



SZENT ISTVÁN EGYETEM GÖDÖLLŐ
GAZDÁLKODÁS ÉS SZERVEZÉSTUDOMÁNYOK DOKTORI
ISKOLA

**A helyi gasztronómia megjelenése Nógrád megye
turizmusában**

Doktori (Ph.D.) értekezés tézisei

Lenkovics Beatrix

Gödöllő

2017

A doktori iskola megnevezése:

GAZDÁLKODÁS ÉS SZERVEZÉSTUDOMÁNYOK DOKTORI ISKOLA

Tudományága:

GAZDÁLKODÁS- ÉS SZERVEZÉSTUDOMÁNYOK

Vezetője:

Dr. Lehota József egyetemi tanár, MTA doktora

SZIE Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Üzleti Tudományok Intézete

Témavezető:

Dr. Farkas Tibor

egyetemi docens

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet

.....

Az iskolavezető jóváhagyása

.....

A témavezető jóváhagyása

1. A MUNKA ELŐZMÉNYEI, KITŰZÖTT CÉLOK

1.1 A témaválasztás és a kutatás célja

Az utóbbi évtizedekben a gasztroturizmus szerepe felértékelődött a világban. A falusi turizmus témája a társadalmak fenntarthatóságával, a gazdasági globalizációval vagy a klímaváltozással kapcsolatosan is egyre többször előtérbe kerül. A téma magyar aktualitásának is számos oka van. A közép-európai országokban a '90-es évek rendszerváltozásai után a gazdasági felzárkózásnak és az integrációnak köszönhetően a turizmus szerkezete és volumene is megváltozott. Magyarország és a szomszéd országok életében ez a jelenség merőben új helyzetet teremtett, mivel innentől kezdve főképpen a piaci mechanizmusok, a kereslet és a kínálat határozzák meg a turizmus karakterét. Így a gasztroturizmus magyarországi kutatása, haszonelvű továbbgondolása nem tekint vissza hosszú múltra, főleg nem Nógrád megye nézőpontjából. Mivel a konkrét célterületek, települések a turizmus kikristályosodási pontjai (Michalkó 2008), így a területi vizsgálatok megkerülhetetlen részei a turizmus vizsgálatának.

A Nógrád megyét érintő turizmus nem pusztán az előnyök minél hatékonyabb kihasználása miatt lényeges, hanem mert lokális hatása folytán befolyásolja a térség társadalmi-gazdasági helyzetét. E kettősség, valamint a falusi és a gasztroturizmus karakterisztikájának mélyebb megértése okán Magyarország számára különösen lényeges a hazai desztinációs területek feltérképezése, a helyi viszonyok megértése, a falusi és a gasztroturizmus hálózatként való felfogása, amely eddig még nem történt meg.

A turizmus a világgazdaság egyik motorja, a nemzetközi turistaforgalom átlagosan évi 4%-os növekedése, illetve a határokat átlépő utazók költségének hasonló arányú emelkedése kedvezően befolyásolja az érintett országok GDP, foglalkoztatottság és export mutatóit (UNWTO 2015). A jelenséget az Európai Unió is felismerte. A turizmus témájának stratégiai fontosságát mutatja az *idegenforgalomra vonatkozó statisztikai információgyűjtésről* szóló 95/57/EK tanácsi irányelv megalkotása, majd ennek az Európai Parlament és a Tanács 2011-es rendelettel történő kiegészítése. Mivel a gasztronómiai turizmus népszerűsége folyamatosan növekszik, e termékek fejlesztése a termékfejlesztési politika hangsúlyos része. A gasztronómia nagy előnye, hogy a turizmus valamennyi formájához kapcsolható.

A hazai célok és az uniós közös politikák megalapozásához, hatékonyságának növeléséhez szükséges a magyar turisztikai helyzet áttekintése és követése a nemzetközi áramlatok viszonylatában, melyben véleményem szerint a helyi szemlélet kihagyhatatlan elem.

Eddig a Magyarországot érintő turizmus kutatásában inkább a turizmus fajtáinak beazonosításán, volumenek meghatározásán, a fogadó területek feltérképezésén volt a hangsúly. Jelenleg nincs olyan, az egyes célterületek specifikumaira koncentráló lokális vizsgálat, mely ugyanakkor a megfelelő regionális, gazdasági, társadalmi kontextusba helyezi a problémát. Ennek oka főként az adatok (elérhetőségének) hiánya, ami mindenképpen megnehezíti a régióspecifikus kutatásokat. Így elsődleges célom a területi hatások részletesebb megismerése volt Nógrád megye esetén, több pillérre helyezve a kutatásomat.

Legfőbb célkitűzéseim: miként határozható meg a gasztroturizmus fogalma, és milyen jelentőséggel bírhat egy bizonyos térség gazdaságának és turizmusának alakításában, milyen nevesített rendezvények keretében tárulkozik fel a turisták számára a megye gazdag gasztronómiai hagyománya, illetve hogy az általam választott három mintacsoport (vendégek, vendéglátós hallgatók, szállásadók) mennyire ismeri ezt a gasztronómiai hagyományt, valamint milyen utazási vagy vendégfogadási szokásokkal, illetve tapasztalatokkal rendelkeznek. Utolsó szempontként felmerült a megye komplex turisztikai leltárának (ld. 2. melléklet) elkészítése is, ami a szolgáltatók számára nyújt értékes információkat, lehetőséget adva a többi szolgáltatóval való hálózatos együttműködésre, valamint segítségül szolgálhat a turisztikai döntéshozóknak a térséggel kapcsolatos stratégiák és tervek kidolgozásában.

1.2 A gasztroturizmus jelentősége

A gasztroturizmus a turizmusnak egy új, kreatív és dinamikus ága (Boita – Anghelina – Costi 2014), amely részét képezi a kulturális turizmusnak (Özel – Kozak 2012, Jovicic 2014), illetve számos specifikus tevékenysége révén egyúttal a városi és a rurális turizmus része is lehet. A gasztroturizmus a kulturális turizmus egy olyan új formája, melynek középpontjában a helyi közösségek értékeinek megismerése áll, és amely ötvözi mind a helyi és regionális tradíciók, mind a gasztronómia kincseinek fel- vagy újra felfedezését. A gasztronómia a turisztikai élmények központi részévé vált (UNWTO 2012). Az ételturizmus egyre növekvő figyelmet kapott az utóbbi években. Ennek oka, hogy a turisták számára a pozitív emlékeket adó élmények nyújtása adja a turisztikai ipar lényegét. A fogyasztók egyre inkább élményeket keresnek, és magasabb árat is hajlandók fizetni a pozitív élményekért. Az utazók felhasználják emlékeiket a jövőbeni utazási szándékukhoz, a döntésekhez egyes helyszínek ismételt meglátogatására, vagy egy élmény ismételt átélésére. A helyi ételek és étkezési élmények lényeges aspektusai ezeknek a pozitív, emlékezetes tapasztalatoknak (Björk – Kauppinen-Räisänen 2014). A látogatók vonzódnak tartják a helyi termékeket és azok fogyasztását, aminek eredményeképp számos turisztikai desztináció vette figyelembe ezt a ténytermékei fejlesztésénél és a marketing esetében is. Sőt, a turisztikai szervezetek

is felismerték a kulináris turizmus potenciált, mint a desztinációk népszerűsítésének fontos eszközét (Sanchez– Castillo-Canalejo 2015). Ez különösen fontos az olyan vidéki, rurális közösségek számára, amelyek az urbanizáció gyorsuló folyamata és a hagyományos gazdasági ágazatok szerepvesztése ellen küzdenek. Számukra a gasztroturizmus komparatív előnyöket kínál, hiszen az élelmiszertermő területekhez való közelségük révén lehetőségük van arra, hogy a turizmus ezen specifikus ágából bevételi forrásokhoz jussanak, munkahelyeket teremtsenek, és mivel ez egy begyűrűző folyamat, a mezőgazdasági termelésre is kedvező hatással lehet (UNWTO 2012).

Fogyasztási szemszögből nézve a gasztroturizmusnak –akár a helyi, akár a vállalkozási (Presenza – Del Chiappa 2013), vállalati szintet vizsgálva– számos előnye van, így az is megfogalmazható, hogy a gasztroturizmus egy olyan turisztikai forma, amelyet a fogyasztói szokások alakulása hívott létre (Hall – Sharples 2008). A gasztroturizmus olyan turisztikai alternatívát jelenthet, amely a szűkös erőforrások lehető legjobb felhasználására irányul (Teo – Chang 2000), nevezetesen ez egy életképes turizmusforma lehet olyan desztinációk számára, amelyek nem részesülhetnek „a napfény, tenger, homok” vagy egyéb természeti jelenségek (pl. cseppkőbarlang) és kulturális javak (pl. ókori romok) nyújtotta előnyökben (Richards 2002).

Az ételekhez, italokhoz köthető események (Organ et al. 2015) különböző mértékű elvárásokkal találkoznak mind termelői, mind fogyasztói oldalról. A „push” és „pull” indítékok feltárása kiemelten fontos (Smith – Costello – Muenchen 2010). Az ételekhez kapcsolódó események egyaránt kötődnek a termékek promóciójához és a helyszínek reklámozásához. Mindazonáltal egyre jobban elismerik, hogy az ilyen fajta eseményekben nem csak azt „kell” látni, hogy hogyan növelhető a látogatók, turisták száma vagy egy-egy termék eladásának sikeressége, hanem azt is, hogy igyekezzenek egy márkát kiépíteni (Medway 2015) különböző szinteken (regionális, termelői), majd növeljék a márka iránti lojalitást, ezáltal létesítve hosszú távú kapcsolatot a fogyasztókkal (Mowle – Merrilees 2005).

A termékek minőségének megítélésében fontos lehet a helyszín és a „helyi” termékek megjelölése, melyeket hagyományos eszközökkel állítottak elő, és aztán értékesítettek. A helyi élelmiszer rendszereket (local food system) a szoros termék-fogyasztó kapcsolat jellemzi, amelyek egy kijelölt helyszínen vagy lokalizált területen jönnek létre. Támogatják a hosszú távú kapcsolatokat, találkoznak a gazdasági, szociális, egészségügyi és környezeti szükségletekkel, megfelelően koncentrált infrastruktúrával kötik össze a termelőket és a piacot, támogatják a környezetvédelmet és az egészséges táplálkozást, valamint versenyelőnyt nyújtanak a helyi élelmiszeripari vállalkozásoknak (Buck et al. 2007). Mindezt szükség van arra, hogy az étel-ital eseményeken, - fesztiválokon, kereskedelmi vásárokon, kereskedelmi kiállításokon reklámozzák

a helyi ételeket, termékeket és azoknak helyben való elfogyasztását ahelyett, hogy exportálnák azokat régiójukból, hogy aztán a szupermarketek polcaira kerüljenek.

Ettől még jobban specializált a kézműves termékek szerepe, hiszen manapság speciális üzletekben árulják azokat (*pl. Budapesten a „Csak a jó sör”*), és ennek az adott táptalajt, hogy a turisták vidéki vagy urbánus látogatásaik során felfedezték ezeket a speciális termékeket és igényelték, hogy könnyebben elérhetőek legyenek a piacon (Hall et al. 2003).

1.3 Stratégiák a gasztroturizmus megteremtéséhez

Étel-, italesemények létrehozásához (legyen szó akár egy ételfesztiválról) szükség van egy piacra lépési stratégiára (Sidalı – Kastenholz – Bianchi 2013). Az étel-, italesemények, -fesztiválok általában egy közösségi eseményhez kötődnek, mint például a szüret egy bortermő vidéken vagy valamilyen termény betakarítása. Ezáltal a helyszín és az időpont is adott lehet, amely szükséges ahhoz, hogy sikeres legyen a rendezvény és egyben vonzó is a turisták számára. Érdeemes megfontolni, hogy a közelben lévő más eseményekkel össze lehet-e kötni a tervezett fesztivált (Sotiriadis 2015), amely ez által még nagyobb utazóközönséget vonzhatna be. Stephenson, Lev és Brewer (2006) azt javasolják, hogy a piaci szervezőknek, tervezőknek ajánlott jelentős időt eltöltenie annak megtervezésével és végiggondolásával, hogy érdemes-e egyáltalán egy új piacot megnyitniuk, és hogyan tegyék azt. Az alapos tervezés és a megfelelő promóció elősegítheti az első évben felmerülő szervezési kérdések, problémák megválaszolását. A tervezés fontos része, hogy előre meghatározzák a tervezett piac méretét, vagyis azt, hogy mekkora látogatói kapacitás befogadására van lehetőség, így már az első évben összehangolható a fizetőképesség (*cash flow*) és a piaci mérleg (*market scale*), tehát a méretek megtervezése az első lépés egy életképes szervezet megalapításához. Az adott esemény megtervezéséhez, megszervezéséhez megfelelő marketingstratégiának a következő elemeket kell tartalmaznia: piaci lehetőségek elemzése, annak/azoknak a piaci szegmens(ek)nek a beazonosítása és megcélozása, ahová szeretne a vállalkozás „betörni”, ill. megfelelő marketing mix kialakítása az egyes szegmens(ek)hez (Cai 2002).

A desztináció branding egy erőteljes marketingforrás, amelyet arra alkalmaznak, hogy megkülönböztessék, ezáltal egyedivé tegyék az egyik turisztikai helyszínt vagy környéket a másiktól (Spilková – Fialová 2013). A sikeres desztináció brandingnek számos elemre kell építenie annak érdekében, hogy olyan egyedi és pozitív képet közvetítsenek, amely révén képesek látogatókat vonzani az adott helyszínre (Lee – Wall – Kovacs 2015). Napjainkban egyre elterjedtebb, hogy rurális területeken étel- és italfesztiválok szervezését használják fel abból a

célből, hogy meg tudják különböztetni, azaz egyedivé, vonzóvá tudjanak tenni lokális tereket, közösségeket. A gasztronómiai kultúra fontos vonzerő is a turisták számára, amikor egy úticélt meglátogatnak. Az ízek, az étkezés módja és a különböző ételekhez való hozzáférés jelzik az egyén társadalmi helyzetét is (Lee – Scott 2015). A hagyományos ételek alapvetően hozzájárulnak egy társadalom kultúrájának megértéséhez (Amuquandoh – Asafo-Adjei 2013). A fesztiválok gyakran a regionális kultúra egyedi elemeinek az ünnepét is jelentik azáltal, hogy megjelennek a helyi termékek, ételek és italok, amelyek szorosan kötődnek az adott hely kultúrájához (Bessiere 2001). Sok esetben az ételek és italok fogyasztása az elsődleges célja a fesztiváli ünneplésnek, illetve a turisták, látogatók számára ez egyben kiváló lehetőséget kínál arra, hogy új kultúrákat és ízeket fedezhessenek fel (Long 2004). A helyi konyha és ízek megtapasztalása lehetővé teszi a turista számára, hogy úgymond felelősséget vállaljon a desztinációért. Ennek az interakciónak a személyes jellege teszi lehetővé, hogy a fogyasztónak mélyebb kapcsolata alakuljon ki az adott hely kultúrájával, és a személyes élmény egyúttal érzelmi azonosulást is generál az adott desztinációval. Ez az érzelmi komponens kapcsolódik össze azzal, hogy a turista a későbbiekben is fogyasztja a desztináció helyi termékeit, és beleolvastja azokat a desztináció imázsába (Long 1998).

Összességében azt a következtetést lehet levonni, hogy a gasztroturizmus egy rendkívül holisztikus szakterület, amely sokféle szférát áthat. Mivel magát a gasztroturizmust is nehéz tisztán leválasztani más turisztikai típusoktól (pl. kulturális, rurális turizmus), és mivel kölcsönhatásban van más turisztikai ágakkal, ezért a hatása is szerteágazó, és a jelentősége is egyre növekszik. A gasztroturizmus komplexen hathat egy elmaradott térségre, és jótékony hatással lehet annak fejlődésére, vállalati szinten új munkahelyeket teremthet, jó reklámot nyújthat a helyi termékeknek, amely ezáltal a helyi élelmiszer rendszer felfutását is jótékonyan befolyásolhatja, hatva ezzel a mezőgazdaságra és minden olyan ágra, amely kiszolgálja a helyi élelmiszer rendszereket. Napjainkban a gasztroturizmus meghonosításának egyik legnépszerűbb formája az étel-, italfesztiválok szervezése, amelyek megfelelő marketingstratégiával és sikeres desztináció brandinggel elősegíthetik a már felsorolt jótékony szinergiák érvényesülését a desztinációkban.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatás során széleskörű módszertanra támaszkodtam. A turizmus magyarországi és Nógrád megyei elemzéséhez a hivatalos KSH adatbázisokat használtam fel. A gasztroturizmussal kapcsolatos külföldi szakirodalmi forrásokat a Budapesti Gazdasági Egyetem által előfizetett Emerald, ScienceDirect és Taylor&Francis adatbázisokból vettem. (Ezen adatbázisok folyóiratai nagyrészt papíron is megtalálhatók a Klauzál téri Idegenforgalmi Szakkönyvtárban, csak az adatbázisban sokkal könnyebb volt kulcsszó alapján keresni, mint a papíralapú folyóiratokban.)

A Nógrád megyei gasztronómiai rendezvények felkutatásához három fő írott forrás kínálkozott. Az első a települések honlapjaira feltöltött rendezvényekhez kötődő plakátok, közlemények, hirdetések, a második a települések önkormányzatainak, művelődési házainak, esetleg civil szervezeteinek Facebook idővonalán található plakátok és híradások, a harmadik a települési honlapokon található helyi újságok digitálisan feltöltött változatai voltak. A felhasznált irodalom túlnyomó része tehát internetes, melynek forrása szinte kivétel nélkül csupán az URL cím, ahol nem állapítható meg szerző (maximum annyi sejtethető, hogy a közleményt, meghívót, plakátot az önkormányzat vagy művelődési ház alkalmazottjai töltötték fel). Sokszor még cím sincs megadva, csak annyi olvasható, hogy „Figyelem, az idei falunap sztárvendégei XY lesznek. Sok szeretettel várjuk a lakosságot!” Alatta pedig a fellépők névsora és a műsor időbeosztása.

A gasztronómiai események a megye településeinek életében háromféle módon jelennek meg. Az első előfordulási lehetőséget a hagyományos gasztronómiai rendezvények képezik, melyek közül néhány jelentős múlttal bíró esemény már egy-egy település márkájává vált. A gasztronómiai jelleget ebben az esetben már a rendezvény neve is egyértelműen sugallja (pl. Varsányi Lepényfesztyvál, Kazári Laskafesztyvál és Tócsniparti stb.). A második eset, amikor valamilyen rendezvény (főként falunap, kulturális rendezvények) keretében szerveznek önkormányzatok, illetve civil szervezetek valamilyen gasztronómiai témához kötődő főző- esetleg sütőversenyt (pl. halászléfőző vagy süteménysütő verseny). A verseny jelleg külön kiemeli, és időben is jól behatárolja az eseményt a rendezvényen belül. Ezen kívül gyakran előfordul, hogy szervezett formában ugyan, hiszen minden gasztronómiai eseményt elő, illetve el is kell készíteni, de nem kifejezetten gasztronómiai rendezvény, illetve nem is valamely más típusú rendezvényt színesítő gasztronómiai verseny formájában jelenik meg a gasztronómia egy rendezvényen, kísérő momentumként (pl. kóstoló) viszont jelen van a programban. Talán utóbbiból van a legtöbb, de sajnos sokszor a rendezvény plakátja, hirdetése is csak annyit tartalmaz, hogy közös ünnepi ebéd vagy vacsora, illetve „palóc ízek kavalkádja”, finomságok kóstolója stb. A

rendezvények programtervezetében az utóbbi két típus tehát inkább kísérő jelleggel van jelen, vagy az egyéb programok között szerepel, mint esemény.

Nógrád megye hazai turizmusban betöltött szerepének az elemzéshez topológikus térképeket is készítettem. Azért a topológikus térképek szerkesztése mellett döntöttem, mert míg az egyszerű tematikus térképeken meg lehet mutatni, hogy az adott terület egység melyik kategóriába kerül, azt viszont már nem, hogy az adott terület egység adatának nagyságrendje hogy viszonyul az összmennyiséghez. Ilyen probléma állhat elő például fajlagos adatok térképezésekor, mikor esetenként nagy területű egységek uralják a térképet, míg az ott vizsgálandó jelenség (például népesség) meglehetősen alacsony. Ennek a problémának az orvoslására születtek a topológikus térképek. Ezek az eredetileg szomszédos terület egységek ugyancsak szomszédosak, a terület egységek nagysága viszont az ábrázolandó társadalmi-gazdasági volumennel arányos. Az összevethetőség kedvéért a kereskedelmi, az egyéb (2009-ig magán) és a falusi szálláshelyek 2012-es vendégéjszakáit ábrázoltam topológikus térképen a ScapeToad szoftver alkalmazásával.

A kutatás fontos része volt az összesen 842 személy megkérdezésével zajlott kérdőívvezés, amely a különböző csoportok igényeinek megfelelően, a szálláshelyek tulajdonosainak, a vendéglátó szakiskolai hallgatóknak és a vendégeknek az oldaláról egyszerre igyekszik megközelíteni a vizsgált megye turizmusának jellegzetességeit, az elvárásokban, véleményekben tapasztalható eltéréseket.

A három csoport kérdéseinek egy része azonos volt, míg a többi a célcsoportok szerint eltért egymástól. Az így kialakított mélyinterjú kérdőívek kérdései lehetőséget biztosítanak a célcsoport sajátosságaihoz való leghatékonyabb illeszkedéshez. A kérdőívben zárt és nyitott kérdések egyaránt előfordultak. Ezzel a struktúrával még eredményesebben lehetett feltárni a megyei turizmus jellegzetességeit.

A *tulajdonosok megkérdezése* az internetről gyűjtött –Nógrád megyében a vendéglátással-szállásadással foglalkozók– adatbázis segítségével történt. A meglévő információk alapján, telefonon történt előzetes egyeztetés után került sor a kérdőívvezésre. Huszonkét vendéglátó egységtől érkezett pozitív válasz, mely alapján mindegyik interjú megvalósult.

A *vendégek* kikérdezéséhez Hollókőn a nagyobb rendezvényekre utaztam el, mivel itt érhettem el nagyobb létszámban turistákat. Ezek közül kiemelkedik a Hollókői Húsvéti Fesztivál (2013. március 30.-április 1.), illetve a Hollókői Bornapok (2013. április 27-28.).

Fontos megjegyezni, hogy a turisták felmérése egy különösen kiemelt helyszínen történt, abban a reményben, hogy a megye egyetlen világörökségi helyszínén több turistát tudok véletlenszerű mintavétel alapján megkeresni kérdéseimmel. Ebben az esetben fennáll azonban annak a kockázata, hogy a

vendég kérdőív értékelése a megyei szintű reprezentativitás szempontjából torzító hatású lehet. Ennek optimalizására tanácsos lett volna még néhány kevésbé közismert település gasztronómiai rendezvényén is kérdőíves felmérést készíteni, esetleg más kistérségekben is.

A *hallgatók*, mint „leendő szakemberek” megkérdezése főiskolások körében zajlott. Az időpont és helyszín kiválasztása úgy történt, hogy a nagyobb előadótermekben nagy létszámot feltételezve kerestem meg a hallgatókat, előzetes dékáni engedéllyel, illetve az előadást tartó tanárokkal előre egyeztetett módon.

A dolgozatomban tehát három különböző *statisztikai sokaság* egyedeit vizsgáltam külön-külön, majd szimultán módon egyszerre, melyekből statisztikai következtetéseket vontam le, hiszen nincs lehetőség a jelenség teljes megfigyelésére, szűkebb kört figyelek meg mintavétel segítségével, és ezeket az információkat vonatkoztatom a teljes sokaságokra.

A vizsgálatoknál alkalmazható módszerek tárháza attól függ, hogy milyen típusú ismérvekkel szükséges dolgoznunk. A kérdőívbe főképpen *minőségi ismérvek* kerültek, melyek nominális skálán mérhetők (Babbie 2004). Ezekben az esetekben az egyes kategóriák kvantitatív alapon nem rendezhetők sorba, nem tudjuk mondani, melyik a „jobb” vagy „több” (Velleman – Wilkinson 1993). Például a milyen idegen nyelven beszél? – kérdésre adott válaszokat (angol, német, francia, orosz stb.) nem tudjuk mennyiségi ismérvekké alakítani. A minőségi ismérvek közötti viszonyokat statisztikai sorok alkalmazásával és asszociációs kapcsolatok erősségével tudjuk mérni. A kérdőívekben kisebb mértékben *mennyiségi ismérvek* is szerepelnek. Ezekben az esetekben a kvantitatív mérés lehetőséget biztosít a többváltozós korrelációs kapcsolatok analízisére is. A dolgozatban a faktor- és a klaszteranalízis módszerét alkalmaztam. A statisztikai elemzéseket az SPSS 21.0-s verziószámú szoftver segítségével végeztem.

A 2. mellékletben szereplő turisztikai értékleltár természeti és ember által alkotott vonzerőikhez a legfrissebb Nógrád megyei útikönyveket (2005, 2006, 2009), a települések honlapjait, szakmai weboldalakat (nemzeti parkok igazgatóságai, horgászegyesületek, kültéri szobrok, hősi emlékművek, megyei műemlékek) és a Google keresőmotort (települések neve egyenként + „erdei iskola”, „lovas” szolgáltató) vettem igénybe.

2.1 Az értekezés hipotézisei

Az értekezés a következő hipotézisekre keresi a választ:

Hyp1: Nógrád megyében léteznek azok a hagyományok, melyekre alapozva egy gasztroturisztikai fejlesztés megvalósítható.

Hyp2: Nógrád megye jelenlegi gazdasági-társadalmi helyzete nem teszi lehetővé a turizmus jelentős fejlesztését.

Hyp3: Sok olyan turista van, aki kifejezetten csak a falusi turizmus miatt nem menne Nógrád megyébe, viszont más eseményekkel, rendezvényekkel összekapcsolva már érdeklődést mutat a gasztroturizmus iránt.

Hyp4: A Nógrád megyei turizmus esetében, mivel a terület nem bővelkedik üdülésre alkalmas vízpartokban és magas hegycsúcsokban, nem érvényesül a szezonális.

Hyp5: A turizmusban érintett csoportok (szállásadók, turisták) véleményei, válaszai között jelentősek az eltérések a turisztikai szokásokkal kapcsolatban

Hyp6: A Nógrád megyébe látogató turisták és vendéglátók csoportjai nem homogének. Jellegzetes csoportok különíthetők el közöttük.

Hyp7: Nógrád megye gasztroturizmusa regionális egyenlőtlenségeket mutat. A megye hat kistérségében eltérő intenzitással jelennek meg a gasztroturisztikai programok.

Hyp8: A megye ki tudja használni a szlovák kisebbség adta kulturális és gasztronómiai lehetőségeket.

3. EREDMÉNYEK

3.1 A hipotézisek igazolása

Hyp1: Nógrád megyében léteznek azok a hagyományok, melyekre alapozva egy gasztroturisztikai fejlesztés megvalósítható.

Az első hipotézis igazolódott. A szakirodalmi feldolgozás és a megye gasztronómiai rendezvényeinek teljeskörű áttekintése után kiderült, hogy igen gazdag gasztronómiai hagyományok léteznek a megyében, amelyekre alapozva kialakítható egy gasztroturisztikai koncepció és fejlesztés.

Hyp2: Nógrád megye jelenlegi gazdasági-társadalmi helyzete nem teszi lehetővé a turizmus jelentős fejlesztését.

Látszólag ellentmondás van az első és a második hipotézis között, pedig sajnos *a második kijelentés is igaz.* Nógrád hazánk egyik társadalmilag és gazdaságilag legkevésbé fejlett megyéje, 2015-ben a kedvezményezett járások 100%-ával a leginkább felzárkóztatásra szoruló megye volt az országban. Nógrád a kereskedelmi szálláshelyeken töltött vendégéjszakák tekintetében a megyék sorrendjében az utolsó helyet foglalta el 2014-ben, ami az országos vendégéjszakák 0,5%-át tette ki. Az egyéb szálláshelyek esetében Nógrád az utolsó előtti volt 2014-ben, az összes vendégéjszaka 1%-ával, tőle alacsonyabb részesedést csupán Komárom-Esztergom megye ért el.

Hyp3: A turisták kifejezetten csak a falusi turizmus miatt nem mennek Nógrád megyébe, viszont más eseményekkel, rendezvényekkel összekapcsolva már érdeklődést mutatnak a gasztroturizmus iránt.

A harmadik hipotézis is igazolódott. Ez azt jelenti, hogy más rendezvényekre, hosszabb üdülést eltöltő magyar és külföldi vendégek számára lenne érdemes 1-2 napos fakultatív programok keretében falusi és/vagy gasztroturizmust is eladni. Ebben az esetben azok is vendégek lehetnének, akik egyébként kiesnének e szolgáltatások köréből.

Hyp4: A Nógrád megyei turizmus esetén nem érvényesül a szezonális.

A hazai turizmus gyakori problémája szezonális. Mivel Nógrád megye turizmusa kevésbé kötődik vízpartokhoz és magas hegycsúcsokhoz, így először azt feltételeztem, hogy a szezonális nem jelenik meg erőteljesen a térség turizmusában.

A valóságban, illetve a kutatások alapján megállapítható, hogy a legtöbb rendezvény a nyári hónapokban zajlik, ezért erős szezonális jelenik meg. *Így ez a hipotézis elvetendő.*

A szezon kitolásával több turista, nagyobb bevétel lenne elérhető, aminek a foglalkoztatottságban is nyoma lenne. A turisztikai bevételek növelhetők a gyakoribb és/vagy hosszabb ideig tartó látogatásokkal, illetve a szezonális kiterjesztésével.

Hyp5: A turizmusban érintett csoportok (szállásadók, turisták) véleményei, válaszai között jelentősek az eltérések a turisztikai szokásokkal kapcsolatban.

A kutatás alapján a Nógrád megyébe látogató turisták és szállásadók csoportjai között jellegzetes különbségek figyelhetők meg. Erre a legjobb bizonyíték a vendégek és a szállásadók klaszteranalízise során kialakított különféle csoportok. Ezeknek a csoportoknak a beazonosítása segít a megyei turizmus hatékonyságának, a vendégek elégedettségének a növelésében. *A hipotézis igaznak bizonyult.*

Hyp6: A Nógrád megyébe látogató turisták és vendéglátók csoportjai nem homogének. Jellegzetes csoportok különíthetők el közöttük.

A hipotézis beigazolódt. A vendégek szignifikánsan gyakoribb és hosszabb idejű tartózkodásról számolnak be Nógrád megyében, mint a szállásadók. Az alfejezetben bemutatott példák alátámasztják a fenti hipotézist. Összességében megállapítható, hogy a diákok állnak legmesszebb a turisták igényeinek, szokásainak ismeretétől, ugyanakkor a szálláshelyek tulajdonosai sincsenek sokszor tisztában azzal, hogy miért jön, mit keres Nógrád megyében egy-egy turista.

Hyp7: Nógrád megye gasztroturizmusa területi egyenlőtlenségeket mutat. A megye hat kistérségében eltérő intenzitással jelennek meg a gasztroturisztikai programok.

Az adott elemzések során az derült ki, hogy *ez a hipotézis részben valósult meg*, mert a megye mind a hat kistérsége rendelkezik minimum 3-3 jól bejáratott (legalább három alkalommal megrendezett) tradicionális gasztronómiai rendezvénnyel, amelyet 2 kivétellel (Kozárd) 2015-ben is bizonyíthatóan megtartottak. Ilyen a Rétsági kistérségben 3 rendezvény (pl. Kétdobonyi Szilvaszombat, Kiscseti Pampuskafesztivál), a Pásztói kistérségben 9 rendezvény (pl. erdőkürti Palóc Ízek Fesztiválja, Garábi Szilvaérés Ünnepe, kozárdi Magyar Ízek-Magyar Színek Gasztronómiai és Gyümölcsfesztivál, Kozárdi Gazdaünnep és Almavirág Fesztivál, Hasznosi Rétesfesztivál, Püspöki libafesztivál, Vanyarci Haluskafesztivál), a Balassagyarmati kistérségben 5 rendezvény (pl. érsekvadkerti Nagygönc Fesztivál, Ilinyi Falunap és Derelyefesztivál, nógrádkövesdi Palócfasírt Fesztivál, szécsénkei Lecsófesztivál), a Salgótarjáni kistérségben 9 esemény (pl. Kazári Laskafesztivál és Tócsniparti, Szelei Szilvanap, Tarjáni Tavaszi Borfesztivál, Rónafalusi Vendégség, szilaspogonyi Köleves Fesztivál), a Bátorterenyi kistérségben 3 esemény (pl. mátranováki Vargánya Fesztivál, mátraterenyi

Palacsinta Fesztivál, nemti Nyúl Ételek Főzőversenye), ill. a Szécsényi kistérségben 4 esemény (pl. Hollókői Bornapok, Hollókői Gasztrovár, benzúrfalvai Falusi disznótor Szécsényben, Varsányi Lepényfesztivál).

Hyp8: A megye ki tudja használni a szlovák kisebbség adta kulturális és gasztronómiai lehetőségeket.

A jelentős arányú, főként szlovák kisebbséggel rendelkező települések gasztronómiai rendezvényein a szlovák népcsoport jellegzetes ételeinek hagyományát csak részben ápolják és népszerűsítik. Egyedül a Nógrád-Hevesi Szlovákok Egyesülete által szervezett Vanyarci Haluskafesztivál tartozik a megyében azon gasztronómiai rendezvények közé, amely révén a jelentős szlovák kisebbséggel rendelkező faluban szlovák eredetű étel készítésével ápolják a nemzetiségi konyha hagyományait. *A hipotézis tehát nem igazolódott be.*

3.2 Új és újszerű tudományos eredmények

Az eredményeim alapján az alábbiak állapíthatók meg:

1. Az értekezésben széleskörű szakirodalmi háttérre támaszkodva kísérletet tettem a turizmus, a falusi- és gasztroturizmus okainak, folyamatainak, hatásainak komplexebb kontextusba helyezésére, melyben a földrajzi megközelítésnek kiemelt szerepet szántam. Megállapításaim hozzájárulhatnak a kistérségi és országos fejlesztési célok pontosabb meghatározásához és a turizmusfejlesztési és marketingstratégia hatékonyságának növeléséhez. A gasztroturizmus egy holisztikus terület lett, mely sok szférát áthat, más turisztikai ágakkal is kölcsönhatásban van, így hatása is szerteágazó. A gasztronómiai turizmus egyértelműen komplex módon hat az elmaradottabb térségekre, és jótékony hatással lehet azok fejlődésére: vállalati szinten új munkahelyeket teremthet, jó reklámot nyújthat a helyi termékeknek, a helyi gazdaság megerősödésének, hatva ezzel a mezőgazdaságra és minden olyan ágazatra, mely képes kiszolgálni a helyi turizmus igényeit. Magyarországon a gasztroturizmus legnépszerűbb formái az étel- és italfesztiválok, melyek megfelelő marketingstratégiával, sikeres desztináció brandinggel elősegíthetik a multiplikatív előnyök érvényesülését a desztinációkban. A gasztroturizmus hálózatként való felfogására nagy szükség van, amely eddig még nem történt meg.
2. Nógrád megye gasztroturizmusával kapcsolatosan széleskörű leltárt készítettem a tradicionális gasztronómiai rendezvényekről, illetve a főző- és sütőversenyekről, mint kiegészítő programokról. A leltár elkészítése hiánypótló, hiszen egyrészt ilyen átfogó összeállítás még nem született

Nógrád megye gasztronómiai rendezvényeiről, másrészt segíti a stratégiaalkotást, a cselekvési tervek megalapozását.

3. A kutatás teljesen újszerű eleme a közel ezerfőt érintő, Nógrád megye falusi turizmusára fókuszáló kérdőíves felmérés, amely a szálláshelyek tulajdonosainak, a vendéglátó szakiskolai hallgatóknak és a vendégkörnek az oldalairól egyszerre igyekszik megközelíteni a megyei jellegzetességeket, az elvárásokban, véleményekben tapasztalható eltéréseket. A disszertációban a különböző célcsoportok közötti összefüggéseket feltártam. A turisták és a vendéglátók körében jól elkülöníthető klasztereket állítottam fel.
4. Az értekezés újszerű eredményének tekintem a topológikus térképek adaptációját és a regionális GDP meghatározását a térségi turizmusban. A térképi megjelenítés segítségével az egyes megyék különböző turisztikai szempontok szerinti helyzete meggyőzően volt szemléltethető és számos következtetés levonását lehetővé tette
5. A 2. mellékletben a természeti és az ember által alkotott turisztikai értékek komplex leltárát vázoltam fel táblázatos formában, ami ráirányíthatja a szolgáltatók figyelmét az egymásra utaltságra, az összefogás szükségességére (pl. közös komplex turisztikai csomagok összeállítása), másrészt a döntéshozók számára is segítséget nyújthat a megye turizmusának hatékonyabb tervezéséhez.

4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Nógrád megye Magyarország hátrányos helyzetű megyéi közé tartozik. Az értekezésben is ismertetett tényezők (népesedés, foglalkoztatottság, az infrastruktúra és a különböző ágazatok) helyzete alapján elmondható, hogy a megye igen erősen rákényszerül arra, hogy külső és belső erőforrásaira egyaránt támaszkodjon. Ebben a környezetben a megye falusias jellege, természeti kerete és gazdag gasztronómiai kínálata miatt alkalmas a vidéki és falusi turizmus, valamint a gasztroturizmus működtetésére, fejlesztésére.

Ebbe az irányba tett lépés lehet a falusi desztinációk kisebb létszámú konferencia-helyszíneknek vagy csapatépítő tréningeknek való felhasználása. Minimális befektetéssel teljesen új vendégkör célozható meg (a példamutatás okán bizonyára több minisztériumi és egyetemi rendezvény is megjelenhetne a megyében). Változatossága és újdonsága révén biztos piacot jelentene az üzleti szféra, amellet jó reklám is az alkalmazottak, tulajdonosok későbbi turisztikai célválasztása, illetve a „jó hír”, az információk terjesztésének szempontjából.

Nógrád megye határrégió is egyben. A határrégiókat a telephelyelméletek tradicionálisan hátrányos területként szemlélték, a vámhatárok vagy a potenciális katonai fenyegetés miatt (Anderson – O’Down 1999). A növekvő tranzakciós költségek okán a nemzeti határok negatívan érintették e régiók gazdaságát, nem beszélve arról, hogy az adott nemzeti piac potenciális vásárlóereje is a perifériákon gyengébb. A felmerülő adók és vámok, a különböző nyelvek és a kultúrák gátolták a határon átnyúló kereskedelmet, csökkentve az igényt a hazai vagy külföldi gyártók elhelyezkedésére e régiókban (Hansen 1977). E kedvezőtlen kép a globálissá váló (transznacionális) piaci folyamatok és a nagy nemzetközi gazdasági integrációk, egyezmények (pl. World Trade Organization) korában megváltozott. *A határrégiók egyre inkább aktív kontakttérré* (Nemes Nagy 1998, Nijkamp 1998) váltak. E változó képben kellene a határmenti megyének megtalálni a saját profilját. Nógrád megyében tehát a határmentiség előnyt is jelenthet. Jóval erősebben kell kapcsolódnai a szlovákiai magyar és nem magyar gazdasági térhez.

Nógrád megye területfejlesztési koncepciója szerint a nemzetközi kapcsolatok formálása során a gazdasági-kooperációs előnyök eléréséhez a természetes történelmi kötődések megfelelő alapot nyújtanak. Ennek érdekében érzékelhető törekvés mutatkozott a határmenti kapcsolatok ápolására, új partnerek és együttműködési formák kialakítására (pl. a Szlovákiával közös Eurorégiók, mint potenciális fejlesztési lehetőség a megye számára). Egyetértve az előzőekkel megállapítható, hogy a palóc identitás is fontos szerepet tölt be a megye belső hálózatának és szellemiségének fejlesztésében. Az identitásélmény elengedhetetlen feltétele a megye erőforrásai hatékony kiaknázásának, a kooperációkon alapuló előnyök érvényesítésének.

Személyesen egyet értek azokkal a stratégiákkal, marketingtervekkel és koncepciókkal, melyek azt hangsúlyozzák, hogy a turisztikai vállalkozások egyenként nem lehetnek sikeresek, a titok nyitja a turizmusban résztvevők összefogása, ami a TDM rendszer lényege is. A falusi vagy a gasztroturizmus önmagában nem garantál többéjszakás tartózkodást egy desztinációban. Érdemes őket a szolgáltatóknak turisztikai csomagok formájában kombinálni azokkal a Nógrád megyére jellemző, gazdagon rendelkezésre álló öko-, geo-, kulturális és aktív turisztikai termékekkel, melyek tematikus értékleltárát a megye kistérségeire lebontva a 2. mellékletben állítottam össze. Csak így van esély arra, hogy a turisták több vendégéjszakát és magasabb költséget generáljanak a megye, illetve a régió számára. Remélem, ez az összeállítás a megyei döntéshozók segítségével is szolgál majd, mivel hiszem, hogy a megye adottságai, illetve a palóc kultúra és hagyományok valóban értékesek, és alkalmasak a falusi, illetve gasztroturisztikai hasznosításra.

Kistérségenként számbavéve a gasztrorendezvényeket, elmondható, hogy a megye összes kistérségében vannak olyan települések, ahol az utóbbi három évben rendeztek valamilyen tradicionális gasztronómiai rendezvényt. Ezekre jellemző, hogy a gasztronómiai esemény áll a történések központjában, minden más, bármilyen színvonalas esemény, kísérő program csupán. A rendezvény gasztronómiai jellegét leginkább az teszi egyértelművé, hogy szinte minden esetben szerepel valamilyen gasztronómiára utaló megnevezés a rendezvény nevében. Fontos sajátosságuk e rendezvényeknek az, hogy ciklikusan, az év ugyanazon időszakában rendezi meg őket a települési önkormányzat, a civil szervezet, esetleg a kettő együtt. Minél magasabb számban ismétlődik meg a gasztronómiai rendezvény, annál nagyobb eséllyel válik a település márkájává, azaz a rendezvény neve a kívülállók számára is összeforr a település nevével. Ez nem jelenti azt, hogy a rendezvény évről-évre sablonosan ugyanazon séma szerint épül fel. A kísérő programokat lehet változtatossá tenni, hogy minél több korosztály számára vonzóbb legyen (pl. egy gasztronómiai rendezvényen is kell legyen gyerekprogram), de a középpontban álló tradicionális gasztronómiai elem lényege stabil. Ez azt jelenti, hogy a résztvevők már előre tudják, hogy milyen gasztronómiai esemény, események, mint váz köré épül a rendezvény.

Fontos következtetéseket tudtam levonni a turizmusban érintett célcsoportok vizsgálatával. A Nógrád megyei turizmusban érintett csoportok nagymértékben különböztek az utazások céljait tekintve. Leginkább a hallgatók percepciója különbözött a valós keresleti és kínálati oldaltól. A megyében a rokonlátogatások és a hivatalos ügyek intézése nem olyan magas arányú, mint azt a tulajdonosok gondolják. Valamint az utazások során keresett attrakciókat összevetve nagyobb az eltérés az egyes csoportok között, noha a diákoknál a tanulmányaikból ismert bor-, öko és falusi turizmus hangsúlyosabb a valóságnál.

A klaszterelemzés segítségével összesen négyféle turistatípust tudtam megkülönböztetni Nógrád megyében. Az első csoportot főként a kispénzű,

ritkán turistáskodó réteg, a másodikat az alacsonyabb jövedelmű, magasabb turisztikai aktivitással rendelkező értelmiségi családok, a harmadikat a főként idősebb, jobb anyagi körülményekkel rendelkező középfokú végzettségűek, míg az utolsót a gazdag, családos felsőfokú végzettséggel rendelkezők alkotják. Ezeknek a csoportoknak a beazonosítása segít a megyei turizmus hatékonyságának, a vendégek elégedettségének a növelésében.

Az értekezés fontos eredményének tartom annak felderítését, hogy a turisták többsége kifejezetten a falusi turizmus miatt nem menne Nógrád megyébe. Ezért más rendezvényekre, hosszabb üdülést eltöltő magyar és külföldi vendégek számára lenne érdemes 1-2 napos fakultatív programok keretében falusi és/vagy gasztroturizmust értékesíteni. Ebben az esetben azok is vendégek lehetnének, akik egyébként kiesnének e szolgáltatások köréből.

A Nógrád megyei falusi turizmust az egész országra (legalábbis a nagyobb városokra) kiterjedően lenne érdemes reklámozni a vendégkör bővítése érdekében. A már ott lévő turistákat arra lehetne biztatni, hogy hagyják meg a szálláshelyeken az elérhetőségeiket, így az adott akciókról, rendezvényekről közvetlenül a potenciális vendégeket lehetne elérni, illetve rajtuk keresztül az ő ismerőseiket is. Ahogy láttuk, ez a leginkább „jövedelmező” reklám, hiszen az ismerősök, távolabbi rokonok révén jut el a legtöbb helyre az információ. Arról nem is beszélve, hogy mivel az ország minden tájáról érkeznek Nógrádba turisták, így országosan is elérhetőek lennének a megye turisztikai desztinációi.

A külföldiek felé történő hatékony nyitás kulcsfontosságú a vidéki turizmus és Nógrád megye számára. A vizsgált megye Magyarország határmegyéje. A határterületek aktív kontakttérré válásával a turisztikai potenciál hatékonyabb kihasználására nyílna mód.

Sikeres stratégia érdekében nem csak a nyári hónapokra kellene koncentrálni. A szezon kitolásával több turista, nagyobb bevétel lenne elérhető, aminek a foglalkoztatottságban is nyoma lenne. A turisztikai bevételek növelhetők a gyakoribb és/vagy hosszabb ideig tartó látogatásokkal, illetve a szezonális kiterjesztésével. (Ebbe az irányba tett lépés lehet a falusi desztinációk kisebb konferenciahelyszíneknek vagy csapatépítő tréningeknek való felhasználása.)

Együttműködések erősítése révén komplex turisztikai szolgáltatásokat kell kínálni, és azokhoz kapcsolódva a tájjellegű gasztronómiai adottságokat hangsúlyosabban kell érvényesíteni a vendéglátóhelyeken. A gasztronómia értékei kiválóan alkalmasak arra, hogy az egyéb vonzerők kínálatát kiegészítsék és kiemeljék. A gasztrokultúra éppoly kiemelkedő részét képezi az északi régió, így Nógrád megye idegenforgalmi vonzerejének, mint a természeti környezet.

5. ÖSSZEFOGLALÁS

A gasztroturizmus a turizmus innovatív és egyre inkább növekvő ágazata. Az értekezés középpontjában a gasztroturizmus helyzetének a vizsgálata volt Nógrád megyében. A bevezetésben ismertettem a kutatás célját, indokoltam a témaválasztást, ismertettem az értekezés felépítését és a hipotéziseket.

A bevezetés után a *második fejezetben* a turizmus és a gasztroturizmus fogalmát és jelentőségét ismertettem. A szakirodalmi feldolgozás elemezte a turizmus és a gasztroturizmus fejlődését. Ebben a részben külön foglalkoztam a turizmus helyzetével az Európai Unióban, Magyarországon és Nógrád megyében is. A turizmus tendenciáinak elemzése rámutatott a turizmus és azon belül is a gasztroturizmus egyre növekvő gazdasági jelentőségére, ugyanakkor pedig arra, hogy Nógrád megye turizmusa gyenge, fejlődési potenciálja alacsony, noha számos kihasználatlan lehetősége van a vidéki, a falusi és a gasztroturizmus területén.

A *harmadik fejezet* Nógrád megye gazdasági-társadalmi helyzetét elemezte a turizmus szemszögéből. Az első alfejezet az értekezés során felhasznált anyagokat és a módszertant részletezte. A fejezetben átfogó képet szándékoztam adni a Nógrád megyei palócság természetföldrajzáról, a népesség és a három legjelentősebb nemzetiség létszámának statisztikai idősoros alakulásáról, a megyei közlekedés helyzetéről, a megye komplex mutató segítségével ábrázolható gazdasági és társadalmi helyzetéről, illetve a helyi gasztronómiának alapanyagot biztosító gazdálkodásról is. A gazdaság részeként külön kiemelten szerepelt a fejezetben Nógrád megyének az ország turizmusában betöltött szerepe a statisztikai adatok tükrében, a megye vendégforgalmának alakulása a kereskedelmi, egyéb és falusi szálláshelyeken. Külön alfejezetben elemeztem a megye kistérségeinek 1000 lakosra vetített vendégforgalmi és szálláshelykapacitás adatainak változását a gazdasági válság kitörése óta eltelt időszakra vonatkozóan. A fejezet vége egy kis néprajzi kitérő után kilenc jellegzetes ételcsoport leírásán keresztül a hagyományos palóc gasztronómia és táplálkozás sajátosságait is bemutatta.

A *negyedik fejezet* a kérdőíves felmérés és az értekezés műhelyvitája között eltelt három teljes év (2013-2015) gasztronómiai eseményeit részletezte Nógrád megyében egyrészt a tradicionális gasztronómiai rendezvények, másrészt a gasztronómiai versenyek által kísért, de nem kifejezetten gasztronómiai tárgyú események összesítése alapján. Nógrád megyében a gasztronómiai rendezvények fő célja a palóc konyhaművészet kínálatának megjelenítése, bemutatása, illetve a szakácsművészeti hagyományok ápolása rendszerint autentikus élmények és környezet (többnyire hagyományörző fellépők) kíséretében a résztvevők számára.

Az *ötödik fejezet* az értekezés központi része, az egyéni primer kutatás, ami egy palóc gasztronómiával kapcsolatos kérdőíves vizsgálatot elemzett. Ez abban

újszerű eleme a kutatásnak, hogy az összesen 842 személyes kérdőívezés három külön célcsoportban történt. A felmérés a vendégkör (130 fő), a vendéglátással, vidékfejlesztéssel foglalkozó hallgatók (690 fő) és a szállásadók (22 fő) oldaláról egyszerre igyekszik megközelíteni a Nógrád megyei turizmus jellegzetességeit, az elvárásokban és véleményekben tapasztalható eltéréseket.

A *hatodik fejezetben* ismertettem a hipotézisek igazolását/elvetését és az újszerű tudományos eredményeket, a *hetedik fejezet* pedig következtetéseimet, javaslataimat tartalmazta Nógrád megye turizmusával kapcsolatban. A statisztikai adatok és a saját kérdőívezés alapján javaslatokat dolgoztam ki arra vonatkozólag, hogy milyen módon lehet a helyi hagyományokon alapuló turizmust hatékonyabbá, eredményesebbé tenni. Vizsgáltam továbbá, hogy a meglévő adottságok mennyiben és milyen irányban fejleszthetőek a közeljövőben, milyen beruházási irányok lehetnek sikeresek. Az értekezést az összefoglalás és a mellékletek zárják.

Az irodalomjegyzéken kívül a 2. melléklet tartalmaz egy megyei turisztikai értéktárat is kistérségi bontásban, amelynek az a célja, hogy nem titkoltan a szakmának is megmutassa, mennyi és milyen jellegű értékekkel és vonzerőkkel lehet kiegészíteni a megyébe látogató gasztro- vagy falusi turisták programkínálatát. Az említett melléklet megírásának egyik oka, amint az a disszertációból is kiderül, hogy a gasztroturizmus mint önálló turisztikai termékelem nem növeli számottevően a megye turisztikai teljesítményét. Többnapos tartózkodásra, ezáltal szálláshelyek igénybe vételére az esetek nagy részében csak úgy teremt lehetőséget –attól eltekintve, ha a gasztronómiai rendezvény többnapos (mint pl. Hollókő)–, amennyiben, és ez lenne igazából a hosszútávú eredményesség feltétele, kapcsolódna akár a szolgáltatók által összeállított turisztikai csomagok révén más, a megyében bejáratott turizmusfajtákhoz, mint pl. kulturális, természetjáró vagy aktív turizmus.

6. A SZERZŐNEK AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉHEZ KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓI

Idegen nyelven megjelent lektorált tudományos cikk:

Kalmar-Rimoczi Csilla – Lenkovich Beatrix (2015): Examination of Internal Factors in Travel and Travel Decisions: (Literature Review)
European Scientific Journal 11 (5) 1-13. p.
Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Lenkovich Beatrix – Kalmar-Rimoczi Csilla – Vinkler Belane (2014): The Effect of 10-year EU Membership of Hungary on the Development of Tourism in the Subregions of Nógrád County: Part 1: Rural Development
European Scientific Journal 10 (25) 375-388. p.
Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Lenkovich Beatrix – Kalmar-Rimoczi Csilla – Vinkler Belane (2014): The Effect of 10-year EU Membership of Hungary on the Development of Tourism in the Subregions of Nógrád County: Part 2: Rural Development
European Scientific Journal 10 (25) 389-407. p.
Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Lenkovich Beatrix – Farkas Tibor – Pécsi Mária (2013): The role of Nógrád County in rural accomodation
Economics of Sustainable Agriculture 6 195-206. p.
Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Magyar nyelven megjelent lektorált tudományos cikk:

Lenkovich Beatrix (2014): A palóc népi gasztronómia jellegzetes motívumai
A Falu 29 (3) 61-75. p.
Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Lenkovich Beatrix (2013): A falusi turizmus szerepe Nógrád megyében
Területi Statisztika 53 (3) 288-298. p.
Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Lenkovich Beatrix (2013): Nógrád megye szerepe a hazai idegenforgalomban
A Falu 28 (3) 31-44. p.
Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Tudományos konferencián elhangzott előadások konferencia kiadványban megjelenítve:

Magyar nyelvű

Lenkovichs Beatrix (2014): Nógrád megye falusi turizmusának vizsgálata, In: Gelencsér Éva – Horváth Zoltánné (szerk.) (2014): Aktualitások a táplálkozástudományi kutatásokban workshop összefoglalói. Konferencia helye, ideje: Budapest, 2014.01.16. Budapest: Magyar Táplálkozástudományi Társaság 21. p.

(ISBN:978-963-88108-7-8)

Könyvrészlet/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Lenkovichs Beatrix – Koós Brigitta (2013): Az első vidéki világörökségünk fejlesztésének a lehetőségei a helyi értékek megóvásával, In: Pannon Egyetem Georgikon Kar (szerk.) (2013): XIX. Ifjúsági Tudományos Fórum. Konferencia helye, ideje: Keszthely, 2013.04.25. Keszthely: Pannon Egyetem Georgikon Mezőgazdaságtudományi Kar, Paper 3.

(ISBN:978-963-9639-51-5)

Könyvrészlet/Szaktanulmány/Tudományos elektronikus dok

Lenkovichs Beatrix – Koós Brigitta (2013): Az első vidéki világörökségünk fejlesztésének a lehetőségei a helyi értékek megóvásával, In: Pannon Egyetem Georgikon Kar (szerk.) (2013): XIX. Ifjúsági Tudományos Fórum. Konferencia helye, ideje: Keszthely, Magyarország, 2013.04.25 Keszthely: Pannon Egyetem Georgikon Mezőgazdaságtudományi Kar, Paper 15.

(ISBN:978-963-9639-51-5)

Könyvrészlet/Konferenciaközlemény/Tudományos elektronikus dok.

Lenkovichs Beatrix – Tóttösi Adrienn – Lelovics Zsuzsanna – Farkas Tibor (2011): Nógrád megye és a falusi turizmus lehetőségei, In: Ferencz Árpád (szerk.) (2011): Erdei Ferenc VI. tudományos konferencia II. kötet. 562 p. Konferencia helye, ideje: Kecskemét, 2011.08.25-2011.08.26. Kecskemét: Kecskeméti Főiskola Kertészeti Főiskolai Kar, 124-128. p. 2. kötet.

(ISBN:978-615-5192-00-5)

Könyvrészlet/Konferenciaközlemény/Tudományos

Idegen nyelvű

Lenkovichs Beatrix – Töttösi Adrienn – Lelovics Zsuzsanna – Farkas Tibor (2013): County Nógrád: rural tourism?, In: Farkas Gergely – Vajda Beáta (szerk.) (2013): "Scientific Management and Management Science Today" International Scientific Conference. Konferencia helye, ideje: Szeged, 2011.11.04-2011.11.05. Szeged: SZTE GTK, 42. p. (ISBN:978 963 306 116 9)

Könyvrészlet/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Lenkovichs Beatrix – Töttösi Adrienn – Lelovics Zsuzsanna – Farkas Tibor (2013): Nógrád county: rural tourism?, In: Farkas Gergely – Vajda Beáta (szerk.) (2013): "Scientific Management and Management Science Today" International Scientific Conference. Konferencia helye, ideje: Szeged, 2011.11.04-2011.11.05. Szeged: SZTE GTK, 284-292. p. (ISBN:978 963 306 116 9)

Könyvrészlet/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Lenkovichs Beatrix – Töttösi Adrienn – Lelovics Zsuzsanna – Farkas Tibor (2011): A működő falusi turizmus hagyományokra épülő formájának lehetőségei és fenntarthatósága Nógrád megyében [= Possibilities and sustainability of the live, tradition-based rural tourism in County Nógrád], In: Tóth Gergely (szerk.) (2011): 53. Georgikon Napok nemzetközi tudományos konferencia elektronikus kiadványa (online cikkadatbázis). Konferencia helye, ideje: Keszthely, 2011.09.29-2011.09.30. Keszthely: Pannon Egyetem Georgikon Mezőgazdaságtudományi Kar, 1-6. p. (ISBN:978 963 9639 44 7)

Könyvrészlet/Konferenciaközlemény/Tudományos

Lenkovichs Beatrix – Töttösi Adrienn – Lelovics Zsuzsanna – Farkas Tibor (2011): A működő falusi turizmus hagyományokra épülő formájának lehetőségei és fenntarthatósága Nógrád megyében = Possibilities and sustainability of the live, tradition-based rural tourism in County Nógrád, In: Lukács Gábor – Tóth Gergely – Kondorosyné Varga Erika – Pintér Gábor (szerk.) (2011): LIII. Georgikon Napok: kivonat-kötet: programfüzet, valamint az elhangzó és poszter előadások rövid kivonatainak gyűjteménye: [fenntarthatóság és versenyképesség?] : [Keszthely, 2011. szeptember 29-30.]. 144 p.

Konferencia helye, ideje: Keszthely, 2011.09.29-2011.09.30. Keszthely: Pannon Egyetem Georgikon Kar, 89. p. (ISBN:978-963-9639-43-0)

Könyvrészlet/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Konferencia előadások:

Magyar nyelvű

Lenkovichs Beatrix – Töttösi Adrienn – Lelovics Zsuzsanna – Farkas Tibor (2012): Nógrád megye lehetőségei a falusi turizmusban [= Opportunities of county Nógrád in rural tourism]. „5. Régiók a Kárpát-medencén innen és túl” nemzetközi tudományos konferencia. Kaposvár, 2011.10.28. A Virtuális Intézet Közép-Európa Kutatására Közleményei 4 (2) 120-127. p.
Folyóiratcikk/Konferenciaközlemény/Tudományos

Idegen nyelvű

Lenkovichs Beatrix – Töttösi Adrienn – Lelovics Zsuzsanna – Farkas Tibor (2011): Wonderful area of Hungary: Country Nógrád. Regional and Business Studies 3(Suppl. 2). 67-73. p.
Folyóiratcikk/Konferenciaközlemény/Tudományos

Egyéb nyomtatásban megjelent publikáció:

Lenkovichs Beatrix – Fekete-Frojimovics Zsófia – Magyaréné Horváth Kinga (2016): A Budapesti Gazdasági Egyetem Vendéglátó és Szálloda szakirányos hallgatóinak ízküszöbérték vizsgálata, In: Bíró Lajos – Gelencsér Éva – Lugasi Andrea – Rurik Imre (szerk.) (2016): A 60 éves Magyar Táplálkozástudományi Társaság XLI. vándorgyűlése: Program és az előadások kivonatai. Konferencia helye, ideje: Esztergom, 2016.10.06-2016.10.08. Budapest: Magyar Táplálkozástudományi Társaság, 42. p.
(ISBN:978-615-5606-02-1)
Könyvrészlet/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Magyaréné Horváth Kinga – Lenkovichs Beatrix – Fekete-Frojimovics Zsófia (2016): Ízérekélekés-eltolódás vizsgálata a BGE hallgatók körében, Előadás. Vendéglátás és Tudomány Konferencia (Dr. Kádas Lajos tanár úr tiszteletére) 2016. 04.21.
Egyéb/Nem besorolt/Tudományos

Lenkovichs Beatrix – Fekete-Frojimovics Zsófia – Magyaréné Horváth Kinga (2016): Ízküszöbérték-vizsgálat a BGE vendéglátó-szálloda szakos hallgatóinak körében, In: Alkalmazott Tudományok III. Fóruma -3rd Forum of Applied Sciences: Nemzetközi tudományos konferencia. 190 p. Konferencia helye, ideje: Budapest, 2016.03.10-2016.03.11. 149-150. p.
Egyéb konferenciaközlemény/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Vinkler Belane – Kalmar-Rimoczi Csilla – Lenkovics Beatrix (2016): A Literature Review On The Development Phases Of Hungarian Pig Industry: (1945-1989) Part I., European Scientific Journal 12 (8) 288-298. p.

Link(ek): Teljes dokumentum

Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Vinkler Belane – Lenkovics Beatrix – Kalmar-Rimoczi Csilla (2016): A Literature Review On The Development Phases Of Hungarian Pig Industry: (1990-2003) Part II., European Scientific Journal 12 (23) 412-421. p

Link(ek): Teljes dokumentum

Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Lenkovics Beatrix – Nagy Mihály – Balog-Siposné Szócze Anikó – Hidvégi Hedvig – Sándor Dénes – Fekete-Frojimovics Zsófia – Lugasi Andrea (2014): Egy világörökségi borvidéken hungarikumként termelt márka, a tokaji aszú laboratóriumi és érzékszervi vizsgálata, valamint gasztronómiai felhasználásának lehetőségei, In: Lugasi A. – Gelencsér É. (szerk.) (2014): Magyar Táplálkozástudományi Társaság XXXIX. Vándorgyűlése. Konferencia helye, ideje: Hajdúszoboszló, 2014.10.09-2014.10.11. Budapest: Magyar Táplálkozástudományi Társaság, 33. p.

(ISBN:978-963-88108-9-2)

Könyvrészlet/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Lenkovics Beatrix – Nagy Mihály – Balog-Siposné Szócze Anikó – Hidvégi Hedvig – Sándor Dénes – Fekete-Frojimovics Zsófia – Lugasi Andrea (n. a.): Egy világörökségi borvidéken hungarikumként termelt márka, a tokaji aszú laboratóriumi és érzékszervi vizsgálata, valamint gasztronómiai felhasználásának lehetőségei. Előadás. Magyar Táplálkozástudományi Társaság XXXIX. Vándorgyűlése Hajdúszoboszló, 2014. október 10., Megjelenés alatt (2014)

Egyéb/Nem besorolt/Tudományos

Kovács Ildikó – Lelovics Zsuzsanna – Lenkovics Beatrix (2008): Egyetemisták egészségmagatartása – és ami mögötte van. Új Diéta: A Magyar Dietetikusok Lapja 15 (1) 8-9. p.

Link(ek): MOB, Matarka

Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Független idéző: 4 Összesen: 4

Kovács Ildikó – Lelovics Zsuzsanna – Lenkovics Beatrix (2008): Egészséges életmód és táplálkozási szokások egyetemisták körében – spontán önjellemzés alapján, In: [Várhegyi László] (szerk.) (2008): Marketing, public relations és reklám az egészségügyben 11. országos konferencia beérkezett

előadáskivonatok. 22 p., Konferencia helye, ideje: Budapest, 2008.02.21-2008.02.22. Budapest: 12-14. p.

Egyéb konferenciaközlemény/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Ladocsi Teréz – Hídvégi Hedvig – Lenkovics Beatrix (2008): Élelmianyagismeret Laboratóriumi gyakorlat: Feladatgyűjtemény, Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar, 143 p.

Könyv/Felsőoktatási tankönyv/Oktatási

Kovács Ildikó – Lelovics Zsuzsanna – Lenkovics Beatrix (2007): Felsőoktatási hallgatók egészségmagatartása és táplálkozása, Szívbarát Híradó, november (16) 12-15. p.

Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Független idéző: 3 Összesen: 3

Lenkovics Beatrix – Lelovics Zsuzsanna (2007): Élelmiszer-csomagolás, -jelölés: lehetőség és felelősség. Szívbarát Híradó, november (16) 11. p.

Folyóiratcikk/Rövid közlemény/Tudományos

Lenkovics Beatrix – Lelovics Zsuzsanna (2007): Élelmiszer-csomagolás, -jelölés: lehetőség és felelősség. Szívbarát Híradó, augusztus (15) 12. p.

Folyóiratcikk/Rövid közlemény/Tudományos

Kovács Ildikó – Lenkovics Beatrix – Lelovics Zsuzsanna (2007): Szív-ér rendszeri megbetegedések prevencióattitűdje és egészségképe egyetemistáknál, In: Magyar Gyógytornászok Társasága 6. kongresszusa program. Konferencia helye, ideje: Debrecen, 2007.11.08-2007.11.10. (Magyar Gyógytornászok Társasága) 80. p.

Egyéb konferenciaközlemény/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Lenkovics Beatrix – Kovács Ildikó – Lelovics Zsuzsanna (2007): Életmódjukat egészségesnek tartó egyetemi hallgatók táplálkozása és egészségmagatartása., In: Kovács Ildikó – Lelovics Zsuzsanna (szerk.) (2007): Magyar Táplálkozástudományi Társaság 32. vándorgyűlése program, előadások és poszterek összefoglalói. 51 p., Konferencia helye, ideje: Kecskemét, 2007.10.18-2007.10.20., Budapest: Magyar Táplálkozástudományi Társaság, 24. p.

(ISBN:978 963 06 3242 3)

Könyvrészlet/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Független idéző: 3 Összesen: 3

Kovács Ildikó – Lenkovics Beatrix – Lelovics Zsuzsanna (2007): Egyetemi hallgatók egészségmagatartása és táplálkozása, In: Kovács Ildikó – Lelovics

Zsuzsanna (szerk.) (2007): Magyar Táplálkozástudományi Társaság 32. vándorgyűlése program, előadások és poszterek összefoglalói. 51 p., Konferencia helye, ideje: Kecskemét, 2007.10.18-2007.10.20. Budapest: Magyar Táplálkozástudományi Társaság, 41. p. (ISBN:978 963 06 3242 3)

Könyvrészlet/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Lenkovich Beatrix – Kovács Ildikó – Lelovics Zsuzsanna (2007): Nutrition and health maintaining behaviour of university students with healthy lifestyle, In: Institute of Behavioural Sciences Faculty of Medicine University of Pécs (szerk.) (2007): Culture and Health: Regional Challenges and Perspectives of Behavioural Medicine in Central and Eastern Europe. 1st Conference of the Central and Eastern European Society of Behavioural Medicine. 86 p. Konferencia helye, ideje: Pécs, 2007.08.20-2007.08.22. Pécs: Institute of Behavioural Sciences, Faculty of Medicine, University of Pécs, 77. p. Egyéb konferenciaközlemény/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Lenkovich Beatrix – Lelovics Zsuzsanna (2007): Egészségtudatosság vagy divat?! Bioélelmiszerek az étrendben. Élelmezés, július-augusztus (7-8) 38-39. p.

Link(ek): [Matarka](#)

Folyóiratcikk/Összefoglaló cikk/Tudományos

Lenkovich Beatrix – Kovács Ildikó – Varga Éva – Lelovics Zsuzsanna (2007): Budapesti egyetemisták táplálkozási attitűdje és ismereteik, In: [Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége] (szerk.) (2007): Mondd meg, hány éves vagy, megmondom, mit egyél – Irányelvek, kompetenciák, mindennapok” Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége jubileumi konferenciája programfüzet és előadás-kivonatok. 52 p., Konferencia helye, ideje: Budapest, 2007.05.25-2007.05.26. Budapest: Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége, 30. p. (ISBN:978 963 06 2197 7)

Könyvrészlet/Absztrakt / Kivonat/Tudományos

Lelovics Zsuzsanna – Lenkovich Beatrix (2007): Gyorsfagyasztott termékek 1. Mirelit alapanyagok a közétkeztetésben. Élelmezés, január-február (1-2) 20-22. p.

Link(ek): [Matarka](#)

Folyóiratcikk/Összefoglaló cikk/Tudományos

Független idéző: 1 Összesen: 1

Lenkovich Beatrix – Lelovics Zsuzsanna (2007): Gyorsfagyasztott termékek 2. Mirelit készételek a közétkeztetésben. Élelmezés, március (3) 22-25. p.

Link(ek): [Matarka](#)

Folyóiratcikk/Összefoglaló cikk/Tudományos

Független idéző: 2 Összesen: 2

Lenkovics Beatrix – Lelovics Zsuzsanna (2007): Élelmiszer-csomagolás és -címkézés gyermekkorú fogyasztóknak. Új Diéta: A Magyar Dietetikusok Lapja 14 (3-4) 32-33. p.

Link(ek): Matarka

Folyóiratcikk/Szakcikk/Tudományos

Független idéző: 1 Összesen: 1

Lenkovics Beatrix – Lelovics Zsuzsanna (2007): Az élelmiszerek csomagolása több mint PR-eszköz: felelősség és lehetőség, In: [Várhegyi László] (szerk.) (2007): Marketing, public relations és reklám az egészségügyben 10. országos konferencia beérkezett előadáskivonatok. 14 p.

Konferencia helye, ideje: Budapest, 2007.02.22-2007.02.23. 9-10. p.

Egyéb konferenciaközlemény/Absztrakt / Kivonat/Tudományos