

Kedves Olvasó!

A Turizmus Bulletin szakmai folyóirat 2005. évi utolsó számának hasábjain, a karácsony közeledtével – immár hagyományosan – foglalkozunk az ünnep turisztikai vonatkozásaival. A tavalyi évben, folyóiratunk 2004/3-as számában közreadott, a karácsonyról mint turisztikai attrakcióról szóló részletes tanulmány után 2005-ben – keretes írásunk alatt – egy a karácsony utazási döntésekre gyakorolt hatásait vizsgáló kutatás „behangozójával” tesszük ünnepivé idej utolsó lapszámunkat.

A Turizmus Bulletin 2006-ban tízéves jubileumát ünnepli: ehhez kapcsolódva a szerkesztőség mind tartalmában, mind külalakjában rendhagyó számmal kedveskedik az Olvasóknak. A folyóirat – amely a Magyar Turizmus Rt. honlapjáról letölthető megrendelőlap segítségével fizethető elő – X. évfolyamának 1. száma a 2006. évi Utazás Kiállításra jelenik meg. Reméljük, hogy jövőre is előfizetőink körében köszönhetjük Önt, és, hogy elégedett Olvasóként jó szívvel ajánlja a Turizmus Bulletin kollégáinak és ismerőseinek is!

A Szerkesztőbizottság nevében a közelgő ünnepek alkalmából ezúton kívánunk kellemes karácsonyi ünnepeket és boldog új évet minden kedves Olvasónknak!

A főszerkesztő

A karácsony hatása a hazai turisták utazási szokásaira

Szerző: dr. Rátz Tamara¹

A karácsony mind turisztikai szempontból, mind pedig a mindennapi életben tapasztalható megjelenési formáit tekintve rendkívül összetett esemény. Kulturális szempontból vizsgálva vallási, hagyományőrző és kommersziális elemeket olvaszt össze, időbeni kiterjedését tekintve pedig magát a tényleges ünnepet jelentősen megelőzi egyrészt az adventi ünnepváró időszak, másrészt pedig ezzel átfedésben a kereskedelmi karácsonyi szezon, ami egyúttal a turizmus szektor számára is időben meghosszabbított lehetőséget nyújt az attrakciófejlesztés és az ahhoz kapcsolódó imázs-teremtés területén.

Bár maga a karácsony az európai kultúrkörben hagyományosan otthon, családi körben töltött ünnep, összetett társadalmi változások következtében az elmúlt évek során folyamatosan bővülni látszik azok köre, akik otthonuktól távol töltik a karácsonyi ünnepeket. A turisztikai kínálat specializálódásával pedig kialakultak a „karácsonyi” turizmus előfeltételei is, a potenciális „karácsonyi” turisták tehát – motivációjuk és fizetőképességük függvényében – számos lehetőség közül választhatnak, mind belföldön, mind külföldön.

Az ünnep népszerűségéhez és turisztikai hasznosítási formáinak sokszínűségéhez képest meglepően szűkös a kérdéssről rendelkezésre álló szakirodalmi információk köre (Rátz – Patterman 2004). A jövőben tehát érdemes lenne – többek között – részletesebb kutatásokat folytatni mind a karácsonyi turizmus keresletének volumenére, jellemzőire és befolyásoló tényezőire, mind pedig a hazai karácsonnyal kapcsolatos vonzerők turizmusban betöltött szerepére és nemzetközi versenyképességére vonatkozóan.

A karácsony turisztikai szerepére vonatkozó ismeretanyag bővítése érdekében 2006. elején a Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszéke kutatást végez, amelynek céljai között szerepel a karácsonyra épülő turisztikai kínálat feltérképezése Magyarországon, valamint a karácsonyhoz kapcsolódó utazási szokások jellemzőinek vizsgálata a hazai lakosság körében.

A kutatás hipotézisei szerint a karácsonyi ünnep egyrészt megjelenik a belföldi VFR² turizmus sajátos motivációjaként, hasonlóan például a Húsvéthoz vagy a Mindenszentekhez. Másrészt a karácsonyi vásárok és egyéb karácsonyhoz kapcsolódó rendezvények látogatása – elsősorban szabadidős tevékenységként – szezonális kulturális turisztikai aktivitásnak tekinthető. Harmadrészt a karácsonyi ajándékvásárlás ösztönözte – döntően regionális, alkalmasszerűen nemzeti vagy nemzetközi szintű – helyváltoztatás a bevásárlóturizmus speciális, szintén adott időhöz kötött formája.

A kutatás célja között szerepel a karácsonyhoz kapcsolódó utazások motivációinak és úti céljainak feltérképezése, a karácsonyi turizmus gazdasági hatásainak értékelése, valamint az ünnep által motivált utazási tevékenységeknek a turizmus termékszempléletű rendszerében való elhelyezése, ezáltal is elősegítve a Kodolányi János Főiskolán 2004-ben megkezdődött, a turisztikai termékszemplélet erősítését célul kitűző tudományos munka folytatását (Michalkó 2004). A kutatás lezárására várhatóan 2006. második félévében kerül sor.

Hivatkozások

MICHALKÓ, G. (2004): „A turizmus termékei” címmel új kiadványsorozatot indított a Kodolányi János Főiskola; Turizmus Bulletin 8(3):68-69

RÁTZ, T. – PATTERMAN, L. (2004): A karácsony mint turisztikai attrakció; Turizmus Bulletin 8(3):18-25

¹ Közgazdász, a Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszékének főiskolai tanára.

² Visiting Friends and Relatives = barát- és rokonlátogatás.