

SZAKDOLGOZAT

Karóczkai Boglárka

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
Turizmus-vendéglátás alapképzési szak

SALGÓTARJÁN ÉS A KARANCS-MEDVES-VIDÉK
TURISZTIKAI POTENCIÁLJA

Belső konzulens: Dr. Szűcs Csaba
egyetemi docens

Intézet: Vidékfejlesztés és Fenntartható
Gazdaság Intézet

Tanszék: Fenntartható Turizmus Tanszék

Készítette: **Karóczkai Boglárka**

Gödöllő
2024

Tartalomjegyzék

1.	Bevezetés.....	3
2.	Szakirodalmi feldolgozás	5
2.1	A turizmus definíciói és rendszere	5
2.1.1	A turizmus trendjei.....	7
2.2	Aktív turizmus.....	10
2.2.1	Az aktív turizmus fogalma	11
2.2.2	Az aktív turizmus alapmotivációi	12
2.2.3	A hazai aktív turizmus jelentősége.....	13
2.3	Salgótarján.....	13
3.	Alkalmazott módszerek.....	15
3.1	Kutatási célok és a kutatás hipotéziseinek bemutatása	15
3.2	A vizsgálat körülményeinek, helyszínének bemutatása	15
3.3	A vizsgálati módszerek bemutatása	16
3.4	A vizsgálati minta bemutatása.....	17
4.	Eredmények.....	18
4.1	Kérdőíves megkérdezés.....	18
4.2	Az Észak-magyarországi régió és Nógrád vármegye KSH adatok alapján való kiértékelése.....	29
4.3	Turizmusfejlesztési stratégiák	33
4.3.1	A Széchenyi 2020 Program kiértékelése.....	34
4.4	Interjú	35
4.5	Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék SWOT analízise.....	37
5.	Eredmények és értékelésük	40
6.	Következtetések és javaslatok.....	41
7.	Összefoglalás.....	42
8.	Irodalomjegyzék.....	43

9.	Ábrák jegyzéke.....	48
10.	Táblázatok jegyzéke.....	50
11.	Melléletek.....	51
12.	Hallgatói nyilatkozat	65
13.	Konzulensi nyilatkozat.....	66

1. Bevezetés

Dolgozatomban Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turizmusát vizsgálom. Salgótarjánhoz és a Karancs-Medves-vidékhez személyes kötődésem révén mély érdeklődés és szeretet fűz.

Gyermekkoromat ezen a vidéken töltöttem, és számos emlék, élmény köt össze ezzel a tájjal. A Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék iránti szeretetem és kötődésem arra inspirált, hogy vizsgáljam ennek a területnek a turizmusfejlesztési potenciálját. A régió gazdag történelmi és kulturális öröksége, valamint lenyűgöző természeti kincsei mind olyan elemek, amelyek vonzóvá tehetik a turisták számára.

A szakdolgozat témájának kiválasztásakor fontos volt számomra az, hogy egy kevésbé feldolgozott témát vizsgáljak és hogy az alapképzés során elsajátított tudásomat össze tudjam kapcsolni a Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék iránti szeretettel.

A téma aktualitását az adja, hogy a 19. és 20. századi Magyarországon az Észak-magyarországi régió volt a nehézipar központja, a bányászat és a kohászat felvirágzásának köszönhetően. A rendszerváltozás drasztikus gazdasági visszaesést eredményezett, melynek következtében az ipar leépült, a lakosság életszínvonala csökkent, és magas munkanélküliség alakult ki a térségben. A régió ma is súlyos társadalmi és gazdasági kihívásokkal szembesül, amelyek jelentős hatással vannak a helyi közösségre és a gazdaságra egyaránt. A térség jelenlegi elhanyagoltsága kiemeli annak szükségességét, hogy a térség új lendületet kapjon és újra felvirágozzon, ami nemcsak a gazdasági növekedést hozhatja magával, hanem a közösségi és kulturális élet gazdagodását is eredményezheti. Úgy gondolom, hogy a turizmus fejlesztése lehet az egyik kulcs a fent említett problémák megoldásához.

Szakdolgozatom elkészítésével az az elsődleges célom, hogy mélyebb betekintést nyerjek abba, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék hogyan pozícionálja magát a turizmus piacán. Emellett azt is vizsgálni szeretném, hogy milyen mértékben ismeri fel és értékeli a salgótarjáni lakosság a környék adta turisztikai vonzerőket és látnivalókat. Ezáltal szeretném feltérképezni a helyi turisztikai potenciált és az ehhez kapcsolódó lehetőségeket, valamint azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják a turizmus fejlődését és sikerességét a régióban.

Szakdolgozatomat a témához kapcsolódó külföldi és hazai szakirodalmak áttekintésével folytatom. A Karancs-Medves-vidék természeti adottságait figyelembe véve kiemelten fontosnak tartottam az aktív turizmus fogalmának értelmezését. Ez a terület bővelkedik természeti kincsekben, amelyek ideális alapot nyújtanak az aktív turizmus fejlesztéséhez és népszerűsítéséhez.

Saját kutatásom során diagramok segítségével bemutatom, hogy jelenleg hogyan pozicionálja magát a turizmus piacán Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék. Ezt követően rátérek a Salgótarjánt és a Karancs-Medves-vidéket érintő legfontosabb fejlesztési stratégiára, a Széchenyi 2020 programra. Kutatásomat kiegészítettem egy SWOT analízissel és offenzív stratégiát vázoltam fel.

Saját kutatásom során kérdőíves megkérdezés módszerét alkalmazva felmértem a salgótarjáni lakosság, valamint a környékbeliek tájékozottságát Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turisztikai kínálatával kapcsolatban. A kérdőív segítségével azt kívánom feltérképezni, hogy a salgótarjániak és környékbeliek mennyire ismerik és értékelik a régió turisztikai látnivalóit és vonzerőit, valamint hogyan vélekednek a Karancs-Medves-vidék idegenforgalmáról. Emellett szeretném megtudni, hogy a helyi lakosság mennyire érzi szükségesnek a turizmus fejlesztését a vidéken.

A hazai és külföldi szakirodalmak és egyéb források áttanulmányozása és értelmezése után kialakítottam a hipotéziseimet, melyek az alábbiak:

H1: A Nógrád vármegyei vonzerőelemek aránya arra utal, hogy jelentős turisztikai potenciállal rendelkezik.

H2: A salgótarjáni lakosság jól ismeri Salgótarján látnivalóit, ugyanakkor kevés ismerete van a Karancs-Medves-vidék természeti kincseiről.

2. Szakirodalmi feldolgozás

2.1 A turizmus definíciói és rendszere

A turizmusról alkotott fogalmak gazdag és sokszínű palettát alkotnak, melyek együtt alkotják ennek a dinamikus és állandóan változó iparágának képét. A legelterjedtebb fogalom a Turisztikai Világszervezet (mai nevén: UNWTO) és az Interparlamentáris Unió által elfogadott 1989-es Hágai Nyilatkozathoz kötődik úgy fogalmaz: *„a turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyén kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat”* (<https://www.unwto.org/> Letöltés ideje: 2024.04.21.).

Michalkó megfogalmazásában a turizmus *„...az egyén élményszerzéssel párosuló környezetváltozása, amelynek során szolgáltatások igénybevételére kerül sor”* (Michalkó, 2008, p. 18).

Az ENSZ Római Konferenciájának 1963-as ülése mérföldkő volt a határokon átnyúló turizmus értelmezésében. Ezen a konferencián került bevezetésre a "látogató" fogalma, amely azokat az embereket jelöli, akik országhatárokon átutazva más országokban tartózkodnak. Ezeket a látogatókat további két alapvető csoportba osztották: a turistákra és a kirándulókra. A turisták azok a látogatók, akik hosszabb időre, több napra keresnek fel más országokat. A kirándulók azok a látogatók, akik rövid időre, általában kevesebb, mint 24 órára érkeznek a meglátogatott országba (Fekete, 2006).

A turizmus irányát tekintve megkülönböztethetünk belföldi- vagy nemzetközi (beutazó és kiutazó) turizmust.

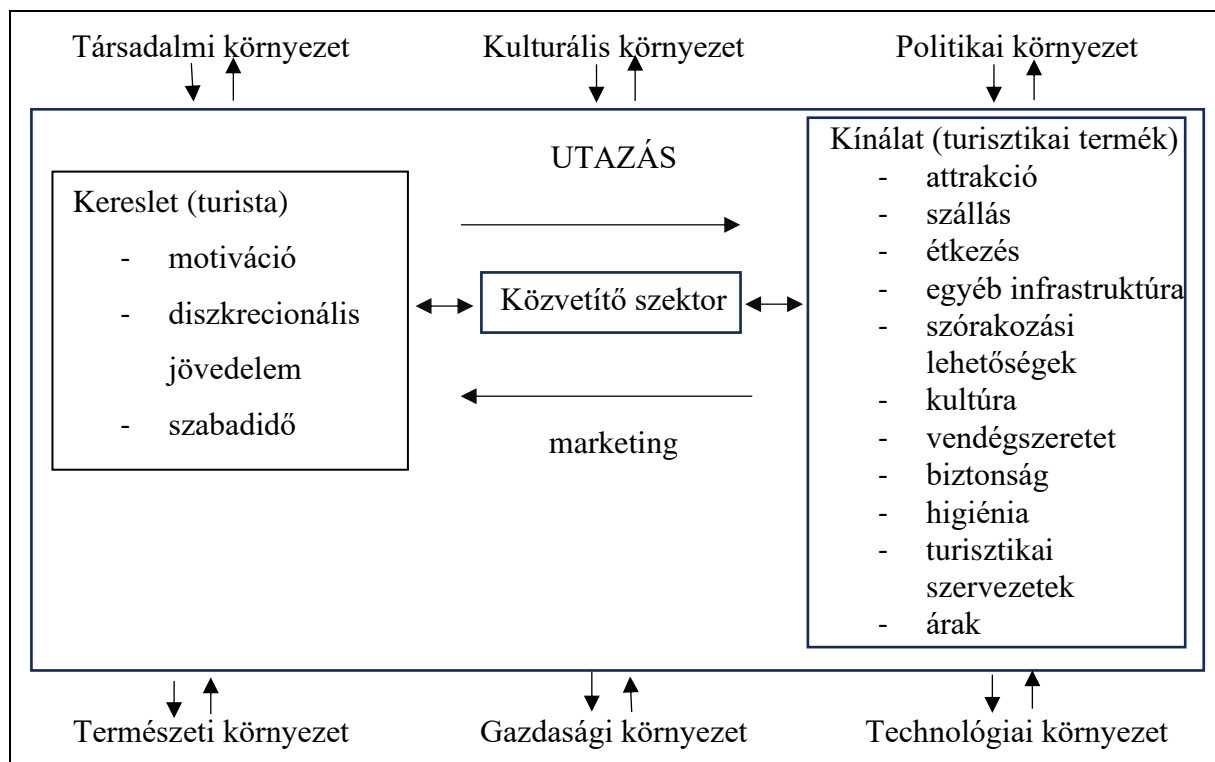
A turizmus két alapvető fajtára oszlik: szabadidős turizmusra és hivatásturizmusra. A szabadidős turizmus során az emberek munkaidőn kívüli turisztikai tevékenységeikre koncentrálnak, amelyek általában önálló döntéseken alapulnak. A szabadidős turista saját maga határozza meg az utazás célját, az utazás időpontját, a tartózkodás hosszát és a költségeket. Ezek az utazások főként a mindennapok monotonitásának és a hétköznapi környezetből való kiszakadás vágyára épülnek. A hivatásturizmus olyan utazásokat jelent, amelyek a foglalkozással kapcsolatos tevékenységekhez kötődnek. Az utazást és a tartózkodást általában a munkáltató határozza meg, de előfordul, hogy a munkavállaló is javaslatot tehet. Általában a munkáltató fizeti az utazás és a tartózkodás alapvető költségeit, de előfordulhat, hogy a munkavállaló saját jövedelméből is részt vesz a költségek fedezésében. A hivatásturizmus főként konferencia-, üzleti és incentive utazásokat foglal magában, de más szakmák képviselői is rendszeresen utaznak munkájukhoz kapcsolódóan, például kutatás, művészetek vagy sport területén (Michalkó, 2016)

A legelterjedtebb csoportosítás alapján két alapvető forma jelenik meg: a tömegturizmus és az alternatív turizmus (Neil & Wearing, 2000; Michalkó, 2016). A tömegturizmus és az alternatív turizmus között lényeges különbségek mutatkoznak, amelyek érintik a résztvevők számát és összetételét, a kínált szolgáltatások jellemzőit, az elérhető élmények skáláját, valamint a környezettel való kapcsolatot (Gonda, 2022).

A turizmus rendszerének alapját képezik a turisták, akik a keresletet jelentik, és a turizmus kínálata, amely a turisztikai termék maga. Ezen rendszer működését és alakulását pedig különböző külső tényezők befolyásolják, mint például a társadalmi, politikai, gazdasági, természeti, kulturális és technológiai környezet. (Puczkó, 2002). A turizmus Lengyel értelmezésében egy nyílt, összetett és változatos rendszert alkot, amely szoros kapcsolatban áll a környezetével. A turizmus és környezete kölcsönösen függenek egymástól. (Lengyel, 2001) Ez az értelmezés (1. ábra) kiemeli a turizmus komplexitását és az abban rejlő kölcsönhatások gazdagságát, amelyek hozzájárulnak az iparág dinamizmusához és sokszínűségéhez.

1. ábra A turizmus rendszere és környezete

(Forrás: (Rátz, 1999, p. 16) alapján saját szerkesztés, 2024)



A turizmus dinamikájának egyik alkotóeleme a kereslet, melynek összetevői között fontos szerepet játszik a motivációk, a rendelkezésre álló szabadidő (vagy a hivatásturizmus esetében az utazásra fordítható idő), valamint a diszkrecionális jövedelem. Ezek a faktorok együttesen alakítják ki az emberek utazási döntéseit. Emellett más tényezők is befolyásolják

ezeket a döntéseket, mint például az ízlés, a divat, a demográfiai jellemzők és az életstíluspreferenciák. Mindezek összessége határozza meg, hogy az emberek milyen utazási élményekre vágnak, és mely célpontokat részesítik előnyben az utazásaik során. (Michalkó, 2016)

A társadalmi környezet kulcsfontosságú szerepet játszik a turizmus alakulásában. A demográfiai tényezők, mint például a nemi- és korösszetétel, közvetlen hatást gyakorolnak a turisták preferenciáira és igényeire. A kulturális környezet fontos tényező a turizmusban, amely magában foglalja mind a küldő, mind a fogadó országok kulturális színvonalát. Ide tartoznak a helyi népszokások és hagyományok, valamint az a nyitottság, amely más kultúrák értékeinek elismerését és befogadását jelenti. Ez a környezet meghatározza az emberek viselkedését és élményeit utazásaik során, és befolyásolja azt, hogy milyen mértékben érzik magukat üdvözölve és elfogadva egy adott helyen. A politikai környezet, a turizmuspolitika, az erre vonatkozó intézményrendszer és a kapcsolódó jogszabályok befolyásolják a turizmus fejlődését és működését. A politikai hatalom segítheti (például a személyek EU-n belüli szabad mozgása), de ugyanakkor korlátozhatja is a turizmust (például Vietnámban, Hanoi óvárosában kitiltják a turistacsoportokat a híres Train Streetről) (Simándi & Benkei-Kovács, 2018). A természeti környezet, beleértve egy desztináció éghajlatát vagy természeti képződményeit, nemcsak a legfőbb turisztikai vonzerők közé tartoznak, hanem hatással vannak az adott hely imázsára is (mint például Angliában mindig esik sztereotípiá). Ezen túl jelentős befolyással van a beruházásokra és a turisztikai létesítmények üzemeltetési lehetőségeire és költségeire is. Az általam vizsgált Salgótarján és Karancs-Medves-vidék sem kivétel ez alól a szempont alól (Dávid, et al., 2007). A turizmust érintő gazdasági környezet elemei között fontos szerepet játszanak a gazdasági szabályozók és ösztönzők, az adó- és támogatáspolitikák, valamint az árfolyampolitika. A technológiai környezet is jelentős hatást gyakorol a turizmusra, ez abban mutatkozik meg, hogy a turisztikai vállalkozások egyre inkább elkötelezik magukat az elektronikus információátadás iránt. A weboldalak, az online foglalási rendszerek és az információk folyamatos frissítése révén a vállalatok jobban elérhetővé és vonzóbbá válnak a potenciális utazók számára (Simándi & Benkei-Kovács, 2018).

2.1.1 A turizmus trendjei

Az utazási trendek feltárása lehetővé teszi az iparági szereplők számára, hogy felkészüljenek az előre látható változásokra. A turizmus trendjeiről szóló tanulmányok (Csapó & Töröcsik, 2020; Buckley, et al., 2015) megvizsgálása során kijelenthető, hogy iparágat jelentősen befolyásoló megatrendek között kiemelkedő fontosságúak az alábbiak: társadalmi

változások, természeti és szociális környezet iránti érzékenység, valamint az információ-és kommunikációtechnológia térnyerése.

Változnak a fogyasztói elvárások, a hangsúly egyre inkább az egyedi igények kielégítésére helyeződik. Az individualizmus térnyerése egyértelmű jele annak, hogy a vendégek nem elégszenek meg az általános megoldásokkal, hanem személyre szabott élményeket keresnek (Zátori, 2018). Ennek megfelelően a szolgáltatóknak kreatív megoldásokkal kell előállniuk, hogy kiemelkedjenek a versenytársaik közül, és megfeleljenek az egyre szigorúbb elvárásoknak, Fisher és Smith szerint egyre több vállalat igyekszik olyan ajánlatokat kínálni, amelyek lehetővé teszik az autentikus fogyasztást, hogy így megfeleljenek a fogyasztók elvárásainak. (Fisher & Smith, 2011). Kalmárné és Hering kiemelték, hogy az utazó fogyasztói elvárása az lett, hogy *„...utazása során élményekkel gazdagodjon, a megszokottól eltérő impulzusokkal találkozzon és térjen haza”* (Kalmárné Rimóczi & Hering, 2019, p. 41).

A demográfiai változások elemzése során kiemelkedő trend az idős korosztály arányának emelkedése. Gonda Tibor hangsúlyozza, hogy a turizmus terén egyre inkább megjelennek az időskorúak igényeire szabott, speciális csomagajánlatok *„...amelyekben a biztonság, a kényelmes közlekedési eszközök, a nyugodt kikapcsolódást biztosító, könnyen megközelíthető helyszínek, a főszezonon kívüli ajánlatok kapják a főszerepet”* (Gonda, 2016, p. 38).

A demográfiai változások egyik aspektusa, hogy új társadalmi csoportok tűnnek fel, mint például a szinglik. Ez a csoport magasabb diszkrecionális jövedelemmel rendelkezik, keresi a minőségi élményeket és a kényelmet, megnő az érdeklődésük a luxuscikkek és az egyedi helyszínek iránt. Az egyedülállók számára az utazás szabadító érzés, amely lehetőséget ad nekik a személyes függetlenségre, a teljes kikapcsolódásra és a felfedezésre. Számukra az utazás nemcsak az úti célok felfedezéséről szól, hanem a saját belső világuk és érzelmeik felfedezéséről is. Egyedülállóként az utazás lehetőséget nyújt arra, hogy új emberekkel találkozzanak, új barátságokat kössenek és értékes kapcsolatokat építsenek ki, miközben megoszthatják és megtapasztalhatják mások kultúráját és életmódját (Bianchi, 2016). Számomra minden új helyszín, minden új közeg lehetőséget ad arra, hogy lássam, hogyan élnek mások, hogyan élik mindennapjaikat, milyen értékeket tartanak fontosnak. Ez az interakció nemcsak gazdagítja az életemet, hanem segít abban is, hogy jobban megérthessem és elfogadjam a különféle kultúrákat és életmódokat, és hogy jobban megismerjem magamat.

Az emberek életmódjában tapasztalható változások egyre inkább arra ösztönzik az embereket, hogy tudatosabban és egészségesebben éljenek mindennapjaik során. A gyors tempójú életvitel, a munka nyomása és a mindennapi stressz és a folyamatos információáradat

az embereket arra ösztönzi, hogy megfontoltabban gondolkodjanak az egészségük és jólétük kapcsán (Michalkó, 2010).

Ennek eredményeként megnő az igény a gyógy- és wellness szállodák és fürdők iránt, ahol az esztétikus és nyugodt környezet, a testmozgás társadalmi elfogadottsága és természetessége, valamint az előrelátó és betegségmegelőző életmód együttesen hozzájárulnak az egészséges pihenés lehetőségéhez (Árpási, 2014).

Gonda Tibor megfogalmazza, hogy „...*egyre magasabb az utazók iskolai végzettsége, ezzel párhuzamosan egyre több az olyan utazó, aki pihenése során is érdeklődést mutat a művészetek, a kultúra, a történelem, a hagyományok iránt*” (Gonda, 2016, p. 38). A kulturális turizmus tehát továbbra is virágzik, mivel az emberek kíváncsiak más kultúrákra és történelmi helyszínekre. A helyi gasztronómia, a művészetek és a hagyományok felfedezése egyre fontosabb szerepet játszik az utazási élményekben, és segít mélyebb megértést és tiszteletet kialakítani más kultúrák iránt.

Az információs és kommunikációs technológiák (IKT) stratégiai fegyverré váltak a turisztikai termékek azonosításában, bemutatásában, terjesztésében és a fenntartható versenyelőny megszerzésében (Bayram, 2020). A turisztikai szektorban az internetes jelenlét azért jelent létfontosságú versenyelőnyt, mert az online tér lehetővé teszi egy-egy desztináció számára, hogy könnyedén megismerhető legyen, és a potenciális látogatók számára elérhetővé váljon. Ezen felül az online platformokon keresztül az utazások akár percek alatt megvásárolhatók, és akár teljes utazási csomagok is könnyen szervezhetők.

A digitális nomádság pedig egy új, dinamikus trend, amely lehetővé teszi az emberek számára, hogy rugalmasan dolgozzanak és utazzanak világszerte. Az internet és a távoli munka lehetőségei megnyitják az utazás ajtaját mindazok számára, akik szeretnék felfedezni a világot, miközben produktívan dolgoznak. (<https://www.tourismmarketingandmanagement.com> Letöltés ideje: 2024. 04.04.)

Gonda Tibor kihangsúlyozza, hogy „...*a közlekedés és a megközelíthetőség szempontjából az élet minden területén egyre inkább a gyorsaság, kényelem és kombinálhatóság hármasa kapja a főszerepet*” (Gonda, 2016, p. 41). A vasúti és légi közlekedési infrastruktúra jelentősen hozzájárul a rövid utazások népszerűségéhez és könnyedségéhez, lehetővé téve az emberek számára, hogy rövid idő alatt eljussanak változatos és izgalmas helyszínekre. (Gonda, 2016)

A fenntarthatóság koncepciója már nem csupán egy divatos szó vagy egy szűk körű kezdeményezés, hanem egy átfogó filozófia, amely alakítja és újraértelmezi a gazdasági, társadalmi és környezeti gyakorlatokat (Szűcs & Pónusz, 2020). A fenntartható turizmus pedig

egyre növekvő figyelmet kap világszerte. Az utazók egyre tudatosabbak az utazásuk környezeti hatásaira, és egyre inkább olyan célokat keresnek, amelyek fenntartható módon működnek, és tiszteletben tartják a természetet és a helyi közösségeket.

A turizmus terén a biztonság kiemelkedő fontosságú, mivel számos veszélyforrás, mint például a természeti katasztrófák, betegségek, pénzügyi biztonság és a terrorizmus fenyegeti az utazókat és az iparág stabilitását. (Dávid, et al., 2007) Gonda Tibor kiemeli, hogy „...Egyes, biztonsági szempontból kritikus desztinációk iránt csökken a kereslet: fokozódik az emberek félelemérzete, csökken az utazási motiváció” (Gonda, 2016, p. 42).

Jól megfigyelhető összefüggés van az élményorientáltság és a fesztiválok számának növekedése között (Zátori, 2016). Nemcsak a fesztiválok számában tapasztalható változás, hanem a fesztiválok minősége és kínálata is egyre inkább alkalmazkodik a piaci igényekhez (Gonda, 2016).

A Turisztikai Világszervezet (UNWTO) előrejelzései azt sugallják, hogy 2024-ben a nemzetközi turizmus várhatóan teljesen visszatérhet a pandémia előtti csúcsára, sőt az első becslések szerint a növekedés akár 2%-kal is meghaladja a 2019-es, rekordot döntő szintet. Az UNWTO ezen központi prognózisa azonban továbbra is az ázsiai fellendülés ütemétől, valamint a meglévő gazdasági és geopolitikai lefelé mutató kockázatoktól függ. (UNWTO, 2024) Az előző évek tapasztalatai alapján továbbra is meghatározóak maradnak az olyan trendek, mint az élményturizmus, a fenntartható turizmus, a kulturális turizmus és a digitális nomádság (UNWTO, 2023).

2.2 Aktív turizmus

Az aktív turizmus a turizmus egyik ága, különlegessége, hogy ez egy nagyon dinamikus, gyorsan változó jelenség, amely aránylag újnak számít a turisztikai szektor történetében. Az aktív turizmus, mint turisztikai termék feltűnése csak a 20. század második felében kezdődött el. Az 1960-as és 1970-es években, amikor a tömegturizmus fénykorát élte, egyre erősebb vágy mutatkozott az emberekben a hagyományos nyaralások és pihenések alternatívái iránt (Christiansen, 1990; Csíkszentmihályi & Selega, 1990).

Napjainkban az emberek egyre inkább keresik az olyan élményeket és kihívásokat, melyek során nemcsak pihenhetnek, hanem aktívan részt vehetnek a környezetük felfedezésében és megismerésében. Az aktív turizmus egy élénk és inspiráló alternatívát kínál azoknak, akik a passzív szabadidőeltöltés helyett, az élményekben gazdag, felfedező jellegű utazásokat részesítik előnyben. Az aktív turizmus olyan lehetőségeket kínál, melyek révén az emberek testileg és szellemileg is feltölthetnek. Ez a forma nem csupán a pihenést, hanem az

aktív részvételt is magában foglalja, lehetővé téve az utazók számára, hogy mélyebben kapcsolódjanak a körülöttük lévő természethez és más kultúrákhoz. Az aktív életmódnak számos előnye van, beleértve azt is, hogy hozzásegíthet bennünket a flow élmény eléréséhez. A flow állapot az a különleges pillanat, amikor az ember teljesen elmerül egy tevékenységben, és minden más érzéke kikapcsol, örömmel és boldogsággal töltődik fel. Ez az intenzív élmény az aktív turizmus során könnyebben és gyakrabban előfordulhat, ami hozzájárulhat egy boldogabb és kiegyensúlyozottabb élethez. A felfedezés, a kihívás és az élmények gazdagsága mind-mind olyan elemek, amelyek a flow élmény megtapasztalását elősegíthetik az aktív turizmus során (Csíkszentmihályi & Selega, 1990).

2.2.1 Az aktív turizmus fogalma

Michalkó Gábor megfogalmazásában az aktív turizmus „...az aktív turizmus olyan utazási forma, amelynek során a turista a hétköznapiól eltérő, intenzív mozgást végez, miközben valamilyen fajta árut, vagy szolgáltatást is vásárol” (Michalkó, 2002, p. 10). Később továbbfejleszti és finomítja ezt a megközelítést: „...az aktív turizmus alatt értendő minden olyan turisztikai tevékenység, amelyben az egyén élményszerzési célból eredő, nem rutinszerű mozgása a mindennapi térpályáján kívül eső térben költséssel egybekötve valósul meg” (Michalkó, 2003, p. 21).

A nemzetközi szakirodalomban, különösen az angol nyelvterületen, nem gyakran lehet találkozni az "active tourism" kifejezéssel. Az "adventure tourism" (kalandturizmus) fogalmával viszont annál inkább, mely a kalandokra és kihívásokra helyezi a hangsúlyt. Emellett a fogalom körébe tartoznak olyan tevékenységek is, mint a felelős turizmus és az ökoturizmus, amelyek a fenntarthatóságra és a környezettudatosságra fókuszálnak. (<https://vitalwave.com/article-presentation/adventure-tourism-development-index-2011-report/> Letöltés: 2024.04.10.) (Beedie, 2003; Delphy-Neirotti, 2003; Kane & Zink, 2004) Ugyanakkor ezekben a megközelítésekben is az a leghangsúlyosabb, hogy a turisták aktívan és intenzíven vesznek részt az utazási élményekben.

Michalkó rámutat arra, hogy az aktív turizmus egy összetett fogalom (1. táblázat), amely több turisztikai terméket és tevékenységet foglal magában (Michalkó, 2007). Ez a megközelítés felvázolja, hogy az aktív turizmus kínálata térben és időben is változatos. A térbeli sokszínűséget az alapvető földrajzi jellemzők, például a síkvidékek és hegyvidékek, valamint a rurális és urbánus környezet közötti különbségek okozzák. A különböző területek más és más lehetőségeket kínálnak az aktív szabadidős tevékenységekre, így például egy síkvidéken eltérő lehet az ajánlat a hegységekhez képest. (Tésits & Alpek, 2013)

1. táblázat: Az aktív turizmus turisztikai termékei

(Forrás: (Michalkó, 2003) alapján saját szerkesztés, 2024)

Természetjárás	Kerékpáros turizmus	Vízi turizmus
Lovasturizmus	Golfturizmus	Horgászturizmus
Vadászturizmus	Síturizmus	Kaland- és extrém turizmus

Az aktív turizmusból bontakozott ki a kaland- és extrém turizmus. Napjaink turistája egyre inkább vágyik a hétköznapok szürke egyhangúságából való kiszakadásra. Az életstílusban tapasztalható fokozódó stressz és nyomás arra sarkallja az embereket, hogy az extrém turizmus szélsőséges élményeiben vezessék le a felgyülemlett stresszt. Az extrém turizmus ebben az értelemben nem csupán egy egyszerű hobbi vagy időtöltés, hanem egyfajta katarzisz, amely lehetővé teszi az utazók számára, hogy teljesen eltávolodjanak a mindennapi problémáktól és a komfortzónájukból (Cloutier, 2003; Buckley, 2010).

A szezonális hatással van az aktív turizmus kínálatára, gondos tervezés szükséges ahhoz, hogy az aktív turisztikai tevékenység/kaland megfelelő éghajlati viszonyokhoz igazodjon, hogy a biztonság határain belül optimalizálható legyen az élmény (Grant, 2001).

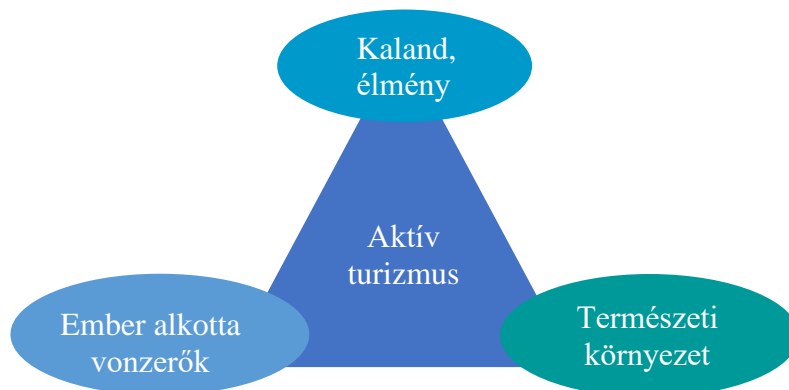
2.2.2 Az aktív turizmus alapmotivációi

Az aktív turizmus fő motivációs tényezője az emberek azon vágya, hogy szeretnék a szabadidejüket testmozgással tölteni. Ez a jelenség az emberek életmódjában megfigyelhető változásokra, az egészségtudatosabb életmód iránti igényre és stressz csökkentésére vezethető vissza (Cloutier, 2003; Cater, 2005; Buckley, 2006).

A természeti környezet fontos motivációs tényező és vonzerő az aktív turizmusban, mert a turizmus ezen formája a szabadban, a természetben történik. Ezen forma alapját elsősorban a mozgás és az aktivitás jelenti, melyek a természetközelségben nyernek értelmet és intenzitást. Az természeti környezet felfedezése és az ehhez kapcsolódó kalandvágy egyaránt fontos szerepet játszanak. A természeti környezet, a kalandokban való részvétel és az élményszerzés olyan motivációs tényezők, amelyek hozzájárulnak az aktív turizmus vonzerejéhez és népszerűségéhez (Tomik, 2013). Csapó és munkatársai kiemelik, hogy „...a motivációs rendszer harmadik tényezője véleményünk szerint az ember alkotta vonzerők jelenléte – melyek akár „indoor”, akár „outdoor” formában is rendelkezésre állhatnak” (Csapó, et al., 2020, p. 59).

2. ábra Az aktív turizmus motivációi

Forrás: (Csapó, et al., 2020, p. 59) alapján saját szerkesztés, 2024)



2.2.3 A hazai aktív turizmus jelentősége

A Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 tervezete szerint: „A hazai aktív turizmus szerepe növekszik a turizmuson belül, jelenleg nagyságrendileg 45%-ot jelent a teljes hazai turizmusra vetített arányhoz képest. Ez körülbelül 300 milliárd forintnyi részesedést hoz. Az említett arány 2030-ig 10%-kal növelhető, amely Magyarország GDP-jének 1,7-2%-át, azaz 600-800 milliárd forintot jelenthet.” (<https://aofk.hu/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030/> Letöltés ideje: 2024.01.12.)

2.3 Salgótarján

Salgótarján Nógrád vármegye székhelye és legnagyobb települése, amely elhelyezkedését tekintve a Salgó vára alatt, a Tarján-patak völgyében terül el. A város érdemi történetének kezdete a 19. századra tehető (Horváth & Csüllög, 2012). Az addig jobbágyfalunak számító település a török uralom után vált a környéken felfedezett szénkészletek bányászatának fő központjává. A település a vasúti teherszállítás vérkeringésébe 1867-ben ért el, és ezt követően több fontos létesítmény épült, köztük a bányagépgyár és az üvegyár. Az 1920. június 4-i trianoni békediktátum értelmében Magyarország elveszítette területének 2/3-át, így vált Salgótarján az ország ipari központjává. Városi rangját 1922-ben nyerte el, 1950-ben pedig megyeszékhellyé vált. Salgótarján belvárosának jellegzetes megjelenése Magyar Géza építész munkájának köszönhető, aki az 1950-es és 1980-as évek között kiemelkedő szerepet vállalt a város arculatának formálásában. A Magyar Urbanisztikai Társaság 1968-ban alapította a Hild-érmet, melyet azon magyar városoknak ítéltek oda, ahol kiemelkedő eredményeket értek el a városépítés terén. Salgótarján volt az első, amely ebben az elismerésben részesült (Hartmann, 2022).

Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék legkiemelkedőbb turisztikai ajánlata az ökoturizmus és az aktív turizmus terén rejlik. A kiterjedt erdőségek és védett területek lehetőséget kínálnak az ökoturizmusra, amelyek fontos szerepet játszanak a helyi növény- és állatfajok megőrzésében. Ideálisak például madárlesre és természetfotózásra.

Figyelembe véve azt, hogy jelenleg a hazai aktív turizmus 45%-os részesedéssel bír a teljes hazai turizmusban, és ezen arányt még további 10%-kal lehetne növelni 2030-ig a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 tervezete szerint, láthatjuk, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék rendkívül jelentős és kiaknázatlan potenciállal rendelkezik ezen a területen, amelyet érdemes lenne kiaknázni és fejleszteni. (<https://aofk.hu/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030/> Letöltés ideje: 2024.01.12.)

3. Alkalmazott módszerek

3.1 Kutatási célok és a kutatás hipotéziseinek bemutatása

Salgótarjában és a Karancs-Medves-vidéken rejlő lehetőségek már rég felkeltették az érdeklődésemet. Kutatási témám megválasztásakor elsősorban arra szerettem volna választ kapni, hogy miért nem éri Salgótarját és a Karancs-Medves-vidéket a turisztikai potenciáljuknak megfelelően magas szintű népszerűség és látogatottság. Foglalkoztatott, hogy a jelenlegi intézkedések és marketingstratégiák meghozzák-e a kívánt eredményt vagy sem. Érdekelt, hogy felismeri és értékeli-e a salgótarjáni lakosság a környék adta turisztikai vonzerőket és látnivalókat. Céлом volt továbbá megvizsgálni azt is, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék hogyan pozicionálja magát a turizmus piacán.

Az előző fejezetben áttekintett szakirodalmak és egyéb források áttanulmányozása és értelmezése után kialakítottam a hipotéziseimet, melyek az alábbiak:

H1: A Nógrád vármegyei vonzerőelemek aránya arra utal, hogy jelentős turisztikai potenciállal rendelkezik.

H2: A salgótarjáni lakosság jól ismeri Salgótarján látnivalóit, ugyanakkor kevés ismerete van a Karancs-Medves-vidék természeti kincseiről.

3.2 A vizsgálat körülményeinek, helyszínének bemutatása

A témám mélyebb megértésének érdekében a kutatásom során két féle vizsgálati módszert is alkalmazok, készítettem egy interjút és egy kérdőívet. Ez a megközelítés lehetővé teszi számomra, hogy különböző szempontokból közelítek meg a hipotéziseimet, és segít abban, hogy átfogóbb képet kapjak a témáról.

Az interjúm alanya Drexler Szilárd volt, aki 5 éven át volt a Salgótarjáni Novohrad-Nógrád Geopark Eresztvényi Látogatóközpont igazgatója ez idő alatt számos kreatív kezdeményezést indított a fenntartható turizmus fejlesztése és a természeti környezet megőrzése érdekében. Az interjúra, amelynek időtartama másfél óra volt, 2024.03.13.-án került sor, a salgótarjáni KultPont Kávéházban.

Az online-kérdőív weboldal segítségével végzett online kérdőíves megkérdezésre 2024.04.08. és 2024.04.15. között került sor. Az online kérdőív eredeti célcsoportja a salgótarjáni lakosság volt, azonban be kellett látnom, hogy ezt a csoportot nagyon nehezen fogom tudni megszólítani. A kérdőívet 2024.04.08.-án osztottam meg az ismerőseimmel és az volt a kérésem, hogy ők is osszák meg azokkal, akik Salgótarjában vagy a város környékén élnek, mert felismertem, hogy így együttműködve több válaszadót érhetünk el. A kitöltés

körülbelül 5-10 percet vett igénybe, amelyet 100 fő válaszolt meg. Mivel a minta elég kis létszámú, és nem töltötték ki minden korcsoportból, a kutatás nem tekinthető reprezentatívnak. Mindezek miatt a továbbiakban nem a sokaságra, hanem a mintára vonatkozóan vonok le következtetéseket.

3.3 A vizsgálati módszerek bemutatása

Primer elemzésem során a hipotézisek vizsgálatára, azok megerősítésére vagy megcáfolására, két különböző kutatási módszert alkalmaztam: interjút és kérdőívet készítettem.

A szakértői mélyinterjú a kvalitatív kutatási módszerek egyike, ez a módszer lehetővé teszi, hogy az interjúalany részletesen és szabadon kifejtse gondolatait, tapasztalatait és véleményét a témával kapcsolatban, így széleskörű és gazdag adatokat nyújt a kutatáshoz. Az ilyen vizsgálatok „...a kutatott terület részletes, kimerítő feltárását végzik el, általában kis mintát alkalmaznak, melyekben nem cél a reprezentativitás.” (Boncz, 2015, p. 38) A módszer rendkívül időigényes, de ugyanakkor szükséges, mert a témában rejlő összefüggések és a kutatási terület alaposabb megértéséhez nélkülözhetetlen. Az interjú egyéni és félig strukturált megközelítéssel készült, ezzel lehetőséget teremtve egy rugalmasabb, természetesebb beszélgetésre. A kérdések között felsorakoztattam fő- és kiegészítő kérdéseket, továbbá az interjú részét képezte egy bemelegítő beszélgetés, amit nem foglaltam írásba, mert a bemelegítő beszélgetés érdemben nem adott hozzá az interjúhoz. Az interjú fő részében a dolgozatom témájára, kutatási kérdéseire és hipotéziseire helyeztem a hangsúlyt.

A kérdőíves megkérdezés a kvantitatív kutatási módszerek egyike, ennek legfőbb előnye, hogy a kapott válaszokat könnyen és hatékonyan lehet meghatározott szabályok alapján csoportosítani és elemezni, ezzel megkönnyítve az összefüggések azonosítását (Boncz, 2015). Emellett a kérdőíves megkérdezés által gyűjtött adatok nagy mennyiségben és viszonylag rövid idő alatt az ember rendelkezésére állnak, ami lehetővé teszi a széleskörű és átfogó információmegoszlást a vizsgált témában. Ezáltal a kérdőíves megkérdezés egy hatékony eszköz lehet a kutatás során a széles körű adatgyűjtés és az eredmények gyors elemzése céljából. Bár vannak előnyei, a módszer korlátozott: csak meghatározott kérdésekre tud választ adni, nem képes feltárni a bonyolultabb összefüggéseket vagy új perspektívákat nyitni. (Mitev, 2012) A kérdőívem 22 kérdésből áll, és három szakaszra van bontva, az első szakasz a demográfiai jellegű kérdéseké, a második részben Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turizmusát vizsgáló kérdések vannak feltéve, a harmadik, egyben utolsó egység pedig a lakossági attitűd felmérésére szolgál. A kérdőív megszerkesztése során fontos szempont volt, hogy rövid és könnyen érthető legyen, mert ez segíti a válaszadók számára az egyszerű és gyors

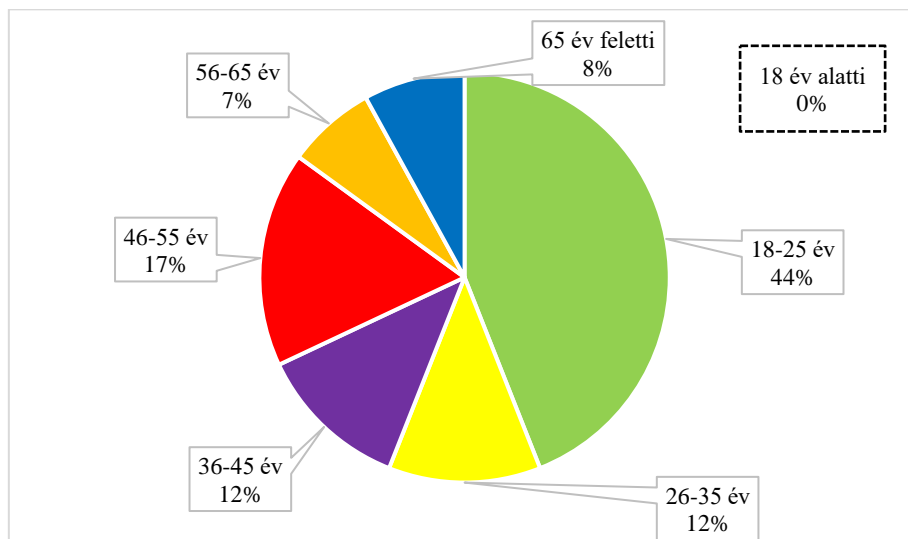
kitöltést, valamint növeli a részvételi arányt. A kérdőív tartalmaz zárt, feleletválasztásos és félig zárt kérdéseket is, valamint Likert-skálával is rendelkezik. A döntéshozatal ösztönzése és a válaszadók aktív részvétele érdekében a hatos fokozatú Likert skála alkalmazása mellett döntöttem. Ez a skála lehetővé teszi, hogy a válaszadók határozottan pozícionálják magukat valamelyik irányba. (Dusák, 2024)

3.4 A vizsgálati minta bemutatása

A 100 válaszadó túlnyomó része (59%) nő. A kitöltők között a 18 és 25 év közötti fiatalok vannak többségben (44%), második helyen a 46 és 55 év közötti korosztály szerepel (17%). A 18 év alatti korosztályt sajnos nem sikerült elérnem, ami a kutatás hiányossága.

3. ábra A válaszadók korosztály szerinti megoszlása (n=100)

(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)



A mintában nincs nagy eltérés a salgótarjáni lakos kérdésnél. A kitöltők több, mint fele (52%) salgótarjáni lakos.

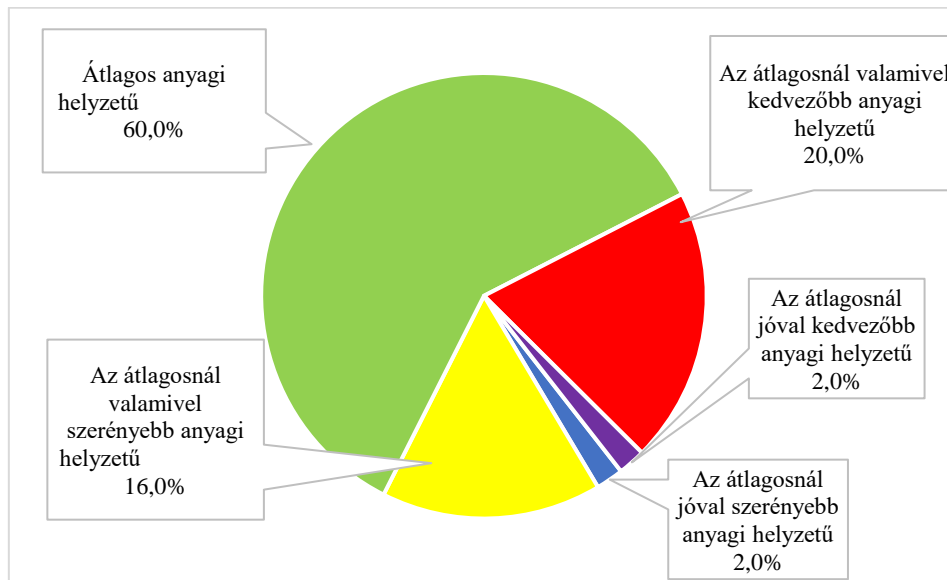
4. Eredmények

4.1 Kérdőíves megkérdezés

A válaszadók (60%) átlagos anyagi helyzetűnek tartja magát. Mindössze 2% válaszolta azt, hogy az átlagosnál jóval szerényebb anyagi helyzetű, és 2% válaszolta azt, hogy az átlagosnál jóval kedvezőbb anyagi helyzetű. Azért választottam ezt a nem konkrét választási opciót, mert tudtam, hogy a kitöltők nagy része tanuló, így valószínűleg nincsenek teljesen tisztában a család anyagi helyzetével.

4. ábra Hogyan ítélné meg az anyagi helyzetét? (n=100)

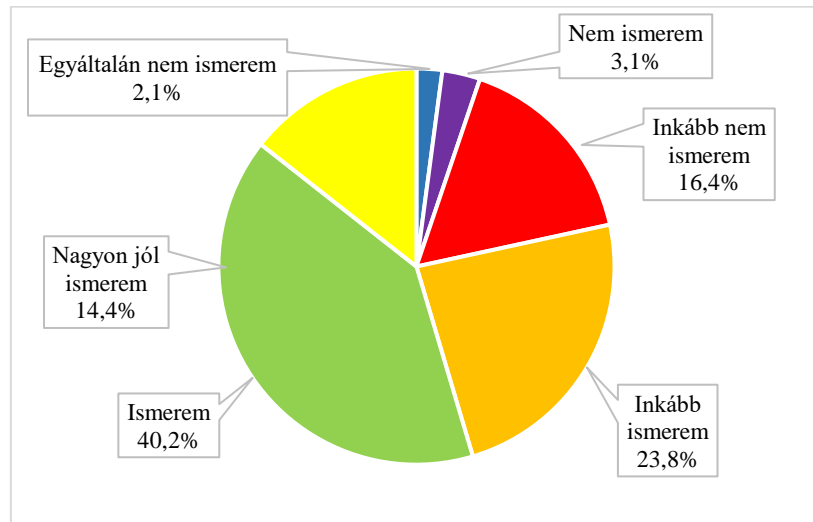
(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)



A kitöltők 40,2%-a úgy nyilatkozott, hogy ismeri Salgótarján vonzerőit, látnivalóit. A kérdőívet kitöltők csupán 2,1%-a válaszolta azt, hogy egyáltalán nem ismeri Salgótarján vonzerőit, látnivalóit.

5. ábra Értékelje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire ismeri jól Salgótarját? (ahol: 1= egyáltalán nem ismerem, 2= nem ismerem, 3=inkább nem ismerem, 4=inkább ismerem, 5=ismerem, 6=nagyon jól ismerem) (n=97)

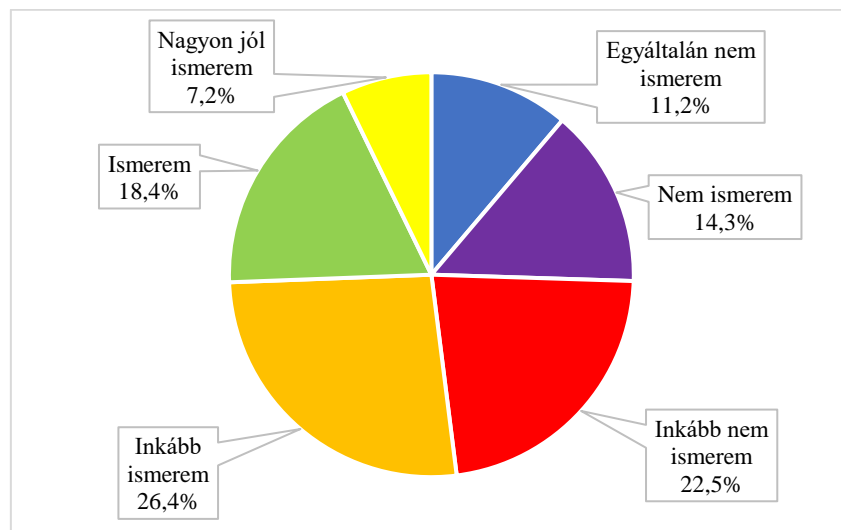
(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés 2024)



A válaszadók mindössze 7,2%-a válaszolta azt, hogy nagyon jól ismeri a Karancs-Medves-vidék attrakcióit, míg a kitöltők 11,2%-a egyáltalán nem ismeri a vidék attrakcióit. A válaszadók 26,4%-a pedig inkább ismeri a vidék attrakcióit.

6. ábra Értékelje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire ismeri jól a Karancs-Medves-vidék attrakcióit? (ahol: 1= egyáltalán nem ismerem, 2= nem ismerem, 3=inkább nem ismerem, 4=inkább ismerem, 5=ismerem, 6=nagyon jól ismerem) (n=98)

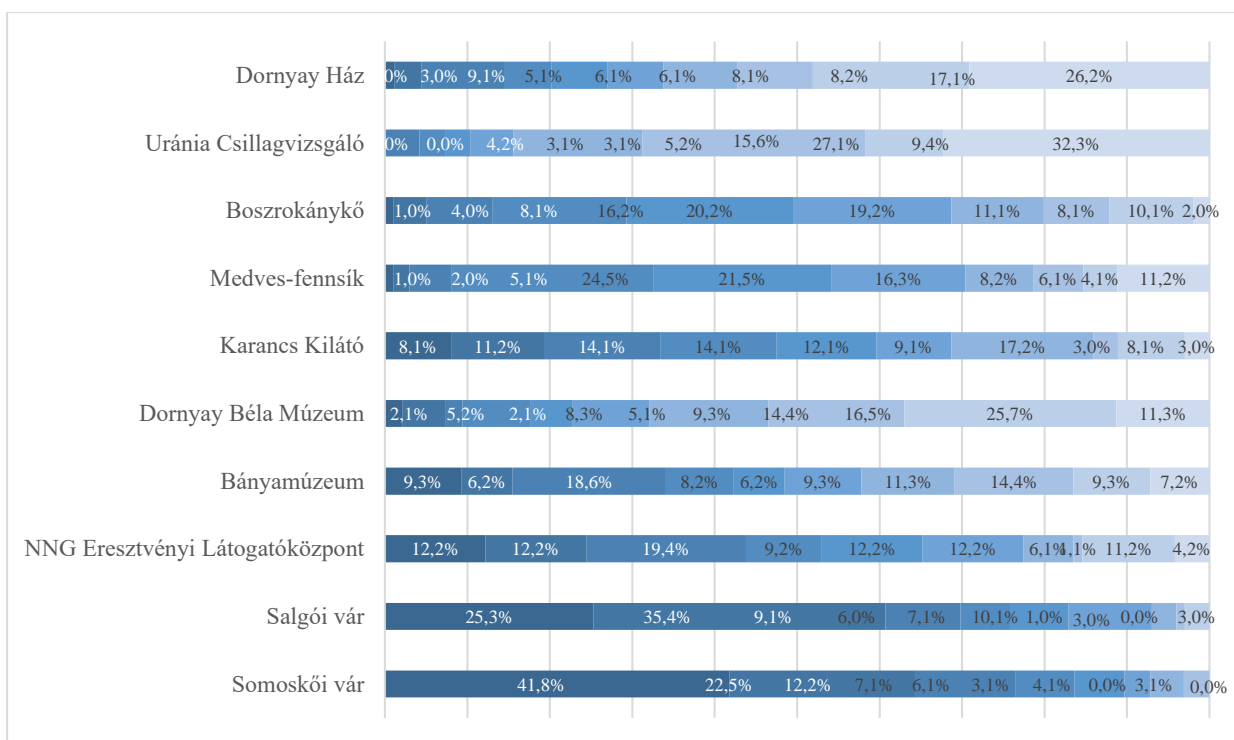
(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés 2024)



Az alábbi diagramból leolvasható, hogy a kitöltők a Somoskői várat (41,8%) tartják Salgótarján és a Karancs-Medves vidék legfontosabb vonzerejének, a második helyen a Salgói vár (35,4%) áll, míg a harmadik helyre a (NNG) Novohrad-Nógrád Geopark Eresztvényi Látogatóközpont került (19,4%). Az Uránia Észlelő és Bemutató Csillagvizsgálót (32,3%) tartják a legkevésbé fontosnak.

7. ábra Kérem rendezze sorrendbe az alábbiakat, Ön szerint melyek Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék legfontosabb vonzerői? (1=az Ön által legfontosabbnak vélt; 10=az Ön által legkevésbé fontosnak vélt) (n=98)

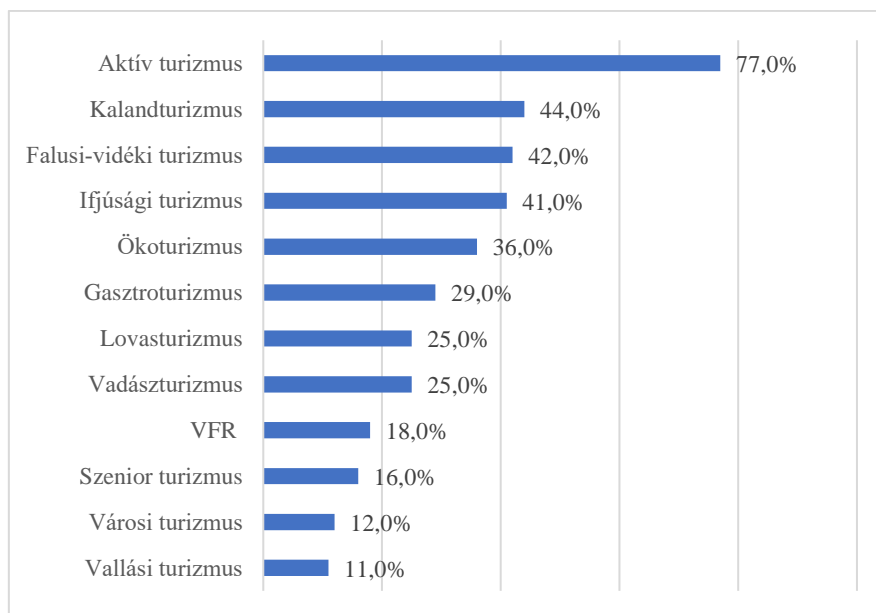
(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)



A kitöltők közül a legtöbben az aktív turizmusnak adtak kiemelkedő fontosságot. (77%)
A második helyen a kalandturizmus áll, amely az aktív turizmuson belül egy turisztikai termék.
A legkevesebb százalék a vallási turizmusra (11%) és a városi turizmusra (12%) érkezett.
Fontosnak tartom kiemelni, hogy a falusi-vidéki turizmus 42%-os, míg az ifjúsági turizmus 41%-os eredményt ért el.

8. ábra Milyen turisztikai termékeknek tulajdonítana kiemelkedő fontosságot Salgótarján és a Karancs-Medves vidék esetében? (n=100)

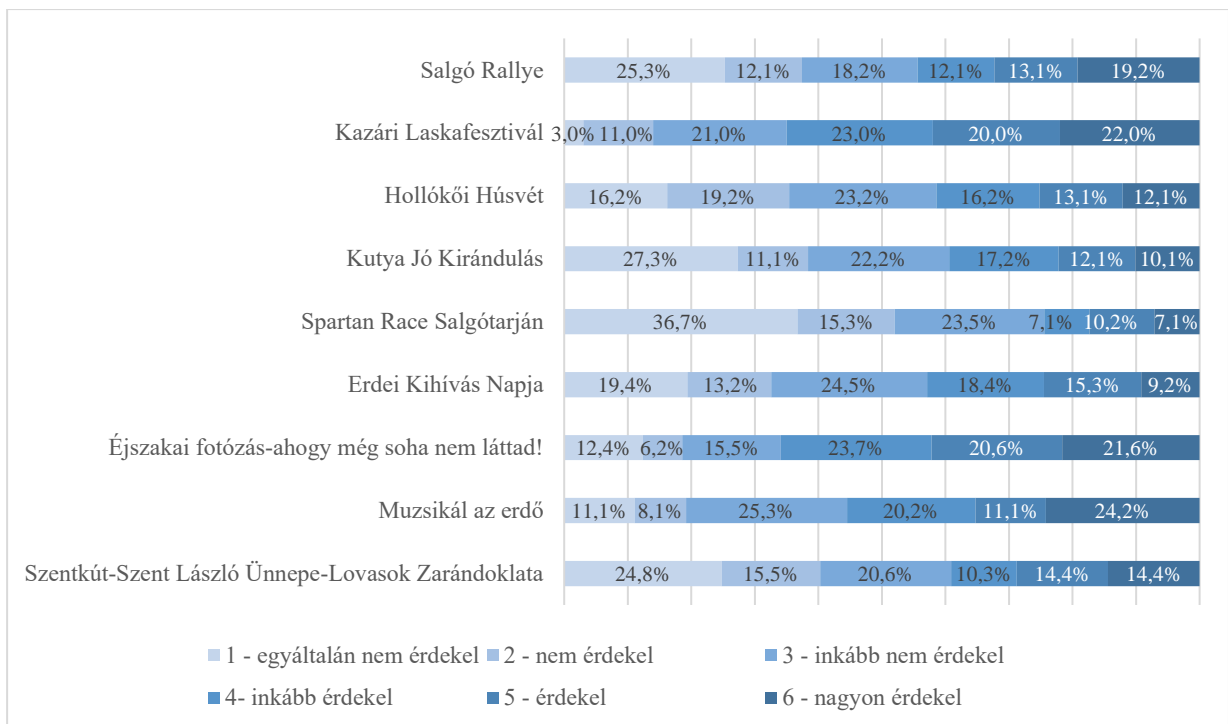
(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)



A legnagyobb érdeklődés a „A Muzsikál az erdő” program iránt jelentkezett, a válaszadók 24,2%-a ezt tartotta a legérdekesebbnek. A második helyre az „Éjszakai fotózás-ahogy még soha nem láttad!” került, a válaszadók 20,6%-a érdeklődik ez iránt a program iránt. A legkisebb érdeklődés a „Spartan Race Salgótarján” program iránt mutatkozott, válaszadók 36,7%-át egyáltalán nem érdekli a „Spartan Race Salgótarján”.

9. ábra Mennyire érdeklik Önt az alábbi programlehetőségek? Értékelje a megadott skálán! (1=egyáltalán nem érdekel; 2=nem érdekel; 3=inkább nem érdekel; 4=inkább érdekel; 5=érdekel; 6=nagyon érdekel)

(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)

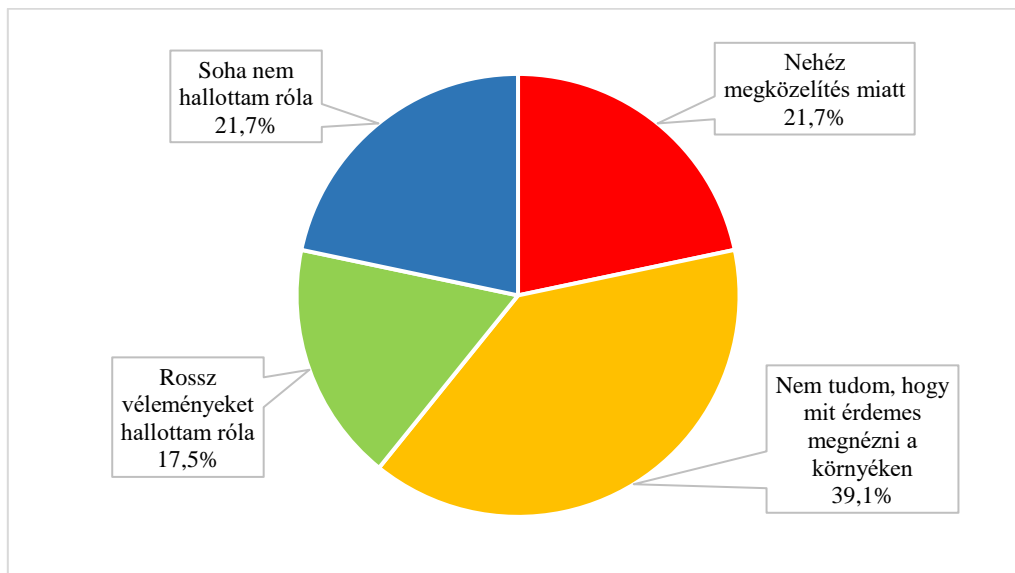


A válaszadók 90%-a hajlandó lenne ellátogatni Salgótarjánba és a Karancs-Medves-vidékre, hogyha a fent említett programlehetőségek szinte mind egy helyen megtalálhatóak lennének. A kitöltők csupán 10%-a felelt nemmel.

Arra a kérdésre, hogy „Amennyiben még nem járt Salgótarjánban és a Karancs-Medves-vidéken, mi az oka annak, hogy még nem látogatott el ide?” 23 válasz érkezett, melyek a következők: a válaszadók 39,1%-a nem tudja, hogy mit érdemes megnézni a környéken; 21,7%-a soha nem hallott még a vidékről; szintén 21,7% azoknak az aránya, akik azt válaszolták, hogy a nehéz megközelítés miatt nem jártak még a vidéken; 17,5% azoknak az aránya, akik azt válaszolták, hogy amiatt nem látogattak el erre a vidékre, mert rossz véleményeket hallottak róla. Külön válaszként érkezett, hogy valaki azért nem látogatott még el Salgótarjánba és a Karancs-Medves-vidékre, mert az egészségi állapota nem engedi, valamint volt, aki arra hivatkozott, hogy nincs megfelelő szálláslehetőség.

10. ábra Amennyiben még nem járt Salgótarjánban és a Karancs-Medves-vidéken, mi az oka annak, hogy nem látogatott még el ide? (n=23)

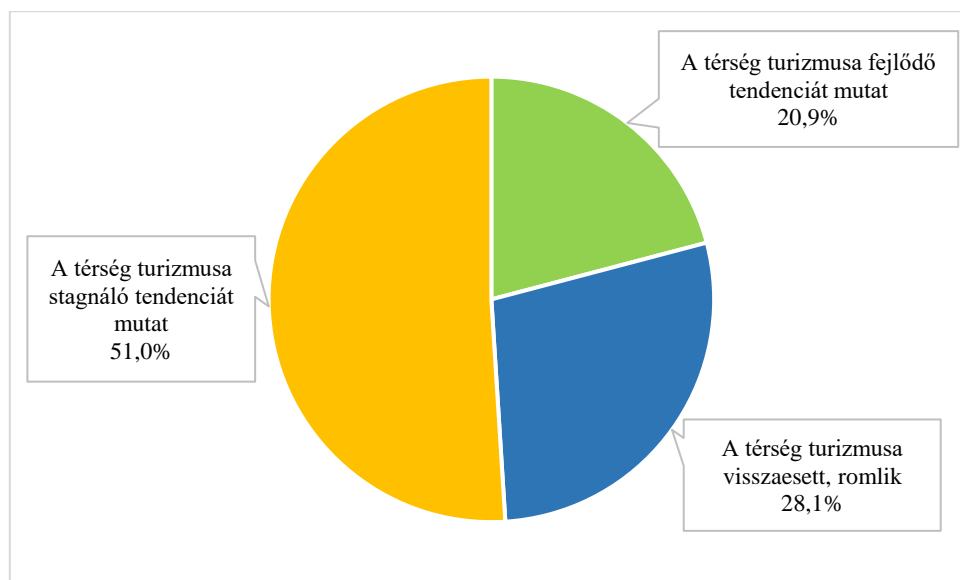
(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)



A kitöltők 20,9%-a szerint a térség idegenforgalma fejlődő tendenciát mutat; több, mint felük (51,0%) úgy nyilatkozott, hogy a térség turizmusa stagnáló tendenciát mutat, mindössze 28,1% volt azon válaszadók aránya, akik azt a választ jelölték meg, hogy a térség turizmusa visszaesett, romlik. Volt, aki azt írta, idézem: „Úgy gondolom a covid hatására az emberek inkább a zöld övezeteket keresik elsősorban. Egy pár éve ennyi ember pl.: nem volt Eresztvényben, most pedig a hétvégén például lehetetlen volt megállni és egyet "kettesben" sétálni akár.” Személyes tapasztalatom is megerősíti azt a jelenséget, hogy a járványhelyzet idején az emberek sokkal inkább vágytak a szabadban eltöltött időre. Az olyan helyek, amelyek korábban kevésbé voltak ismertek vagy kevésbé látogatottak, hirtelen egyre több embert vonzottak. Számos alkalommal tapasztaltam, hogy olyan helyeken, amelyek korábban csendesnek és kevésbé forgalmasnak számítottak, már nehezen lehetett megállni és nyugodtan sétálni. Ez az észlelt változás a járványhelyzet közvetlen hatására visszavezethető, az emberek el szerették volna kerülni a zsúfolt helyeket és a zárt terekben való tartózkodást. Korábban optimistán tekintettem arra, hogy ez a felfelé ívelő tendencia az egészségügyi helyzet javulásával is kitart majd, hiszen az emberek megtapasztalták, hogy mennyivel jobban érzik magukat egy jó túra, kirándulás után. Ám sajnos azt kell megállapítanom, hogy ez sokak számára már csak egy múltó emlék.

11. ábra Mit gondol a térség idegenforgalmáról? (n=96)

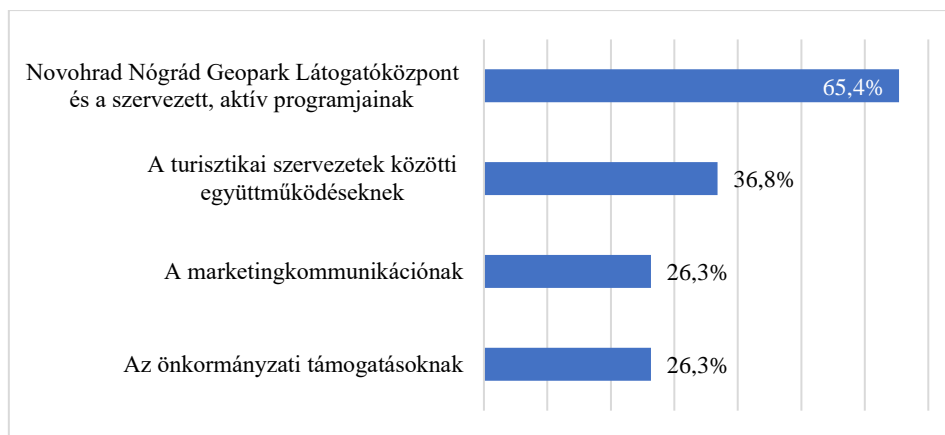
(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)



A válaszadók 65,4%-a szerint a térség turizmusa azért mutat fejlődő tendenciát mert, a Novohrad Nógrád Geopark Eresztvényi Látogatóközpont aktív és szervezett programokkal várja az oda látogatókat. A válaszadók továbbá megjelölték azt, hogy a turisztikai szervezetek közötti együttműködéseknek (36,8%) köszönhetően fejlődik a térség turizmusa. A marketingkommunikációt (26,3%) is és az önkormányzati támogatásokat (26,3%) is ugyanakkora arányban jelölték meg.

12. ábra Amennyiben Ön szerint a térség turizmusa fejlődő tendenciát mutat, mit gondol az idegenforgalom erősödése minek köszönhető? (Több választ is megjelölhet) (n=19)

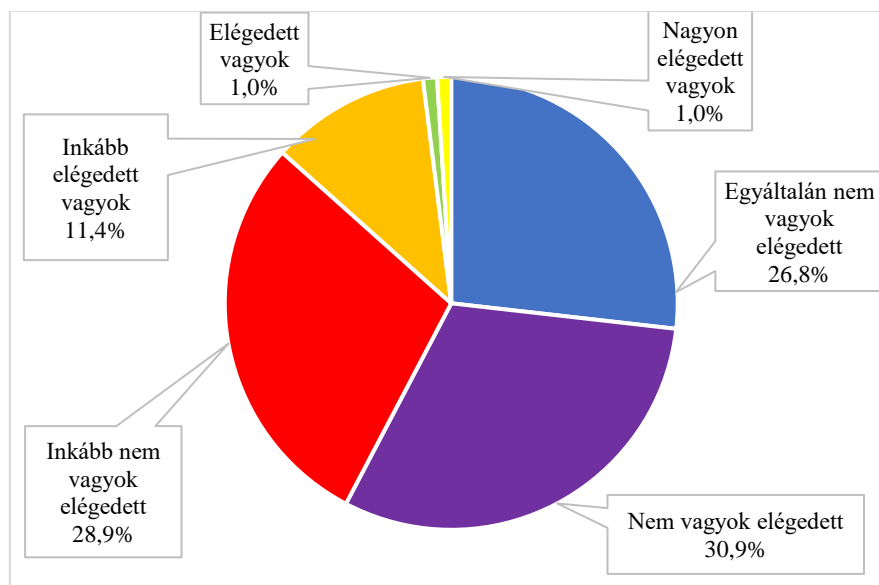
(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)



A kitöltők pusztán 1-1%-a vallotta magát nagyon elégedettnek és elégedettnek azzal kapcsolatban, hogy mennyire elégedett a város turizmusmarketing tevékenységével. A kitöltők 11,4%-a inkább elégedettnek, míg 28,9% inkább nem volt elégedett a város turizmusmarketingtevékenységével. A város turizmusmarketing tevékenységével egyáltalán nem volt elégedett a kitöltők 26,8%-a. Volt, aki azt írta: „Több információs platformon keresztül kellene eljuttatni a közönség felé a programokat, kevés a figyelem felhívó beharangozás”. Én elégedetlen vagyok a város turizmusmarketing stratégiájával, mert véleményem szerint a helyi lakosság nem ismeri eléggé a Karancs-Medves-vidék kincseit, így nem tudják megfelelően értékelni azokat. Ez sajnálatos módon azt eredményezi, hogy kevés ember ismeri ezt a lenyűgöző környéket, és a Medves és a Karancs neve alig jelenik meg a turisztikai térképen. Egy hatékony turizmusmarketing stratégia, a vidék különlegességeinek és lehetőségeinek bemutatása létfontosságú lenne annak érdekében, hogy vonzóbbá váljon a potenciális látogatók számára. Ezek az erőfeszítések nemcsak a helyi gazdaságot erősítenek meg, hanem hozzájárulnának a környezet megőrzéséhez és a közösség fejlődéséhez is. Azt hiszem, hogy a tudatos és hatékony turizmusmarketing segíthetne abban, hogy a Karancs-Medves-vidék végre azon helyek közé kerüljön, ahová a turisták vágyakoznak, és amelyekre büszkék lehetnek a helyiek.

13. ábra Egy 1-től 6-ig terjedő skálán mennyire elégedett a város turizmusmarketing tevékenységével? (ahol 1=Egyáltalán nem vagyok elégedett; 2=Nem vagyok elégedett; 3=Inkább nem vagyok elégedett; 4=Inkább elégedett vagyok; 5=Elégedett vagyok; 6=Nagyon elégedett vagyok) (n=97)

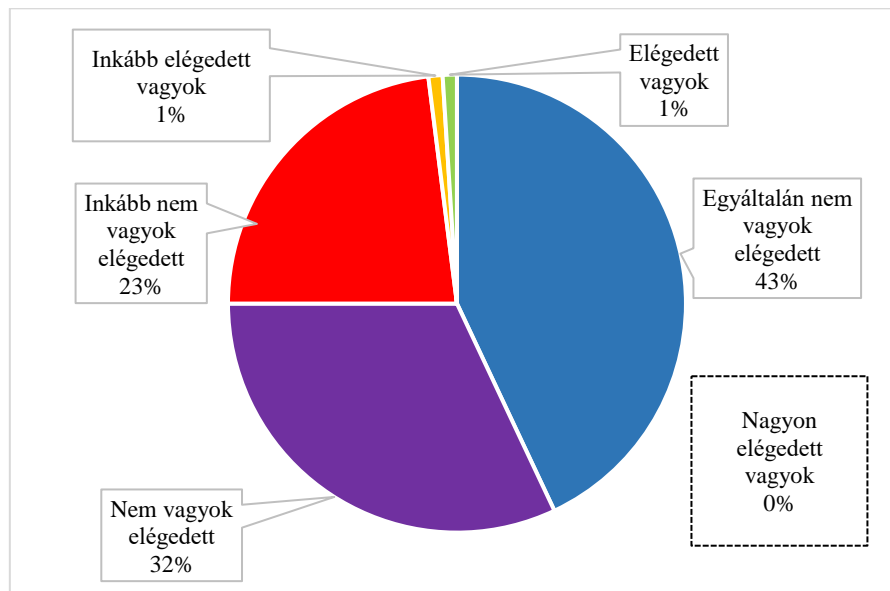
(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)



A válaszadók legnagyobb része (43%) egyáltalán nem elégedett a salgótarjáni szálláshelykínálattal. A válaszadók 32%-a nem elégedett, 23%-a inkább nem elégedett. Arra két válaszlehetőségre, hogy inkább elégedett vagyok és elégedett vagyok csupán 1-1% érkezett. Érdekesnek tartom azt a tényt, hogy a válaszadók közül senki sem válaszolta azt, hogy nagyon elégedett lenne salgótarjáni szálláshely kínálattal.

14. ábra Értékelje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire elégedett a salgótarjáni szálláshelykínálattal. (ahol 1=Egyáltalán nem vagyok elégedett; 2=Nem vagyok elégedett, 3=Inkább nem vagyok elégedett; 4=Inkább elégedett vagyok; 5=Elégedett vagyok; 6=Nagyon elégedett vagyok) (n=100)

(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)

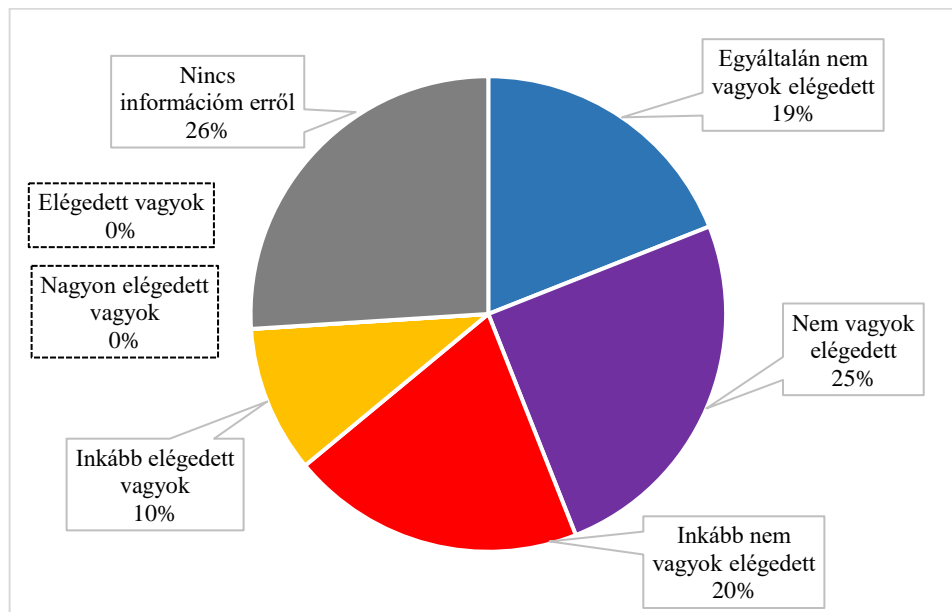


Arra a kérdésre, hogy támogatná-e a Karancs szálló felújítását és újraindítását a megkérdezettek 93%-a úgy nyilatkozik, hogy igen, támogatná az ötletét annak, hogy felújítsák a Karancs szállót. A válaszadók csupán 3%-a mondja azt, hogy nem támogatja az ötletét annak, hogy felújítsák a Karancs szállót. Véleményem szerint az, hogy a megkérdezettek 93%-a támogatja az ötletet, egyértelműen azt jelzi, hogy nagy igény van egy olyan szálláshelyre, amely képes lenne a vidék turizmusának fellendítésére és a vendégek színvonalas fogadására. A Karancs szálló nem csupán egy új szálláshely lenne a térségben, hanem egy valódi turisztikai központ, amely vonzaná a vendégeket, és növelné a vidékre irányuló turisztikai forgalmat. Ezáltal hozzájárulna a helyi gazdaság fellendítéséhez és a munkahelyteremtéshez is.

A megkérdezettek 29%-a egyáltalán nem elégedett, míg 25%-a nem elégedett a turizmus fejlesztésének önkormányzati támogatásával. Arra a válaszlehetőségre, hogy inkább nem vagyok elégedett a turizmus fejlesztésének önkormányzati támogatásával a megkérdezettek 20%-a, míg arra a válaszlehetőségre, hogy inkább elégedett vagyok a megkérdezettek 10%-a voksolt. Egy válasz sem érkezett két opcióra, arra, hogy elégedett és nagyon elégedett vagyok a turizmus fejlesztésének önkormányzati támogatásával. A megkérdezettek 26%-ának nincsen információja arról, hogy milyen a turizmus fejlesztésének önkormányzati támogatása.

15. ábra Egy 1-től 6-ig terjedő skálán mennyire elégedett a turizmus fejlesztésének önkormányzati támogatásával? (ahol 1=Egyáltalán nem vagyok elégedett; 2=Nem vagyok elégedett; 3=Inkább nem vagyok elégedett; 4=Inkább elégedett vagyok; 5=Elégedett vagyok; 6=Nagyon elégedett vagyok) (n=100)

(Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2024)



A kitöltők 100%-a egyetért azzal, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turizmusát fejleszteni kellene.

Az utolsó kérdésem a kitöltők felé az volt, hogy hogyan látják Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turizmusának jövőjét. A kitöltők 62%-a optimistán áll a kérdés felé, 38%-a pesszimistán. Volt, akik következőket írták: „A társadalmi helyzet nem teremt alapot a fejlődésnek.” „Kevés tenni akaró és tenni tudó szakember foglalkozik a témával.” Úgy gondolom, hogy ezek a megjegyzések komoly figyelmeztetést hordoznak magukban Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turizmusának jövőjével kapcsolatban. A társadalmi környezet és a helyi közösség állapota alapvető fontosságú a turisztikai fejlődés szempontjából. Ha a társadalmi környezet nem támogatja vagy nem kedvez a turizmusnak, akkor az

előrehaladás akadályokba ütközhet. Valamint az olyan szakemberek hiánya, akik értik és elkötelezettek a turizmus iránt, akadályozhatja a helyi turisztikai projektek megvalósítását és a stratégiai tervezést. Ugyanakkor szerintem ezek a kihívások nem elkerülhetetlenek vagy megoldhatatlanok, mert az összefogás, a társadalmi és politikai akarat, valamint a megfelelő szakmai felkészültség és tervezés lehetővé teheti, hogy a térség turisztikai vonzereje növekedjen.

4.2 Az Észak-magyarországi régió és Nógrád vármegye KSH adatok alapján való kiértékelése

Szakdolgozatom kutatási témája Salgótarján és a Karancs- Medves-vidék, amelyek az Észak-magyarországi régióban találhatóak. Az Észak-magyarországi régió a nyolc tervezési-statisztikai régió egyike, három vármegye alkotja: Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves és Nógrád vármegye. Hazai vizsgálatok szerint a régió területe 13 429 km², lakossága 1 093 790 főt számlál a 2023-as adatok alapján. (https://www.ksh.hu/stadat_files/fo/fo/fo10006.html Letöltés ideje: 2024.03.17.) A 19. és 20. századi Magyarországon az Észak-magyarországi régió volt a nehézipar központja, a bányászat és a kohászat felvirágzásának köszönhetően. A rendszerváltozás drasztikus gazdasági visszaesést eredményezett, melynek következtében az ipar leépült, a lakosság életszínvonala csökkent, és magas munkanélküliség alakult ki a térségben. A régió ma is súlyos társadalmi és gazdasági kihívásokkal szembesül, amelyek jelentős hatással vannak a helyi közösségre és a gazdaságra egyaránt. 2022-ben az egy főre jutó GDP az országos átlagnak mindössze 65,2%-a, ezzel a régiók rangsorában az utolsó helyre szorulva. (https://www.ksh.hu/stadat_files/gdp/hu/gdp0078.html Letöltés ideje: 2024.03.17.) Deli-Gray és Árva kiemelték, hogy az Észak-magyarországi régió az ország egyik legváltozatosabb régiója a természeti adottságokat figyelembe véve. (Deli-Gray & Árva, 2016)

Nógrád vármegye az ország legkisebb vármegyéje, a maga 2544 km²-vel. 2023-ban a lakosság száma 182 038 fő volt. 2022-es adatok szerint Nógrád vármegye továbbra is az ország legelmaradottabb régiója a GDP egy főre jutó mutatója alapján: a bruttó hazai termék egy főre jutó része az országos átlag 45,4%-a. (https://www.ksh.hu/stadat_files/gdp/hu/gdp0078.html Letöltés ideje: 2024.03.17.) Az országban az átlagos munkanélküliségi mutató 2024 februárjában 4,6% volt, ez Nógrád vármegyében 7,8%-ra tehető. Nógrád vármegyét aprófalvas területként jellemzik, mert a városi népesség aránya (40,1%) amely jóval alacsonyabb az országos átlagnál (70,2%).

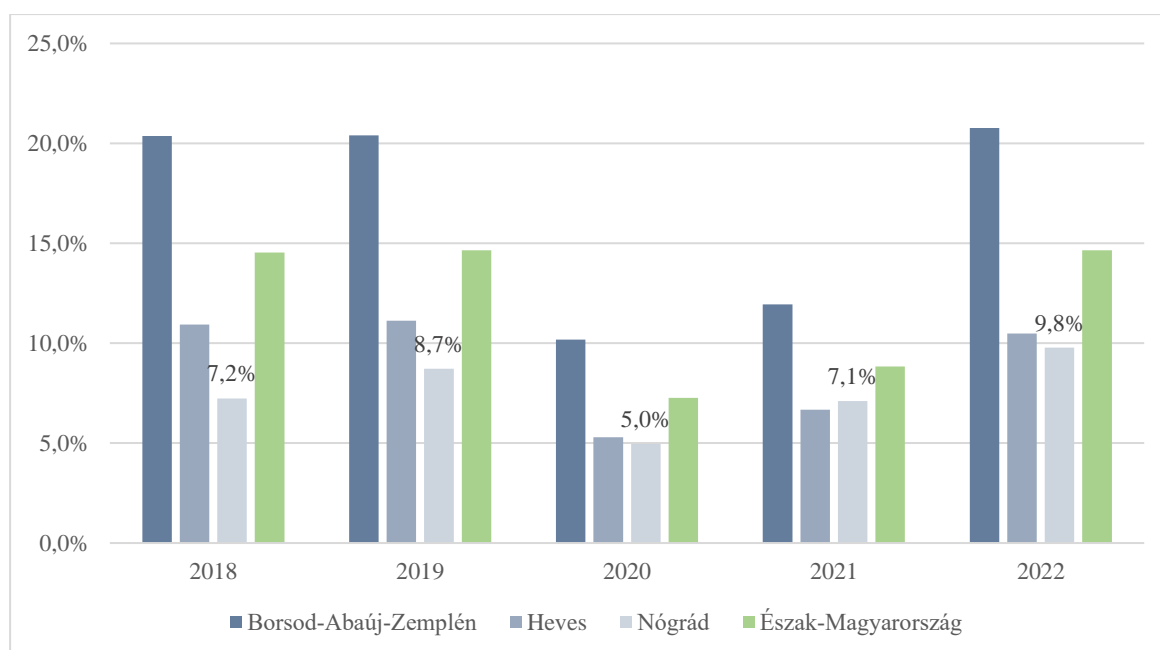
Salgótarján Nógrád vármegye székhelye és legnagyobb városa, amely egyben megyei jogú város is. A település a magyar-szlovák határ közelében helyezkedik el, ahol a Karancs, a

Medves és a Cserhát hegységek találkoznak. Területe 98 km², és 2023 januárjában lakónépessége 32 526 fő volt.

Az Észak-Magyarországi régió legfőképp a belföldi turizmusból profitál, külföldi vendégeket nem vonz (16.ábra). 2022-ben az ország egészét tekintve a külföldi vendégek aránya 41,4% volt, míg ugyanebben az évben Nógrád vármegyében a külföldi vendégek aránya 9,8% volt. A 2020-ban és 2021-ben tapasztalható külföldi vendégszám csökkenés közvetlen összefüggést mutat a koronavírus járvánnyal és az ezzel járó utazási korlátozásokkal.

16. ábra Külföldi vendégek aránya az Észak-magyarországi régióban (2018-2022)

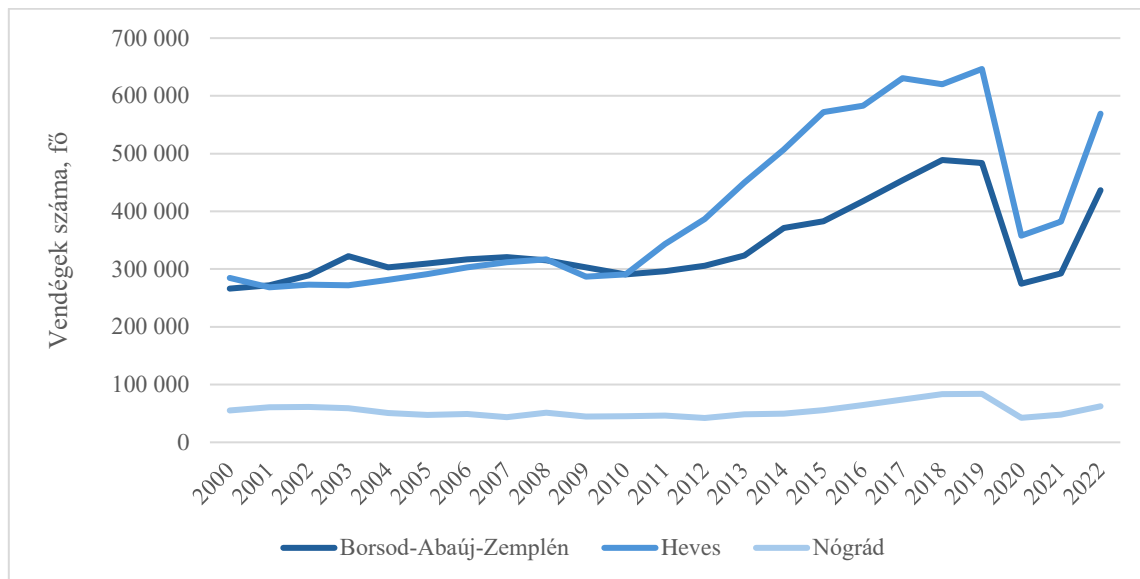
(Forrás: KSH alapján saját szerkesztés, 2024)



Az Észak-magyarországi régió a kereskedelmi szálláshelyek vendégeinek száma alapján és a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma alapján két régiót előz meg, az Észak- és Dél-alföldi régiókat. Mindezek mellett, a vendégforgalom megoszlása a régióon belül nagyon egyenlőtlen. Az 17. ábra megvizsgálása során kiderül, hogy Nógrád vármegye alárendelt szerepben van a régió turizmusában, továbbá megmutatja, hogy hogyan változott Nógrád vármegye helyzete egyre kedvezőtlenebb irányba a régió másik két vármegyéjéhez képest. Fontosnak tartom kiemelni, hogy a 2020-as és 2021-es adatok összehasonlíthatósága korlátozott a koronavírus-járvány miatti hiányos adatszolgáltatás miatt.

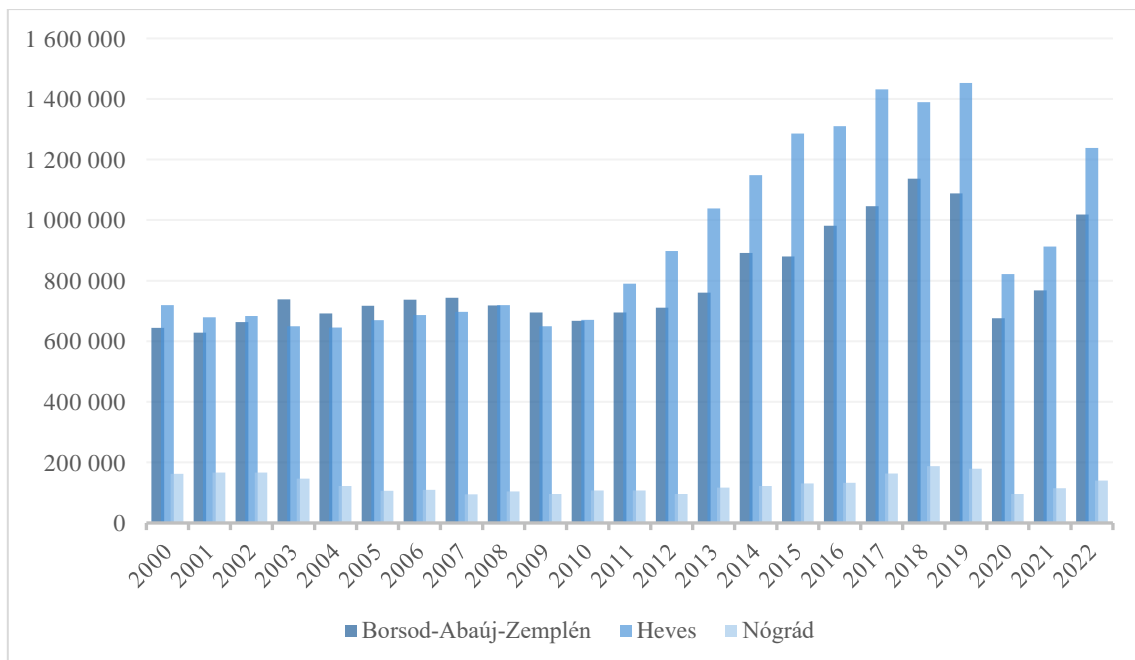
17. ábra Vendégek száma az Észak-magyarországi régió vármegyéinek kereskedelmi szálláshelyein (2000-2022)

(Forrás: KSH alapján saját szerkesztés, 2024)



18. ábra Vendégéjszakák száma az Észak-magyarországi régió vármegyéinek kereskedelmi szálláshelyein (2000-2022)

(Forrás: KSH alapján saját szerkesztés, 2024)



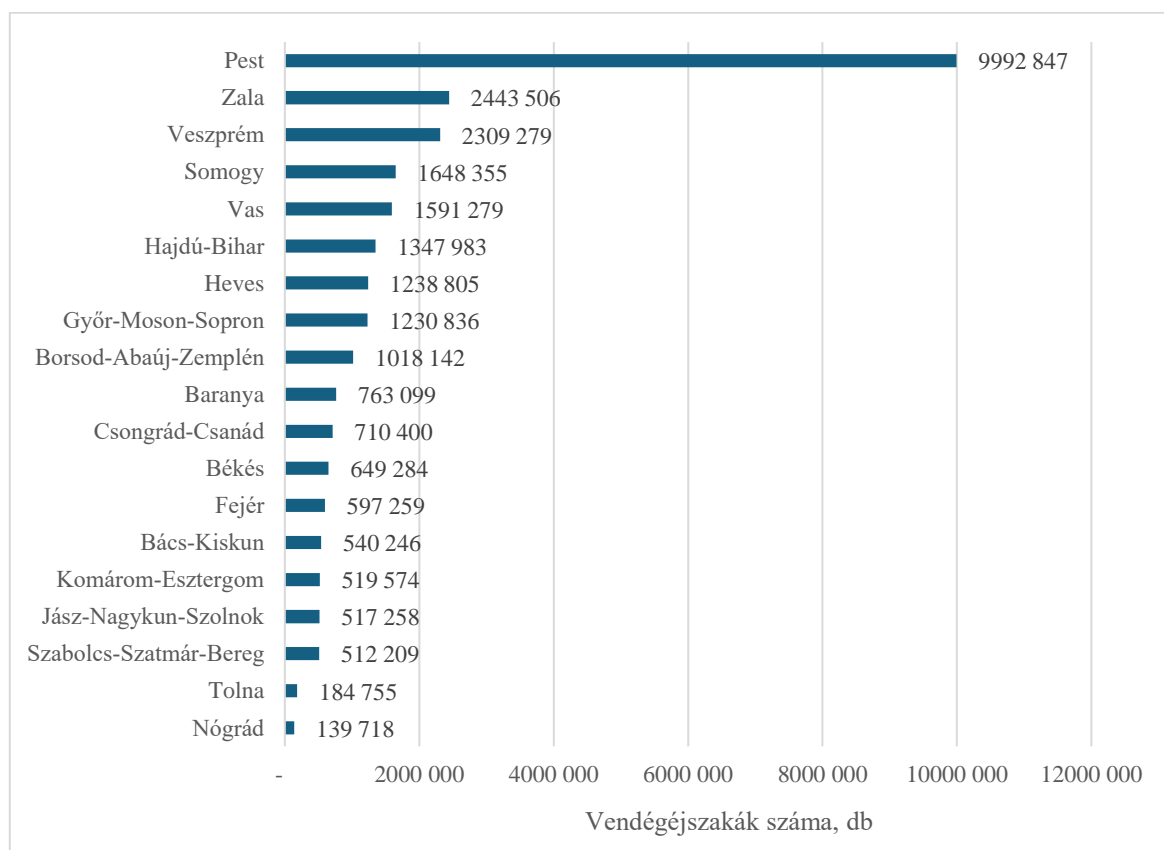
Az Észak-magyarországi régióban a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számában szintén nagy mértékű egyenlőtlenség tapasztalható a régió belső dinamikáját tekintve. Az 18. ábra elemzése rávilágít arra, hogy Nógrád vármegye meglehetősen

alárendelt szerepet tölt be az Észak-magyarországi régióban. Ez az ábra érzékelteti Nógrád vármegye turisztikai helyzetének alakulását a régió másik két vármegyéjéhez viszonyítva, megmutatva ezzel a turizmusban betöltött pozíció változását az évek során.

Ezen adatok alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a térségben rendelkezésre álló szálláshelyek száma nem elégséges ahhoz, hogy kielégítse a turisztikai keresletet. Ez az aránytalanság pedig komoly hatást gyakorol a térség turisztikai fejlődésére és versenyképességére. A hiányzó szálláslehetőségek olyan potenciális turistákat is elriaszthatnak, akik szívesen látogatnák a térséget, de nem találnak megfelelő szállást. Ezáltal a térség turisztikai bevételei és növekedése is korlátozottak maradnak.

19. ábra A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 2022-ben

(Forrás: KSH alapján saját szerkesztés, 2024)



Nógrád vármegye a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák alapján a vármegyék sorrendjében az utolsó helyen állt 2022-ben. A 2022-es adatok alapján a megye csupán 5,8%-kal részesedett az észak-magyarországi régió vendégforgalmából, az országos vendégforgalomnak pedig alig 0,6%-át adta. Nógrád vármegyében a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek száma folyamatosan növekedett 2012-től 2020-ig. A 2020-as megtorpanás háttérében a COVID-19 járvány állt, hatása világszerte érezhető volt a

turizmus szektorban, beleértve Salgótarját és a Karancs-Medves-vidéket is. Általánosságban elmondható, hogy a járványügyi korlátozások és az utazási tilalmak miatt a szálláshelyek foglaltsága jelentősen csökkent, és sok turisztikai szolgáltató küszködött a túlélésért. Ennek eredményeként a turizmusban dolgozók, valamint a régió gazdasága is komoly kihívásokkal nézett szembe a járvány idején. A koronavírus járványtól eltekintve is megállapítható, hogy a Nógrád vármegyei mutatók országos és régiós összehasonlításban továbbra is rendkívül alacsonyak.

A szakértők az Észak-magyarországi Régió Turizmusfejlesztési Stratégiájának kidolgozásakor 4670 vonzerőelemet azonosítottak, ebből 905 Nógrád vármegyében található (Piskóti, 2006). A vonzerőelemek közel 20%-a Nógrád vármegyében található, amely azt mutatja, hogy turisztikai potenciálja sokkal nagyobb, mint amit valódi részesedése mutat.

Ez alapján megállapítható, hogy az azonosított vonzerőelemek jelentős része Nógrád vármegyében található, és a jelenlegi részesedésük aránya alapján úgy tűnik, hogy a turisztikai potenciáljuk még nagyobb, mint amit jelenleg kihasználnak. Véleményem szerint ezt a potenciált megfelelő fejlesztési intézkedések és marketingstratégiák segítségével kiaknázva a régió rangos turisztikai célponttá válhat, hozzájárulva ezzel a helyi gazdaság fejlődéséhez és a turisztikai szektor növekedéséhez.

4.3 Turizmusfejlesztési stratégiák

A turizmusfejlesztésben Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék esetében az aktív turizmus, a fenntartható turizmus és az ökoturizmus kapnak meghatározó szerepet.

Szerettem volna megvizsgálni a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0 erre a vidékre vonatkozó fejezeteit, de sajnos a dokumentum nem tér ki az általam vizsgált területre.

Valamint áttanulmányoztam a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 tervezetét, és azt vettem észre, hogy csak egyetlen említés szerepel Salgótarjánról. Ez az említés az Eresztvényi Madárparkra vonatkozott, amelyet kiemeltek, mint jó gyakorlat. Ez a projekt a Széchenyi 2020 Program keretein belül valósult meg, és részletezem a következő fejezetben. A Karancs-Medves-vidék szintén csak egyszer került említésre ebben a dokumentumban. A szolgáltatásfejlesztés kapcsán hozták fel jó példaként a Somoskői Kirándulóközpontot. A kirándulóközpont a Medves-fennsíkon, a somoskői vártól 400 méterre fekszik. *„A központ a Téry Ödön Nemzeti Turistaház-fejlesztési Program keretein belül komplex módon került fejlesztésre a fenntarthatóság érdekében. Így szálláshelyekkel, apartmanokkal, közösségi térrel,*

főzőkönyhával, és rendezvényteremmel is rendelkezik.” (<https://aofk.hu/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030/> Letöltés ideje: 2024.01.12.)

4.3.1 A Széchenyi 2020 Program kiértékelése

A Széchenyi 2020 Program egy olyan kezdeményezés, melynek forrásait az Európai Unió biztosítja. Fő célja az elmaradott régiók támogatása és azok gazdasági fejlődésének elősegítése. A program által nyújtott támogatások segítségével ezek a régiók fejlődési lehetőségeket kapnak, ami hozzájárul a gazdasági és társadalmi kohézió erősítéséhez az Unió területén. (<https://www.palyazat.gov.hu/programok/szechenyi-2020> Letöltés ideje: 2024.03.23)

A salgótarjáni önkormányzat által felhasználásra kerülő támogatás összege 101 996 010 forint volt. A fejlesztések fő célja a helyi adottságok aktív és ökoturizmushoz kapcsolható turisztikai célú hasznosítása volt. Ezzel az intézkedéssel elősegítették a vidék turisztikai versenyképességének javítását, hozzájárultak a régió turisztikai vonzerejének növeléséhez és a helyi gazdaság fejlődéséhez.

A fejlesztés Salgótarján Eresztvény városrészében valósult meg, ami a Karancs-Medves Tájvédelmi Körzet egyik központja, valamint itt található a Madárpark is. Eresztvény gyönyörű természeti környezetben terül el, itt futnak össze a sárga és zöld hegyikerékpáros útvonalak, valamint több jelzett kirándulót is, köztük a Somoskőt Eresztvényel összekötő Petőfi sétaút és a Bányász körút, melyek hangulatos pihenőhelyekkel és kiépített forrásokkal várják az arra járókat. Eresztvény egyszerűen megközelíthető autóval, és rendszeres helyi autóbuszjáratok is közlekednek ide. A kirándulóközpont korábban nagy népszerűségnek örvendett mind a salgótarjáni és a környékbeli lakosság körében. Az egykor meglévő sífelvonó eltűnt, a sípályát benőtte a növényzet. Az elmúlt években megindult a terület turisztikai fejlesztése, 2010-ben ide települt a Novohrad-Nógrád Geopark látogatóközpontja. A Dornyay turistaház, ami régen a helyi közösségi élet színtereként volt számontartva megújult 2023-ban (<https://sokszinuvidek.24.hu/viragzo-videkunk/2023/08/28/dornyay-turistahaz-felujitas-nograd-eresztveny/> Letöltés ideje: 2024.02.11). A Madárpark fejlesztésére azért volt szükség, mert a fent említett fejlesztések önmagukban nem voltak elegendőek a látogatószám növeléséhez.

A cél az volt, hogy a Széchenyi 2020 Program keretében végrehajtott turisztikai fejlesztések elősegítsék a térség turisztikai vonzerejének növekedését, ami hosszú távon a turisták számának emelkedését eredményezi. *„A vidék hegyei, jelentős kiterjedésű erdőszült területei is kiváló lehetőséget biztosítanak a kirándulásra, túrázásra, kerékpározásra és tereplovaglásra. A kirándulásokat számos érdekes látnivaló, programelem színesíti, pl. Salgó*

vára, Boszorkány-kői geológiai tanösvény, Somoskői vár, Petőfi kunyhó, somoskői bazaltömlés, magyarbányai kőpark, szilvaskői tanösvény, karancsi kilátó, Margit-kápolna, Geocsodák Háza, Medves-fennsík bazaltbányáinak tanösvényei.” A fokozott turisztikai tevékenység által generált növekvő érdeklődés és látogatói forgalom új lehetőségeket teremthet a helyi gazdaság számára, továbbá hozzájárulhat a helyi közösség életének és infrastruktúrájának javításához. (<https://www.palyazat.gov.hu/eredmenyek/tamogatott-projektek/1818150201> Letöltés ideje: 2024.02.10.)

2019-ben csaknem 45 000 turista érkezett Eresztvénybe, 2020-ban ez a szám közel 58 500-ra nőtt. Napjainkra a Medves-fennsík a turizmus kiemelt központjává vált, részben a Madárpark felújításának köszönhetően. Gregus Péter, a salgótarjáni városfejlesztési iroda vezetője úgy fogalmazott: „A fejlesztés célja elsősorban egy helyi sajátosságokat felhasználó turisztikai célú beruházás volt, amelyet az információk közvetítése, a játszva tanulás, az élményszerűség és a szemléletformálás is jellemez. A park vonzereje és attraktivitása korábban csekély mértékű volt, ezért az ökoturisztikai fejlesztés indokolt volt.” (<https://www.nool.hu/helyi-kozelet/2020/09/megujult-madarpark-varja-az-okoturistakat-eresztvenybe> Letöltés ideje: 2024.03.06.)

Új információs táblákat helyeztek el, emellett a parkban nagyobb színes felületek és gyermekbarát információk is elérhetővé váltak. A régi madárodúkat kicserélték, a bejáratnál pedig kapukat alakítottak ki. A parkban új növényeket ültettek, amelyek különféle szempontoknak megfelelően szolgálják a madarakat: alkalmasak fészekrakásra, búvóhelyként való használatra és táplálékforrásként is szolgálhatnak. A második szintre vezető lépcsőket felújították, valamint alapvető infrastrukturális elemeket, mint pihenőpadokat, kukákat és asztalokat is telepítettek a szabadba. A pályázat segítségével a város egy gumikerekű kisvonatot is beszerezhetett, ami Eresztvény és Salgóbánya között jár. Korábban hasonló szolgáltatás nem volt, azonban a turistaforgalom folyamatos növekedése és az attrakciók bővítése indokoltá tette ezt a beruházást. (<https://www.nool.hu/helyi-kozelet/2020/09/megujult-madarpark-varja-az-okoturistakat-eresztvenybe> Letöltés ideje: 2024.03.06.)

4.4 Interjú

Drexler Szilárdnak a Novohrad Nógrád Geopark Eresztvényi Látogatóközpont ex igazgatójának 20 kérdést tettem fel, melyek Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turizmusára, a környezettudatosság és a turizmus fejlesztése közötti összefüggésre, valamint a brandesítés fontosságára irányultak. Kérdeztem arról, hogy milyen célcsoportokat vonz a Karancs-Medves-vidék, valamint a turizmusmarketing fontosságára is kitértünk. Továbbá

szerettem volna meggyőződni arról, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turisztikai potenciálja indokoltá tenné-e a turisztikai beruházások elősegítését vagy sem.

Az interjú során kiderült, hogy a természetvédelmet önmagában nem tartja elegendőnek ahhoz, hogy a Karancs-Medves vidék megőrizze természeti kincseit. Megállapítását azzal indokolta, hogy a kormány a turizmusra nagyobb összegeket fordít, mint a természetvédelemre, mert míg a turizmust befektetésnek tekintik, addig a természetvédelemre költött pénzt a pénz elvesztegetésének tartják.

Beszélgetésünkkor kitért arra, hogy az aktív és az ökoturizmus iránt érdeklődők száma több százezer főt számlál. Kihangsúlyozta, hogy azt tartja a legnagyobb kihívásnak, hogy hogyan lehetne elérni ezt a célcsoportot. Véleménye szerint az első lépés az kellene, hogy legyen, hogy megismerjük a célcsoport motivációját, majd egy erős, egyedi márkaépítésen kellene dolgozni.

Hangsúlyozta, hogy a márkaépítés, a régió különlegességeinek és lehetőségeinek bemutatása elengedhetetlen ahhoz, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék vonzóvá váljon a potenciális látogatók számára. Ezek az erőfeszítések nemcsak a helyi gazdaságot erősítenék meg, de hozzájárulnának a környezet megőrzéséhez és a közösség fejlődéséhez is.

Létfontosságúnak tartja, hogy egy turisztikai desztináció rendelkezzen hatékony marketing- és PR-csapattal, akik aktívan kezelik és irányítják a kommunikációt. A marketing és PR csoport kulcsfontosságú szerepet tölthetne be az új turisztikai kezdeményezések és események. A kulturális programok vagy a helyi gasztronómia bemutatására irányuló rendezvények megfelelő kommunikációja segíthet abban, hogy a város a látogatók számára még vonzóbbá váljon, és növelje a látogatók visszatérési arányát.

Beszélgetésünkkor rávilágított arra, hogy a turizmus valószínűleg sosem lesz elegendő ahhoz, hogy teljesen eltartsa a várost, de mindenképpen érdemesnek tartja a turizmus fejlesztését. A Karancs-Medves-vidék kis kiterjedésű, de ugyanakkor nagyon változatos természeti környezet, aminek meg kell óvni környezeti sokszínűségeit, amely az ökoturisztikai fejlesztésekkel, beruházásokkal megvalósítható. Annak ellenére, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék kihívásokkal néz szembe, hiszi, hogy a turizmus fejlesztése és az ökoturisztikai beruházások hatalmas lehetőségeket rejtnek magukban. Kiemelte, hogy ehhez azonban olyan stratégiákat kell alkalmazni, amelyek hangsúlyozzák a helyi erőforrások védelmét és a közösségek életminőségének javítását.

4.5 Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék SWOT analízise

A dolgozatomba beillesztettem egy SWOT analízist, amelyet ebben (Dávid, 2020) a dokumentumban találtam és ezeket egészítem ki a saját gondolataimmal. A SWOT-analízis révén lehetőség nyílik az adott térség erősségeinek és gyengeségeinek azonosítására, valamint a lehetőségek és a veszélyek feltárására is. Az erősségek és lehetőségek azok a tényezők, amelyek támogatják és elősegítik a célok elérését, míg a gyengeségek és veszélyek olyan tényezők, amelyek akadályozhatják vagy éppen megnehezíthetik a célok megvalósítását (Thomson & Strickland, 1986). Ezáltal áttekinthetőbb lesz, hogy miben jeleskedik Salgótarján és Karancs-Medves-vidék, és melyek azok a területek, amelyek javításra, fejlesztésre szorulnak. Összességében a kutatásom alapján készített SWOT-analízis segít az átfogóbb kép kialakításában Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék helyzetére és jövőbeli kilátásaira vonatkozóan.

Saját véleményemet az után alakítottam ki, hogy áttanulmányoztam a szakdolgozatomat, a kérdőívet, az interjút, valamint Nógrád megye területfejlesztési programja 2021-2027 dokumentumot. (https://www.nograd.hu/files/terfejl/program/Program_20210316.PDF
Letöltés ideje: 2024.02.18)

Az elemzés után készítettem egy offenzív stratégiát, amelyben bemutatom a Salgótarján és a Karancs-Medves-vidékre irányuló további fejlesztési lehetőségeket. Az offenzív stratégia azt jelenti, hogy a vizsgált téma erősségeit és lehetőségeit egyesítve alakítanak ki egy stratégiát. A váltásorientált stratégia egy olyan stratégia, amely a gyengeségek leküzdését a lehetőségek kiaknázásával valósítja meg. A diverzifikált stratégia alkalmazásakor az erősségek felhasználásával védekeznek a veszélyek ellen. A defenzív stratégiák célja a védelem azoktól a veszélyektől, amelyek fenyegetik a gyengeségeket (Bódy & Seres-Pittlik, 2023).

2. táblázat: Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék SWOT analízise

(Forrás: (Dávid, 2020, p. 55) alapján saját szerkesztés és saját véleménnyel való kiegészítés, 2024)

Erősségek	Gyengeségek
Kedvező földrajzi és logisztikai helyzet Változatos tájkép Jelentős erdőszűkség Védett természeti területek Gazdag vonzerőleltár Erős aktív turizmus Bányászati örökség, jelentős ipari múlt Közigazgatási és hivatali tapasztalatok Kedvező humán és szellemi tőke	Társadalmi-gazdasági nehézségek a területen Tőkeerős gazdasági szereplők és vállalkozások hiánya Fejletlen infrastruktúra Tartósan magas munkanélküliség Alacsony életszínvonal Nem megfelelő turizmusmarketing Rendezvények, programok hiánya Alacsony számú és színvonalú szálláshely- és vendéglátóhely Alacsony tartózkodási idő Környezeti problémák, tájdegradáció Leromlott állapotú ipari- és rozsdaterületek
Lehetőségek	Veszélyek
Turisztikai termékek iránti keresletnövekedés Kedvező földrajzi helyzetből adódó előnyök Önkormányzattal és civil szervezetekkel szorosabb együttműködés Ökoturizmus fejlesztése, fellendülése vidék- és térségfejlesztési pályázatokban való részvétel Vidék- és térségfejlesztési pályázatokban való részvétel Ipari park lehetőségeinek jobb kihasználása Vállalkozások bevonása a területre Határon túli kapcsolatok erősítése	Társadalmi problémák súlyosbodása Munkanélküliség állandósulása Népesség elvándorlása Turisztikai célú fejlesztések elmaradása Gazdasági helyzet deteriorációja Ipar hanyatlása folytatódik
Saját véleményem a szakdolgozat, a kérdőív eredményei, az interjúk elhangzottak és Nógrád megye területfejlesztési programja 2021-2027 alapján	
Brandépítés Palóc népművészet és népi hagyományok adta lehetőségek kihasználása Természetben végezhető sportok fejlesztése (tájfutás, terepkerékpározás) Jellegzetes helyi termékek, élelmiszerek (bogyós gyümölcsök, olajtök, gyógynövények, gomba, tejtermékek)	

Én egy offenzív stratégiát készítettem, amelyben bemutatom a Salgótarján és a Karancs-Medves-vidékre irányuló további fejlesztési lehetőségeket. Azért nem tértem ki a váltásorientált, a diverzifikált és a defenzív stratégiákra, mert úgy vélem, hogy az adott helyzet inkább az offenzív stratégiai megközelítés alkalmazását igényli.

- **Növekvő igény a turisztikai termékek iránt + változatos tájkép:** Kihhasználva a változatos tájat és a kiváló természeti adottságokat, az aktív turisztikai termékeket lehetne fejleszteni, amelyek vonzzák a különböző érdeklődési körű látogatókat.
- **Növekvő igény a turisztikai termékek iránt:** Az vidék egyedi jellegét, különlegességét hangsúlyozva először a környék lakóit tájékoztatni kellene a vidék és a város vonzerőiről. Lehetőleg kuponokkal, meghívókkal, „véleménykérő felhívásokkal” cikkekel nyitni a lakosság felé több helyi csatornán.
- **Ökoturizmus + védett természeti területek:** Az ökoturizmusra való fókuszálás és a természeti területek megőrzése és fenntartható fejlesztése hosszú távon növelheti a turizmusra irányuló keresletet.
- **Kiváló természeti adottságok + jellegzetes helyi termékek:** Elő kell segíteni a helyi jellegzetes termékek, élelmiszerek elterjedését és népszerűsítését, ezzel erősödni fog a helyi gazdaság. (például turisztikai élményként való értékesítése: fesztivál a gyümölcs összeszedésére)
- **Pályázati lehetőségek kihasználása + kiváló természeti és turisztikai adottságok:** Aktív részvétel a vidék- és térségfejlesztési pályázatokban, és a források felhasználása infrastrukturális fejlesztésekre, turisztikai attrakciók létrehozására és marketingtevékenységre.
- **Brandépítés + Palóc népművészet:** Ki kell használni a térség kulturális és természeti örökségét, valamint a palóc népművészet és hagyományok gazdag sokszínűségét, hogy vonzó célponttá váljon a turisták számára.

5. Eredmények és értékelésük

Szakdolgozatom hazai és külföldi szakirodalmak összevetésével és vizsgálatával készült. A különböző források és kutatási módszerek alkalmazása lehetővé tette számomra, hogy a legteljesebb és legátfogóbb módon tárgyaljam a vizsgált témát a szakdolgozatomban.

A **H1** hipotézisem szerint a Nógrád vármegyei vonzerőelemek aránya arra utal, hogy Nógrád vármegye jelentős turisztikai potenciállal rendelkezik. A szakértők az Észak-magyarországi Régió Turizmusfejlesztési Stratégiájának kidolgozásakor 4670 vonzerőelemet azonosítottak, ebből 905 Nógrád vármegyében található. (Piskóti, 2006) A vonzerőelemek közel 20%-a Nógrád vármegyében található, amely azt mutatja, hogy turisztikai potenciálja sokkal nagyobb, mint amit valódi részesedése mutat. Ez alapján megállapítható, hogy az azonosított vonzerőelemek jelentős része Nógrád vármegyében található, és a jelenlegi részesedésük aránya alapján úgy tűnik, hogy a turisztikai potenciáljuk még nagyobb, mint amit jelenleg kihasználnak. Ez alapján ezt a hipotézisemet igaznak tekintem.

A **H2** hipotézisem az volt, hogy a salgótarjáni lakosság jól ismeri Salgótarján látnivalóit, ugyanakkor kevés ismerete van a Karancs-Medves vidék természeti kincseiről. A kitöltők 40,2%-a úgy nyilatkozott, hogy ismeri Salgótarján vonzerőit, látnivalóit. A kérdőívet kitöltők csupán 2,1%-a válaszolta azt, hogy egyáltalán nem ismeri Salgótarján vonzerőit, látnivalóit. A válaszadók mindössze 7,2%-a válaszolta azt, hogy nagyon jól ismeri a Karancs-Medves vidék attrakcióit, míg a kitöltők 11,2%-a egyáltalán nem ismeri a vidék attrakcióit. A válaszadók 26,4%-a pedig inkább ismeri a vidék attrakcióit. Ez alapján ezt a hipotézisemet is igaznak tekintem.

Kutatásom során arra az eredményre jutottam, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék sokkal többet kínál, mint amennyit az emberek általában gondolnak róla. Azonban azt is megállapítottam, hogy egy óriási kihívást jelent, hogy még a helyi lakosok sem ismerik, tudják, hogy milyen egyedi és különleges környezetben élnek. A térségben rejlő turisztikai potenciál kiaknázásának első lépése az lenne, hogy az emberek, akik itt élnek, jobban megértsék és értékeljék a vidékben rejlő lehetőségeket és vonzerőket. Ennek hiányában megtörténhet, hogy a turisztikai fejlesztések és kezdeményezések nem fogják elérni a kívánt hatást, mivel még az alapvető helyi támogatás sem lesz meg. Ezért fontos lenne az együttműködés és az összefogás a helyi közösségek, vállalkozások és hatóságok között annak érdekében, hogy felhívják a figyelmet a térség turisztikai vonzerejére és gazdasági potenciáljára, hogy igenis több van ebben a vidékben, és hogy nagyon nagy akadály az, hogy még a helyiek sem ismerik, hogy milyen különleges vidéken élnek.

6. Következtetések és javaslatok

Véleményem szerint az ökoturizmusra való fókuszálás és a természeti területek megóvása és fenntartható fejlesztése hosszú távon növelhetik a turizmusra irányuló keresletet. Figyelembe véve azt, hogy jelenleg a hazai aktív turizmus 45%-os részesedéssel bír a teljes hazai turizmusban, és ezen arányt még további 10%-kal lehetne növelni 2030-ig a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030 tervezete szerint, látható, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék rendkívül jelentős és kiaknázatlan potenciállal rendelkezik ezen a területen, amelyet érdemes lenne kiaknázni és fejleszteni, hiszen lenne rá igény.

Úgy gondolom, hogy ki kellene használni a térség kulturális és természeti örökségét, valamint a palóc népművészet és hagyományok gazdag sokszínűségét, hogy vonzó célponttá váljon a turisták számára. A palóc hagyományok olyan egyedülálló élményeket nyújthatnak, amely által nemcsak a turizmus fellendülése lenne elősegítve, hanem a helyi kultúra és közösség is gazdagodna, hiszen az ilyen kezdeményezések a helyi identitás erősítését és a hagyományok ápolását is szolgálnák.

Véleményem szerint szorosabb együttműködésre kellene törekedni Hollókővel, amely az egyetlen olyan magyarországi falu amelyik szerepel az UNESCO világörökség listáján, Ipolytarnóccal, ahol egy világhírű őslénytani lelőhely található, valamint Mátraverebélyel, ahol a szentkúti római katolikus nemzeti kegyhely található, a turisztikai ajánlat bővítésének érdekében.

Fontosnak tartom, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék aktívan részt vegyen a vidék- és térségfejlesztési pályázatokban, és a forrásokat infrastrukturális fejlesztésekre, turisztikai attrakciók létrehozására, szálláshelyek, vendéglátóhelyek, szórakozóhelyek fejlesztésére, létrehozására és marketingtevékenységre fordítsák.

Véleményem szerint a márkaépítés és a régió különlegességeinek, lehetőségeinek bemutatása kulcsfontosságú ahhoz, hogy Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék vonzóvá váljon a potenciális látogatók számára. Azt gondolom, hogy ezek az erőfeszítések nemcsak a helyi gazdaságot erősítenék meg, hanem hozzájárulnának a környezet megőrzéséhez és a közösség fejlődéséhez is.

7. Összefoglalás

Szakedolgozatomban egy hozzám közel álló témát, Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turizmusát kutattam.

Elsődleges célom volt, hogy mélyebb betekintést nyerjek abba, hogy hogyan pozicionálja magát Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék a turizmus piacán.

Munkámat a turizmus rendszeréhez, valamint az aktív turizmushoz és azok trendjeihez, továbbá a szakedolgozatom központi témájához kapcsolódó szakirodalmak és egyéb források megismerésével és feldolgozásával kezdtem. Számos turizmusfejlesztési programot áttanulmányoztam mielőtt megfogalmaztam két hipotéziseimet. Kutatási kérdéseim megválaszolására és hipotéziseim bizonyítására elsődleges kutatást is végeztem. Kvantitatív kutatásom módszere a kérdőíves megkérdezés volt, míg kvalitatív kutatásként a mélyinterjút választottam. A mintába került 100 válasz és az interjún elhangzottak feldolgozása mind a kettő hipotézist elfogadtam.

Kutatásom végeztével problémásnak gondolom a minta nagyságát, amely valódi következtetések levonását csak részben teszi lehetővé. Sajnos nem sikerült a 18 év alatti korosztályhoz eljutnom, ami valószínűleg a kérdőív terjesztéséből fakad. A szakirodalmi feldolgozással ugyanakkor elértem a célokat és úgy gondolom, hogy feltártam a téma jelentőségét.

A Központi Statisztikai Hivatal honlapján elérhető adatok alapján kiértékeltem az Észak-magyarországi régió és Nógrád vármegye turizmusának helyzetét. Majd megvizsgáltam az erre a vidékre vonatkozó turizmusfejlesztési stratégiákat, kiemelt figyelmet fordítottam a Széchenyi 2020 programra. Továbbá készítettem egy SWOT-analízist, amely segített abban, hogy egy átfogóbb kép alakuljon ki Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék helyzetére és jövőbeli kilátásaira vonatkozóan. Az elemzés után készítettem egy offenzív stratégiát, amelyben bemutattam Salgótarján és a Karancs-Medves-vidékre irányuló további fejlesztési lehetőségeket.

Szakedolgozatom fókuszában Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turisztikai potenciáljának kutatása állt, amely a vizsgálatok során még inkább közel került a szívemhez. Bízom benne, hogy a kutatásom eredményei és a felmerült javaslatok segítségével olyan új perspektívákat és lehetőségeket nyitottam meg, amelyek elősegíthetik Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turisztikai potenciáljának teljes kiaknázását.

8. Irodalomjegyzék

- Árpási Z. (2014): *Wellnes turisztikai szolgáltatások fejlesztésének lehetőségei a Dél-alföldi régióban*, Gödöllő: Szent István Egyetem .
- Bayram G. E. (2020): Impact of Information Technology on Tourism. In: A. Hassan & A. Sharma, szerk. *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*. Bingley: Emerald Publishing , pp. 243-257.
- Beedie P. (2003): Adventure Tourism. In: S. Hudson, szerk. *Sport and Adventure Tourism*. New York: The Haworth Hospitality Press, pp. 208-210.
- Berki M. - Gonda T. (2006): A kulturális turizmus magyarországi városi helyszíneinek pozicionálása. *Földrajzi értesítő*, 55. évf. 1.-2. sz.. kötet, pp. 127-140.
- Bianchi C. (2016): Solo Holiday Travellers: Motivators and Drivers of Satisfaction and Dissatisfaction. In: *International Journal of Tourism*. hely nélk.: ismeretlen szerző, pp. 197-208.
- Bódy É. - Seres-Pittlik T. (2023): *Tiszaújváros Szociális Szolgáltatástervezési Konceptió 2023*. H. n.: K. n.
- Boncz I. (2015): *Kutatásmódszertani alapismeretek*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.
- Buckley R. (2006): *Adventure Tourism*. Wallingford: CABI.
- Buckley R. (2010): *Adventure Tourism Management*. Amsterdam: Elsevier.
- Buckley R. - Gretzel U. - Scott D.- Weaver D. Becken S (2015): *Tourism Recreation Research: Tourism megatrends*. England: Routledge.
- Cater C. (2005): Looking the Part: The Relationship between Adventure Tourism and the Outdoor Fashion Industry. In: C. Ryan, J. S. Page & M. Aicken, szerk. *Taking Tourism to the Limits*. London: Elsevier, pp. 155-163.
- Christiansen D. (1990): Adventure Tourism. In: J. C. Miles & S. Priest, szerk. *Adventure Education*. State College PA: Venture Publishing, pp. 433-441.
- Cloutier R. (2003): The Business of Adventure Tourism. In: S. Hudson, szerk. *Sport and Adventure Tourism*. New York: The Haworth Hospitality Press, pp. 241-272.
- Csapó J. - Törőcsik M. (2020): A jövő turizmusa, A turizmus jövője. In: *Az érintett vállalkozások körében elvégzett regionális kutatás eredményeinek az összefoglalója*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, p. 9.
- Csapó J. - Törőcsik M. - Gonda T. - Martesz K. Wetzl V. (2020): *A Nemzetközi és a hazai turizmus legújabb keresleti trendjeinek bemutatása elméleti és gyakorlati megközelítésben*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar.

- Csíkszentmihályi M. - Selega, I., (1990): Adventure and the Flow Experience. In: J. C. Miles & S. Priest, szerk. *Adventure Education*. State College PA: Venture Publishing, pp. 149-155.
- Dávid L. D., szerk., (2020): Turizmusfejlesztéssel a hátrányos helyzetű területek felzárkóztatásáért-Salgótarján és a Karancs Medves vidék turisztikai potenciálja. *Földrajzi Közlemények*, 144. évfolyam, 1.szám. kötet, pp. 43-64.
- Dávid L. D. - Jancsik A. - Rátz T. (2007): Turisztikai erőforrások: a természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. In: Budapest: Perfekt Kiadó, pp. 187-217.
- Dávid L. D. - Molnár F. - Bujdosó Z. - Dereskey A. (2007): Biztonság, terrorizmus, turizmus. In: *Gazdálkodás*. H. n. : K. n., pp. 160-166.
- Deli-Gray Z. - Árva L. (2016): *Turizmus-marketing esettanulmányok*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Delphy-Neirotti L. (2003): An Introduction to Sport and Adventure Tourism. In: S. Hudson, szerk. *Sport and Adventure Tourism*. New York: The Haworth Hospitality Press, pp. 1-26.
- Dusák T. (2024): *A mérés és a méréselmélet néhány alapkérdése*, hely nélk.: ismeretlen szerző
- Fekete M. (2006): Hétköznapi turizmus - A turizmuselmélettől a gyakorlatig. In: Sopron: Nyugat-Magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar Doktori Iskolája, pp. 12-15.
- Fisher D. - Smith, S. (2011): Cocreation is chaotic: What it means for marketing when no one has control. In: *Marketing Theory*. H. n.: K. n., pp. 325-350.
- Gonda T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar.
- Gonda T. (2022): *Alternatív turizmus*. H. n.: Akadémiai Kiadó.
- Grant D. (2001): Adventure Tourism: a Journey of the Mind. In: L. Roberts & D. Hall, szerk. *Rural Tourism and Recreation: Principles to practice*. Wallingford: CABI Publishing, pp. 166-169.
- Hartmann G. (2022): *Salgótarján modern építésze 1945-1990*. Budapest: Kedves László Könyvműhelye.
- Horváth G. - Csüllög G. (2012): Salgótarján (Hungary) – The Rise and Fall of a Mining and Industrial Region. In: P. Wirth, B. Cernic-Mali & W. Fischer, szerk. *Post-Mining Regions in Central Europe: Problems, Potentials, Possibilities*. München: oekom verlag, pp. 40-53.
- Kalmárné Rimóczi C. - Hering K. (2019): Turisztikai magatartás és turizmusmarketing esettanulmányok. In: Kecskemét: Neumann János Egyetem, p. 41.

- Kane J. M. - Zink R. (2004): Package adventure tours: Markers in serious leisure careers. In: hely nélk.: ismeretlen szerző, pp. 329-345.
- Kátay Á. - Michalkó G. - Rátz T. szerk., (2019): *Turizmus 3.0.* Orosháza-Budapest: Kodolányi János Egyetem.
- Lengyel M. (2001): *A turizmus általános elmélete.* Budapest: Képzőművészeti Kiadó.
- Michalkó G. (2002): Az aktív turizmus elméleti megközelítése. In: L. D. Dávid, szerk. *Aktív turizmus.* Debrecen: Didakt Kiadó, pp. 5-16.
- Michalkó G. (2003): Az aktív turizmus alapjai. In: M. Bánhidi, szerk. *A vízi és vizek menti turizmus alapjai.* Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola, pp. 20-27.
- Michalkó G. (2003): Az aktív turizmus elméleti kérdései. In: L. D. Dávid, szerk. *Aktív turizmus.* Debrecen: Debreceni Egyetem, pp. 5-17.
- Michalkó G. (2007): *Turizmuselmélet alapjai.* Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola.
- Michalkó G. (2008): *A turisztikai tér társadalomföldrajzi értelmezésének új dimenziói.* 2008 szerk. Budapest: Magyar Tudományos Akadémia.
- Michalkó G. (2010): *Boldogító utazás.* Budapest: MTA Földrajztudományi Kutatóintézet.
- Michalkó G. (2016): *Turizmológia.* Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Mitev-Ariel Z. (2012): Grounded theory, a kvalitatív kutatás klasszikus mérföldköve. *Vezetéstudomány*, XLIII. ÉVF. 2012. 1. SZÁM. kötet, pp. 17-30.
- Neil J. - Wearing S. (2000): *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities.* Oxford: Butterworth Heinemann.
- Piskóti I. (2006): *Észak-Magyarország Régió Turizmusfejlesztési Stratégiája 2007-13.* Miskolc: RMC Regionális Marketing Centrum Kft..
- Puczko L. (2002): *A turizmus hatásai.* Budapest: Aula Kiadó.
- Rátz T. (1999): *A turizmus társadalmi-kulturális hatásai,* Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem.
- Simándi S. - Benkei-Kovács B. (2018): *Kulturális turizmus.* H. n.: Nemzeti Művelődési Intézet.
- Szűcs B. - Pónusz M. (2020): hely nélk.: Polgári Szemle.
- Tésits R. - Alpek L. (2013): *Some aspects of the labour force mobility of the Drava region.* Pécs: Publikon Kiadó.
- Thomson A. A. - Strickland A. J. (1986): *Strategy Formulation and Implementation.* Homewood: BPI-Irwin.
- Tomik R. (2013): *Active Sport Tourism – A Survey of Students of Tourism and Recreation.* H.n.: Journal of Tourism, Recreation and Sport Management.

UNWTO (2023): *Trends taking shape in the travel industry in 2023.*

<https://www.unwto.org/events/unwto-affiliate-members-corner-fitur>

Letöltés ideje: 2024. 02. 18.

UNWTO (2024): *International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024.*

<https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>

Letöltés ideje: 2024. 02. 18.

Zátori A. (2016): A fesztiválturizmus elméleti aspektusai. In: M. Jászberényi - A. Zátori & K.

Ásványi szerk. *Fesztiválturizmus*. Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 15-34.

Zátori A. (2018): *Élménymenedzsment a turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Online források:

Aktív-és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ:

<https://aofk.hu/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030/>

Letöltés ideje: 2024.01.12.

KSH honlapja: Terület, településsűrűség, népsűrűség, 2023. január 1.

https://www.ksh.hu/stadat_files/fo/fo/fo10006.html

Letöltés ideje: 2024.03.17.

KSH honlapja: Egy főre jutó bruttó hazai termék megye és régió szerint

https://www.ksh.hu/stadat_files/gdp/hu/gdp0078.html

Letöltés ideje: 2024.03.17.

NOOL Nógrád Vármegyei Hírportál:

<https://www.nool.hu/helyi-kozelet/2020/09/meguult-madarpark-varja-az-okoturistakat-eresztvenybe>

Letöltés ideje: 2024.03.06.

Nógrád Vármegye Önkormányzata honlap:

https://www.nograd.hu/files/terfejl/program/Program_20210316.PDF

Letöltés ideje: 2024.02.18

Pályázati Portál honlapja:

<https://www.palyazat.gov.hu/programok/szechenyi-2020>

Letöltés ideje: 2024.03.23

Pályázati Portál honlapja: Ökoturisztikai fejlesztés Salgótarján

<https://www.palyazat.gov.hu/eredmenyek/tamogatott-projektek/1818150201>

Letöltés ideje: 2024.02.10.

Sokszínű vidék honlapja:

<https://sokszinuvidek.24.hu/viragzo-videkunk/2023/08/28/dornyay-turistahaz-felujitas-nograd-eresztveny/>

Letöltés ideje: 2024.02.11

UNWTO honlapja:

<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Letöltés ideje: 2024.04.21.

University of Eastern Finland:

<https://www.tourismmarketingandmanagement.com/2022/12/20/how-digital-nomads-are-shaping-the-travel-industry/>

Letöltés ideje: 2024. 04.04.

Vital Wave honlapja:

<https://vitalwave.com/article-presentation/adventure-tourism-development-index-2011-report/>

Letöltés: 2024.04.10.

9. Ábrák jegyzéke

1. ábra A turizmus rendszere és környezete.....	6
2. ábra Az aktív turizmus motivációi	13
3. ábra A válaszadók korosztály szerinti megoszlása (n=100)	17
4. ábra Hogyan ítélné meg az anyagi helyzetét? (n=100).....	18
5. ábra Értékelje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire ismeri jól Salgótarját? (ahol: 1= egyáltalán nem ismerem, 2= nem ismerem, 3=inkább nem ismerem, 4=inkább ismerem, 5=ismerem, 6=nagyon jól ismerem) (n=97).....	19
6. ábra Értékelje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire ismeri jól a Karancs-Medves-vidék attrakcióit? (ahol: 1= egyáltalán nem ismerem, 2= nem ismerem, 3=inkább nem ismerem, 4=inkább ismerem, 5=ismerem, 6=nagyon jól ismerem) (n=98).....	19
7. ábra Kérem rendezze sorrendbe az alábbiakat, Ön szerint melyek Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék legfontosabb vonzerői? (1=az Ön által legfontosabbnak vélt; 10=az Ön által legkevésbé fontosnak vélt) (n=98)	20
8. ábra Milyen turisztikai termékeknek tulajdonítana kiemelkedő fontosságot Salgótarján és a Karancs-Medves vidék esetében? (n=100)	21
9. ábra Mennyire érdeklik Önt az alábbi programlehetőségek? Értékelje a megadott skálán! (1=egyáltalán nem érdekel; 2=nem érdekel; 3=inkább nem érdekel; 4=inkább érdekel; 5=érdekel; 6=nagyon érdekel).....	22
10. ábra Amennyiben még nem járt Salgótarjánban és a Karancs-Medves-vidéken, mi az oka annak, hogy nem látogatott még el ide? (n=23).....	23
11. ábra Mit gondol a térség idegenforgalmáról? (n=96)	24
12. ábra Amennyiben Ön szerint a térség turizmusa fejlődő tendenciát mutat, mit gondol az idegenforgalom erősödése minek köszönhető? (Több választ is megjelölhet) (n=19)	25
13. ábra Egy 1-től 6-ig terjedő skálán mennyire elégedett a város turizmusmarketing tevékenységével? (ahol 1=Egyáltalán nem vagyok elégedett; 2=Nem vagyok elégedett; 3=Inkább nem vagyok elégedett; 4=Inkább elégedett vagyok; 5=Elégedett vagyok; 6=Nagyon elégedett vagyok) (n=97)	26
14. ábra Értékelje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire elégedett a salgótarjáni szálláshelykínálattal. (ahol 1=Egyáltalán nem vagyok elégedett; 2=Nem vagyok elégedett, 3=Inkább nem vagyok elégedett; 4=Inkább elégedett vagyok; 5=Elégedett vagyok; 6=Nagyon elégedett vagyok) (n=100)	27

15. ábra Egy 1-től 6-ig terjedő skálán mennyire elégedett a turizmus fejlesztésének önkormányzati támogatásával? (ahol 1=Egyáltalán nem vagyok elégedett; 2=Nem vagyok elégedett; 3=Inkább nem vagyok elégedett; 4=Inkább elégedett vagyok; 5=Elégedett vagyok; 6=Nagyon elégedett vagyok) (n=100).....	28
16. ábra Külföldi vendégek aránya az Észak-magyarországi régióban (2018-2022)	30
17. ábra Vendégek száma az Észak-magyarországi régió vármegyéinek kereskedelmi szálláshelyein (2000-2022)	31
18. ábra Vendégéjszakák száma az Észak-magyarországi régió vármegyéinek kereskedelmi szálláshelyein (2000-2022)	31
19. ábra A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 2022-ben.....	32

10. Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Az aktív turizmus turisztikai termékei	12
2. táblázat: Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék SWOT analízise	38

11. Mellékletek

1. számú melléklet: Interjú a Novohrad-Nógrád Geopark Eresztvényi Látogatóközpont egykori igazgatójával

Drexler Szilárd a természetvédelem elkötelezett támogatója Salgótarjánban. A természet iránti szeretete már gyermekkorában megmutatkozott, később fotózási szenvedélyének élt. Első kapcsolatait a természetvédelemmel a Madártani Egyesületnél építette ki, ahol társadalmi kapcsolatokért felelős vezetőként tíz éven át számos programot és kezdeményezést szervezett. Ezalatt az idő alatt felismerte azt, hogy az ismeretterjesztésnek milyen meghatározó szerepe van, ezért döntött úgy, hogy természetfilmes pályára vált, abban a reményben, hogy így még több emberhez juthatnak el az üzenetei. Munkái között kiemelkedőek a bányászatról és a természetvédelemről szóló dokumentumfilmek, amelyek bemutatásra kerültek a Duna Televízióban és az MTVA-n. A turizmus fejlesztése és fenntartható irányba terelése számára nem csupán egy lehetőség, hanem egy felelősség, amelyet a jövő generációiért vállal. 2016-ban kezdte pályafutását, mint a Salgótarjáni Geopark igazgatója, ahol öt éven át számos kreatív kezdeményezést indított a turizmus fejlesztése és a természeti környezet megőrzése érdekében. Jelenleg ismét természetfilmes pályán dolgozik.

Mi inspirálta arra, hogy a turizmussal kezdjen el foglalkozni?

A turizmussal azért foglalkozom, mert valójában a tájat akarom megvédeni. Úgy gondolom, hogy a fenntartható turizmus, az ökoturizmus partner lehet a természet megvédésében.

Önmagában a természetvédelem nem képes arra, hogy megóvja a természeti kincseinket?

A természetvédelem önmagában sajnos nem elegendő ahhoz, hogy megőrizzük természeti kincseinket. Ennek oka részben az, hogy a turizmusra jelentősebb összegeket fordítanak, mint a természetvédelemre. A turizmust általában befektetésnek tekintik, amelytől várják a megtérülést, míg a természetvédelem gyakran nem jelent közvetlen bevételt.

Én mindig felnéztem a munkásságotra, azzal, hogy ilyen sok népnevelő, ismeretterjesztő programot szerveztél, büszke lettem arra, hogy itt élek.

Mindig is az volt a célom, hogy a helyi társadalom ráésszméljen, hogy rendkívül értékes dolgok vannak körülöttünk, melyekre együtt kellene vigyáznunk. A salgótarjáni turizmus mindig is a

közbeszéd része volt. Ha a turista értékeli ezt a környezetet, az itt lakó is büszke lesz rá, ez pedig tovább ösztönzi az értékek megőrzését és az egymásra való odafigyelést.

Hogyan közelítené meg idegenforgalmi szempontból a Karancs-Medves környéket?

Nem szabad összehasonlítani a Mátrával és a Bükkaléval ezt a helyet. Harmincszor, ötvenszer nagyobb területekről van szó, azokon a helyeken elférnek a nagyszabású kalandparkok. A Karancs-Medves vidék kis kiterjedésű, de ugyanakkor nagyon változatos természeti környezet, amely véleményem szerint nem tud egy ilyen létesítménynek otthont adni, anélkül, hogy rombolná a környezeti sokszínűséget.

Hogyan közelítené meg idegenforgalmi szempontból Salgótarját?

Szerintem a turizmus sosem lesz elegendő ahhoz, hogy teljesen eltartsa a várost, de mindenképpen érdemes fejleszteni és kihasználni annak lehetőségeit.

Kifejtené kérem ezt a gondolatmenetet bővebben? Mire alapozza a véleményét?

A véleményem szerint Nógrád vármegyében jelenleg nem található olyan turisztikai vonzerők, melyek nagyszámú látogatót vonzanának, és a helyi infrastruktúra, valamint szolgáltatások hiányosak. Ezen felül, a térség alacsony szintű környezettudatossága további akadályt jelent a turizmus fejlődése szempontjából.

Sok tényezőt sorolt fel, amelyek gátolják a turizmus fejlesztését és említette a környezettudatosság hiányát is mint hátráltató tényezőt. Milyen összefüggést lát a környezettudatosság és a turizmus fejlesztése között?

Én nem támogatom a tömegturizmust, mivel meggyőződésem, hogy egy ilyen vidéken, mint a Karancs-Medves vidék, a tömegturizmus súlyosan károsíthatja a természeti és társadalmi környezetet. A tömegturizmus sokszor vezethet túlzott terheléshez a helyi ökoszisztémákban, a túlszűfolttság miatt pedig a társadalmi egyensúly is felborulhat. Legszívesebben azokat a turistákat fogadnám, akik méltányolják a természet közelségét és elkötelezettek a környezettudatos életmód mellett. Olyan vendégeket szeretnék látni, akik nem csak a látványosságokat keresik, hanem tisztelettel és gondossággal viseltetnek a természeti környezet iránt. Ezek az utazók nem csupán élvezik a természeti szépségeket, hanem hajlandóak is tenni azért, hogy megőrizzék azokat a jövő generációk számára. Olyan emberek, akik tudatosan választanak, támogatják a helyi termelőket és kézműveseket, és hajlandóak befektetni a minőségi szolgáltatásokba és termékekbe.

Mit javasol, hogyan tudnánk elérni ezt a célcsoportot? És körülbelül hány főt számlál ez a célcsoport?

Becsléseink szerint a célcsoport több százezer főt számlál. A legnagyobb kihívásnak pontosan ezt tartom, hogy hogyan érhetnénk el ezt a célcsoportot. Ugyanis ezek a hírek nem jelennek meg sem a rádióban, sem az újságokban, ami megnehezíti a széles körű tájékoztatást. Az előny az, hogy nem kell a nulláról indulnunk. Léteznek jól működő, követendő példák. Első lépésként ismernünk kell a célcsoport motivációját, majd egy erős, egyedi brand építésén kellene dolgoznunk. Olyan hívószavakkal és üzenetekkel, amelyekkel hatékonyan megszólíthatjuk a célcsoportot.

A turizmus hasonlóan működik, mint egy termék: ahhoz, hogy vonzó legyen és sikeresen értékesíthető legyen, szükség van egy erős márkára.

Itthon, ha azt hallják az emberek, hogy Bükk vagy mondhatnám akár a Pilit is, akkor mit gondol mi ugrik be az embereknek először? Az, hogy ezek mind olyan helyek, amelyeket látniuk kell, mert szépek és érdekesnek tartják arra, hogy ott kiránduljanak. Azzal, hogy ismerik ezeket a neveket, máris könnyebben választanak a környékén üdülési vagy programhelyszínt, mert már a hegység neve bizalmat ébreszt bennük.

Milyen kár, hogy a Karancsról-Medves vidékről nem hallani, mert szerintem ez a vidék egy vonzó turisztikai célpont lehetne. Ön mit gondol?

Salgótarján és környéke valójában rendkívül sokoldalú és vonzó turisztikai célpont lenne az országban, megfelelne a különböző korosztályok és érdeklődési körök igényeinek, legyen szó kisgyermekes családokról vagy idősebb utazókról. Azonban sajnálatos módon kevés ember ismeri ezt a környéket, mivel a Medves és a Karancs neve alig jelenik meg a turisztikai térképen. Ennek következtében az emberek gyakran bizalmatlanok és bizonytalanok a régióval kapcsolatban.

A márkaépítés, a régió különlegességeinek és lehetőségeinek bemutatása elengedhetetlen ahhoz, hogy vonzóbbá váljon a látogatók számára. Ezek az erőfeszítések nemcsak a helyi gazdaságot erősítenék meg, de hozzájárulnának a környezet megőrzéséhez és a közösség fejlődéséhez is.

Mit gondol, hogyan kellene a brand építést megkezdeni?

Szerintem legelőször egy olyan stratégiát kellene összeállítani, ami bevonná a helyi erőket. Amint a stratégia elkészült, azt működtetni kell, ami azt jelenti, hogy megfelelő szervezeteket és infrastruktúrát kell létrehozni.

Szakedolgozatom megírása megkívánta a kutatómunkát melynek során sokféle tervezettel találkoztam, amik mind a salgótarjáni és a Karancs-Medves-vidék turizmusának fejlesztését tűzték ki célul.

Természetesen ezekben is lehetnek előremutató elemek. Nem a nulláról kell indulni, vannak már jól bevált működőképes egységek, amelyekről példát véve beépíthetnénk azt a mi módszereinkbe.

Ha már kész a stratégia és az azt működtetni tudó egységek is megvannak, mi volna a következő lépés véleménye szerint?

Akkor jöhetnek a számok, és itt fontosnak tartom kiemelni, hogy valódi árakkal kell számolni és nem vágyálmokkal. Ilyen esetekben én jobbnak látom azt, ha pesszimista számokkal dolgozik az ember. Jobb félni, mint megijedni!

Hogy látja, jelenleg ki van-e aknázva a város turisztikai potenciálja a marketing és PR szempontjából?

Véleményem szerint nem. Létfontosságúnak tartom azt, hogy egy turisztikai desztináció rendelkezzen hatékony marketing- és PR-csapattal, akik aktívan kezelik és irányítják a kommunikációt. Egy ilyen csapat tudja, hogy hogyan kell kiemelni és népszerűsíteni a város és a környék legvonzóbb vonásait, legyenek azok épített örökségek vagy környezeti szépségek. A marketing és PR csoport fontos szereplője lehetne az új turisztikai kezdeményezéseknek és eseményeknek is, mint például rendezvények, kulturális programok vagy éppen a helyi gasztronómia bemutatása. Ezen tevékenységek megfelelő kommunikációja segíthet abban, hogy a város a turisták számára még vonzóbbá váljon, és növelje a látogatók elégedettségét és visszatérési arányát.

Hogyan érhetnénk el még több embert, a jó marketingkommunikáción túl?

Úgy gondolom, hogy a turisztikai szolgáltatásokat hálózatba kell szervezni, hogy összehangoltabbá és hatékonyabbá tegyük őket. Ez magában foglalhatja a közös belépők és kedvezmények bevezetését, ami könnyebbé és vonzóbbá teheti a turisták számára a város és a térség látogatását. Ezenkívül fontos lenne hálózatba szervezni a kistérség, például a Geopark szolgáltatásait is, beleértve a határokon átnyúló lehetőségeket is. Ez lehetővé tenné a turisták számára, hogy egyszerűbben és átfogóbban fedezzék fel a térség kulturális és természeti látnivalóit, miközben elősegítené a helyi gazdaság fejlődését és a turisztikai iparág növekedését.

Ha már marketing, milyen céllal szervezték meg a Medvesi Fotós Maratont? Sikerült elérni azokat?

Célunk az volt, hogy ide vonzzuk a fotósokat, akik felfedezik ezt a területet, és képeket készítenek a Karancs-Medves vidékről, amelyeket megosztanak a közösségi média felületein. 48 órán ár biztosítottunk programokat a résztvevőknek, azzal a céllal, hogy megismerjék és felfedezzék ennek a kevésbé ismert, de változatos, természeti kincsekben gazdag tájnak az értékeit. A program különlegességét az adta, hogy éjszakai fotózásra is sor került, a kivilágított várromok és az éjszakai égbolt együttesét fotózhatták a résztvevők. Így hozzájárultunk ahhoz, hogy egyre több ember találkozzon a táj természeti szépségeivel és értékeivel. Ez az esemény egy innovatív turisztikai program volt a régióban, amely nem csak népszerűsítette a térséget, de viszonylag alacsony költségekkel fontos üzeneteket is közvetített rólunk.

Ez az eseménysorozat ötször került megrendezésre, és az utolsó alkalommal már olyan sok résztvevő érkezett, hogy nem tudtuk őket megfelelően fogadni. Ennek két fő oka volt: egyrészt a hiányzó szálláshely-infrastruktúra miatt, másrészt pedig azért, mert a tömeges részvétel jelentős terhelést jelentett volna a környezetre.

Nekem az a tapasztalatom, hogy sokszor a helybéliek is csak nagyon keveset tudnak arról, hogy milyen kincsesláda a mi kis vidékünk.

Sajnálatos módon egyet kell értenem. És ezzel kapcsolatban visszatérhetünk az előző kérdéshez, hogy miért nem indították el már jóval korábban a márkaépítést? Mert mi, akik itt élünk sem vagyunk teljesen tisztában azzal, hogy mennyire egyedülállóak a természeti kincseink, nem ismerjük őket igazán. Az helyiek nagy részének csak egy általános, felületes véleménye van az egészről, ami kimerül annyiban, hogy nagyon szép helyen élünk.

És mégis, azon kevesek között, akik ismerik ezeket a természeti kincseinket, vannak olyanok, akik nem értékelik azokat. Mit gondol, hogyan lehetne hatékonyan kezelni és megelőzni az erdők szemétszennyezettségét, a parkok és tanösvények elhanyagoltságát?

A térségben vannak olyan érdekelt felek, akik területkezelőként, tulajdonosként érintettek. Fontos felismernünk, hogy ezek az érdekelt felek kulcsfontosságú szereplők a térség jövőjének alakításában. Az ő részvételük és együttműködésük nélkülözhetetlen azoknak az intézkedéseknek és fejlesztéseknek az előmozdításához, amelyek segíthetik a térség turisztikai vonzerejének növelését és fenntartható fejlődését. Ezért elengedhetetlen, hogy egyeztetéseket és párbeszédet kezdeményezzünk velük annak érdekében, hogy közösen alakítsuk ki a térség fejlődését és fenntartható turizmusát támogató stratégiát. Én azt tanácsolnám, hogy fektessenek

nagyobb hangsúlyt a tanösvények, erdei műtárgyak karbantartására és tisztítására, valamint az erdők közjóléti szerepének erősítésére, mindezt úgy, hogy közben törekednek arra, hogy megőrizzék a biológiai sokféleséget. Fontosnak tartom továbbá azt is, hogy ellenőrizzék és tájékoztassák a térségbe látogató turistákat. Az én vesszőparipám a terepmotorozás, véleményem szerint, meg kellene gátolni és szankcionálni az ilyen környezetkárosító tevékenységeket.

Azon túl, hogy bizonyos fejlesztéseknek a tájban is meg kell valósulniuk, úgy gondolom, hogy Salgótarjánban is szükség van változásokra. Ön milyen változtatásokat sürgetne?

Amikor egy turista desztinációt választ, akkor ő élményt keres, ami már magában foglalja az információhoz való hozzáférés minőségét is, nem beszélve a szálláshelyekről, az étkezési lehetőségekről, az épített környezetről és a helyi kultúráról. Ennek értelmében minél hamarabb rendezni kellene Salgóbánya, Rónabánya-telep, Rónafalu és Somoskő helyzetét. Mikor az Eresztvényi Geopark vezetője voltam, több turista is beszámolt arról, hogy nem mertek bemenni a Salgóbányára, inkább visszafordultak.

A fent említettek ellenére, mit gondol, létezik valamiféle remény Salgótarján és a Karancs-Medves vidék turizmusa számára?

Annak ellenére, hogy számos kihívással szembesülünk, személyes véleményem szerint a turizmus fejlesztése továbbra is hatalmas lehetőséget rejt. Az én szemléletem szerint, ez azonban csak akkor valósulhat meg sikeresen, ha olyan stratégiákat alkalmazunk, amelyek kiemelten figyelnek a helyi erőforrások védelmére és az itt élő közösségek életminőségének javítására. Optimistán látom a térség jövőjét!

2. számú melléklet: Kérdőív

Kedves kitöltő!

Jelen elemzés témája Salgótarján és a Karancs-Medves vidék turizmusa, valamint a lakossági attitűd vizsgálata. A kész statisztikai elemzés egyrészt egy, a Magyar Agrár-és Élettudományi Egyetem turizmus-vendéglátás alapszakon írandó szakdolgozat részét fogja képezni. Az adatok csak összesítve, statisztikák formájában jelennek meg, a kitöltés teljes mértékben anonim. A kérdőív kitöltése 5-10 percet vesz igénybe, a kérdőív alatt találja, hogy a kérdések hány százalékával végzett. Köszönöm, ha kitölti a kérdőívet, hiszen minden válaszadó véleménye fontos a számomra. Ha a kérdőívvel, vagy annak témájával kapcsolatban bármilyen kérdése lenne, kérem forduljon hozzám bizalommal:

A kérdőív készítője: Karóczkai Boglárka

E-mail: karoczкаи.boglarka@gmail.com

Demográfia kérdések:

Az Ön neve:

- Férfi
- Nő

Melyik korcsoportba tartozik?

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

Ön salgótarjáni lakos?

- Igen
- Nem

Milyen beosztásban dolgozik?

- Vezető
- Alkalmazott
- Vállalkozó

- Közalkalmazott
- Tanuló, diák, egyetemi hallgató
- Háztartásbeli
- Munkanélküli
- Nyugdíjas
- Egyéb:

Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége:

- Felsőfokú végzettség
- Középiskolai végzettség
- Általános iskolai végzettség
- Egyéb:

Hogyan ítélné meg az anyagi helyzetét?

- Az átlagosnál jóval szerényebb anyagi helyzetű
- Az átlagosnál valamivel szerényebb anyagi helyzetű
- Átlagos anyagi helyzetű
- Az átlagosnál valamivel kedvezőbb anyagi helyzetű
- Az átlagosnál jóval kedvezőbb anyagi helyzetű

Salgótarján és a Karancs-Medves vidék turizmusa:

Értékelje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire ismeri jól Salgótarját? (ahol: 1= egyáltalán nem ismerem, 2= nem ismerem, 3=inkább nem ismerem, 4=inkább ismerem, 5=ismerem, 6=nagyon jól ismerem)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

Értékelje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire ismeri jól a Karancs-Medves vidék attrakcióit? (ahol: 1= egyáltalán nem ismerem, 2= nem ismerem, 3=inkább nem ismerem, 4=inkább ismerem, 5=ismerem, 6=nagyon jól ismerem)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

Kérem rendezze sorrendbe az alábbiakat, Ön szerint melyek Salgótarján és a Karancs-Medves vidék legfontosabb vonzerői? (ahol: 1= az Ön által legfontosabbnak vélt vonzerő; 10= az Ön által legkevésbé fontosnak vélt vonzerő)

- Somoskői vár
- Salgói vár
- Novohrad-Nógrád Geopark Eresztvényi Látogatóközpont
- Bányamúzeum
- Dornyay Béla Múzeum
- Karancs-kilátó
- Medves fennsík
- Boszorkánykő
- Uránia Észlelő és Bemutató Csillagvizsgáló

- Dornyay Ház

Milyen turisztikai termékeknek tulajdonítana kiemelkedő fontosságot Salgótarján és a Karancs-Medves vidék esetében? (Több választ is megjelölhet)

- Aktív turizmus
- Vallási turizmus
- Szenior turizmus
- Ifjúsági turizmus
- VFR turizmus (Visiting Friend and Relations)
- Gasztroturizmus
- Falusi-vidéki turizmus
- Városi turizmus
- Ökoturizmus
- Kalandturizmus
- Vadászturizmus
- Lovasturizmus
- Egyéb:

Mennyire érdeklik Önt az alábbi programlehetőségek? Értékelje a megadott skálán!
(1=egyáltalán nem érdekel; 2=nem érdekel; 3=inkább nem érdekel; 4=inkább érdekel; 5=érdekel; 6=nagyon érdekel)

	1	2	3	4	5	6
Salgó Rallye						
Kazári Laskafesztivál						
Hollókői Húsvét						
Kutya Jó Kirándulás						
Spartan Race Salgótarján						
Erdei Kihívás Napja						
Éjszakai fotózás-ahogy még soha nem láttad!						
Muzsikál az erdő						
Szentkút-Szent László Ünnepe-Lovasok Zarándoklata						

Ha az előbbieket szinte mind egy helyen megtalálhatóak lennének, hajlandó lenne-e ellátogatni oda?

- Igen
- Nem

Tervezi-e a közeljövőben, hogy akár több napot is eltölt Salgótarjánban?

- Igen
- Nem

Amennyiben még nem járt Salgótarjánban és a Karancs-Medves vidéken, mi az oka annak, hogy nem látogatott még el ide?

- Rossz véleményeket hallottam róla
- Soha nem hallottam róla
- Nem tudom, hogy mit érdemes megnézni a környéken
- Nehéz megközelítés miatt
- Egyéb

A lakossági attitűd vizsgálata:

Mit gondol a térség idegenforgalmáról?

- A térség turizmusa fejlődő tendenciát mutat
- A térség turizmusa stagnáló tendenciát mutat
- A térség turizmusa visszaesett, romlik
- Saját vélemény:

Amennyiben Ön szerint a térség turizmusa fejlődő tendenciát mutat, mit gondol az idegenforgalom erősödése minek köszönhető? (Több választ is megjelölhet)

- Novohrad Nógrád Geopark Eresztvényi Látogatóközpont és a szervezett, aktív programjainak
- Az önkormányzati támogatásoknak
- A turisztikai szervezetek közötti együttműködéseknek
- A marketingkommunikációnak
- Egyéb:

Egy 1-től 6-ig terjedő skálán mennyire elégedett a város turizmusmarketing tevékenységével? (ahol 1=Egyáltalán nem vagyok elégedett; 2=Nem vagyok elégedett; 3=Inkább nem vagyok elégedett; 4=Inkább elégedett vagyok; 5=Elégedett vagyok; 6=Nagyon elégedett vagyok)

(A turizmusmarketing feladata az, hogy a folyamatosan változó vendég igényekre hatékonyan tudjon reagálni, és hogy hozzá tudjon járulni ahhoz, hogy egy adott desztinációban megfelelő mennyiségű és minőségű vendégkör tudjon kialakulni.)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- Saját vélemény:

Értékelje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire elégedett a salgótarjáni szálláshelykínálattal.

(ahol 1=Egyáltalán nem vagyok elégedett; 2=Nem vagyok elégedett; 3=Inkább nem vagyok elégedett; 4=Inkább elégedett vagyok; 5=Elégedett vagyok; 6=Nagyon elégedett vagyok)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

Támogatja-e a Karancs szálló felújítását és újraindítását?

- Igen
- Nem
- Saját vélemény:

Egy 1-től 6-ig terjedő skálán mennyire elégedett a turizmus fejlesztésének önkormányzati támogatásával? (ahol 1=Egyáltalán nem vagyok elégedett; 2=Nem vagyok elégedett; 3=Inkább nem vagyok elégedett; 4=Inkább elégedett vagyok; 5=Elégedett vagyok; 6=Nagyon elégedett vagyok)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- Nincs információm erről

Egyetért-e azzal, hogy a Salgótarjáni turizmust fejleszteni kellene?

- Igen
- Nem

Hogyan látja Salgótarján és a Karancs-Medves-vidék turizmusának jövőjét?

- Optimista vagyok a jövőt illetően.
- Pesszimista vagyok a jövőt illetően.

- Saját vélemény:

Amennyiben egyéb meglátása van a témával a kapcsolatban, kérem ossza meg azokat.

Köszönöm, hogy időt szánt arra, hogy kitöltötte ezt a kérdőívet. Az észrevételei és véleménye rendkívül értékesek számomra, és segítenek abban, hogy jobban megértsem Salgótarján és a Karancs-Medves vidék turisztikai potenciálját, valamint a lakosság attitűdjét a vidék turizmusához.

12. Hallgatói nyilatkozat

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió¹ nyilvános hozzáféréseről és eredetiségéről

A hallgató neve: Karászkei Boglárka
A Hallgató Neptun kódja: FU5TDY
A dolgozat címe: Szilváján és a Karancs-Medves-vidék turisztikai potenciálja
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: Nyíregyházi és Fenntartható Gazdasági Intézet
A konzulens tanszékének a neve: Fenntartható Turizmus Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió² egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlanul 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 mindenkor szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

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

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

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

Kelt: 2024 év 04 hó 27 nap

Karászkei Boglárka
Hallgató aláírása

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

² A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

13. Konzulensi nyilatkozat

NYILATKOZAT

Karóczkai Boglárka (hallgató Neptun azonosítója: JU5TDY) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot a záróvizsgán történő védeésre **javaslom**.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot **nem** tartalmaz.

2024. április 28.



Dr. Szűcs Csaba
belső konzulens