



Kedves Olvasók!

Ismét tematikus számmal szeretnénk az Önök ismereteit gyarapítani. A Magyar Turizmus Zrt. 2009-re a Kulturális Turizmus Évét hirdette meg, elsősorban belföldi marketingtevékenységében. Ebben a számban nemcsak a témaévvvel kapcsolatos saját kutatási eredményeinket ismertetjük, hanem számos egyéb, a kulturális turizmussal foglalkozó friss kutatást is közzéteszünk, és bemutatjuk a kulturális turizmusban érintett társszervezeteink munkáját is. Örömmel közöljük továbbá egy, a 2007. évi pályázaton díjazott szakdolgozat kivonatát, amely természetesen szintén szorosan kapcsolódik témánkhoz. Folyóiratunk terjedelme korlátozott, a kulturális turizmus tematikája azonban szinte kimeríthetetlen, így sajnos jó néhány cikk csak a következő, 2008/4. számban kerülhet az olvasók elé.

A kultúra mindennapjainkat és ünnepeinket meghatározó voltát jól jelképezi a karácsony. A közelgő ünnepek alkalmából ezúton kívánunk minden kedves Olvasónknak, Szerzőnknek, Lektorainknak és a Szerkesztőbizottság tagjainak kellemes karácsonyi ünnepeket és boldog új évet!

A főszerkesztő

A magyar lakosság kulturális turizmussal kapcsolatos ismeretei, attitűdjei és utazási szokásai

Összeállította: Magyar Turizmus Zrt., Kutatási Csoport¹

A nagyobb figyelemfelkeltés és a források koncentrálása érdekében a Magyar Turizmus Zrt. 2006 óta tematikus évek keretében mutatja be Magyarország turisztikai kínálatát a belföldi turisták számára. A 2009. évi témaév a kulturális turizmus jegyében zajlik majd. A témaév megalapozására a Magyar Turizmus Zrt. átfogó kutatássorozatot végzett a magyar lakosság körében, amely kvalitatív és kvantitatív elemeket egyaránt tartalmazott. Kvantitatív felmérésünk eredményei jelen tanulmányban, az attitűdöket vizsgáló fókuszcsoporthoz tartozó kutatások eredményeit pedig a 20. oldalon olvasható cikkben foglaljuk össze.

A magyar lakosság körében végzett felmérés eredményei alátámasztották hipotézisünket, miszerint a magyar lakosság attitűdjei alapvetően kedvezőek a belföldi kulturális turizmus iránt, és az utazási szokásokról is pozitív kép rajzolódott ki. Azok körében, akik megengedhetik maguknak a belföldi többnapos utazást, alapvetően két csoport különböztethető meg: az egyik csoport tagjai nyitottak a kulturális látnivalók és programok iránt, többnyire ez is utazásuk fő célja, a másik csoport viszont kimarad a kulturális turizmusból, és attitűdjei is kevésbé pozitívak, bizonyos vonatkozásban pedig kifejezetten negatívak a kulturális turizmussal kapcsolatban. A Kulturális Turizmus Éve során e két célcsoporttal kapcsolatban eltérő célokat szükséges megfogalmazni, és ennek megfelelően eltérő marketingkommunikációs eszközöket javasolt alkalmazni.

Kulcsszavak: kulturális turizmus, magyar lakosság, belföldi turizmus, témaév, attitűdök.

Bevezetés

A Magyar Turizmus Zrt. megbízásából a M.Á.S.T. Piac- és Közvélemény-kutató Társaság 2008 júliusában kutatást végzett a 2009-re tervezett Kulturális Turizmus Éve témaév megalapozása érdekében. Jelen tanulmány e felmérés eredményeit foglalja össze.

¹ A Magyar Turizmus Zrt. megbízásából a M.Á.S.T. Piac- és Közvélemény-kutató Társaság által végzett felmérés alapján.

² Az utazás olyan, a lakóhelyen kívüli településre, területre történő helyváltoztatás, amelynek során a háztartás valamely tagja távol van otthonától, és célja nem napi vagy rendszeres munkavégzés, illetve tanulás.

1. A kutatás módszere

Az adatfelvétel 1000 fős, megyék és települések szerint reprezentatív mintán, személyes megkérdezéssel, a megkérdezettek lakásán történt. A véletlen mintát a megyénkénti nem- és korcsoportarányoknak megfelelően, statisztikai módszerrel, több szempontú súlyozással állítottuk össze, így a feldolgozott adatok megye, településszerkezet, nem- és korösszetétel szerint tükrözik a magyarországi népesség demográfiai viszonyait. Mivel egy-egy utazáson² jellemzően több háztartástag vesz részt, az elemzés során a háztartásra vonatkozó információkat is vizsgáltuk.

A kutatás kérdéskörei a következők voltak:

- a kultúra szó tartalma, jelentése a megkérdezett számára,

- a magyarországi kulturális turisztikai kínálattal kapcsolatos általános és személyes attitűdök vizsgálata, a hazai világörökségek ismertsége,
- egy kulturális látnivalót vagy programot vonzóvá tevő tényezők,
- érdeklődés a kultúrához köthető utazási tevékenységek iránt,
- a vizsgálat előtti 12 hónap belföldi, kulturális tevékenységgel is járó utazásainak jellemzői (időpont, az utazás hossza, a végzett kulturális tevékenységek, a programokról, látnivalókról való döntés időpontja), a kulturális turizmusból részt vevők költsége, az utazás előtti és az utazás közbeni információgyűjtési szokások,
- a következő 12 hónapra tervezett kulturális célú, illetve olyan utazások, amelyek során valamilyen kulturális tevékenységet is végeznek,
- az ilyen utak elmaradásának okai, az esetleges utazási ösztönzők szerepe.

A kutatás során ezen kívül – 2006-ot követően – ismét vizsgáltuk Pécs mint Európa Kulturális Fővárosa ismertségét és a felkeresési hajlandóságot, amelynek eredményeit a 29. oldalon található elemzésben foglaltuk össze.

2. A kutatás eredményei

2.1. A FELMÉRÉST MEGELŐZŐ 12 HÓNAP UTAZÁSAI ÉS A KULTÚRA

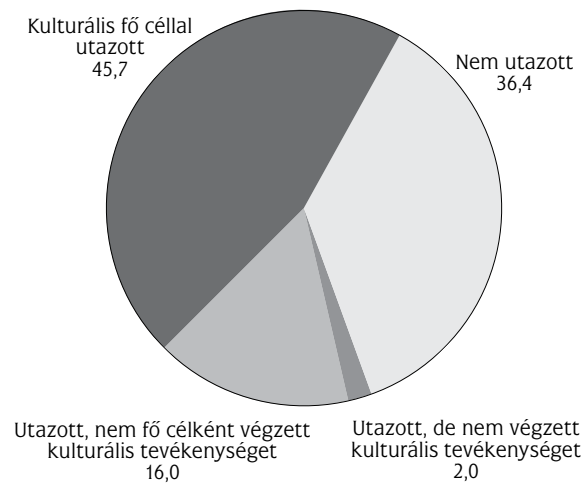
A kutatás egyik fontos célja a belföldi kulturális utazások gyakoriságának és jellemzőinek megismerése volt. A felmérést megelőző egy év során (2007. augusztus és 2008. július között) a megkérdezettek 45,7%-a vett részt egy- vagy többnapos, kifejezetten kulturális célú belföldi utazáson, 16,0%-uk pedig – bár elsődlegesen nem ezért utazott el – valamilyen kultúrához kapcsolódó tevékenységet is végzett: részt vett kulturális programon, felkeresett kulturális látnivalót stb. Mindössze húsz (2,0%) olyan megkérdezett volt, aki utazásai során egyáltalán nem tekintett meg kulturális látnivalót és kulturális programon sem vett részt (1. ábra).

Az átlagnál jóval magasabb arányban utaztak elsődlegesen kulturális céllal a 18–30 éves korosztály tagjai, a legalább érettségizettek, a gazdaságilag aktívak, a négyfős háztartásban élők, a nyaralóval, illetve az internettel rendelkezők, általában az átlag feletti jövedelműek. A Közép-Magyarország és a Nyugat-Dunántúl (tervezési-statisztikai) régiók lakosai, illetve a fővárosban élők az átlagnál gyakrabban utaztak elsődlegesen kulturális céllal.

A 31–40 éves korcsoportban, a legalább érettségizettek, a dolgozók, a háromfős háztartásban élők, az átlagos vagy átlag feletti jövedelműek, a nagyvárosban élők,

1. ábra

Belföldi kulturális utazási szokások (%)



N = 1000 fő

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

a Közép- és a Dél-Dunántúl lakosai között az átlagnál nagyobb számban szerepeltek azok, akik végeztek valamilyen kultúrához köthető tevékenységet, bár utazásuk célja elsősorban nem a kultúra volt.

A két, kulturális utazáson részt vevő csoport legfontosabb demográfiai jellemzőit az 1. táblázatban foglaltuk össze.

A kulturális tevékenységgel (is) járó belföldi utazásokon részt vevők harmada egy- és többnapos utazáson is részt vett, 23,5%-a csak egynapos, 43,4%-a pedig csak többnapos utazást tett. A kulturális turizmus fő szezonja a tavasz és a nyár. Télen gyakoribb, hogy kifejezetten kulturális céllal utaznak belföldön honfitársaink.

Az utazások 64,0%-ában már az utazás előtt eldöntötték, hogy milyen kulturális tevékenységet fognak végezni, 19,7% esetében a döntésre utazás közben került sor. Az utazások 16,3%-ánál az előre eldöntött kulturális tevékenységek mellé az utazás során újabbak csatlakoztak, vagyis az előzetes és a helyszíni tájékoztatás egyaránt fontos.

Az elsődlegesen kulturális célú utazások során a leggyakoribb tevékenység a műemlékek, várak, kastélyok, kúriák, templomok és egyéb egyházi emlékek megtekintése volt, azaz elsősorban az épített örökséget keresték fel. Ezen utazások alkalmával szignifikánsan több kulturális tevékenységet végeztek, mint a más jellegű utazásokon. Ezzel szemben a nem kulturális célú utazásoknál a résztvevők a történelmi, műemléki fürdők, a panoráma és a gasztronómia élvezetében „jeleskedtek” a leginkább, vagyis nem a legszűkebben vett kultúra érdekelte őket, hanem az élményjelleg dominált inkább (2. táblázat).

A kulturális utazók demográfiai mintája

Ismérv		Fő célként		Kiegészítésként	
		N	%	N	%
Nem	férfi	218	47,1	73	15,8
	nő	239	44,4	87	16,1
Korcsoport	18–24 év	65	59,2	17	15,7
	25–30 év	77	52,2	26	17,5
	31–40 év	66	41,5	33	20,6
	41–50 év	78	48,6	30	18,9
	51–60 év	74	40,4	28	15,5
	60 év feletti	95	40,2	25	10,5
Iskolai végzettség	általános iskola	51	26,0	18	9,3
	szakmunkásképző	86	38,4	23	10,1
	érettségi	184	51,0	72	20,0
	felsőfokú végzettség	135	62,1	47	21,4
Háztartásbeli szerep	háztartásfő	241	44,0	80	14,6
	háztartásfő társa	129	44,1	53	18,2
	gyerek	74	55,5	25	18,9
	egyéb	2	21,2	2	5,0
Aktivitás	dolgozik	269	52,3	101	19,7
	nyugdíjas	114	36,5	37	12,0
	egyéb inaktív	73	42,5	21	12,3
Háztartás létszáma	egy fő	55	39,4	19	13,7
	két fő	140	45,2	48	15,6
	három fő	96	42,0	48	20,8
	négy fő	115	54,5	29	13,9
	5 vagy több fő	51	45,7	16	14,2
Jövedelmi helyzet	átlag alatti	62	32,8	19	10,0
	átlagos	187	40,2	79	17,0
	átlag feletti	207	60,2	61	17,9
Település típusa	főváros	110	60,8	26	14,6
	nagyváros	90	38,7	57	24,3
	város	125	41,4	45	15,0
	község	131	46,3	31	11,1
Régió	Közép-Magyarország	178	63,6	33	11,7
	Közép-Dunántúl	32	29,9	23	22,1
	Nyugat-Dunántúl	62	64,7	16	16,4
	Dél-Dunántúl	43	34,0	31	24,8
	Észak-Magyarország	54	44,7	21	17,2
	Észak-Alföld	52	36,5	18	12,9
Dél-Alföld	36	27,9	18	13,7	
Összesen		457	45,7	160	16,0

Megjegyzés: Az átlagtól jelentősen eltérő értékeket kiemeltük.

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

Kifejezetten a kultúra kedvéért az utazók egynapos utazás esetén átlagosan legfeljebb 140, többnapos utazás esetén legfeljebb 243 kilométert tettek meg. *Egynapos utazás során 100 km, többnaposnál 200 km a határ, ennél távolabbra csak az utazók fele „merészkedett”.*

A kulturális jellegű utazáson részt vevők kétharmada (69,4%) jellemzően tájékozódott utazásai előtt a helyi kulturális kínálatról, látnivalókról, programokról. Az előzetes tájékozódás döntő forrása az internet volt, amelyre az utazók 63,8%-a vett igénybe (2. ábra). Az utazást

megelőzően információt gyűjtők átlagosan három forrást vettek igénybe.

A megkérdezettek az utazást megelőző tájékoztatói lehetőségekkel kimondottan elégedettek voltak: 49,8% teljesen, 45,4% inkább elégedett volt, mindössze tizenhárman voltak elégedetlenek (3,1%).

Az utazás során a legtöbben plakátokról (50,4%), prospektusokból (46,7%) és táblák, feliratok alapján (38,2%) jutottak információhoz (3. ábra). A helyszíni tájékoztatói lehetőségekkel is elégedett volt a megkérde-

2. táblázat

Az utazások során végzett tevékenységek aszerint, hogy az utazás fő célja kulturális volt-e (%)*

Tevékenység	A tevékenység		Együtt
	fő cél volt	nem volt fő cél	
Füüdölátogatás	14,5	27,5	19,4
Panoráma élvezete	13,3	24,3	17,5
Műemlékek megtekintése	17,4	16,6	17,1
Gasztronómia élvezete	11,0	22,6	15,4
Várak, kastélyok, küriák megtekintése	15,8	14,1	15,2
Templomok és egyéb egyházi emlékek megtekintése	14,7	15,4	15,0
Történelmi városrész felkeresése	13,9	14,7	14,2
Múzeumok, kiállítóhelyek megtekintése	12,8	10,1	11,8
Világörökség megtekintése	11,1	7,5	9,7
Híres épületek felkeresése	8,4	11,0	9,4
Néphagyományok, népművészet megismerése	9,2	9,5	9,3
Arborétumok, parkok felkeresése	7,4	12,1	9,2
Borospincék, pincesorok felkeresése	8,2	10,5	9,1
Fesztiválokon, rendezvényeken való részvétel	10,5	4,4	8,2
Múzeumi kiállításokon való részvétel	9,3	5,1	7,8
Színházi előadásokon való részvétel	8,7	2,8	6,5
Könnnyűzenei koncerteken való részvétel	6,0	5,5	5,8
Népművészeti, kirakodóvásárokon való részvétel	4,4	5,0	4,6
Történelmi helyek megtekintése	4,8	3,7	4,4
Szervezett városlátogatáson való részvétel	5,1	1,5	3,7
Búcsún való részvétel	2,7	4,6	3,4
Komolyzenei koncerten való részvétel	3,6	1,3	2,7
Tematikus út bejárása	1,5	0,6	1,2
NT/NV	0,2	0,6	0,4
Összesen	214,7	231,2	220,9
N	1220	741	1960

Megjegyzés: Az átlagtól jelentősen eltérő értékeket kiemeltük. *A megkérdezettek több választ adhattak.

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

zettek többsége: 38,4% teljesen, 50,7% inkább elégedett volt. Inkább elégedetlennek 4,8%, teljesen elégedetlennek pedig 0,7% bizonyult.

Mint a fenti adatokból is látszik, a prospektusok szerepe továbbra is jelentős, nem mindegy azonban, milyen jellegű kiadvánnyal találkozunk az érdeklődők. A kulturális jellegű utazásokon részt vevők szerint az ideális prospektus minden látnivalóból ízelítőt ad, kedvcsináló jellegű és térképpel, képpel illusztrált. A felmérés tapasztalata szerint a megkérdezettek inkább a kisebb méretű prospektusokat kedvelik.

Az egynapos utazások teljes költségének átlagosan 34,8%-át tették ki a kulturális tevékenységgel kapcsolatos kiadások, míg a többnaposokénak 29,9%-át. Az elsősorban kulturális céllal utazók esetében az egynapos utaknál a költségek 36,8%-a, a többnaposoknál 33,8%-a volt a kulturális tevékenységre fordított összeg, míg az elsősorban nem kulturális célú utazásoknál az egynapos utak esetében mindössze 18,0%, a többnaposoknál 20,2% volt.

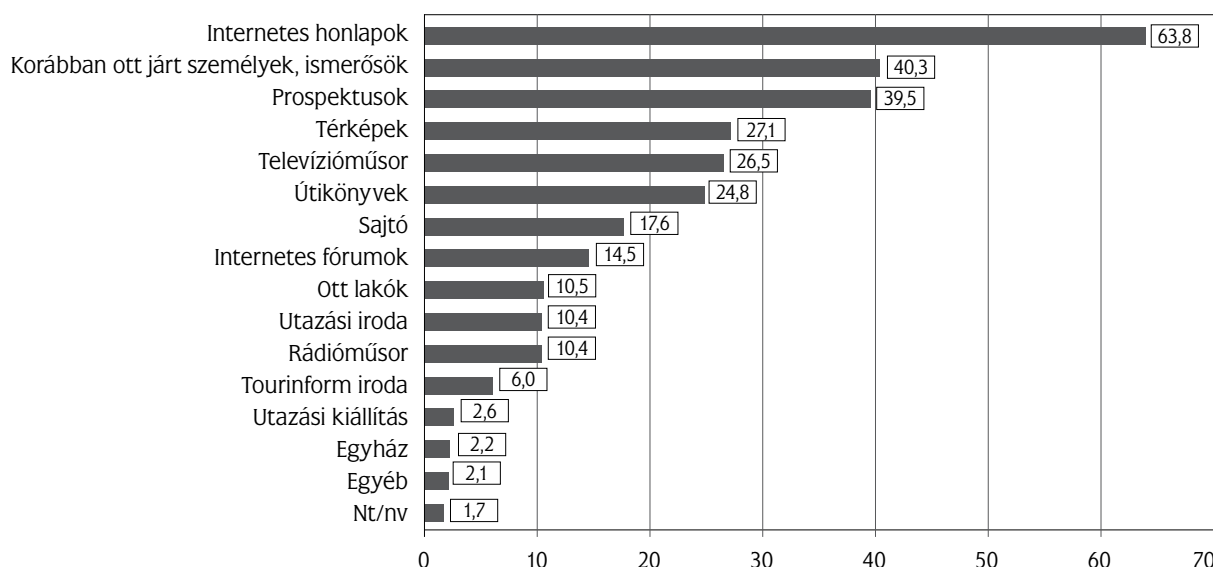
A további elemzés során *háttérváltozóként* használtuk a vizsgálatot megelőző 12 hónap belföldi kulturális utazási szokásai alapján kialakított változót, vagyis a megkérdezettek attitűdjét aszerint (is) megvizsgáltuk, hogy a felmérést megelőző egy év során részt vettek-e a kulturális turizmusban.

2.2. A KULTÚRA SZÓHOZ KAPCSOLÓDÓ ASSZOCIÁCIÓK

A kutatás során megvizsgáltuk, hogy maga a kultúra szó mit jelent a megkérdezettek számára, milyen asszociációk kapcsolódnak hozzá. A kérdés célja az volt, hogy a 2009. évi Kulturális Turizmus Éve témaév kommunikációs üzeneteihez hívószavakat találjunk.

Természetesen a megkérdezettek nagy többsége a kultúra valamelyik részterületére asszociált a szóról. Ugyanakkor kiemeljük, hogy igen sokaknak a hagyományt, tradíciót, egy nép lelkületét, valamint *élményt* jelent a kultúra. A 3. táblázatban a leggyakrabban (legalább tízszer) említett kifejezéseket mutatjuk be.

Az utazás előtti tájékozódás információs forrásai (%)



N = 427 fő

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

2.3. A HAZAI KULTURÁLIS TURISZTIKAI KÍNÁLATTAL KAPCSOLATOS ÁLTALÁNOS ÉS SZEMÉLYES ATTITŰDÖK

A hazai kulturális turisztikai kínálattal kapcsolatos attitűdöket 28 általánosságban megfogalmazott és 24 személyes viszonyulást kifejező állítással való egyetértéssel vizsgáltuk. Az állításokra adott válaszok négyfokú skálán helyezkedtek el.³ A négyfokú skálát –100-tól (egyáltalán nem ért egyet/egyáltalán nem illik rá) +100-ig (teljesen egyetért/teljesen illik rá) terjedő skálára vetítettük, miközben a „nem tudja” válaszok 0 értékkel kerültek beszámításra, így a skála közepét alkotják. Először értékeltük a különböző állításokra adott válaszokat, majd bemutatjuk az úgynevezett faktoranalízis⁴ eredményét.

2.3.1. Az állítások értékelése

2.3.1.1. A hazai kulturális turisztikai kínálattal kapcsolatos általános attitűdök

A válaszadók többsége egyetért azzal, hogy a hazai kulturális látnivalók megismerése alapműveltségünk része, és elismerik, hogy a magyarországi előadóművészetek, mint például a színház, zene, tánc magas színvonalat képviselnek.

³ 1=egyáltalán nem ért egyet/egyáltalán nem illik rá; 2=inkább nem ért egyet/inkább nem illik rá; 3=inkább egyetért/ inkább illik rá; 4=teljesen egyetért/teljesen illik rá.

⁴ A faktoranalízis a változók száma csökkentésének a legelterjedtebb módszere. Célja az, hogy nagyszámú változó közötti kovariancia (korrelációs) struktúrát írjunk le kevés számú mögöttes (látens) változó, úgynevezett faktor segítségével.

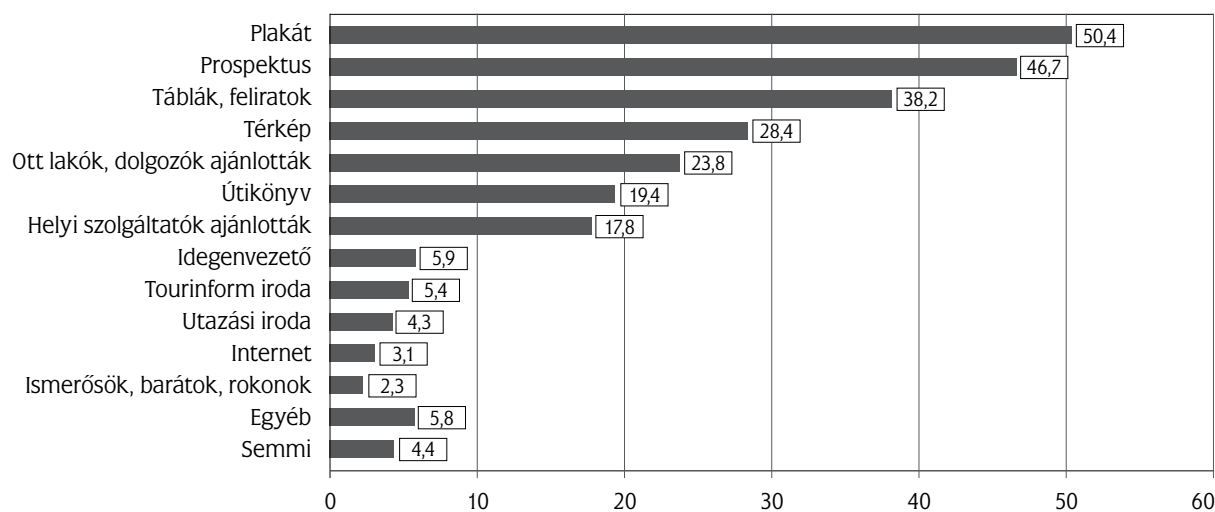
Magyarországon sok érdekes rendezvényt, fesztivált tartanak. Általános vélekedés, hogy Magyarország kulturális adottságai, és kiemelkedő értékei közé tartoznak a néphagyományok, a falusi örökség, a tájegységek sokszínű kínálata, valamint a vallási emlékek. Igen pozitív visszajelzés, hogy a megkérdezettek szerint Magyarországon nemcsak Budapest rendelkezik többnapos tartózkodást kitöltő kulturális kínálattal. Mindez pedig – a megkérdezettek szerint – világszinten is elismert. Magyarországon a helyi étel- és italválaszték a kulturális kínálat része.

A válaszadók többsége egyetért azzal (bár kevésbé egybehangzóan, mint a fenti tényezők tekintetében), hogy utazás előtt könnyen lehet informálódni a kulturális programokról, látnivalókról, hogy a kulturális lehetőségeket kínáló települések mindent megtesznek azért, hogy a hozzájuk érkezők jól érezzék magukat; hogy a magyarországi kulturális látnivalók megközelíthetősége és nyitva tartása megfelelő, és hogy a kulturális látnivalók bemutatásakor ügyelnek arra, hogy minden korosztály megtalálja azt, ami számára érdekes.

Vagyis a megkérdezettek szerint kifejezetten előnyös kulturális adottságainkat meglehetősen jól tudjuk hasznosítani, a turisztikai infrastruktúra és a látnivalók, programok „tálalása” azonban további fejlesztésre szorul. A válaszadók ugyanis meglehetősen megosztottak a kulturális látnivalók érdekes, újszerű és szórakoztató bemutatásával kapcsolatban, sokan megkérdőjelezték az idegenvezetés hasznosságát, és a kulturális látnivalóhoz kapcsolódó szálláshely-szolgáltatás színvonalát

3. ábra

Az utazás közbeni tájékozódás információs forrásai (%)



N=616 fő

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

sem tartják egyértelműen megfelelőnek. A lehetőségeket a magyarországi műemlékek, történelmi fontosságú épületek – sokak szerint – rossz állapota rontja.

A kulturális turisztikai termékek promóciójának lehetséges fejlesztési irányát jelzi, hogy a megkérdezettek

szerint a kulturális látnivalók meglátogatása nem igazán divatos, a modern művészet, építészet pedig kevésbé vonzza az utazókat.

Az általános attitűdöket jellemző válaszokat a 4. táblázatban foglaltuk össze.

3. táblázat

A kultúra szó jelentése a megkérdezettek számára

Említés	N	%
Előadóművészetek	290	29,0
Irodalom, könyv, olvasás, szépirodalom, könyvtár	189	18,9
Hagyomány, tradíciók	141	14,1
Művészetek általában	116	11,6
Szórakozás, szabadidő eltöltése, kikapcsolódás, társasági élmény	108	10,8
Múzeum, kiállítás, képtár, falumúzeum	102	10,2
Műveltség, tájékozottság, intelligencia	98	9,8
Művelődés	95	9,5
Emlékművek, műemlékek, látnivalók látogatása, felkeresése	59	5,9
Festészet, képzőművészet, iparművészet, szobrászat, építészet	57	5,7
TV, DVD, videó, film	52	5,2
Történelmi háttér, történelmi helyek, történelmi emlékek	49	4,9
Alapműveltség része, széles látókör, olvasottság, iskolázottság	47	4,7
Tanulási lehetőség, információgyűjtés	46	4,6
Tánc, balett, néptánc	42	4,2
Viselkedés, tisztelet, modor, kulturált viselkedés	41	4,1
A múlt, a múlt megismerése, gyökereink, szellemi örökség	30	3,0
Fesztiválok, rendezvények, programok, koncert	30	3,0
Nemzetünk öröksége	23	2,3
Szokás	21	2,1
Utazás, nyaralás, üdülés, turizmus	21	2,1
Népművészet, hímzés	19	1,9
Népek közötti különbség	18	1,8
Épületek, régi, romos épületek	17	1,7
Kirándulás, természet, környezet, táj	14	1,4
Értékek, minden, ami értéket közvetít, nemzeti értékek	13	1,3

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

A hazai kulturális turisztikai kínálattal kapcsolatos általános attitűdök

Állítás	Megoszlás (%)					Átlag*
	egyáltalán	inkább	nem tudja	inkább	teljesen	
	nem értek egyet			egyetértek		
A hazai kulturális látnivalók megismerése az alapműveltséghez tartozik.	1,8	6,5	0,4	33,8	57,4	69
A magyarországi előadóművészetek, mint például a színház, zene, tánc magas színvonalat képviselnek.	0,6	5,6	2,5	44,6	46,7	66
Magyarország kiemelkedő értékei közé tartoznak a néphagyományok, a falusi örökség.	1,5	6,4	0,3	44,5	47,2	65
Magyarország kulturális hagyományokban gazdag ország.	1,1	8,6	0,6	41,7	48,0	63
Magyarországon sok érdekes rendezvényt, fesztivált tartanak.	0,5	7,2	1,8	49,9	40,6	61
Magyarország kulturális adottságai jók.	1,3	9,7	0,8	44,3	43,9	60
A magyar kulturális örökség világhírű.	1,2	13,2	2,4	39,5	43,6	56
A magyar tájegységek kulturális kínálata sokszínű.	0,3	10,4	2,9	53,8	32,7	54
Magyarország gazdag vallási emlékekben.	1,1	12,7	2,9	46,1	37,2	53
A helyi étel- és italválaszték szerves része a kulturális kínálatnak.	1,5	14,1	4,0	46,1	34,2	49
Utazás előtt könnyen lehet információhoz jutni a kulturális programokról, látnivalókról.	1,5	12,2	6,8	49,9	29,6	47
A kulturális lehetőségeket kínáló települések mindent megtesznek azért, hogy a hozzájuk érkezők jól érezzék magukat.	1,4	13,0	5,1	53,7	26,8	46
A magyarországi kulturális látnivalókat bármely évszakban érdemes felkeresni.	2,8	16,1	2,3	47,9	30,9	44
A magyar városok többsége jellegzetes kulturális kínálattal rendelkezik.	2,0	16,4	3,0	56,8	21,8	40
Utazás közben, a helyszínen könnyen lehet információhoz jutni a kulturális lehetőségekről.	1,5	15,5	7,2	54,5	21,3	39
A magyarországi kulturális látnivalók megközelíthetősége megfelelő.	1,1	17,1	6,6	54,9	20,3	38
A magyarországi kulturális látnivalók nyitva tartása megfelelő.	1,5	17,7	14,2	49,2	17,3	32
A kulturális látnivalók bemutatásakor ügyelnek arra, hogy minden korosztály megtalálja azt, ami számára érdekes.	2,7	20,3	8,7	49,4	18,9	31
Magyarországon a kulturális látnivalókhoz megfelelő színvonalú szálláshely-szolgáltatás kapcsolódik.	3,2	25,2	13,4	43,3	14,9	21
A kulturális látnivalók bemutatása Magyarországon érdekes módon történik.	2,7	25,8	14,9	40,9	15,7	21
A hazai kulturális látnivalók megismerése érdekében érdemes idegenvezetőt igénybe venni.	8,5	27,8	3,5	39,1	21,1	18
A kulturális látnivalók bemutatása Magyarországon újszerű módon történik.	4,9	32,3	17,1	30,5	15,2	9
A kulturális látnivalók bemutatása Magyarországon szórakoztató módon történik.	4,7	34,6	14,1	33,9	12,6	8
A kulturális látnivalók meglátogatása divatos dolog.	10,0	31,5	7,6	35,2	15,7	8
Magyarországon a modern művészet, építészet vonzza az utazókat.	10,3	33,0	10,8	30,8	15,1	4
Magyarországon igazán csak Budapest rendelkezik többnapos tartózkodást kitöltő kulturális kínálattal.	18,1	37,2	3,1	25,4	16,2	-8
A magyarországi műemlékek, történelmi fontosságú épületek állapota jó.	13,4	47,3	2,9	27,3	9,1	-14
A kulturális látnivalók megtekintése Magyarországon mindenki számára megfizethető.	24,8	38,2	3,7	22,6	10,8	-22

*-100-tól +100-ig terjedő skálán.

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

2.3.1.2. A hazai kulturális turisztikai kínálatral kapcsolatos személyes attitűdök

Kutatásunk során, akárcsak az előző témaéveket (Zöldút 2007 és Vizek Éve 2008) megalapozó vizsgálatok⁵ esetében, azt tapasztaltuk, hogy a személyes attitűdök kevésbé kedvezőek, mint az általános attitűdök. A személyes hozzáállásra vonatkozó állítások esetében az „inkább egyetértek” válaszok domináltak, és nem a „teljesen egyetértek” válaszok. A legtöbb állítással a megkérdezettek kb. negyede nem értett teljesen egyet, habár nem is utasította el azt teljes mértékben.

A megkérdezettek többsége fontosnak tartja, hogy megismerje a hazai kulturális értékeket, a kínálatral pedig elégedett. Érdeklődnek a magyarországi kulturális kínálat iránt, a belföldi utazások során szívesen felkeresik például a világörökségeket, a kultúra azonban jellemzően *élményt jelent*, a művelődés, tanulás szerepe másodlagos, a válaszadók nagyobb hányada ugyanis elsősorban pihenésre, kikapcsolódásra vágyik (belföldi) utazásai során.

Utazás során a „szokásosnál” nagyobb szerepet kap a kultúra: sokan főként ekkor kapcsolódnak be a kulturális tevékenységekbe, szívesen utaznak belföldön kulturális céllal, előre tájékoznak a desztináció kulturális látivalóiról, és – még ha belföldi utazásaik során nem is a kultúra a fő motiváció – szinte mindig végeznek valamilyen kulturális tevékenységet. Népszerűek az egy-egy tájegység történelmét, hagyományait, életmódját stb. bemutató programok, a vallási emlékek, a kulturális látivalók és programok egyaránt. Utóbbiak (a programok, rendezvények, fesztiválok) valamivel kevesebb belföldi turistát vonzanak, mint a „helyhez kötött”, állandó látivalók. A kultúra népszerűsége ellenére nem jellemző a rendszeresség: a válaszadók sem múzeumokat, sem történelmi városokat nem keresnek fel rendszeresen, és a kultúra „felfedezéséhez” nem igényelnek szakvezetést. Erre – legalábbis részben – magyarázatot adhat az a tény, hogy a kulturális turizmus megfizethetősége tekintetében igen eltérnek a vélemények. A kulturális célú utazások a többség számára ugyanakkor évszakfüggetlenek.

A kulturális turizmus vonatkozásában a külföld ugyan versenytársa a hazai kínálatnak, de a többség nem érezte magára nézve igaznak azt az állítást, hogy „szívesen utazom külföldre kifejezetten kulturális céllal”. Bár, mint említettük, az utazások során fontos szerep jut a kultúrának, ez a hétköznapok vonatkozásában nem mondható el: viszonylag kevesen állítják, hogy a kultúra általában része az életüknek.

⁵ Ezek rövid összefoglalói a Turizmus Bulletin korábbi számaiban jelentek meg: Halassy Emőke: A magyar lakosság nemzeti parkokkal, természetjárással és lovasturizmussal kapcsolatos attitűdjei, utazási szokásai és utazási tervei 2006-ban, Turizmus Bulletin 2007/1–2. szám; Halassy Emőke: A magyar lakosság és a vízi, vízparti, valamint gyógy- és wellness-turizmus kapcsolata, Turizmus Bulletin 2007/4. szám.

A személyes viszonyulást kifejező válaszokat az 5. táblázatban foglaltuk össze.

2.3.1.3. A különböző céllal utazók általános és személyes attitűdjei

A kulturális turizmus iránti kereslet bővítésének egyik módja azon potenciális turisták megnyerése, akik megengedhetik maguknak a (belföldi) utazást, ezt azonban jellemzően nem kulturális motivációval teszik. A 6. táblázatban kiemeljük, hogy akik a felmérést megelőző egy évben utazásuk során nem végeztek kulturális tevékenységet, mely általános állításokban kételkednek. E csoport ugyanis jellemzően negatívabb véleményt fogalmazott meg azokhoz képest, akik részt vettek a kulturális turizmusban. A táblázat egyben azt is bemutatja, hogy az utazás alatt kulturális tevékenységet végzők, illetve elsődlegesen kulturális céllal utazók értékítélete lényegesen kedvezőbb. Ez az összehasonlítás rávilágít a magyarországi kulturális turizmus tényleges vagy vélt gyenge pontjaira.

Akik a felmérést megelőző 12 hónap során utaztak belföldön, de utazásuk során nem végeztek kulturális tevékenységet, sok (pozitív) személyes állítással sem értettek egyet. Ők utazásaik során inkább pihenésre vágnak, a magyarországi történelmi városok megismerése, múzeumok felkeresése, a kulturális programokon való részvétel nem különösebben érdekli őket (7. táblázat).

2.3.2. A faktoranalízis eredménye

A megkérdezettek tudatában összefüggő állításokat faktoranalízissel különítettük el, feltárva azokat a mögöttes tényezőket, amelyek az attitűdöket meghatározzák.

2.3.2.1. A hazai kulturális turisztikai kínálatral kapcsolatos általános attitűdök faktoranalízise

A faktoranalízis során hat, viszonylag jól elkülönülő csoportba sorolódott a 28 állítás. Az első faktorba („általános kínálati faktor”) a magyar kulturális turisztikai kínálat általános minőségéről szóló hat állítás került. Összességében elmondható, hogy a hazai kulturális turisztikai kínálatot a megkérdezettek döntő többsége nagyon jónak tartja.

A következő csoportba a kínálatral kapcsolatos, de nem ennyire általános állítások kerültek („speciális kínálati faktor”). Ezen állítások megítélése már korántsem volt annyira egységes, mint az előző csoporté.

A harmadik faktor a kulturális turisztikai kínálat elemeivel kapcsolatos állításokat fogja össze („kínálati elemek faktor”). Az egyetértés ezen öt állítás esetében – hasonlóan az elsőként vizsgált csoporttal – egységes képet mutat:

A hazai kulturális kínálattal kapcsolatos személyes attitűdök

Állítás	Megoszlás (%)					Átlag*
	egyáltalán	inkább	nem tudja	inkább	teljesen	
	nem értek egyet			egyetértek		
Fontosnak tartom, hogy megismerjem a hazai kulturális értékeket.	3,0	14,8	0,7	48,5	32,9	47
A hazai kulturális kínálattal elégedett vagyok.	2,5	12,0	2,9	55,2	27,4	46
Szívesen tájékozodom a magyar kulturális kínálatról.	3,9	19,5	0,3	43,7	32,6	41
Ha belföldön utazom, szívesen látogatom meg a világörökségeket.	8,0	16,2	0,8	43,4	31,7	37
Ha belföldön elutazom valahová, elsősorban pihenésre vágyom.	7,6	26,6	0,8	38,3	26,7	25
Számomra belföldi utazáskor a helyi kulturális kínálat megismerése elsősorban élményt jelent, a művelődés, tanulás csak másodlagos.	7,3	24,7	1,0	46,3	20,7	24
Kulturális tevékenységeket főként utazáskor végzek.	7,8	24,5	0,9	47,1	19,7	23
Ha belföldi utazásra készülök, előre tájékozodom a tervezett úti cél kulturális látnivalóiról.	11,0	22,8	1,5	39,6	25,2	23
Belföldi utazásaim elsősorban nem kulturális célúak, de szinte mindig végzek valamilyen kulturális tevékenységet is.	9,4	25,6	1,6	40,9	22,5	21
A kulturális célú utazásaim nem függenek az évszaktól.	11,7	23,9	2,7	36,4	25,4	20
Szívesen veszek részt egy-egy hazai tájegység történelmét, hagyományait, életmódját, gazdálkodását, használati eszközeit bemutató programon.	11,1	27,6	0,5	41,7	19,1	15
Érdekelnek a hazai vallási emlékek.	13,4	26,9	0,3	35,6	23,9	15
Szívesen utazom belföldön kifejezetten kulturális céllal.	12,0	28,0	1,1	36,8	22,1	15
Szívesen utazom belföldön egy-egy kulturális látnivaló felkeresése céljából.	11,3	28,3	0,7	42,7	17,0	13
Szívesen utazom belföldön egy-egy kulturális programon, rendezvényen, fesztiválon való részvétel kedvéért.	12,8	32,3	0,6	35,8	18,5	7
Számomra a kulturális látnivalók felkeresése, megtekintése általában megfizethető.	13,6	28,5	1,7	42,1	14,2	7
Egy belföldi utazás során inkább tájékozodom a helyi kultúráról, mint egy külföldi utazás során.	15,7	27,6	3,1	37,4	16,4	6
Belföldi utazás közben elsősorban a kulturális látnivalók érdekelnek, a kulturális programok kevésbé.	12,0	32,9	1,6	38,9	14,6	6
Számomra a kulturális programokon való részvétel általában megfizethető.	13,6	28,5	1,7	42,1	14,2	5
Belföldi utazásaimon rendszeresen felkeresek múzeumokat.	16,5	32,7	0,4	35,4	15,1	0
A kulturális programon való részvétel, a kultúra általában az életem része.	14,5	37,2	0,9	33,4	14,1	-2
Rendszeresen utazom magyarországi történelmi városokba.	21,8	37,9	0,1	26,4	13,9	-14
Szívesen utazom külföldre kifejezetten kulturális céllal.	25,8	32,3	1,5	25,2	15,1	-14
A kulturális kínálat megismeréséhez szívesen veszek igénybe szakvezetést belföldön.	30,5	32,7	0,9	27,2	8,6	-25

*-100-tól +100-ig terjedő skálán.

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

**A hazai kulturális turisztikai kínálattal kapcsolatos általános attitűdök az utazási szokások szerint*
(átlagok -100-tól +100-ig terjedő egyetértési skálán)**

Attitűdök	Utazás közben kulturális tevékenységet nem végzők	Utazás közben kulturális tevékenységet végzők	Kulturális fő céllal utazók
	átlaga		
A kulturális látnivalók megtekintése Magyarországon mindenki számára megfizethető.	-53	-21	-16
A magyarországi műemlékek, történelmi fontosságú épületek állapota jó.	-35	-14	-18
A hazai kulturális látnivalók megismerése érdekében érdemes idegenvezetőt igénybe venni.	-23	13	29
A kulturális látnivalók meglátogatása divatos dolog.	-22	9	4
Magyarországon a modern művészet, építészet vonzza az utazókat.	-20	13	-1
Magyarországon igazán csak Budapest rendelkezik több-napi tartózkodást kitöltő kulturális kínálattal.	4	-7	-10
A kulturális látnivalók bemutatásakor ügyelnek arra, hogy minden korosztály megtalálja azt, ami számára érdekes.	14	37	31
Magyarország gazdag vallási emlékekben.	18	49	56
A magyar kulturális örökség világhírű.	22	57	59

*Ebben a táblázatban csak a legjellemzőbb eltéréseket mutatjuk be. Az átlagtól jelentősen eltérő értékeket kiemeltük.

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

a megkérdezettek többsége egyetértett az állításokkal, vagyis a kultúra különböző területeinek megítélése egyaránt kedvező.

A negyedik faktor a kulturális turizmus infrastruktúrájával kapcsolatos állításokat fogja össze („infrastruktúra faktor”). Az egyetértés ezen négy állítás esetében is pozitív képet mutat, fontos azonban megjegyezni, hogy a szálláshely-szolgáltatás színvonalát minősítő állítás esetében viszonylag magas a negatív vélemények aránya.

Az ötödik faktor a kulturális turisztikai kínálat bemutatásával kapcsolatos állításokat fogja össze („kínálat bemutatása faktor”). A megkérdezettek véleménye ezen három állítás esetében nagyon megosztott, szinte ugyanannyian tartják érdekesnek, újszerűnek és szórakoztatónak a kínálat bemutatását, mint ahányan nem.

A hatodik faktor a kulturális turisztikai kínálat fizikai elérhetőségével kapcsolatos állításokat foglalja magába („kínálat elérhetősége faktor”). A megkérdezettek többsége a két állítással, miszerint a magyarországi kulturális látnivalók megközelíthetősége, illetve nyitva tartása megfelelő, egyetértett.

2.3.2.2. A hazai kulturális turisztikai kínálattal kapcsolatos személyes attitűdök faktoranalízise

A személyes állításokat faktoranalízissel négy homogén csoportba tudtuk besorolni. Az elsőbe a kulturális turisztikai kínálattal kapcsolatos érdeklődést és tájékozódást leíró állítások kerültek („érdeklődés, tájékozódás faktor”). A tizenegy állításból négy olyan van, amellyel a döntő

többség egyetértett, ezek: a hazai kulturális értékek megismerésének fontossága, elégedettség a hazai kulturális kínálattal, a kulturális örökségek meglátogatása és a kulturális kínálatról történő tájékozódás. A belföldi szakvezetést a többség azonban nem szívesen veszi igénybe, a többi állítás esetében pedig megosztottak a vélemények.

A második faktorba a kultúrával kapcsolatos utazásokkal és programokon való részvétellel foglalkozó attitűdöket bemutató állítások kerültek („kulturális tevékenység faktor”). A nyolc állítás erősen megosztotta a megkérdezetteket: közel felük állította, hogy szívesen vesz részt ilyen programokon, míg a másik felük nem érezte magára illőnek az állításokat. A bizonytalanok aránya minimális volt. Kiemelendő, hogy a megkérdezettek többsége nem értett egyet azzal az állítással, hogy szívesen utazik külföldre kifejezetten kulturális célból.

A kulturális turizmusban való részvétel a megkérdezettek alig több mint fele számára megfizethető („megfizethetőség faktor”). Ennél valamivel többen tartják kulturális utazásaikat „évszakfüggetlennek”.

A negyedik faktorba mindössze két állítás került („pihenés, élmény faktor”). Az egyik a pihenés elsőbbségét állította a kulturális ismeretek megszerzéséhez képest, a másik a kultúra élményváltót hangsúlyozta a művelődési, tanulási funkció rovására. Mindkét állítással többen értettek egyet, mint nem. Még azok számára is, akik végeznek kulturális tevékenységet, az élményszerzés a döntő utazásaik során. Az elsősorban pihenésre vágyók aránya hasonló mind a négy attitűdcsoportban.

**A hazai kulturális turisztikai kínálattal kapcsolatos személyes attitűdök megítélése
az utazási szokások szerint
(átlagok -100-tól +100-ig terjedő egyetértési skálán)**

Attitűdök	Utazás közben kulturális tevékenységet nem végzők	Utazás közben kulturális tevékenységet végzők	Kulturális fő céllal utazók
	átlaga		
A kulturális kínálat megismeréséhez szívesen veszek igénybe szakvezetést belföldön.	-74	-21	-12
Rendszeresen utazom magyarországi történelmi városokba.	-54	-13	10
Belföldi utazásaimon rendszeresen felkeresek múzeumokat.	-46	11	20
Belföldi utazás közben elsősorban a kulturális látnivalók érdekelnek, a kulturális programok kevésbé.	-46	11	15
A kulturális programon való részvétel, a kultúra általában az életem része.	-33	7	20
Ha belföldi utazásra készülök, előre tájékozódok a tervezett úti cél kulturális látnivalóiról.	-30	29	39
Érdekelnek a hazai vallási emlékek.	-25	7	28
A kulturális célú utazásaim nem függenek az évszaktól.	-24	20	34
Szívesen utazom külföldre kifejezetten kulturális céllal.	-21	-7	5
Egy belföldi utazás során inkább tájékozódok a helyi kultúráról, mint egy külföldi utazás során.	-19	9	15
Szívesen utazom belföldön kifejezetten kulturális céllal.	-19	17	40
Kulturális tevékenységeket főként utazáskor végzek.	-12	39	34
Szívesen utazom belföldön egy-egy kulturális programon, rendezvényen, fesztiválon való részvétel kedvéért.	-8	6	30
Belföldi utazásaim elsősorban nem kulturális célúak, de szinte mindig végzek valamilyen kulturális tevékenységet is.	-8	32	43
Szívesen utazom belföldön egy-egy kulturális látnivaló felkeresése céljából.	-7	24	34
Szívesen veszek részt egy-egy hazai tájegység történelméről, hagyományait, életmódját, gazdálkodását, használati eszközeit bemutató programon.	-2	17	34
Számomra belföldi utazáskor a helyi kulturális kínálat megismerése elsősorban élményt jelent, a művelődés, tanulás csak másodlagos.	-1	38	38
Fontosnak tartom, hogy megismerjem a hazai kulturális értékeket.	-1	54	65
Számomra a kulturális látnivalók felkeresése, megtekintése általában megfizethető.	0	23	26
Számomra a kulturális programokon való részvétel általában megfizethető.	0	16	23
Ha belföldön utazom, szívesen látogatok meg a világörökségeket.	0	43	61
Szívesen tájékozódok a magyar kulturális kínálatról.	6	49	55
Ha belföldön elutazom valahová, elsősorban pihenésre vágyom.	32	38	22

Megjegyzés: Az átlagtól jelentősen eltérő értékeket kiemeltük.

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

4. ábra

**A kulturális látnivalók, programok meglátogatása esetén fontos tényezők
(átlagok ötös fontossági skálán)**



N = 1000 fő

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

**2.4. A KULTURÁLIS LÁTNIVALÓK, PROGRAMOK
VONZEREJE**

A kutatás során megvizsgáltuk, hogy egy-egy kulturális látnivaló vagy program esetében melyek azok a tulajdonságok, tényezők, amelyek vonzóvá teszik. Összesen 25 tulajdonság ötös fontossági skálán való osztályozását kértük a válaszadóktól. *Kifejezetten fontos tényezőnek három bizonyult: a tiszta mellékhelyiségek (átlaga 4,60), a szép természeti környezet (4,47) és a vendégszerető személyzet (4,42).*

Közepesen fontos a látogatóközpont (3,30), a szakvezetés (3,25), a gyermekprogramok (3,18), a divatosság (3,05) és a kifejezetten igényes szálláshely a közelben (2,86). A vallásgyakorlás lehetőségét (2,69) és az interaktív játékok létét (2,61) egyáltalán nem tartották fontosnak a megkérdezettek.

Az árhoz kapcsolódó két tényező átlagértéke azt mutatja, hogy a megkérdezettek számára egyaránt fontos, hogy *a belépők árából kedvezményt kapjanak, illetve a felkeresett helyszín közelében egyszerű, olcsó szálláshelyek legyenek (4. ábra).*

Kulturális utazási szokások szerint vizsgálva a kérdést, megállapíthatjuk, hogy a tényezők fontossági sorrendje jelentős eltéréseket nem mutat: *a nem utazók, illetve a „kulturális turizmusban utazók” számára ugyanaz a három tényező bizonyult a legfontosabbnak, illetve a legkevésbé lényegesenek (8. táblázat).*

A felmérés során azt is vizsgáltuk, hogy milyen kulturális jellegű látnivalók és programok érdeklik a megkérdezetteket. Azt tapasztaltuk, hogy *a panoráma, a várak, kastélyok, kúriák és a történelmi városrészek érdeklik leginkább a megkérdezetteket.* A különböző típusú kulturális programokon való részvétel közepes érdeklődéssel találkozott (5. ábra).

Valamennyi vizsgált turisztikai látnivaló és program iránt az átlagosnál jobban érdeklődnek azok, akik a felmérést megelőző 12 hónapban tettek elsődlegesen kulturális célú utazást, illetve akik úgy gondolják, hogy az elkövetkezendő egy évben biztosan részt vesznek egy kifejezetten ilyen célú, legalább egyéjszakás belföldi utazáson.

Akik elsődlegesen kulturális céllal utaztak, szignifikánsan magasabb arányban érdeklődtek mind a látnivalók, mind pedig a programok iránt, mint akik nem kulturális céllal utaztak (9. táblázat).

**A kulturális látnivalók és programok meglátogatása esetén fontos tényezők
(átlagok ötös fontossági skálán kulturális utazási szokások szerint)**

Vizsgált tényező	Nem utazott	Utazott, de nem végzett kulturális tevékenységet	Utazott, nem fő célként végzett kulturális tevékenységet	Elsődlegesen kulturális céllal utazott	Átlag
Tiszta mellékhelyiségek	4,46	4,63	4,65	4,70	4,60
Szép természeti környezet	4,39	4,61	4,42	4,53	4,47
Vendégszerető személyzet	4,36	4,56	4,36	4,49	4,42
Kedvezmények a belépők árából	4,29	3,95	4,12	4,25	4,24
Az érdeklődési körömbé vágjon	4,17	4,35	4,18	4,27	4,22
Jól karban tartott, szép épületek, épületegyüttesek	4,00	4,34	4,00	4,34	4,16
Jó megközelíthetőség	4,13	3,75	4,10	4,22	4,16
Kedvező nyitva tartás	4,08	3,75	4,04	4,27	4,16
Közérthető, érdekes feliratok, táblák	4,03	3,86	3,96	4,23	4,11
Parkolási lehetőség a közelben	3,87	4,22	4,15	4,22	4,08
Jó alkalom az ismeretek bővítésére, mélyítésére, tanulási lehetőség	3,92	3,88	3,95	4,23	4,07
Vendéglátóhely a közelben	3,77	4,17	4,08	4,27	4,06
A kulturális látnivalók érdekes, újszerű, élményszerű bemutatása	3,86	3,51	4,00	4,15	4,01
Egyszerű, olcsó szálláshelyek a közelben	3,87	3,52	3,80	4,12	3,97
Több helyszín felfűzésének lehetősége egy útvonalra	3,76	3,59	3,85	4,13	3,94
A helyszínhez kapcsolódó történetek, legendák bemutatása	3,78	3,45	3,71	4,04	3,88
Akadálymentesség	3,62	3,32	3,41	3,78	3,65
Közeleli szórakozási, kikapcsolódási lehetőségek	3,41	3,38	3,39	3,67	3,53
Látogatóközpont, ahol nemcsak tájékozódhat, hanem vásárolhat és szórakozási lehetőségeket is talál	3,14	3,06	3,11	3,51	3,30
Szakvezetés, idegenvezetés	3,05	2,74	3,18	3,45	3,25
Gyermekprogramok	3,10	3,12	2,90	3,33	3,18
Sokat hallani róla, divatban van	2,94	2,91	2,94	3,19	3,05
Kifejezetten igényes szálláshelyek a közelben	2,61	2,14	2,90	3,08	2,86
A vallásgyakorlás lehetősége	2,81	2,37	2,55	2,65	2,69
Interaktív játékok	2,35	2,36	2,51	2,86	2,61

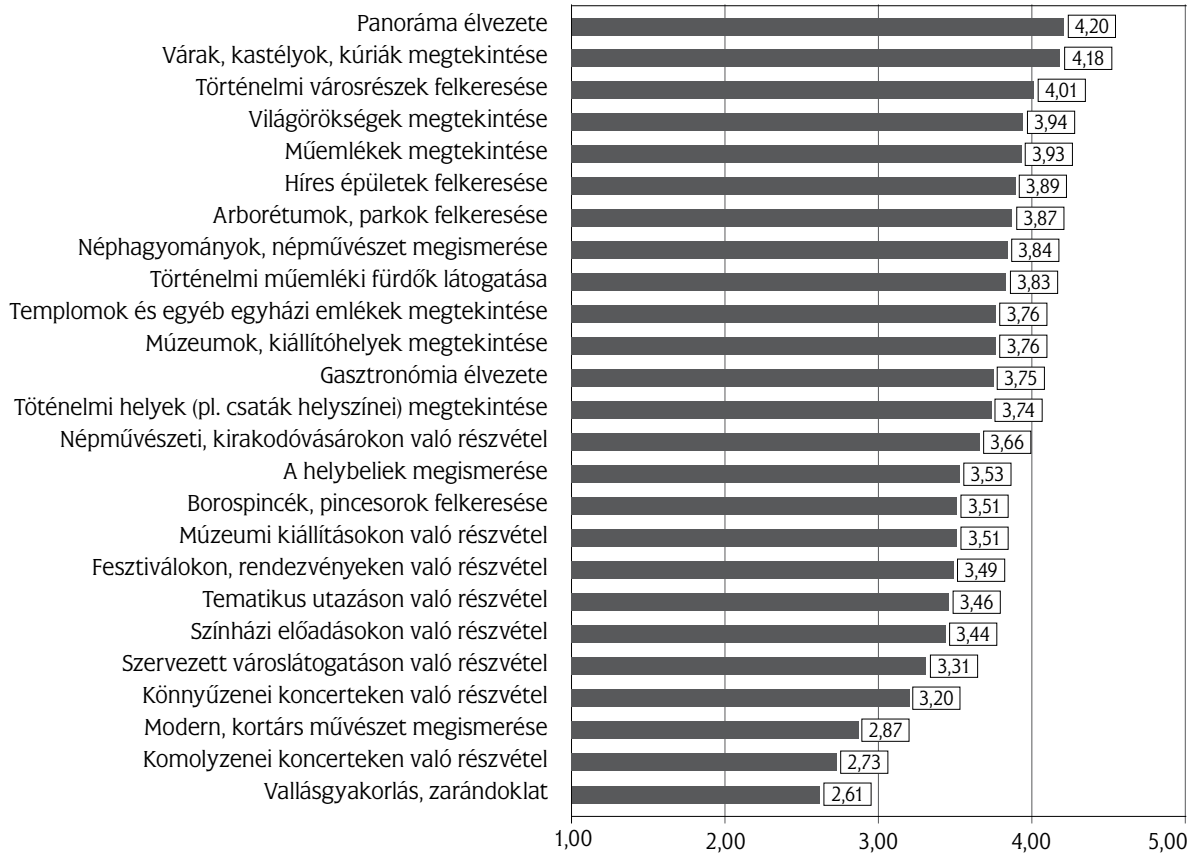
Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

A Kulturális Turizmus Évében öt turisztikai terméket kezel majd kiemelten a Magyar Turizmus Zrt. Ezek a következők: fesztiválok, rendezvények, városlátogatás (épített örökség, várak–kastélyok, múzeumok stb.), bor és gasztronómia, élő hagyományok (népművészet és vallási turizmus), modern, illetve kortárs kultúra. A várak, kastélyok, kúriák, illetve a városlátogatások a legnépszerűbb termékek között szerepelnek, kifejezetten népszerűek továbbá a világörökségek és általában a műemlékek, híres épületek, sőt a parkok,

arborétumok is. Jelentős az érdeklődés a néphagyományok, a történelmi fürdők, az egyházi emlékek és a múzeumok, kiállítóhelyek iránt, de számottevő a kereslet a gasztronómia és a borturizmus iránt is. A modern, kortárs művészet, a komolyzene és a vallásgyakorlás lehetőségei, a zarándoklatok iránt viszont a közepesnél kisebb érdeklődés mutatkozott.

A három legnépszerűbb kulturális turisztikai termék, illetve vonzerő iránt érdeklődők demográfiai összetételét a 10. táblázatban foglaltuk össze.

**A kulturális látnivalók és programok vonzereje
(átlagok ötös érdeklődési skálán)**



N= 1000 fő

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

2.5. TERVEZETT UTAZÁSOK

A felmérést követő 12 hónap során a megkérdezettek közel fele (49,5%) tervez olyan, legalább egyéjszakás belföldi utazást, amelynek a fő célja kifejezetten kulturális jellegű lesz. 11,8% azok aránya, akik elsődlegesen kulturális célú utazást nem terveznek, de olyan utazást igen, amelynek során fognak kulturális tevékenységet végezni. A megkérdezettek 36,2%-a egyáltalán nem tervez többnapos kulturális utazást. Ezek az arányok jóval kedvezőbbek, mint a felmérést megelőző egy év során ténylegesen megvalósult utazások esetében. Akkor ugyanis elsődlegesen kulturális céllal, legalább egy éjszakára a megkérdezettek 33,7%-a utazott el belföldön. Olyan többnapos belföldi utazást, amelynek során valamilyen kulturális tevékenységet végeztek, de nem ez volt a fő cél, a megkérdezettek 13,4%-a tett.

A kutatás keretében választ kerestünk arra, hogy a már megvalósult utazási gyakorlat, tapasztalat a közeljövőbeli kulturális utazási szándékot miként befolyásolja. Tapasztalataink szerint a korábbi kulturális utazási szokások egyértelműen pozitívan befolyásolják az utazási

terveket. Ugyanakkor azt is meg kell állapítanunk, hogy az eddig nem utazók döntő többsége (73,2%) a jövőben sem szándékozik kulturális jellegű utazást tenni. Azok, akik nem terveznek utazást, többségükben (71,3%) anyagi okokra hivatkoztak. Ezt az egészségügyi (30,6%) és a családi okokra (20,7%), valamint az időhiányra (20,2%) való hivatkozás követte.

Az utazást nem tervezők csoportjának 17,1%-a szállásdíjkedvezmény, 15,3%-a kedvező utazási csomag, 15,1%-a pedig kedvezményes turisztikai kártya esetében hajlandó lenne változtatni jelenlegi álláspontján. Az utazást nem tervezők több mint egyharmada (36,1%) nem tudott olyan eszközt említeni, amely utazásra ösztönözné.

A kutatás során megvizsgáltuk, hogy az utazni szándékozók milyen szolgáltatásokat vennének igénybe kulturális jellegű többnapos utazásaik során. Az igényelt szolgáltatások rangsorában első három helyen az étkezés (76,7%), a közepkategóriájú szálláshely (46,8%), valamint az egyszerű, olcsó szálláshely (40,9%) szerepel (6. ábra).

Az elsődlegesen kulturális céllal utazók magasabb arányban terveznek igénybe venni közlekedési szolgáltatást (16,6% a 9,6%-kal szemben), keresnek fel látogatóköz-

**A kulturális látnivalók és programok vonzereje a kulturális utazási szokások szerint
(átlagok ötös érdeklődési skálán)**

	Nem utazott	Utazott, de nem végzett kulturális tevékenységet	Utazott, nem fő célként végzett kulturális tevékenységet	Kulturális fő céllal utazott
Vallásgyakorlás, zárandoklat	2,68	2,28	2,46	2,61
Komolyzenei koncerteken való részvétel	2,41	2,36	2,68	3,03
Modern, kortárs művészet megismerése	2,53	2,06	2,84	3,18
Szervezett városlátogatáson való részvétel	3,28	2,87	3,24	3,37
Könnyűzenei koncerteken való részvétel	2,87	2,98	3,36	3,41
Tematikus utazáson való részvétel	3,32	3,01	3,30	3,65
A helybeliek megismerése	3,41	2,78	3,46	3,69
Borospincék, pincesorok felkeresése	3,20	3,42	3,60	3,73
Fesztiválokon, rendezvényeken való részvétel	3,20	3,23	3,49	3,74
Múzeumi kiállításokon való részvétel	3,22	3,01	3,50	3,76
Népművészeti, kirakodóvásárokon való részvétel	3,51	3,62	3,65	3,78
Színházi előadásokon való részvétel	3,05	3,42	3,36	3,79
Történelmi helyek megtekintése	3,53	3,09	3,69	3,95
Templomok és egyéb egyházi emlékek megtekintése	3,56	2,99	3,73	3,97
Gasztronómia élvezete	3,44	3,59	3,82	3,98
Néphagyományok, népművészet megismerése	3,68	3,34	3,88	3,99
Múzeumok, kiállítóhelyek megtekintése	3,51	2,98	3,72	4,00
Arborétumok, parkok felkeresése	3,65	3,46	3,87	4,06
Műemlékek megtekintése	3,77	3,43	3,90	4,08
Történelmi, műemléki fűrdők látogatása	3,53	3,25	3,89	4,08
Híres épületek felkeresése	3,60	3,36	3,87	4,15
Világörökségek megtekintése	3,71	3,40	3,82	4,19
Történelmi városrészek felkeresése	3,77	3,23	3,98	4,24
Panoráma élvezete	3,99	3,84	4,26	4,37
Várak, kastélyok, kúriák megtekintése	3,97	3,46	4,17	4,39

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.A.S.T.

pontot (13,8% a 7,0%-kal szemben) és szállnak meg kifejezetten igényes szálláshelyen (7,6% a 3,8%-kal szemben). Továbbá lényegesen magasabb arányban tervezik programcsomag igénybevételét, mint akiknek nem a kultúra lesz a fő céljuk.

A felmérés során arra kértük a kulturális jelleggel utazni szándékozókat, hogy nyilatkozzanak arról, ha azonos feltételek (időpont, költség, szállás stb.) módjuk lenne választani egy belföldi és egy külföldi úti cél között, melyiket választanák. Tapasztalataink szerint a megkérdezettek közel azonos arányban választanák a belföldi (45,1%) és a külföldi (42,3%) úti célt. Aszerint, hogy tervezett utazásának fő célja kulturális vagy sem, nincs szignifikáns eltérés a desztináció kiválasztásában.

Olyan utazást, amelynek fő célja valamely kulturális látnivaló felkeresése, valamilyen kulturális programon való

részvétel, elsősorban a 18–24 év közöttiek, illetve a 41–50 évesek terveznek. Az érettségizettek és a felsőfokú végzettségűek között nagyobb arányban találunk elsődlegesen kulturális célú utazást tervezőket, mint az alacsonyabb iskolai végzettségűek között. A nyugdíjasok és az egyéb inaktív csoportba tartozók magasabb arányban képviseltik magukat ebben a csoportban, mint a dolgozók. Az átlag feletti jövedelműek szintén nagyobb arányban terveznek elsősorban kulturális célú utazást, mint az átlagos vagy átlag alatti jövedelműek. A régiók lakosai között jelentős eltérést tapasztalhatunk ezen a téren: a Nyugat-Dunántúlon élők között jóval magasabb arányban találunk kulturális fő célú utazást tervezőket, mint a többi régióban, a településtípusok közül pedig a főváros „vezet” ezen a téren.

Az elsődlegesen nem kulturális céllal utazók demográfiai profilja eltér az előző csoporttól. A 31–41 éves

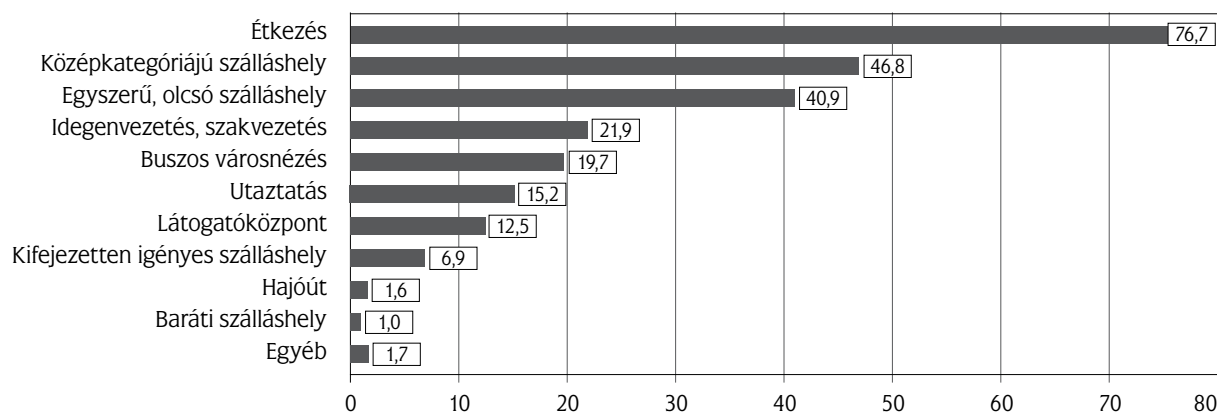
A legnépszerűbb kulturális turisztikai vonzerők iránt érdeklődő szegmens

A legnépszerűbb kulturális turisztikai vonzerők	A vonzerő iránt különösen érdeklődő szegmens
Panoráma (átlag: 39,6%)	<ul style="list-style-type: none"> • az 51–60 évesek (46,5%), • a felsőfokú végzettségűek (47,2%), • a négyfős háztartásban élők (43,8%), • egy aktív keresővel rendelkező háztartások tagjai (44,7%), • a kisebb városokban lakók (46,4%), • az elmúlt 12 hónapban belföldi utazáson részt vettek (44,5%), • a vizsgált időszakban elsődlegesen kulturális céllal utazók (48,2%), • a Közép-Dunántúl (54,9%) és a Nyugat-Dunántúl (44,6%) tervezési-statisztikai régiók lakosai
Várak, kastélyok, kúriák (átlag: 41,3%)	<ul style="list-style-type: none"> • a 31–40 évesek (44,7%), és az 51–60 évesek (46,1%), • szakmunkások (48,5%), • az egy aktív keresővel rendelkező háztartások képviselői (47,7%), • a nyaralóval rendelkezők (52,4%), • az átlagos jövedelműek (45,7%), • a kisebb városokban lakók (49,5%), • az elmúlt 12 hónapban belföldi utazáson részt vettek (44,7%), • az utazásuk alatt kulturális tevékenységet végeztek (46%), • a vizsgált időszakban elsődlegesen kulturális céllal utazók (49,4%), • a Közép-Dunántúl (51,9%) és az Észak-Magyarország (47,1%) és tervezési-statisztikai régiók lakosai
Történelmi városrészek (átlag: 32,6%)	<ul style="list-style-type: none"> • a férfiak (35,4%), • a 51–60 évesek (37,2%), • a szakmunkások (42,0%), • az egy (37,2%), illetve három aktív keresővel rendelkező háztartásokban élők (42,1%), • a nyugdíjasok (35,5%), • az átlagos jövedelműek (37,1%), • a nyaralóval rendelkezők (39,4%), • a kisebb városokban lakók (39,1%), • az elmúlt 12 hónapban elsődlegesen kulturális céllal utazók (39,8%), • a Közép-Dunántúl (63,6%) tervezési-statisztikai régiók lakosai

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

6. ábra

A szolgáltatások várható igénybevétele (%)



N = 612 fő

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

A kulturális célú utazást tervezők demográfiai profilja

Ismérv		Fő célként		Kiegészítésként	
		N	%	N	%
Nem	férfi	225	48,5	55	12,0
	nő	270	50,3	63	11,7
Korcsoport	18–24 év	68	61,9	13	11,7
	25–30 év	73	48,9	24	15,9
	31–40 év	77	48,1	27	17,1
	41–50 év	97	60,3	15	9,4
	51–60 év	90	49,1	17	9,1
	60 év feletti	90	38,0	23	9,5
Iskolai végzettség	általános iskola	51	26,0	13	6,6
	szakmunkásképző	86	38,4	20	9,0
	érettségi	207	57,3	64	17,7
	felsőfokú végzettség	150	69,1	21	9,7
Háztartásbeli szerep	háztartásfő	251	45,8	53	9,6
	háztartásfő társa	156	53,3	35	11,9
	gyerek	79	59,1	27	20,1
	egyéb	8	24,3	4	42,8
Aktivitás	dolgozik	2	24,3	72	13,9
	nyugdíjas	4	51,5	29	9,2
	egyéb inaktív	290	56,4	18	10,3
Háztartás létszáma	egy fő	56	40,6	13	9,7
	két fő	142	45,6	43	13,8
	három fő	115	50,3	28	12,0
	négy fő	130	61,9	23	10,9
	5 vagy több fő	51	46,2	12	10,4
Jövedelmi helyzet	átlag alatti	46	24,1	16	8,7
	átlagos	228	48,8	59	12,6
	átlag feletti	221	64,3	43	12,5
Település típusa	főváros	114	63,2	29	16,3
	nagyváros	98	42,2	39	16,8
	város	138	45,6	33	10,9
	község	144	50,9	16	5,8
Régió	Közép-Magyarország	164	58,8	44	15,7
	Közép-Dunántúl	37	34,8	6	5,8
	Nyugat-Dunántúl	60	62,6	8	8,8
	Dél-Dunántúl	52	41,2	24	18,8
	Észak-Magyarország	71	58,9	15	12,6
	Észak-Alföld	71	49,6	6	4,5
	Dél-Alföld	40	30,7	14	10,9
Összesen		495	49,5	118	11,8

Megjegyzés: Az átlagtól jelentősen eltérő értékeket kiemeltük.

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T.

korosztályba tartozók, az érettségizettek, a fővárosban és az egyéb nagyvárosokban lakók, a Közép-Magyarország és a Dél-Dunántúl régióban élők emelkednek ki a többi demográfiai csoport közül. Férfiak és nők, illetve dolgozók és inaktívak között nincs jelentős különbség aszerint, hogy mekkora arányban vesznek részt kulturális tevékenységgel is járó utazáson.

A két, kulturális utazást tervező csoport ismérveit a 11. táblázatban foglaltuk össze.

2.6. A HAZAI VILÁGÖRÖKSÉGEK ISMERTSÉGE ÉS LÁTOGATOTTSÁGA

A kutatás során a hazai világörökségekről mint fontos turisztikai termékeinkről is tájékozódunk. Az eredmények szerint a megkérdezetteknek mindössze 13,1%-a nem tudott megnevezni egyetlen hazai világörökséget sem, mind a nyolcat pedig 27 válaszadó tudta felsorolni. Jellemzően két-három, átlagosan 2,8 világörökséget nevez-

tek meg a megkérdezettek. A kulturális utazási attitűd és a világörökségek ismerete szorosan összefügg: akik végeztek kulturális tevékenységet utazás(aik) alatt a megkérdezést megelőző egy év során, szignifikánsan több világörökséget tudtak megnevezni.

Elsőként a megkérdezettek 23,5%-ának a budai Várnegyed, Budapest Duna-parti látképe jutott eszébe, 20,4%-nak a Hortobágyi Nemzeti Park. Összességében is ezt a két helyszínt említették a leggyakrabban, bár fordított sorrendben. A megkérdezettek kevesebb mint ötödének (17,7%) jutott eszébe a Fertő-Neusiedler See kultúrtáj, s akik a kérdés kapcsán megnevezték ezt a világörökséget, döntően nem elsőként említették. A megkérdezetteknek mindössze 6,1%-a nem keresett még soha fel egyetlen hazai világörökséget sem, viszont 64,0% az elmúlt három évben látogatta meg valamelyiket, 29,9% pedig ennél régebben. Az elmúlt három évben a megkérdezettek 42,6%-a járt budapesti világörökség-helyszínen, 23,5% pedig Tokaj-Hegyalján. Az összes többi világörökséget ennél jóval kevesebben tekintették meg.

3. Következtetések

A magyar lakosság általános és személyes attitűdjei egyaránt pozitívak a magyar kulturális turizmus kínálatával kapcsolatban. A megkérdezettek elismerik annak változatosságát, magas színvonalát, vonzerejét. A személyes attitűdök ugyanakkor kissé kevésbé kedvezőek, amiben részben a személyes érdeklődés hiánya, részben a hiányos ismeretek mutatkoznak meg.

A felmérést megelőző 12 hónapban a megkérdezettek csaknem fele vett részt kifejezetten kulturális célú, többnapos belföldi utazáson, 16%-uk pedig – bár más volt a fő motiváció – részt vett valamilyen kulturális programon, felkeresett valamely kulturális látnivalót többnapos belföldi utazása során. A felmérést követő egy év során ennél is magasabb arányban terveznek kulturális utazást, megfigyelhető továbbá, hogy a kulturális turizmusban korábban részt vevők attitűdjei az átlagnál kedvezőbbek. A kulturális turizmus iránti belföldi kereslet tehát jelentős és szilárd, amire sikeresen lehet építeni a Kulturális Turizmus Éve során. Ezekben a célcsoportokban az utazási gyakoriság és a tartózkodási idő növelése jelenti a legnagyobb feladatot.

Azon utazások során, amelyek fő célja kulturális volt, elsősorban az épített örökségeket keresték fel, abban az esetben pedig, amikor a kultúra más programokat egészített ki, a fürdőlátogatás, a panoráma és a gasztronómia élvezete volt a leggyakoribb kulturális tevékenység, vagyis az élményszerzés volt a fő motiváció. A Kulturális Turizmus Éve során mindkét termékcsoportha érdemes figyelmet fordítani.

Kulturális turizmusunk belföldi keresletét azon célcsoportok érdeklődésének felkeltésével, ismereteinek gyarapításával tudjuk tovább fokozni, akik – bár utaznak belföldön – ezt jellemzően nem kulturális motivációval teszik.

További információ: Magyar Turizmus Zrt., Kutatási Csoport, tel.: (1) 488 8710, fax: (1) 488 8711, e-mail: kutatatas@itthon.hu, internet: www.itthon.hu/Szakmai oldalak/Piaci iránytű.