

XXV. ÉVFOLYAM 3. SZÁM | 2025

BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM | CORVINUS UNIVERSITY OF BUDAPEST

Turizmus Bulletin

Culture through the lense of gastronomy –
Gastronomy-related programmes of the Veszprém
Balaton 2023 European Capital of Culture

Turizmus és Európai Unió – a turizmussal kapcsolatos
döntéshozatal fejlődése belső piaci nézőpontból

Zsidó szellemi örökség mint turisztikai vonzerő
vizsgálata Sátoraljaújhely turisztikai kínálatában

A bevásárló- és a borturizmus szinergiája
különös tekintettel a fenntarthatóságra

Határ menti kulturális és turisztikai együttműködések
megvalósulása Kárpátalján a háború árnyékában

A kárpátaljai lakosság vallási attitűdje
és viszonyulása a vallási turizmushoz

A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA

Turizmus Bulletin

A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA

XXV. évfolyam 3. szám, 2025

Turizmus Bulletin

A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA

XXV. évfolyam 3. szám, 2025

FŐSZERKESZTŐ:

Jászberényi Melinda, PhD, egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem

FELELŐS SZERKESZTŐ:

Szalai Katalin, PhD, egyetemi docens
Kodolányi János Egyetem

TÁRSSZERKESZTŐ:

Jámbor Attila, MTA doktora, egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem

Princzinger Péter, dr. jur, elnök
Magyar Turisztikai Szövetség

OLVASÓSZERKESZTŐ:

Istlstecker Lidia

SZERKESZTŐBIZOTTSÁG ELNÖKE:

Michalkó Gábor, MTA doktora,
egyetemi tanár; tudományos tanácsadó
Pannon Egyetem, HUN-REN CSFK FTI

TUDOMÁNYOS TANÁCSADÓ TESTÜLET

Aubert Antal, kandidátus, professor emeritus
Pécsi Tudományegyetem

Dávid Lóránt, PhD, egyetemi tanár
Neumann János Egyetem

Hinek Mátyás, PhD, főiskolai tanár
Budapesti Gazdasági Egyetem

Irimiás Anna, PhD, kutató, egyetemi docens
Universita degli Studi di Trento (Olaszország)
Budapesti Corvinus Egyetem

Jandala Csilla, kandidátus,
alapító-főszerkesztő

Kenesei Zsófia, PhD, egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem

Kincses Áron, MTA doktora, elnök
Központi Statisztikai Hivatal

Kiss Róbert, PhD, egyetemi adjunktus
I-Shou University (Tajvan)

Kóródi Márta, PhD, főiskolai tanár
Debreceni Egyetem

Kraft Péter, alelnök
Turizmusfejlesztők és Tanácsadók Szövetsége

Lőrincz Katalin, PhD,
egyetemi docens
Pannon Egyetem

Melanie Smith, PhD, egyetemi docens
Budapesti Gazdasági Egyetem

Puczkó László, PhD, tanácsadó
Xellum Kft.

Pusztai Bertalan, MTA doktora, egyetemi tanár
Szegedi Tudományegyetem

Rátz Tamara, PhD, főiskolai tanár
Kodolányi János Egyetem

Szalók Csilla, PhD, főiskolai tanár,
Budapesti Gazdasági Egyetem

Szende Péter, DBA, egyetemi tanár
Culinary Institute of America (USA)

Zátori Anita, PhD, egyetemi docens
Radford University (USA)

Kiadja: Magyar Turisztikai Ügynökség; 1027 Budapest, Kacska utca 15-23.
Felelős kiadó: Egresitsné Firtl Katalin, vezérigazgató (Magyar Turisztikai Ügynökség)
– Bruno van Pottelsberghe, rektor (Budapesti Corvinus Egyetem)

Szerkesztőség: Heiling Média Kiadó Kft.; 1142 Budapest, Erzsébet királyné útja 125.
Kapcsolat: turizmusbulletin@uni-corvinus.hu

Címlapfotó: Keserű László (MNMMKK MNM Rákóczi Múzeum)

ISSN 1416-9967 (Nyomtatott); ISSN 1587-0928 (Online)

Tördelőszerkesztés: Király Zoltán, CCPrinting Kft.
Nyomdai munka: CC Printing Kft; Felelős vezető: Könczey Áron; ccprinting.hu

Tartalom

Rozgonyiné Drotár Nikolett

Előszó a Turizmus Bulletin „I. Tokaj-hegyaljai Turisztikai Konferencia” tematikus számhoz 4

MŰHELYTANULMÁNYOK/RESEARCH PAPERS

Sulyok Judit – Kanizsai-Nagy Dóra – Porga Boróka

Culture through the lense of gastronomy – Gastronomy-related programmes
of the Veszprém Balaton 2023 European Capital of Culture
Kultúra a gasztronómia tükrében – fókuszban a Veszprém-Balaton 2023 5

Tőkés Tibor

Turizmus és Európai Unió – a turizmussal kapcsolatos döntéshozatal
fejlődése belső piaci nézőpontból
Tourism and the European Union – the evolution of tourism decision-making
from an internal market perspective 14

Rozgonyiné Drotár Nikolett

Zsidó szellemi örökség mint turisztikai vonzerő vizsgálata Sátoraljaújhely turisztikai kínálatában
Investigating Jewish spiritual heritage as a tourist attraction in the tourist offer of Sátoraljaújhely 23

Tömöri Mihály

A bevásárló- és a borturizmus szinergiája különös tekintettel a fenntarthatóságra
The synergy of shopping- and wine tourism with special regard to sustainability 32

Tarpai József

Határ menti kulturális és turisztikai együttműködések megvalósulása
Kárpátalján a háború árnyékában
Implementation of cross-border cultural and tourism cooperation
in Transcarpathia in the shadow of war 41

Tóth Attila – Gyuricza László

A kárpátaljai lakosság vallási attitűdje és viszonyulása a vallási turizmushoz
Religious attitudes of the population of Transcarpathia and their approach to religious tourism 50

Előszó a Turizmus Bulletin „I. Tokaj-hegyaljai Turisztikai Konferencia” tematikus számhoz

Szerző: Rozgonyiné Drotár Nikolett¹

Tokaj-Hegyalja sem természeti erőforrások, sem turisztikai attrakciók tekintetében nem kellően felfedezett kistérsége hazánknak. Ugyanakkor a nemzetközileg ismert aszúbornak is köszönhetően az UNESCO Világörökség részévé vált. Az egykor zárt borvidék turisztikai imázsát a hagyományos oxidatív eljárással készült tokaji aszú fémjelzi. Az itt élők évszázados borászati hagyományainak ápolása mellett a vallási és a kulturális hagyományok megőrzése és gondozása is turisztikai vonzerőt jelent. A területen átvonuló vagy megtelepedő népcsoportok itt hagyták az épített örökséget, néphagyományuk egy részét, valamint kulturális és vallási szokásaik emlékét. Megmaradtak a szőlőhöz fűződő munkálatok megünnepléséhez kapcsolódó szüreti napok hagyományai. Fennmaradtak az épített örökségek és a táj kialakulását, sokszínűségét adó természeti értékek. Napjainkban mindez Tokaj-Hegyalja igazi turisztikai vonzerejét szolgálja. A bor-, a kulturális és a vallási turizmus mellett Tokaj-Hegyalja természeti erőforrásai az aktív turizmus élmény-lehetőségeit is kínálja a hazai és a nemzetközi turisták számára. Azok, a napjainkban elkészült aktív turisztikai fejlesztések, amelyek a korábban is meglévő természeti adottságokat használják ki, tovább szélesítették a terület turisztikai kínálatának palettáját. Az egykoron nagyobb számban a területen megtelepedő zsidó lakosság szellemi örökségére épülő „Csodarabbi Útja” tematikus útvonalnak köszönhetően Tokaj-Hegyalja Európa zsidó vallásturisztikai térképére ugyancsak felkerült.

A Tokaj-Hegyalja Egyetem Turizmus és Vendéglátás Tanszéke a turisztikai látnivalókban való gazdagság és a minőségi szakember-utánpótlás biztosítása érdekében azon munkálkodik, hogy a terület mind a hazai, mind a nemzetközi turisták számára célterületté váljon. E gondolat vezérelte a tanszéket 2024-ben, hogy első alkalommal szervezze meg nemzetközi turisztikai konferenciáját, melynek fókuszában a bor-, a kulturális és a vallási turizmus szerepelt. Fontos volt, hogy az ország turisztikai szakemberei e gondolatok köré épített előadásaikkal segítsék a Tokaj-Hegyalján megkezdett munka sikerességét. A plenáris előadások után három szekcióban, harmincöt oktató, kutató és turisztikai szakember tartott előadást. A hazai egyetemek előadói mellett kárpátaljai és kolozsvári egyetemek kutatóit hallgathatták meg a Tokaj-Hegyalja Egyetem hallgatói, valamint a térség turisztikai szakemberei. A Turizmus Bulletin jelen számában az elhangzott előadásokból született, lektorált tanulmányokat olvashatják az érdeklődők.

Ebben a tematikus számban a hazai és a határon túli kutatók vizsgálatainak eredményeivel találkozunk az olvasó, hiszen a szerzők nem pusztán regionális turisztikai témákat dolgoztak fel, hanem aktuális elméleti és gyakorlati eredményeket elemeztek. Betekintést kapunk a lezajlott Veszprém-Balaton 2023 Európa Kulturális Fővárosa programsorozat tapasztalataiba, az erről szóló tanulmány célkeresztjében a gasztronómiai élménykínálat értékelése, valamint a keresleti oldal jellemzőinek a monitoring adatokra alapozott bemutatása áll. Ezután a turizmusra vonatkozó európai uniós döntéshozatalról és jogalkotásról, annak a belső piac és a turizmus területére vonatkozó szabályozásáról olvashatunk. Tokaj-Hegyalja jelentős nemzetközi vallásturisztikai vonzerejének fejlődése a zsidó szellemi örökségnek, elsősorban a sátoraljaújhelyi Csodarabbi emlékének köszönhető, az ehhez kapcsolódó turisztikai kínálat alakulásáról értekezik a következő tanulmány. A továbbiakban a bevásárlóturizmus és a borturizmus kapcsolatrendszerébe kapunk betekintést. A szerző különös hangsúlyt fektet a fenntarthatósági kérdésekre és a két turisztikai termék közötti szinergiákat, illetve az aktuális trendeket ismerteti. A következő tanulmány az orosz-ukrán háború érintette Kárpátalja határ menti kulturális és turisztikai együttműködéseinek megvalósulásáról értekezik. Ebben a szerző bemutatja a Magyarország-Szlovákia-Románia-Ukrajna Határon Átnyúló Együttműködési Program 2014-2020 keretében meghirdetett prioritások között helyet kapott turisztikai együttműködések eredményeit. Kárpátaljához kötődik az utolsó tanulmány is, melynek szerzői, bízva a háború mielőbbi befejezésében, a vallási turizmus újraéledésének lehetőségeit járják körbe írásukban.

A közölt tanulmányok megmutatják a konferencia témaköreinek gazdagságát, és hozzájárulnak Tokaj-Hegyalja turisztikai fejlesztési elképzeléseinek alaposabb előkészítéséhez. A Tokaj-Hegyalja Egyetem szeretettel vár minden érdeklődőt a 2025 őszi megrendezendő II. Nemzetközi Turisztikai Konferenciáján Sárospatakon.

¹ egyetemi docens, Tokaj-Hegyalja Egyetem, drotar.nikolett@unithe.hu

Culture through the lense of gastronomy – Gastronomy-related programmes of the Veszprém Balaton 2023 European Capital of Culture

Kultúra a gasztronómia tükrében – fókuszban a Veszprém-Balaton 2023

Authors: Sulyok Judit¹ – Kanizsai-Nagy Dóra² – Porga Boróka³

The range of tourist experiences linked to gastronomy is closely linked to the cultural values of a destination. As good practice, the Veszprém-Balaton 2023 European Capital of Culture programme highlights that the presentation of gastronomic values can be implemented in a wide variety of ways, from free events attracting a great volume of visitors, to limited-capacity cooking classes and restaurants offering local products, all of this is in line with gastronomic and tourism trends. The data about visitor flows show the justification for this broad spectrum, which, in addition to showcasing local values, also give visitors to Veszprém and Lake Balaton 2023 a glimpse of gastronomy from other cultures. The focus of this study is to evaluate the gastronomic offer and to present the characteristics of the demand side based on the monitoring data.

A gasztronómiához kapcsolódó turisztikai élménykínálat szoros kapcsolatban áll egy-egy desztináció kulturális értékeivel. A Veszprém-Balaton 2023 Európa Kulturális Fővárosa programsorozat mint jó gyakorlat felhívja a figyelmet, hogy a gasztronómiai értékek bemutatása nagyon sokrétűen - a tömegeket vonzó ingyenes eseményektől a limitált kapacitással megrendezett főzőkurzusokon át a helyi termékeket kínáló vendéglátóhelyekig – valósulhat meg, igazodva a gasztronómiában és a turizmusban jellemző trendekhez. A programsorozat eredményei mutatják ezen széles spektrum létjogosultságát, aminek során a helyi értékek bemutatása mellett más kultúrák gasztronómiájába is bepillantást nyerhettek a 2023-ban a Veszprémbe és a Balaton térségébe érkezők. Jelen tanulmány fókuszában a gasztronómiai élménykínálat értékelése, valamint a monitoring adatok alapján a keresleti oldal jellemzőinek bemutatása áll.

Beérkezett/Received: 21. 03. 2025.. Elfogadva/Accepted: 19. 08. 2025.

Keywords: gastronomy, culture, community, European Capital of Culture, Veszprém-Balaton 2023.

Kulcsszavak: gasztronómia, kultúra, közösség, Európa Kulturális Fővárosa, Veszprém-Balaton 2023.

1. Introduction

Nowadays, gastronomy plays an increasingly important role in everyday life and in leisure travel. Gastronomy tourism is becoming increasingly popular, with food and drink being an integral

part of the tourist experience (UNWTO 2017). There is a growing trend towards gastronomy tourism (NAGY et al. 2021), driven by external influences related to food and food-related activities, and generally to the evolution of tourism. Health consciousness (NAGY et al. 2021) and the sustainability of the food industry (DEBRECENI-FEKETE-FROJIMOVICS 2021, TÓZSÉR-ILYÉS 2023) are coming into focus. In addition to being *trendy*, gastronomy can also be seen as a *hobby for millions*, with many media, social media sites, blogs, etc. with successful operating. Influencers also have an impact on the hospitality industry

¹ senior research fellow, University of Pannonia Balaton Tourism Research Centre, sulyok.judit@gtk.uni-pannon.hu

² monitoring officer, Veszprém-Balaton 2023 Jsc., dora.kanizsai@veszprembalaton2023.hu

³ monitoring assistant, Veszprém-Balaton 2023 Jsc., boroka.porga@veszprembalaton2023.hu

as a sector and on potential consumers. However, this impact is not necessarily positive, as YU and SUN (2019) point out in their study that in many cases, only high-quality gastronomy is presented on social media, resulting in consumers perceiving gastronomic experiences as expensive.

Even though eating out is not accessible to everyone – according to Eventrend's 2024 survey, 80% of the adult Hungarian population visits a restaurant at least 1-2 times a year⁴ – there is a growing demand for special gastronomic experiences (NAGY et al. 2021) and eating out is considered enjoyable and entertaining (SZAKÁLY 2023). The experience of dining out and eating together also has a positive impact on smaller and larger communities.

Exploiting the potential of gastronomic assets can also have a significant economic impact for a tourist destination, such as a popular restaurant, a gastronomy festival or a local product. While the growing interest in local products is identified (MADARÁSZ et al. 2021), developing and maintaining a range of products based on local ingredients is often a challenge for restaurants (CSAPODY 2023).

Culinary arts also play a mediating role between cultures. It is also at the interface of culture and gastronomy that food often plays a diplomatic role, helping to promote understanding and acceptance between cultures (UNWTO 2017), and when travelling for leisure, learning about cuisines also serves to explore the destination (TÓZSÉRI-ILYÉS 2023). In the light of these trends, the main objectives of the current study are as follows:

- To evaluate the main gastronomy-related events and programmes of the Veszprém-Balaton 2023 European Capital of Culture programme (hereafter: VEB 2023) in the light of the trends in gastronomy tourism and the objectives of the European Capital of Culture programme.
- Exploring the characteristics of the demand side as a case study: evaluation of the attendance of gastronomic events in the framework of VEB 2023, including the gastronomic elements of the InterUrban programme, and the number of visitors registering for these events.

2. Literature review

The broad understanding of gastronomy tourism is reflected in academic research, with tourism researchers approaching the subject from a variety

of angles. Changes and trends in gastronomy tourism are also discussed in the studies, and tourism researchers pay increasing attention to the subject, which is accompanied by an increase in the number of scientific publications with a gastronomy tourism focus. KUHN et al. (2024) identify the following main areas of gastronomy tourism research: 1) development, innovation, 2) restaurants, experiences, authenticity, 3) creative city, gastronomy attraction, 4) experience, image, shared experience, and 5) the link between gastronomy and culture, street food. For the present study, the results of previous studies related to the following main pillars are relevant and consulted: the role of gastronomy in the image and marketing of a destination, and the characteristics of gastronomy as a tourist experience.

The World Tourism Organisation (UN Tourism) defines gastronomy tourism as “a type of tourism activity which is characterized by the visitor's experience linked with food and related products and activities while travelling. Along with authentic, traditional, and/or innovative culinary experiences, Gastronomy Tourism may also involve other related activities such as visiting the local producers, participating in food festivals and attending cooking classes.” (UNWTO and BASQUE CULINARY CENTER 2019:8). In line with this definition, the gastronomic events of the Veszprém-Balaton 2023 European Capital of Culture programme cover a broad spectrum of tourism interpretation, often building on the active involvement and participation of visitors.

The focus of gastronomic tourism is mostly on local, authentic attractions. Accordingly, resources for culinary tourism include gastronomic heritage, local products and producers, the hospitality industry, gastronomy-related businesses, markets and marketplaces, gastronomy-related attractions, events and festivals, and gastronomy-related educational institutions and research centres (UNWTO 2019). The gastronomic values of a destination can be based on traditions and typical local products, such as ham in Spain (SÁNCHEZ-CUBO et al. 2023). At the same time, there is a significant interest in fast food and fine dining experiences when visiting a destination (PINKE-SZIVA et al. 2025). The cultural, community dimension of gastronomy is strongly reflected in traditions such as the Swedish *fika* (coffee with a small cake) (ÖBERG et al. 2024). Overall, high-quality gastronomy tourism involves conscious eating, the use of quality ingredients, and the

⁴ <https://turizmus.com/cikk/vendeglatas/a-hazai-vendeglatas-titkai-ki-hol-mennyit-es-miert-kolt> (July 1, 2025)

emphasis on local values and characteristics (KOVÁCS–HORECZKI 2024).

In parallel with the diversity of gastronomic offerings, the motivations of visitors are also heterogeneous, with a significant increase in interest in food markets, festivals, cooking classes and gastronomic tours (PINKE-SZIVA et al. 2025), which draws the attention of decision makers to the importance of meeting specific needs and preferences (RECUERO-VIRTO-ARRÓSPIDE 2024). In general, gastronomy can be understood as a main motivation for leisure travellers and as an activity during a trip. For the latter, the World Tourism Organisation report (UNWTO 2019) distinguishes between the level of importance of gastronomy during the trip. Overall, gastronomic tourists are more active nowadays (PARK-WIDYANTA 2022). As a result of the desire for authenticity, travellers are also keen to be part of the experience themselves (YOO et al. 2022), which may mean, for example, participating in the preparation of a dish. Involving participants has a positive impact on quality of life, including subjective well-being, and enhances the educational dimension and knowledge transfer (YOO et al. 2022). It also promotes the involvement of local producers and the development of local communities through gastronomy (TÓZSÉR-ILYÉS 2023). Typically, active participation is required in the increasingly popular cooking courses (UNWTO 2017) that provide a more memorable experience, a deeper insight into the culture (YIGIT 2022).

For tourist destinations, gastronomic offerings can be beneficial in several ways, such as positively influencing the image of the destination (UNWTO 2017), especially in the case of high-quality gastronomy experiences (RECUERO-VIRTO-ARRÓSPIDE 2024). Gastronomy is a popular feature of tourism marketing, thus reinforcing the attractiveness of the destination (FUSTÉ-FORNÉ 2018). In addition to the role of gastronomy in the visitor experience (QUIGLEY et al. 2019), local food and drink also strengthen the identity of local communities (RECUERO-VIRTO-ARRÓSPIDE 2024).

3. Veszprém-Balaton 2023 European Capital of Culture

The primary aim of the Veszprém-Balaton 2023 European Capital of Culture (ECoC) programme was to showcase the diversity and richness of cultural heritage. As well as emphasising and highlighting the values of the region, the programme has also continued to reinforce the sense of belonging of nations to the European cultural area. The initiative

is based on Decision 2014/445/EU, which stressed that the aim of the ECoC programme is not only to preserve and showcase cultural heritage, but also to promote sustainable urban development through culture. The legislation defined that the cities selected under the programme had to pay particular attention to promoting social cohesion, strengthening European identity and intercultural dialogue. In addition, the ECoC gave priority to the community-building power of culture, promoting the cohesion of local communities and strengthening their identity (EUROPEAN UNION 2014).

The programme was designed not only to boost cultural life, but also to support the economy and urban development. By winning the title, cities have increased their international profile, attracting significant tourist activity, while locals have benefited from a renewed cultural offer and a revitalised community life. The ECoC has also contributed to the long-term sustainable development of the region while promoting the integration of culture and creative industries into the local economy. The programme has had a significant economic and urban development impact, while transforming the participating cities into attractive tourist destinations.

Veszprém and the region are committed to the development of sustainable tourism, especially in the framework of the European Capital of Culture 2023 programme. In terms of sustainability performance, it has made energy efficiency, waste reduction and biodiversity conservation a priority, while also prioritising the preservation of cultural heritage. Local communities have played an active role and have prioritised the preservation of traditions that have contributed to strengthening the city's identity. A transparent and goal-oriented tourism management strategy has been followed, paying particular attention to local interests, promoting responsible visitor behaviour and minimising the harmful effects of mass tourism (GREEN DESTINATIONS 2023).

To promote sustainability, Veszprém has also developed recommendations such as the *Towards Sustainability – Recommendations for Event Organisers* handbook, which provided practical guidance on sustainable event management. The handbook paid special attention to the use of environmentally friendly solutions, waste reduction, the promotion of green transport solutions and the active involvement of local communities, thus supporting long-term sustainable development (VESZPRÉM-BALATON 2023 JSC.).

The core values of the Veszprém-Balaton 2023 European Capital of Culture (ECoC) programme

included community building, volunteering, respect for tradition, innovation and sustainability. Along these values, the programme has implemented complex, comprehensive initiatives that have contributed to the development of the region not only culturally, but also socially and economically.

The aims of the programme were to strengthen social cohesion, to build links between different social groups and to strengthen local communities. In doing so, it has contributed to dialogue between social groups, helping to create an inclusive society in which everyone has a place. The ECoC programme encouraged the active participation of community members, involving them in the organisation and implementation of programmes. In doing so, it has increased the commitment and responsibility of locals to their communities, strengthening social cohesion and commitment to common goals.

The programme has paid particular attention to the presentation and preservation of local cultural heritage and traditions, helping to ensure their survival and transmission to future generations. In doing so, it has strengthened local identity and pride and contributed to preserving and respecting cultural diversity. This care for traditions was important not only from a cultural point of view, but also from an economic and tourism point of view, as an authentic and strong local identity made the area attractive to visitors and potential investors.

The ECoC programme has supported innovative initiatives and creative solutions that have contributed to the cultural and economic development of the region. This has included the production of new markets and intellectual products, stimulating demand for the region and helping to diversify the economy. By combining innovation and tradition, the programme has helped to develop the cultural and creative industries of the future, while increasing the region's competitiveness.

The programme has been committed to environmental, economic and social sustainability, striving to ensure that developments are sustainable in the long term and of value to future generations. Sustainability has been taken into account at all levels of the project, including environmental sustainability aspects in the organisation of events and the delivery of programmes. In addition, the programme aimed to strengthen the local economy in the long term, based on sustainable production, green technologies and the effective use of

resources. The regional cooperation was catalysed by the Veszprém-Balaton 2023 Competitiveness Framework (Figure 1).

Figure 1
Territory of the Veszprém-Balaton 2023
European Capital of Culture



Source: VESZPRÉM-BALATON 2023 JSC.

4. Veszprém-Balaton 2023 gastronomy-related programmes

In the European Capital of Culture 2023 (ECoC) programme, gastronomy has been given a special place, reflecting the cultural diversity and culinary heritage of the region. The project has launched several initiatives to promote and develop local gastronomy, which fit perfectly with the concept of *unusual density of good things*, as set out in the bidbook. In the *Collection of Values*⁵ of Veszprém-Balaton 2023, which supports its legacy and the preservation of its heritage, there are six categories to search, with several of the events/festivals categories being related to gastronomy. The region itself has a significant gastronomic including wine tourism value and experience. The gastronomic character of the region is also confirmed by the fact that 66 restaurants nationwide have been awarded a Michelin star/award, 23 in Budapest, 12 in Veszprém county and 3 in Somogy county, so more than one fifth of all restaurants with such a rating operate in the Lake Balaton region. Wine tourism is the flagship of the Balaton destination's gastronomic attractiveness and capacity. This is based on the Balaton Wine Region, which includes 6 historic wine regions out of 22 in Hungary and

⁵ Veszprém-Balaton 2023 Collection of Values: <https://ertektar.veszprembalaton2023.hu/en> (June 15, 2025)

accounts for around 15% of the country's vineyard production, with unique characteristics such as volcanic wines (Badacsony, Somló).

Balaton Wine & Gourmet is the biggest gastronomy venture of the Veszprém-Balaton 2023 European Capital of Culture event series, where, in addition to providing an international outlook, the focus is on the region and the country's cultural heritage, winemaking traditions and the increasingly exciting present and future development of gastronomy. The festival was launched in 2022, with a rich programme of events aimed at the public and professional visitors interested in gastronomy and wine culture and celebrating the diversity of the wineries and gastronomy of the Balaton region. The festival aims to showcase the excellent wines of the wine regions around Lake Balaton, as well as local and regional gastronomic specialities. In addition to national exhibitors, Japan and Spain were the guests of honour in 2022, France in 2023 and Italy in 2024. During the event, visitors can taste local wines at the wineries' stands, while enjoying delicious meals and specialities from restaurants and chefs. Festival programmes include musical

performances, master classes, cooking shows and other cultural activities that make the event even more attractive to visitors. The event is one of the highlights of tourism in the Lake Balaton region, promoting local producers and businesses.

Bakony Expo focuses on the cultural values of the region, highlighting the traditions, folk customs, local products and crafts of Bakony and Lake Balaton Uplands. The event aims to preserve and create value, with the intention to entertain and educate. It is also important to link local values and offers with demand, thus promoting Veszprém and the Bakony-Balaton region. The event is attended by thousands of visitors, families and groups of friends every year. In the Veszprém Arena, the three-day craft fair is accompanied by a continuous programme of cultural and value-added events. Visitors can enjoy music, art, gastronomy and children's activities on the square in front of the Arena. Each year, the event chooses an ingredient to use in the preparation of the dishes and as a theme for the performances.

The local market *Óváros piac* is a bi-weekly event that takes place in the Old Town of Veszprém. The

Table 1

Gastronomy experiences of the Veszprém-Balaton 2023 programme

	<i>Rozé Rízling and Jazz Festival</i>	<i>Bakony Expo</i>	<i>Balaton Wine & Gourmet</i>	<i>Long Table Picnic</i>	<i>Óváros Market</i>	<i>InterUrban cooking classes</i>	<i>Street Management Programme (e.g. Kunst, Papírkutya, Wine & Vinyl)</i>
Main features							
<i>First year of organization</i>	2011	2013	2022	2023	2021	2023	2021
<i>Entrance</i>	Free	Paid	Paid	Free	Free	Free	Free and /or paid
<i>Location or event</i>	Event	Event	Event	Event	Event	Event	Location and event
<i>Visitor involvement</i>	Passive	Passive	Passive and active	Passive	Passive	Active	Passive and active
<i>Regularity</i>	Occasional	Occasional	Occasional	Occasional	Regular	Regular	Regular and occasional
<i>Integration of local values</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	No	Yes
<i>Presentation of other cultures</i>	Partially	No	Yes	Yes	No	Yes	No
Link with ECoC values							
<i>Community building</i>	Yes	No	No	Yes	No	Yes	Yes
<i>Volunteerism</i>	Yes	No	Yes	Yes	No	Yes	Yes
<i>Traditions</i>	-	-	-	-	-	-	-
<i>Innovation</i>	-	-	-	-	-	-	-
<i>Sustainability</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

Source: own editing

aim of the market is to promote local products and craftsmen and to create a community shopping and consumption experience. As well as shopping, the event offers a variety of activities, gastronomic demonstrations and other experiences. The event is designed to give visitors a longer stay while learning about local producers and wineries. The ongoing development of the market provides a modern, comfortable and aesthetic environment for shoppers and vendors.

In summary, the gastronomic experiences offered by the Veszprém-Balaton 2023 programme series are in line with the trends in gastronomy and gastronomy tourism and support the objectives of the ECoC programme (Table 1).

5. Monitoring gastronomy-related events

5.1. METHODOLOGICAL INFORMATION

The monitoring of the Veszprém-Balaton 2023 European Capital of Culture programme has been supported by a real-time monitoring system based on a number of data sources and will continue to be ensured after the end of the year, in order to measure the longer-term impact.

Within this complex system, the number of participants in a gastronomic experience is reflected by several indicators. For example, in the case of free events, the number of visitors in the city centre of Veszprém during the given period can be analysed (this can be seen from the mobile phone data). For events requiring registration (e.g. cooking courses), the number of registrants was tracked. And for events that are ticketed (e.g. Balaton Wine & Gourmet), the number of tickets sold is a good indicator of interest. In the case of the Long Table Picnic (Hosszúasztal Piknik), described as a good practice in this study, pre-registration provides a guide for monitoring interest.

It is important to note that the values used in the analysis are extracted from geolocation data of mobile phone users provided by a telecommunications service provider. The number of subscribers in the domestic mobile operator market (the area under study is the city centre: Kossuth utca – Óváros tér – Vár area). Mobile phone user data provided by a domestic telecommunications service provider is scaled proportionally according to the company's market share to produce an estimate representative of the national population. Furthermore, if the number of a certain visitor type was less than 10 in a given hour, the exact

value was not available (masked with <10 due to relevant GDPR regulations).

In the case of the InterUrban programmes, focusing on gastronomic events, the registration data presented in this study provide information on the characteristics of the participants, such as where the visitor came from (based on postcode of residence), and where they heard about the event (open question). In addition, knowing the time of registration allows us to determine how much earlier the registration was compared to the event and how long it took for the free places to be used up due to limited space. A total of 530 registrations were received for InterUrban events, of which 165 registered for a gastronomic event. Of the 165 registrations, a total of 100 e-mail addresses were registered. The e-mail addresses were anonymous in the analysis and cannot be identified. A total of 12 gastronomic events took place during the year, of which seven were hosted by Veszprém and five by Hévíz. This study addresses the characteristics of those registered for the events in Veszprém.

5.2. VISITOR FLOW TO VESZPRÉM

The general interest in gastronomy is shown by the significant increase in the number of visitors to Veszprém at the time of a major event. The mobile cell information clearly shows that during the month of July, the number of visitors to the city centre in the evening (between 18:00 and 06:00) increased significantly during the Rozé, Rizling and Jazz Festival (and Veszprémfest). This free festival, which was 15 years old in 2025, has a significant impact even in the summer months, which is otherwise the high season. In terms of segments, most of the visitors come from Veszprém and the surrounding area, meaning that this event also plays a role in the life of the local community, providing an opportunity to meet people, going beyond gastronomic and cultural experiences. The visitor figures for Budapest indicate the tourism potential.

5.3. REGISTRATIONS TO INTERURBAN GASTRONOMY EVENTS

The InterUrban series of events brought the cultures of 29 foreign, invited cities and 25 countries to life through dance, music, visual arts and gastronomy in two-week rotations, with 150 events over 50 weeks. The programme included cooking classes, workshops and gastronomy lectures, all free of charge with advance registration (Table 2).

Table 2
Registration for InterUrban gastronomy events

Event	Type	Number of registrants (persons)
Italian cooking class (Veszprém)	cooking class	15
Tapas workshop (Veszprém)	workshop	16
Greek cooking class (Veszprém)	cooking class	14
Macedon cooking class (Veszprém)	cooking class	15
Coffee tasting (Veszprém)	presentation and tasting	17
Hamamatsu cooking class (Hévíz)	cooking class	14
Tea ceremony (Veszprém)	presentation	38
Slovak cooking class (Hévíz)	cooking class	8
Israeli cooking class (Hévíz)	cooking class	8
Israeli cooking class (Hévíz)	cooking class	13
Austrian cooking class (Hévíz)	cooking class	8

Source: own editing based on VESZPRÉM-BALATON 2023 JSC. data

The maximum number of people registered for a gastronomic programme depends on the capacity available (how many people can actively participate in a certain programme), and the gastronomic experience itself requires a smaller number of people. In line with the objectives of Veszprém-Balaton 2023 and the trends of the European Capital of Culture programme in recent years and decades, it can be observed that most visitors came from Veszprém and the region. More than two thirds of the registrants were from Veszprém, while another 30% came from the surrounding area. The proportion of those who indicated a postcode in the capital was only 3%. Social media, followed by friends and acquaintances play a leading role in informing people about gastronomic events. More than three quarters of registrants heard about the event by name on Facebook, while a further 18% found out about the event through friends and acquaintances. Some mention was made of the communication related to VEB 2023 (such as the app or the programme booklet). The popularity of the gastronomic events is shown by the fact that all the programmes studied were fully booked in one or two days. Regardless of the date of the event, social media presence proved to be decisive, with three of the seven programmes having all registrations on the same day. The first events (Italian cooking course, tapas) had the *longest* registration period, but again, the registration period was four and eight days, respectively.

5.4. LONG TABLE PICNIC

The Long Table Picnic in Veszprém, in the Séd Valley, is one of the highlights of the European Capital of Culture programme and has since become a tradition. Every year, the whole region gathers around a one and a half kilometres-long table, where the flavours, drinks and food of the region are presented. The picnic includes the Regional Flavours Competition, where the tables are evaluated by a panel of jury. The flavours of the Bakony and Lake Balaton reflect the biodiversity and traditions of the region, strengthening the identity of local communities.

The number of registered participants in 2023 was 4223, decreasing to 1627 in 2024 and 1049 in 2025. The downward trend in registration figures is because registration was compulsory in 2023, but not in the following years. Based on the registration data, Veszprém is always the source market with the highest number of participants. Many people also come from the regions of Balatonalmádi, Herend, Veszprémfajsz and Tapolca. The guests usually come in groups of 2-5 people, but the smaller neighbouring settlements tend to sit together in groups of up to 10 people (VESZPRÉM-BALATON 2023 JSC.).

The idea for the Long Table Picnic was inspired by the 2022 European Capital of Culture Kaunas Community Event, the Courtyard Festival, which is held in May each year. The concept is similar, with an event along a kilometre-long communal table set with white tablecloths in *Laisvės alėja*, where participants arrive with their own food and furniture.

6. Conclusions

The link between culture and gastronomy is relevant for the European Capital of Culture programme, reflecting current trends in gastronomic tourism. In line with the objectives of Veszprém-Balaton 2023, the diversity of the gastronomic programmes ensured that these experiences were attractive and accessible to a wide range of target groups. In addition to events and festivals with a larger capacity and free admission, programmes related to a more specific area of gastronomy or with the active participation of visitors provided even more memorable experiences. The series of events served to raise public awareness, promote gastronomic values and strengthen the identity and bonds of local communities. This included not only local values but also gastronomy from other cultures, which strengthened intercultural understanding.

The study on the gastronomic aspects of the Veszprém-Balaton 2023 programme series reflects the results of previous research in several points and extends the research results and knowledge related to gastronomic tourism. The gastronomic experiences offered during VEB 2023 fit well with trends in food and tourism, such as experientialism, education and awareness-raising, and visitor involvement. The fact that a gastronomic programme can also be a motivation in its own right is shown by the fact that the number of visitors to Veszprém has increased significantly in certain periods. Another important finding is the role of social media in the case of gastronomic programmes, which in the case presented here (namely cooking courses) is also a key factor in resource planning and preparation. The *power* of social media is shown by the fact that registrations were filled in a very short time. Even though previous research has focused on gastronomy tourism based on local values, there is also a significant potential for intercultural communication and understanding through experiences that provide visitors with an insight into the gastronomy of other (non-local) cultures.

A limitation of the study is that the European Capital of Culture programme has been of particular interest to the region under study, so the impact of gastronomy is difficult to isolate. This leads to the potential for future research and research areas. A more detailed survey of the participants in the gastronomic programmes of the VEB 2023 could be relevant, as well as a longer-term analysis of the impact of the programme. For other ECoC cities and regions, an analysis of the gastronomic offer could validate the impact of gastronomic trends on these programmes.

Acknowledgement

The data for this study was provided by the Veszprém-Balaton 2023 European Capital of Culture programme. The authors thank to the organisers of the programme and to all those who contributed to the data compilation and to the support of the research process.

References

CSAPODY B. (2023): Helyből jobb? – A rövid alapanyagellátási lánc szerepe a magyar vidéki vendéglátás rendszerében. *Turizmus Bulletin*. 23(2). pp. 14–23. DOI: 10.14267/TURBULL.2023v23n2.2

- DEBRECENI J. – FEKETE-FROJIMOVICS ZS. (2021): A vendéglátás nemzetközi kutatási paradigmái a Covid19 árnyékában – Szisztematikus szakirodalmi áttekintés és egy koncepcionális keretmunka. *Turizmus Bulletin*. 21(4). pp. 5–13. DOI: 10.14267/TURBULL.2021v21n4.1
- FUSTÉ-FORNÉ, F. (2018): La Gastronomía en el Marketing Turístico. *Anais Brasileiros De Estudos Turísticos*. 7(3). pp. 88–99. <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2017.v7.3169>
- KOVÁCS D. – HORECZKI R. (2024): Hagyomány és nyitottság: Négy megoldásra váró terület a hazai gasztronómiában. *Turizmus Bulletin*. 24(4). pp. 47–55. DOI: 10.14267/TURBULL.2024v24n4.5
- KUHN, V. R. – DOS ANJOS, S. J. G. – KRAUSE, R. W. (2024): Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 35. 100813. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813>
- MADARÁSZ E. – SÜLYÖK J. – SZMULAI É. (2021): Naptej, fürdőruha...+ helyi termék? A helyi termékek iránti kereslet a Balatonturisztikai céllal felkeresők körében. *Turizmus Bulletin*. 21(2). pp. 24–33. DOI: 10.14267/TURBULL.2021v21n2.3
- NAGY D. – GONDA T. – HÁLÓ K. – DÁN A. (2021): A jövő vendéglátása, a vendéglátás jövője. Regionális kutatás az érintett vállalkozások körében. *Turisztikai és vidékfejlesztési tanulmányok*. 6(2). DOI: 10.15170/TVT.2021.06.02.06
- ÖBERG, C. – LARSON, M. – SCANDER, H. (2024): In the interest of the nation: Swedish fika. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 37. 101003. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.101003>
- PARK, E. – WIDYANTA, A. (2022): Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. *Tourism Management Perspectives*. 42. 100964. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100964>
- PINKE-SZIVA, I. – SMITH, M. – CSAPODY, B. – SZAKÁLY, O. (2025): Gastronomy as a special interest tourism product in Budapest. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. <https://doi.org/10.1108/WHATT-01-2025-0031>
- QUIGLEY, K. – CONOLLY, M. – MAHON, E. – IOMAIÉ, M. M. C. (2019): Insight from insiders: A phenomenological study for exploring food tourism policy in Ireland 2009–2019. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*. 7(2). pp. 188–215. DOI: 10.30519/ahtr.574519

- RECUERO-VIRTO, N. – ARRÓSPIDE, C. V. (2024): Culinary destination enchantment: The strategic interplay of local gastronomy in regional tourism development. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 36. 100931. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100931>
- SÁNCHEZ-CUBO, F. – MILLÁN-VÁZQUEZ-DE-LA-TORRE, G. – SÁNCHEZ-OLLERO, J. L. (2023): Showcasing Spanish gastronomy through Iberian ham tourist routes. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 34. 100820. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100820>
- SZAKÁLY O. (2023): A gasztronómiai fogyasztók szegmentálása az online aktivitás és az influencerkövetés szemszögéből. *Turizmus Bulletin*. 23(1). pp. 4–14. DOI: 10.14267/TURBULL.2023v23n1.1
- TŐZSÉR A. – ILYÉS R. (2023): Merre tovább magyar gasztronómia? *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 8(2). pp. 4–18. DOI: 10.15170/TVT.2023.08.02.01
- UNWTO (WORLD TOURISM ORGANIZATION) (2017): *Affiliate Members Report, Volume sixteen – Second Global Report on Gastronomy Tourism*. UNWTO, Madrid.
- UNWTO (WORLD TOURISM ORGANIZATION) and BASQUE CULINARY CENTER (2019): *Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism* <https://doi.org/10.18111/9789284420957>
- YIGIT, S. (2022): Is it possible to get to know a culture through cooking classes? Tourists experiences of cooking classes in İstanbul. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 28. 100527. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100527>
- YOO, J. J. E. – PARK, J. – CHO, M. (2022): Cocreation of gastronomy experience through cooking classes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 34(9). pp. 3230–3252. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1152>
- YU, C. E. – SUN, R. (2019): The role of Instagram in the UNESCO's creative city of gastronomy: A case study of Macau. *Tourism Management*. 75. pp. 257–268. DOI: 10.1016/j.tourman.2019.05.011

Internet resources

- EUROPEAN UNION (2014): A 2014/445/EU európai parlamenti és tanácsi határozat (2014. április 16.) az Európai Unió 2014. évi költségvetése végrehajtásának ellenőrzésére vonatkozó szabályok megállapításáról. Európai Unió. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014D0445> (June 15, 2025)
- GREEN DESTINATIONS (2023): *Veszprém, using the European Capital of Culture programme's transformative power to become a sustainable destination*. Green Destinations stories. <https://www.greendestinations.org/wp-content/uploads/2023/10/2023-GPS-Veszprem.pdf> (June 15, 2025)
- VESZPRÉM-BALATON 2023 JSC. (n.d.): *European Capital of Culture links*: Balaton Wine & Gourmet Festival: <https://www.bwg.hu/>; Hello VEB programme site: <https://helloveb.hu/>; Long Table Picnic: <https://veszprembalaton2023.hu/oldal/hosszuasztal-piknik-2025>; Recommendations for event organizers regarding sustainability/Úton a fenntarthatóság felé ajánlás rendezényszervezőknek: <https://veszprembalaton2023.hu/oldal/hosszuasztal-piknik-2025>; Rozé, Rizling, Jazz Festival: <https://veszpremfest.hu/roze-rizling-es-jazz-napok>; Veszprém-Balaton 2023 Collection of Values: <https://ertektar.veszprembalaton2023.hu/> (June 15, 2025)

Turizmus és Európai Unió – a turizmussal kapcsolatos döntéshozatal fejlődése belső piaci nézőpontból

Tourism and the European Union – the evolution of tourism decision-making from an internal market perspective

Szerző: Tóké Tibor¹

Az Európai Unió számos szakpolitikai területen alakított ki szoros együttműködést, ezért érdekes az, hogy az Európai Unióban egyelőre nem tettek határozott lépéseket egy közös, az összes tagországra kiterjedő európai turizmuspolitika kialakítására. A turizmus tovagyűrűző hatású gazdasági terület, így nem hagyható figyelmen kívül a versenyképesség fokozásának tekintetében, mely kérdés napjaink egyik meghatározó eleme az egységes belső piaccal és az Európai Unió mélyítésével kapcsolatos szakmai és politikai diskurzusnak. A tanulmány célja, hogy ismertetést adjon a turizmusra vonatkozó európai uniós döntéshozatalról és jogalkotásról, rövid kitekintéssel a belső piac területére.

The European Union has developed close cooperation in a number of policy areas, although it is interesting that the European Union has not yet taken decisive steps towards a common European tourism policy for all Member States. Tourism is a spillover economic area, but cannot be ignored in terms of increasing competitiveness, which is a key element in the current professional and political discourse on the deepening of the single internal market and the European Union. The aim of this work is to provide a brief overview of EU decision-making and legislation in the field of tourism, with a brief focus on the internal market.

Beérkezett/Received: 21. 03. 2025. Elfogadva/Accepted: 08. 07. 2025.

Kulcsszavak: Európai Unió, közös turizmuspolitika, közösségi jog, Lisszaboni Szerződés, belső piac, Idegenforgalommal Foglalkozó Főigazgatóság.
Keywords: European Union, common tourism policy, Community law, Lisbon Treaty, internal market, DG Tourism.

1. Bevezetés

A turizmus jelentős gazdasági tevékenység az Európai Unióban, ami széles körű hatást gyakorol a gazdasági növekedésre, a foglalkoztatásra és a társadalmi fejlődésre. Hatékony eszköz lehet a gazdasági hanyatlás és a munkanélküliség elleni küzdelem terén a területi egyenlőtlenségek mérséklésében, valamint a társadalmi-gazdasági szélsőségek kiegyenlítésében. A turizmus napjaink egyik legdinamikusabban fejlődő és legnagyobb jelentőségű multiplikátor hatással bíró ágazata számos európai ország nemzetgazdaságának, így az

európai egységes belső piac tekintetében is fontos terület. A turizmus gazdasági hozzájárulása azonban jelentős eltéréseket mutat az egyes uniós országokban és régiókban (HANUSZ 2004). Bár az is igaz, hogy sajátosságainak köszönhetően nehéz egyértelműen behatárolni, hogy a turizmus pontosan mely területeken járul hozzá közvetlenül a fejlődéshez (ERDEY 2005). Az Európai Unió (EU) a világ egyik legkiemelkedőbb turisztikai célpontja, amely évente több százmillió belföldi és nemzetközi látogatót vonz. A Covid19-járvány előtti időszakban, 2013 és 2019 között, a 27-ek Európájában a vendégéjszakák száma 3,6%-kal nőtt évente. A járvány évei alatt visszaesett az érték, aztán 2023-ban újra elérte az addigi csúcst, a 2019. évi 2,9 milliárd vendégéjszakát. Ez azt jelenti, hogy a 2020-as mélypontról (1,4 milliárd vendégéjszaka) nem egészen három év alatt Európa turizmusa újra magára talált. Az utazási és idegenforgalmi ágazat 2019-ben az uniós foglalkoztatás mintegy 11%-át

¹ tanszékvezető egyetemi docens, Debreceni Egyetem, tokes.tibor@econ.unideb.hu

adta. A foglalkoztatás aránya a tágabb értelemben vett turisztikai tevékenységeket érintő területeken uniós szinten 2023-ban 9% volt, és a foglalkoztatottak számának növekedésében a gazdasági területek átlagát és más szolgáltatási szektorokat is megelőzte – az *EC-Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*² becslése (EURÓPAI BIZOTTSÁG, BELSŐ PIACI, IPAR-, VÁLLALKOZÁS- ÉS KKV-POLITIKAI FŐIGAZGATÓSÁGA 2022). A közvetlenebb gazdasági hatások mellett a turizmus előmozdítja az európai kultúra és örökség megőrzését, és mind a lakosok, mind a turisták számára előnyökkel jár azáltal, hogy javítja a jólétet, és lehetőségeket teremt a személyes, a kulturális és a gazdasági kapcsolatok mélyítésére. Emiatt komoly jelentőséggel bír az európai identitás és összetartozás érzésének elősegítésében is. Így nemcsak gazdasági, hanem egyfajta társadalmi kohéziót is elősegíthet az öreg kontinensen és a személyek szabad mozgását illetően is meghatározó elem volt annak kialakításakor.

Fentiek tekintetbe vételével igen érdekes az, hogy az Európai Unióban egyelőre nem tettek határozott lépéseket a turizmuspolitika közösségi szintre emelésére, azaz egy közös, az összes tagországra kiterjedő európai turizmuspolitika kialakítására. A turizmus tagországokként eltérő szabályozással rendelkezik, melyre hatással van, hogy a tagállam gazdaságában milyen jelentőséggel bír az ágazat. A turizmust, mint tevékenységet a Lisszaboni Szerződés hatáskörökkel foglalkozó része azokhoz a tevékenységekhez sorolja, melyek esetében a Közösség a tagállamok intézkedéseit támogató, összehangoló vagy kiegészítő intézkedéseket foganatosíthat. Ilyen tevékenység a turizmus mellett a kultúra, az oktatás, az emberi egészség védelme, az ipar, a polgári védelem és az igazgatási együttműködés. A turizmust érintő közösségi szabályozás jelentős része más közös szakpolitikai területeken keresztül érvényesül. A közelmúltban több európai uniós intézmény kiemelten foglalkozott a belső piac versenyképességével, hatékonyságának növelésével, melyben kiemelt szerep juthat a turizmusnak, hiszen az komoly tovagyűrűző hatású gazdasági terület, így nem hagyható figyelmen kívül. Éppen ezért érdemes áttekinteni a turizmussal kapcsolatos európai uniós vívmányokat

a döntéshozatal és a jogalkotás tekintetében. A cél annak bemutatása, hogyan fejlődött az uniós jogalkotás és döntéshozatal a turizmusra vonatkozóan, valamint hogy merre tart a Közösség e terület szabályozásában.

2. Módszertan

A kutatási kérdés megválaszolásához az Európai Unió alap- és módosító szerződéseinek turizmusra vonatkozó részei, illetve a téma szempontjából fontosnak tekintett másodlagos jogforrások kerültek felhasználásra³. Az elsődleges jogforrások esetében az összes turizmussal kapcsolatos terület ismerteti a tanulmány történeti szempontból. A cél, hogy láthatóvá váljon hogyan illesztették be a turizmusra vonatkozó pontokat a szerződésekbe, és ezáltal hogyan vált a turizmus egyre jelentősebb szabályozási területté. A szerződések vonatkozó szövegrészei az Európai Unió hivatalos oldalain teljes terjedelmükben elérhetőek. A másodlagos jogforrások esetében a joganyag mennyisége és jelen cikk terjedelmi korlátai miatt csak a források egy része került feldolgozásra, melyeknél a turizmusra és a belső piacra vonatkozó legfontosabb bizottsági, tanácsi és parlamenti állásfoglalások, irányelvek, határozatok rövid történeti áttekintése a cél. A statisztikai adatok az Európai Unió hivatalos oldaláról (EU TOURISM DASHBOARD), illetve az Eurostat adatbázisából származnak (EUROSTAT).

A tanulmány célja, hogy a szerződések és a másodlagos jogforrások segítségével rövid ismertetést adjon a turizmusra vonatkozó európai uniós döntéshozatalról és jogalkotásról, kitekintéssel a belső piac területére.

3. A turizmus uniós szabályozásának történeti áttekintése

3.1. AZ ELSŐDLEGES JOGFORRÁSOK – A SZERZŐDÉSEK

A turizmus a Római Szerződés aláírásakor nem szerepelt a kiemelt területek között, az erre vonatkozó rendelkezések csak a belső piac elindulásakor kapnak hangsúlyt és helyet a szövegekben. Ha külön turizmussal foglalkozó közös politika nem is

² Az Európai Bizottság Belső Piac, Ipar-, Vállalkozás- és Kkv-Politikai Főigazgatósága, a Bizottság azon szervezeti egysége, melynek feladata a nyitott, zökkenőmentes, és reziliens, nyitott határokkal, valamint az áruk és szolgáltatások szabad áramlásával rendelkező versenyképes egységes belső piac támogatása. https://commission.europa.eu/about/departments-and-executive-agencies/internal-market-industry-entrepreneurship-and-smes_en Letöltve: 2024. október 15.

³ Amszterdami Szerződés, az Európai Alkotmányt létrehozó szerződés tervezete, Egységes Európai Okmány, Lisszaboni Szerződés, Maastrichti Szerződés – Szerződés az Európai Unióról, Nizzai Szerződés, Római Szerződés – EGK Szerződés: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/principles-and-values/founding-agreements_hu és <https://eur-lex.europa.eu/collection/eu-law/treaties/treaties-force.html> Letöltve: 2024. október 15.

került kialakításra, számos jogszabályban már az 1990-es évek előtti időszakban is található turizmusra vonatkozó rendelkezés, illetve a turisztikai tevékenységet és az ezekhez kapcsolódó területek működését elősegítő támogatási forma. A turizmus, mint szakpolitikai terület bizonyos tulajdonságai alapján párhuzamba állítható a regionális politikával. A területfejlesztés egy ágazatokon átívelő, multi- vagy még inkább transzdiszciplináris területnek tekinthető mind a hatékony műveléséhez szükséges szaktudás, mind a társadalomra, a gazdaságra gyakorolt hatásai tekintetében. Érthető tehát, hogy a turizmussal kapcsolatos intézkedések több esetben e szakpolitikán belül kerülnek meghatározásra. Emellett, áttételesen már az 1958-as Európai Gazdasági Közösségről (EGK) szóló szerződés lehetőséget adott a Közösségnek arra, hogy a turizmus területén is foganatosíthasson intézkedéseket, ha szükséges. A 235. cikk szerint (későbbi EK⁴ 308. cikk): *„Ha a közös piac működése során a Közösség valamely célkitűzésének megvalósításához, és e szerződés nem rendelkezik a szükséges hatáskörökről, a Tanács a Bizottság javaslata alapján és a Közgyűléssel folytatott konzultációt követően egyhangúlag meghozza a megfelelő intézkedéseket”*. Ma ez a szakasz még mindig hatályban van az Európai Unió működéséről szóló szerződés 352. cikként. Így tehát a Közösség, ha a belső piac kiépítése megkívánja, rendelkezhet turizmussal kapcsolatos témákban. Az 1985-ös belső piaci Fehér Könyv meghatározó e tekintetben, hiszen az ebben előírányzott mintegy háromszáz jogszabályjavaslat alapján került kidolgozásra az a joganyag, mely lehetővé tette az egységes piac 1993-as létrehozását, és amelyben a turizmusra áttételesen ható területek kerültek meghatározásra.

A Római Szerződés első módosítása, az 1987-ben hatályba lépett Egységes Európai Okmány, még nem rendelkezett a turizmusról. A témát oda a Maastrichti Szerződés (II. cím G. cikk B.3)) emelte be 1993 novemberében. Eszerint az EK Szerződés 3. cikkének t.) pontja kimondta: *„Közösség tevékenysége kiterjed az energia, a polgári védelem és az idegenforgalom területén hozott intézkedésekre”*. Emellett a Szerződéshez csatolt nyilatkozatban, mely a polgári védelemről, az energiáról és a turizmusról szól, kijelentették, hogy a Közösség e területeken megvizsgálja ezek Szerződésbe való bevezetésének kérdését. Ezzel általános érvényűen hatalmazta fel az Európai Uniót a turizmussal kapcsolatos intézkedések meghozatalára más belső piaci területek szabályozásán keresztül, mely intézkedések számos esetben napjainkban is e szakpolitikák révén valósulnak meg.

Az Amszterdami Szerződés módosításának értelmében az EK Szerződés 3. cikkének u.) pontja vonatkozott a turizmusra, ám ez nem jelentett tartalmi változást a Maastrichti Szerződéshez képest. Az alapszerződések következő módosítása, a Nizzai Szerződés, nemcsak tartalmi, hanem formai tekintetben is változatlanul hagyta az EK Szerződés 3. cikkének u.) pontját.

A Lisszaboni Szerződés megszületéséig az Európai Unió csak az EK Szerződés 308. cikke alapján hozhatott turisztikai tárgyú rendelkezéseket. A turizmus e hatásköri területen történő említése azt jelenti, hogy az ágazattal kapcsolatosan elfogadott közösségi szabályok, még ha kötelező erejűek is, nem eredményezhetnek a tagállamok közötti jogharmonizációt azok törvényi, rendeleti, közigazgatási rendelkezéseinek tekintetében. Így az Európai Unió a turizmus szektorban úgy jogsúlt intézkedésekre, hogy nem vonja el a tagállamok e területre vonatkozó saját hatásköreit. Azaz, az Európai Unió csak támogató hatáskörökkel rendelkezik, és ilyen intézkedések végrehajtására lett feljogosítva, intézkedéseivel a tagállami hatásköröket nem sértheti. Ez egybevág azzal, hogy az Európai Unió csak a tagállamok által ráruházott hatáskörök határain belül járhat el, és a céljait is csak e kereteken belül valósíthatja meg. A tagállamoknak lehetősége van hatáskör átruházásra az arányosság és a szubszidiaritás elvének tiszteletben tartásával, ám minden olyan hatáskör, amelyet a Szerződések nem ruháznak át az Unióra, a tagállamoknál marad (EU Szerződés 3.; 4.; és 5. cikk, 2009).

3.2. A MÁSODLAGOS JOGFORRÁSOK

Az elsődleges jogforrások mellett több, az idegenforgalommal kapcsolatos intézkedés jelent meg az 1980-as évektől kezdődően mind a Bizottság, mind a Tanács, mind a Parlament munkájának köszönhetően. Az első olyan intézkedések, melyek közösségi szinten próbálták kezelni a turisztikai vonatkozású kérdéseket csak az 1990-es évekre jelentek meg.

Az Európai Bizottság az 1980-as évek óta együtt dolgozott a Tanáccsal és a Parlamenttel a turizmus támogatásának elősegítésében. Az Európai Bizottság első, 1982-ben kiadott közleménye a közösségi idegenforgalmi politika kezdeti irányairól kihangsúlyozza a turizmus jelentőségét az Európai Közösségben. A dokumentum a szabad közlekedésre és a turisták védelmére, a turisztikai szakmák munkakörülményeire, a közlekedés és a turizmus, a regionális fejlődés és a

⁴ Európai Közösség

turizmus kapcsolatára, valamint Európa örökségének és turizmusának megőrzésére koncentrált (COM (1982) 0385). Az Európai Bizottság 1995-ös, az Európai Unió szerepe a turizmus területén elnevezésű Zöld Könyve szerint a Közösség csak az EK 308. (LSZ-EUMSz 352.) cikke alapján hozhat intézkedéseket a turizmus területén, ha azt a 3. cikkben foglalt célok megkívánják (COM (1995) 0097). 1996-ban az Európai Bizottság elkészítette a Philoxenia (Vendégszeretet) Program tervezetét (COM (1996) 0168), mely a turizmus első többéves nemzetközi (1995-2000) programja volt. Az Egyesült Királyság és Németország a Tanácsban leszavazta a programot, így az nem indulhatott el (CSAPÓ 2020). A kudarc oka az volt, hogy a tagállamok nem tudtak megegyezni a program finanszírozásában, ezért azt a Bizottság 2000-ben visszavonta (WYNANDS-SZENTMÁRY 2011). 1997-ben a Tanács javaslatára az Európai Bizottság és a tagállamok részvételével a *Turizmus és foglalkoztatás* folyamat részeként létrehozta egy szakértői csoportot, amelynek az volt a feladata, hogy megvizsgálja azon lehetőségeket, melyek elősegítik a turizmus hozzájárulását a foglalkoztatás növeléséhez és a gazdasági teljesítmény fokozásához. A szakértők jelentései nyomán a Tanács támogatásával a tagállamok és az Európai Bizottság 4 munkacsoportot állított fel 2000-ben, melyek szakterületenként osztották fel egymás között a feladatokat. Az első csoport feladata volt, hogy figyelemmel kísérje és elősegítse az információcserét és az információterjesztés javítását a turizmusban, különösen, ha azok új technológiák révén valósulnak meg. A második csoport a turizmusban foglalkoztatottak oktatásának és képzésének fejlesztésével foglalkozott. A harmadik csoport a turisztikai termékek minőségének javítását, a negyedik pedig a természetvédelem és a fenntartható fejlődés elősegítését kapta feladatául. 2001-ben létrehozta egy ötödik munkacsoportot, mely az új technológiák befolyásának hatását vizsgálta a turizmus területén (WYNANDS-SZENTMÁRY 2011). Még ebben az évben került kiadásra az Európai Bizottság közleménye a turizmus jövőjét szolgáló európai uniós együttműködésről (COM (2001) 0665), mely a turizmus versenyképességére fókuszált, és lezárta az előbb említett *Turizmus és foglalkoztatás* folyamatot. 2003-ban az Európai Bizottság az európai turizmus fenntarthatóságára vonatkozó alapvető irányelvekről adott ki közleményt, melyben hangsúlyozták az egyes turisztikai vonatkozással is bíró közös politikák közötti együttműködés fontosságát, ami elősegítheti a szektor versenyképességét. 2004-ben az Európai Bizottság tevékenységének köszönhetően létrejött a Fenntartható Turizmus

Csoport, hogy elősegítse az Európai Unió turizmusának fenntarthatóságát és versenyképességét (CSAPÓ 2020). A Lisszaboni Stratégiához kapcsolódóan jelent meg 2006-ban *Az EU új idegenforgalmi politikája: a partnerség erősítése az európai idegenforgalom területén* című bizottsági közlemény, melyben a stratégiával összhangban nagy hangsúlyt kap a versenyképesség és a növekedés fokozása, illetve a szektorban több és jobb munkalehetőség teremtése (COM (2006) 0134). Az EDEN (*European Destinations of Excellence, Kiváló Európai Desztinációk*) Program is ebben az évben indult el, az Európai Bizottság kezdeményezésére. Célja, hogy ráirányítsa a figyelmet az Európában található desztinációk változatosságára, egyedi vonzerejére és a közös kulturális értékekre. Ugyanebben az évben a Bizottság létrehozta az Európai Turizmus Desztinációs Portált, mely egy turizmussal kapcsolatos információs adatbázis volt, ám sajnos csak 2009-ig működött (CSAPÓ 2020). 2007-ben az Európai Bizottság közleményt adott ki *A fenntartható és versenyképes európai idegenforgalom menetrendje* címmel (COM (2007) 0621).

A Tanács első turizmussal kapcsolatos intézkedése egy 1984. évi tanácsi állásfoglalás volt *Az idegenforgalmi közösségi politikáról* (84/C115/01-02, 1984). Ez nem volt más, mint egy 39 pontból álló intézkedéssorozat. A Tanács kimondta: „a különböző közösségi tevékenységek idegenforgalmi vonatkozásainak elemzését követően a Közösség számára két fő téma rajzolódik ki: aktív szerepvállalás a tagállamok idegenforgalmának fejlesztésében, valamint bizonyos kiemelt intézkedésekre való összpontosítás” (84/C115/01, 1984:6). 1986-ban a Tanács létrehozott egy Idegenforgalmi Tanácsadó Bizottságot, mely feladatául kapta a tagállamok közötti információcserét, konzultációt és együttműködés elősegítését a turistáknak nyújtott szolgáltatások területén (86/664/EGK). E tanácsadó szervezethez megfigyelőként 2001-ben hazánk is csatlakozott (KOVÁCS 2003). Emellett a Tanács kötelezte a tagállamokat éves jelentés megküldésére a turistáknak nyújtott szolgáltatásaikkal kapcsolatos intézkedéseikről (86/664/EGK). Az 1989-ben kiadott 46-os Tanácsi Határozat (89/46/EGK) az 1990-es évet a Turizmus Európai Événak nyilvánította, majd 1992-ben hároméves támogatási programot hirdettek ki (92/421/EGK) az európai turizmus támogatására (WYNANDS-SZENTMÁRY 2011). Ez a program az európai desztinációk népszerűsítését, a turizmus és a környezetvédelem összehangolását, valamint a közösségi szintű intézkedések harmonizálását tűzte ki célul. 1999-ben a Tanács sikeresnek értékelte a turizmus területén addig elért eredményeket, melynek hatására 2000-ben

létrehozták a már említett munkacsoportokat. 2002-ben a Tanács *Az európai turizmus jövőjéért* (02/C135) című állásfoglalásában kimondta, hogy a jogalkotás hatását erőteljesebben szükséges vizsgálni a turizmus szektort érintő területeken.

4. A turizmus jelenlegi helye és szabályozása az uniós jogforrásokban

A turizmus elsődleges jogforrások segítségével összehangolt, közös szabályozása felé tett legnagyobb eddigi lépéseit az Európai Unió a Lisszaboni Szerződésben (LSZ) tette meg. Igaz, a turizmusról már a LSZ-t megelőzően, a 2005-ben elbukott Alkotmányszerződésben is szerettek volna rendelkezni, a jogszabály I.17. cikkében a támogató, összehangoló, kiegészítő intézkedések meghatározásakor [(d.) pont: Turizmus], illetve bekerült volna egy turizmusról szóló önálló rendelkezés a III. rész 281. cikke által.

A 2009. december 1-én hatályba lépett Lisszaboni Szerződés, az Európai Unióról szóló szerződés és az Európai Közösséget létrehozó szerződés módosításáról, az Alkotmányszerződés turizmusra vonatkozó rendelkezéseit átemelte a Szerződésekbe. A Lisszaboni Szerződés átnevezte az Európai Közösségről Szóló Szerződést (EKSz) az Európai Unió Működéséről Szóló Szerződéssé (EUMSz) (HORVÁTH-ÓDOR 2005, 2008).

Az EUMSz 6. cikkének d.) pontja és a XXII. címe szól a turizmusról. A 6. cikk szerint: *„Az Unió hatáskörrel rendelkezik a tagállamok intézkedéseit támogató, összehangoló vagy kiegészítő intézkedések végrehajtására. Ezek az intézkedések európai szinten a következő területekre terjednek ki: ... d.) idegenforgalom...”*

Emellett a Lisszaboni Szerződés III. része bevezette a XXII. címet, mely a turizmus elnevezést kapta. Az e címben található turisztikai politikát érintő 195. cikk kettős céllal lett kialakítva. Egyrészt a cikk első bekezdése kimondja, hogy: *„az Unió, különösen az idegenforgalmi ágazatban működő uniós vállalkozások versenyképességének elősegítése révén, kiegészíti a tagállamoknak az idegenforgalmi ágazat terén folytatott tevékenységét”*. Ennek elérése érdekében az Unió tevékenységének célja, hogy az a) pont szerint *„ösztönözze az ebben az ágazatban működő vállalkozások fejlődéséhez szükséges kedvező környezet kialakítását”,* és a b) pont értelmében *„előmozdítsa a tagállamok együttműködését, különös tekintettel a bevált gyakorlatok cseréjére”*. A továbbiakban a második bekezdés a turizmussal kapcsolatos jogalkotási folyamat kereteit adja meg: *„Az Európai Parlament és a Tanács rendes jogalkotási eljárás keretében egyedi intézkedéseket állapít meg a tagállamokban végrehajtott olyan intézkedések*

kiegészítésére, amelyek az e cikkben kitűzött célok megvalósítására irányulnak, kizárva azonban a tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek bármilyen harmonizációját”.

Továbbá a már említett EUMSz 352. cikkének első bekezdése kimondja: *„Ha a Szerződésekben meghatározott politikák keretében az Unió fellépése bizonyul szükségesnek ahhoz, hogy a Szerződésekben foglalt célkitűzések valamelyike megvalósuljon, és a Szerződések nem biztosítják a szükséges hatáskört, a Tanács a Bizottság javaslata alapján és az Európai Parlament egyetértését követően, egyhangúlag elfogadja a megfelelő rendelkezéseket. Amennyiben a szóban forgó rendelkezéseket különleges jogalkotási eljárás keretében a Tanács fogadja el, a Tanács a Bizottság javaslata alapján és az Európai Parlament egyetértését követően szintén egyhangúlag határoz”*. Így elvben az Uniónak e rendelkezés keretében is lehet felhatalmazása a jogalkotásra. Ám a jogalkotásnál az Európai Bizottságnak, az Európai Parlamentnek és az Európai Unió Tanácsának figyelembe kell vennie a 6. cikk d.) pontjánál már ismertetett elveket.

A Lisszaboni Szerződés 2009-es hatálybalépése után azáltal, hogy a turizmusra vonatkozó konkrét rendelkezések is megjelentek a Szerződésekben, az Unió lehetőségei bővültek a turizmussal kapcsolatos intézkedések terén. Ebben az évben indult el az úgynevezett Calypso Program, mely a szociális turizmus támogatását tűzte ki célul úgy, hogy lehetőségeket kínált az olyan csoportoknak is, melyek addig nem tudtak részesülni a turizmusból. A Program szélesítette a turizmusban részt vevők körét, így teremtve munkahelyeket és gazdasági fellendülést (MICHALKÓ 2012). Az Európai Bizottság 2010-ben *Európa, a világ első számú turisztikai célpontja – az európai turizmus új politikai kerete* címmel (COM (2010) 0352) közleményt adott ki, melyet az Európai Parlament is támogatott. 2011-ben az Európai Bizottság és az Európai Turisztikai Bizottság együttműködési megállapodást kötött, mellyel a közös fellépést szeretnék elősegíteni, az európai desztinációk versenyképességének növelése és a határokon átvélő tematikus utak népszerűsítése kapcsán. Megjelenik az *európai desztináció* mint márka. Közös fellépést szorgalmaztak szakmai területeken, az információcsere és a jó gyakorlatok megosztásának vonatkozásában (MICHALKÓ 2012). 2011-ben kiadásra került a 692/2011/EU rendelet, mely közös keretet alakított ki a turizmussal kapcsolatos európai statisztikai információk gyűjtésére. 2012-ben az Európai Bizottság közleményt adott ki a közös vízümpolitika végrehajtásáról és fejlesztéséről az EU-n belüli növekedés élénkítése céljából (COM (2012) 0649). 2013-ban az Európai Bizottság létrehozott egy virtuális turisztikai megfigyelőközpontot,

mely információk gyűjtésével és rendszerezésével foglalkozik, és ezzel elősegíti a turizmussal kapcsolatos intézkedések összehangolását a különböző politikai szintek között. 2014-ben az Európai Bizottság közleményt adott ki *A part menti és tengeri turisztikai ágazat európai növekedési és foglalkoztatási stratégiája* címmel (COM (2014) 0086). A terület a Bizottság állásfoglalása szerint azért fontos, mert a legtöbb európai szakpolitika és gazdasági tevékenység közvetlenül vagy közvetve befolyásolja a part menti és tengeri turizmust, amely a gazdasági növekedés motorja lehet. De 2015-ben az Európai Bizottság már foglalkozik a jogalkotás minőségének javításával is (COM (2015) 0215): „Az Európai Bizottság meg akarja változtatni az Európai Unió működési területeit és módjait. Az EU – intézményeivel és joganyagával együtt – a polgárok és vállalkozások érdekeit szolgálja, mindennapi életükben és tevékenységükben törekszik javulást hozni. Helyre kell állítani a polgárok és a vállalkozások bizalmát, látniuk kell, hogy képesek vagyunk javítani a helyzetükön”. 2022-ben az Európai Bizottság útjára bocsátotta az európai turisztikai jelzőrendszert, melynek feladata, hogy a szakterületet érintően a statisztikák hozzáférhetőségének javításával segítse a regionális és nemzeti politikai döntéshozókat a különböző szakpolitikák és stratégiák irányításában. Még ebben az évben megjelent *A turizmus átmeneti útja* című dokumentum, mely 27 intézkedési területet határoz meg a zöld és a digitális átállás, valamint az uniós turizmus ellenálló képességének javítása érdekében. A dokumentum célja a zöld és digitális átállás felgyorsításához, valamint a turisztikai szektor rugalmas ellenálló képességének (reziliencia) javításához szükséges intézkedések és eredmények ismertetése. 2022 februárjában a Bizottság ismertetette *A turizmus átállási pályája* című tervét, melynek nyomán a Tanács 2022 decemberében elfogadta a 2030-ig tartó időszakra vonatkozó uniós turisztikai menetrendet. A menetrend öt kiemelt területre összpontosít: zöld és digitális átállás; reziliencia és befogadás; készségek és támogatás; valamint támogató irányítási és szakpolitikai keret.

A Bizottság, a Tanács és a Parlament tevékenysége mellett ugyanakkor meg kell említeni, hogy az Európai Bíróság ítéletei között is találunk olyanokat, amelyek hatással voltak a turizmusszektorra közvetlenül vagy közvetve alakító területekre, így az Európai Bíróság joggyakorlata is teremtett turisztikai tárgyú szabályozásokat. A Luisi és Carbone-ügy⁵ ítéletében a Bíróság kimondta, hogy a turistákat szolgáltatást igénybe vevő

személyeknek kell tekinteni. Ezzel tulajdonképpen elismerte, hogy a szolgáltatásnyújtás szabadsága a turisták számára is biztosítja a tagállamok közötti szabad mozgáshoz való jogot. Az úgynevezett nyitott égbolt ítéletek tekintetében a Bíróság elmarasztalta az Egyesült Királyságot, mely olyan légi-közlekedési megállapodásokat kötött az Amerikai Egyesült Államokkal, melyek csak saját polgárai számára nyújtottak előnyöket, az országban letelepedett más EU-polgárok számára nem⁶. Ez utóbbi intézkedés kimerítette az állampolgárság szerinti diszkrimináció tilalmát, így meg kellett szüntetni. Emellett a Bíróság több más ügyben kimondta, hogy ha a Közösség már megállapodott egy területen a szabályozásról, az elsőbbséget élvez, így a tagállamok már nem jogosultak külön megállapodást kötni. A diszkrimináció tilalmának tekintetében több bírósági ítélet is született. Amikor Franciaország, Olaszország, Görögország és Spanyolország megkövetelte, hogy a területén idegenvezetőként dolgozó európai uniós polgároknak működési engedéllyel kell rendelkezniük az adott ország területére vonatkozóan, a Bíróság kimondta, hogy ez a nemzeti szabályozás ellentétes a közösségi joggal, mivel nem követelhető külön engedély más országból származó szolgáltatóktól csak olyan, mely a fogadó országok szolgáltatóira is kiterjed⁷. Mivel a szolgáltatás nyújtására is vonatkozik a diszkrimináció tilalma. A Bíróság Spanyolországgal kapcsolatban azt is megállapította, hogy a spanyol állam azon gyakorlata összeegyeztethetetlen a közösségi joggal, mely szerint az országban az állami múzeumok látogatása heti egy napon a 21 év alatti spanyol és letelepedett uniós állampolgárok számára ingyenes, míg más európai uniós polgárok számára nem. Franciaországban a Cowan-ügyben az az ítélet született, hogy az országban támadás áldozatává vált más EU-tagállamból származó polgárok ugyanúgy felléphetnek kártérítésre irányuló igényekkel, mint a francia állampolgárok⁸. A 2009 után következő időszakról összességében elmondható, hogy a turizmussal kapcsolatos jogalkotás új lendületet vett a másodlagos jogforrások tekintetében.

5. A turizmus és az egységes belső piac

A belső piac mind a négy alapszabadságának megvalósulása hatással van a turisztikai tevékenységekre. Nem véletlen tehát, hogy a belső piac kiépítésével párhuzamosan indult meg az a jogalkotás,

⁵ 286/82 és 26/83 sz. ügy Luisi and Carbone kontra Ministero del Tesoro egyesített ügyek – EBH 1984

⁶ C-466/98 Bizottság kontra Egyesült Királyság

⁷ C-15/89 Bizottság kontra Franciaország és C-45/93 Bizottság kontra Spanyolország

⁸ 186/87 sz., Cowan kontra Trésor Public

mely erőteljesen hatott a turizmus uniós szabályozására. Igaz ugyan, hogy számos esetben ez a szabályozás közvetett volt.

A szolgáltatások területén a Európai Tanács és az Európai Parlament irányelvet fogadott el a belső piaci szolgáltatásokra vonatkozóan. Ezt az irányelvet kell alkalmazni rendezvényszervezés, szállásadási és vendéglátó-ipari szolgáltatások (szállodai, éttermi, étkeztetési szolgáltatások), kölcsönzési szolgáltatások, valamint ingatlanszolgáltatások tekintetében (Tanács 2006/123/EK irányelve).

A közös közlekedéspolitika területén a tagállamok közös szabályokat alakítottak ki, melyek megkönnyítik, biztonságosabbá és kiszámíthatóbbá teszik a tagállamok közötti utazást. A Tanács és a Parlament rendeleteket fogadott el a törölt vagy késő repülőjáratok utasainak kártalanításáról, illetve a légi járatok Unió területén való működtetésére vonatkozó szabályokról. Emellett rendeletet fogadtak el a vasúti személyszállítást igénybe vevő utasok jogairól és kötelezettségeiről.

A foglalkoztatás területén is több közös szabály került kialakításra:

- A foglalkoztatás és a munkavégzés során alkalmazott egyenlő bánásmód általános kereteinek létrehozásáról (Tanács 2000/78/EK irányelve).
- A nők és férfiak közötti egyenlő bánásmód elvének az árukhöz és szolgáltatásokhoz való hozzáférés, valamint azok értékesítése, illetve nyújtása tekintetében történő végrehajtásáról (Tanács 2004/113/EK irányelve).
- A férfiak és nők közötti esélyegyenlőség és egyenlő bánásmód elvének a foglalkoztatás és munkavégzés területén történő megvalósításáról (2006/54/EK irányelve).

A személyek szabad mozgásával, az európai uniós polgársággal kapcsolatban már a Maastrichti Szerződés bevezeti a szabad mozgáshoz való jogot, melynek köszönhetően gazdasági aktivitásra való tekintet nélkül a 90 napot meg nem haladó tartózkodás minden uniós polgár alapjoga. Azzal, hogy ez a jog biztosított, sokkal könnyebbé válik az utazás, ami pozitív hatással van a turizmusban részt vevő polgárok számára. Ahogy a bevezetőben is említésre került, a turizmus erősíti az uniós identitás és összetartozás érzését, mivel általa az uniós polgárok megismerkedhetnek más tagországok értékeivel, sajátosságaival, hagyományaival. Ez elősegíti a más tagállamokban történő munkavállalást, hiszen a megismerés egyfajta biztonságot nyújt, és az uniós polgárok így könnyebben tekintenek határaikon túlra, akár a munkavállalás tekintetében is. A vállalkozások esetében a letelepedés szabadsága lehetővé teszi a turizmussal foglalkozó egyéni

és társas vállalkozások működését, melyek így szabadon megválaszthatják, hogy mely országokban szándékoznak gazdasági tevékenységet végezni.

A belső piac működését támogató egyéb, nem feltétlenül gazdasági vonatkozású szakpolitikai területek szintén hatással vannak az európai turizmusra. Az oktatás és a kultúra területén a tagállamok közötti különböző csereprogramok és az Erasmus Program keretein belül a diákok és hallgatók megismerhetnek más országokat, a sajátjuktól eltérő nyelveket, kultúrákat. A Kreatív Európa Program támogatja az európai kulturális és kreatív szektorokat a 2021-2027 közötti időszakban.

A Schengeni Egyezmény a határformalitások eltörlésével és a határok légiesülésével megkönnyíti a turizmusban részt vevő uniós polgárok mozgását. A schengeni térség 2025. január 1-től Románia és Bulgária csatlakozásával tovább bővült. Az Egyezményt Írország kivételével minden európai uniós tagállam aláírta, ugyanakkor Ciprus megosztottsága miatt még nem tagja a schengeni térségnek, a csatlakozása jelenleg folyamatban van. A térség a csatlakozáshoz szükséges feltételeket teljesítő 25 tagállamon kívül kiterjed Norvégia, Izland, Svájc és Liechtenstein területére is. A térség jelentősége megkérdőjelezhetetlen, különösen hazánk vonatkozásában. Hazánk és a szomszédos államok schengeni csatlakozásának köszönhetően felerősödtek a magyar-magyar kapcsolatok mind a turizmus, mind a gazdaság egyéb területein (TÓZSÉR 2020).

A szabadság, a biztonság és a jog érvényesülésének térsége szintén támogatja a turisztikai tevékenységeket, mivel a térség kialakításával a tagállamok egy olyan területet hoztak létre, melyben minden uniós polgár biztonságban lehet, illetve megkülönböztetés nélkül garantálva vannak a jogai.

6. Összegzés és következtetések

Ahogy a belső piac kiépítése tekintetében, úgy a turizmus belső piacának kiépítésében is az a legfontosabb cél, hogy az európai polgárok jólétét biztosítsa. Ehhez a jóléthez tartozik a kikapcsolódás, a szabadidő minőségi eltöltésének biztosítása és az önmegvalósítás, melyekhez a turisztikai tevékenységek nagyban hozzájárulhatnak.

A történeti áttekintésből látható, hogy a döntéshozatal módja tekintetében az évek során történt ugyan előrehaladás, ám a turizmuspolitika mint közös szakpolitika kialakításában a tagállamok nem értek el olyan, jelentős eredményeket, melyek egyszer elvezethetnének egy közös európai turizmuspolitikára kialakulásához. Az említett előrehaladás a másodlagos jogforrások tekintetében 2009

után figyelhető meg erőteljesebben. Ám a jelenlegi állapot alapján elmondható, hogy a tagállamok őrzik önállóságukat a saját turizmuspolitikájuk kialakításának terén. Természetesen a turizmus területére is vonatkozik az a szabály, hogy ha egy területen már van közös szabályozás, akkor az az irányadó, és azzal szemben a tagállamok nem hozhatnak saját rendelkezéseket, illetve hogy a tagállami intézkedéseknek összhangban kell lenniük a közös szabályozással. Emellett a tagállamok tevékenységükkel nem veszélyeztethetik az eddig elért közös eredményeket és a kitűzött célokat sem. Azonban ezt leszámítva nincs semmilyen korlátozó tényező. Ebben a helyzetben nem várható jelentős előrelépés a területen.

Teljes közösségi szintű összehangoltság tehát a közeljövőben nem jöhet létre a turizmust illetően, mivel a tagországok desztinációi közötti verseny fennáll és az – természetesen – nem is fog megszűnni. Ez az állapot nem teszi lehetővé a szakpolitika teljes mértékben közösségi szintűvé, kizárólagos területté válását, mivel a tagállamok igyekeznek megőrizni szuverenitásuk lehető legnagyobb részét amellett, hogy kiaknázzák a belső piacból és a turizmushoz kapcsolódó szakpolitikákból adódó lehetőségeiket. Ebben a helyzetben, figyelembe véve a közösségi jog és az intézmények fejlődését, valamint a jelen világgazdasági és geopolitikai helyzetet, a maximálisan elérhető cél legfeljebb a koordináció erősítése, ideális állapotban egy, a turizmus belső piacának szintjén versengő, de azon kívül egyiséget és szolidaritást mutató Európai Unió lehet. Intézményi tekintetben a cél a fennálló intézményrendszer megerősítése és esetleg egy, a Bizottságon belüli *Idegenforgalommal Foglalkozó Főigazgatóság* létrehozása lehet.

A turizmus közös koordinációjának tekintetében ugyanabból az okból lenne szükség az erősebb közösségi szintű fellépésre, amiért arra a regionális politika esetében szükség volt az 1960-as évek közepén. A turizmus fejlődése, hasonlóan a gazdaság egyéb területeihez, indukálhat vagy felérősíthet területi egyenlőtlenségeket, melynek köszönhetően kialakulhatnak olyan problémák, jelességek, melyekre a tagállamok önállóan csak kevésbé vagy nem megfelelő hatékonysággal tudnak válaszokat adni. Így a turizmus területére is igaz lehet az, ami számos más szakpolitikai területen is látható, hogy *közösen könnyebben menne*.

Felhasznált irodalom

CSAPÓ J. (2020). *A turizmuspolitika és turizmusirányítás elmélete és gyakorlata az Európai Unióban*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

- ERDEY L. (2005): Hagyományos módszerek és új kihívások az ágazaton belüli kereskedelem mérésében. *Statisztikai Szemle*. 83(3). pp. 258–283.
- HANUSZ Á. (2004): Az Európai Unió turizmuspolitikája (kapcsolódási pontok a falusi és ökoturizmus területén az európai csatlakozás után). In: Hanusz Á. (szerk.): *Tanulmánykötet Dr. Frisnyák Sándor 70. születésnapja tiszteletére*. Nyíregyháza. pp. 163–174.
- HORVÁTH Z. – ÓDOR B. (2008): *Az Európai Unió szerződéses reformja – Az Unió Lisszabon után*. HVG Orac Kiadó, Budapest.
- HORVÁTH Z. – ÓDOR B. (2005): *Az Európai Unió Alkotmánya*. HVG Orac Kiadó, Budapest.
- KOVÁCS B. (2003): *Turizmus az Európai Unióban – Európai Füzetek 52*. Miniszterelnöki Hivatal és Külügyminisztérium, Budapest.
- MICHALKÓ G. (2012): *Turizmológia – Elméleti Alapok*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- TÓZSÉR A. (2020): A magyar turizmus Kárpát-medence szintű kiterjesztésének lehetőségei. *Turizmus Bulletin*. 20(4). pp. 46–52. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2020v20n5.5>
- WYNANDS-SZENTMÁRY K. (2011): Idegenforgalom. In: Osztovics A. (szerk.): *Az Európai Unióról és az Európai Unió Működéséről Szóló Szerződések magyarázata*. 3. kötet. Coplex Kiadó, Budapest. pp. 2549–2560.

Internetes források

- EU TOURISM DASHBOARD: <https://tourism-dashboards.ec.europa.eu/?lng=en&ctx=tourism> Letöltve: 2024. október 15.
- EURÓPAI BIZOTTSÁG, BELSŐ PIACI, IPAR, VÁLLALKOZÁS- ÉS KKV-POLITIKAI FŐIGAZGATÓSÁGA (2022): *Átállási pálya az idegenforgalom számára*. https://single-market-economy.ec.europa.eu/news/transition-pathway-tourism-published-today-2022-02-04_en Letöltve: 2024. október 15.
- EUROSTAT: <https://ec.europa.eu/eurostat> Letöltve: 2024. október 15.

Másodlagos jogforrások

- 02/C135 (2002.05.21.): Tanácsi állásfoglalás az európai turizmus jövőjéért. *Az Európai Unió Hivatalos Lapja*. C135. 2002.06.06.
- 2000/78/EK (2000.11.27.): *A foglalkoztatás és a munkavégzés során alkalmazott egyenlő bánásmód általános kereteinek létrehozásáról*.
- 2004/113/EK (2004.12.13.): *A nők és férfiak közötti egyenlő bánásmódelvének az árukhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáférés, valamint azok értékesítése, illetve nyújtása tekintetében történő végrehajtásáról*.

- 2006/123/EK (2006.12.12): A belső piaci szolgáltatásokról.
- 2006/54/EK (2006.07.05.): A férfiak és nők közötti esélyegyenlőség és egyenlő bánásmód elvének a foglalkoztatás és munkavégzés területén történő megvalósításáról.
- 692/2011/EU (2011.07.06.): Az Európai Parlament és a Tanács rendelete a turizmusra vonatkozó európai statisztikákról.
- 84/C115/01-02 (1984.04.30.): Tanácsi állásfoglalás az idegenforgalmi közösségi politikáról. Az Európai Unió Hivatalos Lapja.
- 86/664/EGK (1986.12.22.): Határozat az idegenforgalom területén konzultációs és együttműködési eljárás létrehozásáról. Az Európai Unió Hivatalos Lapja. L387. 1986.12.31.
- 89/46/EGK (1988.12.12.): 1990 a Turizmus Európai Éve cselekvési programról. Az Európai Unió Hivatalos Lapja. L17. 1989.01.21.
- 92/421/EGK (1992.07.13.): A turizmus támogatását szolgáló cselekvési program.
- COM (1982) 0385: *Premieres orientations pour une politique communautaire du tourisme – Communication de la Commission au Conseil.*
- COM (1995) 0097: *Az Európai Unió szerepe a turizmus területén c. Zöld Könyv.*
- COM (1996) 0168: *Philoxenia Program.*
- COM (2001) 0665: *A turizmus jövőjét szolgáló együttműködés Európában.*
- COM (2003)0716: *Az európai turizmus fenntarthatóságára vonatkozó alapvető irányelvekről.*
- COM (2006) 0134: *Az EU új idegenforgalmi politikája: a partnerség erősítése az európai idegenforgalom területén.*
- COM (2007) 0621: *A fenntartható és versenyképes európai idegenforgalom menetrendje.*
- COM (2010) 0352: *Európa, a világ első számú turisztikai célpontja – az európai turizmus új politikai kerete.*
- COM (2012) 0649: *A közös vízumpolitika végrehajtása és fejlesztése az EU-n belüli növekedés élénkítése céljából.*
- COM (2014) 0086: *A part menti és tengeri turisztikai ágazat európai növekedési és foglalkoztatási stratégiája.*
- COM (2015) 0215: *Minőségi jogalkotással javítani az eredményeken – uniós program.*

Zsidó szellemi örökség mint turisztikai vonzerő vizsgálata Sátoraljaújhely turisztikai kínálatában

Investigating Jewish Spiritual Heritage as a Tourist Attraction in the Tourist Offer of Sátoraljaújhely

Szerző: Rozgonyiné Drotár Nikolett¹

Sátoraljaújhelyen a haszid zsidó közösség vezetője, egyben a szatmári haszid dinasztia megalapítója Teitelbaum Mózes volt, akit gyógyításai révén Csodarabbi néven emlegettek. Tanácsainak köszönhetően hamar ismertté vált, így halála után mind többen keresték fel sírját hazánkból és a határon túlról. A rabbi leszármazottai a szatmári haszidok, akik már a Kádár-korban elkezdtek látogatni a Csodarabbi sírját, majd az 1990-es évektől a látogatások tömegessé váltak. Az elmúlt harminc évben a haszid zsidó látogatók száma háromezerről nyolcvanezerre ugrott. A zsidó turisták harmada évente kétszer (tavasszal és nyáron) érkezik a városba. A megnövekedett turistaszámmal sem a szervezők, sem a város nem számolt. 2024-ben Sátoraljaújhelyen szálláshelybővítés indult, és a beruházások keretében a zsidó épített örökség egy része is (zsinagóga, imaház) megújult. A zsidó turisták beutaztatását, elszállásolását és ellátását a 2010-es évektől külföldi és helyi szervezők végzik. Jelen kutatás célja annak meghatározása, hogy fenntartható-e a turistaszám-növekedés a városban vagy a régi zsidó temető megmarad annak, ami ma, a kelet-közép-európai térség haszid zarándokhelyeinek egyike.

The leader of the Hasidic Jewish community in Sátoraljaújhely, the founder of the Hasidic dynasty of Szatmár, was Mózes Teitelbaum, who was known as the Miracle Rabbi for his healings. He quickly became known for his help and advice, and even after his death, people from Hungary and beyond the border visited his grave. The descendants of the rabbi are the Hasids of Szatmár, who began to show interest in the grave of the Miracle Rabbi during the Kádár era, and visits increased from the 1990s. In the past thirty years, the number of Hasidic Jewish visitors has soared from three thousand to eighty thousand. The results show that one third of Jewish tourists come to the city twice a year (in spring and summer). Neither the organizers nor the city had anticipated these increased numbers. Based on the qualitative results of 2024, accommodation expansion has begun in Sátoraljaújhely, and part of the Jewish-built heritage is also being renovated (synagogue, prayer house). Foreign and local organizers arrange the entry, accommodation and catering, for Jewish tourists since the 2010s. The aim of this research is to determine whether the increase in the number of tourists in the city is sustainable, or whether the old Jewish cemetery will remain an important Hasidic pilgrimage site in Central and Eastern Europe.

Beérkezett/Received: 21. 03. 2025. Elfogadva/Accepted: 29. 06. 2025.

Kulcsszavak: zsidó vallási turizmus, Sátoraljaújhely, Csodarabbi, fenntarthatóság.

Keywords: Jewish religious tourism, Sátoraljaújhely, Miraclerabbi, sustainability.

1. Bevezetés

Tokaj-Hegyaljára a XVII. században kezdett betelepülni a zsidó lakosság Csehország és Morvaország,

valamint Galícia irányából. Kereskedelemmel (kocsmá- és malombérléssel, sörfőzéssel) foglalkoztak (JUHÁSZ 2020). Sátoraljaújhelyre 1840-ig 1125 fő érkezett, ami a teljes lakosság 17,8%-át jelentette. Számuk tovább növekedett és 1881-re már a város népességének 35%-át adták. A XX. elejére Sátoraljaújhely Tokaj-Hegyalja legnépesebb zsidó lakosságú regionális központjává vált (FRISNYÁK et al. 2009).

¹ egyetemi docens, Tokaj-Hegyalja Egyetem, drotar.nikolett@unithe.hu

2014-es tanulmányában Dankó Ilona a századfordulón élő zsidóság három csoportját különbözteti meg: a hasszidikus hitközséget, az ortodoxokat és a status quo hitközséget (DANKÓ 2014). Gánóczi Gábor 2024-es kutatásában egy zsidó felekezetről, de három elkülönülő egységről ad számot: az ortodoxokról, a neológokról és a status quo irányzatról (GÁNÓCZI 2024). Szekunder kutatásom alapján a haszid közösséget a sátoraljaújhelyi zsidóságon belül külön csoportnak tekintem.

Az ortodox és a status quo irányzat között az 1870-es években következett be szakadás, ugyanis az ortodox hitközség autonómiát követelt, míg a status quo hitközség a meglévő állapot megtartását szorgalmazta. Innen ered a nevük is, hiszen a *status quo ante* kifejezés azt jelenti, hogy *korábbi helyzetnek megfelelő állapot*. Az eltérő irányzathoz tartozók külön zsinagógát, iskolát és fürdőt működtettek (CSORBA 2017).

A haszid mozgalom megjelenése Teitelbaum Mózes nevéhez köthető (DANKÓ 2014), aki 1759-ben Lengyelországban született, majd 1808-ban rabbiként lett Sátoraljaújhelyen a haszid zsidó közösség vezetője. Rövid időn belül belföldön és a határon túl is ismertté vált, prédikációi, szigorúsága, látnoki képességei és műveltsége miatt. Már életében *Csodarabbiként* emlegették, és sokan fordultak hozzá segítségért. Azonban a városban a status quo és az ortodox hitközség tagjai nem ismerték el spirituális tevékenységét. Halála után kinevezett utódját nem fogadták el, aki így Nagykárolyba, majd Szatmárnémetibe helyezte át működését és ott folytatta elődje tevékenységeit. Teitelbaum Joel, a rabbidinasztia leszármazottja nevezte elsőként magát *szatmári rabbinak*. Teitelbaum Mózes leszármazottait és követőit szatmári haszidokként említi a szakirodalom, akik a megváltozott politikai viszonyok miatt az 1930-as évektől kezdtek el kivándorolni elsősorban Izraelbe majd az Amerikai Egyesült Államokba (BÁNYAI 2022). A kivándorlás hulláma továbbfolytatódott a vészkorszak után (1947-1949), az 1949-es népszámlálás adatai alapján már csak 360 zsidó élt Sátoraljaújhelyen. A zsidóság lélekszáma a további emigráció hatására 1950-re 80 főre csökkent (RANDOLPH 2007). A következő kivándorlási időszak az 1956-os forradalom után következett, főként Észak-Amerika, Ausztrália és Nyugat Európa irányába (BÁNYAI 2022).

Az egykori Csodarabbi sírjának a látogatása az 1960-as években kezdődött. A haszid vendégek beutaztatását a 2000-es évek elején kezdte el szervezni az USA-ban élő két szatmári rebbe (haszid zsidó vezető, mester, tanító), Aaron Teitelbaum és Zalman Teitelbaum. Az egykori rabbi szellemi örökségének újraélesztése turisztikai vonzeróvé

vált a világban szétszóródott haszid zsidók számára. A vonzerő a Csodarabbi tetteinek, gyógyító tevékenységének felelevenítésében rejlik. A haszid zsidó vallási turisták hisznek abban, hogy a sírnál történő fohászkodás és a cetlikre írt kívánságuk meghallgatásra kerül és beteljesül (DROTÁR 2020).

Kutatásom arra irányult, hogy fenntartható módon tovább növelhető-e a jelenleg folyamatosan bővülő nemzetközi turistaérkezés, vagy a turisztikai infrastruktúra hiányában Sátoraljaújhely megmarad a kelet-közép-európai haszid csodarabbi sírokat felfűző tematikus útvonal egy állomásának.

2. Módszertan

A kutatási módszerek kiválasztását korlátozta, hogy a haszid zsidó vallási irányzat követői zárt közösséget alkotnak, nem nyitnak a külvilág felé és nem adnak ki semmilyen információt. A kutatási kérdés megválaszolásához kvalitatív módszert alkalmazva személyes interjúkat készítettem. Strukturált és félig strukturált kérdéseket tettem fel a helyi szervezőknek, Varga Elek Istvánnak és Matusz Miklósnak. Ők a zsidó temetők gondnokai, és feladatuk a látogatásra érkező zsidó vallási turisták segítése (szállásfoglalás, információnyújtás). Ugyancsak interjú készült Dankó Dénessel a Borsod-Abaúj-Zemplén vármegyei közgyűlés alelnökével, aki korábban (2024-ig) Sátoraljaújhely alpolgármestere volt. A vele készült interjú során a zsidó épített örökségek jelenlegi funkcióiról és kihasználtságukról beszélgettünk, illetve arról, hogy a városban megvalósuló turisztikai fejlesztések és tervek mennyire nyújtanak segítséget a növekvő nemzetközi turizmus fenntartható fejlődéséhez.

Személyes interjú készült a régi zsidó temető környékén dolgozókkal, Rácz Zsannával (Kisgép centrum – Esze Tamás utca) és Bodnár Zsuzsannával (Villó Csemege – Jósika utca), valamint Juhász István sátoraljaújhelyi lakossal, aki a zempléni zsidóság írásos forrásainak, emlékeinek összegyűjtésével és online, offline formában történő megjelentetésével foglalkozik. Az interjúalanyoktól azt kívántam megtudni, hogy a halálévfordulók ünnepe hogyan hat a város életére, mennyiben befolyásolja a helyiek életminőségét a nagyszámú turistaérkezés.

A primer kutatás során kapott adatok becslést értekek, ugyanis annak ellenére, hogy az utazások megszervezése során az egyenes ági leszármazottak küldő országoként napra pontosan tudják az érkezők számát, ezen adatokhoz nem adnak hozzáférést.

A Tokaj-Hegyalja négy és ötcsillagos szállodáiban (Hotel Bodrog, Hunor Hotel, Minaro Hotel,

Mercure Hotel, Degenfeld Kastélyszálló) végzett kutatás során az Amerikai Egyesült Államokból és Izraelből érkező vendégek tartózkodásának időpontjára és időtartamára irányuló adatgyűjtés történt. Ennek célja, hogy meg lehessen állapítani, hogy a jorcájtok (halálévfordulók) időszakára mennyiben jelent növekvő foglalkozási arányt és turistaérkezést, hiszen a haszidok úgy tartják, hogy a jorcájt idején a rabbi lelke a sírnál van, így a kérések rövidebb időn belül meghallgatást nyernek.

A szakirodalmi háttérrel Csorba Csaba, Gleszer Norbert, Novák Attila, Szunyogh Szabolcs, Illyés Bence, Dankó Ilona, Goldberger Izidor, Mártonné Máthé Kinga és Simonyi Norbert tudományos publikációi, valamint angol nyelvű tanulmányok képezték. Lengyelországban Krakó zsidó vallási turizmusát vizsgáltam, illetve a 2000-es évek elején kialakított haszid útvonalat és annak azon állomásait, ahol egykor csodarabbik éltek (például Lezajsk). Tanulmányoztam továbbá Prága zsidó vallási turizmusát és azt, hogy a digitális eszközök mennyire segítik a zsidó vendégek tájékozódását és információszerezését.

3. Teitelbaum Mózes, a Csodarabbi szellemi öröksége

A haszid zsidó vallási irányzat vezetőit rebbéknek, cádikoknak nevezik, akik alázatos, önzetlen emberek voltak. Életüket két dolog jellemezte, a szent könyveken való elmélkedés, valamint tanácsot és vigasztalást nyújtottak azoknak, akik hozzájuk fordultak segítségért. Tokaj-Hegyalján az első haszid közösség vezetője Teitelbaum Mózes volt, aki 1808-ban került Sátoraljaújhelyre (GOLDBERGER 1908). Életére nagy hatással volt Jitzak Jákob lublini rebbe, ezáltal a haszid vallási irányzat elkötelezett híve lett. Kortársai úgy nyilatkoztak róla, hogy „Jeremiás próféta lelke lakozik benne.” (DANKÓ 2014:12). Prédikációi, szigorú vallásossága, rendszeretete, látnoki képességei miatt csodarabbiként emlegették hazánkban és a Kárpátokon túl is. Gyógyításairól vált ismertté, ugyanis akik a segítségét kérték betegségben, bajban azoknak a rabbi amuletteket adott, melyeknek gyógyító erőt tulajdonítottak (ILLYÉS 2021). Csodás tetteit legendák, elbeszélések őrzik, melyek szájról szájra terjedtek nemcsak a haszidok, hanem a keresztények körében is. Első gyógyításai közül az a történet vált ismertté, amikor egy tállyai ember kérte segítségét, aki epilepsziás rohamokkal küzdött. A rabbi kikérdezte a beteget, hosszasan imádkozott, majd egy bibliai verset írt fel egy kis papírcédulára, amelyet egy zacskóba helyezett. A zacskót a betegnek adta azzal, hogy élete végéig hordania kell. A tállyai férfi egész

életében viselte ezt az amulettet, és többé nem kapott epilepsziás rohamot (SZUNYOGH 2018). Az 1831-es kolerajárvány idején embereket gyógyított meg, valamint ismert az a történet is, hogy amikor Kossuth Lajos édesanyja elvitte a fiát a rabbihoz, az megjövendőlte, hogy nagy ember lesz majd belőle.

A másik két vallási közösség a status quo és az ortodox hitközség idegenkedett a haszid irányzat spirituális jellegétől. Nem fogadták el, hogy az amulettek gyógyító erővel bírnak. A rabbi halála után a városban működő hitközségek és a leszármazottak közti belső viszályok miatt fél évtizeden keresztül nem volt vezetője a haszid irányzatnak. A leszármazottak sem egyeztek meg abban, hogy ki kövesse a rabbit, így utódja végül Szatmárnémetiben telepedett le (CSORBA 2017).

4. A sátoraljaújhelyi zsidó temető látogatók számának változása és tipizálásuk

Teitelbaum Mózes 1841-ben halt meg, sírja ma a sátoraljaújhelyi régi zsidó temetőben található (Pataki utca). A rabbi halála után a haszidok továbbra is ellátogattak Sátoraljaújhelyre és a sírnál fohászkodtak. Kéréseiket cetlikre írták, melyeket kvitliknek neveznek (GLESZER 2005). Ezeket a sírhoz helyezték. A látogatások célja az volt, hogy kérjék a rabbi közvetítő tevékenységét, segítségét, hogy imáik meghallgatásra találjanak (GLESZER 2006). A haszidok úgy tartják, hogy a Rabbi halálának évfordulója idején a lelke a sírnál van, és kéréseiket rövid időn belül tudja közvetíteni az Örökkévaló felé. A sírnál tett látogatások ezért a rabbi halála után elsődlegesen a jorcájt idejére koncentrálnak (ILLYÉS 2021).

A rabbi halálát követő évben 600-700 zsidó vallású turista érkezett lengyel és orosz területekről a sírhoz. Az első világháború idején a temető látogatók száma visszaesett. A két világháború között, 1925-től megnyitották a csehszlovák határt, hogy a zsidó vendégek akadálytalanul utazhassanak a városba (DANKÓ 2014).

1945 után a haszid rabbidinasztiák, akik túléltek a holokausztot és a második világháború borzalmait, a megváltozott gazdasági helyzet és a tőke hiánya miatt nem maradtak az országban, hanem az Amerikai Egyesült Államokban, Kanadában, Izraelben telepedtek le. A Magyar Izraeliták Országos Képviselőtestületének beszámolója alapján a Csodarabbi sírját az 1960-as évek elejéig nem látogatták. 1965 után a szatmári főrabbi a magyarországi rabbi sírok iránt érdeklődött, ezért 1968-ban Sátoraljaújhelyre 50 külföldi zarándok érkezett (NOVÁK 2022).

Matusz Miklós és Varga Elek István elmondása szerint a sátoraljaújhelyi régi zsidó temetőbe 1995-ben 3.000, 2010-ben 12.000, 2016-ban 20.000, 2023-ban 80.000 zsidó vallású vendég érkezett.

Az elmúlt tíz évet vizsgálva a látogatók száma a négyszeresére emelkedett. Ennek oka, hogy a 2000-es évek elejétől a Teitelbaum dinasztia egyenes ági leszármazottai lehetőséget láttak a Csodarabbi mítoszának, csodás tetteinek felelevenítésében. Elkezdtek megszervezni a külföldi haszid vendégek beutaztatását a városba. Felvették a kapcsolatot a városban élő, zsidó vallást gyakorló személlyel, Varga Elek Istvánnal, aki immár közel harminc éve látja el a helyi szervezést, a látogatók utazásának koordinálását és a zsidó temető gondnoki feladatait.

A zsidó turistaérkezés 88%-át a haszid vendégek adják, akiknek a turisztikai vonzerőt Teitelbaum Mózes csodarabbi sírja jelenti. A kutatás eredménye alapján egy évben két alkalommal érkeznek a városba, többezres nagyságrendben (az összes vendég 28%-a). Ennek oka, hogy a tavaszi időszakban a haszidok a dél-kelet lengyelországi és a bodrogkeresztúri csodarabbik halálának évfordulóin a sátoraljaújhelyi zsidó temetőt is felkeresik. Teitelbaum Mózes halálának évfordulójára támu havában (július–augusztus) érkeznek a zsidó turisták. A tavaszi és nyári zsidó ünnepeken kívül a haszid zsidók heti szinten közel ezres nagyságrendben látogatják a régi zsidó temetőben a Csodarabbi sírját. Varga Elek István elmondása alapján a heti vendégérkezések száma azonban kiszámíthatatlan. Előfordul, hogy napokig, akár két hétig sem látogatják a zsidó temetőt. A Csodarabbi két leszármazottja szervezi a vallási turisták beutaztatását a temetőhöz. Mind Varga Elek István, mind Matusz Miklós elmondta, hogy a látogatók számáról és érkezési idejéről a helyi szervezők WhatsApp alkalmazáson keresztül kapnak információkat.

A Sátoraljaújhelyre érkező zsidó vendégek motivációjának megoszlását vizsgálva a kutatás eredményei azt mutatják, hogy az érkezők 12%-át a honvágyturisták adják, akik számára nem a Csodarabbi sírja a vonzerő, hanem a város régi és új zsidó temetője. Ezek a vendégek útjuk során a családi felmenőik sírjait keresik a város két zsidó temetőjében. Továbbá fontosnak ítélik felkeresni azokat az épületeket a városban, ahol a XIX–XX. században a családi felmenőik üzleteket működtettek (MÁRTONNÉ–SIMONYI 2018). Mindehhez a temető gondnokaitól, a város levéltárától és a helyi tourinform iroda vezetőjétől kérnek segítségét. Matusz Miklós szerint a honvágyturisták megjelenése arra vezethető vissza, hogy a XIX–XX. század

elején Sátoraljaújhely a legnépesebb zsidó központ volt a térségben.

5. Sátoraljaújhely turisztikai kínálata az aktív és a zsidó vallási turizmus tükrében

A természeti adottságok turisztikai kihasználása tetten érhető a város fejlesztési stratégiájában. Elsősorban a Magas-hegyen kiépített Zemplén Kalandpark adja a város turisztikai vonzerejét. A kalandpark a hegy nyújtotta lehetőségek kihasználására épült (libegő, bobpálya, sípálya). A 2000-es évek elején a fejlesztések az aktív turizmus lehetőségét biztosítani tudó élményelemek kiépítésével kezdődtek (libegő), ami napjainkban is folytatódik. Az érdeklődés is megmaradt a város iránt, hiszen az évről évre megépített új vagy megújított látvány- és élményelemek biztosítani tudták a vendégérkezések számának szinten tartását (bobpálya, átcsúszó pálya, kabinos drótkötélpálya) (1. táblázat).

1. táblázat

Sátoraljaújhelyi Kalandparkot látogatók számának változása (2019–2021, 2023)

Év	Vendégérkezés (fő)
2019	263.464
2020	196.934
2021	96.516
2023	238.594 ²

Forrás: saját szerkesztés a Zemplén Kalandpark éves beszámolója alapján

A Kalandpark látogatottsága 2019-től a Covid19-járvány miatt csökkent, azonban a táblázat adatai azt mutatják, hogy a látogatószám 2021-től újra növekedésnek indult. A kirándulók számának megoszlását tekintve a belföldi, valamint a Szlovákiából és Romániából érkező külföldi vendégek számára jelentenek vonzerőt ezek az élményelemek.

A város turisztikai kínálatában megjelenik egy, a régebbi szellemi hagyományokra épülő vonzerő, a Csodarabbi mítosz, ami a területről elszármazott haszid zsidó közösség körében vált ki érdeklődést, és aminek köszönhetően az elmúlt 30 évben az évi 3.000 fős látogatószám 80.000 főre növekedett.

Az elmúlt 10 évben az aktív és a kulturális attrakciófejlesztés irányába való elmozdulás ugyan jelentős látogatószám-növekedést generált, mégsem hozott mérhető turistaszám-emelkedést, mert a belföldi látogatók és a határon túli közeli

² <http://www.zemplentv.hu/tobb-mint-200-ezren-latogattak-meg-2023-ban-a-zemplen-kalandparkot/> Letöltve: 2024. július 20.

területről érkezők csak egynapos tartózkodásra érkeznek.

5.1. TOKAJ-HEGYALJA ÉS SÁTORALJAÚJHELY TURISZTIKAI SZUPRASTRUKTÚRÁJA (SZÁLLÁSHELYEK)

A Sátoraljaújhelyre érkező, arányaiban kiemelkedő, zsidó vallási motivációjú látogatók száma nem mérhető pontosan, mert kellő szálláskapacitás hiányában csak egy napot töltenek a városban. Az évi két alkalommal, nagy létszámban ideutazó külföldi vendégek közül csak azokat tekinthetjük valódi turistának, akik meg tudnak szállni a településen. A 2024-es adatok alapján 70 működő szálláshely üzemel Sátoraljaújhelyen, összesen 1.145 férőhellyel (2. táblázat). A szálláshelyek száma 2021-től 36%-kal növekedett ugyan, azonban a férőhelyek száma 8%-os csökkenést mutat, ami a minőségi átalakítások következménye (KSH 2024).

A Hunor Hotel, a Hotel König, a Rákóczi Tábor, amelyek három- és négycsillagos minősítésnek felelnek meg, a város összes szálláshelyének 67%-át adják. Amikor heti szinten kisebb létszámban (950-1.000 fő) érkeznek a zsidó vendégek, azt a város szálláskapacitása elbírja. A szálláshelyhiány évente két alkalommal adódik, amikor nagy létszámban, többezren érkeznek a zsidó temetőbe fo-hászzkodni. Bánfalvi Andrea elmondása szerint az egyenes ági leszármazottak ingatlanfelvásárlásba kezdtek a régi zsidó temető közvetlen közelében, ahol 2024-ig hat ingatlant vásároltak meg.

2. táblázat

A szálláskapacitás alakulása Sátoraljaújhelyen (2019, 2021, 2024)

2019	2021	2024	Év
45	58	70	Szálláshelyek száma
1243	1351	1145	Férőhelyek száma

Forrás: KSH (2024)

A 3. számú táblázat a zsidó vendégeknek az éven belüli foglalási időpontjait mutatja Tokaj-Hegyalja négy- és ötszillagos szálláshelyein. Az adatok alapján kijelenthető, hogy elsősorban *Reb Sajele* bodrogkeresztúri Csodarabbi halála évfordulójának idején (amely az április-májusi időszakra esik) vannak kiugró foglaltsági adatok. Tokajban a Mercure Hotel****, Tarcalon a Degenfeld Kastélyszálló**** teltházak ezekben az időpontokban, ilyenkor minden férőhelyet a külföldi zsidó vendégek foglalnak le. Az új, ötszillagos Minaro Hotelben, Tokajban szintén a bodrogkeresztúri Csodarabbi évfordulóján van kiugró foglaltság, és ha nem is minden évben, de a Covid19-járvány kitörése óta volt már teltházuk. A sátoraljaújhelyi Hunor Hotelben**** a tavaszi és a nyári időszakban van nagyobb mértékű foglaltság, a bodrogkeresztúri és a sátoraljaújhelyi rabbik jorcájtjának időpontjaiban. Sátoraljaújhelyen ezen kívül kettő darab háromcsillagos szálláshely – a Hotel König*** 54 férőhellyel és a Rákóczi Hotel*** 500 férőhellyel – található. 2023-ban a Hotel Königben*** nem szálltak meg zsidó vendégek, a Rákóczi Hotelben*** pedig 3 foglalásuk volt. A zsidó vendégek átlagos tartózkodási ideje 1 éjszaka. Mindezek a foglalási adatok bizonyítják a primer kutatás során kapott eredményeket, azaz hogy évi két alkalommal érkeznek nagylétszámban zsidó vendégek a városba, tavasszal és nyáron.

A többezres létszámban, koncentráltan érkező haszid vendégek Sátoraljaújhely közlekedésében is érzékelhető problémákat okoznak a parkolási lehetőségek hiánya miatt. Parkolóhely csak a régi zsidó temető mögött, az Esze Tamás utcában, a Lidl szupermarket mellett található. A bevásárlóközpont kapacitása 55 személyautónak elegendő. Közvetlenül a temető mellett nyolc személyautó vagy két ötven fős autóbusz tud leparkolni. Ez a mennyiség nem elegendő. A parkolási probléma a régi zsidó temető közvetlen közelében az Esze Tamás utcában és a Pataki utcában jelent gondot.

A városban a helyben készült kóser ételek elkészítése sem megoldott. Kóser konyha nem

3. táblázat

A zsidó vendégek egy éven belüli foglalási időpontjai és tartózkodási ideje Tokaj-Hegyalja négy- és ötszillagos szálláshelyein

Szálloda neve	Foglalás időpontja	Tartózkodási idő (éj)	Teltház
Hotel Bodrog ****	február és április (bodrogkeresztúri csodarabbi)	1	nincs teltház
Minaro Hotel*****	április (bodrogkeresztúri csodarabbi)	1	nincs mindig teltház
Mercure Hotel****	április (bodrogkeresztúri csodarabbi)	1	minden évben teltház, csak zsidó vendégek vannak
Degenfeld Kastélyszálló****	április (bodrogkeresztúri csodarabbi)	1-2	minden évben teltház, csak zsidó vendégek vannak
Andrássy Kúria and Spa*****	április-május (bodrogkeresztúri csodarabbi)	2-4	minden évben teltház, csak zsidó vendégek vannak
Hunor Hotel****	április (bodrogkeresztúri csodarabbi) július- augusztus (sátoraljaújhelyi csodarabbi)	1	nincs teltház

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás adatai alapján

működik Sátoraljaújhelyen, ezért a Csodarabbi leszármazottai külföldről rendelik az előre csomagolt készételeket, melyet az óhel (a Csodarabbi sírja fölé emelt sátorszerű építmény) mellett található kiszolgáló épületben tudnak elfogyasztani a sírhoz látogatók. A jorcájtokon fontos a közös étkezés, ezért erre a célra – a kiszolgáló épület kis területe miatt – rendezvénysátrakat állítanak fel a szervezők a temetővel szemben található Fasor utcában, az önkormányzattól bérbe kapott területen. A tavaszi időszakban érkező zsidó turisták számára, akik Sátoraljaújhelyen kívül Bodrogkeresztúrt is meglátogatják, az előre megrendelt kóser ételken kívül a bodrogkeresztúri kóser konyha biztosít ellátást.

5.2. 2019 ÉS 2024 KÖZÖTT MEGVALÓSULT ÉS TERVEZETT TURISZTIKAI FEJLESZTÉSEK SÁTORALJAÚJHELYEN

2019 és 2024 között az Európai Unió és a magyar kormány támogatásával kilenc turisztikai fejlesztés valósult meg (4. táblázat). A fejlesztések 44%-a az aktív turizmus megújítását szolgálta, megépült a Nemzeti Összetartozás Hídja a Szár-hegy és a Vár-hegy között, bővültek a Zemplén Kalandpark szolgáltatásai (új libegő a Szár-hegy és a Magas-hegy között, látogatóközpont az alsó állomáson, ökoturisztikai központ a középső állomáson, kerékpáros downhill pálya, lombkoronasétány), valamint sor került a már meglévő élményelemek felújítására is (Magas-hegyi libegő felújítása, kilátó felújítása). A turisztikai fejlesztések 22%-a a borturizmus megújítását szolgálta, rendezték az Ungvári Pincesor környezetét és közösségi rendezvényhelyszínt alakítottak ki, továbbá felújításra került a Bortemplom épülete, amelyben aszúkiállítás és rendezvényter kapott helyet. A kulturális turizmus fejlesztése keretében megtörtént a sátoraljaújhelyi vár feltárása, látogathatóvá tétele, valamint látogatóközpontot alakítottak ki a Vár-hegyen, ahol parkolóhelyet, víz-esblokkot és büfét építettek. A Vár-hegyre vezető utat (Oremus út) szintén felújították.

A zsidó vallási turizmushoz kapcsolódóan az egykori Zója leánykollégium épületében 75 férőhelyes zárandokszállást, valamint a Csodarabbi és a haszidizmus bemutatását segítő kiállítóteret alakítottak ki. Zsidó örökség útja Kelet-Magyarországon névvel új, tematikus utat jelöltek ki, amelynek egyik állomása Sátoraljaújhely. Fontos megjegyezni, hogy a Varga Elek Istvánnal készített interjúból kiderült, hogy a Zója leánykollégiumban átadott fejlesztések nem működnek, sem a zárandokszállás, sem a kiállítóter nem elérhető.

4. táblázat

A Sátoraljaújhelyen megvalósított turisztikai fejlesztések 2019-2024 között

Az Európai Unió és a magyar kormány támogatásával megvalósult turisztikai fejlesztések	A Csodarabbi leszármazottainak pénzügyi támogatásával megvalósult fejlesztések
75 férőhelyes zárandokszállás kialakítása imateremmel, kiállítóterrel.	a Csodarabbi sírja fölé emelt építmény felújítása
Magas-hegy: • Látogatóközpont építése • Ökoturisztikai központ kialakítása	a régi zsidó temető szomszédságában a kiszolgálóépület felújítása (Sátoraljaújhely, Pataki u. 2)
Sátoraljaújhelyi vár: • Feltárása és rekonstrukciója • Látogatóközpont építése • Oremus útvonal felújítása	Mikve (rituális fürdő), közösségi imahely, étkezőhelyiség, irodahelyiség kialakítása (Sátoraljaújhely, Esze Tamás u. 83.)
Zemplén Kalandpark: • Kerékpáros downhill pálya, új parkoló • Szár-hegyen kilátópont • Magas-hegyi kilátópont felújítása • A régi libegő felújítása • Új libegő építése • Lombkoronasétány kialakítása	
Az Ungvári Pincesor környezetében közösségi rendezvényhelyszín kialakítása	
Sátoraljaújhelyi Bortemplom felújítása	
Nemzeti Összetartozás Hídjának megépítése	
Vár-hegyi Rákóczi Tábor felújítása	

Forrás: Sátoraljaújhely Város Önkormányzatának képviselőtestületi jegyzőkönyvei (2021-2024)

Az egyenesági leszármazottak saját anyagi forrásaikból felújították a Csodarabbi sírja fölé emelt óhelt (sátorszerű építmény), valamint a régi zsidó temető melletti kiszolgáló épületet. Ötven fő befogadására alkalmas közösségi imahelyet, étkezőhelyiséget, és mikvét alakítottak ki.

A 2024-től tervezett turisztikai fejlesztések között szerepel két új szálloda megépítése a városban, a Rákóczi Tábor mellett, valamint a Rudabányácska és Sátoraljaújhely közötti területen. A Vár-hegyen jelenleg építés alatt áll egy skyteraszos wellness-szálloda 50 szobás kapacitással³, míg a Rudabányácska településrészen egy 100 szobás négycsillagos hotel megépítését tervezik. Mindkét szállodai beruházás a magyar kormány

³ <https://epiteszforum.hu/negyecsillagos-wellness-szalloda-epul-a-satoraljauijhegyi-varhegyen> Letöltve: 2024. július 13.

támogatásával valósul meg. A Dankó Dénessel folytatott interjúból kiderült, hogy további tervek között szerepel fürdő és élménypark kiépítése, a Zemplén Kalandpark szolgáltatásainak további bővítése (hóagyúzható szánkópálya, téli-nyári műanyag burkolatú síugrószánc), a vár teljes feltárása, illetve egy részének visszaépítése, valamint az egykori rudabányászcai aranybánya látogathatóvá tétele a turisták számára.

A város turisztikai fejlesztései között szerepel, hogy a Dózsa György utcában található egykori zsinagóga épületét visszaállítják eredeti állapotába és látogathatóvá teszik az érdeklődők számára. A Dankó Dénessel készített interjúból kiderült továbbá, hogy a Színház közben az egykoron ortodox zsidó imaterem épületét is szeretnék eredeti állapotába visszaállítani. A fejlesztések ezáltal a város turisztikai kínálatát. A szállodai beruházások és az egykori zsidó épített örökség két épületének megújítása a zsidó vallási turizmust közvetlenül és közvetve is érintő fejlesztések.

A megvalósult és a tervezett turisztikai fejlesztéseket vizsgálva kijelenthető, hogy Sátoraljaújhely turisztikai kínálatában az aktív és a kulturális turizmus elemeinek a megújítása hangsúlyos szerepet kap. A város az aktív turizmusra épít, hiszen már a 2000-es években megkezdődött a Magas-hegyen a libegő, majd a kalandpark további szolgáltatásainak a kiépítése. Szükség is van a folyamatos bővítésre a látogatók számának megtartása és növelése érdekében. A Nemzeti Összetartozás Hídjának megépítésével az volt a város vezetésének a célja, hogy kialakítsanak egy tematikus útvonalat. Az útvonal a Zemplén Kalandpark alsó állomásán kezdődik, ahonnan a látogatók a Magas-hegyi és a Szár-hegyi libegőt igénybe véve tudnak eljutni a Szár-hegyre, ahol a Trianoni emlékművet lehet megnézni. A Szár-hegyről a Nemzeti Összetartozás Hídján keresztül jutnak át a vendégek a Vár-hegyre, ahol az egykori sátoraljaújhelyi vár romjait tudják megnézni. Természetesen a hídról és a várból csodálatos kilátás nyílik a városra és a környező hegyekre (Magas-hegy, Szár-hegy). A tematikus útvonal az aktív és a kulturális turizmus elemeit kapcsolja össze és kínálja a vendégek számára.

6. Összegzés

Teitelbaum Mózes sátoraljaújhelyi haszid rabbist a gyógyításai és segítségnyújtása révén már életében csodarabbiként tisztelték. A haszid zsidók hisznek abban, hogy a rabbi lelke közvetíti kéréseiket az Örökkévalóhoz. Egy évvel a halála után már 600-700 fő látogatta meg a sírját. A két világháború

között a rabbi halálévfordulóját megünnepelni érkező zarándokok miatt megnyitották a cseh szlovák határt. A 2000-es évekig a rabbi halálának évfordulójára koncentráltak a sírlátogatások.

Teitelbaum Mózes leszármazottai és a körük szerveződő csoportok tartják magukat a szatmári haszidoknak. Az Amerikai Egyesült Államokban élő Aaron és Zalman Teitelbaum, a szatmári rabbidinasztia egyenes ági leszármazottai, az 1960-as években kezdtek érdeklődni a Csodarabbi nyughelye iránt. Teitelbaum Mózes közvetlen hatodik ági utódaiként a két szatmári rebbe készíttetés érzett arra, hogy a már életében csodarabbinak tartott elődjük mítoszát újragondolja, és elkezdtek megszervezni a világban élő haszid zsidók beutaztatását felmenőjük sírjához. Gazdasági potenciált láttak abban, hogy a Csodarabbi mítoszát ápolják, lévén így biztosítani tudják a sír látogatását nem csak évi egy alkalommal, hanem folyamatosan. Kapcsolatot építettek ki a városban élő, zsidó vallását gyakorló Varga Elek Istvánnal, aki az elmúlt harminc évben a temetőgondnoki feladatokon túl, a beutazó zsidó vallási turisták utazásának, elszállásolásának és ellátásának koordinálását is segítette.

Az 1990-es évben már 3.000, 2016-ban 20.000, míg 2024-ben 80.000 vallási turista látogatta meg és fohászolt a Csodarabbi sírjánál. A zsidó turisták egyharmada évente két alkalommal érkezik, tavasszal a bodrogkeresztúri csodarabbi, Reb Sajele, és nyáron (július-augusztus) Teitelbaum Mózes halálának évfordulójára. A két fő küldő ország az Amerikai Egyesült Államok és Izrael. A két halálévfordulós időpontra kívül heti rendszerességgel ezer fő érkezik Sátoraljaújhely régi zsidó temetőjébe a Csodarabbi sírjához. A látogatószám az elmúlt tíz évben a négyszeresére növekedett. A jelentős turistaérkezéssel sem a külföldi szervezők, sem Sátoraljaújhely városvezetése nem számolt. Csak kisebb infrastrukturális beruházások készültek el, amelyek a kulturált fogadás feltételeit segítik. Az amerikai szervezők felújították a rabbi sírja melletti kiszolgálóépületet, ahol közösségi étkezőhelyiséget alakítottak ki. Felújították a mikvét, és a halálévforduló idején a temetővel szemben található Fásor utcában bérelt területen rendezvénysátrakat állítanak fel, hogy biztosítani tudják a nagyobb turistalétszám ellátását. A rendezvénysátrak étkezési és imádkozási célt szolgálnak. A szervezők, látva a folyamatos turistaszámnövekedést, az elmúlt öt évben hat ingatlant vásároltak meg az Esze Tamás utcában, ahol szállodát és kóser éttermet kívánnak kialakítani. A heti rendszerességgel érkező kisebb létszámú zsidó vendégek ellátását a város

turisztikai infrastruktúrája meg tudja oldani. A halálévfordulók alkalmával, tavasszal és nyáron, a külföldi szervezők Tokaj-Hegyalja négy- és ötszallagos szálláshelyein, valamint Miskolcon, Nyíregyházán, Debrecenben és Budapesten foglalnak szállást a turistáik számára. A két jeles időpontban átlagosan egy-két éjszaka a tartózkodási idő.

Sátoraljaújhely Tokaj-Hegyalja egyik városa, ahol a 2023-as adatok alapján 14.000 fő a lakosság száma. Jelentős aktív turisztikai vonzerővel rendelkezik. A város turisztikai infrastruktúrája első sorban a belföldi turizmus kiszolgálását biztosítja. A két vizsgált időpontban szálláshelyhiány és parkolási gondok (Esze Tamás utca, Patak utca) figyelhetők meg a városban. A megnövekedő forgalom parkolási nehézségeket jelent, de nem akadályozza a várososon áthaladó forgalmat, mert a város délről rendelkezik egy elkerülő úttal.

A város az elmúlt huszonöt évben a Magashegy adta turisztikai lehetőségek kiaknázását tűzte ki célul. Megépült a Zemplén Kalandpark, ahol évről évre újabb élményelemeket építenek. Új turisztikai attrakció a Nemzeti Összetartozás Hídja, mely önálló látványelem, ugyanakkor egy tematikus útvonal része. Az útvonalon végighaladva a város természeti és kulturális értékeit (Magyar Kálvária, Sátoraljaújhelyi vár) ismerhetik meg a látogatók. A zsidó vallási turizmus nemzetközi turistaforgalmának négyszeres növekedésével sem a szervezők, sem a város vezetése nem számolt. A 2024-es turisztikai fejlesztések a zsidó épített örökség eredeti funkciójának visszaállítására (zsinaág, imaház) és a szállásférőhelyek számának növelésére fókuszáltak. Elindult egy tudatos fejlesztés abba az irányba is, hogy a nemzetközi turistaérkezések számának növekedésével a minőségi kiszolgálást biztosítani tudó infrastruktúra-fejlesztések is megvalósuljanak. A fenntarthatóság egyik feltétele tehát megvalósulni látszik, hiszen a vendégelégedettséget biztosítani tudó intézkedések és beruházások megvalósulása folyamatosan zajlik. A kutatási eredmények mindenesetre ezt támasztják alá. Amivel még számolni kell az a biztonság. A vendégérkezések folyamatos növekedését már csak a nemzetközi biztonságpolitikai helyzet lényeges változása akaszthatja meg.

A Csodarabbi szellemi öröksége mint turisztikai vonzerő és mint zarándokhely felkerült a nemzetközi zsidó zarándokhelyek térképére, és nem tervezett nemzetközi turistaforgalmat generált a városban. A fejlődés eredménye, hogy napjainkra Sátoraljaújhely mind a hazai aktív turisták, mind a nemzetközi zsidó vallási turisták számára igazi vonzerővel rendelkezik. A minőségi szálláshelyfejlesztéseknek köszönhetően hamarosan a

belföldi és a külföldi vendégek igényeinek is megfelelő szálláskapacitással bővül a város.

A kutatási eredmények azt igazolják, hogy a szálláskapacitás bővülése mellett a további fejlesztéseknél a speciális igényeket ugyancsak ki kell elégíteni. A városban, a folyamatosan érkező zsidó turisták számára, szükség lenne kóser ételleket is biztosítani tudó étterem megnyitására, a szigorú vallási előírások és szokások figyelembevételével. Mindez a szállásadáson és a bérbe adott terület díján kívül új munkahelyeket teremtené és tovább növelhetné a város zsidó vallási turizmusból származó bevételeit.

Teitelbaum Mózes csodarabbi mítoszának újra-gondolása és ápolása nemzetközi turistaforgalmat generált Sátoraljaújhelyen, amelynek fenntarthatósága a folyamatos beutaztatás révén biztosított. A jövőben az éttermi szolgáltatás kiépítésével a minőségi vendégfogadás színvonalát szükséges növelni.

Felhasznált irodalom

- BÁNYAI V. (2022): 1946 Joel Teitelbaum szatmári rabbi letelepszik New Yorkban: Az ortodox zsidóság kivándorlása. In: Laczó F. – Varga B. (szerk.): *Magyarország globális története 1869–2022*. Corvina, Budapest. pp. 241–244.
- CSORBA CS. (2017): *Sátoraljaújhely zsidóságának története*. Debrecen. pp. 7–53.
- DANKÓ I. (2014): *Adalékok és emlékek Sátoraljaújhely zsidóságának a XX. századi történetéhez*. Sátoraljaújhely város Önkormányzata.
- DROTÁR N. (2020): Jorcájtok és Sábátok, avagy a zsidó vallási turizmus térhódítása és társadalmi hatása Tokaj-Hegyalján. *Turizmus Bulletin*. 20(3). pp. 34–42. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2020v20n3.4>
- FRISNYÁK S. – GÁL A. – HORVÁTH G. (2009): *A Zempléni-hegység földrajzi lexikona*. Nyíregyháza-Szerencs.
- GLESZER N. (2005): Kvitli: írott szakrális kommunikáció a magyarországi cádikok sírjainál. In: Barna G. – Mód L. – Simon A. (szerk.): *„Szent ez a föld...”: néprajzi írások az Alföldről*. Szegedi Tudományegyetem, Szeged. pp. 146–157.
- GLESZER N. (2006): Zsidó búcsúk ma. A magyarországi csodarabbikhoz folytatott zarándoklatok átstrukturálódása az ezredfordulón. *Magyar egyháztörténeti vázlatok regnum*. 3–4. pp. 69–95.
- GOLDBERGER I. (1908): Zsidó bucsu Ujhelyen. In: Bánóczi J. (szerk.): *IMIT XXV. Évkönyv*. Budapest: Izraelita Magyar Irodalmi Társulat. pp. 251–256.

- ILLYÉS B. (2021): *Zempléni csodarabbik*. Zempléni Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány. Sátoraljaújhely.
- JUHÁSZ I. (2020): *A zsidóság szerepe Sátoraljaújhely gazdasági fejlődésében*. Zempléni Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány.
- MÁRTONNÉ MÁTHÉ K. – SIMONYI N. (2018): A magyarországi zarándokutak turisztikai kapcsolódásai és üzemeltetési modelljei. *Turizmus Bulletin*. 18(2). pp. 46–56.
- NOVÁK A. (2022): Csodarabbik útja? Ortodox zsidó zarándoklatok a Kádár korban. *Múlt és jövő*. 2. pp. 77–91.
- RANDOLP, L. B. (2007): *A magyarországi holokauszt földrajzi enciklopédiája*. II. kötet. Park Könyvkiadó, Budapest. pp. 1373–1391.
- SÁTORALJAÚJHELY VÁROS ÖNKORMÁNYZATÁNAK KÉPVISELŐTESTÜLETI JEGYZŐKÖNYVEI (2021-2024)

- SZUNYOGH SZ. (2018): *Magyar menóra*. Noran Libro Kiadó, Budapest.

Internetes források

- GÁNÓCZI G. (2024): *Az újhelyi ortodox rabbik 1886-1944-ig*. https://www.youtube.com/watch?v=FPaVRYxxZzs&ab_channel=G%C3%A1n%C3%B3cziG%C3%A1bor
Letöltve: 2024. november 18.
- KSH (2024): *Tájékoztatási adatbázis*. <https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GB2015>
Letöltve: 2024. augusztus 10.
- ZEMPLÉN KALANDPARK 2019, 2020, 2021 ÉS 2023. ÉVI BESZÁMOLÓI: <https://www.zemplenkalandpark.hu>
Letöltve: 2024. augusztus 15.

A bevásárló- és a borturizmus szinergiája különös tekintettel a fenntarthatóságra

The synergy of shopping- and wine tourism with special regard to sustainability

Szerző: Tömöri Mihály¹

Bár a turizmus és a fenntartható fejlődés már évtizedek óta a tudományos kutatások középpontjában áll, a fenntarthatóság szempontja a bor-, de különösen a bevásárlóturizmus kontextusában mindeztidáig viszonylag kevés figyelmet kapott. Jelen tanulmány célja, hogy részben pótolja ezt a hiányosságot azáltal, hogy felvázolja e két turizmusforma közötti kapcsolatrendszer, és bemutatja e turisztikai termékek aktuális trendjeit, különös tekintettel a fenntarthatóságra. A kutatás a releváns hazai és nemzetközi szakirodalom, valamint a turisztikai ágazathoz kötődő szervezetek (Utazási és Turisztikai Világtanács, Magyar Turisztikai Ügynökség) által publikált jelentések, stratégiák áttekintésére épül.

Although tourism and sustainable development have been at the forefront of scientific research for decades, the aspect of sustainability has received relatively little attention in the context of wine tourism – and especially shopping tourism – until now. The aim of this study is to partially fill this gap by outlining the interrelations between these two forms of tourism and presenting current trends in these tourism products, with particular focus on sustainability. The research is based on a review of relevant national and international literature, as well as on reports and strategies published by organizations related to the tourism sector (e.g., the World Travel & Tourism Council and the Hungarian Tourism Agency).

Beérkezett/Received: 21. 03. 2025. Elfogadva/Accepted: 13. 06. 2025.

Kulcsszavak: bevásárlóturizmus, borturizmus, fenntarthatóság, fenntartható fejlődés.

Keywords: shopping tourism, wine tourism, sustainability, sustainable development.

1. Bevezetés

A fenntartható fejlődés megvalósítása az emberiség előtt álló egyik legnagyobb kihívás, amely az élet valamennyi területén, így a turizmusban is paradigmaváltást igényel. Öröndetes tény, hogy az elmúlt években a növekvő környezettudatoságnak is köszönhetően, a fenntarthatóságra való törekvés már az utazók és a turisztikai szolgáltatók részéről is egyre nagyobb hangsúlyt kap (WTTC 2023b).

Bár sem a bevásárló-, sem a borturizmus nem tartozik a klasszikus tömegturisztikai termékek közé, mégis fontos szerepet tölthetnek be a fenntarthatóság felé vezető úton. Noha a turisztikai utak többségét nem a vásárlás motiválja, mégis a vásárlás a turisták egyik leggyakoribb

tevékenysége (TIMOTHY 2005), tehát a bevásárlóturizmus összességében nagy tömegeket érint, ráadásul középpontjában a fogyasztás áll, így a fenntarthatósági törekvések szempontjából megkerülhetetlen ez a turizmusforma. Az elsősorban városi terekre összpontosuló bevásárlóturizmussal szemben, a borturizmus inkább a rurális térségek fenntarthatóságához járulhat hozzá, a természeti és kulturális örökség megőrzése révén (DUARTE ALONSO et al. 2020). A bor- és a bevásárlóturizmus közös metszetét alapvetően a bor és az ahhoz kapcsolódó termékek, ajándéktárgyak vásárlása adja, így a két turisztikai termék, kölcsönösen erősítve egymást, összekapcsolódhat. Mindezek fényében a tanulmány a következő kérdésekre keresi a választ:

- Hogyan egészíti ki egymást a bevásárló- és a borturizmus a fenntarthatóság tükrében?
- Milyen szerepet játszanak a turisták vásárlási szokásai a fenntartható fejlődés előmozdításában?

¹ főiskolai docens, Nyíregyházi Egyetem, tomeri.mihaly@nye.hu

2. Fenntartható fejlődés és turizmus

A fenntartható fejlődés fogalma az 1970-es, 1980-as években alakult ki, amikor az emberiségben fokozatosan tudatosult, hogy a népesség és a gazdaság növekedéséhez szükséges erőforrások korlátozottan állnak rendelkezésre (MEADOWS et al. 1972). A fenntartható fejlődés fogalma az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottság (World Commission on Environment and Development – WCED), más néven Brundtland-bizottság, 1987-ben közzétett *Közös jövőnk* című jelentése révén került be a közbeszédbe. Azóta azt a fejlődést nevezzük fenntarthatónak, amely kielégíti a jelen szükségleteit, miközben nem veszélyezteti, hogy ezt a jövő nemzedékei is élvezhessék. A Világbizottság szerint a fenntartható fejlődés három tartópillére a környezet-, a gazdaság- és a szociálpolitika, amelyek kölcsönösen feltételezik egymást, ezért a fenntarthatósági politikákban e tényezők kiegyensúlyozott megjelenésére van szükség (GYULAI 2013).

A fenntartható fejlődés fogalma, a Világbizottság jelentésének napvilágra kerülésével nagyjából egy időben, fokozatosan bekerült a turizmus rendszerébe is (GONDA 2022). Bár a fenntartható turizmusnak számtalan definíciója létezik, a meghatározások többsége arra fókuszál, hogy egyensúlyra kell törekedni az érdekelt, illetve érintett felek igényei között, miközben tekintettel vagyunk a turizmus jelenlegi és jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti hatásaira (1. ábra). Ezt a szemléletmódot tükrözi a Turisztikai Világszervezet definíciója is, amely szerint fenntarthatónak azt a turizmust nevezhetjük, amely teljes mértékben figyelembe veszi a jelenlegi és a jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat, kielégítve a látogatók, az ipar, a környezet és a fogadó közösségek igényeit egyaránt (UNWTO-UNDP 2017).

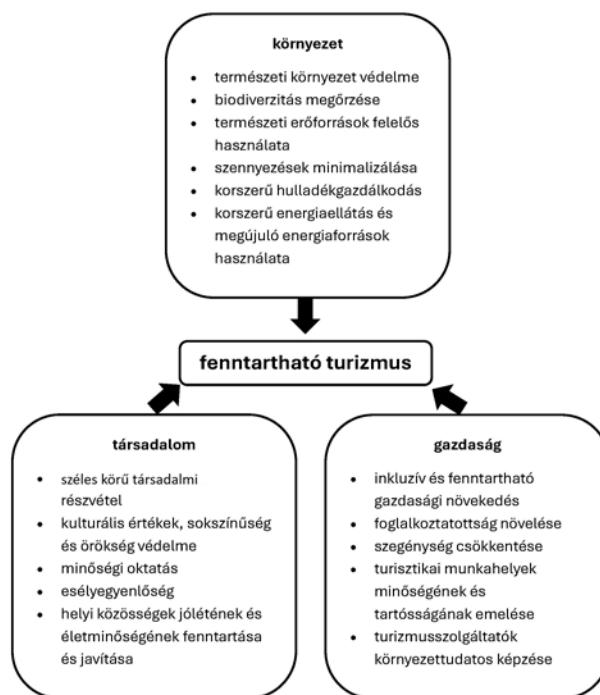
A Covid19-világjárvány új lendületet adott a fenntartható turizmussal kapcsolatos tudományos vitáknak, mivel a kutatók egy része úgy gondolja, hogy a világjárvány kiváló alkalmat teremtett arra, hogy egy pillanatra megálljunk és újragondoljuk a turizmus rendszerét, hogy a jövőben egy olyan paradigmaváltás következhesen be az ágazatban, amely elvezethet egy zöldebb, rugalmasabb, befogadóbb és fenntarthatóbb turizmushoz (HALL et al. 2020).

A Turisztikai Világszervezet úgy véli, hogy a turizmus fontos szerepet tölthet be az ENSZ valamennyi tagországa által 2015-ben elfogadott Fenntartható Fejlődési Célok 2030-ig történő elérésében, melyek között a turizmus explicit módon a nyolcadik, a tizenkettedik és a tizennegyedik célban jelenik meg (1. táblázat). E célok a fenntartható turizmus előmozdítására irányuló politikák kidolgozásának és végrehajtásának, valamint a hatások nyomon követéséhez szükséges eszközök, indikátorok

kidolgozásának és alkalmazásának szükségességét tartalmazzák, valamint rámutatnak, hogy a fenntartható turizmus munkahelyeket teremt, illetve népszerűsíti a helyi kultúrát és termékeket.

1. ábra

A turizmus és a fenntarthatóság összefüggései



Forrás: saját szerkesztés az ENSZ (2015) nyomán

1. táblázat

A turizmus explicit megjelenése a Fenntartható Fejlődési Célok között

Fenntartható fejlődési cél	Turizmushoz közvetlenül kapcsolódó alcél
8. cél: Tartós, befogadó és fenntartható gazdasági növekedés, teljes és termelékeny foglalkoztatás és méltányos munka elősegítése mindenki számára	8.9 2030-ig a fenntartható turizmus támogatását célzó olyan szakpolitikák kidolgozása és megvalósítása, amelyek munkahelyeket teremtenek és népszerűsítik a helyi kultúrát és termékeket
12. cél: Fenntartható fogyasztási és termelési módok kialakítása	12.b Eszközök fejlesztése és alkalmazása a fenntartható fejlődés olyan, a fenntartható turizmusra gyakorolt hatásainak vizsgálatára, amelyek munkahelyeket teremtenek és a helyi kultúrát és termékeket helyezik előtérbe
14. cél: Az óceánok, a tengerek és a tengeri erőforrások megőrzése és fenntartható használata a fenntartható fejlődés érdekében	14.7 2030-ig a tengeri erőforrások fenntartható használatából származó gazdasági haszon növelése a fejlődő kis szigettállamok és a legkevésbé fejlett országok számára, beleértve a fenntartható halászatot, az akvakultúrát és a turizmust

Forrás: saját szerkesztés az ENSZ (2015) alapján

A fenntarthatóság Magyarország Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiájában is hangsúlyos szempontként jelenik meg, hiszen a dokumentum 2030-ig elérendő nyolc vízióeleme között az első helyen szerepel, hogy az ágazat a fenntartható gazdasági fejlődés húzóágazatává váljon. Ennek érdekében célként fogalmazza meg, hogy emelkedjen a szektor hozzáadott értéke, fokozódjon a nemzetközi versenyképessége és fenntartható módon növekedjen. A stratégia víziója szerint az ágazat munkahely- és jövedelemtermelő képessége is növekszik, ami az adó- és járulékbefizetéseken keresztül hozzájárulhat a költségvetési bevételek növeléséhez (MTÜ 2017).

3. A bevásárló- és a borturizmus fogalma, helye a turizmus rendszerében

3.1. A BEVÁSÁRLÓTURIZMUS FOGALMA

A bevásárlóturizmus fogalma alatt általában azokat az áru- és/vagy szolgáltatásvásárlással párosuló utazásokat értjük, amelyek az utazók szokásos környezetén kívül valósulnak meg (MICHALKÓ 2004, CHOI et al. 2016). A Turisztikai Világszervezet a bevásárlóturizmust a turizmus egy olyan formájának tekinti, ahol a megszokott környezeten kívüli áruvásárlás szándéka meghatározó szerepet tölt be az utazási döntésben (UNWTO 2014).

A mindennapi tépályákon túli vásárlási tevékenység számos formában nyilvánulhat meg. A vásárlás volumene, helyszíne és a vásárlásban részt vevő turista motivációja alapján különíthetjük el a bevásárlóturizmus kategóriáit (MICHALKÓ 2016). Hagyományos értelemben vett bevásárlóturizmusról akkor beszélünk, ha az utazást elsődlegesen a vásárlás motiválja, és ez képezi az utazó elsődleges turisztikai tevékenységét is (TIMOTHY 2005). Üzleti célú vásárlással állunk szemben akkor, ha haszonszerzési indíték húzódik meg az utazás során megvalósuló vásárlás hátterében. Bevásárlóturistának nevezhetjük azt az utazót, akinek a teljes költségén belül az áruvásárlás több, mint 50%-os részarányt képvisel (MICHALKÓ 2001).

A bevásárlóturizmus tárgykörébe nemcsak az áruvásárlási célzatú, hanem a személyes (test- és szépségápolás), valamint a műszaki (javítás, karbantartás) szolgáltatások igénybevételére irányuló utazások is beletartoznak. Az országghatárok mentén kialakuló tartós vagy ideiglenes gazdasági, társadalmi, kulturális jellegű különbségek hívják életre és tartják fent az úgynevezett határ menti bevásárlóturizmust (SZYTNIIEWSKI et al. 2017),

ami alapvetően a láthatatlan turizmus keretein belül valósul meg, lévén az abban résztvevők túlnyomó többsége 24 óránál kevesebb időt tölt a desztinációban (TÖMÖRI 2021).

Természetesen a vásárlás másodlagos, kiegészítő szerepet is betölthet egy turisztikai út során. Ekkor a turisták vásárlási tevékenységéről (angolul *tourist shopping*) vagy szabadidős vásárlásról beszélünk (MICHALKÓ 2004, TIMOTHY 2005), amikor az utazók gyakran szuveníreket vagy az aktív turizmus helyben történő gyakorlásához szükséges eszközöket szereznek be. Az esetlegesen ott-hon felejtett, elveszett, megrongálódott, elloptott vagy éppen egy kirakatban véletlenül megpillantott, régóta áhított árucikk megvásárlása spontán is kiválthatja a kiskereskedelemben realizálódó fogyasztást. A szabadidős vásárlások sokak számára élményforrásként, szórakozásként, önálló turisztikai programként szolgálnak.

Végül, de nem utolsósorban a bevásárlóturizmus sajátos színfoltjaként értelmezhető a termékbemutatóval egybekötött szervezett utaztatási tevékenység, az úgynevezett *reklámutazás* (MICHALKÓ et al. 2013).

3.2. A BORTURIZMUS FOGALMA

A borturizmus fogalma alatt olyan utazásokat értünk, amelyeket elsődlegesen a borok kóstolása, fogyasztása, készítésének megismerése motivál (VARHELYI 2013). A borturizmus mint turisztikai termék középpontjában a bor és a borvidék vonzereje áll, amelyet a borászati vállalkozások, valamint a helyi gazdasági és társadalmi szereplők egymással együttműködve teremtenek meg. A borturizmus olyan komplex turisztikai termék, amely nemcsak változatos, borhoz kapcsolódó élményeket kínál (például pincelátogatás, borkóstolás, szüreti események, borfesztiválok), hanem megismerteti a látogatókkal az adott térség kulturális és gasztronómiai értékeit is (KÖNYVES 2015).

A bor, illetve annak kultúrája és a szőlő termőhelye egyaránt turisztikai attrakció lehet. Amennyiben a bor hasznosítására a kóstoltatás és eladás révén agrártermékként kerül sor, akkor agroturizmusról beszélünk. Amennyiben azonban a bor és termelése egy borvidék közösségeit, tradícióit és kulturális értékeit is integrálja, térségi tematikus útként értelmezhető (MÁTÉ-SZABÓ 2011).

A borturizmus rendszere a keresleti (borturisták észlelései, motivációi és elvárásai) és kínálati (erőforrások, intézmények, vállalkozások) oldal összehangolása révén teremti meg a borturisztikai élményt (SANTOS et al. 2019).

Szigorú értelemben véve borturizmusról akkor beszélhetünk, ha a turisztikai út fő indítéka a borral

kapcsolatos. Ugyanakkor gyakran előfordul, hogy az utazó elsődleges motivációja nem kötődik közvetlenül a borhoz, de a borturisztikai kínálat kiegészíti, színesíti a látogató turisztikai programját (MIKHÁZI et al. 2018).

3.3. A BEVÁSÁRLÓ- ÉS A BORTURIZMUS HELYE A TURIZMUS RENDSZERÉBEN

A klasszikus bevásárló- és borturizmus egyaránt a tevékenység-specifikus turisztikai termékek közé sorolható, mivel középpontjukban az igénybevétel során jelentkező turisztikai tevékenység (vásárlás, illetve borfogyasztás) sajátosságai állnak. A bemutatott definíciók alapján azonban az is egyértelmű, hogy a borhoz, illetve a kiskereskedelmi fogyasztáshoz kapcsolódó turisztikai tevékenységek számos olyan utazás esetében is tetten érhetők, amelyek mögött elsődlegesen más indítékok (például pihenés, rokonok meglátogatása) húzódnak meg. Ilyenkor a vásárlás vagy a borfogyasztás másodlagos, kiegészítő szerepet tölt be, hozzájárulva az utazók programjának és költségének diverzifikálásához (2. ábra).

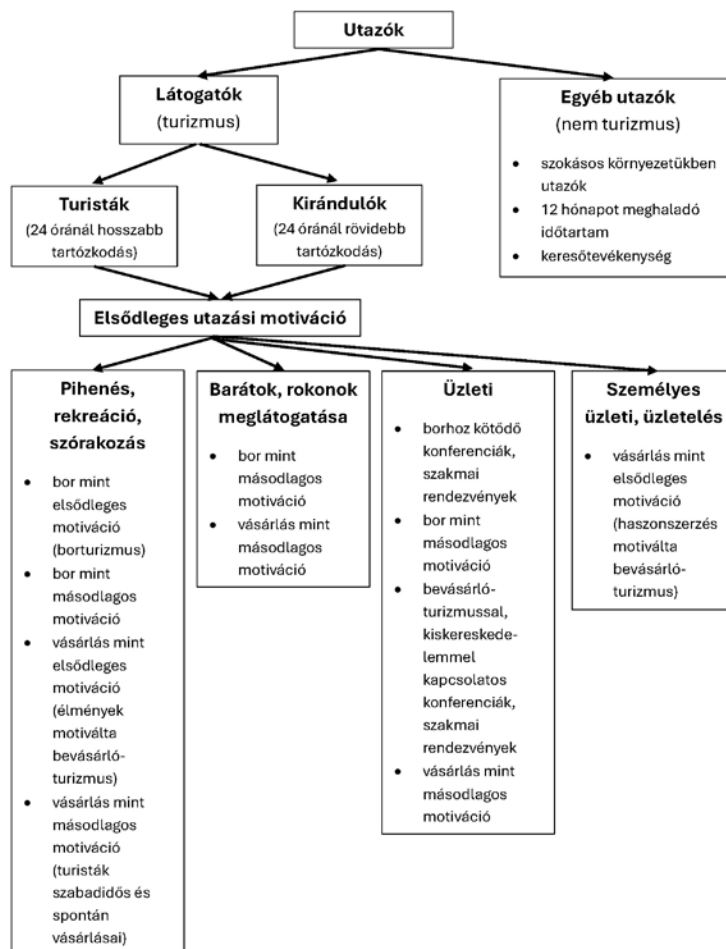
4. A bevásárló- és a borturizmus kapcsolata

A borok kóstolása és az előállítási folyamat megismerése mellett a borvásárlás az egyik legfontosabb motiváló tényező, amikor a turisták borászatiakat keresnek fel (HALL-MITCHELL 2008). Éppen ezért a borászatiakat a kiskereskedelmi szférához is kapcsolódni, ami a klasszikus bevásárlóturizmusban a fő vonzerőt képviseli, míg a turisták szabadidős és spontán vásárlásai esetében a másodlagos szuprastruktúra részének tekinthető. Ráadásul a bor mellett a pincészetek gyakran más, a borhoz kapcsolódó termékeket (például lekvár, sajt, könyv, ajándéktárgyak stb.) is értékesítenek, így a bor- és a bevásárlóturizmus több ponton is összekapcsolódhat (3. ábra).

Egy magyarországi borturizmusra fókuszáló kutatás szerint

2. ábra

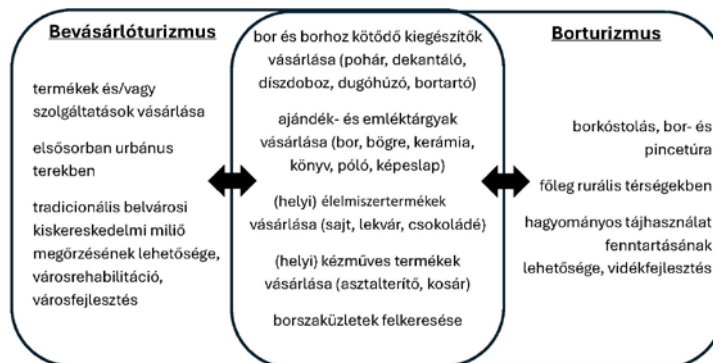
A bevásárló- és a borturizmus helye a turizmus rendszerében



Forrás: saját szerkesztés

3. ábra

A bevásárló- és a borturizmus kapcsolata



Forrás: saját szerkesztés

(SZÁZADVÉG 2021) a látogatók számára a vezetett pincetúrán való részvétel lehetősége, valamint a borász vagy sommelier által vezetett borkóstoló mellett, a pinceáron – a kereskedelmi árnál olcsóbban – történő vásárlás lehetősége a legfontosabb szolgáltatás egy borászat vonatkozásában. Továbbá a megkérdezettek azt is kiemelték, hogy a pincészeteknél lehetőség kínálkozik olyan különleges, kis tételben készülő borok vásárlására, amelyek nem kerülnek kereskedelmi forgalomba.

Meglehetősen gyakori, hogy a bort szuvenírként vásárolják meg a látogatók, hiszen egy palack megvétele annak az ígéretét is magában rejt, hogy a látogató *haza tudja vinni* a pincelátogatás során szerzett élményeit, és amikor otthon a barátaival, családtagjaival együtt elfogyasztja a terméket, visszaemlékezhet ezekre a pillanatokra (FOUNTAIN-CHARTERS 2009).

A helyi borokkal való elégedettség növeli a helyi borok iránt megnyilvánuló vásárlási szándékot, mind az utazás alatt, mind az utazást követően. Tehát amennyiben a megkóstolt bor elnyeri a turista tetszését, akkor igen valószínű, hogy szuvenírként fog belőle vásárolni egy palackkal a desztinációban, és hazatérését követően is keresni fogja a terméket (SERRA-CANTALLOPS et al. 2021).

A pincelátogatók szuvenírvásárlási szándékát pozitívan befolyásolja a bor mint termék iránti általános érdeklődésük, azaz akik eleve nagyobb érdeklődéssel fordultak a bor felé, nagyobb eséllyel vásároltak a borhoz kapcsolódó olyan ajándéktárgyakat, mint például a borospoharak, pólók vagy dugóhúzókat (DODD-GUSTAFSON 1997).

A reciprocitás (viszonosság) normája a pincészeteknél történő vásárlások esetében is érvényesül. Ennek értelmében amennyiben a látogatók kellemes élményekkel gazdagodnak egy borászat meglátogatása során, nagy valószínűséggel kialakul bennük a hála és akár a kötelességtudat érzése is, hogy viszonozzák a borászat személyzetének vendégszeretét. Ezek az érzések végül ahhoz vezethetnek, hogy a látogatók szükségét érzik annak, hogy bort és/vagy borhoz kötődő ajándéktárgyakat vásároljanak látogatásuk végén – ezzel fejezve ki hálájukat a vendéglátók felé (KOLYESNIKOVA-DODD 2008).

A borvásárlási hajlandósággal kapcsolatban hasonló következtetésre jutott FOUNTAIN és CHARTERS (2009) is, azaz amennyiben a látogató kedvező tapasztalatokat szerez a kiszolgálás során, akkor nagyobb eséllyel és szívesebben fog költeni.

A borvásárlás a fogyasztók számára pénzügyi, társadalmi és funkcionális kockázatokkal jár, amelyek jelentősen csökkenthetők a pincészetektől való vásárlással, mivel itt lehetőség nyílik a borok megkóstolására, valamint személyes, bizalomra épülő kapcsolat alakulhat ki a borással, illetve a személyzettel, melynek

révén a fogyasztó szakértő segítséget kaphat a számára megfelelő bor kiválasztásához (HALL-MITCHELL 2008).

5. A bevásárlóturizmus trendjei, különös tekintettel a fenntarthatóságra

Az Utazási és Turisztikai Világtanács bevásárlóturizmussal foglalkozó jelentése (WTTC 2023a) szerint a társadalmi és környezeti fenntarthatóságra való törekvés az egyik legmeghatározóbb tendencia a kiskereskedelmi szektor fejlődésében a Covid19-világjárványt követő időszakban. Mivel a fogyasztók egyre inkább tudatában vannak a környezetre és a társadalomra gyakorolt hatásuknak, a bevásárlóturizmus vonatkozásában is nagyobb hangsúlyt kapnak a fenntarthatósági és etikai szempontok, például a méltányos kereskedelemről származó vagy a műanyagmentes csomagolású termékek preferálása. Emellett a fenntarthatóság az üzletek építése során is érvényesül (például építési törmelék újrahasznosítása, fenntartható és felhős erdőgazdálkodásból származó faanyag használata stb.).

Egy 24 országban, több ezer ember megkérdezésével végrehajtott felmérés eredményei szerint a válaszadók mintegy 35%-a nyilatkozott úgy, hogy *valószínű* vagy *nagyon valószínű*, hogy figyelembe fogja venni a fenntarthatóságot a következő utazása során történő vásárlása folyamán, és e válaszadók mintegy 86%-a hajlandó lenne legalább 5%-os felárat fizetni a fenntartható termékekért. Az eredményekből az is látható, hogy a fenntarthatóság iránt a nők, a házasság, a fiatalabbak és a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők mutatnak nagyobb érzékenységet (WTTC 2023a).

A másik, a fenntarthatósággal is szoros kapcsolatban álló trend, hogy növekszik a turisták érdeklődése a helyi termékek, a helyi kultúra és a desztinációs specifikus élmények iránt. Ez egyértelműen hozzájárul a helyi kézművesek által előállított kézműipari termékek, illetve olyan exkluzív, helyi márkák iránti kereslet élénküléséhez, amelyeket csak az adott desztinációban lehet megvásárolni. A termékek, márkák, élmények különböző földrajzi térségekhez kötődő, illetve azokból fakadó egyedisége tehát kétségtelenül növekvő vonzerőt jelent az utazók számára, ami hozzájárulhat a helyi kis- és középvállalkozások fennmaradásához, a helyi kultúra és tradíciók megőrzéséhez (WTTC 2023a).

Egy hazai kutatás eredményei szerint a környezettudatos fogyasztói magatartás terjedése a magyar utazók körében is megfigyelhető. A válaszadók több, mint háromnegyede kerüli a felesleges

fogyasztást, és relatív többségük odafigyel arra, hogy környezetbarát terméket vásárol-e, illetve kerül az egyszer használatos árucikkek fogyasztását (GONDA-RAFFAY 2021).

6. Trendek a borturizmusban a fenntarthatóságra fókuszálva

A fenntarthatóság növekvő szerepe a borturizmusban egyrészt a piaci keresletre, nevezetesen a fogyasztók növekvő környezettudatosságára és ebből fakadóan a fogyasztói magatartás változására vezethető vissza, másrészt a kínálati oldalon lévő termelők is egyre inkább felismerték a fennmaradásuk alapját képező erőforrások megőrzésének fontosságát, illetve az ebben rejlő marketinglehetőségeket (MONTELLA 2017).

A borturizmus fenntarthatóságával foglalkozó szakirodalom kiemeli (MONTELLA 2017), hogy e fogalom kapcsán egyszerre kell érvényre juttatni az etikai és az erőforrásmegőrzési szempontokat, miközben tekintettel kell lenni a helyi közösségek szükségleteire is. Ez megköveteli az erőforrások (például földterületek, munkaerő stb.), a fejlesztések (például látogatóközpontok, infrastruktúra stb.) és a borturizmus hatásainak (például megnövekvő forgalom, a költés gazdasági hatásai stb.) azonosítását és menedzselését.

A borturizmus fenntartható fejlesztése csak az érintett szereplők együttműködése, hálózatosodása révén valósítható meg (MONTELLA 2017). Ennek egyik hatékony eszközt jelentik a borvidék települései által létrehozott borutak, amelyeknek a borkultúra, a kulturális és épített örökség védelme, a kultúrtáj és a természeti környezet megőrzése révén az a célja, hogy a térséget egységes termék-ként vigyék piacra (PISKÓTI et al. 2019). A borutak közösségi marketinggel, minősítési és védjegyrendszerrel segítik elő a helyi termékek beépülését a térség turisztikai és gasztronómiai kínálatába (VILLÁNYI BORVIDÉK é.n.).

A borturizmus fontos részét képezheti mind az országos, mind a kisebb léptékű fenntartható turizmusfejlesztést célzó koncepcióknak, hiszen egyaránt hozzájárul az adott térség gazdasági, társadalmi és környezeti dimenzióinak fenntartásához. A borturizmus elősegíti a munkahelyteremtést, növeli a helyi termékek értékesítését, és erősíti a kisvállalkozásokat, mindenekelőtt a borászatokat, amelyek alapvető fontosságúak a vidéki térségek gazdaságában (HALL-MITCHELL 2000).

A gazdasági fenntarthatóság szempontjából kiemelhető, hogy különösen a kisebb borászatok működése szinte teljes egészében a borturizmusra épülhet, illetve az újonnan alapított borászatok növekedésének megalapozásában is fontos szerepet tölthet be a

turistáktól a közvetlen értékesítésen keresztül befolyó bevétel. Ugyanakkor a már bejáratott termelők számára a borturizmus arra is lehetőséget kínál, hogy a látogatók körében teszteljék az új termékeiket (HALL-MITCHELL 2000).

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia szerint a magyarországi borturizmus a lendületesen fejlődő turisztikai termékek közé tartozik, mivel a borfogyasztók ízlése egyre kifinomultabbá válik, valamint folyamatosan bővül a borturisztikai attrakciók és helyszínek kínálata. A stratégia hangsúlyozza, hogy a borturizmus a helyi élelmiszertermelésre és kézműiparra épül, hozzájárul a helyi közösségek fejlődéséhez, tradicionális értékeik megőrzéséhez, színesíti a desztinációk élménykínálatát, csökkenti a szezonalitást, és képes látogatókat vonzani a kevésbé ismert, látogatott térségekbe (MTÜ 2017).

A borturizmus jövője szempontjából ugyanakkor kihívást jelent, hogy a fogyasztók körében növekszik az egészségtudatos életmód iránti érdeklődés, továbbá az Egészségügyi Világszervezet szerint az alkoholfogyasztás már kis mennyiségben is káros lehet az egészségre (WHO 2023).

7. Következtetések

A bevásárló- és a borturizmus kölcsönös kapcsolatban áll egymással, hiszen a borászatok felkeresését motiváló tényezők között meghatározó szerepe van a borvásárlásnak, a turisták pedig előszeretettel szereznek be a desztinációra jellemző helyi borokat saját maguk vagy mások részére szüvenírként.

Bár az elmúlt évtizedek extenzív növekedése nem a fenntartható fejlődés irányába mutatott, sem a bevásárló-, sem a borturizmus vonatkozásában, számos lehetőség kínálkozik, hogy a turisztikai termékek egy környezeti, társadalmi és gazdasági szempontból kívánatosabb fejlődési pályára álljanak.

Mindkét turisztikai termék hozzájárulhat a gazdasági fenntarthatósághoz a bevételek növelése, a szezonális csökkentése, illetve a foglalkoztatás bővítése révén. A két turizmusforma jól kiegészítheti egymást abban a tekintetben, hogy amíg a bevásárlóturizmus elsősorban a kereskedelmi központokként funkcionáló urbanizált területeken koncentrálódik, addig a borturizmus kerekein belül megvalósuló vásárlások inkább a rurális térségekben realizálódnak.

Amennyiben a látogatók helyi kézműipari és/vagy mezőgazdasági termékeket (ideértve a borokat is) vásárolnak, a helyi gazdaság és az azt tipikusan reprezentáló kis- és középvállalkozások fenntartásán keresztül a helyi társadalom, közösségek és kultúra, a hagyományos mesterségek, termelési

módszerek, valamint a gasztronómiai tradíciók és értékek fennmaradásához is hozzájárulhatnak. Ráadásul a turisták utazásukat követően is kereshetik a desztinációban megkedvelt termékeket, amelyek az exportlehetőségek bővülését eredményezve tovább javíthatják a helyi gazdasági szereplők anyagi helyzetét. Ugyanakkor a kereslet bővülése egyben potenciális veszélyforrás is, hiszen éppen a bor az egyik legeklatánsabb példája, hogy a mennyiségi igények növekedése számos termelőnél a borok minőségének romlásával párosulhat.

Az együttműködések és a hálózatosodás erősítése segítheti a társadalmi és a gazdasági fenntarthatóságot, amelyre a bevásárlóturizmusban az üzletfejlesztési körzetek, valamint a bevásárló- és tematikus utcák kialakítása (BUM 2024), míg a borturizmusban a borutak létesítése (CSIZMADIA et al. 2012) szolgál kiváló példaként.

A környezeti fenntarthatósághoz a bevásárlóturizmus egyrészt a városi terek értékeinek (például műemlékek, hagyományos üzletek) megőrzése és/vagy a leromlott városnegyedek revitalizációja révén járulhat hozzá, hiszen a rendezett, vonzó történelmi városközpontok a bevásárlóturisták népszerű célpontjai, így ezen vonzerő fenntartása nélkülözhetetlen a turisztikai termék sikerességéhez. Másrészt a környezetbarát módon előállított, csomagolt termékek forgalmazása, illetve az üzletek ilyen szellemiségben való kialakítása, működtetése (például megújuló energiaforrások használata) szintén erősítheti a környezeti fenntarthatóságot.

A borturizmus esetében a környezeti fenntarthatóság elsősorban a vidéki térségek környezetének, erőforrásainak (például talaj, vízkészlet stb.), hagyományos tájhasználati formáinak a megőrzésében nyilvánul meg, ami növelheti a régiók vonzerejét és versenyképességét. Az ökoturizmus keretein belül ebbe a folyamatba a magyarországi nemzeti parkok is bekapcsolódhatnak a hagyományos szőlő-, bor- és gyümölcstermesztési kultúra megismertetésén keresztül (GONDA 2022). Ugyanakkor a borturizmus akár még a tömegturizmus célpontjainak számító mediterrán desztinációkban is növelheti a fenntarthatóságot azáltal, hogy a turisták jelentette terhelést időben és térben is képes dekoncentrálni (SERRA-CANTALLOPS et al. 2021).

A fenntarthatóság holisztikus megközelítést feltételez, amelyhez nélkülözhetetlenek azok a tudományos vizsgálatok, amelyek komplex módon törekednek a desztinációk – beleértve a környezet, a lakosság, valamint a kis- és középvállalkozások (például bortermelők, kereskedők) – teherbíró képességének feltárására, és megalapozzák az együttműködésre, a különböző szereplők és

érdekek közötti egyensúly megteremtésére épülő részvétel megtervezését. A bor- és a bevásárlóturizmus egyaránt hozzájárulhat, illetve elősegítheti a desztinációk fenntartható módon való fejlődését, ehhez azonban a kínálati oldal átalakulása mellett arra is szükség van, hogy a fogyasztói attitűdben (környezettudatosság, túlfogyasztás kerülése) is mélyreható változások következzenek be (GONDA–RAFFAY 2021, HEGEDŰS et al. 2023).

Felhasznált irodalom

- CHOI, M. J. – HEO, C. Y. – LAW, R. (2016): Progress in shopping tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 33(sup1). pp. 1–24. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.969393>
- CSIZMADIA L. – ERDŐSI M. – SZABÓ G. (2012): *Borturizmus-marketing: Gyakorlati ismeretek*. Magyar Borutak Kft., Kecskemét.
- DODD, T. H. – GUSTAFSON, A. W. (1997): Product, environmental, and service attributes that influence consumer attitudes and purchases at wineries. *Journal of Food Products Marketing*. 4(3). pp. 41–59. https://doi.org/10.1300/J038v04n03_04
- DUARTE ALONSO, A. – KOK, S. – O'BRIEN, S. (2020): Sustainable wine tourism development through the lens of dynamic capabilities and entrepreneurial action: an exploratory four-region perspective. *Tourism Recreation Research*. 45(3). pp. 401–419. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1745000>
- FOUNTAIN, J. – CHARTERS, S. (2009): Generation Y as wine tourists: their expectations and experiences at the winery-cellar door. In: Benckendorff, P. – Moscardo, G. – Pendergast, D. (eds): *Tourism and generation Y*. Cabi, Wallingford. pp. 47–57. <https://doi.org/10.1079/9781845936013.0047>
- GONDA T. (2022): *Alternatív turizmus: Környezettudatosság és felelősségteljeség a turizmusban*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634547686>
- GONDA T. – RAFFAY Z. (2021): Környezettudatosak-e a hazai turisták? *Turizmus Bulletin*. 21(2). pp. 4–14. <https://doi.org/10.14267/turbull.2021v21n2.1>
- GYULAI I. (2013): Fenntartható fejlődés és fenntartható növekedés. *Statistikai Szemle*. 91(8-9). pp. 797–822.
- HALL, C. M. – MITCHELL, R. (2008): *Wine marketing*. Elsevier, Oxford. <https://doi.org/10.4324/9780080553283>
- HALL, C. M. – MITCHELL, R. (2000): Wine tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development. *Thunderbird*

- International Business Review*. 42(4). pp. 445–465. [https://doi.org/10.1002/1520-6874\(200007/08\)42:4%3C445::AID-TIE6%3E3.0.CO;2-H](https://doi.org/10.1002/1520-6874(200007/08)42:4%3C445::AID-TIE6%3E3.0.CO;2-H)
- HALL, C. M. – SCOTT, D. – GÖSSLING, S. (2020): Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*. 22(3). pp. 577–598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- HEGEDŰS S. – KISS K. – KOVÁCS E. (2023): A környezettudatos fogyasztói magatartás turisztikai aspektusai. *Turizmus Bulletin*. 23(1). pp. 15–24. <https://doi.org/10.14267/turbull.2023v23n1.2>
- KOLYESNIKOVA, N. – DODD, T. H. (2008): Effects of winery visitor group size on gratitude and obligation. *Journal of Travel Research*. 47(1). pp. 104–112. <https://doi.org/10.1177/0047287507312411>
- KÖNYVES E. (2015): *Borturizmus-borutak*. Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Debrecen.
- MÁTÉ A. – SZABÓ G. (2011): Bor- és gasztronómia terméktípus. In: Michalkó G. (szerk.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs.
- MEADOWS, D. H. – MEADOWS, D. L. – RANDERS, J. – BEHRENS, W. W. (1972): *The limits to growth: A report for the club of Rome's project on the predicament of mankind*. Universe Books, New York. <https://doi.org/10.1349/ddlp.1>
- MICHALKÓ G. (2016): *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630597173>
- MICHALKÓ G. (2004): *A bevásárlóturizmus*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár.
- MICHALKÓ G. (2001): A magyarországi bevásárlóturizmus szociálgeográfiai vonatkozásai. *Földrajzi Értesítő*. 50(1-4). pp. 255–270.
- MICHALKÓ G. – RÁTZ T. – RÉGI T. (2013): Turizmusnak látszó kiskereskedelem: az utazással párosuló termékbemutatók anatómiája a reklámcédulák alapján. *Tér és Társadalom*. 27(4). pp. 135–153. <https://doi.org/10.17649/tet.27.4.2560>
- MIKHÁZI ZS. – SALLAY Á. – MÁTÉ K. – CSEMEZ A. (2018): A borturizmus múltja, jelene és jövője az Etyek-Budai borvidéken. *Turizmus Bulletin*. 18(1). pp. 4–16. <https://doi.org/10.14267/turbull.2018v18n1.1>
- MONTELLA, M. M. (2017): Wine tourism and sustainability: A review. *Sustainability*. 9(1). 113. <https://doi.org/10.3390/su9010113>
- PISKÓTI I. – BENE Z. – MARIEN A. – NAGY K. – SZAKÁL Z. (2019): Borút, borturizmus – Integrált fejlesztési koncepció, módszertan és menedzsment-gyakorlat. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 4(3). pp. 21–35. <https://doi.org/10.15170/tvt.2019.04.03.02>
- SANTOS, V. R. – RAMOS, P. – ALMEIDA, N. – SANTOS-PAVÓN, E. (2019): Wine and wine tourism experience: A theoretical and conceptual review. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 11(6). pp. 718–730. <https://doi.org/10.1108/whatt-09-2019-0053>
- SERRA-CANTALLOPS, A. – RAMÓN-CARDONA, J. – VACHIANO, M. (2021): Increasing sustainability through wine tourism in mass tourism destinations. The case of the Balearic Islands. *Sustainability*. 13(5). 2481. <https://doi.org/10.3390/su13052481>
- SZYTNIEWSKI, B. B. – SPIERINGS, B. – VAN DER VELDE, M. (2017): Sociocultural proximity, daily life and shopping tourism in the Dutch-German border region. *Tourism Geographies*. 19(1). pp. 63–77. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1233289>
- TIMOTHY, D. J. (2005): *Shopping Tourism, Retailing and Leisure*. ChannelView Publications, Clevedon. <https://doi.org/10.21832/9781873150610>
- TÖMÖRI M. (2021): Magyarország láthatatlan nemzetközi turizmusának alakulása 2010 és 2019 között. *Területi Statisztika*. 61(2). pp. 170–188. <https://doi.org/10.15196/ts610203>
- VÁRHELYI T. (2013): *Borturizmus*. EKF Líceum Kiadó, Eger.

Internetes források

- BUM (2024): *Budapest bevásárló és tematikus utcái*. <https://heyzine.com/flip-book/5c76de619c.html> Letöltve: 2025. június 10.
- ENSZ (2015): *Világunk átalakítása: Fenntartható Fejlesztési Keretrendszer 2030*. <https://ensz.kormany.hu/download/7/06/22000/Vil%C3%A1gunk%20%C3%A1talak%C3%ADt%C3%A1sa%20Fenntarthat%C3%B3%20Fejleszt%C5%91d%C3%A9si%20Keretrendszer%202030.pdf> Letöltve: 2024. szeptember 20.
- MTÜ (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030*. Magyar Turisztikai Ügynökség. <https://www.edutus.hu/wp-content/uploads/2020/10/Nemzeti-Turizmusfejlesztasi-Strategia-2030.pdf> Letöltve: 2024. augusztus 5.
- SZÁZADVÉG (2021): *Hazai borturizmus kutatás*. Századvég Közéleti Tudásközpont Alapítvány. https://bor.hu/media/uploads/Borturizmus_kutatasi_jelentes_MBSZ_v%C3%A9gleges.pdf Letöltve: 2024. július 11.
- UNWTO (2014): *AM Reports, Volume eight – Global Report on Shopping Tourism*. Madrid: World

- Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416172> Letöltve: 2024. február 27.
- UNWTO – UNDP (2017): *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. Madrid: World Tourism Organization and United Nations Development Programme. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/UNWTO_UNDP_Tourism%20and%20the%20SDGs.pdf Letöltve: 2024. szeptember 6.
- VILLÁNYI BORVIDÉK (é.n.): *Villányi Borvidék helyi termék védjegye*. <https://villanyiborvidek.hu/villanyi-borvidek-helyi-termek-vedjegy/> Letöltve: 2025. június 4.
- WHO (2023): *No level of alcohol consumption is safe for our health*. <https://www.who.int/europe/news/item/04-01-2023-no-level-of-alcohol-consumption-is-safe-for-our-health> Letöltve: 2025. június 9.
- WTTC (2023a): *Global Retail Tourism – Trends & Insights*. World Travel & Tourism Council, London. <https://researchhub.wttc.org/product/global-retail-tourism-trends-insights-full-report> Letöltve: 2024. január 4.
- WTTC (2023b): *A World in Motion – Shifting Consumer Travel Trends in 2022 and Beyond*. World Travel and Tourism Council, London. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fr/Documents/consumer-business/Publications/wttc-consumer-trends-report-2023.pdf> Letöltve: 2024. február 14.

Határ menti kulturális és turisztikai együttműködések megvalósulása Kárpátalján a háború árnyékában

Implementation of cross-border cultural and tourism cooperation in Transcarpathia in the shadow of war

Szerző: Tarpai József¹

Az Ukrajnában található Kárpátalja megye kedvező földrajzi elhelyezkedésének köszönhetően az Európai Unió által támogatott határ menti együttműködések kiemelt szereplője. Az aktuális pályázati felhívásokon keresztül lehívható források évtizedek óta fontos szerepet játszanak a régió prosperitásának javításában, melyben meghatározó szerep jut a turizmusfejlesztésnek. A Magyarország–Szlovákia–Románia–Ukrajna ENI Határon Átnyúló Együttműködési Program 2014–2020 keretén belül meghirdetett prioritások között szintén helyet kapott a turizmus, melynek köszönhetően számos turizmussal kapcsolatos együttműködés valósult meg a régióban a Covid19-világjárvány és a 2022 februárjában kitört orosz–ukrán háború ellenére is.

Thanks to its favorable geographical location, Transcarpathia (Ukraine) is a key participant in European Union-supported cross-border cooperation. For decades, funds available through current calls for proposals have played an important role in improving the prosperity of the region, with tourism development playing a defining part. Within the framework of the Hungary–Slovakia–Romania–Ukraine ENI Cross-Border Cooperation Programme 2014–2020, tourism was among the priorities announced. Thanks to this, numerous tourism-related cooperations were implemented in the region despite the Covid19 pandemic and the outbreak of the Russian–Ukrainian war in February 2022.

Beérkezett/Received: 21. 03. 2025. Elfogadva/Accepted: 06. 07. 2025.

Kulcsszavak: Kárpátalja megye, határ menti együttműködés, turizmusfejlesztés.

Keywords: Transcarpathia, cross-border cooperation, tourism development.

1. Bevezetés

A magyarországi rendszerváltást (1989) követően megnyíló határok a kapcsolatok újjászületését hozták magukkal az egyének, a közösségek és az államok szintjén egyaránt. Ebben az időszakban a határon átnyúló kapcsolatok fejlesztésében kiemelkedő szerepet játszottak az európai együttműködések. Ilyen volt például az 1993. február 14-én Debrecenben megalakult, közel 150 000 km² és megközelítően 15 milliós népességű Kárpátok Eurorégió Interregionális Szövetsége, amely az európai régiók fő ismérveit szem előtt tartva a kölcsönös, határokat áthidaló gazdasági, szociális, kulturális, illetve más jellegű együttműködések

létesítése és fenntartása érdekében végezte tevékenységét (SÜLI-ZAKAR 2008). A Szövetségnek Ukrajna további három megyéje mellett Kárpátalja is tagja volt. A határon átnyúló kapcsolatok kibontakozása a továbbiakban magával hozta az Európai Unió (EU) külső határait érintő támogatási politika kiépülését.

Kárpátalja megye (Закарпатська область, Zakarpatska oblast), Ukrajna legnyugatibb megyéjeként, különösen előnyös helyzetbe került a potenciális partnerségek kialakítása terén, melynek Magyarország, Szlovákia és Lengyelország 2004-ben lezajlott uniós csatlakozása újabb lendületet adott. Az EU-bővítés következtében ugyanis a megye a nemzetközi együttműködések lehetséges célterületéből egyszerre az Európai Unió közvetlen szomszédjává vált, amivel jelentős támogatási források váltak számára elérhetővé.

2004 és 2006 között az úgynevezett Szomszédcsági Program (Neighbourhood

¹ docens, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, tarpai.jozsef@kmf.org.ua

Programme) képezte a határ menti együttműködések egységes keretét, melyet 2007-től az ENPI (European Neighbourhood and Partnership Instrument, Európai Szomszédsági és Partnerségi Eszköz) programok váltottak fel. Ebben az időszakban már Kárpátalja megye összes külső határszakasza EU-s határszakasz is egyben. Ennek megfelelően a megye négy országgal, illetve egész pontosan azok határ menti területeivel határos, melyek északról dél felé haladva: Lengyelország (Województwo Podkarpackie), Szlovákia (Kassa és Eperjes megye), Magyarország (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye), Románia (Szatmár és Máramaros megye). Ezért Kárpátalja megye a különböző programkiírások feltételeinek megfelelően, a fentnevezett országok irányába történő határ menti partnerségek kiépítésében, illetve az innen érkező együttműködési kezdeményezések viszonyzatában volt érdekelt.

A határ menti együttműködések jelentőségének növekedését mutatja, hogy elsősorban az ENPI-programok kihirdetése után, megjelentek az infrastruktúrafejlesztést (például a határátkelőhelyek korszerűsítése az ukrán–magyar, az ukrán–szlovák és az ukrán–román határon), a nagyobb beruházások kivitelezését, a környezetvédelem erősítését, illetve az árvízvédelmet célzó projektek.

A gazdasági és a társadalmi fejlődésen belül a prioritások között kiemelt helyen szerepelt a határon átnyúló turizmus fejlesztése. A 2007-2013-as európai uniós programozási időszak Kárpátalját érintő turisztikai együttműködési a különböző határon átnyúló túraútvonalak kiépítésére, közös desztinációs menedzsment bevezetésére, a kerékpáros túraútvonalak integrált hálózatának létrehozására, valamint egy nemzetközi natúrpark feltételeinek megteremtésére irányultak (TARPAI 2013).

A határ menti együttműködések fejlődése a vizsgált határrégióban a fent említett programidőszak végeztével sem torpant meg, hiszen meghirdetésre került a *Magyarország–Szlovákia–Románia–Ukrajna ENI (European Neighbourhood Instrument, Európai Szomszédsági Eszköz) CBC (Cross-Border Cooperation, Határon Átnyúló Együttműködési) Program 2014–2020*, melynek a Kárpátalja megyét érintő kulturális és turisztikai vonatkozásai a továbbiakban kerülnek bemutatásra.

2. Szakirodalmi áttekintés

A határrégiók az Európai Unió regionális politikájának stratégiai célrendszerében kiemelt helyet foglalnak el. Itt mutatkozik meg leginkább a fejlettségbeli különbségek mérséklésének, az elmaradott régiók felzárkóztatásának és fejlesztésének, valamint a kohézió és az európai integráció erősítésének

az igénye és lehetősége (BARANYI 2008). Ezt igazolja az a tény is, hogy az EU folyamatosan biztosítja a határ menti együttműködések fejlődéséhez szükséges támogatási kereteket. Ukrajna vonatkozásában az egyik ilyen a *Magyarország–Szlovákia–Románia–Ukrajna ENI CBC Program 2014–2020*.

A fentnevezett Program meghirdetése idején jelentősen megváltozott Ukrajna és az Európai Unió viszonya, ugyanis 2014. június 27-én Petro Porosenko akkori ukrán elnök aláírta az Európai Unió és Ukrajna közötti, mélyreható és átfogó, a szabadkereskedelmi zónát is magába foglaló társulási szerződést. Ez a lépés tovább mélyítette az Ukrajna és Oroszország közötti politikai és katonai ellentétet, ami néhány év múlva, 2022. február 24-én nyílt katonai konfliktus kirobbanásához vezetett. Ukrajna mindeközben egy pillanatra sem állt el az európai integrációt célzó politikájától, aminek egyik eredményeként 2017-ben az ukrán állampolgárok vízummentességet kaptak az Unió területére történő beutazásra vonatkozóan. Végül 2024 júniusában magukat az uniós csatlakozási tárgyalásokat is megkezdte az ország. Ukrajna európai integrációs törekvései és az orosz–ukrán háború minden bizonnyal nagyban kihatnak majd az Európai Unió regionális politikájának alakulására, viszont egyelőre a korábban kialakult keretrendszer biztosítja a határ menti kapcsolatok működését.

A *Magyarország–Szlovákia–Románia–Ukrajna ENI CBC Program 2014–2020* átfogó célja intenzív és hatékony társadalmi és gazdasági együttműködés generálása volt Ukrajna és az uniós tagállamok közös határ menti régióiban. A Program a 2014–2020-as programozási időszakban közel 74 millió euró értékben támogatta a magyar–szlovák–román–ukrán határtérség határon átnyúló együttműködési projektjeit. A Program összköltségvetése mintegy 81,3 millió eurót tett ki (MAGYARORSZÁG–SZLOVÁKIA–ROMÁNIA–UKRAJNA ENI CBC PROGRAM 2022).

A Program keretében kizárólag olyan pályázatok benyújtására, illetve projektek támogatására volt lehetőség, melyek megvalósításában legalább egy ukrán és egy tagállami (magyar, szlovák vagy román) szervezet vesz részt a jogosult programterületről (1. ábra).

A *Magyarország–Szlovákia–Románia–Ukrajna ENI CBC Program 2014–2020 Közös Operatív Program (2019)* szerint a tematikus célkitűzések az alábbiak:

- környezetvédelem, valamint az éghajlatváltozás hatásainak enyhítése és az alkalmazkodás megvalósítása,
- a térségek megközelíthetőségének javítása, fenntartható és időjárásálló közlekedési és hírközlési rendszerek kialakítása,

- közös kihívások a biztonság területén,
- a helyi kultúra népszerűsítése és a történelmi örökség megőrzése.

Ez utóbbi célkitűzésen belül kapott helyet a Programban a turizmus. Nevezetesen *A helyi kultúra és történelmi örökség turisztikai tevékenységek által történő népszerűsítése* elnevezésű prioritáson keresztül. A történelmi épületek megőrzésével a prioritás célja a támogatásra jogosult terület közös turisztikai célpontként történő fejlesztése kulturális, történelmi és vallási értékek alapján.

1. ábra

A Magyarország-Szlovákia-Románia-Ukrajna ENI CBC Program 2014–2020 támogatásra jogosult területei



Forrás: <https://huskroua-cbc.eu/>

A Program keretében három felhíváson keresztül lehetett pályázni a támogatási forrásokra. Az első pályázati felhívás (2017 februárja) kifejezetten nagy infrastrukturális projektek megvalósítására került meghirdetésre, ahol legalább 2,5 millió eurós költségvetési részt kellett infrastruktúra beszerzésére fordítani a Programban meghatározott feltételekkel. A második felhívás (2017 májusa) során a Programban meghatározott összes prioritási témakörben lehetett pályázni, beleértve a turisztikai témájúakat is. Jelen kutatás tárgyát az erre a felhívásra benyújtott és azóta megvalósult kulturális és turisztikai projektek vizsgálata képezi. A harmadik felhívás (2019 novembere) keretében szintén lehetőség volt turisztikai projektek benyújtására. Kárpátaljai partnerek részvételével összesen hat projekt nyert támogatást, de ezek még nem zárultak le, így a jelen kutatásba nem kerültek be.

A program megvalósítását olyan események nehezítették, mint az időközben kitört Covid19-járvány, illetve a 2022. február 24-én kezdődött

orosz-ukrán katonai konfliktus. Ezek az események nemcsak a projektek lezárásának időbeli kitolódását eredményezték, hanem a következő támogatási programkiírás² meghirdetésére is hatással voltak. A pályázati források kiírásának csúszása azt eredményezte, hogy jelen tanulmány elkészülésének idején, 2024 végén, még csak az első felhívásra beérkezett pályázatok értékelésének szakaszában tart a Program.

3. Módszerek

Jelen tanulmány tárgyát azon kárpátaljai partner részvételével megvalósult kulturális és turisztikai projektek vizsgálata képezi, amelyek a *Magyarország-Szlovákia-Románia-Ukrajna ENI CBC Program 2014–2020* programidőszakában meghirdetett második felhívás keretében nyertek támogatást. A kutatás legfőbb célja ezen projektek Kárpátalja turizmusára gyakorolt hatásának felmérése.

A kutatás első lépéseként a fentnevezett Program honlapján közreadott információk feldolgozásával összegyűjtöttem a kárpátaljai vonatkozású turisztikai témájú együttműködéseket. Második lépésként összeállítottam egy kérdőívet, amelyet eljuttattam azoknak a Kárpátalja megyében működő szervezeteknek, amelyek főpályázóként vagy partnerként részt vettek turizmussal kapcsolatos ENI-projektek megvalósításában a vizsgált időszakban. A kérdőíves felmérés 2024. szeptember 1. és 2024. október 31. között zajlott le.

Szekunder kutatási módszerként elsősorban a szakirodalmi források áttekintése, valamint a vonatkozó pályázati dokumentumok és jogszabályok tanulmányozása, illetve elemzése szolgált.

4. Eredmények

A *Magyarország-Szlovákia-Románia-Ukrajna ENI CBC Program 2014–2020* második felhívása keretében Kárpátalja részvételével összesen 11 turisztikai témájú projekt valósult meg, 17 ukrajnai (kárpátaljai) partnerszervezet közreműködésével.

Ez jelentős szám, hiszen egyetlen másik célkitűzéshez kapcsolódó prioritáson belül sem kapott zöld utat ennyi együttműködés. A környezetvédelemhez kapcsolódó célkitűzés keretén belül megvalósult projektek száma: 7, a közlekedéssel kapcsolatos projektek száma: 6. A biztonságos határtérség kialakítását célzó célkitűzés keretén belül a prevencióval kapcsolatosan 6, míg az egészségüggyel kapcsolatosan 7 projekt nyert támogatást.

² Lásd bővebben: Interreg VI-A Next Hungary-Slovakia-Romania-Ukraine 2021–2027 Programme, <https://next.huskroua-cbc.eu/#> Letöltve: 2024. december 30.

Szintén fontos megemlíteni, hogy a második felhívás keretében támogatást nyert turisztikai projektek csaknem mindegyike kárpátaljai vonatkozású. Mindössze 3 turisztikai projekt kapott támogatást a szomszédos megyékben: Ivano-Frankivszk megyében 2, illetve Csernovic megyében 1 projekt.

Jelen kutatás tárgyát a fent említett 11 turisztikai témájú projekt eredményeinek vizsgálata képezi. A nyertes projektekre vonatkozó legfontosabb adatokat az 1. táblázat összesíti.

A megvalósult projektek a programkiírásban meghatározott célkitűzésnek és prioritásnak megfelelően a helyi kultúra népszerűsítésén és a

1. táblázat

A Magyarország-Szlovákia-Románia-Ukrajna ENI CBC Program 2014-2020 keretében támogatott kárpátaljai vonatkozású turisztikai témájú projektek

Projekt megnevezése	Partnerek	Támogatási összeg (EUR)
Kulturális kapcsolatok – kulturális mobilitás a határ régióban	• Szatmári Megyei Múzeum (RO) • Ukrán Kultúra Múzeuma (SK) • Kárpátaljai Néprajzi Múzeum (UA)	508.572,00
A közös történelmi és kulturális örökség helyreállítása	• Gótikus Út Gyöngyszemei Nonprofit Szervezet (SK) • Munkácsi Görögkatolikus Egyházmegye (UA)	944.589,63
A történelmi Sóút turisztikai vonzerejének helyreállítása	• Kárpátalja Területfejlesztési és Együttműködési Ügynökség (UA) • Huszt város Önkormányzata (UA) • SZSZBMFÜ Nonprofit Kft. (HU)	344.626,40
SMARTMúzeum	• „Jadro” Projektmenedzserek Egyesülete Civil Szervezet (UA) • Munkácsi Történelmi Múzeum (UA) • Kassa Megye Önkormányzata (SK) • Kassai Területfejlesztési Ügynökség (SK) • Herman Ottó Múzeum (HU) • Füzéri Vármúzeum (HU)	721.501,29
KRA'GAS	• Máramarosi Kereskedelmi- és Iparkamara (RO) • Babes-Bolyai Tudományegyetem (RO) • Miskolci Egyetem (HU) • Ungvári Nemzeti Egyetem (UA) • Borsod-Abaúj-Zemplén Vármegyei Kereskedelmi- és Iparkamara (HU) • Tes Fund Kárpátaljai Vállalkozásfejlesztési Alapítvány (UA)	581.954,68
Művészeteken át	• Nagymihály Város Önkormányzata (SK) • Ungvár Város Önkormányzata (UA) • Novum Információs-Innovációs Fejlesztési Központ (UA) • Sátoraljaújhely Város Önkormányzata (HU)	998.750,76
A határokon átnyúló kulturális párbeszéd az európai kulturális örökség megőrzése érdekében	• Jakabfőde Község Önkormányzata (SK) • Nagyberezsnai Községi Tanács (UA) • -A polgári kezdeményezések központja Jótékonysági Alapítvány (UA)	922.813,83
Történelmi műemlékek rekonstrukciója	• Szinna Város Önkormányzata (SK) • Huszt Város Önkormányzata (UA)	807.222,31
Határokon Átnyúló Művészeti Tér – ArtSpace	• Nagykapos és Vidéke Társulás (SK) • Kárpátok Művészeti és Kulturális Egyesület (HU) • Pro Cultura Subcarpathica (UA)	724.636,04
Egyházi kulturális örökség és turizmusfejlesztés Nyíregyházán és Beregszászon	• Nyíregyházi Magyarok Nagyasszonya Római Katolikus Egyházközség (HU) • Beregszászi Római Katolikus Egyházközség (UA) • Nyíregyházi Turisztikai Nonprofit Kft. (HU) • Ukrán-Magyar Területfejlesztési Iroda (UA)	844.979,11
A Felső-Tisza régió épített és szellemi örökségének megőrzése	• Szabolcs-Szatmár-Bereg Vármegyei Területfejlesztési és Környezetgazdálkodási Ügynökség Nonprofit Kft. (HU) • Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács (UA) • Kárpátaljai Magyar Kulturális Szövetség (UA)	811.804,17

Forrás: saját szerkesztés a <https://huskroua-cbc.eu/> alapján

történelmi örökség megőrzésén alapultak, központi elemként építve a kapcsolódó régiók nemzetiségi sokszínűségére és gazdag történelmi-kulturális hagyományaira, mindezt úgy ötvözve, hogy az egyes fejlesztések és egyéb projektaktivitások turisztikai funkciót kapjanak. A megvalósult projektek területi elhelyezkedését a 2. ábra szemlélteti.

Kulturális kapcsolatok – kulturális mobilitás a határ régióban néven, három múzeum együttműködésével zajlott le az a projekt, amelynek a szakmai vonatkozásokon (tudományos konferenciák, terpegyakorlatok lebonyolítása, tudományos kiadványok megjelentetése, kiállítás szervezése, eszközfejlesztés) túl turisztikai együttműködések segítő tevékenységei is megvalósultak. Ez utóbbiak közé sorolható például a kétnyelvű brosúrák kiadása Kőrösmező, Középpapsa, Alsókalocsa, Visk, Uzsok településekről, egy a régióban élő nemzetiségek esküvői viseleteit bemutató kiállítás és a *Rural landscape between culture and tourism* (Vidéki táj a kultúra és a turizmus között) elnevezésű fotókiállítás megszervezése, továbbá a projektbe bevont határ menti régió közös értékeinek megismerését segítő applikáció (COOL Museums) elkészítése.

2. ábra

A Magyarország-Szlovákia-Románia-Ukrajna ENI CBC Program 2014-2020 keretében támogatott kárpátaljai vonatkozású turisztikai témájú projektek területi elhelyezkedése és az együttműködések irányai



Forrás: saját szerkesztés a <https://huskroua-cbc.eu/> alapján

A közös történelmi és kulturális örökség helyreállítása című projekt keretében felújításra került a kassai Orbán-torony, valamint helyreállítási és restaurálási munkálatokat végeztek az ungvári görögkatolikus székesegyházban. Ez utóbbi számos értékes műtárgyat, műalkotást őrzött meg a vészterhes időkben, amivel jelentősen hozzájárult a régió kulturális örökségének fennmaradásához. Az együttműködés egyik fontos eredménye A Szent Kereszt Felmagasztalása Székesegyház és a munkácsi püspökök rezidenciája Ungváron c. könyv megszületése³. A projekt kapcsán végzett tevékenységek elsősorban a történelmi örökség megőrzésében játszanak kulcsfontosságú szerepet, ami egyúttal turisztikai jelentőségüket is meghatározza.

A történelmi Sótut turisztikai vonzerejének helyreállítása elnevezésű projekt tulajdonképpen egy határokon átívelő tematikus turistaút vonal kidolgozását célozta meg, a cél régiók közös történelmi és kulturális örökségének népszerűsítésére. A projekt keretében megjelent egy a történelmi Sótut bemutató kiadvány, illetve lezajlott egy a témával kapcsolatos kutatás, valamint területrendezési és szemétszedési akciókat szerveztek a Kovászói és a királyházi várromoknál, valamint Viskén a várhegyen. Továbbá kihelyezésre került a sóutat szimbolizáló 10 miniszobor a Visk-Huszt-Királyháza-Nagyszőlős-Kovácsó-Tiszabecs-Vásárosnamény-Csenger-Nyírbátor-Nagykálló útvonalon (TARPAI 2020).

SMARTMúzeum néven zajlott az a projekt, amelynek célja a történelmi-kulturális örökség interaktív, izgalmas formában való bemutatása volt a munkácsi várban, ami hozzájárul a múzeum turisztikai vonzerejének, illetve látogatottságának növeléséhez. A projekt keretében mintegy 450 négyzetméternyi helyiséget újítottak fel az alsó várban, ahol interaktív 3D-s makettek segítségével készült bemutatókiállítás ismerteti a vár különböző korszakait. A szintén a projekt finanszírozásával kialakított 30 férőhelyes mozi teremben a vár történelmét bemutató animációs filmet tekinthetik meg a látogatók, mely 2023 augusztusában – a projekt lezárásakor – már közel 30 ezer megtekintéssel rendelkezett⁴.

A KRA'GAS nevet viselő projekt innovatív megközelítés alkalmazását tűzte ki célul a kézművesség és a gasztronómiai örökség turisztikai potenciáljának népszerűsítéséhez a magyar-román-ukrán határ menti régióban. Létrehozásra került a ViaGastrocarpathia elnevezésű kulturális útvonal a kézműves mesterségek és a gasztronómia bemutatására és népszerűsítésére a turisták körében.

³ <https://zakarpattyia.net.ua/News/231311-V-Uzhhorodi-predstavlyi-rezultaty-masshtabnoi-restavratsii-hreko-katolytskoho-Kafedralnoho-soboru> Letöltve: 2024. december 30.

⁴ <https://zaktour.gov.ua/u-mukachevi-prezentuvaly-rezultaty-p/> Letöltve: 2024. december 30.

Művészeteken át – ezzel a címmel valósult meg az a projekt, amely a kulturális örökség emlékhelyeinek megővésére, új tartalommal, funkciókkal való megtöltésére, galériák létrehozására irányult a szlovákiai Nagymihályban és Ungváron. A projekt keretében galéria nyílt⁵ az Ungvár belvárosában található egykori Rákóczi-pince épületében, mely ma a Bagolyvár Történelmi-Kulturális Központnak ad otthont.

A határokon átnyúló kulturális párbeszéd az európai kulturális örökség megőrzése érdekében című projekt a szlovák-ukrán határra jellemző hagyományok és kulturális örökség megőrzését tűzte ki célul, a helyi lakosok és a turisták tudatosságának növelésén, valamint a közösségi szerepvállalás előmozdításán keresztül⁶.

A Történelmi műemlékek rekonstrukciója elnevezésű projekt kapcsán felújításra került egy kis udvarház Szinna városában, a szlovák-ukrán határ szlovák oldalán. Az együttműködésben partnerként részt vevő ukrain Huszt Város Önkormányzata a település egyik fő turisztikai látványossága – a huszti várrom – látogathatóságának javítását tűzte ki célul. Ennek kapcsán útjavításokat végeztek a kiemelt jelentőségű építészeti emlékhöz vezető útszakaszon (1100 m), illetve tereprendezési munkákat folytattak⁷.

Határokon Átnyúló Művészeti Tér – ArtSpace néven zajlott az a projekt, mely elsősorban kulturális intézmények kialakítására, örökségkutatásra, kulturális menedzserképzésre, valamint marketing továbbképzésre irányult. A határokon átnyúló kulturális művészeti tér fő feladata egy platform (CBC ArtSpace) létrehozása volt a célrégiók közös turisztikai célpontként történő népszerűsítésére, ami alapul szolgálhat a közös kulturális eseményeknek, a helyi turisztikai termékek piacának, valamint a promóciós és képzési tevékenységeknek a kulturális vezetők és a helyi termelők számára. A projekt előirányozta a magyar közösségi központ felújítását Nagykaposon, a szlovák-ukrán határ szlovákiai oldalán. A megvalósítási szakasz ideje alatt Kárpátalján több, mint 100 programot szerveztek, amelyeken a Covid19-járvány és az orosz-ukrán háború ellenére is több ezren vettek részt, emellett Beregardó településen⁸ sikerült be rendezni a Perényi Kultúrkúriát.

Az *Egyházi kulturális örökség és turizmusfejlesztés Nyíregyházán és Beregszászon* nevet viselő

projekt keretén belül több infrastrukturális fejlesztés ment végbe. Felújításra került a nyíregyházi Magyarok Nagyasszonya-társszékesegyház orgonája, modern mellékhelyiségek kerültek beépítésre a templomban, illetve kialakításra került egy kilátó. Ezen kívül látogatóközpont és közösségi helyiség létesült a plébánia épületében, továbbá kialakításra került három vendégszoba, nagyban növelve a helyszín turisztikai vonzerejét. Az ukrán oldalon felújításra került a beregszászi Szent Kereszt Felmagasztalása templom épületének tetőszerkezete, ereszcatornája és vízelvezető rendszere⁹. Továbbá a munkálatok során új turisztikai attrakció kialakítása céljából látogathatóvá tették a templom harangtornyát, ahonnan csodás kilátás nyílik a városra és környékére.

A *Felső-Tisza régió épített és szellemi örökségének megőrzése* nevet viselő projekt megvalósítása során 8 kulturális helyszín és egy tájház került felújításra, illetve kialakításra Ukrajnában Nagymuzsalyban, Salánkon, Tiszacsomán, Viskén, valamint Magyarországon Kisvárdán, Tiszabezdédén, Tarpán és Penyigén. A kárpátaljai helyszíneket turistakalauz kiadványok mutatják be: *Tiszacsoma és környéke, Nagymuzsaly és környéke, Salánk és környéke, Visk és környéke* címmel. Ezek a projekt honlapján (tajhazak.org) online formában ukrán és magyar nyelven is elérhetőek (STORIES OF COOPERATION 2024).

A támogatott projektekben részt vevő kárpátaljai szervezetek/intézmények adatainak összesítése alapján megállapítható, hogy a pályázati tevékenység iránt a legnagyobb aktivitást a civil szervezetek mutatják, melyek tevékenységi köre széles skálán mozog: területfejlesztés, projektmenedzsment, innováció, kultúra, turizmus. Őket az önkormányzatok, illetve az egyéb állami fenntartású intézmények, mint például a múzeumok és az oktatási intézmények követik. De a határ menti együttműködésbe a vizsgált időszakban egyházi szervezetek és különböző alapítványok is bekapcsolódtak.

További jellemzője a vizsgált projektrésztvevő szervezeteknek/intézményeknek, hogy mintegy 70%-uk 1991 és 2006 között alakult meg vagy jött létre, a rendszerváltás nyomán induló belső területi szerveződés és a határ menti együttműködések kialakulásának időszakában. Ezzel korrelálva a választódó szervezetek mintegy 80%-a vett már részt

⁵ <https://zakarpattya.net.ua/News/209140-Uzhhorod-i-Mykhailivtsi-spilno-vtiliuvatyut-mut-hrantovyi-proiekt-Cherez-mystetstvo-ruinui-emo-kordony> Letöltve: 2024. december 30.

⁶ <https://vberez-rada.gov.ua/uspishno-realizovani-proekti-velikobereznianskoi-gromadi-13-25-45-28-10-2024/> Letöltve: 2024. december 30.

⁷ <https://khust-miskrada.gov.ua/proiekt/> Letöltve: 2024. december 30.

⁸ <https://cbc-artspace.com/> Letöltve: 2024. december 30.

⁹ <http://umti.info/index.php?op=item&c=Projektek&id=113> Letöltve: 2024. december 30.

korábban az Európai Unió által finanszírozott valamely más határ menti együttműködési programban, leginkább a turizmus, az örökségvédelem, az oktatás, a kultúra, az egészség, a környezetvédelem, a környezetbarát közlekedés vagy a vállalkozásfejlesztés területén.

Ugyanakkor az is megállapítható, hogy a határ menti együttműködésekben részt vevő kárpátaljai szervezetek/intézmények leginkább partnerszervezetként vesznek részt egy-egy projektben. A vizsgált 11 projektből mindössze két esetben fordult elő az, hogy az ukrainai résztvevő a főpályázó is egyben. Ez arra enged következtetni, hogy ezek az EU-s támogatással megvalósuló együttműködések ad hoc módon, az uniós partnerszervezetek kezdeményezése alapján és lehetőségeinek függvényében jönnek létre, azon kitétel betartása érdekében, miszerint a programszabályoknak megfelelően mindenképpen szükség van egy ukrainai, esetünkben kárpátaljai partner bevonására. Ez tovább erősíti azt az évtizedes gyakorlatot, mely szerint az együttműködések nem stratégiaorientáltan működnek, hanem eseti programokat, fejlesztéseket generálnak a vizsgált régió turizmusában.

Tovább árnyalja a képet a partneri kapcsolatok jellemzése, melynek alapjául a felmérés során kapott válaszok szolgálnak. A válaszadók csaknem 50%-a választott magának partnert a hasonló küldetés és célok miatt, de hangsúlyos azon adatközlők száma is (30%), akik a korábbi együttműködésre alapozva választották meg partnerüket. Az együttműködések kialakításakor 10%-10%-ban volt meghatározó indok a földrajzi közelség, illetve a közös nyelv. A partnerségek kialakításában a magyar és a szlovák szervezetek voltak a legaktívabbnak, míg román oldalról mindössze két projektben volt érdekelttség. Minden bizonnyal ez azzal is magyarázható, hogy az ukrán-román együttműködések támogatására külön program került meghirdetésre¹⁰.

Az adatközlők szerint a projektpartnerek közötti együttműködés szintjét 50%-50%-ban jellemzik az ad hoc, illetve a rendszeres, hosszútávú együttműködések. Arra a kérdésre, hogy a Program befejezését követően a következő uniós programozási időszakban a megkérdezettek tervezik-e projektjük folytatását korábbi partnereikkel, csupán 20% válaszolt igennel, míg 60% csak néhány partnerrel vinné tovább, a fennmaradó 20% pedig más partnerségben folytatná projektjét.

A hatékony partneri együttműködés kialakítása mellett egy projekt megvalósítása szempontjából meghatározó a támogatási összeg felhasználásának mértéke. A vizsgált projektek megvalósítására

összesen 8,1 millió eurót meghaladó finanszírozási forrás került odaítélésre. Nyilván ez az összeg nem teljes egészében Kárpátalja területén került felhasználásra, hiszen ezek a projektek két-, három- vagy akár négyoldalú együttműködés keretében valósultak meg, ennek megfelelően a támogatási összeg is megoszlott a partnerek között.

A megkérdezettek 60%-a szerint sikerült teljes mértékben felhasználni a támogatási összeget. Szintén 60%-uk nyilatkozott úgy, hogy a projekt által előírt összes tevékenységet sikerült megvalósítani. 20%-ot tett ki azok aránya, akik szerint nem valósult meg minden betervezett tevékenységük, és a válaszadók további 20%-a választotta az egyéb lehetőséget, amit azzal magyaráztak, hogy bizonyos külső tényezők miatt változtatni kellett a tevékenységek egyes megvalósítási folyamatain. A projektek megvalósítását nehezítő tényezők között 42%-kal az orosz-ukrán háború kitörése vezet, amit az árfolyamváltozások (33%) és a Covid19-pandémia (25%) követ.

A 2. táblázat jól szemlélteti, hogy milyen típusú tevékenységek jellemezték a vizsgált projektek megvalósítását. Eszközbeszerzés, konferencia szervezése és lebonyolítása, illetve különböző fajtájú projektkiadványok készítése és megjelentetése minden együttműködés keretében megvalósult. Jellemző tevékenység a workshopok, tapasztalatcserék és különböző rendezvények szervezése, illetve a projekt témájához kapcsolódó felmérések, kutatások lefolytatása is. Képzések már csak a projektek 40%-ának keretében valósultak meg. A kimondottan ingatlanfejlesztéssel, állagmegőrzéssel kapcsolatos beruházások szintén kevésbé jellemzőek a vizsgált együttműködésekénél, ami tovább erősíti a projektek soft jellegét.

A projektek Kárpátalja megye területén tapasztalható konkrét (turizmussal kapcsolatos) eredményeit és hatásait feltáró kérdésre a válaszadók 57%-a az új turisztikai attrakció létrehozását jelölte meg, míg a fennmaradó 43% a már meglévő turisztikai attrakciók fejlesztésében látta a megvalósult projektek legfontosabb eredményeit. A megkérdezettek 67%-a szerint biztosított a projekt (turizmussal kapcsolatos) eredményeinek hatásainak pénzügyi fenntarthatósága a Program befejezését követően is, míg 16% nevezte önfenn tartónak, 17% pedig nem fenntarthatónak az elért projektcélokat és a megvalósított fejlesztéseket. Ez a meglehetősen pozitív hozzáállás vélhetően azzal magyarázható, hogy a vizsgált projektek együttműködő partnerei között nagy számban találhatók a kis költségvetéssel működő civil szervezeteknél valamivel kiszámíthatóbb működési háttérrel

¹⁰ Lásd bővebben: ENI CBC Romania-Ukraine 2014-2020, <https://www.ro-ua.net/en/home-2014-2020> Letöltve: 2024. december 30.

rendelkező állami fenntartású intézmények, egyházi szervezetek.

2. táblázat

A vizsgált projektek keretén belül Kárpátalja megye területén megvalósult tevékenységek fajtái

Tevékenység megnevezése	A projektek hány %-ában fordult elő?
Eszközbeszerzés	100
Konferencia	100
Workshop	60
Rendezvény	60
Képzés	40
Tapasztalatcsere	60
Kiadványok készítése és megjelentetése	100
Ingatlanfelújítás	40
Ingatlan állagmegőrzése	20
Felmérés, kutatás lefolytatása	60

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves kutatás eredményei alapján

A határ menti együttműködések sikerességét és fontosságát támasztja alá, hogy a válaszadók mintegy 80%-a tervezi, hogy a jövőben újabb, turizmussal kapcsolatos pályázatot nyújt be az EU határ menti együttműködések finanszírozó programjaiban.

5. Következtetések

A Magyarország–Szlovákia–Románia–Ukrajna ENI CBC Program 2014–2020 az Európai Unió keleti határán kiépítendő határ menti együttműködések támogatását célzó fontos programkiírás volt, melynek kiemelt célja az intenzív és hatékony társadalmi és gazdasági együttműködés ösztönzése Ukrajna és az uniós tagállamok közös határ menti régióiban. Ebben a programkiírásban Ukrajna három megyéje volt jogosult a részvételre. Földrajzi elhelyezkedés szempontjából ezek közül Kárpátalja rendelkezik a legkedvezőbb lehetőségekkel, hiszen az egyetlen olyan ukrajnai régió, amely a Programban szereplő összes európai uniós tagállammal határos.

Azt, hogy Kárpátalja megye esetében a turizmus, mint fejlesztési prioritás, kiemelt helyet foglal el, mi sem bizonyítja jobban, minthogy a vizsgált időszakban a turizmushoz köthető legtöbb projekt ezen a területen valósult meg. A kérdőíves felmérésbe ezen turisztikai projektek ukrajnai (kárpátaljai) partnerszervezetei kerültek bevonásra.

A beérkezett válaszok összesítése alapján megállapítható, hogy döntő többségében civil

szervezetek kapcsolódnak be a határ menti együttműködésekbe, de aktívan vannak jelen a különböző állami fenntartású szervezetek és intézmények is. A szervezeteket jelentős aktivitás jellemezte a korábbi határ menti együttműködésekben, ugyanakkor az ukrajnai (kárpátaljai) részt vevő szervezetekre a partnerszervezeti státusz a legjellemzőbb. Ez arra enged következtetni, hogy az együttműködések leginkább ad hoc módon, az uniós partnerszervezetek kezdeményezése alapján és lehetőségeinek függvényében jönnek létre, tehát az együttműködések nem stratégiaorientáltan működnek, hanem eseti programokat, fejlesztéseket generálnak a vizsgált régió turizmusában.

A vizsgált projektek 60%-ában sikerült teljes mértékben felhasználni a támogatási összeget, illetve megvalósítani az összes tevékenységet, mindamellett a Covid19-világjárvány és az orosz–ukrán háború kitörése jelentős nehezítő tényezőt jelentett az egyes projektek megvalósításában és lezárásában.

A projektek keretében megvalósult tevékenységek igazolják a programfelhíváshoz kötődő célkitűzéseket, miszerint a legfőbb cél normál, vagyis kisléptékű soft projektek megvalósítása volt. A régió turizmusa szempontjából biztató, hogy a vizsgált projektek 57%-a új turisztikai attrakció létrehozására irányult, és többségük esetében biztosított az (turizmussal kapcsolatos) eredmények, hatások pénzügyi fenntarthatósága a Magyarország–Szlovákia–Románia–Ukrajna ENI CBC Program 2014–2020 befejezését követően is. A határ menti együttműködések fontosságát, egyúttal elérhetőségét jelzi, hogy a pályázó szervezetek 80%-a tervezi biztosan, hogy a jövőben is pályázni fog az EU által meghirdetett forrásokra. Ez egyben arra is rámutat, hogy pályázati projektek segítségével, a turizmus fejlődéséhez hozzájárulva, sikeresen valósul meg a határ menti együttműködés a régióban.

Felhasznált irodalom

- BARANYI B. (szerk.) (2008): *Magyar–ukrán határregió. Együttműködés az Európai Unió külső határán*. Magyar Tudományos Akadémia Regionális Kutatások Központja, Debrecen.
- SÜLI-ZAKAR I. (2008): *Kárpátok Európa: 15 év a határokon átívelő kapcsolatok fejlesztéséért*. Kossuth Egyetemi Kiadó.
- TARPAI J. (2020): *A kárpátaljai magyar közösség megmaradását szolgáló kulturális és turisztikai fejlesztések aktuális példái*. In: Berghauer S. et al. (szerk.): *Társadalomföldrajzi folyamatok Kelet-Közép-Európában: problémák, tendenciák, irányzatok*. Nemzetközi földrajzi

konferencia, Beregszász, 2020. március 26–27. Tanulmánykötet. 2. kötet. Ungvár, „RIK-U” Kft. pp. 613–620.

TARPAI J. (2013): A határ menti turisztikai együttműködések fejlődése Kárpátalja részvételével az Európai Unió keleti határán. *Acta Academiae Beregsasiensis*. 2013/1. pp. 191–210.

Internetes források

ENI CBC ROMANIA-UKRAINE 2014-2020: <https://www.ro-ua.net/en/home-2014-2020> Letöltve: 2024. december 30.

FELSŐ-TISZA VIDÉK ÉPÍTETT ÉS SZELLEMI ÖRÖKSÉGÉNEK TÁRHÁZA: <https://tajhazak.org/> Letöltve: 2024. december 30.

HATÁROKON ÁTNYÚLÓ MŰVÉSZETI TÉR – ARTSPACE: <https://cbc-artspace.com/> Letöltve: 2024. december 30.

HUSZT VÁROS ÖNKORMÁNYZATA: <https://khust-miskrada.gov.ua/proiekty/> Letöltve: 2024. december 30.

INTERREG VI-A NEXT HUNGARY-SLOVAKIA-ROMANIA-UKRAINE 2021-2027 PROGRAMME: <https://next.huskroua-cbc.eu/#> Letöltve: 2024. december 30.

KÁRPÁTALJA TERÜLETFEJLESZTÉSI ÉS EGYÜTTMŰKÖDÉSI ÜGYNÖKSÉG: <https://zakarpat-rada.gov.ua/catalog/agentstvo-regionalno-go-rozvytku-ta-transkordonnogo-spivrobotnytstva-zakarpattya/> Letöltve: 2024. december 30.

KÁRPÁTALJAI MAGYAR TURISZTIKAI TANÁCS: kmtt.org Letöltve: 2024. december 30.

KÁRPÁTALJAI MEGYEI TURISZTIKAI FŐOSZTÁLY: <https://zaktour.gov.ua/u-muka->

[chevi-prezentuvaly-rezultaty-p/](https://zaktour.gov.ua/u-muka-chevi-prezentuvaly-rezultaty-p/) Letöltve: 2024. december 30.

KÁRPÁTALJAI NÉPRAJZI MÚZEUM: <https://www.uzhhorod-skansen.com/projects-6> Letöltve: 2024. december 30.

MAGYARORSZÁG-SZLOVÁKIA-ROMÁNIA-UKRAJNA ENI HATÁRON ÁTNYÚLÓ EGYÜTTMŰKÖDÉSI PROGRAM (2022): *Széchenyi Programiroda*. <https://szpi.hu/cikk/magyarorszag-szlovakia-romania-ukrajna-eni-hataron-atnyulo-egyuttmukodesi-program> Letöltve: 2024. december 30.

MAGYARORSZÁG-SZLOVÁKIA-ROMÁNIA-UKRAJNA HATÁRON ÁTNYÚLÓ EGYÜTTMŰKÖDÉSI PROGRAM 2014-2020 KÖZÖS OPERATÍV PROGRAM (2019): <https://huskroua-cbc.eu/documents/programme-documents> Letöltve: 2024. december 30.

NAGYBEREZNAI TELEPÜLÉSI ÖNKORMÁNYZAT: <https://vberez-rada.gov.ua/uspishno-realizovani-proekti-velikobereznianskoi-gromadi-13-25-45-28-10-2024/> Letöltve: 2024. december 30.

STORIES OF COOPERATION (2024): *Hungary-Slovakia-Romania-Ukraine ENI CBC Programme 2014-2020*. https://next.huskroua-cbc.eu/wp-content/uploads/2024/07/ENI_booklet_final_online.pdf Letöltve: 2024. december 30.

UKRÁN-MAGYAR TERÜLETFEJLESZTÉSI IRODA: <http://umti.info/index.php?op=item&c=Projektek&id=113> Letöltve: 2024. december 30.

VIAGASTROCARPATHIA: <https://viagastrocarpathia.com/> Letöltve: 2024. december 30.

ZAKARPATTYA.NET HÍRPORTÁL: <https://zakarpattya.net.ua> Letöltve: 2024. december 30.

A kárpátaljai lakosság vallási attitűdje és viszonyulása a vallási turizmushoz

Religious attitudes of the population of Transcarpathia and their approach to religious tourism

Szerzők: Tóth Attila¹ – Gyuricza László²

Kárpátalja történelmi öröksége a lakosság multietnikus jellege, s ezzel összefüggésben a vallási sokszínűsége. A történelem során a felekezetek békés együttéléséből is fakadóan számos vallási hagyomány, illetve szakrális építészeti emlék őrződött meg, amelyek nemcsak a korábbi idők lenyomatai, hanem a ma is erősen vallásos lakosság életének is színteréül szolgálnak. Az orosz-ukrán konfliktus lezárását követő béke lehetőséget teremt többek között a jó adottságokkal bíró vallási turizmus fejlesztéséhez. Ehhez azonban szükséges a helyi népesség pozitív hozzáállása és azonosulása a vallási turizmussal. Ennek kapcsán egy egész Kárpátalját átfogó kérdőíves felméréssel kutatjuk a lakosság vallási attitűdjét és a vallási turizmushoz való viszonyulását.

The historical legacy of Transcarpathia is the multi-ethnic character of its population and, in this context, its religious diversity. Throughout history, the peaceful coexistence of different religions has preserved a number of religious traditions and sacred architectural monuments. This is not only a testimony to the past, but also the background to the life of a still strongly religious population. Peace – hopefully, to come soon – will also provide an opportunity for the development of religious tourism, among other things, which would be well-suited to the area. This, however, will also require a positive attitude and identification with religious tourism on the part of the local population. In this context, a questionnaire survey covering the whole of Transcarpathia is being carried out to investigate the religious attitudes of the population and their attitude to religious tourism.

Beérkezett/Received: 21. 03. 2025. Elfogadva/Accepted: 14. 07. 2025.

Kulcsszavak: vallásosság, vallási turizmus, fatemplom, vallási felekezet, zarándoklat.
Keywords: religiosity, religious tourism, wooden church, religious denomination, pilgrimage.

1. Bevezetés, célkitűzés

A mai Kárpátalja területén a történelem során – főként az elmúlt másfél évszázadban – számos hatalomváltás történt. Azonban bármely országhoz, államalakulathoz tartozott is a régió, egy dolog sosem változott – a periférikus földrajzi helyzet. Ennek a következménye, hogy a gazdasági fejlesztések rendszerint elkerülték a vidéket. Ugyanakkor szintén nem változott a lakosság multietnikus jellege, illetve ezzel összefüggésben a vallási sokszínűség. Még a nehezebb időkben is sikerült oly mértékben megőrizni a különböző nemzetiségekre

jellemző jegyeket (vallás, nyelv, kultúra, szellemi örökségek/szokások, néphagyományok, ünnepek, építészeti stílus), hogy Kárpátalja több, UNESCO Világörökséghez tartozó építménnyel is büszkélkedhet (GYURICZA 2012). Mindezek a kulturális turizmus egyik fontos alapját jelenthetik.

S amit még hangsúlyozni kell, különösen a jelenlegi orosz-ukrán háború idején, hogy a történelem folyamán e területen a különböző nemzetiségek békés együttélése volt a jellemző. A *turizmus a béke iparága* mondás gyakran szerepel a turizmussal foglalkozó tanulmányokban (MICHALKÓ 2023). Ukrajnában e kijelentés különösen aktuális, hiszen most már több, mint 10 éve, hogy a béke mint a turizmus egyik legfontosabb feltétele nem létezik, vagy csak részben van jelen. 2014-ben Oroszország annektálta Ukrajna elsőszámú turisztikai régióját, a Krím-félszigetet. Ekkortól

¹ adjunktus, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, toth.attila@kmf.org.ua

² egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, gyuricza@gamma.ttk.pte.hu

Kelet-Ukrajnában folyamatos volt a feszültség, fegyveres összecsapások zajlottak (GYURICZA 2008, 2017). Majd a Covid19-járvány által sújtott Ukrajnát 2022 elején Oroszország megtámadta, ami átmenetileg levette a turizmus térképéről. A háború lezárását követően, s az ország újraindulásakor a turizmus fontos szerepet kaphat. Ehhez Kárpátalján jók az adottságok, hiszen szerencsére e régióban a turizmus feltételei nem sérültek. Sem a vonzerők, sem a turisztikai infrastruktúra nem voltak háborús célpontok.

A háború utáni Kárpátalja turizmusának esélyeit növelheti, hogy nemzetközi szinten egyre inkább problémát jelent az *overtourism* (túlzott mértékű turizmus) jelensége. Nemzetközi trend, hogy egyre nagyobb igény mutatkozik az olyan területek bekapcsolására a turizmusba, ahol az még nem öltött tömeges méreteket, ugyanakkor *jó hely*. S Kárpátalja e tekintetben mindenképp *jó hely*, hiszen mind természeti, mind kulturális téren számos autentikus vonzerővel rendelkezik.

A régióban több turisztikai termék fejlesztéséhez is jók a feltételek (BERGHAUER 2020), de úgy véljük, hogy a vallásturizmus az egyik olyan termék, amely – a háború utáni békés időkben – mind a belföldi, mind a közeli, illetve a távolabbi nemzetközi viszonylatban sikeres lehet. Ennek alapját az adhatja, hogy Kárpátalja rendkívül gazdag a multiethnikus lakossághoz, illetve ezzel összefüggésben a különböző felekezetekhez tartozó szakrális emlékekben. S a vallás nem csak a múltat jelenti, hiszen a lakosság vallásossága magas arányú, a vallás a mindennapi élet szerves részét jelenti. A vallási turizmus mellett szól továbbá, hogy a régióban ehhez kapcsolódnak a nemzetközi szinten legismertebb s legértékesebb vonzerők, az UNESCO világörökséglistáján szereplő fatemplomok.

A kutatási téma aktualitását növeli, hogy Kárpátalja – háború előtti – 1.200.000 fős lakosságából kb. 123.000 fő magyar nemzetiségű (TÁTRAI et al. 2017). A MOLNÁR J. és MOLNÁR D. I. (2005) módszere által meghatározott településkategóriákat figyelembe véve 124 település számát *magyarlakta településnek*. A magyarság száma – főként a háború hatására – folyamatosan csökken, legtöbbször Magyarországra települnek át. Béke esetén a turizmus fejlődése megállíthatná az elvándorlást, illetve egy olyan pozitív jövőkép, amelyben a turizmus fajsúlyosan jelen van, segítené a vissza-települést is.

Úgy véljük, egy turisztikai termék akkor tud egy adott területen sikeresen működni, ha a helyi lakosság képes azonosulni azzal, vagy valamilyen módon kapcsolódik hozzá. Akár helyi identitásnövelő tényezővé is válhat, ha a helyi lakosok

büszkéek arra, hogy az ő kultúrájuk, szokásaik, hagyományaik vonzó tényezőt jelentenek távol élő turisták számára. Ez erősítheti e kultúra fennmaradását (GYURICZA–BAZSIKA 2012), ugyanakkor a turizmus munkahelyeket, így megélhetési lehetőséget is teremt a helyi lakosok számára. A vendégszerető, turistákat elfogadó helyi lakosság pedig alapvető tényező egyes turisztikai termékek esetében. Ez különösen igaz a vallási turizmusra, hiszen a vallás egy érzékeny lelki tényezőt is jelent. Ezért tanulmányunk fő célja, hogy felmérjük, s elemezzük a helyi lakosság viszonyulását a valláshoz, illetve a vallási turizmushoz. Emellett megvizsgáljuk Kárpátalján a vallási turizmus lehetséges célpontjait.

2. Szakirodalmi áttekintés

A vallási turizmus elméleti szakirodalma mellett áttekintettük a vizsgált terület turizmusával foglalkozó műveket. A mai Kárpátalja turisztikai kutatásai jelentős mértékben kapcsolódnak a Pécsi Tudományegyetem Földtudományok Doktori Iskolájához, ahol számos tanulmány mellett több PhD-értekezés is született (BERGHAUER 2012, TARPAI 2013, SASS 2019, TÓTH 2024). A mai Kárpátalja népességföldrajzi és demográfiai helyzetével, a nemzetiségek térbeli sajátosságaival foglalkoznak Molnár József és Molnár D. István kutatásai (MOLNÁR J. – MOLNÁR D. 2005, MOLNÁR J. 2009, MOLNÁR D. 2018), de a régió vallási szerkezetével kapcsolatos információk már jóval szűkebbek. Kocsis Károly kiterjedt vizsgálatokat végzett és végez a teljes Kárpát-medence etnikai és vallási szerkezetével kapcsolatban (KOC SIS 2016, KOC SIS–TÁTRAI 2021). Ukrajna és egyben Kárpátalja vallásföldrajzában két neves kutatója Kovalchuk Andrij (KOVALCHUK 2003) és Kostashchuk Ivan (KOSTASHCHUK 2011, KOSTASHCHUK 2018), akik összukrajnai és regionális vonatkozásban is vizsgálják az ország népességének felekezeti hátterét, továbbá a vallásgyakorlással kapcsolatos attitűdöket. A frissebb kutatások között különleges helyet foglalnak el Tátrai Patrik, Molnár József, Kovály Katalin és Erőss Ágnes *Summa 2017* felmérésében közölt eredményei (TÁTRAI et al. 2017), amelyek értékes adatokat szolgáltatnak a kárpátaljai magyarság demográfiai jellemzőivel kapcsolatban.

Kárpátalja szakrális értékei turisztikai szempontú hasznosításának lehetőségeit vizsgálják ukrán kutatók (MEDVIGY 2011, MILASHOVSKA–UDOVENKO 2013, KASHKA 2017, MASHIKA 2023), akik egy-egy felekezet erőforrásai vagy az

egyres objektumok/események alapján vannak le következtetéseket, de komplex turisztikai jellegű elemzés nem történt. A kárpátaljai szakrális ruszin építészet neves kutatója Szirohman Mihajlő, aki már több évtizede vizsgálja a mai Kárpátalja fatemplomait (SZIROHMAN 2000, 2008), azok sajátosságait, mivel ezek jelentős alapot biztosíthatnak a turisztikai termékfejlesztésnek. A középkori vallási építményekkel kapcsolatos elsődleges kutatási eredményeket a 2009-2013 között megvalósult *Középkori templomok útja* projekt foglalja össze, melyben nemcsak a művészeti, hanem a turisztikai termékfejlesztés gyakorlati aspektusai is megjelennek (KOLLAR 2013).

3. Módszerek

A fent említett szakirodalmi áttekintés mellett a tanulmány fő kutatási elemét egy kérdőíves felmérés alkotja, amelyet a kárpátaljai lakosok körében a Google Forms alapú online lekérdezés formájában bonyolítottunk le. Az orosz-ukrán háború következtében a lakosság jelentős része nem tartózkodik Kárpátalján, így e lekérdezési mód indokolt. Mivel a megye népességének anyanyelvi és nemzetiségi összetétele sokszínű, a kutatási kérdőívet két nyelven – magyar és ukrán – készítettük el. A 2023. július 4. és november 18. között lebonyolított lekérdezés során összesen 515 valid (használható) válaszadást sikerült begyűjteni, amelyek közül 262 magyar nyelvű, 253 pedig ukrán. A kérdőív szerkezetileg 5 nagyobb témakörre tagolható: vallásossággal kapcsolatos adatok, általános utazási szokások Kárpátalja területén, vallási jellegű utazásokkal kapcsolatos adatok, Kárpátalja vallásturisztikai erőforrásainak értékelése, valamint szociodemográfiai adatok.

A kérdőív terjesztésére számos csatornát használtunk:

- Közösségi média (Facebook): saját médiafelületen történő megosztás; az ismerősök és azok ismerősei által közétett megosztás; különböző tematikus, területi vagy egyházközségi, gyülekezeti csoportokban történő megosztás.
- Egyházi (görögkatolikus, református, katolikus, pravoszláv) személyek felkeresése.

A felmérés eredményeit diagramokon és tematikus térképeken ábrázoljuk. A primer kutatás eredményeinek szemléltetésében segített a Microsoft Excel 2016, az IBM SPSS 25.0, továbbá az ArcGIS 10.1 programok alkalmazása. A vidék vallásturisztikai objektumainak felmérése részben terepbejárással történt, amelynek során saját fotók is készültek.

4. Eredmények

4.1. A TURIZMUS VOLUMENE KÁRPÁTALJÁN A 2000-ES ÉVEKBEN

Ukrajnában már a Covid19-járvány és az orosz-ukrán konfliktus kiéleződése előtt is komoly kihívást jelentett hivatalosnak tekinthető turisztikai adatokhoz hozzájutni. Egyrészt az Ukrán Statisztikai Hivatal a szállások esetében más terminológiát, kategóriákat és definíciókat használ, mint általában az európai országok, másrészt a háború kitörése után a statisztikai adatbázist részben titkosították. A turizmussal kapcsolatos adatok egy része is e törvény hatálya alá került. Mindemellett meg kell említeni, hogy az országos szinten magas arányú fekete- és szürkegazdaság Kárpátalja turizmusában is jelen van, ezért nehéz hitelt érdemlő vendégforgalmi elemzéseket készíteni. De az mindenképp tény, hogy 2014 előtt a Krím-félsziget és Kijev után Kárpátalja az egyik legjelentősebb turisztikai régióknak számított Ukrajnában, majd a Krím-félsziget elvesztése után jelentősége még inkább nőtt. A 2000-es évek elején dinamikus növekedés jellemezte Kárpátalja turizmusát, Magyarországról is ebben az időben indult meg a jelentősebb érdeklődés (SZILÁGYI et al. 2006). A nemzetközi gazdasági válság a régióban is éreztette hatását, 2010-2011-ben átmenetileg visszaesett a turistaforgalom, majd rövid növekedési szakaszt követően a 2014. évi kelet-ukrajnai konfliktus után ismét megtorpanás történt, melyet aztán újra egyenletes növekedés követett egészen a Covid19-járványig, illetve az orosz támadásig.

A most zajló háború alatt nem állt le a turizmus, hiszen Kárpátalja Ukrajnában azon része, amely a legtávolabb van a konfliktuszónától, így a keletről menekülőknél vagy a csak biztonságosabb helyre vágó fővárosiaknak, a stabil anyagi helyzetben élőknek a *béke szigete*.

4.2. KÁRPÁTALJA TURIZMUSÁNAK TERMÉKTÍPUSAI

Kárpátalja gazdag ásvány- és gyógyvízkészlete alapozza meg a megyében jelen lévő *egészségturizmust*, amely már a Szovjetunió idején is létezett. Az orosz-ukrán háború kitörése előtt jelentős fejlesztések történtek a *gyógy- és wellness-turizmus* terén.

Az Északkeleti-Kárpátok vulkáni és széles flis öve Ukrajna egyetlen hegyvidéke, ami kedvez az *aktív turizmusnak*. A *természetjárás*, a *bakancsos turizmus* ötvöződhet tematikus, történelmi túrákkal is, elsősorban a magyar identitású turisták körében. Ellenben a *síturizmus* az ukrán belföldi

keresletre épül, jelenleg mintegy 70 felvonóval. Egyelőre az infrastrukturális elmaradottság a legnagyobb akadálya a növekedésnek. Már a *lovasturizmus*, a *vízi turizmus* és a *kerékpárturizmus* is jelen van az aktív turizmus részeként (SASS 2019).

A *falusi turizmust* a 2000-es évek elején tulajdonképpen a hiányos minőségi szálláshely-kínálat hozta létre, ami valójában falusi szálláshely-szolgáltatásként működött, főként a magyarlakta falvakban (Mezővári, Bene, Visk). Azóta jelentős mennyiségi és minőségi fejlődés ment végbe. Mára a falusi turizmusnak két eltérő típusa alakult ki a régióban: a síkvidéki területekre főként Magyarországról érkeznek nagyobb csoportok, míg a hegyvidéki falvakba belföldi, egyéni turisták járnak (családok, párok, kisebb baráti társaságok).

A *kulturális és örökségturizmus* vonzótényezői a várak, a váromok, a kastélyok, a történelmi emlékhelyek, a múzeumok, illetve a fesztiválok. E terméktípushoz kapcsolódik a *vallási turizmus* is, amelyről a következőkben értekezünk.

4.3. KÁRPÁTALJA VALLÁSI SZERKEZETÉNEK VÁLTOZÁSA, A TÖRTÉNELMI EGYHÁZAK JELENLEGI ÁLLAPOTA

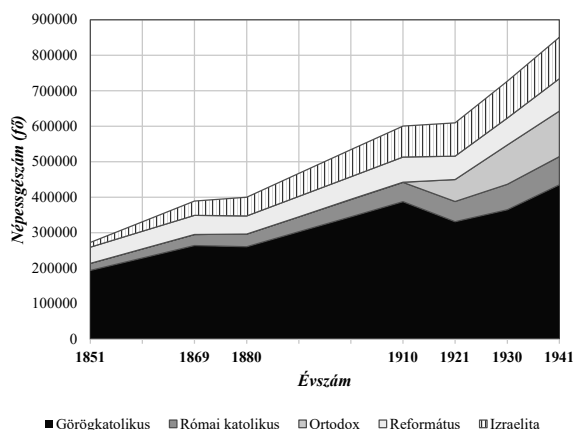
Bár furcsának tűnik, de a térség vallási szerkezetével kapcsolatosan pontosabb adatok állnak rendelkezésre a XIX. századból, illetve a XX. század első feléből, mint a közelmúltból vagy napjainkból. Ennek oka, hogy az 1944-es szovjet uralom beköszöntével a népesség vallási hovatartozásával kapcsolatos hivatalos adatgyűjtést megszüntették, vagyis a szovjet népszámlálások és később a független Ukrajna egyetlen népszámlálása során sem kérdezték meg a lakosokat felekezeti hovatartozásukról. Ezért a mai állapotokat illetően csak becslésre támaszkodhatunk, amelynek alapját egyrészt az egyházközösségek, másrészt a lelkészek száma jelenti.

A második világháborúig a vallási felekezetek megoszlásában hosszú ideig nem volt lényeges változás, csupán az ortodoxok (de jelen esetben célszerűbb a pravoszláv kifejezést használni) aránya mutatott ugrásszerű növekedést az 1910-es évektől. Ennek okát a skizmatikus mozgalomban kell keresni, amelynek során először a görögkatolikus románok, majd a ruszinok tértek át tömegesen régi, eredeti vallásukra, a pravoszláviára (GÖNCZI 2008). Az utolsó, konkrét adatokkal alátámasztható 1941-es népszámláláskor a 856.000 lakosból 50% vallotta magát görögkatolikusnak, míg az említett ortodoxok csupán 15%-ot tettek ki. A harmadik legnépesebb vallási csoportot az izraeliták alkották az össznépességen belüli 13,5%-kal, ami az 1921-es adatokhoz képest 1,7%-os csökkenést jelent.

Utánuk következtek a reformátusok (10%) és a római katolikusok (9%), akik főként a magyar nemzetiséget jelentették (1. ábra).

1. ábra

A mai Kárpátalja területének népességszám-változása 1851-1941 között



Forrás: saját szerkesztés FÉNYES 1851, SEBŐK 2005, KEPECS 2000, TÓTH et al. 2023a, 2023b alapján

A vallásellenes szovjet érában, egész pontosan 1949-ben, a vezető görögkatolikus egyházat be is tiltották, csak 1989-ben engedélyezték újra a működését. Közben illegálisan tevékenykedett az egyház, de sokan áttértek az ortodox hitre. Így a vezető vallás napjainkra az ortodox lett – a becslések alapján a lakosság 54%-a –, míg a 2. helyre visszaszorult görögkeleti vallás ennek körülbelül a felét teszi ki (27%). A református és a római katolikus hívők aránya – a magyar nemzetiségű lakosság arányának csökkenésével összefüggésben – 8%, illetve 5%-ra zsugorodott. Az ismert történelmi események következtében a korábban jelentős zsidó vallás mára gyakorlatilag csak az építészeti örökségben van jelen Kárpátalján. Összességében Kárpátalja erősen vallásos térségnek számít, hiszen a lakosoknak csak mintegy 6%-a nem sorolható egyik felekezethez sem (TÓTH 2024).

4.4. KÁRPÁTALJA VALLÁSI TURIZMUSÁNAK KÍNÁLATI ELEMEI

Az évszázadok során Kárpátalja sajátosságává vált a nemzetiségi és vallási sokszínűség, amely alapján alakulhatott ki a vidékre jellemző multikulturalizmus. Az egyes nemzetiségek többnyire egyazon vallási felekezethez tartoznak, amelyek azonos típusú, csak rájuk jellemző vallási építészeti értékeket hoztak létre. S természetesen a különböző felekezetek vallási jellegű rendezvényei, szokásai is eltérőek. A vallási turizmusban

e vonzerők így regionálisan differenciálódnak (2. ábra). Összesen 60 vallási objektumot vizsgáltunk meg. Tapasztalataink szerint a templomok típusai és a nemzetiségek lakóhelye közötti összefüggés jól érzékelhető. Alapvetően a kárpátaljai vallási turizmus kínálati elemeit 3 kategóriára oszthatjuk.

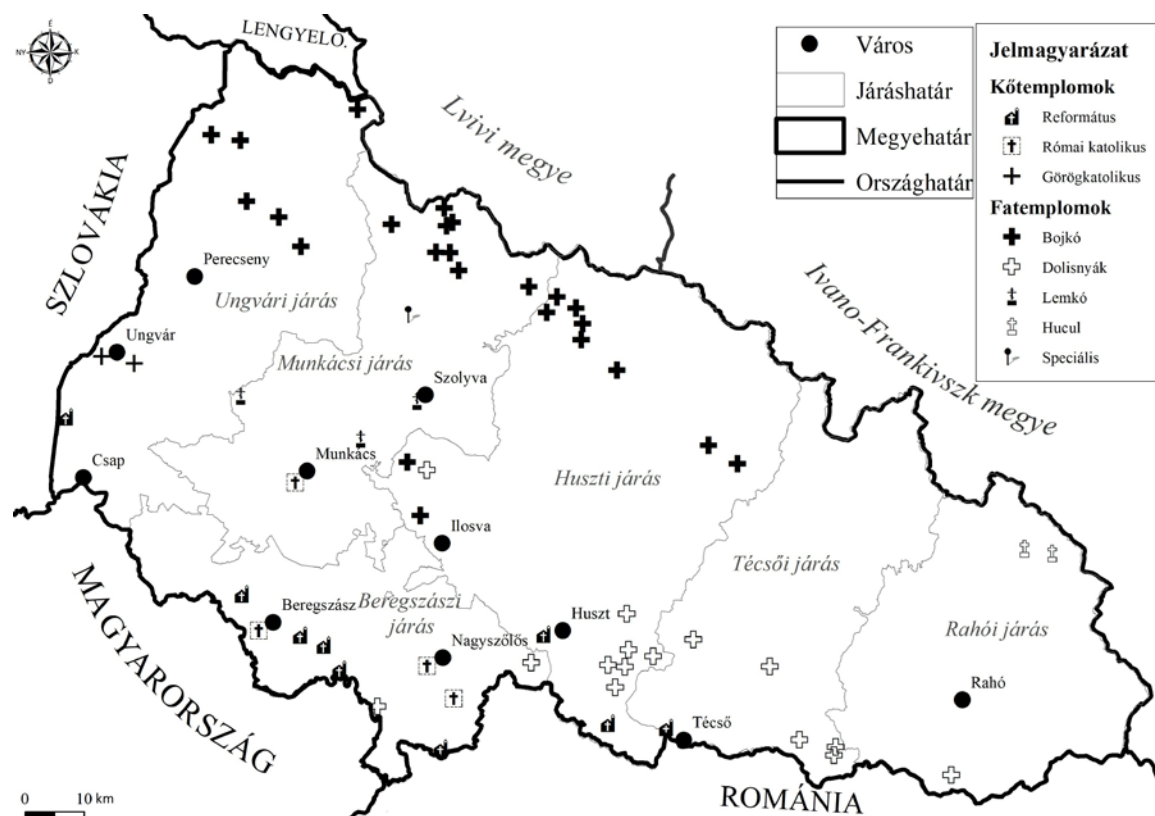
- Legfontosabb a *ruszin fatemplomok* csoportja. Az alapvetően a hegyvidéken élő nemzetiség tagjai (a hivatalos ukrán álláspont ukrán népcsoportként ismeri csak el) pénzforrások híján nem engedhették meg maguknak a költséges kőtemplomok építését, viszont a rendelkezésükre álló fával nagyon ügyesen bántak. A ruszin ácsok ügyességének köszönhetően jöttek létre a vidéket ékesítő fatemplom műalkotások (TÓTH-GYURICZA 2021). Közülük kettő, az uzsoki és a kőrösmezei Sztrukivszka, az UNESCO Világörökség része. A ruszin fatemplomok önmagukban is nagyon változatosak, hiszen a legrégebb (XV. század) és a legfiatalabb (XX. század) templomok építészeti stílusa nemcsak az idő előrehaladásával változott, hanem az egyes ruszin népcsoportok is eltérő jegyeket használtak. Kárpátalja ruszin

fatemplomai alapvetően 2 stílust (gótika, barokk) és 4 típust (bojkó, lemko, hucul és dolisnyák) képviselnek (HORVÁTH-KOVÁCS 2002).

- Kárpátalja és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye 2009-ben létrehozta *A középkori templomok útja* tematikus útvonalat. Ehhez 15 jelenleg is működő kárpátaljai templom tartozik, zömükben a nagyobb városokhoz közel, tehát könnyen elérhetőek, így a turizmusba egyszerűbben bevonhatóak, mint a hegyekben található ruszin fatemplomok. Eredetileg a római katolikus hívek számára épültek, többnyire még a XV. század előtt, majd egy részüket a reformátusok vették birtokba. De néhány görögkatolikus templom is működik.
- A vallási turizmus kínálatában a harmadik kategóriát a *vallási jellegű rendezvények* jelentik. A 2000-es évek elejétől a kárpátaljai magyar vonatkozással is rendelkező történeti egyházak (római katolikus, görögkatolikus, református) és azok ifjúsági szerveződései aktív szerepet vállaltak vallásos fiatalok táboroztatásában és ifjúsági találkozók szervezésében.

2. ábra

A vizsgált objektumok összesítő térképe



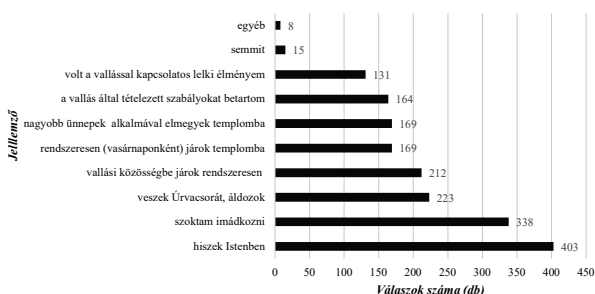
Forrás: saját szerkesztés

4.5. A VALLÁS ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA A KÁRPÁTALJAI LAKOSSÁG KÖRÉBEN KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS ALAPJÁN

A 2023-ban folytatott kérdőíves felmérésünkben résztvevők 53%-a városi, 46%-a falusi környezetben él. Összesen 162 településről voltak résztvevők, így alapvetően sikerült Kárpátalja teljes egészét lefedni. A legtöbb válasz Beregszászról (12,4%), Ungvárról (6%), Husztról (5,4%), Viskről (5%) és Munkácsról (3,5%) érkezett. Ha nagyobb méretű közigazgatási egységek (járások) viszonylatában nézzük, akkor a résztvevők 45,6%-a a Beregszászi járás területén lakott, akiket a Huszti (18,4%), az Ungvári (15,9%), a Munkácsi (10,9%), a Técsői (5,2%) és végül a Rahói (3,9%) járás lakói követték. A kor szerinti megoszlás alapján a fiatalok voltak a legaktívabbak a válaszadásban, a 18-30 év közötti korosztály 36%-ot tett ki. A korral fordítottan arányosan csökkent a válaszadási hajlandóság, de azért a 60 év fölöttiek aránya is elérte a 7%-ot. Iskolai végzettség szerint a diplomások voltak a válaszadásban aktívabbak 60%-kal, az érettségivel rendelkezők aránya 20%. A válaszadók 96%-a vallásosnak és valamely felekezethez tartozónak vallotta magát. A magukat ateistának valló személyek lakóhely szerinti megoszlásában nem figyelhető meg eltérés a városi és a falusi lakókörnyezet között. A válaszadók 36%-a a református felekezethez tartozott, akiknek kétharmada a Beregszászi járásban él. Őket követték a görögkatolikusok (28%), a pravoszlávok (19%) és a római katolikusok (15%). Az egyéb, a felekezeten kívüli és a baptista kategóriák összértéke nem haladta meg a 2%-ot.

3. ábra

A Mit jelent Ön számára a vallásosság? kérdésre adott válaszok megoszlása



Forrás: saját szerkesztés

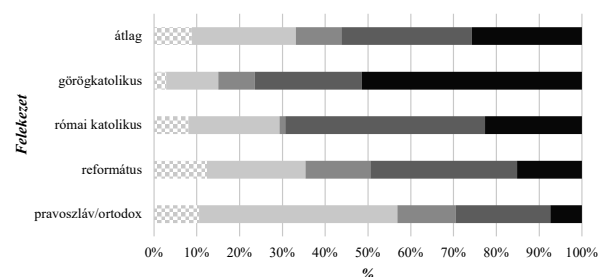
Kérdőívünk első fontos kérdése az volt, hogy a válaszadók számára mit jelent a vallásosság (3. ábra). A magyar nyelvű kérdőíveknél jóval magasabb átlag fedezhető fel (4), mint az ukrán nyelven

kitöltött kérdőívek esetében (3,1). Leggyakrabban a „hiszek Istenben” opciót jelölték meg, a válaszadók több, mint 80%-a ezzel azonosítja leginkább a vallásosságot, de az imádkozás szokását is kiemelte a válaszadók 65%-a. Számunkra meglepő volt, hogy a válaszadók kiemelték a Szentáldozást/Úrvacsorát (43%), de a vallási közösségbe történő járás is magas értéket ért el. Jól látszik, hogy bár a rendszeres vallási közösségbe való járást a válaszadók nem tartják a vallásgyakorlás elsődleges módjának, tágabb értelemben mégis a vallásosságról alkotott kép fontos részét képezi. Némileg meglepő eredmény, hogy a rendszeres templomba járást a válaszadóknak csak egyharmada tartja a vallásosság szerves részének. Érdeemes megemlíteni, hogy a válaszadók 25%-ának volt olyan vallási élménye/Istenélménye, amely kifejezetten nagy hatással volt rá.

A fenti válaszokból arra következtethetünk ugyan, hogy a templomba járás önmagában nem feltétlenül jelent vallásosságot, viszont a válaszadók több, mint fele (56,2%) hetente legalább egy alkalommal részt vesz templomi szertartáson, ami magas arányt jelent (4. ábra). Azonban jelentős különbségek figyelhetők meg az egyes felekezetek között. A görögkatolikusnál a hetente egyszer templomba járók aránya 76%, s a válaszadók több, mint fele (51,4%) hetente több alkalommal is részt vesz templomi szertartáson. Magas mutatókkal büszkélkedhetnek a római katolikus válaszadók is (69%, illetve 22%). Az átlaghoz közeli értékekkel jellemezhetők a reformátusok, míg a rendszeres templomlátogatás a pravoszlávok esetében a legkevésbé jellemző.

4. ábra

A templomlátogatás gyakorisága



Forrás: saját szerkesztés

Életkor szerint a fiatal korosztály (18-29 év) a legaktívabb templomba járó. Véleményünk szerint ez azzal magyarázható, hogy a kárpátaljai felsőoktatási intézményekkel szorosan együttműködnek az egyházi kollégiumok. Legritkábban az 50-59 év közötti válaszadók járnak templomba. Ez elsősorban azzal magyarázható, hogy az ő gyermekkoruk

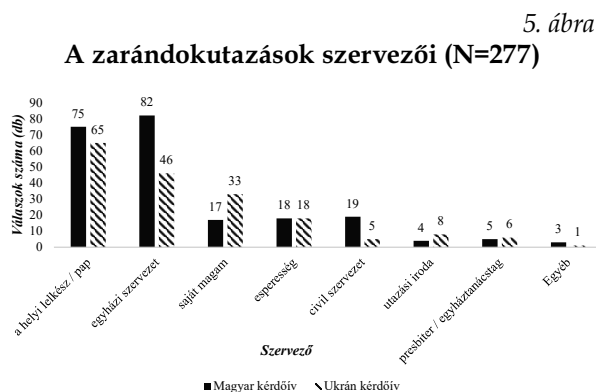
a szovjet egyházellenes időszakra esett, így jóval kevesebb lehetőségük volt a vallásgyakorlásra. Foglalkoztatási kategóriák szerint a legalacsonyabb templomlátogatási mutatók a munkanélküliekre, a fizikai munkát végző alkalmazottakra és a háztartásbelikre jellemzők.

A felmérés egyik legfontosabb kérdése volt, hogy a válaszadók – a lakóhelyükön kívül – részt vettek-e zarándoklaton vagy vallási jellegű rendezvényen. A megkérdezettek több, mint fele (53,8%) volt részese ilyen jellegű eseménynek. Az átlagtól csak a pravoszlávok tértek el lényegesen, e téren is ők a legkevésbé aktívak, a településükön kívül a válaszadóknak csak 23%-a vett részt zarándoklaton vagy vallási jellegű rendezvényen.

A zarándoklatok, vallási jellegű rendezvények helyszínét vizsgálva a legtöbben (közel 70%) Kárpátalja területén megrendezett rendezvényekre utaztak. Feltételezésünk szerint a katolikusok esetében ezek az események leginkább a búcsúkon való részvételt (más egyházközségek meglátogatása a templom címünnepeinek alkalmából) jelentik. A reformátusok számára a különböző csendesnapok és más egyházi rendezvényeken való részvétel tartozik e kategóriába, de az egyes egyházközségek híveik számára gyakran szerveznek egyházi jellegű honismereti utakat is. Magyarországra a válaszadók 61%-a utazott vallási jellegű indítástól. A magas érték magyarázata Máriapócs közeli elhelyezkedése, ami a kárpátaljai görögkatolikusok és római katolikusok legfontosabb zarándokhelyének tekinthető. Emellett a két nagy református centrum, Sárospatak és Debrecen, közelsége szintén erős motivációs tényező.

Kutatásunk adataiból megállapítható, hogy aki egyszer részt vett már zarándoklaton, szívesen kel útra újra. A válaszadók 82%-a kettő vagy akár több alkalommal utazott vallási jellegű rendezvényre a lakóhelyén kívül. S fontos megemlíteni, hogy azok közül, akik eddig csak egy alkalommal vettek részt zarándoklaton, több, mint 62% a fiatal korosztály képviselője, vagyis a jövőben ez a mutató akár növekedhet is.

A turizmus piaci oldaláról mindenképp fontos kérdés, hogy kik szervezik ezen utazásokat. A szervezési feladatokat zömében egyházi szervezetek és/vagy a helyi lelkész/parókus/plébános látja el (5. ábra). A rövidebb távolságú utazások megszervezését többnyire magukra tudják vállalni a klérus képviselői, míg a hosszabb távú és jócskán több szervezést igénylő utazásokat központilag szervezik. Ezenfelül elterjedtnek mondhatók a saját szervezésben megvalósuló vallási jellegű utazások is. Az utazási irodák programkínálatában nem jelennek meg a zarándokutak, hiszen alig néhány százalékban vannak e piacon.



Forrás: saját szerkesztés

Lényeges kérdés az is, hogy a zarándokutazásokra, vallási jellegű rendezvényekre történő jelentkezéseknek melyek a fő motivációi. Eredményeink alapján a kárpátaljai lakosok elsődleges célja a rendezvények során a gyülekezettel/egyházközséggel való közös időtöltés (45,1%), valamint a hitbuzgalmi feltöltődés (28,9%). Megállapítható, hogy a közösségi élmény, az együttlét a legfontosabb, de emellett az együtt megélt lelki elmélyülés is fontos motiváció.

Egy adott térség turisztikai fejlesztésében fontos feltétel, hogy a helyi lakosság ismerje, illetve tudjon azonosulni azokkal az értékekkel, amelyek egy turisztikai termék alapjait jelenthetik. Ezért a kérdőíves felmérésben kíváncsiak voltunk arra, hogy a helyi lakosok mennyire ismerik az építészeti, a népművészeti, a kulturális szakirodalom és az utazási irodák ajánlatai által kiemelt kárpátaljai vallásturisztikai építményeket. Ennek érdekében készítettünk egy listát, amely magába foglalt 21, különböző felekezethez tartozó szakrális létesítményt. Az egyes objektumokkal kapcsolatos ismereteiket a kitöltők egy 1-től 4-ig terjedő skálán értékelték.

Összességében megállapítható, hogy a válaszadók sajnos csekély (1,98) ismerettel rendelkeznek Kárpátalja fontosabb vallásturisztikai vonzerőivel kapcsolatban. Az egyes objektumok, illetve a kitöltés nyelve szerint árnyaltabb képet kapunk. A 2,78-as ismertségi átlagmutatóval rendelkező Beregszászi római katolikus templom esetében egy kettősség figyelhető meg, ugyanis a magyar kitöltők átlagmutatója (3,44) jóval magasabb, mint az ukrán nyelvű válaszadóké (2,13). A 2. és 3. helyen két történelmi egyház központja, az Ungvári Görögkatolikus Székesegyház és püspöki palota, illetve a Munkácsi Szent Márton-székesegyház áll, amelyek esetében nem voltak megfigyelhetőek jelentősebb különbségek a kitöltés nyelve alapján. A református templomok közül a viski bizonyult a legismertebbnek,

amelyet szorosan követett a huszti, a csetfalvai és a técsői templom. Számunkra nagyon meglepő, hogy a ruszin fatemplomok méltatlanul kevésbé ismertek Kárpátalja lakosságának körében, különösen a magyar nyelven kitöltők között. Még az UNESCO Világörökséghez tartozó Kőrösmezői Sztruktúraszka fatemplom és az Uzsoi Szent Mihály fatemplom is alig ismert (1,98-as és 1,94-es mutató). Ezt két dologra vezetjük vissza. Az egyik a periférikus elhelyezkedés, amely miatt keveseknek van személyes tapasztalata e templomokkal kapcsolatban, a másik az információ hiánya.

Végül, de nem utolsósorban arra kértük a válaszadókat, hogy értékeljenek néhány felsorolt tényezőt aszerint, hogy azok fejlesztése milyen hatással lehet Kárpátalja vallásturizmusának jövőjére (6. ábra).



Forrás: saját szerkesztés

Elmondható, hogy a szervezett vallásturisztikai kirándulásokra/utazásokra igenis mutatkozik igény Kárpátalján, amit a jóval átlag feletti értékelés is bizonyít. A közlekedési infrastruktúra állapotát Kárpátalján mindig is jogos kritika érte. Az utak minőségének javítása elengedhetetlen, különösen arra való tekintettel, hogy a legértékesebb szakrális látnivalók periférikus elhelyezkedésűek, távol vannak a főútvonalaktól, s nehezen megközelíthetőek. Átlag feletti fontosságot tulajdonítanak továbbá a válaszadók a vallásturisztikai vonzók népszerűsítésének is.

5. Következtetések, összegzés

Kárpátalja békeidőben a kedvezőtlen társadalmi és gazdasági folyamatok ellenére is kedvelt turisztikai célpont. Ukrajnában a belföldi turizmus egyik fontos központjának tekinthető a megye, az előző évtized tapasztalata alapján pedig elmondható,

hogy háborúmentes időszakban a magyarországi turisták számára is vonzó térség.

A vidék egyik jellegzetessége a sokszínűség, mind természeti, mind kulturális szempontból, ami hatással van/volt a vidék vallásturisztikai vonzerőinek palettájára is. Például a síkvidéken még állnak olyan templomok, amelyeknek egyes részei a XII. századból maradtak ránk, illetve a hegyvidéken a lakosság még a XX. század elején is főleg fából építette magának az Isten házát. Ezt tovább színesítik a történelmi események (reformáció, szovjet éra stb.) nyomán bekövetkezett változások írott és tárgyi jelképei is. A hagyományosan szakrális jelleggel épült és jelenleg is így működő létesítmények legalább négy egyház (római katolikus, református, görögkatolikus, pravoszláv/ortodox) hívei számára lehetnek érdekesek, de, ha figyelembe vesszük az izraelita vallás egykori szakrális építményeit (egykori és jelenlegi zsinagógák, rituális fürdők, temetők stb.) is, akkor vallásturisztikai szempontból már öt felekezet szemszögéből válhat érdekessé Kárpátalja.

A kárpátaljai lakosság napjainkban is vallásosnak tekinthető, ami nemcsak a rendszeres templomba járásban mutatkozik meg, hanem az egyházi közösségekben történő szerepvállaláson, a hit, az ima és a szentségek igénybevételén keresztül is. Különleges módja a vallásgyakorlásnak a zárándoklatokon vagy vallási jellegű rendezvényeken való részvétel, amelyek keretében a helyi lakosok egyéni vagy csoportos utazások során erősítik hitüket belföldön és külföldön egyaránt. A megye lakossága lát potenciált a kárpátaljai vallási turizmus fejlesztésében, igaz, a turisztikailag is hasznosítható vonzórókkal kapcsolatos ismereteik eléggé hiányosak.

A vallási turizmus elsődleges célcsoportjának a helyi lakosságot és a külföldi turistákat lehet tekinteni. Előbbi kategória a kérdőíves kutatás során bizonyította igényét a szervezett vallási jellegű utazásokra, míg utóbbi esetében már korábban is a kulturális turizmus felé billent a mérleg nyelve. A belföldi turisták bevonása érdekében egy jól átgondolt, célirányos marketingstratégiára lenne szükség.

Felhasznált irodalom

BERGHAUER S. (2020): Turizmus-szervezési sajátosságok a célterületeken, turisztikai szervezetek, desztinációmárketing, alkalmazott turizmusfejlesztési és teljesítménymérési módszerek. Kárpátaljai célterületi jellemzők. In: Kóródi M. (szerk): *Turizmus a Kárpát-medencében*. Campus Kiadó, Debrecen. pp. 76–81.

- BERGHAUER S. (2012): *A turizmus, mint kitörési pont Kárpátalján (?) – Értékek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében*. PhD-értekezés, Pécsi Tudományegyetem, TTK, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs.
- FÉNYES E. (1851): *Magyarország geographiai szótára, melyben minden város, falu és pusztá, betűrendben körülményesen leíratik*. Nyomatott Kozma Vazulnál Pesten.
- GÖNCZI A. (2008): *Ruszin skizmatikus mozgalom a XX. század elején*. PoliPrint Kiadó, Ungvár. Grant kiadó, Lviv.
- GYURICZA L. (2017): A turizmus és biztonság kérdése a Krím félsziget annektálása kapcsán. In: Kiglics N. (szerk.): *II. Turizmus és Biztonság Nemzetközi Tudományos Konferencia*. Tanulmánykötet. Pannon Egyetem, Nagykanizsa. pp. 140–149.
- GYURICZA L. (2012): Tourism in the 21st century East-Central Europe – valorization of our ancestors' heritage as a touristic appeal. In: Berghauer, S. – Miroslov, D. – Fodor, Gy. – Gönczy, S. – Izsák, T. – Molnár, J. – Molnár, D. I. (szerk.): *Társadalomföldrajzi kihívások a XXI. század Kelet-Közép-Európájában/Social geographical challenges in the Eastern Central Europe of the XXI. century*. Nemzetközi Földrajzi Konferencia/International Geographical Conference. II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola. Beregszász/Berehovo. 2012. március 29-30. PoliPrint Kiadó. pp. 23–32.
- GYURICZA L. (2008). *A turizmus nemzetközi földrajza*. Egyetemi tankönyv. Budapest-Pécs, Dialóg-Campus.
- GYURICZA L. – BAZSIKA E. (2012): Népi kultúra a turizmusban. In: Aubert A. – Gyuricza L. – Huszti Zs. (szerk.): *A kultúra turizmusa, a turizmus kultúrája*. IDResearch Kft., Publikon Kiadó, Pécs. pp. 75–89.
- HORVÁTH Z. GY. – KOVÁCS S. (2002): *Kárpátalja kincsei*. Masszi Kiadó és Romantika Kiadó, Budapest.
- KASHKA, M. (2017): Analíz сучасного стану розвитку релігійного туризму на території Закарпаття. Тенденції розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації: матеріали I-ої Міжнародної науково-практичної конференції, 27–28 квітня р. Ужгород: ПП «Інватор» pp. 155–158.
- KEPECS, J. (2000): *Kárpátalja településeinek vallási adatai (1880-1941)*. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- KOCSIS K. (2016): A Kárpát-medence történeti vallásföldrajza (10–21. század). In: Gál A. – Frisnyák S. – Kókai S. (szerk.): *A Kárpát-medence történeti vallásföldrajza*. Tanulmánygyűjtemény, Nyíregyháza-Szerencs.
- KOCSIS K. – TÁTRAI P. (2021): Vallás. In: Kocsis K. (főszerk.): *Magyarország Nemzeti Atlasza – Társadalom*. Budapest, CSFK Földrajztudományi Intézet. pp. 78–83.
- KOLLAR T. (szerk.) (2013): *Középkori templomok a Tiszától a Kárpátokig. Középkori templomok útja Szabolcsban, Beregben és Kárpátalján*. Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Területfejlesztési és Környezetgazdálkodási Ügynökség Nonprofit Kft., Nyíregyháza.
- KOSTASHCHUK, I. (2018): *Geography of Religion as Social-Geographic Science*. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ II. Економічна і соціальна географія. 3(376).
- KOSTASHCHUK, I. (2011): Terytorialna orhanizatsiia relihiinoi sfery rehioniv Ukrainy. In: *Uchenyye zapysky Tavrycheskoho natsyonalnoho unyversyteta ym. V. Y. Vernadskoho. Seryia «Heohrafiya»*. Spetsvyprus. pp. 137–143.
- KOVALCHUK, A. (2003): *Heohrafiia relihii v Ukraini*. A. S. Kovalchuk. – Lviv: Vydavnychy tsentr LNU imeni Ivana Franka.
- MASHIKA, H. (2023): Сучасний стан розвитку релігійного туризму в Закарпатській області. Сакральне та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 28 квітня) – К.: ТОВ «Геопринт» pp. 230–232.
- MEDVIGY, L. (2011): Релігійний туризм як один із напрямів розвитку туристичної галузі Закарпатської області Рекреаційний потенціал Прикарпаття: історія, сучасний стан, перспективи. – Вип. 3: Матеріали міжнародної наукової конференції. Туризм і розвиток регіону. Івано-Франківськ-Яремче, 19–21 жовтня. pp. 360–365.
- MICHALKO G. 2023: *A turizmus esszenciája*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- MILASHOVSKA, O. I. – UDOVENKO, A. M. (2013): Role and place of excursion activity in the development of religious tourism in Transcarpathia/Науковий вісник НЛТУ України. Вип. 23(16). pp. 124–129.
- MOLNÁR D. I. (2018): *Perifériáról perifériára: Kárpátalja népessége 1869-től napjainkig*. Kalligram, MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Kisebbségkutató Intézet, Budapest.
- MOLNÁRJ. (2009): Vallási megoszlás. In: Baranyi B. (szerk.): *Kárpátalja*. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs-Budapest. pp. 207–209.
- MOLNÁR J. – MOLNÁR D. I. (2005): *Kárpátalja népessége és magyarsága a 2001. évi ukrainjai*

- népszámlálási és népmozgalmi adatok tükrében.* PoliPrint Kiadó, Beregszász.
- SASS E. (2019): *A kárpátaljai Beregvidék falusi turizmusának helyzete és fejlődési lehetőségei.* PhD-értekezés. Pécsi Tudományegyetem, TTK, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs.
- SEBŐK L. (2005): *Az 1869. évi népszámlálás vallási adatai.* TLA Teleki László Intézet.
- SZILÁGYI ZS. – SASS E. – GÖNCZY S. (2006): *Kárpátalja, mint turisztikai desztináció; Magyarországi turisták körében végzett imázs és elégedettségvizsgálat. III. Magyar Földrajzi Konferencia tudományos közleményei.* Budapest. pp. 1-20.
- SZIROHMAN, M. (2008): *Pjatdeszjat pjaty derevjanih hramiv Zakarpattya/Kárpátalja ötvenöt fatemploma.* Grant kiadó, Lviv.
- SZIROHMAN, M. (2000): *Cerkvi Ukrainé: Zakarpattya.* Lviv.
- TARPAI J. (2013): *A természeti és társadalmi erőforrások szerepe Kárpátalja turizmusfejlesztésében és hatása a területfejlesztésre.* PhD-értekezés. Pécsi Tudományegyetem, TTK, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs.
- TÁTRAI P. – MOLNÁR J. – KOVÁLY K. – ERŐSS Á. (2018): *A kárpátaljai magyarok lélekszáma és a népesedésüket befolyásoló tényezők a SUMMA 2017 felmérés alapján.* *Kisebbségi Szemle.* 3(3). pp. 7–31.
- TÓTH A. (2024): *A vallás és a turizmus kapcsolódási pontjai Kárpátalján a turisztikai termékfejlesztés tükrében.* PhD-értekezés. Pécsi Tudományegyetem, TTK, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs.
- TÓTH, A. – FODOR, GY. – BERGHAEUER, S. (2023a): *The Ethnic and Religious Structure of the Population of the Present-Day Territory of Transcarpathia in 1851.* *Modern Geográfia.* 18(1). pp. 27–39. DOI:10.15170/MG.2023.18.01.02
- TÓTH A. – FODOR G. – BERGHAEUERS. (2023b). *A kárpátaljai görögkatolikusok népességföldrajzi mutatói a Munkácsi Görögkatolikus Egyházmegye 2022-es sematizmusa alapján.* *Tér és Társadalom.* 37(4). pp. 100–112. doi: 10.17649/TET.37.4.3506
- TÓTH A. – GYURICZA L. (2021): *A kárpátaljai ruszin fatemplomok idegenforgalmi hasznosításának lehetőségei.* In: Szalai K. – Rátz T. – Michalkó G. (szerk.): *VIII. Magyar Turizmusföldrajzi Szimpózium.* Absztrakt kötet. Kodolányi János Egyetem – Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont Földrajztudományi Intézet – Magyar Földrajzi Társaság Budapest–Székesfehérvár.

Turizmus Bulletin

Founded: 1997

The professional and scientific journal of the Hungarian Tourism Agency
Published quarterly with the support of the Mobility and Tourism Research Centre, Sustainable
Development Institute, Budapest Corvinus University

The Turizmus Bulletin is ranked "B" on the list of periodicals of Economic and Law Sciences, the 9th
Section of the Hungarian Academy of Sciences, and ranked "A" on the list of periodicals of Earth
Sciences, the 10th Section of the Hungarian Academy of Sciences

The articles published in the Turizmus Bulletin have undergone a double, mutually anonymous revision
process

Basic concepts of submission, editing of manuscripts

1. Each manuscript should be submitted to the editors electronically as Word doc. docx file to the turizmusbulletin@uni-corvinus.hu email address. Illustrations - except for Tables - should be also sent in separate jpg. or tif. files. Their title should facilitate their identification. The size of the files submitted should not exceed 1-2 MB, and the total package should be within 8 MB.
2. Each manuscript should fully satisfy the actual requirements regarding content and format, which are available on the website or can be asked from the editorial board.
3. The size of the manuscripts including spaces should not exceed 35 thousand characters. In case they contain illustrations, their location in the text planned by the author should be indicated and it is also necessary to supply a reference (e.g. Figure 1) in the text. Illustrations should primarily serve to support the message. Their number, their proportionate size, and their aesthetic format are all required to be observed (the total number of Figures, Tables and Photos should not, if at all possible, be more than 3-5). Only print quality (at least 300 dpi resolution), grey-scale illustration should be submitted, and it is the authors responsibility to reproduce the originally coloured Figures or the Photos grey-scale. The illustrations should not be given their number, title and reference, they should be indicated in the text, but the Figures should include legends to support their comprehension. All illustrations must be legally acceptable.
4. The manuscripts submitted by the authors are reviewed by two specialists invited and appointed by the editorial board. For this to be done, a form which complies with international standards and which is regularly used for this purpose, is completed. The anonymity of authors to reviewers, the anonymity of reviewers to authors is provided by the editorial board. Reviewers have 4 weeks to formulate their opinion, after which, depending on the length of the revision to be done, authors should finalise their manuscript in 3-6 weeks. Should reviewers recommend a major revision, then, only after a repeated review process and approval can the decision be made to publish the manuscript. Following this, the manuscript can be edited, copy edited and prepared for printing. During this period contact with the author is maintained to the necessary extent. If the author so needs, the chief editor or the head of the editorial board issues confirmation regarding the acceptance of the manuscript.
5. The editors maintain contact with the corresponding author. It is the first author's responsibility to send the authors' declaration filled in and signed in a scanned form, and attached to the manuscript. This is intended to guarantee that, among many other things, the study and its details have not previously been published elsewhere, that they are not in the process of publication, that publication does not require permission from a third party and that the publication rights of the illustrations are valid.
6. If the research, which the study is based on, was supported by any organisation or company, then this should be acknowledged before the literature list.
7. The Turizmus Bulletin is one of the most important source of the national tourism knowledge base, and so authors are expected to be acquainted with the earlier professional literature regarding the given topic, published in the earlier issues of the periodical. To do so the comprehensive search engine under the keywords "Research/Our Journals (Kutatás/Folyóíratáink)" on the Budapest Corvinus University website helps, where the content of all the previous issues of the Tourism Bulletin is available. In addition, the earlier issues can also be downloaded on the website of the Corvinus Mobility and Tourism Centre, and the website of the Hungarian Tourism Agency.

The online search and download links:

- <https://journals.lib.uni-corvinus.hu/index.php/turizmusbulletin>
- <https://www.uni-corvinus.hu/fooldal/kutatas/intezeti-kutatokozpontok/mobilitas-es-turizmus-tovabbkepzesi-modszertani-es-kutatokozpont/turizmus-bulletin/>
- <https://igyutazunk.hu/cikkek/turizmus-bulletin>



TURIZMUS BULLETIN

A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA