguk által megtermelt terménnyel etetik őket. Téli időszakban saját maguk vágják le és dolgozzák fel a sertéseket. A disznótoros termékeiket kistermelői tevékenység keretén belül értékesítik.

Azt is elárulta nekem a továbbiakban az interjúalanyom, hogy tervben van az, hogy látvány disznótorokat tartsanak telente, illetve falusi vendégasztal szolgáltatást nyújtsanak. A disznótorok megtekintése olyan szempontból lehet hasznos, hogy a látogatók megismerhetik a feldolgozási folyamatot, míg a falusi vendégasztal szolgáltatás keretein belül új értékesítési csatorna kialakítása volt a cél. Kistermelőként lehetőségük van arra, hogy így értékesíthessék saját termékeiket.

Kiemelte továbbá, hogy Mezőberény méltán lehet büszke a gasztronómiai értékeire. Békéscsabától alig 20 km-re fekszik ez a kisváros, amely maga a kolbász fővárosa. Elmondása szerint a mezőberényi tótok vitték a kolbász elkészítésének receptjét Békéscsabára. Köszönhetően a három különböző nemzet békés együttélésének, igazán gazdag gasztronómiai és kulturális kötődés alakult ki.

- Lovaskultúra oktatás: A harmadik nagy egység pedig maga a lovaskultúra oktatása. 2007-ben azért alapították meg a Nyeregben Alapítványt, hogy az ősi magyar lovas kultúrát ápolhassák, oktathassák és hogy népszerűsíthessék a lovaglást a hozzájuk

látogatók számára. Hat iskolalóval dolgoznak együtt évek óta és mindenki megtalálhatja a képességeihez illő lovat. Nyaranta bentlakásos és „napközis” lovas táborokat tartanak 6-16 éves korú gyerekeknek.

Én magam is megtapasztalhattam, hogy ezek a lovas táborok mennyire pozitív hatással lehetnek a gyermekekre, hiszen én is dolgozhattam egy-egy ilyen táborban még középiskolás koromban. A résztvevők mindig garantáltan élményekkel gazdagon távozhattak, hiszen nemcsak a többi táborozóval, hanem a lovakkal is szoros kapcsolatot alakíthattak ki. Az egy hét alatt sokat tanulhatnak arról, hogyan kell ezekkel az érzékeny állatokkal bánni, hogyan kell őket ellátni és stb. Úgy gondolom, hogy igazán kiemelkedő eredménynek számít, hogy a gyerekek évről-évre visszatérnek, új barátokat hozva magukkal. Zsuzsi megjegyezte, hogy előfordult az is nem is olyan ritkán, hogy egy nemzetközi tábori csoport alakult ki. Ez természetesen nagy büszkeséggel töltötte el őket, hogy a külföldön született, de magyar gyökerekkel rendelkező gyerekek is náluk töltenek egy, esetenként 2 hetet is.

Levonhatjuk azt a következtetést, hogy esetükben ezen tevékenységek „formába öntése” egyenértékű lett magával a falusi turizmussal. Szakmai vezető Asszony kiemelte, hogy sok munkájukba és idejükbe került, hogy eljussanak arra szintre, ahol tartottak. Sajnos a 2020-as év negatív velejáróira nem voltak ők sem felkészülve.

5.2.3. Globális kihívások a tanya életében

Az interjú során nem tudtam megkerülni ezt a kérdéskört, hiszen egy viszonylag aktuális témakörrel van szó és mint mindenkit, őket is mélyen érintette. Először is minden programot le kellett mondaniuk. Ez alatt értette a lovas táborokat, az őszi rendezvényeiket stb. Ebben az időszakban az volt az elsődleges céljuk, hogy nullszaldóra ki tudják magukat hozni. Az ő esetükben ez azt jelentette, hogy a tanya fenntartásából származó költségeit fedezni tudják.

Zsuzsi elmondta, hogy alaposan utána kellett járniuk annak, hogy mik voltak azok a tevékenységek, amelyek megfelelnek a hatályos járványügyi szabályozásnak. Ezek után kezdhettek el ismét lovagoltatni. Itt már megmutatkozott, hogy a falusi turizmus erős közösségépítő erővel rendelkezik. Ennek oka az volt, hogy abban az időszakban az emberek nem mozdulhattak ki akárhová, ezért elkezdtek ismét a természetközelség felé orientálódni. Olyan programokat kerestek, amelyek által kimozdulhattak otthonról, de nem kellett sok ember közé menniük. Zsuzsi elmondása szerint itt kezdték felismerni az emberek, hogy az

általuk kínált programelemek során minőségi időt tölthetnek el a szeretteikkel, esetenként továbbadhatnak ebből az egészből valamit a gyermekeik számára is.

Azonban 2022-es év is egy nem mindennapi helyzetet teremtett, mivel Magyarország szomszédságában kitört az orosz-ukrán háború. A feszült, nemzetközi, diplomáciai helyzet hatására súlyos energiaválság bontakozott ki, amely a turisztikai szektort sem kerülte el és magas energiaárakat generált. Szerettem volna megtudni, hogy milyen alternatívákkal kívántak ezzel a problémával szembenézni. Elárulta nekem, hogy napelemek felszerelését tervezik a tanya főbb épületeire. Továbbá igyekeznek a megújuló energiaforrások adta lehetőségeket minél jobban kihasználni.

5.2.4. A jövőbeli terveik, elképzeléseik

Ennyi megpróbáltatás és nehéz időszak után azt szerettem volna megtudni, hogy milyen terveik vagy megvalósítandó ötleteik vannak a jövőre nézve. A riport során sokrétű, színes elképzeléseikről hallhattam. Közülük kiemelkedik a már megvalósult falusi szálláshely projekt, melynek köszönhetően most már három napraforgós minősítést is kiérdemelhettek. A következő képeken a szállás látható.



7. ábra: Karola Vendégház (részlet)

Forrás: Saját készítés, 2022



8. ábra: Karola Vendégház (részlet)

Forrás: Saját készítés, 2022



9. ábra: Karola Vendégház kívülről (részlet)

Forrás: Saját készítés, 2022

Úgy gondolom, hogy csodálatos szálláshelyet alakítottak ki egy olyan projekt kapcsán, mikor az önkormányzat a város vállalkozásai között osztott szét egy bizonyos pénzösszeget. A nyitással kapcsolatban annyit elárult, hogy hamarosan megtalálható lesz a szálláshely az internetes oldalakon és hogy 8.000 Ft-os vendégéjszaka árakkal kalkulálnak egyelőre.

Továbbiakban tervben van, hogy létrehozzanak egy állatsimogatót, ahol a látogatók őshonos magyar állatfajokkal is találkozhatnak. Mivel a tanya állattartó telepként is működik, ezért ez a célkitűzés is megvalósítható számukra.

Az interjú végén kíváncsi voltam arra, hogy vajon az interjúalanyom mindig is ilyennek képzelte-e el magát, mint amilyen most. Itt persze a tettekésséget, kreativitást értettem ez alatt. Erre mosolyogva és lelkesen válaszolta, hogy mindig is erre vágyott. Éppen annyira el tudja magát önkormányzati képviselőnek képzelni, mint lovastúra-vezetőnek. Sok ilyen embert kívánok még ennek a szakmának.

Az interjú során még maradtak bennem kérdések, amelyekre nem kaptam választ. Ezért érdemesnek tartottam megkérdezni a potenciális keresleti oldal véleményét egy kérdőív segítségével.

5.3. KÉRDŐÍV

A kérdőívemet Google Formsban készítettem el és 2022.10.24-én osztottam meg a Facebook felületén, valamint 2022.11.02-án zártam le. Ez alatt az tíz nap alatt összesen 130 ember töltötte ki, akik közül 106 nővel és 24 férfival számolhattam a továbbiakban. Már ebből is le lehet vonni azt a következtetést, hogy a női kitöltők száma szignifikánsabb, mint a férfiaké. Véleményem szerint ez annak köszönhető, hogy a nők sokkal erősebben vannak jelen az olyan social média felületeken, mint a Facebook. Ezáltal hozzájuk sokkal könnyebben és gyorsabban juthatott el a kutatásom „híre”.

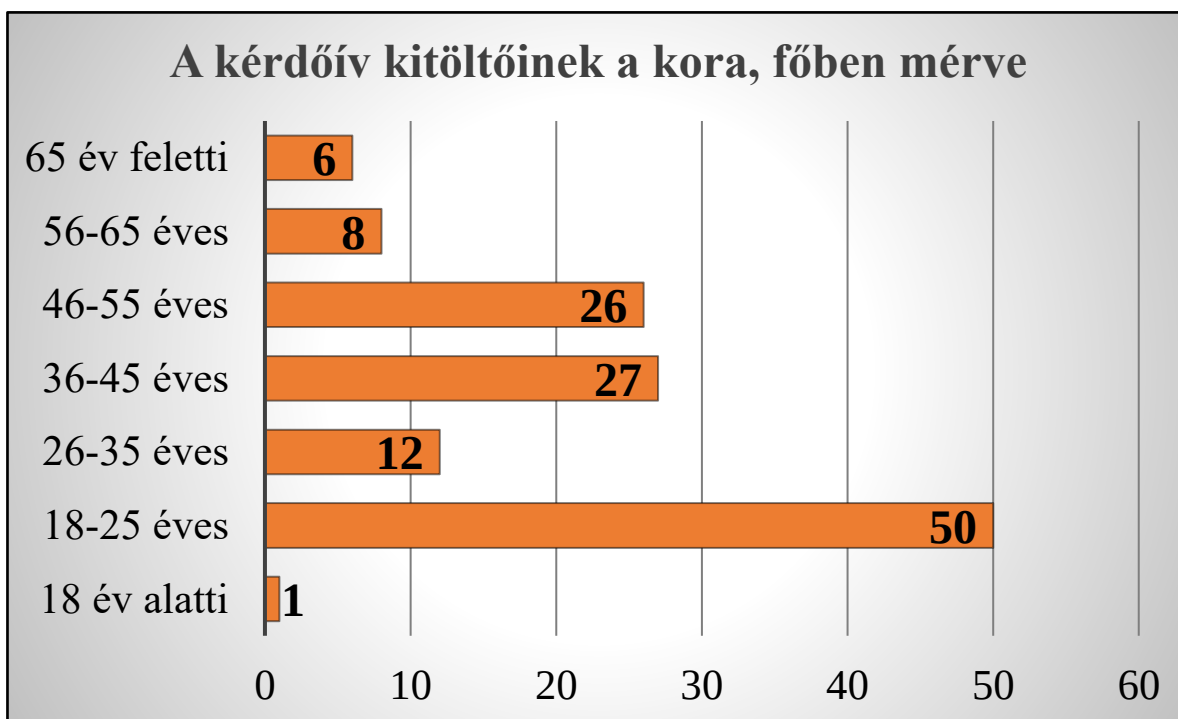
A koordinációs viszonyszámok kiszámítása után az az eredmény jött ki, hogy egy női kitöltőre 0,23 férfi jutott. Fordított esetben viszont egy férfira 4,42 nő jutott, ami majdnem 5 nőt tesz ki egy férfi esetében. Továbbá a megoszlási viszonyszámok is azt mutatják, hogy a nemek megoszlása tekintetében egyértelműen a női nem emelkedett ki. A következő ábrán is ezt az arányt kívántam szemléltetni.



10. ábra: A kérdőív kitöltőinek százalékos megoszlása a nemek alapján

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

Ami a kutatásomban résztvevők életkorát illeti, az alábbi végeredmény jött ki.



11. ábra: A kérdőív kitöltőinek a kora, főben mérve

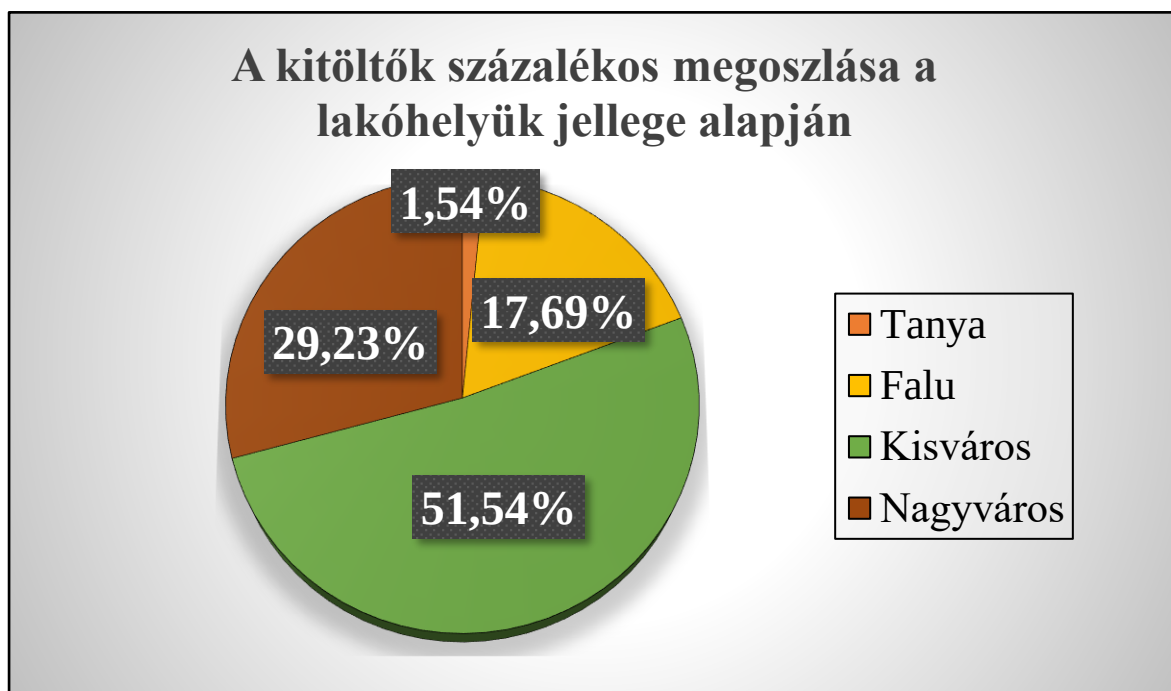
Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

Az általam mellékelte ábráról jól leolvasható, hogy a 130 emberből a legtöbb kitöltést a 18-25 év közötti korosztály generálta. Ők az összes kitöltés majdnem 40%-át, vagyis egész pontosan 38,46%-át adták. Utánuk a 36-45 évesek következtek 20,77%-kal, tőlük pedig

nem sokkal lemaradva a 46-55 évesek következtek 20,00%-kal. A 26-35 éves korúak már jóval kisebb %-ban jelentek meg, ami esetükben 9,23%-ot jelentett. Az utolsó három helyen az 56-65 évesek álltak 6,15%-kal, a 65 év felettiak 4,62%-kal és végül a 18 év alattiak 0,77%-kal.

Kutatásom tekintetében a későbbiekben azért lehet érdekes a 18-25 éves korosztály, mert ők lehetnek pont abban a fázisban, hogy még folytatják a tanulmányaikat, vagy már dolgoznak és rendelkeznek kellő mennyiségű diszkrecionális jövedelemmel. Úgy gondolom, hogy érdemes lehet foglalkozni velük később olyan szempontból is, hogy mennyire szívesen vennének részt a falusi turizmusban, továbbá, mennyit szánnának rá egy élménydús, két napos/egy éjszakás tanyasi hétvégére. Ezekre az összefüggésekre a tudományos munkám során mindenképpen szeretnék majd kitérni a hipotéziseim vizsgálatában.

A lakóhely tekintetében négy kategóriát adtam meg, melyek a következők voltak: tanya, falu, kisváros és nagyváros. A 130 megkérdezettből csupán kettő választotta a tanya opciót. 23-an jelölték a falu, 38-an pedig a nagyváros alternatívát. A legkiemelkedőbb kategória a kisváros volt, amelyet 67-en választották. Százalékosan az alábbiakban tüntettem fel:

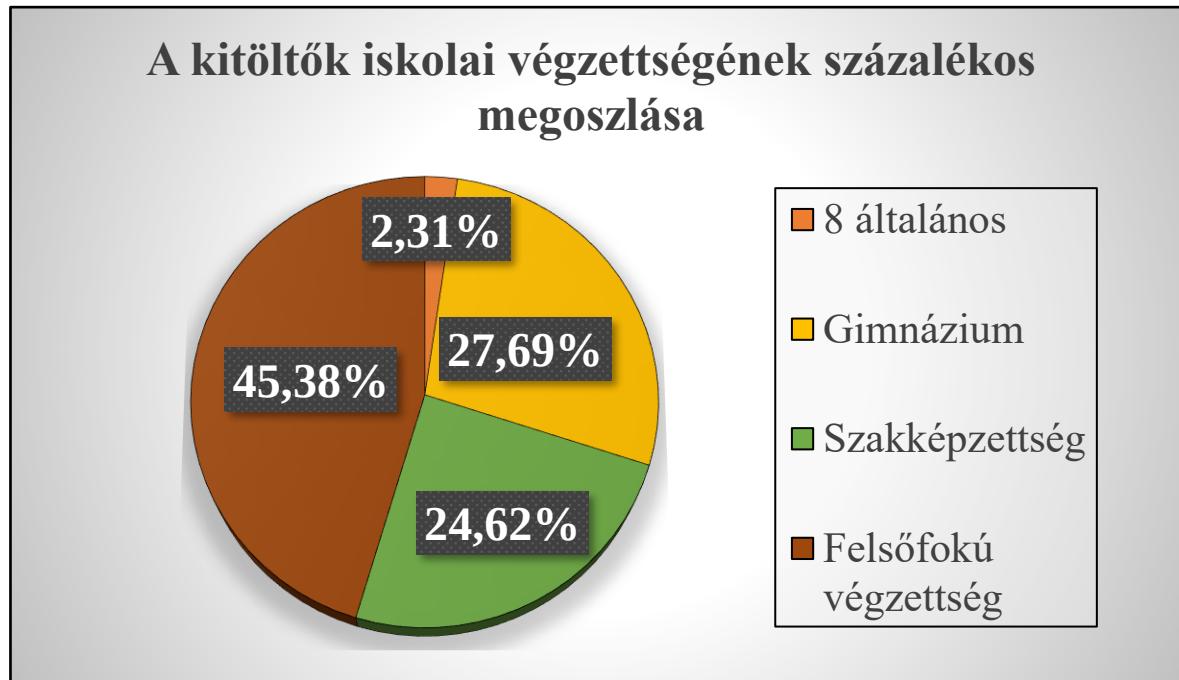


12. ábra: A kitöltők százalékos megoszlása a lakóhelyük jellege alapján

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

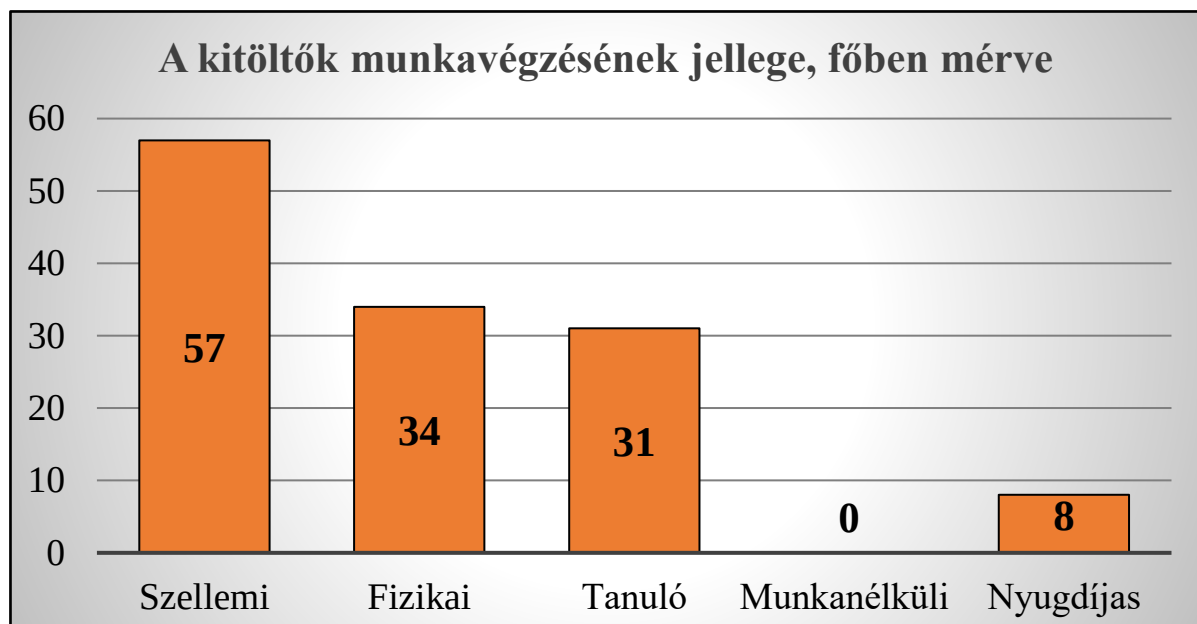
Ami az iskolai végzettséget illeti, 59 megkérdezett jelölte azt, hogy felsőfokú végzettséggel rendelkezik. Az ő jelenlétük volt a legjelentősebb. Utánuk következett 36 személy,

akik gimnáziumi végzettséget tudhattak magukénak. Ezt követték 36-an, akik szakképzettséggel bírtak. Utolsó helyen álltak azok, akik nyolc általánossal rendelkeztek, mivel ők csupán hárman voltak. Ebből le lehet vonni azt a következtetést, hogy a diplomával rendelkezők töltötték ki legtöbbször a kutatásomhoz szükséges kérdőívet.



13. ábra: A kitöltők iskolai végzettségének százalékos megoszlása

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022



14. ábra: A kitöltők munkavégzés jellege, főben mérve

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

A legutolsó demográfiai tényező, amivel foglalkozni szerettem volna, az a munkavégzés jellege, mely tekintetében az alábbi adatokat sikerült kimutatnom. A megoszlási viszonyszámok alapján a szellemi dolgozók aránya a legkiemelkedőbb a maga 43,58 %-val. Őket követték a fizikai munkát végzők 26,15 %-kal, a tanulók 23,85 %-kal és végül a nyugdíjasok 6,15 %-kal. Az alábbiakat egy oszlopdiagrammal kívántam szemléltetni.

6. KUTATÁSI EREDMÉNYEK

A kutatásom során három hipotézist szerettem volna vizsgálni és bizonyítani. Továbbá, hogy érdekesebbé tegyem, összefüggésekre és kapcsolatokra szerettem volna rámutatni.

6.1. ELSŐ HIPOTÉZIS

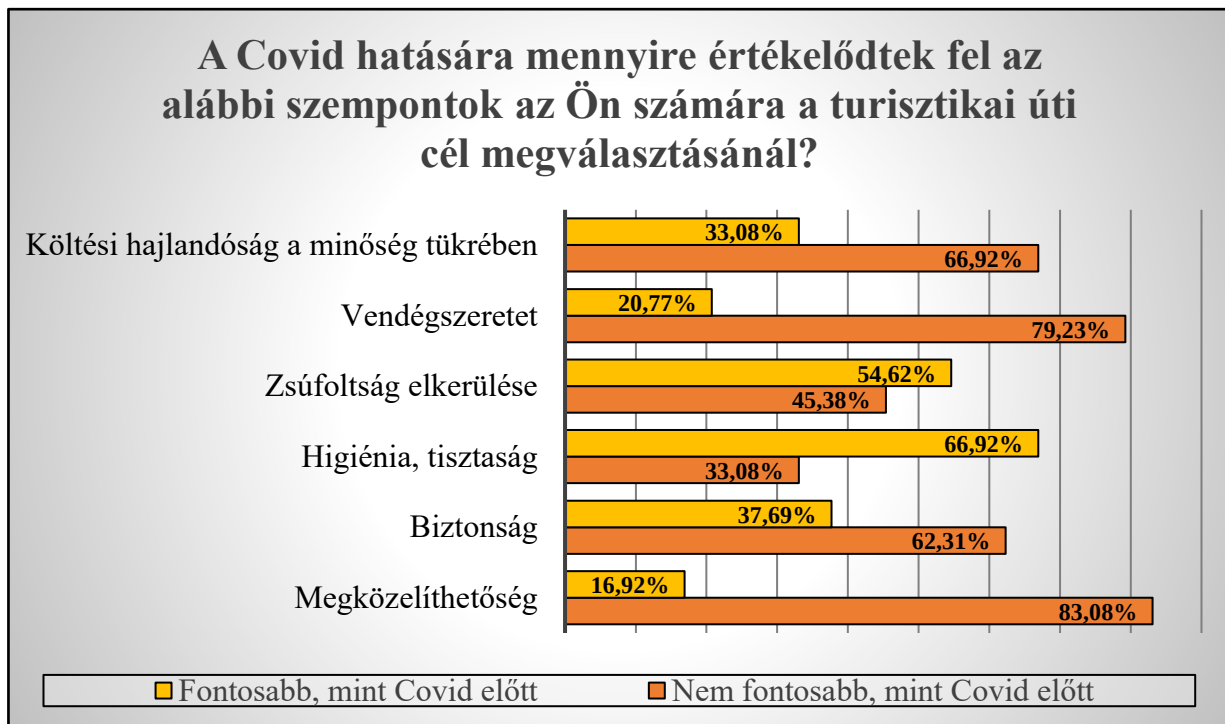
H1: A falusi turizmus feltörekvőben van.

A kérdőívemben feltett első és második, kérdésemmel szerettem volna ezt az előzetes feltevésemet bebizonyítani. Először a második kérdésemmel szeretnék kezdeni, amiben arra kerestem a választ, hogy bizonyos tényezők lényeges szerepet játszanak-e az utazási döntések meghozatalában, különös tekintettel a vírus okozta helyzet óta. Annak ellenére, hogy a járványhelyzet nem is olyan régóta létező fenomén, már több szakirodalomban foglalkoztak vele. Például Raffay Zoltán is kiemelte többek közt, hogy a fogyasztók addigi szokásait alapjaiban változtatta meg ez a rendkívüli helyzet. Megfogalmazta, hogy azok a turisztikai formák, ahol a biztonság és az élmény egy időben megvalósul, nagy valószínűséggel, idővel népszerűbb alternatíva lesz. A példái között említésre került többek között a falusi/vidéki turizmus is (Raffay, 2020).

Nem véletlen, hogy a kérdőív elemzésemet is ezzel a kérdésemmel kezdtem. Olyan szempontból szerettem volna ezt megközelíteni, hogy felsoroltam bizonyos komponenseket, amelyeket az emberek nagy valószínűséggel figyelembe vesznek amikor desztinációt választanak:

- Megközelíthetőség
- Biztonság
- Higiénia, tisztaság
- Zsúfoltság
- Vendégszeretet
- Költsési hajlandóság a minőség tükrében

Arra voltam kíváncsi, hogy az előbb felsorolt szempontok %-os megoszlása valóban alátámasztja-e azt, hogy az emberek szívesebben választják-e a Covid helyzet következtében a falusi turisztikai úti célokat. A kutatásomban résztvevőknek választaniuk kellett, hogy a felsorolt komponensek nem fontosabbak, mint a Covid előtt vagy fontosabbak, mint a Covid előtt. Az alábbi eredmények születtek, amelyeket sávdigrammon ábrázoltam.



15. ábra: A Covid hatására mennyire értékelték fel az alábbi szempontok az Ön számára a turisztikai úti cél megválasztásánál?

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

Az előbbieken említett szakirodalomban megfogalmazottak és az előzetes elvárásaim alapján beigazolódni látszott, hogy a higiénia és a tisztaság, illetve a zsúfoltság fog kiemelkedő szereppel rendelkezni a továbbiakban. Még pedig olyan tekintetben, hogy fontosabbnak ítélték a jelentőségüket, mint a vírushelyzet előtt. Egészen pontosan a kitöltők 66,92%-ának fontosabb a higiénia és a tisztaság az úti cél megválasztásánál, mint a Covid előtt és 54,62%-nak fontosabb a zsúfoltság elkerülése, mint a pandémiát megelőzően volt.

Ebben az esetben azt jelenti, hogy 130 emberből 87 jelölte azt, hogy esszenciális funkció jut a higiénia és tisztaságnak, a zsúfoltság esetében pedig 71 kitöltő választásáról beszélhetünk. Ilyen esetben valóban indokolt és reális lehet olyan fogadó terület választása, ahol különösen odafigyelnek a hatályos egészségügyi és tisztasági jogszabályok betartására, főleg a rendkívüli pandémiás helyzet óta. Továbbá az is vonzó lehet, ha az adott területen

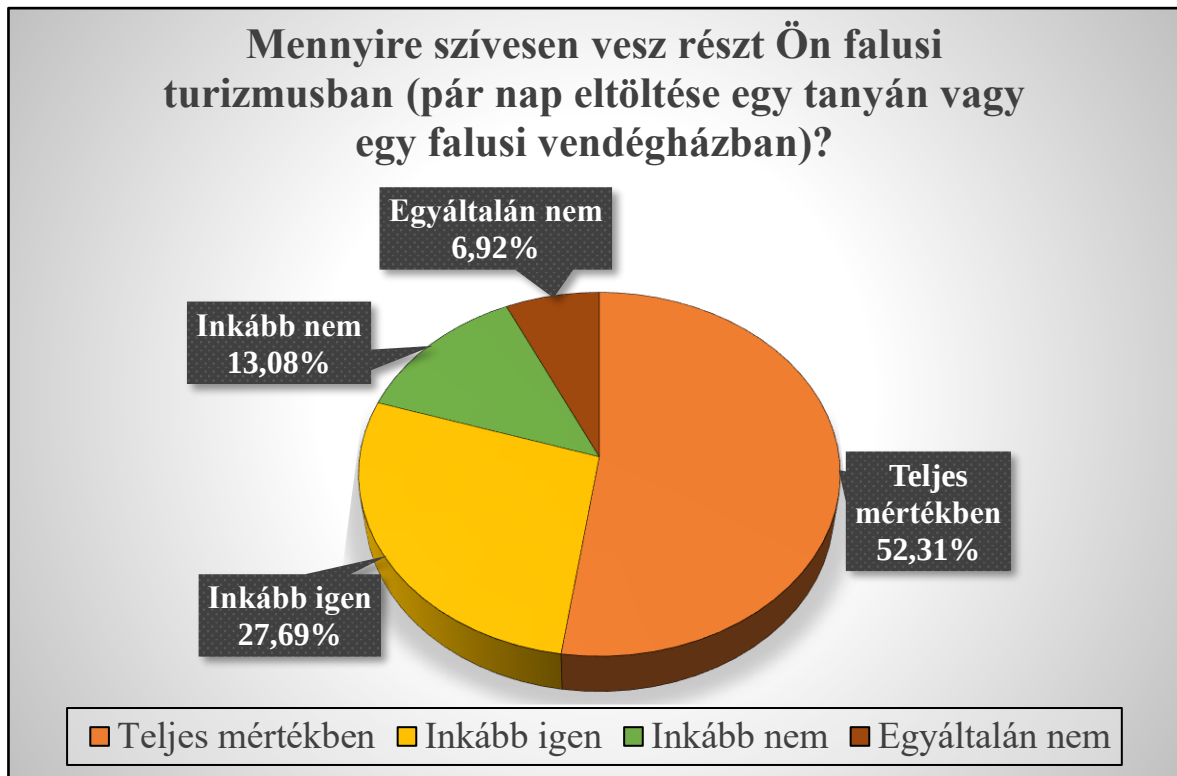
nem koncentrálnak egyszerre túl sok turista és érvényesülhet az egészséges „social distancing”. Éppen ezért az első és a hatodik kérdésem arra irányult a továbbiakban, hogy potenciális célpontokká válhatnak-e a vidéki, falusi turisztikai helyszínek.

Mindkét esetben egy négy fokozatú Likert-skálát alkalmaztam annak érdekében, hogy minél árnyaltabb képet kaphassak a válaszadóktól. A kérdésfeltevéskor mindig arra törekedtem, hogy egyértelmű és könnyen értelmezhető lehessen a kitöltők számára, ugyanis egyáltalán nem volt biztos, hogy mindenki tisztában van a falusi turizmus fogalmi körével.

Az első kérdésben arra voltam kíváncsi, hogy a megkérdezettek egyáltalán szívesen részt vennének-e az úgynevezett „egyetemesnek” nevezhető falusi turizmusban. Négy érték közül választhattak, melyekhez az alábbi magyarázatok tartoztak:

- 4: Teljes mértékben
- 3: Inkább igen
- 2: Inkább nem
- 1: Egyáltalán nem

Az első kérdésre érkező válaszokat egy 3D kördiagrammon, megoszlási viszonyszámokkal szerettem volna szemléltetni. Az ábráról egyértelműen leolvasható, hogy legtöbben, vagyis 52,31%-a teljes mértékben (4) válaszlehetőséget jelölte meg. Utána következik az inkább igen (3) 27,69%, illetve az inkább nem (2) kategória 13,08%-kal. A legkevesebbet az egyáltalán nem (1) -es opció kapta, vagyis 6,92%-ot.



16. ábra: Mennyire szívesen vesz részt Ön falusi turizmusban (pár nap eltöltése egy tanyán vagy egy falusi vendégházban)?

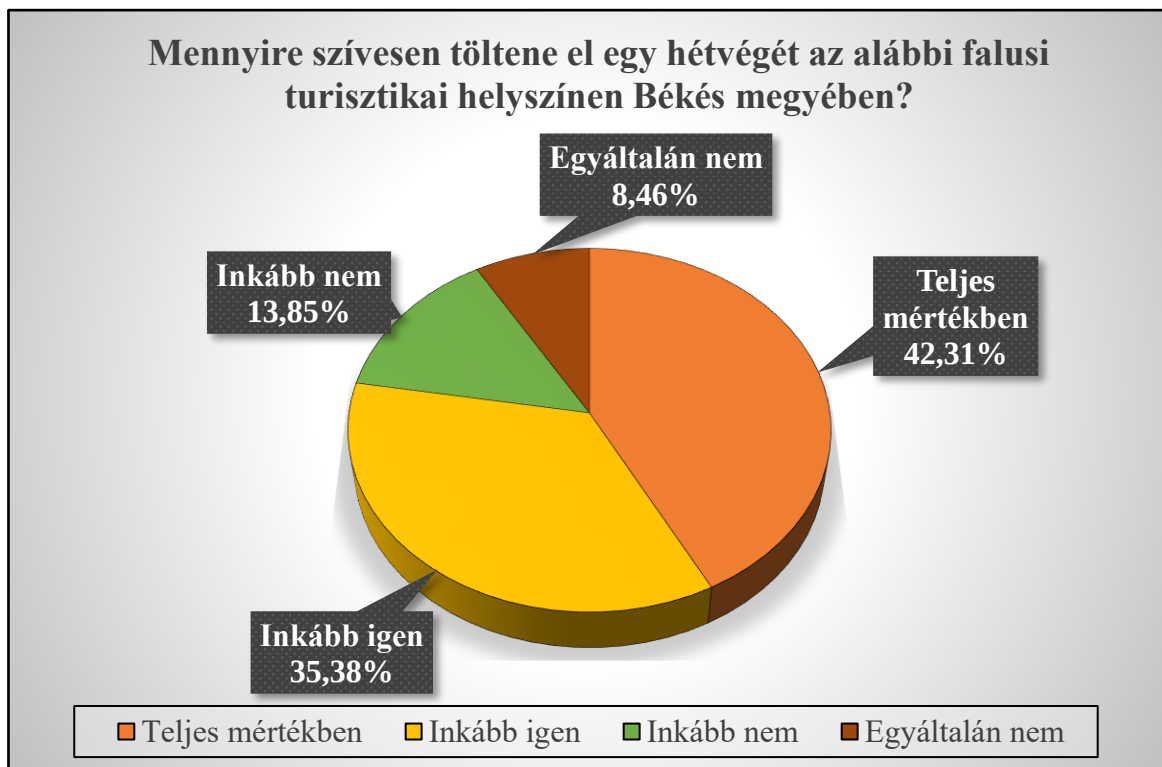
Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

A részvételi hajlandóság esetében a leggyakrabban előforduló érték, vagyis az eloszlás módusza a 4-es lett, 68 szavazattal. Ebből is látható, hogy a válaszadók 80%-a szívesen venne részt falusi turizmusban, mely során pár napot eltölthetne egy tanyán vagy egy falusi vendégházban. Ez azt is jól mutatja, hogy igen magas az igény és a részvételi hajlandóság a turizmus ezen szegmense iránt. **Tehát ezáltal bizonyítottuk a H1 hipotézist, miszerint a falusi turizmusnak igenis van relevanciája, valóban feltörekvőben van.**

6.2. MÁSODIK HIPOTÉZIS

H2: A falusi turizmusnak van relevanciája Békés megyében.

Ezt a gondolatmenetet szerettem volna tovább vinni a hatodik kérdésben is, ahol arra szerettem volna választ kapni, hogy a megkérdezettek mennyire szívesen választanák Békés megyét falusi turisztikai kikapcsolódásuk helyszínéül. A kérdéshez egy fényképet is mellékeltem a Madarász Lovastanyáról azt remélve, hogy ezzel növelhetem az érdeklődést. Szintén négy fokozatú Likert-skálát használtam, hogy minél komplexebb képet kaphassak a válaszadóktól. 3D kördiagrammon szemléltetve a megoszlási viszonyszámok az alábbi végeredményt láthatjuk.



17. ábra: Mennyire szívesen töltené el egy hétvégét az alábbi falusi turisztikai helyszínen Békés megyében?

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

A teljes mértékben (4)-es kategória 42,31%-ot kapott, ami majdnem a kitöltők felét érinti. Az inkább igen (3)-as 35,38%-ot képvisel. Összesen 77,69% válaszolta azt, hogy szívesen részt venne Békés megye falusi turizmusában, vagyis töltené el egy hétvégét a Madarász Lovastanyán. Utánuk következik az inkább nem (2), ami 13,85%-ot tesz ki. A fennmaradó 8,46% az egyáltalán nem (1)-re szavazott. A leggyakrabban előforduló érték, vagyis a módusz ebben az esetben is a 4-es lett.

Mivel majdnem 80% válaszolta azt, hogy részt venne a fentebb említett falusi turisztikai programon Békés megyében, ami a H2 hipotézis elfogadását indukálja, tehát lehet relevanciája Békés megye falusi turizmusának.

6.2.1. Érdekességek a részvételi hajlandósággal kapcsolatban

Kapcsolat a nem és részvételi hajlandóság között

Először szerettem volna megvizsgálni, hogy lelhető-e fel kapcsolat a nem és a falusi turizmusban való általános részvételi hajlandóság között. Keresztábra-elemzéssel, khi négyzet próbával megkaptam azt az eredményt, hogy $P=0.6184$. Mivel a P értéke nagyobb, mint a 0,05, ezért az az állításunk kerül elfogadásra, hogy nincsen kimutatható kapcsolat a nem és a részvételi hajlandóság között.

Kapcsolat a lakhely és a részvételi hajlandóság között

Másodszor a lakhely jellege és a részvételi hajlandóság között kerestem a kapcsolatot. Geogebra-ban végeztem el a χ^2 négyzet próbát, amellyel az empirikus szignifikancia szintre 0,1346 jött ki eredménynek. Mivel ez az érték ugyancsak nagyobb 0,05-nél, ezért ebben az esetben is kijelenthető, hogy nincs fellelhető kapcsolat a lakhely jellege, illetve a részvételi hajlandóság között.

Kapcsolat a végzettség és a részvételi hajlandóság között

Továbbá a végzettség szintje és a részvételi hajlandóság között próbáltam fellelhető kapcsolatot találni. Keresztábra-elemzéssel, χ^2 négyzet próbával a Geogebra-ban a P-re 0,7848-at kaptam. Ennél a témakörnél is elvethettem azt az elképzelésem, hogy a végzettség jellege és a részvételi szándék között szignifikáns kapcsolat lehet fel.

Ebből arra tudunk következtetni, hogy nem függ a részvételi hajlandóság a nemtől, a lakhely jellegétől, illetve a végzettségtől.

6.3. HARMADIK HIPOTÉZIS

H3: A fiatal korosztály számára is vonzó lehet a falusi turizmus.

A tudományos munkám során a 18-25 éves korosztályra szerettem volna helyezni a fókuszot. Azért lehetnek számomra érdekesek ebből a szempontból, mert egyrészt én is ebbe a korcsoportba tartozom. Másrészt ők azok, akik még vagy a tanulmányaikat folytatják vagy már dolgoznak és rendelkezhetnek kellő mennyiségű diszkrecionális jövedelemmel.

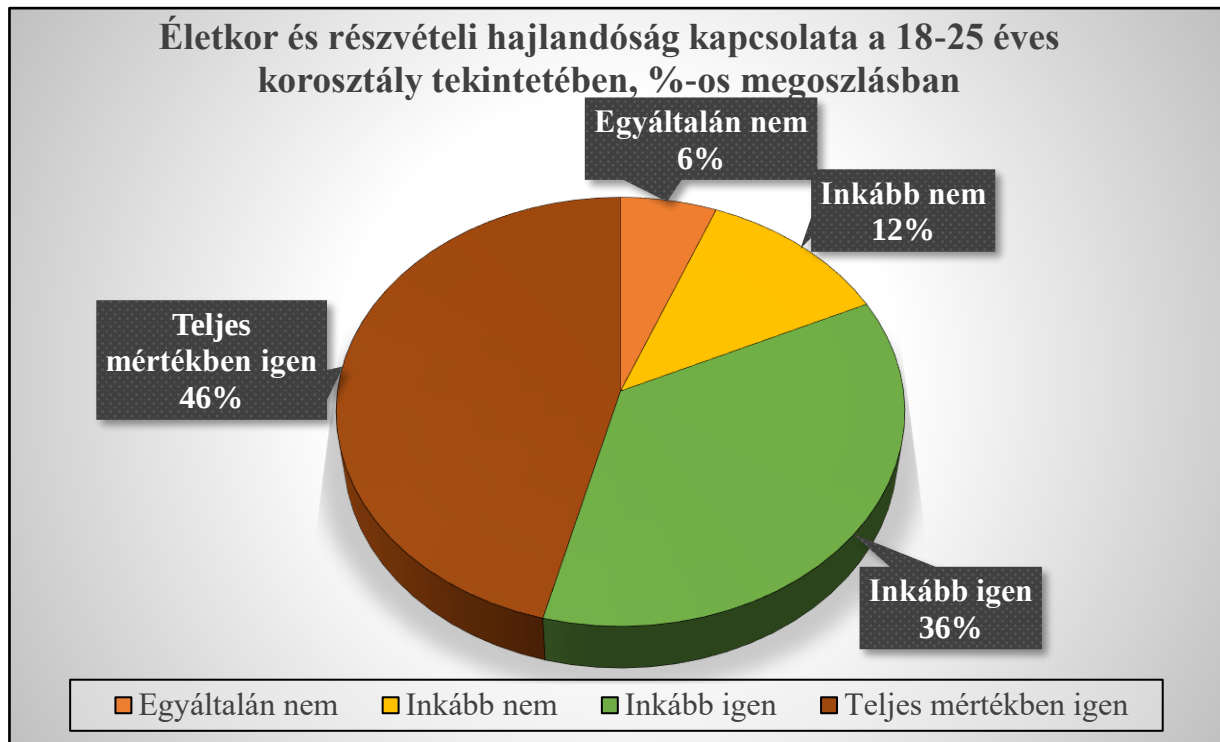
2. Táblázat: A korosztály és a részvételi hajlandóság összefüggései a falusi turizmus tekintetében

Életkor/Részvételi hajlandóság	Egyáltalán nem	Inkább nem	Inkább Igen	Teljes mértékben igen
18 év alatti	0	0	0	1
18-25 éves	3	6	18	23
26-35 éves	1	1	3	7
36-45 éves	3	6	4	14
46-55 éves	1	3	10	12
56-65 éves	1	1	0	6
65 év feletti	0	0	1	5
Összesen	9	17	36	68

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

A táblázatból is jól leolvasható, hogy a teljes mértékben (4)-es kategóriát 23-an jelölték meg az 50 főből. 18-an választották az inkább igen (3)-as opciót. Továbbá az inkább

nem (2)-sre 6-an szavaztak, míg utolsó helyen az egyáltalán nem (1) állt 3 szavazattal. Ezekből az adatokból megoszlási viszonyszámokat számoltam ki és egy 3D kördiagrammon kívántam szemléltetni:



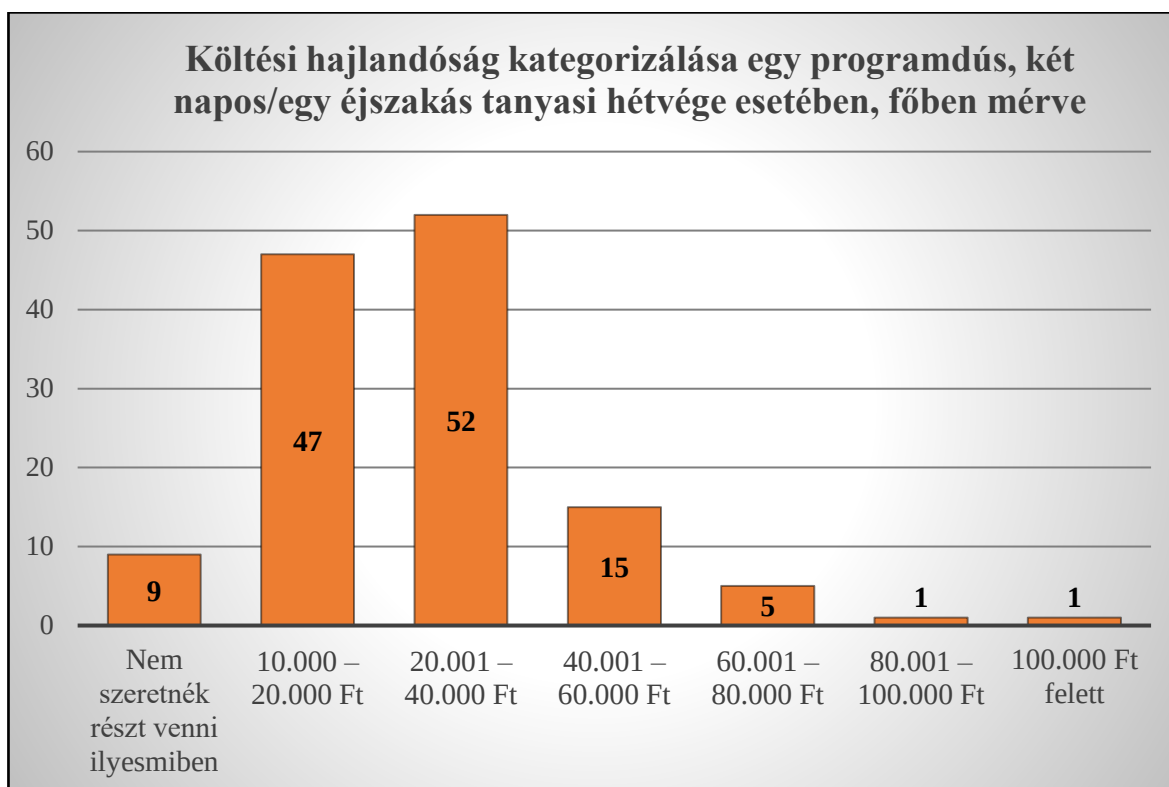
18. ábra: Életkor és részvételi hajlandóság kapcsolata a 18-25 éves korosztály tekintetében, %-os megoszlásban

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

A diagrammról leolvasható, hogy a megkérdezettek 46%-a a teljes mértékben (4)-st jelölte meg. Utánuk 36%-kal következett az inkább igen (3)-as kategória. Az inkább nem (2)-s 12%-ot tesz ki, majd az egyáltalán nem (1)-es 6%-ot kapott. A leggyakrabban előforduló érték, vagyis a módusz a 4-es lett ebben az esetben is.

Mivel 82%-a a 18-25 éves válaszadóknak azt válaszolta, hogy szívesen részt venne a turizmus ezen szegmensében. ezért a H3 hipotézisem elfogadásra kerülhet, miszerint a fiatal korosztály számára is vonzó lehet a falusi turizmus.

6.3.1. További összefüggések a korosztállyal kapcsolatban



19. ábra: Költsési hajlandóság kategorizálása egy programdús, két napos/egy éjszakás tanyasi hétvége esetében, főben mérve

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

Az alábbi ábrán azt szerettem volna szemléltetni, hogy a megkérdezettek mennyit lennének hajlandóak és képesek rászánni egy programdús, két napos/egy éjszakás tanyasi hétvégére, Mezőberényben. A kilencedik kérdésemben erre kerestem a választ és az eredményeket a már előbb említett oszlopdiagrammon ábrázoltam. Jól látható, hogy a legtöbb kitöltő a 20.001-40.000 Ft-os kategóriát jelölte meg, ami ebben az esetben 53 kitöltőt jelent. Utánuk következett a 10.000-20.000 Ft-os intervallum, 47 jelöléssel. Harmadik helyen, jelentős differenciával, a 40.001-60.000 Ft-os opciót 15 fő választotta. Negyedik helyen áll a nem szeretnék részt venni ilyesmiben alternatíva, 9 szavazattal. Ötödikként a 60.001-80.000 Ft állt 5 jelöléssel, majd a 100.000 Ft felett kategória 1 szavazattal. Utolsóként a 80.001-100.000 Ft-os csoport áll, mert senki se választotta.

A leggyakrabban előforduló érték, vagyis a módusz a 20.001-40.000 Ft. Ebből következik, hogy a kitöltők leginkább ekkora mennyiségű diszkrecionális jövedelmet lennének hajlandóak és képesek egy két napos/egy éjszakás, programdús tanyasi hétvégére rászánni. A továbbiakban ki szerettem volna deríteni, hogy egyes korosztályok mekkora volumenű

szabadon elkölthető jövedelmet tudnak realizálni erre a programra. Az eredményeket a következő táblázatban összegeztem:

3. Táblázat: Életkor és költési hajlandóság kategorizálása, főben mérve

Életkor/Költési hajlandóság	Nem szeretnék ilyesmiben részt venni	10.000 - 20.000 Ft	20.001 - 40.000 Ft	40.001 - 60.000 Ft	60.001 - 80.000 Ft	80.001 - 100.000 Ft	100.000 Ft felett
18 év alatti	0	0	1	0	0	0	0
18-25 éves	1	16	21	8	3	0	1
26-35 éves	2	3	6	0	1	0	0
36-45 éves	3	12	8	3	1	0	0
46-55 éves	2	8	12	4	0	0	0
56-65 éves	1	4	2	0	0	0	0
65 év feletti	0	4	2	0	0	1	0
Összesen	9	47	53	15	5	0	1

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

Ez a táblázat a H3 hipotézisem szempontjából is érdekes lehet, hiszen a 18-25 éves korosztályt helyezi fókuszba. A táblázat jól szemlélteti, hogy ez a korcsoport, amely a kutatásomban 50 fővel képviselte magát, lehet az, amelyik szívesen költene egy ilyen programra. Az előző fejezetben már sikerült bizonyítani a H3 feltevésem a részvételi hajlandóság aspektusából. Most viszont a fizetési hajlandóság alapján is beigazolódni látszik, hogy a 18-25 éves korú fiatalok valóban potenciális célcsoportját képezhetik a falusi turizmusnak.

Kapcsolat a korosztály és a költési hajlandóság között

Szerettem volna ebben az esetben megvizsgálni, hogy van-e kimutatható kapcsolat a korosztály és a költési hajlandóság között. Keresztábra-elemzéssel, chí négyzet próbával megkaptam P-re a 0,4986-os eredményt. Mivel az empirikus szignifikanciaszint nagyobb, mint 0,05, ezért elvethetjük azt az állításunk, hogy van kimutatható kapcsolat a korosztály és a költési hajlandóság között.

Kapcsolat a végzettség és a költési hajlandóság között

Másodszor, arra a kérdésemre kerestem a választ, hogy van-e kapcsolat a végzettség szintje és a költési hajlandóság között. Keresztábra-elemzéssel, chí négyzet próbával P-re 0,9464-et kaptam. Ebben az esetben mivel $P > 0,05$, ezért megállapíthatjuk, hogy nincsen kimutatható kapcsolat a végzettség szintje és a költési hajlandóság között.

Kapcsolat a munkavégzés jellege és a költési hajlandóság között

Továbbá, szerettem volna megtudni, hogy kimutatható-e szignifikáns kapcsolat a munkavégzés jellege és a költési hajlandóság között. Chí négyzet próbával, Geogebra-ban

az empirikus szignifikanciaszintre 0,6735-öt kaptam. Mivel P értéke nagyobb 0,05-nél ezért megállapítható, hogy nincs kapcsolat a munkavégzés jellege és a költési hajlandóság között.

Összességében levonhatjuk azt a következtetést, hogy a korosztály, a végzettség szintje, illetve a munkavégzés jellege nem befolyásolja a költési hajlandóságot, vagyis ezektől a tényezőktől teljesen független.

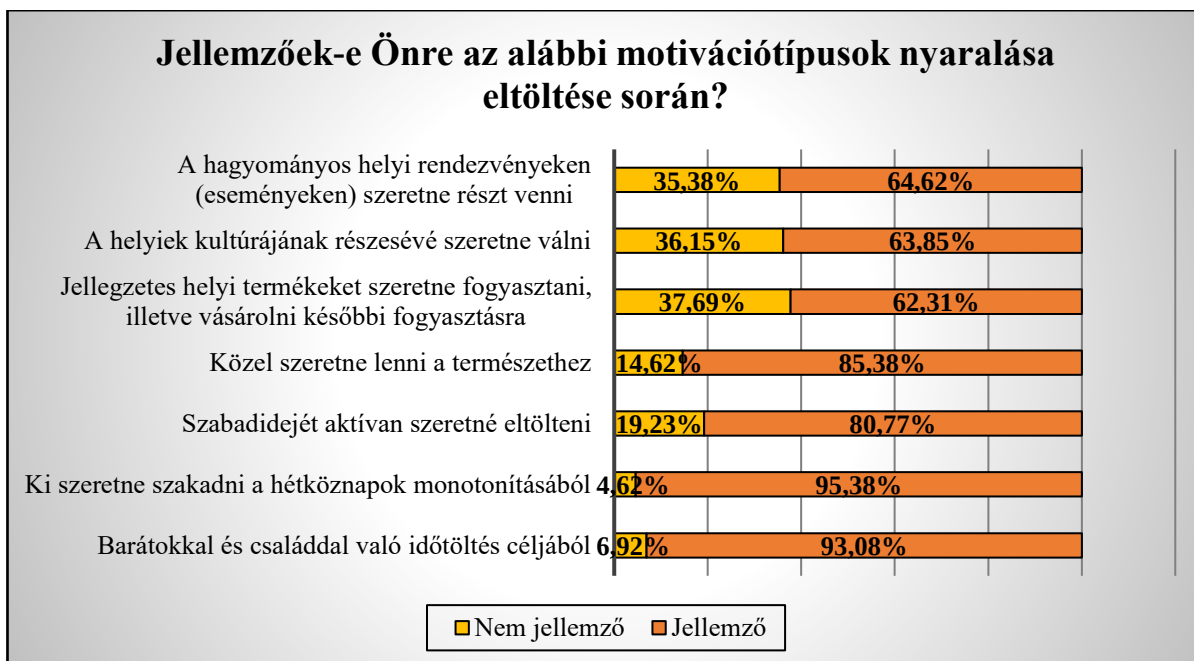
6.4. NEGYEDIK HIPOTÉZIS

H4: A falusi turizmus fő vonzereje a természetközelségben és a közösen eltölthető, aktív programokban rejlik.

Először azt szerettem volna megvizsgálni a harmadik kérdésben, hogy a megkérdezettek számára mi lehet az a motiváció, amely a fő mozgatórugója lehet annak, hogy útra keljenek. Szándékosan olyan kategóriákat adtam meg, amelyek falusi turisztikai úti célok kiválasztását predesztinálhatják:

- Barátokkal és családdal való időtöltés céljából
- Ki szeretne szakadni a hétköznapiak monotonitásából
- Szabadidejét aktívan szeretné eltölteni
- Közel szeretne lenni a természethez
- Jellegzetes helyi termékeket szeretne fogyasztani, illetve vásárolni későbbi fogyasztásra
- A helyiek kultúrájának részesévé szeretne válni
- A hagyományos helyi rendezvényeken (eseményeken) szeretne részt venni

Egy négy fokozatú Likert-skálát használtam ebben a kérdésben, majd összesítettem és az eredményeket az alábbi halmozott sávdigrammon kívántam szemléltetni.



20. ábra: Jellemzők-e Önre az alábbi motivációtípusok nyaralása eltöltése során?

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

Jól leolvasható a diagrammról, hogy a megkérdezetteknél első helyet foglal el, hogy kiszakadhassanak a hétköznapiak monotonitásából. Ebben az esetben egészen pontosan 95,38% állította, hogy jellemző rájuk ez a fajta belső indíttatás.

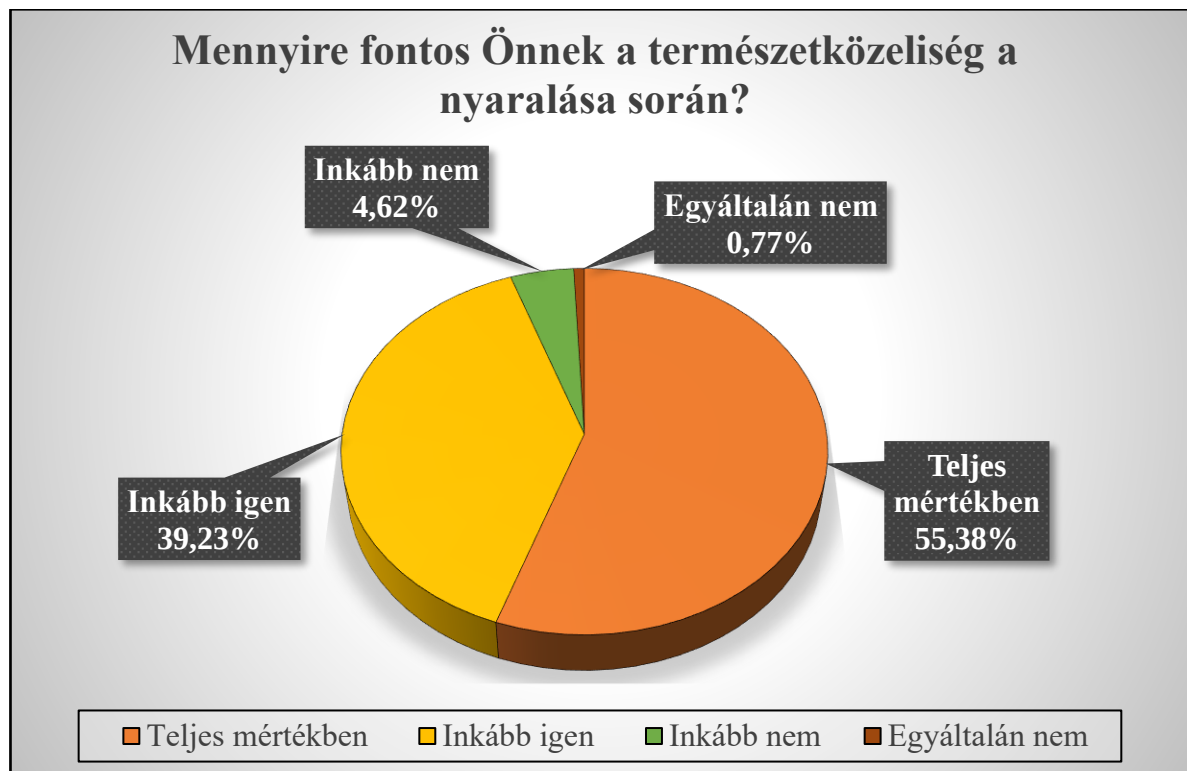
Második helyen található 93,08%-kal a barátokkal, családdal való időtöltés kategóriája, amely ebben a szerkezeti egységben kiemelkedő szereppel bír a H4 hipotézis értelmezésében is. Előre vetítheti ugyanis ez a belső intuíció, hogy a válaszadók számára fontos, hogy a nyaralásuk során időt tölthessenek el számukra olyan fontos személyekkel, mint a családtagjaik, illetve barátaik. Ebben az esetben a H4 előfeltevés már itt is bizonyosságot nyerhet, miszerint a falusi turizmus keretein belül minőségi időt tölthetnek el a szeretteikkel.

Harmadikként szerepel a közel szeretnék lenni a természethez opció. Számomra igazán nagy örömmel számít, hogy 85,38% azt válaszolta, hogy nyaralása ideje alatt szívesen lenne közel a természeti környezethez. Ehhez szorosan kapcsolódik, hogy 80,77% nyilatkozta, hogy szabadidejét aktívan szeretné eltölteni. **Tehát ebből levonható az a következtetés, hogy szívesen részesítik előnyben az olyan jellegű programokat, amelyek által nemcsak, hogy aktívan tölthetik el a szabadidejüket, hanem a természet közelségét is élvezhetik, ezáltal bizonyítani tudtuk a H4 hipotézis egyik részét.**

Ezt a gondolatmenetet kívántam tovább vinni a negyedik kérdésben, ahol arra voltam kíváncsi, hogy önmagában a természetközelség mennyire lehet vonzó az utazóközönség számára. Négy fokozatú Likert-skálát alkalmaztam azért, hogy minél árnyaltabb képet kaphassak:

- Teljes mértékben: 4
- Inkább igen: 3
- Inkább nem: 2
- Egyáltalán nem: 1

A megoszlási viszonyszámokat egy 3D kördiagrammon kívántam szemléltetni.



21. ábra: Mennyire fontos Önnek a természetközelség a nyaralása során?

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

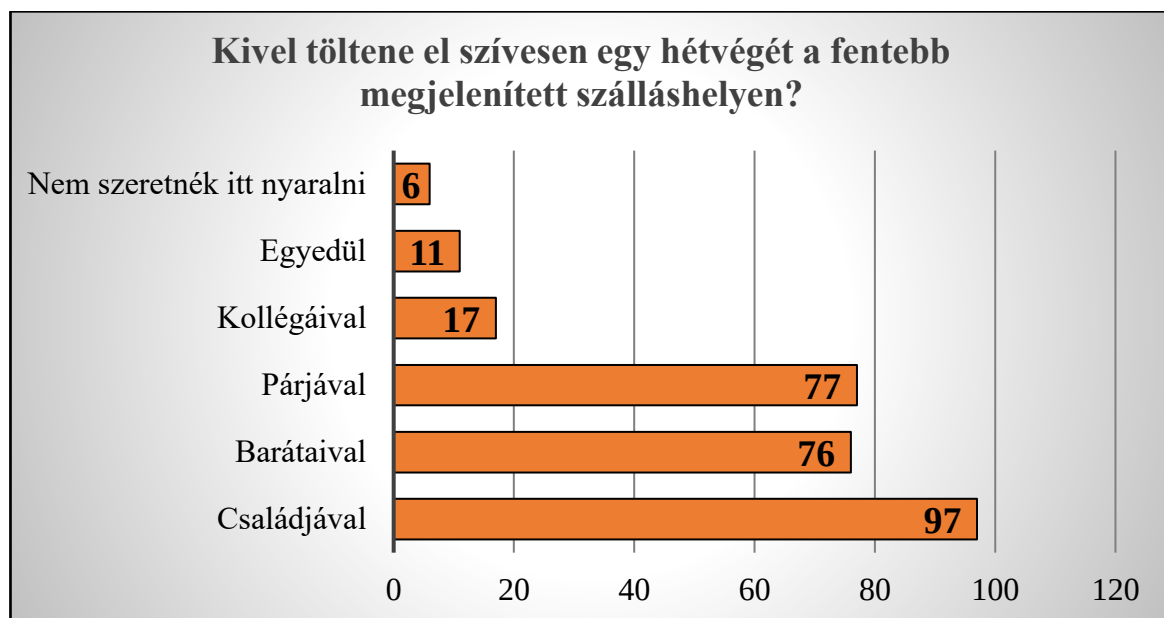
Jól látható a diagrammon, hogy a teljes mértékben (4)-es kategóriát a kitöltők 55,38%-a jelölte meg. Az inkább igen (3)-as opciót összesen 39,23% választotta. Továbbá, az inkább nem (2)-es csupán 4,62%-ot kapott, míg az egyáltalán nem (1)-es lehetőség csak 0,77%-ot tesz ki. A leggyakrabban előforduló érték, vagyis a módusz a 4-es.

Ebből is látható, hogy a válaszadók 94,61%-a szívesen élvezné a természetközelségből fakadó előnyöket a nyaralása során, vagyis a H4 hipotézist itt is bizonyítottuk, miszerint a falusi turizmus egyik fő vonzereje a természet közelségében is rejlik.

A továbbiakban viszont arra kerestem a választ, hogy a potenciális fogyasztók kikkel vennének szívesen részt egy élménydús, két napos/egy éjszakás tanyasi hétvégén Mezőberényben, a Madarász Lovastanyán. A hetedik kérdésben az alábbi opciókat adtam meg választási lehetőségként:

- Családjával
- Barátaival
- Párjával
- Kollégáival
- Egyedül
- Nem szeretnék itt nyaralni

Az eredményeket sávdigrammon ábrázoltam.



22. ábra: Kivel töltene el szívesen egy hétvégét a fentebb megjelenített szálláshelyen?

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

Az ábra alapján jól leolvasható, hogy magasan kiemelkedik a család 97, a pár 77, illetve a barát kategóriája 76 jelöléssel. Ebből is látszik, hogy az emberek a szabadidejüket sokkal szívesebben töltik a szeretteikkel, ami sok esetben magában foglalja a családot, a barátokat vagy épp a párjukat egy falusi turisztikai helyszínen. Számomra nem volt meglepő, hogy a kevésbé kedveltek között találjuk a kollégákat 17 szavazattal, az egyedül 11 jelölést kapott és a nem szeretnék itt nyaralni opciót 6-an választották. **Levonhatjuk tehát azt a következtetést, hogy a potenciálisnak ígérkező fogyasztók sokkal szívesebben töl-**

tenének el egy tanyasi hétvégét olyanok társaságban, akik igazán közel állnak hozzájuk, vagyis a H4 hipotézis ennél a kérdésnél is bizonyítást nyerhet olyan szempontból, hogy legszívesebben a szeretteikkel nyaralnának itt az emberek.

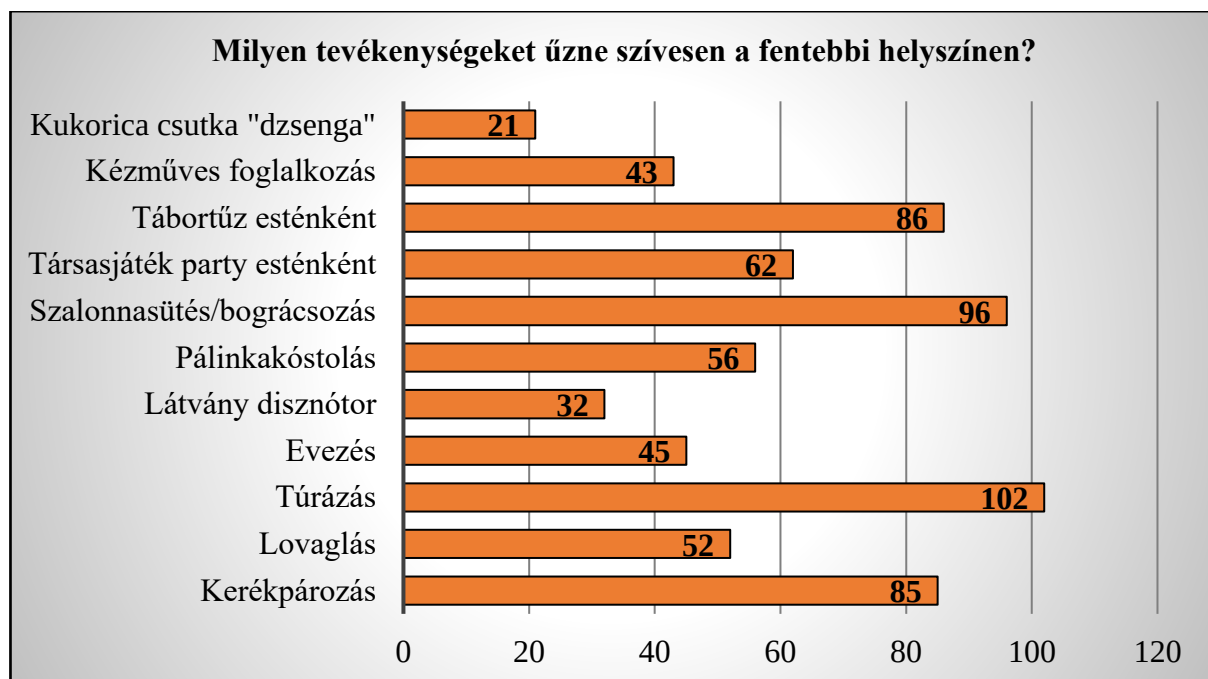
Ami a programokat illeti, a nyolcadik kérdésben különböző alternatívákat soroltam fel szabadidős tevékenység gyanánt. A programelemek az alábbi tematika szerint épültek fel:

4. Táblázat: A programok kategorizálása tematika alapján

Természetközeli programok	Gasztronómiai jellegű programok	Közösségépítő programok
Kerékpározás	Látvány disznótor	Társasjáték party esténként
Túrázás	Pálinkakóstolás	Tábortűz esténként
Lovaglás	Szalonnasütés/bográcsolás	Kézműves foglalkozás
Evezés		Kukorica csutka „dzsenga”

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

Az eredményeket egy sávdiagrammon kívántam szemléltetni.



23. ábra: Milyen tevékenységeket űzne szívesen a fentebbi helyszínen?

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

A diagrammon látható, hogy négy programelem emelkedik ki igazán a kitöltők véleménye alapján. A túrázás (102 fő) és a kerékpározás (85 fő), mint természetközeli aktív program, valamint a szalonnasütés/bográcsolás, illetve az esti tábortűz, mint közösségépítő

program jelenik meg. **Ez a nagyarányú választás is alátámasztja a hipotézisünket, miszerint a természetközelség és a közösségépítő, aktív programok fontos szerepet játszanak a falusi turizmus vonzerejében.**

6.4.1. További érdekességek

Kapcsolat a nem és a természetközelség preferálása között

Kutatásom szempontjából érdekesnek tartottam, hogy van-e kimutatható kapcsolat a nem és a természetközelség preferálása között. Keresztábra-elemzéssel, χ^2 négyzet próbával P -re 0,0165-t kaptam, ami kisebb, mint 0,05. Tehát kijelenthetjük, hogy van kimutatható kapcsolat a nem és a természetközelség preferálása között, mivel a nők számára sokkal szignifikánsabb szerep jut ennek a komponensnek.

Kapcsolat a korosztály és a természetközelség között

A továbbiakban szerettem volna megtudni, hogy van-e összefüggés a korosztály és a természetközelség preferálása között. χ^2 négyzet próbával a Geogebra-ban 0,3473-as érték jött ki, amely nagyobb, mint 0,05. Mivel a $P > 0,05$, ezért kijelenthetjük, hogy nincs kimutatható kapcsolat a korosztály és a természetközelség preferálása között.

Kapcsolat a lakóhely jellege és a természetközelség között:

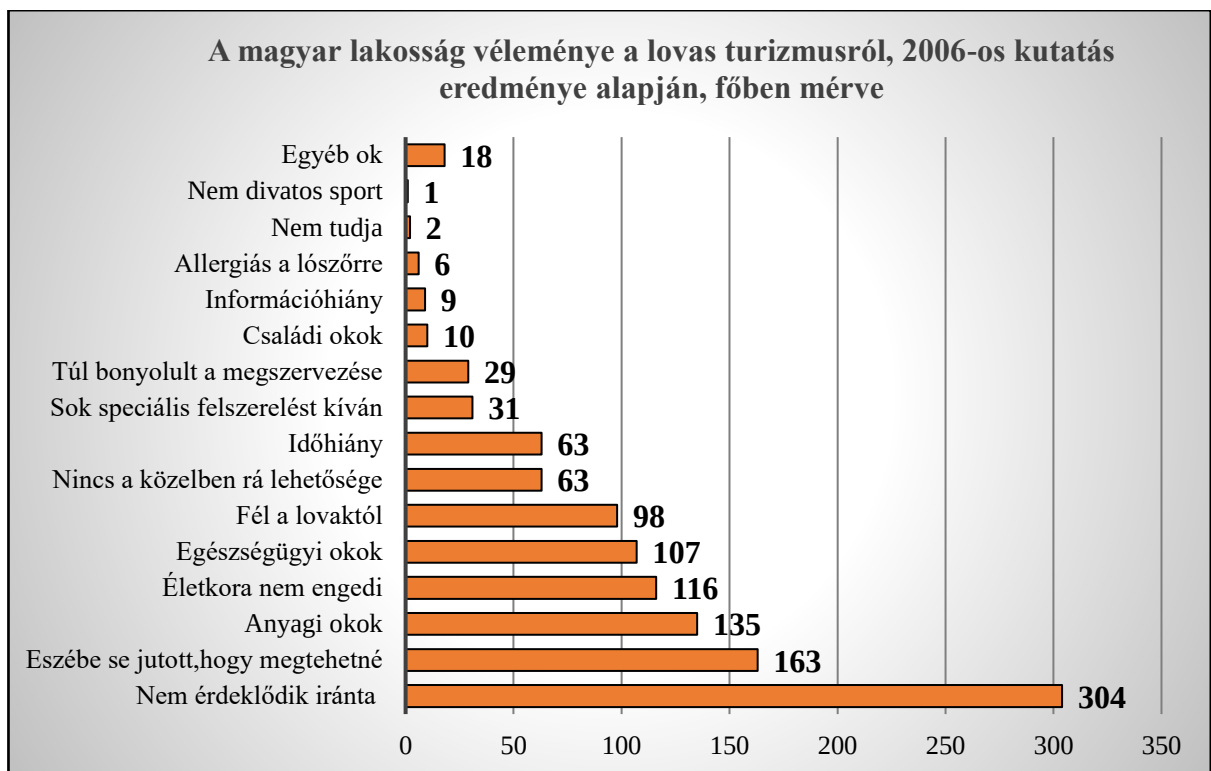
Számomra érdekes területnek számított, hogy van-e összefüggés a lakóhely jellege és a természetközelség között. Keresztábra-elemzéssel és χ^2 négyzet próbával az empirikus szignifikanciaszintre 0,818 jött ki. Ebből következik, hogy mivel a 0,818 nagyobb a 0,05-nél, ezért nincs kimutatható kapcsolat e között a két nem mennyiségi ismérve között.

Tehát levonható az a következtetés, hogy a természetközelség preferálása függ a nemtől. Ellenben nem függ a korosztálytól és a lakóhely jellegétől.

6.4.2. Hogyan viszonyulnak a megkérdezettek a lovas programokhoz?

Mivel a szakdolgozatomban a kvalitatív kutatásom keretein belül a Madarász Lovastanyával foglalkoztam, ezért mindenképp szerettem volna megvizsgálni, hogy esetemben a „közvélemény” hogyan vélekedik a lovas programokról. A már előbb is említett nyolcadik kérdésemben ez a programelem azonban nem került a legnépszerűbb szabadidős tevékenységek közé, mivel csupán 52 szavazatot kapott.

Ennek több oka is lehet, melyeket a Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégiában már feltártak egy 2006-os közvélemény-kutatás keretein belül. Ezekre az eredményekre támaszkodva szeretnék releváns következtetéseket levonni és egy sávdiaagrammon kívántam őket ábrázolni.



24. ábra: A magyar lakosság véleménye a lovas turizmusról, 2006-os kutatás eredménye alapján, főben mérve

Forrás: Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégia 2007-2013, 4. oldal, saját szerkesztés, 2022

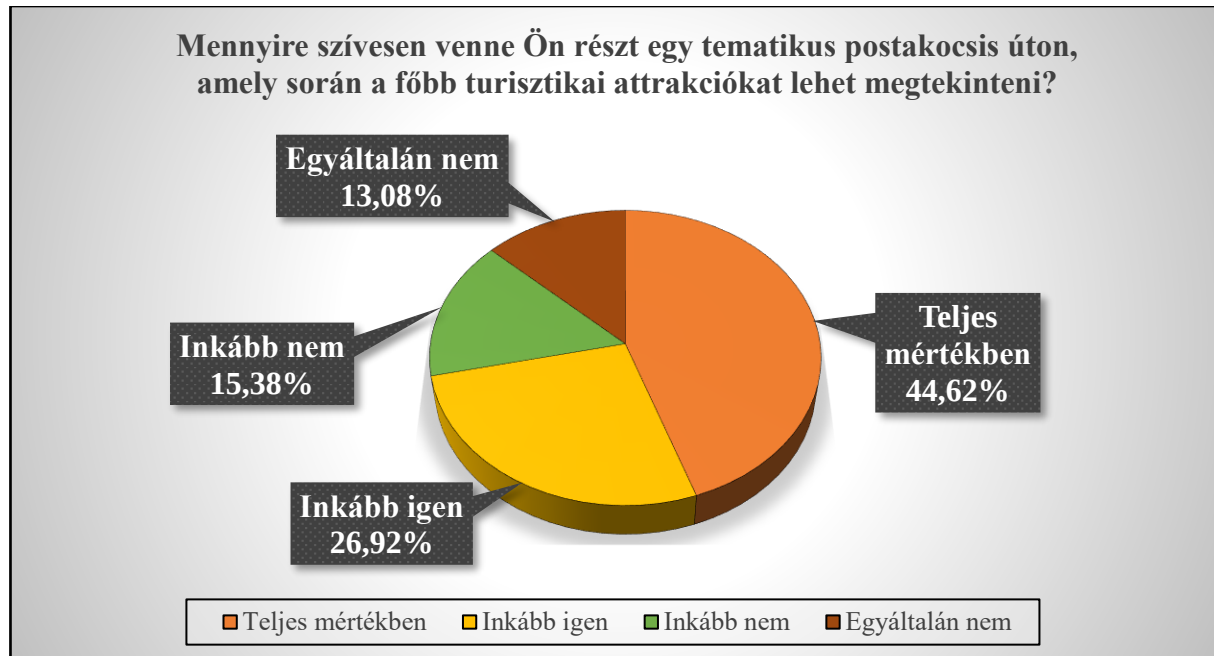
Az alábbi ábrán jól látszik, hogy legelső helyen van a nem érdeklődik iránta kategória 304 jelöléssel. Emellett a főbb opciók az alábbi jelöléseket kapták:

- Eszébe se jutott, hogy megtehetné: 163
- Anyagi okok: 135
- Fél a lovaktól: 98
- Nincs a közelben rá lehetősége: 63
- Időhiány: 63
- Sok speciális felszerelést kíván: 31
- Információhiány: 9

Azért ezeket a komponenseket emeltem ki, mert véleményem szerint ezek lehetnek olyan tényezők, amelyek úgymond „elrettenthetik” a látogatókat a lovas tevékenységek kipróbálásától. Úgy gondolom, hogy az én kutatásom esetében is ezek a szempontok érvényesülhettek és kaphatott ez a programelem kevés szavazatot.

A kilencedik kérdésben egy különleges lovas turisztikai elemet vettem górcső alá, amely nem más, mint egy tematikus postakocsis út. Már a prominenciavizsgálat során szó

esett erről az attrakcióról, amely során a Békési kistérség rejtett gyöngyszemeit lehetne megtekinteni egy eredeti postakocsin ülve. Egy négyfokozatú Likert-skálát alkalmaztam azért, hogy felmérjem a potenciális fogyasztók igényeit. Az eredményeket megoszlási viszony-számokkal kívántam szemléltetni egy 3D diagramm segítségével.



25. ábra: Mennyire szívesen venne Ön részt egy tematikus postakocsis úton, amely során a főbb turisztikai attrakciókat lehet megtekinteni?

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

A diagramm is jól tükrözi, hogy ebben az esetben is megfigyelhető, hogy nem volt annyira „magabiztos” az igen válaszok aránya. A teljes mértékben (4)-es kategória 44,62%-ot kapott. Az inkább igen (3)-as opció 26,92%-ot tesz ki. Továbbá az inkább nem (2) 15,38%-ot szerzett, míg az egyáltalán nem (1) 13,08%-ot tesz ki. A módusz, vagyis a leggyakrabban előforduló érték a 4-es lett.

Összesen 71,54% venne szívesen részt a tematikus postakocsis úton. Egyrészt magyarázható azzal, hogy ez a fajta lovas turisztikai szolgáltatás még ismeretlen a nagyközönség előtt. Viszont másrészt megvan az emberekben a kíváncsiság, hogy kipróbálják ezt a fajta tevékenységet.

7. EREDMÉNYEK ÉRTÉKELÉSE, KÖVETKEZTETÉSEK LEVONÁSA

A kérdőívet kitöltő 130 ember az előzetes elvárásaimnak köszönhetően, nagyon pozitívan fogadták a falusi turizmus témakörét és nyitottnak bizonyultak az általam felkínált programlehetőségekre. Ebből levonhattam azt a következtetést, hogy valóban van relevanciája egyrészt az „egyetemes” -, illetve a békés megyei falusi turizmusnak.

7.1. FEJLESZTÉSI ÖTLETEK

Influencer marketing: Úgy gondolom, hogy influencer marketinggel hatékonyabban lehetne akár a Madarász Lovastanyát, akár Békés megyét, mint komplex turisztikai desztinációt reklámozni. Úgy tudnám elképzelni ezt, hogy a tanya szolgáltatásait az influencerek ingyen vehetnék igénybe, próbálhatnák ki. Cserébe viszont ők reklámoznák a tanyát, vagy a megye bizonyos kincseit a különböző közösségi platformokon. Ettől azt remélve, hogy megnőhet az érdeklődés ezek iránt a termékek iránt.

Idegenvezetés a lovas postakocsi túrához: A tematikus postakocsis úton úgy gondolom, hogy szükség lenne egy idegenvezetőre, aki elmondja a szükséges tudnivalókat, új ismereteket adhat át, miközben a potenciális látogatók jól is érezhetik magukat. Elképzelésem szerint mindenki kaphatna egy walkmant fejenként és az idegenvezető egy mikrofonba beszélne, amit mindenki a saját fülhallgatón keresztül hallhatna. Úgy gondolom, hogy a tanyának szüksége lenne egy olyan idegenvezetőre, aki nemcsak magyarul, hanem akár angolul vagy németül is tudna kommunikálni. Ez egy olyan ötlet lehet számukra, amely által növelhetik a versenyképességüket a piacon.

Programelemek: Olyan programelemeket javasolnék, amelyek akár egy-egy korosztály igényeihez igazodnának. Továbbá tematikus hetek bevezetésével lehetne a kínálatukat még érdekesebbé tenni. Gondolok itt arra, hogy lehetne egy hét keretein belül csakis a különböző kézműves foglalkozásokkal megismerkedni.

Úgy gondolom, hogy az is egy hasznos fejlesztési ötlet lenne, hogy ha évszakokhoz kötődő programokat ajánlanának. Ilyen lehet telente egy disznótor, ősszel az aratási munkálatok megismertetése a látogatókkal. Ebből levonhatjuk azt a következtetést, hogy a négy évszakossá tétel valóban megérheti, hiszen akkor tulajdonképpen egész évben számolhatnak a látogatókkal.

8. ÖSSZEGZÉS

Munkám során Békés megye feltörekvő falusi turizmusával foglalkoztam. A falusi turizmus mind a magyar -, mind a nemzetközi szakirodalmakban gyakran megjelenő témakör. Úgy gondolom, hogy a járványhelyzet hatására pedig még gyakrabban fogunk találkozni a turizmus ezen szegmensével. A kutatásom központi kérdése az volt, hogy van-e relevanciája a falusi turizmusnak. Ezt a kérdést szerettem volna körbejárni különböző szempontok alapján. Négy hipotézist állítottam fel, melyeket egy táblázatban ábrázoltam:

5. Táblázat: A hipotézisek és beigazolásuk

Hipotézisek	Hipotézisek teljesülése
H1: A falusi turizmus feltörekvőben van.	Teljesült
H2: A falusi turizmusnak van relevanciája Békés megyében.	Teljesült
H3: A fiatal korosztály számára is vonzó lehet a falusi turizmus.	Teljesült
H4: A falusi turizmus fő vonzereje a természetközelségben és a közösen eltölthető, aktív programokban rejlik.	Teljesült

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2022

A négy darab felállított hipotézisem is bizonyosságot nyert a kutatásom végére. Az eredményeim azt mutatták, hogy igen magas a részvételi hajlandóság a falusi turizmus iránt nemcsak „egyetemes” értelemben, hanem Békés megyét tekintve is. Külön öröm volt a számomra, hogy a fiatal korosztály is komoly érdeklődést mutat ezen szegmens iránt. Mi több, olyan programokra figyeltek fel a megkérdezettek, amelyeknek igen erős kohéziós ereje van. Ennek köszönhetően le tudtam vonni azt a következtetést, hogy a falusi turizmus valóban tele van lehetőségekkel és valóban van is rá igény.

IRODALOMJEGYZÉK

SZAKIRODALMAK

1. Arató K.-Koller B. (2015): Európa utazása. Integrációtörténet. Gondolat Kiadó, Budapest.
2. Árva L.-Sipos Z. (2011): Adalékok a posztmodern turizmusmarketing értelmezéséhez. Az élmény és az egyediség jelentősége. *Marketing & Menedzsment*, 45(3), 32-40.
3. Bajmócy Z. (2011): Bevezetés a helyi gazdaságfejlesztésbe. JATEpress, Szeged.
4. Baranyi B. (2004): Gondolatok a perifériaképződés történeti előzményeiről és következményeiről. *Tér és Társadalom*, 18(2), 1-21.
5. Barke, M. (2004): Rural tourism in Spain. *International journal of tourism research*, 6(3), 137-149.
6. Csapó J. (2009): Az Európai Unió turizmusának térbeli folyamatai és trendjei. Egyetemi jegyzet. Pécsi Tudományegyetem–Természettudományi Kar, Földrajzi Intézet. Pécs.
7. Csapó J. (2019): A turizmuspolitika és a turizmusirányítás elmélete és gyakorlata az Európai Unióban. Akadémiai Kiadó, Budapest.
8. Csapó J.-Végi Sz. (2021): A globális, lokális és a glokális turizmus jelenlegi szerepe és jövője elméleti és gyakorlati megközelítésben. PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, Pécs.
9. Csapó J.-Törőcsik M. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. J. Csapó, V. Gerdesics, & M. Törőcsik (szerk.): *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet*, 8-22.
10. Dax, T. (1996): Defining rural areas–International comparisons and the OECD indicators¹. *Rural Society*, 6(3), 3-18.
11. Demir, E.-Gozor, G. (2018): Does economic policy uncertainty affect Tourism? *Annals of Tourism Research*, 69: 15–17.
12. Eugenio-Martin, J. L.-Campos-Soria, J. A. (2014). Economic crisis and tourism expenditure cutback decision. *Annals of Tourism Research*, (44), pp. 53-73.
13. Forman B. (2000): Regionális politika az Európai Unióban. VÁTI Kht, Budapest.
14. Forman B. (2001): Az Európai Unió strukturális és előcsatlakozási alapjai. Európai Bizottság Magyarországi Delegációja, Budapest.

15. Freyer, W. (2011): *Tourismus - Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. De Gruyter Oldenbourg, München–Wien.
16. Gao, S.-Huang, S.-Huang, Y. (2009): Rural Tourism Development in China. *International Journal of Tourism Research*, 11(5): 439–450.
17. Gonda T. (2022): Alternatív turizmus. Környezettudatosság és felelősségteljeség a turizmusban. Akadémiai Kiadó, Budapest.
18. Gonda T. (2017): A "tájzabálótól" a tudatos turistaig: A környezettudatosság erősödése a turizmusban. PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Szekszárd, Pécs.
19. Grüll T. (2016). Multikulturalizmus és globalizáció az ókori Rómában. *Korall-Társadalomtörténeti folyóirat*, (63), 69-83.
20. Gyurkó Á.-Bujdosó Z. (2019). Turisztikai versenyképesség és a potenciál kapcsolata az Észak-Magyarország régióban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(3).
21. Hall, C. M. (2010): Crisis events in tourism: Subjects of crisis in tourism. *Current issues in Tourism*, 13(5), 401-417.
22. Hanusz Á. (2006): A falusi-és agroturizmus a vidékfejlesztés egyik eszköze. *Östermelő*, 4, 14-16.
23. Hardi T. (2000) Államhatárok és regionális együttműködések. — Horváth Gy.— Rechnitzer J. (szerk.) Magyarország területi szerkezete és folyamatai az ezredfordulón. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs.
24. Jászberényi M.-Munkácsy A. (2018): Közlekedés, mobilitás, turizmus. Akadémiai Kiadó, Budapest.
25. J. Nagy L. (2005): Az európai integráció politikai története. JATEPress, Szeged.
26. Juszti M. (2006). „Utazgassunk hazánk földjén!” A belföldi turizmus problémái a két világháború között Magyarországon. *Korall-Társadalomtörténeti folyóirat*, (26), 185-208.
27. Kátay Á.-Michalkó G.- Rátz T. (2019): Turizmus 3.0. Kodolányi János Egyetem. MTA CSFK Földrajztudományi Intézet. Magyar Földrajzi Társaság. Orosháza-Budapest
28. Kende T.–Szűcs T. (2000): Az Európai Unió politikái. Osiris Kiadó, Budapest.
29. Kengyel Á. (2016). Az Európai Unió közös értékeinek vállalása: Az elmélet és a gyakorlat közötti távolság. *Szociológiai Szemle*, 26(1), 126-130.
30. Kengyel Á. (2010): Az Európai Unió közös politikái. Akadémiai kiadó, Budapest.

31. Kengyel Á. (2015): Szubszidiaritás az EU és tagállamai regionális politikájában. *Prosperitas*, 2(1), 20–36.
32. Kis K. (2011): A vidék és a vidéki térségek meghatározásának európai vonatkozásai (történeti áttekintés az Európai Bizottság új város-vidék tipológiája apropóján). *Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok*, 6(1-2), 105-112.
33. Kovács B. (2003): Turizmus az Európai Unióban. A Miniszterelnöki Hivatal Kormányzati Stratégiai Elemző Központ és a Külügyminisztérium közös kiadványa, Budapest.
34. Kovács D. (2015): Falusi turizmus Magyarországon–kérdések és dilemmák. *Terrületi statisztika*, 55(06), 592-613.
35. Kovács D. (1995): A falusi turizmus helye a családi gazdálkodásban és az átalakuló mezőgazdaságban. *A falu*, 2, 75-83.
36. Kovács L.-Keller K.-Tóth-Kaszás N.-Szőke V. (2021). A Covid19-járvány hatása egyes turisztikai szolgáltatók működésére: azonnali válaszok és megoldások. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(2).
37. Kovács T.-Molnár Cs.-Papanek G.-Vas I. (2017): Turizmus-Gazdaságtan. Líceum Kiadó, Eger.
38. KSH (2017): Földterület művelési ágak szerint, május 31. (2000-), Budapest.
39. Kulcsár N. (2013). A magyar falusi turizmus újabb átalakulása (New transformation of Hungarian rural tourism). *A Falu*, 27(3), 5-17.
40. Michalkó G. (2004): A turizmuselmélet alapjai. Turizmus Akadémia, Székesfehérvár.
41. Michalkó G. (2016): Turizmológia. Akadémiai Kiadó, Budapest
42. Michalkó G. (2022): A turizmus esszenciája. Akadémiai Kiadó, Budapest.
43. Michalkó G.-Lontai-Szilágyi Zs.-Kiss K.-Martonné Erdős K. (2017): A megújuló energia szerepe a falusi turizmus és a magyarországi falvak modernizációjában. *Turizmus Bulletin*, 17(1-2), 35-44.
44. Molnár Cs.-Reményik B. (2017). A falusi turizmus helyzete és fejlesztési lehetőségei= The situation and development possibilities of rural tourism. *Studia Mundi–Economica*, 4(5), 44-59.
45. Németh A. (2004): Lovasturizmus Magyarországon. *GAZDÁLKODÁS: Scientific Journal on Agricultural Economics*, 48(80-2016-637), 95-98.
46. OECD (1994): Creating Rural Indicators for shaping territorial policy. Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris.

47. OECD (1996): Territorial Indicators of Employment: Focusing on Rural Development. Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris.
48. Pitblado, J. R. (2005): Best Practices in Research Methods-So, What Do We Mean by "Rural," "Remote," and "Northern"? *Canadian Journal of Nursing Research Archive*, 163-168.
49. Puczkó L.-Rátz T. (1998): A turizmus hatásai. Aula-Kodolányi János Főiskola, Budapest.
50. Raffay Z. (2020): A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet, Pécs.
51. Rechnitzer J.-Smahó M. (2016): Területi politika. Akadémiai Kiadó, Budapest.
52. Ricardo, D. (1817): A politikai gazdaságtan és az adózás alapelvei. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
53. Salamon K. (2016): Világtörténet. Akadémiai Kiadó, Budapest.
54. Sarudi Cs. (2003): A térség- és vidékfejlesztés. A magyar térgazdaság és az európai integráció. Agroinform Kiadó, Budapest; Kaposvári Egyetem, Kaposvár.
55. Sánta Á. K. (2020): A vidékfejlesztés és a turizmus kapcsolatának relevanciája. *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok*, 15(1-2), 91-109.
56. Sharpley, J.- Sharpley, R. (1997): Rural Tourism-An introduction. Intl Thomson Business Press, Boston. Turizmus in Ungarn 1998. A Magyar Turizmus Rt kiadványa.
57. Sölvell, Ö.-Birkinshaw, J. (2000): Multinational enterprises and the knowledge economy: Leveraging global practices. Institute of International Business, Stockholm School of Economics.
58. Steinecke, A. (2013): Destinationsmanagement. UVK Verlagsgesellschaft mbH, München-Konstanz.fre
59. Széchenyi I. (1828): Lovakról. Széchenyi Öregdiákok Baráti Társ, Budapest.
60. Virág Á. (2016): A turisztikai együttműködések gazdasági szerepe. *Studia Mundi – Economica*, 3(2): 115–124.

EGYÉB FORRÁSOK

1. Békés Megyei Önkormányzat (2016): Békés megyei turisztikai stratégia. Letöltve: 2022.11.20. [Békés megyei turisztikai stratégia 2016.pdf](#)

2. Békés megyei Tourinform (2017): Békés megyei Tourinform Hivatalos oldala. Letöltve: 2022.11.20. www.visitbekes.hu/Egy-korty-palinka
3. Boros N. (2021): Harmóniában a természettel-avagy a pozitív turizmus tovább gondolása.
4. Európai Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának-Európa a világ első számú turisztikai célpontja-az európai turizmus új politikai kerete /* COM/2010/0352 végleges */ Letöltve: 2022.12.04. [EUR-Lex - 52010DC0352 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](http://eur-lex.europa.eu/eur-lex.do?uri=COM:2010:0352:FIN:EN:EUR-Lex)
5. Európai Unió Hivatalos Lapja (2007): Hivatalos szöveg. Letöltve: 2022.12.04. [EUR-Lex - C:2007:306:TOC - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](http://eur-lex.europa.eu/eur-lex.do?uri=C:2007:306:TOC:EN:EUR-Lex)
6. Magyar Turisztikai Ügynökség (2017): Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. Letöltve: 2022.11.20. [mtu_strategia_2030.pdf \(gov.hu\)](http://mtu-strategia-2030.pdf(gov.hu))
7. Magyar Turisztikai Ügynökség (évszám nélkül): [Budapest szerepe a desztinációs logikában. Letöltve: 2022.12.04. Budapest szerepe a desztinációs logikában \(gov.hu\)](http://Budapest szerepe a desztinációs logikában. Letöltve: 2022.12.04. Budapest szerepe a desztinációs logikában (gov.hu))
8. Magyar Turizmus Zrt. Termék Csoport-Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Szövetség (2009): Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégia 2007-2013. Letöltve: 2022.11.20. [Microsoft Word - Lovas strategia - honlapra.doc \(logyogysz.hu\)](http://Microsoft Word - Lovas strategia - honlapra.doc (logyogysz.hu))
9. Turizmus.com-A turizmus hírforrása (2016): 175 éves a Thomas Cook. Letöltve: 2022.11.20. 175 éves a Thomas Cook - Turizmus.com
10. Turizmus.com-A turizmus hírforrása (2022): Kreatív megoldásokkal küzdenek a francia természeti látványosságok a tömegturizmus ellen. Letöltve: 2022.10.10. Kreatív megoldásokkal küzdenek a francia természeti látványosságok a tömegturizmus ellen - Turizmus.com
11. Turizmus.com-A turizmus hírforrása (2022): UNESCO kulturális örökség lett a lipicai lótényésztés és a magyar vonós zenekari hagyományok. Letöltve: 2022.12.04. UNESCO kulturális örökség lett a lipicai lótényésztés és a magyar vonós zenekari hagyományok - Turizmus.com
12. Kiss T. (évszám nélkül): Gondolatok a falusi turizmusról. Letöltve: 2022.11.20. [Gondolatok a falusi turizmusról \(Kiss Tünde\).pdf](http://Gondolatok a falusi turizmusról (Kiss Tünde).pdf)
13. Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium (2012): Kincsem-Nemzeti Lovas Program. Letöltve: 2022.11.20. [A Lovaságazati Stratégia Alapjai \(mltsz.hu\)](http://A Lovaságazati Stratégia Alapjai (mltsz.hu))

14. UNWTO (2020): UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020. Letöltve: 2022.11.20. [UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020: UNWTO World Tourism Barometer \(English version\): Vol 18, No 1 \(e-unwto.org\)](#)
15. Virág, Á. (2017). A turisztikai együttműködés szerepe a Tokaji borvidéken (Doctoral dissertation, Szent István Egyetem (2000-2020)).
16. WTTC (2020): Economic Impact Reports. Letöltve: 2022.11.20. [Travel & Tourism Economic Impact | World Travel & Tourism Council \(WTTC\)](#)

MELLÉKLETEK

MELLÉKLET 1

Falusi turizmus szerepe Békés megye felzárkóztatásában

Lipcsei Petra vagyok. Jelenleg az Eszterházy Károly Katolikus Egyetem harmadéves turizmus-vendéglátás szakos hallgatója vagyok. Szakdolgozatom témája a falusi turizmus lehetséges felzárkóztató szerepe Békés megyére nézve. Kutatásom során szeretném megvizsgálni, hogy Békés megye falusi turizmusának mennyire is van relevanciája napjainkban. Továbbá, hogy a falusi turizmus hogyan lehet az eszköze az elmaradottabb területek felzárkóztatásának.

A kérdőív teljesen anonim. Kitöltése körülbelül 5-10 percet vesz igénybe.

Előre is nagyon köszönöm, hogy ha egy kitöltéssel segíti a tudományos munkámat!

1. Mennyire szívesen vesz részt Ön falusi turizmusban (pár nap eltöltése egy tanyán vagy egy falusi vendégházban)?

1	2	3	4
Egyáltalán nem	Inkább nem	Inkább igen	Teljes mértékben

2. A Covid hatására mennyire értékelődtek fel az alábbi szempontok az Ön számára a turisztikai úti cél megválasztásánál?

	1	2
	Nem fontosabb, mint Covid előtt	Fontosabb, mint Covid előtt
Megközelíthetőség		
Biztonság		
Higiénia, tisztaság		
Zsúfoltság		
Vendégszeretet		

Költési hajlandóság a minőség tükrében		
--	--	--

Kör diagrammot készíteni ehhez!!

3. Mennyire jellemzőek Önre az alábbi motivációtípusok nyaralása eltöltése során?

	1	2	3	4
	Egyáltalán nem	Inkább nem	Inkább igen	Teljes mértékben
Barátokkal és családdal való időtöltés céljából				
Ki szeretne szakadni a hétköznapi monotonitásából				
Szabadidejét aktívan szeretné eltölteni				
Közel szeretne lenni a természethez				
Jellegzetes helyi termékeket szeretne fogyasztani, illetve vásárolni későbbi fogyasztásra				
A helyiek kultúrájának részesévé szeretne válni				
A hagyományos helyi rendezvényeken (eseményeken) szeretne részt venni				

4. Mennyire szívesen látogatna el az alábbi falusi turisztikai helyszínre Békés megyébe?



1	2	3	4
Egyáltalán nem	Inkább nem	Inkább igen	Teljes mértékben

5. Mennyire vonzó Önnek az Alföld, mint turisztikai célpont?

1	2	3	4
Egyáltalán nem	Inkább nem	Inkább igen	Teljes mértékben

6. Mennyire fontos Önnek a természetközelség a nyaralása során?

1	2	3	4
Egyáltalán nem	Inkább nem	Inkább igen	Teljes mértékben

7. Kivel töltene el szívesen egy hétvégét a fentebb megjelenített szálláshelyen? (Több opciós!)

- Családjával
- Barátaival
- Párjával
- Kollégáival
- Egyedül
- Nem szeretnék itt nyaralni

8. Milyen tevékenységeket űzne szívesen a fentebbi helyszínen? (Több opció!)

- Kerékpározás
- Lovaglás
- Túrázás
- Evezés
- Látvány disznótor
- Pálinkakóstolás
- Szalonnasütés/bográcskozás
- Társasjáték party esténként
- Kézműves foglalkozás
- Kukorica csutka „dzsenga”
- Tábortűz esténként

9. Mekkora összeget szánna rá fejenként egy programdús, 2 napos/1 éjszakás tanyasi hétvégére a fentebbi helyszínen?

- Nem szeretnék részt venni ilyesmiben
- 10.000 – 20.000 Ft
- 20.001 – 40.000 Ft
- 40.001 – 60.000 Ft
- 60.001 – 80.000 Ft
- 80.001 – 100.000 Ft
- 100.000 Ft felett

10. Mennyire szívesen venne Ön részt lovas postakocsikázáson?



1	2	3	4
Egyáltalán nem	Inkább nem	Inkább igen	Teljes mértékben

11. Neme:

- Nő
- Férfi

12. Életkora: (van-e összefüggés a kor és a részvételi hajlandóság között?) (mely korosztály venne részt legszívesebben, illetve legkevésbé)

- 18 év alatti
- 18-25 éves
- 26-35 éves
- 36-45 éves
- 46-55 éves
- 56-65 éves
- 65 év feletti

13. Milyen jellegű településen él?

- Tanya
- Falu
- Kisváros
- Nagyváros

14. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

- 8 általános
- Gimnázium
- Szakképzettség
- Felsőfokú végzettség

15. Milyen jellegű munkát végez?

- Szellemi
- Fizikai
- Tanuló
- Munkanélküli
- Nyugdíjas

MELLÉKLET 2

Interjú a tanya szakmai vezetőjével

1. Mi a termékek kialakulásának a története? Hogyan jött az ötlet?
2. Miért kezdtetek el ezzel az egészszel foglalkozni?
3. Mi volt a tanya eredeti funkciója? Hogyan változott ez meg az évek során?
4. Milyen Eu-s projektek valósultak meg az évek során?
5. Milyen projektek vannak megvalósuló félben?
6. Mik a további célok?
7. Van-e együttműködésetek civil szervezetekkel?
8. Milyen termékkapcsolatokat tudnátok elképzelni a továbbiakban?
9. Milyen globális kihívásokkal kellett szembenéznetek?
10. Mik a jövőbeli tervek?