

**MISKOLCI EGYETEM**  
**GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**  
**„VÁLLALKOZÁSELMÉLET ÉS GYAKORLAT”**  
**Doktori Iskolája**

**Tózsér Anett**

**Versenyképes turisztikai desztináció:  
új turisztikai versenyképességi modell kialakítása**  
PhD. értekezés tézisei

Miskolc, 2010.

**MISKOLCI EGYETEM  
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

**Tózsér Anett**

**Versenyképes turisztikai desztináció:  
új turisztikai versenyképességi modell kialakítása**  
PhD. értekezés tézisei

**A DOKTORI ISKOLA NEVE: VÁLLALKOZÁSELMÉLET- ÉS  
GYAKORLAT DOKTORI ISKOLA**

**A DOKTORI ISKOLA VEZETŐJE: PROF. DR. SZINTAY ISTVÁN**  
egyetemi tanár  
a közgazdaságtudomány kandidátusa

**TUDOMÁNYOS VEZETŐ: DR. PISKÓTI ISTVÁN**  
egyetemi docens  
igazgató, Marketing Intézet

Miskolc,  
2010

# Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék .....	2
1. A témaválasztás háttere.....	3
2. A kutatás célja, felépítése és módszere.....	4
2.1. A kutatás célja.....	4
2.2. A kutatás felépítése .....	4
2.3. A kutatás módszere .....	4
2.3.1. Hipotézisek .....	5
2.3.2. Alapfogalmak.....	6
2.3.3. A vizsgált összefüggések .....	7
2.3.4. A vizsgálati módszer.....	7
3. A kutatás új és újszerű megállapításai .....	11
3.1. A szakirodalmi kutatásokból származó új, újszerű konklúziók.....	11
3.2. Az új turisztikai versenyképességi modell.....	12
3.3. A Mátravidék turisztikai versenyképességi állapotával kapcsolatos főbb konklúziók.....	19
3.4. A matematikai-statisztikai elemzés összegzése .....	26
4. A kutatás eredményeinek felhasználási területei .....	27
5. A téziszűzetben hivatkozott irodalmak .....	28
6. A szerző témához kapcsolódó publikációi, munkái.....	29

# 1. A témaválasztás háttere

A turizmusban végbemenő globalizációs folyamatok, a turisztikai piac folyamatos és gyors ütemű változása, a turisztikai térségek intenzívebb versenye gyorsabb és rugalmasabb változásokat, reakciókat igényel a turizmus makro- és mikrokönyezete részéről. A turizmusnak az eddigi irányítási és működtetési folyamata ezért változtatásokat, megújítást sürget. *A turizmus irányításának és működtetésének eddigi struktúrája átértékelődik, helyét a turizmus korszerű irányítási és működtetési rendszere, a turisztikai desztináció menedzsment (továbbiakban: TDM) területi és szervezeti rendszer váltja fel.* A desztináció menedzsment rendszer kiépítésének célja a desztináció piaci versenyképességének növelése, a desztináció-márka felépítésével. A desztináció menedzsment a turizmus komplex és integrált tervezésének és működtetésének eddig követett gyakorlata azzal a különbséggel, hogy a turizmus rendszerének korszerűbb formában történő újragondolásában nagyobb szerep jut a „*területi koncentráció elvének*” – mint a területi versenyképesség egyik fontos eszközének –, és a tudatosabban és átgondoltabban működő területi *együttműködéseknek*. Másféle hangsúlyokat kap a *komplexitás* elve, amely egyrészt a turizmus más ágazatokkal való kapcsolódási lehetőségeinek hatékonyabb kihasználását jelenti, másrészt a turisztikai infrastruktúra fejlesztése mellett a turizmust támogató háttér-infrastruktúra intenzívebb fejlesztését feltételezi. A versenyképes fejlesztések alapelve továbbá a *fenntarthatóság és az innovatív szemlélet*.

Napjainkban a turisztikai desztinációk közötti verseny egyre intenzívebbé vált. Kérdés, hogy vajon a versengő üdülőterületek képesek-e felismerni és befolyásolni, menedzselni a versenyelőnyöket biztosító tényezőiket.

A téma aktualitását jelzi, hogy Magyarországon jelenleg zajlik egy egységesebb és az eddiginél korszerűbb turizmus irányítási rendszer kialakítása. A turisztikai desztináció menedzsment rendszer hazai kiépítése az alábbi tervezési és működtetési lépéseket teszi szükségessé:

- a desztinációk lehatárolási alapelveinek megteremtése;
- a területi szintek meghatározása;
- a desztinációk és a területi szintek kiépítése;
- a desztináció menedzsment szervezeti kereteinek és finanszírozási háttérének kialakítása;
- a desztináció menedzsment szervezetek feladatainak meghatározása;
- hatékony működési mechanizmus kialakítása;
- hatékony monitoring rendszer kialakítása.

A fenti lépések megvalósítása érdekében 2009-ben olyan pályázatok kiírására került sor, amely elsőként a helyi és térségi, majd a regionális turisztikai desztináció menedzsment szervezetek és rendszerek kiépítésére irányul. A témám tehát – amely a turisztikai desztináció menedzsment rendszerek versenyképességi állapotának vizsgálatára lesz alkalmas – időszerű.

## **2. A kutatás célja, felépítése és módszere**

### **2.1. A kutatás célja**

A munkám célja egy új turisztikai versenyképességi modell kialakítása: a modellt alkotó hatótényezők és az összefüggéseik feltárása. Az új modell az eddigi hazai és nemzetközi megközelítésekkel szemben összetettebb, többszintű összehasonlító vizsgálatokon alapul, amely ezáltal az eddigieknél mélyebb, integráltabb összefüggések kialakítására nyújt lehetőséget. A modell a desztináció versenyképességét a turista, a fogadó területen élő lakosság és a turisztikai szakemberek szemszögéből egyaránt vizsgálja. A modell célja a turizmust alkotó mindhárom szereplő érdekének vizsgálata. A célcsoportok érdekeinek kielégítése hozzájárul a hosszú távú, fenntartható turisztikai versenyképesség biztosításához. A modell feltárja a célcsoportok érdekeinek kielégítését segítő tényezőket, és a tényezők közötti összefüggéseket.

### **2.2. A kutatás felépítése**

A munkám első részében a turisztikai desztináció menedzsment rendszert a versenyképességgel való összefüggésében, arra való hatása szempontjából mutatom be. Ezt követően vizsgálom a hazai és a nemzetközi turisztikai versenyképességi kutatások eredményeit. Ennek célja elsősorban az, hogy feltárjam azokat a legfontosabb tényezőket, amelyek a turisztikai kutatók szerint a turizmus és a turisztikai desztinációk versenyképességét leginkább befolyásolják. A turisztikai versenyképesség kérdését a fenntartható turizmus és a gazdasági versenyképesség témakörébe ágyazom be, a velük való összefüggését is vizsgálom. A legfontosabb turisztikai versenyképességet meghatározó tényezők azonosítását és kategorizálását követően öt nemzetközi turisztikai versenyképességi modellt vizsgálok. A versenyképességi modellek felépítése, elemeinek és összefüggéseinek megismerése tovább finomítja az előző fejezetekben feltárt turisztikai versenyképességet befolyásoló tényezőket, azok alkalmazásának lehetőségét. A modellek értékelését követően felépítek egy új, sajátos, a hazai és a nemzetközi szakirodalomban eddig még nem tárgyalt turisztikai versenyképességet vizsgáló modellt. Ez a modell alkalmazható lesz a hazánkban kiépülő turisztikai desztinációk versenyképességi állapotának felmérésére, és a térségek versenyelőnyeit leginkább befolyásoló tényezők feltárására. A modell vizsgálatához a Mátravidéket választottam.

### **2.3. A kutatás módszere**

A desztinációk versenyképességét befolyásoló tényezők összefüggéseit a turista, a fogadó területen élő lakosság és a térségben tevékenykedő turisztikai szakemberek szemszögéből vizsgálom.

Vizsgálati területként a választásom azért esett a Mátravidékre, mert a hazánkban megjelenő TDM rendszer kiépítésének előzményeként térségi szervezet kialakítására a Mátravidék is benyújtott egy regisztrációs pályázatot. Ennek következtében a helyi TDM szervezetek kialakítását követően a későbbiekben ez a térség is tervezi a térségi TDM szervezet kialakítását. A Mátravidék jelenti a térségi TDM szervezet földrajzi kereteit, így a vizsgálataim a térség településein megjelenő turistákra, az itt élő lakosságra és az itt tevékenykedő turisztikai szakemberekre terjedtek ki.

A térség turisztikai versenyképességi állapotának vizsgálatát szükségszerűnek tartom. Egyrészt azért, hogy a jelenlegi versenyhelyzetét felmérje, másrészt, hogy

képes legyen azonosítani azokat a tényezőket, amelyek a versenyképességét leginkább befolyásolják. A térség turisztikai versenyképességi állapotának és a turisztikai versenyképességét leginkább befolyásoló tényezőinek feltárása a Mátravidék későbbi fejlesztési irányvonalait is befolyásolhatja. A modell más desztinációkra is alkalmazható lesz, ezúttal azonban a modell összefüggéseit a Mátravidék turisztikai versenyképességi állapotának értékelésével tárom fel.

### **2.3.1. Hipotézisek**

A hipotézisek megfogalmazása a szakirodalmi kutatás eredményei, a saját szakmai tapasztalataim és meghatározó hazai turisztikai kutatókkal (pl. Piskóti, I., Puczkó, L.) történő konzultációk alapján történt.

Feltételezéseim szerint egy desztináció hosszú távú versenyképessége a turista, a fogadó területen élő lakosság és a fogadó területen tevékenykedő turisztikai szakemberek szemszögéből egyaránt vizsgálendő.

#### *1. Turisták*

*1.1.* A turisták számára az utazás/üdülés során a legfontosabb tényezők: a megközelíthetőség (1), az ár-imázs (2), és a látnivalók köre és jellemzői (3). A Mátravidéken a turisták a legelégedettebbek az alábbi tényezőkkel: a megközelíthetőség (1), az ár-érték arány (2), a látnivalók köre és jellemzői (3).

*1.2.* A turisták számára az utazások/üdülések során a turisztikai háttér-infrastruktúra (pl. egészségügyi infrastruktúra, telekommunikáció, nyilvános illemhelyek megléte, közbiztonság stb.) kiépültsége kisebb mértékben fontos, mint a turisztikai infrastruktúra kiépültsége (pl. szálláshelyek köre, minősége, vendéglátóhelyek színvonala, szabadidő létesítmények köre). A Mátravidéken a turisták szintén elégedettebbek a turisztikai infrastruktúra tényezőivel, mint a turisztikai háttér-infrastruktúra tényezőivel.

#### *2. A fogadó területen élő lakosság*

*2.1.* A lakosság szerint a turizmus gazdasági hatásai nagyobb mértékben járulnak hozzá egy adott desztináción élők életfeltételeinek javításához, mint a társadalmi, kulturális és a fizikai hatások. A lakosság szerint a turizmus gazdasági hatásai a Mátravidéken is nagyobb mértékben javítják az emberek életfeltételeit, mint a turizmus társadalmi, kulturális és fizikai hatásai.

*2.2.* A vizsgált desztináción élők minél több ideje élnek az adott településen (a kötődés mértéke minél nagyobb), annál kevésbé elégedettek a turizmus életvitelükre gyakorolt hatásaival, ezáltal az adott települést kevésbé értékelik (élhetőnek és) versenyképesnek.

#### *3. Fogadó területen tevékenykedő turisztikai szakemberek*

*3.1.* A turisták az utazást/üdülést meghatározó tényezőket fontosabbnak tartják, mint a turisztikai szakemberek. A turisták a Mátravidéken az utazást/üdülést meghatározó tényezőket gyengébb eredményekkel minősítik, mint a turisztikai szakemberek.

3.2. A lakosság fontosabbnak ítéli meg az életminőségre gyakorolt turisztikai hatásokat, mint a turisztikai szakemberek. A lakosság a Mátravidéken az életminőségre gyakorolt pozitív turisztikai hatásokat nagyobb mértékben érzékeli, mint a turisztikai szakemberek.

A kutatás során elsőként meghatároztam a vizsgálathoz szükségszerű alapfogalmakat, a vizsgált összefüggéseket és a vizsgálati módszereket.

### 2.3.2. Alapfogalmak

A turisztikai versenyképességi modelleknek a szakirodalmi kutatásokban kétféle típusa fordul elő (Jancsik, A., 2009): vannak magyarázó modellek és a versenypozíció mérésére szolgáló modellek. A magyarázó modellek a turisztikai versenyképesség hatótényezőit, a mérésre szolgáló modellek pedig a turisztikai versenyképesség kimutatására képes tényezőket tárják fel. Az általam kialakított modell magyarázó modell, amelynek a célja elsősorban a turisztikai versenyképességet befolyásoló hatótényezők feltárása. Több turisztikai versenyképességgel kapcsolatos kutatásban is a turisztikai versenyképességet befolyásoló tényezők között keverednek a turisztikai hatótényezők és az indikátorok, azonban ezek a kutatások a tényezők között nem mutatnak ki összefüggéseket. Ennek az értekezésnek nem a hatótényezőket alkotó, illetve a turisztikai versenyképesség méréséhez, vagy kimutatásához szükséges tényezők (indikátorok) meghatározása a célja. Az értekezésnek továbbá nem a turisztikai versenyképességet befolyásoló rész-tényezők feltárása, hanem a turisztikai versenyképességet egészében befolyásoló hatótényezők feltárása a célja. A turisztikai versenyképesség mérése a későbbi munkáim tárgya lesz. Az előbbi gondolatokhoz kapcsolódik két fogalom, amelyet a következőképpen határoztam meg:

- *Turisztikai versenyképesség hatótényezői (faktorok)*. Ezek a tényezők befolyásolják a turisztikai versenyképességet, képesek a turisztikai versenyelőnyök növelésére. Az új modell kialakítása során ezeknek a tényezőknek a feltárására törekszem.
- *Turisztikai versenyképesség indikátorai*.
  - Egyrészt a hatótényezőket alkotó tényezők, elemek (pl. a „vonzerők” hatótényezőket alkothatják az alábbi indikátorok: a vonzerők köre, mint pl. a természeti, a kulturális vonzerők, a rendezvények stb.).
  - Másrészt azok a tényezők, amelyek nem feltétlenül gyakorolnak hatást a turisztikai versenyképességre, hanem a turisztikai versenyképesség kimutatására, vagy mérésére képesek (pl. vendégszám, vendégéjszaka szám stb.), azaz a turisztikai versenyképesség következményei és nem elsősorban befolyásolói (Jancsik, A., 2009).

A kérdőívek kérdései között elsősorban szubjektív turisztikai versenyképességi tényezők fordulnak elő.

- *Szubjektív turisztikai versenyképességi tényezők*. Ezek azok a faktorok (hatótényezők), amelyek a turisztikai versenyképességet befolyásolhatják. Ezeknek a tényezőknek egy része mérőszámokkal általában nem, vagy csak résztulajdonságaik tekintetében mérhető (pl. klíma, biztonságosság, turisztikai szálláshelyek köre stb.), és a jelentőségük a szubjektív megítélés függvénye. A másik csoportot alkotják a valóban („tisztán”) szubjektív turisztikai

versenyképességi tényezők. Ezek a tényezők nem mérhetők statisztikai mérőeszközökkel (pl. imázs, motiváció stb.).

- *Objektív turisztikai versenyképességi tényezők.* Ezek a tényezők kizárólag statisztikai mérőszámokkal mérhetők (pl. vendégszám, vendégéjszaka szám). Indikátoroknak is nevezhetők, mert elsősorban a turisztikai versenyképesség mérésére, vagy kimutatására képesek. Ennek az értekezésnek nem célja a kizárólag objektív turisztikai versenyképességi tényezők vizsgálata, feltárása.

### **2.3.3. A vizsgált összefüggések**

Az értekezésben az alábbi összefüggéseket vizsgálom:

- egy desztináció és a vizsgált desztináció (Mátravidék) versenyképességét befolyásoló tényezők megítélése közötti összefüggéseket, és ezáltal a Mátravidék versenyképességének állapotát;
- a 3 célcsoport értékelése közötti összefüggéseket.

#### *1. Összefüggésrendszer*

- *Turista.* Szerinte az utazás/üdülés során meghatározó tényezők fontosságának értékelése és megítélése a Mátravidéken. A tényezők közötti összefüggések feltárása.
- *Lakosság.* Szerinte az életminőségre gyakorolt pozitív turisztikai hatások fontosságának megítélése és értékelése a Mátravidéken. A tényezők közötti összefüggések feltárása.
- *Turisztikai szakember.* Szerinte az utazás/üdülés során a turisztikai versenyképességet befolyásoló tényezők fontosságának értékelése és megítélése a Mátravidéken. A tényezők közötti összefüggések feltárása.

- 2. *Összefüggésrendszer.* A fenti szempontok három célcsoport közötti összefüggéseinek vizsgálata. Ez az összefüggésrendszer abban nyilvánul meg, hogy a szakmai kérdőívekben megjelennek a lakosságra és a turistára vonatkozó kérdéscsoportok is. Ez a módszer lehetőséget nyújt a turista, a lakosság és a szakemberek véleményének összehasonlítására, a három célcsoport közötti összefüggések feltárására.

### **2.3.4. A vizsgálati módszer**

Az új turisztikai versenyképességi modell összefüggéseinek vizsgálata *kvantitatív kutatással* történt. A kvantitatív módszer alkalmas statisztikák, elemzések készítésére, összehasonlító vizsgálatok elvégzésére, az eredmények összevetésére (Babbie, E., 2003).

Az adatgyűjtés módszere a *személyes kérdőíves megkérdezés* volt. Az új modell felépítése alapján a kérdőív kérdésköreivel többszintű összefüggés feltárására nyílik lehetőség. A kérdőíveket a három célcsoportra vonatkozóan egyaránt elkészítettem.

A turistákra vonatkozó kérdések száma 85 volt.

A lakosságra vonatkozó kérdések száma 57 volt.

A turisztikai szakemberekre vonatkozó kérdések száma 144 volt.

A kérdőívek kérdéseit egyaránt jellemezték a nyitott és a zárt kérdések. A megkérdezettek véleményét ezen kívül egy *5 pontos Likert-skálával* vizsgáltam. A skála lehetőséget biztosít az összehasonlító vizsgálatok elvégzésére (Babbie, E., 2003).



### A kérdőívek matematikai-statisztikai elemzésének módszertana

A turisták, a turisztikai szakemberek és a lakosság által kitöltött kérdőívek matematikai-statisztikai elemzésénél két-két kérdést vizsgáltam:

- milyen versenytényezőknél van egymást erősítő véleménykülönbség az utazás/üdülés során elvárt és ugyanezen tényezőknek a Mátravidéken történő megítélése között.
- milyen a kérdések rangsorának egyezősége az utazás/üdülés során elvárt és ugyanezen tényezőknek a Mátravidéken történő megítélése vonatkozásában.

Az első kérdés eldöntéséhez az SPSS programcsomag *diszkriminancia-analízis*, a második kérdéshez a *konkordancia-elemzés módszereit* alkalmaztam.

Mindhárom kérdőívnel az elvárt és a Mátravidéken megítelt tényezők között kerestem azokat, amelyek az elvárt és a Mátravidéken megítelt tényezőkört elkülönítő függő csoportváltozót egy többváltozós diszkriminancia függvényvel magyarázzák. A módszer analóg a többváltozós regresszióanalízissel, azzal a különbséggel, hogy a függő változó most egy dichotóm csoportokat jelölő változó.

A klaszteranalízis és a diszkriminancia-analízis között két fontos különbség van, amely egyben a diszkriminancia-analízis választását is indokolta:

- a diszkriminancia-analízis a „tanulás tanítóval” osztályozási módszercsoportba sorolható, vagyis előre megadott csoportokhoz keressük az osztályozás helyességét legjobban támogató változókat.
- az osztályozásba bevont változók statisztikai ellenőrzése, megbízhatósága a diszkriminancia-elemzésnél követhető.

*A diszkriminancia-elemzés.* A statisztikai feldolgozás egyik fő célja a kérdőíveket kitöltő válaszadók véleménykülönbségének vizsgálata az utazás/üdülés során általában elvárt és a Mátravidéken megítelt tényezőkkel kapcsolatban. Azaz, hogy a véleménykülönbségeket az adott statisztikai megbízhatósági szinten milyen tényezők, változók fejezik ki legmarkánsabban. A csoportképző változó minden esetben az elvárt tényezőcsoportot és a helyi tényezőcsoportot jelöli. Az alkalmazott módszer értelmezése analóg a többváltozós regresszió elemzéssel, ahol a számított függő változó a diszkriminancia változó. Ezzel a módszerrel azokat a változókat kerestem, amelyek az eredeti csoportképző változó és a számított csoportképző változó (diszkriminancia változó) legnagyobb korrelációját, determinációját adják (Marija, J.N., 1993; Székelyi, M. – Barna, I., 2004). A leírt feladatot az SPSS szoftvercsomag diszkriminancia elemzésének „stepwise” és „enter” módszerével oldottam meg. Az itt elnevezett paramétereket értelmezem, ismertetem. A módszer alkalmazásának, az osztályozásnak az eredményét a kanonikus korrelációs-együttható, a sajátérték, a Wilks’ lamda értékei bizonyítják (Székelyi, M. – Barna, I., 2004).

*A konkordancia-elemzés.* A konkordancia-elemzés alkalmazását a kérdőívek feldolgozásának egyik fontos célja indokolja: a módszer alkalmas a vélemény rangsor azonosságának bizonyítására. Az azonosság a vélemények megerősítését, megalapozottságát biztosítja (Lukács, O., 1987). A konkordancia-elemzés lehetővé tette a kérdőívekben szereplő eltérő kérdések összehasonlítását és szignifikancia ellenőrzését.

### A mintavétel földrajzi területe

A mintavétel földrajzi területe a Mátravidék volt. A vizsgálat a térség összesen 45 településéből 9 településre terjedt ki, amelyek az alábbiak:

- Gyöngyös (Gyöngyös, Sástó, Mátrafüred, Mátraháza)
- Bátonyterenye (Nagybátony, Maconka, Kisterenye)
- Pásztó (Pásztó, Hasznos, Mátrakeresztes)
- Szuha, Mátraterenye
- Kisnána, Domoszló, Markaz, Nagyréde

### A vizsgált minta nagysága

A tervezett minta nagysága 500 db kérdőív volt. A turisztikai versenyképesség vizsgálatában a turista szempontjai a legfontosabbak, mert a turisztikai versenyképesség alapja a vendégforgalom növekedése. Ezért a tervezett minta a turisták esetében a legnagyobb, a vizsgált lakosság és a turisztikai szakemberek számának háromszorosa. A minta összetétele az alábbi volt:

- turisták: 300 fő (10% külföldi, 90% belföldi)
- fogadó területen élő lakosság: 100 fő
- fogadó területen tevékenykedő turisztikai szakemberek: 100 fő

*A begyűjtött kérdőívek száma: 356 db volt, amely 71% visszaérkezési arányt jelent.*

A vizsgált minta összetétele az alábbi volt:

- turisták: 215 fő (71% visszaérkezési arány)
- fogadó területen élő lakosság: 87 fő (87%-os visszaérkezési arány)
- fogadó területen tevékenykedő turisztikai szakemberek: 54 fő (54%-os visszaérkezési arány)

A kérdőíves megkérdezések időintervalluma:

- turisztikai szakemberek: 2008.06.01-2008.08.30.
- fogadó területen élők: 2008.05.25-2008.08.30.
- turisták: 2008.06.01-2008.08.30.

A felmérés a vizsgált térségre nézve *reprezentatívnak tekinthető*, mert a vizsgálat céljához gyűjtött mutatóknál a kérdéseimre statisztikailag szignifikáns eredményeket kaptam.

### A mintavételi eljárás folyamata

A kérdőívek kitöltése során személyesen kerestem fel:

- *öt település* (Bátonyterenye, Pásztó, Domoszló, Kisnána, Markaz) *polgármestereit, illetve alpolgármestereit*. Segítségükkel lehetővé vált az adott települések és településrészek lakossága, civil szervezetei, főbb attrakcióinak tulajdonosai, kereskedelmi- és magán szálláshely tulajdonosai véleményének felmérése. Lehetővé vált továbbá a települések turisztikai szolgáltatóinál a turisták megkérdezése.
- *a települések főbb kereskedelmi szálláshelyeinek tulajdonosait* (Hotel Ózon – Mátraháza; Avar Hotel – Mátrafüred; Hungest Hotel Galya – Galyatető, Vincellér Panzió – Gyöngyös, Kemping – Sástó). A szálláshelyek tulajdonosainak segítségével lehetővé vált a turisták és a turisztikai szakemberek megkérdezése.

- *a térség egyes attrakcióinak tulajdonosait és üzemeltetőit* (Kisnánai Vár, Pásztói Múzeum). A fenti attrakciók tulajdonosai és vezetői segítséget nyújtottak a turisták és a turisztikai szakemberek megkérdezésében.
- *a tourinform irodát* (Tourinform Gyöngyös). A munkatársak segítséget nyújtottak a turisták és a turisztikai szakemberek megkérdezésében.
- *a turisztikai bizottságot* (Gyöngyös Város Turisztikai Bizottsága). A bizottság részéről nem érkezett vissza kérdőív.
- *a Károly Róbert Főiskolát*. A térség egyik jelentős foglalkoztatója. A munkatársak lakóhelye érinti Gyöngyöst és a várost övező települések nagy részét. A főiskola munkatársai között végzett kérdőíves felmérés során Gyöngyös és a térsége lakosságának véleményét vizsgáltam.

*A turisták, a turisztikai szakemberek* megkérdezése személyesen, és az attrakció tulajdonosainak, a kereskedelmi szálláshely tulajdonosok, a települések polgármestereinek, vagy alpolgármestereinek közreműködésével és segítségével történt a települések kereskedelmi- és magánszálláshelyein, valamint attrakcióin. A településeken a kérdőívek elosztása a turistaforgalom és a turisztikai szervezetek arányának megfelelően történt. A kérdőíveket személyes megkeresés alapján gyűjtöttem be a turisztikai szolgáltatóktól és szervezetektől. A turisták és a turisztikai szakemberek kérdőívei a térség 12 szervezetétől érkeztek vissza.

*A turisztikai szakemberek* megkérdezése az alábbi területeket képviselő szakemberekre terjedt ki:

- turisztikai közigazgatás: polgármesterek, vagy alpolgármesterek, a polgármesteri hivatalok turisztikai bizottságai, illetve turisztikai referensei
- turisztikai attrakciók tulajdonosai, üzemeltetői
- tourinform irodák munkatársai
- kereskedelmi szálláshelyek tulajdonosai és munkatársai
- magánszálláshelyek tulajdonosai
- turizmusban érintett civil szervezetek munkatársai
- oktatási intézmények munkatársai
- idegenvezetők

*A lakosság* megkérdezése személyesen, és a települések polgármestereinek, vagy alpolgármestereinek közreműködésével és segítségével történt. A településeken a kérdőívek elosztása a népességszám figyelembe vételével történt. A kérdőíveket személyes megkeresés alapján gyűjtöttem be a településekről és az érintett szervezettől. A lakosság kérdőívei a térség 6 szervezetétől érkeztek vissza.

### 3. A kutatás új és újszerű megállapításai

#### 3.1. A szakirodalmi kutatásokból származó új, újszerű konklúziók

A szakirodalmi kutatások alapján a fenntartható és a versenyképes turizmus összefüggésével kapcsolatban a következő megállapításokat teszem.

*Ahhoz, hogy a TDM rendszer a turizmus nemzetközi piacán hosszú távon is sikeres legyen, a fenntarthatóság elveinek megfelelően szükséges tevékenykednie.* A TDM rendszer akkor fenntartható és versenyképes, ha a rendszert alkotó valamennyi szereplő érdekeinek kompromisszumára törekszik. A TDM rendszer célja a turista számára élmény, a helyi szereplők számára gazdasági, társadalmi, környezeti előnyök nyújtása, ezáltal az életfeltételeik javítása. A fenntartható és versenyképes tevékenység feltételezi a térség szereplőinek szoros partnerségi kapcsolatát, és a szakmai és pénzügyi-gazdasági szempontból is fenntartható turisztikai tevékenységet. A TDM rendszernek biztosítania kell valamennyi érintett szereplő bevonását a tervezési és a fejlesztési folyamatokba. Ezen kívül tudatos tervezési és fejlesztési tevékenységet kell ellátnia, amely magába foglalja az ún. „kettős integráció” elvét. Ez egyrészt a turizmusnak a tágabb gazdasági, társadalmi és természeti környezetbe való integrálását, másrészt a turizmus alszektorai (pl. vonzerők, szállás- és vendéglátóhely, közlekedés stb.) tervezésének egymással való összehangolását jelenti (Lengyel, M., 1997, 2004).

A makro-, mikro- és mezoszintű felfogások szerint a gazdasági versenyképesség összességében a piaci versenyben való piacszerzés és helytállás képességét jelenti. A versenyképesség célja a gazdasági bevételek és a társadalom jólétének növelése. A turisztikai versenyképesség céljai mindhárom versenyképességi szint céljaihoz illeszthetők. Ezért *az új turisztikai versenyképességi modell kialakításánál olyan hatótényezők kidolgozása szükséges, amelyek mindhárom versenyképességi szint céljainak elérését elősegítik.*

A turisztikai versenyképességgel kapcsolatban számos kutatás létezik. A kutatások többsége viszonylag egyoldalúan, elsősorban a turista szemszögéből tárja fel a turisztikai versenyképességet meghatározó tényezőket. A turisztikai versenyképesség értelmezésében a legátfogóbb megközelítésmód az általam „*holisztikusnak*” keresztelt *irányzathoz* köthető. Ennek alapján *a turisztikai versenyképesség összefüggésben van a fenntartható turizmus elveivel.* Ez utóbbi megközelítések is csak az elvek szintjén vannak jelen pillanatban, hiszen a kutatók által alkotott modellek, vagy elméletek véleményem szerint nem tárták fel teljes mértékben a turizmus szereplőinek (turisták, turisztikai szakemberek, lakosság) érdekei és a turisztikai versenyelőnyök közötti kapcsolatokat.

A fenntartható turizmus keretbe foglalja a turisztikai versenyképességet. A fenntartható turisztikai fejlesztés három alappillére a környezet, a gazdaság, és a társadalom. A turizmus fejlesztése akkor fenntartható, ha egyik tényező érdeke sem kerül háttérbe a másik szereplő érdekeivel szemben, ha mindhárom szereplő érdekeinek kompromisszuma megvalósul. A fenntartható turisztikai tevékenység versenyképes, azonban a turisztikai versenyképesség nem feltétlenül fenntartható. A turisztikai versenyképesség ugyanis csak igen korlátozott mértékben veszi figyelembe a környezeti és a társadalmi fenntarthatóság szempontjait.

Ehhez a megállapításhoz kapcsolódik az 1. tézis.

#### **Tézis 1.**

**A fenntartható turizmus versenyképes, azonban a versenyképes turizmus nem biztos, hogy fenntartható. A turisztikai versenyképesség célja elsősorban a turisták igényeinek kielégítése és a turizmus gazdasági növekedése, azonban nem törekszik a lakosság életminőségének javítására és a természeti környezet védelmére. A turisztikai fenntarthatóság célja ugyanakkor a turisták igényeinek kielégítése, a turizmus gazdasági növekedése, a lakosság életminőségének javítása és a természeti környezet védelme.**

Összegezve az egyes turisztikai versenyképesség kutatások eredményeit, az állapítható meg, hogy *a turizmus rendszerét alkotó valamennyi tényező befolyásolhatja a turisztikai (desztináció) versenyképességet*. A kutatások szerint a turisztikai versenyképességet meghatározó tényezők az alábbiak:

- a desztinációt minősítő tényezők
- a turisztikai kereslet jellemzői
- a kínálat erőforrásai
- a turizmust támogató tényezők
- a menedzsment-tényezők
- a helyi társadalom összetétele
- a turizmus makrokörnyezete

### **3.2. Az új turisztikai versenyképességi modell**

Az új modell előzményeként öt nemzetközi turisztikai versenyképességi modellt értékeltem meghatározott szempontok alapján. A modellek vizsgálatából az alábbi következtetéseket vontam le.

- Bár két modell az alapelveiben hangsúlyozza a turisztikai versenyképesség és a fenntartható turizmus közötti összefüggést, a modellek tényezői között a lakosság érdekei és a turisztikai versenyképesség összefüggései csak nagyon korlátozottan, vagy egyáltalán nem jelennek meg.
- Csak két modell vette figyelembe, hogy a turisztikai versenyképesség kérdése a desztináció választásával kezdődik. Ezek szerint azoknak a tényezőknek a vizsgálata is lényeges, amelyek befolyásolják az utazási döntést.
- Egyik modell sem vette figyelembe, hogy a turista már a desztinációba történő utazás folyamatában is kapcsolatba kerül turisztikai szolgáltatásokkal, amelyek megítélése szintén befolyásolhatja az utazás egészének megítélését.

Az új modellemben a versenyképes és a fenntartható turizmus alapelvei közötti szoros összefüggést képviselem. Ennek alapján azt gondolom, hogy a desztinációk nemzetközi piacon való versenyének célja a nagyobb vendégszám elérése, végső célként a turizmus gazdasági és szakmai növekedése (turisztikai bevételek növekedése, vállalkozások nyereségességének biztosítása, a desztináció pozitív megítélése), és a lakosság életminőségének javítása. Egy térség tehát hosszú távon akkor versenyképes, ha a térség turisztikai bevételeinek növekedése mellett a lakosság életminősége is javul, és ezáltal a térség is fejlődik.

A turisztikai versenyképesség „holisztikus” értelmezése alapján az értekezésben meghatározott saját, a desztinációk versenyképességével összefüggő definícióm az alábbi megállapításokat tartalmazta.

*Egy desztináció akkor lehet versenyképes, ha az általa nyújtott tapasztalatok és élmények nagyobb megelégedést nyújtanak a turista számára, és hosszú távon a turizmusból származóan nagyobb előnyt nyújtanak a turisztikai szakemberek és a lakosság számára, mint nyújtana más desztináció, illetve fogadóterület. Ennek megfelelően a versenyképes desztináció feltételezi az alábbiakat:*

*A versenytársaknál magasabb színvonalon*

- a vendégek számára elégedettség biztosítását,*
- a turisztikai vállalkozások számára nyereség elérését, a térség turizmusának növekedését,*
- a fogadó területen élő lakosság életfeltételeinek javítását,*
- a természeti környezet védelmét.*

Ennek megfelelően a fenti modellektől eltérően az új modell tényezői és az összefüggései között is hangsúlyosabban megjelennek a lakosság érdekei. Ezen kívül az új modell tényezői között az eddigi modellek nagy részétől eltérően figyelembe veszem a turizmus rendszerét, az utazás/üdülés egész folyamatát meghatározó legfontosabb tényezőket.

Az új modell a fenntarthatóság elveit alapul véve, *a versenytársaktól magasabb színvonalon törekszik a turizmust alkotó mindhárom szereplő érdekének kompromisszumára.* A három célcsoport: a keresletet jelentő turista, a turistával kapcsolatba lépő lakosság, a turisztikai vállalkozások és a turizmushoz kapcsolódó területeken tevékenykedő szakemberek. A három célcsoport érdekének kielégítése biztosítja a turisztikai versenyképességet (Crouch, G.I. – Ritchie, J.R.B., 2000). A turista érdeke az utazással/üdüléssel kapcsolatos megelégedés. A turisztikai vállalkozások és a turizmushoz kapcsolódó területeken tevékenykedő szakemberek számára a legfőbb cél a turisztikai tevékenységek nyereségességének biztosítása, a térség pozitív megítélése, a turisztikai bevételek növekedése. A lakosság érdeke rövid és hosszú távon az életfeltételeinek javulása, az életminőségének növekedése.

(1) **Turista.** A turisztikai versenyképesség alapja a desztinációk választása, azaz, hogy utazásunk céljaként miért az egyik, vagy a másik desztinációt választjuk. Ezért vizsgálni szükséges azokat a tényezőket, amelyek a turista számára meghatározóak lehetnek a desztinációk választásában (Crouch, G.I. – Ritchie, J.R.B., 2000; Kim, C. – Dwyer, L., 2003). Ezen kívül a desztinációval kapcsolatos élmények, tapasztalatok, és az utazás előtti és az utazás során nyújtott szolgáltatások is befolyásolják a turista üdüléssel kapcsolatos tapasztalatát, és ezáltal az üdüléssel kapcsolatos megítélését (Neal, J. - Sirgy, J.M. - Uysal, M., 1999, 2004, 2007). Amennyiben összességében az utazás és az üdülés megítélése pozitív, abban az esetben a turista visszatérő turistává válhat, vagy ajánlhatja a desztinációt másoknak. A desztináció versenyképessége megnyilvánulhat az érkező és a visszatérő turisták számában is. *A turista esetében azt vizsgáltam, hogy melyek az utazást/üdülést meghatározó tényezők a turista szemszögéből. Ezeknek a tényezőknek a magas színvonalon történő biztosítása vélhetően hozzájárul a turista elégedettségének biztosításához, ezáltal a desztináció pozitív megítéléséhez, a versenyelőnyök eléréséhez. A fenti szempontok alapján a turistával kapcsolatban az alábbi tényezők megítélését vizsgáltam:*

- a desztinációt un. minősítő tényezők (ezek meghatározó szerepet töltenek be az utazási döntésben)*
- az utazás és üdülés előtt és során igénybe vett szolgáltatások*
- a desztináción való tartózkodás során igénybe vett szolgáltatások*

(2) **Turisztikai szakemberek.** A térségért tevékenykedő turisztikai szakemberek érdeke a turisztikai és a turizmushoz kapcsolódó vállalkozások nyereségességének biztosítása, a térség pozitív megítélésének biztosítása, a turisztikai bevételek növelése, összességében a térség fejlesztése.

A turizmus eredményességét jelzi, ha a térséget több turista, és több visszatérő turista látogatja. Ez többnyire akkor következik be, ha a turisták elégedettek voltak a térségben igénybe vett szolgáltatásokkal, és ha ezáltal lojálisak lesznek a térséghez, és szívesen térnek vissza (Yoon, Y. – Uysal, M., 2005). Ennek megfelelően a turisztikai szakemberek feladata a turisták igényeinek minél magasabb színvonalú kielégítése, és a versenytársaktól eltérőbb, az adott térségre jellemző szolgáltatások nyújtása.

Másrészt a turisztikai szakemberek érdeke, hogy a térség kínálata fejlődjön, és a térségben a turizmus pozitív hatásai érvényesüljenek, amelyek az ott élők és tevékenykedők életfeltételeire is pozitív hatást gyakorolnak. A turizmus egyaránt biztosíthat gazdasági, társadalmi, kulturális és fizikai előnyöket.

A turisztikai tevékenységeknek is kedvező táptalajt biztosíthatnak a turizmus pozitív gazdasági, társadalmi, kulturális és fizikai hatásai. A gazdasági hatások megnyilvánulhatnak többek között a munkahelyek és a vállalkozási lehetőségek megteremtésében, a jövedelmek növekedésében, a turisztikai infrastruktúra körének bővülésében stb. A társadalmi, kulturális és fizikai hatások közé tartozhatnak pl. az oktatási lehetőségek bővülése, az elfeledett szakmák újjáélesztése, a helyi szokások felértékelődése, a település arculatának fejlődése, az elhagyott épületek újrahasznosítása, a helyi építkezés megőrzése stb.

A turisztikai szakemberek esetében azt vizsgáltam, hogy melyek az üdülést/turizmust meghatározó tényezők a turisztikai vállalkozások és a turizmushoz kapcsolódó területeken tevékenykedő szakemberek szemszögéből. Arra voltam kíváncsi, hogy szerintük mely tényezők járulhatnak hozzá a turisztikai kereslet és a kínálat hatékonyabb összekapcsolásához: a turisztikai kereslet igényeinek teljesebb körű kielégítéséhez, a turisztikai kínálat magasabb minőségének növeléséhez, a turizmus teljesítményének növekedéséhez, összességében a térség fejlődéséhez. A fenti szempontok alapján a turisztikai szakemberekkel kapcsolatban az alábbi tényezők megítélését vizsgáltam:

- az utazás/üdülés során meghatározó tényezőket
- a térségben élők életfeltételeit befolyásoló turisztikai hatásokat
- a desztinációk versenyképességét befolyásoló menedzsment-tényezőket
- a makrokörnyezet tényezőit

(3) **Lakosság.** A versenyképességi modellek nem vették figyelembe a desztinációk egyik fő jellemzőjét, hogy ti. a desztináció nem csak cél-, hanem fogadóterület is. A fogadóterületeken a lakosság is érzékeli a turisztikai fejlesztések hatásait. A turisztikai fejlesztések akkor igazán eredményesek, ha a lakosság egyetértésével történnek, illetve, ha a lakosság is részese a fejlesztéseknek (Williams, D.R. et al, 1995). Ezért a turisztikai versenyképesség vizsgálatánál kiemelt tényezőnek tekintem a lakosságra gyakorolt turisztikai hatások vizsgálatát is. A pozitív turisztikai hatások növelhetik a lakosság életminőségét (Puczko, L. – Rátz, T., 1998), a térséghez való kötődésének mértékét, a térség hosszú távú fenntartható fejlődését, ezáltal a turisztikai versenyképességét.

A lakosságra gyakorolt pozitív turisztikai hatások a térség hosszú távú fejlődését eredményezik. A turizmusnak a lakosságra gyakorolt pozitív gazdasági hatásai a fentiek szerint megnyilvánulhatnak pl. a munkahelyek, a vállalkozási lehetőségek,

az infrastruktúra körének bővülésében. A társadalmi hatások közé tartozhatnak a fentiekben részben ugyancsak hangsúlyozott eredmények, mint pl. az oktatási lehetőségek bővülése, a szabadidő eltöltési lehetőségek javulása, a népesség növekedése. A kulturális hatások között jelenhet meg a helyi kulturális értékek felértékelődése, a hagyományok újjáéledése. A fizikai hatások megnyilvánulhatnak többek között a természeti értékek védelmében, a helyi épületek állapotának megőrzésében stb.

Amennyiben a lakosság érzékeli a turizmusnak az életfeltételeire gyakorolt pozitív hatásait, vélhetően a térséghez való kötődése is erősödik (Williams, D.R. et al, 1995). A térséghez való kötődés mértékének növekedése hosszú távon versenyelőnyt jelenthet a térség számára, javíthatja a térség megtartó erejét. A lakosság esetében azokat a turisztikai tényezőket vizsgáltam, amelyek a *lakosságra pozitív hatásokat gyakorolhatnak*. A modell feltárja azokat a tényezőket, amelyek fontosak a lakosság számára a településén/térségében zajló turisztikai hatásokkal kapcsolatban. Elképzelhető, hogy azok a tényezők, amelyek egy területen a turista elégedettségét nagyobb mértékben biztosítanák, ott esetleg negatív hatást gyakorolnak a lakosság életminőségére, ezáltal a térség hosszú távú fejlődésére. Ebben az esetben a területi tervezőknek a turisztikai hatások mértékének alapos átgondolásával szükséges felülvizsgálni a további fejlesztéseket. A fenti szempontok alapján a lakossággal kapcsolatban az alábbi tényezők megítélését tartom meghatározónak:

- a turizmus gazdasági, társadalmi, kulturális és fizikai hatásai

Összességében a modell alkalmas lesz arra, hogy a jelenleg Magyarországon kialakuló desztináció menedzsment rendszerek turisztikai versenyképességének állapotát is vizsgálja mind a hazai, mind a nemzetközi desztinációkkal való összehasonlításban. A modell ugyanis mindhárom célcsoport szemszögéből vizsgálja az utazások/üdülések során meghatározó tényezőkkel kapcsolatos elvárásokat és a Mátravidéken ugyanazokkal a tényezőkkel kapcsolatos megítéléseket.

Az eddig alkalmazott modellek jelentős része a turisztikai versenyképességet alkotó elemeket ugyan számba veszi, azonban az elemek közötti kapcsolatokat már kevésbé. Az általam kialakított új modell többszintű összehasonlító vizsgálatokon alapul, amely ezáltal mélyebb, integráltabb összefüggések kialakítására nyújt lehetőséget.

A modell továbbá – az eddigi modellektől eltérően – figyelembe veszi az utazás/üdülés egész folyamatát meghatározó tényezőket.

#### A modell elemei

A szakirodalmi kutatások által meghatározott turisztikai versenyképességi tényezők és a vizsgált modellek eredményeitől eltérően az új turisztikai versenyképességi modell figyelembe veszi a turizmust alkotó valamennyi célcsoport érdekét. Az eddigi modellektől szintén eltérően figyelembe veszi az utazás/üdülés során meghatározó valamennyi tényezőt: így az utazás előtti és az utazás során nyújtott szolgáltatásokat is, amelyek az utazás egészének megítélését szintén befolyásolhatják. A faktorok között – hasonlóan a szakirodalmi kutatások által meghatározott turisztikai versenyképességi tényezőkhöz, de részben eltérően a vizsgált nemzetközi modellektől – a turisztikai infrastruktúra a kulcstényezők közé került. A többi tényező összetétele és a hangsúlya kis eltérésekkel azonos a



szakirodalmi kutatásokban és a vizsgált nemzetközi modellekben feltárt tényezőkkel.

1. táblázat

**Az új turisztikai versenyképesség modell faktorai**

Utazás előtt és során meghatározó tényezők	<ul style="list-style-type: none"> <li>– utazási döntés előtt nyújtott szolgáltatások</li> <li>– utazás során nyújtott szolgáltatások</li> </ul>
Desztináció választását meghatározó tényezők	<ul style="list-style-type: none"> <li>– imázs</li> <li>– megközelíthetőség</li> <li>– időjárás</li> <li>– biztonság</li> <li>– ár-érték arány</li> <li>– magas szintű szolgáltatások</li> <li>– élmény nyújtása</li> <li>– vendégszeretet</li> </ul>
Kulcstényezők	<ul style="list-style-type: none"> <li>– vonzerők</li> <li>– turisztikai infrastruktúra (szálláshelyek, vendéglátóhelyek, közlekedés, szabadidős tevékenységek)</li> </ul>
Támogató-tényezők	<ul style="list-style-type: none"> <li>– turisztikai alap-infrastruktúra</li> <li>– turisztikai háttér-infrastruktúra</li> </ul>
Menedzsment-tényezők	<ul style="list-style-type: none"> <li>– tervezés, fejlesztés, ellenőrzés</li> <li>– termékfejlesztés</li> <li>– vendégfogadási feltételek kialakítása</li> <li>– turisztikai információs rendszer</li> <li>– árpolitika</li> <li>– értékesítési csatornák kialakítása</li> <li>– marketing kommunikáció</li> <li>– turisztikai együttműködések</li> <li>– forrásgazdálkodás</li> </ul>
Turizmus hatása az életfeltételekre	<ul style="list-style-type: none"> <li>– a turizmusnak a lakosságra gyakorolt <ul style="list-style-type: none"> <li>• gazdasági</li> <li>• társadalmi</li> <li>• kulturális</li> <li>• fizikai hatásai</li> </ul> </li> </ul>
Makrokörnyezet tényezői	<ul style="list-style-type: none"> <li>– gazdasági</li> <li>– társadalmi</li> <li>– politikai</li> <li>– természeti</li> <li>– technológiai</li> <li>– kulturális tényezők</li> </ul>

Forrás: Saját kutatás (2009)

**A modell tényezőinek összefüggései**

Az új modell kialakításánál az alábbi főbb szempontokat vettem figyelembe.

- A turisztikai versenyképesség összefügg a fenntartható turizmus alapelveivel. A versenyképes turizmus akkor biztosítható, ha a turizmust alkotó valamennyi szereplő érdekének kompromisszumára törekszik (a fenntartható turizmus fogalmát kiegészítve azzal, hogy a versenytársaktól jobb színvonalon). Az új modell a korábbi modellektől hangsúlyosabban veszi figyelembe az alábbiakat.
  - A turista szemszögéből nem csak a desztináción gyűjtött tapasztalat, hanem az adott desztináció melletti döntés is összefügg a turisztikai versenyképességgel. Ezen kívül az utazás előtt és során kapott szolgáltatások megítélése is befolyásolja az egész utazás megítélését,

ezáltal a versenyképességét. Azaz a turisztikai versenyképességet az utazás/üdülés egész folyamata befolyásolja.

- o A turisztikai versenyképesség összefügg a térség fejlettségével, amelyet a lakosság életminősége és a turisztikai vállalkozások számára biztosított lehetőségek is jeleznek. Így az új modellben a térség fejlődését segítő pozitív turisztikai hatások megítélésének vizsgálatát is fontosnak tartottam.

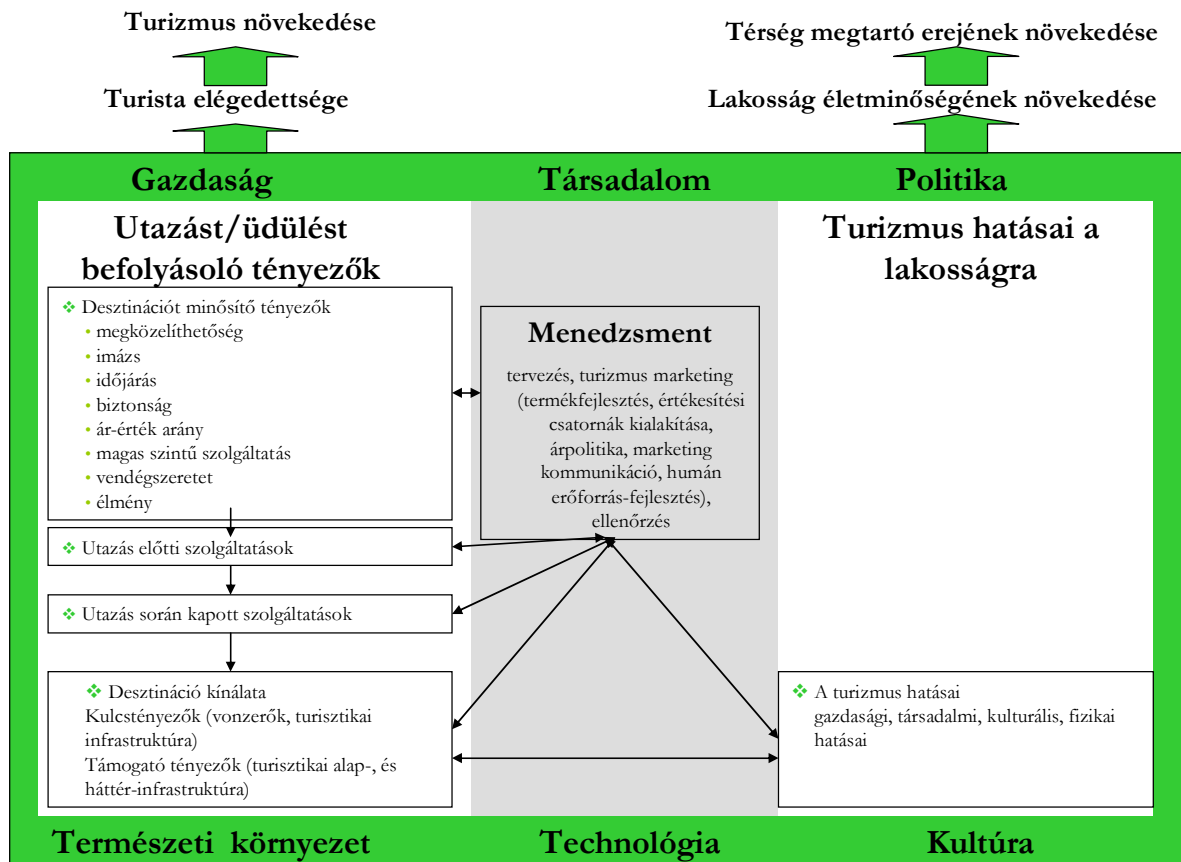
A menedzsment-tényezők segítik a kereslet motivációjának, magatartásának, attitűdjének vizsgálatát, amely befolyásolja a fejlesztések tartalmát, irányvonalát, hatást gyakorolhat a termékek összetételére, típusára. A desztináció kínálatának vizsgálata képet nyújt a térség aktuális állapotáról, és alapot nyújt a további fejlesztésekhez. Segít továbbá annak vizsgálatában, hogy a desztináció iránti kereslet által támasztott igények összhangban vannak-e a desztináción nyújtott szolgáltatásokkal. A kereslet által támasztott igények kielégítése a turista számára elégedettségét nyújt. A menedzsment szervezet feladata a turista által támasztott igények kielégítése, amelyet a turizmus marketing eszközzrendszerével biztosít. A versenyképes desztináció hozzájárul a turisztikai vállalkozások jövedelmének növekedéséhez, a turisztikai bevételek növekedéséhez, a térség pozitívabb megítéléséhez. A menedzsment tevékenységet, a turisztikai fejlesztések irányait befolyásolják a makrokörnyezet tényezői, az általuk hozott döntések, intézkedések. A makrokörnyezet alakítására a desztináció menedzsment szervezetek nem gyakorolnak befolyást.

A turista döntését befolyásolják a desztináció választását segítő tényezők és az utazás előtt nyújtott szolgáltatások. Az utazás/üdülés megítélését, ezáltal a turista elégedettségét befolyásolja az utazás során nyújtott szolgáltatásokkal és a desztináció szolgáltatásaival kapcsolatos tapasztalat. A desztináció vonzóképeségének alapjai a desztináció attrakciói, az attrakciókra épülő turisztikai infrastruktúra, és az általuk nyújtott élmény. A desztináció kulcstényezőinek teljesítményét a támogató tényezők segítik. A támogató tényezők tartalmazzák a desztináció turisztikai szolgáltatásainak alapját képező alap-infrastruktúrát és a turisták által a turisztikai infrastruktúrán kívül igénybe vett szolgáltatások körét. A desztináció által nyújtott kínálat vonzóképesége, a szolgáltatások minősége jelentős mértékben befolyásolja a turista megítélését. A desztináció vonzóképesége és a versenyképessége egymással összefüggésben van. Versenyképes az a desztináció, amely biztonságos, vendégszerető, az ár-érték arány megfelelősége jellemzi. A turisták igényeinek kielégítésére törekedve, számukra magas minőségű szolgáltatásokat és teljes körű élményt nyújt.

A lakosságnak a térséggel kapcsolatos megítélése szintén meghatározó egy térség hosszú távú versenyelőnyeinek biztosításában. A turisztikai tevékenységeknek a lakosság életfeltételeire gyakorolt gazdasági, társadalmi, kulturális és fizikai hatásai befolyásolják a lakosság életfeltételét, ezáltal életminőségét. A hosszú távon stabil, vagy javuló életfeltételek a térséghez való kötődés mértékét is erősítik, amely egy térség számára a fenntartható fejlődés egyik alapvető tényezője. A lakosság életminőségének javulása jelzi a térség gazdasági, társadalmi fejlődését (1. ábra).

A versenyképes turizmus a turista elégedettségét, a turisztikai szakemberek számára a gazdasági és a szakmai előnyöket, valamint a lakosság életminőségének javulását a versenytársaktól jobb színvonalon képes biztosítani.

## VERSENYKÉPES TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ



Forrás: Saját kutatás (2009)

### **3.3. A Mátravidék turisztikai versenyképességi állapotával kapcsolatos főbb konklúziók**

A kutatás alapján a Mátravidék turisztikai versenyképességi állapotával kapcsolatban az alábbi megállapításokat teszem.

#### **Turisták**

##### Általános értékelés

A turisták legnagyobb része a térségbe a hegyvidéki kirándulás miatt érkezik, a legkevesebben a gyógykezelés miatt érkeznek a térségbe. Ez azt jelenti, hogy bár a térség speciális kínálati elemekkel is rendelkezik (pl. Mátraderecske – mofetta, hegyvidéki levegő), azonban nem rendelkezik elegendő gyógyvízen alapuló, illetve wellness szolgáltatásokkal. A turisták többsége ugyanolyan, vagy inkább elégedettebb az itt tapasztalt szolgáltatásokkal, mint a más, hasonló települések által nyújtott szolgáltatásokkal. Bár a turisták többsége elvárásainak az itt tapasztalt szolgáltatások megfelelnek, a turisták negyedének „közepes” megítélése felhívhatja a turisztikai szakemberek figyelmét arra, hogy a turisztikai szolgáltatások minőségének megőrzése és folyamatos fejlesztése szükséges. Miután a turisták döntő többsége visszatérne a térségbe, illetve ajánlaná a térséget az ismerőseinek, a turisztikai desztináció menedzsment szervezetek marketing feladatai között szükséges kiemelt feladatként kezelni a desztinációból elutazó turisták számára a visszacsatolás folyamatosságának biztosítását. Az adatok azt jelzik, hogy a Mátravidék akár hét napra pihenési és aktív kikapcsolódási lehetőséget nyújtó turisztikai desztináció. A Mátravidéken tehát a turisták itt tartózkodását hét napra megfelelő turisztikai szolgáltatásokkal, programokkal és élményekkel ellátva szükséges biztosítani.

#### **Tézis 2.**

**A turisták számára az utazás/üdülés során a legfontosabb tényezők: a szálláshelyek színvonala, a desztináció biztonságossága és a vendéglátóhelyek színvonala. A Mátravidéken a turisták a legelégedettebbek az alábbi tényezőkkel: a desztináció megközelíthetősége, az üdülőhelyre történt utazás hossza, az üdülőhely szolgáltatásainak színvonala. A feltételezésekkel ellentétben tehát (amely szerint a turisták számára az utazások/üdülések során a megközelíthetőség, az ár-imázs és a vonzerők köre és jellemzői a legfontosabbak) a turisták számára a turisztikai infrastruktúra és a biztonság van az első három legfontosabb tényező között. A feltételezésekkel pedig részben ellentétben (amely szerint a turisták a Mátravidéken a legelégedettebbek a megközelíthetőséggel, az ár-érték aránnyal és a látnivalók körével és jellemzőivel) a Mátravidéken a turisták a megközelíthetőséggel és a desztináció bizonyos általános jellemzőivel (magas szintű szolgáltatás) a legelégedettebbek.**

A turisták számára az utazásaik/üdüléseik során az alábbi három tényező a *legfontosabb*:

1. a szálláshelyek színvonala
2. a desztináció biztonságossága
3. a vendéglátóhelyek színvonala

A hipotézisben megfogalmazott állítások szerint a turisták az utazásaik során a legfontosabbnak ítélik a megközelíthetőséget (1), az ár-érték imázst (2) és a látnivalók körét és jellemzőit (3).

A vizsgálat eredményei szerint a hipotézis első része elvethető, hiszen a látogatók számára a megközelíthetőség, az ár-imázs és a látnivalók köre és jellemzői helyett a legfontosabb tényezők: a szálláshelyek színvonala, a desztináció biztonságossága, és a vendéglátóhelyek színvonala. A megközelíthetőség a turizmust meghatározó tényezők fontossági sorrendje alapján csak a 20. helyen, az ár-imázs a 10. helyen, a látnivalók köre és jellemzői az 5., a 6., és a 11. helyen szerepel. A hipotézis első része tehát elvethető.

A Mátravidéken a turisták más tényezőkkel voltak elégedettebbek, mint amelyeket az utazás során általában fontosnak tartanak. A Mátravidéken a turisták az alábbi tényezőkkel voltak a legelégedettebbek:

1. az üdülőhely megközelíthetősége
2. az üdülőhelyre történt utazás hossza
3. az üdülőhely szolgáltatásainak magas színvonala

A hipotézis szerint a turisták a Mátravidéken az alábbi utazás/üdülés során meghatározó tényezőkkel a legelégedettebbek: a megközelíthetőség (1), az ár-érték arány (2), a látnivalók köre és jellemzői (3).

A Mátravidéken a három legfontosabb tényező között az első helyen szerepel a desztináció megközelíthetőségével való elégedettség. A többi, a hipotézisben említett „ár-érték arány” és a „láttnivalók köre és jellemzői” tényezők nem szerepelnek az első három tényező között. Az árak értékarányosságával való elégedettség a 17. helyen szerepel, míg a „láttnivalók körével és jellemzőivel” való elégedettség a tényezők között a 15., a 16. és a 21. helyen szerepel. Így a hipotézis második része is csak részben bizonyul igaznak.

### **Tézis 3.**

**A turisták számára a turisztikai infrastruktúra kiépültsége az utazás/üdülés során fontosabb, mint a turisztikai háttér-infrastruktúra kiépültsége. A Mátravidéken a turisták szintén elégedettebbek a turisztikai infrastruktúra tényezőivel, mint a turisztikai háttér-infrastruktúra tényezőivel. A turisták számára az utazás/üdülés során fontos tényezőkhöz képest a Mátravidéken ugyanezekkel a tényezőkkel való elégedettség elmarad. A Mátravidéken tehát a turizmus fejlesztése szükségszerű, hogy a turisták elvárásainak a térség jobban meg tudjon felelni.**

A vizsgálat szerint a turisztikai infrastruktúra az utazások/üdülések során fontosabb, mint a turisztikai háttér-infrastruktúra. Az utazást/üdülést meghatározó fontossági tényezők között elsőként a 9. helyre (a Mátravidéken a 6. helyre) került a zöldfelületek állapota. A többi turisztikai háttér-infrastruktúra tényező, így pl. a közparkok állapota, a közszolgáltatások minősége, a kiskereskedelmi szolgáltatások köre, és a közszolgáltatások köre az értékelések sorrendjét tartalmazó lista utolsó helyein szerepel.

A turisztikai infrastruktúra, és a turisztikai háttér-infrastruktúra több tényezője a fontossági megítélés szerint magasabb értékeket mutat, mint az ezekkel a

tényezőkkel a Mátravidéken való elégedettség mértéke. Vannak azonban olyan turisztikai infrastruktúra és háttér-infrastruktúra tényezők, amelyekkel való elégedettség a Mátravidéken magasabb értékeket jelez, mint azok fontosságának megítélése (turisztikai infrastruktúra tényezők: az utazás előtt tapasztalt szolgáltatások köre és minősége, az utazás során tapasztalt szolgáltatások köre, minősége, a turisztikai információk minősége; turisztikai háttér-infrastruktúra tényezők: a zöldfelületek nagysága, a közparkok állapota, a középületek állapota). Ennek ellenére azonban megállapítható, hogy a turisták számára a turisztikai infrastruktúra tényezői összességében fontosabbak, mint a turisztikai háttér-infrastruktúra tényezők. Megállapítható továbbá, hogy a turisták a Mátravidéken is elégedettebbek a turisztikai infrastruktúra tényezőivel, mint a turisztikai háttér-infrastruktúra tényezőivel.

#### A turisták körében végzett összehasonlító vizsgálatok főbb eredményei

A turista számára az utazás/üdülés során a legfontosabb tényezők: a desztináció általános jellemzői (biztonságosság, a desztináció sokféle élményt nyújt), a turisztikai vonzerők (láttnivalók köre), és a turisztikai infrastruktúra (szálláshelyek, vendéglátóhelyek színvonala). Az első öt legfontosabb tényező között nem kapnak helyet a turisztikai háttér-infrastruktúra tényezői. A Mátravidéken a turisták a turisztikai infrastruktúra egyes tényezőivel (szálláshelyek színvonala) és a Mátravidék bizonyos általános jellemzőivel (megközelíthetőség, az üdülőhelyre történt utazás hossza, a desztináció szolgáltatásainak magas színvonala, a desztináció által nyújtott élmények) a legelégedettebbek. A Mátravidéken a turisták körében a legnagyobb elégedettséget kiváltó tényezők között nem szerepelnek a turisztikai vonzerőkkel és a turisztikai háttér-infrastruktúrával kapcsolatos tényezők. A Mátravidéken az öt leggyengébb elégedettségi értéket kapott tényező között elsősorban a turisztikai infrastruktúra bizonyos tényezői (szabadidős létesítmények köre, információs táblák mennyisége) és a turisztikai háttér-infrastruktúra tényezői (köz-, és kiskereskedelmi szolgáltatások köre, közszolgáltatások minősége) szerepelnek.

Megállapítható, hogy a turisták számára az utazás/üdülés során fontos tényezőkhez képest a Mátravidéken ugyanezekkel a tényezőkkel való elégedettség elmarad, tervezésük és fejlesztésük tehát szükségyszerű. Összességében a Mátravidéken a turisztikai vonzerők köre, látogatóbarát jellege, a vonzerők állapota fejlesztendő. Fejlesztésre szorul továbbá a turisztikai háttér-infrastruktúra egésze és a turisztikai infrastruktúra bizonyos tényezői, mint pl. a szabadidős létesítmények köre, vagy a turisztikai információs táblák száma.

### **Lakosság**

#### Általános értékelés

A Mátravidéken élő lakosság nagyon, illetve inkább kötődik a lakóhelyéhez. A lakosság legnagyobb része az elmúlt években érzekelte a turizmus hatására a településeken bekövetkezett fejlődést. A lakosság csaknem fele jelezte, hogy a fejlesztések következtében jobban kötődik a lakóhelyéhez. A településeken tehát elengedhetetlenek a turisztikai fejlesztések a lakosságnak a településhez való nagyobb mértékű kötődésének kialakításához és megtartásához. Bár a lakosság érzekeli a településeken végbemenő fejlesztéseket és azok hatásait, azonban a lakosság döntő többsége nem vesz részt partnerként a fejlesztésekben. A települések vezetőinek és a fejlesztések tervezőinek és megvalósítóinak tehát a jövőben célszerű a térség lakosságát nagyobb mértékben, partnerként bevonni a

fejlesztésekbe. A lakosság többsége az adott településen dolgozik, azaz a lakosság jelentős része nem kényszerül arra, hogy a munkahelyére a településéről más településre ingázzon. A térség fenti települései tehát a lakosság nagy részének megélhetést, munkalehetőséget nyújtanak. A megkérdezettek több mint tizede válaszolta azt, hogy a turizmus, ezen belül a legnagyobb részük a vendéglátóipar területén dolgozik.

#### **Tézis 4.**

**A lakosság szerint a turizmus gazdasági hatásai általában fontosabbak, mint a turizmus társadalmi, kulturális és fizikai hatásai. A lakosság a Mátravidéken szintén nagyobb mértékben érzékeli a turizmus pozitív gazdasági, mint a pozitív társadalmi, kulturális és fizikai hatásait. A Mátravidéken valamennyi turisztikai hatás lakossági megítélése kisebb mértékű, mint a fontosságuk megítélése. Ezért a Mátravidéken a turizmus fejlesztése szükségszerű, hogy a turizmus a lakosság által általában elvárt gazdasági, társadalmi, kulturális és fizikai hatásokat biztosítani tudja.**

A kérdőív 9. kérdésblokkja arra vonatkozik, hogy a lakoságnak „mennyire fontosak a turizmusnak a gazdaságra, a társadalomra, a kultúrára és a fizikai környezetre gyakorolt hatásai általában”. A 10. kérdésblokk arra vonatkozik, hogy a lakosság „a Mátravidéken milyen mértékben érzékeli a turizmusnak a gazdaságra, a társadalomra, a kultúrára, és a fizikai környezetre gyakorolt hatásait”. Az eredmények szerint a Mátravidéken a helyi társadalomra gyakorolt valamennyi turisztikai hatás érzékelésének mértéke kisebb, mint a turisztikai hatásokkal kapcsolatos elvárások.

A vizsgálat szerint a lakosság fontosabbnak ítéli meg a turizmus pozitív gazdasági hatásait, mint a pozitív társadalmi, kulturális és fizikai hatásait. A lakosság a Mátravidéken szintén nagyobb mértékben érzékeli a turizmus gazdasági, mint a társadalmi, kulturális és fizikai hatásait.

#### **Tézis 5.**

**A hipotézis szerint a vizsgált desztináción élők minél több ideje élnek az adott településen (a kötődés mértéke minél nagyobb), annál kevésbé elégedettek a turizmus életvitelükre gyakorolt hatásaival, ezáltal az adott települést kevésbé értékelik (élhetőnek és) versenyképesnek. A kutatás ennek ellenkezőjét igazolta. A vizsgált desztináción (Mátravidéken) élők minél több ideje élnek az adott településen (a kötődés mértéke minél nagyobb), annál elégedettebbek a turizmus életvitelükre gyakorolt hatásaival, ezáltal az adott települést (élhetőbbnek és) versenyképesebbnek értékelik.**

A 15-20 éve a térségben élők érzékelik legkevésbé, és a 30-35 éve a térségben élők érzékelik leginkább a turizmusnak a térségre gyakorolt pozitív gazdasági és társadalmi hatásait. A hipotézis szerint minél több ideje él valaki egy adott desztináción, annál kevésbé elégedett a turizmusnak a térségre, településre gyakorolt hatásaival. A vizsgálat szerint azonban a több ideje a térségben élők elégedettebbek a turizmusnak a térségre gyakorolt gazdasági és társadalmi hatásaival, mint a kevesebb ideje a térségben élők. Ezen kívül megállapítható, hogy a különböző ideje a Mátravidéken élő csoportok megítélése a turizmusnak a gazdaságra és a társadalomra gyakorolt valamennyi hatásaival kapcsolatban változó, azaz nem függ a településhez való kötődés mértékétől.

### A lakossággal kapcsolatos összehasonlító vizsgálatok főbb eredményei

A lakosság körében a legfontosabbnak ítélt gazdasági hatás a turizmusnak a munkahelyteremtő és a jövedelemnövelő szerepe volt. A Mátravidéken is leginkább azt érzékeli a lakosság, hogy a turizmus hatására munkahelyek jönnek létre és növekednek a jövedelmek. A Mátravidéken a lakosság szerint a legkevésbé érzékelt hatás, hogy a turizmus hatására javul a közlekedés, hogy bővül a kiskereskedelmi szolgáltatások köre, és a termékek és a szolgáltatások választéka. A turizmus társadalmi, kulturális és fizikai hatásai között a Mátravidéken a leginkább érzékelhető hatás a közparkok, a zöldfelületek állapotának és az emberi kapcsolatok javulása. A lakosság szerint a Mátravidéken a legkevésbé érzékelhető turisztikai hatások a lakosság szakképzettségének javulása, és a lakosság és az üdülőtulajdonosok számának növekedése. Megállapítható, hogy a Mátravidéken élők a turizmus valamennyi pozitív gazdasági és társadalmi hatását kisebb mértékben érzékelik, mint amennyire azokat fontosnak ítélik meg. Ez azt is jelenti, hogy a Mátravidéken a turizmus fejlesztése szükségszerű, hogy a térségben a turizmusnak a lakosság által általában elvárt pozitív gazdasági és társadalmi hatásai teljesülhessenek.

### **Turisztikai szakemberek**

#### Általános értékelés

A turisztikai szakemberek szerint egy adott desztináció versenyképességét leginkább a sokféle élményt nyújtó desztináció biztosítja, amely megfelelő körű és minőségű turisztikai infrastruktúrával, vonzerőkkel, rendezvényekkel rendelkezik. Emellett egy desztinációnak megfelelő közlekedési lehetőségekkel, diverzifikált termékkínálattal és jó forrásszerző képességekkel szükséges rendelkeznie. A Mátravidék turizmusának versenyképességét a turisztikai szakemberek szerint a jó színvonalú menedzsment tevékenység (forrásszerzési, kommunikációs tevékenység, hatékony turisztikai együttműködések, a hagyományok felélesztése), és a jó minőségű turisztikai infrastruktúra segítheti elő. A turisztikai szakemberek szerint a Mátravidék turizmusának fejlesztéséhez elsősorban hatékony menedzsment eszközök (hatékony szervezeti rendszer, együttműködések, kommunikációs tevékenység) és a hatékony termékfejlesztés (helyi hagyományok felélesztése) szükségesek.

#### **Tézis 6.**

**A turisták az utazást/üdülést meghatározó tényezőket kevésbé tartják fontosnak, mint a turisztikai szakemberek. A turisták a Mátravidéken az utazást/üdülést meghatározó tényezőket jobb eredményekkel minősítik, mint a turisztikai szakemberek. Azaz a turisták kevésbé kritikusak a Mátravidék turizmusával kapcsolatban, mint a turisztikai szakemberek.**

A turisztikai szakemberek az utazás/üdülés szempontjából meghatározó valamennyi tényezőt egy kivétellel (időjárás, amely a turisták számára fontosabb, mint a turisztikai szakemberek számára) fontosabbnak ítélik meg, mint a turisták. Mind a turisták, mind a turisztikai szakemberek a legfontosabb tényezők között említették, hogy a desztináció legyen biztonságos, nyújtson sokféle élményt, biztosítson magas színvonalú szolgáltatásokat, jó minőségű turisztikai infrastruktúrát és vonzó látnivalókat. A legkevésbé fontos tényezők között mind a turisták, mind a turisztikai szakemberek említették a köz- és a kiskereskedelmi szolgáltatások körét és



mennyiségét és a desztináció infrastruktúrájának (pl. közlekedési lehetőségek, információs táblák) körét.

A Mátravidéken a turisztikai szakemberek az utazást/üdülést meghatározó tényezőkkel kapcsolatban összességében kritikusabbak (gyengébb eredményekkel minősítik), mint a turisták. Mindössze négy tényező esetében értékelik jobb eredményekkel a Mátravidék turizmusát, mint a turisták: a megközelíthetőség, a köz- és a kiskereskedelmi szolgáltatások köre, mennyisége, minősége és a desztináció infrastruktúrájának köre és mennyisége. A térségben a turisták és a turisztikai szakemberek véleménye szerint is összességében fejlesztésre szorulnak az utazás/üdülés szempontjából legfontosabbnak tartott tényezők, mint pl. a látnivalók köre és minősége, a turisztikai infrastruktúra köre, mennyisége és minősége, a rendezvények köre és színvonala, és a desztináció általános infrastruktúrájának minősége.

#### **Tézis 7.**

**A lakosság fontosabbnak ítéli meg az életminőségre gyakorolt turisztikai hatásokat, mint a turisztikai szakemberek. A Mátravidéken élők az életminőségre gyakorolt pozitív turisztikai hatásokat nagyobb mértékben érzékelik, mint a turisztikai szakemberek. Azaz a lakosság esetében az elvárt és a Mátravidéken megítélt turisztikai hatások kisebb mértékben térnek el egymástól, mint a turisztikai szakemberek esetében.**

#### *A gazdasági hatások értékelése*

A lakosság és a turisztikai szakemberek véleménye alapján a turizmus gazdasági hatásait egy kivétellel (a vállalkozási lehetőségek bővülését a turisztikai szakemberek fontosabbnak ítélik meg, mint a lakosság) fontosabbnak ítéli meg a lakosság, mint a turisztikai szakemberek. A turisztikai szakemberek a turizmus pozitív gazdasági hatásait kisebb mértékben ítélik fontosnak, mint a lakosság. A turisztikai szakemberek a Mátravidéken sokkal kritikusabban (gyenge, „közepesnél” is kisebb eredményekkel) ítélik meg a turizmusnak az életminőségre gyakorolt pozitív gazdasági hatásait, mint a lakosság.

#### *A társadalmi, kulturális és fizikai hatások értékelése*

A lakosság és a turisztikai szakemberek megítélése szerint a turizmus legfontosabb társadalmi, kulturális és fizikai hatásai csak részben esnek egybe (közparkok és a zöldfelületek állapotának javulása). A legkevésbé fontosnak ítélt társadalmi, kulturális és fizikai hatásokkal (a turizmus hatására nem változik a növény- és az állatvilág összetétele, vagy nem növekszik az üdüültulajdonosok és a lakosság száma) kapcsolatban a lakosság és a turisztikai szakemberek között nagyobb egyetértés látható. Összességében a turizmus pozitív társadalmi hatásait is kevésbé ítélik fontosnak a turisztikai szakemberek, mint a lakosság.

A Mátravidéken a turizmusnak a lakosság és a turisztikai szakemberek által leginkább érzékelt társadalmi, kulturális és fizikai hatásai mindössze egy esetben azonosak: mindkét célcsoport érzékeli, hogy a turizmus hatására rendezettebbé válnak a közparkok. Míg a lakoságnak az a véleménye, hogy a turizmus hatására javult az épületek állapota, a turisztikai szakemberek számára az épületek állapotának javulása a legkevésbé érzékelt hatások között szerepel. A lakosság és a turisztikai szakemberek véleménye szerint egyaránt a legkevésbé érzékelt turisztikai hatások között fordul elő, hogy a turizmus hatására növekszik a lakosság száma,

hogy növekszik az üdülőtulajdonosok száma, illetve, hogy a turizmus hatására javul a lakosság szakképzettsége. Összességében a turisztikai szakemberek sokkal kritikusabban ítélik meg (sokkal gyengébbnek értékelték) a turizmusnak a Mátravidéken élők életminőségére gyakorolt pozitív társadalmi, kulturális és fizikai hatásait, mint a lakosság.

#### A turisztikai szakemberekkel kapcsolatos összehasonlító vizsgálatok főbb eredményei

- *Az utazást/üdülést meghatározó tényezők értékelése a turisztikai szakemberek szemszögéből.* Szerintük a Mátravidéken mind a látnivalók jellemzői, mind a turisztikai infrastruktúra minősége javításra szorul, és a szolgáltatások színvonalának növelése, valamint az izgalmakat nyújtó Mátravidék kialakítása is szükségesszerű. A Mátravidéken többnyire a desztináció általános jellemzői (pl. a megközelíthetőség, a biztonság, az időjárás, a desztináció általános környezete) kaptak magas értékelést, azonban a motivációt befolyásoló legfontosabb tényezők, mint pl. a turisztikai vonzerők jellemzői, a turisztikai infrastruktúra köre, mennyisége és minősége és a rendezvények köre és minősége a legalacsonyabb minősítést kapták. Megállapítható, hogy a turisztikai szakemberek által a legfontosabbnak ítélt, a keresletet leginkább befolyásoló versenyképességi tényezők a Mátravidéken alacsony minősítést értek el.
- *A versenyképességet befolyásoló turisztikai menedzsment eszközök értékelése.* A turisztikai szakemberek szerint a versenyképesség növelése érdekében fontosnak tartott menedzsment tevékenységek egy része (marketing kommunikáció, forrásszerzés) a Mátravidéken is magasabb minősítést kapott. A versenyképesség növelése szempontjából fontosnak tartott további tényezők (pl. befektetés-ösztönzési tevékenységek) a Mátravidéken alacsony minősítést kaptak. A kevésbé fontosnak tartott versenyképességi tényezők a Mátravidéken is alacsony minősítést kaptak (kivéve az oktatási tevékenység szerepe a térségben). A fontosnak tartott menedzsment-tényezők és a Mátravidéken a versenyképességet leginkább befolyásoló menedzsment-tényezők megítélése között jelentős különbségek vannak. Ezért a Mátravidéken minden menedzsment-tényező fejlesztése szükségesszerű.
- *Az életminőségre gyakorolt turisztikai hatások megítélése a turisztikai szakemberek szemszögéből.* Szerintük a lakosság életminőségére gyakorolt legfontosabbnak ítélt, és a Mátravidéken a leginkább érzékelt pozitív turisztikai hatások csak részben esnek egybe. A legfontosabbnak ítélt turisztikai hatásokat (pl. a munkahelyteremtés, a jövedelem növekedése) a Mátravidéken a turisztikai szakemberek a legkevésbé érzékelt hatások között említették. Vannak ugyanakkor olyan turisztikai hatások is, amelyek a turisztikai szakemberek szerint nem annyira fontosak, azonban a Mátravidéken mégis ezek érzékelhetők leginkább (pl. a növény- és az állatvilág összetételének viszonylagos stabilitása). A fontosnak ítélt, és a Mátravidéken érzékelt turisztikai hatások közötti különbségek nagyok, azaz a turisztikai szakemberek szerint a Mátravidéken a lakosságra gyakorolt pozitív turisztikai hatásokat növelni szükséges. A turizmus fejlesztése tehát szükségesszerű a térségben.

### 3.4. A matematikai-statisztikai elemzés összegzése

A diszkriminancia-analízis eredményeinek összegzése. A csoportok közötti és csoportokon belüli véleményezés legnagyobb hányadosa alapján az eigenvalue (sajátérték), és ennek következtében a diszkriminancia-analízis a turisztikai szakemberek körében a legeredményesebb. Ennek az az oka, hogy a turisztikai szakemberek ítélik meg a legkritikusabban a Mátravidék turisztikai helyzetét az elvárt állapothoz képest. Ezt mutatja a 94,2 %-os osztályozás eredményessége is. A lakosság esetében a sajátérték azért alacsonyabb, mert a turizmusnak az elvárt és a Mátravidéken megítélt hatásai kis mértékben térnek el egymástól. Ennek megfelelően az osztályozás eredményessége a vizsgált tényezők alapján csak 64,4 %. A turisták esetében a sajátérték a másik két célcsoport között helyezkedik el. Ennek az az oka, hogy a turisták kevésbé kritikusak a Mátravidék turizmusával kapcsolatban, mint a turisztikai szakemberek (2. táblázat).

2. táblázat

#### A diszkriminancia-analízis mutatóinak összehasonlítása

	Eigenvalues	Wilks-lambda	Kanonikus korreláció	Osztályozás eredményessége
turista	0,354	0,738	0,512	71,50%
szakember	2,477	0,288	0,844	94,20%
lakosság	0,174	0,852	0,385	64,40%

Forrás: Saját kutatás (2009)

A konkordancia-elemzés eredményeinek összegzése. A kitöltő személyek különbözősége a turista, a szakmai és a lakossági kérdőíveknél nem tette célszerűvé a konkordancia-elemzést, ezért az utazás/üdülés során elvárt és a Mátravidéken megítélt tényezők elemzését végeztem el mindhárom célcsoport szemszögéből (3. táblázat).

3. táblázat

#### A konkordancia-elemzés mutatóinak összehasonlítása

Kérdőív megnevezése	W (konkordancia-együttható)	Szignifikancia szint (P hiba %)	N (tényezők száma)
turista	0,759	3,4	30
szakember	0,634	8,7	55
lakosság	0,861	2,1	21

Forrás: Saját kutatás (2009)

Kevesebb tényező vizsgálata esetében nagyobb a vélemény egyezés lehetősége. A táblázatban szereplő célcsoportoknál is akkor nagyobb a W konkordancia-együttható értéke, minél kevesebb kérdés vizsgálata történik.

A lakosság esetében a legkedvezőbb a W együttható értéke (0,861), mert a településéhez kötődő lakosság magasabb értékekkel és hasonlóbb véleménnyel minősíti a turizmusnak a térségre gyakorolt turisztikai hatásait. A turista a vizsgált desztináción eltérő céllal változó időt tölt el, ezért a véleménye is ennek megfelelően lehet megalapozottabb, vagy kevésbé megalapozottabb, és ezáltal a vélemények rangsora is jobban eltérhet egymástól.

A kapott eredmények statisztikai jelentősége bizonyított, tekintve a társadalomtudományokban is elfogadott 5 % hibaszintet. A szakemberek kérdőíveire (a legnagyobb számú kérdésre) vonatkozó hiba nagyobb (8,7 %), de még ez is a megengedhető 10 % alatt van. A szakmai kérdések kiterjesztése együtt járt a szakemberek véleménykülönbségének növekedésével.

## **4. A kutatás eredményeinek felhasználási területei**

A kutatás eredményeinek felhasználói a hazánkban napjainkban kiépülő helyi és térségi, majd később a regionális turisztikai desztináció menedzsment szervezetek lehetnek.

Ennek oka, hogy az új modell:

- képes azonosítani a turisztikai versenyképességet befolyásoló tényezőket;
- lehetővé teszi egy térség turisztikai versenyképességi állapotának vizsgálatát;
- lehetővé teszi a desztinációk turisztikai versenyképességi pozíciójának összehasonlítását;
- a döntéshozóknak segítséget nyújt abban, hogy a térség hosszú távú fenntarthatóságát biztosító tényezőkre fókuszáljanak;
- feladatokat azonosít a desztináció menedzsment szervezetek számára a versenyképes előnyök biztosítása érdekében, kijelöli a kiemelt desztináció menedzsment akciókat;
- egy olyan vizsgálati módszer, amely a turizmus versenyképességének kimutatásával megalapozza a turizmus stratégiai és operatív döntéseit, ezáltal növeli a turizmus jelentőségét a köz- és az üzleti szférában egyaránt.

A későbbi munkáim célja és feladata lesz a hasonló karakterű térségek más, hasonló karakterű térségekkel történő összehasonlítása és egy turisztikai versenyképességet mérő eszköz/módszer kidolgozása.

## 5. A tézisfüzetben hivatkozott irodalmak

- Babbie, E. (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest.
- Crouch, G. – Ritchie, J.B.R (2000): Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44., pp. 137-152.
- Jancsik, A. (2009): A turisztikai versenyképesség terület-specifikus kérdései című előadás. II. Magyar Turizmusföldrajzi Szimpózium. 2009. szeptember 4., Budapest.
- Kim, C. – Dwyer, L. (2003): Destination competitiveness and Bilateral Tourism Flows between Australia and Korea. *The Journal of Tourism Studies*, Vol. 14. No. 2., pp. 55-67.  
[http://www.jcu.edu.au/business/idc/groups/public/documents/journal\\_article/jcudev\\_012874.pdf](http://www.jcu.edu.au/business/idc/groups/public/documents/journal_article/jcudev_012874.pdf)
- Lengyel, M. (1997): A turizmus versenyképességét befolyásoló tényezők: Műhelytanulmány. BKE, Budapest.
- Lengyel, M. (2004): A turizmus általános elmélete. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest.
- Lukács, O. (1987): Matematikai statisztika példatár. Műszaki Könyvkiadó, Budapest.
- Marija, J.N. (1993): SPSS for windows Professional Statistics Release. SPSS Incorporation, pp. 1-45.
- Lukács, O. (1987): Matematikai statisztika példatár. Műszaki Könyvkiadó, Budapest.
- Neal, J.D. – Sirgy, M.J. – Uysal, M. (1999): The role of satisfaction with leisure travel/tourism services and experience in satisfaction with leisure life and overall life. *Journal of Business Research*, Vol. 44. No. 3., pp. 153-163.
- Neal, J.D. – Sirgy, M.J. – Uysal, M. (2004): Measuring the effect of tourism services on traveler's quality of life: Further Validation. *Journal of Social Indicators*, Vol. 69. No.3., pp. 243-249.
- Neal, J.D. – Uysal, M. – Sirgy, M.J. (2007): The effect of tourism services on travelers' quality of life. *Journal of Travel Research*, Vol. 46. No. 2., pp. 154-163.
- Puczko, L. – Rátz, T. (1998): A turizmus hatásai. Aula-Kodolányi János Főiskola.
- Székelyi, M. – Barna, I. (2004): Túlélőkészlet az SPSS-hez. Többváltozós elemzési technikákról társadalomkutatók számára. Typotex kiadó.
- Yoon, Y. – Uysal, M. (2005): An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26 (1), pp. 45-56.  
[http://tourism.wu-wien.ac.at/lehrv/lven/04ws/1v4/yoon\\_uysal.pdf](http://tourism.wu-wien.ac.at/lehrv/lven/04ws/1v4/yoon_uysal.pdf)
- Williams, D.R. – McDonald, C.D. – Riden, C.M. – Uysal, M. (1995): Community attachment, regional identity and resident attitudes toward tourism. In.: *Proceedings of the 26th Annual Travel and Tourism Research Association Conference Proceedings*. Wheat Ridge, CO: Travel and Tourism Research Association, pp. 424-428.

## 6. A szerző témához kapcsolódó publikációi, munkái

### Publikációk

- Tözsér Anett: A fenntartható és a versenyképes turizmus összefüggései. XII. Nemzetközi Tudományos Napok. A Tudományos Napok előadásai, Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, 2010. március 25-26. (Közlésre elfogadva)
- Anett Tözsér – Lóránt Dávid: Problems and Challenges of Tourism Destination Management in Hungary. In: Experiencing Difference Changing Tourism and Tourists' Experiences (Edited by Melanie Smith and Leontine Onderwater), ATLAS Reflections 2009, Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS), May 2009, pp. 49-54., 2009. ISBN 978-90-75775-40-2
- Anett Tözsér – Lóránt Dávid: Destination Management: Necessity and Tasks of Tourism Destination Management in Hungary. APSTRACT - Applied Studies In Agribusiness And Commerce, Agroinform Publishing House, Vol. 3. Number 5-6., 2009., pp. 81-84. ISSN 1789-221X
- Lóránt Dávid – Anett Tözsér: Destination Management: Necessity and Tasks of Tourism Destination Management in Hungary. AVAcongress4, International Congress on the Aspects and Visions of Applied Economics and Informatics, International MBA Network and University of Debrecen, Debrecen, CD-ROM and Book of Abstract, 2009., pp. 1425-1431 and 148.p.
- Tözsér Anett: A versenyképes turisztikai desztináció működtetését befolyásoló tényezők vizsgálata. XI. Nemzetközi Tudományos Napok. A Tudományos Napok előadásai I. Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, 2008. március 27-28., pp. 720-727.
- Anett Tözsér – Lóránt Dávid: Destination management: Theory and Practice. EIGTUR2008 International Conference, Ouro Preto, Minas Gerais, Brasil, CD-ROM and Brochure, 2008.
- Tözsér Anett: A turizmus korszerű irányításának rendszere: a desztináció menedzsment 1. rész. www.matur.hu, 2006.
- Tözsér Anett: A turizmus korszerű irányításának rendszere: a desztináció menedzsment 2. rész. www.matur.hu, 2006.
- Tóth Csaba – Tözsér Anett: Nógrád megye turisztikai értékei, a továbblépés lehetséges irányai In.: 5 év Nógrád megye fejlesztéséért. Nógrád Megyei Területfejlesztési Tanács 1996-2001. Nógrád Megyei Területfejlesztési Ügynökség Kht. Salgótarján, 2001., pp. 45-51.

### Turisztikai rovat cikkei

- Kik a palócok? Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. jan. 29., p. 6.
- Palóc tradíciók. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. febr. 12., p. 6.
- Palóc viseletek. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. febr. 26., p. 6.
- Nógrád megyéről általában. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. márc. 11., p. 6.
- Nógrád Vár Rád! Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. márc. 25., p. 6.
- Palócország gyöngyszeme. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. ápr. 8., p. 6.
- Ipolytarnóc: a világ harmadik leggazdagabb őslábnyomos lelőhelye. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. ápr. 22., p. 8.
- Salgótarjáni Bányamúzeum. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. máj. 6., p. 6.
- Karancs-Medves Tájvédelmi Körzet. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. máj. 20., p. 6.
- Palóc Múzeum. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. jún. 3., p. 6.
- Séta Pásztón. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. jún. 17., p. 6.
- Medvesaljai kistérség. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. júl. 15., p. 6.
- Természetvédelmi érdekességek a Mátra lábánál. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. júl. 29., p. 6.
- Nagyboldogasszony oltalma alatt. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. aug. 12., p. 10.

- Forrás Taron, folklór Bujákon, andezitoszlopok Béren. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád megyei Hírlap, 2000. aug. 26., p. 6.
- Kastélyos falutól az ökofarmig. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. szept. 9., p. 6.
- Üdülőfalvak a Börzsöny lábánál. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. szept. 23., p. 6.
- Irodalmi emlékhelyek. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. okt. 7., p. 6.
- Kastélypark és földtani érdekesség. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. okt. 14., p. 6.
- Kirándulás a Karancs völgyében. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. nov. 18., p. 6.
- Üdülőház-szövetség a Cserhát szívében. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. dec. 2., p. 6.
- Ringó rimóci szoknya és „Virágos Magyarországért” kitüntetés. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. dec. 16., p. 6.
- Visszatekintés. Barangolások Nógrád megyében. Értékeink tegnap és ma. Nógrád Megyei Hírlap, 2000. dec. 30., p. 8.

#### **Részvétel a témához kapcsolódó alábbi munkákban**

- Európa Kulturális Főváros 2010 projektjei közül a Pécs Megyei Jogú Város turizmusfejlesztési stratégiája és a desztináció menedzsment rendszerének kidolgozása, 2007.
- Miskolctapolca turizmusfejlesztési koncepciójának kidolgozása, 2007.
- Turizmus-specifikus életminőség index kidolgozása; ÖTM Turisztikai Szakállamtitkársága megbízásából, 2006-2007.
- Nemzeti Fejlesztési Ügynökség megbízásából a nagyprojektek előkészítettségének és szakmai tartalmának értékelése (DHV, COWI, EconoConsult konzorcium), 2006.
- Interreg programok értékelése a VÁTI Regionális Fejlesztési és Urbanisztikai Közhasznú Társaság megbízásából, 2005-2006.
- Rácalmás – üdülőhely fejlesztés: termálfürdő és szabadidős szolgáltatások kialakítása; turizmus- és ingatlanfejlesztési program kidolgozása, 2005-2006.
- Integrált helyi fejlesztési akciók ösztönzése. Duna-part ékköve: Konferencia központ létesítése a Jankovich kúriában. 3. komponens, HU 2002/000-315.01.06. sz. Phare pályázat kidolgozása, 2003.
- Integrált helyi fejlesztési akciók ösztönzése. Albertirsa városközpont rehabilitációja. 3. komponens, HU 2002/000-315.01.06. sz. Phare pályázat kidolgozása, 2003.
- Innovációmenedzsment Kooperációs Kutatási Központ létrehozása a Miskolci Egyetemen, GVOP 3.2.2. pályázat kidolgozása, 2004.
- Gyál városközpont rehabilitációja, ROP 2.2. pályázat kidolgozása, 2004.
- Szob–Nagybörzsöny közötti kisvasút teljes, turisztikai célú helyreállítása, ROP 1.1. pályázat kidolgozása, 2004-2005.
- Palóc út, mint turisztikai termék; megalapozó tanulmány kidolgozása, 2004.
- A mezőszilasi Blaskovics kúria funkcióinak meghatározása; megvalósíthatósági tanulmány kidolgozása, 2003-2004.
- "Kultúra és turizmus" c. regionális turisztikai konferencia szervezése, 2000, 2001, 2002.
- Nógrád megye megjelenésének megszervezése az Utazás 2000, 2001, 2002, 2003. kiállításon
- Túrabakancs című turisztikai kiadvány elindítása, szerkesztése, 1999-2003.
- Észak-Magyarországi regionális fejlesztési koncepció előkészítése és szakértői tevékenység ellátása a fejlesztési munkában, 2000.
- Nógrád Megyei Területfejlesztési Tanácshoz beérkező turisztikai pályázatok elbírálása, 2000.
- Nógrád megye turisztikai fejlesztési koncepciójának előkészítése, települések turisztikai felmérése, 1999.