

DIPLOMADOLGOZAT

Lukács Szabolcs

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Károly Róbert Campus

Vidékfejlesztési agrármérnök mesterképzési szak

**A TURIZMUS HELYI GAZDASÁGFEJLESZTÉSI
POTENCIÁLJÁNAK VIZSGÁLATA GYOMAENDRŐDÖN**

Belső konzulens: Dr. Koncz Gábor
egyetemi docens

**Belső konzulens
intézete/tanszéke:** Vidék- és területfejlesztési
tanszék

Készítette: Lukács Szabolcs

Gyöngyös

2024

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS	1
1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	3
1.1. A TURIZMUS FOGALMA	3
1.2. A TURIZMUS TÖRTÉNETI ÁTTEKINTÉSE	4
1.3. A TURIZMUS TAGOZÓDÁSA	7
1.4. HIVATÁSTURIZMUS.....	8
1.5. SZABADIDŐ TURIZMUS	9
1.5.1. Sportturizmus	9
1.6. A TURIZMUS ANYAGI HOZADÉKA.....	9
1.7. A FALUSI TURIZMUS	12
1.7.1. A falusi turizmus fogalma, története	13
1.7.2. A falusi turizmus gazdasági előnyei, jellemzői, hatásai, kihívásai	14
1.7.3. A falusi turizmus jogi szabályozása	15
1.8. FŐBB TEVÉKENYSÉGEK ÉS SZOLGÁLTATÁSOK A FALUSI TURIZMUS KERETÉBEN	17
1.9. NEMZETI TURIZMUSFEJLESZTÉSI STRATÉGIA 2030 – TURIZMUS 2.0	19
1.10. SZÉCHENYI TERV PLUSZ.....	20
1.11. SZÁLLÁSOK MINŐSÍTÉSE.....	22
1.12. DIGITALIZÁCIÓ ÉS A KÖZÖSSÉGI MÉDIA A TURIZMUS SZOLGÁLATÁBAN	23
1.13. A HELYI GAZDASÁGFEJLESZTÉS	25
2. ANYAG ÉS MÓDSZER.....	27
3. EREDMÉNY	30
3.1. SZEKUNDER KUTATÁS EREDMÉNYEI	30
3.2. PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEI	35
3.3. SWOT	45
4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK.....	48
5. ÖSSZEFOGLALÁS.....	51
IRODALOMJEGYÉK.....	53
INTERNETES FORRÁSOK	58
JOGSZABÁLYI HIVATKOZÁSOK.....	59
ÁBRÁK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE.....	60
A VIZSGÁLT KEMPINGBEN KÉSZÜLT FÉNYKÉPEK.....	61
MELLÉKLETEK.....	65
1. SZÁMÚ MELLÉKLET: NFL NÉZŐSZÁMOK 2024	65
2. SZÁMÚ MELLÉKLET: GYOMAENDRŐD POLGÁRMESTERÉNEK INTERJÚ KÉRDÉSEI	66
3. SZÁMÚ MELLÉKLET: A KEMPING ÜZEMELTETŐJÉNEK INTERJÚ KÉRDÉSEI	66
4. SZÁMÚ MELLÉKLET: A TOVÁBBI INTERJÚ ALANYOK KÉRDÉSEI	67

BEVEZETÉS

Magyarországon az egyik fontos bevételi forrás a turizmus, amely azonban meglehetősen változékonyan alakul. Nagyon függ a bel- és külpolitikai és a gazdasági helyzettől, az egészségügyi vészhelyzetektől (lásd pandémia időszaka), a társadalmi és kulturális berendezkedéstől, az infrastruktúra állapotától stb.

A turizmus a hozzá kapcsolódó szolgáltatások útján befolyásolja az abban a szolgáltatásban dolgozó emberek, tulajdonosok életszínvonalát, illetve az ebből befolyó bevételek után befizetett adók és járulékok a szolgáltatás helyszínén vagy az üzemeltető cég telephelyén lévő települések életét, bevételét, az infrastruktúra fejlettségét, a szolgáltatásokhoz kapcsolódó egyéb szolgáltatásokat. Ennek a láncnak a következménye, hogy a turizmus nagy szerepet játszik egy adott település gazdasági fejlődésében.

Napjaink élménygazdaságában egyre többen ismerik fel, hogy a stresszes mindennapok testi-, lelki- és szellemi fáradalmainak kipihenésére nem feltétlenül egy zsúfolt nagyváros vagy tömegturisztikai célpont a legalkalmasabb, ezért sokszor falun keresik a vidék romantikáját, az autentikus kultúrát, gasztronómiát, a csendet és nyugalmat, illetve azokat az aktív kikapcsolódási lehetőségeket, amelyeknek a vidék kiváló teret adhat (Molnár–Remenyik, 2017).

Fontos a turizmus munkahelyteremtő, társadalmi és környezeti szerepe is. A falusi turizmus jól illeszkedik a fenntarthatóság követelményrendszerébe is a természetvédelem és az örökségmegőrzés alapjain, mivel hazánkban láthatóan a falusi turizmust választók főként a rekreációs és természetjáró tevékenységek mellett a fesztivál- és gasztroturizmusban látják meg a pihenés és kikapcsolódás lehetőségét.

A falusi turizmus nem egyértelműen lehatárolható turizmus terméktípusként jelenik meg, inkább komplexitás jellemzi, melyben a vidéki természeti értékek, a tárgyi- és szellemi örökségek, az agrárium értékei és termékei, továbbá egyéb speciális ajánlatok jelennek meg (FATOSZ, 2012).

A gyomaendrődi járás turisztikai szempontból nem túl jelentős, helyi szinten, illetve a közelben nincs jelentős történelmi vagy földrajzi attrakció, legközelebbi fontosabb turisztikai látnivaló a Szarvasi Arborétum, illetve a Gyulai vár vagy a helyi Kner Nyomdaipari Múzeum.

A terület turisztikailag nem jelentős országos vagy nemzetközi szinten, de regionálisan ismert, főleg a területen lévő Hármas-Körös folyó és az abból leválasztott 16 holtág miatt.

A környéken lévő holtágak partjain egymást érik a hétvégi házak, horgásztanyák, emiatt jelentős a horgászturizmus. Az ehhez kapcsolódó szolgáltatások nagyban befolyásolhatják a helyi gazdaság fejlődését.

A dolgozatom témája bemutatni az egyik ilyen vállalkozást, a Pájer Kempinget, melyen keresztül vizsgálom meg, hogy az milyen módon kapcsolódik más szolgáltatásokhoz, mennyire befolyásolja a helyi közösséget, illetve az ide érkező szállóvendégek a kemping szolgáltatásaival mennyire vannak megelégedve, milyen fejlesztési lehetőségeket látnak, melyek a helyi gazdaság fejlesztésében befolyásoló tényezők lehetnek.

1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

1.1. A turizmus fogalma

Amennyiben a turizmusról beszélünk, fontos először tisztázni, hogy miről is van szó, mit is jelent az a szó, hogy turizmus.

A turizmusról általánosságban elmondható, hogy magát a kifejezést sokat használjuk a hétköznapiakban, de az emberek nagy többsége feltehetőleg nem tudja pontosan, hogy mit is takar, jelent ez a fogalom. A nemzetközi turizmus kifejezés magyarul idegenforgalmat jelent. Több megfogalmazásban is megtalálható különféle tanulmányban, jegyzetben és az adott korszakban a turizmus fejlettségi szintjét tükrözi.

Korábban, 1929-ben Robert Glücksmann, német közgazdász a turizmus megfogalmazásban a hangsúlyt az állandó lakóhely elhagyására helyezte: „Távolság áthidalása személyek által olyan helyre, ahol nem rendelkezik állandó lakással.”

1942-ben Walter Hunziker és Kurt Krapf svájci közgazdászok a turizmust úgy definiálták, mint a nem rezidensek nem tartózkodási vagy jövedelemszerző célú mozgását: „A turizmus a rezidensek tartózkodásától független kapcsolatok vagy jelenségek sorozata, feltéve, hogy ez a tartózkodás nem letelepedés vagy kutatási tevékenység”.

„Az idegenforgalom olyan kapcsolatok és jelenségek összessége, amelyek nem a helybeliek tartózkodásához kötődnek, ha a tartózkodás nem letelepedési jellegű és nem kapcsolódik hozzá kereső tevékenység.” 1954-ben pontosította az Idegenforgalmi Tudományos Szakértők Nemzetközi Szövetsége (AIEST) Hunziker és Kraft megfogalmazását azzal, hogy a szállás nem település, és nem kapcsolódik a fizetett munkához.

Paul Bernecker osztrák közgazdász 1962-ben hangsúlyozta, hogy az áthelyezés ideiglenes és önkéntes, és célja nem kereskedelmi vagy formális: „Az idegenforgalom átmeneti és önkéntes helyváltoztatáshoz kötődő kapcsolatok és jelenségek összessége, amelyek célja nem üzleti vagy hivatalos.”

A Dr. Claude Kaspar svájci közgazdász által 1975-ben megfogalmazott fogalom a tartózkodási hely nem állandó lakhely és nem munkahely jellegét hangsúlyozza: „Az idegenforgalom azoknak a kapcsolatoknak és jelenségeknek az összessége, amelyeket a személyek utazása és

tartózkodása eredményez, és a tartózkodási hely nem állandó lakóhelye és nem munkahelye az illetőnek.”¹

A nemzetközileg általános elfogadott fogalmat az Egyesült Nemzetek Szervezet (ENSZ-UN) mellett működő idegenforgalmi világszervezet, a World Trade Organization (UNWTO) 1989-ben az alábbiak szerinti meghatározást fogadta el:

„A turizmus természetes személyek állandó lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatása, amelynek célja nem letelepedés vagy munkavállalás, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatások.” (Jandala, 2014)

Számomra a fenti megfogalmazásokból kitűnik, hogy az elmúlt csaknem 100 év alatt a nézőpontok és a gondolkodásmód változtak, de a lényeg ugyanaz maradt. Az emberek elutaznak egy másik helyre rövidebb idejű tartózkodás céljából, amely nem a lakóhelyük.

1.2. A turizmus történeti áttekintése

Az őskorban is utaztak már az emberek, bejárták a kontinenseket, de akkor az utazás célja még az élelemszerzés és a megfelelő élőhely megtalálása volt. Ezt követően az ókori Babilónia és Egyiptom közötti kereskedelemnek köszönhetően megjelentek az első kereskedelmi szálláshelyek is. Ekkoriban a turizmus fő formái az üzleti és szakmai, valamint a vallási célú utazások voltak.

A görögök aktívan kereskedtek a környező népekkel. Az utazás első, a modern turizmushoz hasonló formája az ókori Görögországban alakult ki, ahol rendszeresen nagy tömegek látogatták a különböző szent helyeket. A négyévente megrendezett olimpiai játékok több ezer nézőt és résztvevőt vonzottak, akárcsak a különböző ünnepi versenyek. Az ókori görög üdülőhelyek is rendkívül népszerűek voltak. Az üdülőhelyek közül csak egy-két helyen volt fogadó és a különböző szent helyeken összegyűlt tömegek általában a szabadban vagy a templomok csarnokaiban töltötték az éjszakát. Nem voltak utak, és akiknek szárazföldön kellett utazniuk, azoknak gyalog vagy rázós, sziklás terepen kellett elérniük a céljukat.

A turizmus a Római Birodalom révén fejlődött tovább, mivel a hódításaik által megfelelő minőségű utakat kellett kiépíteniük, amely összekötötte a fővárost a tartományokkal. A gazdagabb réteg szívesen utazott külföldre, Egyiptomba és a Közel-Keletre, de a közeli

¹A turizmus fogalma. Letöltés dátuma: 2024.10.13. Forrás: <https://tudasbazis.sulinet.hu>

tengerpartra is. A Római Birodalom által teremtett kedvező utazási feltételek a birodalom és a római kultúra bukásával megszűntek.

A középkor elején, a Római Birodalom bukásával megszűntek a szálláshelyek, az utak tönkrementek, az utazások veszélyessé váltak. Hosszabb utazásra csak azok merészkedtek, akiknek feltétlen el kellett indulniuk.

A XI. századot követően ismét fellendült az árutermelés és a kereskedelem ismételt megindulása után a szárazföldi utazás és a szállítás terén is némi javulást eredményezett. Az uralkodó osztály képviselői, királyok és uralkodók meglátogatták távoli területeiket, és a nemes lovagok vadászatot és egyéb szórakozást kerestek élőhelyüktől távolabb. Kereskedők lepték el az utakat, Olaszországból és a Közel-Keletről hozták-vitték a kelméket, borokat, ékszereket, és megjelentek a tanulni vágyó mesterlegények is, akik külföldi országokban az ott élő és dolgozó mesterektől akarták elsajátítani a szakmájukhoz szükséges ismereteket, vagy megtanulni egy új szakmát.

A középkor derekán megjelentek a zarándokok is, megindult a „vallási turizmus”, jellemzően Velencéből indultak hajóval a Szentföldre.

Ekkor már többször előfordult, hogy németországi fejedelemségek nagyobb ünnepeket tartottak, amelyre más fejedelemségek, uralkodók is érkeztek. Ilyenek voltak például a lovaggá ütések, a lovagi tornák. Ekkor már a gazdag olasz polgárok között általános volt, hogy nyáron a nagy meleg elől elutaztak vidéki házaikba pihenni.

Ebben az időben már általános volt az európai egyetemek között a tanárok és a diákok cseréje is.

A gyarmatosítással együtt a változások időszaka is beköszöntött, amely a modern turizmus kialakulásának előhírnöke volt. A gyarmati kereskedelemmel meggazdagodott Nagy-Britanniának szüksége volt a nemzetközi és tapasztalt kereskedők új generációjára. Ezért a 17. században a gazdag brit kereskedőcsaládok fiai az európai kontinensre utaztak, hogy tanulmányaikat különböző európai egyetemeken folytassák, majd a diploma megszerzése után nagy körutazásokon, úgynevezett „Grand-Tour” -on vegyenek részt a kontinensen. (Michalkó - Vizi, 2001)

A XVII. század közepéig a turizmus irányításának technikai eszközei alig érték el azt a kifinomultsági szintet, amelyet egykor a római utazók használtak. A szárazföldi közlekedés fő eszköze sokáig a lassú, kényelmetlen és drága lovaskocsi volt. A postakocsi először a 17.

században jelentek meg Franciaországban. A turistákat a postakocsiállomásokon lévő fogadókban és vendéglőkben szállásolták el, de a kényelmesebb utazók inkább a magánszállásokat részesítették előnyben.

Az ipari forradalom változásokat hozott a gazdasági és társadalmi életben, és megteremtette a modern turizmus alapjait. A gazdaság fokozódó iparosodása a népesség növekedéséhez és a társadalmi szerkezet változásához vezetett, ami viszont az utazók számának növekedéséhez vezetett. A turizmusban ez a tömegek számára a belföldi utazások iránti igényt, a lakosság kisebb, de tehetősebb része számára pedig a nemzetközi utazások iránti igényt teremtette meg.

Ezt az időszakot a közlekedési technológia forradalma is jellemezte a gőzgép, a gőzhajók és a gőzmozdony feltalálásával. Az európai vasúthálózat kiépülésével a gőzvasutak fokozatosan átvették a turisták távolsági szállítását a postakocsiktól, és döntően hozzájárultak a modern menetrendszerű és tömeges turizmus kialakulásához.

1841. július 5-én Thomas Cook megszervezte a Midland Counties Railway vasútvonalon, hogy 570 ember eljusson vonattal a Leicester Campbell Street állomásról a 11 mérföldre lévő Loughborough-i Great Meeting House-ba egy gyűlésre. Az utasok fejenként egy-egy shillinget fizetettek a visszaúrtért. Később ennek a sikernek a következtében Thomas Cook megalapította az ismert Thomas Cook & Son utazási irodát.²

A XX. században az újabb közlekedési eszközök forradalmasították az utazási szokásokat, így a turizmus is fellendült.

A század elején a személygépkocsi feltalálásával újabb lehetőségek nyíltak meg az utazni vágyók előtt, de az I. Világháború 1914-ben mindent megváltoztatott. A háborút követően a gazdaságilag összeomlott emberek és államok lassan tértek magukhoz és ismét kezdtek visszatérni a hétköznapi életükhöz, de akkor jött a gazdasági világválság, majd a II. Világháború. Az 1950-es évektől gépjárművek további elterjedése és a repülőgépek polgári célú használata jelentős lendületet adott a tömegturizmus fejlődésének. Azóta a turizmus általános társadalmi és gazdasági jelenséggé vált, különösen a gazdaságilag fejlett országokban, ami önmagában is felgyorsította a turizmus fejlődését. Egyre több ország ismerte fel a turizmus gazdasági és társadalmi jelentőségét. A 70-es években két olajválság is visszavetette az üzletág fejlődését, de nem torpant meg a növekedés. A 80-as években ismét megindult a turizmus, főleg

²A turizmus története. Letöltés dátuma: 2024.10.13.

Forrás: https://hu.wikipedia.org/wiki/A_turizmus_t%C3%B6rt%C3%A9nete

a tömegturizmus fejlődése, amely a mai napig nem állt meg és világszinten is gazdasági tényezőnek tekinthető.³

A turizmus fontos bevételi forrás Magyarország számára is, de fejlődése meglehetősen bizonytalan. Nagymértékben függ a nemzeti és nemzetközi politikától, a gazdasági feltételektől, az egészségügyi vészhelyzetektől, a társadalmi és kulturális viszonyoktól és az infrastruktúra állapotától (Rodek–Fehérvári, 2022).

Az idegenforgalmi ágazat az elmúlt évtizedekben több súlyos válságot is átélt. Regionális szinten a természeti katasztrófák súlyos károkat okoztak, míg globális szinten a 2008-ban kezdődött gazdasági világválság és a különböző közegészségügyi vészhelyzetek jelentős visszaeséshez vezettek. Ez utóbbiak egyike, az Egyesült Nemzetek (ENSZ) Egészségügyi Világszervezet (WHO⁴) által 2020. március 11-én világjárvánnyá nyilvánított új koronavírus (COVID-19) világjárvány nemcsak az utazási keresletet csökkentette, hanem jelentősen megváltoztatta az utazók, mint az utazási szolgáltatások fogyasztóinak magatartását és preferenciáit is (Bakó–Pálinkó, 2024).

1.3. A turizmus tagozódása

A turizmusnak számtalan fajtáját különböztetünk meg manapság. A turizmus sokfélesége és összetettsége megnehezíti a különböző turisztikai típusok csoportosítását. A turizmus meghatározására különböző kritériumokat használnak, de egyértelmű megkülönböztetésre van szükség, mivel egyes turisztikai ágazatok több csoportba is tartoznak. A 1989-es Hágai Konferencia osztályozása szerint a személyi és társadalmi turizmus két nagy kategóriába sorolható. Ezek a hivatásturizmus és a szabadidős turizmus.

Ezekén kívül feloszthatjuk még cél vagy motiváció, földrajzi kiterjedés (belföldi, nemzetközi), időtartam (hosszú turizmus, azaz legalább négy éjszakás tartózkodás egy külföldi célállomáson, rövid turizmus, tranzit, átutazás vagy hétvégi utazás szomszédos célállomásokra), évszak, életkor, személyek száma (szociális turizmus: csoportos utazás, például klubok és tömegturizmus, egyéni utazás, egyéni utazás), a gazdasági fizetési mérlegre gyakorolt hatás, utazási irány (aktív turizmus: belföldi turizmus, belföldi turizmus), az utazások iránya szerint (Gonda, 2016).

³ A turizmus története. Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: <https://tudasbazis.sulinet.hu>

⁴ WHO - World Health Organization- Egészségügyi Világszervezet

1.4. Hivatásturizmus

A hivatásturizmus a szakmai és szabadidős tevékenységeket ötvözi a foglalkozási mobilitás keretében. A hivatásos turizmus esetében az úti cél váltásának oka a szakmai tevékenységek végzése. Fő jellemzője, hogy a résztvevők nem a saját vásárlóerejüket és általában nem a saját szabadidejüket használják fel a turizmusban való részvételre, de a felkeresett helyek alapvetően ugyanazok, mint a szabadidős turizmus szolgáltatási helyei (Boros, 2019).

A globális trendeket vizsgálva a hivatásturizmus napjaink egyik kiemelten fontos turisztikai szegmense, amely rendkívül pozitív hatással bír az országok nemzetgazdaságára (UNWTO⁵, 2019). A nagyvárosokban és újabban a regionális városokban a hivatásturizmus alapvető turisztikai terméké és a városi turizmus alapjává vált. A szakmai turizmus a turizmus alapvető turisztikai terméké és a városi turizmus alapjává vált.

Napjainkban a hivatás turizmusnak nagy jelentősége van hazánkban a Magyarországra folyamatosan érkező külföldi nagyvállalatok miatt (akkumulátorgyárak, BYD, BMW), mivel mind az anyavállalatok részéről érkező, és a gyáregységek beindítását elvégző külföldiek, mind az ezen gyárak miatt ide érkező külföldi befektetők, vagy üzletfelek több éjszakát is eltöltenek fővárosi, vagy vidéki szállásokon. (1. számú táblázat)

1. táblázat: A magyarországi turisztikai fogyasztás a látogatók csoportjai szerint.

(Forrás: KSH (2019) adatok alapján saját szerkesztés)

27.1.1.27. Turizmus Szatellit Számlák (TSzSz)					
Mutatók	2018	2019	2020	2021	2022
Külföldiek magyarországi turisztikai kiadásai, mrd Ft	1 808	2 248	978	1 250	2 188
Lakosság belföldi turisztikai kiadásai, mrd Ft	657	723	406	546	854

⁵ UNWTO-United Nation World Tourism Organization-Turisztika Világszervezet

1.5. Szabadidő turizmus

1.5.1. Sportturizmus

A szabadidő turizmus ágazatából kiemelném példának a sportturizmust, mert a sportturizmus egy másik nagyon fontos ága hazánk idegenforgalmának, amióta Magyarország Kormánya 2010-ben stratégiai ágazatnak minősítette a sportot, amelynek következménye az lett, hogy Budapest a 3. helyet foglalta el a világ városainak rangsorában a nemzetközi sportesemények megrendezését illetően, illetve Magyarország pedig a 18. helyen ért célba 2019-ben. Ebben az évben Magyarországon 120 nemzetközi sportesemény került megrendezésre, többek között a 2019-es Formula–1 magyar nagydíj, az Asztalitenisz Világbajnokság, a 2019-es gyorsasági kajak-kenu világbajnokság, a Vívó Világbajnokság, az Öttusa Világbajnokság (Laczkó-Stocker, 2020).

Ebben az évben került átadásra a Puskás Ferenc Stadion (korábban: Népstadion) helyére épült Puskás Aréna (a továbbiakban: Aréna), amely 2021-ben otthont adott az UEFA EURO 2020 labdarúgó Európa Bajnokság több mérkőzésének is, amelyek telt házzal zajlottak, azaz kb. 65 000 néző foglalt helyet a stadionban minden mérkőzésen. Az EURO 2020 előtt 2020-ban és utána 2023-ban két nemzetközi labdarúgó kupadöntőnek is helyt adott az Aréna, mindkét esetben kettő külföldi csapat játszott és mindkét esetben telt házzal üzemelt. Ez természetesen napokra ide csábított több ezer külföldi szurkolót.

Az azóta eltelt idő alatt Magyarország több nemzetközi eseményre adott még otthont, ami nagy számú szurkolót, illetve sportolót, azok családtagjait hozta el hazánkba nem is beszélve a sport diplomatakról, akik főleg a magasabban besorolt szálláshelyeket vették igénybe. A szurkolók rendszerint airbnb, valamint az olcsóbb szállásokat foglaltak, pár napot tartózkodtak hazánkban és főleg azokra a helyekre koncentrálnak, ahol a rendezvényeket bonyolították. Jellemzően az ország centralizáltságának köszönhetően ez főként Budapestre vagy annak közelében lévő szállásokra korlátozódott, illetve a nagyobb városokra, mint Szeged vagy Debrecen, esetleg a Balaton környéke. Ilyenkor ezek a helyszínek a nagy számú látogató és az általuk igénybe vett szolgáltatások, éttermek, sörözők bevételeinek köszönhetően nagy profitot tudnak elkönyvelni.

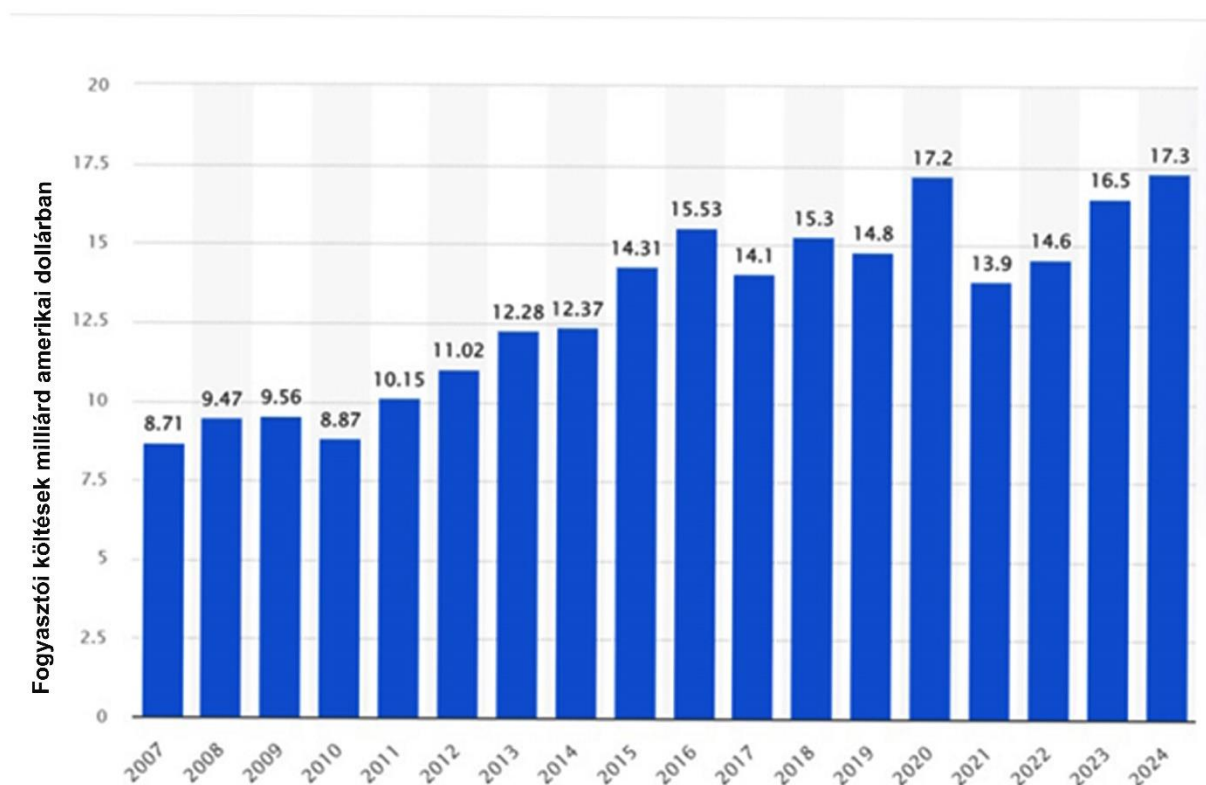
1.6. A turizmus anyagi hozadéka

Ha már a sportturizmust tárgyaltam az előzőekben, összehasonlításként például az Amerikai Egyesült Államokban (USA) egy NFL (National Football League - Amerikai Futball

Bajnokság) mérkőzésre 2024-es szezonban (2024. szeptember 6-án kezdődött) átlagosan 69 500 néző látogat ki (2. számú melléklet: NFL attendance 2024. ESPN.com alapján saját készítésű táblázat). Ez a nézőszám szinte minden hétvégén megjelenik a stadionokban és ott ételt, italt fogyaszt, relikviákat vásárol. Ez a szám a döntő mérkőzésen (Super Bowl) a Las Vegas-i Allegiant Stadion lelátóin helyet foglaló nézők tekintetében a legutóbb 2024. február 12-én 61 629 volt, de mivel a döntőt Las Vegas-ban játszották, a város még a szokásosnál is több turistát látott vendégül. Az USA-ban a mérkőzést a tv-ben és egyéb platformon kb. 123 millióan nézték, valamint a világ 185 országában hét nyelven közvetítették a mintegy 800 millió nézőnek. Ezen az estén az amerikaiak átlagban 85 dollárt költenek ételre, italra és fogadásra. A fogyasztók évente több tízmilliárd dollárt költenek el a Super Bowl napján (Hislop, 2024) (1. ábra)

1. ábra: Fogyasztói költségek milliárd amerikai dollárban.

(Forrás: statista.com által közölt adatok 2024.)



Az elköltött összegből és a reklámokból származó bevétel egyrészt a rendező szövetség kasszáját, a tv társaságok, az étel és italforgalmazók bevételét, de emellett a rendező város büdzsáját is növeli mind közvetlenül helyi adók tekintetében, mind a kereskedők révén

befizetett adók tekintetében. Ehhez hozzá tehetjük azt a járulékos pluszt, amit a hírverésből a település tudhat magáénak, mivel ez is reklámozza az adott várost és további turisták által kedvelt úticélnak tekinthető, amely még több bevételhez juttatja a helyi gazdaságokat.

A Központi Statisztikai Hivatal adataiból kimutatható, hogy Magyarországon, hogy is néz ki a külföldiek, illetve a belföldi lakosság költségei turisztikai szempontból.

A 2. ábrán található diagramból látszik, hogy a külföldiek által hazánkban turisztikai célból elköltött pénz többszöröse a magyar lakosság által belföldön elköltött összegeknek.

2. ábra: A magyarországi turisztikai fogyasztás a látogatók csoportjai szerint.

(Forrás: KSH által közölt adatok, 2019.)



Ennek okai lehetnek a jövedelmi viszonyok, az, hogy a belföldi lakosság általában 2-3 napos turisztikai szolgáltatásokat vesz igénybe, nem kell utazni olyan távolságot és annyi időt, mint egy külföldinek, illetve nem használnak az utazáshoz ugyanolyan közlekedési eszközt, pl. repülőgépet.

Az is kiolvasható a KSH adataiból készített saját gyártású táblázatából, hogy a külföldiek pl. 2018-ban 1808, 2019-ben 2248 milliárd forintot költöttek el Magyarországon turizmussal kapcsolatban, addig 2020-ban csak 978 milliárd forintot. Ez a nagymérvű csökkenés természetesen a Covid-19 járványnak volt köszönhető, amikor is az év első felében szinte minden utazás tiltva vagy korlátozva volt világszinten. A további adatokból egyértelműen látszik, hogy a pandémia időszakába az első lezárásokat és korlátozásokat⁶ követően, hogy oldották fel folyamatosan azokat és milyen döntéseket hoztak különböző ágazatokban az

⁶Az Európai Unió Tanácsának 2020. április 9-i sajtóközleménye a Covid-19 világjárványra adott átfogó gazdaságpolitikai válasziról. Letöltés ideje: 2024.10.14. Forrás: <https://www.consilium.europa.eu/hu/press/press-releases/2020/04/09/report-on-the-comprehensive-economic-policy-response-to-the-covid-19-pandemic/>

Európai Unióban.⁷ Ugyanis 2021-ben az előző adatokról emelkedni kezdett a turizmusra költött pénzeszegek mértéke, 1250 milliárd forintra a külföldiek vonatkozásában és 546 milliárd forintra a belföldi lakosok tekintetében. Ezek a számok 2022-ben már 2188 milliárd és 854 milliárd voltak (1. számú táblázat).

A turizmus az általa nyújtott szolgáltatásokon keresztül hatással van az ott dolgozók és tulajdonosok életszínvonalára, a megtermelt jövedelem után fizetett adókra és járulékokra, a szolgáltatásnyújtás helye vagy az üzemeltető cég székhelye szerinti lakosság megélhetésére és jövedelmére, az infrastruktúrára és egyéb tényezőkre. hatással van a szolgáltatási szektor fejlődésére. Az események ezen láncolatának eredményeként a turizmus fontos szerepet játszhat egy település gazdasági fejlődésében (Palancsa, 2024).

A turizmusnak a fentiek mellett még rengeteg ága van, pl. fürdő turizmus, horgászturizmus, szexturizmus, élményturizmus, katasztrófaturizmus, lovasturizmus, borturizmus és még lehetne vég nélkül sorolni.

1.7. A falusi turizmus

Ami a dolgozatom témájának szempontjából relevánsabb terület, az a falusi turizmus. Napjaink élményalapú gazdaságában egyre többen ismerik fel, hogy a rohanó mindennapok fizikai és mentális stresszhez vezetnek.

Mivel a zsúfolt mindennapok a forgalmas városokban és a tömegturisztikai célpontokban nem mindig a legjobb hely a fizikai, szellemi és lelki stressz levezetésére, az emberek gyakran fordulnak a vidék felé, hogy élvezzék a vidék romantikáját, az autentikus kultúrát, a gasztronómiát, a nyugalmat és a csendet, valamint a vidék által kínált szabadtéri tevékenységek lehetőségeit (Molnár–Remenyik, 2017).

Az idegenforgalom munkahelyteremtő, valamint társadalmi és környezeti előnyöket biztosító szerepe szintén fontos. A vidéki turizmus a természetvédelemre és az örökség megőrzésére épülő fenntartható fejlődés követelményeinek is megfelel (Dávid, 2009).

Hazánkban egyértelmű, hogy a falusi turizmust választók elsősorban nyaralást és természetjárást, a pihenést, valamint fesztiválok és gasztronómiai élmények lehetőségét keresik.

⁷ Az uniós intézkedések időrendi áttekintése. Letöltés dátuma: 2024.10.14.
Forrás: <https://www.consilium.europa.eu/hu/policies/coronavirus-pandemic/timeline/>

1.7.1. A falusi turizmus fogalma, története

A falusi turizmus, más néven agroturizmus, a vidéki területek fejlődésének és a modern világ kihívásaira adott válasz egyik formája. Ez a turizmusfajta különösen népszerűvé vált az utóbbi évtizedekben, amikor az emberek egyre inkább igényelték a nagyvárosok nyüzsgésétől való elvonulást, a természet közelségét, és a helyi kultúrák, hagyományok mélyebb megismerését. A falusi turizmus nem csupán a pihenés és a kikapcsolódás egy formája, hanem fontos gazdasági lehetőség a falvak vagy kisebb települések számára is.

A magyarországi falusi turizmus azon kevés nemzetgazdasági ágak egyike, amely néhány hullámvölgytől eltekintve folyamatosan fejlődött. A falusi turizmus fő vonzerejét a falusi élet megtapasztalása és a hagyományok ápolása jelentette. A hagyományok lehetnek az adott területre jellemző mezőgazdasági termékek vagy a természeti értékek, amelyeket a helyi lakosság gondosan megőrzött. 1993-ban a Falusi Turizmus I. Országos Konferenciáján határozták meg a falusi turizmus definícióját: falusi turizmusnak tekinthető a vendégfogadás, ha vidéki – nem városi és nem kiemelt üdülőkörzetben fekvő – településeken (község, falu, mezőváros, tanya) szállást, étkeztetést és programszervezési szolgáltatásokat nyújt (Szalók–Hanusz, 2022).

A falusi turizmus lényege, hogy a turisták vidéki környezetbe látogatnak, ahol szállást, étkezést és különféle programokat kapnak. Ezek a programok gyakran a helyi gazdálkodási, kézműves vagy kulturális hagyományok köré épülnek, mint például állatgondozás, kenyérsütés, népi játékok és hagyományőrző fesztiválok. A falusi turizmus alapja, hogy a vendégek részt vehetnek a falusi élet mindennapjaiban, és közvetlen kapcsolatba kerülhetnek a helyi lakosokkal.

A falusi turizmus, vagy eredeti formájában a falusi vendéglátás történelmi fogalom Magyarországon. A vendéglátó mozgalom (Országos Magyar Vendéglátó Szövetség, OMVESZ) az I. és a II. világháború közötti időszakban igyekezett rávenni a városi középosztályt, hogy ne a trianoni határokon kívüli tengerpartokon üdüljenek, hanem maradjanak a szép tájjal rendelkező falvakban, és az ottani költséikkel növeljék a helyi gazdaságok és a paraszti családok jövedelmét (Kovács, 2015).

A II. világháború után az OMVESZ által szervezett fizetett falusi vendéglátás megszűnt. Az 1960-as és 1970-es években, a belföldi turizmus fellendülésével a falusi vendéglátás újra megjelent, de most már az utazási irodák (IBUSZ, Expressz) által szervezeten (Kovács 2015). Az 1990-es években a falusi turizmust elsősorban a vidéki családok fejlesztették, ezen belül is azoknak a nőknek az innovációjának és vállalkozói kedvének köszönhetően fejlődött, akik

otthonaikban még megvoltak a paraszti gazdálkodás maradványai, és egyesítették a vidéki háztartások egyes elemeivel, mint például kertek, pincék, állatok, szőlő, házi bor, gyümölcsök és kézműves termékek (Kovács, 2015).

Ugyanebben az időszakban a vidéki turizmus hivatalos elképzelésként fogalmazódott meg a turisztikai lehetőségek bővítésének eszközeként, a 2000-es években pedig a nemzeti turizmusfejlesztési stratégiák egyik prioritásává vált. A vidékfejlesztésben a mezőgazdaság diverzifikálásának (multifunkcionalitás) egyik módját is látják benne, amelyre az EU-csatlakozás eredményeként több milliárd forintot különítettek el (Kovács, 2016).

1.7.2. A falusi turizmus gazdasági előnyei, jellemzői, hatásai, kihívásai

A falusi turizmus lehetőséget nyújt a vidéki területeken élők számára, hogy kiegészítő jövedelemre tegyenek szert. A kisebb falvakban sok esetben nincs megfelelő számú munkahely, így az ott élők számára nehézséget okoz a megélhetés biztosítása. Az agroturizmus azonban új munkahelyeket teremthet, és segíthet a fiatalokat is helyben tartani. A turisták által hozott pénz nemcsak a szállásadók számára jelent bevételt, hanem a helyi termelők, kézművesek és szolgáltatók számára is (Lenkovics, 2013).

A falusi turizmus másik fontos aspektusa a kulturális örökség megőrzése. A turisták érdeklődése a hagyományos mesterségek, népművészetek és a helyi gasztronómia iránt arra ösztönözheti a falusi közösségeket, hogy ezeket a hagyományokat ne csak megőrizték, hanem továbbfejlesszék és bemutassák. Ez a folyamat nem csupán az adott közösség kulturális identitását erősíti, hanem hozzájárul a helyi közösségek összetartásához is.

A falusi turizmus emellett a környezetvédelem szempontjából is előnyös lehet. Az emberek egyre nagyobb figyelmet fordítanak a fenntartható életmódra, és szívesen választanak olyan úti célokat, ahol természetközeli élményekben lehet részük. A helyi gazdaságra építő turizmus, amely ökológiai gazdálkodást, helyi termékeket és természetvédelmi programokat kínál, különösen vonzó lehet az ökoturizmus iránt érdeklődők számára (Gonda et al., 2016).

Bár a falusi turizmus számos előnnyel jár, ugyanakkor kihívásokkal is szembesül. Az infrastruktúra fejlesztése, a megfelelő marketing és a vendéglátók képzése mind olyan tényezők, amelyek nélkül a falusi turizmus nem lehet sikeres. A kisebb településeken gyakran hiányzik a megfelelő közlekedési hálózat, vagy nem elég magas színvonalúak a szálláshelyek. Ezek megoldása érdekében fontos, hogy a helyi önkormányzatoknak és a turisztikai szervezeteknek közösen kell stratégiát kidolgozniuk.

A falusi turizmus a jövőben még fontosabbá válhat, ahogyan egyre többen keresik a városi élettől való elvonulást és a természettel való kapcsolat élményét. A digitalizáció, a távmunka

elterjedése és az egészségtudatos életmód növekedése tovább fokozhatja a keresletet az ilyen típusú utazások iránt. A falusi turizmus nem csupán a vidéki területek gazdasági fellendülését segítheti, hanem hozzájárulhat a természet és a kulturális értékek megőrzéséhez is.

1.7.3. A falusi turizmus jogi szabályozása

A falusi turizmus jogi szabályozása Magyarországon az agrár- és turizmuspolitika része, amely támogatja a vidéki területek gazdasági fejlődését és a fenntartható turizmus előmozdítását. A falusi turizmus jogi kereteit számos törvény és rendelet szabályozza, amelyek főként a vendéglátás, a mezőgazdasági tevékenységek, az adózás, valamint az építési előírások köré csoportosulnak.

Főbb területei:

- 1) **Vendéglátás és szálláshely-szolgáltatás:** a falusi turizmusban részt vevő szolgáltatóknak meg kell felelniük a vendéglátóiparra vonatkozó szabályozásoknak, ideértve az élelmiszerbiztonsági előírásokat (pl. HACCP)⁸, a tűzvédelmi szabályokat⁹, valamint az engedélyezési eljárásokat.¹⁰
- 2) **Adózás:** a falusi turizmusból származó jövedelmek adózására külön jogszabályok vonatkoznak. A szállásadók választhatják az egyszerűsített adózási formákat, például a tételes átalányadózást, amely kedvezőbb lehet a kisebb volumenű turisztikai tevékenységek esetén;¹¹
- 3) **Mezőgazdasági tevékenységek és agroturizmus:** azok a gazdálkodók, akik a mezőgazdasági tevékenységüket kiegészítve falusi turizmust is folytatnak (például tanyasi vendéglátás, kézműves foglalkozások, helyi élelmiszerek értékesítése), bizonyos kedvezményekre jogosultak lehetnek az agrártámogatási rendszerekben;¹²
- 4) **Építési és területhasználati szabályozás:** a falusi turizmusban használt ingatlanok felújítására, bővítésére vagy új létesítmények építésére a helyi önkormányzati rendeletek és az építési törvények vonatkoznak. A vidéki ingatlanoknál különösen fontos figyelni a természetvédelemre és a környezetvédelmi előírásokra;¹³

⁸HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Points (veszélyelemzés és kritikus ellenőrzőpontok)

⁹A tűzvédelmi szabályzatról, a tűzvédelmi házirendről, valamint a tűzvédelmi oktatásról szóló 101/2023. (XII. 29.) BM rendelet.

¹⁰ 239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről.

¹¹ 1995. évi CXVII. törvény a személyi jövedelemadóról.

¹² Kiegészítő tevékenységként is érdemes belekezdeni. Interjú Frankó Pállal a FATOSZ elnökével (2021). Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://magyarmezogazdasag.hu/2021/12/26/kiegeszito-tevekenyseggent-erdemes-belekezdeni/>

¹³ 2023. évi C. törvény a magyar építészetéről.

- 5) **Turisztikai támogatások és pályázatok:** a falusi turizmus fejlesztésére gyakran elérhetőek állami és európai uniós források, amelyek pályázati úton igényelhetők. Ezek a támogatások segíthetik a vidéki vállalkozókat a szolgáltatások minőségének javításában, valamint az infrastruktúra fejlesztésében.¹⁴¹⁵

A falusi turizmus tárgykörébe tartozó tevékenységek és szolgáltatások széles spektrumot ölelnek fel, amely magában foglalja a vidéki élet autentikus élményeinek közvetítését, a helyi kultúra, természet és hagyományok megismertetését a látogatókkal.

A falusi turizmus jellemzően kisebb falvakban, tanyákon és vidéki környezetben zajlik, ahol a látogatók közvetlen kapcsolatba kerülhetnek a helyi közösségekkel és tevékenységekkel.

A szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről szóló 239/2009. (X.20.) számú Kormány rendelet megfogalmazása szerint a falusi szálláshely „a Magyarország és egyes kiemelt térségeinek területrendezési tervéről szóló 2018. évi CXXXIX. törvény 1/3. mellékletében nem szereplő települések, valamint a természetes gyógytényezőkről szóló külön jogszabály alapján törzskönyvezett gyógyhelyek kivételével az 5000 fő alatti településeken vagy a 100 fő/km² népsűrűség alatti területeken található olyan magánszálláshely vagy egyéb szálláshely, amelyet úgy alakítottak ki, hogy abban a falusi életkörülmények, a helyi vidéki szokások és kultúra, valamint a mezőgazdasági hagyományok komplex módon, adott esetben kapcsolódó szolgáltatásokkal együtt kerüljenek bemutatásra, és amely a háztartási körülmények között végzett vendéglátó tevékenységre vonatkozó szabályok megtartásával egyéb szolgáltatásként ételszolgáltatást is nyújthat a szállóvendégek részére”.

Számomra ez nagyon leszűkíti a falusi szálláshelyek fogalmát, ráadásul a jogszabályt ebből a szempontból elavultnak tartom, mivel a napjainkban a szálló vendégek igényei szerint a falusi turizmus különböző dolgokat jelent különböző országokban, és az országokon belül is a különböző régiókban (Arany, 2024). Szakmai szempontból is teljesen elavult a szabályozás, mivel például a Balaton különleges fürdőövezetébe tartozó településeken, illetve gyógyhelynek nyilvánított településeken a vendéglátás akkor sem engedélyezett, ha a vendégház minden egyéb feltételnek megfelel (Fekete, 2016).

¹⁴Falusi turizmus pályázatok. <https://palyazatok.org/falusi-turizmus-palyazatok/>

¹⁵ <https://www.palyazat.gov.hu/palyazatok/palyazatkereso?search=turizmus>

1.8. Főbb tevékenységek és szolgáltatások a falusi turizmus keretében

A falusi turizmus keretében kínált fő tevékenységek és szolgáltatások célja, hogy a látogatók hiteles vidéki élményt szerezzenek, megismerjék a helyi kultúrát, hagyományokat és természeti értékeket, valamint részt vegyenek a vidéki élet mindennapi tevékenységeiben (Szalók–Petykó–Schultz, 2023).

Az alábbiakban néhány tipikusan ilyen tevékenységet és szolgáltatást sorolok fel:

Szálláshely-szolgáltatás

- Vendégházak, panziók: Vidéki házak, amelyek családi környezetben kínálnak szálláshelyet.
- Tanyasi szállások: Autentikus vidéki környezetben, tanyákon kialakított szállások, ahol a látogatók megtapasztalhatják a vidéki életet.
- Falusi vendéglátás: A helyi lakosok saját otthonukban szállásolják el a turistákat, és gyakran reggelit vagy más étkezést is biztosítanak.

Agroturizmus

- Mezőgazdasági tevékenységek: A vendégek bekapcsolódhatnak a helyi mezőgazdasági munkákba, például állattartásba, növénytermesztésbe, szüretelésbe vagy aratásba.
- Helyi termékek kóstolása és vásárlása: Kézműves élelmiszerek, helyi termékek (például sajt, méz, bor) kóstolása és megvásárlása közvetlenül a termelőktől.
- Kézműves foglalkozások: A látogatók részt vehetnek különféle kézműves foglalkozásokon, mint például kerámia készítés, szövés, kosárfonás, mézeskalács készítés.

Természetközeli tevékenységek

- Lovaglás, lovas túrák: Vidéki tájakon szervezett lovas túrák, amelyek lehetőséget nyújtanak a természet felfedezésére.
- Gyalog- és kerékpártúrák: Falusi turizmus részeként szervezett természetjárás, túrák, amelyek során a látogatók megismerhetik a helyi természeti kincseket és védett területeket.
- Horgászat, vadászat: Horgászati lehetőségek, tavak vagy folyók közelében, valamint szabályozott vadászatok.

Hagyományőrző és kulturális programok

- Helyi fesztiválok, rendezvények: Falusi ünnepek, kulturális események, amelyek bemutatják a helyi hagyományokat, néptáncot, népzene és gasztronómiát.
- Falusi múzeumok és látványosságok: Hagyományőrző múzeumok, néprajzi bemutatók, ahol a látogatók betekintést nyerhetnek a helyi életmódba, szokásokba és múltba.

Wellness és relaxáció

- Természetközeli pihenés: Kisebb wellness szolgáltatások, például szauna, gyógynövényes fürdők, vagy természetes környezetben biztosított nyugodt pihenési lehetőségek.

Gasztronómiai turizmus

- Helyi ételek kóstolása: Autentikus helyi ételek, házi készítésű fogások kipróbálása. Sok esetben a vendégek részt vehetnek az ételkészítésben, például kenyérsütésben vagy lekvárfőzésben.
- Borturizmus: Borvidékeken történő borkóstolás, helyi pincészetek látogatása, és a helyi borászati hagyományok megismerése.

Interaktív programok gyermekeknek

- Állatsimogatók: Gyerekek számára lehetőség van barátságos háziállatokkal való ismerkedésre.
- Kézműves foglalkozások és játékos programok: Gyerekek számára szervezett tevékenységek, mint például kézműves foglalkozások, kirándulások, állatsimogatók.

Kiegészítő tevékenységek

- Terepjáró túrák, lovaskocsizás, vagy egyéb vidéki közlekedési eszközök használata.
- Tanösvények látogatása és természetvédelmi programok.

Ezek a tevékenységek segítenek a vidéki élet bemutatásában, a helyi közösségek gazdasági támogatásában, és abban, hogy a turisták autentikus élményekben részesüljenek. A falusi turizmus sokszor kombinálja ezeket a szolgáltatásokat, hogy széleskörű, komplex élményt nyújtson a látogatók számára (Kóródi–Mondok, 2023).

A turizmus, ezen belül a falusi turizmus szolgáltatási is nehezen kivitelezhető manapság saját erőből, a vállalkozásoknak, vállalkozóknak sok esetben támogatásra van szükségük, amelyeket pályázatok révén szerezhetnek be.

Mivel Magyarország stratégiai szektora és az egyik fontos bevételi forrása a turizmus, ezért a támogatásokra is nagy hangsúlyt helyez.

1.9. Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0¹⁶

2017 októberében a magyarországi turizmus történetében először a magyar kormány célzott turisztikai stratégiát fogadott el, amely az állam és a piac közös erőfeszítései révén több, mint egy évtizedre meghatározta a magyar turizmus jövőjének kereteit. A Nemzeti Turizmusstratégia 2030 (a továbbiakban: NTS 2030) gondolkodásmód váltást jelent a turizmusban. A Turizmus 2.0 célja, hogy bemutassa a NTS 2030 felülvizsgálata során azonosított beavatkozási pontokat, új ágazati megközelítéseket és lehetőségeket a magyar turizmus versenyképességének javítására.

A Stratégia céljai:

- az idegenforgalmi szolgáltatások minőségének javítása, valamint az idegenforgalom hozzáférhetővé és érthetővé tétele;
- az „együtt-élő turizmus”, miszerint a turisták és a helyi lakosság életminőségének javítása, ugyanakkor a természeti erőforrások védelme;
- Turizmus, ahol több generációnak ugyanaz az élményben lehet része, a látnivalók, a családi szálláshelyek, a vendéglátás és a közlekedési infrastruktúra fejlesztése;
- digitális turizmus, ennek keretében hozták létre a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központot (a továbbiakban: NTAK), amely 2019. óta a szállásadók, 2023. óta pedig a vendéglátó üzletek és turisztikai attrakciók¹⁷ adatszolgáltatásait is kezeli. Az adatszolgáltatást nyújtók ún. „kifehérítését” is szolgálja, mivel az adatokra rálátnak a Kormányhivatalok és a Nemzeti Adó- és Vámhivatal is.¹⁸

Kiemelt célnak számít a fenntarthatóság és energiahatékonyság, az ilyen jellegű fejlesztéseknek az egész ágazatban prioritást kell élvezniük, és ez különösen igaz a szállodai és egészségturizmusra. A NTAK a Magyar Turisztikai Ügynökség (a továbbiakban: MTÜ) felügyelete alatt működik.

¹⁶Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. Letöltés dátuma: 2024.10.15.

Forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/strategia/>

¹⁷ attrakció: olyan turisztikai céllal hasznosított és működtetett természeti vagy ember alkotta vonzerő, illetve földrajzi terület, amely a látogatók számára élmény-, szabadidős, utazási szolgáltatásokkal, kínálati palettával, vagy szórakoztatási funkcióval rendelkezik. A turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól 2016. évi CLVI. törvény megfogalmazásában.

¹⁸<https://info.ntak.hu/>

1.10. Széchenyi Terv Plusz

Másik olyan program, amely az Európai Unió forrásából támogatja a turizmus ágazatot, az a Széchenyi Terv Plusz. Ennek révén Magyarország célja, hogy 2030-ra az EU öt legélhetőbb országa közé kerüljön. Ezért a következő években az uniós és állami források elsősorban a gazdaságélénkítésre, a kkv-k támogatására, a magyar települések megerősítésére, valamint a kutatás-fejlesztésre és innovációba történő beruházásokra irányulnak. A Széchenyi Terv Plusz programon belül van lehetőség különféle operatív programokban pályázni.

Ezek a programok:

- **Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program Plusz (GINOP Plusz):** a 2021-2027-es uniós költségvetés legnagyobb projektprogramja. A teljes költségvetés a nemzeti társfinanszírozással együtt 230 milliárd forint. A program javaslataival támogatja a gazdasági növekedést, növeli a hazai vállalkozások versenyképességét és a teljes foglalkoztatottságot. A GINOP nyomdokain haladva és az elmúlt hét év tapasztalatai alapján ennek az operatív programnak a célja a gazdasági ellenálló képesség növelése, a növekedési potenciál, a versenyképesség kiaknázása, valamint a vállalkozói ökoszisztéma támogatása. A program öt fő célja: vállalkozásfejlesztés, kutatás, fejlesztés és innováció, fenntartható munkaerőpiac, ifjúsági garancia és felsőoktatás, szakképzés;
- **Integrált Közlekedésfejlesztési Operatív Program Plusz (IKOP Plusz):** a projekt célja a magyarországi vasutakba, utakba, kerékpárutakba és kikötőkbe történő beruházás;
- **Környezeti és Energiahatékonysági Operatív Program Plusz (KEOP Plusz):** támogatja az éghajlatváltozás hatásai által okozott kihívások - például árvizek, belvízi problémák, aszály és az erőforrások túlhasználata – kezelését. Célja a „Zöldebb Európa”, a környezetszennyezés és az erőforrások túlhalászásának csökkentése, a biológiai sokféleség védelme és a fenntartható fejlődés előmozdítása;
- **Magyar Halgazdálkodási Operatív Program Plusz (MAHOP Plusz):** a program célja, hogy támogassa a mikro-, kis- és középvállalkozásokat abban, hogy innováció és digitalizáció révén javítsák a haltermelés és -feldolgozás versenyképességét és fenntarthatóságát, miközben csökkentik környezeti hatásukat. Az halgazdálkodás magában foglalja a természetes tengeri területek halászat céljára történő fejlesztésével kapcsolatos tevékenységeket, de egyik fő célja, hogy egészséges és biztonságos termékeket biztosítson a fogyasztók számára, valamint hozzájáruljon a

munkahelyteremtéshez és a hagyományok megőrzéséhez. Ez a dolgozat témája miatt releváns;

- Terület- és Településfejlesztési Operatív Program Plusz (TOP Plusz): a TOP Plusz az egész országra kiterjed és támogatja mind a legkevesbé fejlett, elmaradott régiók, mind a fejlett régióknak számító Budapest fejlődését. Valamennyi vármegyét érinti. Külön figyelmet kap a négy legelmaradottabb régió (Dél-Alföld, Dél-Dunántúl, Észak-Alföld és Észak-Magyarország) és az összevont program keretében fejlesztendő 36 járás;
- Digitális Megújulás Operatív Program Plusz (DIMOP Plusz): ez a program integrált megközelítése Magyarország digitális felkészültségének és versenyképességének javítására (közszolgáltatások digitalizációja, zöld és high-tech átmenet egy ciklikus és rugalmasabb gazdaságba, amely független az éghajlatváltozástól, a digitális oktatási ökoszisztéma fejlesztése);
- Emberi Erőforrás Fejlesztési Operatív Program Plusz (EFOP Plusz): a program a szociálisabb és befogadóbb Európa megteremtéséhez járul hozzá és a köznevelés, társadalmi felzárkózás, szociális és gyermekvédelem, valamint család- és ifjúságügy – fejlesztéseit foglalja magába.
- Végrehajtási Operatív Program Plusz (VOP Plusz): figyelmet fordít a pályázók kapacitásának kiépítésére, hogy az új időszakban minél több, rendszeres és minőségi szolgáltatást nyújthassanak.¹⁹

Ezek a programok a turisztikai céllal működő és szolgáltatásokat nyújtó vállalkozás számára több lehetőséget nyújtanak. Természetesen mérlegelni kell, hogy melyik terület a jobban fejlesztésre váró terület a vállalkozásban. Érdemes figyelembe venni, hogy a pályázat esetleges elnyerésekor nem hull azonnal az önkormányzatba a megnyert összeg.

A pályázatokban megnyerhető támogatásokhoz különböző EU-s alapokon keresztül lehet hozzájutni, ezeken keresztül valósul meg az EU kohéziós politikája:

- Európai Regionális Fejlesztési Alap (ERFA)
- Európai Szociális Alap Plusz (ESZA+)
- Igazságos Átmenet Alap (IÁA)
- Európai Tengerügyi, Halászati és Akvakultúra Alap (ETHAA)
- Kohéziós Alap (KA)²⁰

¹⁹Széchenyi Terv Plusz Operatív Programok 2021-2027. Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://www.palyazat.gov.hu/programok/szechenyi-terv-plusz>

²⁰Európai Unió támogatási alapok 2021-2027. Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://www.palyazat.gov.hu/informacio/europai-unios-alapok>

1.11. Szállások minősítése

Mint korábban már tárgyaltam, a szállások minősítését, engedélyezését a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről szóló 239/2009. (X.20.) számú Kormány rendelet szabályozza.

Emellett a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (a továbbiakban FATOSZ) által alapított Nemzeti Tanúsító Védjeggyel („falusi szálláshely napraforgóval”) ellátott szállások garanciát jelentenek, hogy az adott szállás megfelel a Kormány rendeletben meghatározott kitételeknek, illetve a szakmai elvárásoknak is.

A FATOSZ honlapja szerint: „A védjegy tanúsítja, hogy a szolgáltatások minősítése előre meghatározott, a FATOSZ kezelésében az általa meghatározott szakmai szempontrendszer alapján történik.” (3. ábra)

3. ábra: FATOSZ Nemzeti Tanúsító Védjegy

(Forrás: FATOSZ, 2024)



A minősítés feltételeit, előírásokat és a pályázati kiírást a FATOSZT honlapján lehet megtekinteni.

Az ilyen védjeggyel ellátott szállások garanciát jelenthetnek a látogatók számára, hogy a szállás szolgáltatások megfelelnek az általuk elvárt minőségnek és a szolgáltatások azt nyújtják, amelyeket a foglalást megelőző tájékozódás során a hirdetésekben kínáltak számukra.

1.12. Digitalizáció és a közösségi média a turizmus szolgálatában

A digitalizáció napjainkban olyan kulcsfontosságú tényező, amely a közeljövőben és hosszú távon át fogja alakítani a társadalmat és a gazdaságot (Mammadova – Egedy, 2022).

Mint korábban említettem, jelenleg a fenntarthatóság miatt is fontossá vált a turizmus digitalizációja, amivel rengeteg természeti erőforrást, időt lehet megspórolni és nem utolsósorban csökkenteni lehet a környezeti terhelést is.

Például a korábban csak papír alapon, postai úton benyújtható statisztikai adatszolgáltatások digitalizálási folyamatával csökkenteni lehetett az arra fordított időt, a postai költségeket, mint például boríték, bélyeg, bérköltségek, üzemanyag költség, áram költség, valamint mivel nem kell használni járműveket, borítékot és felesleges fogyasztókat, így a karbon lábnyom is csökkenthető, illetve a környezet terhelése is minimálisra változhat.

Másik jelentősége, hogy a digitális innováció jelentős hatással volt a társadalom egészére, és átalakította a turisták fogyasztási szokásait. Az utazást megelőző fogyasztói magatartás a digitalizációnak, különösen a mobil kommunikációs eszközök és platformok használatának köszönhetően változik. A digitalizáció, valamint az információs és kommunikációs technológiák megjelenése és elterjedése jelentős változásokat hozott a turizmus keresleti és kínálati oldalán egyaránt (Csordás–Irimiás–Kiss, 2022).

A technológia és a turizmus közötti, az utóbbi években felgyorsult és szinergikus kölcsönhatás alapvető változásokat eredményezett a turisztikai ágazatról és annak természetéről alkotott képünkben. Az internet és a keresőmotorok fejlődése, valamint a hálózatok kapacitása és sebessége befolyásolta, hogy világszerte egyre több utazó használja a technológiát az utazások megtervezéséhez (Buhalis, 2008).

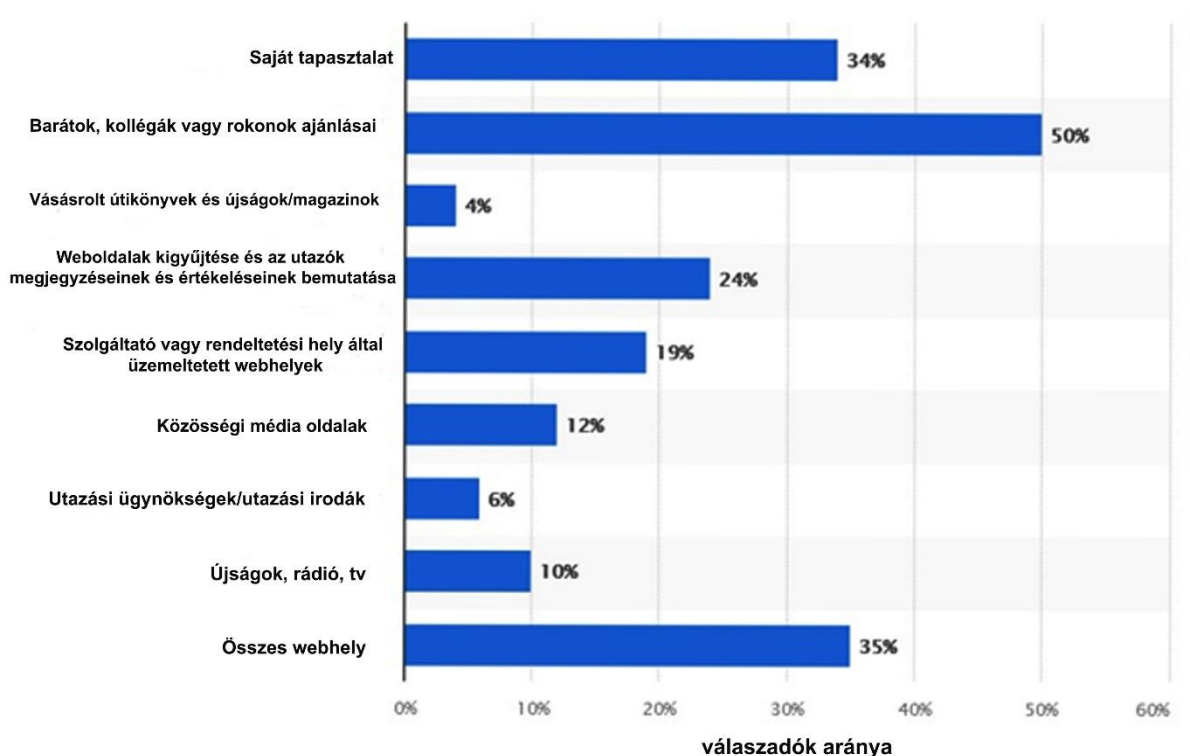
Nagyban befolyásolja az utazni vágyók döntését, elhatározását a közösségi médiában látható tartalom, melyet a szolgáltatást kínálók időben felismertek és a legváltozatosabb tartalommal igyekeznek befolyásolni és magukhoz csábítani az utazni vágyókat (Csordás–Irimiás–Kiss, 2022). Napjainkban a Youtube, az Instagram, a Tik-tok azok a felületek, amelyekkel főleg a

fiatalabb korosztály elérhető, az idősebb generációkat inkább a facebook-on találják meg a szállásadók, hirdetőik.²¹

Abban, hogy mi alapján hozzák meg az emberek meg végleges döntésüket az utazásukról, a 4. ábrán látható diagram segít tájékozódni.

4. ábra: Az alábbi információforrások közül melyiket tartja a legfontosabbnak, amikor döntést hoz az utazási terveiről?

(Forrás: statista.com által közölt adatok, 2024)



Az ábra adataiból megállapítható, hogy habár az utazni vágyók elsősorban a saját vagy rokonok, ismerősök, barátok személyes a tapasztalataiban bíznak, ezt követően a különböző website-ok és a közösségi média platformok a legfontosabb befolyásoló tényezők.

A közösségi média felületek mellett sok keresőoldal, keresőmotor segíti az utazni vágyók utazástervezését. Ilyenek például a booking.com, TripAdvisor, szállás.hu és még sorolhatnánk vég nélkül.

²¹ Így használják a különböző generációk a social mediát: hatalmas eltérések vannak. Letöltés dátuma: 2024.10.20.
Forrás: https://www.life.hu/archiv/2022/11/igy-hasznaljak-a-kulonbozo-generaciok-a-social-mediát-hatalmas-elteresek-vannak#google_vignette

Ezek az oldalak nem csak az érdeklődőknek segítenek, hanem a szállásadóknak is, mivel külön felületet biztosítanak a turisztikai szolgáltatók számára, hogy fogadhassák a róluk szóló értékeléseket és válaszolhassanak rájuk, hogy láthassák, hogyan teljesítenek a közösségi profiljaik, mennyi érdeklődőhöz, vagy látogatóhoz jutnak el ezek az értékelések, és milyen hatással vannak a döntéseikre, kereséseikre (Iványi, 2022).

1.13.A helyi gazdaságfejlesztés

A dolgozatom címéből is kitűnik, hogy a turizmus, falusi turizmus hatását kívántam megvizsgálni a helyi gazdaságfejlesztésre, azt, hogy mi, illetve van-e az összefüggés a helyi fejlesztések, a helyi gazdaságok és a helyi turisztikai attrakciók között és milyen mértékű az a hatás, amit esetlegesen kifejtene egymásra nézve.

Ahhoz, hogy ebben a témában vizsgálódjak, a már korábban meghatározott turizmus és falusi turizmus fogalmán túl azt is meg kell határozni, hogy mit is jelent a helyi gazdaságfejlesztés.

Először is tisztázzuk, hogy a fejlesztés a szó szoros értelmében olyan beavatkozásokat jelent, amelyek javítják az életminőséget, és végső soron a lakosság életszínvonalának javítását célozzák. A gazdaságfejlesztés a gazdasági folyamatok irányának és a gazdasági változások mértékének befolyásolására irányuló tudatos beavatkozásokat jelenti (Mezei, 2006).

Bartik (1995) megfogalmazása szerint: A helyi gazdaságfejlesztés nem más, mint olyan változások összessége, amelyek lehetővé teszik a helyi gazdaságok számára a jólét megteremtését.

A helyi gazdaságfejlesztésben nagy szerepe van a helyi önkormányzatoknak, amelyeknek egy jól működő településen együtt kell működniük a helyi gazdaságokkal, szolgáltatókkal, a vizsgált esetben a helyi szálláshely - szolgáltatókkal, vendéglátó vállalkozásokkal (Pálné Kovács, 2019).

Magyarországon a helyi gazdaságfejlesztési gyakorlat az uniós politika által meghatározott közpolitikai normákat követte, de a hazánkban megfigyelhető centralizációs kormányzással, a közhatalmi túlsúllyal a gyenge magán-, üzleti és civil réteg nem tudott versenyre kelni. Ettől függetlenül a hivatalos fejlesztéspolitika és a helyi önkormányzatok céljai közé kellene tartozni a helyi gazdaságfejlesztés célja érdekében, hogy használják fel a helyi erőforrásokat, az érintett vállalkozásokat vonják be a folyamatokba és a helyi sajátosságok szerint használják fel azokat.

Ezekhez a folyamatokhoz a már korábban ismertetett Európai Unió és magyarországi pályázatokat és támogatásokat is igénybe lehet venni.

Nincsenek általános szabályok arra vonatkozóan, hogy a helyi önkormányzatoknak milyen szerepet kell játszaniuk a helyi gazdaságfejlesztésben, és hogy milyen szintű és típusú beavatkozásra van szükség. A külső és belső tényezőktől függ, mint például a demográfiai jellemzőktől, a gazdasági és környezeti feltételektől, a rendelkezésre álló pénzügyi és humán erőforrásoktól vagy a gazdasági fejlődést befolyásoló döntéshozatali tényezőktől.

Mégis megállapítható, hogy az önkormányzatoknak feladataik közé tartozik ösztönző támogatások nyújtása a vállalkozások számára, amelyektől nagyobb mértékű gazdasági fejlődés várható, illetve stratégiai kezdeményezések az adó- és kormányzati szabályozási politikák megváltoztatására a regionális gazdasági fejlődés előmozdítása érdekében (Bartik, 2003).

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

A vizsgálat módszereinek kiválasztásnál fontos tényező volt a Kemping lakóhelyemtől való távolsága, illetve a fent említett szezonális működése. A vizsgálatokat primer és szekunder módszerekkel folytattam.

Egyik primer módszer volt a terepmunka, amelyet a helyszínen végeztem el több alkalommal. A helyszíni tájékozódás során megállapítottam, hogy Gyomaendrőd Békés Vármegyében egy az országon áthaladó főbb közúti útvonalaktól távol elhelyezkedő mezőváros, a vonatközlekedésen kívül nem tartozik a nagy közlekedési csomópontokhoz. A területen jelentős turisztikai attrakció nincs, természeti adottságai a sok vízi területen kívül nem jelentősek. A város lakossága körülbelül 12 000 fő, jelentősebb ipari vagy egyéb gazdasági vállalkozás, cég nincs jelen a térségben. Az elhelyezkedése és a természeti adottságok miatt a turizmus nem igazán jelentős, külföldiek nem nagyon foglalnak itt szállást. A belföldi turizmus főként a horgászturizmusra korlátozódik, a 16 Körös holtág partján lévő hétvégi, kiadó házak erre a legalkalmasabbak.

Másik primer kutatási módszerként mélyinterjúkat készítettem, melynek során sikerült hét interjúalannyal beszélnem.

Az interjúalanyok Magyarország különböző pontjain élnek, különböző célból látogattak el a Kempingbe, illetve különböző típusú szálláshelyeket és szolgáltatásokat vettek igénybe az ott tartózkodásuk alatt. Köztük van a Kemping üzemeltetője, illetve Gyomaendrőd polgármestere is, aki a városban az önkormányzat részéről a turizmusért felelős személy, egy helyi lakos, kettő nem helyi lakos kollegám, három nem helyi lakos ismerősöm, barátom az ország különböző pontjáról (2-5. számú melléklet).

Az interjúk, a saját élmény és statisztikák alapján SWOT analízist is végeztem, mely alapján megállapítható, hogy a Kempingnek melyek az erősségei, a fejleszteni kívánatos oldalai, illetve lehetőségei és veszélyei.

Az interjúk és a saját tapasztalatom alapján elvégeztem egy SWOT²² analízist. Azért ezt a módszert használtam, mert a SWOT analízis egy stratégiai tervezési eszköz, amely négy tényezőt - erősségeket, gyengeségeket, lehetőségeket és veszélyeket - vizsgál egy vállalkozás,

²² SWOT: mozaik szó, angol kifejezésekből: Strengths - Weakness - Opportunities - Threats

projekt vagy egy személy szempontjából. Segít azonosítani azokat a belső és külső tényezőket, amelyek befolyásolhatják a célok elérését (Papp-Váry-Farkas, 2022)

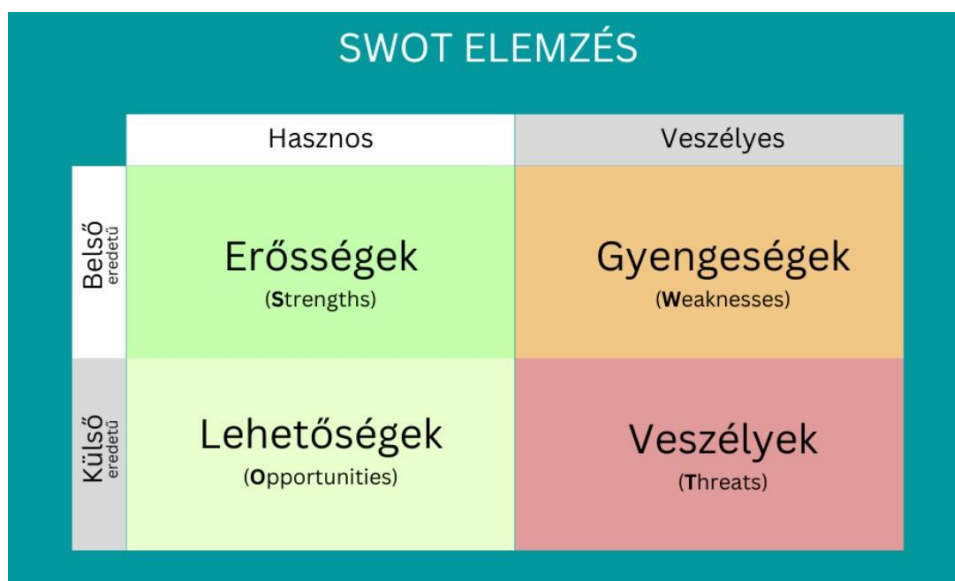
A SWOT analízis egy négy mezős rendszer (5. ábra), amely megmutatja, hogy egy elemzés során miket kell megvizsgálnunk.

A négy szempont a következő:

- **Erősségek (Strengths):**
 - Melyek azok a belső tényezők, amelyek előnyt jelentenek? (Például: jó hírnév, egyedi termék, tehetséges csapat, erős pénzügyi helyzet)
- **Gyengeségek (Weaknesses):**
 - Melyek azok a belső tényezők, amelyek hátráltatják a célok elérését? (Például: hiányzó erőforrások, gyenge marketing, rossz vezetési struktúra)
- **Lehetőségek (Opportunities):**
 - Milyen külső tényezők kínálnak lehetőségeket a fejlődésre vagy növekedésre? (Például: új piacok megnyílása, változó szabályozás, technológiai fejlődés)
- **Fenyegetések (Threats):**
 - Melyek azok a külső tényezők, amelyek veszélyt jelentenek? (Például: új versenytársak belépése, gazdasági visszaesés, szabályozói változások)

5. ábra: SWOT analízis ábrája

(Forrás: *norberthires.com*, 2024)



Az elemzés meghatározza, hogyan használhatja fel erősségeit a lehetőségek kiaknázására és a fenyegetések kezelésére, segít azonosítani a sikert akadályozó gyengeségeket, a fenyegetések megértése segít felkészülni a lehetséges problémákra.

A kutatáshoz elektronikus kérdőív elkészítését és közzétételét terveztem a [survio.com](https://www.surveymonkey.com)²³ oldal segítségével. Az üzemeltetővel történt előzetes megállapodás szerint a kérdőív elérhetősége a Kemping honlapján lett volna feltüntetve. A kérdőív az általános kérdéseket követően - nem, évkor, - a Kempinggel kapcsolatos információkra tért ki. Arra vonatkozóan tettem fel kérdéseket, hogy milyen összetételű a látogató közönség, mi a motiváció, mi a látogatás oka, milyen hosszú időt tartózkodnak a kempingben, milyen távolságról érkeztek, milyen járművet használtak az utazáshoz, családi, vagy iskolai, vagy baráti üdülés miatt látogattak el a kempingbe, honnan szereztek tudomást a kempingről, célirányosan a kempingbe jöttek, vagy az egy bázispont az ún. csillagtúrához. A kempingen kívül a helyi településen vesznek-e igénybe egyéb szolgáltatást, ha igen akkor mit. Mi az, amit hiányol a kemping szolgáltatásai közül.

A Központi Statisztikai Hivatal (a továbbiakban: KSH) és a Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (a továbbiakban: TEIR) internetes oldalai segítségével olyan adatokat is sikerült beszerezni, amelyek alapján saját diagramokat is készítettem és amelyek alapján megvizsgáltam, hogy a Gyomaendrőd mennyire van elmaradva a környező településektől, térségtől, illetve mekkora hatást gyakorol a helyi gazdaság fejlesztésére, mekkora részt foglal el a turizmus által generált bevétel a város költségvetésében.

²³ A kérdőív internetes elérhetősége: <https://www.surveymonkey.com/survey/d/L5Q3Y9Q0P1G0A7I8Q>

3. EREDMÉNY

3.1. Szekunder kutatás eredményei

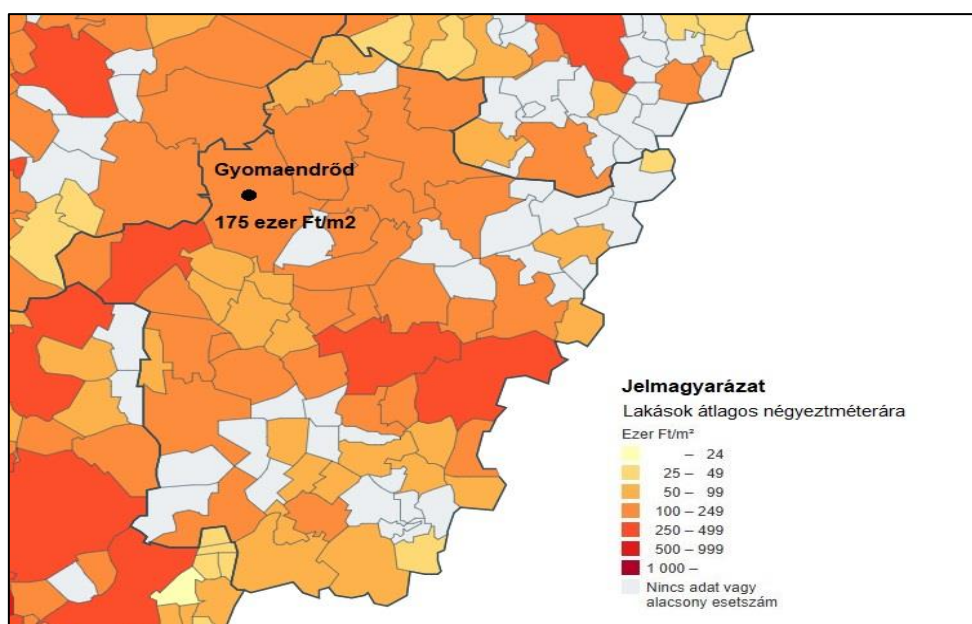
A kérdőíves felmérés eredménye negatív lett, mivel a honlapra technikai okok miatt nem került ki annak elérhetősége, így azt az ígéretet kaptam, hogy a Kemping facebook oldalán lesz az feltüntetve. A cél az volt, hogy az oda látogatók, vagy a szálló vendégek ez úton kitöltsék a kérdőívet. Sajnos ez nem valósult meg 2024. májusától szeptemberig. Egyetlen kitöltés sem történt, így kvantitatív eredményt ennek kapcsán nem sikerült felmutatni. Statisztikai elemzéseket ezért alapvetően a téma feltárása szempontjából fontos szekunder adatsorok alapján tudtam elvégezni.

Békés vármegye településeinek fejlettségi rangsorában a 2022-es adatok alapján Gyomaendrőd a középmezőnyben helyezkedik el. A helyi gazdaságfejlesztéshez elengedhetetlen, hogy megvizsgáljuk a helyi ingatlan árakat, amelyek egyrészt csábítók lehetnek a letelepedni vágyóknak, másrészt viszont el is gondolkodtathatja őket, mert a 6. ábrából is látszik, hogy a lakásárak nem túl magasak a vármegye más részéhez képest, 2022-ben 175 000 Ft/m² átlagáron lehetett ingatlanhoz jutni, míg mondjuk a szomszédos Szarvas, Békéscsaba vagy Gyula városában ez az ár 250 000 Ft/m² felett volt.

A lakásárak, ilyen, a többi környező településhez képest alacsony szintje annak is köszönhető, hogy az egy főre jutó jövedelem Békés vármegye ezen szegletében szintén nem magas, szintén a középmezőnyben van. A személyi jövedelemadó alapot képező jövedelem egy állandó lakosra 2022-ben 1 577 ezer forint volt, ezzel szemben a Szarvas, Békéscsaba, Gyula tengelyben ez meghaladta a kettő millió forintot (7. ábra).

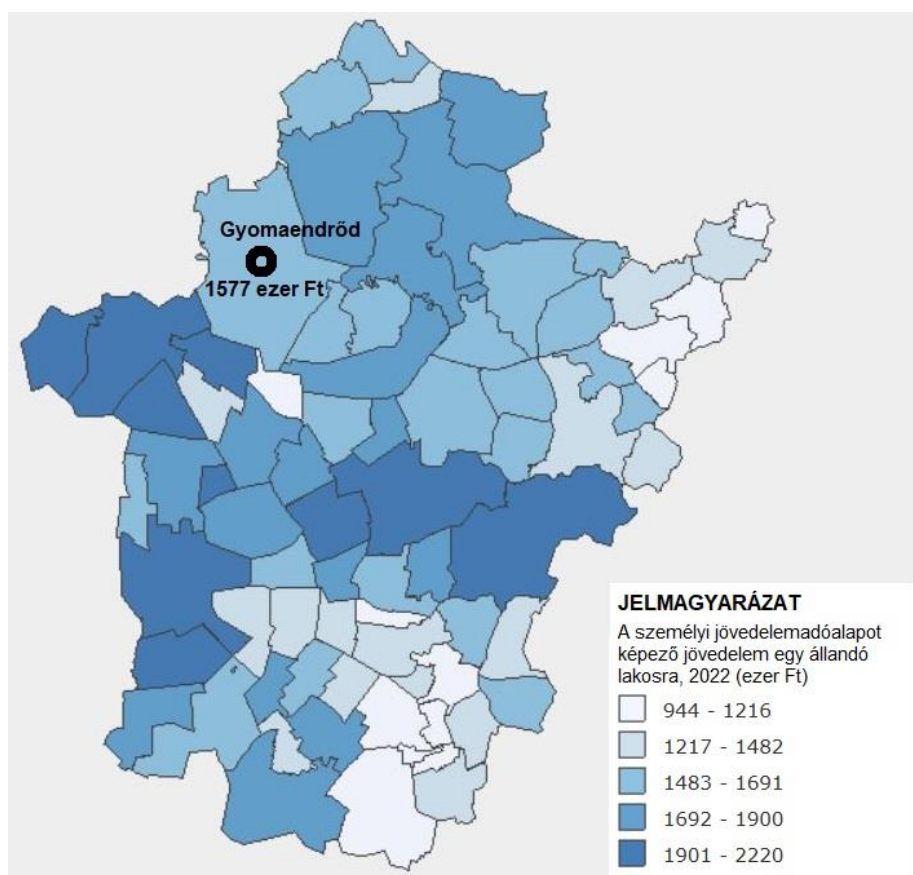
6. ábra: Lakások átlagos négyzetméter ára Békés vármegyében

(Forrás: KSH 2022-es adatai alapján saját szerkesztés)



7. ábra: Egy főre jutó jövedelem Békés vármegye településein

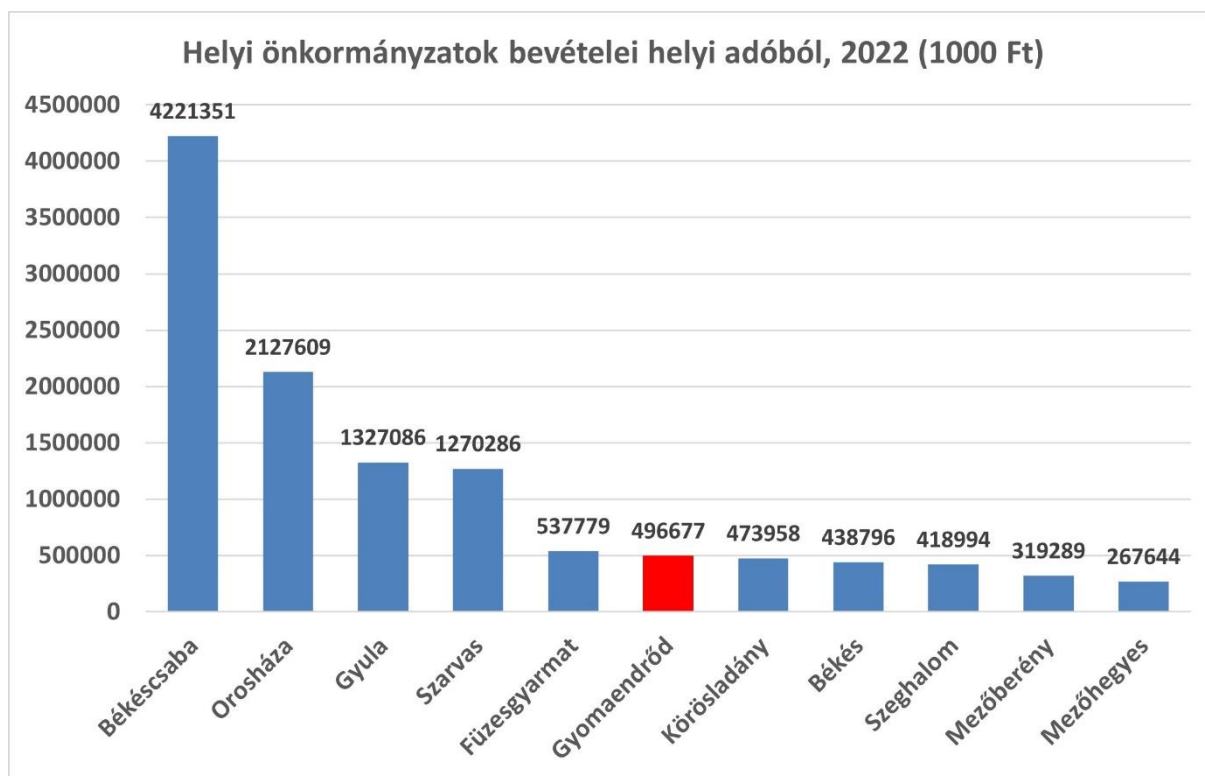
(Forrás: KSH 2022-es adatai alapján saját szerkesztés)



Ezekből következik, hogy a helyi önkormányzat helyi adókból származó bevétele is abba a mezőnybe tartozik vármegyei szinten, ahová a fentebb említett két adatsor vizsgálata után azt feltételezhetjük. Mint már említettem, jelentősebb útvonal, gazdasági vagy ipari létesítmény nincs a településen, illetve turisztikai szempontból sincs olyan jelentősebb látnivaló, amely esetleg ide vonzaná a letelepülni vágyókat. Az ingatlanáraknak még lehetne lakosságmegtartó ereje, de a helyben felnőtt fiatalabb nemzedék továbbtanulni nagy eséllyel el fog menni más, nagyobb városba, mivel Gyomaendrődön nincs felsőfokú képzési intézmény. Ennek viszont az a következménye, hogy feltehetőleg dolgozni sem itt fog, nem itt fog elhelyezkedni egy helyi kisebb cégnél, vagy indít vállalkozást. A fenti megállapításokat alátámasztják a 8. ábrában feltüntetett adatok is.

8. ábra: Helyi önkormányzatok bevételei helyi adóból

(Forrás: TEIR 2022-es adatai alapján saját szerkesztés)



Az adatokból is látható, hogy Békés vármegye városainak középmezőnyében pozicionálható a település és alapvetően a nagyobb városok előzik meg. Érdekes körülmény, hogy amíg Gyomaendrőd lakossága 12 ezer fő, Szarvas lakossága 14 ezer fő, addig a helyi adóból befolyt összeg Szarvason több mint kétszerese a Gyomaendrődön befizetett helyi adónak. Ugyanakkor

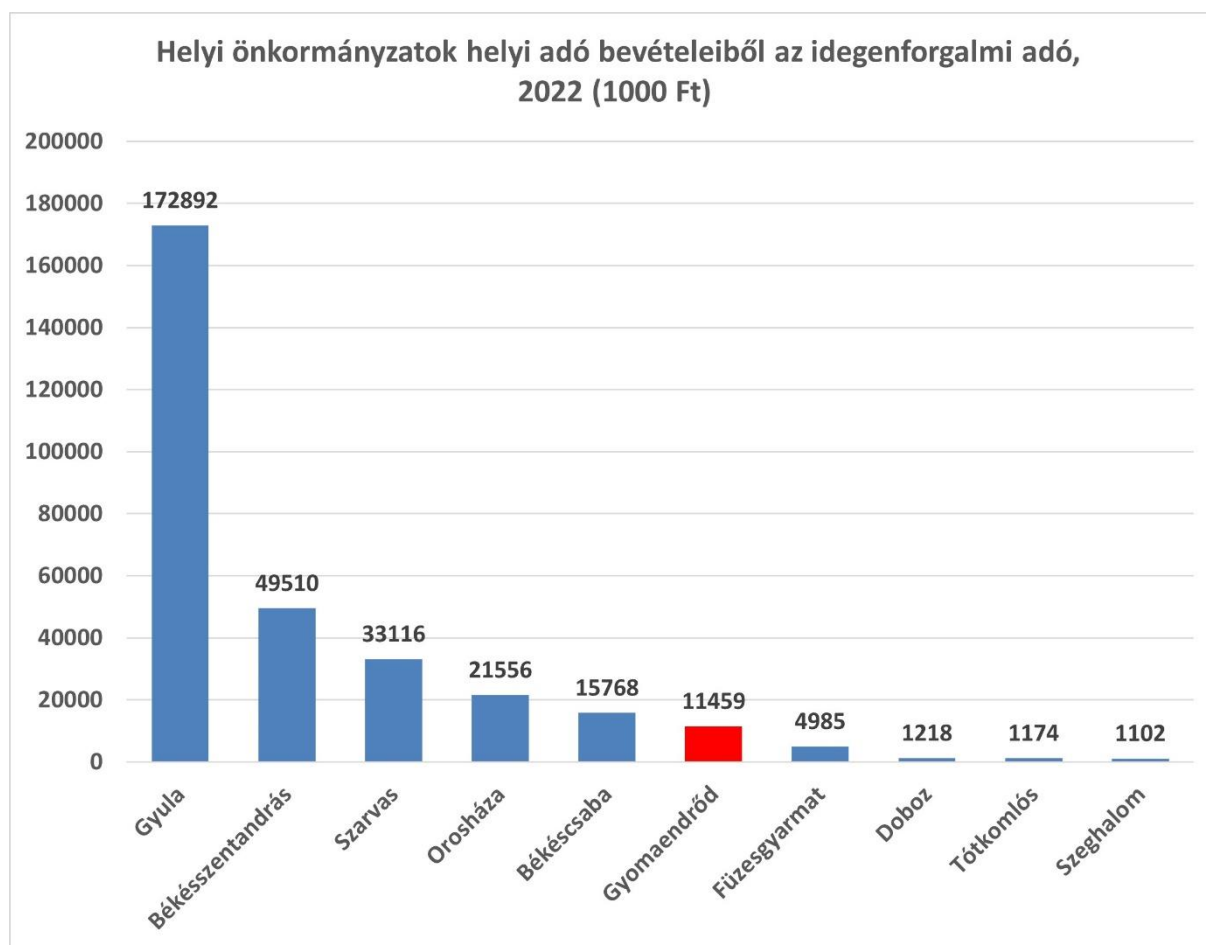
az is megemlítenő, hogy a több mint ötezer fővel népesebb Békést megelőzte a város ebben a rangsorban.

Megvizsgáltam azt is, hogy milyen mértékű a vármegyében településenként a helyi adóból az idegenforgalmi adó összege.

Itt már látható, hogy a vármegyében melyik településen van kimagasló turizmus. Gyula vezet a rangsort torony magasan 172 892 ezer forinttal, majd második helyen egy kis település van, a mintegy 3 300 állandó lakosú Békésszentandrás 49 510 ezer forinttal. A harmadik helyen találjuk Szarvas városát 33 116 ezer forinttal. Gyomaendrőd a hatodik helyen áll ebben a rangsorban majdnem harmad annyi bevétellel, mint az alig nagyobb Szarvas (9. ábra).

9. ábra: Helyi önkormányzatok helyi adó bevételeiből az idegenforgalmi adó

(Forrás: TEIR 2022-es adatai alapján saját szerkesztés)

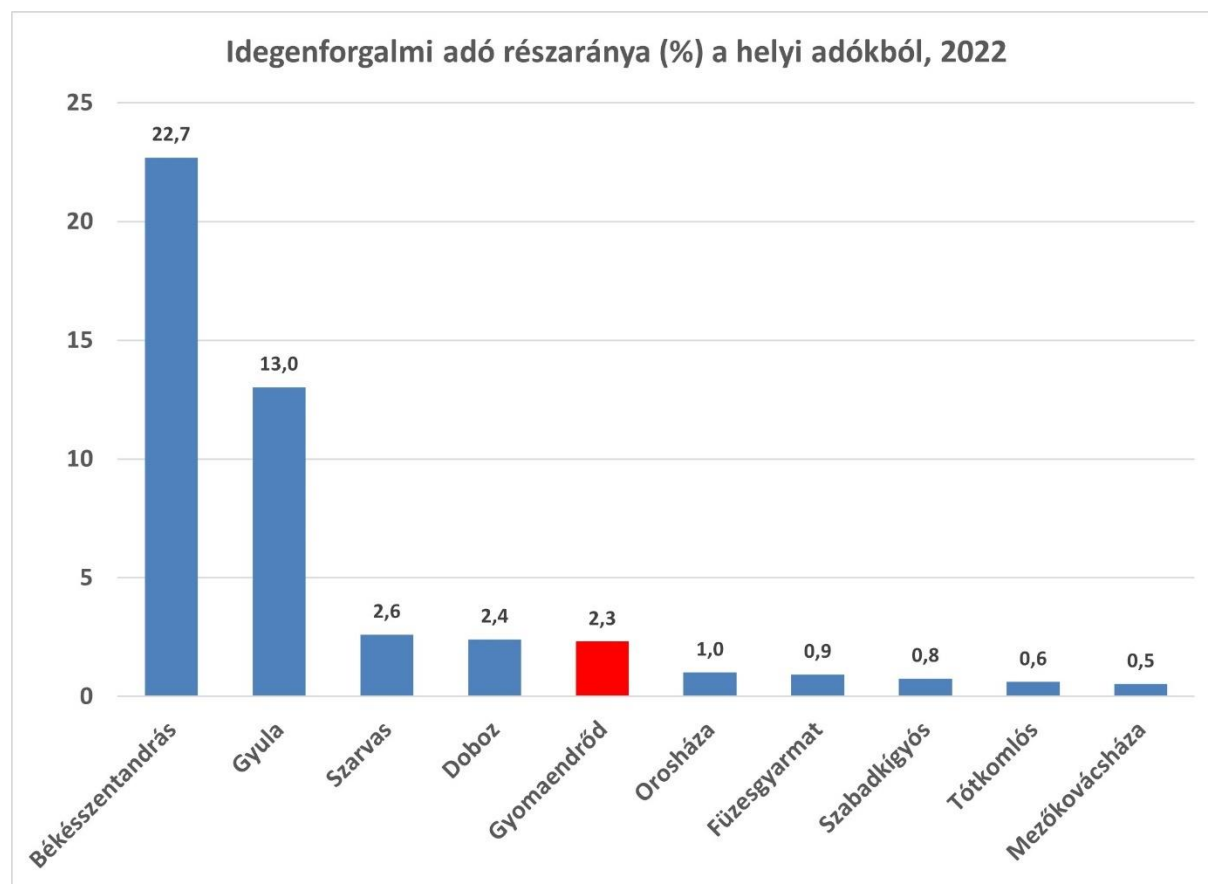


Az alábbi, 10. ábrán lévő adatokból kiolvasható, hogy az idegenforgalmi adók mekkora hányadát, százalékát adják a helyi adóbevételeknek településenként.

Itt már az látható, hogy Békésszentandrás helyi adóbevételének majdnem a negyed része származik idegenforgalmi adóból, ebből is látszik, hogy a kis településen mennyire fontos a turizmus életben tartása. Békésszentandrás is a Körös holtágának köszönheti a turizmusból származó bevételeit. Azt jelenleg nem vizsgáltam, hogy ott milyen támogatásokat ad az önkormányzat a helyi szállásadóknak, vagy milyen pályázatokat nyertek meg turizmusfejlesztésre. Ezen a területen is az élmezőnyben van Gyula 13%-os eredménnyel, majd utána Szarvas van a következő helyen, már jelentősen elmaradva, 2,6%-kal. Gyomaendrőd ebben a sorban az ötödik helyet foglalta el nem sokkal lemaradva Szarvas mögött 2,3%-os eredménnyel.

10. ábra: Idegenforgalmi adó részaránya a helyi adókból

(Forrás: TEIR 2022-es adatai alapján saját szerkesztés)

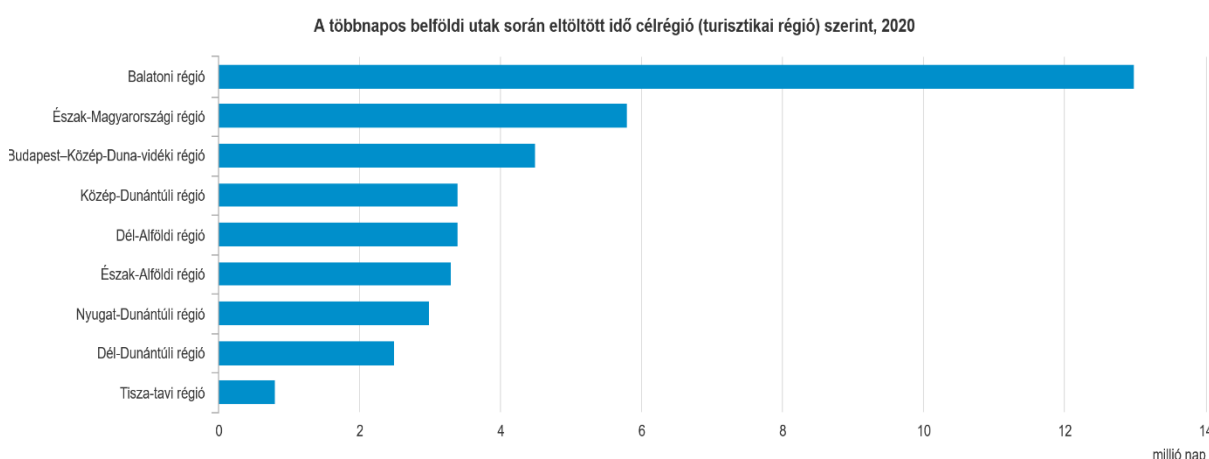


3.2. Primer kutatás eredményei

Az interjúk során a polgármester úr a kérdéseimre (2. számú melléklet) válaszolva elmondta, hogy városukban sajnos a terület elmaradottsága és a természeti adottságok, látnivalók csekély száma miatt nem jelentős a turizmus (11. ábra).

11. ábra: A többnapos belföldi utak során eltöltött idő célrégió (turisztikai régió) szerint

(Forrás: KSH által közölt adatok, 2019)



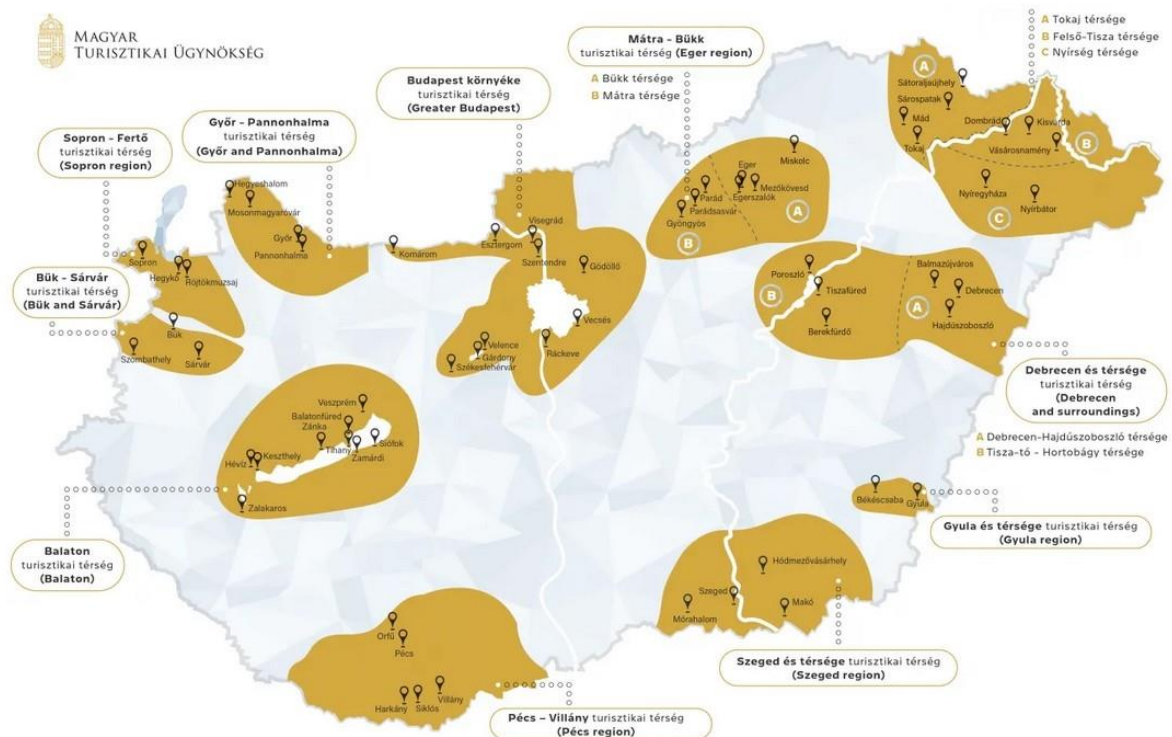
Főleg nyári gyermektáborozás, horgászturizmus a jelentősebb, mivel a Gyomaendrőd mellett folyik a Körös folyó és annak tizenhat holtága található meg, illetve van a településen gyógyfürdő és a Kner Nyomda. Közelben található Szarvas és Gyula is, azonban aki az ottani látványosságokat akarja megismerni, feltehetőleg ezekhez a célállomásokhoz közelebbi szállást keres. Elmondása szerint a gyomai turisztikai attrakciók szinte kivétel nélkül az önkormányzat kezelésében vannak, mind a Gyomaendrődi Liget Gyógyfürdő és Kemping, mind a Kner Nyomdaipari Gyűjteménynek, az Erzsébet Ligeti Lombkorona Sétány és Kilátó, illetve a Bárka Látogatóközpont is.²⁴ A település és környezet nem tartozik bele egyik turisztikai régióba vagy térségbe sem (12. ábra).

Tájékoztatása szerint a településen többen is szálláshely kiadó tevékenységből élnek, illetve vendéglátással keresik a kenyerüket. Ezekkel a vállalkozókkal éves szinten kétszer tartanak egy kerekasztalbeszélgetést egy-egy vendéglátó egységben, ahol megvitatják, megbeszélik az elmúlt időszak tapasztalatait és a jövőben szükséges lépéseket.

²⁴ Gyomaendrőd látnivalók: <https://gyomaendrod.kornyeke.hu>

12. ábra: Magyarország 11 nevesített turisztikai térsége

(Forrás: MTÜ, 2020)



Térképen a kormány által nevesített turisztikai térségek

Kérdésemre, hogy milyen támogatást nyújtanak vagy tudnak nyújtani a helyi turizmussal foglalkozó vállalkozásoknak elmondta, hogy anyagi támogatás hiányában csak információkkal tudnak segíteni, a városi honlap működésével, illetve egy applikáció kifejlesztésével.²⁵ A közösségi média használatáról elmondta, hogy a honlapon kívül facebook oldaluk van, de a többi platformon nincsenek jelen.

Gazdaságfejlesztéssel kapcsolatban elmondta, hogy minden ciklus elején a képviselő testületnek hat hónap alatt ki kell dolgoznia egy gazdaságfejlesztési tervet, de ez a terv konkrét elképzeléseket és terveket nem tartalmaz, csak egy általános elképzelést a következő öt éves ciklusban.

Az önkormányzat költségvetése ötmilliárd forint, amiből, mint fentebb leírtam, nem tudják támogatni anyagilag a turizmus képviselőit, és a tőlük érkező összeg is, ami főként az idegenforgalmi adóból folyik be elenyésző, 10-12 millió forint, így ez nem olyan nagy jelentőségű a helyi gazdaságfejlesztés szemszögéből.

²⁵ Gyomaendrőd app: <https://play.google.com>

Többször is pályáztak már turizmus támogatására a TOP+ program keretein belül, amely az önkormányzatoknak kínál lehetőséget támogatás beszerzésére. Az egyik ilyen pályázatuk, melyet megnyertek a TOP_PLUSZ-1.1.3-21-BS1 - Helyi és térségi turizmusfejlesztés²⁶ projekt néven futott és a gyomaendrődi Fűzfás-zugi holtágon kialakított rendezett horgász környezet mellett egy mintegy 170 m²-es kiszolgáló épületet terveztek megépíteni, mely a horgászok kiszolgálására (WC, vizes blokk, büfé) szolgálna. Az épület alkalmas lesz kisebb rendezvények megtartására is. Emellett még egy parkolót is megépítettek ebből a támogatásból ugyancsak ezen a helyszínen. Folyamatban van egy projekt a Magyar Turizmus Ügynökséggel közösen, de jelenleg ez a projekt stagnál, a jövőben fog megvalósulni.

A Kemping üzemeltetője az interjú kérdéseire (3. számú melléklet) válaszolva elmondta, hogy ő személy szerint tősgyökeres Gyomaendrődi lakos, ott is született és ott is nőtt fel. Élelmiszeripari technikus végzettséggel első munkahelyem a helyi kenyérgyárban volt, majd innen tovább lépve a körösladányi tésztagyár üzemvezetője lett, ahol is megreformálta a gyártás folyamatát, gépparkját a vállalkozói alapelvek a profit és hatékonyság miatt. A tésztagyár vezetőjeként sikeres volt, mely sikeresség zavarta a felettesét, aki akkor annak a termelőszövetkezetnek volt az elnöke, amelyhez az üzem tartozott szervezetileg.

A nézeteltérések miatt folyamatosan kereste a kilépés lehetőségét, majd 1986-ban első vállalkozásként egy cukorkát (nyalóka, grillázs stb.) gyártó gazdasági munkaközösséget (GMK-t)²⁷ alapított három társával, mert felismerték, miszerint ebben a szegmensben piaci rés volt.

Az évek során több vállalkozása is volt, mind helyben, például cukrászda, reggeliző, kemping, pékség. A kempinget 1997-től, a pékséget 2004-től üzemelteti, mindkettő jelenleg is működik. A két cég között közvetlen kapcsolat nincs.

A Kempingben a fő tevékenység a szálláshely szolgáltatás, mellette pedig vendéglátás és strand szolgáltatást végzünk. Május-június hónapban főleg iskolás csoportokat fogadunk, míg július-augusztus hónapban leginkább családokat, baráti társaságokat.

²⁶ Pályázati leírás: <https://archive.palyazat.gov.hu/top-plusz-113-2-helyi-s-trsgi-turizmusfejleszts#>

²⁷ GMK: „a közös név alatt működő polgári jogi társaság egy sajátos formája volt Magyarországon, amelyet magánszemélyek fogyasztási és egyéb szolgáltatás teljesítésére, kisüzemi termelés és a gazdálkodó szervezetek tevékenységét kiegészítő tevékenység közös végzésére, továbbá az ilyen tevékenységek szervezésére, elősegítésére hozhattak létre. A gazdasági munkaközösség jogi személyiséggel nem rendelkezett, társasági szerződéssel legalább kettő, de legfeljebb harminc tag hozhatta létre.” Forrás: <https://hu.wikipedia.org>

Elmondása szerint a kemping területe egy fák nélküli füves terület volt infrastruktúra nélkül, fásítással és faház építéssel kezdték el azt a nulláról felépíteni, lépcsőről lépésre, a színvonalat és a kapacitást folyamatosan fejlesztve. Jelenleg kilenc darab faházban (1. számú kép), négy darab prémium apartmanban (2. számú kép), 2 darab prémium vízparti apartman (3. és 4. számú képek), valamint hat darab lakókocsiban (5. számú kép) lehet megszállni, illetve van lehetőség sátorozni (6. számú kép) is.

Van két nagyobb apartman ház is, amik hat-nyolc személy elszállásolására alkalmasak. A prémium apartmanok négy, illetve hat személyesek, teljesen felszereltek (felszerelt konyha, fürdőszoba, WC, felszerelésekkel, klíma, hajszárító, TV), a teraszon jakuzzival. Az iskolás csoportok általában az olcsóbb, faházas szállásokat veszik igénybe, amelyek általában négy személyesek. A lakókocsik vendégei főként baráti társaságok és a horgászat szerelmesei (13. ábra).

13. ábra: A Pájer Kemping térképe (rajz)

(Forrás: pajerkemping.hu, 2024)



Az évek alatt sajnos nem sok pályázati forrást sikerült felhasználni, de volt azért kettőt sikerült megnyerni: öt darab fürdőszobát sikerült a támogatásból építeni a már meglévő faházakhoz, illetve vezetékes ivóvíz csőrendszert építettek ki három kilométer hosszan. Ezek állami pályázatok voltak. Elmondása szerint – a polgármester nyilatkozatával összhangban – az önkormányzat nem támogatja a magánvállalkozásokat. Nincs kooperációs lehetőség sem a helyi vállalkozókkal, sem a helyi szervezetekkel, ahogy a kemping szolgáltatási és a külső szolgáltatások között sincs kapcsolat.

A saját szolgáltatásaikon kívül külső vállalkozások szolgáltatásait szokták ajánlani, mint például a Körös folyón sétahajózás, kajak - kenu, paintball.

Elmondása szerint nincs kapcsolatban helyi termelőkkel, a kis kemping révén egy büfét üzemeltetnek, ahol hamburgert, melegszendvicset, fagyasztott pizzát árulnak, illetve hetente egy alkalommal tradicionális kenyérlángost sütnek búbos kemencében. (7. számú kép) A fagyasztott termékeket a gyártótól szerzik be, helyi termékeket nem használnak.

A fejlesztések tekintetében elmondta, hogy 1997-ben elegendő és megfelelő volt egy kis faház a Kempingbe érkezőknek, ma viszont már a jól felszerelt apartmanokat keresik jakuzzival. A vendégek visszajelzését folyamatosan figyelik, a legtöbb vendég visszajáró, így a személyes kontakt miatt könnyebben fel tudják mérni az igényeket és megpróbálnak azokhoz idomulni, azoknak megfelelni. Ezek közé tartozik például, hogy önerőből vásárolt egy 15 személyes kisbuszt, amivel a vonattal érkező kisebb csoportokat be tudja szállítani a vasútállomásról a Kempingbe. Ez egy újabb szolgáltatás a repertoárban.

A helyi gazdaság-, vagy településfejlesztésbe a kemping működtetése nem releváns, mivel nincs hatása semmilyen fejlesztésre, legalább is eddig nem volt. A városból kivezető kerékpárút elvezet a Kemping bejáratához vezető bekötőútig, de az nem a Kemping miatt jött létre, illetve nem ahhoz köthető fejlesztés révén.

A helyi társadalom, a helyi lakosság hűsölni, strandolni jár a Kempingbe főleg, közülük munkaerő szempontjából 4-5 fő diákot és ugyanennyi felnőttet foglalkoztatnak idényjelleggel, mivel a Kemping is idényjelleggel üzemel.

A fenntarthatóság kérdéskörében a Kemping üzemeltetője elmondta, hogy a közelmúltan szintén saját erőből napelemeket szereltek fel az energiamegtakarítás és költséghatékonyság céljából, illetve egy biológiai szennyvíztisztítóval²⁸ is rendelkeznek. Ez is a költséghatékonyság és a környezeti terhelés csökkentése miatti beruházás volt.

A következő interjúalanyom egy budapesti hölgy, aki többször is vendége volt a kempingnek. Ő a barátjától hallott a Kempingről, aki előtte már sokszor vendégeskedett ott. Budapestről a M4-es autóúton mentek, eddig még kizárólag a barátjával voltak kettesben. Gyomaendrőd megközelítése Budapestről nem túl bonyolult, de elmondása szerint nagyon hosszúnak tűnik az

²⁸ „A biológiai szennyvíztisztítókat „élőgépek” is szokták nevezni, mivel a szennyezőanyagok lebontását baktériumok és egyéb apró mikroorganizmusok végzik el. E kis élőlények egyensúlyban élnek a berendezésben, szaporodnak, elpusztulnak, de számuk a viszonylag stabil terhelésnek köszönhetően állandónak mondható.”
www.google.com

utazás. A száznegyven kilométert körülbelül kettő órába telik megtenni. Az út első fele még gyorsan eltelik, mert az M4-es autópályán jól lehet haladni Törökszentmiklósig, de utána a 46-os úton már lassabb a közlekedés egyrészt a megengedett legnagyobb sebesség is kisebb, mint az autópályán, illetve sok a település útközből, amin át kell haladni.

A Kempingben eddig egyszer vízparti prémium apartmanban, egyszer pedig prémium apartman házban töltött el egy-egy hosszú hétvégét a barátjával. A pihenést mindig összekötötték horgászattal, mert a kempingben jól kialakított horgászhelyek vannak a Körös Templom-zugiban holtágán.

Tapasztalata szerint a szálláshely minősége tényleg prémium és a pihenéshez manapság hozzá tartozik a luxus érzése, amelyet a teraszon lévő jakuzzi elősegít. Állítása szerint a Kemping hangulata fogta meg, mert nyugodt a környezet, alkalmas pihenésre, de aki aktívabban akar pihenni, az is megtalálja a megfelelő elfoglaltságot.

Mivel többször is tartózkodott a Kempingben, látta azokat a változásokat, amelyek folyamatosan mennek végbe. Mind a szállások tekintetében, mind a szolgáltatások tekintetében. Ez elsősorban nem a prémium szállásokat érinti jelenleg, hanem azokat az apró dolgokat, mint a folyamatos karbantartás, mindig javítanak valamit a házakon, a környezeten, újabb strandröplabda pálya, vagy vízi vidámpark.

A kemping megközelítése mellett - ami elhanyagolható körülmény – negatívumként jelent meg számára az úthálózat minősége, mind az oda vezető út, mind a bekötő út tekintetében.

Mivel mindannyiszor önellátó ellátásra rendelkezett be a tartózkodás ideje alatt, nem vette igénybe a büfé szolgáltatásait, így azzal kapcsolatban nem tudott nyilatkozni.

Viszont pozitívumként értékelte, hogy elérhető közelségben, a városban van élelmiszer bolt, lángosüzem. Igaz ezek leginkább gépkocsival közelíthetők meg, de a romlandó élelmiszereket nem kell 2 órát utaztatni Budapestről, hanem érkezéskor be lehet vásárolni. Fejleszthető célként merült fel a megkérdezett hölgyben, hogy kerékpárkölcsonzással is kellene foglalkoznia a cégnek, főleg, hogy nagyon sok gyerek táborozik a Kempingben, illetve akkor be lehetne menni a boltba kerékpárral is, nem kellene autót használni.

Ezt követően megkerestem egy volt osztálytársam, aki a nem túl távoli, közúton mindössze 50 kilométer távolságra található Kunszentmártonban él.

Ő tőlem hallott először a Kempingről, amikor is rám jutott a sor, hogy megszervezzem a szokásos, évente megrendezésre kerülő úgynevezett „osztálytalálkozónkat”²⁹ tartjuk. Mivel én már többször töltöttem el a Kempingben kellemes napokat, javasoltam, hogy ezúttal itt legyen a rendezvény.

Kunszentmártonból a már említett 50 kilométer nagyjából 45-50 perc alatt megtehető személygépkocsival. A Kempingben első alkalommal 2022-ben volt, majd másodjára 2023-ban, akkor vízparti prémium apartmanban egy - egy augusztusi hosszú hétvégét.

Ez volt az első alkalom, hogy kétszer egymás után ugyanott volt az osztálytalálkozó, mert az első tartózkodás során mindannyian egyetértettek benne, hogy a Kemping és az általa nyújtott szolgáltatások teljesen kielégítik az igényeiket.

Mindkét alkalommal a pihenés, a főzés, a közös időtöltés, beszélgetés, kikapcsolódás, fürdőzés volt a fő szempont a hétvége folyamán, így ehhez teljesen megfelelő volt számára a vízparti elhelyezkedés és a jakuzzi a teraszon, ahonnan a Templom- zugi holtágra lehetett kilátni. Extra szolgáltatás volt, hogy egy ismerős révén tudtak csónakázni a holtágon.

A prémium apartmanok szerint is prémiumok voltak a klímával, a külön WC-vel és fürdővel, valamint a konyhai felszerelésekkel.

Nagyon jónak értékelte, hogy nem csak készpénzzel, bankkártyával, de SZÉP kártyával is lehetett fizetni a szállásdíjat és a büfében is. A büfé szolgáltatásait is igénybe vette, melegszendvicset és italokat vásárolt, amelynek az árával és a minőségével is elégedett volt.

Olyan dolgot nem tudott megemlíteni, ami esetleg negatív érzéseket generál benne a Kempinggel kapcsolatban.

Fejleszthető területként a prémium apartmanok számának növelését jelölte meg, főleg a vízparti apartmanok számának növelésével, mivel egy évvel korábban sem biztos, hogy elég lefoglalni az apartmanokat, annyira népszerűek, hogy hamar elfogy a lehetőség a foglalásra.

Egy kollegámat is bevontam az interjú alanyok körébe, aki Borsod-Abaúj-Zemplén vármegyében, Bodrogkissfaludon él. Ő a Kempingben számtalanszor járt, 1998. óta szinte minden évben augusztus elején egy hetet tölt ott el. Ő a horgászturizmus miatt érkezik ide.

²⁹ Sajnos már csak heten szoktunk rajta részt venni, de ez már több, mint tíz éves hagyomány és mindig más szervezi, mindig máshol az országban.

Mindig az egyik vízparti lakókocsiban száll meg egy helyi, gyomaendrődi közös barátunkkal és azon az egy héten csak a horgászattal foglalkoznak (8. számú kép).

Számára – elmondása szerint – az utazással töltött idő ilyenkor nem számít, mert egy hétig tartózkodik a Kempingben. Ettől függetlenül az út neki gépjárművel három és fél óráig tart.

Neki az számít, hogy a vízmagasság a kedvező szinten, és a vízminőség is megfelelő legyen, és az időjárás is biztosítsa számukra, hogy jól tudják érezni magukat.

Elmondása szerint a Kemping szolgáltatásai neki kielégítőek, a horgászathoz a lakókocsik a megfelelő kényelmet biztosítják, van kulturált és tiszta közös WC, tisztálkodási lehetőség, zuhanyzó, halpucolási lehetőség.

Mivel évek óta minden évben ellátogat egy hétre a Kempingbe, figyelemmel tudta kísérni azt a fejlődést, ami ott végbement.

Látta, hogy évről - évre miként változik a környezet, hogyan épülnek fel az apartman házak, lesznek új sportpályák, a gyerekeknek vízi ugrálóvár, hogyan bővült a szolgáltatások köre, a büfé kínálata, a minősége folyamatosan javult. Elmondta, hogy mindig azt vette észre, hogy a már meglévő szállásokon próbáltak valami újítást bevezetni, hacsak egy festéssel, vagy egy új bútorral, nyílászáróval is, de az üzemeltető folyamatosan megpróbálja fejleszteni a Kempinget. Az is tapasztalata az évek során, hogy az üzemeltető nagy figyelmet fordít a környezet tisztán tartására, karbantartására, legyen az a nád levágása vagy a fű lenyírása. Egyre több lett az árnyék is, erről fák ültetésével gondoskodott, ez is fokozta a kényelem érzését.

Fejlesztési lehetőséget horgászként nagyobb stégek kialakításában és horgász csónakok bérlésében, szállás tekintetében a meglévő lakókocsik modernizálásában és a komfort fokozatának emelésében – pl. klímaberendezés – látja.

A helyi lakos barátomat is megkérdeztem a Kempingről. Ő születése óta Gyomaendrődön lakik, ott nőtt fel és ott is alapított családot. A Kemping üzemeltetője személyes jó barátja, fiatal felnőtt koruk óta ismerik egymást.

Elmondása szerint az elmúlt több mint 30 év alatt, szinte minden héten kiment a Kempingbe, főszezonban, és azon kívül is³⁰. A Kemping üzemeltetőjével kötött baráti egyessége szerint a Kemping területén horgászhat és közben körbe szokott nézni, hogy azzal minden rendben van-e, nem történt sem betörés, sem meghibásodás, csőtörés, vagy hasonló esemény.

³⁰ Főszezon: június 15 – szeptember 15.

Mint az előző interjúalany is említette, augusztusban egy hetet tölt folyamatosan a Kempingben és ekkor kizárólag csak a horgászattal foglalkozik.

Mivel folyamatosan kijár a Kempingbe, el tudta mondani, hogy az évek során milyen fejlesztések mentek végbe.

A kezdetekben leginkább sátorozók jártak a kempingbe a csupasz területre, nem volt abszolút kiépítve az infrastruktúra, majd miután a jelenlegi üzemeltető átvette a működtetést, a 1990-es években több kis faházat építettek fel, illetve lakókocsikat szereztek be. A továbbiakban az évek során mindig történt valami új dolog, fejlesztés, újabb szálló épületeket húztak fel, horgász stégeket építettek a partra, illetve a partot is kiépítették. Faültetésekkel és vizes blokkok létesítésével emelte a színvonalat. A 2010-es évek végén épült 4 új apartmanház, amely a modern elvárásoknak megfelelő. Klimatizált, saját konyha, saját WC, saját fürdőszoba, a teraszon jakuzzival. Felújított kettő darab nagyméretű lakókocsit is, amelyet szintén klímaberendezéssel és konyhával látott el, valamint saját WC-vel és zuhanyzóval, a teraszokon jakuzzival.

Tapasztalata, hogy nagy számban vannak visszatérő vendégek, van olyan, aki már 20 éve visszajár.

Horgászati célú fejlesztésként a stégeket modernizálná, nagyobbítaná, illetve 2-3 darab csónak beszerzését eszközölné, mert sokan járnak a kempingbe horgászni, és ezek az látogatók egy évben többször is érkeznek ide rövidebb hosszabb időre, biztosan hajlandóak lennének a bérlésért fizetni, így ez a szolgáltatás is növelné az ide látogatók számát.

Egy jászberényi ismerősöm is megkérdeztem a Kempinggel kapcsolatban, mivel ő a családjával már évek óta visszajáró vendégek. Jászberényből körülbelül másfél, két óra alatt lehet eljutni a Kempingbe, mivel a két település között csak egy kis szakaszon van gyorsforgalmi út.

A Kempinget véletlenül találták meg nagyjából 10 évvel ezelőtt, amikor is egy gyulai nyaralásból a barátaikkal Gyomaendrődön keresztül mentek hazafelé és megálltak egyet fürdeni. Annyira megtetszett nekik, hogy pár hét múlva el is mentek egy második nyaralásra a Kempingbe.

Azóta minden nyáron eljönnek egy hétre a Kempingbe a feleségével és két gyermekükkel. Általában az egyik lakókocsiban szállnak meg. Ezt a szállást főleg az ár fekvése miatt választják, szinte egész nyaralás alatt önellátók, néha fogyasztanak egy - egy ételt vagy italt a büfé kínálatából.

Ők a pihenés, a fürdőzés miatt jönnek a kempingbe és azért, mert a gyerekeknek sok programot ad a szálláshely. Van lézer harcászat, látogató központ, illetve a strand, ahol van vízi ugráló vár, vízi bicikli. El szoktak menni kirándulni a közelben lévő Szarvasra, Gyulára.

Ő is be tudott számolni arról, hogy milyen újabb épületek, pályák, szolgáltatások jelentek meg a Kemping palettáján.

Fejlesztésre szoruló területként ő is a lakókocsik modernizációját és komfortjának javítását jelölte meg.

Én személyesen is ismerem a Kempinget és az üzemeltetőjét is. Korábban én a Jászságban, Jászszentandráson éltem, jelenleg Budapesten, de már előző lakóhelyemről is éveken keresztül jártam Gyomaendrődre egy barátom révén.

Ő ott lakik és nagyon szeret horgászni, így velem is megszerettette ezt a sportot. Először a 2010-es évek elején voltam a Kempingben, akkor még csak horgászni. Nagyon megtetszett a környezet, maga a kemping elhelyezkedése és a Templom- zugi holtág vízének kiváló minősége. Ekkor még nem voltak csak az ifjúsági szállások (1. számú kép), lakókocsik, és egy apartmanház, a büfé, nem volt strandlabda pálya, nem volt külön étkező épület, közösségi tér, prémium apartmanok.

A jelenlegi állapotot évről évre végzett fejlesztések és rengeteg munka árán tudta az üzemeltető megvalósítani. Pár évnyi lakókocsiban tartózkodást követően töltöttem egy pár hétvégét pihenés és horgászat miatt prémium apartmanban, ami tényleg minden igényt kielégít.

Mind a manapság elengedhetetlen klíma, a jól felszerelt konyha, az igényes és kényelmes bútorok, mind a jakuzzi olyan kényelmet biztosít, ami biztosíték a kellemes pihenésre és kikapcsolódásra.

Közvetlen a vízparti apartman lábánál található a stég, innen lehet horgászni, vagy csak egyszerűen kifeküdni pihenni a vízparton. Van főzési és sütögetési lehetőség a kemence és a főzőhelyek segítségével.

Dolgozatom alanyának is azért választottam a Kempinget és annak bemutatását, illetve, annak vizsgálatát, hogy milyen hatással lehete a helyi gazdaságfejlesztésre, mert jól ismerem és az évek során végignéztem, hogyan fejlődik, hogy dolgozik az üzemeltető évről-évre a színvonal megtartásán, javításán, újabb látogatók csalogatását és megtartását szolgáló szolgáltatások újítások létrehozásával.

Az évek során nem beszélgettem vele arról, hogy ehhez milyen forrásokkal rendelkezik és hogy milyen segítséget kap.

3.3. SWOT analízis ismertetése

Az interjúk és a beszerzett adatok, információk alapján megállapítható, hogy a vállalkozás, a Kemping **erőssége** abban rejlik, hogy hosszú ideje folyamatosan ugyanolyan minőséget tud nyújtani a szolgáltatásaiban, időről időre meg tud újulni, folyamatosan fejleszti a szolgáltatásait, stabil munkaerővel, ugyanazokkal az emberekkel tud dolgozni, illetve saját erőből képes a fejlesztéseket végrehajtani, külső segítség nélkül. Egyediséget is tud kínálni az elhelyezkedésével és a kínált programokkal, mint például az erdei iskola, a csoportok számára nyújtott személyszállítási szolgáltatás, a büfé kínálata. A heti kenyérlángos sütésével és vízi ugráló várral olyan egyedi szolgáltatásokat nyújt, amelyeket a környéken nem lehet máshol megtalálni.

Nagyon sok a visszatérő vendég, ami szintén stabilitást ad a vállalkozás működése szempontjából. A megújuló energiaforrások alkalmazása szintén stabilabbá teheti az anyagi erőforrásokat, terhet vesz le nemcsak a környezetről, hanem a cég költségeiből is.

Amely az erőssége lehet a Kempingnek és az üzemeltető vállalkozásnak, az a **gyengesége** is lehet. Itt elsősorban az anyagi függetlenségre, a támogatások hiányára gondolok, mert az életben bármikor előfordulhat olyan helyzet, amely miatt a saját erőforrások annyira megcsappannak, hogy veszélybe kerül a vállalkozás és a Kemping üzemeltetése.

Másik gyengeségnek érzem a Kemping szempontjából a social media³¹ korlátozott használatát. A Kemping honlapja³² folyamatosan az aktuális ajánlatokat közvetíti, de a fényképeket is frissíteni kellene, illetve a facebook -on kívül több platformot is használni kellene, mint például az Instagram, X³³, vagy a Tik-tok. Mivel ezek az utóbbi szolgáltatások a legkedveltebbek és legtöbbet használtak a fiatalabb generáció körében, ezeken keresztül meg lehetne szólítani, el lehetne érni azokat a rétegeket, amelyeket eddig nem sikerült.

Ezek a fiatalabb generációk a közösségi médiát használják információkeresésre, tanácskérésre és tapasztalatok megosztására másokkal. Ez az egyik módja a turizmus népszerűsítésének a

³¹ social media: közösségi média, mint pl. facebook, Tik-tok, Instagram

³² <https://pajerkemping.hu/>

³³ régebben Twitter

közösségi médián keresztül. Különböző desztinációs marketing- és turisztikai szervezetek, mint például az ENSZ Turisztikai Világszervezete (UNWTO) és a World Tourism Forum Institute³⁴ is jelen vannak ezeken az oldalakon (Orliczki–Kovács, 2023).

Ezzel esélyt lehetne teremteni újabb látogatók megszerzéséhez és még több fejlesztés elvégzésére. Azt hiszem a marketing ezen szegmensét jobban ki lehetne használni.

Mint az előbbieken említettem, hogy ha a gyengeségeket felfedeztük, azokon lehet javítani, illetve ki lehet azokat küszöbölni. Ehhez rengeteg **lehetőség** van a vállalkozás számára.

A lehetőségeket elsősorban különféle pályázatokkal megnyert támogatások alatt értem, mert ahogy elhangzott a helyi polgármester és a Kemping üzemeltetője részéről is, az önkormányzat részéről támogatást, anyagi segítséget nem várhat, mert arra viszont nincs lehetőségük.

Új szolgáltatások bevezetésével, esetleg más szolgáltatókkal való együttműködéssel is van lehetőség a stabilitás megtartására, illetve a többi szolgáltatóval szembeni előny megtartására. Például a horgász turizmus mellett a kerékpáros turizmust lehetne erősíteni. Szarvas városában működik egy kerékpár kölcsönző, amely megfelelő megrendelés esetén a kerékpárt ki is szállítja a megrendelés helyére, majd a kölcsönzés végén érte is megy. amennyiben ezzel a céggel közös nevezőre tudnának jutni és egy kölcsönösen kedvező árat ki tudnának alkudni a családok látogatóknak, vagy a iskolás csoportoknak lenne lehetőségük jobban megismerni a környék adottságait, további szolgáltatással bővülne a Kemping repertoárja.

A gyengeségeket leküzdve, a közösségi média erejét kihasználva, lehetőség van újabb réteg megszólítására és bevonására, amely ismét stabilitást adhat.

Az is megállapítható, hogy amennyiben a gyengeségekre és lehetőségekre nem figyelnek oda, nem fogják, vagy csak későn veszik észre az esetleges **veszélyeket**.

Gyomaendrőd határában folyik a Körös folyó, amelynek 16 holtága található meg. A szállás.hu weboldalon Gyomaendrőd településre keresve, a kereső 70 darab szállást adott ki, melyek nagy részben vízparton találhatók. Csak a Templom-zugi holtágon ezen az oldalon öt darab szállás van a Kemping hirdetésével együtt. A konkurencia egyre nagyobb számban van jelen, mert az elmúlt időszakban, főleg a Covid járvány idején, a koronavírus következtében bevezetett korlátozások idején a négy fal közé zárt városlakók szemében megnőtt a saját föld tulajdonlásának, a saját főleg vidéki telek, nyaraló értéke. Akinek lehetősége volt rá, az 2020.

³⁴ Turisztikai Világforum

márciusában, áprilisában egy ilyen helyen húzta ki a kijárási korlátozásokat, illetve a home-office³⁵-ban lévő munkavállalók is sokszor választották ezt a lehetőséget. Másrészt viszont, az ilyen ingatlanokat nagy számban kínálták azok, akik pénzt szerettek volna keresni a recesszió által sújtott és kihasználatlanul álló hétvégi házakból, főleg, akik elvesztették a munkájukat a pandémia alatt (Raffay, 2020).

Jelenleg sokan maradtak meg ennél a pénzkereseti lehetőségnél, átalakították az igények szerint a nyaralókat és mivel az azóta is megmaradt az emberek egy rétegének az az igénye, hogy kicsit elzártan pihenjenek a világtól, ezek a nyaralók, hétvégi házak, főleg, ha vízparton vannak és jól felszereltek, reneszánszukat élik. Ez viszont konkurenciát jelenthet a Kempingnek.

Amennyiben megint bekövetkezik egy hasonló világszintű járvány, vagy elég, ha csak a szomszédos Ukrajnában és a Közel-Keleten egyre jobban eszkalálódó háborúra gondolunk, ami egyrészt az ellátási láncot, másrészt a kereskedelmi útvonalakat is veszélyeztetheti, a haza turizmus üzletágára is negatívan hathat.

³⁵ otthoni munkavégzés, hazánkban 2020-ban a pandémia idején alkalmazta sok munkaadó a fertőzések terjedését elkerülendő

4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A turizmus, idegenforgalom fontos bevételi forrás, de fejlődése meglehetősen hektikus, állapota bizonytalan, több tényező. Nagymértékben függ a nemzeti és nemzetközi politikai és gazdasági feltételektől, az egészségügyi vészhelyzetektől, a társadalmi és kulturális viszonyoktól és az infrastruktúra állapotától, a földrajzi elhelyezkedéstől.

Az anyag és módszer fejezetben ismertetett módszerek alapján vizsgáltam meg Gyomaendrőd és ezen belül a gyomaendrődi Pájer Kemping helyzetét turisztikai szempontból, illetve arról az oldalról, hogy a turizmus mennyiben tudja befolyásolni a helyi döntéshozókat a döntéshozatali eljárásokban, mennyire befolyásolja a helyi gazdasági életet és a gazdaságfejlesztési elképzeléseket, mekkora részt vesz ki a helyi bevételekből, valamint milyen támogatásra számíthat, hogy az együttműködés még hatékonyabb legyen egy közös cél érdekében.

A primer kutatási eljárások során mélyinterjúkat készítettem Gyomaendrőd polgármesterével, a Pájer Kemping üzemeltetőjével, valamint öt olyan személlyel, akik többször több napot is tartózkodtak Gyomaendrődön, illetve a Pájer Kempingben, visszatérő vendégek.

A többszöri tartózkodásnak köszönhetően az interjúk során rálátást tudtak arra adni, hogy a kempingben és a városban milyen látható, érzékelhető fejlesztések zajlottak, vagy nem zajlottak le az elmúlt években.

A polgármester úr és a Kemping üzemeltetője is elmondta, hogy a terület idegenforgalmi szempontból nem jelentős, főleg a vízi, horgász turizmus miatt érkeznek vendégek a városba. Azok is leginkább belföldi látogatók. A támogatásokkal kapcsolatban mindketten egyetértettek abban, hogy a helyi önkormányzat nem tud támogatást adni a szálláshely üzemeltetőknek, a turizmussal foglalkozóknak.

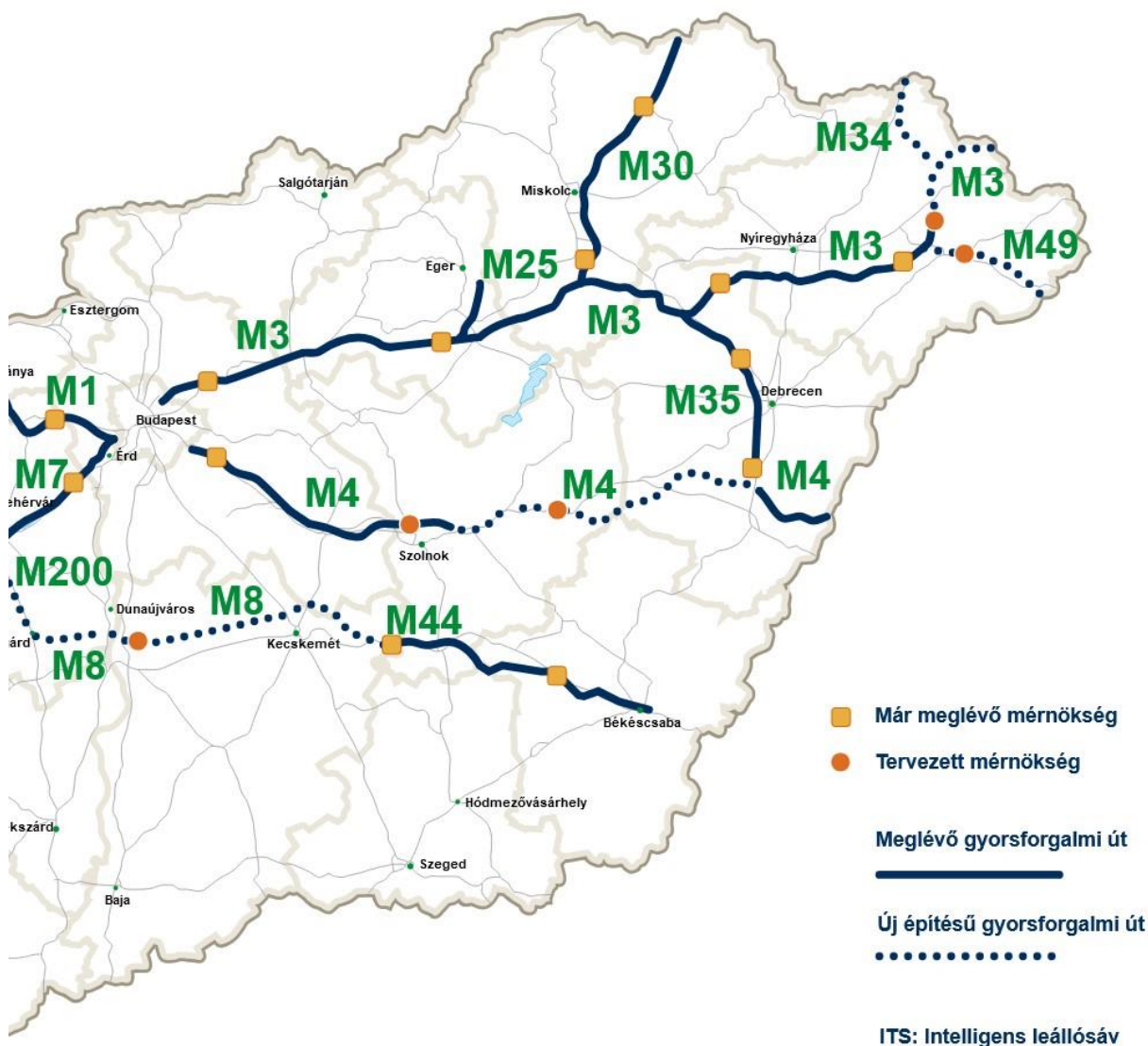
A nyilatkozatok és a begyűjtött statisztikai adatok alapján is megállapítható, hogy az idegenforgalmi adó elenyésző hányadát adja a helyi bevételeknek, amelyek a vármegyén belül a középmezőnybe vezetik a várost a települések közötti rangsorban.

Egyértelműen látszik az is, hogy Gyomaendrőd kiesik a Gyula–Békéscsaba–Szarvas tengelyből, amely a számok alapján a vármegyén belül a legerősebb mutatókkal bír mind a helyi adókból, mind az idegenforgalmi adókból befolyó bevételek tekintetében. Ennek egyik okát abban látom, hogy Gyomaendrőd kiesik a nemrég Békéscsabaig átadott M44-es és M4-es autópályák nyomvonalából, amely a Románia, a Kelet- Balkán és Nyugat-Európába irányuló

forgalom jelentős részét bonyolítja. Pont a két autóút közötti területen fekszik, így a nagyobb közúti forgalom elkerüli. (14. ábra)

14. ábra: Kelet - Magyarország gyorsforgalmi úthálózata

(Forrás: MKIF³⁶, 2024)



A földrajzi elhelyezkedése, a helyi önkormányzat támogatásának hiánya miatt a Pájer Kemping nem tud versenyezni más települések hasonló szállásadóival, illetve az idegenforgalmi és egyéb helyi adókból a Kempingtől érkező bevétel nem befolyásolja a helyi gazdaság fejlesztését. Az

³⁶ MKIF: Magyar Koncessziós Infrastruktúra Fejlesztő Zrt.

által alkalmazott 3-4 fő sem akkora létszám, ami bármilyen hatással is lehetne a helyi munkaerő piacra, ráadásul a Kemping szezonálisan működik.

Azt gondolom, hogy a fejlesztések tekintetében több pályázati lehetőséget kellene megragadnia mind az önkormányzatnak, mind a Kemping üzemeltetőjének, mert így tudnának versenyképesek lenni a térségben és olyan környezetet kialakítani, amely kihatással lehetne a város lakosság megtartó képességére, a lakások értékének növelésére, nagyobb vállalatok, cégek beruházására és így a munkaerő piac fejlődésére is, ami hozzájárul a helyi bevételek növekedéséhez is.

Megállapítható az is, hogy sem a település, sem a Kemping nem használja ki a közösségi médiában és a digitalizációban rejlő lehetőségeket, nem használják azokat a platformokat, melyek napjainkban marketing szempontból fontosok. Ezen véleményem szerint változtatniuk kellene, hogy ne maradjanak le az előttük állóktól.

Az is megállapítható volt, hogy nagyobb hangsúlyt kellene fektetniük az egymás közötti kommunikációra, együttműködésre, más szolgáltatókkal közös projektekre, a helyi termelők bevonására, mert ennek révén lehet olyan megállapodásokat kötni, esetleg közösen pályázni, amely szintén előre vinné az elképzeléseket. Összefogással többet el lehetne érni.

5. ÖSSZEFOGLALÁS

A turizmus már évezredek óta létezik, már az ókorban is utaztak a kereskedők, vándoroltak az emberek. Volt, aki új lakóhelyet keresett és volt, aki kereskedelmi céllal utazott.

Ahogy fejlődött az ember, fejlődött a technikai, már más célok is megjelentek az utazások terén. Először a kereskedők hagyták el lakóhelyüket és utaztak más országokba, kontinensekre, aztán később beindult a mesterek, majd a diákok turizmusa is, nem sokkal később pedig a diplomáciai utazások is megindultak. Ezekhez előbb utóbb kapcsolódtak a fizető szállások az útvonalak mentén és a vendéglátás iparága is fejlődésnek indult.

Míg korábban az utazások egyénileg történtek, az ipari forradalmat követően már megjelent az első utazási iroda is, majd ezt követte még számtalan és lassan kialakult a tömegturizmus.

A XX. században a technológiai fejlődések révén kibővült az utazáshoz használt eszközök, járművek köre és az áthidalható távolságok is megnöttek, újabb úticélok lettek elérhetőek mindenki számára.

A világháborúk és a gazdasági világválságok, természeti katasztrófák, a pestis, a Covid - 19 és a hasonló járványok folyamatosan befolyásolják a turizmus aktuális állapotát, illetve alakítják a trendeket is.

Napjainkban, a pandémia óta felértékelődtek a vidéki, kis létszámú, természetközeli szálláshelyek és szolgáltatások.

Ezek a szálláshelyek egyrészt a járvány ideje alatt a munkájukat és egzisztenciájukat elvesztő emberek révén jöttek létre, másrészt azokból a hétvégi házakból, nyaralókból alakultak ki, amelyeket nem, vagy csak ritkán használt a tulajdonosuk.

Ezek közül is a keresettebbek a vízparti szálláshelyek, mert ezek több lehetőséget nyújtanak a nyugodtabb környezetre vágyóknak, a környezetet, a horgászatot és vízi sportot kedvelőknek, illetve azoknak, akik nem szeretik a zsúfoltabb hoteleket, szállodákat. Ezek a szállások lehetőséget nyújtanak a helyi szokások, gasztronómiai sajátosságok megismerésére is.

Éppen ezért döntöttem úgy, hogy egy ilyen szálláson keresztül mutatom be, hogy egy kis település életében milyen befolyással bír egy Kemping, amely egy vidéki kis város szélén, vízparti környezetben nyújt több fajta szállást és szolgáltatást.

A gyomaendrődi Pájer Kemping egy nagyon hangulatos, a Körös folyó Templom-zug holtágának partján fekvő kemping, amely egyszerre kínál prémium apartmanokat klímával, a teraszon jakuzzival, valamint iskolás csoportoknak olcsóbb, tábori szállást, illetve sátorozási lehetőséget. Alkalmas pihenésre, fürdőzésre, a víz kiváló minősége és a holtág halfajokban gazdag kínálata miatt horgászatra is.

A vizsgálat során megállapítottam, hogy Gyomaendrődöt elsősorban földrajzi elhelyezkedése nem teszi alkalmassá arra, hogy turisztikai szempontból vezető szerepet töltsön be országos, de akár vármegyei szinten. Történelmi szempontból sem volt jelentős település az elmúlt évszázadok során.

A helyi önkormányzat bevételeit tekintve elenyésző az a rész, ami az idegenforgalmi adóból, végül is a turizmusból befolyó összeg. A természeti adottságai miatt a városnak, a Kempingnek és annak környezetének a horgász turizmusban érdekelt látogatókat kellene megcélózniuk, de ahhoz is fejlesztéseket kell végrehajtani.

A dolgozat elkészítése során több módszert is alkalmaztam annak feltérképezésére, hogy milyen lehetőségek vannak a Kempinget üzemeltető vállalkozás előtt, mik azok, amik jó gyakorlatnak számítanak és milyen fejlesztésre váró területek láthatók. Megvizsgáltam azt is, hogy milyen hatással van a Kemping a helyi gazdaság fejlesztésre, de az eredmények alapján azt állapítottam meg, hogy nincs jelentős befolyása arra.

Hiányoltam az együttműködést a helyi önkormányzat és a helyi vállalkozások, vagy a közeli vállalkozások között, valamint a közösségi média nyújtotta lehetőségek kihasználatlanságát.

Mélyinterjúk és SWOT analízis segítségével elemeztem a Kemping működését és különböző fejlesztésre váró ajánlásokat tettem. Több statisztikai adatszolgáltatást is kielemeztem a település tekintetében.

Az összes adatot, körülményt és információt összegezve megállapítható, hogy Gyomaendrőd sajnos egy turisztikai szempontból is elmaradott területen található, a természeti adottságai alapján van potenciál a turizmus egyik ágának fejlesztésében, amihez viszont összefogásra lenne szükség. A vizsgált Kemping szinte semennyire nem befolyásolja a helyi gazdaságot, vagy a helyi gazdaságfejlesztést, a helyi önkormányzat pedig semmilyen anyagi támogatást nem tud nyújtani a turizmus képviselőinek a településen.

IRODALOMJEGYÉK

- Arany F. (2024): Utazási és desztinációválasztási szokások vizsgálata vidéki terekben, Doktori (Phd) értekezés MATE Gödöllő, DOI: 10.54598/004390. Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: https://phd.mater.uni-mate.hu/294/4/Arany%20Ferenc_disszert%C3%A1ci%C3%B3-v%C3%A9gleges_DOI.pdf
- Az Európai Unió Tanácsának 2020. április 9-i sajtóközleménye a Covid-19 világjárványra adott átfogó gazdaságpolitikai válaszáról. Letöltés ideje: 2024.10.14. Forrás: <https://www.consilium.europa.eu/hu/press/press-releases/2020/04/09/report-on-the-comprehensive-economic-policy-response-to-the-covid-19-pandemic/>
- Az uniós intézkedések időrendi áttekintése. Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: <https://www.consilium.europa.eu/hu/policies/coronavirus-pandemic/timeline/>
- Bakó D. - Pálkó É. (2024): A koronavírus hatásai az alternatív turizmus, mint globális trend szerepének alakulására GRADUS 11: 2 (Special Issue) Paper: 2024.2.ECO.003, 9 p. (2024). Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: https://gradus.kefo.hu/archive/2024-2/2024_2_ECO_003_Bako.pdf
- Bartik, J. T. (1995): Economic Development Strategies, Upjohn Institute Working Paper No. 95-33. Letöltés dátuma: 2024.10.20. Forrás: https://research.upjohn.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1050&context=up_workingpapers
- Bartik, J. T. (2003): Local Economic Development Policies, Upjohn Institute Working Paper No. 03-91. Letöltés dátuma: 2024.10.20. Forrás: https://research.upjohn.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1108&context=up_workingpapers
- Boros, K. (2019): A hivatásturizmus meghatározásának terminológiai változásai a nemzetközi szakirodalomban. In: Csapó J., Gonda T., Raffay Z. (szerk.) Turizmus, fogyasztás, generációk : II. Nemzetközi Turizmus Konferencia: Tanulmánykötet. PTE KTK, Pécs, pp. 248-257. Forrás:

- Buhalis, D. (2008): Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research, *Tourism Management*, Volume 22., Issue 4., August 2008, Pages 629-623. Letöltés: 2024.10.20. Forrás: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Csordás T., Irimiás A., Kiss K. (2022): Digitalizáció-vezérelt innovációk a turizmusban - fókuszban a fogyasztói magatartás, *TURIZMUS BULLETIN XXII. évfolyam 4.szám* (2022) –DOI: 10.14267/TURBU L L . 2022v22n4.2. Letöltve: 2024.10.20. Forrás: <https://www.uni-corvinus.hu/downloads/6ctm.1jicj9t/turizmusbulletin-2022-04-3-17-26.b7f.pdf>
- Dávid L. (2009): A vidéki örökség szerepe a fenntartható turisztikai fejlesztésekben a horgász- és vadászturizmus példáján. In: Aubert A. – Berki M. (szerk.) *Örökség és Turizmus*. PTE TTK FI, Pécs, pp. 65-70.
- Európai Unió támogatási alapok 2021-2027. Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://www.palyazat.gov.hu/informacio/europai-unios-alapok>
- Élelmiszer biztonság. Letöltés ideje: 2024.10.15. Forrás: <https://portal.nebih.gov.hu/-/elelmiszer-elelmiszerbiztonsag>
- Falusi turizmus pályázatok. Letöltés ideje: 2024.10.15. Forrás: <https://palyazatok.org/falusi-turizmus-palyazatok/>
- FATOSZ Nemzeti Tanúsító Védjegy. Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://falusiturizmus.eu/vedjegy-informaciok>
- Fekete M. (2016): A Falusi Turizmus fejlődése Magyarországon és az Európai Unióban, *Oknyomozó tudomány -Multidiszciplinaritás@Eduatus - Magyar Tudomány Ünnepe 2016. november 15-15., pp. 45-55.* Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://real.mtak.hu/151151/1/ACTA-PERIODICA-XI.pdf>
- Gill H. (2024): Moneytalks: All the \$\$\$\$ generated by the Super Bowl 2024. Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: <https://www.bakeryandsnacks.com/Article/2024/02/16/Moneytalks-Super-Bowl-2024-in-figures#>
- Gonda T. (2016): A turisztikai termékfejlesztés alapjai. PTE KPVK, Pécs, 226 p. Forrás: <https://www.mek.oszk.hu/16600/16658/16658.pdf>

- Gonda T., Raffay Z., Spiegler, P. (2016): Az ökoturizmus fejlesztési lehetőségei és irányai a dél-dunántúli ökoturisztikai klaszter eredményei tükrében. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, 1(1), pp. 4-18. Forrás: <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/2016/06/22/turisztikai-es-videkfejlesztési-tanulmányok-1-evfolyam-1-szam/>
- Iványi T. (2022): Turisztikai információgyűjtés és élménymegosztás a közösségi média korában, TURIZMUS BULLETIN XXII. évfolyam 2. szám. DOI:10.14267/TURBULL.2022v22n2.5. Letöltés dátuma: 2024.10.20. Forrás: https://unipub.lib.uni-corvinus.hu/7494/1/TurizmusBulletin2022_02_5.pdf
- Így használják a különböző generációk a social mediát: hatalmas eltérések vannak. Letöltés dátuma: 2024.10.20. Forrás: https://www.life.hu/archiv/2022/11/igy-hasznaljak-a-kulonbozo-generaciok-a-social-mediát-hatalmas-elterések-vannak#google_vignette
- Jandala Cs. (2014): 2. MODUL: Turizmus-ipar. Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: https://www.uni-nke.hu/document/uni-nke-hu/jandala_2modul.pdf
- Kiegészítő tevékenységként is érdemes belekezdeni. Interjú Frankó Pállal a FATOSZ elnökével (2021). Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://magyarmezogazdasag.hu/2021/12/26/kiegeszito-tevekenyseggent-erdemes-belekezdeni/>
- Kovács D. (2015): Falusi turizmus Magyarországon – kérdések és dilemmák, TERÜLETI STATISZTIKA, 2015, 55(6): (592– 613). Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: https://real.mtak.hu/194688/1/ts2015_06_05.pdf
- Kovács D. (2016): Új jelenségek a falusi turizmusban Magyarországon, DETUROPE – THE CENTRAL EUROPEAN JOURNAL OF REGIONAL DEVELOPMENT AND TOURISM Vol. 8 Issue 1 2016 ISSN 1821-2506 (39-60). Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: https://www.deturope.eu/artkey/det-201601-0004_new-phenomena-of-rural-tourism-in-hungary.php
- Kóródi M.–Mondok A. (2023): A vidéki turizmusfejlesztés lehetőségei a szegmentáláson alapuló módszerek tükrében az Alsó-Ipoly mente példáján keresztül. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok 18(különszám), pp. 259 – 270. Forrás: <https://doi.org/10.14232/jtgf.2023.kulonszam.259-270>

- Laczkó-Stocker (2020): Economic impact and consumer behavior of domestic spectators in two major international sport events in Hungary in 2019, STUDIA UBB EDUCATIO ARTIS GYM., LXV, 2, 2020, pp. 5 – 17. Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: http://www.studia.ubbcluj.ro/download/pdf/educatio/2020_2/01.pdf
- Lenkovics B. (2013). A falusi turizmus szerepe Nógrád megyében. Területi Statisztika 53(03), pp. 288-298. Forrás: https://real.mtak.hu/194504/1/ts2013_03_07.pdf
- Mammadova Z., Egedy T. (2022): A digitalizáció szerepe és lehetséges hatásai a turizmus fejlődésében, Földrajzi Közlemények 2022. 146. 4. pp. 332–341. Letöltés dátuma: 2024.10.20. Forrás: <https://doi.org/10.32643/fk.146.4.5>
- Mezei C. (2006): A helyi gazdaságfejlesztés fogalmi meghatározása Tér és Társadalom 20. évf. 2006/4. 85-96. p. Letöltés dátuma: 2024.10.20. Forrás: http://epa.oszk.hu/02200/02251/00025/pdf/EPA02251_Ter_es_tarsadalom2155.pdf
- Michalkó G. - Vizi I. (2001): A turizmus, mint globalizációs jelenség Magyarországon. Iskolakultúra 2001/11 pp. 10-19. Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: file:///D:/Let%C3%B6lt%C3%A9sek/EPA00011_iskolakultura_2001_11_010-019-2.pdf
- Molnár Cs. - Remenyik B. (2017): A falusi turizmus helyzete és fejlesztési lehetőségei, Studia Mundi - Economica Vol. 4. No. 5. Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: http://studia.mundi.gtk.szie.hu/sites/default/files/upload/studia/2017-vol4-no5/studia_mundi_vol_4_no_5_molnar.pdf
- Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/strategia/>
- Palancsa A. (2024): A fenntartható turizmus: valóság vagy átverés? In: Obádovics Cs., Resperger R., Széles Zs., Tóth B. I. (szerk.) Fenntarthatósági átmenet: kihívások és innovatív megoldások. Soproni Egyetem Kiadó, Sopron, pp. 221-236. DOI: <https://doi.org/10.35511/978-963-334-499-6-Palancsa>
- Papp-Váry Árpád Ferenc, Farkas Máté (2022): A helyi termékek szerepe a gazdaságfejlesztésben és az identitásépítésben – általános helyzetelemzés és javaslatok a 8-mezős SWOT módszerével (1-19). Letöltés dátuma: 2024.10.23. Forrás: https://start.uni-neumann.hu/telemarket/kiadvanyok/2022-6/07_Papp-Vary.pdf

- Pálné Kovács I. (2019): A magyar önkormányzatok korlátai a helyi gazdaságfejlesztésben. Tér és Társadalom 33(2), pp. 3–19. DOI: 10.17649/TET.33.2.3088.
- Raffay Z. (2020): A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására. Letöltés: 2024.10.23. Forrás: https://ktk.ptt.hu/sites/ktk.ptt.hu/files/images/008_A%20COVID-19%20jarvany%20hatasa%20a%20turistak%20fogyasztoi%20magatartasanak%20valtozasara.pdf
- Rodek N.–Fehérvári D. (2022): A COVID19 járvány hatása a nemzetközi és hazai szálláshely szolgáltatók működésére. In: Michalkó G., Németh J., Birkner Z. (szerk.) Turizmusbiztonság, járvány, geopolitika. Bay Zoltán Alkalmazott Kutatási Közhasznú Nonprofit Kft., Budapest, pp. 87-99.
- Szalók Cs.–Hanusz Á. (2022): Funkció vesztett magyar falvak turizmusának újragondolása, a jövő felelőssége, Vidéki örökségek értékek-2022, II. Nemzetközi Vidéki Örökség Konferencia, Az elmélet és a jó gyakorlat találkozása, Konferenciakötet 2022 (50-57). Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: <https://pea.lib.ptt.hu/bitstream/handle/pea/34266/mate-andre-dan-andrea-videki-oroks%c3%a9gi-ertekek-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Szalók Cs. – Petykó Cs. – Schultz É. (2023): Turisztikai vonzerők, vagy közösségépítő hagyományok újragondolása a falusi turizmusban. Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok - Gazdálkodás- és Szervezéstudományi folyóirat 2023/1. különszám, pp. 117-144. Forrás: <https://doi.org/10.33565/MKSV.2023.KSZ.01.05>
- Széchenyi Terv Plusz Operatív Programok 2021-2027. Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://www.palyazat.gov.hu/programok/szechenyi-terv-plusz>
- Orliczki P. - Kovács T. (2023): Tanulmány a modern turizmusról, avagy a közösségi média utazásainkra gyakorolt hatása, Multidiszciplináris kihívások sokszínű válaszok Gazdálkodás és szervezéstudományi folyóirat 2023.2. különszám, <https://doi.org/10.33565/MKSV.2023.KSZ.02.04>. Letöltés dátuma: 2024.10.23. Forrás: <https://ojs.mtak.hu/index.php/mksv/article/view/11249/10462>

- Which of the following information sources do you think are most important when you make a decision about your travel plans? Letöltés dátuma: 2024.10.20. Forrás: <https://www.statista.com/statistics/459109/main-sources-travel-information-hungary/>

Internetes források

- www.consilium.europa.eu
- <https://falusiturizmus.eu>
- <https://info.ntak.hu/>
- <http://www.ksh.hu>
- www.google.com
- www.gyomaendrod.hu
- <https://gyomaendrod.kornyeke.hu>
- <https://magyarmezogazdasag.hu/>
- <https://map.ksh.hu/timea/>
- <https://mtu.gov.hu>
- <https://net.jogtar.hu>
- <https://norberthires.com>
- <https://www.oeny.hu/oeny/teir/#/>
- www.palyazat.gov.hu
- <https://pajerkemping.hu>
- <https://play.google.com>
- <https://portal.nebih.gov.hu>
- <https://scholar.google.com/>
- www.statista.com
- <https://www.survio.com>

- <https://tudasbazis.sulinet.hu>
- <https://turizmus.com>
- <https://hu.wikipedia.org>

Jogszabályi hivatkozások

- 1995. évi CXVII. törvény a személyi jövedelemadóról. Letöltés dátuma: 2024.10.14.
Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99500117.tv>
- 239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről.
Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0900239.kor#>
- 101/2023. (XII. 29.) BM rendelet A tűzvédelmi szabályzatról, a tűzvédelmi házirendről, valamint a tűzvédelmi oktatásról. Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2300101.bm>
- 2023. évi C. törvény a magyar építészetéről. Letöltés dátuma: 2024.10.14. Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2300100.tv>
- 2016. évi CLVI. törvény a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól.
Letöltés dátuma: 2024.10.15. Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1600156.tv>

ÁBRÁK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

- 1. táblázat:** A magyarországi turisztikai fogyasztás a látogatók csoportjai szerint. (Forrás: KSH, 2019) adatok alapján saját szerkesztés – 8. oldal
- 1. ábra:** Fogyasztói költségek milliárd amerikai dollárban. (Forrás: statista.com által közölt adatok, 2024.) – 10. oldal
- 2. ábra:** A magyarországi turisztikai fogyasztás a látogatók csoportjai szerint. (Forrás: KSH által közölt adatok, 2019.) – 11. oldal
- 3. ábra:** FATOSZ Nemzeti Tanúsító Védjegy (Forrás: FATOSZ, 2024) – 22. oldal
- 4. ábra:** Az alábbi információforrások közül melyiket tartja a legfontosabbnak, amikor döntést hoz az utazási terveiről? (Forrás: statista.com által közölt adatok, 2024) – 24. oldal
- 5. ábra:** SWOT analízis ábrája (Forrás: norberthires.com, 2024) – 28. oldal
- 6. ábra:** Lakások átlagos négyzetméter ára Békés vármegyében (Forrás: KSH 2022-es adatai alapján saját szerkesztés) – 31. oldal
- 7. ábra:** Egy főre jutó jövedelem Békés vármegye településein (Forrás: KSH 2022-es adatai alapján saját szerkesztés) – 31. oldal
- 8. ábra:** Helyi önkormányzatok bevételei helyi adóból (Forrás: TEIR 2022-es adatai alapján saját szerkesztés) – 32. oldal
- 9. ábra:** Helyi önkormányzatok helyi adó bevételeiből az idegenforgalmi adó (Forrás: TEIR 2022-es adatai alapján saját szerkesztés) – 33. oldal
- 10. ábra:** Idegenforgalmi adó részaránya a helyi adókból (Forrás: TEIR 2022-es adatai alapján saját szerkesztés) – 34. oldal
- 11. ábra:** A többnapos belföldi utak során eltöltött idő célrégió (turisztikai régió) szerint (Forrás: KSH által közölt adatok, 2019.) – 35. oldal
- 12. ábra:** Magyarország 11 nevesített turisztikai térsége (Forrás: MTÜ, 2020) – 36. oldal
- 13. ábra:** A Pájer Kemping térképe (rajz) (Forrás: <https://pajerkemping.hu/terkep>, 2024) – 38. oldal
- 14. ábra:** Kelet - Magyarország gyorsforgalmi úthálózata (Forrás: MKIF³⁷, 2024) – 49. oldal

³⁷ MKIF: Magyar Koncessziós Infrastruktúra Fejlesztő Zrt.

A VIZSGÁLT KEMPINGBEN KÉSZÜLT FÉNYKÉPEK

1. számú kép: Ifjúsági szállás, faház

(Forrás: saját fotó, 2021)



2. számú kép: Prémium apartman

(Forrás: pajerkamping.hu, 2024)



3. számú kép: Prémium vízparti apartman

(Forrás: saját fotó, 2022)



4. számú kép: Prémium vízparti apartman

(Forrás: saját fotó, 2022)



5. számú kép: Lakókocsi

(Forrás: pajerkemping.hu, 2024)



6.számú kép: Sátorozás

(Forrás: pajerkemping.hu, 2024)



7. számú kép: Kenyérlángos sütés búbos kemencében

(Forrás: pajerkemping.hu, 2024)



8. számú kép: A fogás

(Forrás: saját fotó)



MELLÉKLETEK

1. számú melléklet: NFL nézőszámok 2024

NFL 2024 Nézőszám				
Sorrend	Csapat	Home		
		Játékok	TOTAL	Átlag
1	Dallas	2	187,257	93,628
2	NY Jets	2	163,055	81,527
3	NY Giants	2	162,333	81,166
4	Green Bay	2	156,162	78,081
5	Los Angeles	2	147,326	73,663
6	Kansas City	3	220,761	73,587
7	Denver	2	147,04	73,52
8	Atlanta	4	286,952	71,738
9	Houston	3	213,954	71,318
10	San Francisco	3	213,671	71,223
11	Carolina	2	142,403	71,201
12	Baltimore	2	141,398	70,699
13	Buffalo	2	140,858	70,429
14	Los Angeles	2	140,48	70,24
15	New Orleans	2	140,013	70,006
16	Philadelphia	1	69,879	69,879
17	Seattle	4	274,446	68,611
18	Cleveland	2	135,447	67,723
19	Pittsburgh	2	134,114	67,057
20	Tennessee	2	132,831	66,415
21	Cincinnati	3	198,762	66,254
22	Indianapolis	3	198,306	66,102
23	Detroit	3	197,348	65,782
24	Miami	3	196,474	65,491
25	Minnesota	3	194,723	64,907
26	New England	2	129,314	64,657
27	Arizona	3	190,267	63,422
28	Tampa Bay	3	189,991	63,33
29	Las Vegas	2	124,818	62,409
30	Washington	2	120,871	60,435
31	Jacksonville	2	120,319	60,159
32	Chicago	3	177,784	59,261

2. számú melléklet: Gyomaendrőd polgármesterének interjú kérdései

1. Milyen a település fekvése, elhelyezkedése turisztikai szempontból?
2. Melyek a település turisztikai szempontból vonzó, látogatókat csalogató szolgáltatásai, attrakciói? A turizmus mely fajtáit választják az ide látogatók?
3. Milyen a kapcsolatuk a helyi szálláshely adókkal?
4. Milyen jellegű támogatást, segítséget nyújtanak, vagy van lehetőségük nyújtani a helyi szállásadóknak, vendéglátó vállalkozóknak?
5. Mennyire használják ki a közösségi média adta lehetőségeket?
6. Milyen gazdaságfejlesztési stratégiája van a helyi önkormányzatnak?
7. Mekkora részt foglal el az önkormányzat büdzséjében a helyi turizmusból befolyó bevétel?
8. Hányszor és milyen módon van lehetőség a helyi turisztikai szolgáltatókkal történő egyeztetésre?
9. Milyen fejlesztéseket hajtottak végre az elmúlt időszakban és milyen fejlesztéseket terveznek a jövőben a turizmus fejlesztésére?

3. számú melléklet: A Kemping üzemeltetőjének interjú kérdései

1. Rövid bemutatkozás: honnan származik, ha nem gyomaendrődi, akkor, hogy került oda?
2. Hogyan és mikor kezdte a vállalkozást? Mi volt az első vállalkozása?
3. Miért itt kezdett vállalkozásba?
4. Milyen más vállalkozása van még? Azok/az hogyan kapcsolódik/kapcsolódnak a kempinghez?
5. Milyen szolgáltatásokat nyújt a kemping?
6. Milyen csoportokat tud megcélozni?
7. A kemping működtetése óta milyen fejlesztéseket végeztek el és milyen fejlesztéseket terveznek?
8. Milyen pályázati forrásokat vettek igénybe a fejlesztésekhez? (összeg megjelölése nem szükséges) A helyi önkormányzat, vagy más szervezettől kaptak-e támogatást?
9. Milyen kooperációs lehetőségek vannak a helyi vállalkozásokkal, önkormányzattal, szervezetekkel?
10. Kivel tud együtt működni a szolgáltatásokban?

11. Milyen kapcsolat van a kemping szolgáltatásai és a helyi szolgáltatások között? Van-e kapcsolódási pont?
12. A kempingben működő gasztronómiai szolgáltatások során milyen helyi termékeket használ (ha használ), milyen a viszonya a helyi termelőkkel?
13. Mennyiben és miben változott a kemping élete az elmúlt években?
14. A helyi fejlesztésekben milyen jelentősége van a kemping működésének? (pl. kerékpárút, utak, csatornahálózat stb.)
15. Milyen hatással van a kemping a helyi társadalomra? (pl. munkaerő)
16. Fenntarthatóság szempontjából milyen fejlesztéseket eszközöltek a Kempingben?

4. számú melléklet: A további interjú alanyok kérdései

1. Hol lakik?
2. Milyen messze van a lakóhelye a Kempingtől?
3. Kitől, vagy honnan értesült a Kempingről?
4. Hányszor vette már igénybe a Kemping szállás és egyéb szolgáltatásait?
5. Milyen célból és kivel szokott a Kempingbe tartózkodni?
6. Mennyi időt tölt el egy tartózkodása során a Kempingben?
7. Milyen szállást vett igénybe?
8. Milyen fejlesztéseket tapasztalt?
9. Milyen negatív tapasztalatai vannak a Kempinggel, vagy annak környezetével kapcsolatban?
10. Milyen fejlesztésekre lenne igénye?
11. Egyéb megjegyzések

NYILATKOZAT

a diplomadolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: **Lukács Szabolcs**
A Hallgató Neplun kódja: **DD91UF**
A dolgozat címe: **A turizmus helyi gazdaságfejlesztési potenciáljának vizsgálata Gyomaendrődön**
A megjelenés éve: **2024**
A konzulens intézetének neve: **Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem**
Károly Róbert Campus
A konzulens tanszékének a neve: **Vidék- és területfejlesztési tanszék**

Kijelentem, hogy az általam benyújtott diplomadolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem MAIER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumába. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védelmet követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után

nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem MAIER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumában.

Kelt: 2024. év október hó 30. nap



Hallgató aláírása

NYILATKOZAT

Lukács Szabolcs (hallgató Neptun azonosítója: **DD91UF**) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a diplomadolgozatot¹ áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A diplomadolgozatot a záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem³

Kelt: Gyöngyös, 2024. október 30.


belső konzulens

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellet a többi típus törlendő.

² A megfelelő alá húzandó.

³ A megfelelő alá húzandó.

