

## **A kulturális turizmus magyarországi városi helyszíneinek pozícionálása**

BERKI MÓNKA–GONDA TIBOR<sup>1</sup>

### **Abstract**

#### **Positioning of urban scenes of cultural tourism in Hungary**

Based on the global trends of tourism an increasing role of urban tourism can be anticipated in perspective. Due to the international tourist attractions and products, the urbanised areas with a wide range of cultural offer will be upgraded and gain a strategic role in Hungary's tourism as well. In this paper the market position of cities will be investigated those possessing an adequate amount and quality of tourist attractions to capture the leading role. The temporal change and structure of guest flow, and the accommodation capacities as the focal element of the tourism infrastructure were analysed. After tracing the initial phase of product development its priorities were analysed. Relying on them it can be stated that in the development concepts the types of cultural tourism attractions are broadening and being diversified continuously. Besides the traditional product type elements new sorts of experience will take over that can produce competitive advantage. Exploiting this the soft spots of tourism infrastructure should be eliminated, otherwise reaching the phase of intense growth does not seem plausible.

### **Bevezetés**

A városok minden korban kedvelt célpontjai voltak a szabadidős és egyben az üzleti célú utazásoknak. A 21. sz. elejére reneszánszát éli az urbánus térségekhez szorosan kapcsolódó kulturális turizmus. Növekvő kereslet jellemzi az e téren széles skálát kínáló városokat, és a jövőben is a diverzifikált vonzásokkal rendelkező nagyvárosok szerepének emelkedésére számíthatunk, míg az egysíkú, hagyományos tömegturisztikai termékelemeket tartalmazó attrakció hiányában az érdeklődés csökkenése várható.

Az eltérő kultúrák megismerési igénye által motivált utazások többségében a városok épített öröksége és kulturális rendezvényei jelentik a legfőbb vonzerőket. Nemzetközi szinten elvitathatatlanul a „kulturális fővárosok” állnak a kulturturizmus középpontjában, de a kisebb attrakciók és az új, eddig a turizmus piaca számára feltáratlan területek, települések iránt is növekvő érdeklődés tapasztalható (City tourism & Culture...)

---

<sup>1</sup> Doktoranduszok, PTE Földtudományok Doktori Iskola, 7624 Pécs, Ifjúság útja 6.

Hazánkban az idegenforgalmi kínálat szélesedése, diverzifikációja ellenére jelentős szerep hárul a kiemelt turisztikai élményeket nyújtó városainkra, azok piacfejlesztésére. Ennek oka egyrészt abban keresendő, hogy felértékelődnek a kultúrával kapcsolatos, a társadalmi-gazdasági helyzet javulásával megjelenő magasabb hierarchiájú szükségletek (pl. ismeretszerzés, az önmegvalósítás igényének egyre szélesedő megnyilvánulási formái).

A városok előnye megfigyelhető a szállás-struktúra, a turisztikai infra- és szuprastruktúra mennyiségi és minőségi összetétele alapján is. A turizmus termékkínálatának magasabb, növekvő volumene hozzájárulhat a város gazdasági és társadalmi életének dinamizálásához, versenyelőnyük megtartásához, annak további növeléséhez. Az idegenforgalom ismert és igazolt multiplikátor hatása révén a „kulturális iparral” együttműködve a városok egyik húzóágazatává válhat. A hazai turizmusfejlesztésben betöltött szerepükre MICHALKÓ G. (1999) is rámutatott, mivel széles skálát felmutató kulturális vonzások révén tudják stabilizálni, ill. javítani pozíciójukat a turisztikai piacon. A városok élményszerzést, környezetváltozást kínálnak, magas szintű szolgáltatások igénybevételét teszik lehetővé, míg a komplex turisztikai termék kialakításával hazai és nemzetközi szinten is versenyképes, sajátos motivációjú turistarétegek vonzására válnak képessé.

Tanulmányunkban Magyarország jelentős turisztikai – ezen belül kiemelten kulturális – potenciállal rendelkező városainak mutatóit, kulturális turisztikai kínálati termékelemeit vetettük össze.

## A kulturális turizmus ismérvei

A kulturális turizmus definíciójára számos példát találunk a nemzetközi és a hazai szakirodalomban (MICHALKÓ G. 2004; RICHARDS, G. 2001; SHAKLEFORD, P. 2001; TASNÁDI J. 2002; ZEPPEL, H.–HALL, C.M. 1992). A hagyományos értelemben vett vonzerőtípusok mellett – amelyek elsősorban a múlthoz kötődnek –, a jelen kulturális értékei is megjelennek, így többek között az életmódhoz és a különböző területi egységekhez kapcsolódó attrakciók.

A kulturális turizmus klasszikus vonzerői három csoportba sorolhatók:

– épített és tárgyi értékek (épületek, különböző művészeti ágak által alkotott tárgyak),

– a mindennapi élethez kapcsolódó kulturális értékek (szabadidő, életmód, szokások, gasztronómia),

– rendezvények, fesztiválok (AUBERT A.–CSAPÓ J. 2002).

A kulturális turizmus a történelmi fejlődés során létrehozott anyagi és nem anyagi turizmus-termékek bemutatására helyezi a hangsúlyt, így kitüntetett jelentőségűnek tekinti a vallási célú turizmust (zarándokutak), a képzési célú és ismeretszerző turizmust, a kulturális rendezvényturizmust, a városlátogatásokat és a körutazásokat (TASNÁDI J. 2002).

A kereslet szempontjából a kultúra csak ritkán jelenik meg elsődleges motivációként, de primer kutatások rámutatnak, hogy a legtöbb látogató utazása során részt vesz kulturális programon. A kulturális turizmus vizsgálata során ezért különbséget kell tenni a kulturális igények kielégítése iránti és az egyéb motivációjú célcsoportok között. Az európai demográfiai változások következtében az elkövetkező 10–15 évben a kulturális turizmus iránti kereslet növekedésére számíthatunk. A kulturális vonzerők között kiemel-

kedő jelentőségűek az ún. megarendezvények, amelyek pozitív irányba hatnak az első és a visszatérő látogatások kiváltásánál egyaránt.

## **A kutatás módszertana**

A tanulmány elkészítésekor a települések kiválasztása során arra törekedtünk, hogy olyan városokat vonjunk be vizsgálatba, amelyek tényleges vetélytársai egymásnak a hazai piacon. Elsődlegesnek tekintettük a szelekció során, hogy egyéni arcukat legyen, és habár más és más fejlődési pályát futnak be, mégis találunk több olyan, a turizmust közvetve vagy közvetlenül alakító tényezőt, amelyek egymással teszik hasonlóvá őket. Figyelembe vettük a település nagyságát, turisztikai potenciálját.

A szelekció alapját jelentette az „Európa Kulturális Fővárosa” címre jelentkező városok köre, amely megmutatta, hogy mely városok illesztk be hosszú távú céljaik közé a kulturális turizmus fejlesztését. A vizsgálatba Budapestet nagysága és a magyar városhálózaton belüli kiemelkedő jelentősége miatt nem vontuk be, míg pl. Szegedet igen. Bár az alföldi város az Európa Kulturális Fővárosa címre nem nyújtott be pályázatot, ám a vendégforgalmi mutatóit, termékkínálatát tekintve jelentős szereplő az idegenforgalmi piacon. Ezen szempontok alapján Debrecen, Eger, Győr, Miskolc, Pécs, Sopron, Szeged és Veszprém kulturális turizmusának elemzésére vállalkoztunk.

A vizsgált városok két csoportba sorolhatók:

a) regionális központok, amelyek – Győr kivételével – 160 000–220 000 fős lélekszámukkal alkotnak egy csoportot. Ide sorolandó Debrecen, Győr, Miskolc, Pécs és Szeged;

b) 50 000–100 000 lakosú városok, amelyek adottságaik, kínálatuk alapján versenyképes szereplői a hazai és nemzetközi kulturális turizmusnak. Eger, Veszprém és Sopron tartozik a kategóriába.

A vizsgálandó mutatók közül a fenti városokra vonatkozóan a kereskedelmi szálláshelyek férőhely-kapacitás és a vendégforgalom (vendégszám, vendégéjszaka, külföldi vendégforgalom) változását, továbbá a kulturális turizmus kínálati szerkezetének tartalmi elemeit értékeltük. Tanulmányunkat 2003-as statisztikai adatok felhasználásával készítettük el, az időbeni folyamatok bemutatását 1993-mal kezdtük, így az utolsó évtized változásait is fel tudtuk tárni. Az adatokból a következtetések levonásához, a szemléletes bemutatáshoz megoszlási, intenzitási és dinamikus viszonyszámokat képeztünk, amelyek segítségével abszolút és relatív összehasonlításokat egyaránt tehettünk.

## **A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása**

A kereskedelmi szálláshelyek férőhely-kapacitásának mennyisége és minősége keretet ad az idegenforgalomnak, befolyásolja a vendégek szociológiai, társadalmi hovatartozását. Az idegenforgalom szempontjából a regisztrált szálláshelyek, míg esetünkben

ezen belül a kereskedelmi szálláshelyek a mérvadók. A szálláshely-kapacitás abszolút számaikat nézve a legjobb pozícióval Pécs mellett Szeged és Debrecen rendelkezik, ennek a három városnak kiemelkedő a fogadóképessége. A kereskedelmi szálláshelyek között a minőséginek tekinthető szállodák száma, férőhelye esetében Pécs már hátrányos helyzetű. A vizsgált városok között itt a legkevesebb a szállodák száma, a férőhelyekben is csak a hetedik helyen áll. (E téren még Eger és Miskolc is megelőzi.)

Pécssett 1000 lakosra 41,8 szállásférőhely jut, amellyel a város a középmezőnyben foglal helyet a rangsorban. Eger és Sopron rendelkezik ennél jobb mutatóval, amely főként jóval alacsonyabb lakosság számukból fakad.

Az 1000 lakosra jutó szállodai férőhely esetén már teljes más képet kapunk. Az első helyet az előző rangsorban is élen álló Sopron foglalja el, kiemelkedő (34,1 férőhely/1000 lakos) értékkel. Itt a második helyen Eger helyett Szeged áll, míg az előző lista második helyezettje Eger csak az utolsó helyet tudhatja magáénak. Egyértelműen látszik, hogy az utóbbi években mely városok voltak képesek helyzetüket struktúráváltással stabilizálni, javítani (1. táblázat).

1. táblázat. A városok népessége és szálláshely-kapacitása, 2003

Városok	Lakónépesség, 1000 fő	Kereskedelmi szálláshelyek			Ebből: szállodák		
		száma	férőhelyeinek száma		száma	férőhelyeinek száma	
			összesen	1000 lakosra		összesen	1000 lakosra
Debrecen	205	31	6151	30,0	12	1727	8,4
Eger	56	42	4648	83,0	11	1226	2,2
Győr	128	57	4516	35,2	22	1400	10,9
Miskolc	180	58	5532	30,7	13	1142	6,3
Pécs	158	64	6603	41,8	10	1105	6,9
Sopron	56	52	5489	98,0	11	1911	34,1
Szeged	163	48	6476	39,7	14	1918	11,7
Veszprém	59	21	1512	25,6	5	393	6,6

Forrás: Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv, 2003.

### A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmi jellemzői

A vizsgált települések iránti kereslet volumenét, annak változását sok tényező befolyásolja. A külső környezet hatásai közül a turisztikai konjunktúrális-dekonjunktúrális ciklusok, politikai döntések, szociálpolitikai lépések mellett számos egyéb elemnek van jelentős módosító hatása.

A 2004. évi adatok alapján a vizsgált városok közül hét szerepel a 15 legtöbb vendégéjszakát realizáló városaink rangsorában. Sopron, Pécs, Debrecen, Győr, Eger és Miskolc egymást követik a lista 7–12. helyén, csupán Szeged marad le tőlük egy hellyel, vagyis a 14. a rangsorban. 2003-hoz viszonyítva a változás iránya már differenciáltabb képet nyújt: 10%-os, növekvő dinamikát mutat Győr és Eger, míg 5% feletti a visszaesés Debrecen és Miskolc esetében.

*Pécs* vendégforgalmát a többi városhoz képest kedvezőtlen megközelíthetősége negatív módon befolyásolja, ráadásul az 1990-es évek közepén a közelben folyó délszláv háború hatása tovább rontotta a vendégforgalmi mutatókat. Hasonló problémákkal küzdött ebben az időszakban a szinte közvetlenül határmenti fekvésű Szeged is. A határmenti fekvés ugyanakkor *Szeged* idegenforgalmára pozitív hatást is kifejt, a még ma is jelentős mértékű bevásárlóturizmus növeli a város látogatottságát. Bár a bevásárló-turizmus jellegzetességeinek számbavételekor megállapítható, hogy a közvetlen turisztikai célú ráfordítás szinte nullára csökkent, és a realizált bevételek a másodlagos turisztikai szuprastruktúrájánál jelentkező bevételek irányába strukturálódnak át.

A *Sopron* iránti idegenforgalmi kereslet az elmúlt években jelentős szerkezetváltáson ment keresztül, mára hasonlóak jellemzik, mint Nyugat-Dunántúl régió központja, Győr. Sopron idegenforgalmában az elmúlt tíz esztendőben strukturális átalakulás ment végbe, amely során mennyiségi helyett minőségi változás következett be. A rendszerváltás után intenzív kapcsolat alakult ki az osztrák vendégkörrel. E piaci szegmens kereslete a minőségi – elsősorban egészségügyi és turisztikai – kínálatfejlesztést alapozta meg. Az átalakulás eredményeként versenyképes, minőségi szolgáltatásokat nyújtó termék jött létre. A város kínálati elemei között az egészségturisztikai szolgáltatások mellett a változatos kulturális attrakciók dominálnak.

*Miskolc* a tradicionális nehézipari város imázsából kíván kitörni. Új arculatában központi elemnek a kulturális adottságokat választotta. Miskolctapolca révén egy teljes más arculatú terméktípussal – egészségturizmus – lehetséges a kínálat diverzifikációja és a piacfejlesztés. Az idegenforgalmi funkció erősödését jelzi növekvő látogatottsága.

*Eger* Sopronhoz hasonlóan az általános és középiskolai oktatás-nevelésben kiemelt funkciót tölt be hazánkban. Az iskolás korosztályok mellett Budapest háttérterületeként – kedvező megközelíthetősége révén – ideális helyszín egynapos kirándulásokra. E célcsoport megjelenítése és mérése hagyományos idegenforgalmi statisztikai módszerekkel nem lehetséges, a vendégkör kiemelten pozitív gazdasági – vásárlóerő növelő – hatása jelentkezik a településen.

*Veszprém* vendégforgalmi jellemzői hasonlóak Egeréhez, a város közlekedési adottságai szintén kedvezőek, viszont a turizmus kínálati oldala szerényebb a vizsgált városoknál. Alapvető problémát okoz a termékfejlesztésben a központi, jelentős attrakció hiánya, tökevonzó képessége is szerényebb mértékű, az osztrák határ mentén fekvő Sopronnal vagy Győrrel nem tud reálisan konkurálni. Veszprém speciális vonzereje a természeti és kulturális örökségek magas számában, a városban és annak környékén történő koncentrációban nyilvánul meg.

## **A vendégforgalmi pozíció elemzése (1993–2003)**

### *A vendégszám változása*

A vendégforgalmi pozícióban az utóbbi évtizedben jelentős változások zajlottak le. A hagyományosan listavezető városaink mellé felzárkóztak, sőt azokat meg is

haladták azon egészségturisztikai központok, amelyek jelentősebb pályázati támogatásban részesültek (Hévíz, Hajdúszoboszló, Bük, Balatonfüred). A Balaton-parti települések (Siófok, Keszthely) viszont veszítettek vonzerejükből.

Jól illusztrálja a képet a már említett 2004. évi statisztika, amely a Budapestet követően rangsorban négy egészségturisztikai központot említ, ezek közé illeszkedik a hosszú ideig második pozíciót elfoglaló Siófok, amely jelenleg mindössze a negyedik a listán. A 2003. évi végleges adatok alapján Pécs az utóbbi években is megtartotta negyedik helyét a vendégérkezés alapján felállított rangsorban (2. táblázat). Ez a helyezés azért is előkelő, mert Baranya megye a nyolcadik a megyék rangsorában.

2. táblázat. A vendégek számának fontosabb összefüggései a vizsgált városokban

Város	A vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken, 2003	A vendégek száma a szállodákban, 2003	A vendégszám változása a kereskedelmi szálláshelyeken 1993–2003	A vendégszám változása a szállodákban 1993–2003
Debrecen	117 818	73 342	0,99	1,06
Eger	94 080	61 931	0,89	1,14
Győr	92 818	67 244	0,94	0,86
Miskolc	130 455	54 614	1,15	1,90
Pécs	158 390	51 914	1,61	0,68
Sopron	142 485	93 227	0,92	0,83
Szeged	127 725	74 294	1,05	1,09
Veszprém	25 459	12 934	1,17	0,96

Forrás: Idegenforgalmi statisztikai évkönyvek, 1993–2003.

A következő helyet a vizsgált városok közül a lényegesen kisebb lélekszámmal rendelkező Sopron foglalja el (15 ezer vendéggel marad le Pécs mögött). Az elmúlt évtizedben a hazai nagyvárosok vendégforgalmának két nyertese Pécs és Miskolc. A két város mellett a többi nagyvárosunknak hét évre volt szüksége ahhoz, hogy az 1990-es évek közepén bekövetkezett visszaesést ledolgozza. Folyamatosan csökkenő vendégforgalommal kellett szembenéznie Egernek és Sopronnak, amelyek jelenleg is az iskolai kirándulások fellegetvái, oktatási, nevelési funkciójuk nem csak helyi és regionális, hanem országos szinten is kiemelkedő.

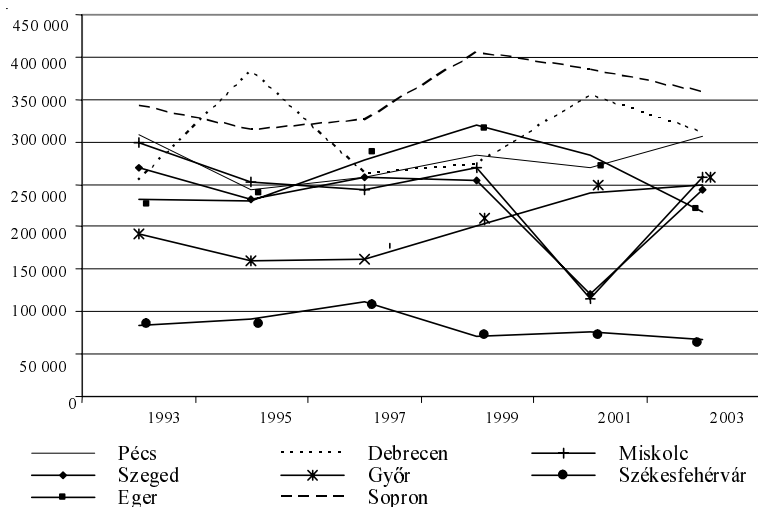
Az utóbbi évtizedben a 8 vizsgált város közül mindössze Pécs, Miskolc, Szeged és Veszprém tudta emelni látogatottságát. Közülük is kiemelkedik Pécs növekedésének dinamikája, amely meghaladja a 60%-ot az 1993. évi értékhez képest. A többi négy város veszített pozíciójából, amely átlagosan 6,5%-os csökkenést jelent. Eger visszaesése volt a leglátványosabb, ahol 10 év alatt 11%-kal csökken a látogatók száma. Az abszolút számokat nézve 2003-ban Pécs, Sopron és Miskolc volt a három „dobogós” helyezett.

Az országhatár közeli városok – Szeged, Debrecen – vendégforgalmát a bevasárlóturizmus jelentősen befolyásolja. A bevasárlóturisták statisztikai számbavételét nehezíti, hogy kereskedelmi szálláshelyeken nem, vagy alacsonyabb arányban jelennek meg.

### A vendégéjszakák alakulása

A vendégéjszakák alakulása eltérő képet mutat a látogatottsághoz képest. Az e téren az elmúlt években bekövetkezett átrendeződéseket *1. ábra* jól szemlélteti. A legtöbb vendégéjszakát Sopron mondhatja magáénak, majd Debrecen és Pécs következnek a rangsorban. A vendégéjszakák száma az 1990-es évtized végéhez közelítve szinte mindenütt jelentős csökkenést mutat, csak a 2000. évtől indul meg ismét a növekedés. Pécs vendéltársai közül Szeged és Miskolc mutat az előző három évben jelentős emelkedést. A két rangsor-vezető város – Sopron és Debrecen – pozícióját közvetlenül veszélyeztetik az utánuk jövők. 2001-ben Debrecennek még bő 50 ezer vendégéjszaka előnye volt Péccsel szemben, mely előny 2003-ra 5 ezer alá zsugorodott. A mutató szempontjából felszálló ágban lévő városaink közé Pécs és Győr tartozik, míg hosszú időtávot vizsgálva leszálló pályát mutat Sopron és Eger látogatottsága.

A vendégéjszakák megoszlásának abszolút számaiban változatos képet kapunk a vizsgált települések között kialakult és elmélyülő különbségekről (*3. táblázat*). A turisztikai kereslet a magasabb kategóriájú, több szolgáltatást nyújtó szállástípusok felé fordul, egyre többen a szállodákat – azon belül is a „több csillagosokat” – preferálják. Nemzetközi és hazai turisztikai trendekben megfigyelhető, hogy a vendégek a rövidebb tartózkodások miatt kieső bevételt a magasabb fajlagos ráfordításokkal, magasabb kategóriájú, komplex kínálatot nyújtó szálláshelyválasztással kompenzálják. A szállodák kiemelt szerepet kapnak a vendégek ellátásában. A vizsgálatba bevont városok közül Győrben a



*1. ábra.* Vendégéjszakák hazánk jelentős turisztikai potenciállal rendelkező nagyvárosaiban 1993–2003.

Forrás: Idegenforgalmi statisztikai évkönyvek, 1993–2003

Guest nights in the cities of Hungary with significant tourism potential, 1993–2003. Source: Statistical Yearbooks of Tourism, 1993–2003

3. táblázat. Vendégéjszakák száma a vizsgált városokban a kereskedelmi szálláshelyeken, 2003

Város	Szálloda	Panzió	Turistaszállás	Üdülőlház	Kemping	Ifjúsági szálló	Összesen
Debrecen	199 962	81 709	24 777	3 775	576	–	310 799
Eger	146 958	21 964	26 556	5 681	6 788	8 886	302 148
Győr	180 916	40 125	18 940	6 860	2 965	–	249 806
Miskolc	107 147	117 925	7 963	15 945	9 051	894	258 925
Pécs	117 556	61 896	56 609	7 016	2 982	56 089	306 059
Sopron	224 265	39 862	20 878	63 263	11 073	–	359 341
Szeged	145 764	32 543	40 078	6 043	14 037	–	238 465
Veszprém	42 462	13 192	9 322	1 574	451	–	67 055

Forrás: A KSH regionális igazgatóságai által rendelkezésre bocsátott adatok alapján.

legmagasabb a szállodai vendégek aránya – közéjük tartozik a turisták közel háromnegyede –, míg Pécssett a legalacsonyabb – elsősorban a szűkös szállodai férőhely kínálat miatt –, ahol mindössze a vendégek egyharmada választja a szállodákat (4. táblázat).

4. táblázat. A szállodák vendégforgalma a vizsgált városokban, 2003

Város	Vendégek száma		Ebből külföldiek aránya, %	Vendégéjszakák száma		Ebből külföldiek aránya, %
	1000 fő	Az előző év azonos időszakának %-ában		1000 éjszaka	Az előző év azonos időszakának %-ában	
Debrecen	70,0	99,6	29,7	190,1	83,7	33,0
Eger	61,9	96,6	41,3	147,0	89,7	44,5
Győr	64,4	98,2	68,5	175,0	113,8	49,3
Miskolc	54,4	108,8	19,2	106,8	105,6	23,6
Pécs	51,7	80,6	40,6	117,1	96,0	35,7
Sopron	93,2	89,4	33,8	224,3	84,4	25,2
Szeged	74,3	103,0	39,2	145,7	110,9	31,4
Veszprém	25,5	102,8	47,5	67,1	107,9	28,5

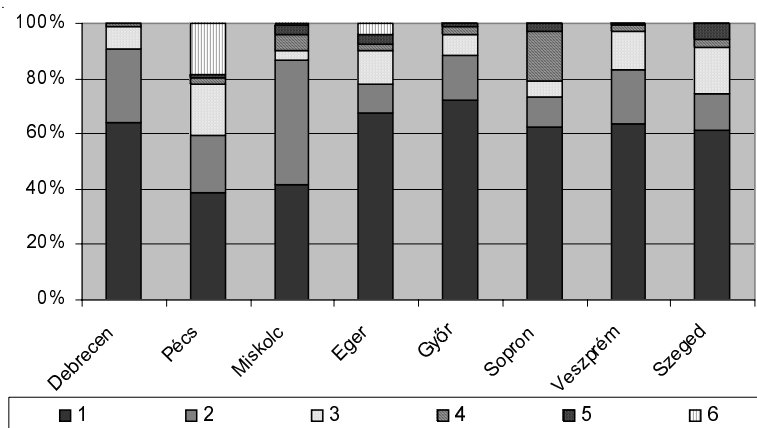
Forrás: A KSH regionális igazgatóságai által rendelkezésre bocsátott adatok alapján.

A szállodai vendégek száma 2002-hez képest 3 városban (Miskolcon, Szegeden és Veszprém) nőtt, míg Pécssett és Sopronban 10% feletti volt a csökkenés mértéke. A külföldiek részesedése a szállodai férőhelyeken szintén jelentős különbségeket mutat. A vizsgált városok közül kiemelkedően a legmagasabb az arányuk Győrben, amelyet Veszprém követ, míg közepes (30–40% körüli) arányú a részesedésük Egerben, Pécssett, Szegeden és Debrecenben, Sopronban, és alacsony (20% alatti) Miskolcon.

A szállodákban eltöltött vendégéjszakák számát illetően hasonló a helyzet. Ki kell emelni e téren Győrt, ahol 2002-höz évhez képest nőtt a szállodák vendégéjszakáinak száma – holott a vendégszám csökkent –, ill. Pécsset, ahol a közel 20%-os vendégszám-csökkenést részben kompenzálni tudta a vendégéjszakáknak ennél jóval kisebb arányú (4%-os) visszaesése.

A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmáról árnyaltabb képet kaphatunk, ha a vendégforgalmat szállástípusonkénti bontásban is megvizsgáljuk (2. ábra). Így már





2. ábra. A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák aránya a vizsgált településeken szállástípusonkénti bontásban, 2003. – 1 = szálloda; 2 = panzió; 3 = turistaszálló; 4 = üdülőház; 5 = ifjúsági szálló; 6 = kemping. Forrás: A KSH regionális igazgatóságainak adatai alapján

Number of guest nights in the studied cities at places of commercial accommodation, 2003. – 1 = hotel; 2 = pension; 3 = hostel; 4 = bungalow; 5 = youth hostel; 6 = campsite. Source: Central Statistical Office, Regional Directorates

feltárhatóak a települések közötti különbségek, amelyek az abszolút számokban nem jelennek közvetlenül meg. E különbségek utalnak a potenciális kereslet szerkezetére, szociológiai jellemzőire is. Mind a 8 város esetében a szállodai vendégéjszakák aránya a legmagasabb, de jelentős (33,5%-os) a különbség a legkisebb és a legnagyobb részarány között. Megfigyelhető, hogy a panzió kategória aránya azon szállástípusokban a jelentősebb, ahol az előbbi gyengébb mutatókkal szerepel, így Miskolcon, Pécsen vagy Debrecenben. A panziók a szállodai férőhelyek hiányát tudják valamelyest pótolni, de az általuk kínált szolgáltatások szűkebb körűek, szerényebbek. A turistaszállások és az ifjúsági szállók a klasszikus oktatási – elsősorban egyetemi – központjainkhoz köthetőek, ill. a már említett, jelentős oktatási-nevelési szerepet betöltő városainkhoz.

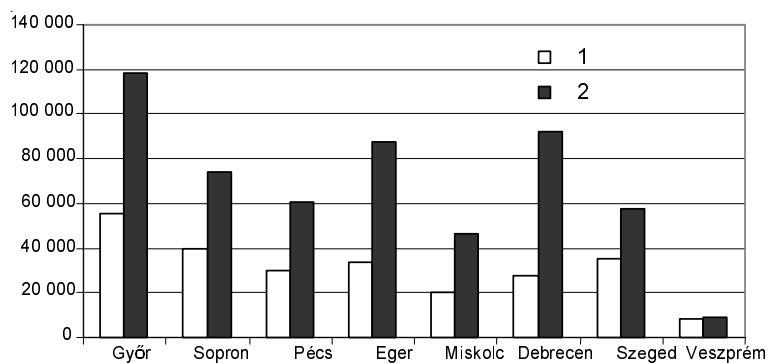
A lakosság utazási szokásait felmérő kutatások alapján megfigyelhető a turizmusban az a tendencia, hogy az utazások az év folyamán dekoncentrálódnak (MESTER T. 2005). Az addigi egy-két hetes nyári szabadság hossza lerövidül, ehelyett növekszik a rövid, ún. „hosszú hétvégés” utazások aránya. Ennek egyik központi terei az urbanus térségek. Megfigyelhető ez a trend a vizsgált városokban is, amelyet közvetlenül mutat az „átlagos tartózkodási idő” mérőszáma. Ez a mutatószám az országos átlagot – a közel három vendégéjszakát – egyik városban sem érte el, viszont jelentős különbségek jelentkeznek az egyes vizsgált városok között. Legmagasabb az átlagos tartózkodási idő Győrben, Debrecenben és Sopronban (2,6 éjszaka/vendég körül), majd Egerben (2,3 éjszaka/vendég), és a sort Miskolc (2 éjszaka/vendég), végül Pécs és Szeged (1,9 éjszaka/vendég) zárja.

*A külföldi vendégek arányának alakulása a kereskedelmi szálláshelyeken a vizsgált városokban 1993–2000 között*

A rendszerváltás óta jelentős változások következtek be a beutazások volumenében és szerkezetében. Eltűntek ugyanis a sokáig tartósnak hitt, ám valójában ideiglenes nemzetközi vonzerőink (LENGYEL M. 2002), Kelet-Közép-Európában új – az addig elzártságukból fakadóan a nyugat-európai turisták számára ismeretlen – vetélytársak jelentek meg a piacon. A beutazó külföldi turisták országokénti összetétele is átalakult: az addig jellemzően szocialista országokból érkező vendégek száma a korábbinak a felére-harmadára csökkent, míg a nyugat-európai, tengeren túli országokból érkezők száma növekedést mutatott (3. ábra).

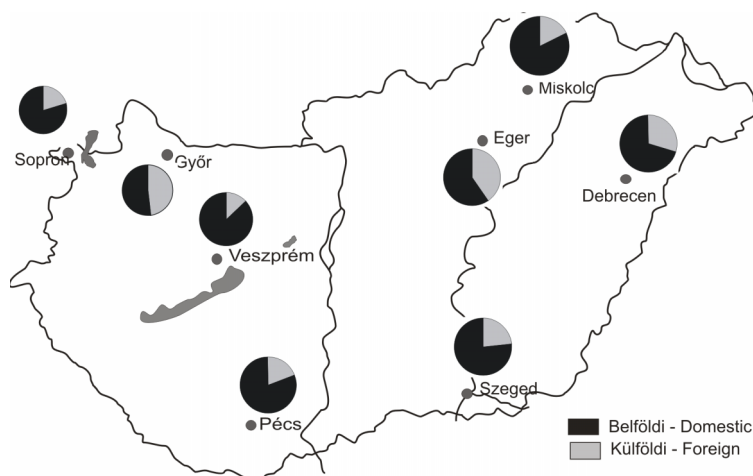
A belföldi és a külföldi vendégforgalom egymáshoz viszonyított aránya alapján az országos helyzetnek megfelelően a belföldiek túlsúlya volt mindenütt jellemző, ez alól kivétel Győr, ahol a vendégek 60%-a volt külföldi. 2002-höz viszonyítva tovább folytatódik a belföldi turizmus erősödése. A vendégszám mellett hasonló a vendégéjszakák arányának a megoszlása is a hazai és a külföldi vendégek között. A külföldiek által eltöltött legmagasabb (54%) vendégéjszaka-arányt Győr mutatta, a legalacsonyabb érték Miskolc, Pécs, Sopron és Veszprém esetében adódott. Az országos átlaghoz (47%) legközelebb álló értéket is Győr mutatta (4. ábra).

A vizsgált városokban a külföldi vendégforgalom belső szerkezetét, volumenét helyi tényezők is alakítják. Így a már említett Győr és Sopron esetében a jelentős hányadot a szolgáltatások igénybevétele céljából érkező osztrák vendégforgalom, Szegeden és Debrecenben pedig a határmenti bevásárlóturizmus teszi ki. Eger külföldi vendégforgalmára a fővároshoz való közelsége gyakorol pozitív hatást.



3. ábra. A külföldi vendégforgalom a vizsgált városokban, 2003. – 1 = vendégek; 2 = vendégéjszakák.  
Forrás: Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv, 2003

Turnover of foreign tourists in the studied cities, 2003. – 1 = visitors; 2 = guest nights. Source: Statistical Yearbook of Tourism, 2003



4. ábra. A belföldi és a külföldi vendégek megoszlása a kereskedelmi szálláshelyeken a vizsgált városokban, 2003. Forrás: Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv, 2003

Division of domestic and foreign visitors in the studied cities at places of commercial accommodation, 2003. Source: Statistical Yearbook of Tourism, 2003

Az abszolút számokat tekintve a külföldi vendégérkezések száma Győrben a legmagasabb (55 ezer fő), majd jelentős lemaradással a szintén nyugat-dunántúli Sopron követi (40 ezer fő). Győr vezető pozíciója a városban megtelepedett Audi Hungaria Motor Kft.-nek is köszönhető, ugyanis a cég a külföldi mérnökei számára jelentősebb mennyiségben foglal le szállodai férőhelyeket. A harmadik helyen a dél-alföldi Szeged található, amelyet szintén csekély különbséggel Eger követ. Az utolsó két helyre szorul vissza az össz-vendégforgalom alapján előkelőbb helyezést elért Debrecen, végül Pécs. A külföldi vendégéjszakák más képet mutatnak. Az első hely itt is Győré, amelyet Debrecen követ, majd Eger, Sopron, Pécs és Szeged után Miskolc zárja a sort. Mindezek alapján Debrecenben, Egerben és Miskolcon a leghosszabb a külföldi vendégek tartózkodási ideje.

A külföldi vendégek származási helyét illetően meghatározó a földrajzi közelség, továbbá a történelmi, gazdasági kapcsolatok iránya és szorossága. Ebből eredően elsősorban a szomszédos Ausztriából és Németországból érkeznek a legtöbben, ám az ezen országokból ideutazó vendégek száma fokozatosan csökkent az utóbbi években. Valamennyi városban a külföldi vendégek és a külföldiek által eltöltött vendégéjszakák országokénti rangsorában Németország foglalja el az első helyet. A második helyen már több ország megjelenik, meghatározó szerepe van annak, hogy amelyik szomszédos országhoz közel helyezkedik el az adott város. Ausztria áll a második helyen Győrnél, Sopronnál és Pécsnél, Lengyelország Egernél és Miskolcnál, Románia Szegednél és Oroszország Debrecennél. A harmadik helyen már Franciaország és Finnország is megjelenik.

## A kulturális turizmus kínálati szerkezetének tartalmi elemei

A vizsgált városok vendégforgalmi pozícióinak felvázolása után a turizmus stratégiai irányként megjelölt kulturális turisztikai fejlesztések szintetizálására törekedtünk. A vizsgált városok turisztikai adottságainak, kínálati elemeinek megítéléséhez az Európa Kulturális Fővárosa pályázat nyújtott segítséget. E dokumentumban az érintettek megfogalmazták, nevesítették az általuk preferált attrakciókat, a turisztikai elsődleges infra- és szuprastruktúra egységeket. Valamennyi város esetében egyaránt megjelenik a kínálat diverzifikációja (bővítése) és a piacfejlesztés (a minőség javítása).

A nemzetközi szakirodalom szűkebb és tágabb értelemben vett kulturális turizmust és ahhoz kapcsolódóan vonzerőket különít el. Míg a szűkebb értelmezés a kultúra hagyományos elemeit tartalmazza – az örökséget, a különböző művészeti ágak által létrehozott épületeket és tárgyakat –, addig tágabb értelemben véve a kulturális turizmus vonzerőibe olyan „puha” elemek is beletartoznak, mint az életmód (a hit, a hagyományok, a gasztronómia, a népművészet stb.) és az ún. kreatív iparágak (film-művészet, média és szórakoztatóipar, formatervezés stb.).

A kulturális turizmus több szinten történő értelmezése megmutatkozik a vizsgált városok kulturális turisztikai termékképében, annak kialakításának hosszú távú terveiben. A Győr által használt és alkalmazott kultúra fogalom a legszélesebb körű, a legkomplexebb, koncepcionalitás és innovativitás jellemzi. Felismerik a kultúra és a tudomány szoros kapcsolatrendszerét. Ehhez több rendezvény kapcsolódik a termékelemek közül („Az autó jövője, a jövő autója”, „Az informatika távlatai” vagy a „Számítógépes grafikák, zeneművek”), ill. tervezett turisztikai infrastruktúrális beruházások (Neotechnológiai Múzeum). Klasszikus egyetemi városainkban megjelenik a tudomány szerepének definiálása, ezt a lehetőséget az egyetemek – mint kutatási központok – mindegyik pályázatban meg is fogalmazzák.

Valamennyi vizsgált város kulturális turisztikai termékében megjelennek az épületekhez, épített környezethez kapcsolódó látványosságok, a foglalkozásokhoz kapcsolódó múzeumok és bemutatóhelyek, a vallási emlékek és a gyűjtemények. A termékfejlesztés jövőbeli irányai a minőségfejlesztés, az interaktivitás, az élménynyújtás irányában jelölhetők meg.

A kulturális turizmus épített vonzerőin kívül a másik jelentős attrakció csoport – a rendezvények, fesztiválok – szintén mindegyik város tervében megjelenik. Ennek példaként emelnénk ki a soproni koncepciót. Sopron termékkínálata sokrétű tematikai elemrendszert jelenít meg a pályázatában, amelynek középpontjában egy nemzetközi hatókörű kulturális hagyomány – a Liszt-kultusz – megteremtése, ill. új-jáélesztése áll.

A városok többségében a turisztikai funkció a közművelődési tevékenység fejlesztésével, minőségének javításával párosul. Ennek keretében több pályázatban szerepel a könyvtárbővítés.

A belvárosok rekonstrukciója szintén mindenütt megjelenik az élhetőbb város kialakításának ideájában. A városközpontok rekonstrukciójával párhuzamosan a

városok funkcionális morfológiájában is várható változás a tervek alapján. A kulturális és a turisztikai funkciót betöltő terek kiterjedése remélhető, amely számos pozitív hatást eredményez. Kiemelendő a belvárosok idegenforgalmi terheltségének csökkenése, a városok turisztikai portfóliójának diverzifikálódása, egyes városrészek, épületegyüttesek újrafunkcionalizálása. Az utóbbi kapcsán Pécs az ipari örökség hasznosításával, idegenforgalmi funkcióval történő felruházásával jár élen.

Az ipari örökségvédelem, az ipari műemlékek eredeti formában történő felhasználására hazánkban kevés példa van, ellentétben Nyugat-Európával. Egyrészt korlátozottabb számban álltak rendelkezésre olyan ipari terek, amelyek ilyen célú hasznosítást tettek volna lehetővé, másrészt ezen objektumok döntő részét hazánkban lebontották a rendszerváltás után, amivel a múlttal történő szakítást kívánták reprezentálni (KOZMA G. 2002). Debrecen pályázatában is szerepel a város térszerkezetét alapvetően módosító objektum (egy mesterséges tó) létrehozása, míg Eger esetében a legtöbb fejlesztés a föld alatt valósulna meg, egy másik belvárost alakítanának ki az érseki palota alatti pincerendszer hasznosításával.

A turizmus és a kultúra kölcsönhatását kihasználható számos város a gazdaság egyik húzóágazataként jelölte meg a kulturális turizmusban rejlő lehetőségeket. Ennek egyik eklatáns példája Miskolc, amely a város arculatának átalakításában felismerte a kulturális turizmus szerepét. A város imázsának a 20. sz. második felében felülről irányított, egyoldalú alakítása a kulturális szektor segítségével fordítható vissza. A középtávú tervek között szerepel a városszerkezet átalakítására, a természeti környezet, a közterek rehabilitációjára való törekvés. Ezzel a helyi lakosság viszonya is megváltozhat saját városával szemben.

A regionális, nemzetközi kapcsolatok fejlesztése, elmélyítésének szorgalmazására több helyen találunk példát a megvizsgált pályázati anyagokban. Ebből a szempontból kiemelnénk Debrecent, amely a közös protestáns hagyományokból kiindulva, egy új formáció, a Városok, Falvak Szövetsége létrehozatalát emelte be tervei közé, míg Pécs geopolitikai helyzetéből fakadó előnyét – balkáni kapcsolatrendszer – kívánja kihasználni.

## Összefoglalás

A kulturális turizmus és a városi turizmus növekvő szerepére számíthatunk a következő évtizedben hazánk idegenforgalmában. A belföldi és a külföldi turisták növekvő részvételéhez járulhatnak hozzá a megrendezvények, amelyek jelentős tömeg megmozgatására képesek, dinamizálva a kulturális turizmus piacán résztvevőket. Vizsgálatunk célja volt a jelen helyzet feltérképezése, a hazai kulturális turizmus kiemelkedő szereplőinek bemutatása jellegzetességeikkel és különbözőségeikkel együtt. Struktúraelemzéssel tettünk kísérletet egy árnyaltabb turizmuskép felvázolására. Ennek keretében 8 hazai nagyváros kereskedelmi szálláshelyeinek kapacitását, vendégforgalmát és kulturális turizmusuk vonzerőit tekintettük át. Jól látható, hogy a városok –

felismerve e terméktípusban rejlő lehetőségeket – egyre nagyobb számban jelennek meg a kulturális turizmus piacán, és a turisztikai fejlesztések pozitív hatását más ágazatokban is érvényesíteni tudják (imázsformálás, kultúra és gazdaság, tudomány kapcsolatrendszer). A vizsgálatból a hazai szereplők erősségei, jelenlegi gyengeségei (pl. minőségi szálláshelyek hiánya) és a jövőbeni veszélyek is kitűnnek, ezeket a tervezett fejlesztéseknél is figyelembe kell venni. Ha ez nem történik meg, a vonzerőfejlesztés önmagában nem lesz elegendő a városok turizmusának dinamikus pályára való állításához, versenyképességük szintjének folyamatos növeléséhez.

#### IRODALOM

- A legtöbb vendégéjszakát realizáló magyar városok 2004. évben – Magyar Turizmus Rt. Bp., 2 p.  
A vizsgált városok Európa Kulturális Fővárosa c. pályázatra benyújtott koncepciói
- AUBERT, A.–CSAPÓ, J. 2002. Unique features of the tourists attractions in Hungary's historical small cities. – In: AUBERT, A.–CSAPÓ, J. (ed.): Settlement dynamics and its spatial impacts. PTE TTK FI, Pécs, pp. 137–147.
- City tourism & Culture. – A Report of the Research Group of the ETC and of the WTO 2005, Brussels, Belgium, 7 p.
- Idegenforgalmi statisztikai évkönyvek. – Központi Statisztikai Hivatal, Bp., 1993–2003.
- KOZMA G. 2002. Terület- és településmarketing. – Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, pp. 112–113.
- LENGYEL M. 2002. A turizmus általános elmélete I. – Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai szolgáltatások Főiskolája, Budapest, 222 p.
- MESTER T. 2005. A világ és Európa turizmusának alakulása 2004-ben. – Turizmus Bulletin 8. 4. pp. 42–51.
- MICHALKÓ G. 1999. A városi turizmus elmélete és gyakorlata. – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, 220 p.
- MICHALKÓ G. 2004a. A bevásárlóturizmus. – Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, 104 p.
- MICHALKÓ G. 2004b. A turizmuselmélet alapjai. – Turizmus Akadémia 1. Székesfehérvár, 218 p.
- PUCZKÓ L.–RÁTZ T. (szerk.) 2003. Turizmus történelmi városokban. – Turisztikai Oktató és Kutató Kkt. Budapest, 112 p.
- RICHARDS, G. 2001. The development of cultural tourism in Europe. – In: RICHARDS, G. (ed): Cultural Attractions and European Tourism, Wallingford, pp. 3–29.
- SHAKLEFORD, P. 2001. The social context of cultural tourism. – KéK folyóirat, Budapest, pp. 29–41.
- TASNÁDI J. 2002. A turizmus rendszere. – Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Budapest, pp. 82–86.
- ZEPPPEL, H.–HALL, C.M. 1992. Arts and heritage tourism. – In: WEILER, B.–HALL, C.M. (eds): Special Interest of Tourism, London, pp. 47–65.