

ÚJ JELENSÉGEK A FALUSI TURIZMUSBAN MAGYARORSZÁGON

NEW PHENOMENA OF RURAL TOURISM IN HUNGARY

Dezső Kovács^a

^a 7635 Pécs Erdész u. 35. Hungary, phone: +3630-9599106, e-mail: Kovacsd@rkk.hu

Cite this article: Kovács, D. (2016). Új jelenségek a falusi turizmusban Magyarországon. *Deturope*, 8, 1: 39-60

Abstract

A magyar falusi turizmus két nagy válságidőszakban, a huszadik század harmincas és kilencvenes éveiben fellendülést mutatott, a 2009-től kezdődő válságtól azonban egy erős zuhanás tapasztalható. A tanulmány egy 2012-es kérdőíves felmérés néhány eredményét elemzi és próbál rávilágítani a falusi turizmus hazai jellemzőire, az elmúlt 25 év néhány fejlődési jellegzetességére, a furcsa generációváltásra, hazai falusi turizmus szereplőinek vegyes összetételére, a kisléptékű tevékenység jövedelem-kiegészítő jellegére stb.

Kulcsszavak: falusi turizmus, vidéki nők, generációváltás, bürokrácia

Abstract

Hungarian rural tourism showed significant upward trend in the period of economic crisis both in the 30-es and the 90-es. During the latest crisis since 2009 however the figures reflect dramatic decline. The study presents some of the results of a 2012 survey among rural tourism hosts and describes some of the characteristics of Hungarian rural tourism of the past 25 years, the strange generation change, the mixed composition of the main stakeholders, and the additional income character of this small scale service.

Keywords: rural tourism, rural women, generation change, buerocracy

BEVEZETÉS: A FALUSI TURIZMUS NÉHÁNY JELLEMZŐJE MAGYARORSZÁGON

Magyarországon a falusi turizmus összetett történelmi, turisztikai, vidékfejlesztési kategória. Átfogóan és szervezeten az 1930-as években, mint ‘falusi fizető vendéglátás’ jelenik meg (Sági 1934), melyet az akkori politikai, uralkodó elit képviselői kezdeményeznek és szerveznek. Célja Trianonra és a világgazdasági válságra tekintettel az, hogy a hazai középosztályt az immáron határon kívülre került tenger part helyett magyar falvakban nyaraltassa és ezzel bevételhez jutassa a fogadó paraszt családokat. Ezt a nyaraltatást az OMVESZ (Országos Magyar Vendégfogadók Szövetsége) szervezte a vidéki értelmiségieken (papok, tanítók, jegyzők stb.) keresztül. (Kenéz né 1996).

Ötven évvel később, még a rendszerváltás előtt megtörtént a falusi turizmus újraéledése. A 80-es évek végén a Magyar Agrártudományi Egyesület volt a civil összefogás kezdeményezője.³ Az újraéledésben a 30-as évek hazai tapasztalatai, továbbá a 80-as években Ausztriában, Németországban látott jó példák játszottak közre. A 30-as és 90-es évek a vidék számára egy gazdaságilag nehéz, válságos időszakot jelentett, melyből a vidéki családok egy része a turizmus révén próbált kilábalni. A 90-es években a gazdálkodók szerepe a falusi turizmusban - a 30-as évek hazai gyakorlatához, valamint az osztrák, német stb. példákhoz képest - még marginális volt. A családi gazdaságok kialakítása akkor indult a privatizáció és kárpótlás révén. Aki családi gazdaság kialakítására törekedett, inkább föld- és eszközszerzésen, semmint több lábon álláson és turizmuson gondolkodott. A főszereplő az a vidéki középosztály, elsősorban a falusi, vidéki asszonyok, akik helyben szerveződve elindították a falusi vendéglátást. (Kovács, 1993a,b,c.; Csordás 1998; Kulcsár, Lakner 1996). A 90-es években a falusi turizmus turisztikai választékbővítésként fogalmazódik meg a hivatalos gondolkodásban, az ezredforduló után azonban már az egyik prioritásként tűnik fel a nemzeti turizmusfejlesztési stratégiában. Az EU csatlakozással kiépülő vidékfejlesztésben pedig a mezőgazdaság diverzifikációjának (több lábon állás) egyik módjaként tartják számon és sok milliárd Ft-nyi forrással támogatják fejlesztését. Mára a falusi turizmus - mint fejlesztési kategória - azon túl, hogy kiegészítő bevételt, foglalkozást biztosít néhány ezer falusi családnak, szemléletében további fontos elemekkel, biológiai sokféleség, hagyomány, örökség, környezet, stb. gazdagodott. Az ezredforduló körül bevezetésre került az ún. agroturizmus is, ami tartalmában a gazdálkodókat és a mezőgazdasági tevékenységhez kapcsolódó turisztikai szolgáltatásokat fedi le.⁴ Ma már egyre inkább a vidéki turizmus kategória kerül előtérbe (Csizmadia, 1993; Szabó, 1996; Kóródi, 2006; Dávid et al., 2007, Kovács, 2010), ami sokkal szélesebb értelmezési tartományt jelent, mint a falusi turizmus.

CÉLOK ÉS MÓDSZEREK

Tanulmányom a hazai falusi turizmus fejlődés néhány jellegzetességét⁵ tárja fel egy 2012-ben végzett kérdőíves felmérést alapul véve. A kutatással elsősorban azt kívántam mélyebben feltárni, hogy miként változott a falusi vendéglátás. Milyen új minták, új szereplők fedezhetők

³ A MAE (Magyar Agrár Egyesület) akkori vezetője Dr. Csáki Csaba kezdeményezésére utalok, aki a falusi turizmust népszerűsítette.

⁴ Ez egy taktikai lépése volt FATOSZ-nak, hogy további forrásokhoz juthassanak vendéglátók, illetve a tevékenységi területet ily módon kibővítve forrásokat lehessen szerezni. Hogy valójában mennyi gazdálkodó van a falusi vendéglátók között, azt csak becsülni lehet.

⁵ A kutatás eredményeinek további részletei a Területi Statisztika 201.. számában olvashatók.

fel. Röviden, egy emberöltő után milyen új jelenségek mutatkoznak a falusi turizmusban, falusi vendéglátásban Magyarországon.

2012 nyarán tíz megye 684 email címmel rendelkező falusi vendéglátójának küldtem ki a LIME survey programmal szerkesztett elektronikus kérdőívet. Az ország minden régiójából bekerült legalább egy megye a felmérésbe. Vizsgálatom alanyai azok a falusi vendéglátók voltak, akik a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetség megyei szervezeteinél nyilvántartásban szerepeltek és email címmel rendelkeztek. 2014 aug. 24-ig további két alkalommal újból kiküldtem a kérdőíveket azokra a címekre, ahonnan nem kaptunk választ, majd lezártuk a kérdezést.⁶ A 684 email címről 299 kérdőív érkezett vissza, melyből 212 befejezettnek tekinthető, azaz a válaszoló eljutott a kérdőív utolsó oldaláig (bár nem biztos, hogy minden kérdésre válaszolt). A kérdőívben 13 kérdéscsoport szerepelt, a válaszolók 95 %-a legalább 8 kérdéscsoportra választ adott a kérdőívben. A megkérdezettek köréből kimaradtak az email-el nem rendelkezők, továbbá azok, akik nem tagjai az Országos Szövetséghez tartozó megyei szervezeteknek. Ez utóbbiak vélhetően inkább helyi egyesületekhez, Leader HACS-okhoz, netán TDM szervezetekhez tartoznak. Egy szakértő szerint mindössze 10% lehet, aki teljesen függetlenül, civil szervezeti háttér nélkül tevékenykedik.⁷

2012-ben a KSH adatai (melyeket inkább irányadókat tekinthetünk e témában) szerint 3186 vendéglátó 8864 szobával és 22977 férőhellyel rendelkezett. Ez azt jelenti, hogy országosan 2,79 szoba és 7,21 ágy esett egy vendéglátó családra és 2,59 ágy egy vendéglátó szobára. A Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségének mintegy 1800 tagja volt 2012-ben, az országos adat 56%-a.

A nem véletlen mintavétel miatt az eredményeket a magyar falusi turizmus egészére csak fenntartással lehet alkalmazni. Ugyanakkor az összeállított adatbázis a jelenleg elérhető legnagyobb és legteljesebb a falusi turizmus értékeléséhez.

FŐBB EREDMÉNYEK

A falusi vendéglátók néhány társadalmi jellemzője

25 évvel ezelőtt, a falusi turizmus indulásakor sok illúzió tapadt ehhez a tevékenységhez. Volt, aki úgy vélte, hogy a falusi üdültetés majd több százezer falusi családnak nyújt

⁶ A kérdőív összeállításában, a kérdések pontosításában sok falusi vendéglátótól, korábbi gödöllői kollégáimtól, Obádovics Csillától, Farkas Tibortól kaptam segítséget, a kérdezés lebonyolításában Dombi Péter matematikus nagy szerepet játszott, melyet utólag is köszönök

⁷ H. információja 2015. 06.18.

megélhetési lehetőséget. Ezzel szemben a számok azt mutatják, hogy másfél évtizedes fokozatos emelkedés után a 2007-2008-as csúcsidőszakra a vendéglátó családok száma 7-8000 között mozgott, 2012-ben viszont már alig haladta meg a 3000 családot, 2014-ben pedig már csak 2805 regisztrált vendéglátót mutat a statisztika.

A mezőgazdaságban sincs jelentős elmozdulás a gazdálkodók körében a turizmus vendéglátás irányába. A 2010-es KSH mezőgazdasági összeírás adatai szerint⁸ egyéni gazdaságból 567.446-ot írtak össze, de ebből mindössze 40.513 gazdaság (7%) végzett un. ' egyéb gazdasági tevékenységet'⁹, és ebből a ' vendégfogadás, vendéglátás' címszó alatti egyéb, nem mezőgazdasági tevékenységet összesen 987 egyéni gazdaság (2,5%), valamint 249 gazdasági szervezet végzett. Az összes egyéni gazdaságon belül a ' vendégfogadás, vendéglátás' szinte láthatatlan, 0,2%-t jelent. A 987 gazdaságból 547-et a ' saját fogyasztáson felül felesleget értékesítő' típusba sorolták, 440 gazdaság pedig elsősorban, ' értékesítésre termelő' típus.

A falusi vendéglátás összetett, soktényezős tevékenység. A szolgáltatások egy részének családi térben történő biztosítása, az állandó nyitottság és fogadókészség olyan követelmény, melynek kevesen tudnak jól megfelelni. A színvonalas vendéglátáshoz különleges személyiségjegyek, megfelelő körülmények és jó felkészültség szükséges. Ugyanakkor ez a különös mikro-vállalkozási forma rendkívül érzékeny különféle beavatkozásokra, szabályozási kísérletekre, a konkurencia lépéseire.

A falusi vendégfogadók túlnyomó többsége, tízből kilenc integrálódott a helyi közösségbe, ott született vagy hosszabb ideje már az adott településen él. Minden tízedik vendéglátó esetében fordul elő a viszonylag rövid helyben lakás, vagy attól eltérő kapcsolat: pl. oda járt dolgozni, ott él valamelyik családtagja stb., de ennek hiánya is előfordul.

A nemek szerinti megoszlás a mintában azt mutatja, hogy a vendégfogadók mintegy 2/3-a nő, egyharmada pedig férfi. A vendéglátás egyik indítéka hajdanán is az volt, hogy a gazdálkodó családok nőtagjainak teremtsen jövedelemtermelő tevékenységet.

A mintában szereplő vendéglátók közel fele, 47%-a egyetemet, főiskolát végzett.¹⁰ Az érettségizett és érettségi utáni 1-2 éves emelt szintű képzéssel rendelkezik a vendégvárók 39%-a. Szakiskolai végzettséggel érettségi nélkül 11%, általános iskolai végzettséggel pedig mindössze 3% rendelkezik (1. ábra). Tehát a falusi vendéglátók többsége napjainkra magas

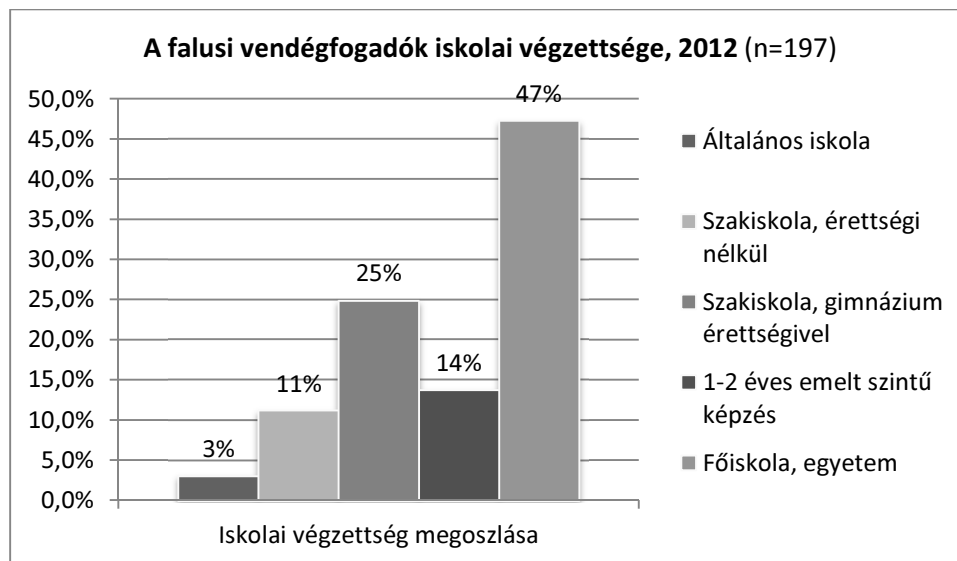
⁸ http://www.ksh.hu/agraenczusok_amo_2010

⁹ ilyen pl. a húsfeldolgozás, gyümölcs és zöldségfeldolgozás, takarmánykeverés, fafeldolgozás, vendégfogadás, vendéglátás, kereskedelem, fuvarozás, kézművesség, megújuló energiatermelés, stb.

¹⁰ Ez az arány vélhetően magasabb az országos átlagnál, a minta itt valószínűleg torzít, viszont kétségtelen, hogy a falusi vendéglátók általános iskolai végzettsége magasabb az országos és különösen a vidéki átlagnál.

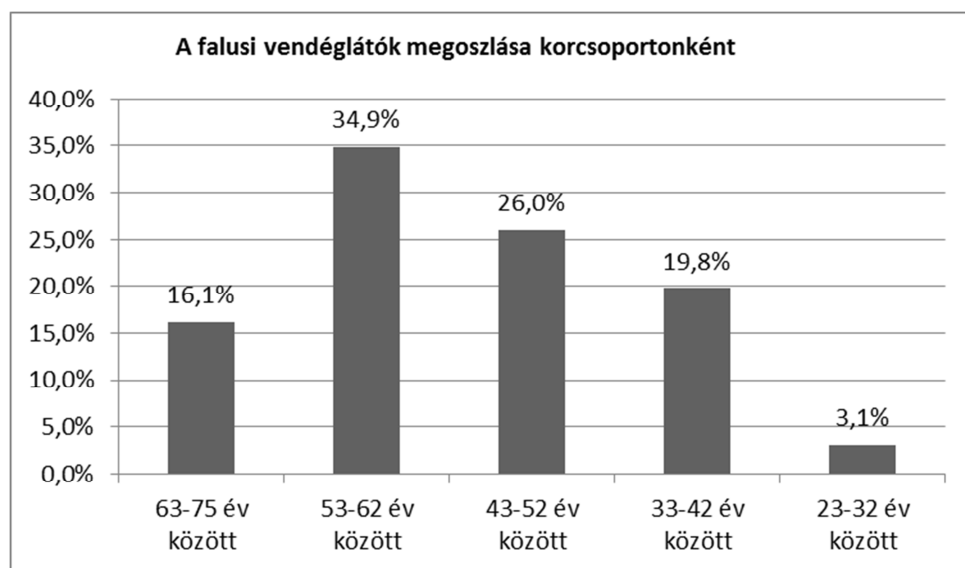
iskolai végzettséggel rendelkeznek. Ez a tény sokféleképp magyarázható. Megítélésem szerint a beszűkült vidéki munkahelyi lehetőségeken túl a tevékenység sokrétősége ad magyarázatot a magasabb iskolázottsági színvonalra. Ahhoz, hogy a szolgáltatást jól lehessen végezni, nem elég csak jól főzni, üres szobával rendelkezni, hanem ismerni kell a környék vonzerőit, marketing és a turizmus jellegzetességeit, a digitális világot, az internet világát, sok helyen nyelvtudásra is szükség van.

1. ábra A falusi vendégfogadók iskolai végzettsége 2012.



Az általános iskolázottságon túl sokféle szakmai végzettségre tettek szert a vendéglátók (pl. idegenforgalmi és vendéglátó szakmenedzser, eladó, szakács, felszolgáló, vendéglátó üzletvezető, falusi vendéglátó OKJ-s képzés stb.), illetve aki ilyen végzettséget szerzett, az a falusi vendéglátásban próbálta hasznosítani szaktudását. Kissé meglepő, hogy a minta több mint egyharmada nem válaszolt erre a kérdésre.

Korosztályi összetétel szempontjából a vendéglátók zömét még a közép-és idősebb korosztály adja (2. ábra). Ugyanakkor, az EU támogatások nyújtotta lehetőséggel élve egyre erőteljesebben lép be a fiatalabb, harmincas korosztály, amely már vállalkozásként kezd falusi vendéglátásba.

2. ábra A falusi vendéglátók megoszlása korcsoportonként 2012. me: %

Ennek is köszönhető az a furcsa generációváltás, hogy azok a vendéglátók, akik kezdetől részt vettek a falusi turizmusban, idősebb korukra, 15-25 év vendéglátás után fokozatosan felhagynak vendégek fogadásával, mert a családban nem tudják kinek továbbadni a tevékenységeket. A szolgáltatás, vendéglátás folytatása tehát nem családon belül történik, hanem más családoknál lép be egy fiatalabb vagy középkorú generáció. Elsősorban olyanok, akik perspektívát látnak e tevékenységben és különösen a 2000-es évektől már vállalkozás jelleggel gondolkodtak a falusi turizmusról.¹¹ A minta számaiból tehát az tűnik ki, hogy a falusi vendégfogadás szolgáltatás generációk közötti átadása nem a családokon belül történik meg.¹²

A falusi turizmusba történő belépés több szakaszban mindig akkor erősödött föl, amikor új források nyíltak meg a fejlesztés számára. Kezdetben a vendéglátás a házban megüresedett szobákra alapozódott, a kihalt idősebb családtagok, vagy a városba költözött fiatalok helyére.¹³ Az új vállalkozók között sokan már új vendégházat építenek, kimondottan vendégfogadás céljára. Az új vendéglátók ma már elég nagy létszámban jelen vannak a falusi vendéglátók között. A furcsa generációváltásnak két belépő új csoportja van, egy fiatalabb 30-

¹¹ Hogy ez mennyire megalapozott, vagy csak az elérhető pályázati források vonzereje volt nagy, az már más kérdés.

¹² Hans Embacher, az osztrák Urlaub am Bauernhof Szövetség marketing vezetője már 2005-ben megjegyezte, hogy Ausztriában többször találkoztak azzal a jelenséggel, hogy a fiatal gazdálkodó családok nem akarják átvenni és folytatni a vendéglátást szüleiktől. Okként azt jelölték meg, hogy gyerekként a hetente változó vendéggyerekek, akikkel barátságot kötöttek majd távoztak az életükből, egyfajta traumát jelentett számukra és ettől meg akarták kímélni saját gyerekeiket.

¹³ Kezdetben olyan is előfordult, hogy a háziak átadták saját lakrészüket a vendégeknek, ők pedig a ideiglenesen a nyári konyhába, másik épületbe költöztek.

es, 40-es éveiben járó vállalkozói korosztály és egy tapasztaltabb, 50-es éveiben járó korosztály, amely nyugdíjas éveire is szeretne aktív tevékenységet és némi kiegészítő jövedelmet biztosítani maga számára és ezt falusi turizmus keretei között véli legjobban megtalálni.

Az új belépők mögött vélhetően nagyobb egyéni forrás áll rendelkezésre, mint az első generációnál, így a fejlesztések is nagyobb léptékűek. A kisebb fejlesztési igénnyel, 1-6 millió forinttal fejleszteni akarók részére - amelyhez saját erőt is hozzá tudtak biztosítani a vendéglátók – a normatív vidékfejlesztési pályázati rendszer nem volt barátságos.

A falusi vendéglátás formája

A falusi vendéglátók kétharmada a mintában adószámmal rendelkező magánszemély és mintegy egyharmada vállalkozás illetve egyéni vállalkozó. A kezdetekhez képest a magánszemélyek aránya csökken és egyre többen valamilyen vállalkozás címkéje alatt fognak neki a vendéglátásnak.

A vendéglátók 48%-a főállás, 28% pedig nyugdíj mellett végzi ezt a tevékenységét. Mindössze 13 % jelezte, hogy a vendégfogadás a főállása, azaz csupán minden 7.-8. vendégfogadó tud a vendéglátáson keresztül munkahelyet teremteni magának (vagy nincs más kereső lehetősége).

A rövid turisztikai szezonban és a kapcsolódó elő-és utószezonban nehéz kellő összegű bevételt teremteni a vendéglátásból önálló munkahely - teremtéshez. A falusi vendégfogadók háromnegyed része egész évben nyitva tart, egynegyede pedig csak szezonálisan, tehát a téli fűtési szezonban nem fogad vendéget. A vendégfogadók túlnyomó többsége az indulástól számítva folyamatosan végzi vendéglátást, mindössze 6% hagyott fel a szolgáltatással egy rövidebb ideig. Minden ötödik vendéglátó vállalkozási formában (Kft, Bt.) szolgáltat. Kétharmad részük 2005 után kezdett el falusi vendéglátással foglalkozni. Ugyanakkor e vállalkozások vendéglátóinak fele a tapasztaltabb, 53 év feletti korosztályhoz tartozik.

A falusi vendégfogadás vonzereje

A falusi vendégfogadás vonzereje azokban a vidéki értékekben, - hagyományok, gasztronómia, mezőgazdasági tevékenységek, természetközelség, közvetlen emberi kapcsolatok - rejlik, melyről a városi ember egyre kevesebbet tud. Sokszor a vidéki idill, és nosztalgia kifejezéseket is illesztik e turisztikai kínálatához. Az említett vonzerő elemek súlya, rangja az idő múlásával jelentős változáson ment keresztül. A vendéglátókat arra kértük, hogy

7 vonzerő elemet állítsanak rangsorba, ami alapján szerintük a vendégek a falusi turizmust választják. Ezek a vonzerő elemek voltak:

- A természet közelsége,
- a kert, a háziállatok,
- házias vidéki ételek,
- a hagyományok, mesterségek,
- az olcsóbb árfekvés,
- a házigazdával ápolt jó, személyi kapcsolat,
- illetve más vonzerő lehetőség.

A falusi vendéglátók szerint a vendégek első helyen a természet közelsége miatt választják a falusi turizmust, ezt jelölte a válaszolók 52%-a. A második szempont az alacsony árfekvés, a vendéglátók 32%-a ezt jelölte meg másodikként. A vendéglátóval ápolt személyes jó kapcsolat, amit a falusi vendéglátás egyik legfontosabb vonzerejének tartottunk korábban, mindössze 9%-ot kapott. A kert, a háziállatok, továbbá a házias vidéki ételek sokkal alacsonyabb értéket, mindössze 3-3%-ot kaptak, a kézművesség pedig mindössze 1 %-ot. A vendéglátók értékelése azt jelzi, hogy elmozdulás van az értékrendben a vonzerők megítélése szempontjából. A korábbi felfogásban a legfontosabb vonzerők között a személyes kapcsolatok a házigazdával, a háziállatok közelsége és a jó vidéki ételek szerepeltek. Úgy tűnik, hogy ez jelentősen átalakul, és a természet közelsége és az alacsonyabb ár az, ami vonzóvá teszi ezt a kínálati formát. Ez az eredmény összecseng Kulcsár Noémi (2012) falusi turizmus vendégek körében végzett fogyasztói vizsgálatával: „...megállapítható, hogy a hazai falusi turizmus - fogyasztók többsége a vidéki életmód, kultúra, természet és autentikus programok komplex megtapasztalása érdekében utazik, bár ezek között fontosabb számukra a természeti értékek felfedezése, a friss levegőn, szép környezetben töltött pihenés. Az alaptermék változásának lehetünk tanúi. Ily módon napjaink hazai falusi turizmusának tartalmát tekintve felcserélődik, és a belső esszenciális körben helyezkedik el a természet-központúság, ez az alaptermék, még a vidéki életmód, kultúra, és örökség leginkább a kiegészítő szolgáltatások köréhez sorolható.”

Nemcsak a vendégek preferenciái, hanem a piacra kerülés módja, a promóció is jelentősen megváltozott az elmúlt 20-25 évben. Hol vannak már a kézzel írt, vagy fénymásolt, rossz minőségű fekete-fehér, alkalmanként helyesírási hibáktól sem mentes szórólapok? A vendégek a vendéglátókról sok csatornán szerezhetnek információt. Ezek közül az ezredfordulót követően egyre nagyobb teret követel az internet és más közösségi média, de a hagyományos, szájhagyomány útján terjedő tájékoztatás továbbra is tartja szerepét és

jelentőségét. A válaszolók 76% az internetet, 75 % pedig a szájhagyományt, a személyes propagandát jelölte meg, amely ma is segíti a vendégérkezést. Közel 60 % már saját weboldalt jelzett. A többi promóciós csatorna, mint a katalógus, vásár, szórólap, hirdetés az említett csatornákhöz képest már kisebb részaránnyal bír.

Külföldi, elsősorban osztrák és német példák alapján nálunk is elindult egyfajta szakosodás a vendéglátók körében. 167 vendéglátóból összesen 45-en jelezték, hogy a vendéglátásban áttértek egyfajta szakosodásra az általános kínálat helyett (bio - udvar, boros porta, lovas porta, gyerekporta stb.). Túlnyomó többségükönél azonban ennek nem volt hatása a vendégkör összetételére. A 45-vendégfogadóból csupán 4 jelezte, hogy a szakosodás következtében a vendégkör összetétele is megváltozott 20-30%-ban.

A falusi vendégfogadás különlegessége

Egy nyitott kérdéssel azt kértük a vendégfogadóktól, fogalmazzák meg, hogy mi teszi különlegessé a vendéglátásukat. Ez a gyakorlatban is az egyik legnehezebb és körültekintő gondolkodást igénylő feladat, mert a sok, hasonló karakterű kínálatban nem egyszerű az egyediség, különlegesség megfogalmazása.

A falusi vendégfogadók közül 165-en válaszoltak a kérdésre, és többségük több vonzerőt, szolgáltatást, tevékenységet sorolt fel kínálata különlegességének alátámasztására.¹⁴ Az említések száma és a jellemzők alapján összességében 23 különféle csoportot lehetett képezni. E csoportokat a választások száma alapján 3 kategóriába - elsődleges, másodlagos, harmadlagos tényezők, továbbá két dimenzióba – a vendéglátónak közvetlen ráhatása van, illetve nincs ráhatása az adott tényezőre – soroltam (1. táblázat).

1. táblázat A vendéglátás különlegességét biztosító tényezők

	Elsődleges tényezők 34-25 említés között	Másodlagos tényezők 22-11 említés között	Harmadlagos tényezők 10 említés alatt
A vendéglátó közvetlen ráhatással bír	személyes kapcsolat, vendégszeretet (34) a ház (27), az udvar, a berendezés, a belső terek (26) kialakítása	ételek italok (22), különféle szolgáltatások 16), az állatok, állat-simogató, a kert, gyümölcsök (13)	hagyományok (7), kézműveskedés (7), családi gazdaság (2), befőzés, gyűjtögetés (1), nyelvtudás (2), kulcsos ház jelleg (6) a tisztaság (4), megfizethető ár (3), a wellness (6) akadálymentes környezet (2),
A vendéglátó nincs közvetlen ráhatással	település fekvése, elhelyezkedése (33)	vízparti öröмок (17), természet közelsége (11)	a nagyváros vagy a fürdő közelsége (8)

¹⁴ Volt, aki hosszan, több mondatban kifejtve és volt aki néhány szóban válaszolt a kérdésre.

Az összefoglaló táblázat azt mutatja, hogy a vendéglátók felfogása szerint a vendéglátás különlegességében mai is a házigazda/gazdaasszony személyisége, vendégszeretete az elsődleges tényező. Azon túl pedig a település fekvése, földrajzi elhelyezkedése, és maga a ház, udvar, berendezés az, amit még elsődleges tényezőként kiemelnek a vendéglátók.

Másodlagos tényezők közé soroltam azokat a házban és a közelben nyújtott szolgáltatásokat és elérhetőségeket, amelyek a vendégek élményeit erősítik. Harmadlagos tényezőknek pedig azokat, amelyeket sokszor 'szent tehén'-ként kerülnek említésre, - a hagyományok, kézművesség, befőzés stb. - de úgy tűnik, a házigazdák szerint ezek kisebb szerepet játszanak.

A falusi vendéglátás hozadéka

Húsbavágó kérdés, hogy a falusi turizmus szolgáltatásoknak mi a hozadéka a vendégfogadók számára. Erre a kérdésre értékválasztás alapján próbáltunk választ találni. A következő értékek közül kellett a vendégfogadóknak a számukra legfontosabb hármat rangsorba állítva kiválasztani.

- Rendszeresen tervezhető kiegészítő jövedelem
- Alkalmi kiegészítő jövedelem
- Kapcsolat sokféle emberrel
- Új ismeretek, melyek a vendégektől származnak
- A család helyben tartása és együtt-tartása
- Közös élménynek a vendégekkel
- Más szemével látni saját értékeinket

Az eredményekből az szűrhető le, hogy a falusi vendégfogadásnak a jövedelmen túl -51% alkalmi és 14% rendszeres jövedelemszerzés - fontos kulturális, társadalmi, pszichológiai, közösségi szerepe és jelentése van a vendéglátók körében.

Ezt a megállapítást a zárt kérdés mellett a nyitott kérdésre adott válaszok is megerősítik. A zárt kérdésem túl még 107-en válaszoltak arra a nyitott kérdésre, hogy az említetteken túl milyen egyéb hozadéka van a falusi turizmusnak a vendéglátók számára. A válaszokból 6 átfogó, és 1 egyedi kategóriát lehetett képezni.

A. A kapcsolatok, barátságok kategóriába sorolható az a sokféle válasz, amely a házigazda-vendég kapcsolatáról, ismeretségéről, barátságáról szól.

B. Más kategória a hagyományápolás, örökség, értékőrzés . Például a nemzetiségi nyelv megőrzése, a származás, a gyökerek, tárgyi értékek megóvása, régi hagyományok felelevenítése, helyi értékek feltérképezése.

C. Az értékteremtő, hasznos elfoglaltságokat említők a falusi turizmussal hasznos tevékenységeket végeznek, életet hoznak a falvakba, leromlott házakat újítanak meg, használaton kívüli lakrészeket hasznosítanak, vagy csak egyszerűen rendben tartják a házukat, értékmentés és értékek létrehozása folyik.

D. A szellemi gyarapodást hangsúlyozzák a tanulás, új ismeretek kategóriába soroltak.: Például új ismertek a vendégtől, saját érdeklődési kör bővülése, az állandó tanulás sok területen, (informatika, marketing, civilség), folyamatos ismertszerzés a szakmáról, számítógép használat elsajátítása, nyelvgyakorlás lehetősége, emberi sorsok, világnézetek megismerése.

E. Tudásátadás, örömszerzés, közös élmények a vendéggel szintén fontos tényező a vendégfogadók életében.

F. Anyagi előny, megélhetés, jövedelem, életmód kategória válaszai is sokszínűek: Egyszerű és lényegre törő az a megfogalmazás, amely szerint a falusi vendéglátás „kellemesebb életmód folytatása”.

G. Néhány egyedi választ egy vegyes csoportba lehetett sorolni pl. azt, hogy „hamarabb fáradok”, „biztonságérzet”, „kötetlen munkaidő” „él a házam”, stb.

A válaszokból megállapíthatjuk, hogy a falusi turizmus szolgáltatás a vendégfogadók felfogása szerint sokszínű értékalapú és értékhordozó tevékenységet jelent.

A vendég élménye

A turizmus végső célja és értelme a vendégek élményeiben, átalakulásában keresendő. Egy nyitott kérdéssel arra kérdeztünk rá a vendégfogadóktól, hogy szerintük mi a vendégek legnagyobb élményére a falusi vendéglátásban.¹⁵ A mai élményközpontú világban, élménygazdaságban, (Kovács D. 2014) már elkerülhetetlen, hogy e kérdésnek ne szenteljenek figyelmet a falusi vendégfogadók, ne próbálják megtudni, megérteni, hogy mivel tudtak élményekben gazdag üdülést biztosítani.

A válaszokból az tűnik ki, hogy a falusi vendégfogadók gondolkodásában a vendég élménye még nem foglal el központi helyet. Miközben az általuk nyújtott falusi turisztikai szolgáltatások különlegességét színesen és sokoldalúan mutatták be az első nyitott kérdésben,

¹⁵ Ezt valószínűleg nem tekinthetjük teljesen korrekt eljárásnak, hisz az élmény egy belső, szubjektív kategória, amiről csak a vendég tud vallomást tenni.

a vendég élményéről viszonylag egysíkú, esetenként közhelyes felfogás mutatkozott meg. Elsősorban a körülményeket, környezeti vonzerőket vetítették ki, mint a vendég élményét. E kérdésnél a válaszokból szófelhőt és a fontosabb kifejezések statisztikáját készítettem el. E kifejezésekkel 'fedték le' a vendég legnagyobb élményét a vendégfogadók.

A szófelhő gyakran említett fogalmai és kifejezései: környezet 35, csend 32, nyugalom 25, természet 22, pihenés 18, család 18 (6. ábra). Kevésbé gyakran említett fogalmak és kifejezések: állat 10, barát 11, étel 12. Ritkán említett fogalmak és kifejezések: együttlét 2, kézműves 2, aktív 2, vendégszeretet 7. A vendéglátók szerint tehát a legnagyobb élményt a nyugalom, a csend, a természet, a környezet, kikapcsolódás jelenti, ami szintén megerősíti a korábban jelzett értékváltozást a vendégek körében.

3. ábra Szófelhő a vendégek legnagyobb élményéről



Forrásbőség, forráshiány, a falusi turizmus támogatása

Jelentős változás, különösen a 90-es évekhez képest, hogy az elmúlt 10 évben komoly források álltak rendelkezésre a falusi turizmus fejlesztésére. 2007-14 között a Vidékfejlesztési Hivatal adatai szerint¹⁶ a 3. tengelyes turisztikai fejlesztések ösztönzése jogcímre 2045 kérelmet hagytak jóvá 43 milliárd 360 millió Ft támogatási értékben. (Ennek

¹⁶ http://www.mvh.gov.hu/portal/MVHPortal/default/mainmenu/eredmenyek__ (letöltve: 2015 június 22.)

csak egy része mehetett falusi turizmus fejlesztésére). A kifizetett kérelmekre vonatkozó számok kissé ellentmondanak a jóváhagyott számokkal, mert az MVH honlap szerint a turisztikai fejlesztések ösztönzésére 3305 kérelmet már kifizettek 24 milliárd Ft összegben. (ezek valamennyi vidéki turizmus kategóriára vonatkoznak, részletesebb bontást az MVH nem közölt idáig). A Nemzeti Diverzifikációs Programban turisztikai fejlesztésre 51 kérelmet hagytak jóvá 1 milliárd 486 millió FT értékben, ugyanakkor 84 kifizetés történt 1 milliárd 319 millió Ft értékben. Ezekhez jön még a LEADER programban rendelkezésre állt forrás, melyről egy 2013. november 8-i sajtótájékoztatón V. Németh helyettes államtitkár azt jelentette be, hogy falusi turizmusra több mint 13 milliárd Ft-ot lehet pályázni.¹⁷

A forrásbőség a 90-es évek forráshiányához képest sok olyan jelenséget hozott, amire a kezdetekkor senki nem gondolt. Ezek egyike, hogy a pénzszerzés lehetősége miatt olyanok is megjelentek a falusi turizmusra vállalkozók körében (különösen az 2007-13-as időszakban), akik számára ez csupán egy újabb forrásszerzés volt más, nagyobb léptékű vállalkozásuk mellett. Másrészt sok olyan helyi közösségi érték, emberi és kulturális tőke veszett el, vagy nem került feltárássra és használatba vételre, mert nem jutott minimális forráshoz sem.

A mintába került vendégfogadókból minden 3-4. tudott támogatást szerezni az elmúlt évek fejlesztési forrásaiból. Többségük egy alkalommal, de néhányan 2 illetve egy vendéglátó 5 alkalommal is nyert támogatást. Az egyes programok szerint az alábbi eloszlások mutatkoznak.

Az AVOP-ban összesen 13-an részesültek támogatásban. Közülük öt fő (39%) 3 millió Ft alatti összeget nyert, 8 fő (61%) pedig 3 millió Ft feletti összeget. Az UMVP-ben összesen 22 nyertes pályázó volt, ebből 3 millió FT alatt nyert 5 pályázó (23%), a többiek (77%) ennél nagyobb összegű fejlesztési forrást kaptak. Ebben a pályázati kategóriában 60% több mint 10 millió Ft fejlesztési forrást nyert.

A Leader programban szintén 22-en nyertek támogatást, a 3 millió FT alatti támogatottak 6 főt (27%), a 73% pedig 3 millió Ft felett jutott európai forráshoz. kapott támogatást. Meglepetésre minden 3. nyertes (32%) a 10 millió Ft feletti támogatásban részesült a Leaderből.

¹⁷ A támogatási igény max. 35 millió FT volt és rövid határidővel, 2013. november 18 és december 15 között lehetett igényelni ezt a támogatást. Nem tudni, milyen elemzés előzte meg az intézkedést, milyen érdekkört szolgált, hogy még a LEADER-ben is 35 millióra emelték a támogatási összeget.

2. táblázat A minta falusi vendéglátóinak támogatáshoz jutása az AVOP, UMVP és a LEADER programból

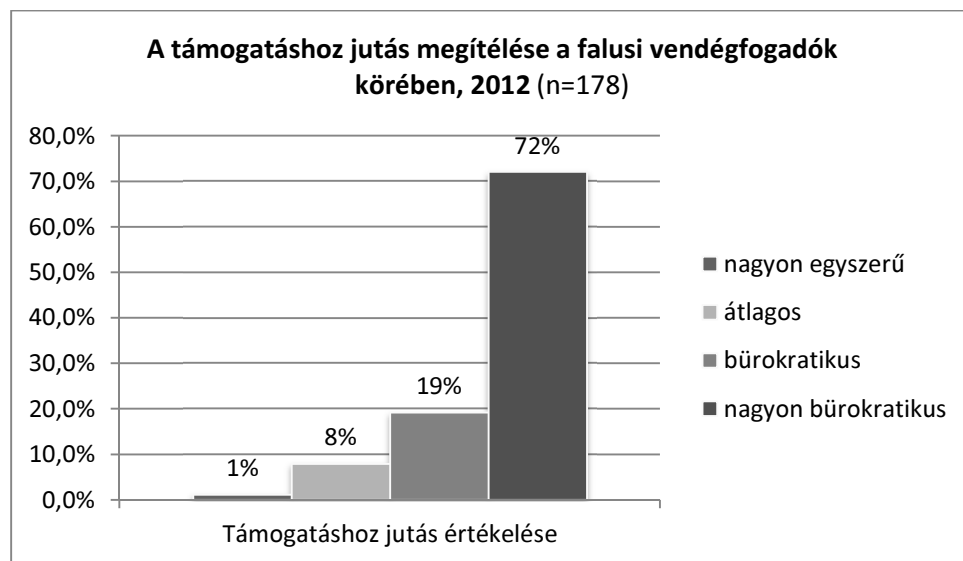
Program neve	Támogatást nyert vendéglátók száma és a támogatási összegek, me-fő							Összesen
	1 millió Ft alatt	1-3 millió FT között	3-10 millió FT között	10-20 millió FT között	20-30 millió FT között	30 millió Ft fölött		
AVOP	2	3	6		1	1		13
UMVP	2	3	4	7	2	4		22
LEADER	2	4	9	4	1	2		22
Összesen	6	10	19	11	4	7		57
		61%			39%			100

Arra a kérdésre, hogy a vendéglátóknak milyen támogatási igényük lenne, 61%-uk 6 millió Ft-ig jelzett fejlesztési igényt, de 10 millió Ft alatt van 10-ből 8 vendéglátó és csupán kettő vendéglátó a jelzett 10 millió Ft feletti fejlesztési igényt.

Ez rámutat arra, hogy a hazai pályázati rendszer felső támogatási plafonja a falusi turizmus szempontjából irreálisan magasan lett megállapítva és más irányba (panzió típus felé) viszi a fejlesztést. Ez a magas támogatási plafon azzal jár, hogy olyanokat ösztönöz támogatási pénzek megszerzésére, akik nem az Európában elfogadott falusi turizmus szellemében akarnak vidéki szállást és szolgáltatásokat fejleszteni, hanem nagyobb vállalkozások részeként, tőkefelhalmozásként értelmezik a pályázati lehetőséget a tevékenységről magáról pedig keveset tudnak.¹⁸

A támogatáshoz jutással kapcsolatban külön kérdést intéztünk a vendéglátókhöz. (3. ábra)

3. ábra A támogatáshoz jutás megítélése a falusi vendégfogadók körében (2012)

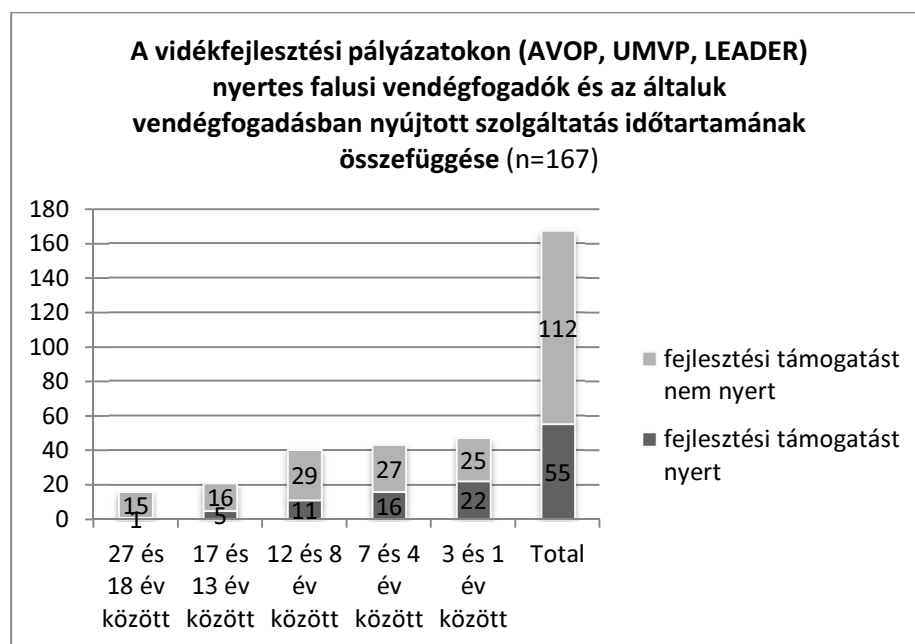


¹⁸ Ezt a véleményt több falusi turizmus minősítő szakértő osztja.

A válaszolók 90%-a összességében bürokratikusnak illetve nagyon bürokratikusnak tartja a támogatáshoz jutási lehetőségeket.

A falusi vendéglátók közül, akik 2000 előtt kezdték a szolgáltatást, csak minden 10 tudott pályázati támogatást nyerni. A nyertes pályázók 70 %-a a 2012-t megelőző 7 évben lépett be a vendéglátásba, 40%-uk pedig mindössze 1-3 éve folytat vendéglátást (4. ábra).

4. ábra A vidékfejlesztési pályázatokon (AVOP, UMVP, LEADER) nyertes falusi vendégfogadók és az általuk vendégfogadásban nyújtott szolgáltatás időtartamának összefüggése



A falusi turizmus családi háttere

A felmérés adatai rávilágítanak, hogy a falusi vendégfogadás családi, háztartási, foglalkoztatási háttere sokszínű. Mindössze minden 5. vendéglátó háztartáshoz kapcsolódik családi gazdálkodás. Ugyanakkor a mezőgazdasági háttér ennél szélesebb, a vendégfogadó családok felének van kapcsolata a mezőgazdasági termeléssel, a családi gazdálkodókat is beleértve, a másik fele viszont (már) nem kapcsolódik a mezőgazdasághoz.

Magyarországon fenntartással mondhatjuk, hogy a falusi és agroturizmus a családi gazdaság diverzifikálását jelenti. Sokkal inkább jellemző a vidéki háztartások bővítése, kiterjesztése új tevékenységekkel, szolgáltatásokkal. Egyfajta kisléptékű, családi keretben zajló vidéki üdültetés, szórakoztatás, gasztronómia, élményszerzés keveréke.¹⁹

¹⁹ Hogy divatosak legyünk, a lefordíthatatlan amerikai 'agri-tainment' kifejezés (agriculture and entertainment, mezőgazdaság és szórakoztatás kifejezések összevonása) - mintájára valamilyen kelet-

TÁRGYALÁS

A falusi turizmust a piaci lehetőségek és a nagy válságok –a 30-as évek világválsága és a 90-es évek gazdasági szerkezet-átalakítási válsága - hívta életre. A turizmus, mint új jelenség összefogást és innovációt hozott a vidékre és elsősorban a vidéki nőknek nyújtott új lehetőséget jövedelemtermelésre. Magyarországon történelmi okai vannak – világháború, a kollektivizálással járó vagyonvesztés, majd a privatizálással járó vagyoni differenciálódás – hogy a falusi turizmusban vegyes rendszer alakult ki, szinte mindenki alanya lehet e tevékenységnek (kínálatnak). A keresleti oldalon a falu, a hagyományok iránti nosztalgia megjelenése, a valódi közösségek illúziója iránti vágy, a házigazdák személye, a gazdálkodás, kert, állatok, a házigazdák személyisége szerepelt.

A 90-es években a falusi vendéglátás erős média és politikai támogatást élvezett, ugyanakkor ez a gyakorlatban alig volt több retorikánál. Más országokban, ahol ennek már hagyománya volt, tanácsadórendszer, hitelek, támogatások, intézményi háttér, Kamara, stb. állt rendelkezésre. Nálunk a helyi szerveződések élére végül országos ernyőszervezetként a Falusi Turizmus Országos Szövetsége került. A kezdeti spontán fejlődési szakaszban nagy tanulási ambíció és innovatív magatartás volt tapasztalható a falusi vendéglátók részéről.

Az Európai Unió csatlakozás már több forrást teremtett a falusi turizmus számára, a csatlakozás pedig - mondhatjuk - pénzbőséget hozott és ezzel együtt és szigorúbb adminisztratív szabályozást. A korábbi pozitív diszkrimináció viszont megszűnt, sőt a jogszabályok túlzó módon, nem a falusi vendéglátó vállalkozásokhoz méretezett szabályokat érvényesítenek. A kezdeti társadalmi tőke építés, ami helyi összefogásban, képzésben, egymás segítségben megnyilvánult, lelassult, vagy megszűnt, a helyi összefogás sok helyütt meglazult, az új belépőknél el sem kezdődött. A társadalmi tőke nem jelent értéket a döntéshozóknál a mai Magyarországon, holott a vidék számára ez létfontosságú.

A falusi turizmus nagy kérdése, hogy a tevékenységből lehet-e annyi jövedelmet szerezni, hogy az kitermelje a ráfordított munkát, pótolja az elhasznált eszközöket, tegyen lehetővé színvonalas marketinget és fejlesszen is. Erre vonatkozóan nálunk kevés a felhalmozott ismeret, sem az állami szervek, sem civil képviselő nem végzett vagy végeztetett olyan rendszeres számításokat, hogy milyen a megtérülése az új beruházásoknak. A gyakorlati tapasztalatok szerint ez csak frekvenciált helyeken lehetséges, nagyvárosok, üdülőhelyek közelében. Fejlesztésre, bővítésre, képzésre, marketingre stb. a vendéglátók keveset, vagy

európai ízekkel bíró 'rural-tainment-ről van szó.' (rural entertainment), melynek minőségi jellemzői nincsenek feltárva.

szinte semmit nem fordítottak, ezt a különféle támogatások, civil tevékenységek révén lehetett megoldani. A 2012-es felmérés eredményei azt mutatják, hogy a falusi turizmus, akárcsak a 90-es évek eleji induláskor, megtartotta kiegészítő jövedelemszerzési jellegét. Erre utalnak az egy vendéglátóra vetített szoba- és ágy kapacitás számok. Bár a számok emelkedő trendet mutatnak az egy családban levő szoba és ágyszám tekintetében, ezek belül maradnak azon a léptéken, amelyen a falusi turizmus elindult. A falusi turizmus indulásakor a külföldi szakértők azt ajánlották, hogy nem szabad (túl) olcsóra pozicionálni ezt a vendéglátási formát. Egyébként is létezik olyan jelenség, hogy a vendéglátók saját munkájukat nem számolva, inkább olcsóbban kínálják szálláshelyeiket és a falusi üdülést. Ausztriában ezért is vezették be bizonyos minőségi kategóriáknál a minimumárat, ami alá nem szabad menni.

A falusi vendéglátó szolgáltatás csak minden 7. vendéglátó számára nyújt főfoglalkozást, a többiek esetében kiegészítő tevékenységet jelent. A szolgáltatást magát a vendéglátók többsége magánszemélyként végzi, bár emelkedő trendet mutat a vállalkozások aránya. Az eredményekből az tűnik ki, hogy a kisebb kapacitásokkal, a 2-3 szobával, udvarral, kerttel, házas ételekkel, háziállatokkal, stb., rendelkező vendéglátók szerepe, - akit az irodalomban klasszikus falusi vendéglátóként szoktak emlegetni - halványul. Őket napjainkban már „retro falusi turizmus”-ként²⁰ is említik. Helyettük a vállalkozások és a nagyobb, panziószerű kapacitások kerülnek előtérbe, a fejlesztési források zöme is ezekhez kerül.

A megkérdezett falusi vendégfogadók válaszaiból az a kép bontakozik ki, hogy nemcsak a házigazdák összetételében, hanem a falusi turizmus vonzerőinek megítélésben is lassú ártértékelődés zajlik. A korábbi fő vonzerőket, - az emberközpontúság, vendég -vendéglátó viszonya, a családi fogadtatás - - a természeti környezet fontossága és az olcsóság szempontja váltja fel. Ugyanakkor az említett korábbi vonzerők a falusi turizmus különlegességét jelentik a vendégek számára.

A magyar falusi vendéglátás a sajátos történelmi fejlődés miatt vegyes rendszernek tekinthető. A falusi vendéglátók foglalkozás, méret, aktivitás és más mutató szerint nem alkotnak homogén csoportot Magyarországon. Magánszemélyek, vállalkozások, önkormányzatok, civilek, magán és állami vállalatok, sokféle foglalkozás és érdek jelenik meg a falusi vendéglátók köréből. Ausztriában és Németországban az *Urlaub am Bauernhof* (Üdülés a parasztudvaron) a gazdálkodók kínálati formája. Angliában, a skandináv országokban vagy az Egyesült Államokban a *Farm tourism*, *agritourism*, vagy *Holiday on the*

²⁰ Hanusz Árpádtól, a FATOSZ alelnökétől hangzott el a kifejezés 2014. 05. 21-én.

Farm (Üdülés a farmon) szintén a gazdálkodáshoz, foglalkozáshoz kötődik, oda más vidéki lakos (tanár, postás, eladó stb.) vagy vállalkozás nem jöhet be.

A magyar agrár- és vidékpolitikának sosem volt világos koncepciója (a szokásos több lábon állás (diverzifikációs) felfogáson túl), hogy valójában mit akar kezdeni a falusi turizmussal. A rendszerváltás után a fő kérdés a családi gazdaságok létrehozása, feltételeik kialakítása volt és nem a több lábon állás megteremtése. Az egymás követő döntéshozók, kormányok az egyes rendelkezésekkel különféle, sokszor ellentétes irányokba lökték a falusi turizmust. Állandó elem a támogató retorika, a falusi turizmusra történő pozitív utalás volt. A tényleges intézkedések - a kezdeti segítő hozzáálláson túl- azonban erősen megkérdőjelezhetők. Kezdetben az adómentesség felső határát felemelték, majd hosszú idő után új terület nyitottak a falusi vendégasztallal, aminek további adókedvezményeket is biztosítottak. Ez a helyi termékek értékesítése zászlaja alatt történt. Később eltörölték az adómentességet, a kialakult márkanévet (falusi turizmus) egy semmitmondó jogi elnevezéssel illették (egyéb turizmus), a minősítést államosították és egy drága, bürokratikus centralizált rendszert húztak rá. Új térségi szabályokat határoztak meg, így a falusi vendéglátók fele eltűnt. Ráadásul, a vidékfejlesztés támogatási rendszere - a 3-as tengely - elsősorban a nagyobb beruházásokat favorizálta és bonyolult adminisztrációs rendszert alakított ki. A kisebb összeget, az egy-két milliót igénylő kérelmezőknek, - még ha az önrészüket rendelkezésre állt is - a bürokratikus szabályok, az elhúzódnak a döntések, és a folyamatot terhelő extra költségek miatt sok köszönete nem volt a támogatásban. A kibontakozó gazdasági válsághoz egyszerűsített, támogató intézkedések illettek volna, különösen a kisebb kapacitásokkal rendelkezők esetében. Ehelyett erősödő bürokratizmus, a támogatásokhoz jutás nehezítése volt a jellemző. Az EU forrásokkal a falusi turizmust egy panzió típusú fejlesztés irányába nyomja a támogatási rendszer.

Magyarországon sok ezer üresen álló falusi ház található, melyre jobb híján lassú pusztulás várhat. A magyar vidék egyik különös jelensége, hogy a hozzánk érkező külföldiek, németek, hollandok, előszeretettel vásárolnak lepusztult öreg falusi házakat kerttel, szép természeti környezetben (Baranya, Somogy, Tolna, Zala, Vas megye stb.), majd felújítják eredeti szépségükben és állandó lakásra vagy második otthonként használják. Közülük jó pár ház falusi turizmus célokat is szolgál. Nehezen érthető, hogy az európai fejlesztési pénzek nem ezeknek házaknak a megmentésére fordítódnak, hanem nagy, panziószerű házak épültek.²¹

²¹ Az egyik megyei minősítő szerint abból 90- házból, amit ő minősített, véleménye szerint 10 felelne meg a falusi turizmus céljainak. Elmondása szerint, bár nagyon szépek az új házak, de

Olaszországban nem engednek új épületet építeni agri-turizmus céljaira, hanem régi épületet kell helyreállítani vagy átalakítani. Többen hangot adtak annak az aggálynak, hogy az új házak hosszú távon nem a falusi turizmust, hanem a család (vállalkozás) lakás vagy üdülő igényét fogják szolgálni.²²

A 90-es évek második felében a falusi turizmus fejlődési ciklusa a turisztikai területek általános fejlődési görbéjéhez képest egy lassan felívelő és hosszan elnyúló görbét mutatott. Kisebb ingadozások és viszonylagos egyenletes fejlődés volt tételezhető. Akkor nem lehetett előre látni, hogy mi lesz az életciklus végén, azaz, lesz-e folytatója a falusi turizmusnak azokban a családokban, akik elkezdtek ezt a fajta szolgáltatást a kilencvenes években. A furcsa generációváltás azt eredményezi, hogy a vendéglátási életciklusok 15-25 év után lezáródnak egy családban és másutt másokkal új életciklusok indulnak. Több generáción átívelő folyamat nagyon ritkán tapasztalható. Erre már a kiscsaládok szerkezete, életformája nem igazán alkalmas.

A falusi (vidéki) turizmus körül megjelenő forrásbőség vonzza azokat a fiatalokat, akik már vállalkozásként akarják a falusi turizmust csinálni és ehhez kellő háttérük (anyagi, szaktudás, szülői támogatás, működő vállalkozás) is van, illetve EU-s fejlesztési pénzből próbálnak háttérrel teremteni. A másik csoport a nyugdíj felé közeledők, akik nyugdíjas korukra próbálnak további aktív élethelyzetet teremteni maguknak. Rosszul megállapított forráskritériumok olyanokat is ide vonzanak, akik csupán a forrás-és tőkeszerzés kedvéért pályáznak.

Miközben az állami szervek sok mindent 'elvárnak' a falusi turizmus szervezeteinek működésétől, gyakorlatilag forrás nélkül hagyják ezeket szervezeteket. Mára több megyében nem működik vagy tetszhalott állapotban van a megyei szerveződés, az Országos Szövetség évek óta pénzügyi nehézségekkel küzd, miközben egyre több állami feladatot tennének a Szövetségre, mint kompetens szakmai szervezetre. A másik oldalon nem tudott létrejönni egy olyan folyamatosan működő állami tanácsadó rendszer, amely elsősorban gyakorlati háztartásgazdasággal, vendéglátással, marketinggel foglalkozott volna.²³

lebetonozott udvar van gépkocsi parkolásra, a vonzerő pedig a közeli fürdő. Ezt nem nevezhetjük falusi turizmusnak.

²² A pályázati rendszer teljesítmény követelményeit (vendég és vendégéjszaka szám) papíron teljesíteni tudják, és úgy fogják fel, mint a pályázat költségét, illetve adott esetben más vállalkozásaik javára írhatnak bizonyos költségeket.

²³ Ausztriában 25 évvel ezelőtt 2 marketinges tanácsadója volt az osztrák szövetségnek és mellette az állami tanácsadó rendszer. Jelenleg már közel 30 tanácsadójuk dolgozik az országban, nem beszélve a kamarai és turizmus rendszerről.

KÖVETKEZTETÉSEK

Dolgozatomban egy 2012-es falusi vendéglátókkal folytatott kérdőíves vizsgálat néhány összefoglaló eredményét mutatom be. A leírt és elemzett változások alapján az ezredforduló utáni második évtized közepén a falusi turizmus még őrzi a kisléptékű, háztartásokra épülő családi szolgáltatások jellemzőit, de a piaci változások és a támogatási rendszer preferenciái miatt mindez átalakulóban van. A falusi turizmusnak nem kedvezett a gazdasági válság és a túlélésért zajló árverseny a turizmus piacán. Ehhez olyan szabályozási és adminisztratív gyakorlat párosult, mely merevségével, bürokratizmusával inkább riasztó azok számára, akiknek vidéken legtöbbet jelenthetne és helyzetükön jelentősen változtathatna ez a különleges vállalkozási forma. A fokozatos generációváltás és az elérhető fejlesztési források csábítása új vendéglátókat hoz a falusi vendéglátásba, akik kevesebb közösségi indíttatással és több üzleti megfontolás alapján, európai fejlesztési forrásokra alapozva indítják vállalkozásukat. Ennek veszélye, hogy nem ismerik fel, hogy a falusi turizmus nemcsak egyéni, hanem közösségi vállalkozás is, szükség van a partnerekre, hálózati kapcsolatokra. Az új belépők már nem ismerik a spontán fejlődési időszakban kialakult közösségi szellemet. A megújuláshoz a következő években a falusi turizmus valamennyi elemét, szabályozás, támogatás, adózás, marketing, képzés, közösségfejlesztés, civil szerveződések szerepe, stb. újra kell gondolni, újra kell tanulni és alulról újra építeni!

SUMMARY

The study summarises the main changes of rural tourism since its re-birth from the nineties and reflects also to the historical roots of this development. The first organised appearance of rural tourism (or as it is called village tourism) occurred during the 30's as a top-down movement from the ruling political elite. The aim was to keep the middle class within Trianon borders for holiday purposes and also to help peasant families to gain additional income via selling their agricultural produce and renting out their 'clean rooms'. This activity ceased to exist after the Second World War, although the private accommodation service was always present and enjoyed popularity during the 70's and 80's in resort areas like Lake Balaton, Danube Bend etc.

The rebirth of rural tourism took place in the 90's with the political changes and economic transformation of Hungary. The emergence of market economy, privatization resulted in pulling down agricultural cooperatives and state farms. As a consequence, high unemployment occurred in villages and agriculture areas. Rural women who lost their former employment in towns and villages initiated new rural tourism services based on their household conditions (house, garden, agricultural products, vineyard, animals, etc.). Rural tourism was mainly the innovation of local women from rural households. The beginning of the 90's had brought big dreams about the role of rural tourism on the countryside and also a lot of enthusiasm among those who started this activity.

By the data of HCSO (Hungarian Central Statistical Office) in 2012 states that there were 3186 rural tourism hosts with 8864 rooms and a 22977 bed capacity. On average a host family owned 2.79 rooms and 7.21 beds capacity. The data of the 2010 agricultural census shows that there were only 987 farms (family and corporate) dealing with hospitality business as other activity. Among family farms, only 0,2%, almost an invisible percentage dealing with hospitality and tourism activities.

In this study the sample was analyzed consisting of 212 valid surveys of rural tourism hosts from 10 counties. Two-thirds of the hosts in the sample are women and one third are men. 47% of them have university or college degree and the share of the secondary school education is around 50%. It is only 3%

of the hosts who have only primary school education. It very well reflects that rural tourism hosts have to have complex knowledge to pursue their activities. Nine of ten hosts from the sample are integrated in their own community which means that they were born in the given village or have lived there for a longer period of time.

The promotion of rural tourism has changed a lot during the past 25 years. 76% of the host mentioned the internet and 75 % of them mentioned the word of mouth which brings guests to their premises. Hosts think that the speciality of rural tourism is still the hospitality and personal relationship with guests. Beyond regular and additional income, the benefits of rural tourism occur in the new relationships with a lot of people, new friendships, and in protecting the traditions and heritage. Compared to the nineties the first decade of the millenia has brought relative resource abundance to develop rural tourism ventures. This resulted in a shift towards establishing bigger guest houses, more rooms etc. and less community cohesion and cooperation. The impact can be measured in a few years time.

The character of the Hungarian rural tourism due to historical circumstances, (World War II, collectivization of agriculture, urbanization and industrialization) shows a kind of mixed system. Almost everyone can be subject of rural tourism development. It is not the specific field for farmers and owners of agricultural holdings.

The family background of rural tourism hosts shows that only 50 % of them have agriculture activity and only one fifth of the rural tourism hosts have a family farm. So rural tourism in Hungary is not the diversification of family farms. It is more of the extension of the rural households with new activities. It is a small scale mix of rural holiday, rural entertainment, gastronomy, rural experience gained within the frame of a rural family household. (To use a fashion expression, like the agritainment in the US, it is a kind of rural-tainment, a rural entertainment).

Rural tourism can provide permanent employment only to every 7th host. For others, rural tourism is only an additional income generating activity. Recent trend shows that role of the so called 'classical' rural tourism providers who have only 2-3 rooms, is diminishing. As a consequence of the EU rural development support, bigger houses, pansion-like units were built during 2007-2013, the past programming period of the EU. These units gradually take over the supply.

The attitude towards the attractions and supply of rural tourism goes through a slow re-valuation by the public. The former main attractions like the relationship of hosts and guests, the guest centred approach is slowly replaced by the importance of proximity of the natural environment and the relatively cheap price. At the re-birth of rural tourism in the nineties it was not clear how the lifecycle of the family hospitality were taking place. The first decade of the new millenia has brought new patterns of generational changes. The phenomenon called as a 'strange generation change' means that families started rural tourism service at the end of the eighties and beginning of the nineties can not continue their activities because no one in the family can take over the venture. They simply give up their services.

Instead, new families enter to the terrain of rural tourism. Young people, who base their enterprise on EU rural development support and family assets and built bigger capacity guest houses. Other group of newcomers to rural tourism are those women and men above 50-55 years age who want to provide meaningful activities and additional income after their retirement.

Hungarian agricultural and rural policy never had clear concept and strategy on rural tourism. Different governments brought different measures often conflicting with each other. Due to different new regulations, plus the impact of the world economic crisis and the generation change the number of rural tourism hosts halved by 2010. There is only very a slow recovery foreseeable in the near future. The haydays of rural tourism when 7500-8000 host operated around 2007-2008 in the country seems quite far away. Every building block of rural tourism, regulation, taxation, marketing, community development, training, role of civic organisations will have to be re-considered.

IRODALOM

- Csizmadia, L. (1993). Falusi turizmus-környezetbarát turizmus oktatási összefüggései. in: *A falusi turizmus hagyományai*. Mezőgazda Kiadó. 69-73.
- Csordás, L. (1998). Falusi Turizmus kézirát: HU95040101 Phare-program 283-329.
- Dávid, L., Tóth, G., Kelemen, N., Kincses, Á. (2007). A vidéki turizmus szerepe az Észak-Magyarországi Régióban. *Gazdálkodás* 51 (4): 38-57.
- Kenéz, G. (1996). Falusi turizmus fejlesztés a 30-as években. *A Falu* 1996/4 69-73p.
- Kiss, K. (2001). Falusi Turizmus- -eltérő értelmezések, eltérő piaci lehetőségek? *Turizmus Bulletin* V. évfolyam 1. szám- 2001 március.

- Kóródi, M. (2006). A vidék és a vidéki turizmusfejlesztés összefüggései a magyarországi kistérségekben. PhD- értekezés SZIE Gödöllő.
- Kovács, D. (1993a). A falusi turizmus lehetőségei és korlátai Magyarországon. Településfejlesztés 1993/5.
- Kovács, D. (1993b). Fordulópont előtt a magyar falusi turizmus? A falu 1993/1.
- Kovács, D. (1993c). A falusi turizmus mint új vállalkozási forma terjedése a Keleti Mecsek három településén, Hosszúhetényben, Magyaregregyen, Kárászon. A falu 1993/4.
- Kovács, D. (1995). A falusi turizmus és fizetővendéglátás értelmezéséhez. In: *A mezőgazdaságtól a vidékfejlesztésig* III. falukonferencia. MTA RKK Pécs352-356p.
- Kovács, D. (2003). Falusi és vidéki turizmus értelmezések a nemzetközi irodalomban. in: *A falusi turizmus hagyományai*. Mezőgazda Kiadó.
- Kovács, D. (2010). A vidék turizmusa. In: Kovács, D., Kulcsár, L. *Vidékfejlesztési ismeretek Kriterion kiadó, Pro Ruris*. 9-66.
- Kovács, D. (2014). Élmény, élménygazdaság, élménytársadalom és turizmus. in, Turizmus Bulletin 3-4sz. 40-48p.
- Kulcsár, L., Lakner, Z. (1995). A falusi turizmus helyzete és fejlesztésének lehetőségei Gazdálkodás XXIX. évf.3.54-61.
- Kulcsár, N. (2013). A magyar falusi turizmus újabb átalakulása A falu. Ősz. 5-18p.
- Sági, E. (1934). A falusi vendéglátás mestersége A Magyar Királyi Balatoni Intéző Bizottság kiadványa. Budapest.
- Szabó, G. (1992). A falusi turizmus, mint a vidéki kisvállalkozás-fejlesztés egyik lehetősége. Juss 1992/4. 76-83.
- Szabó, G. (1996). Tematikus kínálatok a vidéki turizmus fejlesztésében in: *A falusi turizmus, mint a vidéki térségek megújításának egyik esélye*. Falusi Turizmus Országos Szövetsége , MTA RKK Szombathely.