



KONFERENCIAKÖTET

Conference Proceedings

**Nemzetközi tudományos konferencia
a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából**
International Scientific Conference
on the Occasion of the Hungarian Science Festival

Sopron, 2022. november 3.
3 November 2022, Sopron

**TÁRSADALOM – GAZDASÁG – TERMÉSZET:
SZINERGIÁK A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSSEN**

SOCIETY – ECONOMY – NATURE: SYNERGIES IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Szerkesztők / Editors:

OBÁDOVICS Csilla, RESPERGER Richárd, SZÉLES Zsuzsanna, TÓTH Balázs István

Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából
International Scientific Conference on the Occasion of the Hungarian Science Festival

Sopron, 2022. november 3. / 3 November 2022, Sopron

**TÁRSADALOM – GAZDASÁG – TERMÉSZET:
SZINERGIÁK A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSSEN**
SOCIETY – ECONOMY – NATURE:
SYNERGIES IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT

KONFERENCIAKÖTET
Conference Proceedings

LEKTORÁLT TANULMÁNYOK / PEER-REVIEWED STUDIES

Szerkesztők / Editors:

OBÁDOVICS Csilla, RESPERGER Richárd, SZÉLES Zsuzsanna, TÓTH Balázs István



SOPRONI EGYETEM KIADÓ

UNIVERSITY OF SOPRON PRESS

SOPRON, 2023

Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából
International Scientific Conference on the Occasion of the Hungarian Science Festival

Sopron, 2022. november 3. / 3 November 2022, Sopron



Felelős kiadó / Executive Publisher: Prof. Dr. FÁBIÁN Attila,
a Soproni Egyetem rektora / Rector of the University of Sopron

Szerkesztők / Editors:

Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla, Dr. RESPERGER Richárd, Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna,
Dr. habil. TÓTH Balázs István

Lektorok / Reviewers:

Dr. habil. BARANYI Aranka, Dr. BARTÓK István, Dr. BEDNÁRIK Éva,
BAZSÓNÉ dr. BERTALAN Laura, Dr. CZIRÁKI Gábor, Dr. FARAGÓ Beatrix,
Dr. HOSCHEK Mónika, Dr. habil. JANKÓ Ferenc, Dr. habil. KOLOSZÁR László,
Dr. KÓPHÁZI Andrea, Prof. Dr. KULCSÁR László, Dr. NEDELKA Erzsébet, Dr. NÉMETH Nikoletta,
Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla, Dr. habil. PAÁR Dávid, Dr. PALANCSA Attila,
Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád, PAPPNÉ dr. VANCSÓ Judit, Dr. habil. PATAKI László,
Dr. PIRGER Tamás, Dr. RESPERGER Richárd, Dr. habil. SZABÓ Zoltán,
Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna, Dr. SZÓKA Károly, Dr. TAKÁTS Alexandra,
Dr. habil. TÓTH Balázs István

Tördelőszerkesztő / Layout Editor: Dr. RESPERGER Richárd
Segédszerkesztő / Assistant Editor: NEMÉNY Dorka Virág

ISBN 978-963-334-450-7 (pdf)

DOI: [10.35511/978-963-334-450-7](https://doi.org/10.35511/978-963-334-450-7)

Creative Commons licenc: BY-NC-SA 2.5



Nevezd meg! Ne add el! Így add tovább! 2.5 Hungary
Attribution – Non commercial – Share Alike 2.5 HUNGARY

SZERVEZŐK

Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (SOE LKK),
A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány

A konferencia elnöke: Prof. Dr. Széles Zsuzsanna egyetemi tanár, dékán (SOE LKK)

Tudományos Bizottság:

- elnök: Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla PhD egyetemi tanár, Doktori Iskola-vezető (SOE LKK)
- társelnök: Dr. habil. TÓTH Balázs István PhD egyetemi docens, igazgató (SOE LKK)
- tagok: Prof. Dr. FÁBIÁN Attila PhD egyetemi tanár (SOE LKK), rektor (SOE)
- Prof. Dr. SZÉKELY Csaba DSc professor emeritus (SOE LKK)
- Prof. Dr. KULCSÁR László CSc professor emeritus (SOE LKK)
- Prof. Dr. SZALAY László DSc egyetemi tanár (SOE LKK)
- Prof. Dr. Clemens JÄGER PhD egyetemi tanár, dékán (FOM)
- Prof. Dr. Alfreda ŠAPKAUSKIENĚ PhD egyetemi tanár (VU FEBA)
- Dr. habil. POGÁTSZA Zoltán PhD egyetemi docens (SOE LKK)
- Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád Ferenc PhD tudományos főmunkatárs (SOE LKK)
- Dr. Rudolf KUCHARČÍK PhD egyetemi docens, dékán (EUBA FIR)

Szervező Bizottság:

- elnök: Dr. RESPERGER Richárd PhD adjunktus (SOE LKK)
- tagok: Dr. NEDELKA Erzsébet PhD egyetemi docens, dékánhelyettes (SOE LKK)
- Dr. KERESZTES Gábor PhD egyetemi docens, dékánhelyettes (SOE LKK)
- Dr. habil. Eva JANČÍKOVÁ PhD egyetemi docens (EUBA FIR)
- Dr. habil. KOLOSZÁR László PhD egyetemi docens, intézetigazgató (SOE LKK)
- Dr. HOSCHEK Mónika PhD egyetemi docens, intézetigazgató (SOE LKK)
- PAPPNÉ dr. VANCSÓ Judit PhD egyetemi docens, intézetigazgató (SOE LKK)
- Dr. SZÓKA Károly PhD egyetemi docens (SOE LKK)
- titkár: NEMÉNY Dorka Virág kutatási asszisztens (SOE LKK)

ORGANIZERS

University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics (SOE LKK),
For the Higher Education at Sopron Foundation

Conference Chairperson: Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna PhD Professor, Dean (SOE LKK)

Scientific Committee:

Chair: Prof. Dr. Csilla OBÁDOVICS PhD Professor, Head of Doctoral School (SOE LKK)

Co-Chair: Dr. habil. Balázs István TÓTH PhD Associate Professor, Director (SOE LKK)

Members: Prof. Dr. Attila FÁBIÁN PhD Professor (SOE LKK), Rector (SOE)

Prof. Dr. Csaba SZÉKELY DSc Professor Emeritus (SOE LKK)

Prof. Dr. László KULCSÁR CSc Professor Emeritus (SOE LKK)

Prof. Dr. László SZALAY DSc Professor (SOE LKK)

Prof. Dr. Clemens JÄGER PhD Professor, Dean (FOM)

Prof. Dr. Alfreda ŠAPKAUSKIENĖ PhD Professor (VU FEBA)

Dr. habil. Zoltán POGÁTSA PhD Associate Professor (SOE LKK)

Dr. habil. Árpád Ferenc PAPP-VÁRY PhD Senior Research Fellow (SOE LKK)

Dr. Rudolf KUCHARČÍK PhD Associate Professor, Dean (EUBA FIR)

Organizing Committee:

Chair: Dr. Richárd RESPERGER PhD Assistant Professor (SOE LKK)

Members: Dr. Erzsébet NEDELKA PhD Associate Professor, Vice Dean (SOE LKK)

Dr. Gábor KERESZTES PhD Associate Professor, Vice Dean (SOE LKK)

Dr. habil. Eva JANČÍKOVÁ PhD Associate Professor (EUBA FIR)

Dr. habil. László KOLOSZÁR PhD Associate Professor, Director of Institute (SOE LKK)

Dr. Mónika HOSCHEK PhD Associate Professor, Director of Institute (SOE LKK)

Judit PAPPNÉ VANCSÓ PhD Associate Professor, Director of Institute (SOE LKK)

Dr. Károly SZÓKA PhD Associate Professor (SOE LKK)

Secretary: Dorka Virág NEMÉNY Research Assistant (SOE LKK)

TARTALOMJEGYZÉK / CONTENTS

1. szekció (személyes): Fenntartható gazdálkodás és menedzsment, körforgásos gazdaság Session 1 (personal): Sustainable Economy and Management, Circular Economy

Az ökológiai termelés és termékek piacának változásai a COVID-19 okozta megszorítások alatt

Dr. GYARMATI Gábor 11

Fenntartható fejlődés és körforgásos gazdaság a vállalkozások mindennapi életében

Dr. FEKETE-BERZSENYI Hajnalka – Dr. KOZMA Dorottya Edina –

Dr. MOLNÁRNÉ dr. BARNA Katalin – Prof. Dr. MOLNÁR Tamás 26

Fenntarthatóság a divatiparban (?) – Négy divatipari szervezet CSR jelentésének rövid áttekintése, valamint a fenntarthatóságra törekvés fogyasztók általi észlelésének vizsgálata

VIZI Noémi 39

Épített örökségeink fenntarthatósága a volt szovjet laktanyák újrahasznosításának példáján keresztül

TEVELY Titanilla Virág 52

2a. szekció (személyes): A fenntartható fejlődés globális és regionális vetületei

Session 2a (personal): Global and Regional Aspects of Sustainable Development

A migráció mérésének módszertani nehézségei

RUFF Tamás 65

2b. szekció (személyes): A fenntartható fejlődés globális és regionális vetületei

Session 2b (personal): Global and Regional Aspects of Sustainable Development

Munkaérték preferenciák vizsgálata a szállítási ágazatban

Dr. BALÁZS László – Dr. KŐKUTI Tamás 73

3. szekció (személyes): Turizmus és marketing, fenntartható turizmus

Session 3 (personal): Tourism and Marketing, Sustainable Tourism

Studentifikáció Lágymányoson, avagy az újbudai egyetemek hatása a fenntartható turizmusra

KISS Bence Álmos – PORHAJAS Gábor László 85

Book Consumption Literature – Literature Review on the Subject of the Behavior of Book Consumers

Miklós LÉGRÁDI – Dr. habil. Zoltán SZABÓ 96

Szállodaüzemi intézkedések irányvonalai a fenntarthatóság jegyében

MARTOS János András 114

**Sportfogyasztási szempontú elemzés a Sopronban rendezett
2021-es Női Vízilabda Magyar Kupáról**
CSISZÁR Szabolcs János – Dr. habil. PAÁR Dávid126

4a. szekció (személyes): Pénzügyek, számvitel, fenntartható pénzügyek
Session 4a (personal): Finance, Accounting, Sustainable Finance

**A könyvviteli szolgáltatási szakma megítélése. Összehasonlító elemzés
a 2020. és 2022. évek felmérése alapján**
Dr. VERESS Attila – Dr. SIKLÓSI Ágnes – Dr. SISA Krisztina A.136

A KKV-szektor hitelezési tendenciának értékelése MNB adatok alapján
MÁRKUS Mónika147

**Az ellátási láncok fenntartható pénzügyi adaptációja
– rövidtávú fizetési kötelezettségek finanszírozása**
Dr. CZIRÁKI Gábor – HACKL János158

**ESG közzététel vizsgálata nemzetközi háttérű kereskedelmi bankok esetében
Magyarországon**
SIKLÓSI Veronika172

4b. szekció (személyes): Pénzügyek, számvitel, fenntartható pénzügyek
Session 4b (personal): Finance, Accounting, Sustainable Finance

A fenntarthatóság és az osztalékpolitika kapcsolata
Dr. KUCSÉBER László Zoltán – Dr. CSOMA Róbert180

**Pénzügyi és öngondoskodási ismeretek a magyar középiskolák
végzős osztályaiban 2021-ben**
KOVÁCS Zoltán – TÖRÖNÉ Prof. Dr. DUNAY Anna 188

A cégértékelés módszertani kihívásai
FÁBIÁNNÉ JÁTEKOS Judit Ilona203

5. szekció (személyes): Sustainable Economy, Management and Development
Session 5 (personal): Sustainable Economy, Management and Development
(session in English)

The Qualitative Characteristics of Accounting Information: A Literature Review
Asma MECHTA – Prof. Dr. Zsuzsanna SZÉLES – Dr. Ágnes SIKLÓSI219

**Tourism Development in Indonesia - Surakarta City Role Supporting
National Tourism Planning**
*Dr. Rizky Arif NUGROHO – Laura BAZSÓNÉ BERTALAN PhD –
Judit PAPPNÉ VANCSÓ PhD*228

**Green Manufacturing Practices Towards Sustainable Development
in the Ready-Made Garments (RMG) Industry of Bangladesh**
Dr. Md. Sadrul Islam SARKER – K. M. Faridul HASAN – Dr. István BARTÓK241

Drivers and Barriers of GSCM Practices Implementation: Literature Review <i>Khouloud CHALLOUF – Dr. Nikoletta NÉMETH</i>	252
--	-----

6. szekció (személyes): Tourism and Marketing, Sustainable Tourism
Session 6 (personal): Tourism and Marketing, Sustainable Tourism
(session in English)

Impact of COVID-19 Pandemic on Tourism Sector in Vietnam <i>Thi Thuy Sinh TRAN – Dr. Nikoletta NÉMETH – Dr. Thai Thuy PHAM – Nhat Anh NGUYEN</i>	259
--	-----

Tourism in Troubled Times: the Economic and Social Effects of Short- and Expected Long-Term Changes <i>Dr. habil. Tamás SZEMLÉR</i>	276
---	-----

Application Areas of Drones: Exploratory Research from Residential and Corporate Perspectives <i>Bendegúz Richárd NYIKOS – Astrid IONESCU</i>	286
---	-----

7. szekció (online): A fenntartható fejlődés globális és regionális vetületei
Session 7 (online): Global and Regional Aspects of Sustainable Development

Németország elektromos személygépjármű exportja az Európai Unió tagállamaival <i>Dr. KONKA Boglárka</i>	295
---	-----

Fenntartható design - új megközelítések a terméktervezésben <i>NÁDAS Gergely – Dr. habil. MOLNÁR László</i>	307
---	-----

Challenges of the Adaptation Planning – Evolution of the Vulnerability Assessment Methodologies <i>Pál SELMECZI</i>	322
---	-----

Szisztematikus irodalmi áttekintés a személygépjárművekbe épülő elektromos hajtáslánc gyártásáról a fenntarthatóság szempontjából <i>Dr. TÓTH Árpád – BEGE András</i>	329
---	-----

Németország az európai labdarúgás térképén – jogi és sportföldrajzi megközelítés <i>Dr. ENGELBERTH István – Dr. VIRÁGH Árpád</i>	344
--	-----

A körforgásosság mérési lehetőségeinek vizsgálata a szállodaüzemeltetésben <i>KARAKASNÉ Dr. MORVAY Klára</i>	360
--	-----

Az állami nyugdíjrendszerek fenntarthatóságának kihívásai <i>SZABÓ Zsolt Mihály</i>	377
---	-----

Competencies for Sustainable Development <i>Zsuzsanna NAGYNÉ HALÁSZ</i>	391
---	-----

8. szekció (online): Turizmus és marketing, fenntartható turizmus
Session 8 (online): Tourism and Marketing, Sustainable Tourism

Gyógynövényturizmus és az abban rejlő lehetőségek
– Az Észak-Magyarországi kínálati oldal primer vizsgálata
PÁSZK Norbert400

Fiatal külföldi turisták pozitív és negatív tapasztalatai Budapesten
Dr. habil. GROTTE Judit – MAGYAR Tímea408

Mit ígér Bükfürdő? A városmárka-kommunikáció lehetséges eszközei és csoportosításuk a POE-modell alapján
HORVÁTH Kornélia Zsanett417

9. szekció (online): Fenntartható gazdálkodás, körforgásos gazdaság
Session 9 (online): Sustainable Economy, Circular Economy

Erdei biomassa lehetőségei és korlátai Magyarország energiabiztonságában
VARGOVICS Máté – Dr. NAGY Dániel433

A körforgásos gazdaság és a soproni hulladékfeldolgozó stratégiája
KASZA Lajos – Dr. NÉMETH Patrícia444

10. szekció (online): Sustainable Economy, Management and Development
Session 10 (online): Sustainable Economy, Management and Development
(session in English)

Comparison of the Density of Physicians and General Practitioners in the Hungarian Csongrád-Csanád Country and in the Territorial Units of Vojvodina for the Period 2002-2020
Dr. Ivana KOCSICSKA453

The Re-Consideration of Business Diplomacy and Corporate Social Responsibility for International Business in the Post-Covid-19 World
Anh Tuan TRAN463

Examining the Process of Project Preparation
Attila LEGOZA474

The Relativity between Sustainable Management and Turnaround Management: Evidences and Suggestions for the Hungarian Agricultural Sector
Zsuzsanna VARGA – Dr. habil. Etelka KATITS – Dr. Éva SZALKA – Dr. Ildikó PALÁNYI – Katinka MAGYARI484

Developing countries and Sustainability
Arjana KADIU – Dr. habil. Zoltán SZABÓ504

The Effect of Supply Chain Management in Achieving Sustainability in Supply Chain in Four Seasons Hotel in Syria
Wael ALASFAR519

**The Role of EGTCs and Euroregions in Economic Cooperation Across
the Hungarian-Romanian Border Between the Period 2007-2020**

Melinda BENCZI 531

11. szekció (online): Poszter szekció

Session 11 (online): Poster Session

Procrastination and its Influencet on Retirement Saving Plann

Khaliunaa DASHDONDOG540

Színházi kommunikáció 2.0

Hazai kőszínházak jelenléte Facebookon és Instagramon a pandémia első évében

Dr. DÉR Cs. Dezső – Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád Ferenc – ZRINYI Ivett554

A felnőttképzésben résztvevő álláskeresők elhelyezkedési esélyei

Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

LE-DAI Barbara575

Cost Analysis of Sustainable Concrete Production Using Waste Nanoparticles

Omar ZINAD – Dr. habil. Csilla CSIHA – Prof. Dr. Alya'a Abas AL-ATTAR585

Fiatal külföldi turisták pozitív és negatív tapasztalatai Budapesten

Positive and Negative Experiences of Young Foreign Tourists in Budapest

Dr. habil. GROTTÉ Judit PhD¹

egyetemi docens (*Associate Professor*)

Kodolányi János Főiskola, Fenntartható Gazdaság Intézet, Turizmus Tanszék (*Kodolányi János University, Institute for Sustainable Economy, Department of Tourism – Hungary*)

MAGYAR Tímea²

adjunktus (*Assistant Professor*)

Budapesti Metropolitan Egyetem, Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar (*Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism - Hungary*)

Absztrakt

Budapest, Magyarország fővárosa, természet- és ember alkotta vonzerejével, méltán vívta ki népszerűségét, a belföldi és külföldi utazók körében is. Jelen cikkünk a fiatal külföldi turisták szemszögéből mutatja be Budapest látnivalóit. Primer kutatásunkban félig strukturált interjú-elemzés segítségével mérjük fel a fiatal felnőtt korosztály utazási motivációit, központba helyezvén Budapestet, mint kiemelt turisztikai desztinációt. A felmérés során leginkább arra kerestük a választ, hogy a fiatal utazók mely faktorok mentén választják Budapestet, és mi alapján döntenek tartózkodási idejük hosszáról. A kutatás módszertanaként a fókuszcsoportos kvalitatív interjút választottuk, azért, mert jelen kutatási kérdéskört egy nagy kvantitatív kérdőív kialakításának előtanulmányaként tekintjük. A fókuszcsoportos kutatás a megkérdezettek véleménye alapján hat olyan területet azonosított, melyek a legtöbb pozitív élményt szerezték a fiatal külföldi turistáknak Budapesten: (1) emberek (*helyiek kedvessége*); (2) helyek, látnivalók (*történelmi emlékek és különleges hangulat*); (3) zöld övezet, levegő, tér; (4) szórakozási lehetőségek; (5) közlekedési infrastruktúra és közbiztonság; (6) gasztronómiai értékek.

Kulcsszavak: turisztikai vonzerő, turisztikai desztináció, kínálat-fejlesztés, Budapest

JEL-kódok: D91, M31, Z32

Abstract

Budapest is an emphasized touristic destination of Hungary; its domestic and international touristic turnover is significant. Our article describes the attractions of Budapest from the viewpoint of the young foreign tourists. In our primary research, we use semi-structured interview analysis to assess the travel motivations of young adults, focusing on Budapest as a prominent tourist destination. We chose the focus group qualitative interview as the methodology of the research, because we consider this research question as a preliminary study for the development of a large quantitative questionnaire. The focus-group interview analysis (based on the responses of the interviewees) identified 6 main areas that earned the most positive experiences for the young foreign tourists in Budapest: (1) people (*kindness of the local citizens*); (2) sights and places (*historical memories and the special mood of the city*); (3) greenbelt areas, air, open spaces; (4) opportunities for entertainment; (5) public transport network and good public safety; (6) values of gastronomy.

Keywords: touristic attraction, touristic destination, supply development, Budapest

JEL Codes: D91, M31, Z32

¹ juditgrotte@gmail.com

² tmagyar@metropolitan.hu

1. Bevezetés, célok

Annak ellenére, hogy az utazás az emberiség kialakulásával egyidős, a turizmus meghatározásával csak az 1920-30-as években kezdtek el foglalkozni a szakemberek és tettek kísérletet a turizmus definíciójának megalkotására (Grotte, 2011). Számos definíció megjelenése után az UNWTO 1989-ben az alábbi megfogalmazást tette közzé: „*A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat*” (Lengyel, 2004). A turizmus típusát, a turista mobilitását tekintve pedig beszélhetünk ország határon belüli, azaz belföldi-, illetve országhatáron kívüli, azaz nemzetközi turizmusról (Michalkó, 2012).

A turizmus egyre növekvő világgazdasági jelentőségéhez nem férhet kétség. Napjaink egyre meghatározóbb, a globalizációs folyamathoz számos szállal kötődő olyan jelensége, amely évről évre nagyobb bevételtermelő tényezője a globális gazdasági teljesítménynek, egyes nemzetgazdaságok esetében pedig egyenesen gazdasági húzóágazattá forrta ki magát (Vancsó, 2022).

A Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) adatai rámutatnak a turizmus kiemelt gazdasági jelentőségére Magyarországon. A KSH (2021) szatellit számla alapján a turizmus gazdasághoz való közvetlen hozzájárulása a GDP 6,8%-a, a közvetett hatásokat is magába foglaló hozzájárulás pedig a GDP 10,7%-a. Az MTÜ mutatói alapján a turisztikai ágazatokban betöltött állások száma 428 ezer fő, a munkahelyek 10,0%-át a turizmus generálta közvetlenül, a közvetlen és közvetett hatásokat egyesítve, a nemzetgazdasági foglalkoztatottság 13,2%-át adja az ágazat - (MTÜ, 2021a).

Budapest, Magyarország fővárosa, pedig méltán kiemelt helyen áll mind a nemzetközi, mind a belföldi látogatók, turisták listáján. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia egyik fő célja, hogy Budapestet az ország első számú nemzetközi desztinációjaként értékesítse. A turizmus megfelelő szintű fejlődésére komoly hatással van a piac makrokörnyezete. Itt szerepet játszanak többek között olyan társadalmi tényezők is, mint az információs- és kommunikációs technológiák folyamatos fejlődése és széles körű elterjedése (Cooper et al., 1993 in Puczkó & Rátz, 2002). Azaz a turisztikai projektek keretén belüli attrakciófejlesztések, a látogatók összetételére is hatással vannak, ennek megfelelően fontos az információs eszközök fejlesztésére is komoly hangsúlyt fektetni. Így a turisták könnyedebben tudják megtervezni a desztinációba történő utazásukat és programjaikat (Kiss & Horváth, 2015).

Éppen ezért, primer kutatásunk keretében azt térképezzük fel, hogy a külföldi fiatal turisták számára, milyen tényezők játszanak kiemelt szerepet, mikor utazási célként Budapestet választják. A kutatás módszertanaként a fókuszcsoporthoz kvalitatív interjút választottuk, azért, mert jelen kutatási kérdéskört egy nagy kvantitatív kérdőív kialakításának előtanulmányaként tekintjük (Majoros, 2005).

2. A turizmus, mint hazai húzóágazat

A turizmus, amint azt a bevezetőben is hangsúlyoztuk, Magyarország egyik legerősebb húzóágazata. A 2018-as év a COVID előtti (egyébként is komoly eredményeket hozó) időszakban is rekord-évnak számított a magyar turisztikai szektor teljesítményét tekintve: 12,5 millió (kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő) vendéggel, 30,9 millió vendég-éjszakával és 300,9 milliárd forintos bruttó szállásdíj-bevétellel (MTÜ, 2021a).

A COVID-19 krízis ugyan drasztikusan visszavetette a turizmus keresletét és szignifikáns károkat okozott a szektorban, a belföldi turizmus teljesítmény-mutatói azonban már a 2021-es évben növekedésnek indultak: az előző évhez képest 23%-kal több vendég 26%-kal több vendég-éjszakát töltött hazánkban, ami 18%-ról 23%-ra növelte az átlagos kapacitás-kihasználtságot a szálláshelyeken, és körülbelül másfélszeresére emelte az itt realizálódott bevételeket.

2021-ben a vendégek közel háromnegyede belföldről érkezett. A turisztikai forgalom növekedésében Budapest 2021-es eredményei jóval meghaladják az országos átlagot: a vendég-éjszakák itt 49%-kal haladták meg a 2020-as adatot (az 5,6 milliós érték természetesen még alatta marad a 2019-es mutatónak) (NTAK, 2022).

2.1. Budapest szerepe

Szintén a főváros jelentős súlyát mutatja, hogy a budapesti vendég-éjszakák az országos mutató 20%-át teszik ki. Fontos adat továbbá, hogy a fővárosi vendég-éjszakák kétharmadát külföldi vendégek foglalásai adták (NTAK, 2022).

Témánk szempontjából is érdemes röviden áttekinteni, milyen jellemzőkkel is bír a magyar főváros, amely egyre népszerűbb úti cél mind a belföldi, mind a nemzetközi turisták számára. Mivel a város ismert története már az ókorig nyúlik vissza, ezért Budapest kiemelkedően gazdag történelmi emlékekben. A város 23 kerületéből a legfontosabb kulturális és turisztikai attrakciók főleg a belső kerületekben találhatóak. A pesti oldal központja a **Belváros**, amely hivatalosan az ötödik kerületet jelenti, de több szempontból a 6. és a 7. kerület bizonyos részei is ide tartoznak. Itt található a Parlament, a Szent István Bazilika, az Erzsébet-tér, valamint a Váci utca és a Vörösmarty-tér környéke, mely máig a főváros legnépszerűbb bevásárló-nyugede. A budai oldal szíve a Várnegyed az első kerületben a Budavári Palotával, a Halászbástyával, a Mátyás templommal és a Várkert Bazárral; a Várnegyed hangulata még hangsúlyosabban hordozza a történelmi jellemzőket, hiszen a szűk, macskaköves utcák, a hangulatos kávézók és cukrászdák Budapest egyik legkülönlegesebb milliójét teremtik meg.

A Margitsziget és a Városliget saját kulturális arculatuk mellett zöldövezeti kikapcsolódási lehetőséget is nyújtanak; a pesti oldalon még Újlipótváros, a budain pedig a 11. kerületi Újbuda jelentenek kiemelkedően vonzó környéket mind a helyieknek, mind az idelátogató turistáknak – köszönhetően üzleteiknek, hangulatos utcáiknak és vendéglátóhelyeiknek. Fontos megemlítenünk még a Kazinczy utca - Király utca környékét is, ahol bárók, éttermek és romkocsmák tucatjait nyitották az elmúlt időszakban – kialakítva ezzel a „Bulinegyedet”, amely komoly vonzerővel bír mind a magyar, mind a külföldi fiatalok számára (Budapestinfo, 2022).

2.2. Új megközelítés a stratégiában

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030-at 2017-ben fogadta el a kormány (MTÜ, 2021c). Ennek fókuszaként öt kiemelt turisztikai fejlesztési térséget határoztak meg. Ezek egyike a Dunakanyar, amelynek egyik legfontosabb fejlesztési célja az volt, hogy a Budapestre érkező külföldi turisták számára többlet-attrakciót kínáljon, hogy ezáltal hatékonyan generáljon a fővárosba irányuló külföldi turistaforgalom számára többlet-tartózkodási időt és többlet-költséget. A stratégiai alapidokumentum (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0) 2021-es frissítéseként az eredeti öt helyett tizenegy turisztikai térséget határoznak meg és mellettük Budapestet, mint az ország első számú nemzetközi desztinációját definiálják. Érdemes megjegyezni még, hogy a főváros amúgy is erős arculatát idő közben továbbfejlesztették a „*Spice of Europe*” márkanévvel és a köré épített kampányokkal, melynek elsődleges elemei a kulturális, a gasztronómiai, valamint az egészségturisztikai attrakciók, illetve termékcsoportok. Az új besorolás szerint az eredeti Dunakanyar-térséget kibővítették mindazokkal a településekkel, amelyek Budapestről könnyen megközelíthetőek – ennek következményeként az új besorolás szerinti térségben most 133 település található. Így a főváros ugyan önálló desztináció, de a körülötte lévő települések már térségként értelmezhetőek – ez a szemlélet alkalmas lehet arra, hogy a főváros, mint turisztikai desztináció mind területileg, mind a látogatóknak nyújtott élmény szempontjából jelentősen növekedett (területileg közel a tízszeresére). A kiterjesztett terület és a hozzáférhető élmények megnövekedett volumene két szempontból is hatékonyabbá teheti a fővároshoz kapcsolódó turisztikai kínálat piaci értékesítését: a növekvő számú és témájú élményhez hatékonyabb látogató-menedzsment politika alakítható ki növekvő időtartamú és

költésű fogyasztói bázissal, amely egyúttal csökkentheti a vendégforgalom erős koncentrációját és mérsékelheti a kapcsolódó forgalmi terhelést, javítva a mobilitást. Az agglomeráció megnövekedett turisztikai élmény-kínálata ebben az egységesebb koncepcióban szintén a budapesti vendég-éjszakák számának növekedését és a fogyasztók többlet-költését segítheti elő hatékonyan. Érdemes megemlíteni továbbá, hogy a megújult fejlesztési elképzelés komolyabb hangsúlyt kíván helyezni a *sales-marketing*-elemekre, mint például az értékesíthetőség, az arculat, a piaci pozíció, illetve a márka. Ebben a célrendszerben fókuszált figyelem irányul arra, hogy a potenciális turisztikai szolgáltatók között erősödjön az együttműködés, javuljon a fogadó-területek versenyképessége, valamint, hogy minél egységesebb szolgáltatási csomaggá lehessen összevonni az egyes kínálati elemeket.

Látható tehát, hogy Budapestet egységesebb és átgondoltabb desztinációmenedzsment-elvek szerint megközelítve szignifikánsan növelhető mind a térség, mind az ország turisztikai kínálatának teljes értékesítési stratégiája. Az átfogó szemlélet célszerű alapja annak mélyebb megértése, hogy a turisztikai célközönség tagjai hogyan, milyen tevékenységek, döntések és elvek mentén határozzák meg azt, hogy az adott helyszínen végül milyen hosszan és milyen élmény-elemeket megkeresve tartózkodnak.

A 21. század eleji technológiai környezetében a komplex döntési rendszer fontos elemeit jelenthetik az okoseszközök. Minél fiatalabb generációt vizsgálunk, annál inkább láthatjuk, hogy egész életüket, benne pedig a legtöbb döntéshozatali mechanizmusukat át- meg átszövi az internetes technológia aktív használata. Ennek a komplex folyamat-rendszernek a mélyebb megértése közelebb vihet bennünket ahhoz is, hogy jobban megértsük a célközönség tagjainak fogyasztói magatartását; amennyiben a fogyasztói döntéshozatali modell egyes szakaszaiban felmérjük és megértjük az okoseszközök szerepét, a desztinációmenedzsmenthez kapcsolódó marketingkommunikációs kampányok által sokkal hatékonyabban elérhetővé válik a megcélzott vásárlóközönség egy jelentős része, ami a teljes desztinációs stratégiában könnyen generálhat további pozitív tovagyűrűző hatásokat (MTÜ, 2021b).

2.3. Fiatal külföldi turisták szempontjai

Az előzőekben több szempontból értékeltük Budapest kiemelkedő szerepét a hazai turisztikai kínálaton belül. Láthattuk, milyen fontos szerepet töltenek be a budapesti turisztikai teljesítménymutatók alakulásában a külföldi turisták. Az is világossá vált, hogy mennyire növelheti a desztináció menedzsment - tevékenység hatékonyságát, ha minél több szempont szerint, minél részletesebben és egyben mégis a maga teljességében értjük meg az egyes fogyasztói célcsoportok döntési mechanizmusait a desztinációkhoz kapcsolódó turisztikai kínálati elemek kiválasztásában. Praktikusabb megközelítés szerint ez tulajdonképpen két kutatási területet is jelent: egyrészt érdemes lenne azonosítani, hogy a megismerni kívánt célcsoport tagjai valójában mely elemeket azonosítják számukra vonzó attrakciókként, amikor Budapestet és annak vonzáskörzetét felkeresik, és ott élményeket szereznek. Ezt követően lenne érdemesebb tágabb perspektívából megvizsgálni az egyes kínálati elemek kiválasztáshoz kapcsolódó döntési folyamatokat (melynek a fiatalok esetében valószínűleg fontos részét képezi az internet számos felületén történő adatgyűjtés és aktív kommunikáció is).

3. Primer kutatás: célok, módszertan

A jelen tanulmányban ismertetett felmérés az előző fenti két kutatási kérdés közül az elsőre kíván olyan érdemi válaszokat gyűjteni, mely alapján egy nagyobb volumenű vizsgálat tervezhető és kivitelezhető. Ennek eszközéül a félig strukturált lágy interjú válaszottuk nyílt kérdésekkel (Lengyelné Molnár & Tóvári, 2021).

A most bemutatott vizsgálat fókuszcsoporthoz interjú-elemzésre épül, melyben a konferencia előtt kilenc fiatal külföldi egyetemi hallgató véleményét kérdeztük fővárosunkról, az itt

szerezett jó és rossz tapasztalataikról. A konferencia után ezt még két hasonló összetételű fókuszcsoporthoz interjúval egészítettük ki azért, hogy a 3 csoport véleményét össze tudjuk vetni. *E kvalitatív fókuszcsoporthoz felmérést a jelen kutatási témában egy nagy volumenű kvantitatív kérdőív kialakításának előtanulmányaként tekintjük.*

Budapesten tanuló hazai és nemzetközi egyetemi hallgatókat kérdeztünk meg Budapestre történő utazási döntésüket befolyásoló tényezőkről, pozitív és negatív tapasztalataikról. A kérdőíves kutatást ezen felül még egy nagy témakörrel kívánjuk bővíteni, mely mind az utazáshoz, mind az egyetemi tanulmányokhoz szükséges okoseszköz-használatot kívánja feltárni.

A fókuszcsoporthoz kapcsolódó célcsoport kiválasztásakor fontos szempont volt a külföldi turisták erős reprezentációja Budapest turisztikai szolgáltatásainak keresletén belül. A fiatalok csoportja azért kap megkülönböztető figyelmet, mert mind fizetőképes keresletük fontos (sőt, egyre fontosabb) tényezője a jelen, valamint a közeljövő vásárlóerejének, mely Budapest turisztikai kínálata számára potenciálisan szóba jöhet, mind pedig fogyasztói magatartásuk (és benne okoseszköz-használatuk minél több aspektusának) megismerése kiemelten fontos lesz a hazai (és benne a fővárosi) turisztikai desztinációmenedzsment megfelelő fejlesztési irányainak meghatározásához.

A fókuszcsoporthoz interjú fiatal alanyait a Budapesti Metropolitan Egyetem hallgatói közül választottuk ki; mindannyian már legalább fél éve a fővárosban élnek, így az általuk megfogalmazott vélemény nem egy rövid időszakban szerzett benyomások, hanem hosszabb időszak tapasztalatain alapul. Az első csoport három nő- és a hat férfi tagja húszas éveik elején járnak és mindannyian non-EU országokból érkeztek Budapestre: egy alany Latin-Amerikából (Venezuela), ketten Afrikából (Mauritius, Libéria) és hatan Ázsiából (Kazahsztán, Azerbajdzsán, Irán, Pakisztán, India és Srí Lanka). A másik két fókuszcsoport tagjainak kiválasztásakor törekedtünk arra, hogy hasonló ismérvek alapján állítsuk őket össze, amiből egyedül a származási országokat nem tudtuk hasonlóan reprezentálni, minden másban homogének az első fókuszcsoporthoz. Így a második fókuszcsoport nemzetiségi összetétele: Kazahsztán (2), Kína (3), Irán (1), Brazília (1), Pakisztán (1), illetve Törökország (1). A harmadik fókuszcsoport nemzetiségi összetétele: Kína (2), Irán (2), Törökország (2), Egyiptom (1), Pakisztán (1), illetve Mongólia (1).

A fókuszcsoporthoz interjú alatt feltett kérdések három témára koncentráltak: (1) első körben arról kérdeztük az alanyokat, hogy miért Budapestet választották felsőfokú tanulmányaik színhelyéül. (2) A második témában az itt szerzett pozitív tapasztalatokról, míg végül (3) a Budapesten tapasztalt rosszabb élményekről kérdeztük őket. A következő részben ismertetjük az interjúk eredményeit, hogy azok alapján egyrészt körvonalazódhasson, hogy (1) jelenleg milyen fontos vonzerő-elemek működnek, amelyek alapján fiatal külföldi látogatók Budapestet választák (hosszabb idejű) látogatásuk színhelyéül, (2) hogy a fővárosban szerzett tapasztalatok alapján milyen főbb erősségekkel számolhatunk, ha a főváros attrakcióit és az azokhoz kapcsolódó turisztikai kínálati elemeket értékeljük, valamint, hogy (3) melyek azok a területek, ahol Budapest, mint turisztikai desztináció attrakciói (és a rájuk épülő kínálat) még fejlesztésre szorul.

4. Fókuszcsoport: az elsődleges eredmények

Az első kérdéscsoport tehát azokra az okokra kérdezett rá, hogy **az alanyok miért Budapestet választották egyetemi tanulmányuk színhelyéül.** Az okok között az egyetem által nyújtott átlátható és egyszerű felvételi eljárást többen is említették, valamint mind az egyetemi tanulmányok, mind a budapesti megélhetési költségek kifejezetten kedvező / megfizethető szintjét. Érdekes, de két alanyunk is szülei ajánlották Budapestet korábbi itt szerzett kedvező tapasztalataikra hivatkozva.

Az első fókuszcsoporthoz iráni interjú-alanya, aki nyitott és meglehetősen kozmopolita szemléletű családból származik, Kanadában és Iránban folytatott általános iskolai-, majd pakisztáni középiskolai tanulmányai után az egyetemet már Magyarországon kezdte, a Debreceni Egyetemen; a város rendezettségére ugyan tetszett neki, de nem találta elégnek a maga számára az egyetemen kívül elérhető társasági / szórakozási lehetőségeket, így Budapestre jelentkezett át felsőfokú tanulmányai folytatásához, amit utólag is nagyon jó döntésnek értékel; saját bevétele szerint itt „kinyílt számára a világ”. A libériai alany Budapest fekvését hangsúlyozta döntésében, mint „Európa közepét”. A dél-amerikai (Venezuela) alany érkezett talán legmesszebből hazánkba. Ő eredetileg csak azt tudta, hogy Európában szeretne tanulni és a hosszas internetes keresés közben a budapesti tanulmányok és megélhetés alacsony költségei győzték meg a budapesti egyetemi tanulmányok folytatásáról; azóta persze más okokból is megszerette a várost. A válaszok áttekintéséből természetesen feltűnő a **magyar főváros relatív költségelőnye** a többi európai nagyvároshoz képest. A jelenlegi erős infláció természetesen nem jó irányú változás e téren, de hazánk remélhetőleg a jelenlegi társadalmi- és gazdasági válság-helyzetek elmúlásával is megfelelő mértékű relatív költség-előnyt lesz képes nyújtani az idelátogatóknak. A fővárost, mint kedvező utazási/ tartózkodási desztinációt hangsúlyozó **ajánlások szerepére** azért érdemes felfigyelnünk, mert ezek az ajánlások a non-EU régiókból érkezők esetén valószínűleg még inkább felértékelődnek, hiszen ezekről a területekről kevesebben érkeznek hazánkba.

A **Budapesten szerzett jó tapasztalatokra** sokféle válasz érkezett az alanyoktól; ezek átlátható bemutatásához az (1) *emberek*; (2) *helyek, látnivalók*, (3) *zöld övezet, levegő, tér*, (4) *szórakozás*, (5) *infrastruktúra, biztonság*, (6) *gasztronómia* témák szerinti felosztást fogjuk alkalmazni.

A fővárosban élő **emberek** kapcsán alanyaink közül szinte mindenki elismerően nyilatkozott: kedvességről, türelmes és segítőkész hozzáállásról számoltak be; volt, aki pl. az USA-hoz képest hangsúlyozta, hogy Budapesten több toleranciát és elfogadást tapasztalt. Ez mindenképp örömdolgozó eredmény, egyöntetű pozitívumai szinte már-már meglepő is: talán a fővárosban élők nyitottabb volta is a mögöttes okok között van, mégis érdemes megjegyezni, hogy az elfogadó és toleráns lakosság milyen fontos vonzerőt jelenthet az idelátogató látogatók számára. Az egyetlen negatív vélemény e téren bizonyos hivatalok ügyintézőinél tapasztalt hűvösebb/ szigorúbb bánásmód volt.

Szintén az emberi tényezők közé tartozik a helyiek nyelvtudása, de ezen a téren már nem volt ennyire egységesen elismerő az interjú-alanyok véleménye. Egyedül egy alany volt pozitív véleménye a helyiek angolnyelv-tudásáról; a többiek nehézkességről, kevés angolul beszélő helyi lakosról számoltak be, valamint arról, hogy akár hivatalokban, akár szolgáltató cégeknél jártak, az angol nyelvű kiszolgáláshoz húzott sorszám esetén rendre és szignifikánsan többet kell várni. Ezek elég szomorú eredmények, különösen, ha azt vesszük figyelembe, hogy több generáció nőtt fel úgy, hogy számukra már nem az orosz volt a kötelezően tanulandó nyelv. Egy világváros vonzerejéhez nagyban hozzájárulhat az a tény, ha az idelátogatók könnyen képesek magukat megértetni a helyiekkel.

A **helyek és látnivalók** kapcsán az alanyok több kedvenc helyükről is beszámoltak Budapesten. A Citadellát, a zsidó negyedet, a Parlamentet, az Andrássy utat, a Hősök terét, a Nymfát és a Margitszigetet említették a legtöbben; és voltak olyanok is, akik Budapest egészének különleges hangulatáról beszéltek. Ők azt hangsúlyozták, hogy a történelmi negyedek és a sok impozáns épület számukra hitelesen érzékelteti, hogy nem egy egyszerű nagyvárosban járnak, hanem olyan helyen, amelynek saját története, múltja van.

Ezek természetesen nagyon pozitív visszajelzések, melyek hitelesen támasztják alá, hogy Budapest egyik fő vonzerejét történelmi emlékei, múltja, és ezáltal formálódó saját arca, különleges atmoszférája adja. Történelmi városrészként természetesen nem csupán a Várnegyed tekinthető, hanem a belsőbb kerületek minden olyan utcája, ahol dominálnak a XIX. század végi

impozáns épületek stílusjegyei, vagy a még régebbi korok hangulata; az idelátogató külföldieknek láthatólag nem természetes közeg ez és kifejezetten nagyra értékelik, hogy a történelmi Budapesten nem egy sablonos metropolisz környezete fogadja őket, hanem sok helyen mintegy „szigetként” élhetik meg a szürke városi létből történő kiszakadás hangulatát.

A **zöld övezet, levegő**, tér kategóriában minden alany elismerően nyilatkozott arról, hogy Budapesten – a többi nagyvároshoz viszonyítva – jó a levegő, nagy terek nyílnak, ahol sétálni lehet, sok a fa és a zöldövezeti terület; aki akar, annak jó kerékpározási lehetőségek is rendelkezésre állnak és „kinyílik a tér”. Ezek a tényezők nagyon pozitív és hangsúlyos helyet kaptak az alanyok válaszai között, ami jól mutatja, hogy a zöld beruházások és a kerékpáros-rolleres közösségi közlekedési lehetőségek minden típusú fejlesztése mennyire jó és előremutató irányvonal egy vonzóbb és élhetőbb Budapest megteremtése felé.

A **szórakozás** – tárgykörben a fiatal interjú-alanyok szintén számos pozitív élményről számoltak be; voltak, akik a Gózsdu-udvar környékét, vagyis a „buli-negyed” vendéglátó egységeit méltatták; több alany (főleg a fiatal férfiak) dicsérték az egyéb kocsákat, szórakozóhelyeket, pub-okat és megelégedéssel nyilatkoztak e helyek kínálatának jellemzően kedvező árfekvéséről. Volt, aki olyan speciális szórakozási és kikapcsolódási lehetőséget talált, mint a lőtéren való gyakorlás; és voltak, akik „az egész nagyvárosi, nyüzsgő életstílusba” általában szerettek bele és úgy jellemezték Budapestet, mint egy olyan helyet, ahol számukra kinyílt a világ. A válaszokból látszik, hogy a „bulinegyed” stílusa és a fővárosi kávézók, éttermek és éjszakai szórakozóhelyek kínálata meglévő / kifejezett / és lelkes kereslettel találkozik a fiatal külföldi látogatók oldaláról. Természetesen mindig fontos lesz e szolgáltatók számára a megfelelő jogi környezet lehetőségeit és határait pontosan kommunikálni (pl. a csend megsértéséről, vagy bármilyen biztonsági előírásról), de jól látszik, hogy a belvárosi szórakozóhelyek igenis jelentős vonzerőt képesek képviselni a fiatal külföldi turisták szempontrendszerében.

Az **infrastruktúra / biztonság témában** az alanyok általánosan elismerően nyilatkoztak Budapest általános közbiztonságáról; a hölgy-válaszadók külön is kiemelték, milyen megnyugtató számukra, hogy Budapesten komolyabb óvintézkedések nélkül is kimozdulhatnak otthonról sötétedés után. Minden válaszadó nagyra értékelte, hogy a főváros tömegközlekedési hálózata elég kiterjedt és jól működő ahhoz, hogy bárki egy havibérlettel eljuthasson a város egyik pontjáról a másikra, ráadásul ebben a GoogleMaps alkalmazás is nagyon jól támogatja őket. A válaszokból láthatjuk, hogy az olyan alapvető tényezők, mint az általános közbiztonság, vagy a tömegközlekedési hálózat is mennyire fontos és integráns részét képezhetik egy metropolisz által nyújtott vonzerőnek. Ha belegondolunk, ezek a tényezők egy fókuszált desztináció-menedzsment stratégia számára azonnal és rövid távon nem befolyásolhatók; viszont mennyire igaz, hogy amennyiben e faktorok megfelelő szinten állnak rendelkezésre, az milyen alapvető és megbízható alkotóelemként képes növelni egy város által nyújtott komplex „vonzerő-csomag” teljes értékét.

A **gasztronómia** tárgykörében érkezett válaszok sokszínűsége is jól mutatja, hogy adott turisztikai desztinációt milyen gyönyörű diverzitással képes építeni egy-egy kapcsolódó vonzerő-terület. Az alanyok közül Budapest gasztronómiai kínálatát értékelve csupán egy alany jelezte, hogy neki nem igazán ízlik a helyi „felhozatal”. A többi interjú-alany örömmel mesélt az itteni gasztronómiai kínálatban fellelt kedvenceikről, amelyek között a rántott sajttól a lángoson keresztül a csirkepaprikásig és a budapesti kávézók kínálatáig számos típusú étel és gasztronómiai „kincs” szerepelt. (Kedves adalék, hogy a kakaós csigáért az alanyok milyen nagy százaléka lelkesedik – mintha csak ez lenne a következő hungarikum-jelölt).

A gasztronómiai tárgykör válaszai alapján érdemes megjegyezni azt, hogy minél részletesebben ismerik a desztináció-menedzsment stratégia megtervezői az adott desztináció vonzerőit, annál inkább képesek „finom-hangolni” a DM-stratégia egyes szereplőinek és elemeinek egymásra hatását annak érdekében, hogy a multiplikátor-hatás típusú tovagyűrűző érték-növekedésekből a rendszer minél több tagja minél nagyobb mértékben részesülhessen.

A **Budapest**en szerzett rossz tapasztalatokra szerencsére kevesebb válasz érkezett: a két fő problémakör a budapestiek korábban már említett rossz angolnyelv-tudása, valamint egy olyan eset voltak, amikor a hazánkba (nem EU-területről) érkező fiatal a vámtisztek (a történet szerint és az azt elmesélő alany szerint) szándékosan félrevezették, amelynek következtében súlyos pénzbírsággal és hosszú, bizonytalan várakozási idővel büntették. Egy történet alapján természetesen nem érdemes és nem is szabad megítélni egy adott állami szerv, valamint dolgozó munkáját, hozzáállását. A jelen tanulmányban bemutatott kvalitatív, feltáró kutatási módszerek jellemzően arra jók, hogy felhívják a figyelmet egy-egy olyan területre, amelynek komoly szerepe van a vizsgált téma megvalósult állapotának (*jelenleg: a főváros komplexen értelmezett turisztikai attrakcióinak, vonzerejének*) alakulásában. Egyértelmű, hogy bármilyen hivatalos szerv alkalmazottainak ismét csak megfelelő nyelvtudása, illetve támogató magatartása és maximális segítőkészsége milyen komolyan eshet latba az idelátogató turisták komplex fogasztói élményének formálódásában.

5. Összegzés

Budapest, Magyarország fővárosa, természet- és ember alkotta vonzerejével, méltán vívta ki népszerűségét, a belföldi és külföldi utazók körében is. Jelen cikkünk a fiatal külföldi turisták szemszögéből mutatta be Budapest látnivalóit. Primer kutatásunkban félig strukturált interjú-elemzés segítségével mértük fel a fiatal felnőtt korosztály utazási motivációit, központba helyezvén Budapestet, mint kiemelt turisztikai desztinációt. A felmérés során leginkább arra kerestük a választ, hogy a fiatal utazók mely faktorok mentén választják Budapestet, és mi alapján döntenek tartózkodási idejük hosszáról.

A pozitív értékelést kapott faktorok örvendetes sokszínűséget mutatnak: a fiatal külföldi turistáknak gyakran szerzett pozitív élményeket Budapesten a helyiek nyílt és kedves viselkedése és segítőkész hozzáállása. Nagyra értékelték a főváros történelmi látnivalóit és a város eredeti, a múlt emlékeit folyamatosan felidéző hangulatát is. Sok és kifejezetten pozitív értékelést adtak arra, hogy Budapest számukra „zöld város”: sok parkkal és nyílt terekkel. A szórakozási lehetőségek és az éjszakai élet sokszínűsége a várt lelkesedést hozta, hiszen ezt a vonzó-elemet már számos turisztikai portálon méltatták a fiatal idelátogatók komoly elismeréssel. Budapest tömegközlekedési hálózata szintén jó értékeléseket kapott – mind a tömegközlekedési vonalak sűrűsége, mind a különböző budapesti helyszínek jó megközelíthetősége szempontjából. Végül a gasztronómiai élmények is lelkes visszhangot váltottak ki a megkérdezettekől: itt a válaszok ismét sokszínűek voltak, ami azt jelenti, hogy a fiatal idelátogatók már nem csupán a klasszikus magyar konyha értékeit fedezték fel – előremutató kutatási eredmény ebből a szempontból, hogy Budapest gasztronómiai kínálata is szélesedik és több irányba is komolyan fejlődik.

A negatív tapasztalatok szerencsére nem mutattak a fentiekhez hasonló gazdagságot: a helyiek hiányos angol nyelvtudása mellett a kritikák a hivatali ügyintézés meglehetősen lassúságát, valamint az ügyintézők részéről néha megtapasztalt negatív atrocitásokat említették.

A félig strukturált interjú-elemzés által feltárt pozitív és negatív tapasztalatok egyrészt értékes elemei lehetnek olyan további kvalitatív és kvantitatív felméréseknek, melyek a főváros jelenlegi turisztikai kínálatának a fiatal külföldi turisták szempontjai szerinti értékelését kívánják minél több szempont szerint megismerni.

A szerzők célja, hogy a jelen kutatási eredményekre alapozva olyan – nagyobb volumenű – kérdőíves felmérést végezzenek a külföldről érkező és Budapesten tanuló egyetemi hallgatók között, mely a jelen kutatás eredményeinek validálása mellett egyrészt a turizmus e-eszközeinek használata mellett az itteni felsőoktatási tapasztalatokra is rákérdez – e területen sem hagyva figyelmen kívül az e-eszközök oktatásban betöltött szerepét.

Irodalomjegyzék

- Budapestinfo (2022). <https://www.budapestinfo.hu/hu/koszonti-budapest> (Letöltve: 2022.12.01.)
- Grotte J. (2011). *Internet használat a magyarországi szabadidős utazások megszervezése során*. Doktori értekezés. Széchenyi István Egyetem Regionális és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr. https://rgdi.sze.hu/files/Ertekezések,%20tezisek/GJ_disszertacio_full2011.pdf (Letöltve: 2022.12.05.)
- Kiss, F. & Horváth, A. (2015). Service Technology Profiles suggestions for the Balkan tourism industry In *Tourism and ICT aspects of balkan wellbeing* (pp. 187–214). Alma Mater Series, Foundation for Information Society.
- Lengyel M. (2004). *A turizmus általános elmélete*. KIT Kft., Budapest.
- Lengyelné Molnár T. & Tóvári J. (2021). *Kutatásmódszertan*. Távoktatási tankönyv. Eszterházy Károly Főiskola Médiainformatika Intézet, Eger.
- Majoros P. (2005). *A kutatásmódszertan alapjai*. Perfekt Kiadó, Budapest.
- Michalkó G. (2012). *Turizmológia*. Akadémia Kiadó, Budapest.
- MTÜ (2021a). A turizmus eredményei Magyarországon. Magyar Turisztikai Ügynökség. <https://mtu.gov.hu/cikkek/a-turizmus-eredmenyei-magyarorszag> (Letöltve: 2022.12.05.)
- MTÜ (2021b). Budapest szerepe a desztinációs logikában. <https://mtu.gov.hu/cikkek/budapest-szerepe-a-desztinacios-logikaban-1916> (Letöltve: 2022.12.01.)
- MTÜ (2021c). Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0. <https://mtu.gov.hu/cikkek/strategia> (Letöltve: 2022.11.30.)
- NTAK (2022). Jelentősen javultak 2021-ben a hazai turisztikai adatok. <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/ntak-jelentosen-javultak-2021-ben-a-hazai-turisztikai-adatok-1179466> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Puczkó L. & Rátz T. (2002). *A turizmus hatásai*. Aula Kiadó, Budapest.
- Vancsó J. (2022). A turizmus hatásai. In Grotte J. (szerk.), *Új trendek és jó gyakorlatok a fenntartható turizmus piacán különös tekintettel a nemzeti- és geoparkok* (pp. 27–54). Információs Társadalomért Alapítvány, Budapest.