****

**Apáczai Csere János Kar**

**Turizmus és Innováció**

**VIII. Nemzetközi Turizmus Konferencia**

**2016. április 4.**

**Absztrakt füzet**

****

**Győr**

**Turizmus és kapcsolódó szolgáltatások I.**

**Kánya Hajnalka**

Partiumi Keresztény Egyetem, Nagyvárad

**Marketing for increasing touristic attractivity of the Oradea fortress**

Absztrakt

The city of Oradea, being the centre of Bihor County, near the Romanian-Hungarian border, is famous for its cultural heritage, especially its buildings and its late-medieval fortress. The Oradea Fortress represents an important touristic attractiveness, not just from the regional tourism point of view, but also from the point of view of sustainable development of Oradea city and its region. The destroyed infrastructure of the fortress has been renovated using financial aid from the European Regional Development Fund. This infrastructural renovation contributes itself to increased touristic attractiveness of the fortress, but this can be considered only the first step in this direction. In the present paper the author emphasises the need of those online and offline marketing activities which can contribute to the publicity of the fortress, to an attractive image of the fortress, to increased touristic attractiveness of the fortress, to sustainable tourism development in the region.

Kulcsszavak

tourism marketing, touristic attractivity, online marketing in tourism, offline marketing in tourism, cultural heritage

**Slezák-Bartos Zsuzsanna- Vas-Guld Zsuzsanna- Gonda Tibor – Máté Andrea- Angler Kinga- Krizl Edit**

Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar

**„Kreatív fejlesztések- kreatív város” egy jó gyakorlat alapján**

Absztrakt

Jelen tanulmányban egy konkrét, Szekszárd MJV, példáján keresztül szeretnénk bemutatni, hogy a város vezetésének milyen feladatai és felelőssége van a kreatív városszemlélet kialakításában, annak tudatosításában. Legelőször tudatosítani kell a helyi lakosokban a város értékeit, mivel a város élhetőségével kapcsolatos pozitív benyomásuk multiplikatív hatással rendelkezik a város imázsával kapcsolatban. Mindezek miatt van lényeges szerepe a közszolgáltatásoknak, azok egyenletes elosztásának (pl. mindenki számára könnyen elérhető óvoda, postahivatal stb.), minőségének (ügyfélbarát hivatalok, igényekhez igazodó nyitvatartási idő, akadálymentesítés, színvonalas egészségügyi szolgáltatások, rekreációs és sportolási lehetőségek stb.). Fontos tényező a város élhetővé tétele színvonalas rendezvényeken, ápolt természeti és építészeti környezetén keresztül, funkciókkal rendelkező városi térrel, valamint a tisztes megélhetést biztosító munkahelyek révén. Ezzel kapcsolatosan is vállalkozunk az elmúlt időszak fejlesztéseinek, beruházásainak értékelő elemzésére, továbbá jövőbeni fejlesztési lehetőségek kutatására.

Kulcsszavak

fejlesztések, Szekszárd, kreatív ipar

**Egedy Tamás**

MTA CSFK FTI

**A kreativitás, a városfejlesztés és a turizmus aktuális tendenciái a pesti zsidó negyedben**

Absztrakt

Az előadás röviden áttekinti a zsidó negyed fejlődését, nagyobb hangsúlyt fektetve a rendszerváltozás óta bekövetkezett folyamatokra és ezek legfontosabb következményeire. egyrészt bemutatom a kreatív gazdaság aktuális tendenciáit a területen, részletesen tárgyalom és értékelem a városfelújítás aktuális lépéseit a kerületben, valamint felvázolom a turizmus helyzetét és konfliktusmezőit. Kísérletet teszek arra, hogy a három vizsgált folyamat hogyan kapcsolható össze a városrész sikeres fejlődése érdekében.

Kulcsszavak

kreatív gazdaság, városregeneráció, világörökség, parti negyed, zsidó negyed

**Bíró Csaba**

Kalocsa Korona Tours, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

**Kalocsa szíve program: Integrált turizmusfejlesztés – integráció és attraktivitás nélkül?!**

Absztrakt

A kutatás tárgya az integrált turizmusfejlesztés és versenyképesség Kalocsa és kistérségében, hiszen a város gazdaságfejlesztési stratégiájában fő kitörési pontként a turizmust határozta meg. A vizsgálat módszertani alapját primer és szekunder kutatások képezték: a helyszíni terepbejárás, mélyinterjúk készítése a döntéshozókkal, helyi civilekkel személyes interjúk (véletlenszerű mintavétellel), valamint másik fő prioritásként az ide vonatkozó nemzetközi valamint a hazai szakirodalomi forráskutatás – mely stabil alapjául szolgált a következtetéseimnek. A kutatás eredményeképpen megállapítható, hogy a tervezés-fejlesztés több esetben hiányos adatokra épült, több helyütt módszertanilag hibás és stratégiailag átgondolatlan volt. A fejlesztési tervek nem a fenntartható turizmus- és térségfejlesztés alapelvei mentén kerültek kialakításra. Továbbá nélkülözi az egyedi, versenyelőnyökkel rendelkező vonzerők korrekt bemutatását, értékelését, melyekkel napjaink változatos motivációkkal, kifinomult ízlésvilággal rendelkező („élményt kereső”) turistája megnyerhető. Nem világos továbbá az sem, hogy hogyan pozícionálja a város (és térsége) önmagát és mely célcsoportok számára kínálja turisztikai termékét. Megállapításaim szerint, a desztináció turizmusa – melynek fő fókusza a dunai szállodahajókról érkező látogatók - jelenlegi állapotában nem versenyképes, jelenlegi stratégiája sem vezethet sikerhez – melyet bővebben kifejtek a tanulmányban. A 2016-os év kora tavaszára elkészült a „giga” turisztikai beruházás is, de hova vezetnek a fent említett szakmai és módszertani hiányosságok? Kalocsa rendelkezik jelentős történelmi, kulturális és vallási örökségekkel, helyi karakteres termékekkel (hungarikumok), melyek kiaknázhatók és magas hozzáadott értéktartalmú komplex turisztikai termékekként a megfelelő célcsoportok számára versenyképesen értékesíthetők lennének. Véleményem szerint a tömegturizmus helyett inkább a „niche-piacokra” lenne célszerű fókuszálni, mert csak ily módon van lehetőség az erőforrások hosszútávon is eredményes és fenntartható használatára.

Kulcsszavak

integrált turizmusfejlesztés, attraktivitás

**Pálfi Andrea**

Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar

**Turisztikai desztináció menedzsment szervezetek szerepe az innovációk elterjedésében Magyarországon**

Absztrakt

A Magyarországon napjainkban működő Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezetek (TDM) tevékenységük során nemcsak az egyes desztinációk kínálati oldalának összefogására, a szervezetépítésre és a partnerség kialakítására fókuszálnak, hanem turisták igényeinek széleskörű kielégítését is célozzák, így a marketingkommunikációban is. Utóbbiban egyre nagyobb szerepet kapnak a különböző innovációk (pl. turisztikai kártya, mobilapplikáció), amelyek segítik a turisták desztinációban való mozgását, miközben ráirányítják a figyelmet a főbb attrakciókra, szolgáltatókra. A tanulmány hazai esettanulmányokon keresztül mutatja be a TDM szervezetek ilyen irányú innovációit, jó gyakorlatait.

Kulcsszavak

turisztikai desztináció menedzsment, turisztikai kártya, mobilapplikáció, innováció

**Angler Kinga**

Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar

**„Egyedül nem megy!” Formális és informális együttműködések sikeres gyakorlatai Szekszárd borturizmusáért**

Absztrakt

Jelen tanulmány a Szekszárdi borvidék névadó településén zajló összefogások résztvevőit és azok tevékenységét mutatja be. A kutatás hangsúlyosan a térség civil szereplői, önkormányzatok, közintézmények és vállalkozások által végzett azon együttműködésekre irányul, melyek céljaként az egész évben látogatható borvidéket, a szezonalitás enyhítését, a változatos borturisztikai programok megteremtését, ezáltal a városba látogató turisták számának növelését, a helyi vállalkozások megerősítését fogalmazták meg a résztvevők. A többnyire alulról kezdeményezett szerveződések között régiószintű, borvidéki és helyi együttműködések egyaránt jelen vannak. Az elmúlt néhány évben általuk megteremtett új turisztikai termékek a város versenyképességének erősítése mellett megmutatták a helyi lakosság széles körének bekapcsolhatóságát a sokszínű programokba, ezzel is erősítve a helybéliek lokálpatriotizmusát. A jó gyakorlatok bemutatása konkrét példákon keresztül történik, kiemelve a borral, borturizmussal Szekszárdon korábban egyáltalán nem, vagy kevésbé kapcsolatba hozott kínálati elemeket. Az így kialakított termékek eredeti, egyedi élmények nyújtásával új fogyasztói szegmenseket is megszólítottak. A borvidéken nóvumként ható turisztikai termékek meghonosításával, versenyképes kínálattá formálásukkal, minőségi továbbfejlesztésükkel kapcsolatban felmerülő akadályok, nehézségek elemzésére, megfogalmazására is kísérletet tesz a tanulmány.

Kulcsszavak

borturizmus, együttműködés, élmény, innováció, termékfejlesztés,

**Kundi Viktória**

Kodolányi János Főiskola, Turizmus Tanszék

**Az élmény értelmezése szolgáltatói és utazói aspektusban**

Absztrakt

Az élmény a turisztikai fogyasztás alapja. Értelmezése azonban sok esetben több aspektusból lehetséges, emiatt fontos annak feltárása, hogy az utazók mit is tartanak pontosan turisztikai élménynek és ezzel szemben mit gondolnak a szolgáltatók, mikor úgy vélik, élményt nyújtanak az utasok számára. A kettő között ugyanis az eddigi eredmények alapján nincs átfedés, mely a szolgáltatói szférában sikertelenséghez, az utazók esetében pedig elégedetlenséghez vezet. Amennyiben az élmény egyes elemei tipizálhatóak, annak egyes elemei konkrétan beazonosíthatóak, az utazási irodák, szállodák és egyéb turisztikai szolgáltatók ennek függvényében alakíthatják kínált szolgáltatásaikat a turizmusban részt vevők magasabb elégedettsége érdekében.

Kulcsszavak

turizmus, élmény, fogyasztás

**Tóthné Kardos Krisztina**

Széchenyi István Egyetem - RGDI

**Rendezvények Győrben**

Absztrakt

Győr gazdag a sokrétű kulturális programokban, majdnem minden korosztály és érdeklődési kör megtalálhatja a számára tetszőt az ajánlatok között. 1996-tól a Négy Évszak Fesztivál minden évszakban, egyfajta keretbe foglaltan nyújtja összművészeti fesztiváljait. Számos kutatás alapján elmondható, hogy a város lakóinak kulturális-szabadidős tevékenysége átlag feletti intenzitásúnak mondható. Tanulmányban vizsgálatra kerül egyrészt a rendezvények kedveltsége a győri lakosság körében, illetve részletesen foglalkozom a rendezvények esetleges turisztikai hozadékával, hiszen a győri kulturális programok szervezésének célja, hogy a város lakói mellett egyre többen felfigyeljenek Győrre. A dolgozat alapja saját lakossági és szakértői kérdőíves kutatások, illetve változatos szekunder adatforrások. A dolgozat célja, a győri rendezvények kutatási eredmények tükrében történő analizálása.

Kulcsszavak

Győr, Négy Évszak Fesztivál, rendezvények, kultúra, turizmus

**Turizmus és kapcsolódó szolgáltatások II.**

**Péter András**

Partiumi Keresztény Egyetem – Nagyvárad

**Szóváta és környéke - a turisztikai szolgáltatások jogi szabályozásának néhány kérdése Románia jogrendjében**

Absztrakt

A turisztikai szolgáltatásokra vonatkozó legfontosabb jogszabály a román jogrendben, a többször módosított és később törvényerőre emelt 1999 évi 1O7-es számú kormányrendelet amely „a turistaszolgáltatási csomagok forgalmazásáról szól”. Ebben a turistaszolgáltatási csomagszerződést úgy határozták meg, mint a turista és a turistaügynökség között létrejött akarat megegyezést, amelynek tárgya egy turista szolgáltatási csomag megvétele a turista által és a szolgáltatásra vonatkozó valamint a vételár kifizetését elismerő dokumentumok kibocsájtása az ügynökség által. Itt egy vegyes jellegű szerződésről van szó, amely egyrészt tartalmazza a klasszikus adásvételi szerződés egyes elemeit, de ezek keverednek több típusú szerződéses elemekkel, mint szállítási, bérleti, ellátási, vállalkozási és megbízási szerződés elemekkel.

A turistacsomag vételi szerződésnek, kötelező módon tartalmaznia kell az utazás rendeltetési helyét, időtartamát, az igénybe veendő közlekedési eszközt és ennek kategóriáját, az útvonalat, az étkezések rendjét, az elszállásolási helyet és ennek besorolását, különböző látogatásokat, kirándulásokat, valamint a csomag árát, a kifizetés módját és határidejét.

A turista szolgáltatások nem teljesítéséből eredő kötelezettségek tekintetében az új román Polgári Törvénykönyv kötelmeket tárgyaló részében a szerződésszegésre és szavatosságra vonatkozó előírásoktól eltérő szabályok érvényesülnek, amelyek e szerződések sajátos jellegének tulajdoníthatók, és amelyek alkalmazhatósága, csak a felek megegyezésére alapulhat.

Az előadás keretében bemutatásra kerülnek, Szováta fürdő és környékének főbb turisztikai sajátosságai és ezek megjelenítése a nemzetközi turizmus piacán.

Kulcsszavak

Nemzetközi turizmus, Szováta, Parajd, Vármező, jog, jogharmonizáció, lehetőségek

**Kóródi László**

Partiumi Keresztény Egyetem

**Turisztikai információs stratégia és turisztikai versenyképesség Nagyváradon**

Absztrakt

Nagyvárad nagy turisztikai potenciállal rendelkezik, versenyképességét és vonzerejét több tényező is befolyásolja, növeli. Az informálás már az úti cél kiválasztásában fontos tényező, tehát Nagyvárad vonzerejének alakításához is hozzájárul. A versenyképességi tényezők között pedig úgy gondolom, hogy fontos faktor az, hogy a Nagyváradra látogató turisták otthon érezzék magukat és minél több információhoz jussanak a városról, a látnivalókról és eseményekről. Nagyvárad sokáig le volt maradva ezen a téren, turisztikai információs központ sem működött a városban. A vizsgálat célja az, hogy lássuk most milyen módon és mennyire könnyen lehet informálódni a városról, mint turisztikai célpontról és ez hogyan hat a város turisztikai versenyképességére. Mivel egy város turisztikai brandjének kialakításában döntő szerepe van az önkormányzatnak és a városvezetésnek, ezért külön kitérek arra, hogy milyen lépéseket tesznek a honatyák a város turisztikai potenciáljának kiaknázása érdekében és milyen stratégiát követnek ezen a téren.

Kulcsszavak

turisztikai információs stratégia, turisztikai versenyképesség, turisztikai vonzerő

**Kollár Csaba**

Nemzeti Közszolgálati Egyetem Katonai Műszaki Doktori Iskola

**Turizmus és információbiztonság - A kiterjesztett valóság lehetőségei és veszélyei az idegenforgalomban**

Absztrakt

Közhelynek számít, hogy a digitális kor fejlesztései, platformjai, eszközei és alkalmazásai az élet valamennyi területén megjelentek, s fokozatosan elterjednek. Ez alól a turizmus sem kivétel. A felhőben tárolt turisztikai adatok, a fogyasztó utazási döntéseinek big data analitikán alapuló szofisztikált elemzése ás predikciója, a mobiltelefonnal készített élmények közösségi oldalakon történő megosztása, a mobiltelefonon futó turisztikai, városi, idegenforgalmi applikációk mind mind e folyamat kézzelfogható elemei. Az előadás az említett területek bemutatása után elsősorban és részletesebben a kiterjesztett valóság (augmented reality) turisztikai lehetőségeire és veszélyeire fókuszál az információbiztonság aspektusában.

Kulcsszavak

információbiztonság, digitális kor, kiterjesztett valóság, turizmus, idegenforgalom

**Rátz Tamara - Hinek Mátyás - Kurucz Attila**

Kodolányi János Főiskola

**Ipari attrakciók születése, avagy a non-produktív beruházások döntési kritériumai**

Absztrakt

Korunk gazdasági társaságai komoly folyamat mentén hozzák meg beruházási döntéseiket, amelyektől nem csak valamilyen jövőbeli megtérülést várnak, hanem minden esetben stratégiai előnyöket is a piacon. Amikor ezek a társaságok leteszik névjegyüket valamilyen turisztikai objektum létrehozásánál a korábbi döntési kritériumok érvényüket vesztik. Elhagyjuk a ROI és PI hatáskörét és valami egészen más megfontolásokat találunk, mint megtérülési követelmény, ha egyáltalán találunk… Ezt a kérdéskört mutatja be írásunk.

Kulcsszavak

Ipari emlékek, ipari attrakciók, turisztikai beruházás

**Pallás Edith**

Károly Róbert Főiskola

**Modern marketing eszközök használata a borturizmusban A német ’best practice’ - esettanulmány**

Absztrakt

Németország borvidékei egymással és a többi európai borvidékkel is versenyben állnak. Mivel az ország nem igazán tartozik a hagyományos bortermelő országok közé, de célul tűzte ki a hazai bortermelés fejlesztését és a borok nagyobb volumenű hazai értékesítését, olyan értékesítési lehetőségeket kell kialakítani, melyek lehetővé teszik a kis-és közepes vállalkozások számára is a borok eladását. A cél eléréséhez nélkülözhetetlen a kiváló bormarketing tevékenység, modern marketing szemlélet és eszközök alkalmazásával.

Kulcsszavak

marketing, borturizmus, borértékesítés

**Karakasné Morvay Klára**

Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

**Innováció a szállodai Revenue Managerek oktatásában**

Absztrakt

A Revenue Management alkalmazása a 70-es évek végén kezdődött, és mára nagyon széles körben elterjedt menedzsment eszközzé vált. A légitársaságok, autókölcsönzők mellett a szállodák is alkalmazzák a bevételük és a működési eredményük (GOP) optimalizálására. Több külföldi egyetem indított e témában kurzusokat, míg itthon még nem érzékelhető változás a képzési és továbbképzési palettán, holott a szakmában megnőtt a kereslet a Revenue Manager-ek iránt. Jelen cikk annak járt utána, hogy a budapesti minőségi szállodákban milyen igény mutatkozik ilyen irányú képzésekre, illetve a Revenue Manager által alkalmazott ismeretek és képességek milyen kombinációját tartják ideálisnak. Az elméleti képzés tartalma mellett a piaci szimulációs játékok is említésre kerülnek, és kirajzolódik egy lehetséges képzés.

Kulcsszavak

hotel, Revenue Management, Revenue Manager, piaci szimuláció, oktatás

**Albert Tóth Attila**

Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar, Turizmus Intézet

**A magyarországi megyék szállodaipara**

Absztrakt

A magyar szállodaipar területi elemzése szempontjából, a megyei szintű értékelések kevésbé voltak hangsúlyosak az elmúlt években. A megyék szerepének felértékelődése mindenképpen indokolja, hogy áttekintsük hazánk turizmusán belül, a szálláshelyek és a szállodaipar megyék szerinti megoszlását, a turizmus és a szállodaipar hozzájárulását a megyék gazdasági életéhez és az adott terület fejlődéséhez. A tanulmány, a készítése időpontjában rendelkezésre álló, publikált adatok, a turisztikai trendek, és a szállodaipari tendenciák alapján értékeli a magyarországi megyék szállodaiparát.

Kulcsszavak

Szállodaipar, magyarországi megyék, területi elemzés,

**Sport – Rekreáció – Öko-turizmus**

**Tóth Lilla**

Széchenyi István Egyetem Petz Lajos Egészségtudományi és Szociális Képzési Intézet

**A teljes gégeeltávolításon átesett betegek rehabilitációja és integrációja**

Absztrakt

A teljes gégeeltávolításon átesett betegek rehabilitációja és integrációja Bevezetés: Az előrehaladott gégerák sebészi megoldása a teljes gégeeltávolítás, melyet követően a betegek élete jelentős változásokon megy keresztül. A műtétet követően az állandó tracheostoma miatt az addigi „normális” és az egyének számára „megfelelő” életmód radikálisan átalakul, ami az érintettek számára jelentős nehézséget jelent. A vizsgálat célja: A gégeexstirpált betegek rehabilitációs és integrációs lehetőségek felmérése volt. Módszerek: Leíró jellegű, keresztmetszeti vizsgálatunk során nem valószínűségi, kényelmi mintavétellel szegedi, budapesti és mainzi rehabilitációs klubokba járó betegeket kérdeztünk meg anonim, önkitöltős kérdőív segítségével. A kérdések témakörei a műtétet követően a korábbi életükbe való visszailleszkedésüket, és a rehabilitációs klubok elérhetőségét és hasznosságát érintették. Az eredmények elemzése MS Excel program segítségével történt; az adatok jellemzésére és vizsgálatára t – próba és szignifikancia eljárásokat alkalmaztunk. Eredmények: A műtétet követően válaszadók korábbi élete döntően megváltozott a társas kapcsolataik, közösségi életük minősége romlott. Sajnos hazánkban igen kevesen járnak rehabilitációs klubokba, ők azonban a foglalkozásokat hasznosnak tartják. Németországban sokkal népszerűbbek a rehabilitációs klubok, melyekhez a betegek nagyobb hányada csatlakozik. Az ottani foglalkozások sokrétűbbek. Következtetések: Magyarországon – ellentétben a külföldiekkel - az operált betegek igen csekély százaléka vesz részt rehabilitációs foglalkozáson, ám ők elégedettek a szolgáltatásokkal. Javaslatok: Az eredmények alapján multidiszciplináris team létrehozása, rehabilitációs programok szervezése, társadalom bevonása javasolt.

Kulcsszavak:

teljes gégeeltávolítás, tracheostoma, életminőség, rehabilitáció, integráció

**Kovácsné Tóth Ágnes - Szűcs Petra - Tóth Lilla**

Széchenyi István Egyetem Petz Lajos Egészségtudományi és Szociális Képzési Intézet

**Sportolási alternatíva mozgászavarral küzdők számára. Miért ajánlott a botos gyaloglás a Sclerosis Multiplexben szenvedő betegek számára?**

Absztrakt

A Nordic Walking a 90-es években kezdett elterjedni Finnországban és a többi skandináv országban, majd Japánban és az Amerikai Egyesült Államokban. Mostanra Európában és hazánkban is igen népszerűvé vált. A botokat a járás könnyítésére szokták használni, és ez a Nordic Walkingnál is működik: • A mozgászavarban szenvedődők, (különösen emelkedő területen) Nordic Walking esetében "összkerékhajtásról" vagy "négykézláb-járásról" beszélnek. • A felsőtest a lábmunkának közel 30%-át átveszi, ami elősegíti a hajtóerő optimális eloszlását az egész testen. • A csípő előrelendülésével a lépéshossz automatikusan megnő, a járás tempója pedig gyorsabb, • A botok helyes használatánál javul a testtartás és így aránylag rövid időn belül megszűnik a gyakori, sokszor évek óta tartó fájdalom a váll- és nyaki izomzatban. • Támaszt, biztonságot ad a sportolás során. • Az ellentétes kar-láb mozgás hangsúlyozása révén alkalmas bizonyos neurológiai kórképekben (pl. Parkinson-kór, SM, Stroke) a mozgáskészség javítására. • Dinamikát, ritmust ad a gyaloglásnak, jó kikapcsolódást, harmonikus mozgást ad a testnek • Segíti az optimális lépéshossz, szélesség, a járásritmus felvételét • A diagonális mozgás a két agyféltekét együttműködésre készteti. A gyógyítás folyamatában a neurológiai és kardiológiai rehabilitációs tevékenységben egyre nagyobb teret foglal el a botos gyaloglás. Kutatásunkban SM betegségben szenvedőket (N=207fő) kérdeztünk meg a mozgás szokásaikról. Hetente több alkalommal végez mozgástevékenységet a megkérdezettek 77%. A megkérdezett hölgyek aktívabbak a testmozgást illetően a 80%-uk mozog heti több alkalommal p≥0,016. Megbetegedés esetén a megváltozott életkörülményekhez igazodva javasoljuk a Nordic Walking, mozgásformát, amely könnyen elsajátítható a tapasztalatok szerint, hisz a rendezvényeken NW oktató segítségével rendszeresen tanítjuk a betegeket. A visszajelzések megerősítenek bennünket a mozgásforma hatékonyságáról.

Kulcsszavak:

nordic walking, mozgászavar, sclerosis multiplex

**Nagy Kinga**

Testnevelési Egyetem

**Az élménypedagógia jelentősége a hazai kalandparkok szolgáltatásai között**

Absztrakt

A hazánkban is egyre népszerűbb kalandparkok felismerték a komplex kínálatfejlesztés szükségességét. Korábbi kutatások azt igazolták, hogy a kalandparkok szolgáltatásaikat úgy tudják több, speciális célcsoport számára is vonzóvá tenni, ha a szórakoztatás és a teljesítőképesség feszegetése mellett más funkciókat is képesek megvalósítani. Az élménypedagógia - mint funkcióbővítő eszköz - a csoportfolyamatok megértéséhez, a közösségfejlesztéshez és ismeretátadáshoz nyújt strukturált keretet. Jelentősége abban rejlik, hogy a gyakorlatokat egyéni vagy csoportos célokhoz igazítja és azonnali visszajelzést is ad a résztvevők számára. A szerző célja, hogy a korábbi kutatásokra alapozva megvizsgálja, hogy a hazánkban jelenleg működő kalandparkokban hol és hogyan alkalmazzák az élménypedagógia módszereit. Ennek keretében feltárásra kerül, hogy milyen mértékben valósulnak meg az oktató-nevelő, és közösségformáló funkciók és ennek hátterében milyen segítő, illetve gátló tényezők állnak. A módszer alkalmazási lehetőségeit az aktív turizmus egyéb formáinál jelentősen meghatározza, hogy az outdoor területen dolgozó túravezetők, trénerek, sportszakemberek milyen potenciált látnak az élménypedagógiában.

Kulcsszavak

kalandpark, élménypedagógia , közösségformálás, oktató-nevelő funkciók

**Ivancsóné Horváth Zsuzsa - Printz Markó Erzsébet - Darabos Ferenc**

Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar Turizmus Intézet

**Real wellness vs. wellness patchwork**

Absztrakt

Munkánkban áttekintettük a wellness turizmus elméleti hátterét, megvizsgáltuk a szakirodalom alapján a wellness turizmus modelljeit. Kérdőíves kutatásunk alapjául Ardell öt tényezős modelljét választottuk. Az így elkészített kérdőív segítségével a magyar lakosság wellness turizmus szokásait kutattuk. A lekérdezést több generációs fürdőhelyeken végeztük. A kutatásban 547 fő vett részt. Vizsgálatunk során azt kívántuk feltárni, hogy a wellness vajon egy életfilozófiát jelent-e Magyarországon, vagy egyszerűen csak a kikapcsolódás, a rekreáció és a fürdőturizmus egy módja.

Kulcsszavak

wellness, életfilozófia, egészség

**Eisingerné Balassa Boglárka - Kecskés Petra - Nagy Szabolcs - Kovács Gábor - Horváth Petra**

Széchényi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

**Önkéntesek a sport világában: A mega rendezvények alap pillérei**

Absztrakt

2017-ben Győr városa elnyerte a jogot, hogy megtartsa az Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivált (továbbiakban EYOF). A fesztivált magát az Olimpia kistestvéreként tartják számon, ahol a fiatalok versenyeznek. Az esemény az úgynevezett mega rendezvények közé sorolható. A rendezvény a városnak nagy média megjelenést fog jelenteni, így a sportturizmus fellendülését is elősegítheti. Fontos azonban kiemelni azt is, hogy egy ilyen rendezvény milyen erőforrásokat igényel. Tanulmányunk során az önkéntesek aspektusából vizsgáljuk meg a szükséges erőforrásokat, bemutatván a megfelelő önkéntest, és azokat a főbb területeket, amelyek az önkéntesek motiválását, kiválasztását és toborzását érintik. A kutatás célja alapvetően a mega rendezvények lebonyolításában résztvevő önkéntesek vizsgálata. Az elemzéssorán kitérünk a potenciális önkéntesek motivációira, annak elméleti hátterére és korábbi rendezvényekhez kapcsolódó gyakorlati példáira, az önkéntesek toborzására különféle rendezvények esetében, a leendő önkéntesek oktatására, képzésére az Európai Ifjúsági Olimpia esetében, végül kiemeljük a rendezvényhez kapcsolódó logisztikai tevékenységeket is. Az EYOF sportesemény előkészítésének marketing aspektusa hangsúlyos részét képezi önkénteseink megszólításának. A tanulmány elején elméleti áttekintést teszünk a különböző motivációs modellekkel kapcsolatosan, továbbá tanulmányozzuk az önkéntesek gyakorlati motiválásának lehetőségeit is. Emellett szekunder kutatást végzünk a korábban megrendezett sporteseményekkel kapcsolatosan, mely a rendezvények lebonyolítását, az önkéntes tevékenységek szervezését és néhány Best Practice–t tartalmaz. Az empirikus kutatás során a generációs különbségek vizsgálatára helyezzük a hangsúlyt motivációjuk tekintetében, valamint a motiváció hatékonyságához kapcsolódó lehetséges marketing eszközökre is javaslatokat teszünk. Főbb kutatási eredményünk, hogy megismertük a célcsoportok önkéntességhez való viszonyulását. Ez alapján kijelenthetjük, hogy Magyarországon az önkéntességnek még nincs olyan kiemelt kultúrája, mint külföldön, ezért szükséges marketing kommunikációs eszközöket alkalmazni célcsoport-specifikusan. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy az Y és Z generáció tagjait ne hagyományos offline eszközökkel próbáljuk meg elérni, hanem a médiafogyasztásuknak megfelelően az online eszközök integrálása is szükséges, mint például a Google Adwords, Facebook, Instagram. Az eredmények azt mutatják, hogy az önkéntes munkához való viszonyulás alapján két fő csoport létezik ma hazánkban. Aki szívesen dolgozik, mert jó érzéssel tölti el az altruizmus, illetve aki „ingyen munkaként” tekint rá, tehát negatívan értékeli az önkéntességet. Mindez azért releváns, mert a rendezvényhez kapcsolódó kommunikáció során a motivációs faktorok közül a részvétel fontosságát illetve a lokálpatriotizmust érdemes hangsúlyozni az önkéntesek verbuválása céljából.

Kulcsszavak

önkéntesség, eyof, mega rendezvény, empirikus kutatás

**Dobay Beáta - Elena Bendíková**

Selye János Egyetem Komárom - Univerzita Mateja Bela - Banská Bystrica

**Középkorosztályú felnőtt lakosság rekreációs sporttevékenysége Dél-Szlovákiában**

Absztrakt

A felnőtt lakosság közül a középkorosztály számít a legaktívabb korosztálynak. Célunk bemutatni az adott régió középkorosztályának rekreációs sporttevékenységi lehetőségeit. Dél – Szlovákia három járásában (Komárom, Érsekújvár és Dunaszerdahely) végeztük a kutatást. A felmérés során Granadai Egyetem szakemberei által összeállított kérdőívet alkalmaztunk (http://www.ugr.es/). A kérdőívet n=742 fő töltötte ki, közülük n=339 férfi és n=403 nő. A külföldi és belföldi szakirodalmi áttekintésen túl, a kérdőívet különböző programok segítségével dolgoztuk fel. Alkalmaztuk a chí négyzet megállapításánál a GEOGEBRA programot, a Pearson korreláció esetében az Excel és a Sociel science statistics program – kalkulátorait. Az átlag életkor a nők esetében 37,2 év a férfiaknál ez 36,5év. Átlag testsúly a nők estében 67,3 kg a férfiaknál 89,0 kg. A testmagasságnál a nők átlagban 167,9 cm a férfiak átlag magassága 179,6 cm. Felmértük a rekreációs sporthelyszínekhez való eljutást, ahol a férfiak 72,9% rendelkezik olyan közlekedési eszközzel, mellyel eljut azokra a helyszínekre, ahol aktív fizikai sporttevékenységet folytathatnak. Ennél a kérdésnél szignifikáns (p<0.01)különbség volt a két nem között. Megkérdeztük, hogy anyagilag mennyi pénzt hajlandók rekreációs sporttevékenységre ráfordítani. Az igen válasz esetében a férfiak többet hajlandók anyagilag rekreációs sportra költeni. Itt is szignifikáns (p<0.01)különbség volt a két nem között. Összehasonlítjuk a nemek közti különbségeket számos rekreációs sporttevékenységgel kapcsolatos kérdéskörben. Javaslataink közé tatoznak, hogy ennél a korosztálynál fontosnak tartjuk a felvilágosítást az egészség megőrzése szempontjából az újszerű rekreációs sporttevékenységek alkalmazásával. Felhívni a figyelmet a természetben végezhető fizikai aktivitások alkalmazhatóságára rekreációs tevékenységeik során.

**Serra György - Vargáné Csobán Katalin**

DHSE-PMD Vívó Klub ügyvezető igazgató - Debreceni Egyetem Turizmus és Vendéglátás Tanszék

**Veterán sportolók utazási szokásainak vizsgálata**

Absztrakt

A sport és a sportturizmus előmozdítása hazánkban fontos fejlesztési prioritás mind nemzeti, mind helyi szinten, elsősorban az elvárt pozitív hatások okán. Ugyanakkor a különböző sportesemények eltérő gazdasági, társadalmi hatásokat eredményezhetnek, melyek jelentős mértékben függnek a résztvevők demográfiai jellemzőitől, attitűdjeitől, szokásaitól. A sportversenyek keresleti tényezőinek mélyrehatóbb megismerése ezért elméleti és gyakorlati szempontból egyaránt fontos feladat. Jelen tanulmány célja a veterán sportolói szegmens viselkedési profiljának, utazási szokásainak feltárása egy nemzetközi sportverseny, valamint az évente több alkalommal megrendezésre kerülő edzőtáborok példáján. Az esettanulmány lehetőséget ad a szenior sportturisták és a fiatalabb generációhoz tartozó aktív sportturisták szokásainak összevetésére a nemzetközi szakirodalom alapján.

Kulcsszavak

veterán, verseny, edzőtábor, sportturizmus

**András Krisztina - Várhegyi Ferenc**

Budapesti Corvinus Egyetem, Gtk. Vállalatgazdaságtan Intézet, Üzleti Gazdaságtan Tsz. Sportgazdaságtani Kutatóközpont - Eurosport Magyar Szekesztőség

**Hazai rendezésű sportrendezvények hatásai a Red Bull Air Race példáján**

Absztrakt

Napjaink egyik izgalmas sportgazdaságtani kutatási kérdését jelenti, hogy egy hazai rendezésű nemzetközi sportesemény milyen hatásokkal jellemezhető. A sportgazdaságtan legfontosabb megjelenési formái ma, a nemzetközi sportrendezvények. A hivatásos sport központi termékét a különböző sportrendezvények, sportesemények jelentik. Egy–egy nemzetközi szintű sportrendezvény (olimpia, világbajnokság, Bajnokok ligája döntő) sportgazdaságtani szempontból a sport összes piacára (fogyasztó piac, játékospiac, közvetítési jogok piaca, sportszponzori piac, merchandising piac) hatást gyakorol. Előadásunkban a technikai sportágak hazai rendezésű nemzetközi eseményei közül a 2016 nyarán Budapesten ismét megrendezésre kerülő Red Bull Air Race futamának hatásvizsgálatát kívánjuk bemutatni, kiemelten kezelve a gazdasági hatások közül a rendezvény korábban tapasztalt és elvárt turisztikai hatásait.

Kulcsszavak

sportgazdaság, sportrendezvények hatásai, turisztikai hatások

**Máté Tünde – András Krisztina**

Széchenyi István Egyetem, Regionális és Gazdaságtudományi Doktori Iskola

**Nemzetközi sportrendezvények turisztikai hatásai**

Absztrakt:

A sportgazdaságtan legfontosabb megjelenési formái ma, a nemzetközi sportrendezvények. A hivatásos sport központi termékét a különböző sportrendezvények, sportesemények jelentik. Egy–egy nemzetközi szintű sportrendezvény (olimpia, világbajnokság, Bajnokok ligája döntő) sportgazdaságtani szempontból a sport összes piacára (fogyasztó piac, játékospiac, közvetítési jogok piaca, sportszponzori piac, merchandising piac) hatást gyakorol. Ezek a nemzetközi sportrendezvények azonban nemcsak a saját piacaikra gyakorolnak kiemelt hatást, hanem a rendező ország / város gazdaságára vagy annak régiójára is. A nemzetközi sportrendezvények új fejlesztő erőt jelentek a szervező város / ország / régió életében. Az előadás célja, hogy a hatások közül bemutassuk a nemzetközi sportrendezvények turisztikai hatásait, azok vonatkozásait. Módszerek: online kérdőíves lekérdezés a 2013-ban és 2014-ben megrendezésre került hazai rendezésű nemzetközi sportrendezvények szervezői tapasztalatiról, turisztikai kapcsolódásaikról, 21 érintett szövetség online kérdőíves megkeresése, szakirodalom feldolgozás. Eredmények: Az eredmények arra adják meg a választ, melyek a lehetséges kapcsolódási pontok, hogyan hat, milyen lehetőségeket teremt egy nemzetközi sportrendezvény szervezése a szervező város turizmusának. A téma aktualitását és figyelemre méltóságát az adja, hogy Magyarországon az elmúlt két évben, és az elkövetkezendő években is több nemzetközi hazai rendezésű sportrendezvény lesz (2014 Kézilabda Európa Bajnokság, 2017 Európai Ifjúsági Olimpia, Győr, 2020 Labdarúgó Európa-bajnokság, Budapest, 2021 Vizes Világbajnokság, Budapest). Évente FORMULA-1, Magyar Nagydíj és Túraautó Világbajnokság Mogyoródon, Gyulai István Memorial Atlétikai verseny Székesfehérváron), amelyek gazdasági és egyben turisztikai hatásai rövid és hosszú távon egyaránt megjelennek. A hazai rendezésű nemzetközi sportrendezvények szervezése világszínvonalúnak tekinthető. Az előadás célja bemutatni, milyen turisztikai hatások jöhetnek létre egy hazai rendezésű nemzetközi sportrendezvények esetében, továbbá milyen turisztikai lehetőségeket eredményeznek ezek a szervező városnak?

Kulcsszavak

sportrendezvények, nemzetközi, gazdasági hatások, sportgazdaság, turizmus

**Bánhidi Miklós - Szalóki Richárd**

Széchenyi István Apáczai Csere János Kar

**FELNŐTT TURISTÁK SPORTESZKÖZ HASZNÁLATÁNAK VIZSGÁLATA**

Absztrakt

A sportturizmus ágazatának fejlődése jelentős infrastrukturális fejlesztések nyomán gyorsult fel a turizmus szolgáltatóknál. Ehhez kötődően egyre több turista érkezik aktív üdülési céllal, melyhez szívesen viszik magukkal sporteszközeiket is. A szakirodalomban kevés adat áll rendelkezésre, hogy a felnőttek üdüléseik tervezésénél és szabadidő elöltési szokásaiknál milyen szerepet játszanak a régebben, ill. újonnan beszerzett sporteszközök. Ezzel kapcsolatban indítottunk egy átfogó vizsgálatot, amelyben 3448 felnőtt lakost kérdeztünk meg üdülési szokásaikról kérdőíves módszerrel. Az eredmények alapján megállapíthattuk, hogy a megkérdezettek 75%-a nagyon fontosnak tartja az üdülés során a fizikai kikapcsolódást, 46,4%-a pedig szívesen vesz igénybe aktív sportturisztikai szolgáltatást is. Legtöbben közülük (18%) akár 4 óránál hosszabb ideig túráznak, 9,6%-uk vízparti játékokat űz, 9,1%-uk kerékpározik. A vizsgálat ugyan nem tér ki arra, hogy mennyire veszik igénybe a helyi kölcsönzőket, azonban megtudtuk, hogy 8%-uk célirányosan az aktív üdülés céljából vásárolja sporteszközeit, labdákat, tenisz-, tollas ütőket, kerékpárt, télen sífelszereléseket. Véleményünk szerint a vizsgálat során kapott adatok azt igazolják, hogy a magyar lakosok többsége jelentős érdeklődést mutat az aktív üdülés irányában, akiknek csak töredéke végez valójában egészségmegőrző aktív tevékenységet. A megkérdezettek közül azok, akik viszik magukkal a sportszereket, készek akár több órás aktív program végzésére is.

Kulcsszavak

turizmus, sporteszköz használat, üdülési szokás

**Gasztronómia**

**Lugasi Andrea - Sándor Dénes - Gundel János - Hidvégi Hedvig**

Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Vendéglátás Intézeti Tanszék

**Érzékszervi és táplálkozás-élettani tulajdonságok változása marhahúsban különböző konyhatechnológiai eljárások hatására**

Absztrakt

A kísérletek célja szarvasmarha hátszín (m. longissimus dorsi) és pecsenye kacsamell minták sous vide technika és kevés zsiradékban történő sütés (szotírozás) hatására bekövetkező beltartalmi és oxidációs változásainak vizsgálata volt. Ausztrál szarvasmarha egész hátszín és Mulard pecsenye kacsamell került vizsgálatra nyersen és két különböző konyhatechnológiai eljárással elkészítve. A hátszín mintákat a hőkezelés előtt 0oC-on, 4 hónapon keresztül érleltük vákuumtasakban, a kacsamell vágás után, frissen került felhasználásra. A sous vide eljárás során a mintákat 2 és 4 óráig, 50oC, 57oC és 64oC-on hőkezeltük vákuumozva. Ezt követően rövid idő alatt 3oC-ra hűtöttük le a mintákat és 7 napig 0oC-on hűtőben tároltuk, majd 50oC, 57oC és 64oC-os maghőmérsékleten megsütöttük, a marhahúsokat napraforgóolajban, a kacsamelleket saját zsírjukon. A szotírozás, azaz a kevés napraforgóolajban sütés 220oC-os elektromos lapon, ugyancsak az előző három maghőmérsékleten történt. A kihűlt, homogenizált mintákból különböző vizsgálatokat végeztünk el. A nyers minták beltartalmi jellemzőiben jelentős különbség tapasztalható: a marha hátszín zsír- és fehérjetartalma a szárazanyagban 4,8% és 84,6%, a kacsamell esetében ugyanezen jellemzők 20,3% és 40,9%. Megfelelően annak a ténynek, hogy a hőkezelés vízvesztéssel jár, a marha- és kacshúsok esetében is nőtt a szárazanyag-, fehérje- és zsírtartalom, bár a növekedés csak látszólagos. Marhahúsban a nyers mintákhoz képest valamennyi mintában megnőtt a malondialdehid mennyisége, a hőmérséklet emelkedésével egyenes arányban, ami fokozott oxidatív stresszre utal. A kacsamell esetében azonos jelenség volt megfigyelhető, az MDA növekedés mértéke azonban jelentősen kisebb volt. A többszörösen telítetlen zsírsavak aránya a hőkezelések hatására a marhahúsban és a kacsamellben is emelkedett. A táplálkozás-élettani szempontból kedvező linolénsav aránya a marhahúsban jelentősen csökkent a kezelések hatására, míg a kacsahúsban nem változott számottevően, ami szintén arra utal, hogy a jelenlévő antioxidánsok megvédték az érzékeny lipideket az oxidációtól. Műszeres vizsgálatokkal megállapítottuk, hogy porhanyósság szempontjából a sous vide kezelés kedvezőbb volt, mint a szotírozás, marhahúsban és kacsamellben egyaránt. Összességében megállapítható, hogy mind a szotírozás, mind a sous vide technika döntő változásokat eredményez a különböző húsféleségek érzékszervi és beltartalmi jellemzőiben. Támogató: EMMI 26130-2/2013/TUDPOL

Kulcsszavak

szotírozás, sous vide, zsírsav-összetétel, érzékszervi jellemzők, állomány

**Vajda Katalin**

Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar

**Kíméletes technológiák alkalmazása a gasztronómiában**

Absztrakt

Az elmúlt évtizedekben jelentősen megváltoztak az emberek táplálkozási szokásai. A fogyasztók a frissebb, természetesebb, nem szezonális, „kényelmesebb”, „biztonságosabb” élelmiszereket részesítik előnyben. Ezek az élelmiszerek, amelyek magas vitamin-, ásványi anyag és fehérjetartalommal rendelkeznek, érzékszervi tulajdonságaikban a nyersanyaghoz nagymértékben hasonlítanak. Az ilyen típusú termékek előállítása komoly kihívást jelent a termelők, a gyártók és a forgalmazók számára egyaránt. A megoldást a kíméletes élelmiszergyártó technológiák jelentik. A vendéglátóiparban is megjelentek a fogyasztói igények a magas tápértékű és kedvező érzékszervi tulajdonságú élelmiszerek iránt. Ezeket az igényeket a tradicionális ételkészítési technológiák nem tudják kielégíteni a magas hőhatás miatt, ezért szükségessé vált az élelmiszer alkotóelemeire optimalizált technológiák kidolgozása. A kíméletes hőkezelés – ami 55-90 °C közötti hőmérsékleti tartományt jelent, – valamint a nyersanyagok magas vízaktivitása és gyengén savas kémhatása miatt azonban a mikrobiológiai minőség biztosítása komoly kihívást jelent a szakemberek számára. A 100 °C alatti hőkezelés során a patogén spórák inaktiválása nem biztosított, ezért tárolás során aktiválódhatnak. A fő szempont a gazdaságosság, amit a fogyasztói elvárások mellett az ételkészítés során figyelembe kell venni a vendéglátó szakembereknek. A fogyasztók és a szakemberek elvárásainak egyszerre felel meg a standardizált cook&chill rendszerek közül a molekuláris gasztronómia egyik technológiája, a sous-vide technológia. A sous-vide technológia hatékonyságát, azaz a túlélő patogének számát és szaporodását csak a technológia során alkalmazott hőmérséklet - idő paraméterpárok meghatározása, valamint pontos betartása gátolhatja meg.

Kulcsszavak

sous-vide, kíméletes technológia, vendéglátás

**Kovács Gyöngyi**

Károly Róbert Főiskola

**Felelős gasztronómia Magyarországon**

Absztrakt

2016-ban, a "Gasztroélmények évében" érdemes feltenni a kérdést: vajon Magyarországon az étterembe járó nagyközönség, a gasztronómia nyújtotta élvezetekre nyitott fogyasztók milyen mértékben számítanak tudatos fogyasztónak? Ismerik a szolgáltatás nyújtójának a társadalmi és környezeti felelősségét? Tudják, hogy az étterem, szálloda vagy rendezvény mit tesz azért, hogy felelősségteljesen működjön? Egyáltalán érdekli ez a kérdés a magyar fogyasztókat? Tanulmányomban a fenti kérdések körüljárásával kiderül, hogy a fenntarthatóság és a felelősség kérdése milyen mértékben van jelen a vendéglátó szolgáltatók körében, mik az elmúlt évek tapasztalatai. A kutatás rávilágít arra, hogy az általános turisztikai trendek, a modern gasztronómiai irányzatok és a gyakorlati tapasztalat mennyire van összhangban, hol vannak a legérzékenyebb pontok, amelyek a tudatosság ellen dolgoznak. Mindezek mellett a kérdés a fogyasztói oldalról is megvizsgálásra kerül, hiszen a nagyközönség tapasztalata, az ő benyomásaik esetenként eltér a szakma által kommunikált tényezőktől.

Kulcsszavak

Felelősség, gasztronómia, zöld étterem, tudatosság

**Brávácz Ibolya**

Budapesti Gazdasági Egyetem-KVIK

**A tudatosság megjelenése az élelmiszerfogyasztói szokásunkban**

Absztrakt

A fogyasztói magatartáson belül az élelmiszerfogyasztói magatartás több szempont szerint is speciális helyet foglal el. Egyrészt az ember létfenntartásához kapcsolódik közvetlenül vagy közvetve, másrészt hosszú biológiai, társadalmi, kulturális folyamatok eredménye, harmadrészt a legkomplexebb emberi magatartásforma (Lehota, 2004). A tudatos fogyasztó megfontoltan vásárol, előzetes információk alapján és az általa fontosnak ítélt szempontokat szem előtt tartva. Ezen szempontok alapján csoportosíthatjuk a tudatos fogyasztás részterületeit. Előadásomban az élelmiszerfogyasztásban megjelenő tudatosságról, a tudatos fogyasztóról mutatok egy általános képet a szakirodalom alapján. Ezen belül a tudatos fogyasztás részterületeit ismertetem, melyek az élelmiszerek piacán is egyre jelentősebbé válnak. Ezt követi az élelmiszerfogyasztásunkban megjelenő tudatosság szerepe, mértéke hazai és nemzetközi kutatók eredményei alapján. Végezetül két saját, primer, kvantitatív kutatásom részeredményeit is ismertetem, melyek az egészség- és környezettudatosság mértékét vizsgálták hazánkban, országosan (N=1053) és Budapesten (N=2000).

Kulcsszavak

élelmiszerfogyasztás, tudatos fogyasztás, egészség-és környezettudatosság, fogyasztói trendek

**Aubert Antal - Horváth Andrea - Jónás-Berki Mónika - Szeidl Klaudia**

Pécsi Tudományegyetem TTK Földrajzi Intézet

**Nemzetiségi gasztronómia szerepe a Dél-Dunántúl turizmusában**

Absztrakt

Napjaink turizmusának meghatározó terméktípusa a bor- és gasztroturizmus, továbbá egyre népszerűbbek az ehhez kapcsolódó fesztiválok és rendezvények. A rendkívül színes palettán sajátos csoportot képviselnek a magyarországi nemzetiségek kultúrájához és hagyományaikhoz kötődő események. A soknemzetiségű Dél-Dunántúl turisztikai kínálatban jelentős szerepet töltenek be a németek és horvátok tradíciói. A gasztronómia és a nemzetiségek kapcsolatát 3 fő irányvonal mentén vizsgáltuk, amelyek kialakításánál arra törekedtünk, hogy a nemzetiségi gasztrokultúra minél több turisztikai potenciállal rendelkező megjelenési formáját áttekintsük. A térség számos rendezvénye szoros kapcsolatban áll a horvát és német gasztronómiai kultúrával. Jelentős szerepet töltenek be a nemzetiségekhez tartozók által hagyományosan előállított termékek a falusi- és agroturizmus attrakciójaként számon tartott helyi termék kínálatában. Másodlagos vonzerőként jelenik meg a régió éttermi kínálatában 1-1 jellegzetes horvát vagy sváb ételkülönlegesség.

Kulcsszavak

nemzetiség, gasztrofesztivál, helyi termék

**Krizl Edit**

Pécsi Tudomány Egyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar

**Bevezetés a szőlőalapú párlatok világába**

Absztrakt

Bevezetés a szőlőalapú párlatok világába A cikk a szőlőalapú párlatok világába vezeti be az olvasót. Bemutatom a magyar pálinka, mint eredetvédett hungarikum helyzetét. Külön foglalkozom az eredetvédett pálinkákkal. A törköly-, szőlőpálinkák előállítását és kortörténetét is elemzem. Megismertetem az olvasót a bor- és seprőpárlatokkal. Cikkembe kihangsúlyozom, hogy a szőlő származékok nem egyszerűen borászati melléktermékek, hanem különleges minőségű alapanyagok lehetnek a pálinka készítők kezében. Bemutatom Európa más, híres, védett szőlő alapú párlatait (olasz grappa, francia cognac, jerezi brandy). Ezek alapján javaslatot teszek a szőlőalapú párlatok innovatív, gasztronómiai felhasználására. Ízelítőt adok a pálinka-gasztronómia világából.

Kulcsszavak

pálinka, törkölypálinka, hungarikum, eredetvédett pálinkák, seprőpárlat, borpárlat, pálinka-gasztronómia, grappy, cognac, jerezi brandy

**Vargáné Csobán Katalin - Könyves Erika**

Debreceni Egyetem GTK Turizmus- és Vendéglátásmenedzsment Tanszék

**A gasztronómia interkulturális dimenziói**

Absztrakt

A gasztronómia mint az étkezés művészete számos kulturális aspektussal bír, a gasztronómiai hagyományok, az ételek, italok elkészítésének és fogyasztásának kulturális beágyazottsága vitathatatlan. A kultúrák találkozásának eredményeként a nemzetek gasztronómiája is folyamatosan változik, megújul. Magyarország gasztronómiai történetének számos korszaka tanúskodik a különböző népek és kultúrák befolyásáról. A török hódoltság kora alapvetően meghatározta a magyar konyhát, korábban ismeretlen alapanyagok, új ételek jelentek meg. A múltbéli hatásokon túl azonban a hazai vendéglátóhelyek között manapság egyre nagyobb teret hódítanak a török éttermek, melyek egy része gyorséttermi környezetben kínál tradicionális fogásokat. Tanulmányunkban egy közelmúltban végzett reprezentatív kérdőíves felmérés eredményeit mutatjuk be, melynek középpontjában a magyar lakosság török gasztronómia iránti attitűdjei, fogyasztási szokásai állnak.

Kulcsszavak

gasztronómia, török konyha, fogyasztói szokások

**Dernóczy-Polyák Adrienn – Keller Veronika – Ercsey Ida**

Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

**Húsfogyasztás objektív és szubjektív megközelítésben**

Absztrakt

A gazdaságilag fejlett országokban a húsfogyasztás fontos részét képezi a mindennapi étkezésnek. Az egészséges életmód szellemében egyre népszerűbbé válnak vegetáriánus és vegán étrend, ugyanakkor a magyarok alapvetően vegyes táplálkozásúak, a hús számukra fontos tápanyagforrás. 2010-től némileg csökkent a magyarok 1 főre eső húsfogyasztása, ami 55,5 kg és főként baromfihúsból (44,8%), illetve sertéshúsból (43,2%) tevődik össze, a halfogyasztás pedig nagyon alacsony 3,7 kg/fő. Több nemzetközi kutatás vizsgálta a húsfogyasztásról alkotott véleményeket, illetve hedonista aspektusokat nemzetközileg kifejlesztett skálákon keresztül. Jelen tanulmány célja egyrészt objektív szekunder adatok alapján bemutatni a húsfogyasztás magyarországi tendenciáit, másrészt szubjektív megítélés alapján feltárni a fehér- és vörös húsokhoz kapcsolódó érzéseket, attitűdöket. Empirikus kutatás alapján azonosítottunk olyan háttérváltozókat, amelyek segítségével könnyebben elemezhető a vizsgált csoport. A feltételezésekkel ellentétben megosztó szereppel a nemek esetében csak a vörös húsok bírnak, a fehér húsokkal kapcsolatos attitűd viszonylag homogénnek mondható. Későbbi vizsgálat alapját képezheti az is, hogy a bevallott adatok alapján számított BMI értékek, mint független változók hogyan határozzák meg a hedonista fogyasztással kapcsolatos véleményeket.

Kulcsszavak

vörös hús, fehér hús, hedonizmus, faktorelemzés

**Szalai Zoltán**

Széchenyi István Egyetem – Apáczai Csere János Kar

**Innovatio vagy tradíció a gasztronómiában?**

Absztrakt

Előadásomban összehasonlító elemzést végzek a gasztronómia beszállítói szegmensében. Ennek keretében bemutatom a konkurens beszállítókat, és ennek anomáliáit a mezőgazdasági, éghajlati adottságok tükrében. Kitérek a világ vezető chefjei által kiadott irányadó trendek megvalósíthatóságára, a jó gyakorlatok és a már bevált gyakorlatok elemzésére. Alternatívákat mutatok be a nemzetközi és hazai opciók közti gazdasági különbség hatásairól, annak turisztikai desztinációkban betöltött szerepéről.

Kulcsszavak

innováció, tradíció, termőterület, éghajlati viszonyok, trendek, jó gyakorlat, hagyományőrzés, munkahelyteremtés, egészséges alapanyag, kiszámíthatóság, lokálpatriotizmus

**Ivancsóné Horváth Zsuzsa – Kőmíves Csaba**

Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar Turizmus Intézet

**Hogyan szeretjük a halat?**

Absztrakt

A halfogyasztás hazánkban rendkívül alacsony szinten valósul meg. Az Európai Uniós országok között sereghajtók vagyunk. A szakirodalomban a hal fogyasztásának számos kedvező élettani hatását leírja, de a környezetszennyezés miatt csak a biztonságos, jó minőségű hal fogyasztása ajánlott. Számos kutató vizsgálta az omega-3 és omega-6 zsírsav arány fontosságát, ami azt jelenti, hogy nem mindegy, hogy édesvízi vagy tengeri halat fogyasztunk. Kutatásunkban a halfogyasztást vizsgáltuk, azon belül különös tekintettel az éttermi halfogyasztást.

Kulcsszavak

halfogyasztás, étterem, táplálkozás

**Kocsisné Andrásik Ágota**

Széchenyi István Egyetem – Apáczai Csere János Kar

**Kisvállalkozások finanszírozása**

Absztrakt

A kormány kiemelt gazdaságpolitikai célja a hazai vállalkozói réteg megerősítése, ezáltal a gazdasági növekedés stabilitásának biztosítása. Az 2008-as gazdasági válság súlyosan érintette ezt a réteget Magyarországon a fogyasztás csökkenésével csökkent az üzleti szféra beruházása is. Mivel a beruházások csökkenésének mértékét nem lehet kizárólag a fogyasztás csökkenésével magyarázni, a kérdés, hogy milyen egyéb tényezők játszottak szerepet, köztük a hitelezés, és milyen mértékben.

Kulcsszavak

vállalkozás, hitelezés, gazdaságpolitika, növekedési hitelprogram

**Kulturális és vallási turizmus**

**Ercsey Ida**

Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

**A kultúra értékelése szubjektív megközelítésben**

Absztrakt

A szolgáltatásmarketing szakirodalomban számos kutatás foglalkozik a fogyasztók által észlelt értékkel, de nem kapott figyelmet a kulturális szolgáltatások vizsgálata. A kutatás célja feltárni az észlelt érték dimenzióit kulturális szolgáltatások igénybevételéhez kapcsolódóan. Először áttekintjük az észlelt érték koncepció két elméleti megközelítését. A kulturális fogyasztó által észlelt érték méréséhez a többdimenziós eljárást követjük. A korábbi nemzetközi kutatások és a kvalitatív kutatás eredményei alapján adaptáltuk a vizsgált változók méréséhez alkalmazható skálát. A megkérdezés eredményei alapján megállapítható, hogy a kulturális szolgáltatás értékében azonosítható a funkcionális, az emocionális és a társadalmi dimenzió. A kutatás másik célja annak feltárása, hogy milyen összefüggés van a kulturális szolgáltatás értéke, a bizalom és az elkötelezettség között.

Kulcsszavak

kulturális szolgáltatás, észlelt érték, bizalom, elkötelezettség

**Máté Andrea**

Pécsi Tudomány Egyetem KPVK

**Élmény az ismeretszerzés? Az élményközpontú múzeum és a játék szerepe az ismeretszerzésben és a turizmusban a szekszárdi Vármegyeháza példáján**

Absztrakt

A helytörténeti múzeumok, mint attrakciók fontos szerepet töltenek be egy adott település vagy térség múltjának megismertetésében, mind a hely lakosság, mind a turisták számára. A turisztikai trendek és a látogatók igényeinek változásával a múzeumoknak ki kell lépniük a korábbi passzív értékmegőrző szerepkörökből az interaktív élményközpontú ismeretátadás felé. A múzeumpedagógiának és módszereink fontos szerepe van ebben a küldetésben, hiszen le kell küzdeni a rögzült tévhitet, miszerint a múzeum unalmas, poros vitrinek sokasága. A múzeumokba újra vissza kell csalogatni a látogatókat, megmutatni az izgalmas, játékos oldalát és az élményszerű tanulásban rejlő lehetőségeket kiaknázni az oktatás és turizmus számára. A vizsgálatomban a szekszárdi Vármegyeháza helytörténeti kiállításait emelem ki, azokat a pozitív változásokat, amelyeket pályázati forrásokból tudtak megvalósítani. A fejlesztések részben a kiállításokat, részben pedig a múzeumpedagógiai foglalkozásokat is érintették. A Vármegyeháza látogatóbarát megújult kiállításai és múzeumpedagógiai foglalkozásai adaptálható jó gyakorlatokként szolgálnak. A kutatásom interjúkra, empirikus megfigyelésekre és kérdőíves megkérdezésre támaszkodik. A PTE KPVK pedagógus és turizmus képzésében résztvevő hallgatóinak múzeumlátogatási szokásait és a Vármegyeháza kiállításaival kapcsolatos véleményét vizsgáltam. A gyermekkori élményeik befolyásolják a múzeumlátogatással kapcsolatos szemléletüket, azonban mint jövőbeli pedagógusoknak és turisztikai szakembereknek fontos szerepük, és felelősségük lesz a helytörténeti múzeumok látogatásának népszerűsítésében. Meglátásom szerint a fiatal felnőttek keveset tudnak arról, hogy a múzeumokban milyen pozitív változások történtek, hogy sokkal élménygazdagabbak és látogatóbarátabbak, mint korábban. A múzeumok segítségével erősítenünk kell, hogy az ismeretszerzés lehet élmény és lehet jó játék!

Kulcsszavak

élményközpontúság, játék, múzeumpedagógia, kulturális turizmus, ifjúsági turizmus, élménymenedzsment, látogatóbarát szolgáltatás, élményszerű tanulás

**Laki Ildikó**

Szegedi Tudományegyetem JGYPK, Zsigmond Király Főiskola

**Iparvárosok kultúrvárosi szerepben**

Absztrakt

Előadásomban két ún. hagyományos iparváros kulturális törekvéseit kívánom bemutatni, azzal a céllal, hogy a települések életében elengedhetetlenné vált új városi szerepeik megtalálása, működésük és települési továbbélésük lehetőségeinek feltárása. Várpalota és Százhalombatta városa az ún. hagyományos iparvárosok sorába tartozik, melyek életét a speciális iparágak alakították ki és határozzák meg a mai napig is. Mindkét város az elmúlt években számos kulturális beruházást tett annak érdekében, hogy országszerte megismertesse kulturális értékeit, városának potenciáit. Hogy ez miként sikerült, az a két város és életterének ismertetésén keresztül megismerhetővé válhat.

Kulcsszavak

iparváros, kultúrszerep, potenciál, érték és beruházás

**Karáth Andrea Judit - Jászberényi Melinda - Ásványi Katalin**

Budapesti Corvinus Egyetem

**Fesztiválturizmus és annak társadalmi-kulturális hatása a helyben lakó közösségre**

Absztrakt

A fesztiválturizmus az egyik leginkább fellendülőben lévő ágazata a turizmusnak Magyarországon, melyet mi sem bizonyít jobban, mint a hazai fesztivál kínálat széles választéka. Tanulmányunkban bemutatjuk és elemezzük a fesztiválok társadalmi-kulturális hatásait, kiemelten az eseménynek otthont adó településre, illetve annak környékére vonatkozóan. Három konkrét fesztivál (Százhalombatta, Szenna, Szombathely) esetében esettanulmány formájában részletesebben elemezzük a közösségre gyakorolt hatásokat.

Kulcsszavak

kulturális turizmus, fesztiválturizmus, társadalmi hatások, kulturális hatások, közösségfejlesztés, hagyományőrzés

**Szilágyi Ferenc PhD**

Partiumi Keresztény Egyetem

**Vallási turizmus a Partiumban**

Absztrakt

A Partium területe a központi terek egyike volt a Kárpát-medencében a 17. század közepéig. Viharos másfél évszázadot követően részben újra gazdasági-kereskedelmi centrumtérséggé változott a 19. század közepére, de a 20. század nagy részét már elhanyagolt kettős perifériaként tölti. A fényes történelmi múlt a partiumi városok egyház-igazgatási funkciójában is mérhető. Ez a hitéletbeli és a szimbolikus jelentőségen túl, az egyik legfontosabb vonzóerejét adja az észak-nyugat romániai határtérségnek.

Kulcsszavak

vallásturizmus, zarándoklat, püspökség, határvidék

**Hübner Andrea**

Budapesti Gazdasági Egyetem

**A kultúra új reprezentációi: a filmturizmus, mint interpretáció. A kultuszturizmus vallásos vetületei / New Representations of Culture Film Tourism as Interpretataion. Religious Aspects of Cult-tourism**

Absztrakt

My presentation wishes to reveal a few questions of a bigger research. Postmodern cults tend to create activities that resemble religious behaviour and cognition of pilgrimage making us question the very notion of authenticity and experience. What does the tourist see, percieve, experience and rememeber? What is perception, cognitioon and memory in terms of the so-called "tourist gaze" especially in urban situations when the given place or building carries layers of traditional meaanings but are conceived sometimes only( ?) as sites of a blockbuster movie by the film-tourist? My paper will concentrate on sites in Rome staged as authentic filtered through the film Angels and Demons and interpreted by city tours organized on the basis of the film

Kulcsszavak

film tourism,staged authenticity,tourist gaze, social representation, cultural memory, cultural tourism, semantics of culture,experience economy, memory studies, quasi-religious behaviour, pilgrimage

**Ferenczi Ágnes Marina - Kovács Rebeka**

Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar

**A vallási turizmus sokszínűsége**

Absztrakt

A vallási turizmus egy ki nem elégített piaci rés. Pedig mély és széles a kínálata: számtalan vallási út, különleges zarándoklatok. Megjelennek a - hazánkban ugyan még csak gyermekcipőben járó - protestáns felekezetekhez köthető gyülekezeti találkozók, illetve a jövő évben ünnepelt 500. évfordulója a protestantizmus születésének is színesíti ezt az ősi gyökerekhez nyúló és mégis új ágazatot. Valamint ide köthető a periférikus temető turizmus. Körvonalai már élesednek. Önmagában rejti a misztikumot. Újszerű és egyedi. Kiaknázatlan? Igen - lehetőségeit nem éli még fel a turizmus. Talán épp itt lenne az ideje?

Kulcsszavak

vallási utak, zarándoklat, gyülekezeti találkozók, evangélikus felekezet, reformáció emlékéve, temető turizmus

**Printz-Markó Erzsébet, Cséve Dominika, Fehér Csilla, Ferenczi Ágnes Marina, Hofstädter Vivien, Késmárky Flóra Kata, Kostyik Dóra, Radics Mercédesz Rebeka, Tancsics Aliz, Erdős Lilla**

Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar Turizmus Intézet

**A magyarországi vallási turizmus modellezése**

Absztrakt

A vallási turizmus egyes definícióinak szintetizálásaként a cikk szerzői ismertetik a turizmus ezen formájához kapcsolódó elméleti rendszerüket. A kialakított modelljük teszteléséhez feldolgozzák a vallási turizmushoz kapcsolódó aktuális fejlesztéseket. Amennyiben az egyes kínálati elemek beilleszthetőek a modellszerű megközelítésbe, akkor a modell beépíthető a hazai vallási turizmus fogalomrendszerébe. A kutatómunka a SZE-AK Turizmus Intézet Vallási turizmus szervezésének módszertana I. című kurzus keretében folyt.

Kulcsszavak

vallási turizmus, a vallási turizmus aktuális fejlesztései, a vallási turizmus modellszerű megközelítése

**Husz Anikó**

Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar

**Innovation oder Faszination? Erlebnisführungen im Tourismus**

Absztrakt

2008 haben sich die europäischen Länder im European Committee for Standardization (CEN) auf einen Qualitätsstandard für die Ausbildung von Gästeführern geeinigt. In dieser Studie geht es um die verschiedenen Formen und Einsatzfelder der Gästeführung. Ein Gästeführer ist vielmehr als seine Spezialisierung: Er/Sie ist Experte für Kultur und Natur, Lebensstile und Mentalitäten, er/sie ist der Repräsentant der besuchten Landschaft oder Stadt. Durch die Führungen sollen sie „Kopf, Herz und Hand erreichen“. Welche Führungsangebote könne besser vermarktet werden? Gibt es Unterschiede zwischen den „klassischen“ Rundgängen und den Themen-, oder Erlebnisführungen? In meinem Vortrag möchte ich betonen, dass die Informationsvermittlung wichtig ist, aber noch bedeutender sind die speziellerem, interaktiven „Erlebnisführungen.“

Kulcsszavak

Gästeführer, Qualitätsstandard, Themen- und Erlebnisführungen

**Poszter**

**Kerekesné Mayer Ágnes - Kovács Gyöngyi**

Károly Róbert Főiskola

**Magyar sajtok szerepe a turizmusban**

Absztrakt

2016 a gasztroélmények éve, mely Magyar Turizmus Zrt. azon stratégiai célját is szolgálja, hogy az eddigieknél nagyobb erőkkel népszerűsítsék a magyar vidék vonzerőit mind belföldön, mind pedig külföldön. Magyarországon egyre divatosabb a tradicionális helyi sajtok készítése, illetve ezek bemutatása, melyet nagymértékben támogat a Magyar Sajtút Hálózat projekt is. Ennek a kutatásnak a célja, azon felül, hogy tanulmányozza, a magyar Sajtút Hálózat jelenlegi helyzetét, működését, az hogy összegyűjtse és analizálja a magyar sajtkészítők és a lelkes sajtfogyasztók eddigi tapasztalatait és igényeit. A „magyar sajt” fogalma még gyerekcipőben jár, a francia, olasz és svájci sajtnagyhatalmakhoz képest, nincs még például eredetvédett sajtunk, de az úton elindultunk, jó néhány sajt már bekerült a Hagyományok Ízek és Régiók gyűjteményébe, és sorra nyitnak olyan kisüzemek, melyek szakértelmükkel lehetővé teszik ennek megvalósulását is.

Kulcsszavak

sajt, sajtút, helyi termék, gasztroélmény

**Lőke Zsuzsanna - Kovács Ernő - Sipos Eszter**

Pannon Egyetem Georgikon Kar, Keszthely

**A magyarországi wellness szállodák kínálatának jellemzői**

Absztrakt

Az I. Széchenyi Tervvel 2001-ben útjára indított, majd az Új Széchenyi Tervvel tovább támogatott hazai egészségturizmus fejlődését jelen tanulmányban a wellness szállodai kínálat időbeli változásán keresztül vizsgáltuk. A wellness szállodák területi eloszlását megyei és régiós bontásban értékeltük. Kínálatuk összehasonlításakor a marketingtevékenységben kulcsszerepet kapó egyedi jelleg (USP) meglétére, a medical-wellness minősítéssel rendelkező létesítményekre, valamint a minőségi wellness szolgáltatások nemzeti sztenderjeinek szükségességére is kitértünk.

Kulcsszavak

egészségturizmus, wellness, medical-wellness

**Pallás Edith**

Károly Róbert Főiskola

**A borturisztikai lehetőségek vizsgálata kisvállalkozások körében, a Tokaji borvidéken**

Absztrakt

A Tokaji borvidéken számtalan borászati kisvállalkozás küszködik értékesítési problémákkal. A szőlő átvételi ára alacsony, az előállított bor mennyisége pedig nem elegendő ahhoz, hogy bekerüljenek az élelmiszer-kereskedelmi hálózatokba. Így ezeknek a vállalkozásoknak más úton kell járnia. A borturizmus az egyik olyan lehetőség, amely keretében a borászatok értékesíteni tudják boraikat, ill. a borturizmus szolgáltatások nyújtása további értékeket és plusz bevételt termel, mely pozitív hatást gyakorolhat a vállalkozásokra.

Kulcsszavak

marketing, borturizmus, borértékesítés

**TÁMOGATÓINK**

 

 Győr Megyei Jogú Város Önkormányzata



