

SZAKDOLGOZAT

Báthory Gyöngyvér

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Keszthelyi Campus

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

**Bor- és gasztroturizmus menedzser szakirányú
továbbképzési szak**

BALATONLELLE BOR-ÉS GASZTROTURIZMUSA

Belső konzulens: Dr. Molnár Csilla
egyetemi docens

Belső konzulens Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
intézete/tanszéke: Fenntartható Turizmus Tanszék

Készítette: Báthory Gyöngyvér

Keszthelyi Campus

2024

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS ÉS CÉLKITŰZÉSEK	1
2.	SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	4
2.1.	A bor-és gasztroturizmus értelmezése	4
2.2.	A bor- és gasztroturizmus rendszere	7
2.3.	A bor-és gasztroturizmus trendjei	10
2.4.	A turisztikai termékfejlesztés szükségessége és lépései.....	14
2.5.	A desztináció menedzsment értelmezése, feladata és szervezete	16
3.	BALATONLELLE TURIZMUSA	18
3.1.	A turizmus makrokörnyezete	18
3.1.1.	Természetföldrajzi környezet.....	18
3.1.2.	Társadalmi és gazdasági környezet	18
3.2.	A turisztikai kínálat	20
3.2.1.	Megközelíthetőség, közlekedés	20
3.2.2.	Vonzerők és a vonzerőkre építhető turisztikai termékek.....	21
3.2.3.	Elsődleges turisztikai szuprastruktúra: szállás- és vendéglátóhelyek	25
3.2.4.	A másodlagos turisztikai szuprastruktúra elemei.....	27
3.3.	A turisztikai kereslet bemutatása	28
4.	ANYAG ÉS MÓDSZER	29
4.1.	A vizsgálat tárgya és célja	29
4.2.	A kutatás hipotézisei.....	30
4.3.	A kutatás módszerei	30
4.4.	A kutatás eredményei	32
4.4.1.	Kérdőíves kutatás (n=163).....	32
4.4.2.	Mélyinterjúk.....	39
5.	KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	43
6.	ÖSSZEGZÉS	47
7.	IRODALOMJEGYZÉK	49
	TÁBLÁZATOK ÉS ÁBRÁK JEGYZÉKE	55
	MELLÉKLETEK	56

1. BEVEZETÉS ÉS CÉLKITŰZÉSEK

A szakdolgozatom témaválasztását számos tényező indokolja. Már nagyon régóta érdekel a bor és a gasztronómia világa, amely az elmúlt 10-15 évben hatalmas fejlődésen ment keresztül. Ez a változás pedig nemcsak tetten érhető, hanem szükségszerű is a Balaton déli partján is. A turisztikai szakemberek hosszú évek óta azon dolgoznak, hogy a Balaton egész évben vonzó desztináció legyen. Az előző év októberében zárult le az az egymilliárd forintos projekt, amely a Balaton turisztikai térség fejlesztését és pozicionálását célozta. A Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) által vezetett konzorcium céljai az elsősorban a helyi gasztronómiára, kultúrára, valamint az egészség- és a családbarát turizmusra koncentráló kínálatfejlesztés volt, mely a belföldi vendégek mellett a külföldieket is képes megszólítani. A gasztronómiának és a bornak tehát ebben különleges szerepe van.

A diplomadolgozatom vizsgálati célterületének választott Balatonlelle is rengeteget lépett előre ebben a tekintetben. Egyre több főszezonon kívüli programot szerveznek a borászok, a Dél-Balaton Borút Egyesület és a vendéglátó vállalkozások közösen, így már nemcsak tavasszal és ősszel, hanem télen is várják a tóhoz érkező vendégeket. Nemcsak a programok mennyisége, de a minősége is jelentősen megemelkedett. Csapody Balázs a Pannon Gasztronómiai Társaság elnöke és a balatonszemesi Kistücsök Étterem tulajdonosa ennek kapcsán úgy fogalmazott, hogy *„gasztronómiai forradalom zajlik a Balatonnál”*. Ez nem jelenti azt, hogy teljesen le kell számolni a hekkel és a sajtos-tejfölös lángossal, de szükség van egy magasabb minőségű vendéglátásra, gasztronómiára. Számos újhullámos hely nyitott meg az elmúlt időszakban a tó mindkét partján, ezek az egységek pedig gyakran a kulináris élményt nyújtó programokon is megjelennek, bemutatkoznak. Balatonlellén példaértékűnek tartom az a fejlődést, amelyet a bor-és gasztroturizmus terén produkált az elmúlt években, emellett rengeteg kiváló, innovatív borász is kötődik Balatonlelléhez. A balatonllelei Kishegy – amely a legtöbb gasztronómiai esemény helyszíne – egyre népszerűbb a Balatonra érkező turisták körében, s bár még a Badacsony ismertségével és népszerűségével nem vetekszik, de érzékelhetően egyre több turista figyelme irányul a Lellére és a Kishegyre.

Diplomamunkámban ezt a fejlődést szeretném vizsgálni és értékelni. Bemutatom majd azokat a rendezvényeket, amelyek erről az egyértelmű paradigmaváltásról tanúskodnak. Bár véleményem szerint Balatonlelle és a Dél-Balaton még az út elején jár, de ami ennél fontosabb, hogy jó útra lépett, amelyen a helyi gasztronómiai szereplőknek, a vendéglátósoknak, a borászoknak közösen kell végigmenniük. Elsődleges célom, hogy az általam vizsgált célterületet a turizmus rendszerszemléletű megközelítésének elveit

alkalmazva mutassam be és feltárjam azokat a lehetőségeket, amelyek kihasználásával Balatonlelle egyre be szerepet kaphat a turizmus, kifejezetten a bor- és gasztroturizmus piacán.

Munkám során a következő kérdésekre keresem a választ:

- A tóhoz érkező vendégek számára mi Balatonlelle fő vonzereje? Mennyire ismerik a település bor-és gasztroturizmusát?
- A többi hazai borvidékhez képest milyen a Balatonboglári Borvidék megítélése, mennyire ismerik, szeretik a vendégek?
- Melyek a vizsgálatba vont borvidék legismertebb borai és borászatai?
- Melyik borvidék tekinthető a Balatonboglári elsődleges versenytársának?
- Hogyan változtak meg a fogyasztói szokások az elmúlt években a bor- és gasztroturizmusban? Mennyire felel meg ezeknek Balatonlelle?
- Ismerik-e a látogatók a desztináció borhoz és gasztronómiához kapcsolódó rendezvényeit? Lenne –e igény még több gasztronómiai rendezvényre?
- Ki tekinthető a borvidék elsődleges célcsoportjának, lehet –e még tovább bővíteni a célcsoportot?
- Milyen az együttműködés a borászatok és a különböző turisztikai szolgáltatók között?

Diplomamunkámat abban a reményben készítem el, hogy az majd egyfajta kapaszkodót, útmutatást nyújthat a helyi turizmus szereplőinek.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

2.1. A bor-és gasztroturizmus értelmezése

A gasztronómia fogalmi meghatározása már a 19. században kialakult, s bár a turizmus fogalma is változott az idők sorát, értelmezése sokkal egységesebb, mint a két szóból kialakult új fogalomé, a gasztroturizmusé. A **gasztroturizmus** fogalmi meghatározása mind a mai napig vita tárgyát képezi, a kutatók, a szakemberek különböző módon értelmezik azt. Egyes kutatók (köztük Hall–Sharples, 2003; Zahari et al., 2009; Lee et al., 2014) különválasztják a gasztronómia idegenforgalomban betöltött fontossága és a célcsoport érdeklődései köre szerint. Hall és Sharples (2003) fogalmazta meg azt a nemzetközileg is elfogadott és elismert definíciót, amely szerint a gasztroturizmus egy tapasztalati utazás egy gasztronómiai kínálattal és szolgáltatásokkal rendelkező régióba, melynek során az utazó meglátogatja a gasztronómiai fesztiválokat, a termelői vásárokat, az őstermelőket, felkeresi azokat az éttermeket, vendéglátóegységeket, ahol megismerheti a helyi gasztronómiai sajátosságait, illetve részt vesz minden olyan tevékenységben, amely a gasztronómiához kapcsolható. Ez igazából egyfajta tanulási folyamat is, hiszen a turista megismeri az adott térségre jellemző ételeket, italokat és a specialitásokat is. Fontos ugyanakkor hangsúlyozni az élményszerzés vágyát és jelentőségét (Kivela–Crotts, 2005; Kiss et al., 2017; Sziva et al., 2017). A Magyar Turisztikai Ügynökség (2017) gasztroturizmus értelmezése összhangban van a nemzetközi definíciókkal. A gasztronómiai turizmus a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) értelmezésében olyan turisztikai termék, amelynek során a turista legfőbb célja, hogy megismerje az adott desztinációra jellemző ételeket, italokat, vendéglátási szokásokat, megízlelje a nemzeti, vagy tájjellegű konyha fogásait, vagy akár meg is tanulja azok elkészítését. Egy-egy turisztikai fogadóterület vonzerejét növelheti, hogyha rendelkezik ismert, neves vendéglátóipari egységgel, legyen szó akár étteremről vagy műhelyről, manufaktúráról. A gasztronómiához kapcsolódó rendezvények (fesztiválok, versenyek) meglátogatása a gasztroturizmus motivációi között szerepel (<https://mtu.gov.hu/cikkek/vendeglatas-105/> letöltés ideje: 2024.03.30.) Gonda (2016) rámutat a változatos táji adottságok és a színes nemzetiségi összetétel gasztroturizmusban játszott különleges szerepére. Szakály (2019) szerint a gasztroturizmus a turisztikai ágazat olyan terméke, amelynek szerepe nemcsak hazánkban, hanem világszinten is felértékelődött az utóbbi időben, ezzel létrehozva egy új szolgáltatási kört, terméket. Ez pedig azt jelenti, hogy mint turisztikai termék önmagában is megállja a helyét, ezért fontos ennek vizsgálata.

A **borturizmus** olyan komplex szolgáltatás, melynek fókuszában maga a bor (mint termék), a borvidék (mint desztináció) és ezek különböző megjelenési formái állnak (Pallás, 2016). Hajdú (2009) szerint a borturizmus magából a termékből, vagyis a borból eredeztethető, ez magába foglalja az ültetvényeket, a borászatokat, a borkóstolókat, vagy éppen a borfesztiválok látogatását. Ebben az esetben az elsődleges cél és motiváció, hogy a látogató bort kóstoljon és megismerje a borászattal kapcsolatos egyéb tevékenységek is. A MTÜ (2013) értelmezése szerint olyan turisztikai termékről van szó, „...amelynek esetében a látogató fő motivációja a felkeresett desztinációk szőlő- és borkultúrájának megismerése, a szőlőműveléshez és borfogyasztáshoz kapcsolódó élmények átélése, többek között borkóstolókon, szüreti vagy borfesztiválokon, szüreten való részvétel, vagy akár a szőlőművelésbe és a borkészítés folyamatába való aktív bekapcsolódás által. A borturizmus kínálati oldalát ennek megfelelően egyrészt a borvidékek és a borutak (mint meglátogatott célterületek), illetve borászatok, bortermelők, borospincék (mint szolgáltatók) alkotják” (idézi Gonda, 2016 p. 155). Várhelyi (2013), Gonda (2016) és Dankó–Tóth (2021) is kiemelik, hogy a borturizmushoz vonzerők sokasága kapcsolható. A látogatói élményhez hozzátartoznak a kedvező földrajzi és éghajlati adottságok; a préházak, pincészetek, borászatok és az azokban alkalmazott technológia megismerése; maguk az építmények; a borkultúrát bemutató borászati múzeumok, a helytörténeti és néprajzi kiállítások, tájházak, látogatóközpontok; a borutak a szolgáltatások széles választékával, programcsomagokkal; és természetesen az adott borvidék települései történelmi múltjukkal, tradícióikkal, miliójukkal. A vendégnek különleges élményben lehet része, ha részt vesz és aktívan bekapcsolódik olyan eseményekbe, mint amilyenek a borkóstolók, a borfesztiválok, a szüreti multságok, vagy éppen a szüreteket. A szőlőhöz, borhoz kapcsolódó rendezvények évről évre szaporodnak hazánkba és egyre nagyobb népszerűsége tesznek szert. Ez pedig komoly vonzerőt jelent az adott desztináció számára, hiszen színesíti a kínálatot. Várhelyi (2013) szerint a bor hazánkban különleges helyet foglal el az italok között. Ennek oka, hogy Magyarország komoly történelmi hagyományokkal rendelkezik a szőlőművelés és borkészítés területén, mindez pedig speciális tudást, szakértelmet igényel. A szerző az étel-bor párosítás szerteágazó lehetőségeire is felhívja a figyelmet összekapcsolva a bor-és gasztroturizmust, amelyek egyre inkább kéz a kézben járnak. A borvidékek talán legfontosabb vonzerejét a borutak jelentik. A Magyar Borutak Országos Szövetségének (MABOSZ) meghatározása alapján a borút „*olyan összetett turisztikai termék*”, amely szervezeten, szolgáltatói összefogással és a közösségi marketing segítségével jelent egyedi, autentikus turisztikai kínálatot összekapcsolva a turizmust, a helyi

kultúrát és a borászatot. A Borutak Európai Tanácsa (CERV) nyitott, tematikus (ide sorolva a Dél-Balatoni Borutat) és klasszikus borutakat különböztet meg (Szabó, 2002) (Pallás, 2016)

A **bor- és gasztroturizmus**ban rejlő lehetőségeket a döntéshozók is felismerték, épp ezért komoly erőforrásokat mozgósítottak a termékfejlesztésre és az ágazat versenyképességének növelésére. Mindez megjelenik a Magyar Turisztikai Ügynökség által kidolgozott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030-ban, (NTS 2030 vagy Stratégia), amelynek fő feladata a turisztikai szemléletváltás megalapozása (Jászberényi – Boros – Miskolczi, 2022). A szakemberek egyetértenek abban, hogy a bor-és gasztroturizmus együttműködve erősíti az ágazat más szereplőit, így például a helyi közösségeket, őstermelőket. Hozzájárul a szezonális csökkentéséhez (ami a Balatonnál különösen fontos) és látogatókat vonz akár még a kevésbé népszűrű turisztikai célpontokra (például a tótól távolabb lévő településekre), továbbá jelentős szerepe van a vidékfejlesztésben is.

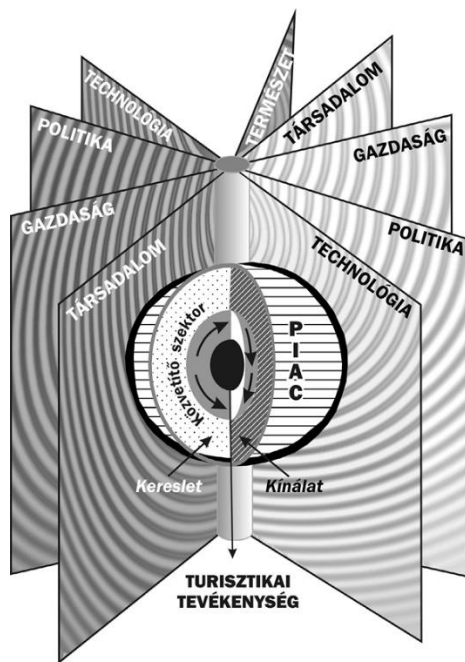
A bor-és gasztroturizmus szoros kapcsolatban áll a magyar gazdaság több ágazatával, így nagymértékben hozzájárul a turisztikai élménykínálat sokszínűvé tételéhez. Emellett pedig ideális esetben támaszkodik a helyi erőforrásokra, a helyi élelmiszer-előállításra, a kézműves terméket készítőkre, segítve ezzel az adott település, térség, régió gazdasági fejlődését is (Kovács – Kiss, 2018).

2.2. A bor- és gasztroturizmus rendszere

Michalkó (2016) szerint a turizmus rendszere a turisztikai kereslet és kínálat kölcsönhatását jelenti, amelyet számos tényező befolyásol (1. ábra)

1. ábra: A turizmus rendszere

(Forrás: Michalkó (2016, 125.o.)



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

A turisztikai tevékenységek szorosan kapcsolódnak környezetünkhöz, ezek a tényezők pedig befolyásolják a piac működését. A turizmus működésére kiemelten hatással van a gazdasági, társadalmi-kulturális, politikai, technológiai és természeti **környezet** is. (Puczkó – Rátz, 2001) (Lengyel 2004) (Michalkó 2007, 2016). Mivel a környezet folyamatosan változik, a turizmus elemeinek is lépést kell tartani ezzel, meg kell újulni. A bor-és gasztroturizmusra ez ugyanúgy igaz. Az elmúlt években számos változással, kihívással kellett szembenéznie a turizmusnak és a bor-és gasztroturizmusnak egyaránt. Gondoljuk csak a Covid-19 világjárványra, az orosz-ukrán háborúra, vagy éppen az energiaváltságra, az inflációra, a forint árfolyamának folyamatos ingadozására, az éghajlat vagy éppen a jogszabályok változására.

A **gazdasági környezet**elemei között említhetjük a gazdasági szabályzókat, az adópolitikát, illetve azokat a támogató és ösztönző rendszereket, pályázati lehetőségeket, amelyekkel a kormányzat segítheti az ágazatot. A gazdasági környezet a keresleti piacot is meghatározza,

hiszen egy gazdaságilag jól teljesítő országban, ahol magasak a munkabérek, az emberek többet tudnak költeni a kikapcsolódásra, utazásra is. A **természeti környezet**–, amely az egyik legfontosabb úticél választási szempont – a bor –és gasztroturizmusban is kiemelt jelentőséggel bír. Meghatározó elemei a domborzat és vízrajz, az éghajlat, a talaj szerkezet, a napsütések órák száma. A Balaton közelségében pedig kétségkívül döntő a tó klímát is befolyásoló volta (Dávid 2007). A vállalkozások működése szempontjából fontos üzleti környezet értékeléséhez két fő **társadalmi** változót mindenképpen meg kell vizsgálni: a terület népességének jellemzőit (így egyebek mellett a kor- és nemi megoszlást, az iskolázottságot, a társadalmi rétegződést, foglalkoztatási helyzetet); valamint a képességeket és kvalitásokat, hiszen a turizmus valamennyi területén – így az általam vizsgált bor- és gasztroturizmusban is – egyre növekvő igény van a magasabb végzettségű, szakképzett, nyelveket beszélő munkaerőre. Mindenképpen fontos megjegyezni, hogy a turizmus piacán jelenleg meglehetősen nagy munkaerőhiány van, ahogy a borászatok is gondokkal küzdenek. A borászatok nagy többsége generációváltás előtt áll, ám sok helyen hiányzik az utánpótlás. A **kulturális környezet** bor- és gasztroturizmust befolyásoló tényezői között meg kell említenünk az élettelen kultúra elemeit (épületek, művészeti alkotások, használati tárgyak); a mindennap élet kultúráját (életmód, közlekedési eszközök, szabadidős tevékenységek, gasztronómia); és a megelevenedett kultúrát (fesztiválok, karneválok, hagyományőrző programok). (Puczkó–Rácz, 2001) (Lengyel, 2004) (Michalkó, 2016).

A **kereslet** a turizmus kialakulásának és fejlődésének fő mozgatórugója. Kialakulásához alapvetően három tényező szükséges: az elsődleges a motiváció, amely a legfontosabb, hiszen komoly szerepet játszik az igények generálásában, valamint szoros kapcsolatban áll a desztináció vonzerejével. Ide soroljuk még a rendelkezésre álló szabadidőt (hivatásturizmusban az utazásra fordítható időt); valamint a szabad rendelkezésű jövedelmet. Mindemellett az egyéni jellemzők, mint az életkor, a nem, a lakóhely, az egészségi állapot, valamint a szociális környezet és az utazási tapasztalatok is befolyásolják a keresletet (Lengyel 2004) (Michalkó 2016).

Egy turisztikai fogadóterület (desztináció) **kínálatának** alapja a vonzerőn alapuló turisztikai termék. A turisztikai termék lényege, hogy egy komplex szolgáltatást nyújt a desztinációba érkező vendégek számára. A borturizmusban **vonzerő** lehet, hogy a vendégek egy komplex élményt kapnak, hiszen a szőlőkészítéstől eljuthatnak a palackozott borok megvásárlásáig, mindeközben pedig nagyon izgalmas és változatos programokon, tevékenységeken vehetnek részt (Michalkó – Szalay – Vizi 2006). A **szállás- és**

vendéglátóhelyek az elsődleges szuprastruktúra elemei és nélkülözhetetlenek ahhoz, hogy a turizmus kialakuljon. A borturizmusban a legfontosabb speciális szálláshelyek közé tartoznak a borhotelek, melyek gyakran rendelkeznek spa részleggel, néhányuk vinoterápiás szolgáltatást is nyújt. Kedveltek azok a pincészetek, amelyek saját szálláshellyel rendelkeznek, és komplex szolgáltatást tudnak nyújtani. Természetesen a vendégek igénybe veszik a borvidékek más szálláshelyeit is (szállodák, panziók, fizető vendéglátóhelyek vagy falusi szálláshelyek) is. A vendéglátóhelyek kínálatát egyrészt maguk pincészetek, borászatok jelentik, ahol már a gasztronómia, a bor-ételpárosítás is magas szinten megjelenik. Emellett egyre több olyan étterem jelenik meg a piacon, amely a helyi alapanyagokra építve kínálja autentikus fogásait, kínálva hozzá a térségre jellemző borokat. A vendéglátó kínálatban említést érdemelnek a kávézók, cukrászdák, vagy – különösen a tóparti településeken – a lángos- és halsütők, de a gagyizók is (Várhelyi 2009) (Michalkó 2016). A másodlagos szuprastruktúrához tartoznak a banki- és személyi szolgáltatások, a kiskereskedelem (üzletek, vásárcsarnokok, termelői piacok, benzinkutak stb.), vagy akár a kölcsönzők (gépkocsi, kerékpár, csónak stb.) is. Ezek megjelenhetnek akár saját vonzerőként, de arra is alkalmasak lehetnek, hogy meghosszabbítsák a vendég adott desztinációban töltött tartózkodási idejét és növeljék a költséget (Michalkó, 2016).

A rendszeren belül egyre nagyobb szerepet kap és az utazók döntését alapvetően meghatározza a komplex értelemben vett **biztonság**. A bor-és gasztroturizmusban ez jelenti a köz- és vagyonbiztonságot, a műszaki biztonságot, a fogyasztás-biztonságát, az eligazodást, az egészség-biztonságot, az információk biztonságát, valamint a kiberbiztonságot is (Molnár – Csomós, 2021), (Árva – Várhelyi, 2020), (Keller – Tóth-Kaszás, 2021), (Kiss – Michalkó, 2021).

Szintén említést kell tennünk a turizmus – esetünkben a bor- és gasztroturizmus – intézményrendszeréről is, melynek szereplői a helyi és térségi desztináció menedzsment szervezetek. A TDM-ek az önkormányzattal és a civil szervezetekkel együttműködve végzik munkájukat (Piskóti, 2016). A téma kapcsán meg kell említenünk a hegyközségeket, akik összefogják a térség szőlőtermelőit és borászait, koordinálják és segítik az adminisztrációs tevékenységet. Emellett sok esetben aktívan részt vesznek a borhoz kapcsolódó programok szervezésében is, segítik a borászatok megjelenését. A borturisztikai klaszterek a borászok és borturisztikai szereplők összefogásával jöttek létre. Céljuk, hogy egységes és hatékony megjelenést biztosítsanak a borászok számára, segítsék őket a piacra jutásban. Megkönnyítve

mindezzel a fogyasztó helyzetét, aki könnyben eléri a borokat, borászatokat (http://www.pannonborklaszter.hu/klaszter_fooldal letöltés ideje: 2024.04.20.).

2.3. A bor-és gasztroturizmus trendjei

Ahogy azt már diplomadolgozatomban bevezetőjében is említettem, az elmúlt időszakban komoly fellendülésen és bővülésen ment keresztül a bor-és gasztroturizmus. A fejlődést alapozzák és segítik azok a fogyasztói szokások terén bekövetkezett trendek is, amelyek egyre inkább fókuszba helyezik az egészséges életmódot, benne az egészséges étkezést is. Az utazók ráadásul egyre inkább az **egyediséget** keresik utazásaik során, azt az **autentikus élményt**, terméket, szolgáltatót és szolgáltatást, amely csak az adott helyre, lokálisan jellemző. Épp ezért felértékelődnek a helyi alapanyagokból készült ételek, italok és termékek jelentősége. Ezzel egyébként egyre több vendéglátóhely él a Balaton déli partján is, sok étteremben találkozhatunk már szezonális étlappal, amelyen a helyi és környékbeli termelőktől beszerzett áruból készült ételek közül lehet szemezgetni. A borlapon pedig biztosan megtaláljuk a helyi, környékbeli termelők, borászatok kiváló nedűit. A fricskának indult „slow food” mozgalom is kedvez ennek a folyamatnak, hiszen ennek lényege éppen az, hogy az adott desztináció gasztronómiai kultúrájára jellemző alapanyagokat, ételeket kóstolunk az előállítás helyszínén, úgy, hogy élményt, örömet ad a fogyasztónak. Érdekes módon ez ma újhullámosnak tűnik azonban Magyarország gasztroturizmusában ez azt jelenti, hogy új előtérbe kerülnek, sőt divatossá válnak a régi ételek, nagymamáink receptjei, azonban ezek már sokszor újragondolt formában és a legmodernebb konyhatechnológiát alkalmazva valósulnak meg. Összességében kijelenthető, hogy globálist felváltotta a lokális. Hódítanak a lakáséttermek, a kézműves vendéglátóegységek (cukrászdák, fagyaltozók, sörözők), de a termelői-és gasztropiacok is virágkorukat élik (Kovács – Kiss 2018).

Ahogy arra Jászberényi – Boros – Miskolczi (2022) is rámutat, a nyári hosszú szabadságok mellett, illetve helyett sokan több, hosszabb hétvégés kiruccanást tesznek, melynek során az élménykeresés és a **személyre szabott szolgáltatások** válnak elsődlegessé.

A kézműves, helyi alapanyagokból készült termékek, valamint az eredetvédelmi oltalom alatt álló védjegy egyben a **minőséget** is jelenti a fogyasztók körében. Az elmúlt években már hazánkban is kialakult az a réteg, amely érti és keresi a jó minőségű borokat, elvárja a magas minőségű gasztro-szolgáltatásokat, ezért egyre több az olyan vendéglátó- és szálláshely (lásd gasztro- és borhotelek), amely kiszolgálja ezeket az igényeket.

A piac változásaihoz tartozik a **bor- és gasztroturizmus összekapcsolása más turisztikai termékekkel**. Ilyenek például a fesztiválok, amelyek valamilyen egyedi, különleges gasztronómiai termékeket helyeznek a középpontba. Ezek pedig már nemcsak külföldön (például: Taste of Chicago), hanem Magyarországon is egyre népszerűbbek. A Balatonnál is számos példa van erre (például az idén februárban immár 14. alkalommal megrendezett Fonyódi Kolbászfesztivál) szoros kapcsolatot létrehozva a kulturális turizmussal, amelynek középpontjában a népi hagyományok állnak. A fogyasztó nemcsak a hely borait és gasztronómiáját ismeri meg, hanem egy desztináció sajátosságait, hagyományait, kultúráját és helyi emberek életmódját is (Piskóti–Marien 2019). A gasztronómia az egészségturizmusban is egyre nagyobb szerepet kap, a bor- és wellness összekapcsolódása jelenik meg például a vinoterápiában (Molnár, 2018). A gasztro- és borturizmus – megfelelő fejlesztések esetén - szorosan összekapcsolódhat az aktív- elsősorban kerékpáros turizmussal és a vidéki (rurális) turizmussal is. Utóbbin belül a felkeresett vidéki terület ízének megismerése, az adott tájegység ételeinek és ételkészítésszokásainak megismerése a fő motiváció. A látogatók szívesen részt vesznek az éppen aktuális mezőgazdasági tevékenységeiben (például szüreten) is (Gonda, 2016). Ezekkel a komplex fejlesztésekkel nem egyszerűen csak több vendéget lehet az adott desztinációba csábítani, de lehetőséget teremt a különböző szegmensek közötti párbeszédre, a közös gondolkodásra is.

Az elmúlt két évtizedben jelentősen megváltoztak a bor **értékesítési módjai és csatornái** is. Kevesebben vásárolnak közvetlenül a termelőnél, inkább a borboltokban, vinotékákban, szuper-és hipermarketekben szerzik be a vásárlók a nedűket. Egyre több „multi” foglalkozik kiemelten a borokkal, a Lidlnek (<https://www.lidl.hu/c/minosegi-boraink/s10014326> letöltés ideje: 2024. 04. 02) például saját borszakértője van, újságjaiban külön oldalakat szentel a borok népszerűsítésének, bemutatásának. Sok esetben nemcsak magáról a borról találunk leírást, hanem ételt is ajánlanak hozzá. Bár a pincészetek felvevőpiaca és értékesítési lehetőségei ezzel kibővültek, ugyanakkor a láncok sok esetben nyomott áron vásárolják meg a termékeket. Épp ezért a közvetlen vásárlás, a pincéhez érkező vendég igazi értékke válik a borászatok számára.

Új trendként jelentkezik az **organikus és bio alapanyagok és élelmiszerek** fontossága, amely az egészségtudatos táplálkozás térnyerésével egyre inkább felértékelődik. A GfK csoport (2005 idézi: Törőcsik–Szűcs, 2022) kutatásából kiderül, hogy hazánk lakosságának mintegy kétharmada gondolja úgy, hogy a jövő élelmiszere a bioélelmiszer, amely nem tartalmaz tartósítószer és adalékanyagok nélkül készül, egyötödünk szerint

egyszerre táplál és ápol.

A biobor készítését az Európai Unió a 834/2007/EK és a 848/2018/EU rendeletében szabályozza. A bio, természetes és a biodinamikus borok egyre keresettebbek, így egyre több pincészet szortimentjébe kerülnek be ezek a tételek. Ezen borok alapvető jellemzője, hogy teljesen vegyszermentesek, nem tartalmaznak hozzáadott szulfitokat, mérsékelt kén-dioxidtartalommal bírnak és kizárólag ökológiai gazdálkodásban termelt szőlőből készülhetnek.

Mindez pedig a **fenntarthatósággal** is összefüggésben van. A fenntarthatóság ma már a turizmus minden szegmensében megjelenik, a termékfejlesztés központ elemévé válik. A fenntarthatóság témája egyébiránt egy rendkívül összetett kérdéskör, itt nemcsak a környezetvédelemről van szó, hanem az ökológiai, a gazdasági és a társadalmi összetevőket is ide soroljuk (Gonda et.al, 2020). A felelősségteljes turizmus fogalmát a Fokvárosi Nyilatkozatban (International Conference on Responsible Tourism in Destinations) definiálták 2002-ben, gondolata egyre inkább terjed világ és Európa-szerte. A Turizmus Világszervezete (UNWTO, mai nevén UN Tourism) 2017-et a fenntartható/felelősségteljes turizmus évének nyilvánította, a Felelősségteljes Turizmus Világnapját minden évben megrendezik. A felelősségteljesutazóknak szánt tanácsok listáját állította össze és adta ki a világszervezet 2005-ben, majd 2020-ban. A legfontosabb célkitűzés, hogy felhívják a figyelmet a tudatosan, felelősséggel meghozott döntésekre, a fenntarthatóság fontosságára és az ágazat szereplőinek felelősségvállalására (Happ, 2014) (Rátz, 2023).

A bor- és gasztroturizmushoz kapcsolódóan egyrészt a szolgáltató helyek fenntarthatósági intézkedéseiről, másrészt a borok csomagolásáról érdemes szót ejteni. Évek óta formálódó trend az alumíniumdobozos csomagolás, amely – elsősorban költségessége miatt - lassan terjed ugyan, de egy folyamatosan növekvő piac. Annál is inkább, mert elsősorban a fiatalok fogyasztói szokásainak megváltozásával egyre nagyobb igény van arra, hogy egy-egy rendezvényre kényelmesen, praktikusán magukkal tudják vinni a bort. <https://bor.hu/magazin/mit-iszunk-2024-ben-7-izgalmas-boros-trend> (letöltés ideje: 2024. április 16.) Az alumínium a fenntarthatósági kritériumnak sokkal inkább megfelel, mint a műanyag, hiszen energiatakarékosan újrahasznosítható úgy, hogy nem veszít tulajdonságaiból. Természetesen a szelektív visszagyűjtést ez esetben meg kell oldani.

Emelkedik azok száma, akik számára az **utazás során kiemelkedően fontos**, hogy a kiválasztott desztinációban és szolgáltatónál **minőségi boros és gasztronómiai szolgáltatásokat** kaphatnak - érdekes módon – függetlenül attól, hogy isznak-e alkoholt, vagy

sem. Utóbbi célcsoportot a vendéglátó- és szálláshelyek, valamint a pincészetek **alkoholmentesített választék**kal igyekeznek kiszolgálni (Meiningers International, 2024).

A marketingben a **tematizálás** egyre inkább követendő gyakorlat. Egyre több tematikus szálloda (például a már említett bor- és gasztrohotelek, vinoterápiás szállodák) és tematikus vendéglátóhely (például borbárok) jelenik meg a piacon. Ezeken a helyeken a turisták elmélyülhetnek a bor-és gasztroturizmusban. Sok olyan szálloda, panzió van, amelynek minden apró részletében megjelenik a bor. A dolgozatomban vizsgált Balatonlellén is van olyan kis panzió, ahol például a borvidékre jellemző szőlőfajtákról nevezték el a különböző szobákat. Míg egy másik szálláshelyen a lépcsőkre írták az adott borászat különböző jellemzőit (hány hektáron gazdálkodnak, milyen szőlőfajtákat termesztnek stb.) ezenkívül a kiegészítőkben is megjelennek a szőlőműveléshez kapcsolódó eszközök. A tematizálás a fesztiválturizmusban is megjelenik, számos tematikus gasztronómiai fesztivál várja a vendégeket. Ezek a fesztiválok természetesen nem csupán az ételről szólnak, hanem a magyar, vagy az adott térség hagyományai, a népi jeles napok is fókuszba kerülnek (Gonda 2016, Gonda et al. 2020).

A kereslet oldalán a **hagyományos fogyasztói csoportok mellett újak** is megjelennek. A nemeket vizsgálva a férfiak a fő célcsoport, a **nők** kevesebb bort fogyasztanak (Szabó, 2020). Ennek oka a kutatás megállapításai szerint elsősorban az egészségtudatos életmódban rejlik, amelybe nem fér bele a túlzott mennyiségű alkohol fogyasztása. Ugyanakkor elmondható, hogy a nők szerepe mégis a fontos, ha bormarketingről van szó. A vizsgálatok ugyanis azt mutatják, hogy a nők sokkal nagyobb arányban vásárolnak bor, mint a férfiak. Egyszerűen azért, mert ők intézik a napi bevásárlást és ajándékot is ők vesznek. A felmérések azt is megállapították, hogy a nők 10%-kal több pénzt hajlandóak szánni a borok vásárlására, vagyis egyértelműen a minőséget képviselik. (https://hnt.hu/wp-content/uploads/2017/11/HNT_Szakmai_Nov14-1.pdf letöltés ideje: 2024. 02.18.) Személyes tapasztalatom alapján is azt látom, hogy a nők elsősorban a közösségi élményekhez kötik a borfogyasztást, a minőségi együtt töltött idő, élményszerzés elsődleges számukra.

Kor szerint szegmentálva a fogyasztói- illetve vendégkört a **fiatalok** is egyre inkább bekapcsolódnak a bor-és gasztroturizmusba is. Többségében ők a tematikus fesztiválok résztvevői, melyeken bemutatkoznak a térség borászatai. A pincészetek jellemzően trendi italokkal is készülnek számukra. Egyre inkább teret hódítanak a minőségi borokból, pezsgőkből készült boralapú koktélok. Emellett vannak olyan termékfejlesztések, amely

kifejezetten a fiatal generációnak szólnak. Ilyen például Villányban a REDy, amely egy fiatalos könnyed, üde vörösbor, de a fiataloktól fiataloknak szólnak a Rizling Generáció borai. A fiatalok mellett egyre magasabb a **senior (65+)** korosztály részaránya. E célcsoport már sokkal aktívabb, mint évekkel, évtizedekkel ezelőtt volt. Ugyanakkor szeretik a kényelmet, a nyugalmat, a komplex szolgáltatások, a tartalmas, minőségi programokat. Kiemelten érdeklődnek a hagyományok, egy adott tájra jellemző étkezési szokások, ételek és italok, kulturális és gasztronómia programok iránt.

A **hagyományos bortermék mellett** egyre nagyobb szerepet kap a **pezsgő**, amit korábban jellemzően ünnepek alkalmával fogyasztott az emberek többsége. A választék kiszélesedett, egyre inkább a mindennapok részévé válik a fogyasztása. A **habzóborok** a pezsgők alternatívájaként jelennek meg. Divatossá vált az alacsonyabb cukor és alkohol tartalommal rendelkező, természetes eljárással és minimális beavatkozással készülő **pét-nat** (pétillant naturel) (<https://borbolt.hu/milyen-bortrendek-varhatok-2023-ban/b/105>, letöltés ideje: 2024. 03. 30.) *Az Európai Unió kívüli országokban, ahol a borelőállítási szabályok általában megengedőbbek, a borászok jóval kísérletezőbb kedvűek. A termékeiket gyümölcsök felhasználásával készítik, fűszerekkel, új adalékanyagokkal ízesítik, korábban más alkoholos italok előállítására vagy érlelésére használt hordókban tárolják, hogy olyan új ízeket, aromákat vigyenek a borba, amelyek hagyományos keretek között nem kerülnek bele.* Magyarországon ezek a termékek nem állíthatók elő, de megvásárolhatók, konkurenciát jelentve a hagyományos boroknak. (<https://www.hnt.hu/borpiaci-trendek-2024-2> letöltés ideje: 2024. 04. 09.)

Az **információs és kommunikációs technológiák (IKT)** térnyerése a gasztro- és borturizmust sem kerüli el. Ma már természetes, hogy egy-egy borászat, étterem, vendéglátóhely, vagy éppen borvidék megtalálható, sőt aktív a különböző közösségi platformokon. Ezek az eszközök nem elsősorban a törzsvásárló stabilizálására, hanem új vevők, célcsoportok megnyerésére is alkalmasak. Itt lehet meghirdetni azokat az eseményeket, borkóstolókat, amelyeket az egyediség, az előre megálmodott és megtervezett szortiment, valamint az árukapcsolás tesz sikeressé (Gonda–Raffay–Varga, 2020).

2.4. A turisztikai termékfejlesztés szükségessége és lépései

„A turisztikai termékfejlesztés minden desztináció fontos feladata, mivel ezáltal tudják a keresleti oldal érdeklődését felkelteni, és a piaci pozíciójukat tartósan megőrizni, illetve erősíteni” (Gonda, 2016 p.10). A turisztikai termék a kínálatnak az a része, amely iránt az

utazó érdeklődést mutat, központi eleme a vonzerő. A turisztikai termékfejlesztésnél minden esetben figyelembe kell venni a helyi adottságokat, biztosítani kell a vendég számára az innovatív, egyedi, minőségi szolgáltatásokat. (Irimiás – Jászberényi – Michalkó 2019) „*A turisztikai termékfejlesztés célja az adott turisztikai célterület (desztináció) fogadóképességének, szolgáltatás színvonalának, vonzerejének a fejlesztése. A termékfejlesztés során a meglévő attrakciókból és azok továbbfejlesztése révén, a meglévő és a fejlesztendő infrastrukturális adottságokból és a turizmushoz kötődő, a turisták által igénybe vehető szolgáltatások felhasználásával olyan komplex szolgáltatáscsomag kerül összeállításra, amely felkelti a potenciális turista figyelmét, igénybevétele esetén növeli annak élményszerzési lehetőségét és elégedettségét.*” (Csapó – Gonda 2019, 208. o.) A sikeres turisztikai termékfejlesztés eredményeképpen az utazószámára egy komplex élmény-csomag jön létre, amit elsősorban élvezni tud anélkül, hogy annak építőelemeit külön-külön észlelné.

A bor- és gasztroturizmus kiemelt fontossággal bír, különösen a turisztikailag kevésbé ismert, úgymond elmaradott területeken, ahol a bor –és gasztroturizmus egyfajta kitörési pontként jelenhet meg. Mindehhez nélkülözhetetlen a széleskörű összefogás és együttműködés, valamint egy helyi, regionális és országos szintű marketingstratégia kidolgozása is kulcsfontosságú volna. Ennek azért is van kiemelt jelentősége, mert „*Magyarország bár régre visszanyúló hagyományokkal rendelkezik a borkultúra területén, mégis ismeretlen a világ borpiacán. Turisztikai desztinációként sikereesebb, mint borexportörként. Ezért a magyar bor megismertetésének, a bormarketingnek a leghatékonyabb formája éppen a borturizmus kihasználása lehet. Ez természetesen pozitívan hathat a turizmus egészére, hiszen a turisztikai kínálatot szélesíti.*” (Várhelyi, 2009 11 o.) Ez pedig azt jelenti, hogy a magyar bort népszerűsíteni elsősorban helyben lehetséges, az ide érkező külföldi turistáknak tehát itthon, az adott termőterületen lehet és kell megmutatni a kiváló hazai nedűket.

A turisztikai termékeket életciklusuk során folyamatosan fejleszteni és megújítani kell, figyelembe véve a hosszú távú célokat és a várható megtérülést. A hagyományos reklámfelület mellett egyre nagyobb szerep jut az online megjelenéseknek. (Molnár, 2015) Emellett összehangolt szabályozásra és fejlesztésre volna szükség a települési, vármegyei és országos szinten egyaránt. Ez lehet ugyanis a sikeres turisztikai termékfejlesztés záloga.

2.5. A desztináció menedzsment értelmezése, feladata és szervezete

A desztináció (turisztikai fogadóterület) Fabricius (2006) értelmezésében egy olyan helyszín, amely tartalmaz turisztikai vonzerőket és kapcsolódó szolgáltatásokat, amelyek ahhoz szükségesek, hogy a turista legalább egy napi helyben tartózkodását kielégítsék. A desztinációnak vannak fizikai és adminisztratív határai, rendelkezik imázssal és perccióval. A desztináció számos érintettet foglal magába, képes a hálózatosodásra, az együttműködésre, és ezáltal arra, hogy nagyobb desztinációvá váljon (UNWTO, 2007) (Egyed, 2014). Michalkó (2012) szerint a turisták érdeklődésére számot tartó, általuk látogatott, és a tartózkodásukhoz szükséges feltételekkel rendelkező, térbelileg lehatárolható földrajzi egység, „...amelynek kiterjedésével kapcsolatos teoretikus értelmezések szoros összefüggést mutatnak a potenciális küldő területekkel” (Lőrincz – Sulyok, 2017). A kereslet oldaláról közelítve célterület, amelyet a turista érdeklődési körének megfelelően utazási célként választ, míg a kínálat szempontjából egy fogadó terület, ahol a turisták számára szükséges vonzerők és a turisták igényeit kielégítő szolgáltatások rendelkezésre állnak. Utóbbi azt jelenti, hogy a küldő- és a fogadóterület közötti tényleges távolságnak a desztináció kiválasztásában fontos szerepe van, hiszen minél távolabbról érkezik a látogató, annál nagyobb kiterjedésű térséget észlel célterületként, annál nagyobb területet szeretne utazása alkalmával megismerni, ami a fogadóterületek közötti összefogás szükségességére mutat rá.

Piskóti (2007) szerint a desztinációmenedzsment olyan folyamat, amelyben az adott földrajzi terület vonzerői moduláris termékekké alakulnak, hálózatba szerveződnek, és a desztinációba integrálódott piac- és versenyképességet teremtik meg, majd értékesítik. A cél a fenntartható fejlődés, sikerek elérése a turisztikai piacon, valamint az adott desztináció fejlődése, az ott élők jólétének növelése. Piskóti (2016, 10. o.) ugyanakkor arra is rámutat, hogy: „A régió turizmusrendszerének sikeres fejlesztése csak egy jól működő, jól együttműködő rendszerben lehetséges. Az együttműködés mind területi, mind pedig turisztikai termékek vonatkozásában szükséges. A szervezeti, együttműködési rendszer alapját a desztinációmenedzsment különböző szintjeinek, az adott fogadóterület marketingjét koordináló szervezetek, összehangolt tevékenység lehetősége adja.”

Ez egy alulról építkező rendszer, amelynek keretében a kormányzati, önkormányzati és vállalkozói szféra szorosan együttműködik a desztináció márkaépítésében. Ugyanakkor belátható, hogy bár a helyi, térségi és regionális turisztikai desztináció menedzsment szervezetek (TDM-ek) feladata és funkciója azonos tartalommal bír, de hatókörben, célban és

módszerekben komoly eltérések mutatkozhatnak, a szintek közötti együttműködés azonban elengedhetetlen. A tervezés, stratégiák kialakítása, az együttműködés megszervezése, és a desztinációs marketing koordinálása egyaránt fontos. A helyi TDM-ek nem csupán információkat kell adni, hanem az adott desztináció márkaépítésében kell élen járnia.

A terület versenyképességét biztosító desztináció menedzsmenthez természetesen források is szükségesek, melyek felhasználása szakmailag megalapozott kell, hogy legyen, hiszen a desztinációk közötti verseny egyre erőteljesebb. (Bauer –Kolos, 2016)

3. BALATONLELLE TURIZMUSA

3.1. A turizmus makrokörnyezete

A turizmus – ahogyan azt diplomadolgozatomban második, szakirodalmi fejezetében már bemutattam - egy olyan nyitott rendszer, amely állandó kölcsönhatásban áll környezetével. A környezeti tényezők jelentős hatással vannak a turizmus alakulására, befolyásolják a keresletet, kínálatot, valamint a fogadóterület piaci lehetőségeit és versenyképességét is.

3.1.1. Természetföldrajzi környezet

Balatonlelle a Balaton déli partján, Siófoktól nyugatra, Budapesttől 136 kilométerre található. A település vonzerejét – ahogy a többi Balaton-parti település esetében is – egyértelműen a tó adja. Balatonlellét nem lehet függetleníteni attól, hogy a Balatonboglári Borvidéken fekszik, sőt annak egyik meghatározó települése. A borvidéken komoly hagyományai vannak a szőlőtermesztésnek, borkészítésnek, ennek egyik bizonyítéka, hogy története egészen a római korra nyúlik vissza. 1498-ban II. Ulászló király címet adományozott Somogy vármegyének, amelybe az országban először került bele szőlőfürt. Balatonlelle minden olyan adottsággal rendelkezik, ami a minőségi borkészítéshez szükséges. A Dél-Balatoni tájon elsősorban lösztalaj az uralkodó, de ez a legkiválóbb dűlőkben magas mésztartalommal, helyenként kővel és agyaggal keveredik. Balatonlelle települést és az egész borvidéket északról a Balaton vízfelülete határolja, mely teljesen egyedi, különleges mikroklímát eredményez. Az itt készült borok legfontosabb jellemzője, hogy gyümölcsösek, könnyedek és a szőlőfajták elsődleges ízjegyeit adják vissza, elegáns savak kíséretében. (www.balatonlelle.hu letöltés ideje: 2024.01.20)

3.1.2. Társadalmi és gazdasági környezet

Ha tágabb értelemben vizsgáljuk a Balatont, mint üdülőkörzetet akkor még mindig hatalmas eltérések mutatkoznak a partközeli és háttértelepülések között. Míg előbbiek jelentős részénél folyamatosan nőtt a lakosságszám, úgy az utóbbinál csökkenés tapasztalható. A természetes fogyás sajnos mindkét területet sújtotta, de a háttértelepüléseket jóval jelentősebb mértékben. Negatív tendencia, hogy a korábbi népszámlálás adatai szerint 2013 elején az üdülőkörzet népességének közel 20%-a volt 65 éves vagy idősebb, míg a 15 éven aluli gyermekek aránya nem érte el a 13%-ot. A legfrissebb népszámlálás (2022) adataiból kitűnik, hogy Somogy

vármegyében, ahol Balatonlelle is található 7,5 százalékkal csökkent a népesség. Nyilván kérdés, hogy ez a számadat milyen módon oszlik majd meg a Balaton-parti és a belső somogyi települések között. (<https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/index.jsp> letöltés ideje: 2023.09.29).

Az általam vizsgált Balatonlelle ebben a vonatkozásban szerencsés, hiszen partközeli városról beszélünk. Lakossága évek óta stabilnak mondható, jelenleg 4897 fő, az elmúlt 10 évben három százalékos csökkenést mutatnak az adatok. A településen furcsa kettősség alakult ki az elmúlt években, hiszen Balatonlelle lakossága gyakorlatilag két nagy csoportra bontható: az állandó lakosokra és a nyaralótulajdonosokra. A nyaralótulajdonosok száma egyre növekszik, gombamód szaporodnak az újjépítésű elsősorban vízparti ingatlanok. Megjegyzem ez a kettősség sok konfliktushoz is vezet, hiszen egy-egy ügyben más az érdeke az állandó lakosoknak és más a nyaralótulajdonosoknak. Gondoljunk csak bele, hogy a főszezonban sokszor megháromszorozódik Balatonlelle lakossága, amely felborítja az év többi napján csendesnek mondható kisváros nyugalmit. Az állandó lakosok nemzetiségi összetételében a legmagasabb a magyarok aránya, de kis százalékban élnek itt a németek, cigányok és horvátok is. A lakosok 40%-a katolikus, 8%-a református, 1,8%-a evangélikus, 1,3 százalékuk pedig más keresztény felekezethez tartozónak vallotta magát. Életkor alapján a teljes népességet vizsgálva a 12 százalékot meghaladja a 15 év alattiak aránya, több mint 61 százalékot képviselnek a 15-64 év közöttiek, a 65 év felettiak pedig 26 százalékban vannak jelen Balatonlellén (<https://nepszamlalas2022.ksh.hu/eredmenyek/vizualizaciok/a-telepulesek-legfontosabb-adatai/?ter=33862e>).

A gazdasági környezetet tekintve az látható, hogy Balatonlelle még mindig szenved attól a ténytől, miszerint elsősorban szezonális vállalkozások működnek a településen, ezek pedig jellemzően vendéglátóhelyek. Az egész éven át nyitva tartó cégek általában kisebb vállalkozások, amelyek nem tudnak nagy számban helyieket foglalkoztatni. Az ipar hiánya pedig nyilvánvalóan kihat a népesség alakulására, sok fiatal vállal máshol, például a megyeszékhelyen, vagy Székesfehérváron munkát, majd itt is alapítanak családot. Jó hír, hogy a környékbeli városokban megtelepedtek nagyobb cégek: Balatonbogláron az érzékelők és biztonsági eszközök gyártására specializálódott Datalogic immár 20 éve jelen van, jelenleg pedig 280 főt foglalkoztatnak. (www.balatonboglár.hu letöltés ideje: 2023.09.20) Ha Balatonlelle nagyjából 40-50 kilométeres körzetét nézzük, akkor Fonyódon egész évben munkát tud adni a Fonyódi Ásványvíz, Marcaliban pedig a Videoton és a világpiacra gyártó Ziehl-Abegg Kft. A vármegyeszékhely a 67-es gyorsforgalmi út megépülésével könnyebben

elérhetővé vált, így Kaposváron – ahol számos nagy cég, például a Videoton, a Kométa, a Kaposvári Villamossági Gyár, a Szabó Fogaskerékgyártó is található - is vállalhatnak munkát a lelleiek. Somogy alapvetően a mezőgazdaságra épít, ilyen módon a Balaton környékén is jelentős számban vannak növénytermesztéssel és állattenyésztéssel foglalkozó vállalkozások. A Balaton déli partján, így Balatonlellén is meghatározó a szőlőművelés, borkészítés. Számos, rangos díjjal jutalmazott borászat működik itt, így például a Garamvári Szőlőbirtok, az Ikon Pincészet, a Konyári Pincészet, a Pócz Pincészet. Ezek talán kevesebb munkahelyet teremtenek, ám komoly vonzerőt jelentenek, s nemcsak a nyári főszezonban, hanem azon kívül is.

3.2. A turisztikai kínálat

3.2.1. Megközelíthetőség, közlekedés

Balatonlelle a Dél-Balaton középpontján helyezkedik el. Budapest felől az M7-es autópályáról a rádpusztai lehajtón keresztül, míg Nagykanizsa felől a balatonboglári lehajtón lehet megközelíteni. A fővárosból 1 óra 20 perc alatt elérhető autópályán a település. A kétszer kétsávos 67-es gyorsforgalmi útnak köszönhetően pedig délről, például a megyeszékhelyről, Kaposvárra is könnyen és gyorsan, kevesebb mint 30 perc alatt elérhető (<https://kaposvarmost.hu/hirek/kaposvari-hirek/2023/11/16/kaposvar-m7-25-perc-atadtak-a-67-es-gyorsforgalmi-utat.html> letöltés ideje: 2023.12.14).

Az elmúlt évek fejlesztéseinek köszönhetően – amelynek keretében a dél-balatoni vasútvonal szinte teljes egészében megújult – vonattal nagyjából másfél óra alatt elérhető a település. Az utasok a vonatközlekedés során két vasútállomáson, Balatonlelle-felsőn, valamint Balatonlelle megállókon is le- és felszállhatnak.

A város autóbusszal is több ponton megközelíthető, a modern igényekhez igazodva egy mini közlekedési csomópontot alakítottak ki, ahol a vasútállomás és az autóbusz-állomás egymás szomszédságában található.

A településhez legközelebbi reptér Sármelléken található, onnan pedig az M7-es autópályán egy fél órás autóúttal megközelíthető Balatonlelle. A sármelléki Hévíz-Balaton Airport jelentős német és orosz charter forgalmat bonyolított az elmúlt években. Jelenleg Drezdát repüli innen a SundAir légitársaság (<https://hevizairport.com/> letöltés ideje: 2024. 04. 21.)

A kerékpáros turizmus egyértelműen erősödött az elmúlt években a Balatonnál. Ezért is jó hír, hogy folyamatosan fejlesztik a kerékpáros infrastruktúrát. Alig egy hónappal ezelőtt vált teljessé a Balatoni Bringakör, amikor az utolsó szakaszt is átadták Balatonrendesnél. A BUBA (Budapest-Balaton) kerékpáros útvonal is erősíti a térség, így Balatonlelle turizmusát is. Tavaly augusztus végén adták át a fővárostól a Balatonig kiépített, 108 kilométeres kerékpárút utolsó, Székesfehérvár–Balatonakaratya közti legújabb szakaszát. Így Budapestről már egészen a Balaton partjáig el lehet jutni biciklivel. (<https://sokszinuvidek.24.hu/eletmod/2022/08/26/budapest-balaton-kerekparut-balatonakaratya-atadas/> letöltés ideje: 2023.10.06.)

A Balaton-partján semmiképp sem szabad elfeledkeznünk a balatoni hajózásról, amely a régió egy fontos vonzereje. A BAHART az elmúlt időszakban különösen nagy hangsúlyt fektetett arra, hogy kiszolgálja az utazói igényeket. Így a menetrendszerinti hajó-és kompjáratok mellett, séta- és rendezvényhajókkal, valamint a vitorlásokkal és e-hajókkal is várják a vendégeket több településen. A 220 férőhelyes balatonlellei vitorlaskikötő a Balatoni Hajózási Zrt. egyik legszínvonalasabb kikötője, 2001-ben épült. A kikötőhelyek 90%-át állandó bérlőknek tartják fenn, de a túrázó vendégek számára is rendelkezésre áll 20 vendéghely. A vendéghajók a kikötői szolgáltatásokat természetesen igénybe vehetik. Minden év májusában a lellei kikötő ad helyszínt a Balaton Boat kiállításnak (<https://hajozas.hu/helyek/kikotok/bahart-zrt-kikoto-balatonlelle/> letöltés ideje: 2024. 04. 14.). Balatonlelléről indulnak menetrendszerinti-és sétahajók is. Az elmúlt 1 év újdonsága, hogy a társaság bevezetette az online jegyvásárlás lehetőségét is. Emellett az elmúlt években a MÁV Start Zrt.-vel együttműködve kombinált jegyeket (vasúti, busz és hajó) kínáltak a Balatonhoz érkező turisták számára. Ráadásul a hajózás nem kizárólag a főszezonban jelenthet vonzerőt, hiszen a hajózási társaság utóidényi és őszi menetrenddel is készül. A Balatonlellétől mindössze húsz kilométerre található – az autópályán, a 7-es főúton, illetve vonattal is könnyen elérhető – szántódi komp pedig, ha nem fagy be a Balaton, akkor az év 365 napján üzemel (www.bahart.hu letöltés ideje: 2023.10.06).

3.2.2. Vonzerők és a vonzerőkre építhető turisztikai termékek

Balatonlellén – ahogy más balatoni településeken is – az elsődleges vonzerőt maga a tó jelenti. Véleményem szerint az elmúlt évtizedek egyik legnagyobb hibája, hogy a Balaton régió elsősorban erre az egyetlen egy vonzerőre építette a turizmusát. Emiatt alakult ki az a sokáig megkövesedett állapot, miszerint a balatoni szezon mindössze a nyári 2-2 és fél

hónapból áll. Az elmúlt években a régió, a települések és a turisztikai szakemberek felismerték, hogy jócskán van más olyan vonzerő is, amellyel egész éves szezon lehetne kialakítani a Balaton-parton.

Balatonlellén tehát adott a tó, amely elsősorban nyáron vonzza a **vízpartiturizmus** iránt érdeklődő turistákat. Fontos kiemelni, hogy a településen a rendkívül népszerű fizetős Napfény strand mellett számos színvonalas szabadstrand található. Ide sorolható a Balatonlellel Szabadstrand, a Virág Strand, a Csöpi közti Szabadstrand, a Határ utcai Szabadstrand, valamint a Szirom közti Szabadstrand is. Ezek mind a családoknak és a kevésbé jó anyagi körülmények között élőknek kínálnak kedvezményes pihenési lehetőséget. Ráadásul ezeknek a strandoknak a színvonala egyre jobb. A Balaton környéki strandok az elmúlt időszakban két ütemben újulhattak meg, 15 település 30 fürdőhelyét modernizálták. Balatonlelle négy szabadstrandját mintegy 110 millió forintból korszerűsítették, a fizetős Napfény Strandra pedig mintegy 30 millió forintot fordíthatott a város. A déli partról egyébként általánosságban elmondhatóbb, hogy minden területen olcsóbb, mint az északi part. (<https://balaton.hu/tobb-balatoni-szabad-strand-is-megujul-a-szezonra/> letöltés ideje: 2023.10.06.) Balatonlelle elsősorban a nyugalomra, csendes kikapcsolódásra vágyó családok kedvenc célpontja. Emellett sok horgász is megfordul a településen. A szabadstrandoknál, a kikötőnél is vannak vízben elhelyezett stégek. Mindemellett a nyári horgászat keretek közé vannak szorítva, hiszen a városba érkező fürdővendég az első. Ilyenkor csak meghatározott helyeken hódolhatnak szenvedélyüknek a horgászok. A városban egyébként több horgászbolt, sőt egy sporthorgász egyesület is működik.

Mint ahogy a fentiekben arról már említést tettem, Balatonlelle elválaszthatatlan a Balatonboglári Borvidéktől, ezért a **borturizmus** alapjai jók. A később majd részletesen is tárgyalt adatokból kiderül, hogy a tó vonzereje és a borturizmus szorosan összekapcsolódik. Elég csak arra gondolnunk, hogy a Balatonnál 27 százalékkal nőtt a vendégéjszakák száma 2022-ben, amikor 2,8 millió vendég 8,8 millió vendégéjszakát töltött el a régióban, ami 38 százalékkal több vendéget és 27 százalékkal több vendégéjszakát jelent az előző évhez képest. Hasonlóan alakultak a számok 2023-ban is, amikor is 3 millióan érkeztek a tóhoz, amelyből 8,8 millió vendégéjszaka realizálódott (<https://balaton.hu/turisztikai-ugynokseg-tulszarnyalta-a-2022-es-evet-a-turizmus-tavaly/> letöltés ideje: 2024.03.10). A borászok egyik híres mondása szerint: „*Minden a szőlőben dől el!*” Épp ezért a borászok manapság szívesen szerveznek úgynevezett dülő-és pincetúrákat, ezeknek köszönhetően tudják láttatni egyrészt azt a hatalmas munkát és alázatot, amelyet egész évben végeznek, másrészt közel tudják hozni

a fogyasztóhoz a terméket, és a beavatottság érzését, valamint bizalmat keltenek. Különösen fontos ez a kisebb pincészet számára, hiszen ők sokszor teljes egészében helyben, a pincénél vagy a HoReCa (hotel, restaurant, café) szektor lehetőségeit kihasználva értékesítik a boraikat. A bor, mint turisztikai termék azonban nemcsak a nyári főszezonban jelenthet vonzerőt, hanem ősszel és tavasszal is. Erre egyébként kiválóan ráéreztek a lellei borászok, valamint a Lellei Hegyszépítő Egylet, amely a **rendezvényturizmus** fejlesztésében jeleskedik. Immár öt éve szervezi meg tavasszal a Kishegyi Kortyok és Falatok elnevezésű rendezvényt, valamint ősszel a Murci Fesztivált. Nyilván a főszezonban folyamatosan elérhetőek a balatonlellel borok a borudvarban, a Lellei Borhét alkalmával pedig kulturális, zenei programok is kiegészítik a boros élményeket. Ahogy a szakirodalmi áttekintésből is kitűnik, a bor-és gasztroturizmusnak egy komplex élményt kell nyújtani a tóhoz érkező vendégek számára. Minden jel arra utal, hogy ezt a balatonlellel turizmus szereplői is felismerték.

A borhoz szorosan kapcsolódik a **gasztronómia**, amely az elmúlt néhány évben minőségi változáson ment keresztül. A minőség pedig nemcsak a helyi, felkapott éttermekben, hanem a büfékben is tetten érhető. A különböző rendezvényeken, mint a fent említett Kishegyi Kortyok és Falatok, a Murci Fesztivál, vagy éppen a Gastrofarsang nemcsak helyi borászatok és éttermek, hanem a régió legkiválóbb éttermei büféi jelennek meg, képviselve ezzel a minőségi vendéglátást a Balaton-parton.

Balatonlelle **kulturális- és örökségturizmus**ának alapjait hagyományai, értékei és az erre épülő intézmények és rendezvények jelentik. Balatonlellén a főszezon kezdete előtt, a pünkösdi hétvégén rendezik meg a Szalay-napokat, amelynek keretein belül számos kulturális esemény várja az érdeklődőket. A rendezvény keretében korabeli ruhákba öltöztek a lelleiek, s így elevenítették fel a Szalay-család emlékét. A történelmet felidéző eseményen körülbelül 1890-től 1920-as évekig tartó időszakot, a nemesi életvitelt mutatják be. A Szalay Nap alap gondolata a napjainkban művelődési házként és Afrika Múzeumként funkcionáló, de valamikor a nemesi származású Szalay család birtokában álló műemlék, kastélyépület köré fonódik (<https://www.sonline.hu/helyi-kultura/2023/05/multidezo-utazas-balatonlellen> letöltés ideje: 2023.10.06).

Bár lehet turisztikai terméknek túlzás nevezni, de mindenképpen vonzerőnek számít az a kilátás, amit a déli part kínál az északi hegyekre. Az elmúlt időszakban egyébként ennek megfelelően megszorodott a kilátók száma a Balaton déli partján. A balatonlellel Kishegyen 2021 márciusában adtak egy kilátót, amelyről csodás panoráma tárul elénk.

A közeli települések vonzerői lehetőséget biztosítanak arra, hogy Balatonlellét bázis desztinációnak tekintve a vendégeknek akár több napos élmény-csomagokat is összeállíthassunk. Balatonlellén és környékén számos olyan turisztikai vonzerő található, amely kimotozhatja a városba érkező turistákat a fix pontjukról. A Balaton környékén örök kérdés, hogy mi legyen a program rossz idő esetében, amikor nem lehet fürdeni. A vendégek jelentős része ilyenkor is szeretné tartalmasan eltölteni a szabadidejét. Balatonlellén lehetőség van meglátogatni a helyi művelődési házat, ahol a Szalay-család rendkívül érdekes történetével ismerkedhetnek meg. Gasztronómiai kalandozást nyújthat a balatonlellei Kishegy, amely megközelíthető a Lelle-Boglár Tekergő elektromos kisbusszal is, ami egész évben tematikus programokra viszi az ide látogatókat. A Kishegyen számos pincészet várja a kulináris élmények kedvelőit, megköstölhetjük a kiváló dél-balatoni borokat és a zömében helyi alapanyagokból készült finom ételeket is. A környéken található gyógyfürdők is komoly vonzerőt jelentenek a desztinációban. Balatonlelle 40-50 kilométeres körzetében Igalon és Buzsák-Csisztapusztán is található gyógyfürdő. Ezek a létesítmények kiváló gyógyvizüknek, infrastruktúrájuknak köszönhetően alkalmasak arra, hogy kimotozítsák a partról a Balatonhoz érkező vendégeket, akik ezáltal a háttértelepüléseket is felfedezhetik, ráadásul így a költségük egy része ott realizálódik. Hatalmas öröm volt a környéken élők számára, amikor 18 év után, 2021-ben újra indult a Nagy-Berekben 12 km-en kanyargó Balatonfenyves – Csisztafürdő kisvasút, amely nem csak közlekedési eszközként érdemel említést, de vonzerő is. Az aktív turizmust szolgálja a Köröshegyi Levendulás is, amely tavasszal a tulipánmezővel, nyáron pedig a lilába borult levendulaültetvényekkel várja a vendégeket. A Levendulás egyébként az elmúlt években zenei és kulturális programokat is szervezett. A környéken számos kilátó, így például a Balatonboglári Gömbkilátó, több fonyódi kilátó és a fonyódi magasparton nemrégiben átadott, megújult Szaplanczay-sétány is várja a kirándulni vágyókat. Balatonlellétől egy karnyújtásnyira található a balatonszemesi Latinovits Múzeum, Balatonszárszón pedig a József Attila Emlékházban tudnak minőségi időt tölteni a vendégek. A Balatonföldvári Hajózástörténeti Látogatóközpont pedig nemcsak páratlan kilátást kínál az északi hegyekre, hanem interaktív módon a hajózás történetével is megismerteti a vendégeket. Somogyváron található a Szent László Nemzeti Emlékhely. A lovag- király által több mint 900 éve alapított bencés apátság romjai mellett 2015 óta már egy interaktív látogatóközpont is vonzza a történelem iránt nyitott vendégeket.

3.2.3. Elsődleges turisztikai szuprastruktúra: szállás- és vendéglátóhelyek

A Balaton déli partjának egyik nagy hiányossága, hogy szűkölködik magas minőségű szolgáltatást nyújtó négycsillagos szállodákban. Balatonlelléhez legközelebb Zamárdiban és Siófokon találhatunk wellness hoteleket, amelyek egész évben komplex szolgáltatásokkal várják a térségbe érkező vendégeket. Balatonlelléről kétségkívül hiányzik egy nagy szálloda, ugyanakkor a családi légkört erősíti, hogy számos ár-érték arányban kiváló panzió, vendégház, magánszálláshely áll rendelkezésre a városba érkező turisták számára. A Szállás.hu szálláshelykereső portálon a településen 287 szálláshely (www.szallas.hu letöltés ideje: 2023.10.06), míg a Booking.com portálon 272 egység érhető el. A **szálláshelyek** többsége magánszálláshely, elenyésző részük kisebb hotel, vagy panzió. Véleményem és tapasztalataim szerint azonban ezeknek a szálláshelyeknek a kihasználtsága elsősorban a nyári (június, július, augusztus) hónapokra koncentrálódik. Ez alól egyértelműen kivételt képez a BL Yacht Klub& Apartments (<https://www.blyachtclub.hu/> letöltés ideje: 2023. 10. 25.) amely nemcsak egy vitorlaskikötő, étterem és szálláshely egyben, hanem az egész éves Balaton koncepciójának zászlóvivője is. A szálláshelyen 31 exkluzív apartman várja a vendégeket. A szálláshely saját, homokos stranddal, valamint egész évben üzemelő wellness központtal is rendelkezik. A kikötőben vitorlás, elektromos hajó, motoros hajóbérlésre is van lehetőség. Tóth Balázs és csapata az év 12 hónapjában várta a vendégeket, legfőképp a vitorlázókat, s a főszezonon kívül is rengeteg programmal készültek. Gyakorlatilag minden vitorlásverseny mellé egy gasztroprogramot társítottak, ahol bemutatkoztak a helyi és környékbeli éttermek, pincészetek, borászatok. Télen korcsolyapályát is üzemeltettek. A múlt idő annak szól, hogy Tóth Balázs 2024 elején megvált a BL Yacht Klubtól, a létesítmény pedig azóta nem szervez ilyen jellegű programokat. Jó hír azonban, hogy új helyszínen megtartják azokat a gasztroeseményeket. Gasztro és borszállodával Balatonlelle nem rendelkezik, a legközelebbi ilyen szálloda 34 kilométerrel távolabb, nem messze a Balaton délnyugati csücskétől, a Somogy vármegyei Kéthelyen található. Közvetlenül a Balaton déli partján nincs ilyen létesítmény, az északi parton például Balatonfüreden, Badacsonyan, Vonyarcvashegyen is lehet élvezni a borhotelek nyújtotta komplex szolgáltatást és kikapcsolódást.

A településen egy kisebb kemping található, a környéken (Balatonszemes, Balatonboglár, Fonyód) többnagy befogadóképességű kemping áll rendelkezésre. A lellei kemping 2 hektáros területén faházak, kőépületek és nagyjából 20-22 sátor számára van hely, áram vételi

lehetőséggel. Véleményem szerint fontos lenne további kempingeket is kialakítani, hiszen a kempingezés ismét kezd divatba jönni, nemcsak a külföldről érkezők, de a belföldi látogatók is szívesen nosztalgiáznak ilyen módon. A Kisfaludy Programnak köszönhetően új vendégházak, panziók létesültek, valamint számos magánszálláshely is megújult a Balatonnál. Balatonlellén e forrás igénybevételével a Rózsaporta Panzió egy 21. századi modern szálláshellyé vált, jelentős lépést téve a magasabb minőség irányába.

Ha csak a megérzéseimre és a tapasztalásaimra hagyatkoznék, akkor azt mondanám, hogy egyre több a **vendéglátóhely** Balatonlellén. A tények, illetve a Központi Statisztikai Hivatal adatai azonban egy kicsit más képet festenek. A KSH adatbázisa (www.statinfo.ksh.hu letöltés ideje: 2023.10.06.) szerint 2010-ben 187 vendéglátóhely működött Balatonlellén, ez a szám lényegében 2019-ig, a pandémia kitöréséig nem változott jelentősen. 2022 decemberére a nyilvántartott vendéglátóhelyek száma 150-re csökkent. Nyilvánvalóan ez nem jelenti feltétlenül azt, hogy a minőségi vendéglátóhelyek száma mérséklődött volna, sőt elképzelhető, hogy egyfajta „tisztulás ment végbe”, amelynek keretében bezártak azok az egységek, amelyek nem tudták megfelelő minőségben kiszolgálni a vendégeiket, s maradtak azok, akik a magas színvonalú szolgáltatásoknak, tökeerejüknek és a megváltozott helyzethez való gyors reagálásuknak (például a pandémia idején kiszállítást tudtak vállalni) köszönhetően a világjárvány időszakában is túl tudtak élni. Ezek az egységek elsősorban egész évben üzemelő, stabil és jó humán erőforrás állománnyal rendelkező éttermek. A vendéglátóhelyek közül kiemelkedő a Rádpusztai Gasztro és Élmenybirtok, amely 6, 5 hektáros területen tradicionális csárdával, magyar borokkal, rendezvényházzal és lovas programokkal várja a vendégeket. A létesítményben ilyen módon több turisztikai attrakció is fellelhető. Érdekesség és egyedülálló látványosság, hogy 2014 óta itt található a Magyar Borok Pincéje is. Az ide érkezők itt megkóstolhatják a hazai borvidékre legjellemzőbb borokat a legnevesebb pincészetektől, természetesen számos dél-balatoni, balatonlellel borász nedűit is kínálják az ide látogatók számára. Emellett Magyarország nyolc eredetvédett pálinkája, valamint a pezsgők is helyet kaptak a pincetárlaton. (www.radpuszta.hu letöltés ideje: 2023.10.06)

A korábban már említett BL Yacht Club mellett a part közeli vendéglátóhelyek egyik legjobbjika a Kedvesem Bisztró. A szezonális éttermek között a közeli Balatonföldváron található Kistücsök Éttermet emelhetjük ki, amely 2022-ben Michelin Bib Gourmand minősítést kapott, mely elismeréssel a legjobb ár-érték arányú éttermeket díjazza világszerte, 1997 óta.

A Balaton mellett természetesen a lángos és a hekk még mindig népszerű, de a balatoni halat is egyre többen keresik. Nemrégiben vették vissza az eredeti tulajdonosok a Nádfeleles Nostalgia Halsütőt, amely saját füstölővel is rendelkezik. Számos magas gasztronómiai értékű ételt készítenek balatoni, folyami, valamint tengeri halakból.

Balatonlelle díjnyertes cukrászdákkal is büszkélkedhet. A Márton Cukrászda és Geleta Cukrászda is több szakmai díjat elhozott már, valamint a Balaton Fagyija elnevezésű versenyen is évről-évre jól szerepelnek.

Balatonlelléről nem beszélhetünk az itt működő borászatok nélkül. A településen ismert és elismert borászok tevékenykednek. A három dél-balatoni „Év bortermelője” közül kettő ide köthető: Konyári János és Garamvári Vencel pincésze ma is várja a borkedvelő közönséget. A pincészetek mindegyikében lehetőség nyílik a borok helybeli megvásárlására, ezenkívül több tematikus programot is szervez, például dűlőtúrákra és tematikus borkóstolóra is várják a borok szerelmeseit. A balatonlellei bor- és gasztroturizmus központjává mára kétségkívül a Balatonlellei Kishegy vált. Itt található a többi között a melegkonyhás étteremmel és szálláshellyel is rendelkező Póczt Pincészet, a Konyári Pincészet, a három szobát is kínáló Zöld Ajtó Ház, valamint Majthényi Présház és Borozó is. Utóbbi nemcsak finom borokkal, hanem kiváló helyi alapanyagokból készült ételekkel várja a vendégeket.

3.2.4. A másodlagos turisztikai szuprastruktúra elemei

Michalkó (2016) értelmezése szerint elemezve a kínálatot Balatonlellén érdemes megemlíteni az ajándékboltokat, melyből több is található a városban. Számuk a nyári főszezonban megugrik és elsősorban a parti területre koncentrálódik. Kínálatukban a szokott kínálat található, legyen szó hűtőmágnestről, törülközőről, vagy éppen kulcstartóról.

A selfie pont háttérével bárki fotózkozhat, így mindenképp haza visz magával egy kis emléket Balatonlelléről. A városban nyáron sok a külföldi turista, így fontos, hogy legyen lehetőség valuta váltására. A településen csupán egy OTP Bank, ám több bankautomata és pénzváltó is üzemel. Több helyen lehetőség nyílik kerékpárkölcsönzésre is. A balatonlellei City Panzióban található BBT kölcsönző és túra ponton a legújabb prémium kategóriás eBike-ok kölcsönözhetők, de lehetőség van azokat vezetett túrákon is tesztelni. A már említett BL Yacht Klubban, valamint a Karsai Vitorlás Suliban lehetőség nyílik hajóbérlésre kormányossal együtt, de órákat is lehet venni a szakavatottaktól. A településen sok szépségipari szolgáltatás, így fodrász, kozmetikus és körmös, valamint masszázs szalon is működik.

3.3. A turisztikai kereslet bemutatása

Ha az országos adatokból indulunk ki, akkor azt lehet mondani, hogy a régiós országokból érkezik a hazánkba látogatók több mint 40%-a. Ők a külföldi vendégéjszakák mintegy háromnegyedét generálják. A legnépszerűbb úti céljuk a főváros mellett egyértelműen a Balaton. A régióba érkező turisták elsősorban a vízparti turizmusban, az egészségturizmusban, valamint a bor- és gasztroturizmusban jelennek meg. Így nem meglepő, hogy a Balaton régióban a külföldi turisták átlagos tartózkodási ideje az átlag feletti, eléri a 4 napot. A szakemberek szerint ehhez jelentős mértékben járul az is, hogy főként a Balaton nyugati medencéjében sok gyógyfürdő található. Ha Balatonlelle települést vizsgáljuk, akkor az látható, hogy a településre zömében belföldi turisták érkeznek. 2023-ben, a nyári főszezonban, júliusban 11 133 vendég 30 920 vendégéjszakát töltött el Balatonlellén. A vendégek túlnyomó többsége 8.820 fő belföldi, 2313 fő pedig külföldi volt. Előbbiek 24.546, utóbbiak 6.374 vendégéjszakát töltöttek a településen, ami azt jelenti, hogy a belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje 2,9, míg a külföldieké 2,8 nap. A fentebb már említett négy évszakos Balaton koncepció kiemelt célja bár, hogy egész éves turisztikai desztináció legyen a tó, a statisztikai adatokból mégis az látszik, hogy a balatoni turizmus továbbra is nyári főszezonra koncentrálódik. Mindez Balatonlelle esetében is jól látható, hiszen 2023 áprilisában mindössze 1 873 vendégéjszakával számolhatott a település, közülük 1 373 belföldi és 500 külföldi vendég. Ez mindössze 6 százaléka a júliusa vendégforgalomnak. Balatonlellére elsősorban Németországból, Ausztriából, Csehországból és Oroszországból érkeznek vendégek, de a belföldi turisták dominanciája egyértelműen érzékelhető. Ami mindenképp pozitívumként értékelhető, hogy a tavalyi évben több mint négyezerrel emelkedett a külföldi vendégéjszakák száma. (<https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp> letöltés ideje: 2024.03.10) (1. táblázat)

1. táblázat: Balatonlelle szálláshelyeinek vendégforgalmi adata 2021-2023

(Forrás: KSH adatai, saját szerkesztés)

Időszak (év)	Belföldi vendégek száma (fő)	Belföldi v.éjszakák száma (db)	Külföldi vendégek száma (fő)	Külföldi v.éjszakák száma (db)	Összes vendégszám (fő)	Összes vendégéjszaka (db)
2021	21 934	62 414	2 454	6 166	24 388	68 580
2022	24 500	68 106	6 075	15 249	30 575	83 355
2023	25 872	65 237	7 756	19 650	33 628	84 887

4. ANYAG ÉS MÓDSZER

4.1. A vizsgálat tárgya és célja

Diplomadolgozatomban bemutatom, hogy milyen szinten, színvonalon áll jelenleg Balatonlelle bor-és gasztroturizmusa. Keresem a választ arra is, hogy mennyire és milyen módon valósul meg a településen a négy évszakos Balaton koncepciója. Természetesen törekszem arra, hogy vizsgálatom ne csupán egy helyzetjelentés legyen, hanem jövőbe mutató elképzelésekkel, ötletekkel is segítse a város, a térség turizmusának fejlődését. Ahhoz azonban, hogy „orvosságot” találjunk egy problémára, előbb fel kell állítani a „diagnózist”. Ehhez pedig mindenképpen szükség van a fogyasztói szokások felmérésére is, amelyet kérdőíves módszerrel valósítok meg. Ebből kiderül, hogy a tóhoz érkező vendégek mennyire ismerik, szeretik a balatonlellei borokat és borászokat, a gasztronómiai rendezvényeket, s mennyire tekintenek a településre úgy, mint a minőségi bor-és gasztroturizmus helyszínére. A borászokkal, étteremtulajdonosokkal, vendéglátó szakemberekkel készült interjúkból pedig a mélyebb összefüggéseket láthatjuk meg. Abban bízom, hogy a mélyinterjúk fontos stratégiai kérdésekre is válaszokat adnak majd. Így például arra is, hogy hogyan lehetnek a lehető legszélesebb körű összefogást kialakítani a turisztikai szereplők között és milyen módon lehetne még vonzóbb célponttá tenni Balatonlellét a főszezonon kívül. Nyilván ehhez elengedhetetlen a borok, a borászatok további népszerűsítése. Adódik a kérdés, hogy lehet –e a keresletet tovább növelni olyan módon, hogy a kínálatot bővítik, kiszélesítik. A bor –és gasztroturizmus nagyszerűen párosítható más turisztikai termékekkel is, így az ilyen jellegű kooperációk vizsgálatát is fókuszba helyezem. Számos ilyen új kezdeményezéssel, komplex turisztikai termékekkel, szolgáltatásokkal találkozhatunk, amelyeket Balatonlellén is meg lehetne valósítani.

A legfontosabb célom, hogy a dél-balatoni bor –és gasztroturizmus stratégiájának megalkotásához támogatást, iránymutatást adjak a dolgozatommal.

4.2. A kutatás hipotézisei

H1: Balatonlelle elsődleges vonzereje maga a Balaton, mint bor- és gasztroturisztikai desztinációt kevesen ismerik.

H2: A balatonlelle borok, illetve a Balatonboglári Borvidék népszerűsége és ismertsége nemcsak a nagy történelmi borvidékekhez (Tokaj, Villány, Szekszárd), hanem a Balaton többi borvidékéhez képest is elmarad.

H3: A Balatonlelle Borhét a város egyik legnagyobb és legvonzóbb rendezvénye, de egyre ismertebbek a főszezonon kívüli programok, így a tavaszi Kishegyi kortyok és falatok, valamint az őszi Murci Fesztivál.

H4: További gasztronómiai eseményekkel és fejlesztésekkel Balatonlelle bor és gasztroturisztikai ismertsége és imázsa erősíthető lenne.

H5: A siker záloga az összefogásban rejlik, erre a borászok és a turisztikai szereplők nyitottak.

4.3. A kutatás módszerei

A turisztikai kutatások módszertana rendkívül sokrétű lehet a kutatási kérdésektől, a felhasznált módszerektől és a kutató kreativitásától függően. A kutatás folyamata kötött, nagyon fontos, hogy mindig a hipotéziseket, a feltett kérdéseket kell szem előtt tartani, hiszen azokra szeretnénk választ kapni. Az objektivitás és egy átfogó terv megléte kiemeltlen fontos, hiszen ez segít ésszerű és logikus következtetéseket levonni (Mitev 2019).

A kvantitatív részhez internetes kérdőívet alkalmaztam (1. melléklet), amelynek válaszaiból következtetéseket vontam le. Ez a módszer kiválóan alkalmas számszerű adatok kutatására. Mindenképp előnye, hogy jól strukturált és gyorsan feldolgozható adatokat eredményez, ám mélyebb összefüggések megállapítására nem alkalmas. Ebben az esetben a kutató nincs közvetlen kapcsolatban a válaszadóval, ez egyszerre lehet előny és hátrány. Előny, mert nem befolyásolja a válaszadót, hátrány, mert részszezmensek kutatására ilyen módon nem nyílik lehetőség. A nem reprezentatív kutatásom megvalósításában a Google Forms internetes kérdőívkészítő program volt a segítségemre. A kérdőívemben – a könnyebb elemezhetőség érdekében – elsősorban zárt kérdéseket tettem fel. Ismerőseimnek, illetve borklubos társaimnak célzottan e-mailben küldtem el, emellett megosztottam saját Facebook

profilomon, valamint a Kérdőív kitöltők zárt csoportban is. Egy nap leforgása alatt 163 fő töltötte ki a kérdőívet.

A mélyebb összefüggésekre a mélyinterjúk során lehet igazán rávilágítani, ez a minőségi információgyűjtés legjobb módja. Ez a kvantitatív módszer lehetőséget teremt arra, hogy közvetlen kapcsolatot teremtsünk a kérdezettel, az egyéni nézőpont pedig segít felkutatni olyan területeket, amelyekre a kutató lehet, hogy nem is gondolt. Ugyanakkor mindenképpen meg kell jegyeznünk, hogy az interjúk időigényesek és szubjektivitásuk miatt kevesebb konkrét adatot szolgáltatnak, ám jelentősen javítják a kutatás minőségét. A témámhoz kapcsolódóan személyes és telefonos interjúkat is készítettem kora tavasszal (2. melléklet). A legfontosabb célom az volt, hogy több szempontból is meg tudjam közelíteni hipotézisemet. Interjúalanyaim (2. táblázat) között borászok és turisztikai szakemberek is voltak.

2. táblázat: Interjúalanyok

Interjúalany neve	Interjúalany beosztása	Képviselt vállalkozás, szervezet	Interjúkészítés hely és ideje
Tóth Balázs	tulajdonos	Hello Balatonlelle	2024. 03. 16. Balatonlelle Kishegy Böff Fesztivál
Bujdosó Ferenc	tulajdonos	Bujdosó Pincészet	2024. 03. 16. Balatonlelle Kishegy Böff Fesztivál
Fekete Tamás	alelnök	Balatoni Turizmus Szövetség	telefonos interjú
Bor Norbertné	titkár	Balatonboglári Borvidék	telefonos interjú
Németh Tamás	tulajdonos	Full Gas Étterem	2024. 03. 16. Balatonlelle Kishegy Böff Fesztivál

4.4. A kutatás eredményei

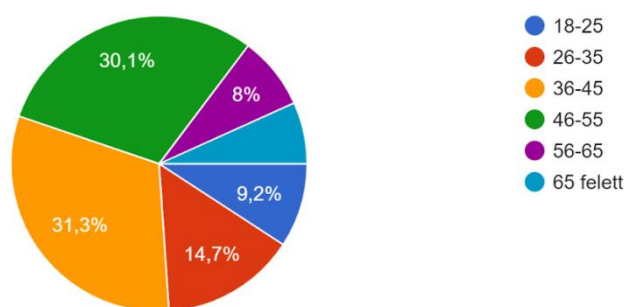
4.4.1. Kérdőíves kutatás (n=163)

A kérdőívet kitöltők 73%-a nő, 27%-a férfi. Életkor tekintetében a legmagasabb a 36-45 év közötti fiatal középkorosztály aránya (31,3%), míg a legkevesebb válasz a 65 év felettiektől érkezett (6,7%). (2. ábra)

2. ábra: A válaszadók életkori megoszlása

(Forrás: saját szerkesztés)

Az Ön életkora
163 válasz



A válaszadók 73,6%-a alkalmoszerűen, 19,6%-a rendszeresen, míg 6,7% (11 fő) egyáltalán nem fogyaszt alkoholt.

Az alkoholt nem fogyasztók e kérdést követően kizárólag a balatoni desztinációhoz, valamint Balatonlelléhez, a gasztronómiai eseményekhez kapcsolódó kérdésekre válaszoltak, ezzel a következőkben a fennmaradó 152 fő válaszait összegzem.

A megkérdezettek túlnyomó többsége (91,4%) preferálja a bort, a második helyen a pezsgő áll (35,5%). A harmadik legszívesebben fogyasztott alkohol a pálinka (33,6%), a sör (32,9%) kicsivel lemaradva a negyedik helyen végzett. Szembetűnő, hogy a koktélok népszerűsége magas (38%), ez minden bizonnyal annak köszönhető, hogy a kérdőívet kitöltők 73 százaléka hölgy. A nők (n=111) esetében egyértelműen a borok, a pezsgők, a koktélok és a likőrök a legkedveltebbek, égetett szeszesitalt és sört a válaszadó hölgyek 98%-a százalék nem fogyaszt. A férfiak (n=51) esetében ugyanakkor éppen ez a két szeszesital, a pálinka és a sör kerül előtérbe, a válaszadók 85 százaléka fogyaszt sört, míg 82 százaléka pálinkát, vagy valamilyen égetett szeszesitalt. Az életkor alapján is szignifikáns eltérések mutatkoznak,

hiszen az életkor előre haladtával egyre szívesebben fogyasztanak bort. Ugyanakkor jó hír, hogy már a fiatal generáció körében is jóval 80 százalék felett van a bort fogyasztók aránya. A pezsgőfogyasztás a 36 év felettiek esetében ugrik meg jelentősen, a 46 évnél idősebbek körében pedig még népszerűbb a buborékos ital. (3. táblázat)

3. táblázat: Alkoholfogyasztási szokások a megkérdezettek körében (n=152) (%)

Ital fajták	18-25 év	26-35 év	36-45 év	46-55 év	56-65 év	65 év felett
Bor	86	87	87	98	92	100
Pezsgő	14	21	37	42	31	50
Sör	36	35	24	17	38	40
Pálinka	14	30	33	33	62	20
Egyéb égetett szeszesital	50	26	13	11	8	0
Koktélok	21	17	22	20	15	20
Likőrök	21	13	20	2	8	0

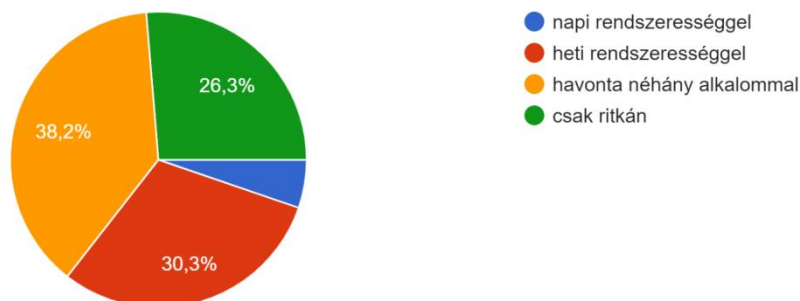
A válaszadók többsége (38,2%) havonta néhány alkalommal, 30,3% heti rendszerességgel, 26,3% csak ritkán, 5,3% százalék pedig napi rendszerességgel fogyaszt bort. (3. ábra) A legtöbben (59%) a száraz fehérborokat részesítik előnyben. Ez különösen igaz a 36-55 év közötti hölgyekre, akiknek az 55%-a fogyasztja. A száraz vörösbort 46%, a száraz rozét 37%, a felszáraz/félédes fehérbort 36% választja. Az édes rozét a megkérdezettek 31%-a, félszáraz/félédes rozét pedig 26% választja szívesen. A férfiak körében jóval magasabb (65%) a száraz vörösbort fogyasztók aránya, de a hölgyekhez hasonlóan nagy részük (71%) szívesen fogyasztja a száraz fehérborokat is. Az édes borokat kedvelők aránya azonban a férfiaknál jóval kisebb, mint a hölgyeknél: az édes fehérét a megkérdezett férfiak 20%-a, édes rozét csupán 9% fogyaszt.

3. ábra: A borfogyasztás gyakoriság a válaszadók között

(Forrás: saját szerkesztés)

Milyen gyakran fogyaszt bort?

152 válasz



A külföldi borokat a válaszadók többsége nem vásárolja és fogyasztja rendszeresen. Mindössze a válaszadók 1/3-a (36,2%) nyilatkozott úgy, hogy néha vásárol, míg 32,2% csak külföldi tartózkodás során, vagy ha azt ajándékba kapja iszik külföldi bort. A válaszadók ¼-e egyáltalán nem fogyaszt külföldi borokat és mindössze 6,6% vásárolja azokat rendszeresen.

A kedvenc borokkal kapcsolatban nemcsak fajtákat, hanem konkrét pincészeteket és boraikat is megjelöltek a válaszadók. Az olaszrizling, a chardonny és a sauvignom blanc fajta a legnépszerűbb, míg a pincészetek esetében a Balatonboglári Borvidékről a Bujdosó, a Hujber, a Garamvári, a Konyári, a Léгли az északi partról pedig legtöbbször a Laposa Pincészet neve és borai tűnnek fel. (4. ábra)

4. ábra: A megkérdezettek kedvenc borai

(Forrás: saját szerkesztés)



A Balatonra és a Balatonboglári Borvidékre egyaránt jellemző olaszrizlinget a válaszadók 99%-e ismeri, 62% pedig szívesen is fogyasztja. A borvidékre szintén jellemző illatos világfajta, a sauvignon blanc is ismertnek (94%) és fogyasztása népszerűnek (57%) mondható. A chardonnay népszerűsége a legnagyobb (63%), ebből a világfajtából is szívesen készítenek bort a balatonlellel borászatok. A Balatoni Borrégióban található versenytársakról, így a Badacsonyra jellemző szürkebarát és a Somló nagy borának számító juhfarkról egyaránt elmondható, hogy ismertsége és népszerűsége elmarad az előtte felsorolt fajtáktól. A bordeaux-i vörösbor a cabernet sauvignon a legismertebb és legkedveltebb vörösbor a megkérdezettek körében. (4. táblázat)

4. táblázat: A válaszadók kedvenc borfajtái (n=152) (%)

Borfajták	Ismeri és fogyasztja	Ismeri, de nem fogyasztja	Nem ismeri, nem fogyasztja
Olaszrizling	62	37	1
Furmint	39	39	22
Tramini	24	61	15
Juhfark	29	53	18
Sárgamuskotály	41	56	3
Ottonel muskotály	20	56	24
Sauvignon blanc	57	37	6
Szürkebarát	36	58	6
Chardonnay	63	34	3
Kékfrankos	38	59	3
Zweigelt	28	63	9
Merlot	51	47	2
Cabernet franc	46	46,7	7
Cabernet sauvignon	59	36	5

Arra a kérdésre, hogy a van –e kedvenc borvidékük, a válaszadók 50,7 százaléka nemmel válaszolt. A legnépszerűbbek között van a Balatonboglári (16,2%), a Villányi (15,5%) és a Badacsonyi Borvidék (10,3%) is.

A kérdőív következő szakaszában az általam vizsgált desztinációval kapcsolatos kérdések következtek. A válaszadók 95,1%-a járt már Balatonlellén, közülük legtöbben (90,8%) visszajáró vendégek. A válaszadók 4,3%-a pedig legalább egyszer ellátogatott már Balatonlellére. Mindössze 4,9% nem már járt még a településen, ám ők mindannyian tervezik,

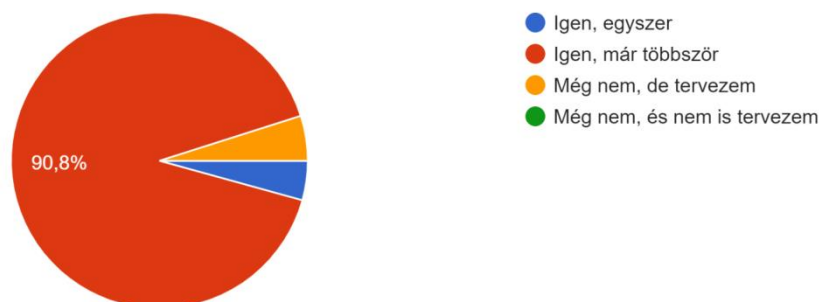
hogy ellátogatnak a városba. (5. ábra) Mindenképpen érdemes megjegyezni, hogy a válaszadók 55,8%-a nyilatkozott úgy, hogy nincsen kedvenc települése, mert minden balatoni településre szívesen ellátogat. Ha mégis a versenytársakat keressük akkor látható, hogy Fonyód, Balatonfüred és Tihany tartozik a népszerű települések közé.

5. ábra: Balatonlelle ismertsége (n=163)

(Forrás: saját szerkesztés)

Járt már ön Balatonlellén?

163 válasz



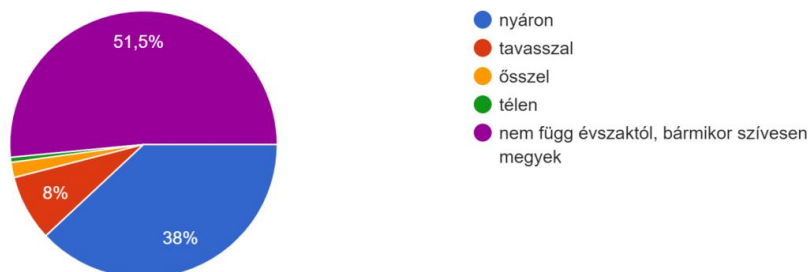
A dolgozatom szempontjából érdekes és előremutató, hogy a válaszadók többsége (51,5%) bármelyik évszakban szívesen ellátogatna Balatonlellére. Őket követik azok, akik inkább nyáron élvezik/élveznék a település vendégszeretetét: a válaszadók 8%-a tavasszal, 1,8%-a ősszel, míg 0,6%-a télen látogatna el Balatonlellére. (6. ábra)

6. ábra: Balatonlelle népszerűség a különböző évszakokban

(Forrás: saját szerkesztés)

Jellemzően milyen időszakban látogat(na) el Balatonlellére?

163 válasz



Balatonlelle nevének hallatán elsősorban a „nyár” szót és az ehhez kapcsolódó aktivitásokat, élettérzéseket (napfény, strand, kikötő, naplemente, pihenés, borhét) említik a válaszadók.

pedig a kulturális programokon is szívesen megismerkedne a balatonlellel borokkal. A borhotel szinte osztatlan sikert aratott, a válaszadók több mint 90 százaléka eltöltene néhány napot egy ilyen tematikus szálláshelyen. A bormúzeum ötletét a válaszadók 76 százaléka tartja vonzónak.

4.4.2. Mélyinterjúk

A kutatásomat kiegészítettem mélyinterjúkkal, amelynek során közvetlen kapcsolatban kerülhettem a borászokkal, illetve az egyéb turisztikai szolgáltatókkal. Kérdéseimet nem küldtem meg előre az interjúalanyoknak, de előzetesen átbeszéltük magát a témát, így pontosan tudták, miről szól a diplomadolgozatom.

Bujdosó Ferenc a **Bujdosó Pincészet** tulajdonosa elmondta: az elmúlt években, évtizedekben hatalmas változás ment végbe a Balatonboglári Borvidéken. A 80-as években a Balatonboglári Borkombinát (BB) idején még a mennyiség volt a legfontosabb, mára a minőség lett az érték a dél-balatoni borászok és a fogyasztók számára egyaránt. A fogyasztói szokások is folyamatosan változnak, ehhez pedig a pincészeteknek is alkalmazkodniuk kell. Egyre többen keresik a buborékos italokat, amelyben ráadásul kifejezetten erős a Balatonboglári Borvidék, de a fiatal generáció is új kihívások elé állítja a borászokat. A Z generációnak szinte folyamatosan újdonságokra van szüksége, így a bor- és pezsgő alapú koktélok szerep is felértékelődött. Emellett a még magasabb minőségű, prémium borok készítésében is komoly potenciált lát a borász, jól érzékelhetően ugyanis Balatonlellén is megjelent a magas fizetőképességű réteg, amely hajlandó többet áldozni a felsőpolcos borokért. Bujdosó Ferenc szerint nagyon fontos, hogy immár a főszezonon kívül is tudnak gasztronómiai programot kínálni a vendégeknek. Ezek számát szükséges lenne tovább bővíteni, illetve nyáron a Lellei Borhéten kívül is érdemes lenne eseményeket szervezni, hiszen a legtöbb turista akkor érkezik a városba.

Hasonlóan vélekedik **Bor Norbertné** a **Balatonboglári Borvidék** titkára, aki szerint a tavaszi Kishegyi Kortyok és Falatok, valamint az őszi Murci Fesztivál bebizonyította, hogy van igény a szezonon kívüli programokra. Ráadásul ez a két esemény ékes bizonyíték a borászok és a vendéglátósok közötti összefogásra, együttműködésre. A borvidéki titkár hangsúlyozta: nemcsak közvetlenül a fogyasztó nagyközönség felé szükséges nyitni, hanem a turizmus egyéb szereplőit, éttermek, bisztrók, csárdák, parti büfék és kisboltok felé is. A tóhoz érkező vendégek ugyanis – főként a nyári főszezonban – a vendéglátóhelyeken ismerhetik meg a borvidék, Balatonlelle borait. Az egyik legfontosabb feladat az, hogy a balatonlellel

vendéglátóhelyeken helyi nedűket tudjanak kóstolni a turisták. Ezért szervezték meg februárban a Dél-Baltoni Sétáló Kóstolót, ahová nemcsak a borfogyasztókat, hanem a vendéglátóhelyek tulajdonosait is hívták. Bujdosó Ferenc és Bor Norbertné is egyetért abban, hogy ez egy kiemelt szegmens, amely egy nagyon fontos lépés a helyi borászatok, borászok és borok népszerűsítésében. A balatonlellei borok, illetve a Balatonboglári Borvidék népszerűségéről és ismertségéről szólva mindketten elmondták: van még hová fejlődni. Ahogy fogalmaztak: nem elég jó borokat készíteni, el is kell adni őket, ehhez marketingre és kommunikációra van szükség. Bujdosó Ferenc kiemelte: nem kérdés, hogy a Balaton déli partján is hasonlóan nagy borokat lehet készíteni, mint az északi oldalon. Erre bizonyíték a tavalyi Baltoni Borok Versenye is, ahol a Balaton körüli hat borvidék közül a legjobban szerepelt a Balatonboglári Borvidék. A kiosztott negyven aranyérem felét hozhatták el a déli parti termelők. A balatonlellei Garamvári Pincészet a Balaton legjobb vörösbora, a Balaton legjobb pezsgője és a legsikeresebb balatoni borászat díját is megkapta. A Bujdosó Pincészet pedig a sauvignon blanc borával a Balaton legjobb fehérbora címet érdemelte ki.

Németh Tamás a Full Gas Bisztró séfje arról beszélt: kiválóan működik az összefogás a helyi éttermek és a borászok között, ám szükséges lenne még ennek további bővítése. Szerinte a bor-és gasztronómiai még szorosabb összekapcsolását eredményezhetné, ha a helyi borászatok étteremet is üzemeltetnének. Ezzel ráadásul egy komplexebb szolgáltatást tudnának nyújtani a vendégek számára. Hozzátette: az északi parton ez a fajta infrastruktúra már a legtöbb borászatnál megvalósult, így nagyon fontos lenne, hogy ezen a területen lépjenek egyet előre a borászatok. A szezonon kívüli eseményekről szólva elmondta: az által vezetett étterem minden ilyen programon részt vesz. Ez egy nagyszerű megjelenési lehetőség a bisztrónak, hiszen a vendégek megismerhetik a konyha legjobb fogásait. Ugyanakkor Németh Tamás hisz az együttműködés erejében, abban, hogy a borászatok és a vendéglátósok egymás erősítve sokkal jobban tudják képviselni és népszerűsíteni Balatonlellét. Kiemelte: saját éttermükben előnyben részesítik a dél-balatoni, balatonlellei borokat, amelyeket minden alkalommal ajánlanak fogyasztó vendégeiknek. Úgy véli több kisebb gasztroeseményre, borkóstolóra, borvacsorára lenne szükség a helyi szereplők bevonásával, ezekre ugyanis nagyon nagy igény mutatkozik a fizetőképes vendégek oldaláról. Sokan érdeklődnek a helyi borok iránt, ennek első találkozási helyszíne pedig sokszor egy-egy étterem. Ezért is tartaná fontosnak, hogy minden vendéglátóhelyen tartsanak és kínáljanak helyi borokat.

Tóth Balázs a **BL Yacht Klub** egykori vezetője, a kishegyi Kortyok és Falatok, valamint a Murci Fesztivál egyik ötletgazdája és szervezője úgy véli a szezonon kívüli események a déli part kiemelkedő gasztronómiai rendezvényeivé váltak. Úgy fogalmazott: a tavaszi és őszi kishegyi program a balatoni szezonhosszabbító törekvések nagyon jó iskolapéldái, s bizonyítják, hogy főszezonon kívül is meg lehet tölteni Balatonlellét. Elmondta, hogy amikor 2002-ben a településre érkezett, elképzelhetetlen volt, hogy március, áprilisban, vagy akár májusban vendégek érkezzenek Balatonlellére. 2024-ben pedig már márciusban (BÖFF Fesztivál) meg lehet tölteni a Kishegyet és Balatonlellét. Hozzátette: a tavaszi programok idején tele vannak a helyi éttermek, cukrászdák és a szálláshelyek sem panaszkodhatnak. Az emberek igénylik, hogy nyitva legyenek a vendéglátóhelyek, láthatóan kitolódott a szezon. Erre egy jó gondolkodású vállalkozónak és az önkormányzatnak is reagálni kell. Arra a kérdésre, hogy hogyan lehet még erősíteni Balatonlelle bor-és gasztroturizmusát, Tóth Balázs úgy válaszolt: *„a nyári főszezonban kellene idekötni” a vendégeket*, amikor a legtöbbben érkeznek a településre. Ilyenkor kellene olyan programot, élményt kínálni számukra, amely aztán később tavasszal, ősszel, vagy akár télen is visszahozza őket a településre. Mindenképpen pozitív tendencia Tóth Balázs szerint, hogy a nyaralótulajdonosok egyre inkább jelen vannak a településen főszezonon kívül is. Az összefogásról szólva elmondta: megvan az együttműködés a borászok és más helyi szolgáltatók között. Ám vannak, akik *„csak ülnek a hullámokon”* és várják a vendégeket. Fontos lenne, hogy minél többen aktívan részt vegyenek a szervezőmunkában. A többi interjúalannyal – Bujdosó Ferencsel, Németh Tamással – egyetértetve úgy vélte a lokálpatriotizmust tovább kellene erősíteni. Szerinte nagyon fontos lenne, hogy a helyi éttermek csak helyi, esetleg a Balaton régióból származó borokat kínáljanak. Mint mesélte: annak idején ezt a BL Yachtklub esetében is meglépték, a vendégek részéről ugyan volt egy kis ellenállás, ám a balatonlelle-i borok meggyőzőnek bizonyultak. Sőt, van olyan törzsvendég, aki azóta már több borászatot is felkeresett, s rendszeresen vásárol tőlük. A balatonlelle-i borokról szólva úgy nyilatkozott: azok kiváló minőségűek, s felveszik a versenyt az északi part nedűivel, ám a kommunikációra és marketingre nagyobb figyelmet kellene fordítani.

Fekete Tamás a **Balaton Turizmus Szövetség** alelnöke elmondta: a Balatonboglári Borvidék mindig is egy meghatározó bortermő vidéknek számított. Ám a BB idején még nem a minőségi, hanem a mennyiségi termelés volt a lényeg. Az elmúlt években hatalmas változáson ment keresztül a borkészítés és a gasztronómiai is. Interjúalanyom szerint nem túlzás azt mondani, hogy Balatonlelle lett a déli part gasztroközpontja. Mindez pedig azoknak

a bortermelőknek és vállalkozóknak köszönhető, akik hitet tettek a minőség és a „négy évszakas Balaton” gondolata mellett. A balatonlellei borokról szólva hangsúlyozta: a balatoni borok tekintetében kiemelkedően jó, magas minőségű borok készülnek Balatonlellén és a Balatonboglári Borvidéken. Ezt bizonyítja az a rengeteg hazai és külföldi díj, amit az itt dolgozó borászok elnyertek. Halkan jegyezte meg, hogy véleménye szerint sok esetben jobb borokat fogyaszthatnak a vendégek Balatonlellén, mint a sokkal ismertebb és népszerűbb Badacsonyan. Ezért is érhetetlen számára, hogy a balatonboglári borvidék ismertsége és népszerűsége elmarad a Balatoni Borrégió többi borvidékétől. A szakember szerint jelentős mértékben meg kellene erősíteni a kommunikációt és a marketinget, kulcskérdésnek látja továbbá, hogy a balatonlellei borok bekerüljenek a helyi gasztronómiába. Mint emlékeztetett: korábban a balatonföldvári Turisztikai Egyesület szervezett egy úgynevezett üzleti találkozóval egybekötött dél-balatoni borbemutatót. Az eseményen a Balatonboglári Borvidék borászatai mutatták meg szortimentjüket a gasztrovállalkozók számára. Az esemény eredményeképpen több vendéglátóhelyre, szezonálisan működő büfébe és bisztróba bekerültek a helyi borok. Aztán ez a kezdeményezés elhalt, pedig alapvetés lenne, hogy minden dél-balatoni vendéglátóhelyen legyen dél-balatoni bor. Az is előremutató lenne, hogyha ezekben az egységekben néhány szóval be tudnák mutatni a kóstolt bort és annak készítőjét. A turisztikai szakember szerint ehhez a hegyközség készíthetne egy rövid útmutatót. Egy nyaralás alatt ugyanis sokkal nyitottabbak az emberek a helyi termékek iránt, *„egy jó étel, egy finom bor jó kínálással hegyeket tud megmozgatni”*. A vendéglátóknak megvan minden eszközük, hogy megszerettessék a vendégekkel a dél-balatoni borokat. A nyitott kommunikációnak köszönhetően pedig a fogyasztó is egyedülálló vendégélményben részesül, s nagy valószínűséggel visszatér az adott helyre. Vagyis hosszútávon maga a vendéglátóhely is profitál ebből – fogalmazott Fekete Tamás. A Balatoni Turizmus Szövetség alelnöke emellett fontosnak tartaná a külső marketinget támogató szervezetekkel való együttműködést, hiszen a partnerségre való nyitottság hiánya hátráltatja a borvidéki kommunikáció fejlődését.

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A diplomadolgozatomhoz kapcsolódó kutatás elvégzése és elemzése során megállapítottam, hogy az általam felállított öt hipotézisből négyet igazolni tudtam, egy pedig csak részben igazolódott be (5. táblázat)

5. táblázat: Hipotézisek és tézisek

(Forrás: saját szerkesztés)

Hipotézis	Megállapítás	Tézis
H1: Balatonlelle elsődleges vonzereje maga a Balaton, mint bor- és gasztroturisztikai desztinációt kevesen ismerik.	igazolt	T1: Balatonlelle elsődleges vonzereje a Balaton, a bor- és gasztroturizmus jellemzően másodlagos vonzerő.
H2: A balatonlelleli borok, illetve a Balatonboglári Borvidék népszerűsége és ismertsége nemcsak a nagy történelmi borvidékekhez (Tokaj, Villány, Szekszárd), hanem a Balaton többi borvidékéhez képest is elmarad.	igazolt	T2: A térség ismertsége és népszerűsége elmarad nemcsak a történelmi borvidékektől, de a Balatoni másik öt borvidékétől is. A legismertebb a Balaton régióban a Badacsonyi Borvidék.
H3: A Balatonlelleli Borhét a város egyik legnagyobb és legvonzóbb rendezvénye, de egyre ismertebbek a főszezonon kívüli programok, így a tavaszi Kishegyi Kortyok és Falatok, valamint az őszi Murci Fesztivál.	részben igazolt	T3: A Balatonlelleli Borhét a főszezon kiemelt eseménye, de önmagában nem jelent vonzerőt. A Kishegyi Kortyok és Falatok, valamint a Murci Fesztivál egyre népszerűbbek a vendégek körében.

H4: További gasztronómiai eseményekkel és fejlesztésekkel Balatonlelle bor és gasztroturisztikai ismertsége és imázsa erősíthető lenne.	igazolt	T4: Új rendezvényekre és a programok színesítésére a fogyasztóknak igénye van, azt a vállalkozók és a szakmai szervezetek is fontosnak tartják.
H5: A siker záloga az összefogásban rejlik, erre a borászok és a turisztikai szereplők nyitottak.	igazolt	T5: A mostaninál még szélesebb összefogásra van szükség, erre a borászok és a turizmus más szereplői is nyitottak.

A kutatás alapján egyértelműen kijelenthető, hogy Balatonlellén – hasonlóan más balatoni településekhez – még mindig a tó jelenti az elsődleges valódi vonzerőt. Mivel a turizmusban időjárás fontos befolyásoló tényező, nagyon fontos lenne, hogy a rossz idő esetén is minőségi programok várják a látogatókat. Ez egyrészt bevételhez juttatná a vállalkozásokat, másrészt kiszolgáltatná azt az igényt, amely a keresleti oldalon keletkezik. A bor-és gasztroturizmus egy ilyen – a fizetőképes keresletet vonzó – termék lehetne Balatonlellén. Természetesen a bor- és gasztroturizmusban rejlő lehetőségek kihasználása nem csak rossz idő esetén fontos. A borhoz és gasztronómiához kapcsolódó csomagajánlatokkal, tematikus vacsoraestekkel, programokkal e termékcsoport jelentősége tovább növelhető a kínálatban.

A Balatonboglári Borvidék komoly hagyományokkal rendelkezik a szőlőművelésben, a borkészítésben, emellett kiváló termőterületet tudhat magáénak. Mindezek ellenére az látható, hogy a borvidék, s az általam vizsgált Balatonlelle borai és borászatai kevésbé ismertek a nagy történelmi borvidékekhez képest. A legtöbben a Garamvári és Bujdosó Pincészetet ismerik. Ennek oka, hogy az előbb említett két pincészet számos hazai és külföldi díjjal büszkélkedhet, valamint kiemelt figyelmet fordítanak a marketingre és a kommunikációra. Ezek – valamint a mélyinterjúk – alapján is kijelenthető, hogy a balatonlelle bor- és gasztroturizmusnak egy összehangolt világos stratégiára és kommunikációra lenne szüksége. Nagyon fontos lenne, hogy a balatonlelle borászok ne külön-külön, hanem együtt, egységesen jelenjenek meg egy-egy nagy boros kiállításon, fesztiválon. Ugyanígy érdemes lenne egy kifejezetten a vizsgálatom tárgyát képező borvidékre egy, a szakdolgozatom leadásának időpontjában éppen

zajló Hungarian Wine Summit (<https://www.hungarianwinesummit.com/> letöltés ideje: 2024.02.26.) c. rendezvényhez hasonló programot megszervezni a borászok, borszakértők, sommelier-k, influenszerek közreműködésével.

A fiatalok nagyon nyitottak a boros és gasztronómiai eseményekre. A kérdőíves vizsgálatom során is megállapítottam, hogy a 18-25 éves korosztály körében rendkívül népszerűek a koktélok. Ezért komoly kitörési pontot jelentene a balatonlellel borászok számára, ha készülnének bor, vagy akár pezsgő alapú koktélokkal is. A fiatalok számára az élmény elsődleges fontosságú, ezért a számukra szervezett tematikus programokban is lehetőség rejlik.

A pezsgő népszerűsége egyre nagyobb, ezt igazolta mind a kérdőíves kutatás, mind a borászokkal készített mélyinterjú. Egyre több balatonlellel pincészet kínálatába kerül be a pezsgő, amelynek egyfajta presztízs értéke van. Ráadásul a Balaton partján, nyáron nagyon is kelendők a buborékos italok, legyen szó pezsgőről, gyöngyöző borról, vagy éppen pét-natról. Jó példának tartom a budapesti Belvárosi Bor- és Pezsgő Fesztivált, ahol az italkínálatot minőségi street food kínálattal és koncertekkel együtt viszik a piacra.

Szükség lenne további szezonon kívüli programokra, ezt az igényt a kérdőíves kutatás és a mélyinterjúk is alátámasztották. Van egy nagyfokú kereslet ezekre az eseményekre, így az önkormányzatnak, a borászoknak és a turizmus egyéb szereplőinek mindenképpen át kell gondolni nyári főszezonon kívüli programkínálatot. Ugyanakkor az is megállapítható, hogy nyáron sem elegendő a jelenlegi programkínálat, sokkal több olyan eseményre lenne szükség, amely felkelti a vendégek érdeklődését a helyi borok és gasztronómiai iránt. Emellett mindegyik interjúalany megfogalmazta azt az igényt, hogy a balatonlellel vendéglátóhelyek mindegyikében szükséges lenne balatonlellel bort kínálni a vendégeknek.

Sokkal több olyan borászatra, pincészetre lenne szükség, amely komplex szolgáltatást, vendéglátást és szálláshelyet tud kínálni a turistáknak. Mindez lehetőséget teremt akár kulturális események, koncertek, főzőtanfolyamok, vagy éppen kiállítások szervezése. A borászatok fő célja az értékesítés, az ismertséget növelve erre is sokkal több lehetőség nyílik. A gasztronómiát tekintve pedig mindenképpen előtérbe kell helyezni a helyi, környékbeli alapanyagokból készült ételeket, a vendégek ugyanis szeretnék megismerni az adott vidékre jellemző ételeket.

Kijelenthető, hogy Balatonlellén a bor-és gasztroturizmus szereplői nyitottak az összefogásra, ezt bizonyítják a szezonon kívüli kishegy rendezvények. Ez mindenképpen előre mutató, hiszen közös programokkal, termékfejlesztéssel még több vendéget tudnak Balatonlellére

csábítani. Egyetlen pincészet kínálata és programja nem olyan vonzó, mint egy eseménysorozat sok-sok borászattal. A komplex turisztikai kínálat megvalósításával vonzóbb lehet Balatonlelle, emellett növelhető a tartózkodási idő és a költségek is.

Balatonlelle bor-és gasztroturizmusa még mindig egyértelműen nyáron dübörög, de már ősszel és tavasszal is vannak programok, amelyekre egyre több vendég érkezik. Érzékelhetően nagy a fizetőképes kereslet a minőségi gasztrorendezvényekre. A következő lehetőségeket azonban mindenképpen érdemes lenne megfontolni a turizmus helyi szereplőinek.

- Létre kellene hozni egy „találkozóhelyet”, ahol a balatonlelle-i borászok bemutatják kínálatukat a helyi vendéglátósok számára, így több étteremben, büfében, bisztróban jelenhetne meg a balatonlelle-i bor. Ez nagyon fontos lenne, hiszen elsősorban a főszezonban érkeznek még mindig vendégek, akik így közvetlenül találkozhatnak a helyi nedűkkel.
- Diplomadolgozatomban is szót ejtettem a balatonlelle-i Szalay-napokról, amely a hagyományőrzésről szól. Ennek keretében is lehetne borkóstolókat, borvacsorákat tartani. Összekapcsolni a kultúrát és a kulturált borfogyasztást.
- A kerékpáros turizmus egyre fejlődik a Balatonnál, ráadásul már elkészült a Balatoni Bringakör, s Budapestről is elérhető kétkeréken a magyar tenger. Egy vezetett kerékpár, vagy akár e-bike túra a pincészetekhez, étteremlátogatással egybekötve nagyon népszerű lehetne a turisták körében.

Ahogy más balatoni települések számára úgy Balatonlellének is fontos, hogy ne csak a 7-8 hétig tartó nyári főszezonban legyen vonzó. A helyi vállalkozások szempontjából is létkérdés a szezonhosszabbítás, ehhez azonban az ő nyitottságukra is szükség van. Balatonlelle turisztikai szereplőinek is mindent meg kell tenniük annak érdekében, hogy a településen minél inkább megvalósuljon a négy évszakos Balaton koncepciója.

6. ÖSSZEGZÉS

Diplomadolgozatomban Balatonlelle bor-és gasztroturizmusát és annak fejlesztési lehetőségeit vizsgáltam meg. Elsődleges célom az volt, hogy a kutatásommal, megállapításaimmal és javaslataimmal segítsem a helyi borászok és a turizmus más szereplőinek munkáját.

Elsőként a magyar-és külföldi szakirodalom feldolgozásával kezdtem a munkámat. Nagy figyelmet fordítottam a borturizmus fogalmának, keretrendszerének értelmezésére. Emellett az aktuális trendekre és a turisztikai termékfejlesztés lehetőségeire is kitértem. Kiemelten kezeltem a desztinációmenedzsment kérdéskörét is. Megfogalmaztam hipotéziseimet, majd azok bizonyítására saját kutatást végeztem, melynek módszere a kérdőíves megkérdezés és az interjúk voltak. Munkám során nagy segítséget jelentett a borvidék mélyreható ismerete, a terület célzott feltérképezése, a borfesztiválok, gasztronómiai eseményeken való részvétel.

A kutatás egyértelműen bizonyította, hogy a bor- és gasztroturizmus egy nagyon komplex turisztikai terméket jelent, a bor és a kapcsolódó szolgáltatások pedig összetett turisztikai élményt adnak a vendégeknek. Nemcsak maga a bortermék, hanem a termőhely, vagyis a természeti környezet, a bor készítésének hagyományai és módja, illetve a szolgáltató helyek (pincék) és a kapcsolódó rendezvények is vonzóak, turisztikai attrakcióként jelennek meg. Balatonlelle komoly hagyományokkal rendelkezik a szőlőtermelés és a borkészítés területén, ennek ellenére imázsában változatlanul a balatoni vízparti turizmus helyszíne hangsúlyos. Ebből következően a település a nyári főszezonban a legnépszerűbb a turisták körében. Bár az elsődleges vonzerő még ma is maga a tó, a második helyen egyértelműen ott áll már a borturizmus, amely az elmúlt időszakban komoly minőségi változáson ment keresztül. A borászatok és a turizmus szereplői már most is szoros együttműködésben dolgoznak és hoznak létre programokat a főszezonon kívüli időszakokban is. Ennek ellenére a turisztikai kereslet nagy ingadozást mutat. A további programkínálattal, összefogással és összehangolt marketingtevékenységgel tovább növelhető Balatonlelle és a balatonlelle-i borok népszerűsége. Mindez pedig sokakat vonzhat a térségbe és Balatonlellére egyaránt. A város, valamint a bor-és gasztroturizmus fejlesztési koncepciójának megalkotásakor mindezt figyelembe kell venni. Javaslataim középpontjában épp ezért az együttműködések és a marketing tevékenységek erősítése, valamint a komplex turisztikai termékfejlesztés áll. Úgy gondolom, hogy nagyon fontos lenne egy egységes turisztikai koncepció kidolgozása, amely meghatározná Balatonlelle bor- és gasztroturizmusának stratégiai fejlesztési irányait. A

legnagyobb problémát abban látom, hogy a turizmus szereplői között ebben a tekintetben nincsen egyértelmű konszenzus. Fontos lenne egy olyan szakmai álláspont megfogalmazása, amely minden fél szempontjait figyelembe veszi és mindenki számára elfogadható. Mindez pedig egy újabb kutatás tárgyát képezheti majd a jövőben.

Köszönetnyilvánítás

Végül, de nem utolsó sorban ezúton szeretnék köszönet mondani belső konzulensemnek, témavezetőmnek, Dr. Molnár Csillának, aki végig türelmesen és megértően támogatott, segített és biztatott. Hálásan köszönöm férjemnek és családomnak, hogy végig mellettem álltak a diplomadolgozat elkészítése során. Külön köszönet illeti interjúalanyaimat és mindazokat, akik kitöltötték a kutatáshoz kapcsolódó kérdőívet.

7. IRODALOMJEGYZÉK

Árva L., Várhelyi T. (2020): Elmozdulás a minőségi turizmus felé: A fenntarthatóság a turizmusban a koronavírus-járvány után. *Polgári Szemle: Gazdasági és Társadalmi Folyóirat* 16(1-3):94–114. <https://polgariszemle.hu/aktualis-szam/174-koronavirus-es-gazdasagi-hatasai-avagy-egy-uj-vilagrend-ele/1079-elmozdulas-a-minosegi-turizmus-fele> (letöltés ideje: 2023. 12. 10.)

Bauer A., Kolos K. (2016): *Márkamenedzsment* Budapest: Akadémiai Kiadó. https://mersz.hu/hivatkozas/dj201mm_fn1318#dj201mm_fn1318 (letöltés ideje: 2024. 03. 04.)

Csapó J., Gonda T. (2019): A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok. IV(4)*, 57–70.

Dankó L., Tóth Zs. (2021): A bor- és gasztronómiai innováció és kapcsolódása a turizmusfejlesztési stratégiához. *Szólv-Levél*. 2021. 2. szám. Tokaji Kutatóintézet, Tarcál. 84–101.

Dávid L. (2007): *Turisztikai erőforrások: A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása*. Budapest: Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt.

Egyed K. (2014): Versenyképességi modellek a turizmusban. *Gazdaság & Társadalom / Journal of Economy & Society* 2014. 3. szám pp.40-53.

Gonda Tibor et.al (2020) Pécs: PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 2018, 2019 és 2020. évi tanulmánykötetei

Gonda T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Pécs, PTE KPVK. pp. 152-169. http://lib.igyk.pte.hu/libletoltes/karikiadvanyok/Gonda%20Tibor_A_turisztikai_termekfejlesztes_elmeleti_alapjai.pdf (letöltés ideje: 2024.03.02.)

Gonda, T., Raffay, Z., Varga, G. (2020) A vendéglátás jövője. <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23658/gonda-kaposi-raffay-varga-a-vendeglatas-jovoje-pte-ktk-pecs-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. (letöltés ideje: 2023.04.10.)

Hajdú I-né., Merlet I., Lakner Z. (2009): *Turizmus - Borturizmus*. Tatabánya: Alfadat- Press Kft.

Happ É. (2014). Fenntartható turizmus és felelősségvállalás. *Gazdaság & Társadalom/Journal of Economy & Society*, 1, 90–101.

Irimiás A. – Jászberényi M. – Michalkó G. (szerk.) (2019): *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

https://mersz.hu/keres/Turisztikai%20Term%C3%A9kek%20innovat%C3%ADv/hivatkozas/m580turtei_0_p1/#m580turtei_0_p1 (letöltés ideje: 2024. 02.10.)

Jászberényi M.–Boros K.–Miskolczi M. (szerk.) (2022): *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

https://mersz.hu/hivatkozas/m963vakt_table_21/#m963vakt_table_21 (letöltés ideje: 2024. 02.10.)

Keller K., Tóth-Kaszás N. (2021): *A turizmusbiztonság megjelenése az EU tagállamainak turisztikai stratégiáiban*. Budapest Management Review 52(6)32–43.

Kiss et al. (2017): Gastronomy Tourism in the Mirror of Globalization – How the Capitals of Taiwan and Hungary are Positioned in the Gastronomy Tourism Market? The Proceedings of Hong Kong 2017: The 3rd Global Tourism & Hospitality Conference. Innovation Research Education, Hong Kong, 466–474.

https://www.researchgate.net/publication/305396515_Gastronomy_in_Tourism (letöltés ideje: 2023.12.12.)

Kiss K., Michalkó G.(2021): A turizmus –és a biztonságmarketing. In Michalkó, G. – Németh, J. –Ritecz, Gy. (szerk.): *Turizmusbiztonság*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, pp.129–140.

https://www.researchgate.net/publication/362732905_A_turizmus-es_biztonsagmarketing

Kivela, J., Crotts, J.C. (2005): Gastronomy Tourism. *Journal of Culinary Science and Tourism*, 4, 39-55.https://doi.org/10.1300/J385v04n02_03 (letöltés ideje: 2024.03.02)

Kovács E., Kiss K. (2018): *Turisztikai trendek*, Budapest, Akadémiai Kiadó

Lee et al. (2014): Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism? *Cactus Tourism Journal* Vol. 9, Issue 1/2014, 12-21 p. <https://www.cactus-journal-of-tourism.ase.ro/Pdf/vol9/nistorescu.pdf> (letöltés ideje: 2024.02.15.)

Lengyel M. (2004): *A turizmus általános elmélete*. Budapest: Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája

Lőrincz K. – Sulyok J. (szerk) (2017): *Turizmusmarketing*. Budapest: Akadémiai kiadó.
https://mersz.hu/dokumentum/dj277tm__186/ (letöltés ideje: 2024. 02.10.)

Hall, C. M.–Sharples, L. (2003): The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In: Hall, C. M.–Sharples, E.–Mitchell, R.–Macdonis, N.–Cambourne, B. (szerk.): *Food Tourism around the world: Development, Management and Markets*. Butterworth Heinemann, Oxford, 1–24.

Michalkó G. (2016): *Turizmológia*. Elméleti alapok Budapest: Akadémiai Kiadó.
https://mersz.hu/hivatkozas/dj59t_114_p5/#dj59t_114_p5 (letöltés ideje: 2024. 02.10.)

Michalkó G., Szalai K., Vizi I. (2006): Virtualitás kontra élményszerzés: A magyar turisták vásárlási szokásai külföldön az elektronikus kereskedelem korában. In: Kókai, S. (szerk.): *Földrajz és turizmus – Tanulmánykötet Dr. Hanusz Árpád tiszteletére*. Nyíregyházi Főiskola Természettudományi Főiskolai Kar Földrajz Tanszéke, Nyíregyháza. 257–267.

Molnár Cs. (2015): *Marketingkommunikáció a borpiacon*. Oktatási segédlet. Eszterházy Károly Főiskola (EKF)

Molnár Cs. (2018) Kreativitás és innováció az egészségturizmusban. Trendek és kihívások. *Sport – Gazdaság – Turizmus, Kautz Gyula Emlékkonferencia* (2017. június 8.) *elektronikus formában* *megjelenő* *kötete*. 38. cikk.
https://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2017/Molnar_Kautz_2017.pdf
(letöltés ideje: 2024. 04. 21.)

Molnár-Csomós I. (2021) A belföldi turizmus támogatását célzó koncepcióterkép a járványhelyzet idején. *Marketing és Menedzsment*, 55(2):61–73

Magyar Turisztikai Ügynökség (2021): Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0. https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.158 (letöltés ideje: 2024. 01. 15)

Meiningers International (2024): Seven Wine Trends in 2024. <https://www.meiningers-international.com/wine/insights-trends-wine/seven-wine-trends-2024> (letöltés ideje: 2024. április 15.

Mitev A, Z. (2019): *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó https://mersz.hu/hivatkozas/m537kutatur_0/#m537kutatur_0 (letöltés ideje: 2024. 02.10.)

Pallás E. (2016): *A szőlő- és borágazat helyzete, borfogyasztás, borturizmus*. [Doktori PhD értekezés] Gödöllő: SZIE – GSZDI https://real-phd.mtak.hu/1322/1/Pallas_Edit_ertekezes_DOI.pdf (letöltés ideje: 2024.02.25.)

Piskóti I., Marien A. (2019): Desztinációmarketing tervezése a Consumer-based brand equity koncepcióra épülő mérésekkel In: Csapó, János; Gonda, Tibor; Raffay, Zoltán (szerk.) *Turizmus, fogyasztás, generációk: II. Nemzetközi Turizmus Konferencia: Tanulmánykötet* Pécs, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar pp. 136-147.

Piskóti I. (2016): *Régió –és településmarketing*, Budapest: Akadémiai Kiadó

Piskóti I., Hidvéginé M. J., Pataki S., Schupler H. (2007): *Desztináció-menedzsment lépésről-lépésre*. Miskolc: NORDA

Puczkó L., Rátz T. (2001) *A turizmus hatásai*. 2., Budapest: Aula Kiadó

Rátz T. (2023): *Felelősségteljes turizmus. Lehetőségek és kihívások a poszt-Covid korszakban*. Budapest: Kodolányi János Egyetem

Szabó G. (2002): A borút, mint tematikus turisztikai termék Magyarországon. Borturizmus és a tájegységi hagyományos terméke gazdaságfejlesztő hatása. *Olasz Köztársaság Magyarországi Nagykövetség – Hegyközségek Nemzeti Tanácsa*, 6–27.

Szakály O. (2019): *Gasztroturizmus*. In: Irimiás – Jászberényi – Michalkó: *Turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Budapest: Akadémiai Kiadó. https://mersz.hu/dokumentum/m580turtei__44/ (letöltés ideje: 2024. 02.10.)

Sziva I., Simon J., Szakály O. (2017): A gasztronómia szerepe a Budapest-élményben a nemzetközi utazók szemével. In: Bányai E.–Lányi B.–Törőcsik M. (szerk.): Tükröződés, társtudományok, trendek, fogyasztás. Egyesület a Marketing Oktatásért és kutatásért (EMOK) XXIII. országos konferencia: Tanulmánykötet, Pécs, pp. 221–229.

Törőcsik M., Szücs K. (2022): Fogyasztói magatartás – Mintázatok, trendek, alkalmazkodás. Budapest: Akadémiai Kiadó https://mersz.hu/dokumentum/m814fm__90/ (letöltés ideje: 2024. 02.10.)

Várhelyi T. (2009): A borturizmus lehetőségei, gasztronómia a borturizmusban. *Economica Különszám*, 11. oldalszám

UNWTO (2007): A Practical Guide to Tourism Destination Management. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284412433> (letöltés ideje: 2004.02.15.)

Várhelyi Tamás (2013): *Borturizmus*. Eger: EKF Liceum Kiadó. http://publikacio.unieszterhazy.hu/5356/1/Borturizmus_V%C3%A1rhelyi_online.pdf (letöltés ideje: 2024.03.03.)

Zahari et al. (2009): Gastronomy in Tourism. *International Education Studies*, 2 (2); 66-71

Jogszabályok:

A Európai Tanács 834/2007/EK rendelete (2007) az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről

Az Európai Parlament és a Tanács 2018/848 rendelete (2018) az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek jelöléséről

Online források:

www.balatonlelle.hu (letöltés ideje: 2024.01.20.)

<https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/index.jsp> (letöltés ideje: 2023.09.29)

<http://www.szallasmarketing.hu/turisztikai-definiciok/72-turizmus-fogalma> (letöltés ideje: 2023.10.16)

www.balatonboglar.hu (letöltés ideje: 2023.09.20)

<https://sokszinuvidek.24.hu/életmod/2022/08/26/budapest-balaton-kerekparut-balatonakarattya-atadas/> (letöltés ideje: 2023.10.06.)

www.bahart.hu (letöltés ideje: 2023.10.06.)

<https://www.sonline.hu/helyi-kultura/2023/05/multidezo-utazas-balatonlellen> (letöltés ideje: 2023.10.06.)

<https://www.blyachtclub.hu/> (letöltés ideje: 2023. 10. 25.)

<https://borbolt.hu/milyen-bortrendek-varhatok-2023-ban/b/105>, (letöltés ideje: 2024. 03. 30.)

<https://www.hnt.hu/borpiaci-trendek-2024-2> (letöltés ideje: 2024. 04. 09.)

http://www.pannonborklaszter.hu/klasztar_fooldal (letöltés ideje: 2024.04.20.).

www.statinfo.ksh.hu (letöltés ideje: 2023.10.06.)

www.radpuszta.hu (letöltés ideje: 2023.10.06)

<https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp> (letöltés ideje: 2023.10.06)

http://turizmusonline.hu/gasztr/cikk/a_borturizmus_es_jotekony_hatasai (letöltés ideje:2024.02.28.)

<https://www.hungarianwinesummit.com> (letöltés ideje: 2024. 02.27.)

<https://hevizairport.com/> letöltés ideje: 2024. 04. 21.)

<https://balaton.hu/tobb-balatoni-szabad-strand-is-megujul-a-szezonra/> (letöltés ideje: 2023.10.06.)

<https://balaton.hu/turisztikai-ugynokseg-tulszarnyalta-a-2022-es-evet-a-turizmus-tavaly/> (letöltés ideje: 2024.03.10)

www.szallas.hu (letöltés ideje: 2023.10.06)

TÁBLÁZATOK ÉS ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra: A turizmus rendszere.....	7
2. ábra: A válaszadók életkori megoszlása.....	32
3. ábra: Borfogyasztás gyakorisága a válaszadó között.....	33
4. ábra: A megkérdezettek kedvenc borai.....	34
5. ábra: Balatonlelle ismertsége.....	37
6. ábra: Balatonlelle népszerűsége a különböző évszakokban.....	37
7. ábra: Asszociáció Balatonlelle nevének említésekor.....	38

1. táblázat: Balatonlelle szálláshelyeinek vendégforgalmi adatai 2019-2023.....	27
2. táblázat: Interjúalanyok.....	31
3. táblázat: Alkoholfogyasztási szokások a megkérdezettek körében.....	33
4. táblázat: A válaszadók kedvenc borfajtái.....	36
5. táblázat: Hipotézisek és tézisek	45

MELLÉKLETEK

1. számú melléklet

Lakossági kérdőív

1. Az Ön neme

- ☐ Férfi
- ☐ Nő

2. Az Ön életkora

- ☐ 18-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46-50
- ☐ 51-55
- ☐ 56-60
- ☐ 60-67
- ☐ 67 felett

3. Hol lakik Ön?

- ☐ Főváros
- ☐ Megyeszékhely
- ☐ Megyei jogú város
- ☐ Város
- ☐ Nagyközség Község
- ☐ Falu

4. Az ön legmagasabb iskolai végzettsége?

- ☐ általános iskola
- ☐ középiskola
- ☐ főiskola/egyetemi alapképzési szak
- ☐ mesterképzési szak/szakirányú továbbképzési szak
- ☐ doktori/PhD fokozat

5. Szokott ön bort fogyasztani?

- ☐ igen, napi rendszerességgel
- ☐ igen, heti rendszerességgel
- ☐ igen havonta több alkalommal

- ☐ igen, de csak ritkán
- ☐ nem fogyasztok bort

6. Milyen borokat fogyaszt szívesebben? (Legfeljebb 3 választ jelöljön meg)

- ☐ száraz fehér
- ☐ félszáraz/félédes fehér
- ☐ édes fehér
- ☐ száraz vörös
- ☐ félszáraz/félédes vörös
- ☐ édes vörös
- ☐ száraz rozé
- ☐ félszáraz/félédes rozé
- ☐ édes rozé
- ☐ bármelyiket, az a fogyasztott ételtől, a hangulatomtól, az évszaktól és az alkalomtól függ

7. Fogyaszt-e külföldi borokat is?

- ☐ igen, de csak ha külföldön vagyok, vagy ha ajándékba kapom
- ☐ igen, rendszeresen vásárolok külföldi borokat itthon is
- ☐ igen, néha vásárolok külföldi borokat
- ☐ soha

8. Van-e kedvenc hazai borvidéke?

- ☐ igen, és pedig:.....
- ☐ nincs

9. Van önnek kedvenc bora?

- ☐ igen, és pedig:.....
- ☐ nincs

10. A felsorolt borok közül melyiket ismeri, fogyasztja szívesen?

	ismerem és szívesen fogyasztom	ismerem, de nem fogyasztom	nem ismerem
Olaszrizling			
Furmint			
Tramini			
Juhfark			
Sárgamuskotály			
Ottonel muskotály			
Savignon Blanc			
Szürkebarát			
Chardonay			
Kékfrankos			
Zweigelt			
Merlot			
Cabernet Franc			
Cabernet Savignon			

11. Az előzőekben felsorolt szőlőfajtákon kívül szívesen fogyasztom a fajtájú bort.

.....

12. Járt már ön Balatonlellén?

- ☐ igen, egyszer
- ☐ igen, már többször
- ☐ még nem, de tervezem
- ☐ még nem, s nem is tervezem

13. Milyen szavak jutnak eszébe, ha meghallja Balatonlelle nevét? (3 szót írjon)

.....

14. Jellemzően milyen időszakban látogatott el Balatonlellére

- ☐ tavasszal

- ☐ nyáron
- ☐ ősszel
- ☐ télen
- ☐ nem függ évszaktól, bármikor szívesen megyek

15. Ismer ön balatonlellel borászatot, borászt?

- ☐ igen, és pedig:.....
- ☐ nem
- ☐ nem tudom

16. Ha igen, akkor sorolja fel kedvenceit, legfeljebb hármat:

.....

17. Van önnek kedvenc bora Balatonlelléről? Ha igen, melyik? (Borász, bor neve, fajta)

18. Járt már a Lellei Borhéten?

- ☐ igen
- ☐ nem

19. Járt már a Kishegyi Kortyok és Falatok Fesztiválon?

- ☐ igen
- ☐ nem
- ☐ igen, többször is
- ☐ igen, egyszer

20. Járt már a Murci Fesztiválon?

- ☐ igen
- ☐ nem
- ☐ igen, többször is
- ☐ igen, egyszer

21. Járt már a Böff Fesztiválon?

- ☐ igen
- ☐ nem
- ☐ igen, többször is
- ☐ igen, egyszer

22. Járt már a balatonlellel Kishegyen?

- ☐ igen
- ☐ nem
- ☐ igen, többször is
- ☐ igen, egyszer

23. Szívesen fogyasztok egyéb szőlőből készült italokat is.

	Szívesen fogyasztom	Nem szeretem	Nem ismerem	Nem ismerem de kíváncsi vagyok rá
Pezsgő				
Pét-Nat				
Borkoktél				
Borcider				
Konyak				
Szőlőpálinka				
Szőlőlikőr				
Must, szőlőlé				
Alkohol mentes bor				

24. Egyetért ön a következő kijelentésekkel?

	teljesen egyetértek	inkább egyetértek	inkább nem értek egyet	nem értek egyet

Balatonlelle számára a legfontosabb vonzerő a tó, a bor-és gasztroturizmus csak másodlagos				
A borfesztiválok legjobb időszaka a nyár a Balatonnál is, hiszen akkor van meleg és jó idő				
Szívesen látogatók/látogatnék el Balatonlellére tavasszal, ősszel és télen is, ha van valamilyen boros, vagy gasztronómiai rendezvény				
Balatonlelle télen is vonzó.				
Részt venne olyan biciklitúrán, amely vezetett és borkóstolóval egybekötött?				
Részt venne – kulturális programon, kiállításon, amely borkóstolóval egybekötött?				
Részt venne –e olyan hajókiránduláson, amely borkóstolóval egybekötött? Ha megnyitna egy borhotel Balatonlellén, eltöltene ott néhány napot?				
Ha nyitnának egy bormúzeumot Balatonlellén ellátogatna oda?				

2. számú melléklet

Mélyinterjú kérdések

1. Mióta foglalkozik borkészítéssel/vendéglátással/borral?
2. Milyen szőlőfajtából készít borokat?
3. Hogyan változtak meg a fogyasztói szokások az elmúlt években, évtizedekben?
4. Hogy látja mennyire ismertek, elismertek, népszerűek a balatonlellel borok és borászok?
5. Mit lehet tenni a borok, borászatok népszerűsítése érdekében?
6. Milyen lépésekre lenne szükség a négy évszakos Balaton koncepciójának megvalósításához, további erősítéséhez?
7. Jelenleg milyen szezonon kívüli rendezvények várják a látogatókat Balatonlellén? Mennyire sikeresek, népszerűek ezek a programok?
8. Milyen változáson ment át Balatonlelle bor-és gasztroturizmusa? Honnan indultunk, hová jutottunk?
9. Hogyan lehetne tovább erősíteni a település bor-és gasztroturizmusának vonzerejét?
10. Milyennek látja az együttműködést a különböző turisztikai szereplők között?
11. Hogyan lehetne növelni a keresletet, milyen célcsoportot lehetne még megszólítani?
12. Milyen további együttműködésre lenne szükség annak érdekében, hogy tovább növeljék Balatonlelle vonzerejét?

NYILATKOZAT

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

A hallgató neve: Báthory Gyöngyvér
A Hallgató Neptun kódja: MX8DSF
A dolgozat címe: Balatonlelle bor-és gasztroturizmusa
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: Vidékfejlesztés –és Fenntartható Gazdaság Intézet
A konzulens tanszékének a neve: Fenntartható Turizmus Tanszék

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

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

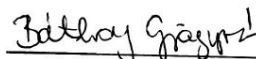
A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

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

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2024. év 04. hó 26. nap


Hallgató aláírása

NYILATKOZAT

Báthory Gyöngyvér (hallgató Neptun azonosítója: MX8DSF) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem

Kelt: Gödöllő, 2024. április 28.



belső konzulens