

Pannon Egyetem

Gazdálkodás és Szervezéstudományok

Doktori Iskola

László Éva:

**A VIDÉKFEJLESZTÉS ÉS A VIDÉKI TURIZMUS
ÖSSZEFÜGGÉSEI AZ ÉSZAK- ALFÖLDI RÉGIÓBAN**

PhD értekezés

TÉZISEK

Témavezető:

Dr. habil Kocsondi József CSc

Veszprém - Keszthely

2009

TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék.....	2
1. A disszertáció célja és hipotézisei.....	3
1.1. A kutatás célkitűzései.....	5
1.2. Hipotézisek	6
2. Adatgyűjtési és elemzési módszerek.....	7
3. A disszertáció kutatási területei és megállapításai	9
3.1. Rendszerezés, fogalomalkotás	9
3.2. Összefüggések a vidékfejlesztés és turizmusfejlesztés között...	9
3.3. A kistérségi gazdasági fejlettség és turizmus kapcsolata	9
3.4. Vidéki turizmusformák sajátosságai, csoportok képzése	10
3.5. A kedveltség és ismertség vizsgálata	11
3.6. Márkapotenciál és a turizmus teljesítménye.....	11
3.7. Vidékiség és turizmus	12
4. A kutatás újszerű tudományos eredményei	15
5. További kutatási irányok	17
A disszertáció témakörében megjelent publikációk	18

1. A DISSZERTÁCIÓ CÉLJA ÉS HIPOTÉZISEI

Minden társadalomban alapvető gondot jelent, ha egyidejűleg jelentős fejlettségbeli különbségű területek vannak a gazdaságban. Sem a társadalom, sem az egyének szempontjából nem tartható fenn hosszú távon az ország ilyen értelemben vett kettészakadása, komoly társadalmi feszültségek forrása lehet. Hazánkban a térségi fejlettség-
fejletlenség gyakran úgy merül fel, mint város-vidék ellentét. Magyarországon a rendszerváltással együtt végbemenő agrárgazdasági átalakulás olyan változásokat hozott, amelyekhez való alkalmazkodás, és amelyekből fakadó gazdasági és társadalmi nehézségek megoldására szemléletváltásra volt szükség. Abban minden témával foglalkozó kutató álláspontja közös, hogy milyen a magyar vidék. A vidéki területek fizikai és társadalmi jellemzőit az alábbiakkal írhatjuk le:

- alacsony népsűrűség és ellátási szint,
- a mező, rét, legelő, gyepek, erdők és vízfelületek magas aránya a városi területekhez képest,
- alacsony jövedelemtermelő és érdekérvényesítő képesség,
- mező-és erdőgazdasági foglalkoztatottság magas szintje,
- életmód és természeti környezet szoros összefüggése,
- üdülési, pihenési funkciók megjelenése. (SARUDI CS. 2003.)¹

A vidékfejlesztés a helyi erőforrásokra és adottságokra támaszkodik, azok megfelelő mértékű és arányú felhasználásával tudja a térség működését és életét biztosítani. Nem lehet sablonokat gyártani a hátrányos helyzetek felszámolására, minden térségnek más-más lehetőségei és veszélyei vannak helyzete alakulásában. Azokat a tényezőket kell fejleszteni, amelyek az adott térségben megfelelő színvonalon és mennyiségben jelen vannak, és amelyeket

¹SARUDI CS. (2003.) Térség és vidékfejlesztés. Agroiinform Kiadó, Kaposvár, 217.p

képesek működtetni a helyi gazdasági szereplők és helyi közösségek. Ha a mezőgazdasági termelésnek vannak meg a feltételei, akkor azt kell fejleszteni vagy a fejlődését segíteni, ha pedig más ágazatok számára adottak a fejlődést előmozdító feltételek, akkor azt kell mozgósítani. Azonban szinte minden vidéki térség számára adottak a természettel szoros kapcsolatban lévő tevékenységek művelésének feltételei, tehát a vidék fogalomban a természet közeli tevékenységeknek helye és értelme van. Ilyenek a mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, vadgazdálkodás és halászat, a gyógynövénygyűjtés, az élelmiszertermelés mellett a turizmus is.

Az EU néhány évtizedes vidékfejlesztési politikájának intézkedései számos tényezőt vizsgáltak és vontak be a vidékfejlesztés eszköztárába, melyet a vidékkutatással foglalkozók tanulmányoztak és összegeztek. Bebizonyosodott, hogy nincsenek általános érvényű módszerek, de a sikeres megoldások hasonló adottságú területeken egyaránt eredményesek lehetnek. Ezért szükség van arra, hogy a vidéki térségek sokszínű és heterogén tulajdonságokkal jellemezhető halmazából sajátosságaikban hasonló csoportokat képezzünk, melyek alapján feltérképezhetők a hasonlóság alapjai és azok fejlesztéseikben is hasonló megoldásokra vezethetnek.

A turizmus napjainkban a vidékfejlesztés egyik kiemelt területeként jelenik meg. Az Európai Unióhoz való csatlakozásunk öt éve alatt számos olyan pályázati forrás állt a vidéki szereplők, egyének és vállalkozások, önkormányzatok rendelkezésére, melyek közvetlenül vagy közvetve a vidéki helyszíneken teremtettek fejlesztési lehetőséget. A turizmus jelentőségét az adja, hogy komplex hatást gyakorol az érintett térségek életére. Közvetlenül mérhető gazdasági előnyei mellett a társadalmi - a közösségformáló, kultúrát és térségi arculatot is befolyásoló - hatása is jelentős.

Az Észak-alföldi régió a rendszerváltást követően fokozatosan veszített a korábbi gazdasági pozíciójából, gazdasági

és társadalmi mutatói tekintetében a régiók rangsorában az utolsók között helyezkedik el. Mindenki számára természetes, hogy azoknak a térségeknek, amelyek egyedi természeti adottságokkal rendelkeznek, nem okoz nehézséget az egyediségből fakadó előnyt a turizmusban kamatoztatni, a tudatos fejlesztésekkel az abból származó hasznot növelni. Kérdés, hogy milyen esélyei vannak a turizmusban azoknak a térségeknek, amelyek gazdasági szempontból hátrányosak, esetleg híján vannak az egyedi természeti vagy építészeti vonzerőknek.

A versenyképesség, a fenntarthatóság, az innováció és az integráció a vidékfejlesztés hívószavai lettek. Az integrálás a vidékfejlesztésben felvetette annak kérdését, hogy mi lehet az a mozgatóerő, amely képes összefogni és megvalósítani a vidékfejlesztésben leginkább érintettek céljait, érdekeit. Úgy tűnt, hogy a turizmus is alkalmas lehet ennek az integráló szerepnek a betöltésére. Az Észak-alföldi régió számára is adott a lehetőség a vidéki térségek fejlesztésére turizmus eszközeivel és lehetőségeivel.

1.1. A kutatás célkitűzései

1. A vidékfejlesztés és turizmus szakirodalmi áttekintése abból a szempontból, hogy a vidékfejlesztés céljainak megvalósulását segítheti-e a vidéki turizmus.
2. Az Észak-alföldi régiónak és kistérségei turizmusának áttekintése, az egyes vidéki turizmusformák kistérségenkénti potenciálja és teljesítménye szerint a régió kistérségeiben. A kistérségi gazdasági potenciál, a vidéki turizmus potenciál és teljesítmény kapcsolatának elemzése 2003-2006. közötti időszakban, hasonlóan teljesítő kistérségi csoportok kialakítása, kistérségi típusok alkotása a térségi turizmusformák megléte és a térségi turizmus teljesítménye alapján. Az azonosan teljesítő kistérségekből csoportok alkotása az azonos fejlesztési lehetőségek megtalálása céljából

3. Egyes vidéki turizmusformákhoz kapcsolódó tevékenységek iránti keresletnek és a vidéki turizmus iránti fogyasztói attitűdöknek a megismerése
4. A térségi márka meglétének vagy kialakítási lehetőségének áttekintése az egyes kistérségekben a térségi kommunikáció és a térségekről kialakult fogyasztói imázs alapján.

1.2. Hipotézisek

1. Az Észak-alföldi régió vendégéjszakákkal mért turizmus teljesítménye elmarad az országos átlagtól. A turizmus fenntartható fejlődését figyelembe véve is reális célkitűzés lehet a turizmus fejlesztése a régióban.
2. A régióban az egyes kistérségek turizmusának teljesítménye összefügg a kistérség gazdasági fejlettségével. Az átlagosnál gazdaságilag fejlettebb vagy átlagosnál jobban fejlődő kistérségek turizmusa teljesítménye jobban fejlődik az átlagosnál.
3. A vidéki turizmus egyes formái között szoros egymásra hatás figyelhető meg.
4. A vidéki turizmus egyes formáinak fogyasztói kedveltsége alacsony mértékű.
5. A régió kistérségei iránti turista kereslet országos átlaghoz viszonyított alacsony szintje összefüggésben van a régió alacsony ismertségi szintjével. A térségi marketing eszközöket a turizmus érdekében jobban használó kistérségek ismertsége és turizmus teljesítménye is jobb. A marketingszemlélet megnyilvánulása megjelenik a kistérségi turizmus teljesítményben.
6. A régió kistérségei között a turizmus pozícióját kifejező mutatók alapján képezhetők olyan hasonló csoportok, amelyekre azonos fejlesztési stratégiák fogalmazhatók meg.

2. ADATGYŰJTÉSI ÉS ELEMZÉSI MÓDSZEREK

A kutatás interdiszciplináris jellegére utal, hogy mind az adatok gyűjtése, mind azoknak az elemzése, különböző tudományágak módszereinek alkalmazására adott lehetőséget. A disszertáció megírását a vidékfejlesztés és turizmus nemzetközi és hazai szakirodalmának tanulmányozásával kezdtem. A kutatás két iránya a vidék és vidékfejlesztés fogalmainak rendszerezése, valamint a turizmus fogalmainak és formáinak a vidékiséghez kapcsolása. A turizmus szakirodalom tanulmányozása a vidéki térségek jellemzőinek és a turizmus versenyképes működésének a feltételeinek az összevetésével történt.

Az Észak-alföldi régió turizmusának megismeréséhez szekunder információkat gyűjtöttem, melyeknek forrása alapvetően a KSH Tájékoztatási adatbázisának Területi statisztika adatai. A turizmus adatait a turizmus irányításával és marketingjével foglalkozó szervezetek országos és regionális igazgatóságainak adatbázisai szolgáltatták.

Szekunder adatfeldolgozásra szolgáló módszerek közül a többváltozós eljárásnak, a főkomponens elemzésnek alkalmazásával lehetőség nyílik a változók információtartalmának tömörítésére. A többváltozós módszerek közül a faktoranalízist és a klaszterelemzést alkalmaztam. Az egyes turizmusformák kistérségi szintű turizmuspotenciál és vonzerő potenciál mérésére nincs nemzetközileg elfogadott mérési gyakorlat. A kistérségek egymáshoz viszonyított pozícióját meghatározó módszereket az egyes turizmusformák elemzése kapcsán mutatom be.

A primer kutatási módszerek közül megfigyelést, nagymintás, standard kérdőíves írásbeli személyes meg-kérdezést, mélyinterjúzást és fókuszcsoportos interjúzást alkalmaztam. A kérdőíves megkérdezés két időszakban történt, 2005-ben és 2009-ben. Az első esetben a minta 250, a második esetben 325 elemes volt.

A kutatás területi lehatárolásakor a lehetséges hazai területi egységek illetve közigazgatási egységek közül az Észak-alföldi

régiót, mint tervezési- statisztikai régiót választottam. A vizsgálat alapegységei a régió kistérségei, esetenként a települési szintű adatok használatára is sor került. A kutatás időintervalluma így 2003-2006. közötti időszak. A korábbi időszakot sem az aktualitás, sem a kistérségi besorolások változása miatt nem volt értelme választani, 2003. előtt érvényes besorolás szerint 150 kistérséggel kellett volna számolni, a változás a régió megyéiben is jelentősnek volt mondható. A vizsgálatot záró későbbi időszakot a kistérségek 2007. évi ismételt átsorolása, valamint egye területi statisztikai adatok későbbi megjelenése miatt, nem tudtam választani.

A vidékiséghez való ragaszkodás a vizsgálat során szükségessé tette a nem vidékinek tekinthető régióbeli kistérségek kizárását. Nem szerepel a vizsgálatban a Debreceni kistérség és a Nyíregyházai kistérség, mivel sem a magas népsűrűség, sem az alacsonyabb népsűrűségű területeken élő lakosság alacsonyabb aránya miatt nem illeszthető a vidéki kategóriába.

A kutatásban szűkíteni kellett a vizsgálatba bevonható turisztikai termékek körét és a vizsgálati szempontokat, a vidékfejlesztési célok megvalósítását szolgáló vidéki turizmusformák és ezen belül a turisztikai termékek számossága miatt. A turizmus trendjei és a régió adottságai kijelölték azokat a területeket, amelyeket érdemesnek vagy szükségesnek találtam bevonni a vizsgálatba, így a kutatás az alábbi turizmusformákat érinti: falusi turizmus, gasztroturizmus, és az egészségturizmus.

Primer kutatást a turizmusban résztvevők vidéki turizmusformákkal kapcsolatos véleményének megismerésére, attitűdjeikre és a régió egyes kistájainak ismertségére vonatkozóan végeztem standard kérdőíves, írásbeli megkérdezés formájában. A kérdőívek feldolgozását az SPSS 14.0 verzió alkalmazásával végeztem. Ugyancsak primer kutatással szereztem információkat a kistérségi marketingkommunikációra és márkapotenciálra.

3. A DISSZERTÁCIÓ KUTATÁSI TERÜLETEI ÉS MEGÁLLAPÍTÁSAI

3.1. Rendszerezés, fogalomalkotás

A vidékkel és vidékfejlesztéssel foglalkozó sokrétű nemzetközi és hazai szakirodalomból a fogalmak lehatárolást áttekintve a következőképpen foglaltam össze a vidék-fejlesztés lényegét, amely a már meglévő fogalmakban lévő közös tartalmat ragadja meg. Eszerint: **a vidékfejlesztés szemléletmód és cselekvés sorozat, melynek révén fejlesztések valósulnak meg a vidékinek tartott területek társadalma, gazdasága és környezete érdekében, az ott élők egyetértésével és közreműködésével, belső források mobilizálásával, aktivizálásával és külső források bevonásával.**

3.2. Összefüggések a vidékfejlesztés és turizmusfejlesztés között

A vidékfejlesztésben és turizmusfejlesztésben megkerestem a közös jellemzőket, a fejlesztéssel szemben elvárt követelményeket. Ezek a fenntarthatóság, versenyképesség és integrált megvalósítás. E fogalmakkal kapcsolatban megállapítottam, hogy a fenntartható vidékfejlesztés és annak integrált megvalósítása néhol akadály lehet a versenyképességre való törekvésnek. Az Észak-alföldi régió kistérségeiben számított fenntarthatósági mutató alapján a régió még növelheti versenyképességét anélkül, hogy ez veszélyeztetné vidékfejlesztés fenntarthatóságát.

3.3. A kistérségi gazdasági fejlettség és turizmus kapcsolata

A vidéki kistérségek turizmusának elemzésekor felmerül a kérdés, hogy az átlagosnál gazdaságilag fejletlenebb térségek turizmusának kapacitása vagy teljesítménye az átlagosnál gyengébb? A kérdésre a választ statisztikai adatok elemzésével adtam meg. A vizsgálatban statikus és dinamikus elemzést alkalmaztam. A gazdasági fejlettség statikus elemzéséhez a 2006. év egy főre jutó SZJA adatait használtam. A turizmus teljesítményének statikus

elemzéséhez a vendég-éjszakák számát, a turizmus potenciál statikus elemzéséhez pedig, a szálláshelyek számát vettem alapul ugyanebben az időszakban. A dinamikus vizsgálathoz e mutatóknak a 2003-2006. évek közötti változását számítottam.

Az elemzés rámutatott, hogy arra, hogy az átlagosnál fejlettebb gazdasági potenciál nem egyértelműen eredményez átlagot meghaladó turizmus potenciált vagy teljesítményt. Ezek alapján azt a hipotézist, miszerint az átlag feletti gazdasági potenciál átlag feletti turizmus potenciált eredményez, el kell vetni, illetve hosszabb idősorok alapján további megfigyelést kell végezni. Rövidtávon ez a kapcsolat nem áll fenn. A dinamikus vizsgálatok eredménye is hasonló. A gazdasági fejlődés és a turizmus potenciál vagy teljesítmény fejlődése közötti kapcsolati sem egyértelmű, de szorosabb kapcsolat figyelhető meg a dinamikus mutatók között. Tehát a turisták uticél választásában sokkal inkább a desztináció turisztikai kínálata, semmint annak gazdasági fejlettsége játszik szerepet. Ez a hátrányos helyzetű kistérségek számára reménnyel kecsegtet a lehetséges turisztikai fejlesztések eredményességét illetően.

3.4. Vidéki turizmusformák sajátosságai, csoportok képzése

Külön vizsgáltam az egyes vidéki turizmusformákat. A falusi turizmus potenciálja és teljesítménye a magánszálláshelyek számával, illetve magánszállásadásban a vendégéjszakák számával mérhető. Ezen mutatók alapján sorrendet állítottam fel a kistérségek között. Megvizsgáltam az egyes mutatók alapján felállított sorrendiség közötti korrelációt a Spearman-féle együtthatóval. A mérés eredménye azt mutatja, hogy a kiszámított korrelációs együttható értéke -0,19866, tehát elmondható, hogy a turizmus teljesítménye alapján kialakult rangsor nem függ a kistérség turizmus potenciáljától. Vagyis egy kistérség falusi turizmus teljesítménye nem attól függ, hogy milyen a magánszállás potenciálja. Természetesen szálláshely nélkül nem keletkezhet teljesítménye egy kistérségnek, de nincs szoros összefüggés a két mutató között. A

gasztroturizmus és az egészségturizmus a régió kiemelt vidéki turizmus formái. Az egyes turizmusformák kistérségenkénti méreteit primer információk gyűjtésével határoztam meg. Csoportokat képeztem az egyes turizmusforma kistérségei előfordulását figyelembe véve. Megállapítható, hogy a gasztroturizmus önmagában nem alkalmas egy kistérség turizmus-teljesítményének jelentős növelésére, de más adottságok megléte esetén segíti azok jobb kiaknázását.

3.5. A kedveltség és ismertség vizsgálata

A kérdőíves megkérdezés rávilágított arra, hogy a turisták körében még nem elég erős a vidéki turizmusformák presztízse. Megvizsgáltam az egyes turizmusformák kedveltségét az életkor és a lakóhely függvényében. Elemeztem a régió kistérségeinek ismertségét. A vidéki turizmus népszerűsége az elmúlt négy évben lényegesen nem változott. A városban élő, 26-35 közötti korosztály megítélése az egyes turizmusformákról rendre átlag feletti. A legkedveltebb turizmusforma a wellness. A régió kistájainak ismertsége közepes, legismertebb a Tisza-tó és a Jászság, legkevésbé ismert térség a Sárrét. Egyes kistérségek jelképekkel való megjelenítése a segítheti annak márkaként való megjelenítését.

3.6. Márkapotenciál és a turizmus teljesítménye

A térségek márkapotenciálja jelentősen javíthatja a turizmus teljesítményét az adott térségben. Az Észak-alföldi kistérségek márkapotenciáljának feltérképezésére primer kutatással nyert adatokat használtam fel. Ennek alapján megállapítottam, melyek azok a kistérségek melyek jelentős márkapotenciállal rendelkeznek, melyek esetében észlelhetők a márkára utaló jelek és a mely térségekben nem számottevő a márkapotenciál.

Azokban a kistérségekben, ahol jelentős márkapotenciál, ott a turizmus teljesítmény is átlagosnál jobb, hiszen a márkapotenciál alapjául a kistérségekben meglévő turisztikai vonzerők szolgálnak.

1. ábra Az Észak-alföldi régió kistérségeinek márkapotenciálja



Forrás: saját szerkesztés

3.7. Vidékiesség és turizmus

A kistérségek összehasonlíthatósága szükségessé teszi a sokféle információt hordozó statisztikai adatokból olyan mutató képzését mely alkalmas az összehasonlításra, és magában hordozza mindazokat az információkat, amely alapján az összehasonlítást szeretnénk megtenni. Ezek alapján homogén csoportokat képeztem faktor-, és klaszteranalízis segítségével. A számítás eredményeként megállapítottam, hogy a régió kistérségei jól csoportosíthatók a turizmus és a vidékiség mentén. A bevont mutatókból két faktor alkotható, ezeket turizmus és vidék faktornak neveztem. A 25 kistérség a két faktor alapján 6 klaszterbe rendezhető. A klaszterek sajátosságai alapján további fejlesztésekre nyílik lehetőség.

I. klaszter – a „legvidékibb” kistérségek

Négy kistérség – Balmazújvárosi, Berettyóújfalui, Csengeri, Fehérgyarmati - alkotja az I. klasztert, a közös a kistérségekben az erősen vidéki jellemző, a magas munkanélküliség, az alacsony népsűrűség. A turizmus teljesítmény és potenciál tekintetében a Balmazújvárosi kistérség a Hortobágy szerepe miatt az átlagosnál magasabb turizmus faktorral szerepel. A kistérségekben a falusi turizmus mértéke említésre érdemes.

II. klaszter – a „fejlődő kisvárosok” térsége

Ezt a klasztert olyan kistérségek alkotják – Ibrány - Nagyhalászi, Jászberényi, Kisvárdai, Törökszentmiklósi, Mátészalkai, - amelyekben a régiós átlagot meghaladó a gazdasági fejlettség, a kevésbé vidéki kistérségek csoportja. A leginkább fejlődőek a Jászberényi és a Törökszentmiklósi kistérségek. Kisvárosaik valódi térségi központi funkciót töltenek be, de hatásuk még nem elég erős a környező falvakra.

III. klaszter - az „arányosak” klasztere

A csoport kistérségei – Baktalórántházai, Derecske-Létavérségi, Mezötúri, Nyírbátori, Polgári, Püspökladányi, Tiszafüredi, Vásárosnaményi - vidékiségük és turizmusuk tekintetében kiegyenlített jellemzőkkel bírnak. Egyedül a Tiszafüredi kistérség illeszkedik kevésbé a csoport többi kistérségéhez az átlagot meghaladó turizmus mutatóival. A Tisza-tavi turisztikai régióhoz tartozás hatása és a térség kiemelkedő ökoturisztikai adottságai iránti növekvő turistaérdeklődés megjelenik a kistérség turizmus mutatóiban.

IV. klaszter - a „gyógy-, és termálvizek” térsége

Hajdúszoboszló olyan mértékben meghatározó a régió turizmusában, hogy egyetlen régióbeli kistérség térség nem tudja turisztikai potenciálját és teljesítményét megközelíteni. A kistérség ismertsége és vonzása nem sokkal inkább nemzetközi, nemcsak regionális. Vidékiség mutatója átlagos.

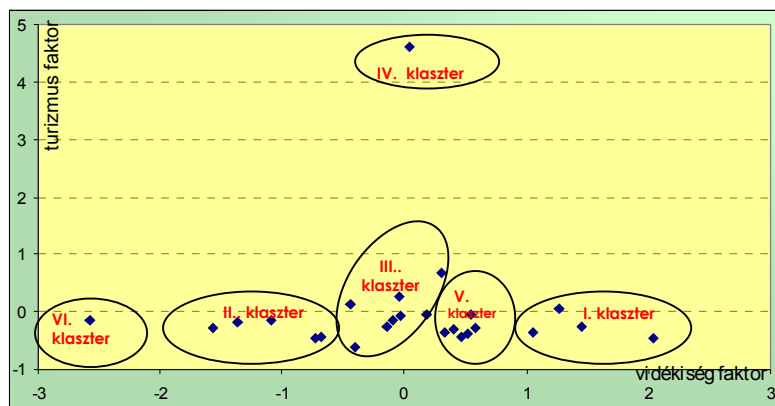
V. klaszter – „esélyesek” klasztere

A klaszter kistérségeiben – Hajdúböszörményi, Hajdúhadházi, Karcagi, Kunszentmártoni, Nagykállói, Tiszavasvári – markánsan jelen van a turizmus, elsősorban az egészségturizmusban vannak a kistérségeknek esélyei. Egyedül a Hajdúhadházi kistérség gyengébb mutatói miatt tűnik a klaszter gyengébb teljesítményűnek. Vidékiisége átlagos.

VI. klaszter a „nagyvárosi központú” kistérség

A Szolnoki kistérség egyedül alkotja ezt a klasztert. A vidékiiség mutatóban a magas népsűrűség, a relatíve alacsony munkanélküliség és a mezőgazdasági vállalkozások alacsonyabb száma miatt a legkevésbé vidéki térségnek tekinthető. Turizmusa átlagos, sem kiemelkedő természeti, sem megalkotott vonzerő nem vonzza nagy számban ide a turistákat.

2. ábra Az Észak-alföldi régió kistérségeiből létrehozott klaszterek pozíciója



Forrás: saját szerkesztés

4. A KUTATÁS ÚJSZERŰ TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEI

A vidékfejlesztés és a vidéki turizmus összefüggéseit az Észak-alföldi régióban vizsgálva, dolgozatomban a következő újszerű tudományos eredményeket fogalmaztam meg:

1. Statisztikai adatok alapján az Észak-alföldi vidéki kistérségeinek gazdasági fejlettségének és turizmuspozíciójának kapcsolatának elemzése, valamint a régióbeli turizmus fenntarthatóságának számszerűsítése. Kistérségi szintű adatgyűjtés és elemzés az eddigi kutatásokban ilyen tartalommal és ilyen összefüggésben, az Észak-alföldi régióra vonatkozóan még nem készült. A gazdasági fejlettséget az egy főre jutó SZJA nagyságával, a turizmus méreteit a szálláshelyek számának és a vendégéjszakák számának 1000 lakosra vetített nagyságával mérve tettem összehasonlíthatóvá. Az összehasonlítás eredményeként megállapítottam, hogy a régió kistérségeiben nem a gazdasági fejlettség a meghatározó szempont a kistérségi turizmus teljesítményében. Nem igazolódott a 2. hipotézis, miszerint azoknak a kistérségek turizmusa jobb az átlagosnál, amelyeknek a gazdasági fejlettsége is átlag feletti. Kijelenthető, hogy a turizmus potenciál és teljesítmény ott is fejlődhet az átlagosnál jobban, ahol a gazdaság fejlődése átlag alatti.

A turizmus fenntarthatóságát vizsgálva, megállapítottam, hogy a turizmus számszerű méretei a régió egyetlen kistérségében sem érik a nemzetközileg kritikusnak ítélt mértéket.

2. Egyes vidéki turizmusformák jellemzőinek feltárása az Észak-alföldi régió kistérségeiben. A vidéki turizmust ernyő fogalomként, turizmusformák halmazaként használom. A vizsgált turizmusformákat a régiós sajátosságok alapján és a mérhetőség alapján választottam ki. Meghatároztam a falusi turizmus, gasztroturizmus, és egészségturizmus meg-létét és méreteit az egyes kistérségekben, jelentős, átlagos és nem jelentős kategóriákat alkottam. Az egyes vidéki turizmusformák között olyan összefüggés feltételezhető, hogy a falusi turizmus

önmagában nem tud jelentős vonzerőt megjeleníteni egy kistérségben, de ahol más vonzerő erőteljes, ott a falusi turizmus is jobb az átlagosnál.

3. A vidéki turizmus lakossági megítélésének, az egyes vidéki turizmusformák kedveltségének és a régió ismertségének vizsgálata primer kutatással. Standard kérdőíves, írásbeli megkérdezéssel vizsgáltam az embereknek a vidéki turizmusra vonatkozó megítélését, az egyes turizmusformák kedveltségét valamint a régió kistérségeinek ismertségét. Megállapítottam, hogy sem a vidéki turizmusforma általános kedveltségének mértéke, sem a régió ismertsége, nem elegendő a régió vidéki turizmusának fejlődése szempontjából. Jelentős és tudatos fejlesztések révén lehet esélye a régiónak felzárkózni a hazai turizmus átlagához, vagy az átlag feletti teljesítményt nyújtó térségekhez.
4. A turisztikai teljesítményt befolyásoló kistérségi marketingkommunikáció és márkapotenciál vizsgálati módszere, valamint a márkapotenciál összevetése a vizsgált és elemzett vidéki turizmus pozíciókkal. Kapcsolat a marketingkommunikáció és a turizmusformák megléte és erőssége között.
5. Csoportok alkotása a régió kistérségeiből a turizmusuk és vidékiségük alapján a további fejlesztési irányok meghatározásához. Kimutattam, hogy a Hajdúszoboszlói kistérség kiugró turizmus teljesítményéhez képest a régió többi kistérsége szinte egységes a turizmus faktor alapján. Közöttük különbség csak a vidékiséget kifejező faktor alapján fogalmazható meg.

5. TOVÁBBI KUTATÁSI IRÁNYOK

- Az értekezés statisztikai vizsgálatok adatai alapján újszerűen elemzi a turizmus méreteit és gazdasági hatását az Észak-alföldi régióban, amely lehetőséget ad a kutatás időbeni és turizmusformák szerinti lehatárolásának bővítésére. A létrehozott adatbázis folyamatosan kiegészíthető következő évek adataival, ezzel a vizsgálat időbeni folyamatossága biztosítható.
- A disszertáció három vidéki turizmusforma helyzetét és méreteit vizsgálja a régióban. A további vidéki turizmusformák- öko-turizmus, vidéki kastély turizmus, aktív turizmus – jelenlétének és méreteinek vizsgálata teheti teljessé az Észak-alföldi régió vidéki turizmusáról kialakult képet.
- A dolgozat kiemeli a kistérségek különböző együttműködési formáinak szükségességét és az együttműködések erősítését a kistérségekben, amely további együttműködések létrejöttére hatással lehet.
- A dolgozatban feltárt összefüggések a Leader + programok hatásvizsgálatához és újabb programok kidolgozásához a dolgozat jó alapul szolgálhat.

A DISSZERTÁCIÓ TÉMAKÖRÉBEN MEGJELENT PUBLIKÁCIÓK

- LÁSZLÓ É. 2010: Роль региональных брендов в туристской конкуренции. In: «Туризм в меняющемся мире» Монография в Московском государственном университете МГУ имени М.В. Ломоносова. Befogadó nyilatkozat alapján. Várható megjelenés 2010. június.
- LÁSZLÓ É. 2009: Falusi turizmus az Észak-alföldi régió vidéki kistérségeiben. Economica. A Szolnoki Főiskola Tudományos Közleményei. 2009/3. pp. 50-59.
- LÁSZLÓ É. 2009: Gasztroturizmus az Észak-alföldi régió kistérségeiben. MMSZ Marketing Oktatók Klubja, 15. Jubileumi Országos Konferencia. Kaposvár, 2009. 411-420-pp. CD-kiadvány
- DUDÁS, P.- KÓRÓDI, M.- LÁSZLÓ, É. 2008: Touring locating procedures through the examples of Jász- Nagykun –Szolnok county subregions. Gazdálkodás, vol. 52. Special edition No.22. pp. 76-86.
- KÓRÓDI M. - DUDÁS, P.- LÁSZLÓ, É. 2007: Turisztikai pozicionálási eljárások Jász- Nagykun - Szolnok megye kistérségeinek példáján keresztül. Jászkunság. MTA JNSZ Megyei Tudományos Egyesület folyóirata. I. évf. 3-4. pp. 159-169.
- LÁSZLÓ É. 2006: A turizmus szerepe a vidéki térségek fejlődésében. In: Tudás és versenyképesség pannon szemmel. Pannon Gazdaságtudományi Konferencia Tanulmánykötet I. pp. 152-156.
- LÁSZLÓ É. 2006: Innováció a vidékfejlesztésben. Magyar Tudomány Napja konferencia. Szolnok, MTESZ JNSZ megyei szervezete
- LÁSZLÓ É. 2006: Falusi turizmus iránti kereslet vizsgálata primer kutatással. V. Alföldi Tudományos Tájgazdálkodási Napok, Mezőtúr,

- KÓRÓDI M. - LÁSZLÓ É. 2005: Regional branding, a method for development of rural tourism. Nemzetközi PhD konferencia, Miskolc, 329. p.
- LÁSZLÓ É. - KÓRÓDI M. 2005: A vonzerő márkái, a márkák vonzereje. Marketing Oktatók Klubjának Konferenciája, Győr, CD-kiadvány,
- LÁSZLÓ É. 1999: A marketing szerepe a települések fejlesztésében. Economica I. Tudományos Konferencia kötet. 113. p.
- LÁSZLÓ É. 1998: Városmarketing. Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola Szolnok, ISBN 963 03 6644 4