

E-CONOM

Online tudományos folyóirat
Online Scientific Journal

Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről
Studies on the Economic and Social Sciences



E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
KOLOSZÁR László

Kiadja | Publisher
Soproni Egyetem Kiadó |
University of Sopron Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@uni-sopron.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
HOSCHEK Mónika
JANKÓ Ferenc
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
TAKÁCS Eszter

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
DURGULA Judit

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

ERB Franciska – GŐZ András

Feleletválasztós tesztek kiértékelésének módszerei és a kiértékelést támogató alkalmazás fejlesztése

Methods for analyzing simple choice tests and developing an application which supports the evaluation3

UZONYI Antal

Hajdúböszörmény helyzetének elemzése, valamint az agrár- és vidékfejlesztési támogatások értékelése

Analysis of the situation of Hajdúböszörmény, and evaluation of agricultural and rural development subsidies15

BURKA Nikoletta Zsuzsanna

A hidegen sajtolt tökmagolaj mint helyi termék szerepe a térségi fejlődési folyamatokban

Role of the local production of the cold-pressed pumpkin seed oil in the local development processes.....32

LIPTÁK Lilla

A közösségi tagság hatása a vegán fogyasztók magatartására

The effect of community membership on vegan consumers' behavior.....46

ILYÉS Noémi

Láthatatlan turisták Budapest árnyékában

Invisible tourists under the shadow of Budapest.....56

MOLICH Kitti – STEFÁN Ádám

Check-in a jövőbe – robotizálás a szállodai recepción

Check-In To The Future – Robotisation At Hotel Reception66

ILYÉS NOÉMI¹**Láthatatlan turisták Budapest árnyékában²**

Az agglomerációs területeken belül zajló, turisztikai jellegű mozgások számos kihívás elé állítják a szakmában dolgozó érintetteket. Jelen dolgozat célja, egy Szentendréről készült esettanulmány segítségével bemutatni a nagyvárosok vonzaskörzetében létrejövő turisztikai mozgásokban rejlő disszonanciákat. Szentendre az egyik legnépszerűbb kirándulóhely Budapest közvetlen közelében, azonban az idelátogatók többnyire egy napra érkeznek, és nem éjszakáznak a városban. Míg a kiskereskedelem dübörög a kirándulók által generált forgalomtól, addig a kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszaka nélküliséggel és kapacitás kihasználatlansággal küzdenek. Mivel a kirándulók többsége nem fordul meg hivatalos szállásadói egységben, az ágazati mutatók nem tükrözik a turisztikai forgalom valódi volumenét a városban, és az idelátogatók nagyobbik része statisztikailag „láthatatlan” marad. Dolgozatomban kvantitatív és kvalitatív kutatási technikák segítségével kísérletet teszek módszertani eszközök megfogalmazására, amelyek támpontot nyújthatnak a forgalom valódi volumenének meghatározásában, valamint a probléma elemzéshez kapcsolódóan megvizsgálom a kiskereskedelmi és turisztikai szolgáltatásokat Szentendre történelmi belvárosában és fejlesztési lehetőségeket fogalmazok meg.

Kulcsszavak: láthatatlan turizmus, mérhetetlen turizmus, szatellit város, turizmus statisztika, Szentendre
JEL-kódok: Z30, Z32

Invisible tourists under the shadow of Budapest

The question of the touristic movements in the agglomeration areas quite a challenge for those who are working in the tourism industry. The aim of this paper is to present the main dissonances of the touristic movements generated by the metropolitan areas through a case study. Szentendre is one of the most popular excursion destinations in the vicinity of Budapest, but visitors usually arrive for only one day and do not spend the night in the city. While the retail sector flourishing in the city, the hotels are struggling with the lack of guests and unexploited capacity. As most of the visitors do not use commercial accomodation services, the regular indicators of the sector do not reflect the real volume of tourist traffic in the city, and most of the visitors are statistically remain “invisible”.

Keywords: Invisible tourism, Unmeasured tourism, Satellite city, Tourism statistics, Szentendre
JEL Codes: Z30, Z32

¹ A szerző a Budapesti Corvinus Egyetem, Turizmus-vendéglátás alapszakon végzett hallgatója (ilyes.noemi222@gmail.com).

² A tanulmány a XXXIII. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekciójának Turizmusgazdaságtan Tagozatában első helyezést elért dolgozat alapján készült. Az OTDK pályamunka konzulense dr. Michalkó Gábor, egyetemi tanár.
 A tanulmány alapjául szolgáló dolgozat az MTA CSFK Földrajztudományi Intézet és a Budapesti Corvinus Egyetem együttműködése keretében zajló OTKA (K 100953) kutatás égisze alatt készült el.

Bevezetés, célok

A turizmussal foglalkozó nemzetközi szakirodalomban is egyre több figyelmet kap a nagyvárosok vonzáskörzetében elhelyezkedő települések speciális helyzete. Ezek a kisebb városok, falvak másodlagos turisztikai célpontnak tekinthetők, így közvetetten részesülhetnek a földrajzilag közvetlen közelükben elhelyezkedő nagyváros vendég forgalmából. Ugyanakkor a másodlagos helyzetükből fakadóan itt már rövidebb idejű, csupán egynapos kirándulásokat tesznek a látogatók, és jellemzően a szálláshely szolgáltatást például az elsődleges célpontjukon veszik igénybe. Ha vizuálisan szeretnénk elképzelni: a nagyvárosok, fővárosok adják azt a vázat, amelyen az árnyékot nyújtó ernyő alatt megtalálhatóak a környező kisebb települések. Ezek azok a területek, ahol bár a „*nap már nem süt*”, mégis kellemes meleg van. Vagyis, a településeken alig realizálódik vendégéjszaka, mégis zsúfoltak az utcák az egynapos kirándulóktól. Ezek a helységek egyszerre élvezhetik a kellemes ernyő által nyújtott árnyékot, és érezhetik magukat a nagyváros fogságában. A földrajzi közelség számukra ugyanúgy jelenthet előnyt és hátrányt: önmagukban állva valószínűen nehezebben tudnának érvényesülni a turisztikai desztinációk piacán, ugyanakkor, kihívást jelent számukra, hogy felvegyék a harcot a közelükben lévő nagyváros turisztikai kínálatával és elsődleges célponttá váljanak. Az „ernyő alatt” szintén nehéz tetten érni a mikro szinten zajló turisztikai mozgásokat, számszerűsíteni azokat (Wynen, 2013).

A dolgozat célja, hogy átfogó képet vázoljon fel a láthatatlanság ezen szegmenséről és a mérhetetlenség problémájáról a turizmusban. Felhívja a figyelmet az ellentmondásokra, és néhány fejlesztési lehetőséggel szolgáljon. A kutatásom során az alábbi kérdésekre keresem a választ: Meg lehet-e becsülni, és ha igen, akkor milyen módszerekkel a Budapestről Szentendrére irányuló turizmust? A láthatatlan turizmusnak milyen jellemzői vannak a szatellit városok turizmusában és milyen ellentmondásokat fedezhetünk fel? Milyen fejlesztések lévén lehetne meghosszabbítani az ide érkező turisták itt tartózkodását és a vendégéjszakák számának növelését, egyáltalán, miért fontos és lehetséges-e ez?

A jelenség bemutatására és leírására dolgozatomban a szatellit turizmus fogalmát használom, amely a nagyvárosokból a körülöttük elhelyezkedő kisebb településekre irányuló turizmust jelenti. (Michalkó és mtsai, 2016) Ebből következően szatellit városnak nevezem azokat a településeket, ahol szatellit turizmus valósul meg. Szintén fontos részét képezi a tanulmánynak a városi turizmus külső és belső tényezőinek elemzése, mivel a szatellit turizmus kiinduló pontja a térségben elhelyezkedő nagyváros. A saját eredmények bemutatását megelőzően a tanulmány érinti a statisztikai értelemben vett mérhetőség kérdéseit a turizmusban és szót ejt néhány modellről, amely a megkísérli a problémát megoldani.

Módszertan

A tanulmány tárgyának összetettsége több kutatómódszertan használatát követelte meg. Szekunder kutatásaim közé tartozott a kérdéskörhöz kapcsolódó szakirodalom feldolgozása, amelyek segítették a téma rendszerben való elhelyezését és a fogalmak strukturálását. A főbb kulcsszavak, kifejezések, amelyek mentén szakirodalmat kerestem, többek között az alábbiak voltak: *city tourism, urban tourism, unobserved tourism, unmeasured tourism, hidden tourism, unreported, tourism, visitor flow, tourist movement*. Továbbá, szekunder kutatásaim során nagyban támaszkodtam a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatbázisában fellelhető idegenforgalmi statisztikákra. Munkámat két nagy közlekedési vállalat, a Budapesti Közlekedési Központ (BKK) valamint a Volánbusz Zrt. is segítette belső statisztikáival. Előbbi a H5-ös HÉV (Budapest-Szentendre) járat 2014-ben eladott jegyeinek darabszámát foglalja magában, illetve ezek felbontását különböző díjszabási kategóriákra. Utóbbi vállalat a 869 sz. Budapest, Békásmegyér – Szentendre, Püspökmajori lakótelep vonal, 2014 évi, teljes árú menet-

jegy-eladási adatait, illetve a 872 sz. Budapest – Szentendre, Püspökmajori lakótelep vonal jegyeladási listáját tartalmazó táblázatot adta meg.

Primer kutatásaim első részét időben egymástól független, különböző kiadók útikönyveinek tartalomelemzése képezi. A kutatási anyag bázisát a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar Idegenforgalmi Szakkönyvtárában fellelhető útikönyvek adták. A tartalomelemzés célja, az európai nagyvárosok közelében lévő kirándulóhelyek tipizálása, amely egyben nemzetközi kitekintést is biztosít. Alátámasztja a kutatás témájának létjogosultságát, illetve segít közelebbről megismerni a szatellit város fogalmát. A primer kutatások második nagy része a kiskereskedelmi egységek vizsgálata Szentendre történelmi belvárosában, amely egy terepmunka eredményeként jött létre³. Ennek célja az volt, hogy megvizsgáljam a szolgáltatók mennyiben járulnak hozzá a kialakult helyzethez, és igyekeznek-e az általuk nyújtott lehetőségekkel meghosszabbítani a turisták ott tartózkodását. A 2015 nyarán történt terepfelmérést megelőzően egy szempontrendszer került kialakításra, amelyek alapján később kategóriákba soroltam a kiskereskedelmi egységeket. Ez a szempontrendszer egyaránt tartalmazott tartalmi és technikai szempontokat. A tartalmi szempontok arra vonatkoztak, hogy milyen elemeket fedezhetünk fel egy-egy üzlet, vendéglátóegység turisztikai kínálatában, mennyire autentikus, és mennyire illeszkedik a város arculatához. A technikai szempontok többek között azt fedik le, hogy milyen a szolgáltató egység nyitva tartásra, van-e szabadtéri rész és idegen nyelvű feliratozás. A szempontrendszer alapján négy kategória született, amelyek az alábbiak: tartalmilag jó–technikailag jó; tartalmilag jó, viszont technikailag rossz; tartalmilag rossz, de technikailag jó, és az utolsó kategória tartalmilag és technikailag is rossz. Ezt követően az eredmények egy tematikus térképen kerültek ábrázolásra, amelyen, a térképen látható formák a kiskereskedelmi egységek típusát hivatottak jelölni, a színek pedig a négy különböző kategóriát jelzik. A térképek történő ábrázolás mellett a terepi felmérés magába foglal egy szöveges értékelést, valamint elemzést a kiskereskedelmi egységekre vonatkozóan. A primer kutatások harmadik – és egyben utolsó – nagy részét a kérdőíves megkérdezések adják. Összesen kettőtípusú kérdőív készült: egy a Szentendrére turisztikai céllal látogatók részére, illetve egy a turisztikai kínálatot biztosító szolgáltatók részére. A kérdőívek kitöltése mind a fogyasztói, mind a szolgáltatói oldalon anonim volt. A látogatók megkérdezése Szentendre Önkormányzatának a segítségével valósult meg 2015 nyarán, főként a Dumtsa Jenő utcán sétálók körében. Ugyanezen időszakban történt a szolgáltatói oldal megkérdezése is, a Szentendre és Térsége TDM Nonprofit Kft segítségével. A többretű kérdőíves kutatás célja egyrészt a Szentendrére látogatók turisztikai magatartásának vizsgálata volt: honnan érkeztek a városba, mennyi időt szeretnének ott eltölteni, és milyen attrakciókat szeretnének megtekinteni. Illetve az előzőekben felsoroltakon túl a kérdőív kitért az elkölteni kívánt pénz mennyiségére, és az alkalmazott közlekedési eszköz típusára is. Míg a látogatóknak szánt kérdőív főként az egyéni preferenciákra és turisztikai viselkedésre koncentrált, addig a szolgáltatói megkérdezés fókuszában a vendégforgalomra és általános fejlesztési lehetőségekre vonatkozó kérdések álltak. A kétoldalú kérdőíves megkérdezés nem – egymással feltétel nélkül – összevethető kérdéseket tartalmazott, mivel ennek a célja inkább a téma sokrétű aspektusának bemutatása volt. Az kérdőívek elemzése az IBM SPSS Statistics 22 program verziójával történt, melyhez a díjmentes hozzáférhetőséget a Budapesti Corvinus Egyetem licensze biztosította.

Elméleti háttér

A szatellit szó egy adott bolygó körül keringő mesterséges égitest, azaz a műholdak másik elnevezése (Vágó, Seres–Hegedűs, 2011). Ez a kifejezés kiváló a jelenség demonstrálására, mivel a szatellit városok hasonló mintázatban helyezkednek el a közelükben lévő nagyváros kö-

³ A terepi felmérés Michalkó Gábor, valamint Balizs Dániel segítségével készült.

rül, mint a műholdak a bolygók körül. A kiinduló modell szerint a szatellit turizmus főbb jellemzői közé tartozik, hogy a kirándulók (szatellit turisták) a térség középpontjában lévő nagyvárosból indulnak útnak a környékbeli és közeli kisebb településekre, és jellemzően 24 óránál kevesebbet töltenek itt. Ezután vagy visszatérnek a kiinduló állomásra, és az éjszakát a nagyvárosban töltik, vagy, ha csak átutazóban álltak meg, akkor az előzőektől eltérő, harmadik településen hajtják álomra a fejüket. A szatellit turizmus kialakulásának feltétele a megfelelő infrastruktúra megléte. A szatellit turizmusban résztvevők volumenét nehéz számszerűsíteni, motivációjukat feltárni és a szatellit városok turizmusát erős szezonális is jellemzi. A szatellit turizmus fogalma nem egyezik meg az árnyékszóna jelentéstartalmával, amely sokkal inkább egy, a viszonyokat kifejező hasonlat. Továbbá nem összekeverendő a láthatatlan turizmus fogalmával, amely a 24 óránál rövidebb, hivatalos statisztikai adatgyűjtés körén kívül eső utazásokat foglalja magában. (Michalkó–Rátz, 2013). Jelen kutatásban a szatellit turizmus a láthatatlan turizmus egy szegmensét kívánja reprezentálni.

A szatellit turizmus létrejöttének alapja a földrajzi közelségben elhelyezkedő nagyváros és annak turisztikai potenciálja. A fővárosok és főbb városok szerepe napjainkban jelentősen felértékelődött (Berger, 2012), amely leginkább a lerövidült utazási időtartamnak és célzott desztinációs marketingnek tudható be. A téma szempontjából kiemelkedően fontos, hogy a szatellit városok olyan nagyvárosok közvetlen közelében helyezkednek el, amelyek összetett és sokrétű turisztikai forrásokkal, fejlett infrastruktúrával és jelentős számú turisztikai vállalkozással bírnak (Cibinskiene–Snieskine, 2015).

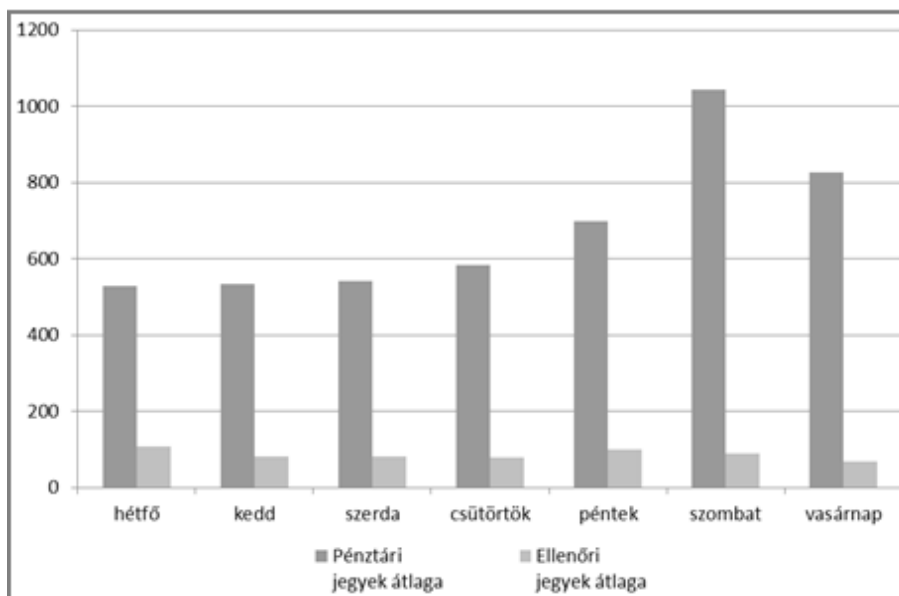
Jelen tanulmányban főként a földrajzi közelség és abból fakadó rövid utazási időtartam vezet el minket a statisztikai értelemben vett mérhetőség problémájához. A modell szerint a szatellit turisták egy napnál rövidebb látogatásokat tesznek, így nem vesznek igénybe kereskedelmi szálláshely szolgáltatást. Ezáltal a volumenük hiányzik a turisztikai ágazat fontosabb mutatószámaiból. A tudomány jelenlegi állása szerint nem létezik olyan egységes modell, amely mikroszinten minden típusú turistamozgásra alkalmazható lenne a turisták számának, turisztikai célú utazások számának pontos mérésére. Adatok sok esetben hiányosan vagy egyáltalán nem állnak rendelkezésünkre. (Wynen, 2013). A nemzetközi szakirodalom a jelenséget a *visitor flow* kifejezéssel illeti, amely jelen esetben a mérhetőség hiányára kíván reflektálni.

A korábbiakban említettek ellenére érdemes azonban két modellt megemlíteni, amely megkísérli számszerűsíteni a turisztikai jellegű utazásokat. Stefano De Cantis és társai a *trips/arrivals* modellt a desztinációban megtalálható szolgáltatók statisztikáira építi. Viszont szűkebb területi szinteken a statisztikák már kevésbé precízek, illetve a turisták motivációi is oly eltérőek és különbözőek, hogy nehéz elkülöníteni őket egymástól (De Cantis et al., 2015). Egy másik modell, az úgynevezett Tobit modell, az egynapos kirándulások behatárolását kísérli meg. E szerint több változó bevonásával lehet meghatározni, hogy egynapos kirándulás során milyen mértékű távolságra utazunk lakóhelyünkötől. Ilyen változók például: nem, kor, gyermekek száma, iskolázottság, időtényező, szezonális, vagyis időjárás tényezők. A távolság nagyban meghatározza a költséget, illetve a desztináció választást, ha az egynapos kirándulásokra gondolunk (Wynen, 2013). Utóbbi modell viszont számos egyéni tényezőtől függ, amely miatt szinte lehetetlen lenne egzakt módon használni.

Eredmények

Szekunder kutatásaim közül a KSH idegenforgalmi statisztikáinak, valamint a közlekedési vállalatok adatainak elemzése alátámasztotta feltevésemet, miszerint a településen nagy volumenű és koncentrált forgalom realizálódik, amely azonban nem társul kereskedelmi szálláshely forgalommal. A Budapesti Közlekedési Központ által kiadott 2014. évi H5 HÉV jegyeladási adatait tekintve elmondhatjuk, hogy összesen 279 000 db HÉV jegy került értékesítésre a vonalon Szentendre irányába, és az utasok száma 3 747 000 fő volt. Ez egy éves szinten

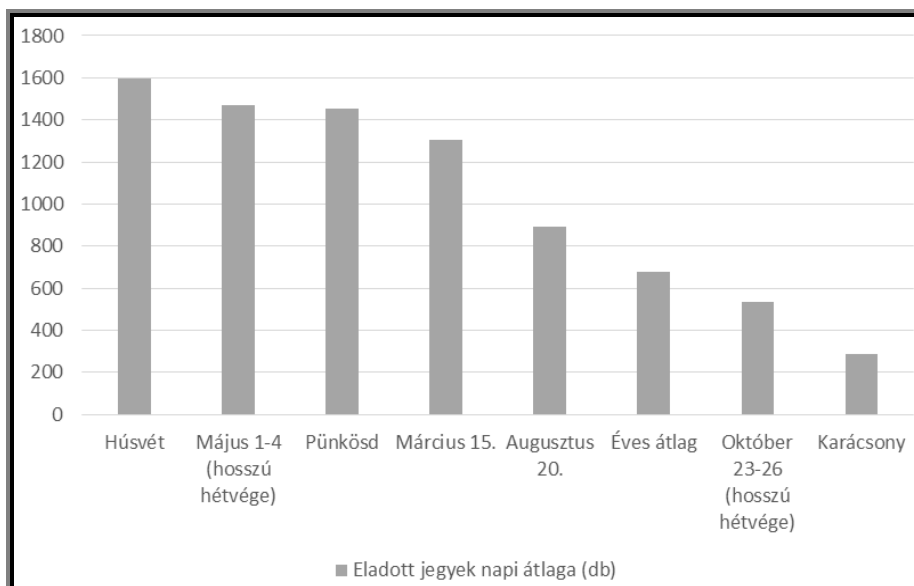
összesített szám, amelyből nem tudjuk kiszűrni, hogy hányan vásároltak jegyet turisztikai céllal. Ugyanakkor, valószínűsíthetjük, hogy az agglomerációba hazajárók többsége havi bérlettel rendelkezik. Továbbá, ha a jegyeladások napi szintű eloszlását tekintjük (1. ábra), akkor a hétvégi napokon jelentősebb forgalmat tapasztalhatunk, amelynek többsége turisztikai látogatást fedhet, hiszen hétvégén kevesebb a munkából hazatérők aránya.



1. ábra: Pénztári rendszerben vagy ellenőrök által eladott HÉV-jegyek a Budapest-Szentendre vonalon, Szentendre irányában (napi átlag, 2014)

Készítette: Balázs Dániel, Forrás: BKK

Szintén a problémafelvetést támasztja alá, hogy az állami és egyházi ünnepek, valamint a hosszú hétvégék majdnem mindegyikénél magasabb volt a forgalom az éves átlagnál 2014-ben. Ezt a 2. ábra reprezentálja.



2. ábra: Pénztári rendszerben vagy automatákban eladott HÉV-jegyek a Budapest–Szentendre vonalon, Szentendre irányában (egyházi és állami ünnepek, illetve hosszú hétvégék, 2014)

Készítette: Balázs Dániel, Forrás: BKK

Ha mindezt összevetjük a Volánbusz Zrt. által megadott adatokkal, éppen az ellenkezőjét tapasztalhatjuk. Sokkal magasabb a hétköznapi forgalom aránya a hétvégeihez képest, és a kiemelt ünnepek alkalmával is elenyésző jegyeladás történt. Ezekből az adatokból arra következtethetünk, hogy a Szentendrére látogatók többsége hévvel utazik a városba, ha közösségi közlekedést vesz igénybe.

Az idegenforgalmi statisztikákat vizsgálva ugyanebben az évben 10 513 fő összesen 20 742 vendégéjszakát töltött el kereskedelmi szálláshelyeken, Szentendrén. Ez 14,9%-os kapacitáskihasználtságot eredményezett. Már önmagában a HÉV-et használók számával összevetve hatalmas differencia mutatkozik a számokban, amely Szentendre egynapos kirándulási hely arculatára enged következtetni.

Az útikönyvek tartalomelemzése során két tényezőt vettem figyelembe: az egyik a fővárostól számított távolság, a másik pedig a hely arculata volt. A releváns távolság a szakirodalom feldolgozása kapcsán a lélektani határt jelentő maximum 100 km a fővárostól számítva. A tartalomelemzés eredményeit táblázatba rendeztem, aszerint, hogy a szatellit város mely típusú városok közé sorolható: fürdőváros, kastély város, autentikus hangulatú kisváros vagy történelmi város. A kategóriákba történő besorolás részben idegenforgalmi tudásomon, részben szubjektív tapasztalataim alapján történt. A 1. táblázat eredményeim egy szűkített verzióját mutatja. Fontos megjegyezni, hogy jelen táblázat csupán nemzetközi kitekintést biztosít, és a téma könnyebb megértését szolgálja.

1. táblázat: Szatellit városok a nemzetközi turizmusban

Ország	Főváros	Szatellit város		
		Kastély/vár város	Autentikus hangulatú város	Történelmi város
Egyesült Királyság	London	Windsor	Brighton	-
Franciaország	Párizs	Versailles	Auvers-sur-Oise	-
Magyarország	Budapest	Gödöllő	Szentendre	-
Olaszország	Róma	-	Ostia Antica	Tivoli
Portugália	Lisszabon	Palacio de Pena	Sintra	Palacio de Pena
Spanyolország	Madrid	Aranjuez	Toledo	El Escorial
Svédország	Stockholm	Uppsala	Vaxholm	Drottingholm

(Az ábra egy szűkített táblázatot tartalmaz. A teljes táblázat a TDK dolgozatban, Ilyés, 2015 megtekinthető)
Forrás: Saját szerkesztés, 2016

A kiskereskedelmi egységek és szolgáltatók felmérésében a Szabadtéri Néprajzi Múzeum nem szerepelt. A Skanzen elszeparálódva, egy teljesen más típusú attrakcióként működik, és a vizsgálatba történő bevonása torzította volna az eredményeket. A terepmunka keretében Szentendre történelmi belvárosának szolgáltatói kerültek tipizálásra. A felmért terület meghatározása megfigyelések útján történt, aszerint, hogy az odalátogatók mely területet járják be kirándulásuk során. A felmérés nyomán beigazolódtak korábbi feltételezéseim, miszerint jelen van a városban egyfajta koncepció, amelyet úgy nevezek „Átrohanni Szentendrén”. Ezt alátámasztandó a 3. ábra térképén jól látszódik, hogy a szolgáltatók egy tengely mentén csoportosulnak, amely egyrészt a HÉV megállótól a városba bevezető Kossuth Lajos utca, majd folytatólagosan a Dumtsa Jenő sétálóutca. A főtéren áthaladva a tengely a Bogdányi úton ér véget. Ennek oka valószínű abban is keresendő, hogy a legtöbb látnivaló, múzeum is ezen a tengelyen található, így a szolgáltatók is igyekeznek arra a területre húzódni, amely egy félnapos, egynapos kirándulás során könnyen bejárható gyalogosan.



3. ábra: A szolgáltató egységek komplex típusai Szentendre belvárosában
 (1. típus: tartalmilag és technikailag is jó; 2. típus: tartalmilag jó, technikailag rossz; 3. típus: tartalmilag rossz, technikailag jó; 4. típus: tartalmilag és technikailag is rossz)
 Forrás: saját felmérés

A csoportos utak kereteiben érkező kirándulóknak sincs lehetősége nagyobb területet bejárni, hiszen az utazási irodák eleve fél, maximum egynapos látogatást szerveznek Szentendrére. A közelben telepített parkolók helyzetei is ezt az igényt igyekeznek kiszolgálni: a látogatók kiszállnak az egyik parkolóban a buszból, eltöltik a városnézésre szabott idejüket, majd a következő parkolóban már várja őket a jármű, amelybe visszaszállva folytatják tovább útjukat. Ha a HÉV megállótól, déli irányból tekintünk végig ezen a tengelyen jól megfigyelhető, hogy az első típusú (piros színnel jelölt, tartalmilag és technikailag is jónak minősített) szolgáltatói egységeket előrehaladva Bogdányi út magasságában felváltják a négyes típusú (kék színnel jelölt, tartalmilag és technikailag is rossznak minősített) szolgáltatói egységek. Szintén megállapítható, hogy a múzeumok és egy-két művészeti galéria kivételével kevés olyan turisztikai szolgáltató van jelen a területen, amely elmélyülést, hosszabb időtöltést igényel. Ezek főként azok az árusok, amelyek a tömegturizmust hivatottak kiszolgálni, és a minőségi igény kielégítése helyett a mennyiséget helyezik előtérbe. Megfigyelések alapján az igazán nagy forgalmat elkönnyvelő – leginkább szuvenir – árusok jó indulattal sem nevezhetőek autentikusnak. A Kínából és Törökországból importált portékájukban fellelhető minden, ami „magyar” a kalocsai paprikától megkezdve a tokaji borokig, erősen mellőzve a helyi kézműves termékeket. Elenyésző számban vannak azok a szolgáltatói egységek (például Kékfestő Műhelyek), amelyek ízléses módon helyezik előtérbe a hagyományokat. Végezetül megállapítható, hogy bár az építészeti arculat kifejezetten egységes a vizsgált területen, a szolgáltatók kirívó változatossága diszharmoniót kelthet a látogatókban. Így történhet meg, hogy egy szépen felújított, régi állapotokat őrző épületben Mickey gyorsétterme működik.

A látogatóknak szánt kérdőívet 300 fő töltötte ki, akiknek csupán 1/3 része volt magyar nemzetiségű. A kirándulók kérdőívben szereplő kérdésekre adott válaszai jól tükrözik Szentendre egynapos kirándulóhely jellegét, és hogy erős kapcsolat figyelhető meg Budapest keresletével. A kérdőívet kitöltők 83%-a egy napra érkezett Szentendrére. A válaszadók két nagy csoportját az átutazók (149 fő) és környéken kirándulók (124) adták. A környéken kirándulók jelentős többsége, 2/3-a Budapesten tett látogatásához kapcsolódóan ment el Szentendrére. A kérdőívet kitöltők városlátogatási célja többségében múzeum, templomlátogatáshoz kötődött (56,1%), de nagy számban fordultak elő olyanok is, akik cél nélküli sétálgatást terveztek Szentendrén (41,9%). A látogatók 31%-a 10 000 forintnál is magasabb összeget jelölt meg költségnek, 23%-uk pedig 5 000 és 10 000 forint között hagyott a városban. A közlekedési eszközt tekintve a kérdőívet kitöltők 40,9%-a HÉV-vel, és 29,7%-uk saját gépjárművel érkezett a városba. Őket követték azok a látogatók, akik hajóval (7,6%), illetve VOLÁN buszjárárral utaztak Szentendrére (5,3%).

Bár a szolgáltatói egységeknek szánt kérdőív igen kevés azonosításra alkalmas adatot tartalmazott, mégis alig 81 egység töltötte ki, így ez nem reprezentatív, csupán kényelmi mintának tekinthető. A kitöltők többségében vendéglátó ipari szereplők voltak (44%), 30%-uk kiskereskedelmi egység és 25%-uk múzeum vagy kiállítás kategóriába sorolható. Érdekes, hogy a válaszadók nagy többsége 53,1%-uk mondja azt, hogy a helyi adók csökkentése erősen fejlesztené a turizmus Szentendrén, holott a rájuk a helyi adók közül csupán az iparüzési adó vonatkozik. A már korábban említett parkolási problémákkal a szolgáltatók is egyetértettek: a parkolási rendszerre vonatkozó kérdésre 73,3%-uk válaszolt, és a válaszadók 1/3 egyetértett azzal, hogy a parkolási rendszer átalakítása nagyon jelentősen fejlesztené a turizmust. A vendégek, vásárlók, látogatók megoszlására vonatkozó kérdésre sem válaszolt szívesen minden szolgáltatói egység, csupán 74 db a 81-ből. Az Ő válaszaikból az derült ki, hogy 44%-uk külföldről, a vendégek 29%-a Budapestről, és 27%-uk Magyarországról, de nem Budapestről érkezik hozzájuk. A szolgáltatók 82,5%-a egyetértett azzal az állítással, hogy Szentendrén többségében vannak az egynapos látogatók. A látogatók költségére vonatkozó kérdést a szolgáltatók alulbecsülték a kirándulókhöz képest. 49,4%-uk mondta azt, hogy a látogatók átlagosan 2 000 és 5 000 forint között költenek Szentendrén.

Következtetések

Jelen kutatás célja a szatellit város fogalmának, jellemzőinek megismertetése és a statisztikai értelemben vett mérhetetlenség problémáinak bemutatása a szatellit turizmusban egy esettanulmányon keresztül. Az árnyéktelepülések létezését nemzetközi példákon is tetten érhetjük, amelyeket táblázatba foglalva megállapíthatjuk, hogy ezek a települések jellemzően egyveretű arculattal rendelkeznek, és erre építik a desztinációmenedzsmentet szemben a közeli nagyváros komplex turisztikai kínálatával. A kutatás nyomán szintén elmondható, hogy a szatellit városok túlnyomó többségben egynapos kirándulások színterei, és Szentendre esetében erős kapcsolat figyelhető meg Budapest keresletével. Azonban a turisztikai döntéshozók megfelelő támogatásához nem elég az árnyékszónában zajló turizmus felismerése: fontos lenne a szatellit turizmusban résztvevők pontos számának megismerése is. Mivel azonban az egynapos látogatók nem vesznek igénybe kereskedelmi szálláshely szolgáltatást, eltűnnek az árnyékszónában az ernyő alatt, más adatokhoz kell folyamodni. A közlekedési vállalatok, parkoló automaták statisztikái, a múzeumok látogatottságai, a szolgáltatók által bevallott adatok mentén mérési pontokat lehet felállítani, amelyek segítségünkre lehetnek a látogatók körülbelüli számának meghatározásában. Jelen kutatás esetében, ha tekintjük a nem reprezentatív látogatói kérdőív eredményét, mely szerint a kirándulók 83%-a csupán egy napra érkezik, ezt pedig összevetjük azzal, hogy a vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken 2015-ben 12 496 volt, ami a kérdőív alapján az összes látogató körülbelül 17%-a, akkor a „láthatatlan turisták” vagyis egy napos látogatók számát durván 100 000 főre becsülhetjük. Ezt a számot azonban még jelentősen növelheti a Skanzenbe látogatók száma is. Azonban minden mérési pontnál számolni kell a hibalehetőségekkel: a közlekedési eszközök és parkolók esetében nem tudjuk meghatározni, hogy pontosan mely utazó milyen szándékkal használta azt: látogatóként vagy agglomerációban élő lakosként. Egy múzeumot lehet, hogy egy ember többször is meglátogat egy évben, a szolgáltatók nem biztos, hogy minden jövedelmet bevallanak hivatalos úton.

Az esettanulmány kapcsán fény derült a szatellit turizmusban rejlő számos ellentmondásra. A kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevők száma messze elmarad a látogatók számától, mivel a nagyvárosok, fővárosok közelsége azok komplex szálláskínálata, és a jó infrastruktúra megléte nem ösztönzi több napos maradásra a látogatókat. A szolgáltatói egységek vizsgálata során érdekes attitűd figyelhető meg: bár ők is érzékelik a problémát, inkább a kialakult helyzethez igazodnak, nem igyekeznek kínálatukkal és a minőséggel arra törekedni, hogy ezen változtassanak. Ez nem meglepő, hiszen itt egy erősen kiskereskedelem orientált szektor van, és nem céljuk a szálláshelyeket megtölteni, noha közvetve a szolgáltatói egységek is többet profitálnának, ha a látogatókból turisták válnának, és több napig tartózkodnának a városban.

A látogatók számának meghatározását követően nagy kihívás a szatellit városok számára, hogy hogyan tudnák őket hosszabb maradásra bírni. A szatellit városoknak a speciális helyzetükből fakadóan más típusú, egyedi élménnyel kell szolgálni, amely Szentendre esetében az autentikusságra való törekvés és milió. Ezek a faktorok azonban önmagukban nem bizonyulnak elegendőnek. A városban mindenképpen attrakciófejlesztésre lenne szükség, amely lehetőséget nyújtana több napos programcsomagok összeállítására és a tartózkodás meghosszabbítására. Megfelelő minőségű szálláshely bővítésével Szentendre viselhetné újra a Duna-kanyar kapuja címet, és innen indulhatnának a turisták csillagpontoszerűen felfedezni a környéket, így növekedhetne a vendégéjszakák száma. Ha ez megtörténne Szentendre a vallási turizmust is erősíthetné, mint a szerbek fontos vallási központja. Felmerülhet kérdésként, hogy mi szükség a szálláshelyek bővítésére, ha a jelenleg meglévők is vendégnépszerűséggel küzdenek. A kulcsszó a minőségi szálláshely, amely extraszolgáltatásokkal is együtt jár, és egyben hosszabb tartózkodást is eredményez (például fitness-wellness).

Aktualitás, hogy a MAHART 2017 áprilisától menetrendszerinti sétahajójáratot indít Szentendrére, amely délelőtt odaszállítja az utasokat, délután pedig vissza Budapestre. Félő,

hogy ez is a város egynapos kirándulólhely jellegét fogja erősíteni, és a turisták számának növekedését fogja eredményezni, ahelyett, hogy az odalátogató turisták ott tartózkodását hosszabbítanák meg. Az újrapozicionálás feladatköreit úgy kellene megvalósítani, hogy a mennyiségi helyett a minőségi turizmust helyezték előtérbe, csökkentve ezzel a tömegturizmus területre mért terheléseit.

Köszönetnyilvánítás

Ezúton szeretnék köszönetet mondani konzulensemnek, dr. Michalkó Gábornak, hogy felkeltette a téma iránti érdeklődésemet és hasznos tanácsaival mindvégig türelmes mentorként segítette a munkámat. Továbbá szeretnék köszönetet mondani Balizs Dánielnek, aki szintén értékes észrevételeivel támogatta a dolgozat létrejöttét.

Irodalomjegyzék

- Berger, R. (2012): *European Capital City Tourism Report – Analysis and Findings*. Roland Berger Strategy Consultants, Bécs.
- Cibinskiene, A. – Snieskiene, G. (2015): *Evaluation of city tourism competitiveness*. *PROCEDIA – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 213., pp. 105–110., DOI: [10.1016/j.sbspro.2015.11.411](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.411)
- De Cantis, S. – Parroco, A. M. – Ferrante, M. – Vaccina, F. (2015): *Unobserved Tourism*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 50., pp. 1–18., DOI: [10.1016/j.annals.2014.10.002](https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.10.002)
- Michalkó G. – Kádár B. – Gede M. – Balizs D. – Kondor A. – Ilyés N. (2016): *A budapesti agglomeráció szatellitturizmusának környezeti hatásai*. In: Sikos T. T. – Tiner T. (szerk., 2016): *Tájak, régiók, települések térben és időben: tanulmánykötet Beluszky Pál 80. születésnapjára*. Budapest: Dialóg Campus Kiadó, pp. 241–257.
- Michalkó G. – Rátz T. (2013): *Rejtett dimenziók a Kárpát-medence turizmusában*. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.): *Kárpát-medence: természet, társadalom, gazdaság*. Bocskai István Gimnázium Nyíregyházi Főiskola Turizmus és Földrajztudományi Intézete, Nyíregyháza; Szerencs, pp. 463–476.
- Vágó J. – Seres A. – Hegedüs A. (2011): *Alkalmazott Térinformatika*. Miskolci Egyetem Földtudományi Kar, Digitális Tankönyvtár (letöltve: 2016.02.13)
http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0033_SCORM_MFGGT218/sco_02_04.htm
- Wynen, J. (2013): Explaining travel distance during same-day visits. *Tourism Management*, Vol. 36., pp. 133–140., DOI: [10.1016/j.tourman.2012.11.007](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.007)