

DIPLOMADOLGOZAT

POTYÓ JUDIT

Vidékfejlesztési agrármérnök MSc.

Csíkszereda

2023



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus

CSÍKSZENTMÁRTON ÉS A SASFÉSZEK UDVAR
TURIZMUSFEJLESZTÉSI IRÁNYAINAK
MEGHATÁROZÁSA

Belső konzulens: Prof. Dr. Káposzta József

egyetemi tanár

Készítette: Potyó Judit, W8RCG9

Vidékfejlesztési agrármérnök MSc.

Csíkszereda

2023

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS.....	4
1. TURIZMUS ÖSSZEFÜGGÉSEINEK IRODALMI ÁTTEKINTÉSE	6
1.1. A TURIZMUS RENDSZERE.....	6
1.2. A TURISZTIKAI KERESLET ÉS AZ AKTUÁLIS TURISZTIKAI TRENDEK KAPCSOLATA	8
1.3. TURISZTIKAI KÍNÁLAT ÉS ALKOTÓI	9
1.3.1. Fogadókészség	10
1.3.2. Fogadóképesség	10
1.3.3. Hargita ADI Hargita Községi Fejlesztési Társulás Hargita megye turizmusáért	11
1.3.4. Közvetítő szektor és a marketing szerepe a turizmusban	12
1.4. FALUSI TURIZMUS MEGHATÁROZÁSA.....	13
1.4.1. A falusi turizmust alkotó, térségünkben fejlesztésre leginkább esélyes turizmus fajták	14
1.4.2. Agroturizmus.....	15
1.4.3. Gasztroturizmus	15
1.4.4. Gasztronómiai pont, mint turisztikai vállalkozási forma.....	16
1.4.5. Kulturális turizmus.....	18
1.4.6. Thanaturizmus.....	18
2. CSÍKSZENTMÁRTON TELEPÜLÉS BEMUTATÁSA	20
2.1. TÖRTÉNELMI ÁTTEKINTŐ	21
2.2. MUNKAERŐPIACI HELYZETKÉP	22
2.3. VÁLLALKOZÓI SZFÉRA	24
3. CSÍKSZENTMÁRTON TURISZTIKAI KÍNÁLATA.....	26
3.1. NÉPMŰVÉSZET, HAGYOMÁNYOK.....	26
3.2. SASFÉSZEK.....	27
3.3. NÉPI MESTERSÉGEK, NÉPVISELET, NÉPSZOKÁSOK	29
3.4. TERMÉSZETI KÖRNYEZET	33
3.5. POSTELEPORT, VIRTUÁLIS FALUNÉZŐ	34
4. ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ÉS EREDMÉNYEK	35
4.1. AZ ONLINE KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS EREDMÉNYEI.....	35
4.1.1. A turizmus gazdasági vonzata, mint lehetséges motiváció	36
4.1.2. Turizmus kialakulásának alapfeltételei	39
4.1.3. Csíkszentmárton lehetséges turisztikai kínálata a lakosság szemszögéből	40
4.1.4. Gasztronómiai pontok kialakításának lehetősége	43
4.2. A MÉLYINTERJÚ EREDMÉNYEI.....	44
4.3. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS FEJLESZTÉSI JAVASLATOK	45
5. ÖSSZEFOGLALÁS	47
IRODALOMJEGYZÉK.....	50
MELLÉKLETEK	53
1. ÁBRAJEGYZÉK	53
2. TÁBLÁZATJEGYZÉK	54
3. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV KÉRDÉSEI	55
4. MELLÉKLET: A MÉLYINTERJÚ KÉRDÉSEI.....	59
5. MELLÉKLET: NYILATKOZATOK.....	60

BEVEZETÉS

Az elmúlt nyolc év során megváltozott életkörülményeim miatt megváltoztak az emberek is körülöttem. Külföldi munkavállalóból székelyföldi családanya lett, aki napi szinten találkozik más hasonló helyzetben levő nőkkel, és ismeri azok nehézségeit. Azt tapasztaltam, hogy nagyon sok nőnek családalapítás után nem sikerül visszailleszkedni addigi munkahelyére, mert a nyolc órás kötött munkaprogram mellett nem tudja megoldani gyerekei gondozását. A részmunkaidős foglalkoztatás lehetősége nagyon csekély, mert romániai törvények szerint részmunkaidőben foglalkoztatottak esetén a befizetendő járulék összege majdnem eléri a teljes munkaidős után fizetendő járulék összegét, csupán a teljes összeg 2%-ával kevesebb a befizetésre köteles érték (Románia Hivatalos Közlönye (Monitor Oficial), 2022), ezért a vállalkozók nem szívesen alkalmaznak részmunkaidős dolgozót.

Megoldásnak látom erre a problémára a turizmusba való bekapcsolódást, ezen a területen belül pedig a gasztronómiai pontok létrehozását, ahol a nők saját konyhájukban dolgozhatnak „részmunkaidőben” úgy, hogy közben saját családjukon kívül plusz $x \leq 12$ hagyományos házas ízekre vágyó embereknek biztosítanak étkezési lehetőséget. Az elkészített étel értékesítéséből származó jövedelemkiegészítésen túl a főzés, mint feldolgozási folyamat által, a saját maguk által vagy a településen élő gazdálkodóktól vásárolt zöldségeket, gyümölcsöket és húsokat is értékesítik.

Képzettségi szinttől függetlenül bárkinek megoldást jelenthet ez a fajta turizmus, hiszen elmondhatjuk, hogy nagyon sok nagyanyáinktól ránk maradt receptet ismernek még a mai háziasszonyok is, amelyek alapul szolgálhatnak ennek a kulináris élvezetekre alapozó turizmus fajtának. Gasztronómiai pontok létrehozása által újra felértékelődik a háztáji gazdaság szerepe is. A gazdaságból kikerülő termékek értékesíthetőké válnak olyan jövedelemmel, hogy megérje fenntartani azokat. A kiskertések számának növekedésével rövidülnek az élelmiszerellátási láncok is. A gasztroturizmus összekapcsolható számos más turizmusfajtaival, ami szélesíti a turisztikai kínálatot, és növeli a vendégeknek a településen eltöltött éjszakáinak számát. Településünk adottságait nézve lehetőség van agroturizmusra, ökoturizmusra, thanaturizmusra és kulturális turizmusra is.

Kutatásom fő témájának azért a turizmust és ezen belül a gasztroturizmust választottam, mert én magam is szeretnék hamarosan ezzel foglalkozni. Tulajdonunkban lévő, 1885-ben épült házát szeretnénk turisztikai célokra hasznosítani, ezért nagyon érdekel a turizmus helyzete és hatásainak összefüggése. A turisztikai trendeket vizsgálva elmondható, hogy a tömegturizmust

felváltó slow down irányzatokban szükség van az olyan helyekre, ahova még a tömegturizmus ártalmait nem kerültek be, és teret tud adni egy élményeken alapuló falusi turizmusnak. Csíkszentmárton község 2022-ben csatlakozott a Hargita Községi Fejlesztési Társuláshoz, ezzel jelezve szándékát, hogy kész a turisztikai piac fele nyitni.

Kutatási célkitűzéseim:

1. Kutatásom célja megvizsgálni, hogy a gasztronómiai pont, mint vállalkozási forma létrehozása megoldást jelenthet-e a teljes munkaidős állást vállalni nem tudók számára, valamint meg szeretném ismerni a jelenlegi turisztikai trendeket, és megtalálni a Sasfészek Udvar helyét Csíkszentmárton turisztikai kínálatában.
2. Emellett még meg szeretném tudni, hogy mit tartanak a község lakói mások számára is vonzó értékeknek, és ezek közül melyek azok, amelyek tényleges vendégforgalmat képesek generálni.

Kérdések, amelyekre keresem a választ:

1. Milyen turisztikai trendeket kell figyelembe venni Csíkszentmárton turizmusának fejlesztése kapcsán?
2. Milyen turisztikai kínálati lehetőségek vannak Csíkszentmártonban?
3. A gasztronómiai pont, mint turisztikai vállalkozás, életképes vállalkozási forma lehet-e a településen?
4. A turizmus, mint lehetséges mellékjövedelem, kereseti lehetőség lehet-e a teljes munkaidős állást vállalni nem tudó, gyereket nevelő nők számára?
5. Ki lehet Csíkszentmárton turisztikai kínálatának célközönsége, és milyen marketing eszközök használatával lehet elérni őket?
6. Hogyan vélekednek a helyiek a turizmusról?

Hipotéziseim

H1 A Sasfészek Udvar turisztikai termékként való hasznosítása, helyi gasztronómiai pont minősítés megszerzése által hozzájárul Csíkszentmárton turistaforgalmának növeléséhez.

H2 Az idegenforgalom növekedése olyan turisztikai munkaerő keresletet képes generálni, amely megoldást nyújthat azok számára, akiknek teljes munkaidős állás betöltésére nincs lehetőségük (idős embert gondoznak, vagy gyereket nevelnek).

1. TURIZMUS ÖSSZEFÜGGÉSEINEK IRODALMI ÁTTEKINTÉSE

Lengyel Márton, a magyar turizmustudomány jelentős képviselőjének első meghatározása szerint a „Turizmuson egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén kívüli valamennyi helyváltoztatását és tevékenységét értjük, bármi legyen az indítéka időtartalma és célterülete. A turizmus másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi - technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese.”

A turizmus statisztikai értelemben véve három szektorból tevődik össze, ez a három szektor a szálláshely, szolgáltatás és vendéglátás. A turistákkal közvetlen kapcsolatba kerülő vállalkozások alkotják a közvetlen turizmus szektort. (Dr. Fehér & Kóródi , 2008)

Michalkó Gábor legújabb megfogalmazása szerint létezik egy ún. új turizmus, amelynek szereplői a megszokottság elől menekülő új turisták, akiknek sem a tér, sem az időbeliség nem jelent akadályt. Az új turizmus eredményeként fokozódik a verseny a szolgáltatói szférában, és új befogadói attitűd kialakulására ad okot a befogadó szférában. Az új turizmusban nagy szerepet kap a közösségi média az élmények azonnali megoszthatósága által. A fenntarthatóság elve az új turizmusban kulcsszóként szerepel, és kiemelt szerepet kap az elkövetkező időben. (Michalkó, A turizmus esszenciája, 2023)

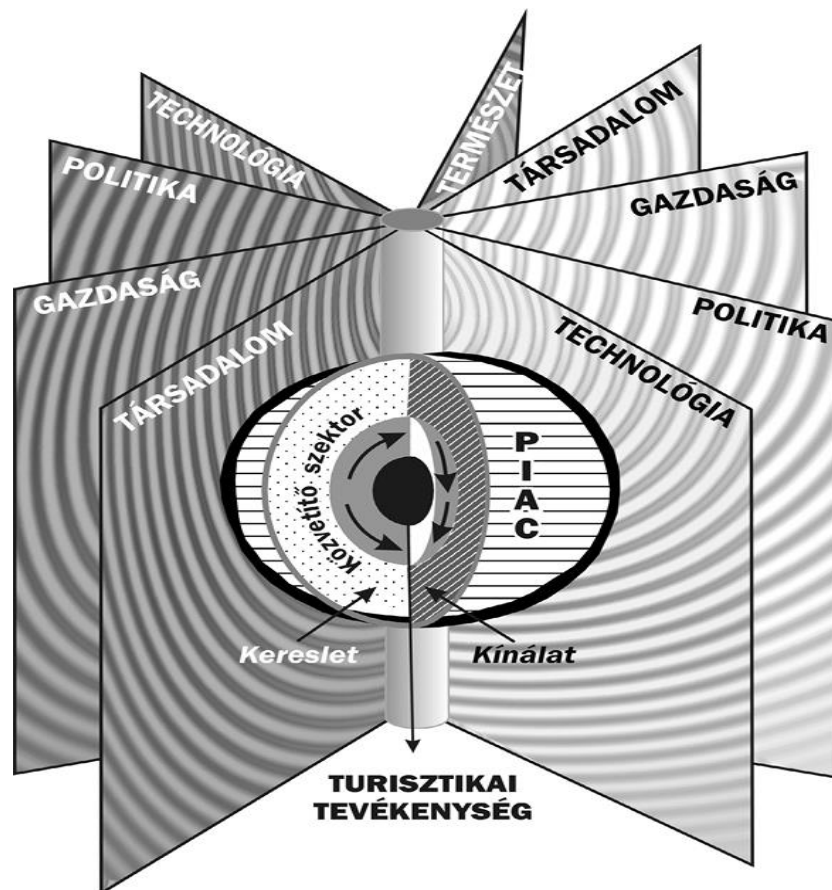
1.1. A turizmus rendszere

A turizmus fejlesztéséhez szükséges ismernünk az alkotó rendszereket és azok működését. A turizmus rendszerének elemei szoros kölcsönhatásban vannak, és bármelyik elmozdulása hatással van a mellette álló elemre, függőségben van környezetével.

A turizmus rendszerét Lengyel Márton a következőképpen definiálta: „A rendszer egy adott cél elérésére koordinált elemek halmaza, összetevői: a cél, a környezet, az erőforrások, az alkotóelemek (tevékenységek és értékmérőik) és a rendszer irányítása-vezérlése. A turizmus egy sor egymással kapcsolatban álló személyből, szervezetből, tárgyból és tevékenységből áll, amelyek egy közös célt szolgálnak, egy közös célért tevékenykednek, az pedig a változatosságigény által motivált és állandó környezetétől ideiglenesen távol lévő ember, a

turista szükségleteinek a lehető legteljesebb kielégítése.” (Lengyel alapján Horváth) (Horváth, 2010)

Michalkó Gábor rendszer-modelljét vettem alapul, ami abban különbözik a már korábban készült modellektől, hogy háromdimenziós formában szemlélteti, próbálja végig gondolni a turizmus működési elvét, felhívja a figyelmet a kereslet és kínálat találkozási pontjának (turisztikai tevékenység) fontosságára, továbbá feltételezi a környezeti tényezők érintkezését és az abból fakadó hatásokat. (Michalkó, Turizmológia, 2012)



Terv: Michalkó Gábor
Grafika: Kaiser Miklósné
Forrás: Lengyel M. (1992), Puczkó-Rácz (1998) alapján

1. ábra: A turizmus rendszere

Forrás: (Michalkó, Turizmológia, 2012)

A turizmus rendszerének központi eleme a piac, a kereslet és a kínálati oldal találkozását jelenti. Az a terület, ahol megjelennek a turisták és a szolgáltatások is, és ezek között a közvetítő szektor helyezkedik el, amely összekapcsolja a turistát a szolgáltatókkal. A közvetítő szektor szerepét betöltheti utazásközvetítő vállalkozás vagy bármilyen marketing tevékenység, amely elősegíti

a két szereplő találkozását. A technológiai fejlődés eredményeként és a bárki számára elérhető információk térnyerése következtében a hagyományos utazás közvetítő szektor szerepe veszített fontosságából vagy átalakult, ugyanakkor egyre nagyobb szerepet kapnak a marketing tevékenységet végző szereplők, akiknek kiemelkedő szerepe van a turizmus fejlesztésének előmozdításában.

1.2. A turisztikai kereslet és az aktuális turisztikai trendek kapcsolata

A turizmus rendszerét alkotó gazdasági, politikai, társadalmi, technológiai alkotóelemek folyamatos változásai formálják a keresleti és kínálati oldalát, valamint a fogyasztót, magát a turistát is. A turisztikai kereslet legújabb trendjeinek meghatározásához meg kell vizsgálni a turisztikai kereslet három alapvető alkotóelemének, a motivációnak, a szabadidőnek és a jövedelemnek, valamint a legújabb turisztikai trendeknek és előjelzéseknek a kapcsolatát.

Az első szervezett utazástól (Thomas Cook, 1841) napjainkig a turisztikai kereslet egyik legfontosabb alkotóeleme, a motiváció, nagy változáson ment keresztül, mivel a változatossági vágy iránti összetevők módosultak, aminek következtében kialakult az új turizmus (new tourism). (Michalkó, A turizmus esszenciája, 2023)

Minden korosztály esetén elmondható, hogy motiváció terén az élvezetközpontúságot az élményközpontúság veszi át. Az utazók fogékonnyá váltak az élő hagyományok iránt, a passzív megfigyelések helyett az aktív élményben való részvétel kerül előtérbe. A Turisztikai Világszervezet előjelzése szerint a fiatal korosztály, a 29 év alattiak körében nő az utazási kedv és lehetőség. Az úgynevezett Y generáció népességalkotó aránya csökken, de az utazási hajlandóság folyamatos növekedése figyelhető meg. Nemzetközi turizmusban ez a korosztály képviseli a többséget, és egyes becslések szerint 2025-re az utazók 50%-át teszik majd ki. (Kovács & Kis, 2018)

A képzés globalizációja hozzájárul az élethosszig tartó tanulási vágy kielégítésére, ezáltal növelve a nemzetközi utazások számát a diákok körében. (Michalkó, A turizmus esszenciája, 2023) Motivációjukat tekintve, őket a világ felfedezése, az önmegvalósítás hajtja. Növekedő tendenciát mutat az idősebb, a 65 év feletti korosztály utazóinak száma. Ez az idős korosztály az anyagi jólétéből adódóan képes és kész is utazásra költeni. Egészséges életmódjuknak köszönhetően meghosszabbodik az aktív éveik száma. Aktív utazók, és az „újra fiatalnak érzem magam” érzést keresik. Minőségi kritériumokon túl igénylik a komplex szolgáltatásokat, kényelmet és biztonságérzetet. Utazásra szánt idejük kevésbé korlátozott, mint a dolgozó

középkorúaknak. Fontosak az egészségük megőrzését elősegítő és támogató szolgáltatások és tevékenységek. (Kovács & Kis , 2018) Az IT és más fizikai jelenlétet nem igénylő foglalkozások számának növekedése következtében egyre inkább csökken a hely és időhöz kötöttség. A turizmus egyik lényege a munkától való elszakadás, napjainkban mégis számos alkalommal találkozhatunk a hivatásturizmus és szabadidős turizmus átfedésével. Ilyenkor a hivatás turizmushoz kapcsolódnak másfajta turisztikai elemek, mint például a wellness, kulturális-, gasztronómiai- vagy sportélmények is.

A kreativitást igénylő munkakörökben dolgozók esetén az elvonulás, kikapcsolódás és feltöltődés jó lehetőség az alkotásra való felkészülésre. (Michalkó, Turizmológia, 2012) Turisztikai kereslet esetében nem elhanyagolható tény a nemzetközi statisztikák alapján megfigyelhető középréteg számának növekedése, ami azt jelenti, hogy egyre többen engedhetik meg maguknak, hogy utazzanak.

Az utóbbi évek leggyorsabban növekvő turista fajtája az egyéni utazó. Az egyedül utazók száma egyes becslések szerint a foglalások 18%-át teszik ki. Motivációjuk általában nem csak az egyedül utazókra jellemző, hanem utazókra általánosságban, bár általában az egyedül utazók attitűdjei eltérőek. Ezek a motivációk különbözhetnek, ha valaki első alkalommal utazik egyedül, vagy ha tapasztalt szólóutazóról van szó. Tudományos publikációk, eddig készült tanulmányok azt jelzik, hogy az olyan nők esetében, akik úgy döntenek, hogy egyedül utaznak, a cél maga az élmény, amely lehetővé teszi számukra, hogy kilépjenek a komfortzónájukból, valamint függetlennek és autonómnak érezzék magukat. (Otegui- Charles, Araújo- Vila, & Fraiz- Brea, 2022)

Az UNWTO World Tourism Barometer legutolsó statisztikai adatai szerint a nemzetközi turistaforgalom majdnem elérte a 2019-es leállási időszak előtti szintet. A vendégérkezések száma a járványhelyzet előtti számhoz közelít, de egyes országok esetében a turizmusból származó bevétel meghaladta a Covid előtti időszak bevételeit. Románia esetében 25% emelkedést dokumentáltak. Ez az emelkedés betudható az infláció növekedésének is, de a tartózkodási idő növekedése miatti költségtöbbletnek is. (UNWTO, 2023)

1.3. Turisztikai kínálat és alkotói

A kínálat alkotóelemei közé tartoznak a természeti vagy ember alkotta vonzerők, a turisztikai fogadóképesség, szálláshelyek és vendéglátói egységek, utazással kapcsolatos szolgáltatások, utazási irodák, alap infrastruktúra, közműellátottság, közlekedési lehetőségek és a

kommunikációs hálózat. (Veres, 2009) Ezek összessége teremti meg a turizmus feltételrendszerét, amelyek kihasználása által alakul ki a turisztikai piac. A vonzerő a turisztikai kínálati oldal egyik legfontosabb eleme, mivel ez az, ami a keresleti oldal szereplőinek érdeklődését felkelti, és arra ösztönzi, hogy az adott helyre látogassanak. Turisztikai vonzerőről akkor beszélhetünk, ha képes egy olyan turistaszámot generálni, ami a térség gazdaságának pozitív irányba való elmozdulásához is vezet (munkahelyteremtő, jövedelemgeneráló szerepe van). (Michalkó, Turizmológia, 2012) Ahol adottak a turizmus alapfeltételei, vizsgálni kell a fogadó képességet és a fogadókészséget. Turizmus kialakulására csak akkor van lehetőség, ha a fogadó terület elemeinek, turizmussal szemben táplált érzései pozitívak.

1.3.1. Fogadókészség

A fogadókészség egyének alkotta összetevőkön alapszik, alkotója az ember vagy embercsoportok. Ezek a csoportok három részre oszthatók: döntéshozók, vállalkozók és a lakosság csoportja. Először szükséges megvizsgálni, hogy törvényhozói szinten milyen vélekedések vannak, mivel a turizmusfejlesztésre intézkedéseket első szinten ők hoznak. Döntéshozói szinten elsősorban a helyi önkormányzatot értjük.

Másodszor meg kell vizsgálni vállalkozói szinten és lakossági szinten a turizmushoz kötődő attitűdöt. A helyi vállalkozók szerepe és turizmushoz való hozzáállása a kisebb lélekszámú falvakban nagyobb jelentőséggel bír. (Michalkó, Turizmológia, 2012)

A helyi lakosság a turizmushoz való viszonyát az egyén és családjára való hatás előjeléből kiindulva határozza meg. Lehetséges pozitív hozadékkal kecsegtetés, mint a munkahely teremtés, a kiskereskedelmi ellátás javulása vagy az új szabadidős tevékenységek megjelenése mind olyan tényezők, amelyek a lakosság turizmushoz való pozitív hozzáállását eredményezheti. Mindhárom szereplő részéről meglévő pozitív hozzáállás esetén van a legnagyobb esélye a turizmus kialakulásának és fejlődésének. (Michalkó, Turizmológia, 2012)

1.3.2. Fogadóképesség

A fogadókészség esetében az emberi tényezők domináltak, a fogadóképesség esetében viszont inkább a tárgyi elemek szerepe a nagyobb. Tárgyi feltételek alatt értjük mindazon

infrastrukturális elemek meglétét, amelyek a turisták gondtalan időtöltésének a feltételei (úthálózat, szabadidős intézmények).

A turizmusban dolgozó egyének bármilyen munkakör esetén kapcsolatba kerülnek a vendégekkel, ezért fontos a jó kommunikációs készség, az idegennyelv ismerete. Szervezeti feltételek vizsgálata esetén azt nézzük meg, hogy van-e olyan intézmény, amely felvállalja a turizmus fejlesztését. Ezek az intézmények lehetnek államilag működtetett vagy alulról szerveződő nonprofit szervezetek is. Ezek a szervezetek munkája segítségével a más turizmusban érintettekkel egységben eredményesebben működik az érdekérvényesítés és a marketingmunka is.

1. táblázat: A fogadókészség és fogadóképesség elemei,

Fogadókészség elemei	Fogadóképesség elemei
Helyi döntéshozók	Tárgyi feltételek
Helyi vállalkozók	Személyi feltételek
Helyi lakosság	Szervezeti feltételek

Forrás: Saját szerkesztés (Michalkó, Turizmológia, 2012)

1.3.3. Hargita ADI Hargita Községi Fejlesztési Társulás Hargita megye turizmusáért

Hargita megye tanácsának kezdeményezésére 2009-ben 36 település megalapította a Hargita Községi Fejlesztési Társulást, a Hargita ADI-t. Jelenleg 50 település tartozik a tagok közé, köztük Csíkszentmárton is. A társulás célja a megye turizmusának fejlesztése, nemzetközi és nemzeti projektek lebonyolítása, természeti és kulturális értékek védelme, turisztikai népszerűsítő programokban való részvétel.

Tevékenységei közé tartozik minden olyan program, amely a turizmus fejlesztését és népszerűsítését célozza meg. A turizmus szereplői számára elérhetővé teszi a fejlesztési lehetőségeket, konferenciákat, kiállításokra vásárokat szervez. Tematikus projekteket szervez és különböző népszerűsítő kiadványokat ad ki. A védett területek menedzsmentje és tanulmányozása is a tevékenységei között van, valamint a fenntartható turizmus területén is próbálnak tevékenykedni. A fejlesztési társulás működteti a VISIT Harghita applikációt és weboldalt, amely tartalmazza a megye összes turisztikai kínálatát. Elmondható, hogy a turizmus

területén tevékenykedő kis- és nagy vállalkozások számára biztosítja a megjelenés lehetőségét a turisztikai piacon.

1.3.4. Közvetítő szektor és a marketing szerepe a turizmusban

Az utazásszervezők tevékenységi körébe tartozik turisztikai piacon jelenlévő szolgáltatások és a szolgáltatásokat igénybe vevő vendégek közötti kapcsolatteremtés. Az utazásszervezők feladata a különböző szolgáltatás-csomagok összeállítása, amelyet kizárólag értékesítés céljából különböző ügynököknek. Az utazásszervezők tevékenységi körébe tartozik az utazásszervezés, programszervezés, menetjegy-értékesítés, pénzváltás, idegenvezetés és utazás biztosítás. (Michalkó, Turizmológia, 2012)

A digitális világ térhódítását nézve az utazásszervezők feladatköre és az utazásszervező-turista kapcsolat is formai, valamint feladatköri változáson ment keresztül. A közelmúltban még a túravezetők és utazási irodák jelentették a legnagyobb támaszpontot az utazóknak, mára viszont digitális technológia vette át ezt a szerepet azáltal, hogy a szállásfoglalástól egészen a helyi programszervezésig minden megoldható egyénileg is. A Regionális Turisztikai konferencián elhangzottak alapján elmondható, hogy egyre inkább az „önálló, de nem egyedül” vagy az angol nyelvű megfogalmazás szerint a „self guided” szolgáltatások térnyerése a jellemző már Székelyföldön is. Online konzultáció során egyéni ízlésre szabott útiterv alapján indul el a turista. Telefonos alkalmazások segítségével vagy a technika adta más lehetőségek igénybevételeivel állandó készenlétben álló, fizikai jelenlétet nem igénylő segítségnyújtásra van lehetőség a turisztikai közvetítő szektor képviselői részéről. Egyéni utazásra ad lehetőséget, ahol nem kell alkalmazkodni egy csoporthoz, egyéni tempóban lehet haladni, és élvezni az utazás adta örömeit. (Regionális Turisztikai Konferencia, 2022)

A turizmusban kiemelkedő szerepe van a terület- és település marketingnek, Michalkó Gábor szerint a területi egységet a piacon értékesíthető terméknek kell tekinteni, ami elég komplex, hiszen ugyanaz a termék kerül más-más fogyasztónak értékesítésre. Egyes szakemberek szerint a településeket az úgynevezett értékhozzáadó, mint a turizmus és más tényezők, mint a természeti szépség, kulturális örökség és külkapcsolatok teszik sikeressé.

Az UNWTO meghatározása szerint a marketing a turista igényeinek kielégítését célozza meg úgy, hogy a legnagyobb profitot generálja a kínálatot biztosító turisztikai vállalkozás számára. Mindehhez a szükséges eszközöket és módszereket előzetes kutatás segítségével határozza meg. Új turisztikai termék vagy még nem felkapott turisztikai desztináció esetén kimondottan

szükséges nagy hangsúlyt fektetni a közvetítő szektor szereplőire és a közvetítő marketing tevékenységekre. Ebben jelentenek nagy segítséget a különböző turisztikai egyesületek, fejlesztési társulások.

1.4. Falusi turizmus meghatározása

A falusi turizmusként ismert turizmusforma a vidéki, leginkább a nem városi környezethez kötődő szállásadásból, és a vele járó szolgáltatások együtteséből nőtte ki magát. A falusi turizmus fogalmát sokféleképpen határozzák meg. A legalapvetőbb meghatározásban az a turizmus fajta, ahol a szabadidőt vidéki környezetben tölti a vendég. Egy másik meghatározás szerint a falusi turizmus olyan programlehetőség és szolgáltatások gyűjtőfogalma, amelyet vidéki emberek ajánlanak fel jövedelmük kiegészítése céljából.

Egy harmadik és talán legkomplexebb meghatározás szerint a falusi turizmus olyan tevékenység, ahol a turista távol a városi élet zajától, tiszta természeti környezetben megismerkedik a falusi életmóddal, szokásokkal, hagyományokkal, az adott helységekre jellemző gasztronómiával. Ezek mellett a látogató betekintést nyer a vendéglátó által végzett mezőgazdasági és háztáji munkálatokba, és részt vesz a feladatok elvégzésében is. Ez a turizmusfajta a természeti környezet megismerésén kívül lehetővé teszi az emberi kapcsolódás lehetőségét, valamint a vidék kultúrájának megismerését is szolgálja. Komplex terméket nyújt, amelyet kiegészíthetnek más attrakciók is, például a sportolási lehetőségek. (Puczkó & Rátz , 2011) Ez a meghatározás más turizmusfajtákat is magába foglal, mint például a gasztronómiai, bor-, agro-, sport-, kulturális-, hadi-, valamint kiránduló turizmus.

A WTO (Turisztikai Világszervezet) szerint a vidéki turizmus hatékony eszköze lehet a társadalmi és gazdasági fejlődés biztosítására a vidéki közösségek számára. A WTO meghatározásiban különbséget tesz a falusi és az agroturizmus között, de a különbségek nem számottevők. A falusi turizmus a falu teljes kínálatának a hasznosítása, amíg az agroturizmusra a szűkített kínálat jellemző (mezőgazdasági tevékenységbe való bekapcsolódás, termék kostoló).

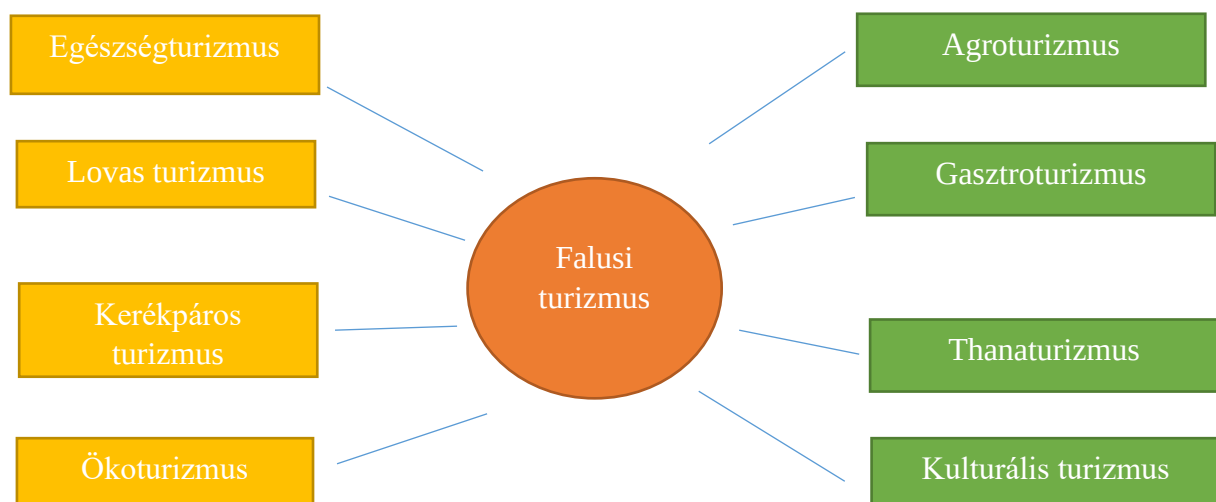
A falusi turizmusról alkotott vélemények kétféle tendenciát mutatnak. Turizmusfejlesztéssel foglalkozó szakemberek megítélése szerint a falusi turizmus gazdasági szerepe nem számottevő, alacsony a vendégéjszakák száma. Eredményes változást hosszú idő alatt lehet elérni. Az agrár- és vidékfejlesztéssel foglalkozók túlbecsülik a gazdaságélénkítő hatását. Az igazság valahol a két vélemény között van, és ha nem is képes megoldani a falvak problémáit,

de hozzájárulhat a gazdaság élénküléséhez. (Dr. Fehér & Kóródi , 2008) A WTO szerint a COVID-19 világjárvány után a falusi turizmus szerepe a vidékfejlesztésben felértékelődött, és számos lehetőséget kínál, mivel a turisták egyre inkább a szabadtéri élményeket és tevékenységeket részesítik előnyben. (Word Travel Organisation, 2023) A jelenkor problémáját jelentő túlturizmus vagy tömegturizmus jelenség mérséklésére is alkalmas azáltal, hogy a turistákat átvonja a kevésbé látogatott területekre. (Michalkó, A turizmus essenciája, 2023) Az utazást a környezeti hatások mumusaként emlegetik, de az emberek továbbra is utazni fognak. A falusi turizmus, mint választási lehetőség, viszont esélyt ad kevesebb utazással is felejthetetlen minőségi élményszerzésre. (Clover , 2021)

A felsorolt meghatározások és Michalkó Gábor elmélete alapján elmondható, hogy a falusi turizmus nem egy konkrét turizmus fajta, hanem inkább egy gyűjtőfogalom, amely integrálja a falusi életérzést, amely magába foglalja a kultúrát, a gasztronómiát, a mezőgazdaságot és a természeti környezetet egyaránt. Nem csupán vonzerőt jelent, hanem más területekre is kiterjed, így elmondható, hogy a vidékfejlesztés módszerévé nőtte ki magát. (Michalkó, Turizmológia, 2012) Ezek alapján a továbbiakban szükségesnek tartom megismerni azokat a turizmus fajtákat, amelyeknek előfordulására adottak a kínálati oldal tényezői.

1.4.1. A falusi turizmust alkotó, térségünkben fejlesztésre leginkább esélyes turizmus fajták

A falusi turizmust turisztikai termékként vizsgálva kiderül, hogy tevékenységek kapcsolódhatnak, és csoportos termékként is vizsgálhatók.



2. ábra: A falusi turizmus településünkön is kialakítható formái

Forrás: Saját szerkesztés, 2023.

A termékek között lehet átfedés (kerékpáros túra egy hadi helyszínen). Zöld színű megjelölést a használhatóság szempontjából a kisebb anyagi hozzájárulást igénylő fajták kapták. A fenti 2. ábrán jelöltem a falusi turizmusnak a településünkön is könnyen kialakítható fajtáit. Sárga színnel jelölve a nagyobb beruházásokat igénylő fajtákat, mert például a gyógyvizek egészségturizmusra való használatához szükség lenne infrastrukturális beruházásokra.

1.4.2. Agroturizmus

Az agroturizmus a falusi turizmus egy bővített formája, amely az elszállásoláson és hagyományos programokon túl felkínálja a mezőgazdasági tevékenységekben való részvételt is. A vendég betekintést nyerhet a gazdálkodók mindennapjaiba, és ízelítőt kap a növénytermesztésről és állattenyésztésről, esetenként a növényi vagy állati termények feldolgozásáról is. (Bernschütz, Deés, & Kenéz, 2013) Az mezőgazdasági termények iránti kereslet növelő hatása is van azáltal, hogy a piac kibővül a turisták vevőkörével, ezáltal gazdasági növekedést generálva. (Gonda, 2022)

1.4.3. Gasztroturizmus

A gasztronómia jelenleg az egyik legfontosabb tényező, amelyet az úticél kiválasztásakor figyelembe vesznek, és a turisták által leginkább értékelt szempontok egyike. Amikor utazunk és új úticélokot fedezünk fel, szeretnénk megismerni a régióra jellemző alapanyagokat, megkóstolni a helyi konyhát, felfedezni a régió éttermeit, elmélyedni a hagyományokban és az élelmiszer-előállítási módszerekben, és mindenekelőtt egyedi élményeket élvezni.

A gasztronómiai örökség értéket közvetít, amely egyedi és szimbolikus jelentéssel bír. Ennek alapján az alapanyagok minősége, az ételkészítés tudománya és a gasztronómiai termékek előállítása egyedülállóvá teszi a desztinációt. A gasztronómiai örökség az egyéni, kollektív és a helyi identitásformálás eleme. Az ételkészítés vagy a gasztronómiai termékek előállításának tudása, „receptje” nemcsak az örökség életben tartását és a hagyományőrzést képviseli, hanem a kreativitás, az innováció és a versenyképesség alapját is szolgáltathatja. A régen elfeledett gasztronómiai hagyományok átértékelődtek, bizonyos esetekben a korábban megvetett fogások ma exkluzív ételkülönlegességnek számítanak. A kulináris élmény akkor lesz feledhetetlen, ha a fogyasztók megismerhetik az ételek történetét, kulturális háttérét és a helyi lakosok számára képviselt üzenetét.

A világ számos országában a gasztronómia olyan stratégiai ágazattá vált, amely hozzájárul a jólét és a foglalkoztatás megteremtéséhez azáltal, hogy értéket teremt a teljes láncban - a minőségi élelmiszerek előállításától és feldolgozásától kezdve a szállodaiparon és a vendéglátóiparon át a turizmusig. Ezen túlmenően a gasztronómia segít az ország márkájának népszerűsítésében és fellendítésében, ezáltal erősítve egy régió imázsát és nemzetközi megítélését.

Az UNWTO a gasztroturizmust olyan turisztikai tevékenységtípusként határozza meg, amelyet az jellemez, hogy a látogató az utazás során az élelmiszerekkel és a kapcsolódó termékekkel és tevékenységekkel kapcsolatos élményeket szerez. Az autentikus, hagyományos vagy innovatív kulináris élmények mellett a gasztroturizmus más kapcsolódó tevékenységeket is magába foglalhat, mint például a helyi termelők meglátogatása, az élelmiszer-fesztiválokra való részvétel és a főzőtanfolyamokon való részvétel. Hozzájárul az erőforrások fenntartható használatához, a helyi termékek, a know-how népszerűsítéséhez és a felelős fogyasztáshoz. A kulturális örökség kulcsfontosságú elemeként, az innováció és a regionális versenyképesség eszközeként vagy a fenntartható fejlődési célok előmozdítójaként tekinthetünk a gasztronómiai turizmusra. (Organization, 2019)

Az étel- és italkóstolás mellett az élményelemek lehetnek például termelőüzemek, tematikus múzeumok látogatása, gasztrofesztiválok, vásárok, gasztronómiai események, östermelői piacok, főzőbemutatók és minden más olyan turisztikai tevékenység, amely az ételekhez és italokhoz kapcsolódik. Az élményekre épülő utazás, ami bemutatja az adott régióban élők életmódját, kipróbálásra, kóstolásra ad lehetőséget, más kultúrákról történő ismeretszerzést, minőségi, helyi termékek megismerését, kóstolását és fogyasztását teszi lehetővé, amelynek során a helyi termékek és alapanyagok felértékelődnek.

1.4.4. Gasztronómiai pont, mint turisztikai vállalkozási forma

A helyi Gasztronómiai pontok olyan létesítmények, amelyek paraszti háztartások, kis gazdaságok vagy halászkunyhók területén találhatók, ahol az ételeket hagyományos receptek alapján, helyi termékek felhasználásával készítik és szolgálják fel. Az étkeztetésen túl lehetőséget ad a látogatóknak, hogy betekintsenek a család életébe, és az étkezés idején túlmenően meghosszabbítva a látogatók egy adott helységben töltött idejét. Személyesebb jellegű kapcsolatok alakulhatnak ki. Tekintettel arra, hogy a Helyi Gasztronómiai Pontok az

élelmiszerforrások közelében helyezkednek el, ez a legrövidebb út a mezőgazdasági terményektől a turisták tányérjáig.

Gasztronómiai pont egy 2019-től hivatalosan engedélyezett vállalkozási forma, amely a helyi termékek értékesítését és a falusi turistaforgalom növelését hivatott elősegíteni. Gasztronómiai pont engedélyt kizárólag azok a személyek válthatnak, akik vidéki környezetben élnek, és rendelkeznek mezőgazdasági termelői engedéllyel, ami azt feltételezi, hogy valamilyen mezőgazdasági termeléssel is foglalkoznak, van háztáji veteményesük és állataik. A helyi Állategészségügyi szakhatóság engedélyezése után a Gasztronómiai pont engedélyt kiváltó egyének hivatalosan is megvendégelhetnek naponta 12 személyt akár a saját konyhájukban anélkül, hogy külön bejáratú vendéglői követelményeknek kellene eleget tenni. A vendégek családias hangulatban, többségében helyben termelt alapanyagokból, tradicionális receptek alapján készült ételeket fogyaszthatnak el, amelyet kizárólag a család tagjai készíthetnek.



3. ábra: Gasztronómiai pont hivatalos jelzés

Forrás: (Agentia Nationala a Zonei Montane, 2023) e

Az engedély kiváltása után egy speciális jelzést kapnak a regisztrált családok, amivel megjelölheti lakhelyüket, mint turisztikai étkeztetésre alkalmas helyszínt. A Visit Harghita oldalra való regisztrációval ingyen reklám lehetőség is biztosított a megyében élő Gasztronómiai pont tulajdonosoknak.

1.4.5. Kulturális turizmus

Csíkszentmárton jelentős tárgyi, épített örökségi kultúrával rendelkezik, és nem elhanyagolható a turizmus fejlesztés szempontjából a népi hagyományokhoz köthető események adta lehetőségek sem. A kulturális turizmus egy olyan turizmus fajta, ahol a kínálati elemeket a kulturális attrakciók és kulturális események adják, amik leginkább városi környezetre jellemzőek de falusi turizmusról sem beszélhetünk kulturális értékek nélkül. Motiváció lehet olyan helyek meglátogatása, ahol intellektuális élmények iránti vágyakat tudják kielégíteni a látogatók. A turizmusban akkor játszhat nagy szerepet a kultúra, ha képes olyan élményeket generálni, amelyek áruba lehet bocsájtani és képes elegendő bevételt generálni. Kultúra által motivált utazók esetében az épített örökség és események meglátogatása jelenti a főbb vonzerőt. Események közül jelentős szerepe van a különböző tematika köré szervezett fesztiváloknak és rendezvényeknek mivel azok általában a terület imázsára is hatással vannak. (Michalkó, Turizmológia, 2012)

A fogyasztói igények változásai a kulturális turizmus területére is hatnak. A járvány pozitív hozadékaként említhető digitális technológia fejlődése, különböző innovatív technológiák kifejlesztése elősegítik a kulturális turizmus másféle szemszögből való tekintését. A különböző innovatív termékek eszközöket adnak a kulturális turisztikai attrakciók nyújtotta lehetőségek választékának a továbbfejlesztésére. A fiatal generáció szemléletmódja eltér az idősebb rétegetől. Idősebb generáció kulturális érdeklődésének célpontja lehet egy Dr. Nagy Jenő által épített kúria vagy egy Mátyás József festményeiből álló gyűjtemény megtekintése, de az Y és Z generáció képviselői aktív és szórakoztató turisztikai szolgáltatásokat keresnek, amelyre megoldást jelenthetnek a technológiai fejlődés adta lehetőségek. Csíkszentmárton esetében gondolok itt a jelenleg készülöben lévő PosTelepot névre keresztelt, virtuális falunézó programra, amely a régi idők emberének életébe enged betekinteni egy QR kódos program segítségével.

1.4.6. Thanaturizmus

Csíkszentmárton község része Úzvölgye település, amely két világháború hadszíntereként is számon van tartva ezért méltán megemlíthető hadi- vagy másik nevén thanaturizmus, mint lehetséges turizmus forma. Thanaturizmushoz a halál tragikus formáihoz köthető, ahol az attrakció szomorú és tragikus történetek helyszíne. Ezek a helyek lehetnek természeti katasztrófák által súlytott helyek, mint például Pompei, koncentrációs táborok vagy háború

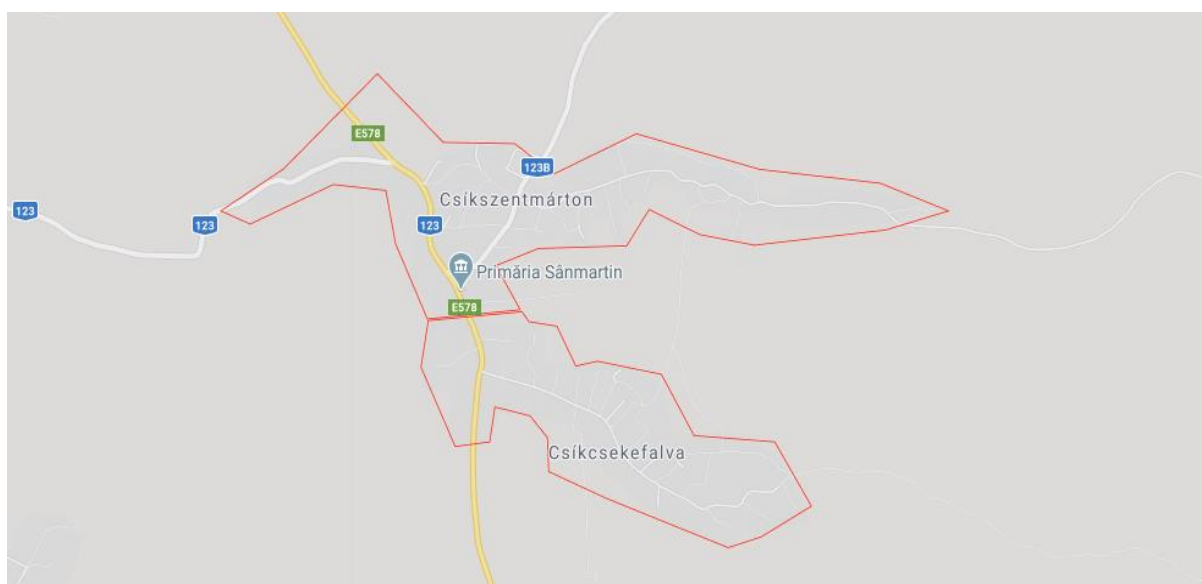
hadszínterei. A szakterülettel foglalkozó kutatók szerint nagy érdeklődésre tarthat számot az úzvölgyi csata helyszínén a katona sírok, korabeli fegyverek. A több, mint 40 kilométer hosszan húzódó völgyssoros teljes hosszában katonai sírokat rejt magában. Az első és a második világháborúban elesett katonák több nemzet ellen csatát veszített hőseiből kerültek ki. A katonák nagyon sok nemzetből kerültek ki. Vannak német, magyar, osztrák, román katonák, valamint az oroszok több nemzetéből kikerült mindenféle nemzet halottjai. A transzgenerációs elméletek térhódításának köszönhetően egyre ismertebbé válik az intergenerációs trauma átörökítés elmélete, amely arra ösztönözi az embereket, hogy megismerjék a családjukban előfordult traumákat, a traumákat átélő őseiket, és felkeressék azok végső nyugvóhelyét, vagy megismerjék a helyet, ahol tragikus véget ért életük.

2. CSÍKSZENTMÁRTON TELEPÜLÉS BEMUTATÁSA

Csíkszentmárton annak a Hargita megyei tájegységnek a központi települése, amelyet Orbán Balázs a következőképpen mutat be: „Al-Csík 2 mérföld hosszú, másfél mérföld széles térség, melyet minden oldalról magas havassor ölel körül. A gyönyörű tért két országút szeli át, egyik nyugati vonalon vonulva, Tusnádon át megy Brassónak, a másik a tér keleti szélén húzódva, a Nyerges tetőn száll át Kászonba, onnan Kézdi-Vásárhelyen át, szintén Brassóba. A faluk e két vonal mellett hosszú sorban foglalnak helyet, oly sűrűn egymáshoz épülve, hogy – távolból nézve- egysz Al- Csíkot két oldalról két hosszú falusor szegélyezi, csak a többnyire felragyogó (pléhvel fedett) tornyok nagy száma jelöli, hogy ott több helység van.” (Orbán, 1869, old.: 37)

Az Alcsíki-medence a legnagyobb kiterjedésű csíki medence, amelynek lakói hat községbe (Csíkszentkirály, Csíkszentgyörgy, Csíkszentmárton, Csíkkozmás, Csíkszentsimon, Tusnád) és egy városba (Tusnádfürdő) tömörülnek. Mivel minden alcsíki községhez több falu tartozik, valóban szorosan egymás mellé épült települések sorakoznak a nyújtott kör alakú medencében.

Csíkszentmárton az Alcsíki-medence dél-keleti peremén, a Csíkot Háromszékkal összekötő 12-es számú nemzetközi forgalmi műút mentén fekszik 17 km távolságra Csíkszeredától, Hargita megye központjától. A település a főút mentén egybeépült Csíkcsekefalvával, és az így keletkezett helység alaprajza egy nagy U betűhöz hasonlít. Csíkszentmártonhoz, mint községközpont-hoz Csekefalván kívül hozzátartozik az Úzvölgye, amelynek irányába Csíkszentmárton területén ágazik el a 123-as megyei út.



4. ábra: Csíkszentmárton térképe

(Forrás: Csíkszentmárton település weboldala.)

Csíkszentmárton észak-keleti irányban Csíkszentgyörgy-Bánkfalvával, északi irányban Csíkszentkirállyal, nyugaton Csíkszentsimonnal, és dél-nyugaton Csíkkozmással határos. A település átlagos tengerszint feletti magassága 600-650 m között változik. Legmagasabb pontja az Alcsík és Kászoni medence közötti hegyvonulat központi csúcsa, az 1165 m magas Pap-hegy.

2.1. Történelmi áttekintő

Csíkszentmárton mint település, a Csíki Krónika szerint már a pogány korban létezett, majd – miután lakói keresztény hitre tértek – Szent Márton püspököt választották a falu névadójául. Más forrásokra támaszkodva viszont arra a következtetésre jutunk, hogy a falu alapítása nem korábbi az 1100-as és nem későbbi az 1200-as éveknél. (Szöcs, V. évfolyam) Tény, hogy ezt a vidéket – ha nem is szervezett faluközösségben – már a csiszolt kőkorszakban lakta az ember. Erre jól megalapozott régészeti bizonyítékok utalnak.

A település első írásos említését a pápai tizedjegyzék őrizte meg. Később 1333-ban, majd 1336-ban is említést tesznek a faluról a latin nyelvű tizedjegyzékben. A falu magyar nevével 1456-ban találkozunk, amikor Becz Jakabnak nemesi címet adományoz a király: „...Iacobo Becz de Chijkij zent marthon.”

Az 1567-es adóslajstromon a „Zent Marthon” településnév ismét előfordul. Ebből a dokumentumból megtudjuk, hogy a községben 47 kapura rótták ki a 25 dénáros adót. A Csíkszentmártonhoz tartozó Csekefalva alapítása is a 12-13. századra tehető. E falunak az első írásos említése azzal kapcsolatos, hogy János Zsigmond, erdélyi fejedelem 1566-os hadjáratában tett szolgálatai jutalmául Csekefalva 34 ház jobbágyot adományozott Becz Pálnak.

A központban egymással teljesen össze nőtt két településnek, Szentmártonnak és Csekefalvának 3-3 tízese van, amelyek 3-3 majdnem egyenlő részre osztják a két falut. A tízesek elnevezése mindkét falurészben ugyanaz: Alszeg, Középszeg és Felszeg. Mindkét falu esetében a Alszegnek a „piachoz” (központi, főút mentéhez) közelebb eső részt nevezik.

2.2. Munkaerőpiaci helyzetkép

Csíkszentmárton tipikus kisiparos, kereskedő és gazdálkodó település volt. Néhány gátert, fűrésztelepet leszámítva gyáripára erőtlen volt mindig. A község gazdasági tevékenységének alapját a mezőgazdaság, növénytermesztés és állattenyésztés alkotta és alkotja ma is. Az elmúlt években sokat változott a gazdálkodói forma is. Eltűnőben van a háztáji gazdaság típusú gazdálkodás. Helyét a nagytermelés veszi át. A legfontosabb növénytermesztési ágazat továbbra is a burgonyatermesztés. Szentmárton Csík második legjelentősebb burgonyatermesztő központja, úgymond az ország burgonyatermesztésének „fellegvára”. Bizonyos természeti, klimatikus okok miatt hosszú ideig a lakosság a burgonyában látta az egyetlen lehetőséget. Néhány éve jelentek meg a ribizli és málna ültetvényesek, amik szintén bírják a zord hegyvidéki éghajlatot.

Elmúlt néhány évben nagy területeken kezdtek kukoricát termeszteni, amelyet állatok takarmányozására használnak. Néhány gazda bogycs gyümölcsök, első sorban feketeribizli termesztésbe fogott, de vannak kisebb területeken málnások, valamint berkenyész is. A bogycs gyümölcs termesztők egyesületbe tömörültek, létrehozták a Poszogy Egyesületet, amely biztosítja a megfelelő jogi formát a gyümölcs értékesítéséhez.

Állattenyésztés terén a szarvasmarha tenyésztés, tejtermelés jelenti a fő ágazatot. Háztáji hagyományos gazdaságok, veteményesek jelenléte még mindig jelentős számban fellelhető, de fiatalok körében az újabb gazdálkodási formák, mint a permakultúra is kezdtek teret hódítani.

A munkaerőpiac rendkívül korlátozott, a kereskedelmi cégeknél alkalmazottként való munkavállalás lehetőségei alacsonyak, ezért sok aktív ember a háztartásban vagy Csíkszeredában dolgozik, vagy külföldre megy. A lakosság leginkább az agráriumban, az erdészeten, az építőiparban, a fafeldolgozásban és az élelmiszeriparban dolgozik.

A 35-39 éves korosztály a legnépesebb a községben, ezt követi a 40-44 és a 45-49 éves korosztály, összesen 563 fő, tehát a munkaerő szempontjából a munkaerő előregedése figyelhető meg. Hargita megyében a vidéki térségben a 30-34 éves korosztály a legnagyobb létszámú, összesen 13914 fő (7,79%), ezt követi a 35-39 éves korosztály 13836 fővel. Csíkszentmárton községben a 30-34 év közötti korosztály aránya 5,51% Az aktív lakosság száma 963 fő a 2326 fős összlakosságból. (Achi-Pro Consulting, 2023)

2. táblázat: Csíkszentmárton népességének alakulása az elmúlt években

Év	2011	2016	2018	2020
Csíkszentmárton község	2322	2401	2380	2363
Csíkszentmárton	1171	nincs adat	nincs adat	nincs adat
Csekefalva	1148	nincs adat	nincs adat	nincs adat

Forrás: Csíkszentmárton Fejlesztési Stratégiája (Achi-Pro Consulting, 2023)

Munkaerőpiaci lehetőségek

A községben működő Tivai Nagy Imre Szakközépiskolában turizmus és vendéglátás, valamint mezőgazdasági szakoktatás folyik. A diákok nagy részét a környező településekről származó diákok teszik ki, ezért elmondható, hogy a község humán erőforrás tekintetében nagy potenciállal rendelkezik, de lehetőséget kell biztosítani a szakmai tudás diverzifikálására. Műhelyekre, szállókra van szükség az iskolában tanuló diákok szakmai készségeinek fejlesztéséhez.

3. táblázat: Tivai Nagy Imre Szakközépiskolában tanuló diákok számának alakulása

Iskolai év	Turisztikai szakmunkás szakon tanulók száma (líceum)	Mezőgazdasági szakmunkás szakon tanulóinak száma (szakoktatás)	Összesen
2018-2019	84	76	160
2019-2020	79	71	150
2020-2021	69	86	155
2021-2022	56	76	132
2022-2023	47	58	105

Forrás: Saját szerkesztés, 2023.

2.3. Vállalkozói szféra

Csíkszentmárton községben számos, többnyire mikrovállalkozás működik, különböző profilú cégekkel. A mikrovállalkozások száma az elmúlt években nőtt, főleg az APIA, AFIR által kapott támogatásoknak köszönhetően. A községben mintegy 60 gazdasági szereplő van, amelyek közül a legfontosabbak a kereskedelemben, a malom- és sütőiparban, a fafeldolgozásban és az mezőgazdaságban tevékenykednek. Kereskedelmi tevékenységet 21 cég folytat. Csíkszentmárton Fejlesztési Stratégiája (Achi-Pro Consulting, 2023)

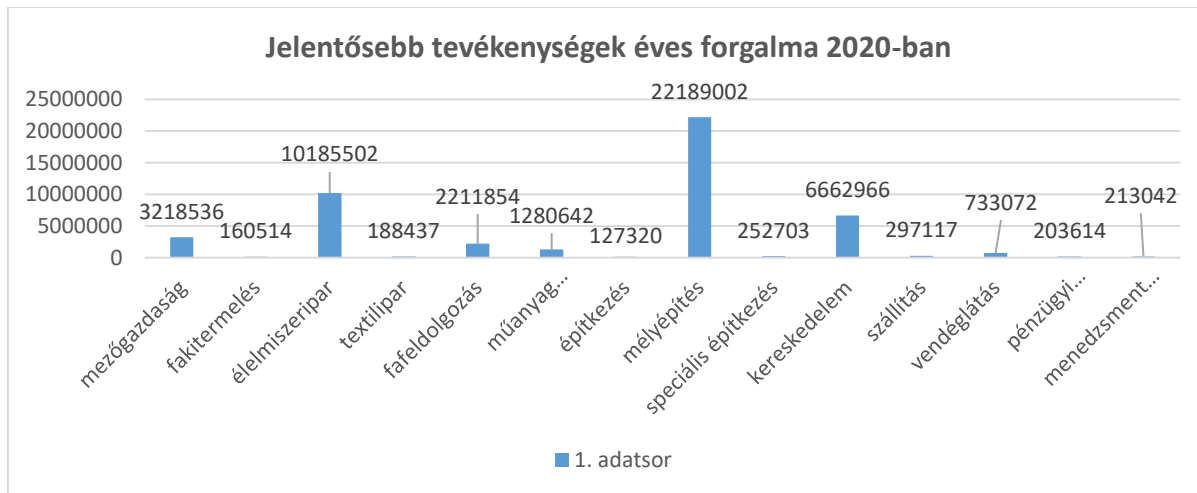
4. táblázat: Az aktív vállalkozások foglalkoztatottjainak létszáma, 2020

Foglalkoztatói szektor	Alkalmazottak száma
Mezőgazdaság, fakitermelés	29
Élelmiszeripar	87
Fafeldolgozó ipar	15
Kereskedelem	22
Vendéglátó- élelmiszeripar	14
Építkezés	12
Állategészségügyi tevékenységek	3
Szállítás	2
TOTAL	346

Forrás: (Achi-Pro Consulting, 2023)

Az üzleti forgalmat tekintve a mélyépítkezés tevékenysége vezető helyen van a vállalkozási mutatón, viszont csak a vállalkozás bejegyzése történt a községben, a munkavégzés a településen kívül történik. A statisztikai adatok alapján mezőgazdasági tevékenység a vállalkozási mutatóban alacsony annak ellenére, hogy agrárterületen aktív településről van szó,

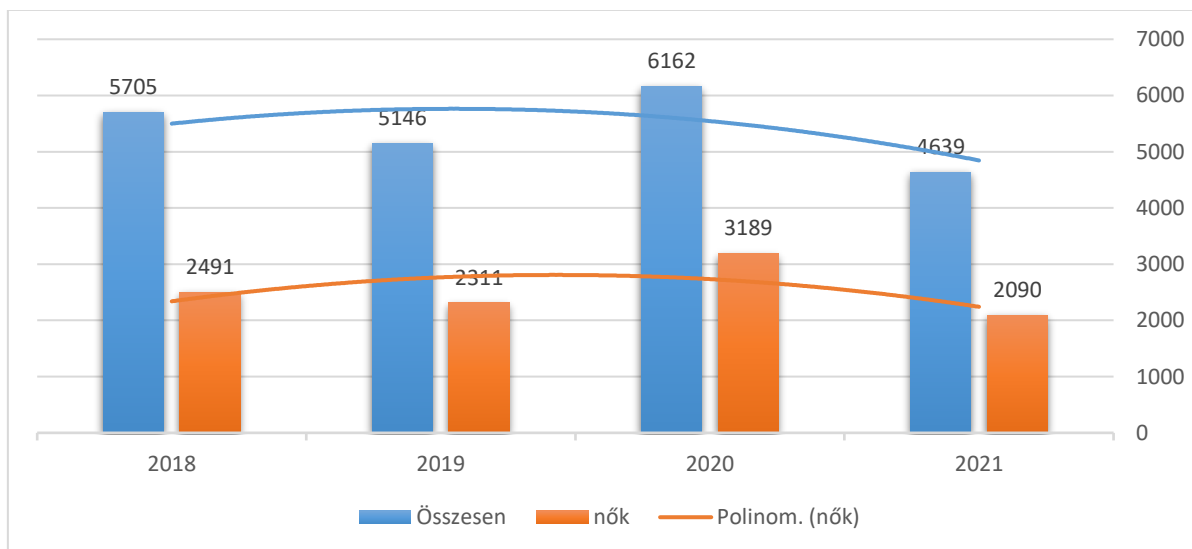
mivel a szektorban dolgozók nagyrésze termelői engedéllyel működik. Jelenleg 54 termelői engedéllyel működő gazdaság van a településen. Jelentős helyet foglal el a vállalkozói szektorban az élelmiszeripar (sütőipar, cukrászipar), kereskedelem, erdőgazdálkodás, valamint a szolgáltatások (tanácsadás, szépségápolás).



5. ábra A községben működő vállalkozások forgalma

Forrás: (Lista firmelor din Romania, 2023)

Csíkszentmárton községben 45 munkanélküli van, ami meglehetősen alacsony szám más Hargita megyei településekhez, Csíkszentkirályhoz (76), Szépvízhez (105), Tusnádfürdőhöz (92), Madarashoz (82) regisztrált értékekhez képest.



6. ábra: Munkanélküliek számának alakulása Hargita megyében

Forrás: (INNSE, 2023)

3. CSÍKSZENTMÁRTON TURISZTIKAI KÍNÁLATA

Csíkszentmárton község turisztikai potenciálja magas, de lehetőségei több eltérő tényező miatt nincsenek kihasználva. A község turisztikai értékei egyrészt a történelmi központ építészeti együttese (városháza, kultúrház, kollégium, római katolikus templom stb.), másrészt a község természeti öröksége. Csíkszentmárton és csekefalvi falurészekén számos ásványvízforrás található, valamint van egy figyelemre méltó kemping is (Telekasza). Az Úzvölgyébe vezető út déli oldalán pedig egy sípálya található. Úzvölgye turisztikai szempontból figyelemre méltó hely, olyan vonzó elemekkel, mint az Úz-völgye a bunkerekkel, a két világháborúból megmaradt árkokkal, a Nagy-Saj-hegy, az Úz mentén található sporthorgászhelyek, a hegyi kerékpározásra alkalmas erdei utak, turistautak stb.

A községben található szálláshely lehetőségek korlátozottak, csupán egy panzió található 20 férőhellyel és egy vendégház 25 férőhellyel. Úzvölgyében a Csíkszentmárton Aklos Közbirtokosság egy 15 és a Csekefalvi Közbirtokosság egy 25 férőhelyes vendégházzal rendelkezik.

Az úzvölgyi régi katonai tábor jelenleg nem használható turisztikai célokra, mert a két megyei tanács (Bákó, Hargita) között vita van a tábor használati jogáról. Az úz-völgyi temető tulajdonjogával kapcsolatos rendőrségi vita negatív hatása mellett pozitív hozadék a hely ismertté válásának tekintetében.

3.1. Népművészet, hagyományok

Mivel az Alcsíki-medence keleti oldalán a fenyőerdők az uralkodóak, régen a község épületeinek nagyrészt fenyőgerendákból rótták össze, s ugyancsak fenyőből hasított zsindellyel födtek. A házak éke a tornác volt, amit faragott lábak tartottak, az ablakok kicsik és szűkök voltak. Ma a faluban csak néhány, a régi székely építészet stílusjegyeit viselő házat találunk. (7. ábra) Csekefalva felszegi részén található egy 1830-ban épült ácsolt székelyház. Szentmártonon is megtekinthető a Csipkeszeren egy 1827-ben épült faház, amelyet műemléknek nyilvánítottak, valamint Középszegben egy 1885-ben épült ház, ami felújításra került, és Sasfészek névre keresztelve várja új funkcióját.

A falu központi részén található Sütő Nagy Jenő ügyvéd, a Székely múzeum mozgalom nagy alakjának patinás kúriája, és az azt körülvevő arborétum.

Mátyás József szülőháza Csekefalvában található, és jelenleg csak kívülről nézhető meg, a festő műveiből kiállított gyűjtemény az Antalfy János Művelődési ház emeleti termében van kiállítva.



7. ábra: Hagyományos székely ház

Forrás: (képet készítette: Potyó Judit 2015)

3.2. Sasfészek

A Sasfészek Udvar Csíkszentmártonban, az Úz-völgye fele vezető út mentén helyezkedik el. A közel 3000 négyzetméter területen található portát, és a rajta található épületeket az előző tulajdonosok megőrizték hagyományos formájukban, amelyen mi sem szerettünk volna változtatni csupán a jelen korban is használható formába felújítani.

Néhány sikertelen örökségvédelmi pályázat után úgy döntöttünk, hogy saját erőből fogunk neki először a ház, majd a csűr felújításának. 2021-ben kezdtük a munkálatokat a hagyományos tornácos házon, amelyeket egy év alatt majdnem teljesen be is fejeztünk. Amennyiben az állapotuk engedte, minden lebontott anyagdarab, legyen az fa, cserép vagy textília, eredeti vagy teljesen más formában, de vissza is került a házba. Elmondhatom, hogy egy jól felszerelt, korszerűsített közművekkel ellátott, Köllő Miklóst idézve „tradiinnovációs” felújítás, amit a csűr felújítása fog követni.

Mindig is jó érzéssel töltött el, amikor az idősebb emberek mesélték, hogy a mi általunk Sass Ágostontól örökölt teleken a jelenlegi Sasfészek Udvarban, valamikor egy kerékkészítő műhely működött. Ágoston bácsi kerékkészítő mesterként dolgozott, miután hazatért a háborúból. Kis műhelyében pedig a kemence körül rendszeresen többen összegyűltek, megbeszélték ügyes bajos dolgaikat, egymásnak tanácsot adtak, a nők hímeztek, varrtak, fontak. Amolyan közösségi térként működött.

Mivel a közösségépítés számunkra is nagyon fontos, úgy érezzük, hogy méltó lenne feleleveníteni ezt az életérzést, megőrizni belőle valamit, és továbbadni a felnövekvő generáció számára. A nemzeti tudat erősítése érdekében hagyományainkat össze kell gyűjteni, ápolni. Azzal pedig, ha bekapcsoljuk a turisztikai körforgásba, és új funkciót találunk neki, biztosítjuk a fenntarthatóságát is.

A névválasztás is ezt a célt szolgálja, a „Sasfészek” az egykori tulajdonos Sass Ágoston és felesége nevére utal. Nem született gyerekük, viszont ezáltal tovább élhet a nevük. A fészek szó hallatán legtöbbünknek a család, a közösség jut az eszünkbe. A Sasfészek egy olyan családias hangulatú turisztikai célpont kíván lenni, ahova, ha egyszer betérnek, visszakíváncioznak látogatóink.



8. ábra: Sasfészek, népviseletbe öltözött ünneplőkkel

Forrás: (képet készítette: Potyó Judit, 2022)

Turistáknak tervezett állandó tevékenységek mellett a Sasfészek (**Hiba! A hivatkozási forrás nem található.**) otthona számos közösségépítő tevékenységnek is, mint például az évente megrendezett Palánta nap, Termésünnepek vagy különböző ünnepekhez vagy népszokásokhoz kapcsolódó tevékenységek, mint tojásírás vagy mézeskalács sütés.



9. ábra: Sasfészek konyha

Forrás: (képet készítette: Potyó Judit, 2022)

3.3. Népi mesterségek, népviselet, népszokások

Csíkszentmártonban nem alakult ki jellegzetes, kimondottan e falura jellemző népi mesterség. A múlt században ugyan még népi mesterségként élt a kenderfeldolgozás, kötélverés, festékes terítők, szőnyegek készítése, a molnárság, a kovácmesterség, a kerekesség, de ezekre ma már csak a faluban egyes házaknál megtalálható tárgyak emlékeztetnek, valamint a Falusi Kalandok tevékenységei között lelhetők fel. Akárcsak a mesterségek esetében, a csíkszentmártoni népviselet sem mutat a szomszéd falvakétól eltérő, jól elhatárolható jellegzetességeket. A székelyruhát napjainkban a falu lakói csak ünnepek alkalmával viselik.

A csíkszentmártoni népszokásokat számba véve megállapíthatjuk, hogy előfordulnak a közösségben ma is ünnepekhez, munkához vagy az emberi élet fordulópontjaihoz kapcsolódó szokások, de nagyon sok közülük már csak az idős emberek emlékezetében él. Részletesebben csak a napjainkban is élő szokásokat mutatom be.

Farsangtemetést több évtizedes kiesés után a Tivai Nagy Imre iskola kezdte újra szervezni, majd a Falusi kalandok csapata is bekapcsolódott a hagyomány újjáélesztésébe. Hamvazószerda előtti hétvégén a Falusi Kalandok csapata és a helyi felnőttek szervezik a Farsangtemetést. Az esemény felvonulással kezdődik, ahol a telet szimbolizáló Illést a szekéren körbe hordozzák, elsiratják, majd a felvonulás végén elégetik.



10. ábra: Farsangolók

Forrás: (képet készítette: János Elemér, 2023)

Húsvét előtt piros tojást festenek, egyes házaknál ma is gyakorolják a tojásírást, vagyis a méhviasszal írt hímes tojások készítését. Húsvét szombatján, nagyszombaton a pap által a templomkerítésben megszentelt vízből kis üvegekben hazavisznek, azzal „szentelik” meg a lakóházat és a melléképületeket, hogy következő évben távol tartsa az emberektől és az állatoktól a betegséget vagy bármilyen csapást, szerencsétlenséget. Húsvét vasárnapján kis hímzett abrosszal leterített kosarakban viszik a katolikus hívek a reggeli misére megszenteltetni az ünnepre szánt ételt. Szintén húsvét napján tartják a határkerülést, templomi zászlókkal, a feltámadt Krisztus szobrával, feszülettel énekelve, és imádkozva vonulnak ki a hívek a falu határába, ahol a pap és a kántor elmond egy régi határáldó imát. Szintén ehhez az ünnephez kapcsolódó szokás a húsvéthétfői locsolkodás.

Pümkösd szombatján templomi zászlókkal, a csengettyűsök ütemére gyalog vonulnak a falubeliek egy csoportja a csíksomlyói búcsúra.

2019-től kezdődően minden tavasszal, Zsófia napjához legközelebb eső hétfőjén megrendezésre kerül a **Palánta nap**, ahol az érdeklődők egy családi programokkal tűzdelt rendezvény keretén belül beszerezhetik az évi palánta szükségletüket. A rendezvény helyszínéül a Sasfészek udvar szolgál.

Úrnapján körmenetben vonul a hívő lakosság az Úrteste-Kápolnához. A **Termésünnep** nevű rendezvény szintén évente a Sasfészekben kerül megszervezésre, és a Palánta naphoz hasonló családi esemény, ahol őszi virágokat és terményeket vásárolhatnak az érdeklődők. A **Szeretetnap** szervezésének lassan évtizedes hagyománya van. Advent harmadik vasárnapján megszervezik az egy napos rendezvényt, ahol kulturális programok zajlanak, és helybéli termelők és kézművesek termékei kerülnek eladó sorba. A rendezvény keretén belül történik a **Mézeskalács falu** házainak árverezése.



11. ábra: Mézeskalács falu

Forrás: (képet készítette: Potyó Judit, 2022)

A Mézeskalács falu projektet novemberben hirdeti meg a Falusi Kalandok csapata, amelyre a helybéli és szomszédos falvakból is várják az érdeklődőket. A jelentkezők megsüti és elkészítik a mézeskalács házaikat, melyek kiállításra kerülnek. A Mézeskalács falu kiállítás

megtekinthető az érdeklődők számára a Szeretetnapig, amikor elárverezik, és a bejövő összeget a falu szegényeinek megsegítésére használják.

A karácsonyi ünnepkörben Csíkszentmártonban is szokás a karácsonyfa-állítás. A karácsonyi betlehemes, az ősi pásztorjáték ma inkább az iskolások templomi köszöntője. A karácsonyi éjféli szentmise után kerül sor a hagyományos „Mária radinájára”, amikor a falubeli családokban tölteletes káposzta kerül az asztalra.

Még él az **Aprószentek**-napi vesszőzés és a **Lucázás** hagyománya is. Ma inkább iskoláskorú gyerekek járják a falut, hogy megvesszőzzék a leányokat, biztosítva őket, hogy így egészségben töltsék az új esztendőt.

Régen nagyon sok népszokás kapcsolódott az élet nagy eseményeihez, a születéshez, házassághoz, temetéshez. Ezekből ma a legtöbb házassághoz kapcsolódó lakodalmi szokás. Egyes lányos házaknál a házasságot ma is megelőzi az írogatás, amely egyfajta vásárkötési egyezkedés. A vőlegény képviselői a lányos háznál a „perefernum-levélben” tüntetik fel a hozományt.

A templomi esküvőt a menyasszony kikérése előzi meg, amely tréfák, mókázások sorozatával tarkított. A vőfélynak nehéz kérdésekre kell megfelelnie, a vőlegénynek pedig több - menyasszonynak beöltöztetett- vénasszony közül kell kiválasztania az igazit. A mulatság közben a meghívottakon kívül maszkának öltözöttek is megjelennek.

Nagyon sok munkához kapcsolódó népszokás pusztult el a faluban, amely valószínűleg a munkamódszerek korszerűsítésének, az igény szint növekedésének tulajdonítható. Megmaradt azonban napjainkban a kaláka, a kölcsönös megsegítés hagyományos formája. Csíkszentmárton és Csekefalva legnagyobb ünnepe a november 11-i templombúcsú (**Szent Márton napja**). Ehhez a naphoz kapcsolódó érdekesség, hogy Szentmártonnak a régi időkben a „nagy poharú” melléknevet adták, mert a Szent Márton napi sokadalom és búcsú napján nagyokat ittak az új borból.

Évente megszervezésre kerül a környező települések fúvószenekaraiban játszó zenészeknek szervezett **Fúvós tábor**, valamint a falu szülötte, Mátyás József nevére keresztelt képzőművészeknek szervezett **Mátyás József alkotótábor**.

A község fejlődő és produktív közösséggel rendelkezik, amely a keresztény-európai értékekre alapozva, harmóniában él a természeti, kulturális és épített környezettel.

3.4. Természeti környezet

Fenyőerdőkkel borított mesés természeti környezet tartozik a községhez, bővizű patakokkal és nagyon sok ásványvíz forrással. Csíkszentmáron falurészen jelenleg három, csekefalvi részen egy borvízforrás van kiépítve. Gyógyhatású fürdővize jelenleg csak a Csíkszentmárton és Csekefalva között található Poszogó forrás, ami reumatikus megbetegedések kezelésére kiválóan alkalmazható.

Nagy Sándor kertje néven ismert területen szintén található egy gyógyvizű forrás, amely a 19. század elején fürdőként működött, de sajnos mára csak a mocsaras, vízforrásos terület őrzi az egykor neves fürdő helyét. A Csíkszentmártonhoz tartozó Úz-Völgye településen is található egy kénhidrogén, Kőkerti Büdös Fürdő néven emlegetett forrás, amely mára szintén csak lehetséges turisztikai pontenciálként emlegethető, némi infrastrukturális befektetés eszközzése után.



12. ábra: Úzvölgye elhagyott kaszárnyái

Forrás: (képet készítette: Gergely András)

3.5. PosTeleport, virtuális falunéző

A PosTeleport egy jelenleg kivitelezés alatt lévő projekt, ami említést érdemel, mert egyedi jellegéből adódóan hozzájárul Csíkszentmárton turisták általi látogatottságának növeléséhez. A projekt célja a régmúlt idők emberének megismerése a modern technika által, érdekessé téve a kultúrát a fiatalabb nemzedék számára is. Az érdeklődő egyszerre két fajta sétát is tesz: a fizikai mozgáson túl, a technika segítségével megismerheti a település régi arcát.

A projekt nevében a Post szó a postaládára utal, amire rákerül egy QR kód. A Teleport szó az időutazást jelenti, aminek részese lehet az a látogató, aki a telefonját a kódra irányítja. A kód beolvasásával megjelenik a képernyőn az adott postaláda mögötti porta építőinek, régi lakóinak digitalizált fotói, adatok a mesterségükre vonatkozóan, vagy érdekes esetek, amik velük történtek a régmúlt időkben.

5. táblázat: Csíkszentmárton turisztikai termék típusai a trendek figyelembevételével

Attrakciók	Csíkszentmárton falusi turizmusának termékei	Kapcsolódó vidéki turizmus terméktípusai
I. A vidék természeti értékei	Borvizek Poszogó fürdő Úzvölgye	Egészségturizmus Kerékpáros turizmus Lovas turizmus Agroturizmus Ökoturizmus
II. A vidék tárgyi és szellemi öröksége	Sasfészek Farsangtemetés Tojásírás Palántanap Termésünnep	Gasztroturizmus Kulturális turizmus Agroturizmus
III. Az agrárium értékei és termékei	Palántanap Termésünnep Apiterápiás kezelés Sajtkostoló Almaprés látogatás és gyümölcsbor kostoló	Rendezvény turizmus Egészségturizmus Agroturizmus Gasztroturizmus
IV. Speciális ajánlatok	PosTeleport virtuális időutazó, falunéző túra Katona sírok felkeresése, Bunker túra Fűvós tábor Mézeskalács falu kiállítás	Thanaturizmus, Kulturális turizmus

Forrás: Saját szerkesztés, 2023.

4. ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ÉS EREDMÉNYEK

A kvantitatív adatgyűjtés alapját egy online kérdőíves lekérdezés jelentette, amely 2023 március folyamán történt. A kutatás során egy 16 kérdésből álló kérdőívet, a 2363 lakósból álló közösségben 71 személy töltötte ki. A mintavételül szolgáló populáció Csíkszentmárton lakossága volt.

A kérdőíves felmérés által Csíkszentmárton, mint turisztikai kínálati tényező lehetőségeit, és a lakosság turizmussal kapcsolatos ismeretét, valamint attitűdjét szerettem volna vizsgálni.

A kutatás során kiegészítő módszerként az interjú készítés módszerét használtam, mert fontosnak tartom a keresleti oldal megismerését is. Az interjú során, amelyet a Hargita Községi Fejlesztési Társulás ügyvezető igazgatójával, Szabó Károllyal készítettem, arra kerestem a választ, hogy miként látják Csíkszentmárton lehetőségeit a turizmus területén dolgozó szakemberek.

4.1. Az online kérdőíves felmérés eredményei

Kutatásom során primer adatgyűjtést végeztem a község lakosai körében. Egy strukturált kérdőívet állítottam össze, ahol 16 kérdést tettem fel. A kérdések között 11 nominális változós, egy darab Likert-skála típusú, amelyben 1-től 4-ig terjedő intervallum között lehetett értékelni, és 4 kérdés esetében egyéni válaszadásra volt lehetőség.

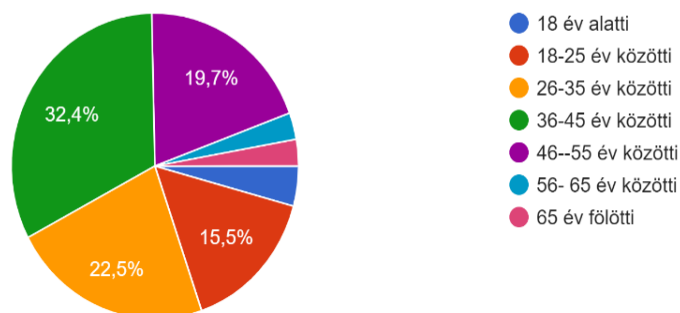
Az adatgyűjtés online felületen keresztül történt, ahol a kérdőív elérhető volt 2023. március 24 és április 4 között. Ez idő alatt 71 személy töltötte ki.

A válaszadók 76 százaléka nő volt. Ezt annak tulajdonítom, hogy a kérdőívet a saját oldalamon kívül iskolai és óvodai szülői csoportban osztottam meg, ahol a tagság legnagyobb százaléka nő, feltételezve azt, hogy ott érem el a legtöbb – gyereknevelési kötelezettségből kifolyólag – munkanélküli személyt.

Életkor tekintetében véve a válaszadók többsége az aktív középosztályból, azaz 32% a 36-45 év közötti személyekből, és 22% a 26-35 év közöttiekből került ki.

Életkora

71 válasz



13. ábra: A válaszadók életkor szerinti megoszlása

4.1.1. A turizmus gazdasági vonzata, mint lehetséges motiváció

A válaszadók foglalkozását nézve a többség alkalmazotti státusban van. Kutatásom szempontjából fontos rétegek a munkanélküliek, háztartásbeliek és gyereknevelésen levők rétege, összesen 14%. A válaszadók 53 százaléka nem szeretne egyáltalán bekapcsolódni a turizmusba, a fennmaradó 47 százalék esetében, pedig bizonyos feltételek mellett bekapcsolódnának a turizmusba. Készítettem egy összesítő táblázatot (**6. táblázat: Foglalkoztatotti kategóriák és azok turizmushoz való viszonyulása százalékos bontásban**6. táblázat), ahol foglalkoztatotti kategóriánként vizsgáltam, hogy ki melyik turisztikai szolgáltatási formába kapcsolódna be.

Fontosnak tartom megjegyezni, hogy a válaszadók alacsony számából kifolyólag az eredményekre orientatívként tekintek. A nyugdíjas korosztály képviselői azok, akik semmilyen turisztikai szolgáltatásba nem szeretnének bekapcsolódni. Csekély érdeklődést mutatnak a munkanélküliek is, ahol csupán egy ember jelezte, hogy valamilyen szórakoztatási lehetőséget tudna nyújtani az érdeklődőknek.

A tanuló kategória képviselőinek 50%-a jelölte meg, hogy részt tudna venni az étkeztetésben, és 33%, aki valamilyen programot tudna biztosítani. Az alkalmazotti státuszban levők közül is bekapcsolódnának három tevékenység közül valamelyikbe. 31% nyilatkozta, hogy étkeztetési szolgáltatásokat tudna felajánlani, 16% szórakozási lehetőséget tudna nyújtani, és 11% rendelkezik, vagy van lehetősége vendégszobák kialakítására.

A legnagyobb hajlandóságot a turizmusban való részvételre a gyereknevelésen levő csoport mutatta, ugyanis itt a csoport képviselőinek 75%-a nyilatkozta, hogy volna lehetősége vendégszobák kialakítására, és 50% venne részt étkeztetésben vagy szórakoztatásban.

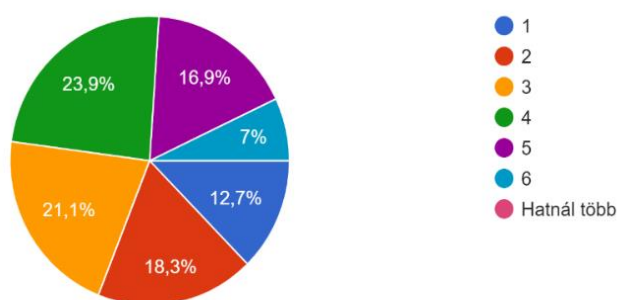
**6. táblázat: Foglalkoztatotti kategóriák és azok turizmushoz való viszonyulása
százalékos bontásban**

%	Igen, van lehetőségem kiadószoiba vagy szobák kialakítására.	Igen, háztáji ételeket tudok biztosítani	Igen, tudok valamilyen szórakozási lehetőséget biztosítani
Alkalmazott	11	31	16
Munkanélküli			25
Gyereknevelésen	75	50	50
Tanuló		50	33
Vállalkozó	11	22	22
Nyugdíjas			
Egyéb		33	

Forrás: Saját szerkesztés, 2023.

Hányan élnek még önkel egy háztartásban?

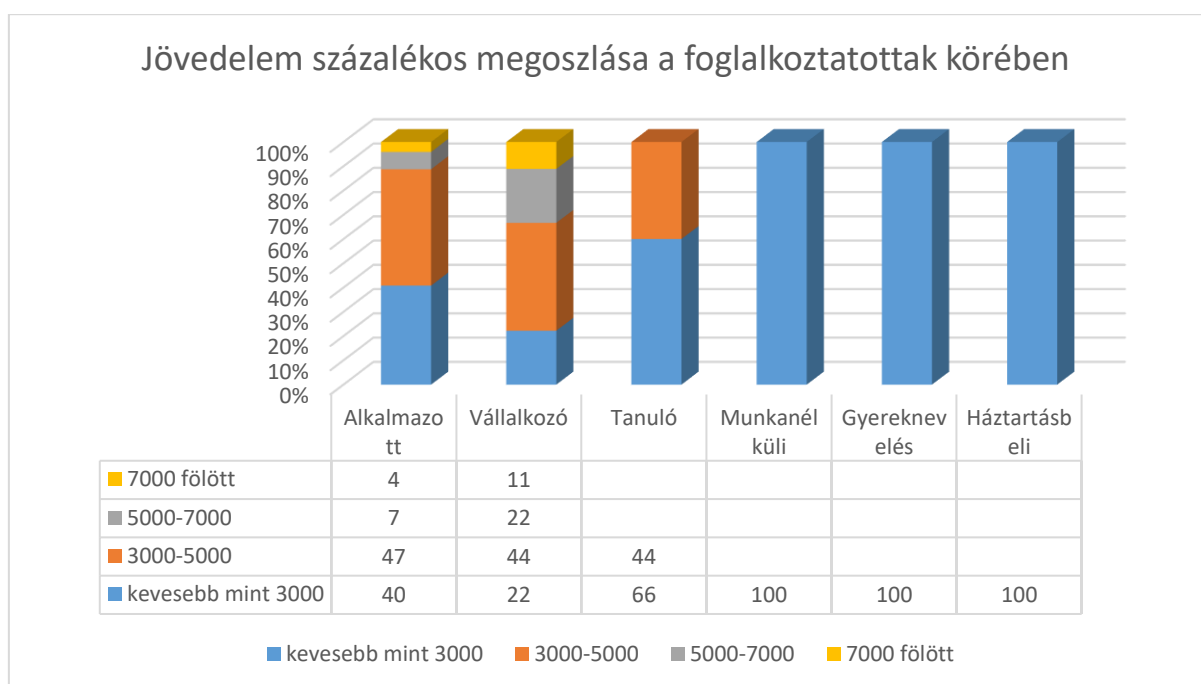
71 válasz



14. ábra: Családok létszám szerinti megoszlása

A kérdőívet kitöltők több, mint felének középfokú végzettsége van, és nagy százaléka rendelkezik valamilyen felsőfokú diplomával is. Elmondható, hogy nagy részük a nagycsaládosok közül került ki, ugyanis 24%-a azt a választ adta, hogy 5 vagy 6 ember él még vele egy háztartásban. 23% nyilatkozata szerint 4 ember él vele egy háztartásban, 21% esetén legalább még 3 emberrel él együtt.

Romániában jelenleg a bruttó minimálbér 3000 lej értékben van megállapítva. A kérdezettek legnagyobb részének 59%-ának, amint az ábrán is látszik, alkalmazotti jogviszonya van és hasonló részarányban van azon megkérdezettek száma is, akik azt nyilatkozták, hogy jövedelmük nem haladja meg a minimálbér értékét. Azért, hogy pontosabb képet kapjak a jövedelmek foglalkoztatottság szerinti megoszlásáról, további vizsgálatokat végeztem. Amint az alábbi 15. ábrán is látszik, az alkalmazottak 40%-a bruttó minimálbér alatti keresettel rendelkezik, és a vállalkozók esetében is 22%-ának minimális érték alatti jövedelme van. A munkanélküliek, gyereknevelésen levők és háztartásbeliek esetén elmondható, hogy minden esetben a bruttó minimális érték alatt van a keresetük.

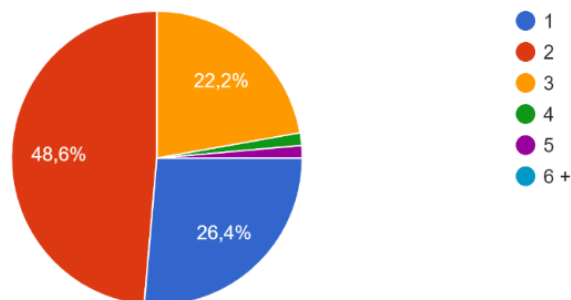


15. ábra: Jövedelem százalékos megoszlása a foglalkoztatottak körében

A havi bruttó 3000 lej alatti jövedelemmel rendelkezők többsége jelölte meg azt a lehetőséget, hogy bekapcsolódna valamilyen turisztikai szolgáltatásba. A felmérésből kiderült, hogy a háztartások 26%-ában csupán csak egy állandó jövedelemmel rendelkező személy van.

Kérem, jelölje meg a háztartásában rendszeres havi jövedelemmel rendelkezők számát!
(gyereksegély nem számít ide)

72 válasz



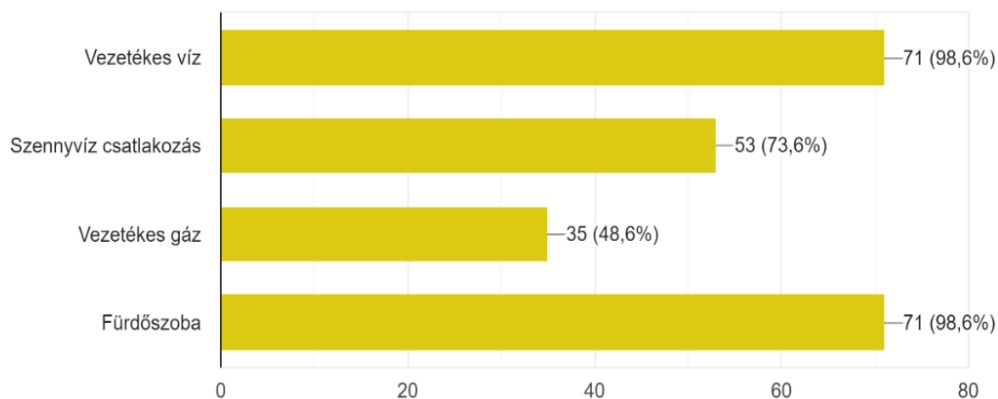
16. ábra: Családon belül jövedelemmel rendelkezők száma

4.1.2. Turizmus kialakulásának alapfeltételei

A háztartások infrastrukturális felszereltsége fontos tényezője a turizmusban való részvételnek, ezért erre vonatkozó kérdések segítségével vizsgáltam ezek meglétét.

Kérem, jelölje milyen infrastrukturális felszereltséggel rendelkezik háztartása.

72 válasz



17. ábra: Háztartások alap infrastrukturális felszereltsége

Amint az alábbi 17. ábrából is kiderül, minden háztartás rendelkezik fürdőszobával, és vezetékes vízhálózathoz van csatlakozva. Szennyvíz csatlakozással rendelkezők aránya alacsonyabb (73%), köszönhető ez annak, hogy a község egyes utcáiban nincs lehetőség a

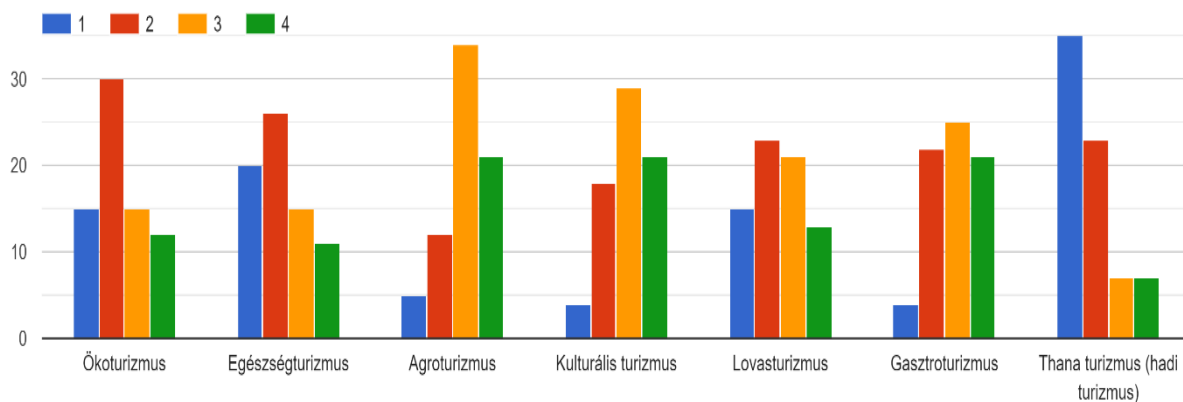
csatlakozásra. Mivel az előző eredmény mutatja, hogy minden háztartás rendelkezik fürdőszobával, így arra következtetnek, hogy a fennmaradó 27% esetében szennyvíz-tároló rendszer van kialakítva. Vezetékes gáz hálózathoz a válaszolók majdnem fele van csatlakozva.

4.1.3. Csíkszentmárton lehetséges turisztikai kínálata a lakosság szemszögéből

Arra vonatkozó kérdéseimre, hogy milyen turizmusfajtákra látnak lehetőséget, az ökoturizmus esetében a legtöbben látnak benne lehetőséget, csupán 21 százaléka gondolja úgy, hogy nem alakulhat ki ökoturizmus. 12% pozitív, és nagyon esélyesnek látja ennek a turizmusfajtának a kialakulását. Az egészségturizmus kialakulásának esélyét valószínűtlenebbnek ítélik, a válaszadók 28%-a egyáltalán nem találja valószínűnek, és 36% szerint nem esélytelen, de nagyon kevés esélyt adnak rá. Csupán 15% tartja nagyon valószínűnek az egészségturizmus kialakulását.

Legpozitívabb értékelést az agroturizmus kapta, ugyanis 30% nagyon esélyesnek, és 47% valószínűnek tartja ennek a turizmusfajtának a kialakulását. Továbbá 7% nem látja egyáltalán esélyesnek azt, hogy agroturisztikai tevékenységeken lehessen részt venni a településen. A kulturális turizmus kialakulását is elképzelhetőnek látja a kérdőívet kitöltők nagy része, több mint fele valószínűnek vagy nagyon esélyesnek ítéli. Csupán 5% nem tartja valószínűnek a kulturális turizmus meglétét.

Milyen turizmus fajták kialakulására lát esélyt Csíkszentmárton településen? (1-es nem valószínű, 2- van rá esély de inkább nem, 3-as valószínű, 4-es nagyon esélyes)



18. ábra: Turizmus fajták előfordulásának valószínűsége

A lovas turizmusnak is adnának lehetőséget, viszont a thanaturizmus vagy haditurizmust majdnem teljesen elképzelhetetlennek látják, a megkérdezettek majdnem fele szerint nem valószínű haditurizmus kialakulása a községben. Kérdésemre, amelyben arra kértem, hogy nevezzenek meg helyi látványosságokat, a válaszadók 28%-ánál szerepel Úzvölgye. Úgy gondolom a thanaturizmus fogalmi és tartalmi ismeretének hiánya okozta a válaszadók ambivalens megnyilvánulását a téma kapcsán.

Kutatási kérdéseim eredményeként egy vonzerőleltárt szerettem volna készíteni, amelynek részét képezi a község lakosságának véleménye arról, hogy melyek azok az értékek, amelyek fontosak a helyi identitás szempontjából, és a turizmus számára is vonzerőt képezhetnek.

7. táblázat: Legtöbbször említésre kerülő épített értékek

%	Összesen a válaszok közül (N=71)
Templom	31
Dr Sütő-Nagy Jenő kúria	7
Sasfészek	10
Mátyás József képtár	10
Úr teste kápolna	3

Forrás: Saját szerkesztés, 2023.

8. táblázat: Legtöbbször említett természeti értékek

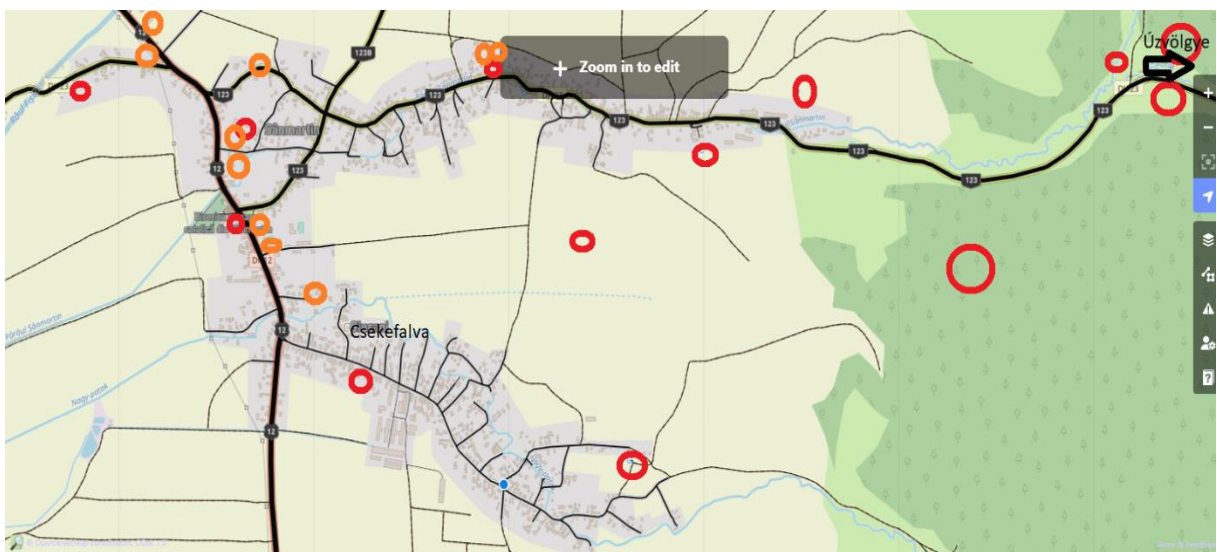
%	Összes válaszok közül
Úzvölgye	28
Borvízforrások	14
Poszogó	10
Rugát tető	5
Telekasza	5
Környező erdők	3

Forrás: Saját szerkesztés, 2023.

A válaszokat itt két kategóriába soroltam. Legtöbb személy által megjelölt érték az épített örökség kategóriába sorolható. Épített örökségen kívül legtöbbször említésre kerülő látványosságokat a természeti örökség kategórián belül jelöltem. Egyedi sajátosságokra rákérdezve több olyan dolgot említettek, amit az előtte feltett kérdésre nem írtak be a válaszok

közé, de képviselhetnek turisztikai vonzerőt. A természeti és épített örökség körébe tartozó értékek mellett bekerülnek a szellemi örökséghez tartozó hagyományok, a különböző rendezvények is. Megemlítik a tavaszi Palánta napot, Falunapokat és a Mézeskalács kiállítást is.

Kutatási eredményeim alapján készített értékleltár elemeinek elhelyezkedését egy térképen jelöltem, annak érdekében, hogy vizuális képet kapjak arról, hogy milyen területeken koncentrálódnak a község potenciális turisztikai kínálatai. (19. ábra) Piros színnel jelöltem a térképen a kérdezettek által legtöbbször említett látványosságokat, és narancssárgával a kevésbé emlegetett értékeket.



19. ábra: Csíkszentmárton turisztikai vonzerőtérképe,

Forrás: Saját szerkesztés (Open Street Map, 2023)

A térkép alapján elmondható, hogy a település minden részén található valamilyen turisztikai látványosságnak is beillő érték. A településhez tartozó területeken elhelyezkedő, de a falu közvetlen határain kívül található értékeket is megjelöltem. Ezek - a jórészt természeti erőforrások - az Úzvölgye fele vezető útvonal mentén terülnek el. A térképen megfigyelhető, hogy a D12-es megyei út mentén, a település központi részén jelenik meg a legtöbb értéket jelölő kör, és a dendrológiai park kivételével valamilyen épített örökség részét képező helyszínt jelöl.

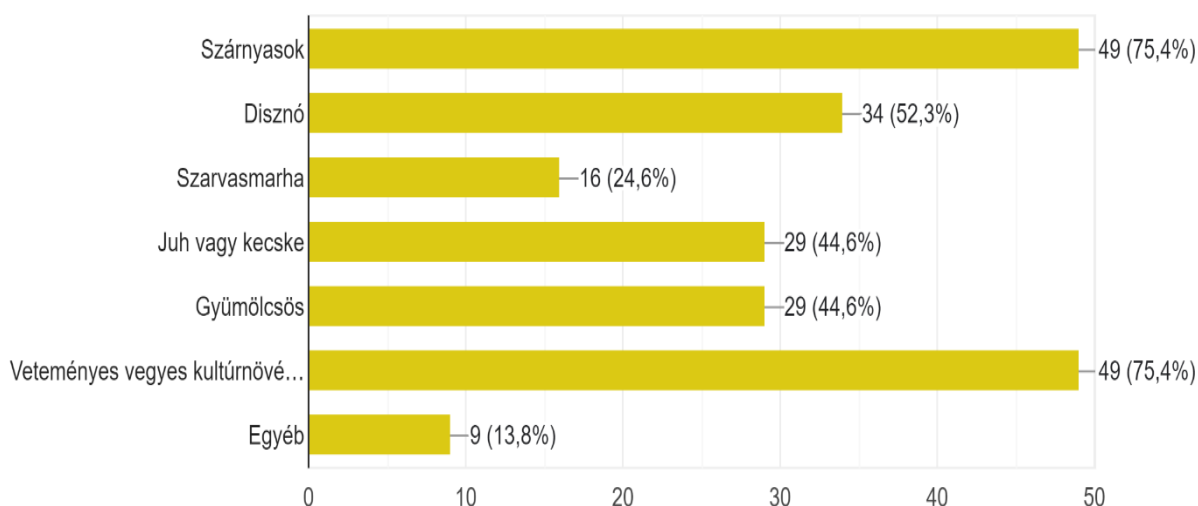
4.1.4. Gasztronómiai pontok kialakításának lehetősége

A gasztronómiai pontok kialakításának alapkövetelménye a saját gazdaság megléte, ezért kérdésemmel arra kerestem a választ, hogy van-e lehetőség ilyen fajta turisztikai tevékenységre a válaszadók körében. A válaszokból kiderült, hogy mindenkinél megtalálható a háztáji gazdaság. 75% esetén megtalálhatóak szárnyasok a gazdaságban, és ugyanilyen százalékban van kisebb házkörűli veteményes is. A válaszadók több, mint fele foglalkozik disznótartással is, majdnem felénél, azaz 44%-ánál van a gazdaságban juh vagy kecske. Legkevésbé elterjedt a szarvasmarha tenyésztése kisgazdasági formában. A gazdaságban termelt élelmiszert nagy százalékban saját szükségletre használják. Nagyon alacsony azok száma (27%), akik azt nyilatkozták, hogy saját használaton kívül tenyésztenek állatokat eladásra is. Több, mint fele a válaszadóknak csak saját használatra termel élelmiszert. (20. ábra) Azok esetében, akik azt a választ adták, hogy nem értékesítik sehol a terményeiket, további kérdéssel a miértre próbáltam megtalálni a választ. A válaszok legnagyobb része a csak saját szükségletre való termelést adta válasznak, de volt, aki azt nyilatkozta, hogy nincs, ahol értékesítse az esetleges többletet.

A gasztronómiai pont jelentéséről kérdezve kiderült, hogy a megkérdezettek nem is értik a fogalmat, és nagyon kevesen tudják, hogy tulajdonképpen egy vállalkozási formáról van szó.

Rendelkezik háztáji gazdasággal? Amennyiben igen, válasza ki mik találhatóak meg önnél az alább felsoroltak közül!

65 válasz



20. ábra: Háztáji gazdaságok előfordulása

4.2. A mélyinterjú eredményei

A kérdőíves kutatás végeztével, és az adatok feldolgozása után interjút készítettem Szabó Károllyal, a Hargita Fejlesztési Társulás ügyvezető igazgatójával, hogy a kínálati oldal feltérképezése után képet kapjak a keresleti oldal jelenlegi helyzetéről is. Választásom azért esett rá, mert a turisztikai fejlesztésekben való jártasságán kívül elmondható, hogy ismeri Csíkszentmárton erősségeit és gyengeségeit abból kifolyólag, hogy több, mint tíz éve maga is a község lakója.

A jelenlegi turisztikai trendekre vonatkozó kérdéseimre elmondta, hogy nem beszélhetünk konkrét trendekről, Székelyföldön még gyerekcipőben járó gazdasági ágazatról van szó. Elmondható viszont, hogy egyre inkább emelkedik a száma azoknak, akik megengedhetik maguknak, hogy utazzanak, és növekszik ennek köszönhetően folyamatosan a turisták száma is. A Székelyföldre látogatók nagy része belföldi turista, akik motivációjukat tekintve leginkább élménykeresők vagy a város zajától a természetbe menekülni vágyók. A családosok a családbarát helyeket keresik, ahol a gyerekek számára is biztosított a szabadtéri mozgás és élménydús foglalkozások. Az egyéni vagy gyerek nélkül utazó párok esetében is fontos az élmény, de esetükben más jelentheti az élmény forrását. A csendes háborítatlan természetben a madárcsicsergésen és túrázason túl élmény lehet egy roma lakodalomban való részvétel is.

Csíkszentmárton potenciális kínálatára vonatkozó válaszában kifejtette, hogy nagyon jó adottságai vannak a településnek a turizmus fejlesztésére, de szükséges, hogy a vezetők is lássák benne a lehetőséget. Helyi szintű turisztikai fejlesztési stratégiára van szükség, ahol meghatározzák az irányvonalakat, és konkrét célokat tűznek ki. *„Nem lehet csak úgy ad hoc módon turizmust fejleszteni”*. Csíkszentmárton erősségei között megemlíttette az úzvölgyi átjárót, ami a román vidékek felőli gyors megközelíthetőség előnyeit is hordozza, és nem elhanyagolható az Úzvölgye település sem, mint lehetséges turisztikai célpont. A község Csíkszereda és Tusnádfürdő közötti fekvéséből adódóan egyaránt lehet célpont mindkét településre érkező turistáknak is. Elsősorban, mint szakember, olyan attrakciók fejlesztésében látná a lehetőséget, ami a két közeli városban megszálló vendégek számára tud élménygazdag szórakozási lehetőséget nyújtani. Jó kezdeményezésnek gondolja a PosTeleport virtuális fizikai sétával ötvöző program létrehozását, de szükségesek olyan helyek, ahol a séta végeztével el is fogyaszthat valamit az utazó.

A megyében bejegyzett gasztronómiai pontok látogatottságára vonatkozó kérdéseimre elmondta, hogy az általuk szervezett gasztronómiai pontok működtetéséhez szükséges képzést

több, mint 400 ember végezte el, és szerezte meg a szükséges diplomát. A működtetéshez szükséges állategészségügyi bizonylat beszerzésére csupán 3 esetben került sor. Egy esetben, a bélbóri gasztronómiai pont esetén elmondható, hogy egész évben látogatják a vendégek, a másik két esetben csak időszakosan vannak látogatók. A csekély érdeklődés hátterében állhat az a tényező, hogy az állandó házias ételek alapanyagának beszerzése nagy logisztikai munkát igényel, mivel saját gazdaságban maximum 12 személy ellátására alkalmas mennyiséget termelni szinte lehetetlen. A környező szomszédok vagy szomszédos kisgazdaságokkal való legalább egy éves távra való tervezés és termények leszerződése lehet az ilyen típusú jól működő vendéglátói formák sikerének feltétele.

Csíkszentmárton esetében legalább három ilyen egységet lehetne bejegyeztetni, hogy a jelenlegi tranzit turistaforgalmat ki tudja szolgálni.

Népszerűsítésre vonatkozó kérdésekre elmondta, hogy nagy szerepe van a jó reklámnak. Nem elég, ha van egy jó termék vagy szolgáltatás, annak létezéséről tudnia kell a turistáknak is. Információ dőmping van, és fontos olyan csatornákat találni, amelyen keresztül a kínálatunk el tud jutni az érdeklődőkhöz. Olyan marketingtevékenységet kell folytatni, amellyel meg lehet győzni a turistát, hogy a keresési folyamat alatt rázúduló ajánlatok közül a miénket válassza. Gasztronómiai pontok esetén vagy egyéni helyek kínálatánál jó lehetőség lehet a Visit Hargita oldalra vagy más turisztikai termékeket koncentráló oldalra való regisztráció, vagy a környező városok szálláshelyeivel és turisztikai irodáival való együttműködés, mivel a kisebb vendégforgalommal rendelkező helyek vagy most induló vállalkozások esetén kevesebb pénz jut marketingre. Ennél a kérdésnél is elhangzott az a tény, hogy szükséges a fejlesztési és egységes területi imáget közvetítő marketingstratégia.

Összeségében minden adott a turizmus kialakulásához, csak szükség van a település vezetőinek és vállalkozóinak összefogására, egységes terv kidolgozására és türelemre, amíg beérik a munka gyümölcse.

4.3. Következtetések és fejlesztési javaslatok

1. Kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy bár Csíkszentmárton számos turisztikai erőforrással rendelkezik, a kérdőívben kapott válaszok alapján elmondható, hogy a lakosság leginkább az épített örökségekre tekint megmutatható látnivalóként. Feledésbe merültek az elhanyagolt borvízforrások és nem említették a szellemi örökség részét képező településhez köthető hiedelmeket, történeteket, amikre lehetne turisztikai

élményeket generáló attrakciót építeni. Véleményem szerint további kutatásra volna szükség, amely során személyes megkeresésen alapuló, kérdőíves felmérést kellene készíteni a községben élő idősebb generáció körében, a település elfeledett erőforrásainak feltérképezése érdekében.

2. Erőforrásként tekintek azokra a már hagyományossá vált rendezvényekre, amelyek szintén képesek élménygazdag programlehetőséget kínálni az érdeklődőknek (Palánta nap, Termésünnap, Falunapok, Lovas napok, Fűvós tábor), viszont szükségesnek látom egy egységes eseménytár elkészítését, amely alapján az érdeklődő előre tervezheti a látogatása időpontját.
3. A megjelenőben levő alternatív gazdálkodási forma a mélymulcsos kertészkedés, a permakultúrás kertészkedés egy tovább fejleszthető zöld irányvonalat adhat az agroturizmus lehetőségének, valamint szélesítheti a látogatók körét a kifejezetten ezek a technológiák után érdeklődők személyével.
4. A településhez tartozó Úzvölgye csodálatos természeti környezetén kívül a történelmi vonzatát is nézve rendkívül nagy turisztikai potenciállal rendelkezik. Az eddigi megközelíthetőségi akadályok az idénre ígért Csíkszentmártonnal összekötő aszfaltos út befejezésével megszűnik, de szükségesnek látom további beruházások eszközlését. Szálláshelyek és szolgáltatói szektorok fejlesztése szükséges ahhoz, hogy ki tudja szolgálni a mai turista igényeit.
5. A kérdőíves kutatás eredményeinek elemzésénél kiderült, hogy a válaszadók nagyon kevés része tud a gasztronómiai pontok létrehozásának lehetőségéről, ezért fontosnak tartom ennek a vállalkozási formának a népszerűsítését, mivel a kutatásból az is kiderült, hogy sokan látják a plusz jövedelemszerzés lehetséges forrásának.
6. Úgy gondolom, hogy a Fejlesztési Társuláshoz való csatlakozás a turisztikai fejlődés útjára való első lépéseként tekinthető, de önmagában ez a lépés elégtelen a működő turizmus kialakulásához. Szükségét látom egy helyi turisztikai szervezet megalakításának, aki felvállalja a település turisztikai irányba való fejlesztését, a helyi vezetőséggel és az érdeklődőkkel közösen irányelveket fogalmaz meg, fejlesztési stratégiát dolgoz ki, meghatározza a település egységes turisztikai arculatát és vállalja a település népszerűsítését.

5. ÖSSZEFOGLALÁS

Diplomadolgozatomban Csíkszentmárton turizmusának lehetséges fejlődési irányait próbáltam feltérképezni a kereslet és a kínálati oldalt is megvizsgálva. Az egész közösséget érintő turizmusfejlesztési irányokon túlmenően arra is kíváncsi voltam, hogy lehet-e gazdasági haszonnal járó tevékenység azok számára, akik csak részmunkaidős foglalkoztatásban tudnak dolgozni. Online kérdőíves felmérést készítettem Csíkszentmárton lakosai körében, hogy ismereteket szerezzek a kínálati oldal elemeiről, valamint feltáró interjú segítségével próbáltam tájékozódni a keresleti oldal jelenlegi jellemzőiről.

Szekunder kutatásom során kiderült, hogy egy élménykereső társadalomban élünk, ahol egyre több emberről mondható el, hogy a kereslet mindhárom tényezője jellemző rá. Rendelkezik elegendő jövedelemmel, szabadidővel és kellően motivált is ahhoz, hogy kisebb vagy akár nagyobb távokat is megtegyen élményszerzés céljából.

A kérdőíves kutatás első részében a lakossági-turisztikai szolgáltatások létrehozásának hajlandóságát vizsgáltam. A kutatásból kiderült, hogy a válaszadók több, mint fele bekapcsolódna valamilyen turisztikai szolgáltatásba. Legtöbben háztáji ételeket tudnának felajánlani a látogatóknak, de kiderült, hogy jórészt ismeretlen a gasztronómiai pont, mint vállalkozási forma a lakosság körében. A lakosság tájékoztatása erről a lehetőségről több érdeklődőt fordítana a - véleményem szerint - nagyon kevés beruházást igénylő turisztikai termék létrehozása fele. Az engedély kiváltásához szükséges alapvető infrastruktúrával (vezetékes víz, fürdőszoba) a kérdezettek közül mindenki rendelkezik. Másik alapvető követelmény a termelői engedély, amelyhez saját gazdaság szükséges, szintén nagyon nagy százaléknál előfordul a válaszadók között.

Az interjúból kiderült, hogy a jelenlegi tapasztalatok azt mutatják, hogy egy háztáji gazdaságból egész szezonban működő gasztropont éves alapanyag szükséglete nem előállítható, ezért a tulajdonos jó logisztikai készséggel kell rendelkezzen, és legalább egy évre előre leszerződjön a falubeliektől a különböző terményeket. Véleményem szerint ez kevesebb ilyen étkeztetési hely megjelenése esetén is képes több család jövedelmét növelni azáltal, hogy mezőgazdasági terményeit előre leszerződtetik. Jelenleg a csak saját felhasználásra termelők esetén is érdemes lehet megfontolni a háztáji veteményes vagy állatállomány bővítését. Meglátásom szerint szükség volna a gasztronómiai pont, mint vállalkozási forma népszerűsítésére, mivel a kérdőíves kutatásból kiderült, hogy sokan nem is tudnak erről a lehetőségről.

Különböző szórakoztatási lehetőségek kialakítására is van hajlandóság, amint az a kérdőívekből kiderül. Ez a fajta termék létrehozása viszont nagyobb beruházásokat igényelhet. Gondolok itt a lovas kocsikázás esetén vagy off-road túrák esetében a különböző eszközök beszerzésének költségére. Ezek a típusú szolgáltatások a jelenkor élménykereső turistájának az igényeit ki tudják elégíteni, de ezek mellett mindenképp szükség van olyan helyek kialakítására, ahol az ember egyik alapvető szükségletét, az étkezést is ki tudják szolgálni. Jó kombináció lehet olyan helyek kialakítása, ahol a látogatók bekapcsolódhatnak valamilyen mezőgazdasági tevékenységbe, állatokat simogathatnak, részt vehetnek bizonyos növénytermesztési, betakarítási munkálatokban, és a végével meg is kóstolhatják azokat.

A lakossági hajlandóság felmérése és a Fejlesztési Társulás elnökével készített interjú után levont következtetésem az, hogy bár vannak olyan személyek, akiknek volna lehetőségük és akaratuk vendégszobák kialakítására is, elsősorban az attrakciók és az ezek közelében létesített szolgáltatások kialakításával kellene kezdeni a turisztikai fejlesztéseket. Két közeli városban, Csíszeredában és Tusnádfürdön is megtalálható a szálláshelyek bő választéka a pénztárcabarát kategóriától el egészen a négy csillagos szállodáig, viszont az élményt nyújtó szolgáltatások száma elenyésző.

A primer kutatási eredmény azt mutatja, hogy a kínálati oldalon az épített örökséget tartja a lakosság elsősorban turisztikai attrakciónak. Összevetve ezt az eredményt, az interjúban elhangzott tényekkel és a szekunder kutatás eredményeivel elmondható, hogy önmagukban ezek az értékek nem képesek turisztikai forgalmat generálni. Ezekhez az erőforrásokhoz szükséges volna valami olyan programlehetőséget kiépíteni, amely az élményszerzés lehetőségét biztosítja a látogatóknak. Jelenleg egyetlen olyan épített örökség részét képező helyszín, amely részben ezt a funkciót is képes ellátni, az a Sasfészek Udvar, amely időszakos minifesztivál jellegű programjaival és udvarán zajló kézműves tevékenységeivel képes látogatóknak élményt is nyújtani. A gasztronómiai pont vállalkozási engedély kiváltása után pedig a környékre látogatók körében a kulináris gasztronómiai élvezetek kedvelőinek állandó szolgálatába is állítható.

A természeti örökséghez tartozó borvizek, a jellegzetes Poszgó gyógyfürdő és Úzvölgye esetén is fejlesztésekre volna szükség ahhoz, hogy turistákat vonzó, látogatásra érdemes helyek tudjanak lenni. Szükséges volna alapvető infrastruktúra kialakítása, kerékpárutak kiépítése a bejárhatóság érdekében.

Kutatási kérdéseimre, hogy kik lehetnek Csíkszentmárton turizmusának célközönsége, azt a következtetést vontam le, hogy elsősorban családoknak, de egyéni látogatóknak is lehet célpont Csíkszentmárton életkortól függetlenül.

Összességében kutatásom is bebizonyította, hogy a vidéki gazdaság egyik meghatározó tényezői lehetnek az endogén forrásokra alapozott turisztikai fejlesztések, amik a hagyományos gazdálkodás és az ahhoz kapcsolódó termelésen keresztül betekintést adhatnak az érdeklődők számára a vidéki gazdaság és egyben a vidéki élet szépségeibe.

IRODALOMJEGYZÉK

- Achi-Pro Consulting. (2023). Strategia de Dezvoltare Locala pentru perioada 2024- 2030. Csíkszentmárton, Hargita.
- Agentia Nationala a Zonei Montane. (2023. 3 17). Forrás: <https://azm.gov.ro/agentia-nationala-a-zonei-montane-va-invita-la-vacante-cu-gust-traditional/>
- Anna, I. (2018). *Az örökségturizmus menedzsmentje*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Árványi , K. (2022). *Fenntarthatóság a turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Bendix, R. F., Eggert, A., & Peselman, A. (2012). *Heritage Regimes and the State*. Gottingen: Universitätsverlag Gottingen.
- Bernschütz, M., Deés, S., & Kenéz, A. (2013). *Marketing esettanulmányok*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Clover , S. (2021. 06 28). *National Geographic*. Forrás: <https://www.nationalgeographic.co.uk/travel/2011/09/agrotourism-from-farm-to-fork>
- Consulting, E. (2019). STRATEGIA INTEGRATĂ DE TURISM A JUDEȚULUI in perioada de 2020-2027. Harghita.
- Csíkszentmarton település oldala. (2023. 03 16). Forrás: <https://csikszentmarton.ro/hu/kezdolap/>
- Deli, Z. G., & Árva , L. (2010). *Turizmusmarketing esettanulmány*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Dr. Fehér, I., & Kóródi , M. (2008). *A vidéki turizmus fejlesztése*. Budapest: Szaktudás Kiadó Ház Zrt.
- Ellis, A., Park , E., Kim, S., & Yeoman, J. (2018). What is foud tourism? *Tourism Managment Vol 68*, 250-261.
- Gonda , T. (2022). *Alternatív turizmus*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Hargita Fejlesztési Társulás. (dátum nélk.). Forrás: <https://www.adiharghita.ro/rolunk>
- Horváth, A. (2010). A területi turizmusfejlesztés lehetőségei a Székelyföldön. *Doktori (Phd) értekezés, PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM*. Pécs: 233 o.

- INNSE. (2023. 03 29). Forrás: INS - Direcția Județeană de Statistică HARGHITA:
https://harghita.insse.ro/wp-content/uploads/2022/12/TEMPO_SOM101B_14_12_2022.pdf
- Irimiás, A., Jászberényi, M., & Michalkó, G. (2019). *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Jászberényi, M., Boros, K., & Miskolczi, M. (2022). *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Koncsag, L. (dátum nélk.). *Csíkszentmárton egyházközség története*. Plébánosi dolgozat.
- Kovács, E., & Kis, K. (2018). *Turisztikai trendek*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Kuutma, K. (2009). Cultural heritage: An introduction to enforcements of knowledge politics and property Vol. 3 (2). In ((old.: 5-12). Tartu: University of Tartu.
- Lee, K.-S. (2022). Cooking up food memories: A taste of intangible cultural heritage.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677022001826>.
- Lista firmelor din Romania. (2023. 03 30). Forrás: <https://membri.listafirme.ro/pagini/p3.htm>
- Melinda, J. (2014). *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Budapest: Nemzeti Közszerológati és Tankönyv Kiadó.
- Michalkó, G. (2012). *Turizmológia*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Michalkó, G. (2023). *A turizmus esszenciája*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Nagy, B. (2013). *A turisztikai helymarketing Székelyföldön, Az imázs- és márkahasználat tudományos megalapozása*. Kolozsvár: Editura Institutului pentru Studierea Problemelor Minoritatilor Nationale.
- Open Street Map. (2023. április). Forrás:
<https://www.openstreetmap.org/edit#map=15/46.2610/25.9557>
- Orbán, B. (1869). *A Székelyföld leírása régészeti, természetrajzi és népismereti szempontból, II. kötet*. Pest: Roth Mór Kiadása.
- Organization, W. T. (2019). *Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism*. Japan:
<https://doi.org/10.18111/9789284420957>.
- Otegui- Charles, A., Araújo- Vila, N., & Fraiz- Brea, J. (2022. 08 23). Solo travel research and Its gender perspective: A critical biometric review. Universidade de Vigo,, Spain.

- Piskóti, I. (2012). *Régió- és településmarketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Puczkó, L., & Rátz, T. (2011). *Az attrakciótól az élményig*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Regionális Turisztikai Konferencia*. (2022. Október 27-28). Pál Zoltán, Csíkszereda, Hargita Megye, Románia.
- Románia Hivatalos Közlönye (Monitor Oficial), 1186 (2022. 12 9).
- Szőcs, J. (V. évfolyam. 247 szám). Csíkszentmárton. *Hargita Népe*.
- Tekse, A. (1999). *Csíkszentmárton, a település földje és népe*. Csíkszentmárton: Kézirat.
- UNWTO. (2023. 01 17). Word Tourism Barometer.
- Veres, Z. (2009). *A szolgáltatás marketing alapkönyve*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- visitharghita.ro*. (2023. 03 16). Forrás: <https://visitharghita.com/>
- Word Travel Organisation*. (2023. 03 17). Forrás: <https://7-unwto-gastronomy-tourism-forum.jp/en/>
- Word Travel Organisation*. (2023. 03 16). Forrás: <https://www.unwto.org/news/unwto-gastronomy-tourism-forum-highlights-talent-development-and-waste-reduction>

MELLÉKLETEK

1. Ábrajegyzék

1. ÁBRA A TURIZMUS RENDSZERE FORRÁS: (MICHALKÓ, TURIZMOLÓGIA, 2012)	7
2. ÁBRA A FALUSI TURIZMUS TELEPÜLÉSÜNKÖN IS KIALAKÍTHATÓ FORMÁI, SAJÁT SZERKESZTÉS	HIBA! A KÖNYVJELZŐ NEM LÉTEZIK.
3. ÁBRA GASZTRONÓMIAI PONT HIVATALOS JELZÉSE (AGENTIA NATIONALA A ZONEI MONTANE, 2023).....	HIBA! A KÖNYVJELZŐ NEM LÉTEZIK.
4. ÁBRA CSÍKSZENTMÁRTON TÉRKÉPE.....	HIBA! A KÖNYVJELZŐ NEM LÉTEZIK.
5. ÁBRA A KÖZSÉGBEN MŰKÖDŐ VÁLLALKOZÁSOK FORGALMA, (LISTA FIRMELOR DIN ROMANIA, 2023).....	25
6. ÁBRA MUNKANÉLKÜLIEK SZÁMÁNAK ALAKULÁSA HARGITA MEGYÉBEN (INNSE, 2023).....	HIBA! A KÖNYVJELZŐ NEM LÉTEZIK.
7. ÁBRA HAGYOMÁNYOS SZÉKELY HÁZ (KÉPET KÉSZÍTETTE: POTYÓ JUDIT).....	27
8. ÁBRA SASFÉSZEK, NÉPVISELETBE ÖLTÖZÖTT ÜNNEPLŐKKEL (KÉPET KÉSZÍTETTE: POTYÓ JUDIT)...	28
9. ÁBRA SASFÉSZEK KONYHA (KÉPET KÉSZÍTETTE: POTYÓ JUDIT).....	HIBA! A KÖNYVJELZŐ NEM LÉTEZIK.
10. ÁBRA FARSANGOLÓK (KÉPET KÉSZÍTETTE: JÁNÓ ELEMÉR).....	30
11. ÁBRA MÉZESKALÁCS FALU (KÉPET KÉSZÍTETTE: POTYÓ JUDIT)	HIBA! A KÖNYVJELZŐ NEM LÉTEZIK.
12. ÁBRA ÚZVÖLGYE ELHAGYOTT KASZÁRNYÁI (KÉPET KÉSZÍTETTE: GERGELY ANDRÁS)	33
13. ÁBRA A VÁLLASZADÓK ÉLETKOR SZERINTI MEGOSZLÁSA	36
14. ÁBRA CSALÁDOK LÉTSZÁM SZERINTI MEGOSZLÁSA	37
15. ÁBRA JÖVEDELEM SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁSA A FOGLALKOZTATOTTAK KÖRÉBEN	38
16. ÁBRA CSALÁSON BELÜL JÖVEDELEMMEL RENDELKEZŐK SZÁMA	39
17. ÁBRA HÁZTARTÁSOK ALAP INFRASTRUKTURÁLIS FELSZERELTSÉGE	39
18. ÁBRA TURIZMUS FAJTÁK ELŐFORDULÁSÁNAK VALÓSZÍNŰSÉGE.....	40
19. ÁBRA CSÍKSZENTMÁRTON TURISZTIKAI VONZERŐTÉRKÉPE, SAJÁT SZERKESZTÉS (OPEN STREET MAP, 2023)	42

20. ÁBRA HÁZTÁJI GAZDASÁGOK ELŐFORDULÁSA	43
--	----

2. Táblázatjegyzék

1. TÁBLÁZAT: A FOGADÓKÉSZSÉG ÉS FOGADÓKÉPESSÉG ELEMEI, SAJÁT SZERKESZTÉS (MICHALKÓ, TURIZMOLÓGIA, 2012)	11
2. TÁBLÁZAT: CSÍKSZENTMÁRTON NÉPESSÉGÉNEK ALAKULÁSA AZ ELMÚLT ÉVEKBEN, FORRÁS:CSÍKSZENTMÁRTON FEJLESZTÉSI STRATÉGIÁJA (ACHI-PRO CONSULTING, 2023).....	23
3. TÁBLÁZAT: TIVAI NAGY IMRE SZAKKÖZÉPISKOLÁBAN TANULÓ DIÁKOK SZÁMÁNAK ALAKULÁSA (SAJÁT SZERKESZTÉS).....	23
4. TÁBLÁZAT: AZ AKTÍV VÁLLALKOZÁSOK FOGLALKOZTATOTTJAINAK LÉTSZÁMA, 2020, (ACHI-PRO CONSULTING, 2023).....	24
5. TÁBLÁZAT: CSÍKSZENTMÁRTON TURISZTIKAI TERMÉK TÍPUSAI A TRENDEK FIGYELEMBEVÉTELÉVEL (SAJÁT SZERKESZTÉS).....	34
6. TÁBLÁZAT: FOGLALKOZTATOTTI KATEGÓRIÁK ÉS AZOK TURIZMUSHOZ VALÓ VISZONYULÁSA SZÁZALÉKOS BONTÁSBAN	37
7. TÁBLÁZAT: LEGTÖBBSZÖR EMLÍTÉSRE KERÜLŐ ÉPÍTETT ÉRTÉKEK	41
8. TÁBLÁZAT: LEGTÖBBSZÖR EMLÍTETT TERMÉSZETI ÉRTÉKEK	41

3. Melléklet: Kérdőív kérdései

Ebben a formában csak szemléltetésként van mellékelve a kérdőív, az eredeti formája megtekinthető a következő linken: <https://forms.gle/CY2LWViiV4qGPjiz5>

Potyó Judit vagyok, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Vidékfejlesztési agrármérnök mesterszak végzős hallgatója arra kérem segítse diplomamunkám kutatási részét azzal, hogy kitölti az alábbi kérdőívet. Kutatásom témája Csíkszentmárton turisztikai fejlesztésének lehetőségei. Kérem, akkor töltse a kérdőívet amennyiben csíkszentmártoni lakós! A körülbelül 10 percet igénybe vevő kérdőív összesített adatai név nélkül lesznek felhasználva.

Segítségét köszönöm!

Az ön neme?

Nő

Férfi

Életkora

18 év alatti

18-25 év között

26-35 év között

36-45 év között

46-55 év között

56-65 év között

65 év fölötti

Foglalkozása

Tanuló

Alkalmazott

Vállalkozó

Munkanélküli

Gyerekeknevelési időszakban van

Háztartásbeli

Nyugdíjas

Egyéb

Az ön legmagasabb iskolai végzettsége?

kevesebb, mint 8 általános iskola

általános iskola

középfok (szak-/ elméleti líceum)

felsőfok (főiskola, egyetem)

Egyéb:

Hányan élnek még önnel egy háztartásban?

1

2

3

4

5

6

Hatnál több

**Kérem, jelölje meg a háztartásában rendszeres havi jövedelemmel rendelkezők számát!
(gyereksegély nem számít ide)**

1

2

3

4

5

6 +

Kérem, jelölje meg, hogy mennyi az ön havi bruttó jövedelme.

kevesebb, mint 3000 lej

3000 lej -5000 lej között

5000 lej – 7000 lej között

7000 lej fölött

Kérem, jelölje milyen infrastrukturális felszereltséggel rendelkezik háztartása.

Vezetékes víz

Szennyvíz csatlakozás

Vezetékes gáz

Füdőszoba

Milyen turizmus fajták kialakulására lát esélyt Csíkszentmárton településen? (1- nem valószínű, 2- van rá esély de inkább nem, 3-as valószínű, 4-es nagyon esélyes)

Ökoturizmus

Egészségturizmus

Agroturizmus

Kulturális turizmus

Lovasturizmus

Gasztroturizmus

Thana turizmus (hadi turizmus)

Kérem, sorolja fel Csíkszentmárton legfontosabb látnivalóit!

Ön szerint melyek azok a sajátosságok, amikkel csak községünkben találkozhatnak a látogatók?

Rendelkezik háztáji gazdasággal? Amennyiben igen, válassza ki mik találhatók meg önnél az alább felsoroltak közül!

Szárnyasok

Disznó

Szarvasmarha

Juh vagy kecske

Gyümölcsös

Veteményes vegyes kultúrnövényekkel

Egyéb

Saját felhasználáson kívül értékesíti valahol az ön által termelt növényeket vagy állatokat?

Igen, a növényeket

Igen, az állatokat

Mindkettőt

Nem, egyiket sem

Ha nemmel válaszolt az előző kérdésre, kérem indokolja válaszát.

Jövedelem kiegészítés lehetőségként bekapcsolódna a vendéglátásba?

Igen, van lehetőségem kiadó szoba vagy szobák kialakítására.

Igen, háztáji ételeket tudok biztosítani.

Igen, tudok valamilyen szórakozási lehetőséget biztosítani.

Nem, egyiket sem.

Tudja, hogy mit jelöl a „ Gasztronómiai pont” vagy „Punct gastronomic local” megnevezés? Kérem, írja le, mit ért ön az adott kifejezés alatt!

4. Melléklet: A mélyinterjú kérdései

1. Jelenleg milyen turisztikai trendek jellemzőek Székelyföld turizmusára?
2. Kik látogatják vidékünket és milyen céllal?
3. Ön szerint melyek Csíkszentmárton turisztikai erőforrásai?
4. Milyen látogatottsággal működnek megyénkben a Gasztronómiai pontok?
5. Mi segíthetné Csíkszentmártonban a turizmus kialakulását?

5. Melléklet: Nyilatkozatok