

TOKAJ-HEGYALJA TURISZTIKAI ATTITÜDVIZSGÁLATA MINŐSÉGI KRITÉRIUMOK ALAPJÁN 2024-BEN

TOKÁR-SZADAI ÁGNES PhD¹ - HABIL REMENYIK BULCSÚ PhD²

egyetemi docens – egyetemi docens, tanszékvezető

Tokaj-Hegyalja Egyetem Lorántffy Intézet Turizmus és Vendéglátás Tanszék

<https://doi.org/10.33031/ZRFS.2025.2.9>

A kutatások visszatérő kérdése azoknak a tényezőknek a meghatározása, amelyek befolyásolhatják a helyi lakosság turizmus iránti attitűdjeit. Kutatási kérdésünk: a turizmus minőségi kritériumok alapján mért gazdasági, társadalmi, környezeti hatásának érzékelését befolyásolja-e a válaszadók életkora Tokaj-Hegyalján? Megfogalmazott hipotézisünk, miszerint „az idősebbek és a fiatalok egyformán értékelik a turizmus településükre gyakorolt gazdasági, társadalmi, környezeti hatását” kérdőíves kutatásunk kiértékelése során bizonyítást nyert.

Kulcsszavak: Tokaj-Hegyalja, turizmus, attitűdvizsgálat

JEL: Z32, Z33

BEVEZETÉS

A kutatások újra meg újra napirendre kerülő kérdése azoknak a tényezőknek a meghatározása, amelyek befolyásolhatják a helyi lakosság turizmus iránti attitűdjeit, hiszen a turizmus alapja a vendégszeretet, a jó házigazda-vendég kapcsolat. A turisták által sűrűn látogatott fogadóterületeken azonban ez a kapcsolat rendszerint formális, sőt akár ellenséges is lehet. Az ágazat fenntartható fejlesztéséhez elengedhetetlen a lakossági támogatás, a helyi közösség együttműködése. Elemzésünk szempontjából különösen jelentős a lakossági attitűdvizsgálatok eredménye, mivel az általunk vizsgált téma, a helyi döntéshozók attitűdjeinek vizsgálata sokkal ritkább a szakirodalomban. Mivel a helyi döntéshozók rendszerint a helyi lakosság speciális helyzetben levő tagjai is, ezért – bár a döntéshozók véleménye és attitűdjei nem feltétlenül egyeznek meg a lakosságéval – kutatásunk eredményeit ezekhez a lakossági vizsgálatokhoz tudnánk elsősorban hasonlítani. Ezen kívül a helyi döntéshozók számára fontos lenne, hogy a turizmusfejlesztéssel kapcsolatos döntéseikhez ismerjék a lakossági attitűdöket, és az azokat befolyásoló tényezőket.

¹ email: email: tokar.szadai.agnes@unithe.hu ORCID ID: 0000-0002-1636-4330 <https://m2.mtmt.hu/gui2/?type=authors&mode=browse&sel=10022629>

² email: remenyik.bulcsu@unithe.hu, ORCID ID: 0000-0002-7267-5280

A túlzott turizmus (overtourism) az UNWTO (2018)¹ általi megfogalmazás szerint „a turizmus azon hatása egy adott desztinációra, vagy annak egy részére, mely negatívan befolyásolja az ott élők életminőségét; és/vagy a látogató élményét.” A Responsible Tourism Partnership úgy határozza meg az overtourism jelenséget, mint „egy olyan desztináció, ahol a vendéglátók és a vendégek, a helyiek és a látogatók úgy érzik, hogy az életminőség elfogadhatatlanul megromlott.” Ez a felelősségteljes turizmus ellentéte, mely az idegenforgalmat kihasználva jobb életteret biztosít. A HOTREC (2018)² öt, a jelenség kialakulásával szorosan összefüggő faktort állapított meg az overtourism kialakulásának magyarázataként, a szervezet az indikátorok közül leginkább az Airbnb-ket és a bakancslistás turizmust hibáztatja a helyzet kialakulásáért. Az UNWTO a szöuli konferenciáján (2018-ban) összesen 7 stratégiát fogalmazott meg a településekre áramló látogatók kezelésére, azonban a probléma megoldása során ezek az intézkedések nem voltak eredményesek.

Az overtourism legsztereotipikusabb példái olyan tömegturisztikai helyekről erednek, ahol kevés hely adott a növekedésre, mint például emlékművek (Colosseum Rómában, Piramisok stb), gyorsan urbanizálódó természetes vonzerők (Benidorm tengerpart Spanyolországban). Habár jelenleg az „overtourism” szó használata leginkább a negatív városi hatásokra értendő, számos olyan egyéb keretrendszer hatása alatt áll melyek nem kizárólag a turizmushoz köthetők. Dodds-Butler (2019)³ szerint ez a fenntarthatatlan irány az uralkodó gazdasági és társadalmi narratívákból ered. Az első az utazás könnyűvé válása; enyhülő migrációs protokoll, légi liberalizáció, az olcsó fapados járatok elterjedése, amelyek lehetővé tették a folyamatos növekedést a turistaérkezések számában. A vízi közlekedésben szintén növekedés figyelhető meg. Ez fokozottan igaz a városi utakra, figyelembe véve, hogy a legtöbb városi látogatás igen rövidtávú, az egy napostól a két-három naposig.⁴ A második faktor az online szállásfoglalási rendszerek megjelenésének köszönhető. Ezek elterjedésével nagyon könnyen és egyszerűen találhatunk bárhol szállást, ami egyrészt a turisták újfajta viselkedésmódjához vezet, másrészt hatalmas nyomást helyez a helyi ingatlanpiacra⁵. A harmadik faktor a városi környezet átalakulása, amely az élményt és a kreatív időtöltést hangsúlyozza, mint életminőséget. Végül a technológiai fejlődés lehetővé teszi az információ azonnali és minőségi hozzáférhetőségét, amely nagyban megnövelte az utazási függetlenséget. Hall and Rath (2007)⁶ szerint a desztináció image-ének manipulációja és a kivételesen magas életminőség képének sugallása hozzájárul a városi környezet helyi szinten történő újraértékeléséhez a globalizáció tükrében. A helyiek és a látogatók egymás mellett léteznek a városi terekben, és a szerepek könnyedén elmosódnak. Pozitívumként hozható fel, hogy a helyiek élvezhetik a multikulturalizmust és a turizmusnak köszönhetően megújuló történelmi emlékeket és ez növelheti büszkeségüket, hogy egy mások számára vonzó környezethez tartoznak.

A fokozott városi turizmus negatív társadalmi és környezeti hatásai: A fiatalok körében a hagyományos társadalmi értékek, hagyományok háttérbe szorúlnak. A turizmusban és vendéglátásban gyakran szakképzetlen helyi munkaerőt alkalmaznak, amely a nem megfelelő kiszolgálás által rontja az adott hely megítélését. Az alkalmazottakat gyakran szezonálisan és feketét foglalkoztatják. A kiemelt turisztikai

területeken árfelhajtó hatás alakul ki, ugyanakkor az országon belüli fejlődés egyenlőtlenné válik. Az infrastruktúra (különösen a közlekedési hálózat) túlterhelte válik. Nő a por-, zaj- és fényszennyezés mértéke.

Olyan desztináció, ahol a helyiek, a látogatók, a turisták és a vendéglátók, úgy érzik, hogy túl sok látogató van, ami a lakosság életminőségét és a turisták élményének minőségét negatív irányban befolyásolja. Így ez sokkal specifikusabb, mint a tömegturizmus kifejezés.²

1. A TÁRSADALOMHOZ VALÓ KÖTÖDÉS ÉS CSERE ELMÉLETE

McCool és Martin (1994)⁸ meghatározása szerint a közösségi ragaszkodás a társadalmi részvétel, a közösségi életbe való integráció és a környezet iránti érzelmek mértéke és módja. A turizmus területén a fogadóközösségek kötődését különböző tényezőkkel mérték: McCool és Martin (1994) a turizmussal szembeni attitűdök a turizmus szintje a közösségekben eltöltött időnek a hossza és a közösség iránt táplált érzelmek közötti összefüggést vizsgálta. Williams és Lawson (2001)⁹ a lakosok életkorát és jövedelmét is meghatározónak találta a közösségekhez való ragaszkodás mérésében. Jurowski (1998)¹⁰ a lakosság életminőségével és közösséggel kapcsolatos elégedettségét mérte. Harrill és Potts (2003)¹¹ a közösségi aktivitást tekintette a közösséghez való tartozás fontos ismérvének. McCool és Martin (1994) azt találta, hogy az erősen kötődő lakosok a turizmus pozitív hatásait emelték ki, bár igazságtalannak találták, hogy a közösség tagjai nem egyenlő mértékben viselik a turizmus költségeit. Hasonlóképpen Lawson (2001)¹² azt találta, hogy az erősebben ragaszkodó lakosok jobban támogatták a turizmust, mint a közösséghez kevésbé ragaszkodók. Jurowski (1998) felmérésében a közösség ragaszkodó tagjai pozitívan értékelték a társadalmi és gazdasági hatásokat, és negatívan a környezeti hatásokat.

Ap és Crompton (1993)¹³ szerint a társadalmi csere elmélete azt is jelenti, hogy a cserkapcsolatból a résztvevő felek kölcsönösen előnyökre tesznek szert. Az elméletet alátámasztja Madrigal (1995)¹⁴ kutatása, aki azt tapasztalta, hogy azok a lakosok, akik pozitívnak találták a turizmus hatásait, úgy gondolták, személyesen tudják befolyásolni a turizmust érintő döntéseket és hogy a turisztikai vállalkozásoknak nem volt politikai befolyása a helyi döntéshozatalra.

2. LAKOSSÁGI ATTITŰDVIZSGÁLATOK JELENTŐSÉGE

A lakossági attitűddel kapcsolatos kutatások jelentősége egyrészt abban áll, hogy a tapasztalatok tematizálásával, rendszerezésével, valamint elméletek és módszerek kialakításával segítséget nyújthatnak a turizmus tervezői számára. A döntéshozóknak fontos ismerniük, hogy a helyi lakosság a turizmus beindulásakor az esetek többségében támogatja a turizmusfejlesztést, ugyanakkor tarthatnak az ellenőrizetlen növekedéstől és a terület pusztulásától, életminőségük romlásától. A tervezőknek lehetőségük van a növekedés korlátozására, illetve a fejlesztések folyamatos ellenőrzésére. A kormányzati szervek gazdasági intézkedésekkel segíthetik a lakosságot (pl. adókedvezmények nyújtásával a turizmus negatív hatásait elviselni kényszerülők

számára). A lakosság és a turisták közötti feszültséget enyhítheti az átgondolt településfejlesztés. Megoldást jelenthet turistaövezetek létrehozása, melyek elválasztják a lakosságot a turistáktól, mérsékelve a negatív társadalmi hatásokat. Nyilvánvaló, hogy a turizmus fenntartható fejlesztésének alapvető követelménye a helyi lakosság részvétele a döntéshozatalban, és folyamatos tájékoztatásuk a pozitív és negatív hatásokkal kapcsolatban.

A társadalmi kötődéssel foglalkozó irodalom szerint a közösséghez erősen kötődő egyének pozitívabbnak látják, a turizmus hatásait, mint a kevésbé ragaszkodók. A turizmus tervezői számára ez azért fontos, mert a közösséghez erősen kötődők figyelmét fel kell hívniuk a negatív hatásokra is, míg a kevésbé kötődőket tájékoztatni kell a pozitív hatásokról.

A társadalmi csere elméletét illetően a kutatások bebizonyították, hogy a turizmus fejlesztésével kapcsolatos attitűdök részben a társadalmi, környezeti, gazdasági hatások egyensúlyán múlnak. A turizmusfejlesztésért felelős szervezeteknek fontos feladatuk, hogy közvetítsenek ezekben az úgynevezett cserékben úgy, hogy annak eredményeképpen egyensúlyi állapot jöjjön létre.

Ha megfelelő módszerekkel történik az oktatás, tájékoztatás, akkor a turisták várhatóan élvezik a tanulást, az utazással kapcsolatos felfedezést, sőt mi több az élmény szerves részének tartják¹⁵.

Nemzetközi példák alapján megállapítható, hogy a kódexek többsége a természeti környezet állapotának megőrzésére összpontosít, a társadalmi és gazdasági témájú tanácsok belefoglalása kevésbé jellemző.¹⁶

A tipikusan előforduló javaslatok a következőkre vonatkoznak:

- A turisták tartsák tiszteletben a helyi lakosságot, ne tanúsítsanak olyan magatartást, amely számukra zavaró lehet.
- Igyekezzenek megismerni a felkeresett terület kultúráját, természeti és történelmi kincseit.
- Vásároljanak helyi termékeket.
- Csökkentsék a környezeti hatásokat, pl. azáltal, hogy takarékoskodjanak a vízzel és az energiával, ne szemeteljenek.
- Jó gyakorlatot kövessenek a szabadtéri tevékenységeik során, pl. vadon élő állatok megfigyelése alkalmával.
- Támogassák a természeti és kulturális értékek megőrzésére irányuló projekteket, lehetőleg anyagilag is¹⁷.

Az általános jellegű viselkedési kódexeken kívül készülhetnek kódexek egyes turisztikai tevékenységekre (pl. túrázás, madármegfigyelés), a desztinációk típusaira (pl. nemzeti parkok), a szálláshelyek különböző fajtáira (pl. szállodák), valamint a turizmus hatásaira (pl. környezeti) vonatkozóan.

Viselkedési kódexeket kidolgozhatnak különböző szervezetek, így például:

- Társadalmi csoportok, közösségek,

- Vállalkozások: szállodák, utazásszervezők,
- Nonprofit/állami szervezetek,
- Idegenvezetők, túravezetők¹⁸.

A turistákat tájékoztatni kell a környezetet védő intézkedések okairól azért, hogy megértsék és elfogadják azokat.

Ezekről, valamint a kormányzat további feladatairól a fenntartható turizmus terén, és az ezek érdekében felhasználható eszközökről az alábbi fejezetekben részletesebben is írunk még.

3. ATTITÜDVIZSGÁLATOK TOKAJ-HEGYALJÁN

A kérdőíves kutatásunk során a következő kutatási kérdés került megfogalmazásra: A turizmus minőségi kritériumok alapján mért gazdasági, társadalmi, környezeti hatásának érzékelését befolyásolja-e a válaszadók életkora Tokaj-Hegyalján?

A kutatási kérdés vizsgálatához a következő hipotézist állítottuk fel:

H: Az idősebbek és a fiatalok egyformán értékelik a turizmus településükre gyakorolt gazdasági, társadalmi, környezeti hatását.

A turizmus helyi gazdasági, társadalmi, környezeti hatásának vizsgálatakor Tokaj-Hegyalján a következő minőségi változókat alkalmaztuk (1. sz. táblázat).

1.sz. táblázat:

Minőségi változók alapján vizsgált turisztikai attitűdvizsgálati területek Tokaj-Hegyalján

VIZSGÁLT KÉRDÉSEK	
1	Véleménye szerint szükséges volna-e javítani a turisták és a helyi lakosok közötti együttműködést és megértést?
2	Véleménye szerint szükséges volna-e javítani a turizmus fenntarthatóságát és az esetleges környezeti hatásokat?
3	Véleménye szerint tapasztalható-e munkaerőhiány a településen?
4	Tapasztalata / véleménye szerint érzékelhető-e konfliktus az üdültulajdonosokkal?
5	Érzékelhető-e zsúfoltság a településen?
6	Közlekedési problémák jelen vannak-e a településen?
7	Társadalmi hálózatok, közösségek átalakulása jellemző-e a településen?
8	A turizmusba bekapcsolódók életritmusának megváltozása érzékelhető-e?

Forrás: Saját szerkesztés

4. AZ EMPIRIKUS FELMÉRÉS MÓDSZERTANI HÁTTERE

A Tokaj-Hegyalján élők körében kérdőíves felmérést végeztünk, melynek célja annak vizsgálata volt, hogy a felmérésben részt vevők hogyan látják a turizmus településükre gyakorolt gazdasági, társadalmi és környezeti hatását. Az adatfelvételt 2024. őszi hónapjaiban online végeztük a közösségi oldalakat felhasználva, összesen 214 értékelhető kérdőívet sikerült begyűjtenünk (Remenyik-Tokár-Szadai, 2024)¹⁹. A minta kiválasztása nem reprezentatív mintavétellel, hanem úgynevezett „hólabda” módszerrel (ELTE 2022)²⁰ történt: a Tokaj-Hegyalja Egyetem oktatói, dolgozói, valamint a települési önkormányzatok által elért kitöltők szomszédjaikat, családtagjaikat vonták be a felmérésbe. Itt szigorú kritériumot állítottunk, a felmérés csak Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye felnőtt lakosságára terjedt ki, gyerekekre, és középiskolás fiatalokra nem. Célunk a Tokaj-Hegyalja régió turisztikai attitűdvizsgálata volt, ezért a BAZ vármegyei lakhely mellett elvárás volt még a tokaj-hegyaljai vonatkozás. (Tehát a kitöltőnek tokaj-hegyaljai lakhellyel vagy BAZ vármegyei lakhellyel és tokaj-hegyaljai munkaviszonnyal kellett rendelkeznie.)

A minta nemek és életkor szerinti összetételét szemlélteti a 2. táblázat.

2. sz. táblázat:

A minta életkor és nemek szerinti összetétele, 2024

Kitöltő életkora		Nem		Összesen
		Férfi	Nő	
Eletkor	19-35 év	9	26	35
	36-49 év	25	63	88
	50-64 év	30	39	69
	65 év felett	9	13	22
Összesen		73	141	214

Forrás: SPSS 30 alapján saját szerkesztés

A felmérésben mindkét nem és valamennyi felnőtt korcsoport képviselt magát, de a középkorú korosztályok felülreprezentáltak (73,4%). A fiatalok és az idősek alulreprezentáltak: a kitöltők 16,4%-a fiatal felnőtt (19-35 év), és mindössze 10,3%-a 65 év feletti idős. Ebben a két korcsoportban alacsony az adatok megbízhatósága.

A kérdőívekkel nyert adatok feldolgozására SPSS 30.0 programcsomagot alkalmaztunk. A minőségi kritériumok értékelése keresztábra elemzéssel (függetlenségvizsgálattal) történt, a hipotézisek tesztelésére Pearson féle Chi-négyzet függvényrel történt, a kapcsolat erősségének mérése Cramer's V index-el.

5. A TURISZTIKAI ATTITÚD ÉLETKOR SZERINTI ELTÉRÉSÉNEK VIZSGÁLATA TOKAJ-HEGYALJÁN

A tanulmány elején feltett kutatási kérdésünk: A turizmus minőségi kritériumok alapján mért gazdasági, társadalmi, környezeti hatásának érzékelését befolyásolja-e a válaszadók életkora Tokaj-Hegyalján?

A kutatási kérdés vizsgálatához a következő hipotézist állítottuk fel:

H: Az idősebbek és a fiatalok egyformán értékelik a turizmus településükre gyakorolt gazdasági, társadalmi, környezeti hatását.

A Tokaj-Hegyalján élők körében végzett, különböző korcsoportok szerint csoportosított kérdőívek összehasonlításával vizsgálható valamennyi vizsgált változó alapján külön-külön, a függetlenségvizsgálat módszerét alkalmazva.

5.1. A turisták és a helyi lakosok közötti együttműködés javítása indokoltsága életkor szerinti eltérésnek vizsgálata Tokaj-Hegyalján

Arra keressük a választ, hogy 5%-os szignifikancia szinten kimutatható-e kapcsolat a felvétel köre (válaszadók korcsoportok szerint) és turisták és a helyi lakosok közötti együttműködés javítása indokoltságának ékelése (igen, nem, nem tudom) között.

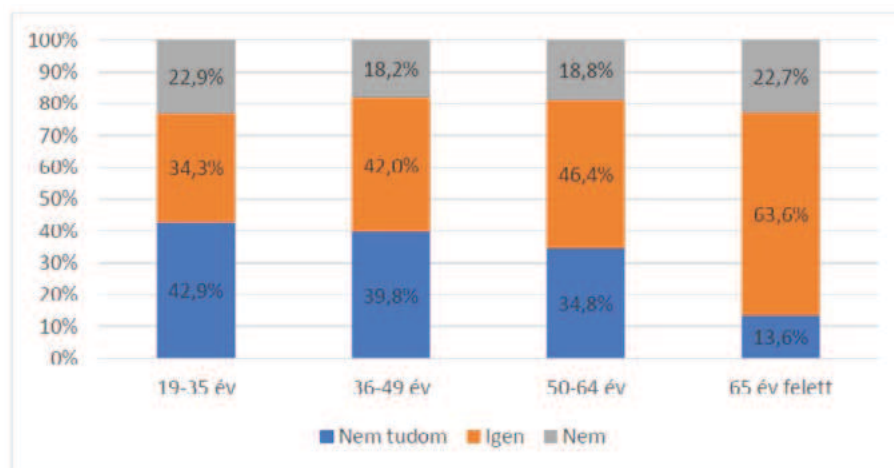
A függetlenségvizsgálat eredménye a következő: a Pearson-féle χ^2 -négyzet próbafüggvény értéke 7,112 a vizsgálat szabadságfoka 6. A biztonsági szignifikancia szint 31,1%, ami azt jelenti, hogy ez alatt elfogadjuk a nullhipotézist, így 5%-os szignifikancia szinten elfogadjuk, tehát nincs kapcsolat a válaszadók korcsoportja és a turisták és a helyi lakosok közötti együttműködés javítása indokoltsága között, hasonlóképpen látják azt (3. táblázat):

3. sz. táblázat:

A turisták és a helyi lakosság közötti együttműködés javítása indokoltsága korcsoportok szerint

		Életkor				Összesen
		19-35 év	36-49 év	50-64 év	65 év felett	
Turisták és helyiek közötti együttműködés javítási szükség	Nem tudom	15	35	24	3	77
	Igen	12	37	32	14	95
	Nem	8	16	13	5	42
Összesen		35	88	69	22	214

Forrás: SPSS 30.0 alapján saját szerkesztés



1. sz. ábra: A turisták és a helyi lakosság közötti együttműködés javítása indokoltságának megoszlása korcsoportok szerint

Forrás: Saját szerkesztés

A megkérdezettek 44,4% (a véleménnyel rendelkezők 69,3%-a) szerint szükséges volna a turisták és a helyi lakosság közötti együttműködés javítása, 19,6% (a nyilatkozók 30,7%-a) véleménye szerint nincs erre szükség. A fiatalok 42,9%-ának nincs véleménye ebben a kérdésben, az időseknél ez az arány csak 13,6%. Az idősek meghatározó hányada, 63,6%-a (a nyilatkozók 73,7%-a) nagyon is fontosnak tartja ezt a kérdést (1. ábra).

5.2. A turizmus fenntarthatósága javításának szükségessége

Arra keressük a választ, hogy 5%-os szignifikancia szinten kimutatható-e kapcsolat a felvétel köre (válaszadók korcsoportok szerint) és a turizmus fenntarthatósága és a környezeti hatás javítása indokoltságának ékelése (igen, nem, nem tudom) között.

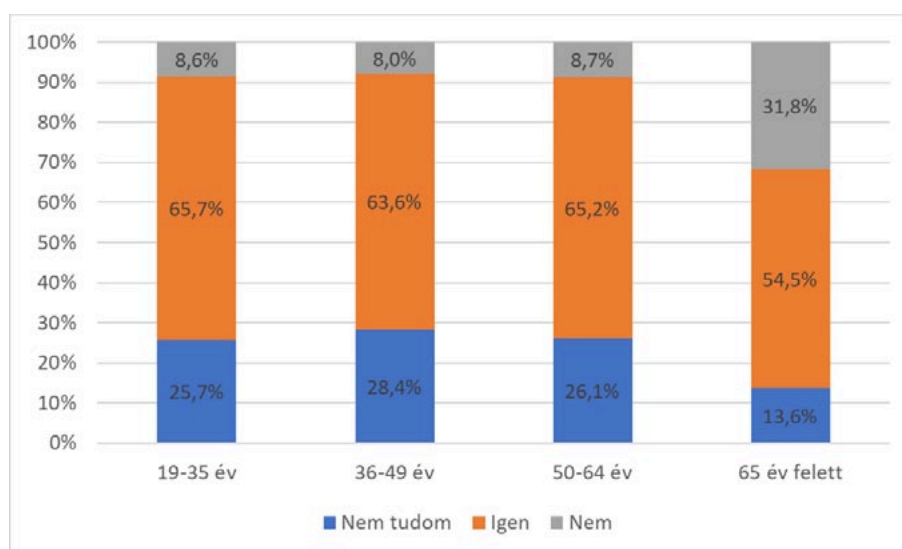
A függetlenségvizsgálat eredménye a következő: a Pearson-féle khí-négyzet próbafüggvény értéke 11,989 a vizsgálat szabadságfoka 6. A biztonsági szignifikancia szint 6,2%, ami azt jelenti, hogy ez alatt elfogadjuk a nullhipotézist, így 5%-os szignifikancia szinten elfogadjuk, tehát nincs kapcsolat a válaszadók korcsoportja és a turizmus fenntarthatósága és a környezeti hatás javítása indokoltsága között, hasonlóképpen látják azt (4. táblázat):

4. sz. táblázat:

A turizmus fenntarthatósága és a környezeti hatás javításának indokltsága
korcsoportok szerint

		Életkor				
		19-35 év	36-49 év	50-64 év	65 év felett	Összesen
Fenntarthatóság és környezeti hatás javítási szükség	Nem tudom	9	25	18	3	55
	Igen	23	56	45	12	136
	Nem	3	7	6	7	23
Összesen		35	88	69	22	214

Forrás: SPSS 30.0 alapján saját szerkesztés



2.sz. ábra: A fenntarthatóság és környezeti hatás javítási indokltságának megoszlása
korosztályok szerint (%)

Forrás: Saját szerkesztés

A megkérdezettek majdnem kétharmada (63,6%) szükségesnek tartja a fenntarthatóság és a környezeti hatás javítását, 10,75% szerint ez nem szükséges. A fiatal és középkorú korosztályok több mint negyedének nincs véleménye ebben a kérdésben, az idősök szívesebben formáltak véleményt, viszont majdnem harmaduk (31,8%) nem tartja szükségesnek a környezeti hatás javítását (a fiatalabb korosztályokban 9% alatti ez az arány) (2. ábra). A különbség értékelésünk szerint nem szignifikáns 5%-os szignifikancia szinten. (7%-os szignifikancia szinten már szignifikáns volna az eltérés.)

5.3. Munkaerőhiány jelenlétének érzékelése korcsoportok szerint

Arra keressük a választ, hogy 5%-os szignifikancia szinten kimutatható-e kapcsolat a felvétel köre (válaszadók korcsoportok szerint) és a munkaerőhiány jelenlétének érzékelése (igen, nem, nem tudom) között.

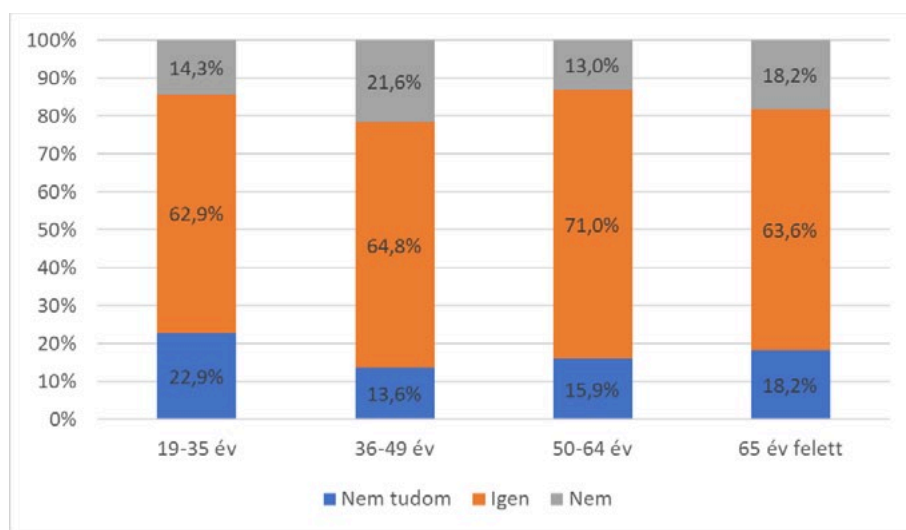
A függetlenségvizsgálat eredménye a következő: a Pearson-féle khi-négyzet próbafüggvény értéke 3,556 a vizsgálat szabadságfoka 6. A biztonsági szignifikancia szint 73,6%, ami azt jelenti, hogy ez alatt elfogadjuk a nullhipotézist, így 5%-os szignifikancia szinten elfogadjuk, tehát nincs kapcsolat a válaszadók korcsoportja és a munkaerőhiány érzékelése között, hasonlóképpen látják (5. táblázat):

5. táblázat:

Munkaerőhiány érzékelése korcsoportok szerint

	Életkor				Összesen
	19-35 év	36-49 év	50-64 év	65 év felett	
Nem tudom	8	12	11	4	35
Munkaerőhiány Igen	22	57	49	14	142
Nem	5	19	9	4	37
Összesen	35	88	69	22	214

Forrás: SPSS 30.0 alapján saját szerkesztés



3. sz. ábra: A munkaerőhiány érzékelésének megoszlása korcsoportok szerint (%)

Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek kétharmada (66,4%) szerint érzékelhető munkaerőhiány a településen, 17,3% szerint ez nem jellemző. A korosztályok teljesen hasonlóan látják a kérdést (3. ábra), nem tapasztalható lényeges véleménybeli eltérés.

5.4. Üdülőtulajdonosokkal konfliktus tapasztalásának értékelése korcsoportok szerint

Arra keressük a választ, hogy 5%-os szignifikancia szinten kimutatható-e kapcsolat a felvétel köre (válaszadók korcsoportok szerint) és az üdülőtulajdonosokkal konfliktus érzékelése (igen, nem, nem tudom) között.

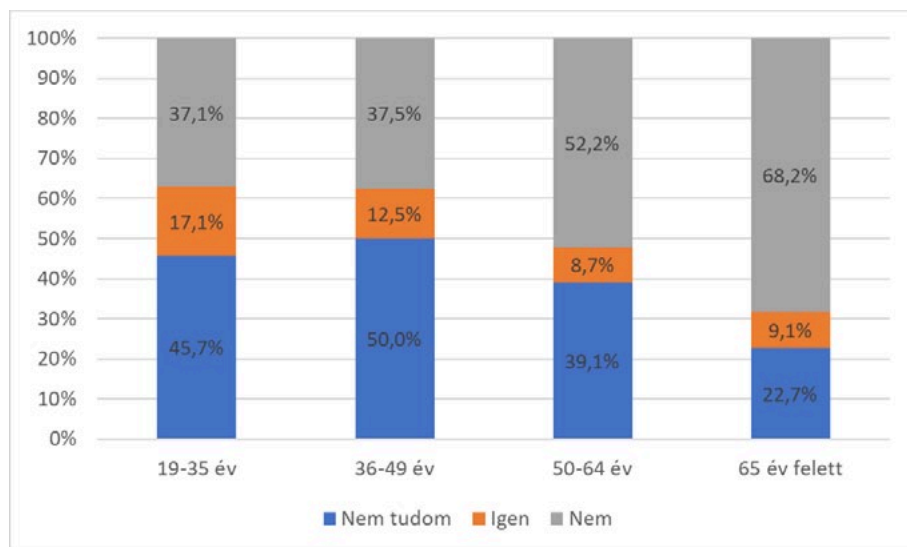
A függetlenségvizsgálat eredménye a következő: a Pearson-féle khi-négyszet próbafüggvény értéke 9,959 a vizsgálat szabadságfoka 6. A biztonsági szignifikancia szint 12,6%, ami azt jelenti, hogy ez alatt elfogadjuk a nullhipotézist, így 5%-os szignifikancia szinten elfogadjuk, tehát nincs kapcsolat a válaszadók korcsoportja és az üdülőtulajdonosokkal konfliktus érzékelése között, hasonlóképpen látják (6. táblázat):

6. sz. táblázat:

Az üdülőtulajdonosokkal konfliktus érzékelése korcsoportok szerint

		Életkor				
		19-35 év	36-49 év	50-64 év	65 év felett	Összesen
Konfliktus az üdülőtulajdonosokkal	Nem tudom	16	44	27	5	92
	Igen	6	11	6	2	25
	Nem	13	33	36	15	97
Összesen		35	88	69	22	214

Forrás: SPSS 30.0 alapján saját szerkesztés



4. sz. ábra: Az üdülőtulajdonosokkal konfliktus érzékelésének korcsoport szerinti megoszlása

Forrás: saját szerkesztés

Kimagaslóan sokan, a megkérdezettek majdnem fele (42,3) nem tudott erre a kérdésre válaszolni (4. ábra). Ezért nagyon alacsony az adatok megbízhatósága, és ezért nem szignifikáns a korcsoportok véleménye közti eltérés. A megkérdezettek 45,3%-a nem tapasztalt konfliktust az üdülőtulajdonosokkal. (Ez az arány a véleményformálók között 79,5%.) A véleményformáló fiatalok 68,4%-a, a fiatalabb középkorúak (36-49 éves) 75%-a, az idősebb középkorúak (50-64 évesek) 85,7%-a, a 65 feletti 88,2%-a nem tapasztalt konfliktust az üdülőtulajdonosokkal.

5.5 Zsúfoltság érzékelése a településen korosztályok szerint

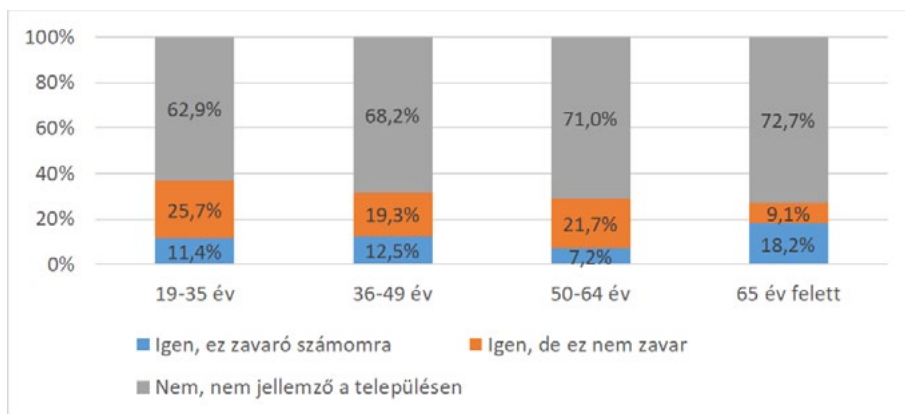
Arra keressük a választ, hogy 5%-os szignifikancia szinten kimutatható-e kapcsolat a felvétel köre (válaszadók korcsoportok szerint) és a zsúfoltság érzékelése (Igen, ez zavaró számomra; Igen, de ez nem zavar; Nem, nem jellemző a településen) között. A függetlenségvizsgálat eredménye a következő: a Pearson-féle khí-négyzet próbafüggvény értéke 4,33 a vizsgálat szabadságfoka 6. A biztonsági szignifikancia szint 63,2%, ami azt jelenti, hogy ez alatt elfogadjuk a nullhipotézist, így 5%-os szignifikancia szinten elfogadjuk, tehát nincs kapcsolat a válaszadók korcsoportja és a zsúfoltság érzékelése között, hasonlóképpen látják (7. táblázat):

7. sz. táblázat:

Zsúfoltság érzékelése a településen korcsoportok szerint

	Életkor				Összesen
	19-35 év	36-49 év	50-64 év	65 év felett	
Igen, ez zavaró számomra	4	11	5	4	24
Zsúfoltság Igen, de ez nem zavar	9	17	15	2	43
Nem jellemző a településen	22	60	49	16	147
Összesen	35	88	69	22	214

Forrás: SPSS 30.0 alapján saját szerkesztés



5. sz. ábra: Zsúfoltság érzékelésének megoszlása korcsoportok szerint

Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek több mint kétharmada, 68,7%-a szerint egyáltalán nem jellemző a településen a zsúfoltság, 20,1% szerint ugyan jelen van, de nem zavaró, és mindössze 11,2% nyilatkozta azt, hogy a zsúfoltság zavaró számára a településen. Az idősök, 65 év felettiek 18,2%-a, a fiatalok 11,4%-a, fiatalabb középkorúak 12,5%-a, az idősebb középkorúaknak mindössze 7,2%-a számára zavaró a zsúfoltság a településen (5. ábra).

5.6. Közlekedési problémák érzékelése a településen korosztályok szerint

Arra keressük a választ, hogy 5%-os szignifikancia szinten kimutatható-e kapcsolat a felvétel köre (válaszadók korcsoportok szerint) és a közlekedési problémák érzékelése (Igen, jelentős mértékben, Igen, kisebb mértékben; Nem, nem jellemző) között.

A függetlenségvizsgálat eredménye a következő: a Pearson-féle khí-négyzet próbafüggvény értéke 6,027 a vizsgálat szabadságfoka 6. A biztonsági szignifikancia szint 42%, ami azt jelenti, hogy ez alatt elfogadjuk a nullhipotézist, így 5%-os szignifikancia szinten elfogadjuk, tehát nincs kapcsolat a válaszadók korcsoportja és a közlekedési probléma településen történő érzékelése között, hasonlóképpen látják (8. táblázat):

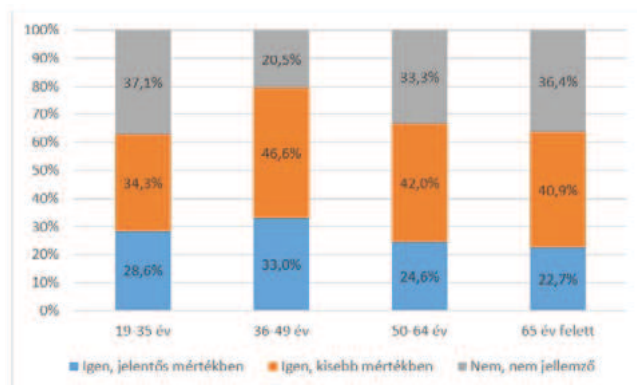
8. sz. táblázat:

Közlekedési probléma érzékelése a településen korcsoportok szerint

		Életkor				Összesen
		19-35 év	36-49 év	50-64 év	65 év felett	
Közlekedési probléma	Igen, jelentős mértékben	10	29	17	5	61
	Igen, kisebb mértékben	12	41	29	9	91
	Nem jellemző	13	18	23	8	62
Összesen		35	88	69	22	214

Forrás: SPSS 30.0 alapján saját szerkesztés

A megkérdezettek kevesebb mint fele (42,5%) kisebb mértékben tapasztal közlekedési problémát a településen, 28,5% jelentős mértékben tapasztalja ezt, 29% egyáltalán nem érzékeli ezt a problémát. A korcsoportok szerint szignifikáns eltérést nem találunk.



6. sz. ábra: Közlekedési probléma érzékelésének korcsoportok szerinti megoszlása (%)

Forrás: saját szerkesztés

5.7. Társadalmi közösségek átalakulásának érzékelése korcsoportok szerint

Arra keressük a választ, hogy 5%-os szignifikancia szinten kimutatható-e kapcsolat a felvétel köre (válaszadók korcsoportok szerint) és a társadalmi közösségek átalakulásának érzékelése (Igen, a társadalmi hálózatok, közösségek erősödése van jelen a településen; Igen a társadalmi hálózatok, közösségek felbomlása jellemző; Nem jellemző változás) között.

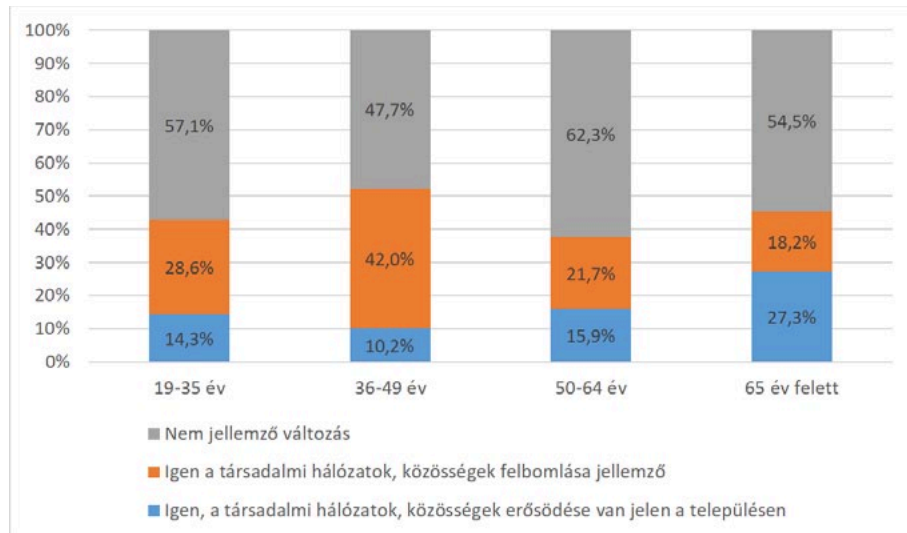
A függetlenségvizsgálat eredménye a következő: a Pearson-féle khí-négyzet próbafüggvény értéke 11,877 a vizsgálat szabadságfoka 6. A biztonsági szignifikancia szint 6,5%, ami azt jelenti, hogy ez alatt elfogadjuk a nullhipotézist, így 5%-os szignifikancia szinten elfogadjuk, tehát nincs kapcsolat a válaszadók korcsoportja és a társadalmi közösségek átalakulásának érzékelése között, hasonlóképpen látják (9. táblázat):

9. sz. táblázat:

Társadalmi hálózatok, közösségek átalakulásának érzékelése a településen korcsoportok szerint

		Életkor				Összesen
		19-35 év	36-49 év	50-64 év	65 év felett	
Társadalmi közösségek átalakulása	Igen, a társadalmi hálózatok, közösségek erősödése van jelen	5	9	11	6	31
	Igen, a társadalmi hálózatok, közösségek felbomlása jellemző	10	37	15	4	66
	Nem jellemző változás	20	42	43	12	117
Összesen		35	88	69	22	214

Forrás: SPSS 30.0 alapján saját szerkesztés



7. sz. ábra: Társadalmi közösségek átalakulása érzékelése korcsoportok szerinti megoszlása (%)

Forrás: Saját szerkesztés

A megkérdezettek több mint fele (54,7%) szerint nem jellemző a társadalmi hálózatok, közösségek átalakulása a településen, 30,84% a társadalmi hálózatok, közösségek felbomlását érzékeli, 14,5% szerint ellentétes folyamat tapasztalható, a társadalmi közösségek erősödése jellemző. Az idősebbek jobban érzékelték a társadalmi közösségek erősödését (27,3%), mint a fiatalabb korosztályok, a közösségek felbomlását a 36-49 évesek érzékelték leginkább (42%), de az eltérés nem volt 5%-os szignifikancia szinten szignifikáns (7%-os szignifikancia szinten már igen).

5.8. A turizmusba bekapcsolódók életritmusa megváltozásának érzékelése korcsoportok szerint

Arra keressük a választ, hogy 5%-os szignifikancia szinten kimutatható-e kapcsolat a felvétel köre (válaszadók korcsoportok szerint) és a turizmusba bekapcsolódók életritmusa megváltozásának érzékelése (Igen, az életritmusuk felborul; Igen az életritmusuk megváltozik, de ez nem probléma; Nem érzékelhető változás) között.

A függetlenségvizsgálat eredménye a következő: a Pearson-féle khi-négyzet próbafüggvény értéke 3,831 a vizsgálat szabadságfoka 6. A biztonsági szignifikancia szint 70% ami azt jelenti, hogy ez alatt elfogadjuk a nullhipotézist, így 5%-os szignifikancia szinten elfogadjuk, tehát nincs kapcsolat a válaszadók korcsoportja és

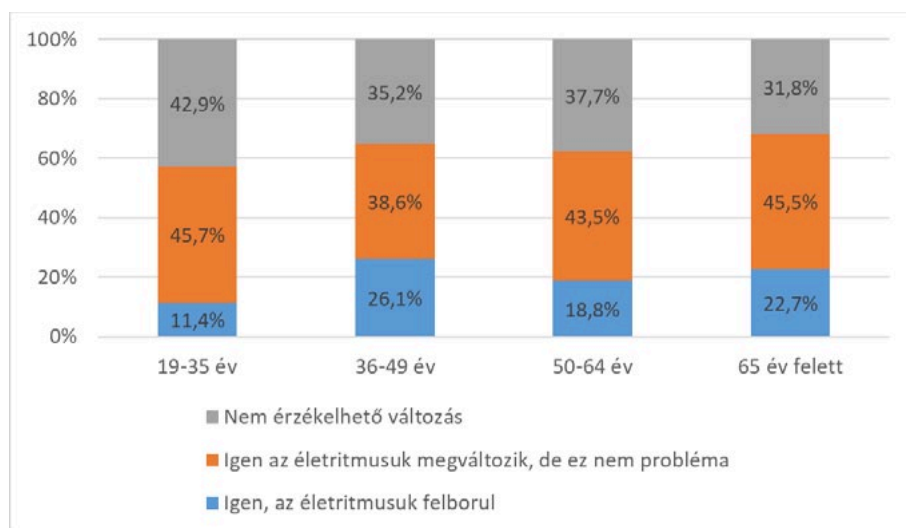
a turizmusba bekapcsolódók életritmusa megváltozásának érzékelése között, hasonlóképpen látják (10. táblázat):

10. sz. táblázat:

A turizmusba bekapcsolódók életritmusa megváltozásának érzékelése korcsoportok szerint

		Életkor				Összesen
		19-35 év	36-49 év	50-64 év	65 év felett	
Társadalmi közösségek átalakulása	Igen, a társadalmi hálózatok, közösségek erősödése van jelen	5	9	11	6	31
	Igen, a társadalmi hálózatok, közösségek felbomlása jellemző	10	37	15	4	66
	Nem jellemző változás	20	42	43	12	117
Összesen		35	88	69	22	214

Forrás: SPSS 30.0 alapján saját szerkesztés



8.sz. ábra: A turizmusba bekapcsolódók életritmusa megváltozása érzékelésének korcsoportok szerinti megoszlása (%)

Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók 42%-a szerint a turizmusba bekapcsolódók életritmusa megváltozik, de ez nem jelent problémát, 36,9% nem érzékel változást, mindössze 21% gondolja úgy, hogy a bekapcsolódók életritmusa felborul. Az életritmus felborulását leginkább a fiatalabb középkorúak (36-49 évesek) (26,1%), míg legkevésbé a fiatalok (11,4%) érzékelik, a fiatalok 45,7%-a véleménye szerint, habár megváltozik, de ez nem jelent

problémát (8. ábra). A különbség nem szignifikáns, korcsoportok között eltérés nem mutatható ki 5%-os szignifikancia szinten.

6. ÖSSZEGZÉS

A turisztikai kínálatban elengedhetetlenül szükséges az újszerűség, az innovatív szemlélet megjelenése, hogy ezáltal kreatív és vonzó termékek jöjjenek létre. A cél elérését két tevékenység segíti elő, egyrészt az innovativitás elősegítése általánosságban a turisztikai kínálat kialakításában, másrészt nagyprojektek megvalósításán keresztül.

Az újszerű, attraktív ötletek jellemzője az egyediség, hiszen az innováció a versenyképesség szempontjából rendkívül jelentős attraktivitás alappillére. Amennyire szükséges ennek az elterjedése Magyarországon, annyira nehéz is, hiszen a vállalkozások általában szűkös erőforrásokkal csak a legfontosabbnak vélt tevékenységekre tudnak koncentrálni.

A legfontosabb turisztikai fejlesztési prioritásokon túl európai szinten hatást kiváltani képes, a turisták számára elsődleges motivációt jelentő attrakciók létrehozása a cél. Ilyen nagyprojekt lehet maga Tokaj-Hegyalja, egy-egy nemzetközi vonzerővel bíró rendezvénye, de például a Vásárhelyi-terv keretében megvalósult 24,7 km² felületű Cigánd-Tiszakarádi árapasztó tározó turisztikai hasznosítása is ide tartozhat, vagy egy ököcentrum építése a Bodrogzugban.

A fiatal korosztály egyre jobban az internetről tájékozódik, Tokaj-Hegyalja világörökséggént külön honlappal rendelkezik, azonban a honlapon nem lehet nyelvet váltani. Az internet és az e-turizmus lehetőségeinek fokozottabb hasznosítása elengedhetetlen. A turisztikai szolgáltatók (vállalkozások, non-profit irodák, magánszemélyek stb.) megjelenése az interneten lehetővé teszi, hogy forgalmukat, hasznukat fenntartsák, illetve növeljék. Az információszolgáltatás ezen formájának teljes körű kihasználásához elengedhetetlen az idegen nyelven való tájékoztatás is. Nemzeti szintű hatáskörrel rendelkező szervezet által koordinált információs rendszer (NETA) szükséges ahhoz, hogy a magyarországi turisztikai szolgáltatók egységesen jelenhessenek meg a világhálón. Mivel az internetes megjelenés költségei viszonylag alacsonyak, minden szolgáltató feladata ezt a lehetőséget kihasználni.

Az egyszerű internetes megjelenést folyamatosan az on-line tranzakciókat lehetővé tevő rendszereknek kell felváltaniuk (információszerzés, foglalási rendszerek, vásárlás). Az internet, mint medium bizonyos célcsoportok számára fontos promóciós eszköz is, ennek kihasználása minden szinten (nemzeti, regionális, szolgáltatók) egymásra épülve az érintettek feladata. Tokaj-Hegyalja kifejezésre 745 000 találatot hoz a Google keresőprogram, Tokaj Történelmi Borvidék és Kultúrtáj Világörökséggént már csak 4690 találat szerepel, ezzel szemben a borvidékre 63 900 találat jut.

Az internetről kapott információnak azonosnak kell lenni mind tartalmában, mind kivitelében, de legalábbis utalás szinten a nyomtatott formában kiállításokon, infor-

mációs irodában, vagy postán kapott promóciós eszközökkel, illetve azok megjelenésével. Ezt a rendszert összhangba kell hozni a közutakon, városokban, falvakban kiépített táblarendszerrel.

A Tokaj-Hegyaljai Borút Egyesület honlapja a www.tokaji-borut.hu honlapon érhető el. A weblap egyben a borvidék „virtuális arca”, ösztönzi a látogatót a bortúrák, borvacsorák kipróbálására. Azonban a weblap a többi borvidéki honlaphoz képest számtalan dologban alulteljesít. Számtalan érdektelen információt tartalmaz már az első oldal Bemutatózó fejezete, a szövegek nem rendezettek és idejét múlt tartalommal is rendelkeznek, ezért a weblap folyamatos frissítése elengedhetetlen feladat. Az elemzéssel kapcsolatos megállapítások a következőkben foglalhatóak össze:

- Célorientált tartalom: jól tervezett, átgondolt tartalom, amely tudatosan segíti a látogatót abban, hogy könnyen megtalálja a lényeges információkat, felkelti az érdeklődést a borvidék iránt, felépíti a szükséges bizalmat, így ösztönzi a potenciális vendéget a terület meglátogatására.
- Aktuális, friss, karban tartott információ: ez teszi igazán működő marketing eszközzé a weblapot, növeli annak használati értékét, táplálja mind a weblap, mind a borvidék iránti bizalmat. Az információ karbantartása egy átlag Web-böngészővel bármikor frissíthetővé válik.
- Intuitív navigáció: A megfelelő tartalom könnyen elérhető. Egy intuitív navigációs rendszer nem készíti a látogatót felesleges gondolkodásra, keresgélésre, ott minden a helyén van, a legfontosabb funkciók és információk mindig szem előtt vannak.
- Funkcionális, elegáns design: A többi weblap többnyire elegáns, de többnyire egyszerű és funkcionális kinézettel rendelkezik. Mértékkel és megfelelő mérettel alkalmazzák a képeket. Az oldalak nincsenek túlszűfolva multimédia anyagokkal, felesleges animációkkal.

Következtetésként elmondható, hogy a turizmus fejlődése kihatással van a társadalom teherbíróképességére.

A turizmusipar csak akkor működik jól egy térségben, ha egyensúlyt teremt a turizmusgazdaság (a vállalkozások), a környezet és a helyi közösség érdekei között. Minőségi élményeket nyújt a látogatóknak, miközben javítja a helyi közösség életminőségét és megóvja a környezet minőségét. Lehetővé teszi, hogy a turizmus alapját képező természeti, társadalmi és gazdasági erőforrások folyamatosan rendelkezésre álljanak a látogatói élmény jelenlegi és jövőbeni biztosítása céljából.

Diverzifikálni kell a keresletet időben, térben egyaránt, a szezonálítás csökkentése és a kisebb települések turizmusának a fejlődése érdekében. A helyiek elégedettségének a növelése miatt jobban be kell vonni őket a turizmusipar működtetésébe.

A fejlesztések során a települések nyújtotta élményt kell előtérbe helyezni, olyan településképek kialakításával, ami mind a helyiek mind a látogatók számára kellemes környezetet teremti.

Aktuális teendőként elmondható, hogy a turistaszám növekedésével egyre többször kérdőíves felméréseket kell végezni a helyben élők körében az irritációs állapot mérésének az érdekében.

Mindehhez szükséges a helyi lakosokkal és szolgáltatókkal való folyamatos kommunikáció és kapcsolattartás fokozása, a látogatók és a helyben élők érzékenyítése. A turisták viselkedésének nyomon követése mellett fontos ismertetni a helyben élőkkel a menedzsment és a készenléti tervek meglétét, megvalósításának a folyamatát. Célszerű lenne a menedzsment jellegű feladatokat egy szervezet kezében összpontosítani. A turizmus hatásainak folyamatos figyelése és elemzése, a statisztikai adatok mindenki számára elérhetővé tétele mind elengedhetetlen a hatékony irányításhoz.

A tanulmány elején feltett kutatási kérdésünket (A turizmus minőségi kritériumok alapján mért gazdasági, társadalmi, környezeti hatásának érzékelését befolyásolja-e a válaszadók életkora Tokaj-Hegyalján?) ebben a tanulmányban minőségi kritériumok alapján vizsgáltuk.

A kérdés megválaszolásához a következő hipotézist állítottuk fel:

H: Az idősebbek és a fiatalok egyformán értékelik a turizmus településükre gyakorolt gazdasági, társadalmi, környezeti hatását.

A függetlenségvizsgálatot elvégezve a társadalomtudományi kutatásokban szokásos 5%-os szignifikancia szinten a vizsgált 8 változó egyikénél sem mutatható ki kapcsolat a felvétel köre (válaszadók korcsoportok szerint) és a turizmus helyi gazdasági, társadalmi, környezeti hatásának értékelése között, tehát ez alapján a felállított hipotézisünk elfogadható, a következő tézist tudjuk megfogalmazni:

T: A turizmus településre gyakorolt gazdasági, társadalmi, környezet hatását korcsoporttól függetlenül azonosan érzékelik a helyiek.

Vizsgálatunk alapján a kérdésekben állásfoglalók véleménye alapján (a „nem tudom” válaszokat figyelmen kívül hagyva) a következő megállapításokat valószínűsíthetjük (a reprezentativitás hiánya, és a fiatal és idős korosztályban az alacsony megbízhatóság miatt a megállapítások nem általánosíthatók):

- A kérdésben nyilatkozók meghatározó hányada (69,3%) szerint szükség van a turisták és a helyi lakosság közötti együttműködés és megértés javítására;
- A kérdésben állásfoglalók meghatározó hányada (85,5%) szerint szükséges javítani a turizmus fenttarthatóságát és az esetleges környezeti hatásokat;
- 79,3% szerint munkaerőhiány tapasztalható a településen;
- 97,5% nem tapasztal konfliktust az üdülőtulajdonosokkal;
- 68,7% zsúfoltság nem jellemző a településen;
- 42,5% véleménye szerint közlekedési probléma kisebb mértékben jelen van a településen;
- 54,7% nem tapasztalja a társadalmi hálózatok, közösségek átalakulását;
- 42,1% szerint a turizmusba bekapcsolódók életritmusa megváltozik, de ez nem érzékelik problémának;

FELHASZNÁLT IRODALOM

- ¹ <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420070>
- ² <https://datas.com/hotrec/overtourism/files/assets/common/downloads/HOTREC%20Position%20Paper%20on%20Overtourism.pdf>
- ³ Rachel Dodds and Richard W. Butler 2019: Overtourism: issues, realities and solutions. *Journal of Heritage Tourism*. London, pp. 145-156.
- ⁴ Iwanicki - Dłużewska - Smith Kay 2016: Assessing the Level of Popularity of European Stag Tourism Destinations. *Quaestiones Geographicae, Sciendo*, vol. 35(3), pages 15-29,
- ⁵ Remenyik et al. 2021: Overtourism in Budapest. *Regional Statistics*. Budapest, 23-39.
- ⁶ Hall M.-Rath J. 2007: *Tourism, migration and place advantage in the global cultural economy. Tourism, Ethnic Diversity and the City*. Routledge. London, 310p.
- ⁷ Responsible Tourism Partnership, 2018
- ⁸ McCool S. - Martin S. 1994. Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 32.3. pp. 29-34.
- ⁹ Lawson T. et al. 1998. A Surrogate Measure of Stomatal Aperture. *Journal of Experimental Botany* 49.325. pp. 1397-1403.
- ¹⁰ Jurowski C. - Gursay D. 2004. Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*. 31.2. pp. 296-312.
- ¹¹ Harrill R. - Potts T. 2003. Tourism Planning in Historic Districts: Attitudes Toward Tourism Development in Charleston. *JAPA*, 69.3. pp. 213-235.
- ¹² Lawson T. et al. 1998. A Surrogate Measure of Stomatal Aperture. *Journal of Experimental Botany* 49.325. pp. 1397-1403.
- ¹³ Ap, J., - Crompton J. L. 1993. Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts. *Journal of Travel Research*, 32, 47-50.
- ¹⁴ Madrigal 1995. Cognitive and Affective Determinants of Fan Satisfaction with Sporting Event Attendance. *JLR*, 27.3. pp. 205-227.
- ¹⁵ Ballantyne et al. 2009. Tourists' support for conservation messages and sustainable management practices in wildlife tourism experiences. *Tourism Management* 30(5):658-664.
- ¹⁶ Puczkó – Rátz 2002. *A Turizmus hatásai*. Aula Kiadó. 482 p.
- ¹⁷ Lepp A – Holland S. 2006. A Comparison of Attitudes Toward State-Led Conservation and Community-Based Conservation in the Village of Bigodi, Uganda. *SNR*, 19.7. pp. 609-623.
- ¹⁸ Blangy S, Epler-Wood M, 1992. *Developing and implementing ecotourism guidelines for wild lands and neighbouring communities*. North Bennington, USA: The Ecotourism Society. 354p.
- ¹⁹ Remenyik, B., & Tokár-Szadai, Á. (2024). *Turisztikai attitűdvizsgálatok Tokaj-Hegyalján. Sárospataki turizmusfejlesztési tanulmányok*, pp. 49-62.
- ²⁰ ELTE. (2024. 02. 22.). 04. Kérdőíves adatgyűjtés: stratégia és típusok [Questionnaire-based data collection: strategies and types]. Forrás: http://gepeskonyv.btk.elte.hu/adatok/Pszichologia/123Kiss/Kutat%Elsm%F3dszertan_szoci%Elpszichol%F3gia/bin/Ora_4/04_fogalomtar.html

A kötetben hivatkozott internetes forrásoknál – ahol ez külön nincs jelölve – az utolsó elérés dátuma: 2025. október 21.