

Michalkó Gábor: A bevásárlóturizmus. A turizmus termékei I. – Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, 2004, 104 p.

2004. első negyedévében a turisztikai szakirodalom a Kodolányi János Főiskola támogatásának köszönhetően értékes kiadvánnyal bővült, amelyet MICHALKÓ Gábor, az MTA Földrajztudományi Kutatóintézetének tudományos főmunkatársa jegyez. A bevásárlóturizmusról szóló szakkönyv egy olyan sorozat első kötete, amely a turisztikai termékek vizsgálatát és bemutatását célozza.

Mint azt a szerkesztőség is kiemeli a kötet előszavában, nemcsak a jelenlegi kiadvány, hanem maga a sorozat is hiánypótló jellegű a hazai szakirodalomban, hiszen annak ellenére, hogy a rendszerváltozás óta az idegenforgalom kérdésköre kiemelt figyelmet kap, a szakképzésben és oktatásban a tudományos kutatásokra alapozott ismeretátadás nem követte a tömegessé váló turizmusoktatás támasztotta követelményeket. Ezt a tétongó úrt próbálja meg kitölteni *A turizmus termékei* című sorozatával a Kodolányi Főiskola Turizmus Tanszéke, amely a tervek szerint az idegenforgalom tizenkét termékének komplex elméleti feldolgozását közli színvonalas formában.

A szerző 8 fejezetben foglalja össze a témában feltárt elméleti és kutatási eredményeit, számba véve többek között a bevásárlóturizmus meghatározását, történelmi előzményeit, infrastrukturáját, hazai és nemzetközi viszonyait. A kiadvány élesen logikus felépítése is arról tanúskodik, hogy a könyv írója nemcsak évek óta kutatja behatóan a témakört, hanem az oktató-előadó szemével is szemléli a kérdéseket és tisztán látja a témát érintő összefüggéseket. Gondolatait – nagyon helyesen – *az első fejezetben* elméleti alapvetéssel nyitja meg, azaz részletesen tájékoztatja az olvasót a bevásárlóturizmus köznapi és tudományos megközelítéséről, valamint alapkategóriáiról. A bevásárlóturizmus, mint arra maga a szerző is kitér, sokkal több a „susogó melegítő”, Ladában kucorgó, a szürke- és feketegazdaság határán mozgó övtáskás vásárló sztereotípiájánál. Önálló turisztikai termékről van szó, amelynek hazai és nemzetközi megítélésében mégis felfedezhető néhány különbség.

A bevásárlóturizmus kialakulását és történelmi előzményeit taglaló *második fejezet* terjedelme kevésbé teszi lehetővé a részletekbe bocsátkozást, hiszen a téma szakirodalma önmagában is több kötetnyire rúg. Ennek megfelelően a szerző elemzésében a legfontosabb, lényegi történésekre szorítkozik, s néhány oldalban sikerül tömören és érthetően összefoglalnia a több évszázados fejlődést. Különösen a fiatalabb generáció tagjai számára jelenthet érdekességet a szocialista időszak bevásárlóturizmusának korabeli, napjainkban már kissé mulatságosnak tűnő viszonyairól szóló leírás, míg az idősebbek – kis nosztalgia mellett – új információkhoz juthatnak a Kádár-korszak és a rendszerváltozás utáni időszak viszonyairól.

Sok olvasó hátán végigfut a hideg az infrastruktúra szó hallatán és sokan száraz, műszaki paraméterekkel telítődött szövegre számítanak a hasonló témájú fejezeteknél, holott a valóság ettől jelentősen eltérhet. Bizonyítja ezt a kiadvány *harmadik fejezete* is, ami a bevásárlóturizmus vonzerejének és infrastrukturájának bemutatását tűzi zászlajára. Ki gondolná, hogy a szuvenír nem kizárólag plüssmacit, vagy gravírozott kulcstartót jelent, s mint a szabadidős vásárlások központi eleme lexikonnyi szakirodalommal rendelkezik? Ez a fejezet azért is további méltatást érdemel, mert itt „téved” először a szerző a földrajz vizeire, s empirikus kutatások eredményein keresztül, színvonalas térképi ábrázolással kiegészítve mutatja be az infra- és szuprastruktúra különböző elemeit (pl. piachelyek, áruházak, sétálóutcák, pénzváltók stb.) és térbeli viszonyait.

A kiadvány két legértékesebb része véleményem szerint a *negyedik* és a *hatodik fejezet*, amelyekben a szerző részletesen számol be az elmúlt években végzett empirikus kutatásainak eredményeiről. Előbbiben a bevásárlóturizmus társadalmi és gazdasági környezetét mutatja be és értékeli a Barcs, Csenger és Lenti határmenti kisvárosokban végzett felmérések tapasztalatai alapján. Emellett a bűnözésföldrajz után érdeklődő olvasók is csemegézhetnek ebből a fejezetből, hiszen a csempészet és az orgazdaság a bevásárlóturizmus sajnálatos, de jól vizsgálható velejárói. Utóbbi fejezetben a bevásárlóturizmus nemzetközi és hazai piacát tekinti át az író. Látványos térképek és táblázatok segítségével tárja fel a turisztikai kereslet alakulását, ill. – természetesen esettanulmányok eredményei-

re támaszkodva – a hazai és a hozzánk látogató külföldi turisták vásárlási szokásait. Miért érkeznek hozzánk a turisták? Mit vásárolnak, és mik a legkeresettebb árucikkek? Milyen gyakran jönnek és mennyit költenek? Többek között ezekre a kérdésekre keresi és adja még a választ a szerző.

Kicsit mostohagyerekként kezeli a könyv írója a vizsgált turisztikai termék kialakításában és működtetésében résztvevő nemzetközi és hazai szervezetek bemutatását tartalmazó *ötödik fejezetet*. Nagy vonalakban felvázolja a szervezeti struktúrát, de a mélyebb összefüggésekre, történeti fordulópontokra és a jövőben várható szervezeti változásokra már nem mutat rá. Öröndetes ugyanakkor, hogy megkülönböztetett figyelemmel kezeli a fogyasztóvédelem kérdéskörét, amelyre a termékek biztonságának és minőségének érdekében az Európai Unió is nagy hangsúlyt helyez. Kiegészítő részként értékelhető a Bevásárlóturizmus kapcsolódási pontjai más termékekhez *c. hetedik fejezet* is, amelyben részletesebben olvashatunk többek között a bevásárlóturizmus hatásáról a települések funkcióira, valamint a turisztikai termékek (pl. falusi, aktív konferencia- és városi turizmus stb.) fogyasztása során jelentkező vásárlásokról.

A *zárófejezetben* a bevásárlóturizmus mérhetőségének módszertani kérdéseivel foglalkozik a könyv szerzője. Itt hívja fel a figyelmet a szociálgeográfiai szemlélet szükségességére, hiszen a bevásárlóturizmus a szabadidő eltöltésével kapcsolatos olyan térbeli aktivitás, amelynek tér- és társadalomformáló hatása egyaránt van, s amelyben a távolság, mint a földrajzi tér egyik igen fontos alkotóeleme meghatározó szerepet játszik. Emelett MICHALKÓ Gábor ismételtelen kiemeli az empirikus vizsgálatok jelentőségét is, hiszen a turisták, a helyi lakosok és a gazdaság helyi szereplői a beruházóktól az önkormányzatokig mind-mind a turisztikai kutatások forrásai.

Végül néhány szót a könyv külső és belső megjelenéséről, hiszen napjainkban az esztétikum egyre fontosabb paraméter a piacon megjelenő termékek esetében. Elmondhatjuk, hogy a kiadvány külső megjelenése rendkívül esztétikus, a színek harmonizálnak, a kötet ergonomiai összhatása rendkívül jó. Gondosan megtervezett munkáról tanúskodik a borító, hiszen a címlapfotó irónikus és mégis realista volta mellett, hogy információkat közöl a hazai bevásárlóturizmus egy szegmenséről, egyúttal az olvasó érdeklődését is felkelti. A könyv belső felépítése alkalmazkodik a külső igényességhez. A választott betűnagyság jól olvasható, bár szemet pihentetőnek éppen nem mondható, s kissé zavaróan hat, hogy a fejezet- és alfejezetcímeknél, valamint a szövegnél eltérő betűtípust alkalmaztak. Ugyancsak kevésbé szerencsés megoldás, hogy a könyv egyes fejezeteinek végén – feleslegesen – üres fattyúoldalt hagytak a tördelő, ami megtöri a szöveg folyamatosságát. A könyv táblázatai egységesek, jól áttekinthetők és értelmezhetők. Kiemelendő a kiadvány ábráinak magas tartalmi és nyomdatechnikai színvonala, ami sajnos, sok földrajzi kiadvány esetében kívánivalókat hagy maga után.

MICHALKÓ Gábor *A bevásárlóturizmus* című munkáját elsősorban azok figyelmébe ajánlom, akik meg szeretnének ismerkedni a témakör tudományos igényű, de mégis olvasmányos feldolgozásával. Kiváló lehetőséget ad erre a kötet, mert stílusa könnyen emészthető, kerüli a földrajzosokra gyakran jellemző hosszadalmas és körmönfont körmondatokat, megfogalmazásai világosak és érthetőek. A fejezetek felépítése, a nem túl hosszú alfejezetek, a rendkívül összefogott és célratörő mondanivaló méltán keltheti fel a felsőfokú oktatásban résztvevő hallgatók és oktatók figyelmét is. De azok is bátran belelapozgathatnak, akiket egyszerűen csak érdekel a téma. Nem fognak csalódní!

EGEDY TAMÁS