

ISPMN | STUDIA TERRÆ SICULORUM

Kiss Tamás - Barna Gergő - Deák Attila

SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

KÉRDŐÍVES, FÓKUSZCSOPORTOS ÉS STATISZTIKAI
VIZSGÁLAT A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUSRÓL



Kiss Tamás – Barna Gergő – Deák Attila

Székelyföldi turisztikai régió?

Studia Terræ Sicularum, 1.

Sorozatszerkesztő

Horváth István
Jakab Albert Zsolt

KISS TAMÁS – BARNA GERGŐ – DEÁK ATTILA

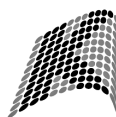
SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

KÉRDŐÍVES, FÓKUSZCSOPORTOS ÉS
STATISZTIKAI VIZSGÁLAT A
SZÉKELYFÖLDI TURIZMUSRÓL

Az előszót írta: Horváth Alpár



NEMZETI
KISEBBSÉGGUTATÓ
INTÉZET



KVANTUM
RESEARCH

Kolozsvár, 2013

Lektorálta: dr. Horváth Alpár egyetemi adjunktus, Babeş–Bolyai
Tudományegyetem, Földrajz Kar, Gyergyószentmiklósi Kihelyezett Tagozat

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
KISS, TAMÁS

**Székelyföldi turisztikai régió? : Kérdőíves, fókuszcsoportos és
statisztikai vizsgálat a székelyföldi turizmusról** / Kiss Tamás, Barna Gergő,
Deák Attila ; pref.: Horváth Alpár. - Cluj-Napoca : Editura Institutului pentru
Studiarea Problemelor Minorităţilor Naţionale, 2013

Bibliogr.

ISBN 978-606-8377-14-8

I. Barna, Gergő

II. Deák, Attila

III. Horváth, Alpár (pref.)

316(498.4)

Korrektúra: Demeter Zsuzsa

Borítóterv: Török Tihamér

Tipográfia: Könczey Elemér

Számítógépes tördelés: Fogarasi László

Nyomda: IDEA, Kolozsvár

© Institutul pentru Studiarea Problemelor Minorităţilor Naţionale

A kötet tartalmáért a szerzők vállalnak felelősséget, a kifejtett vélemények nem feltétlenül
tükrözik az NKI és Románia Kormányá álláspontját.

Tartalom

Ábrajegyzék	9
Táblázatjegyzék	13
Előszó (Horváth Alpár)	17
Bevezető	25
Szubjektív gondolatok arról, hogy miért foglalkozunk a székelyföldi turizmussal	25
Mit tekintettünk Székelyföldnek?	27
A vizsgálatról és a jelentés szerkezetéről	34
Szakirodalmi áttekintés: etnicitás és turizmus Székelyföldön	37
Etnikai turizmus	37
Etnikai turizmus Erdélyben, Székelyföldön	39
Székelyföldi turizmusfejlesztés és etnicitás	42
Székelyföld turisztikai marketingje	45
A székelyföldi turizmus számokban: az ágazat dinamikája és Románián belüli súlya	49
Romána helye a globális és európai turizmusban.	
Az ágazat dinamikája és trendjei	49
A turizmus gazdasági jelentősége Romániában	55
A Statisztikai Hivatal turizmusra vonatkozó adatai	58
A fogadóegységekre és férőhelyekre vonatkozó statisztikák	59
A vendégforgalomra vonatkozó statisztikák	66
A szálláshely-funkciójú fogadóegységek kapacitásának kihasználtsága	74
Külföldi turisták aránya a fogadóegységekben regisztrált adatok szerint	76
A külföldi turisták száma a határátlépéskor regisztrált adatok szerint	77

A megyék turisztikai teljesítményindexe	79
A települések turisztikai teljesítményindexe	81
Turizmusban dolgozók a székelyföldi turizmusról:	
egy fókuszcsoportos vizsgálat eredményei	89
Módszertani összefoglaló	89
A turizmus dinamikája és kilátásai Székelyföldön	92
Székelyföld vonzereje, turizmusfajták	93
A vendégekről. Kik jönnek Székelyföldre?	97
Turisztikai marketing	100
Székelyek a székelyföldi turizmusról: egy lakossági survey	
eredményei	101
Módszertani összefoglaló	101
A turizmus gazdasági jelentőségének megítélése	103
Milyen fajta turizmusra lenne szükség?	106
Vonzó és taszító tényezők a lakossági percepciók szerint	110
Mit kínálnak az idegennek?	112
Székely ételek és italok	113
Székelyföld természeti szépségei	114
Kulturális nevezetességek	114
Nevezetes események	115
Emblematikus személyiségek	116
Emblematikus települések	117
Székelyföld szimbólumai	119
Turisták Székelyföldön: egy turistákra reprezentatív	
adatfelvétel eredményei	121
Módszertani összefoglaló	121
A turisták állampolgársága, nemzetisége/etnikuma	
és lakhelye	127
A romániai küldőpiac regionális szerkezete	130
A magyarországi küldőpiac regionális szerkezete	132
A turisták társadalmi háttere	133
A Székelyföldön belüli turisztikai desztinációk profilja	136
Kikkel és hogyan, mennyi időre érkeznek a turisták	
Székelyföldre?	142
Kikkel érkeznek a turisták Székelyföldre?	142

Az út szervezése	144
Szállítási eszközök	149
A Székelyföldön eltöltött idő hossza	151
Székelyföldön kívüli megállók	154
Költségek	157
A Székelyföldre való utazás célja, motivációi	159
Személyes kapcsolatok	164
Felkeresett nevezetességek	165
Meglátogatott rendezvények	168
A szolgáltatásokkal való elégedettség	171
Az elégedettség dimenziói	171
Visszatérő vendégek	174
Pozitívumok és negatívumok: nyílt kérdés	175
Összegzés	179
Szakirodalom	187

Ábrajegyzék

1. ábra. Székelyföld történeti meghatározása	28
2. ábra. Székelyföld a négy lehetséges definíciós kísérlet alapján	30
3. ábra. A Romániába érkező magyarországiak száma 1990 és 2011 között	44
4. ábra. A vendéglátóiparban alkalmazottak aránya az összes munkavállaló között (2008)	58
5. ábra. Fogadóegységek számának változása Romániában és a székelyföldi megyékben 1990–2011 között (1990=100%)	61
6. ábra. A férőhelyek számának változása Romániában és a székelyföldi megyékben 1990–2011 között (1990=100%)	61
7. ábra. A fogadóegységek átlagos férőhelyszámának alakulása 1990–2011 között	62
8. ábra. A tízezer lakosra jutó fogadóegységek száma megyék szerint (2011)	63
9. ábra. A tízezer lakosra jutó férőhelyek száma megyék szerint (2011)	64
10. ábra. A turistaérkezések számának alakulása 1990 és 2011 között (1990=100%)	69
11. ábra. A vendégéjszakák számának alakulása 1990 és 2011 között (1990=100%)	70
12. ábra. Átlagosan eltöltött vendégéjszakák száma 1990 és 2011 között	70
13. ábra. A 100 lakosra jutó turistaérkezések száma (2011)	71
14. ábra. A 100 lakosra jutó vendégéjszakák száma (2011)	72
15. ábra. A fogadóegység-kapacitás kihasználtsága Romániában és a három székely megyében (1990–2011)	75
16. ábra. A szálláshely-funkciójú fogadóegységek kapacitásának kihasználtsága megyénként (2011)	75
17. ábra. Külföldi turisták arányának alakulása Romániában és a három székely megyében (%)	76
18. ábra. A külföldi turistaérkezések aránya megyénként 2011-ben	77
19. ábra. Romániába látogató külföldiek száma 1990–2011 (millió fő)	78

20. ábra. Magyarországról, Moldáviából, Bulgáriából és Németországból Romániába utazók aránya az összes külföldi vendég körében (%) (határátlépéskor regisztrált adatok)	79
21. ábra. A lakosságárányos turisztikai teljesítményindex értéke a sorrend élén lévő megyék esetében	80
22. ábra. A turisztikai teljesítményindex értéke megyék szerint	80
23. ábra. Turisztikai teljesítményindex települések szintjén	81
24. ábra. A felsorolt turizmusfajták közül Ön szerint melyik az a három, amelyet érdemes lenne fejleszteni Székelyföldön? (%)	107
25. ábra. Ön szerint mi az, ami Székelyföldre vonzaná a turistákat? (%)	110
26. ábra. Ön szerint melyek azok a dolgok, amelyek akadályt jelentenek a székelyföldi turizmusban? (%)	111
27. ábra. Turistákat Székelyföldre vonzó tényezők megyék szerint (%)	112
28. ábra. Milyen természeti szépségeket mutatna meg egy ide látogató, nem székelyföldi vendégnek? (%)	114
29. ábra. Milyen emlékhelyeket, kulturális nevezetességeket mutatna meg egy ide látogató, nem székelyföldi vendégnek? (%)	115
30. ábra. Milyen eseményekre vinne el egy ide látogató, nem székelyföldi, vendéget? – megyék szerint (%)	116
31. ábra. Milyen híres székelyföldi személyiségről mesélne Ön egy ide látogató, nem székelyföldi vendégnek? (%)	117
32. ábra. Milyen székelyföldi településeket mutatna meg Ön egy ide látogató, nem székelyföldi vendégnek? (%)	118
33. ábra. Ha el kellene költöznie, melyik székely várost választaná? (%)	118
34. ábra. Ön milyen szimbólumokat használna, ha egy olyan hirdetéssorozatot tervezne, amely Székelyföld népszerűsítését tűzte ki célul?	119
35. ábra. Székelyföldre látogató turisták megoszlása küldőország szerint	128
36. ábra. Az egyes küldőpiacokról érkező turisták aránya évszakok szerint (%) (N=2050)	130
37. ábra. Székelyföld turisztikai vonzereje Románia megyéire: a megyéből származók aránya a turistákon belül, a megye népességéhez viszonyítva. (N=1002)	131
38. ábra. Magyarországi turisták megoszlása régiók szerint (%) (N=517)	133

39. ábra. Turisztikai desztinációk látogatottsága életkor szerint (%)	138
40. ábra. Turisztikai desztinációk látogatottsága iskolázottság szerint (%)	139
41. ábra. Turisztikai desztinációk látogatottsága jövedelem szerint (%)	139
42. ábra. Kivel együtt érkezett erre a szálláshelyre?	143
43. ábra. Ki szervezte a kirándulást, utazást?	145
44. ábra. Honnan értesült erről a szálláshelyről?	147
45. ábra. Milyen szállítási eszközzel jöttek? (%)	149
46. ábra. Milyen szállítási eszközzel jöttek? – küldőpiac szerint (%)	150
47. ábra. Önök hány napot töltenek ezen a szálláshelyen? (%)	152
48. ábra. Önök hány napot töltenek ezen a szálláshelyen – desztinációk szerint (%)	152
49. ábra. Önök hány napot töltenek ezen a szálláshelyen – életkor, jövedelem és küldőpiac szerint (%)	153
50. ábra. Az utazás során egy vagy több helyen száll meg?	154
51. ábra. Az összes költség megoszlása szállás, utazás, étkezés és egyéb költségek között	157
52. ábra. Költségek megoszlása küldőpiac szerint	158
53. ábra. Átlagos egy napra jutó összköltség desztinációk, életkor és küldőpiac szerint (RON)	159
54. ábra. Mi az Önök látogatásának a célja? (%) – életkor szerint – első opció	163
55. ábra. Vannak-e Önnek közeli rokonai, barátai Hargita, Kovászna vagy Maros megyében? (%) – Székelyföldön kívüliek	164
56. ábra. Vannak-e Önnek közeli rokonai, barátai Hargita, Kovászna vagy Maros megyében? (%)	165
57. ábra. Milyen nevezetességeket látogat meg, fog meglátogatni az itt-tartózkodása folyamán? (%) – konkrétan megnevezett célpontok	167
58. ábra. Milyen mértékben elégedett Ön a következőkkel? (%)	172
59. ábra. Milyen mértékben elégedett Ön a következőkkel? (%)	173
60. ábra. Először látogat ide, ebbe a megyébe?	174
61. ábra. Visszatérő vendégek aránya desztinációk, jövedelem és küldőpiac szerint (%)	175

Táblázatjegyzék

1. táblázat. Ön Marosvásárhelyt Székelyföld részének tekinti-e? (%) Marosvásárhelyi magyarok, 2012	32
2. táblázat. Amennyiben létrejönne Székelyföld mint adminisztratív egység, Ön támogatná-e, hogy Marosvásárhely hozzá tartozzon? (%) Marosvásárhelyi magyarok, 2012	32
3. táblázat. A „problematis” (nem minden definíció szerint Székelyföld részét képező) területek	33
4. táblázat. Közép- és kelet-európai országok nemzetközi turisztikai forgalma 2009 és 2011 között	51
5. táblázat. A legfontosabb küldőországokból és régiókból Romániába érkezők száma 2007 és 2011 között – határátlépéskor regisztrált adatok (ezer fő)	52
6. táblázat. A száz lakosra jutó vendégéjszakák Európa országaiiban 2010-ben	54
7. táblázat. A vendéglátásban (szállodák, vendéglők) tevékenykedő cégek forgalmának és a munkavállalóknak az aránya (2008)	56
8. táblázat. A fogadóegység és férőhelyek számának alakulása Romániában és a három székelyföldi megyében (1990–2011)	59
9. táblázat. Fogadóegységekre és férőhelyekre vonatkozó mutatószámok megyei bontásban a 10 000 lakosra jutó férőhelyszám szerinti sorrendben (2011)	64
10. táblázat. A vendégforgalomra vonatkozó statisztikák Romániában és a három székelyföldi megyében (1990-2011)	67
11. táblázat. Turistákra és vendégéjszakákra vonatkozó megyeszintű mutatószámok a 100 lakosra jutó vendégéjszakák szerint (2011)	72
12. táblázat. Összesítő táblázat: alapadatok és indexpontoszámok (községek, 2005–2009-es adatok átlaga alapján). Az első 100 település	82
13. táblázat. A fókuszcsoporthoz vizsgálat során kialakított csoportok	91

14. táblázat. A résztvevők által használt promóciós eszközök	100
15. táblázat. A székelyföldi minta esetszámai	102
16. táblázat. Önt a 2002-es népszámlálás során milyen etnikumúnak regisztrálták?	102
17. táblázat. Hány kritérium szerint része Székelyföldnek a település, ahol él?	103
18. táblázat. Az ön véleménye szerint a felsoroltak közül melyik az a három dolog, amelyik leginkább elősegítené Székelyföld társadalmi-gazdasági fejlődését? (%)	104
19. táblázat. A turizmusfejlesztést legfontosabb kitörési pontként megnevezők aránya háttérváltozók szerint	104
20. táblázat. Az alábbi turizmusfajták közül Ön szerint melyik az a három, amelyet érdemes lenne fejleszteni Székelyföldön?	107
21. táblázat. A kulturális sajátosságokra építő turizmus preferálását meghatározó tényezők	108
22. táblázat. Milyen érdekes, sajátos itallal, étellel kínálná meg ide látogató, nem székelyföldi vendégét? (%)	113
23. táblázat. A lekérdezett kérőívek nyelve	122
24. táblázat. A mintavétel során használt önreprezentáló települések és rétegek	123
25. táblázat. A mintába került települések	124
26. táblázat. A mintába került turisták megoszlása a szálláshely típusa szerint	125
27. táblázat. A mintába került turisták megoszlása a szálláshely típusa szerint, turisztikai desztinációk és régiók szerint	126
28. táblázat. A turisták megoszlása évszakok szerint	127
29. táblázat. A turisták nemzetiség szerinti megoszlása	128
30. táblázat. A válaszadók megoszlása nemzetiség és származási hely szerint (%)	129
31. táblázat. Belföldi román és magyar turisták megoszlása régiók szerint (%)	132
32. táblázat. Székelyföldre érkező turisták szociodemográfiai jellemzői	135
33. táblázat. Turisztikai desztinációk látogatottsága küldőpiac szerint (%)	137
34. táblázat. A hierarchikus klaszterelemzés dendogrammja	140

35. táblázat. A szálláshelyek és a turisták jellemzői a három turisztikaidesztináció-klaszteren belül	141
36. táblázat. Kivel együtt érkezett erre a szálláshelyre? Küldőpiac és desztináció szerint	144
37. táblázat. Ki szervezte a kirándulást, utazást? (%)	146
38. táblázat. Honnan értesült erről a szálláshelyről?	148
39. táblázat. Milyen szállítási eszközzel jöttek? – turisztikai desztinációk szerint (%)	150
40. táblázat. Önök hány napot töltenek ezen a szálláshelyen – desztinációtípusok szerint (%)	153
41. táblázat. Az utazás során egy vagy több helyen száll meg? (%)	155
42. táblázat. Az út során felkeresett Székelyföldön kívüli desztinációk (Magyarországi válaszadók).	156
43. táblázat. Mi az Önök látogatásának a célja? (%) – három válasz lehetséges	160
44. táblázat. Mi az Önök látogatásának a célja? (%) – küldőpiac szerint – első opció	161
45. táblázat. Mi az Önök látogatásának a célja? (%) – turisztikai desztinációk szerint – első opció	162
46. táblázat. Milyen nevezetességeket látogatott meg vagy fog meglátogatni az itt-tartózkodása folyamán? (%) – három válaszlehetőség, nyílt kérdés	166
47. táblázat. Milyen nevezetességeket látogatott meg, fog meglátogatni az itt-tartózkodása folyamán? (%) – küldőpiac szerint, első opció	168
48. táblázat. Milyen rendezvényeken vesz részt az itt-tartózkodása folyamán? (%) – három válaszlehetőség, nyílt kérdés	169
49. táblázat. Milyen rendezvényeken vesz részt az itt-tartózkodása folyamán? (%) – küldőpiac szerint (a kérdésre válaszolók között, első opció)	170
50. táblázat. Milyen rendezvényeken vesz részt az itt-tartózkodása folyamán? (%) – konkrétan megnevezett rendezvények (a kérdésre válaszolók között)	171
51. táblázat. Mi az, ami tetszett és ami nem tetszett Önnek az itt-tartózkodása során?	176
52. táblázat. Mi az, ami tetszett és ami nem tetszett Önnek az itt-tartózkodása során? – desztinációk szerint (első három említés)	177

Előszó

A Nemzeti Kisebbségkutató Intézet és a Kvantum Research munkatársai, Kiss Tamás, Barna Gergő és Deák Attila által írt kutatási jelentés azokat a régóta szükséges kutatási eredményeket összegzi, amelyek elengedhetetlenek a turisztikai szakma, a turisztikai szekunder kutatás, oktatás és gyakorlat, valamint a turizmuspolitika és területfejlesztés számára.

A tanulmány, felépítését tekintve, három empirikus kutatás módszertanát mutatja be, és összefoglalja azok eredményeit oly módon, hogy kiegészíti egy szekunder statisztikai kutatás összegzésével, valamint beágyazza a *Bevezetőben* megfogalmazott kisebbségpolitikai – azaz a romániai magyar kisebbségi közösségek társadalmi-gazdasági fejlődését szolgáló – diskurzus kontextusába. Ez a sajátos kontextus a Székelyföld kulturális régióban tömbben élő magyar közösség elitjének régióépítési törekvése. A kisebbségi léthelyzetre érzékeny látásmód abban is kifejeződik, hogy a szakirodalmi áttekintés az etnicitás, etnikai turizmus, valamint a székelyföldi turizmusfejlesztési elképzelésekben és desztinációmarketingben érzékelhető magyar–magyar kapcsolatrendszerre fókuszál. Teszi ezt annak ellenére, hogy a vizsgált térség földrajzi és turisztikai valósága nem csak, vagy nem elsősorban az etnikai és kulturális örökségturizmusról szól, mint ahogy kiderül ez egyébként a turistákra vonatkozó reprezentatív adatfelvétel végkicsengéséből is.

Az olvasónak az az érzése támadhat, hogy a kutatás bevallott célja, azaz a Székelyföldre látogatók társadalmi háttérének feltárása és a „székelyföldi turizmust illető ködoszlatás” mellett, annak a mítosznak a lerombolása, amely a magyar etnikai többség által lakott és uralni próbált térség turizmusgazdaságának fenntarthatóságát a magyar turisták fogyasztásától teszi függővé. De létezik-e ilyen mítosz? Vagy csak a székelyföldi turizmusra vonatkozó közéleti és politikai diskurzus, illetve a magyar nyelvű szakirodalom hangsúlyai alapján gondoljuk ezt? Az empirikus kutatás szinte sokkoló eredménye lehet egyrészt az, hogy a magyarországi küldőpiacnál akár jelentősebb gazdasági súlyú lehet a belföldi román piac, másrészt az is, hogy a magyarországiak Székelyföldre utazásában is jóval kisebb jelentőségű a kulturális nevezetességek és az épített örökségek

vonzereje, mint a természeti látványosságoké, még akkor is, ha a román turisták beazonosított motivációihoz viszonyítva a kulturális vonatkozásoknak a magyarok esetében nagyobb a jelentősége.

Ha a kutatási jelentés főcíméből indulunk ki, rákérdezve arra, hogy Székelyföld turisztikai régiónak tekinthető-e, akkor a különböző kutatási módszerek alkalmazása vagy igazolni, vagy cáfolni hivatott a kérdésfelvetésből kiérezhető hipotézist. Azaz, feltételelesen elfogadhatjuk, hogy a romániai magyar társadalom nem tekinthető egységesnek, hanem sajátosan elkülönül azon belül a székelyföldi magyar közösségek társadalma, sőt annak intézményépítési törekvései is külön pályára állhatnak. S ebben a társadalmi, gazdasági, kulturális életet szervezni hivatott szakpolitikák közül talán éppen a turizmuspolitika lehet a leginkább régióspecifikus. A kérdésnek különös aktualitást ad a romániai magyar és a többségi román társadalom, valamint a kisebbségi közösség és a román nemzetállam viszonyát érintő kisebbségi területi autonómiatörekvés, amely a kulturális régióként homályosan körvonalazható Székelyföldet mintegy programrégióként, önszerveződésre, önigazgatásra képes – elvileg egyértelműen lehatárolható és specifikus közjogi kompetenciákkal felruházandó – területi egységként tételezi.

A kutatási jelentés Bevezetőjében Székelyföld lehatárolását illetően árnyalt megközelítésre kerül sor. A történelmi szempontokból, az egykori széki közigazgatási egységekből kiinduló „két-és-fél megyés” Székelyföldképzettel szembeállítható a Maros, Hargita és Kovászna megyék területi valósága, vagyis az a tény, hogy a területi-közigazgatási alapegységek (városok, községek) szintjén vagy magyar többség, vagy magyar kisebbség létezik, olykor multietnikus társadalomszerkezetbe ágyazottan. Így a székelyföldi régióépítés társadalmi és intézményi-önkormányzati támogatására elvileg a magyar identitással rendelkezők többsége esetében lehet számítani, még akkor is, ha az adott város/község a történelmi Székelyföldön kívül eső magyar többségű, és akkor nem, ha ugyan a történelmi Székelyföldön belüli, de nem magyar többségű település társadalmáról van szó.

Kutatási problémaként tehát kérdésként fogalmazhatjuk meg, hogy mit tekintsenek Székelyföld részének, honnan kell mintát venni, milyen területi keretek között szükséges gondolkodni. A szerzők opciója a három empirikus és a statisztikai vizsgálatnál nem egységes. A statisztikai vizsgálatnál például Maros, Hargita és Kovászna megyék területéből indultak ki. A szakirodalmi hivatkozásokban szereplő, e sorok írója értekezésének szó-

vegében és mellékleteiben, éppen a romániai Országos Statisztikai Intézet településszintű adatainak a történeti Székelyföldre tartozó települések csoportosításával volt próbálkozás. De kérdéses, hogy lehet-e régióépítési törekvést, székelyföldi turizmuspolitikát olyan településekre alapozni, ahol a széki közigazgatási realitások 1876 óta többször is megváltoztak,¹ esetenként etnikai átrétegződésük is végbement?

A szerzőkkel egyetértek abban, hogy „a régióépítést megcélzó közpolitikák akkor lehetnek sikeresek, ha az érintett népességen belül egyetértésre találnak”, és abban is, hogy Marosvásárhelyt illetően „annak nem igazán van realitása, hogy a jelenlegi keretek között a terület román lakossága, illetve a városvezetés a régióépítési elképzelések partnere legyen”. Az ebből a megközelítésből adódó kutatói perspektívát, azaz, hogy egy Székelyföldet vizsgáló kutatásból kimaradt Marosvásárhely és vonzáskörzete, azonban nem csupán érzelmi alapon tartom vitathatónak, hanem azért is, mert a turizmus vonatkozásait kutatni nem csupán „turisztikai régió” és etnikai régióépítési esélyek kontextusában lehetséges, hanem hálózati paradigmába ágyazottan is. Azaz, véleményem szerint a székelyföldi turizmus nem csak vagy nem csak attól lehet székelyföldi identitásra alapozható, hogy adott egy területileg jól lehatárolt Székelyföld, hanem inkább attól a térbeli együttműködési képességtől is, amely egymástól távolabb eső települések turizmusgazdasági szereplőit köti össze. Ennek elvileg nincs közjogi akadálya. Igaz, hogy ez esetben azt is el kell fogadni, hogy adott településeken, pl. Marosvásárhelyen, több, egymással akár párhuzamos, regionális nemzetépítési projekt is létezhet. Erre akár sajátos analógiát kínálhatnak a dél-erdélyi városok, térségek, ahol a szász örökség annak ellenére beépült a desztinációmárketingbe, hogy nem a szász közösségek gyakorolják a közjogi hatalmat.

Marosvásárhely esete azonban mindenképp sajátos, bármennyire is szeretnénk a Székelyföld részeként láttatni és kezelni, turizmusgazdasági vonatkozásban bizonyára nem sokkal több dologban támaszkodik székelyföldi örökségre, mint például Kolozsvár az erdélyi magyar kulturális örökségre. Nem mintha kétségbe vonnám Marosvásárhely székely kötődéseit vagy Kolozsvár magyar kötődéseit, nem erről van szó. Hanem arról, hogy az erdélyi nagyvárosi turizmusban még nem tudjuk jól elkülöníteni a magyar és nem magyar kulturális turizmus és egyáltalán a nem kimondottan kulturális turizmus turisztikai bevételekben betöltött súlyát. Csak va-

1 Elekes T., Székelyföld közigazgatás-földrajzi változásai a 13. századtól napjainkig, *Földrajzi Közlemények* 135, 4., 415–429.

lószerűsíteni lehet, hogy Marosvásárhely szállodaipari fejlődésének utóbbi években észlelhető lendületét nem a Székelyföldre irányuló – etnikainak is nevezett – kulturális örökség-, illetve identitásutizmus alapozta meg. Egy ilyen irányú kutatás bizonyára ugyancsak mítoszrombolóan hatna.

Marosvásárhelyt és körzetét kihagyva tehát a szerzők a több szempontból is ténylegesen a Székelyföld részeként körvonalazható „régión” vizsgálták. A legnagyobb terjedelmű és legfontosabbként is bemutatott vizsgálat egy Hargita, Kovászna megyéből és Marosszék sóvidéki és nyárádsmenti részeiből (de Marosvásárhely vonzáskörzetére ki nem terjedő) vett 2050 fős mintára támaszkodik, amely nem csupán a turisztikai csúcsszezonban az egyes üdülőhelyeken, turisztikai célpontoknál megszólított turistákra, hanem a szálláshelyeken 2010 decembere és 2011 decembere közötti időszakban meg szálló vendégekre irányult. A megfelelő reprezentativitási és súlyozási szempontok alkalmazásával eddig még ilyen részletes vizsgálatot nem publikáltak a székelyföldi turizmusról.

Egy előszó tárgya nem az, hogy részletesen elemezze a munkát, inkább arra szorítkozom, hogy kiemeljek néhány olyan szempontot, amely a székelyföldi turizmusra és a székelyföldi turistákra irányuló gondolkodásunkat meghatározhatja, esetleg új mederbe terelheti. Elsősorban az a kérdés, hogy kik is a mi turistáink? Miért jönnek? Mit szeretnének? Ehhez képest másodrendű, bár nagyon is fontos kérdések, hogy mivel, kivel jönnek, mennyit időznek, mennyit költenek stb? Mindezekre részletes válaszokat kapunk a kérdőíves felmérésből.

A turisztikai keresletről alkotott felfogásunkban a jelen levő, sikeresen már a térségbe vonzott szegmensek mellett kérdéseket vethet fel, hogy elégedettek lehetünk-e a térség turizmuspiaci teljesítményével? Ezt részben a statisztikai felmérések, összehasonlítások tehetik lehetővé. Kik is lehetnének a leginkább szívesen látott vendégek? Erre a másik két vizsgálattal, a turizmusban dolgozóakra irányuló fókuszcsoporthoz vizsgálat és a lakossági survey eredményeivel való összevetés adhat választ. Míg a turisták kérdőívezése a kereslet megvalósult részéről, addig a szolgáltatók látásmódja a kínálati oldalról, a lakossági vélemények a turizmus és turisták társadalmi elfogadottságáról, esetleg kritikus kérdéseiről adhatnak számot. A szerzők igencsak helyesen tették, hogy a turistákról szóló reprezentatív felvétel bemutatása elé szerkesztették a többi vizsgálat összegzéseit. A szakirodalmi kitekintésben tematizálják a kutatási jelentés olvasatát, azaz az etnikai turizmus és etnicitás, a kisebbségpolitikailag meghatározott székelyföldi desztinációmarketing oldaláról közelítenek a turizmus vizsgálatához. A

statisztikai összegzésből kiderül, hogy nem éppen akkora a súlya a turizmusnak a térség gazdaságában, ahogyan az a közéleti diskurzusok hangsúlyai alapján elvárható volna. Érdekes hozadéka a tanulmánynak az ország településeire kiszámított turisztikai teljesítményindex, amely alapján mintegy száz települést felsorakoztató rangsor közlésére került sor. Az itt szereplő turisztikai célpontok, desztinációkba sorolt települések közé besorolt székelyföldi települések helyzete utalás lehet arra, hogy nagyon is differenciált szempontok, adottságok szerint kell versenyeznie a székelyföldi turisztikai szereplőknek az országon belüli esetleges versenytársakkal. A gyógyturisztikai üdülőhelyeknek elsősorban a hasonló településekkel kell versenyeznie, nem pl. a faluturisztikai vagy kulturális vonzerőkre alapozó desztinációkkal.

A fókuszcsoportos vizsgálatban a megszólított vendégfogadók és más turisztikai szakemberek, szakértők véleménye azt tükrözi, hogy a turizmus gazdasági szerepét nagyra értékeli. De kitűnik a székelyföldi turizmus duális jellege is, amelyet a szerzők egyrészt a magyar vagy román piac elsőbbsége kontextusába helyeznek. Másrészt az is sejthető, hogy a két fő piaci irányultság mögött más vonzerőtartalmak szerepelnek, mondhatnánk azt is, hogy más-más marketingüzenetekkel szólítják meg a két piacot, már ha beszélhetnénk egyáltalán konzisztens térségi marketingkommunikációról. A statisztikák és a turisták kérdőíves vizsgálatából is kitűnik az, amit a szerzők kritikusan szembeállítanak a térségi szakemberek észrevételeivel: „a magyarországi, illetve külföldi turizmus volumenét és jelentőségét felül, a belföldiét pedig alulbecsülik. A szakértők, amikor stratégiákban, turisztikai marketingben, célcsoportokban gondolkodnak, nagymértékben hanyagolják a belföldi küldőpiacot, aminek az lehet a fő magyarázata, hogy nem állnak rendelkezésükre a Székelyföld kulturális másságát a román nyilvánosságban megjelenítő diskurzusok, toposzok.” A szerzőknek ehhez a megállapításához társíthatjuk a Bevezetőben és a tanulmány végén is szereplő feltételezését, miszerint: „a székelyföldi elit nem fordít kellő energiát és figyelmet arra, hogy a térséget a román nyilvánosságon belül sajátos entitásként ismertesse el. Az ilyen irányú törekvéseknek kiváló terepe lehetne a turizmus (a turisztikai marketing) is, ahol a székelyföldi régió megkonstruálása jóval kisebb közegellenállásba ütközne, mintha kizárólag/egyből az autonómia közjogi megfogalmazására kerülne sor.” Mindkét állítással egyet is értenék, ha a turizmusfejlesztést az autonómiagondolat többségi elfogadásának előmozdítása eszközként fognám fel. Ez is lehet egy legitim célja a székelyföldi elitnek, de hangsúlyoznunk kell, hogy a tu-

rizmusfejlesztés nem csupán identitásépítésről és régióépítésről, hanem jövedelem- és munkahelyteremtésről, azaz gazdasági és társadalmi hatékonyságról, környezeti és kulturális fenntarthatóságról is szól. Kétségtelen, hogy a székelyföldi turizmus megkerülhetetlen dilemmája az, hogy hogyan lehet a térségbe vonzani olyan belföldi vendégkört, amelynek a fogyasztása, költsége a turizmusgazdasági eredményességgel a székelyföldi magyar közösségek gyarapodását és megmaradását szolgálhatja. A válaszok sokrétűek, a lehetőségek és kihívások, a fejlesztést akadályozó tényezők többnyire a turisták Székelyföldön észlelt problémákról alkotott percepciójából szűrhetők le.

A lakossági felmérés tükrében úgy tűnik, mintha nemcsak a székelyföldi turizmusról, hanem magáról Székelyföldről, annak esetleges desztinációjellegéről, főbb vonzerőiről sem lenne egy regionálisan egységes kép. A lakossági hozzáállás lehet ugyan pozitív, de ugyanakkor nem rajzolódik ki egy markáns „közösségi akarat”, netán stratégiai elképzelés a székelyföldi turizmus jövőjét illetően. Ezen nem is kell csodálkozni, hisz a lakosság jórészt passzív elviselője, jobb esetben haszonélvezője a turizmus hatásainak, a stratégiai irányultság a döntéshozóktól várható el, döntéseik pedig vagy elnyerik a lakosság erkölcsi támogatását vagy sem. A lakossági felmérés haszna abban áll, hogy megismerhetjük a preferenciákat („milyen fajta turizmusra lenne szükség?”), azok figyelembe vételével – elvileg – népszerűbb turizmuspolitikai döntések hozhatóak meg. Az eredmények között említésre méltó, hogy a három megyében nem ugyanazok a turizmusfajták élveznek elsőbbséget, és az, hogy mely térségben mit kellene inkább fejleszteni, az részben az eddigi fejlődést, részben a szolgáltatásokkal bővíthető vonzerőadottságokat tükrözi. Így pl. Maros megyében a gyógyturizmusnak, a falusi és ún. „népművészeti” turizmusnak, a természeti és üdülőturizmusnak van támogatottsága. Hargita megyében a falusi turizmusnak és kisebb mértékben a gyógyturizmusnak, a természeti turizmusnak és a „hagyományos sportturizmusnak” van támogatottsága, míg Kovászna megyében a gyógyturizmus, a falusi és természeti turizmus élvezi a lakosság bizalmát. A külön szereplő kulturális turizmusnak (értve alatta az emlékhelyek, múzeumok, kiállítások meglátogatását) viszonylag alacsonyabb támogatottsága van mindhárom megyében. A szerzők szerint azonban „a székelyföldiek 82,2 százaléka említett valamilyen olyan turisztikai formát, amely a régió (etno)kulturális sajátosságait értékesíti”, összevontan a faluturizmust, a kulturális, a népművészeti és a vallási turizmust tekintve ilyennek. Megjegyzendő, hogy a „turizmusfajták”

fogalomhasználatában a közéleti diskurzusokban is tetten érhető turizmuselméleti megalapozottság hiánya tükröződik. Ebben az elméleti megalapozatlanságban nem a szerzők tehetők felelőssé, hanem inkább az a tudományos intézményesülési helyzet, amely korlátozza a turizmusföldrajz és a turizmusmarketing termékszempontú megközelítésének a más társadalomtudományi diszciplínákban való megismerését (transzdiszciplinaritás alacsony szintje).

A vonzó tényezők között a lakossági percepcióban a kulturális nevezetességeknek csak 21,4 és az ún. „nosztalgia-turizmusra” utaló, „régidőket idéző társadalmi viszonyoknak” csak 12,5 százalékos említettsége van. Ezenél vonzóbb tényező a természeti környezet, a gyógyfürdők, a vendégszeretet és a szolgáltatások alacsony ára. Ezek alapján is megkérdőjelezhető a székelyföldi turizmus ténylegesen kultúrspecifikus jellege. Az is igaz, hogy az „itteni emberek vendégszeretete” kifejezés mögött a lakosság pozitív attitűdje fejeződik ki, valószínűleg általában „a” turistával, talán sajátosan a magyar vagy esetleg a román turistával szemben. Jó lett volna a lakossági megkérdezésbe is beilleszteni a különböző nemzetiségű turistákra irányuló kérdést. A fókuszcsoportos beszélgetésekben azonban a turizmusban jelentkező interetnikus kapcsolatok problémája is felmerült a „kik jönnek Székelyföldre?” kérdés kapcsán. A szolgáltatói és szakértői percepciók a magyar turistáról és a román turistáról annyiban relevánsabbak lehetnek, hogy nem csupán sztereotípiák állnak mögöttük, hanem a vendég–vendéglátó kapcsolatok közvetlen tapasztalata is, ezt azonban a turistákról készült felmérés eredményeivel összevetve árnyalhatja az a gondolat is, hogy nem ugyanazon társadalmi háttérű szegmensek jelentek meg a magyar, ill. a belföldi piacról.

Mindent összevetve teljesültnek mondható a szerzők azon szándéka, hogy a székelyföldi turizmusról egy minél differenciáltabb és az általánosításokat egyre jobban nélkülöző képet vázoljanak. Egy olyan képet, amelyet a székelyföldi turizmust kutatóknak, a turizmusban érintett vállalkozóknak és nem utolsósorban a székelyföldi fejlesztéspolitikai döntéshozóknak figyelembe kell venniük, az itt közzétett eredményeket, megállapításokat saját elképzeléseikkel és tapasztalataikkal össze kell vetniük.

dr. Horváth Alpár
egyetemi adjunktus

Bevezető

Szubjektív gondolatok arról, hogy miért foglalkozunk a székelyföldi turizmussal

Az elmúlt évtized erdélyi magyar közéletében talán a legjelentősebb fejlemény, hogy *Székelyföld a diskurzusok szintjén egyre inkább mint különálló entitás jelenik meg*. Ez a fejlemény sok szempontból szétfeszíti a Kisebbségi Társadalom vízióját, amelyet az erdélyi magyar elit a rendszerváltást követően intézményesíteni igyekezett. Ugyanakkor a régió számára új lehetőségeket hordoz magában.

A Kisebbségi Társadalom koncepciójának lényege az, hogy a közösséget oly módon kell megszervezni, hogy a magyarok a lehető legtöbb élethelyzetet az etnikai közösségen belül tudják megélni, igényeiket lehetőleg ezen belül tudják kielégíteni (bővebben lásd Kiss 2010: 41–161). Ha totalitásra törekszik, a projekt nyilvánvalóan utópisztikus, hisz Erdélyben nem igen adottak például az etnikai gazdaság feltételei (lásd Brubaker et al. 2006). Ennek ellenére egy sor intézmény (társadalmi mező) az elmúlt húsz évben ténylegesen etnikailag integrálttá vált. Kiépült a magyar oktatási szerkezet, így a mai húszas vagy harmincas generáción belül – a korábbiakhoz képest – többen vannak azok, akik a teljes oktatási vertikumot (illetve mobilitási pályájukat) egy „magyar világon” belül futották be. Hasonlóképpen a magyarok médiafogyasztási szokásai is fokozatosan a magyarnyelvűség irányába tolódtak el, még ha nem is beszélhetünk egységes erdélyi magyar médiaszerkezeetről. Az egyik legjelentősebb teljesítmény pedig talán az volt, hogy az erdélyi magyarokat politikai közösségként sikerült egyben tartani, egyetlen politikai pillérként betagolni a kialakuló román parlamentáris demokráciába.

Az utóbbi fél évtizedben azonban világossá vált, hogy Székelyföld számára a Kisebbségi Társadalom (vagyis egy nagyobb/többségi társadalmon belüli etnikai intézményrendszer fenntartása, megerősítése) már nem kielégítő keretprogram. A székelyföldi elit számára a kézenfekvő cél

a régiószervezés. A székelyföldi régió sajátossága persze nem más, mint a Románián belüli kulturális különállás, hogy ez Erdély egyetlen összefüggő, máig magyar többségű területe. A székelyföldi elit pedig ezt a területet akarja mint magyar dominanciájú entitást egységbe szervezni.

A régiószervezés azonban – ha nem akar a kinyilatkoztatás szintjén maradni – egy sokrétű közpolitikai feladat. Egyrészt szükséges az egységes (széki ellentétek fölötti) regionális identitás megteremtése, másrészt pedig a régiósítás legfontosabb pillére – miután egy gazdasági szempontból periférikus térségről van szó – a gazdaságfejlesztés. Az autonómia valamilyen formája ezeknek a törekvéseknek a közjogi „megkoronázása” lehetne.

A turizmus véleményünk szerint azért értékelődött fel az elmúlt években az erdélyi magyar közbeszédben, mert a különböző régiósítási elképzelések és közpolitikák metszéspontjában található. A turizmusban a gazdaságfejlesztésre vonatkozó elképzelések/vágyak összekapcsolódnak az identitásépítéssel. Egyrészt a közbeszédben a turizmus úgy jelenik meg, mint a régió egyik legfontosabb gazdasági kitörési pontja és – mint látni fogjuk – ez a nem feltétlen helytálló elképzelés a székelyföldi közvélekedésben is mély gyökereket eresztett. Másrészt a turizmusnak (annak, ahogy a turisztikai desztinációkat, magát a tájat, a vonzerővel bíró eseményeket és helyszíneket megteremtik) kulcsszerepe lehet a térség identitásépítésében.

A székelyföldi turizmus kapcsán azonban sok ellentmondás is felszínre kerül. A turizmus gazdaságon belüli tényleges súlya messze nincs összhangban az erről való közvélekedéssel. A turizmushoz közvetlenül kapcsolódó cégek (vendéglátás, elszállásolás) az összes Hargita, Kovászna és Maros megyei cég forgalmának nem egészen 2 százalékát produkálják. Ugyanez köszön vissza a turisztikai infrastruktúra állapotában. A turishtaforalom nagy része néhány kiemelt településhez (Szováta, Kovászna, Tusnádfürdő) kapcsolódik, miközben egész kisrégiók hiányoznak a turisztikai térképről. A tényleges helyzet és az ágazat súlyát érintő percepciók közti ellentétben a székelyföldi gazdaságfejlesztéssel kapcsolatos tanácsatlanság tükröződik vissza.

Másrészt szembeötlők az ellentmondások akkor is, ha a regionális identitásépítés és a turizmus kapcsolatát vizsgáljuk meg. A szakirodalmi áttekintésből kiderül, hogy Székelyföldet mint turisztikai desztinációt sokáig kizárólag magyarországi fogyasztásra konstruálták meg. A magyar (identitás)turisták számára Székelyföld gyakran Erdély egészét reprezentálta. Részben ennek következtében jóval kisebb figyelem összpontosult

a jelenleg jóval több turistát küldő hazai/román piacra. A román piac (vagy a teljes romániai turizmus) felől nézve pedig nem egyértelmű, hogy Székelyföld létezik mint turisztikai desztináció. Úgy véljük, hogy ebben a székelyföldi régióépítés tágabb ellentmondásai tükröződnek. Nevezetesen, hogy a székelyföldi elit nem fordít kellő energiát és figyelmet arra, hogy a térséget a román nyilvánosságon belül sajátos entitásként ismertesse el. Az ilyen irányú törekvéseknek kiváló terepe lehetne a turizmus (a turisztikai marketing) is, ahol a székelyföldi régió megkonstruálása jóval kisebb közegellenállásba ütközne, mintha kizárólag/egyből az autonómia közjogi megfogalmazására kerülne sor.

Vizsgálatunkkal és tanulmányunkkal elsősorban a székelyföldi turizmussal kapcsolatos tisztánlátást kívántuk segíteni, kérdéseket szeretnénk eloszlatni. Elképzelésünk az volt, hogy több fajta módszertan segítségével járjuk körül az ágazat különböző aspektusait, illetve hogy szembesítsük egymással a különböző percepciókat. Mindeközben egy átfogó kép felvázolására törekedtünk. Ezért van az, hogy szemben az eddigi vizsgálatokkal, amelyek elsősorban lokális szinten, kvalitatív eszközökkel közelítették meg a problémát, nálunk a mennyiségi eszközök (survey-vizsgálatok, statisztikai elemzés) dominálnak.

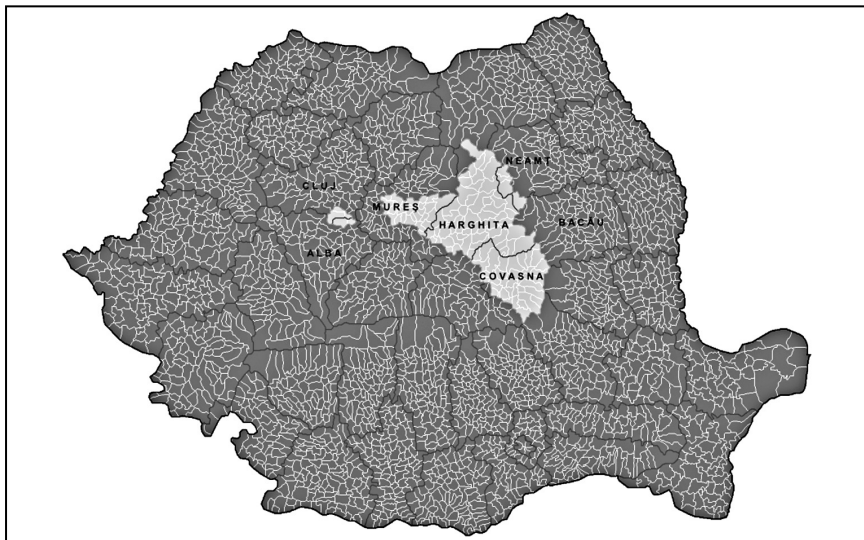
Mit tekintettünk Székelyföldnek?

A ma Székelyföldként aposztrofált területnek nincsenek világos határai. Csíkszereda, Székelyudvarhely, Sepsiszentgyörgy, Gyergyószentmiklós vagy Kézdivásárhely minden bizonnyal beletartozik, vannak azonban olyan települések is, amelyekkel kapcsolatban jóval nagyobb a bizonytalanság. A definíciós lehetőségek ugyanis többretegűek. Elég, ha csak arra gondolunk, hogy magának a régió fogalmának a definiálásában sincs egyetértés a szakemberek körében (bővebben lásd Benedek 2000: 53–59).

Egyrészt a Székelyföld kifejezés arra a *történelmi egységre* vonatkozik, amely a modern magyar közigazgatási szerkezet megszületése előtt a vármegyék és a szász székek mellett Erdély egyik rendi területi egységét

képezte. Az alábbi térkép megközelítőleg ennek a területét mutatja.² Mint látható, ez a terület magába foglalja Hargita és Kovászna megyék majdnem teljes területét és Maros megye mintegy harmadát. Emellett történetileg a Székelyföld részét képezte a mai Fehér és Kolozs megyék határán lévő Aranyosszék is. Az egykori Gyergyószék területéből három község (Almásmező, Damuk és Gyergyóbékás) ma Neamț, egy község (Gyimesbükk), illetve az Agăș községhez tartozó Kóstelek pedig Bákó megyéhez tartozik.³

1. ábra. Székelyföld történeti meghatározása



Forrás: wikipedia.hu

A második meghatározási szempont Székelyföld alatt (több-kevesebb flexibilitással) *a magyar többségű települések összességét* érti. Ez a szempont egy lényeges elemre tapint rá. Székelyföld legfontosabb jellemvonása és az itt élők identitásának – a történeti tudat melletti – fő meghatározója az, hogy ez Erdély egyetlen olyan tájegysége, ahol a magyarok alkotják a né-

2 A térkép nem jelöli, hogy Háromszék és Csíkhátárán néhány község (Mikóújfalú, Sep-sibükkszád), illetve Kézdiszárzapatok Alsó Fehérhez, vagyis vármegyei közigazgatás alá tartozott.

3 A közigazgatási változásokról bővebben Varga E. 1998.

pesség többségét, ahol más tájegységektől eltérően nem szórványszerűen, hanem etnikai tömbként vannak jelen. Egyben a régiósítási törekvések kimondott vagy kimondatlan célja is ez: a magyar többségű területeket egy közös egységbe szervezni.

A jelenleg magyar többségű településterület nem esik egybe a történelmi Székelyfölddel. A Háromszék déli részén fekvő *Bodzaforduló* történetileg a Székelyföldhöz tartozott, azonban jelenleg kizárólag románok lakják. A térség annak ellenére, hogy Kovászna megyéhez tartozik, infrastrukturálisan is inkább Brassó megyéhez kötődik. Ugyanígy teljesen román népességűek a Neamț megyéhez csatolt egykori gyergyói községek. Az egykori Aranyosszék (habár jelenleg is nagy arányú magyar népességgel bír) a XIX–XX. században elveszítette magyar többségét. A területi távolság mellett ez az a tényező, ami miatt általában nem szokták a Székelyföldhöz sorolni.

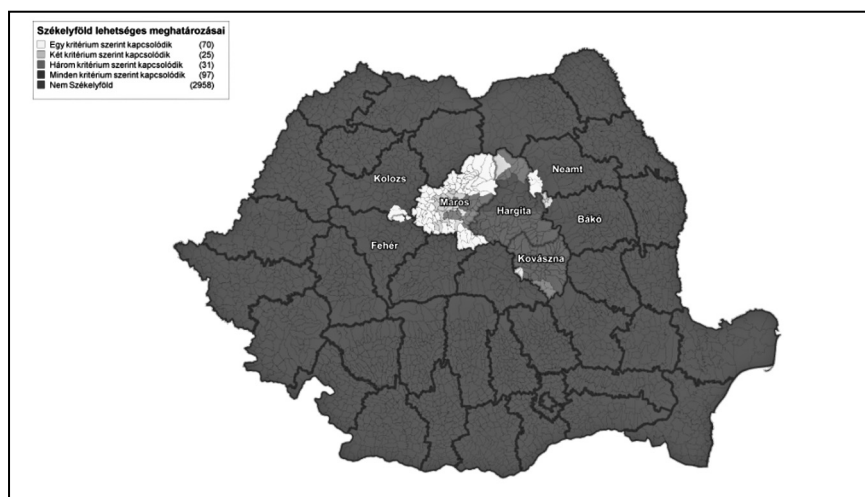
A magyar többségű terület a Marosvásárhely és Szászrégen közötti területen, a Kisküküllő mentén, illetve Brassó megye északi részén terjed túl a történeti Székelyföld határán.⁴ A régiófejlesztési elképzelések szempontjából azonban a legkomolyabb kihívást az etnikai határ Marosvásárhelyen és vonzáskörzetében történő eltolódása jelenti. A rendszerváltáskor a legnépesebb székelyföldi város és peremközségei még magyar többségűek voltak. Ez a magyar többség azonban (előbb a városban, majd az utóbbi tíz évben a peremközségekben is) elveszett. Marosvásárhely székelyföldi kezdeményezésekbe történő integrálhatóságát ráadásul az is csökkenti, hogy a magyar közösség politikai és társadalmi súlya alatta marad a (még mindig jelentős) számaránynak.

A harmadik és negyedik definíciós kísérlet a jelenlegi megyehatárokból indul ki, és egyik (kiterjesztő) lehetőségként Hargita, Kovászna és Maros, vagy másik (leszűkítő) lehetőségként Hargita és Kovászna megyét tekinti Székelyföld részének. Megjegyzendő, hogy a Kárpát-medence régiói sorozatban megjelent *„Székelyföld”* című monográfiában is a szerzők a jelenlegi három megyére (Hargita, Kovászna és Maros) kiterjedő definíciót használják (Horváth 2003: 24). Mind a magyar, mind a román nyilvánosságban gyakori ez a definíció, amelynek véleményünk szerint két szempontból van tényleges létjogosultsága. Egyrészt, amennyiben a területre vonatkozó adatokat keresünk, ezt gyakran megyei összesítések-

4 Ez utóbbi területen a román anyanyelvű romák aránynövekedése miatt egyre kevésbé. Az egykor magyar többségű községek (Apáca, Ürmös, Alsórákos) közül ma már egyedül Alsórákoson nem múlta felül a romák száma a magyarokét.

ből vagyunk kénytelenek összeállítani (mivel „Székelyföldre” vonatkozó statisztikai adatszolgáltatás nincs). Másrészt a jelenlegi struktúrában a régióépítést elősegítő közpolitikák szintje is a megye, aktorai pedig a megyei tanácsok lehetnek. Például a székelyföldi turisztikai régió kialakítására vonatkozó projekteket is leginkább a megyei tanácsok kezdeményezhetnek. Ha a régióépítés ténylegesen megyei szintű együttműködések által fog megvalósulni, akkor a fő kérdés, hogy abban Maros megye mennyire tud/akar majd részt venni. Ez fogja meghatározni, hogy milyen mértékben és formában lesz része a Székelyföldnek.

2. ábra. Székelyföld a négy lehetséges definíciós kísérlet alapján



Forrás: Saját szerkesztés

A fenti térkép a négy lehetséges definíciós kísérlet kombinációit vetíti ki. A sötétvörös területek minden lehetséges definíció szerint a Székelyföld részét képezik. Ez a „törzsterület” Háromszék, Udvarhelyszék, Csíkszék és Gyergyószék, amely történetileg székely, jelenleg magyar többségű, illetve Hargita és Kovászna megyékhez tartozik.

A további területek Székelyföldhöz tartozása kérdéses. Világospirossal jelöltük a három meghatározás szerint Székelyföldhöz tartozó területeket. Az egykori Marossszék sóvidéki és nyárádmenti területeit pusztán az kü-

lőnbözteti meg a szomszédos Udvarhelytől, hogy nem Hargita megyéhez tartoznak, hanem Maroshoz. Annak ellenére, hogy etnikai, történelmi szempontból nincs törés a két terület között, ez a különbség nagyban befolyásolhatja a két terület régiósítási törekvésekben való részvételi esélyét.

A másik világospiros terület Bodzaforduló, annak ellenére, hogy ez jellegében teljesen eltér a Nyárádmente-Sóvidék területtől. A legfontosabb különbség, hogy a bodzafordulóiak nem kérnek a Székelyföldből, mivel románok. Ennek ellenére azonban történetileg és a jelenlegi közigazgatási határok szerint is oda tartoznak, így bizonyos kontextusokban ők azok, akik (a hévíziek mellett) kénytelenek eljátszani a „székelyföldi románság” szerepét. Mindazonáltal ez nem pusztán kényszer, hanem lehetőség és konvertálható tőke is a számukra. Adott politikai kontextusban ők tölthetik be például a háromszéki dekoncentrált intézmények vezetői posztjait és (annak ellenére, hogy homogén román környezetben élnek) bizonyos esetekben számíthatnak honfitársaik támogató figyelmére. Számukra székelyföldi románnak lenni nem pusztán frusztráció forrása, hanem erőforrás is. A bodzafordulóiakhoz nagyon hasonló helyzetben vannak a Maroshévíz környéki románok,⁵ azzal a különbséggel, hogy ők nem homogén közösségekben, hanem magyarokkal vegyesen élnek, és hogy történetileg csak részben (Holló, Tölgyes, Borszék, Salamás) tartoztak a Székelyföldhöz.

Narancssárgával a két definíciós szempont alapján Székelyföldhöz tartozó területeket jelöltük. Ide tartoznak a Kovászna megyéhez csatolt Olt menti, mára többségében románul beszélő cigányok által lakott községek (Hidvég és Előpatak).

Ugyancsak ide került Marosvásárhely és vonzáskörzete, amely a történelmi Székelyföldhöz való szerves kapcsolódása ellenére mára elveszítette magyar többségét, így a Székelyföld-projektbe való integrálhatósága jóval problematikusabb, mint a Nyárádmente esete. Ide tartozik, hogy Marosvásárhelyen és környékén a magyarok nem székelyként határozzák meg magukat, viszont egy 2012-es közvélemény-kutatási eredményünk szerint elsöprő többségük szerint a város a Székelyföld része, és amennyiben a Székelyföld létrejönne mint adminisztratív egység, hozzá kellene, hogy tartozzék. A problémát az jelenti, hogy ezzel a többségbe került románok, illetve a város vezetése kevésbé ért egyet.

5 Mircea Dușa maroshévízi képviselő a „székelyföldi románság” képviselőjeként az új kormányban miniszterségig vitte.

1. táblázat. Ön Marosvásárhelyt Székelyföld részének tekinti-e? (%)
Marosvásárhelyi magyarok, 2012

Igen	84,0
Nem	13,6
NT, NV	2,4

Forrás: *Marosvásárhelyi magyarok 2012*, saját szerkesztés

2. táblázat. Amennyiben létrejönne Székelyföld mint adminisztratív egység, Ön támogatná-e, hogy Marosvásárhely hozzá tartozzon? (%)
Marosvásárhelyi magyarok, 2012

Igen	89,4
Nem	8,0
NT, NV	2,6

Forrás: *Marosvásárhelyi magyarok 2012*, saját szerkesztés

Szintén narancssárgával jelöltük a Bákó megyéhez tartozó, de magyar többségét és a Gyimesekhez való kapcsolódását máig megőrző Gyimesbükköt, illetve a történetileg nem székely, de magyar többségű Maros megyei községeket.

A sárgával jelölt községek egyetlen definíció szerint kapcsolódnak Székelyföldhöz, amely már igen marginális kötődést jelöl. Ide esik Aranyoszsók, amely az egyetlen sárgával jelölt terület, ahol a székely identitáshoz való kötődés a terület (magyar) lakosságának többletet adhat. Emellett a Neamț-hoz csatolt gyergyói községek, illetve Maros megye román többségű, Székelyföldhöz nem kötődő része tartozik a marginális kötődésű területekhez.

3. táblázat. A „problematis” (nem minden definíció szerint Székelyföld részét képező) területek

	Megye	Történeti Székelyföldhöz való viszony	Népesség (2011)	Magyarok aránya (%)
Marosvásárhely és peremközségei	Maros	Része	187 146	44,7
Marosszék többi része (Nyárádmente, Sóvidék)	Maros	Része	65 959	84,4
Maros menti községek (Gernyeszeg, Vajdaszentivány, Marossárpatak)	Maros	Nem része	10 905	69,5
Küküllő menti községek (Balavásár, Küküllőszéplak, Mikefalva, Vámosgálfalva)	Maros	Nem része	14 783	60,9
Maros megye többi része	Maros	Nem része	252 587	17,8
Aranyosszék	Kolozs/Fehér	Része	20 156	31,6
Bodzaforduló	Kovászna	Nem része	18 701	0,4
Olt mente (Előpatak, Hidvég)	Kovászna	Nem része	6550	16,2
Gyergyótól elcsatolt községek	Neamț	Része	11 788	0,1
Gyimesbükk	Bákó	Része	5139	51,7
Maroshévíz környéke	Hargita	Részben része	34 643	30,6

Forrás: INS, saját szerkesztés

Mi magunk nem akarunk a különböző definíciós kísérletek között igazságot tenni. Úgy véljük, hogy a régióépítést megcélzó közpolitikák akkor lehetnek sikeresek, ha az érintett népességen belül egyetértésre találnak. A székelyföldi régióépítés jelenlegi formájában (ami alapvetően a magyar többségű területek egységbe szervezését jelenti) pedig elsősorban a magyarok érdekeltek. Az alapkérdés, hogy Marosszék, különösképpen Marosvásárhely környéke mennyire és milyen módon integrálható a projektben. Egyrészt az itt élő magyarok – bár nem székely identitásúak – szimpatizálnak a régiósítási elképzelésekkel, amiben valószínűleg az egyetlen lehetőséget látják a hátrányukra megváltozott etnikai térszerkezet „visszabillentésére”. Másrészt azonban nem igazán van realitása annak, hogy a

jelenlegi keretek között a terület román lakossága, illetve a városvezetés a régióépítési elképzelések partnere legyen.

A vizsgálat során mi magunk sem használtunk egységes definíciót. A statisztikai elemzés során kénytelenek voltunk a megyei adatokból kiindulni. Itt a Hargita, Kovászna és Maros megyékre vonatkozó számsorokat egyaránt megvizsgáltuk. A Nemzeti Kisebbségkutató Intézet lakossági adatfelvétele a magyar nyelvűekre terjedt ki, a székelyföldi turizmusra vonatkozó kérdéseket pedig a Hargita, Kovászna és Maros megyében élőknak tettük fel. Végül a turistákra reprezentatív survey esetében Hargita és Kovászna megyék mellett Marosszék sóvidéki és nyárádmenti része (vagyis ami lényeges Szováta) került be a mintavételi keretbe. Kimaradt viszont Marosvásárhely és vonzáskörzete. Ez mutatja leginkább azt, hogy szerintünk egy jelenlegi vagy jövőbeli székelyföldi turisztikai régiót milyen térségre érdemes leginkább vonatkoztatni.

A vizsgálatról és a jelentés szerkezetéről

A vizsgálatot 2010 első felében kezdtük el tervezni. Az indítást a *Corvinus Alapítvány* támogatása tette lehetővé, amelyet a *Kvantum Research* közvélemény-kutató cég számára folyósított, egy 1500 fős székelyföldi turistákra reprezentatív minta lekérdezésére. A vizsgálat a kolozsvári *Nemzeti Kisebbségkutató Intézet* tevékenységi tervébe is bekerült. Ez tette lehetővé, hogy a turistákra reprezentatív mintát 2000 fősre emeljük, és elvégezzünk egy fókuszcsoportos vizsgálatot a székelyföldi turizmusban dolgozók körében. A terepmunkát (survey és fókuszcsoportos vizsgálat szervezése) a székelyudvarhelyi *Agora Alapítvány* koordinálta.

(1) Arra a kérdésre, hogy a turizmus milyen szerepet tölt be a térség gazdaságában, illetve hogy Székelyföld hol helyezhető el egy romániai turisztikai térképen, elsősorban a meglévő statisztikai adatok segítségével tudunk válaszolni. A Statisztikai Hivatal által szolgáltatott adatokból kiindulva olyan mutatókat is felépítettünk, amelyek a különböző székelyföldi települések, térségek turisztikai teljesítményét, kihasználtságát tükrözik. Ezt a szakirodalmat áttekintő fejezetet követő rész összesíti.

(2) A turizmusban érdekelt szereplők percepcióit egy fókuszcsoportos vizsgálat segítségével kíséreltük meg feltérképezni. Összesen négy fókuszcsoportos beszélgetést folytattunk le. Ebből háromban az elszállásolásban

érdekelt szereplőket szólítottunk meg (Szovátán, Zetelakán és Tusnádfürdőn), egy beszélgetésben pedig a turizmus területén dolgozó szakértők vettek részt. Arra voltunk kíváncsiak, hogy a szereplők hogyan értékelik az ágazat dinamikáját és kilátásait, hogyan tekintenek a különböző küldőpiacokról érkező vendégekre, azok igényeire.

(3) A Nemzeti Kisebbségkutató Intézet a jogtulajdonosa annak a vizsgálatnak, amelyet 2009-ben egy 4058 fős, erdélyi magyarokra reprezentatív mintán végeztek. A vizsgálat (többek között) rákérdezett arra is, hogy székelyföldi válaszadóink (2414 személy) hogyan értékelik a turisztikai ágazat lehetőségeit, milyen szimbólumokat tartanak fontosnak, milyen ételekkel, italokkal kínálnák, illetve mivel ismertetnék meg az ide látogatókat.

(4) Végül vizsgálatunk legfontosabb része egy 2000 fős, Székelyföldre látogató turistára reprezentatív survey-vizsgálat volt. A kérdezés a szálláshelyeken történt magyar, román és angol nyelven. Célunk egyrészt a turisták társadalmi háttérének a feltérképezése volt. Másrészt arra voltunk kíváncsiak, hogy az idelátogatók számára mi a vonzó a térségben, mi az, amivel elégedettek és mivel elégedetlenek.

A vizsgálat egyes részeit külön fejezetekben mutatjuk be, minden fejezet elején részletesen bemutatva az adott komponenshez tartozó módszertant is. A vizsgálatban nyújtott segítségért köszönet illeti Sólyom Andreát, aki a terepmunkát irányította, illetve Kapitány Balázst, aki a turistákra reprezentatív minta kialakításában nyújtott értékes segítséget.

Szakirodalmi áttekintés: etnicitás és turizmus Székelyföldön

A székelyföldi turizmussal kapcsolatos turisztikai, antropológiai és szociológiai szakirodalom egyik fő kérdése az etnicitás, a székelyföldi régió tömbmagyar jellegének, kulturális különállóságának a szektor fejlesztésében betöltött (lehetséges) szerepe, kiaknázhatósága vagy épp a turizmus helyi közösségekre gyakorolt hatása.

Annak ellenére, hogy eddig a Székelyföldre érkező turisták nemzeti-ségi hovatartozásáról (kutatásunkig) nem álltak rendelkezésre pontos, megbízható adatok, a legtöbb hazai szerző ténynek tekintette azt a megállapítást, hogy a székelyföldi turizmus elsősorban a magyarországi küldőpiacra támaszkodik. Nagy (2011: 88) az országos statisztikai adatokra (a román határt átlépő magyar turisták száma 2007-ben) és ugyanebben az időszakban a Hargita és Kovászna megyei szálláshelyekre bejelentkezett turisták számára és egyéb „finomító” tényezőkre alapozva a Székelyföldre érkező magyar turisták arányát 60%-ban határozta meg. Hasonlóan a magyarországi piac elsődlegességét és a székelyföldi turizmus etnikai jellegét hangsúlyozza Horváth (2010a, 2010b) is. Szerinte ez a trend az *etnikai turizmus* fogalmával írható le leginkább.

Etnikai turizmus

Az etnikai turizmus jelenségének külföldi szakirodalma igen gazdag. A fogalom első használata Smith-hez (1977) köthető, aki szerint fő vonása a bennszülött, egzotikus népek és szokásaik iránti érdeklődés. Későbbi szerzők (Harron-Weiler 1992; Yang 2007) úgy határozzák meg az etnikai turizmust, mint olyan utazást, amelyet a más etnikai vagy kulturális háttérrel rendelkező csoportokkal való közvetlen, autentikus, sokszor bensőséges kapcsolat kialakítása motivál. Kiemelik a fogadó kultúra közvetlen megtapasztalásának fontosságát, helyi szokások, rituálék, táncok és más eseményeken való

részvételt, a kulturális egzotikusság élményét, amelyek legtöbbször a pre-modern, kevésbé fejlett vidéki társadalmakat jellemzik (Yang, 2007).

Mások a fogalmat kiterjesztik olyan helyzetekre is, amikor a turista rokonait, ismerőseit látogatja meg, vagy saját etnikumát kívánja felfedezni más területeken (King 1994; Pitchford 1995). Szerintük ebben az esetben az elsődleges motiváció az etnikai újraegyesülés, a gyökerekhez való visszatérés, a saját etnikum átéltése. Horváth Alpár (2010a: 82) szerint közép-kelet-európai kontextusban az etnikai turizmusnak ezen második formája a hangsúlyos. Ez esetben a turistaáramlás során a küldő és fogadó területek lakói között létezik egy közös etnikai vagy nemzeti identitás, jellemző valamiféle összetartozás-tudat, mindkét fél számára azonosak a történeti és kulturális szimbólumok. Ebben a megközelítésben beszélhetünk Székelyföldön, de Erdély egészében is etnikai turizmusról, illetve Székelyföldről mint etnikai turisztikai régióról.

Az etnikai turizmus kialakulásának jellegzetességeiről többek között Szeljak György (2002) tanulmánya ad képet. A szerző a mexikói maja indiánok kapcsán mutatja be azt, hogy a nyolcvanas évektől kezdődően hogyan válik egyre hangsúlyosabbá az etnikai, kulturális sokszínűség az ország turisztikai kínálatában, amely során a mexikói őslakos indián közösségek váltak az etnikai turizmus első számú célpontjává, mindez pedig a bennszülött indiánokról élő turistamítoszokra alapozott. A modern világban nap mint nap tapasztalt elidegenedés, kulturális elkülönülés ellenében az etnikai turizmus a globalizációval eltűnő romantikus tradíció megtalálását ígéri, azokra a természeti és közösségi viszonyokra reflektálva, amelyek a modern ember számára már eltűntek, és vissza nem hozhatók. Ez a fajta mítosz olyan fogalmakra épül, mint az autenticitás, a természetközelség, a társadalmi és természeti viszonyokban megmutatkozó szakralitás, a morális rend, a közösségi szolidaritás, a nyugalom, a béke, a boldogság (Szeljak 2000: 202). A mai indián közösségek természetesen a legtöbb esetben már nem felelnek meg ezen leírásnak, viszont a mítosz fenntartására különböző turisztikai prospektusokon, képeslapokon továbbra is a tradicionális, ősi indián kultúra elemei jelennek meg. Emellett a turisták is közrejátszanak a mítosz fenntartásában, a legkeresettebb képeslapok azok, amelyek a legtradicionálisabb képet festik, a fényképek is akkor értékesek, ha megerősítik az oda utazó előzetes elvárásait. A helyiek gyorsan felfedezték az etnikai másságban rejlő potenciált, a maják és a maja kultúra tradicionális elemei felértékelődtek, értékesíthető áruvá alakultak, a régiót mint az autentikus „indiánok földjét” mutatták be a turistáknak.

Etnikai turizmus Erdélyben, Székelyföldön

Az etnikai turizmus jelenségének mikroszintű vizsgálatára az Erdélybe, Székelyföldre való utazás motivációinak, a magyarországi turisták szemében élő „Erdély-kép” kialakulásának leírására, feltárására több szerző vállalkozott. Feischmidt (2005: 7) szerint a magyarországi turista szemében alapvetően két Erdélyről, erdélyi magyarságról kialakított kép él. Az egyik az igazi, ősi magyar földként és autentikus magyar kultúrát őrző, igazi magyarokként láttatja Erdélyt és az erdélyieket, a másik Erdélyt viszont távoliség, másság, elmaradottság, civilizálatlanság, természetközelség jellemzi. Ebben az esetben a paraszti társadalom idilli képe rajzolódik ki előttük. Ezen diskurzusok bizonyos reprezentatív, sokszor megteremtett helyek, objektumok kiemeléséből, felmutatásából merítik legitimitásukat (Feischmidt 2005: 8–9). Több tanulmány ezen autenticitást tükröző helyek megkonstruálásának és ezen diskurzus lokalizálásának a gyakorlatát írja le.

A folyamat egyik jó példája a gyimesi *Ezer éves határ* beépülése a magyar etnikai és nosztalgiauturizmus repertoárjába. Ez azon helyek egyike, ahol az egykori Nagy-Magyarország határait még ma is olyan helyen találjuk, ahol a magyarság többségben él. Illyés (2005: 45) szerint ez egy olyan szimbolikus sűrűsödési pont, ahol a nagy-magyar narratívák mellett „román és helyi vallási olvasatok is léteznek”, amelyet kisajátítási diskurzus és emlékezetversengés is jellemez. A szerző szerint ez az örökségreceptió szelektív és önkényes, kialakításában leginkább a helyi elit, illetve a turisztikai irodák vesznek részt. Ez a kép a gyimesi csángóságot kulturálisan megőrző, őrt álló szerepben ábrázolja.

Egy másik hasonlóan szimbolikus pont a csíksomlyói pünkösdi búcsú. Vörös Gabriella (2005) tanulmánya arra az egyre hangsúlyosabb jelenségre mutat rá, ahogyan a csíksomlyói búcsúból és zárándoklatból egyre inkább nemzeti ünnep, nemzeti zárándoklat válik, az ünnepi gyakorlatba egyre inkább megjelennek és beépülnek különböző nemzeti szimbólumok. A magyarországiak számára a búcsú rítusában a performatív gyakorlat és szimbolikus reprezentáció egyaránt fontos, a formai elemek megmaradnak, viszont megváltozik a tartalom és a rítus reprezentatív funkciója. Az ünnep retorikájának egyik központi fogalma az „összmagyarság”, amely azt az üzenetet fogalmazza meg, hogy a búcsú nemcsak a helyi magyarok

ünnepe, hanem „kulturális értelemben a magyar nemzet politikai határokától független történeti egységét is megjeleníti (Vörös 2005: 77).

Feischmidt szerint a magyarországi turisták fejében élő idealizált Erdély-kép a hetvenes nyolcvanas évek táncház-mozgalmának kapcsán kezdett kibontakozni. A mozgalomban részt vevő és Erdélybe látogató turisták a tiszta, ősi, autentikus, igazi magyarságot keresték a határon túl. Később, a turizmus tömegessé válásával és az országhatárok felszabadulásával egyre többen, főként családoso, a falut megismerni, pihenni akarók is érkeztek, akik viszont ugyanúgy azokat a látványosságokat keresik fel leginkább, amelyek különböző csatornákon (kalauzok, idegenvezetők, helyiek ajánlása) a nemzeti örökség részeként jelennek meg (Feischmidt 2005: 12–13). Ezért vonja le Szilágyi (2004) azt a következtetést, hogy az erdélyi turizmus az örökségturizmusra való specializáció útján halad a népi örökségre és az épített történelmi emlékekre fókuszálva. Feischmidt szerint az örökségturizmus egy speciális esetéről, az etnikai turizmusról beszélhetünk, amelynek szerinte a legfontosabb motivációja „az etnikai és kulturális azonosság és az autentikus nemzeti létezés megtapasztalása utáni vágy” (Feischmidt 2005: 14). A magyarországi turisták által leginkább kedvelt erdélyi településeken még nem jelentek meg a modernitásnak bizonyos elemei, amelynek hatására egy olyan utópisztikus kép alakul ki a turista szemében, amely a háttére azon látványosságoknak, amelyek „a magyar nemzeti történelem és örökségnarratíva üzenetét hordozzák” (Feischmidt 2005: 14).

Az autenticitás fogalmáról a nemzetközi szakirodalomban különböző nézetek láttak napvilágot. A legtöbben olyan fogalmakkal társítják, mint eredeti, egyedi, igazi, valódi, ősi, tradicionális, és sokan az etnikai és kulturális turizmus fejlődésének legfontosabb kritériumaként tekintenek rá (Yang 2007). Wang (1999) szerint az autenticitás turisztikai élményét három különböző irányból lehet megközelíteni. Az objektivisták nézőpontja szerint az autenticitás közmegegyezésen alapuló, objektíven meghatározható jellemző, amelynek értékelésére objektív kritériumok állnak rendelkezésünkre. Ezzel szemben a konstruktivisták megközelítése szerint az autenticitás relatív, társadalmilag megkonstruált, kontextusfüggő, sokszor ideologikus és folyamatosan változó fogalom. A harmadik, a posztmodern megközelítés a „hiper-reális” fogalmát használja annak leírására, hogy a megrendezett, megjátszott „valóság” mint autenticitás már-már jobb, mint az eredeti, ezért a valódi és a másolat közötti határ sokszor elmosódik. Bármelyik megközelítést is fogadjuk el, az Erdélybe utazó magyar

turisták elsődleges motivációja ezen autenticitás, az igazi magyarság, a természettel összhangban élő, tradicionális értékeket még őrző emberkép keresése.

Ezen autentikus Erdély-kép kialakítására igen nagy hatást gyakorol a média, a politikum és természetesen a különböző turisztikai közvetítő csatornák, mint honlapok, útikalauzok, turisztikai irodák ajánlatai, reklámjai. Sebestyén (2005: 59) a magyar turisztikai irodalom Erdély-képének vizsgálata során arra a következtetésre jut, hogy a rendszerváltás után megjelent magyarországi útikalauzok retorikája, hangvétele a kommunista időszakra jellemző objektív tömör stílussal szemben jelentősen emotívabb, erőteljesen hangsúlyozza az Erdély iránti szeretetet, lelkesedést. Ilyen tekintetben hasonlóságot mutat a háború előtti, hasonlóan Erdélyt idealizáló könyvekkel. Emellett a szerző az interneten megjelenő, illetve a turisztikai irodák által láttatott Erdély-képet is megvizsgálta. A megjelenő tartalom mindkét esetben megerősíti a fent leírt attitűdöket, az Erdélyről szóló honlapok nagy része nem kizárólag turisztikai szempontból foglalkozik Erdellyel, jelentős részük útleírás, utazási ajánlat, amelyekben kevésbé konkrét, szubjektívebb hangvételű leírások is találhatók.

Székelyföld elektronikus médiában való megjelenésével Nagy (2011) is foglalkozik. Azt vizsgálja, hogy hogyan, milyen témák kapcsán jelenik meg a régió különböző internetes tartalmakban, és hogy a fontosabb székelyföldi városok, fürdővárosok honlapjain mennyire erőteljes a székelyföldiség kihangsúlyozása, milyen székelységet reprezentáló szimbólumok jelennek meg, mennyire marketingorientáltak az oldalak. Az eredmények azt mutatják, hogy a Székelyföld címszóra a Google kereső első 100 találatának többsége, körülbelül egyharmada politikai jellegű téma, míg a turizmussal kapcsolatos találatok 14 százalékot tesznek ki. Emellett nem elenyésző (18%) a különböző székelyföldi közös kezdeményezésekkel, együttműködéssel kapcsolatos találatok száma (amelyek a régió egységes arculatát erősíthetik) sem. A vizsgált internetes tartalmak 90 százaléka pozitív vagy semleges hangvételű. A kritikát megjelenítő írások leginkább hazai, román forrásúak. Érdekes továbbá az a tény, hogy a román nyelvű, székelyföldről szóló tartalmak majdnem kizárólag politikai, sokszor negatív töltetű írások (Nagy 2011: 155–156). A helyi önkormányzatok honlapjainak vizsgálata kapcsán az az egyik fontos következtetés, hogy azok turisztikai tartalma és szimbólumai csak korlátozottan utalnak a Székelyföldhöz tartozásra, a székely identitásra (Nagy 2011: 156).

Székelyföldi turizmusfejlesztés és etnicitás

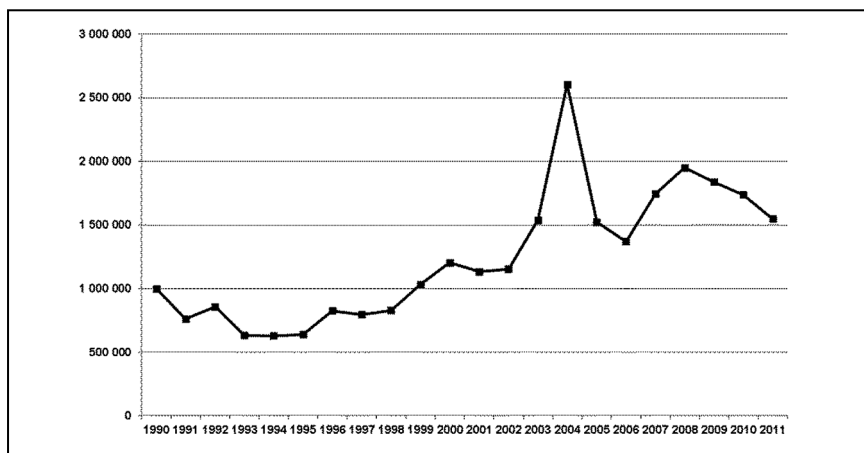
Az utóbbi években két átfogó munka született a székelyföldi turizmus fejlesztésével kapcsolatban (Nagy 2011; Horváth 2010a). Mindkettő a székelyföldi területi fejlődés egyik fontos részének tekinti a turizmust. Horváth azt vizsgálja, hogy a helyi turizmuspolitika kialakítása során miként lehet érvényesíteni az etnikai-nemzeti kisebbség kultúrájának sajátosságait, tehát a gazdasági szempontok mellett hogyan építhetők be a kisebbségi kultúra megmaradását és fejlődését biztosító elemek a turizmusfejlesztésbe (Horváth 2010a: 55). Meglátásában a turizmuspolitikát elsősorban a fogadóterület szempontjából kell értelmezzük, így annak tárgya tulajdonképpen a turizmus feltételrendszerének alakítása. Ehhez világos cél-, eszközrendszer és az ezeket integráló intézmények megléte szükséges, amelyek komplex módon összefonódnak az etnicitással, kisebbségvédelemmel és a regionalizmussal. Horváth szerint a helyi autonómia egy bizonyos szintje mellett az etnocentrizmus már beépülhet a turizmuspolitika célrendszerének kialakításába, és célirányos források is biztosíthatóak számára. Decentralizált turizmusfejlesztésre és így a kulturális, etnikai jegyek turizmuspiaci hasznosíthatóságára tehát területi autonómia nélkül is van lehetőség (Horváth 2010a: 76).

Ilyen kontextusban Horváth szerint az etnicitásnak kettős jelentősége lehet a turizmusfejlesztésben. Egyrészt az „etnikai turizmus konjunktúráját” (Horváth 2010a: 81) lehet hasznosítani, kiaknázva a magyarországi turisták fentebb bemutatott érzelmi alapú utazási döntéseit. Másrészt a belső, romániai piac, illetve más külföldi piacok felé a régió kulturális másságát mint specifikumot lehet felmutatni. Mindezek kapcsán a szerző a kisebbségi turizmusfejlesztés két további pozitív aspektusára is felhívja a figyelmet. Egyrészt a hazai közéleti diskurzusban a jelentős számú magyarországi turista kapcsán érvként hozható fel az etnikai turizmus, amelynek hiányában jelentős haszontól esne el az ország. Másrészt, ha a belföldi piacon az etnikai jelleget specifikumként, értékként lehetne felmutatni és érvényesíteni, akkor ez a többségi nemzet körében a másság megismerését, elfogadását és az érdekvédelem kedvezőbb fogadtatását segítheti.

Hasonló esetre más kelet-európai országokban is akad példa. A délkelet-lengyelországi lengyel–ukrán határ közelében élő ukrán kisebbség és a többség viszonyát a történelem során számtalan konfliktus jellemezte.

Lengyelország Európai Unió csatlakozásával és a neoliberális gazdasági nézetek előretörésével, valamint a régió elmaradottságának, vidékies jellegének és az etnicitás fontosságának köszönhetően a régió az etnikai turizmus igen fontos bázisává vált, ami az etnicitás újradefiniálásával járt együtt (Buzalka 2009: 374–391). A régió Lengyelország legelmaradottabb területe, erőteljesen rurális jellegű, dominánsan kisparcellás mezőgazdasággal, amely az autentikusság képzetét sugározza a potenciális turisták felé. Buzalka tanulmánya azt mutatja be, hogy a lengyelországi ukrán kisebbségnek az egyik tradicionális közösségi ünnepe miként válik egyik évről a másikra egy kis helyi megemlékezésből a lengyelországi multikulturalizmust, multietnikus jelleget országosan és Európa-szinten reprezentáló eseményévé, és hogy ez miként hatott a helyi ukrán kisebbség a többség vagy legalábbis a hivatalos szervek általi megítélésére. Az esemény Lengyelországnak az Európai Unióhoz való csatlakozását követő évben jóval nagyobb nyilvánosságot kapott, mint korábban, a lengyel hivatalos szervek diskurzusaiban pedig a helyi ukránok a társadalom egyik értékes csoportjaként jelentek meg. Az eset jól példázza, miként aknázható ki turisztikai célokra egy közösség kulturális mássága vagy multietnikus jellege és fordítva: az etnikai turizmus hogyan járul hozzá a többség kisebbséghez való viszonyának alakulásához.

A jelenlegi helyzet viszont azt mutatja, hogy Székelyföld mint egységes turisztikai desztináció csak a magyarországi piacon létezik. A romániai piacon a régió csak most kezd megjelenni egységesen Székelyföld név alatt (Horváth 2010a: 79). A székelyföldi etnikai turizmus kapcsán azonban a szerző, tereptapasztalataira és az utóbbi időben észlelhető trendekre alapozva felhívja a figyelmet arra, hogy a csupán a magyar piacra támaszkodó turizmus ingatag lábakon áll. Ennek egyik szemléletes példája, hogy a 2004-es kettős állampolgárságról szóló népszavazást megelőző kampány és annak végkimenetele hatására jelentős volt a magyarországi piacról érkező forgalomcsökkenés. Amíg 2004-ben a Magyarországról érkező turisták száma elérte a 2,6 milliót, addig 2005-ben 1,5 millióra, 2006-ban pedig 1,3 millióra csökkent.

3. ábra. A Romániába érkező magyarországiak száma 1990 és 2011 között

Forrás: INS, saját szerkesztés

Az etnikai turizmus konjunktúrájának másik negatív hatása, hogy a kisebb turisztikai vállalkozások elhanyagolták a más piacok felé nyitást, megelégedtek a magyarországi piaci jelenléttel (Horváth 2010a: 86). Az utóbbi időben viszont a magyarországi piac stagnálásának hatására egyre több szállásadó fejezi ki a román piac felé nyitás szükségességét is.

Erre épül Horváth egyik fő következtetése: az egyetlen piactól és egyféle turisztikai terméktől függés fenntarthatósága megkérdőjelezhető. Különösen olyan körülmények között, amikor a térség egyedi természeti adottságai megengedik a nem kulturális turisztikai termékek fejlesztését is. Ilyen potenciális terület lehet a gyógyturizmus (utóvulkáni működések, ásványvizek gyógyító hatásának köszönhetően), a falusi vagy agroturizmus, aktív turizmus vagy épp az ökoturizmus. Mindez természetesen megfelelő infrastrukturális, környezeti beruházásokat, a szolgáltatáskultúra fejlődését és egy koherens desztinációs marketingtevékenységet feltételez (Horváth 2010b: 19–21). Az így kialakult, részben az etnikai turizmusra építő fejlődés, az egységes Székelyföld mint turisztikai desztináció a helyi székely–magyar identitás megerősödéséhez vezethet, hozzájárulva a közösség hosszú távú megmaradásához.

Az etnikai turizmusnak azonban nem csak pozitív hatásai lehetnek. Több külföldi szerző (Wu 2000; Leepreecha 2005; Yang 2007) a számos pozitívum mellett felhívja a figyelmet a jelenség negatív vetületeire is.

Leepreecha egy tajvani etnikai közösség példáján keresztül hangsúlyozza, az etnikai turizmus annak ellenére, hogy jelentős gazdasági haszonnal jár és az adott kisebbség elismeréséhez nagymértékben hozzájárulhat, fokozatosan megbontja a közösség egységét, árt a környezetnek, felszínes interakciókat hoz létre az érintettek között, amelyet a szerző „megjátszott autenticitásnak” nevez. Szerinte egy etnikai közösség minél nagyobb mértékben foglalkozik a turizmussal, annál inkább erodálódik a tradicionális életvitele is (Leepreecha 2005: 15).

Wu (2000) egy kínai multietnikus régióban virágzó etnikai turizmus kapcsán teszi mérlegre a pozitívumokat és negatívumokat. Egyrészt a célterületen élő lakosság életkörülményei jelentős javuláson mentek keresztül, fejlődött az infrastruktúra, diverzifikálódott a helyi gazdaság, új szolgáltatások és iparágak jelentek meg. Emellett jelentősen megerősödött az érintett kisebbség etnikai identitása, büszkesége, felértékelődött a kultúrája. Mindemellett azonban az etnikai turizmus több szempontból mély nyomokat hagyott a közösségek tradicionális kultúrájában, életmódjában. A tradicionálisan vendégszeretetükről híres helyiek nagy része mára már egyszerű pénzszerzési lehetőségként tekint az idegenekre, a lehető legtöbb dolgot áruba próbál bocsátani, és a jószívű fogadtatás mögött már más indokok állnak. Emellett olyan tradicionális értékek, mint a kemény munka, kitartás, szorgalom, elkötelezettség erodálódni kezdenek, a közösség ősi hagyományai, szokásai sok esetben jelentőségüket veszítik, és főleg a fiatal generáció esetében már csak azok turisták számára való bemutatása, „eljátszása” a cél (Wu 2000).

Az adott etnikai közösség kultúrájának kommodifikációját és degradálódását több szerző is negatívumként emeli ki, amely szorosan kapcsolódik a turisták részéről jelentkező autenticitáskereséshez (Yang 2007: 32).

Székelyföld turisztikai marketingje

Nagy Benedek Székelyföld regionális fejlődését a helymarketing, turisztikai marketing szempontjából vizsgálja. Felméri Székelyföld mint turisztikai régió önmeghatározásának, turisztikai imázsának elemeit és számba veszi a fejlesztési lehetőségeit.

Szerinte mindennek az alapját a helyi közösségben meglévő közös, valamilyen szinten másoktól elkülönülő identitástudat képezheti, amely kapcsán a szerző megállapítja, „a székelység érzékelhető, etnikumokra jellemző, nemzeti közösséghez hasonló karakterisztikával rendelkezik”, amely nagymértékben segíti egy különálló székelyföldi régiómarketing létrejöttét az erdélyi és romániai imázs- és marketingprogram mellett és attól elkülönülten (Nagy 2011: 102). Székelyföldön léteznek olyan jelképek és nevezetességek, amelyek megjelennek mind a turisták, mind a vendégfogadók mentális térképén, és amelyek felhasználhatóak, megjeleníthetők különböző reklámüzeneteken.

Néhány, a székelyföldi turizmus témájában készült kutatás adatait összegezve a szerző azt a következtetést vonja le, hogy a magyarországi turisták Románia-képe jóval pozitívabb, mint más külföldi turistáké, amely egyértelműen a bennük élő Erdély- és Székelyföld-képnek tudható be. A magyarországi turisták motivációja Nagy szerint is (habár különböző kutatások adatai a természeti szépségeket nevezik meg elsődlegesnek) etnikai-nemzeti természetű. Szerinte azért működőképes a Magyarország-ról Székelyföld, Erdély felé irányuló turizmus „mert egyféleképpen hasonlít az amerikai élményre: habár sokat olvasott és relatív sokat tud egy magyar középosztálybeli Erdélyről és az azt övező történelmi-politikai hányattottságról (...) még sokan közülük nem voltak itt, nem tudják, mit fognak látni” (Nagy 2011: 112). Emellett a közös nyelv és kultúra is komfortérzetet nyújt egy ide látogató magyarországi turistának. A szerző szerint habár a táj is jelentős vonzerőt képez, mégis inkább egyelőre „háttérdekoráció”-ként funkcionál, mivel még nem épültek ki olyan minőségű szolgáltatások a régióban, amelyek segítségével a turista az igazi természetközelséget megtapasztalhatná.

Tehát jelenleg a székelyföldi marketing tudatosan kreált motívuma nemzeti-etnikai-folklorisztikus irányba mutat leginkább (Nagy 2011: 167). Ennek kapcsán a szerző megvizsgálja néhány nyugat-európai történelmi etnikai-kulturális régió turisztikai marketingstratégiáját, -üzeneteit, és ebbe a kontextusba próbálja helyezni Székelyföldet.

Általánosságban elmondható, hogy az európai régiómarketing (szemben a tengerentúlival) kevésbé jelenik meg a márkaépítés piacorientált formájában, gyakran nélkülözi a tervezettséget. Kommunikációs tevékenységükbe gyakrabban épül be a nemzeti, etnikai karakter is. A szerző által vizsgált európai régiók: Korzika, Wales, Katalónia és Dél-Tirol, amelyek tapasztalatából levonja azt a következtetést, miszerint minél elszigeteltebb

és gyengébb egy régió történelmi-földrajzi megkülönböztethetősége, anélkül inkább használja a nemzeti adottságokat a régió marketingjében.

Korzika például mint sajátos kulturális, nyelvi régió nagyon kis mértékben támaszkodik marketingkommunikációjában az etnikai, kulturális, nyelvi sajátosságokra. Ezzel szemben Franciaország egy másik történelmi, kvázi etnikai, nyelvi régiója, Provence esetében megjelennek olyan elemek, amelyek már egy majdnem feledésbe merült helyi hangulatot keltenek életre.

Katalónia turisztikai marketingje sokszínű, amelynek markáns eleme a kultúra, viszont ezeknek nagyon kismértékű a katalán kötődésük, nehezen fedezhető fel a katalán identitás, maguk a katalánok nem részei az üzenetnek.

A Székelyfölddel történelmileg sok hasonlóságot mutató Dél-Tirol régiómarketingjében sem mutatkozik erős etnikai, nemzeti hangsúly. A tájképi elemek és a történelmi-kulturális hagyományok összefonódására épülő kommunikációban nagy szerepet kapnak a helyi mítoszok, legendák, amelyek legtöbbször tájelemekhez, különleges felszíni formákhoz kötődik, kevésbé jelennek meg a nemzeti, történelmi témák (Nagy 2011: 63–64).

Az európai etnikai turisztikai régiómarketing másik példája Wales, amelynek jellegzetessége, hogy a belső piacok felé semlegesebb képet mutat, míg más, tengerentúli piacok felé jobban kiemelik a megkülönböztető kulturális jellemzőiket. Például az Egyesült Államokba készült prospektusok 60%-a hordoz magán walesi történelmi-kulturális szimbólumot, míg az Angliába készült anyagoknak csak 18%-a (Pritchard–Morgan 2001: 173). A külföldre szánt walesi népszerűsítő anyagokon nagy hangsúllyal jelennek meg különböző kelta elemek, nemzeti mítoszok, legendák, és előszeretettel használják a walesi nyelvet mint az egyik legfontosabb megkülönböztető tényezőt.

A bemutatott nyugat-európai eseteket a szerző a szerint osztályozza, hogy a nemzeti témák, szimbólumok használata mennyire hangsúlyos a marketingkommunikációban – legsemlegesebb régióknak Korzika és Katalónia számít, míg a szerző szerint a másik oldalon Wales mellett Székelyföldet találjuk. A székelyföldi tervszerű, összehangolt márkáépítés, tudatos piactervezés, szolgáltatásfejlesztés hiánya mellett nyilvánvaló az, hogy az itthoni márkáépítés a kommunikációban jóval nemzetibb, a székely nemzeti szimbólumokra jóval nagyobb mértékben alapoz, mint más nyugat-európai etnikai-kulturális turisztikai régiók.

Nagy javaslata szerint a székelyföldi „brandet” a természet és az ember kapcsolatára kell építeni, amelynek alapja nemcsak a táji és kulturális látványosság, hanem a székelyföldi emberek sajátos kapcsolata a természettel, életmódja, évszázados tapasztalata. A termék fő vonzereje tehát „a természetiség és az autentikus ruralitás keveréke” (Nagy 2011: 177). A székelyföldi turisztikai termék piacának szegmentálása kapcsán a szerző is azon a véleményen van, hogy a már meglévő, ide látogató magyarországi célréteg mellett célszerű lenne más turistákat is Székelyföldre vonzani, akik fogékonyak a kialakított ökoturisztikai termékre. Nagy ezt a piacot a nyugat-európai német nyelvterületben látja, ezen belül is olyan középosztálybeli szegmensekben, akik többnyire gyerektelen vagy már felnőtt, gyerekeik nélkül utazók, többirányú, nem tömegturisztikai érdeklődésűek (Nagy 2011: 179). A német középosztálybeli réteg mellett, hogy jelentős utazókultúrával rendelkezik, nagyobb érdeklődést mutathatna a kisebbségi, etnikai és az erdélyi helyzet iránt is. Emellett, a walesi példát követve, másfajta üzenetekkel a romániai piacon is sikerrel lehetne népszerűsíteni a régiót.

A székelyföldi turizmus fejlesztése szempontjából továbbá igen fontos dokumentum Hargita Megye Turisztikai Fejlesztési Stratégiája. A dokumentum a Hargita megyei turizmus SWOT-elemzésének erősségek fejezetében fontos helyet kap a természeti vonzerők mellett a megye lakosságának székely–magyar többsége, mint vonzó tényező a magyarországi turisták szemében, és mint az etnikai turizmus alapja. Emellett a székelyek–magyarok erős nemzeti-regionális identitása ugyancsak fontos erősséggént jelenik meg. A stratégiai terv víziója szerint Székelyföld aktív és ökoturizmusra épülő kínálatával Románia egyik legfontosabb turisztikai desztinációjává válhat. A dokumentumban kiemelt szerepet kap egy közös székelyföldi turisztikai brand kialakításának eszközeként a Kovászna és Maros megyével való együttműködés is. Ezáltal egy olyan turisztikai alrégió jöhetne létre, amely kulturálisan, nyelvileg, hagyományaiban elkülönül más romániai turisztikai régióktól, így egy önálló turisztikai desztinációként jelenhetne meg a piacon.

A székelyföldi turizmus számokban: az ágazat dinamikája és Románián belüli súlya

A jelen munka további részében a már említett empirikus adatokra támaszkodva próbáljuk feltárni a székelyföldi turizmus jellemzőit, és így módon hozzájárulni az előbbiekben vázolt ismeretanyag bővítéséhez, esetleg újragondolásához. Ebben fejezetben a nemzetközi és az országos statisztikai adatok alapján megvizsgáljuk egyrészt a turizmus gazdasági súlyát Romániában és az egyes megyékben, másrészt különböző turisztikai mutatószámok alapján elhelyezzük a székelyföldi megyéket az ország turisztikai térképén.

Románia helye a globális és európai turizmusban. Az ágazat dinamikája és trendjei

Mielőtt a székelyföldi turizmust a konkrét számok tükrében vizsgálnánk, elengedhetetlen, hogy tágabb kontextusban szót ejtsünk a globális és európai turizmusban tapasztalható trendekről, az ágazat dinamikájáról, továbbá Románia ebben elfoglalt helyéről és betöltött szerepéről.

A Turisztikai Világszervezet becslése szerint a turisztikai szektor a világ bruttó hazai össztermékének közel 5 százalékát teszi ki, és emellett közvetlen vagy közvetett módon a munkahelyek 6–7 százalékáért felelős. A szektor továbbá 2011-ben több mint 3,4 milliárd dollár exportból származó bevételt termelt naponta, így a javak és szolgáltatások exportjának 6 százalékát adta világszerte.⁶

6 UNWTO Tourism Highlights 2012.

A globális turizmus dinamikáját az elmúlt években a nyugati világban folytatódó gazdasági stagnálás ellenére erőteljes növekedés jellemezte: a 2009-ben tapasztalt 4 százalékos visszaesést követően a nemzetközi turistaérkezések 2010-ben 6 százalékkal, míg 2011-ben 4,6 százalékkal növekedtek. A Turisztikai Világszervezet számításai szerint a növekedés az elkövetkező években is folytatódik, és 2012-ben a nemzetközi turizmusban résztvevők száma átlépi az egymilliárdot. Célrégiókat tekintve 2011-ben az összes turistaérkezés több mint fele európai országokba irányult. A második legfontosabb célrégió a folyamatosan bővülő Ázsia és csendes-óceáni térség, amely a világban utazó turisták 22 százalékát fogadta 2011-ben.⁷

Hosszabb távú előrejelzések azt mutatják, hogy a 2010 és 2030 közötti időszakban a nemzetközi turistaérkezések évente átlagosan 43 millióval növekednek majd, és a periódus végére eléri az 1,8 milliárd látogatót. A növekedés üteme viszont nem mutat egységes képet: a turistaérkezések várhatóan kétszer nagyobb ütemben növekednek majd a fejlődő országokban, amelynek következtében 2015-re ezen országok több turistát fogadnak majd, mint a fejlett világ országai, és 2030-ra már a turisták 58 százaléka választja célpontul Ázsiát, Dél-Amerikát, Közép-Kelet-Európát, a Közel-Keletet és Afrikát. Ez több mint egy milliárd turistát jelent majd évente.

Európán belül, a turistaérkezések számát tekintve, továbbra is megőrzi vezető helyét a kontinens déli és nyugati része, viszont az elkövetkezendő húsz évben a legnagyobb mértékű fejlődés Közép-Kelet-Európában lesz tapasztalható, 2030-ra a jelenlegi évi 95 millió ide látogató turista száma közel megkétszereződik. Emellett ez a régió képes lesz ebben az időszakban a világpiaci részesedését ha nem is növelni, de a jelenlegi 10 százalék körüli szinten tartani, amíg a többi európai régió súlya jelentősen csökkenni fog.⁸

Ugyancsak a Turisztikai Világszervezet adatai szerint a közép-kelet-európai és balkáni régiókban Románia az egyik legnagyobb mértékben növekvő desztináció. 2010 és 2011 között a külföldről Romániába érkező turisták száma 12,8 százalékkal növekedett. Ezt a térségben csupán a szomszédos Moldova Köztársaság (17,9%), Észtország (16%), Macedónia (25,1%) és a kaukázusi országok növekedése haladja meg.⁹

7 UNWTO Annual Report 2011.

8 Tourism Toward 2030. Global Overview, UNWTO.

9 UNWTO Tourism Highlights 2012.

4. táblázat. Közép- és kelet-európai országok nemzetközi turisztikai forgalma 2009 és 2011 között

Ország	Nemzetközi turistaérkezések (1000 fő)			Változás (%)		Nemzetközi turizmusból befolyó bevételek (millió dollár)		
	2009	2010	2011	2010/09	2011/10	2009	2010	2011
Bulgária	5 739	6 047	6 324	5,4	4,6	3 728	3 637	3 967
Csehország	8 848	8 629	8 775	-2,5	1,7	7 013	7 121	7 628
Észtország	1 900	2 120	2 460	11,6	16,0	1 090	1 062	1 248
Horvátország	8 694	9 111	9 927	4,8	9,0	8 898	8 259	9 185
Lengyelország	11 890	12 470	13 350	4,9	7,1	9 011	9 526	10 687
Macedónia	259	262	327	1,0	25,1	218	197	239
Magyarország	9 058	9 510	10 250	5,0	7,8	5 631	5 381	5 580
Moldva Köztársaság	60	64	75	6,8	17,9	173	174	194
Montenegró	1 044	1 088	1 201	4,2	10,4	662	660	777
Oroszország	19 420	20 271	22 686	4,4	11,9	9 366	8 830	11 398
Románia	1 276	1 343	1 515	5,3	12,8	1 234	1 140	1 417
Szerbia	645	683	764	5,8	11,9	989	798	992
Szlovákia	1 298	1 327	1 460	2,2	10,1	2 336	2 233	2 429
Szlovénia	1 824	1 869	2 037	2,5	9,0	2 516	2 566	2 708
Ukrajna	20 798	21 203	21 415	1,9	1,0	3 576	3 788	4 294

Forrás: UNWTO Tourism Highlights 2012

A Turisztikai Világszervezet a fenti táblázatban bemutatott adatai a romániai szálláshelyeken regisztrált turistaérkezéseken alapulnak. Emellett a Román Statisztikai Hivatal határátlépéskor is regisztrálja az országba érkező külföldi állampolgárok számát. E két forrásból származó adatok természetesen jelentősen eltérnek egymástól, 2011-ben összesen 7 611 000 határátlépést regisztráltak, míg a szálláshelyeken csupán 1 515 000 külföldi állampolgárt. A határátlépéskor regisztrált adatok alapján a Romániába utazó külföldiek számának növekedése 2010 és 2011 között mindössze 1,5 százalékos. Az eddigi csúcspontot a 2008-as év jelentette 8 862 000 külföldi beutazóval (ez a 2002-es mélypontot jelentő 4 794 000 külföldi beutazás közel duplája), amihez viszonyítva 2011-re 14,1 százalékos visz-

százes tapasztalható. Ez a dinamika küldőországokként és -régióként eltérő, 2008 és 2011 között például több mint 20 százalékkal csökkent az Európai Unió országaiból, különösen a Magyarországról (-21%), Bulgáriából (-29%), Németországból (-27%), Olaszországból (-19%) érkezők száma. Ezzel szemben viszont szinte folyamatosan növekszik az Oroszországból (90%), Fehéroroszországból (54%), Portugáliából (194%) de még a Spanyolországból (9%) érkezők száma is. Azt is érdemes kiemelni, hogy a legtöbb küldőország esetében 2009 óta tapasztalható negatív trend 2011-re megfordult, és várhatóan 2012-ben is tovább folytatódik a pozitív irány.

5. táblázat. A legfontosabb küldőországokból és régiókból Romániába érkezők száma 2007 és 2011 között – határátlépéskor regisztrált adatok (ezer fő)

	2007	2008	2009	2010	2011	Változás 2010-2011	Változás 2008-2011
Összesen	7722	8862	7575	7498	7611	1,5%	-14,1%
Európa	7289	8410	7203	7098	7180	1,2%	-14,6%
<i>Európai Unió</i>	<i>4811</i>	<i>5566</i>	<i>4799</i>	<i>4456</i>	<i>4391</i>	<i>-1,5%</i>	<i>-21,1%</i>
Ázsia	212	224	171	195	211	8,2%	-5,8%
Észak- és Dél-Amerika	189	192	169	171	182	6,4%	-5,2%
Afrika	16	18	17	21	22	4,8%	22,2%
Ausztrália és Óceánia	14	16	14	13	15	15,4%	-6,3%
Magyarország	1743	1950	1836	1735	1546	-10,9%	-20,7%
Moldva Köztársaság	1110	1429	1043	1216	1330	9,4%	-6,9%
Bulgária	818	1115	877	786	797	1,4%	-28,5%
Ukrajna	720	730	724	672	648	-3,6%	-11,2%
Németország	473	522	443	395	381	-3,5%	-27,0%
Olaszország	398	433	375	331	352	6,3%	-18,7%
Törökország	284	303	258	265	271	2,3%	-10,6%
Lengyelország	191	277	223	238	250	5,0%	-9,7%
Ausztria	218	210	180	177	193	9,0%	-8,1%
Franciaország	184	183	150	131	153	16,8%	-16,4%

A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUS SZÁMOKBAN

	2007	2008	2009	2010	2011	Változás 2010-2011	Változás 2008-2011
Amerikai Egyesült Államok	139	137	119	117	123	5,1%	-10,2%
Oroszország	54	63	73	92	120	30,4%	90,5%
Egyesült Királyság	118	128	104	92	109	18,5%	-14,8%
Szlovákia	120	148	114	98	84	-14,3%	-43,2%
Görögország	104	118	90	71	83	16,9%	-29,7%
Izrael	105	96	76	81	83	2,5%	-13,5%
Csehország	110	135	101	80	80	0,0%	-40,7%
Hollandia	79	80	67	66	78	18,2%	-2,5%
Spanyolország	70	71	67	63	77	22,2%	8,5%
Fehéroroszország	47	37	43	57	57	0,0%	54,1%
Belgium	43	44	37	42	50	19,0%	13,6%
Portugália	16	16	20	47	47	0,0%	193,8%

Forrás: Román Statisztikai Hivatal (INS)

Az elmúlt évtizedben és, néhány év visszaesést követően, az elmúlt évben tapasztalt pozitív trendek ellenére az is látható, hogy összességében véve az országba érkező turisták száma és az ebből származó bevételek még mindig jelentősen elmaradnak a legtöbb szomszédos és térségbeli országétól. Európai Unió összehasonlításban az Eurostat adatai szerint Romániában a külföldi turisták által elköltött pénz 2010-ben 0,8 százalékkal járult hozzá az ország GDP-jéhez. Ez az érték az összes EU tagország között a legalacsonyabb volt, ami azt mutatja, hogy Romániában a turizmus (és elsősorban a külföldi turizmus) távolról sem tekinthető sikerágazatnak.

6. táblázat. A száz lakosra jutó vendégéjszakák Európa országában 2010-ben

Ország	Vendégéjszakák (millió)	Vendégéjszakák/100 lakos
Málta	7,6	1 824,6
Ciprus	13,8	1 718,3
Ausztria	103,9	1 241,1
Izland	2,9	924,7
Horvátország	37,0	836,2
Spanyolország	366,6	797,1
Olaszország	375,6	622,4
Franciaország	391,7	605,5
Görögország	66,8	590,9
Norvégia	28,5	587,5
Svédország	47,9	512,8
Hollandia	84,9	512,1
Dánia	27,1	490,4
Portugália	44,6	418,9
Szlovénia	8,4	409,9
Egyesült Királyság	253,3	408,4
Németország	325,5	397,9
Luxemburg	1,8	365,1
Finnország	19,3	359,8
Cseh Köztársaság	36,9	351,3
Észtország	4,7	350,8
Belgium	30,3	279,5
Bulgária	16,1	213,4
Magyarország	19,0	190,0
Szlovákia	10,2	188,8
Lengyelország	55,8	146,2
Lettország	2,8	126,1
Litvánia	2,8	83,9
Románia	16,0	74,4
Macedónia	1,3	61,7

Forrás: Europe in Figures. Eurostat Yearbook 2011, saját szerkesztés

Románia helyét az európai turisztikai térképen a száz lakosra jutó vendégéjszakák száma alapján is meghatározhatjuk. E mutató alapján is kirajzolódik a romániai turizmus alulfejlettsége – és nem pusztán a turisztikai nagyhatalmakhoz viszonyítva. A szomszédos Bulgáriához viszonyítva 2,8-szor, Magyarországhoz viszonyítva pedig 2,5-ször kevesebb vendégéjszaka jut 100 személyre. Az Eurostat összesítéseiben szereplő országok közül Románia egyedül Macedóniát előzi meg.

Az ország igen csekély turisztikai vonzereje az uniós szinten egyedülállóan gyenge infrastruktúrával, illetve a turisztikai szolgáltatások alacsony ár-érték arányával magyarázható. A következőkben ezt a képet országosan és a székelyföldi megyék szintjén is tovább árnyaljuk.

A turizmus gazdasági jelentősége Romániában

Ha el akarjuk kerülni azt, hogy a közvélekedésben megjelenő és a politikai retorika által gyakran erősített tételt ismételtessük – miszerint Székelyföld gazdasági kiugrási lehetősége a turizmus –, az ágazat gazdasági súlyára vonatkozó mutatókat kell keresnünk. Nem vagyunk könnyű helyzetben, hisz a Statisztikai Hivatal turizmusra vonatkozó adatai alapján nem tudunk erről képet alkotni. Országosan és regionálisan elsősorban meg kell néznünk a vendéglátásban (szállodákban és vendéglőkben) foglalkoztatottak, illetve az ilyen profilú cégek forgalmának az arányát. Ezt a romániai cégek adatbázisából megyei bontásban kértük le.¹⁰

10 Az adatbázist a Kvantum Research egy korábbi munkaerőpiacra vonatkozó vizsgálata során szerezte be. Adataink ezért nem a 2011-es, hanem a 2008-as pénzügyi évre vonatkoznak.

7. táblázat. A vendéglátásban (szállodák, vendéglők) tevékenykedő cégek forgalmának és a munkavállalóknak az aránya (2008)

Megye	Forgalom (md. RON)*	Ebből a vendéglátóipar	Alkalmazottak (ezer fő)	Ebből a vendéglátóipar
Constanța	37,5	2,04%	153,8	6,81%
Suceava	9,4	2,17%	65,4	5,33%
Brassó	31,9	1,45%	150,8	4,69%
Vâlcea	10,6	1,97%	60,8	4,33%
Bihar	15,9	1,62%	107,5	4,25%
Hargita	7,8	1,81%	58,4	4,21%
Krassó-Szörény	4,3	1,76%	36,6	4,13%
Kolozs	34,5	1,29%	165,8	4,11%
Temes	30,1	1,41%	172,1	4,02%
Kovácsna	4,8	1,82%	35,1	3,89%
Iași	16,5	1,76%	111,4	3,84%
Tulcea	4,1	2,12%	31,8	3,82%
Máramaros	9,3	1,59%	72,7	3,76%
Maros	13,4	1,66%	96,3	3,74%
Gorj	6,8	1,70%	51,5	3,64%
Neamț	8,6	1,71%	59,9	3,63%
Szeben	20,3	1,38%	107,4	3,58%
Beszetrce- Naszód	6,7	2,02%	41,2	3,52%
Szilág	5,0	1,30%	29,7	3,48%
Botoșani	4,7	1,54%	37,9	3,38%
Brăila	6,6	1,27%	53,4	3,17%
Prahova	32,3	1,02%	149,6	3,16%
Fehér	8,8	1,26%	59,7	3,11%
Vaslui	4,2	2,22%	38,0	3,09%
Hunyad	11,0	1,54%	84,1	3,07%
Teleorman	3,9	1,64%	28,4	3,04%
Bákó	13,1	1,25%	76,8	3,00%
Arad	14,7	0,99%	95,0	2,94%
Bukarest	330,8	0,93%	1110,0	2,90%
Szatmár	9,2	1,00%	62,5	2,82%
Mehedinți	4,4	0,88%	29,9	2,61%

A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUS SZÁMOKBAN

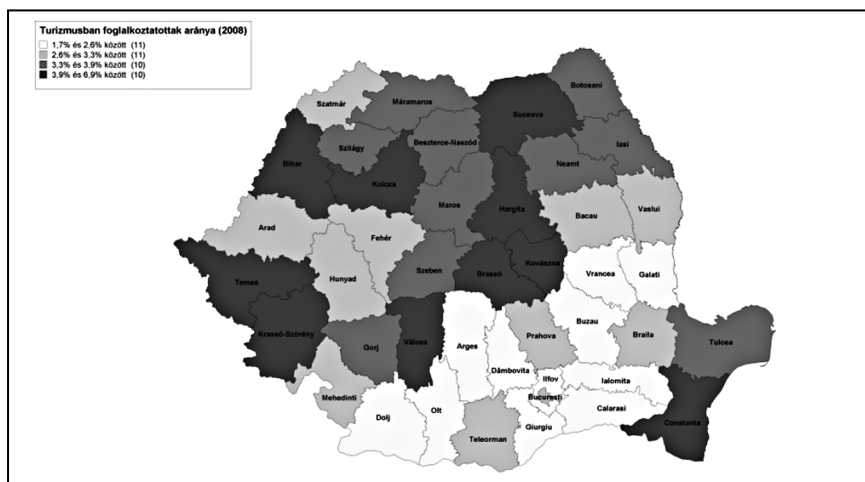
Megye	Forgalom (md. RON)*	Ebből a vendéglátóipar	Alkalmazottak (ezer fő)	Ebből a vendéglátóipar
Dolj	15,9	1,01%	94,1	2,56%
Galați	22,7	0,81%	103,3	2,53%
Ialomița	5,1	2,34%	28,1	2,35%
Dâmbovița	9,0	1,07%	49,3	2,31%
Argeș	28,1	0,61%	123,8	2,26%
Vrancea	5,0	1,05%	40,1	2,19%
Buzău	12,0	0,81%	59,5	2,17%
Giurgiu	5,5	0,77%	21,9	2,17%
Ilfov	50,8	0,60%	111,6	2,02%
Călărași	5,3	0,69%	29,5	1,82%
Olt	9,2	0,69%	47,4	1,71%
Összesen	890,1	1,16%	4141,9	3,36%

* 1 Euro = 4,237 RON (középfolyam 2009)

Forrás: Romániai cégek adatbázisa (ListaFirme Borg Design 2009), Saját számítás

Az adatok szerint 2008-ban a vendéglátóiparban tevékenykedők Románia szintjén az összbevétel 1,16 százalékát termelték, miközben az alkalmazottak 3,36 százaléka dolgozott ebben a szektorban. A megyék közötti erőssorrend megállapításában, úgy tűnik, nagyobb biztonsággal támaszkodhatunk a vendéglátásban foglalkoztatottak arányára. Ennek alapján jól kirajzolódnak az ország legfontosabb turisztikai célpontjai. A legmagasabb arányt Constanța megyében (tengerpart), Suceavában (bukovinai kolostorok), Brassóban (sielési lehetőség), Vâlcea megyében (Olt völgye), illetve Biharban (Felix-fürdő, Nyugati-Kárpátok találjuk). Hargita megye 4,2 százalékkal a hatodik, Kovászna megye 4 százalékkal a tizedik, míg Maros megye 3,7 százalékkal a tizennegyedik helyen található.

4. ábra. A vendéglátóiparban alkalmazottak aránya az összes munkavállaló között (2008)*



*Országos átlagérték: 3,4%

Forrás: Romániai cégek adatbázisa (ListaFirme Borg Design 2009), Saját szerkesztés

A Statisztikai Hivatal turizmusra vonatkozó adatai

A Statisztikai Hivatal havi és negyedévi rendszerességgel gyűjt adatokat (1) a fogadóegységek, (2) a férőhelyek, (3) a turistaérkezések, illetve (4) a vendégéjszakák számára vonatkozóan. Ezekre az adatokra alapozva próbálhatjuk meg vázolni (a) a turisztikai ágazat dinamikáját, (b) Székelyföld helyét Románia turisztikai térképén, (c) az egyes turisztikai desztinációk székelyföldi turizmuson belüli súlyát. Kísérletet tettünk arra is, hogy az adatok alapján egy összevont turisztikai mutatószámot, egy *turisztikai teljesítményindexet* megkonstruáljunk. Ez a mutatószám mind megyei, mind községszinten kiszámolható.

A statisztikai adatgyűjtéssel kapcsolatban megfogalmazható legfontosabb kritika, hogy nem teljes körű: csak a hivatalosan bejegyzett és számon tartott fogadóegységek kerülnek be a statisztikákba, így a turista-forgalom egy része (rokon és baráti látogatások vagy hivatalosan be nem jegyzett fogadóegységekben megszállók) nem jelenik meg.

A továbbiakban a három székelyföldi megye (Hargita, Kovászna és Maros) szálláskapacitásra, vendégforgalomra, vendégek származási helyére vonatkozó idegenforgalmi statisztikáit mutatjuk be, összevetve az országos adatokkal, majd egy saját számítású index létrehozásával az egyes megyék és települések turisztikai teljesítményét vizsgáljuk.

A fogadóegységekre és férőhelyekre vonatkozó statisztikák

A rendszerváltást követő első években Romániában mind a fogadóegységek, mind a férőhelyek száma csökkent. A rendszerváltáskor hivatalosan nyilvántartott 3213 fogadóegységből 1993-ra 2682 maradt. Ezt követően megkezdődött az emelkedés, 2010-re a fogadóegységek száma elérte az 5222-t. A férőhelyek tekintetében ettől eltérő dinamikát tapasztalhatunk. A rendszerváltást követően ennek a mutatónak az alapján drasztikusabb a csökkenés, és az (enyhe) növekedés is csak az ezredfordulót követően következett be. A férőhelyek tekintetében országosan egyetlen évben sem sikerült elérni az 1990-es szintet. Azt is kiemelhetjük, hogy 2011-ben mind a fogadóegységek, mind a férőhelyek tekintetében jelentős csökkenés következett be.

8. táblázat. A fogadóegység és férőhelyek számának alakulása Romániában és a három székelyföldi megyében (1990–2011)

	Fogadóegységek száma					Férőhelyek száma				
	Ro-mánia	Ko-vászna	Har-gita	Ma-ros	A három megye aránya	Romá-nia	Ko-vászna	Har-gita	Ma-ros	A három megye aránya
1990	3 213	55	238	110	12,5%	353 236	4 535	11 058	6 365	6,2%
1991	3 329	50	200	98	10,5%	312 407	4 391	9 695	4 606	6,0%
1992	3 277	50	203	103	10,9%	302 533	4 441	10 013	3 242	5,8%
1993	2 682	39	194	104	12,6%	293 036	4 065	9 745	3 635	6,0%
1994	2 840	44	178	96	11,2%	292 479	4 235	9 399	6 376	6,8%
1995	2 905	30	175	94	10,3%	289 539	3 477	9 399	6 835	6,8%
1996	2 965	30	168	98	10,0%	288 206	3 404	8 793	7 498	6,8%
1997	3 049	33	204	103	11,2%	287 943	3 536	9 200	7 077	6,9%
1998	3 127	34	221	103	11,4%	287 268	3 470	9 346	7 039	6,9%
1999	3 250	34	266	105	12,5%	282 806	3 463	8 952	7 128	6,9%

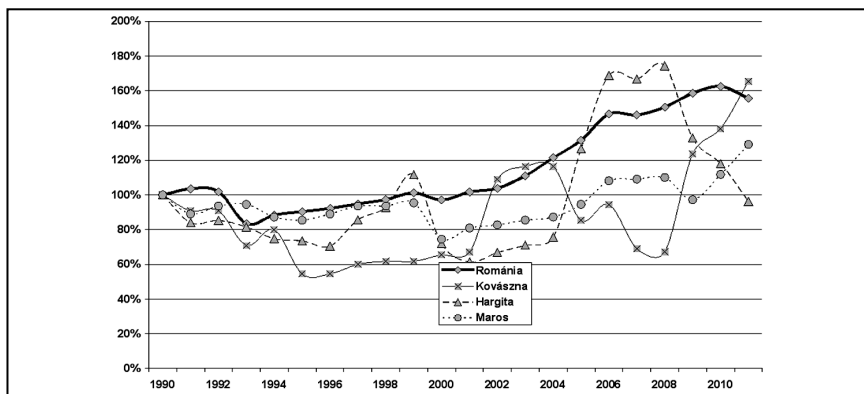
SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

	Fogadóegységek száma					Férőhelyek száma				
	Ro- mánia	Ko- vászna	Har- gita	Ma- ros	A három megye aránya	Romá- nia	Ko- vászna	Har- gita	Ma- ros	A három megye aránya
2000	3 121	36	171	82	9,3%	280 005	3 541	7 256	6 979	6,3%
2001	3 266	37	146	89	8,3%	277 047	3 571	6 552	7 482	6,4%
2002	3 338	60	159	91	9,3%	272 596	3 940	6 393	7 820	6,7%
2003	3 569	64	169	94	9,2%	273 614	3 929	6 185	7 188	6,3%
2004	3 900	64	180	96	8,7%	275 941	4 000	5 964	7 156	6,2%
2005	4 226	47	301	104	10,7%	282 661	3 664	7 644	6 201	6,2%
2006	4 710	52	402	119	12,2%	287 158	3 735	7 486	6 044	6,0%
2007	4 694	38	397	120	11,8%	283 701	2 592	7 063	6 138	5,6%
2008	4 840	37	415	121	11,8%	294 210	2 832	7 263	6 385	5,6%
2009	5 095	68	316	107	9,6%	303 486	3 293	6 428	5 854	5,1%
2010	5 222	76	281	123	9,2%	311 698	3 638	6 909	6 093	5,3%
2011	5 003	91	229	142	9,2%	278 503	4 050	6 759	7 692	6,6%

Forrás: INS, saját szerkesztés

A székelyföldi megyékben az elmúlt húsz évben a fogadóegységek és férőhelyek változása nem mindenben követte az országos trendeket. A fogadóegységek számát tekintve Hargita megyét nagyfokú, valós trendekkel nehezen magyarázható fluktuáció jellemezte. A rendszerváltást követően 1996-ig csökken, majd 1996 és 2000 között nőtt, majd 2000 és 2002 között ismét csökkent a fogadóegységek száma. A legnehezebben azonban a 2002 és 2006 közötti több mint 150 százalékos növekedés, majd az ezt követő gyors csökkenés magyarázható. A fókuszcsoporthoz beszélgetés alapján, amelyen a megyei Turisztikai Hatóság vezetője is részt vett, elmondható, az ingadozás okát az engedélyezési procedura megváltozása okozta. Hargita megyét a viszonylag kis férőhelyszámú fogadóegységek jellemzik. Ezek esetében az engedélyezés szigorúbbá és költségesebbé válása könnyen a tevékenység feketegazdaságba való átcuszását eredményezheti. Maros és Kovászna esetében a fogadóegységek száma szintén fluktuál, de a Hargita megyeinél kisebb mértékben.

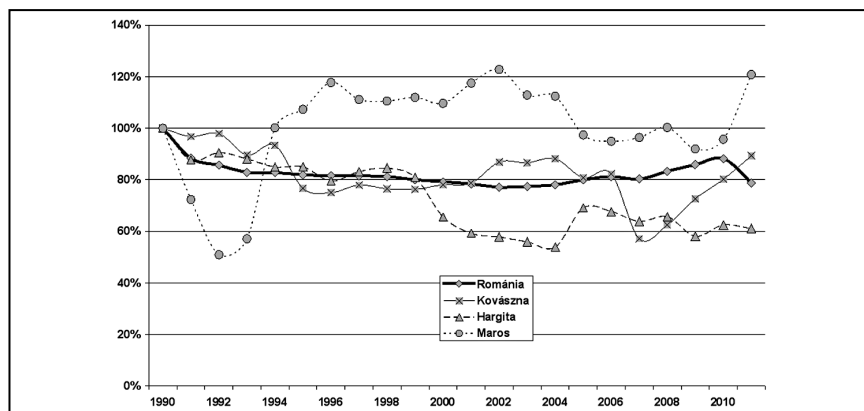
5. ábra. Fogadóegységek számának változása Romániában és a székelyföldi megyékben 1990–2011 között (1990=100%)



Forrás: INS, saját szerkesztés

A férőhelyek száma Maros megyében az országosnál egyértelműen kedvezőbben, míg Hargitában egyértelműen kedvezőtlenebbül alakult, Kovásznában pedig megközelítőleg követte az országos trendeket.

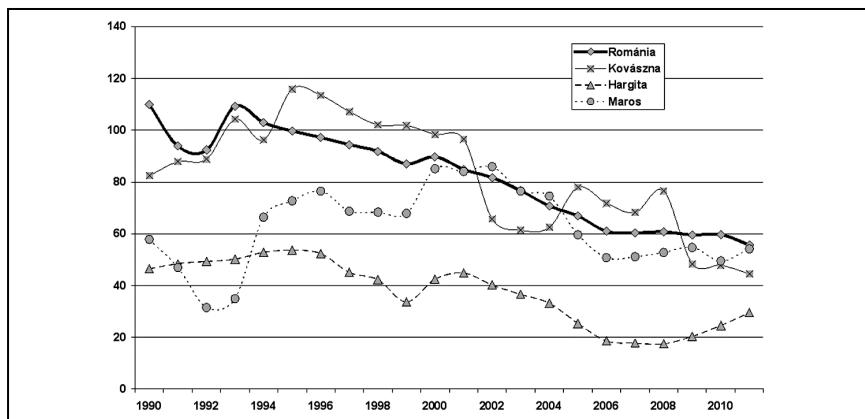
6. ábra. A férőhelyek számának változása Romániában és a székelyföldi megyékben 1990–2011 között (1990=100%)



Forrás: INS, saját szerkesztés

A két mutató alapján kiszámítottuk a fogadóegységek átlagos férőhelyszámát. Ez országosan 1990 és 2011 között jelentősen, 110-ről 56-ra esett, ami a kisebb turisztikai egységek nagy szállodák rovására történő erőteljes térnyerését mutatja. Kovászna megye ebben a tekintetben is (megközelítőleg) az országos trendeket követte. Hargita megyére már kezdetben is a kisebb fogadóegységek voltak jellemzőek, és ez a jelleg az utóbbi két évtizedben tovább erősödött. Maros megyében 1990-ben az átlagos férőhelyszám jóval az országos átlag alatti volt, a különbség azonban 2011-re kiegyenlítődött.

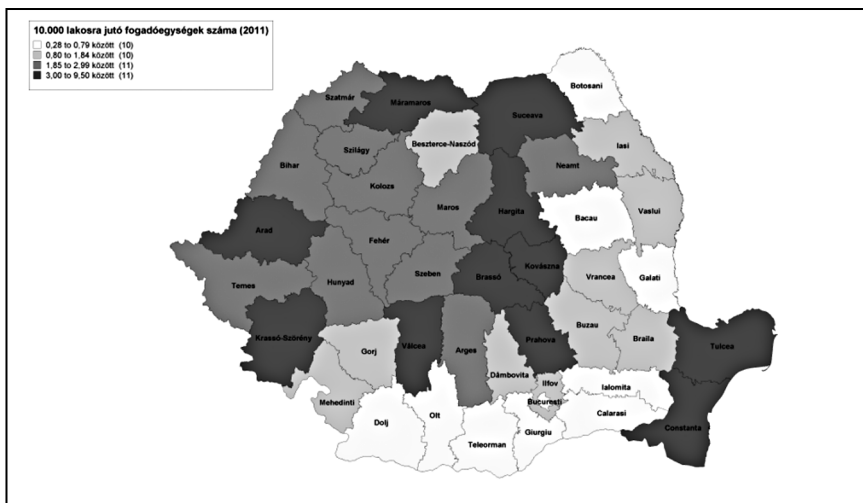
7. ábra. A fogadóegységek átlagos férőhelyszámának alakulása 1990–2011 között



Forrás: INS, saját szerkesztés

Területi összehasonlítás céljából a 10 000 lakosra jutó fogadóegységek, illetve férőhelyek számát használhatjuk. A fogadóegységek tekintetében Hargita és Kovászna megye az első tíz között található: Hargita megye harmadik, miután 10 000 lakosra itt 7 fogadóegység jut, míg Kovászna 4,1 szálláshellyel a hetedik. Marosban a 10 000 ezer lakosra jutó fogadóegységek száma alatta marad az országos átlagnak (2,2), ami a tizenhatodik helyet jelenti számára.

8. ábra. A tízezer lakosra jutó fogadóegységek száma megyék szerint (2011)*



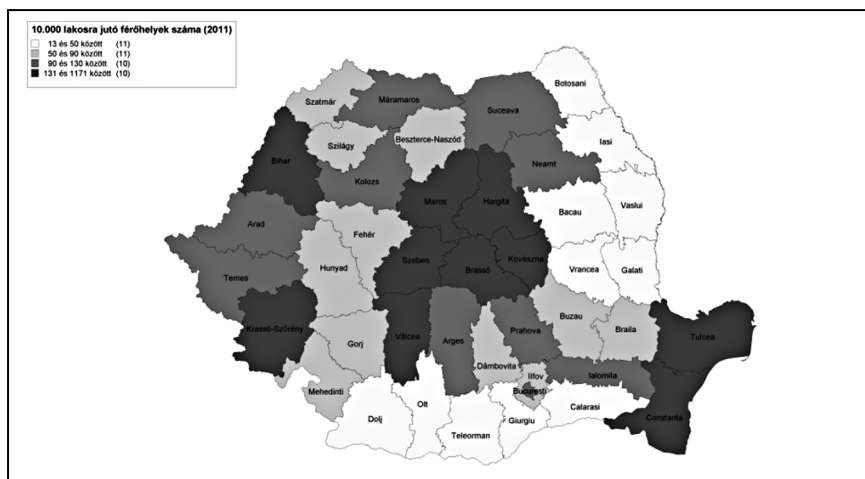
*Országos átlagérték: 2,4

Forrás: INS, saját szerkesztés

A férőhelyek tekintetében mindhárom megye az országos átlag fölött teljesít és az első tíz megye között található. Hargita az ötödik (207,1), Kovászna megye a hatodik (182,1) jóval az országos átlag (128,5) fölötti értékekkel, míg Maros 132,4 férőhellyel a tizedik helyen található.

9. ábra. A tízezer lakosra jutó férőhelyek száma megyék szerint (2011)*

*Országos átlagérték: 118,8



Forrás: INS, saját szerkesztés

9. táblázat. Fogadóegységekre és férőhelyekre vonatkozó mutatószámok megyei bontásban a 10 000 lakosra jutó férőhelyszám szerinti sorrendben (2011)

Megye	Lakosság		Fogadóegységek			Férőhelyek		
	Szám	% Román- ián belül	Szám	% Román- ián belül	10 000 lakos- ra	Szám	% Román- ián belül	10 000 lakos- ra
Constanța	715 151	3,3	679	13,6	9,5	83 751	30,1	1 171,1
Brassó	589 028	2,7	526	10,5	8,9	17 795	6,4	302,1
Vâlcea	413 247	1,9	211	4,2	5,1	11 526	4,1	278,9
Krassó- Szörény	333 219	1,5	149	3,0	4,5	7 071	2,5	212,2
Hargita	326 222	1,5	229	4,6	7,0	6 759	2,4	207,2
Kovácszna	222 449	1,0	91,0	1,8	4,1	4 050	1,5	182,1
Bihar	600 246	2,8	128	2,6	2,1	9 718	3,5	161,9
Szeben	421 724	1,9	109	2,2	2,6	6 065	2,2	143,8
Tulcea	256 492	1,2	111	2,2	4,3	3 656	1,3	142,5
Maros	580 851	2,7	142	2,8	2,4	7 692	2,8	132,4

A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUS SZÁMOKBAN

Megye	Lakosság		Fogadóegységek			Férőhelyek		
	Szám	% Románian belül	Szám	% Románian belül	10 000 lakos-ra	Szám	% Románian belül	10 000 lakos-ra
Suceava	688 435	3,2	271	5,4	3,9	8 835	3,2	128,3
Prahova	829 945	3,8	258	5,2	3,1	10 339	3,7	124,6
Arad	461 791	2,1	139	2,8	3,0	5 182	1,9	112,2
Kolozs	702 755	3,2	195	3,9	2,8	7 760	2,8	110,4
Temes	677 926	3,1	131	2,6	1,9	7 472	2,7	110,2
Ialomița	296 572	1,4	22	0,4	0,7	3 021	1,1	101,9
Bukarest	1 926 334	8,9	128	2,6	0,7	19 352	6,9	100,5
Argeș	652 625	3,0	152	3,0	2,3	5 942	2,1	91,0
Máramaros	510 110	2,4	172	3,4	3,4	4 629	1,7	90,7
Neamț	554 516	2,6	161	3,2	2,9	5 025	1,8	90,6
Beszterce-Naszód	311 657	1,4	38	0,8	1,2	2 752	1,0	88,3
Hunedoara	485 712	2,2	94	1,9	1,9	3 946	1,4	81,2
Fehér	382 747	1,8	100	2,0	2,6	3 027	1,1	79,1
Brăila	373 174	1,7	31	0,6	0,8	2 364	0,8	63,3
Szilágy	248 015	1,1	48	1,0	1,9	1 509	0,5	60,8
Gorj	387 308	1,8	69	1,4	1,8	2 255	0,8	58,2
Ilfov	300 123	1,4	27	0,5	0,9	1 734	0,6	57,8
Szatmár	367 281	1,7	68	1,4	1,9	2 071	0,7	56,4
Buzău	496 214	2,3	71	1,4	1,4	2 748	1,0	55,4
Mehedinți	306 732	1,4	35	0,7	1,1	1 587	0,6	51,7
Dâmbovița	541 763	2,5	64	1,3	1,2	2 740	1,0	50,6
Bacău	706 623	3,3	47	0,9	0,7	3 155	1,1	44,6
Vrancea	387 632	1,8	47	0,9	1,2	1 682	0,6	43,4
Iasi	816 910	3,8	67	1,3	0,8	3 245	1,2	39,7
Dolj	734 231	3,4	47	0,9	0,6	2 242	0,8	30,5
Giurgiu	297 859	1,4	11	0,2	0,4	814	0,3	27,3
Galați	619 556	2,9	35	0,7	0,6	1 386	0,5	22,4
Botoșani	452 834	2,1	17	0,3	0,4	849	0,3	18,7
Vaslui	455 049	2,1	41	0,8	0,9	818	0,3	18,0
Călărași	324 617	1,5	14	0,3	0,4	561	0,2	17,3
Teleorman	436 025	2,0	13	0,3	0,3	714	0,3	16,4
Olt	489 274	2,3	15	0,3	0,3	664	0,2	13,6
România	21 680 974	100	5003	100	2,3	278503	100	128,5

Forrás: INS, saját szerkesztés

A vendégforgalomra vonatkozó statisztikák

A rendszerváltást követően a turisták és a vendégéjszakák száma jóval drasztikusabban csökkent, mint a férőhelyeké. 1990-ben közel 12,3 millió-an érkeztek regisztrált, hivatalosan bejegyzett fogadóegységbe, ami 2002-re az egyharmadára, 4,85 millióra csökkent. Ezt követően lassú emelkedés figyelhető meg, így 2011-ben a Statisztikai Hivatal 7 millió vendéget jelentett. A vendégéjszakák száma 1990-ben 44,5 millió volt. A mélypontot ebben a vonatkozásban is a 2002-es év jelentette, amikor 17,27 millió volt a vendégéjszakák száma.

A turistaérkezések számát tekintve Romániában a 2002-es mélypont az 1990-es vendégszám 40 százalékát jelentette. Az országhoz viszonyítva Maros megyében alakultak leginkább különbözően az időbeli trendek. 2004-ben itt, az országos átlagnak megfelelően, a turisták száma az 1990-es érték fele volt. Ezt követően azonban jelentős növekedés kezdődött, amely a gazdasági válság előtt csúcsosodott ki. 2011-ben a turisták száma elérte az 1990-es érték 93 százalékát (szemben az országos 57 százalékkal). Hargita megyében az ezredfordulóig az országos trendekkel párhuzamosan alakult a turistaszám, azt követően viszont már jóval kedvezőtlenebbül, így 2011-re az 1990-es érték csupán 40 százalékát érte el. Kovászna megye követte leginkább az országos trendeket. Itt 1994 és 2004 között az országosnál valamivel kisebb, 2005 és 2009 között valamivel nagyobb volt a visszaesés.

10. táblázat. A vendégforgalomra vonatkozó statisztikák Romániában és a három székelyföldi megyében (1990-2011)

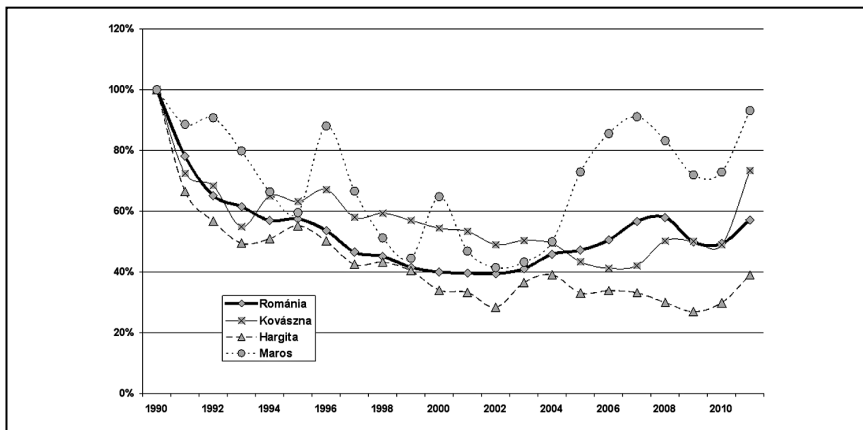
	Turistaérkezések száma					Vendégéjszakák száma				
	Románia	Kovácsna	Hargita	Maros	A három megye aránya	Románia	Kovácsna	Hargita	Maros	A három megye aránya
1990	12 296 552	124 543	257 314	278 194	5,4%	44 551 804	773 544	1 018 429	993 803	6,3%
1991	9 603 342	90 262	171 002	246 487	5,3%	45 478 088	931 495	1 307 234	1 243 257	7,7%
1992	8 015 001	85 211	145 876	252 502	6,0%	26 076 000	560 000	526 000	595 000	6,4%
1993	7 566 183	68 385	127 357	222 062	5,5%	24 768 571	518 058	443 180	562 075	6,2%
1994	7 004 699	81 025	131 234	184 728	5,7%	23 295 732	583 434	463 621	580 543	7,0%
1995	7 070 385	78 745	142 158	165 727	5,5%	24 111 170	624 261	514 488	530 192	6,9%
1996	6 594 863	83 587	129 104	244 983	6,9%	21 837 915	542 134	442 031	585 479	7,2%
1997	5 726 985	72 203	109 334	185 311	6,4%	19 611 470	539 909	428 522	523 189	7,6%
1998	5 552 093	73 906	111 297	142 562	5,9%	19 183 214	549 753	421 605	443 163	7,4%
1999	5 109 444	71 001	103 917	123 952	5,8%	17 669 777	578 261	358 190	415 843	7,7%
2000	4 920 129	67 771	87 477	180 262	6,8%	17 646 675	489 642	359 140	459 345	7,4%
2001	4 874 777	66 477	85 672	130 466	5,8%	18 121 688	541 212	356 905	402 983	7,2%
2002	4 847 496	61 064	73 039	115 314	5,1%	17 276 804	487 297	289 907	370 794	6,6%
2003	5 056 693	62 723	93 922	120 376	5,5%	17 844 583	519 613	319 480	347 256	6,6%

SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

	Turistaérkezések száma					Vendégéjszakák száma				
	Románia	Kovászna	Hargita	Maros	A három megye aránya	Románia	Kovászna	Hargita	Maros	A három megye aránya
2004	5 638 517	61 517	100 575	139 128	5,3%	18 500 550	492 731	343 583	409 124	6,7%
2005	5 805 096	53 986	85 207	202 994	5,9%	18 372 988	490 890	311 165	516 081	7,2%
2006	6 216 028	51 350	87 206	238 147	6,1%	18 991 695	457 709	290 319	589 817	7,0%
2007	6 971 925	52 458	85 285	253 454	5,6%	20 593 349	429 028	273 868	635 304	6,5%
2008	7 125 307	62 642	76 984	231 538	5,2%	20 725 981	486 769	242 273	573 015	6,3%
2009	6 141 135	62 406	69 405	200 312	5,4%	17 325 410	451 974	206 920	538 870	6,9%
2010	6 072 757	60 937	76 871	202 850	5,6%	16 051 135	409 180	207 625	521 610	7,1%
2011	7 031 606	91 365	100 276	259 121	6,4%	17 979 439	532 388	251 179	580 881	7,6%

Forrás: INS, saját szerkesztés

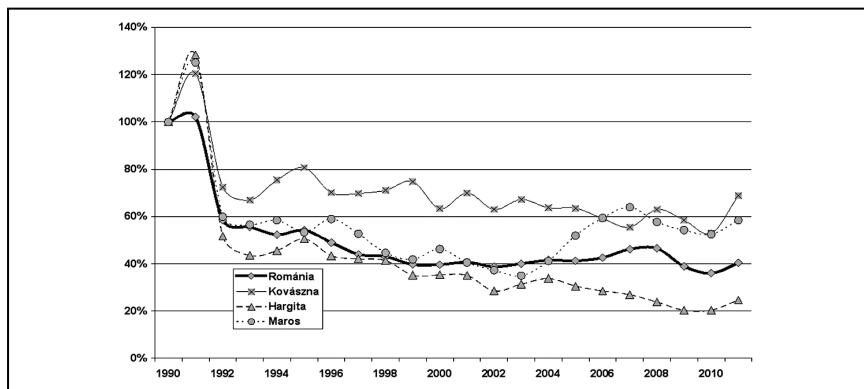
10. ábra. A turistaérkezések számának alakulása 1990 és 2011 között (1990=100%)



Forrás: INS, saját szerkesztés

A vendégéjszakák száma (ami a leggyakrabban használt és leginkább releváns turisztikai mutató) országos szinten 1999-re a kezdőérték 40 százaléka süllyedt. Enyhé emelkedés csupán a 2003–2008-as periódusban (a gazdasági válságot megelőző fellendülés időszakában) tapasztalható, amelyet azonban újabb visszaesés követett. A vendégéjszakák száma alapján kijelenthetjük, hogy a 2010-es év volt a rendszerváltást követő romániai turizmus második mélypontja, amikor a vendégéjszakák száma az 1990-es érték csupán 36 százaléka volt. A vendégéjszakák számát tekintve a székelyföldi megyék között Maros esetében ugyanaz rajzolódik ki, mint a vendégszám esetében, vagyis miközben 2004-ig az országos trendeknek megfelelően alakult a forgalom, ezt követően erőteljes növekedés volt tapasztalható. Ebben minden bizonnyal a szovátai befektetések hatása tükröződik. Harghita megyében az utóbbi tíz évben egyértelműen az országosnál nagyobb mértékű visszaesés körvonalazódik.

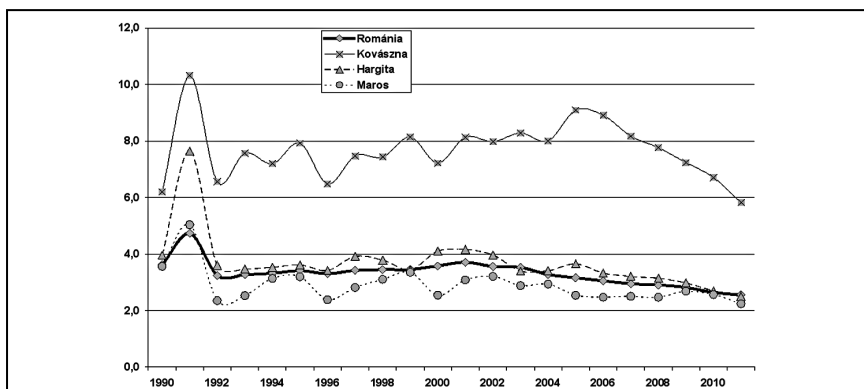
11. ábra. A vendégéjszakák számának alakulása 1990 és 2011 között (1990=100%)



Forrás: INS, saját szerkesztés

Kovászna megyében a vendégéjszakák számában az 1990-hez viszonyított visszaesés kisebb volt, ami a hosszabb kezeléseken alapuló gyógyturizmusnak tudható be. Itt az országos átlaghoz, illetve a két másik székely megyéhez viszonyítva jóval magasabb az átlagosan eltöltött vendégéjszakák száma is.

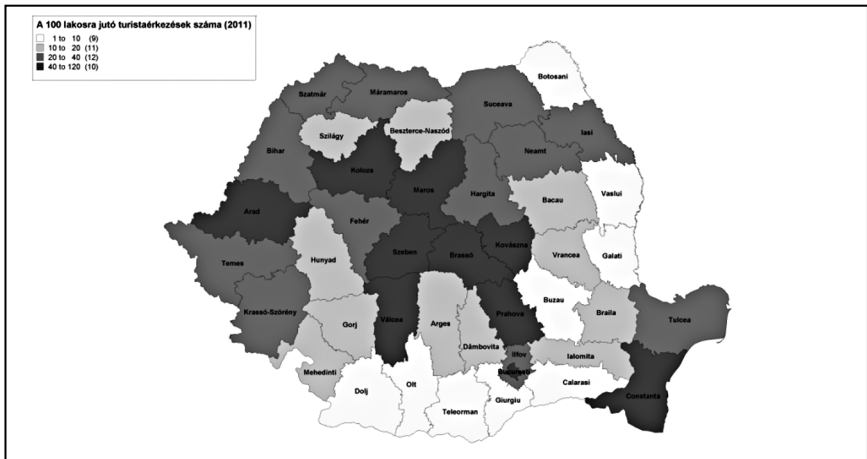
12. ábra. Átlagosan eltöltött vendégéjszakák száma 1990 és 2011 között



Forrás: INS, saját szerkesztés

A száz lakosra jutó vendégszám alapján a megyék erősrendje a következő: Constanța, Brassó, Szeben, Bukarest, Vâlcea, Maros, Arad, Kovászna, Kolozs és Prahova. Hargita megye az országos átlag alatti értékkel a középmezőnyben található.

13. ábra. A 100 lakosra jutó turistaérkezések száma (2011)*

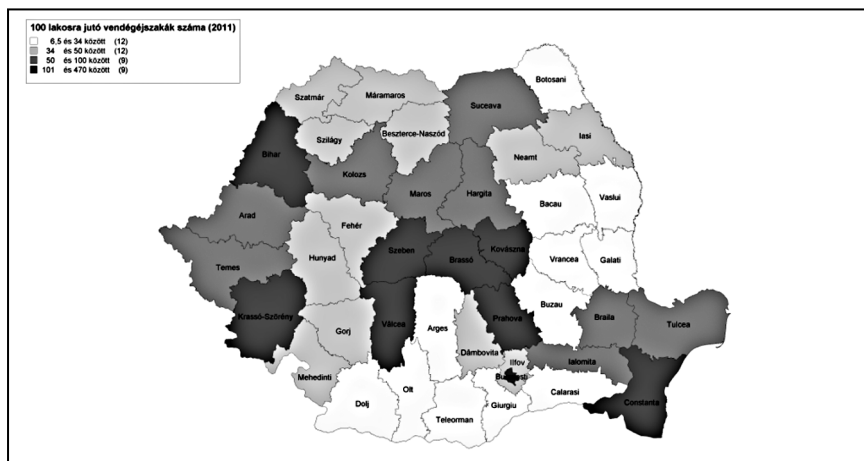


*Országos átlagérték: 28,2

Forrás: INS, saját szerkesztés

Miután az átlagosan eltöltött vendégéjszakák száma megyénként igen különböző, a vendégéjszakák száma alapján eltérő erősrend alakul ki. Kovászna (ahol országosan a legmagasabb az átlagosan eltöltött vendégéjszakák száma) Constanța és Vâlcea után a harmadik helyen található, míg Maros a nyolcadikon, Hargita pedig a tizenharmadikon. Hargita megyében ezen mutató alapján is alacsonyabb értéket kapunk az országos átlagnál.

14. ábra. A 100 lakosra jutó vendégéjszakák száma (2011)*



*Országos átlagérték: 77,4

Forrás: INS, saját szerkesztés

11. táblázat. Turistákra és vendégéjszakákra vonatkozó megyeszintű mutatószámok a 100 lakosra jutó vendégéjszakák szerint (2011)

Megye	Lakosság aránya Románián belül	Turistaérkezések aránya Románián belül	Vendégéjszakák aránya Románián belül	100 lakosra jutó vendég	100 lakosra jutó vendégéjszaka	Átlagosan eltöltött vendégéjszakák
Constanța	3,3	30,1	18,7	118,1	470,0	4,0
Vâlcea	1,9	4,1	5,8	54,7	253,2	4,6
Kovácszna	1,0	1,5	3,0	41,1	239,3	5,8
Brassó	2,7	6,4	7,4	109,1	225,8	2,1
Bihar	2,8	3,5	5,6	38,0	167,3	4,4
Krassó-Szörény	1,5	2,5	3,0	32,1	163,8	5,1
Szeben	1,9	2,2	2,6	62,5	109,5	1,8
Bukarest	8,9	6,9	11,2	62,5	104,6	1,7

A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUS SZÁMOKBAN

Megye	Lakosság aránya Románián belül	Turistaérkezések aránya Románián belül	Vendégéjszakák aránya Románián belül	100 lakosra jutó vendég	100 lakosra jutó vendégéjszaka	Átlagosan eltöltött vendégéjszakák
Prahova	3,8	3,7	4,7	40,5	101,2	2,5
Maros	2,7	2,8	3,2	44,6	100,0	2,2
Temes	3,1	2,7	3,1	38,4	82,7	2,2
Suceava	3,2	3,2	3,1	33,3	80,8	2,4
Hargita	1,5	2,4	1,4	30,7	77,0	2,5
Arad	2,1	1,9	1,9	41,2	74,8	1,8
Ialomița	1,4	1,1	1,2	13,6	73,6	5,4
Kolozs	3,2	2,8	2,8	40,9	70,8	1,7
Brăila	1,7	0,8	1,3	17,8	61,5	3,5
Tulcea	1,2	1,3	0,7	31,8	50,9	1,6
Neamț	2,6	1,8	1,5	24,0	49,5	2,1
Hunyad	2,2	1,4	1,3	16,9	47,5	2,8
Beszterce-Naszód	1,4	1,0	0,8	18,5	46,2	2,5
Dâmbovița	2,5	1,0	1,4	12,4	45,8	3,7
Mehedinți	1,4	0,6	0,8	17,9	44,7	2,5
Iași	3,8	1,2	1,9	22,3	42,8	1,9
Szatmár	1,7	0,7	0,8	24,5	40,8	1,7
Fehér	1,8	1,1	0,9	20,5	40,7	2,0
Máramaros	2,4	1,7	1,1	21,0	39,5	1,9
Ilfov	1,4	0,6	0,6	26,3	38,5	1,5
Gorj	1,8	0,8	0,8	16,5	35,3	2,1
Szilágy	1,1	0,5	0,5	11,7	34,7	3,0
Bacău	3,3	1,1	1,3	10,7	33,8	3,1
Argeș	3,0	2,1	1,2	18,9	33,5	1,8
Buzău	2,3	1,0	0,9	9,7	31,0	3,2
Giurgiu	1,4	0,3	0,5	9,1	30,9	3,4

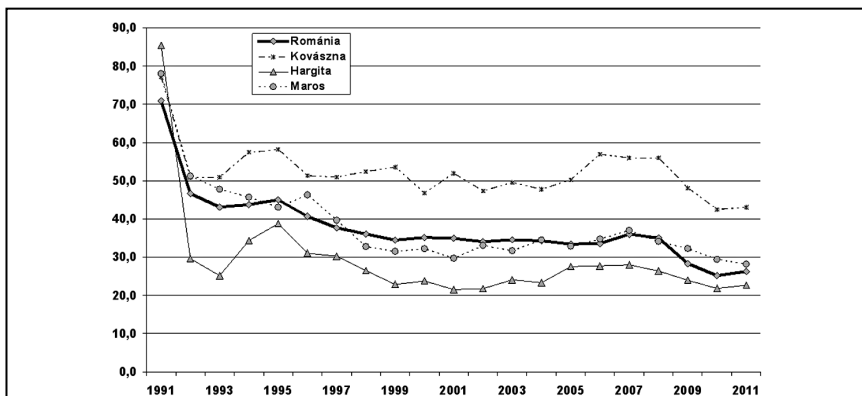
Megye	Lakosság aránya Románián belül	Turistaérkezések aránya Románián belül	Vendégéjszakák aránya Románián belül	100 lakosra jutó vendég	100 lakosra jutó vendégéjszaka	Átlagosan eltöltött vendégéjszakák
Vrancea	1,8	0,6	0,4	10,7	18,5	1,7
Galați	2,9	0,5	0,6	8,4	16,7	2,0
Dolj	3,4	0,8	0,6	8,0	15,9	2,0
Vaslui	2,1	0,3	0,4	8,5	15,5	1,8
Botoșani	2,1	0,3	0,4	8,1	14,9	1,8
Călărași	1,5	0,2	0,2	3,3	10,4	3,2
Olt	2,3	0,2	0,3	4,8	10,1	2,1
Teleorman	2,0	0,3	0,2	2,7	6,5	2,4
Románia	100	100	100	32,4	82,9	2,6

Forrás: INS, saját szerkesztés

A szálláshely-funkciójú fogadóegységek kapacitásának kihasználtsága

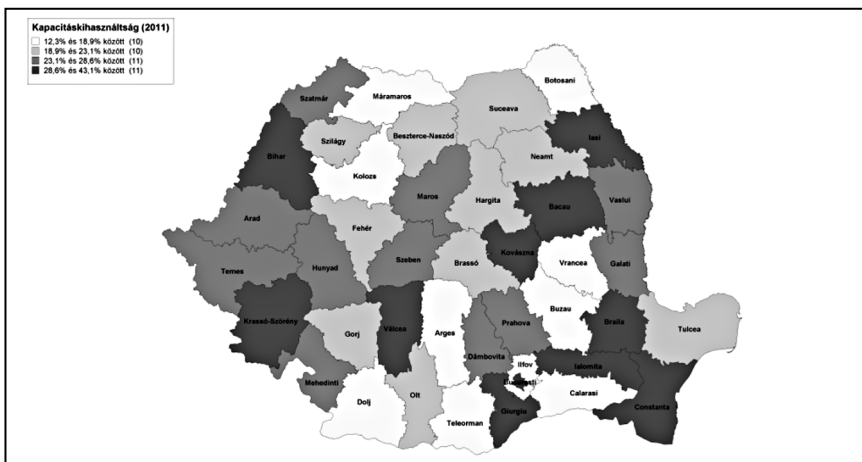
A kapacitáskihasználtság azt mutatja meg, hogy átlagosan egy adott területen 100 férőhelyre hány vendég jut egy évben. A mutatót a realizált vendégéjszakák és a működő szálláskapacitás (a regisztrált férőhelyek száma szorozva a nyilvántartási napok számával) arányaként számoljuk. Azt látjuk, hogy ennek a mutatónak az értéke is esett a rendszerváltást követően, az 1990-es 70 százalékhöz képest Románia szintjén 1996 után soha nem emelkedett 40 százalék fölé. A mélypontot itt a 2010-es év hozta el 25,2 százalékos kapacitáskihasználtsággal. A mutató értéke a székely megyék közül Kovászna megyében a legmagasabb, minden évben 40 százalék fölötti. A Hargita megyei fogadóegységek kihasználtsága az elmúlt húsz évben jóval az országos átlag alatti értéket mutatott, 2011-ben 22,7 százalékos volt. Maros megyében a kapacitáskihasználtság az országos átlaghoz közeli értékeket mutat: míg az ezredforduló környékén valamivel elmaradt tőle, a gazdasági válság éveiben a mutató értéke a romániai átlag fölé emelkedett.

15. ábra. A fogadóegység-kapacitás kihasználtsága Romániában és a három székely megyében (1990–2011)



Forrás: INS, saját szerkesztés

16. ábra. A szálláshely-funkciójú fogadóegységek kapacitásának kihasználtsága megyénként (2011)*



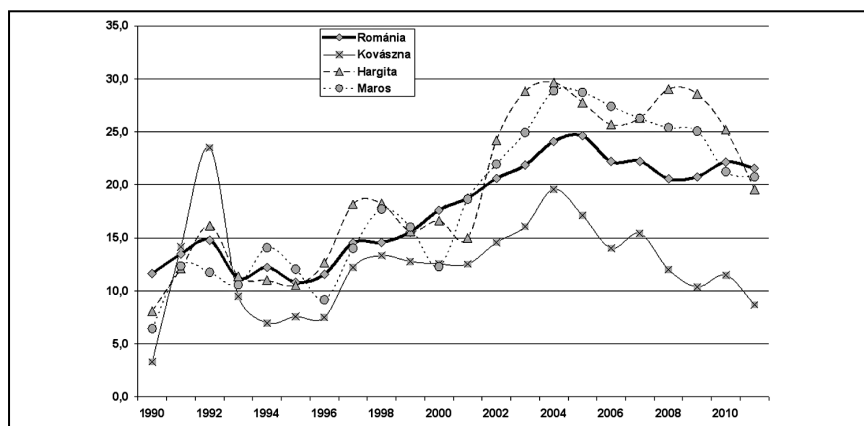
*Országos átlagérték: 26,3%

Forrás: INS, saját szerkesztés

Külföldi turisták aránya a fogadóegységekben regisztrált adatok szerint

A rendszerváltás után, a turisták számának csökkenésével egyidőben a külföldi turistaérkezések arányának növekedését tapasztalhattuk. A kilencvenes évek elejére jellemző 10 százalékos arány az ezredforduló utáni évekre 25 százalékra emelkedett, ezt követően azonban csökkenni kezdett. 2011-ben a szállóvendégek 21,6 százaléka volt külföldi.

17. ábra. Külföldi turisták arányának alakulása Romániában és a három székely megyében (%)

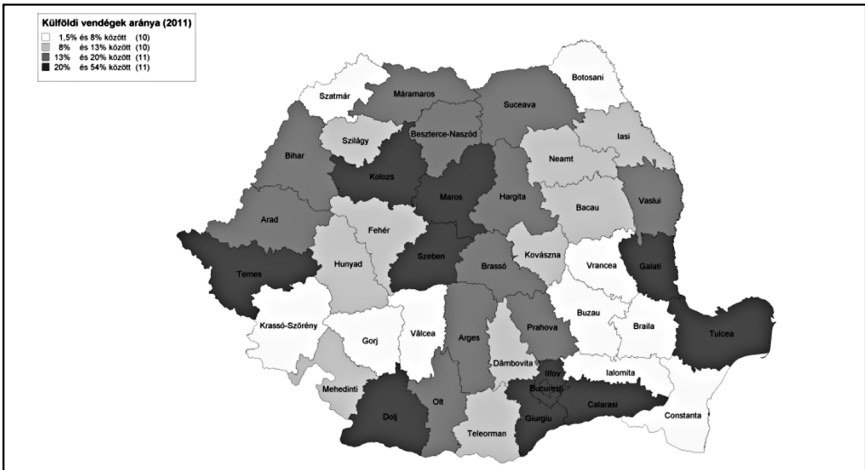


Forrás: INS, saját szerkesztés

Időben a székely megyék is az országos trendeket követték. 2002 és 2009 között Marosban és Hargitában a külföldi turisták aránya meghaladta az országos átlagot, míg Kovácsna megyében a vizsgált periódusban jóval alatta maradt.

Megeyi összehasonlításban 2011-ben a külföldiek aránya messze Bukarestben volt a legmagasabb (53%), amelyet a Bukarest vonzáskörzetébe tartozó Ilfov (41,5%) és Giurgiu (33,8%) követett. Az országos átlag fölött vannak még sorrendben Temes, Tulcea, Szeben, Kolozs, Galați és Dolj megye. A rangsor végén Vâlcea, Vrancea, Gorj, Consanta, Krassó-Szörény és Szatmár megye található.

18. ábra. A külföldi turistaérkezések aránya megyénként 2011-ben*

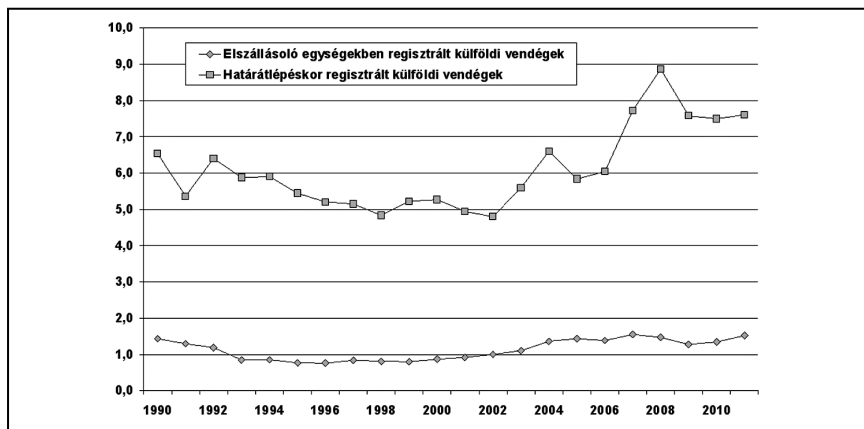


*Országos átlagérték: 21,6%

Forrás: INS, saját szerkesztés

A külföldi turisták száma a határátlépéskor regisztrált adatok szerint

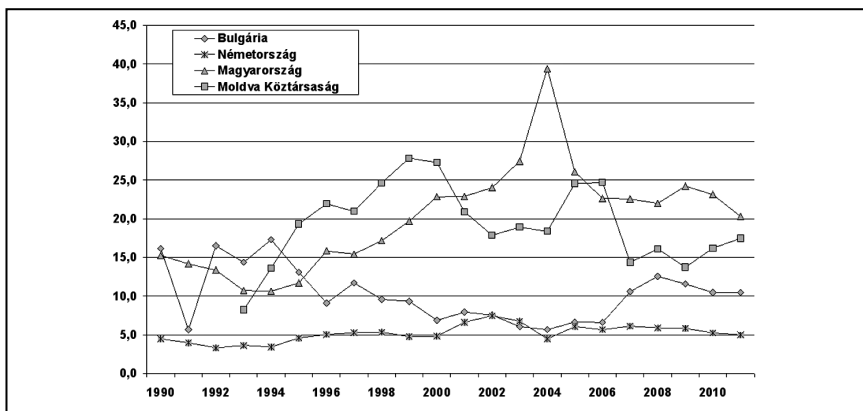
A határátlépéskor regisztrált adatok is alátámasztják a Romániába látogató külföldi turisták számának növekedését. Ez a szám természetesen jóval magasabb a szállást biztosító egységekben regisztrált személyekénél, a különbség az átutazók, egynapos látogatók, rokonlátogatók vagy a hivatalosan be nem jegyzett fogadóegységekben megszállók körében keresendő. Az eddigi csúcst a 2009-es év jelentette, amikor 8 862 000 külföldi lépte át Románia határait. Ezután több mint egymilliós visszaesés következett, amelyről a 2011-es évben volt tapasztalható egy enyhe pozitív irányba való elmozdulás.

19. ábra. Romániába látogató külföldiek száma 1990–2011 (millió fő)

Forrás: INS, saját szerkesztés

Az idelátogatók állampolgárságára vonatkozóan csak a belépésnél regisztrált adatok állnak rendelkezésünkre. Eszerint a külföldi turisták körében legnagyobb arányban a szomszédos országokból, leginkább Magyarországról és Moldova Köztársaságból érkezők képviseltetik magukat: 2011-ben az összes Románia határait átlépő külföldinek 20,3 százaléka Magyarországról, 17,5 százaléka Moldova Köztársaságból, 10,5 százaléka Bulgáriából, 8,5 százaléka Ukrajnából érkezett. A nyugat-európai országokat legnagyobb arányban a Német- (5%), illetve Olaszországból (4,6%) érkezők képviselik. A Romániába érkező magyarországiak száma és aránya az 1994 és 2004 közötti időszakban közel megnégyszereződött (10 százalékos arányról 40 százalékra), majd vélhetően a határon túli magyarok kettős állampolgárságáról szóló népszavazás sikertelensége nyomán az erdélyi magyarok körében kialakult vélt vagy valós ellenszenv következtében 2005-ben és 2006-ban hasonló ütemű csökkenés következett. Ezután az arányuk 22 százalék körül stabilizálódott, majd a gazdasági válság éveiben tovább csökkent.

20. ábra. Magyarországról, Moldáviából, Bulgáriából és Németországból Romániába utazók aránya az összes külföldi vendég körében (%) (határátlépéskor regisztrált adatok)



Forrás: INS, saját szerkesztés

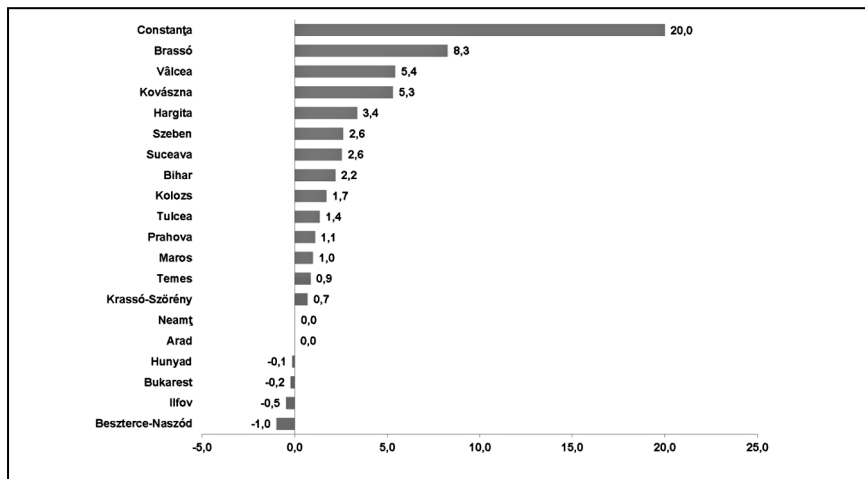
A megyék turisztikai teljesítményindexe

Az eddigiek során bemutatott statisztikai mérőszámok segítségével egy összevont turisztikai teljesítményindexet konstruáltunk. Ebben a következő megyei szintű mutatók szerepeltek: (1) a vendéglátóiparban dolgozók aránya; (2) a 10 000 lakosra jutó fogadóegységek száma; (3) a 10 000 lakosra jutó férőhelyek száma; (4) a 100 lakosra jutó turistaérkezések és (5) a 100 lakosra jutó vendégéjszakák száma. Az értékek a turizmusban foglalkoztatottak arányát leszámítva a 2007–2011 közötti évek átlagát tartalmazza.

Első lépésként létrehoztunk egy SPSS adatbázist, amely a fenti változókat tartalmazta, esetei pedig a megyék voltak, majd a változókat standardizáltuk,¹¹ ezt követően pedig a változók standardizált értékeit egyszerűen összeadtuk. Ennek alapján a jelentős turisztikai teljesítménnyel rendelkező megyék sorrendje a következő: Constanța, Brassó, Vâlcea, Kovászna, Hargita, Szeben, Suceava, Bihar, Kolozs, Tulcea, Prahova, Maros, Temes, Krassó-Szörény és Neamț.

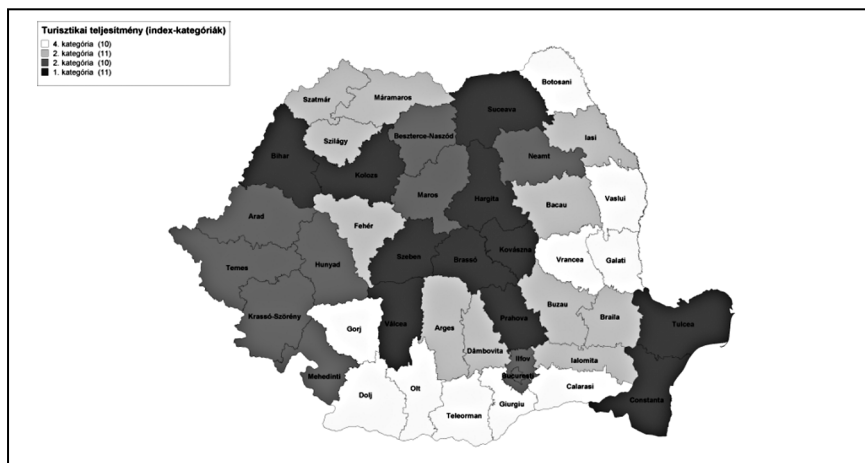
11 A standardizálás művelete lehetővé teszi különböző mértékegységű változók összehasonlíthatóságát azáltal, hogy az egyes változók értékeinek átlaga 0, szórása pedig 1 lesz.

21. ábra. A lakosságarányos turisztikai teljesítményindex értéke a sorrend élén lévő megyék esetében



Forrás: INS, saját szerkesztés

22. ábra. A turisztikai teljesítményindex értéke megyék szerint



Forrás: INS, saját szerkesztés

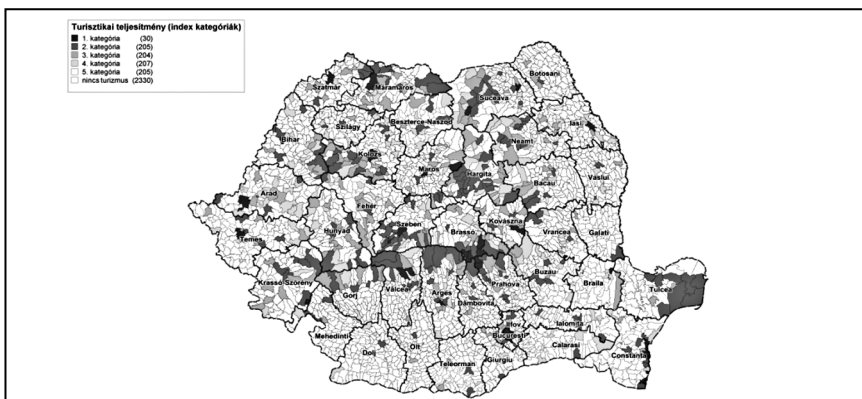
A települések turisztikai teljesítményindexe

A települések turisztikai teljesítményindexét az előbbtől kismértékben eltérő logika mentén alakítottuk ki. Egyrészt ez esetben nem álltak rendelkezésünkre a foglalkoztatottsági adatok, másrészt ezen a szinten már nem tekintettük relevánsnak a lakosságárányos megközelítést. Így (1) a fogadóegységek, (2) a főrhelyek, (3) a turistaérkezések, illetve (4) a vendégéjszakák abszolút számából indultunk ki. Ezeket a változókat egy községsoros adatbázison standardizáltuk, majd az előző pontban ismertetett indexhez hasonlóan összeadtuk.

Az alábbi táblázat a száz legmagasabb indexpontszámmal rendelkező közigazgatási egységet sorolja fel. Ennek alapján jól kirajzolódnak az ország főbb turisztikai célpontjai. A három leginkább fontos desztináció ezek szerint a tengerpart, a Prahova völgye és az Olt völgye. Ezek mellett jelentős turisztikai desztinációnak számítanak Bukovina, a Királyföld, a Székelyföld, illetve a Duna-delta és Neamț.

A legfontosabb 25 romániai üdülőközpont között két székelyföldi települést találunk, nevezetesen Szováát és Kovásznát. Az első százban ezek mellett Csíkszereda (ide tartozik Hargitafürdő és Csíksomlyó), Tusnádfürdő, Zetelaka, Parajd, Sepsiszentgyörgy, Gyergyószentmiklós (Gyilkos-tó), Vasláb (Marosfő) és Székelyudvarhely tartozik. Ugyan a legfontosabb üdülőközpontok között viszonylag kevés székelyföldi desztinációt találunk, összességében a régió a romániai turizmus jelentős szeletét képviseli/képviselheti.

23. ábra. Turisztikai teljesítményindex települések szintjén



Forrás: INS, saját szerkesztés

12. táblázat. Összesítő táblázat: alapadatok és indexpontszámok (községek, 2005–2009-es adatok átlaga alapján). Az első 100 település

Ssz.	Település	Megye	Turisztikai célpont	Szállás-hely	Férő-hely	Vendég	Vendég-éjszaka	Index
1	Mangalia	Constanta	Tengerpart	245	50 379	272 835	1 706 646	60,5
2	Bukarest	Bukarest	-	108	13 608	866 987	1 699 074	51,1
3	Constanța	Constanta	Tengerpart	138	25 138	423 466	1 511 986	44,6
4	Eforie	Constanta	Tengerpart	337	25 632	125 354	696 955	40,5
5	Brassó	Brassó	Brassó–Prahova, Királyföld	108	5 806	255 006	549 205	20,1
6	Váradszentmárton	Bihar	Felix Fürdő	30	5 927	122 494	906 633	15,5
7	Sinaia	Prahova	Brassó–Prahova	73	4 084	194 537	478 705	15,0
8	Costinești	Constanta	Tengerpart	189	6 438	22 011	100 436	14,5
9	Predeal	Brassó	Brassó–Prahova	104	3 676	159 090	346 220	14,4
10	Kolozsvár	Kolozs	-	59	3 526	231 277	406 837	14,3
11	Temesvár	Temes	-	64	3 707	197 765	360 142	13,3
12	Herkulesfürdő	Krassó–Szörény	Herkulesfürdő	32	4 445	59 040	593 097	10,3
13	Călimenești	Vâlcea	Olt völgye	37	3 233	75 177	470 972	9,3
14	Iași	Iași	-	34	2 511	140 425	312 034	9,1
15	Nagyszeben	Szeben	Királyföld	39	2 203	153 938	238 114	8,9
16	Szováta	Maros	Székelgyföld	42	3 003	71 999	298 539	7,8

Sz.	Település	Megye	Turisztikai célpont	Szállás-hely	Férő-hely	Vendég	Vendég-éjszaka	Index
17	Arad	Arad	-	41	2 206	114 472	185 148	7,4
18	Băile Olănești	Vâlcea	Olt völgye	30	2 387	43 280	388 860	6,8
19	Năvodari	Constanța	Tengerpart	12	10 921	16 338	72 107	6,3
20	Töröcsvár	Brassó	Brassó-Prahova	85	1 510	28 484	62 066	6,1
21	Bușteni	Prahova	Brassó-Prahova	54	1 873	52 551	158 293	6,1
22	Alsómoács	Brassó	Brassó-Prahova	84	1 100	20 923	49 971	5,6
23	Vatra Dornei	Suceava	Bukovina	37	1 923	47 074	212 241	5,5
24	Kovácszna	Kovácszna	Székelyföld	10	2 071	31 873	409 013	5,5
25	Brăila	Brăila	-	20	1 832	56 438	255 604	5,1
26	Marosvásárhely	Maros	-	21	1 281	72 336	152 886	4,4
27	Szatmárnémeti	Szatmár	-	43	1 106	48 295	84 732	4,3
28	Nagybánya	Máramaros	Máramaros	24	1 462	62 744	115 871	4,1
29	Pitești	Argeș	-	23	1 494	53 254	147 469	4,1
30	Suceava	Suceava	Bukovina	18	1 188	77 043	119 449	4,0
31	Amara	Ialomița	-	9	2 133	21 549	250 952	3,7
32	Galați	Galați	-	19	1 010	57 200	118 802	3,5
33	Techirgiol	Constanța	Tengerpart	37	1 460	7 898	101 519	3,2
34	Tulcea	Tulcea	Duna-delta	19	1 233	49 263	92 447	3,1
35	Nagyvárad	Bihar	-	13	861	63 498	105 445	3,1
36	Voineasa	Vâlcea	Olt völgye	33	1 796	15 535	70 223	3,0

SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

Ssz.	Település	Megye	Turisztikai célpont	Szállás-hely	Férő-hely	Vendég	Vendég-éjszaka	Index
37	Craiova	Dolj	-	18	1 150	45 012	98 423	2,9
38	Râmnicu Vâlcea	Vâlcea	Olt völgye	17	972	43 562	101 173	2,8
39	Csíksszereda	Hargita	Székelyföld	26	1 044	32 574	67 071	2,7
40	Băile Govora	Vâlcea	Olt völgye	13	1 092	16 955	173 073	2,6
41	Menyháza	Arad	-	13	991	37 869	120 484	2,6
42	Ploiești	Prahova	-	12	953	43 213	111 525	2,6
43	Tusnádfürdő	Hargita	Székelyföld	22	1 363	14 442	110 284	2,5
44	Otopeni	Ilfov	-	6	801	60 523	87 162	2,4
45	Zetelaka	Hargita	Székelyföld	52	378	411	1 331	2,4
46	Piatra Neamț	Neamț	Neamț	12	845	49 344	79 898	2,4
47	Parajd	Hargita	Székelyföld	48	515	2 391	8 259	2,3
48	Dorbeta-Turnu Severin	Mehedinți	-	14	961	41 242	72 228	2,3
49	Segesvár	Maros	Királyföld	19	858	38 934	51 884	2,3
50	Slănic Moldova	Bákó	-	6	729	34 834	138 495	2,2
51	Déva	Hunyad		19	725	34 958	58 195	2,2
52	Ceahlău	Neamț	Neamț	28	833	20 636	33 663	2,1
53	Beszterce	Beszterce-Naszód	-	10	700	45 518	74 309	2,1
54	Oláhszentgyörgy	Beszterce-Naszód	-	4	1 480	12 323	154 931	2,0
55	Târgu Jiu	Gorj	-	10	761	42 172	69 829	1,9
56	Buziașfürdő	Temes	-	7	1 024	13 830	150 478	1,9

A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUS SZÁMOKBAN

Ssz.	Település	Megye	Turisztikai célpont	Szállás-hely	Férő-hely	Vendég	Vendég-éjszaka	Index
57	Algyógy	Hunyad	-	6	871	23 022	133 049	1,9
58	Bákó	Bákó	-	5	667	42 430	70 083	1,7
59	Puctoasa	Dâmbovița	-	7	544	14 295	132 804	1,5
60	Merei	Buzău	-	17	742	11 641	69 120	1,5
61	Gura Humorului	Suceava	Bukovina	19	622	20 518	35 416	1,5
62	Măneciu	Prahova	Brassó–Prahova	21	597	15 810	29 963	1,4
63	Moraieni	Dâmbovița	-	13	888	19 548	49 390	1,4
64	Gyulafehérvár	Fehér	-	9	579	28 257	58 883	1,3
65	Medgyes	Szeben	Királyföld	6	401	37 445	47 727	1,3
66	Tulnic	Vrancea	-	21	758	9 626	17 987	1,2
67	Sucevița	Suceava	Bukovina	26	452	6 940	13 040	1,2
68	Câmpulung Moldovenesc	Suceava	Bukovina	14	657	19 236	30 894	1,2
69	Giurgiu	Giurgiu	-	7	725	18 458	67 685	1,1
70	Kalotaszentkirály	Kolozs	Kalotaszeg	22	140	11 412	22 725	1,1
71	Ferencfalva	Krassó-Szörény	-	19	872	6 445	13 260	1,0
72	Zernyest	Brassó	-	15	440	13 934	31 805	1,0
73	Târgoviște	Dâmbovița	-	9	465	18 203	52 889	1,0
74	Batiza	Máramaros	Máramaros	28	243	928	1 870	1,0
75	Buzău	Buzău	-	6	466	26 105	50 505	1,0
76	Murighiol	Tulcea	Duna-delta	19	482	8 784	15 150	0,9

SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

Ssz.	Település	Megye	Turisztikai célpont	Szállás-hely	Férő-hely	Vendég	Vendég-éjszaka	Index
77	Bicaz	Neamț	Neamț	14	670	11 970	17 232	0,9
78	Băltinești	Neamț	Neamț	5	533	7 974	92 100	0,9
79	Sepsiszentgyörgy	Kovácsna	Székelyföld	12	411	16 307	33 165	0,9
80	Julicova	Tulcea	Duna-delta	22	318	4 614	10 308	0,8
81	Vama	Suceava	Bukovina	21	322	4 990	10 309	0,8
82	Botoșani	Botoșani	-	6	472	21 723	40 084	0,8
83	Szamosújvár	Kolozs	-	24	160	2 782	5 435	0,8
84	Gyergyószentmiklós	Hargita	Székelyföld	14	739	8 768	17 443	0,8
85	Vasláb	Hargita	Székelyföld	19	391	4 552	15 442	0,8
86	Resicabánya	Krassó-Szörény	-	10	542	14 064	33 518	0,7
87	Szelistye	Szeben	Királyföld	20	328	3 697	7 042	0,7
88	Focșani	Vrancea	-	8	466	16 985	34 566	0,7
89	Gyalu	Kolozs	-	12	760	7 590	15 169	0,6
90	Limanu	Constanta	Tengerpart	14	802	3 253	14 300	0,6
91	Karánsebes	Krassó-Szörény	-	13	360	7 920	24 346	0,6
92	Sfântu Gheorghe	Tulcea	Duna-delta	11	846	5 419	13 167	0,6
93	Aknasugatag	Máramaros	Máramaros	10	365	5 361	43 240	0,5
94	Breaza	Prahova	-	15	282	6 370	13 919	0,5
95	Rucăr	Argeș	-	20	231	1 130	1 871	0,5
96	Zilah	Szilágy	-	9	415	11 717	29 192	0,5

Ssz.	Település	Megye	Turisztikai célpont	Szállás-hely	Férő-hely	Vendég	Vendég-éjszaka	Index
97	Székelyudvarhely	Hargita	Székelyföld	14	320	7 518	16 622	0,5
98	Câmpina	Prahova	Brassó–Prahova	5	252	20 612	33 689	0,5
99	Crîșan	Tulcea	Duna-delta	18	297	1 755	3 425	0,5
100	Arefu	Argeș		11	451	10 273	13 421	0,5

Forrás: INS, saját szerkesztés

Összegzésként két fontos következtetést vonhatunk le a romániai és a székelyföldi turizmussal kapcsolatban. Egyrészt az látható, hogy a turizmus gazdaságon belüli súlya európai összehasonlításban igen alacsony, másrészt a rendszerváltás óta eltelt időszak e tekintetben nem a növekedést, hanem a kezdeti gyors hanyatlást majd stagnálást és csupán az utóbbi években tapasztalt lassú növekedést jelentette. Ez alól a székelyföldi megyék sem képeznek kivételt, annak ellenére, hogy számos mutató tekintetében országosan az élmezőnyben találhatók.

Természetesen azt is látnunk kell, hogy már a száraz statisztikai adatok alapján sem mutat egységes képet a három székelyföldi megye turizmusa: elsősorban Kovászna megye „lóg ki a sorból”, ahol egyrészt igen magas a fogadóegységek kapacitásának kihasználtsága, jóval az országos átlag fölött alakult a 100 lakosra jutó vendégéjszakák és jelentősen hosszabb az átlagosan eltöltött éjszakák száma, ellenben igen alacsony a külföldi vendégek aránya.

Maros megye a külföldi vendégek magas arányával és az utóbbi években jóval az országos átlag fölötti 100 lakosra jutó turistaérkezésekkel tűnik ki. A három megye közül a legfontosabb mutatók alapján (turistaérkezések, vendégéjszakák száma, kapacitáskihasználtság) Hargita megye teljesített a legrosszabbul az elmúlt két évtizedben.

A több mutató aggregálásából készített turisztikai teljesítménymutatónk alapján ugyanakkor az látható, hogy a székelyföldi megyék turisztikailag az ország legjobban teljesítő megyéi közé tartoznak.

Turizmusban dolgozók a székelvöldi turizmusról: egy fókuszcsoporthos vizsgálat eredményei

Ebben a fejezetben a száraz statisztikai adatok „mögé nézve” a székelvöldi turizmusban dolgozó vállalkozókkal, szakemberekkel készült fókuszcsoporthos interjúk tapasztalatai, eredményei kerülnek bemutatásra. Többek között arra voltunk kíváncsiak, hogy a helyi turizmusban legközvetlenebbül érintettek hogyan látják az ágazat helyzetét. Ezáltal sok esetben lehetőség nyílt a statisztikai adatok értelmezésére, árnyalására.

Módszertani összefoglaló

Fókuszcsoporthos vizsgálatunk alapvetően feltáró/előkészítő jellegű volt. A turistákra vonatkozó mennyiségi adatfelvételt megelőzően arra voltunk kíváncsiak, hogy a vendéglátásban dolgozó vállalkozók, illetve a turizmusban érdekelt szakemberek hogyan ítélik meg az ágazat dinamikáját, fejlődési lehetőségeit, a vendégek motivációit és elvárásait, a népszerűsítő programok sikerét. Ezeket az információkat elsősorban a kérdőív kialakításában kívántuk felhasználni. A vizsgálat céljainak megfelelően egy standard interjúvezetőt alakítottunk ki, amelyet a moderátor minden esetben végigkérdezett az egyenként 1,5–2 órás beszélgetések során.

Az interjúvezető a következő témákat tartalmazta:

1) A turizmus dinamikája és kilátásai Székelvöldön:

- a. A turizmus milyen szerepet játszik, milyen nagyságrendet tölthet be a térség gazdasági fejlődésében?

- b. Hogyan látják az ágazat dinamikáját az elmúlt 10–15 évben a Székelyföldön? Fejlődött vagy visszaesett?
- c. Milyen tényezők segíthetnék a fejlődést? Melyek jelenleg a legnagyobb akadályok?

2) Székelyföld vonzereje, turizmusfajták

- a. Miért jönnek Székelyföldre a turisták? Milyen típusú turizmusok kedveltek az ide látogató vendégek körében? (gyógy-, falu-, sport-, kaland-, üzleti, vallási turizmus stb.)
- b. Milyen fejlesztések voltak, melyek a leginkább látogatott helyek? (települések, természeti vagy épített látványosságok stb.)
- c. Milyen rendezvényeket kedvelnek az idelátogatók? (kulturális, kirándulás, szórakozóhelyek stb.)

3) A vendégekről

- a. Kik jönnek Székelyföldre, honnan származnak? Időben ez változott-e, mi várható a jövőben?
- b. Milyen társadalmi rétegek érdekeltek a székelyföldi turizmusban?
- c. Mi a vendégek elvárása a turisztikai szolgáltatók felé. Mennyire elégedettek? (étel-ital kínálat, vendégszeretet-kiszolgálás, szolgáltatások ára, szolgáltatások minősége stb.)

4) A turisztikai marketing

- a. Milyen eszközöket használnak a turisztikai szolgáltatásaik népszerűsítésére (információs irodák, katalógusok, internetes megoldások, személyes kapcsolatok stb.)

A fókuszcsoportos vizsgálat során négy egymástól nagymértékben eltérő csoporttal dolgoztunk és összesen 28 emberrel beszélgettünk. Szóvátán a helyben működő nagykapacitású hotelek vezetőit, menedzsereit kerestük meg. Zetelakán jórészt kisméretű, családi vállalkozásként működő, esetenként a családi ház szobáit vagy egy emeletét turistáknak kiadó szálláshelyek tulajdonosaival, üzemeltetőivel beszélgettünk. Tusnádfürdő a közepes méretű panziókat képviselte.

13. táblázat. A fókuszcsoportos vizsgálat során kialakított csoportok

Település	A csoport profilja	Időpont	Résztevők száma
Szováta	Nagyméretű szállodák vezetői, menedzserei	2010. október 18.	4
Zetelaka	Kisméretű, családi vállalkozásként működtetett szálláshelyek tulajdonosai, üzemeltetői	2010. október 18.	9
Tusnádfürdő	Közepes méretű panziók tulajdonosai	2010. október 19.	8
Csikszereda	Turisztikai szakemberek, turizmusban érdekelt kutatók	2010. október 19.	7

Forrás: saját szerkesztés

A vizsgálatba bevont települések nem pusztán a szálláshelyek típusa szerint különböznek egymástól, hanem az ezeken kialakult turizmusnak is nagymértékben eltérő a története. Szováta és Tusnádfürdő a múlt rendszerben is Székelyföld legfrekvenciáltabb üdülőtelepei voltak, és – mind az előző fejezetből kiderül – jelenleg is kiemelt pontjai Románia turisztikai térképének. Mindkét helyen meghatározó a belföldi küldőpiac, valamint az is közös bennük, hogy a turisták jelentős része üdülőjeggyel érkező nyugdíjas. Ez utóbbi üdülési forma esetében a szállásadónak az egészségügyi biztosító fizet. Tusnádfürdőn a résztvevőink olyan panziótulajdonosok voltak, akik ebben az üdülési formában nem, vagy igen kis mértékben érdekeltek (miközben ez jelenti a mellettük lévő nagykapacitású hotelek első számú bevételi forrását). Szováta résztvevőink közül a Danubiusnak sajátos a helyzete, hisz négycsillagos wellnesshotelként egy felső középosztálybeli ügyfélkört tud megcélózni, amelyet az üzleti jellegű, illetve konferencia/team-building turizmus egészít ki. A többi szováta résztvevőnk kétszillagos, szerényebb árfekvésű, de szintén nagykapacitású hoteleket képviselt, amelyek az üdülőjegyes turizmusban, illetve a gyógyturizmus egyéb formáiban voltak érdekeltek. Ők egy idősebb, kevésbé tehetős belföldi ügyfélkört céloztak meg. Zetelaka turizmustörténete a kilencvenes évek elején kezdődött, amikor a magyarországiak Székelyföldre irányuló turizmusa tömegessé vált (Gábos 2005: 135–146). A település korábban nem volt kiemelt pont Románia turisztikai térképén és a belföldi turizmus volumene manapság is csekély. Az ide irányuló turizmus az elméleti részben bemu-

tatott etnikai és örökségturizmus tipikus példáját nyújtja. A turizmusban érdekelték a természeti szépségek (Madarasi Hargita, Zetelaki gát) mellett a (nemzeti) kulturális örökségben és az autentikus természetközeli létben jelölték meg a vidék turisztikai vonzerejét. Gábos vizsgálata szerint a helyi turizmus csak részben működik vállalkozásszerűen. A helyi turisztikai vállalkozók elsősorban az ügyfélkör bevonását irányítják, a turistákat pedig alkalmi és állandó jellegű szállasadóknál helyezik el. Ez utóbbiak esetében azonban az elszállásolás inkább jövedelemkiegészítő tevékenység. A vállalkozók másik köre azokból áll, akik szállasadóból panziós vállalkozókká nőttek ki magukat. Beszélgetőpartnereink között a turizmusszervezőket, panziós vállalkozókat és alkalmi, illetve állandó szállasadókat egyaránt találunk.

Végül csíkszeredai csoportunkat a turizmusban érdekelt szakemberek alkották. Közöttük voltak olyanok, akik a helyi (gyergyószentmiklósi, illetve csíkszeredai) egyetemi tanszékek alkalmazottaiként akadémiai szinten foglalkoztak a turizmussal. Mások a Hargita Megyei Tanács vagy a városi önkormányzatok keretében foglalkoztak turisztikai marketinggel. Rajtuk kívül a Hargita és Kovászna megyei Turisztikai Hatóságok vezető beosztású hivatalnokait hívtuk meg a beszélgetésre.

A turizmus dinamikája és kilátásai Székelyföldön

Az eredmények bemutatásakor hangsúlyosan tudatában kell lennünk annak, hogy a különböző csoportokban résztvevők perspektívái nagymértékben eltérnek. Igaz ez bevezető kérdésünkre is, amelyben azt kértük, hogy résztvevőink becsüljék meg a turizmus súlyát a székelyföldi gazdaságon belül.¹²

A résztvevők a turizmus gazdasági súlyát különbözőképpen értékelik. A zetelaki vendégfogadók általános tapasztalata, hogy az általános gazdasági visszaesés közepette a turizmus viszonylagos prosperitást biztosíthat: „... hatalmas szerepe van, mivel más iparág nem fejlett”. Ez az a szegmens, amely (egy helyi perspektívából) az ágazat gazdasági súlyát nagymértékben túlértékeli. A szovátai, illetve tusnádfürdői menedzserek

12 A következő kérdés hangzott el: „A székelyföldi turizmus hangsúlyosan szerepel a nyilvános közbeszédben. Önök mit gondolnak, a turizmus mint ágazat milyen szerepet, milyen nagyságrendet tölthet be a térség gazdasági fejlődésében?”

és vállalkozók, illetve a turisztikai szakemberek döntő többsége az ágazat súlyát reálisan ítélték meg, a kérdésre pedig a romániai és a székelyföldi turizmus gyenge pontjait, nehézségeit vázolták. Viszont az ő körükben is konszenzus van abban, hogy a térség nagy kihasználatlan turisztikai potenciállal rendelkezik, illetve hogy a jövőben a turizmus valóban a régió húzóágazatává válhat.

A következő kérdés a székelyföldi turizmus elmúlt évtizedben tapasztalt dinamikájára vonatkozott.¹³ A legpozitívabb tapasztalatok, vélemények a zetelaki beszélgetés során hangzottak el. Itt általános egyetértés volt abban, hogy a turizmus folyamatosan fejlődik, évről évre több turista érkezik. Zetelakán a résztvevők elmondása szerint a gazdasági válság sem érezte annyira a hatását, mint a többi vizsgált településen. Ez a hivatalos adatokban nem feltétlenül tükröződik, hiszen az engedélyeztetési rendszer változásával párhuzamosan a beszélgetést megelőző években többen lettek azok, akik nem hivatalos keretek között folytatták az elszállásolást. A szovátai résztvevők szintén fejlődést tapasztaltak az ezredfordulót követő periódusban (ami a hivatalos adatokból is kiolvasható), viszont többen kritikusan viszonyultak ehhez a fejlődéshez. Nagykapacitású hotelek menedzsereiként nehezményezték a kaotikus fejlesztést, a túl sok, összehangolatlanul felépített házat, panziót. Tusnádfürdőn, az előző két desztinációval szemben jóval több negatívum hangzott el. Itt az a domináns vélemény, hogy visszalépés tapasztalható: csökken a turisták száma. Többen a gyógyturizmus visszafejlődését emelik ki, ami a beutalós rendszer fokozatos leépülésével áll összefüggésben. A résztvevők elmondása szerint az egyedüli fejlesztés a magánszektor irányából érkezik néhány új panzió formájában, az infrastruktúra fejlesztése az önkormányzat részéről viszont nem valósult meg.

Székelyföld vonzereje, turizmusfajták

Egy vidék turisztikai arcélét mindig tágabb összefüggések alakítják. Az, hogy a turizmusban érdekelt helyiek hogyan láttatják magukat, illetve hogy a turisták hogyan látják őket, általános diskurzív kontextus függvénye, viták, harcok eredménye. Esetünkben a kulcselem a székelyföldi turiz-

13 „Hogyan látják az ágazat dinamikáját az elmúlt 10–15 évben a Székelyföldön? Fejlődött vagy csökkent?”

mus duális jellege, nevezetesen, hogy a turizmusban érdekeltek egyrészt a magyarországi, másrészt pedig a belföldi küldőpiacról érkezőknek próbálják szolgáltatásaikat, termékeiket eladni. A Székelyföld mint diskurzív toposz helye pedig a magyar és a román kulturális közegben nagymértékben eltérő.

Ahogy a székelyföldi turizmus irodalmát áttekintő fejezetünkben érintettük, Székelyföld magyar kultúrkörön belüli reprezentációja két pillérre épül. Egyrészt Székelyföld az autentikus magyar nemzeti léttel, másrészt a természetközelséggel, civilizátlansággal, a modernizáció előtti közösségi léttel asszociálódik (Feischmidt 2005:7). Ezek az elemek a vizsgált helyszínek közül Zetelaka turisztikai kínálatát határozzák meg leginkább. Itt a falusi életmód különböző elemei jelentik a fő vonzerőt. Több szállásadó gazdaságot tart fenn, ahol a vendégek bekapcsolódhatnak az állatok ellátásába. A szállásadók előnyként fogalmazzák meg azt is, hogy sokan nem vállalkozásszerűen („mint a panziósok”) foglalkoznak vendéglátással, hanem a családi házban fogadják a vendégeket. Beszélgetőpartnereink megfogalmazták, hogy a magyarországi vendégek azt keresik, ami „bennük már nincs meg”: *„Én még annyit szeretnék hozzáfűzni, hogy a panziók, az nagyobb mennyiségekben fogadnak, azok nem úgy törődnek, mint egy falusi vendéglátók. Hanem mi úgy elbeszélgetünk a vendégekkel, amit tőlünk várnak, s így visszakapják azt a szeretet, vagy ők lássák bennünk, hogy milyen, mik vannak bennünk, ami bennük nincs.”* Így a különböző közösségi események, például a templomlátogatás („ahova még olyanok is elmennek, akik otthon meg sincsenek keresztelve”) is a turisztikai látványosság részeivé válnak.

Ki kell emelnünk, hogy a székelyföldi turisztikai szakemberek szintén ezekre a modernizációtól érintetlen paraszti kultúra diskurzív toposzára építenék Székelyföld turisztikai marketingjét:

„Ide lehet hozni, vagy ide lehet vonzani az autentikus kultúrát felfedezni. Ennek a vidéknek vagy akár az országnak a megkülönböztetője a nemzetközi piacon ez a még autentikus, még eredeti kultúra. Most itt akár egybemoshatjuk a székely kultúrát a román kultúrával, mert a lényeg az, hogy eredeti s a paraszti világhoz közel áll. Lehet azért bicskát nyitogatni, de egy külföldi szemében – amerikai szemszögéből vagy angol szemszögéből, akinek fogalma nincsen az európai kisebbségek problémáiról – a román és a székely kultúra nagyon hasonló.”

„A turisztikai élmény a leges-leg-lényege az, hogy ne csak a tájat fedezze fel, hanem a tájjal együtt a helyi embert, aki nekem bemutatja a tájat, és az ő viszonyát a tájhoz megmutatja. Szerintem ez volna a legérdekesebb turisztikai élmény, hogy megmutassuk, hogy a székely embernek milyen viszonya van a természettel, milyen viszonya van a tájjal.”

Az elmondottak összecsengenek azzal, amit a szakirodalmi áttekintésben kiemeltünk a walesiek kapcsán. Kijelenthető, hogy az eddigiekben sokkal kevesebb figyelmet kapott az „érem másik oldala”, Székelyföld belső, romániai piacon kifejtett vonzereje. Ahogy a szakirodalmi áttekintésből láthattuk, a nemzetközi kutatás számára nem ismeretlen jelenség, hogy egy régió a különböző küldőpiacokon más-más arcéllel jelenik meg. Pritchard-Morgan (2001: 173) ilyenként hivatkozik Walesre, ahol a külföldi (elsősorban tengerentúli) küldőpiac fele megjelenített turisztikai táj meghatározó eleme a régió sajátos (az angoltól eltérő, kelta gyökerű) kulturális karaktere. Ez a kulturális másság ugyanakkor Nagy-Britanniában évszázadokon keresztül az elmaradottság, a civilizált világba való integráció képtelenségének a szinonimája volt és erősen negatív felhanggal bírt. Ezzel áll összefüggésben, hogy a brit küldőpiac fele a régió kulturálisan semleges, inkább a természeti adottságokra fókuszáló képét forgalmazzák.

Székelyföld helyzete részben hasonló. A belföldi küldőpiac számára legnagyobb vonzerőt jelentő üdülőtelepek, Szováta, Kovászna, illetve Tusnádfürdő, a promóciós anyagokon nem mint a székelyföldi turisztikai célpontok jelennek meg.¹⁴ A gyógyturizmus mellett elsősorban a természeti látnivalókra helyeződik a hangsúly, így az anyagokból leginkább egy kulturális szempontból semleges tájkép rajzolódik ki. Ugyanez a helyzet azokkal a román nyelvű turisztikai site-okkal is, amelyeken Székelyföld mint önálló turisztikai desztináció jelenik meg.¹⁵ Ugyanakkor azt is ki kell emelni, hogy a román turisztikai site-ok többségén Székelyföld nem jelenik meg egységes turisztikai desztinációként.

A Szováta és Tusnádfürdőn folytatott beszélgetésekben – ahol beszélgetőpartnereink számára elsősorban a belföldi turisták jelentették a referenciakategóriát – szintén nagy hangsúllyal jelent meg a természeti környezet

14 A www.bailecovasna.ro, www.bailetusnad.ro, www.tusnad.ro, illetve www.sovata.ro honlapokat vizsgáltuk meg, amelyeket az említett fürdővárosok (egyértelműen magyar dominanciájú) önkormányzatai üzemeltetnek.

15 <http://www.2rism.ro/objective-turistice/transilvania/objective-turistice/tinutul-secuiesc/>; <http://www.directbooking.ro/objective-turistice-romania.aspx?regiune=20&r=Tinutul%20Secuiesc>.

egyfajta kulturális semleges reprezentációja. Ugyanakkor beszélgetőpartnereink azt is megfogalmazták, hogy Székelyföld kulturális mássága a belföldi piacon is vonzerővel bírhat. Itt azonban a másság teljesen más terminusokban jelent meg. A (vendéglátók szerint) Székelyföld a román turisták számára nem az archaikus világot, a természetközeli létmódot vagy a modernitás előtti romlatlan paraszti állapotot jeleníti meg. Ellenkezőleg, őket a vidék rendezettsége, kulturált, civilizált, tiszta és élhető mivolta fogja meg, amit vendéglátóink Órománia, illetve a Moldvai Köztársaság rendezetlenségével, civilizálatlanságával állítottak szembe. Székelyföld kettős helyzete, vagyis, hogy a magyar (illetve nyugat-európai) turisták fele a civilizálatlan (premodern, paraszti) világot, miközben a román turisták számára a rendezettséget, civilizáltságot reprezentálja, egy globális diskurzív hierarchiában értelmezhető. Melegh Attila (2006) szerint ez a (történetileg adott centrum-periféria viszonyok eredőjeként kialakult globális hierarchia, amit Kelet-Nyugat lejtőnek nevez) nagymértékben meghatározza a beszélők egymáshoz viszonyított pozícióját, akár egy lokális (regionális) társadalmi téren belül is. Erdély, illetve Románia esetében is ez érvényesül, mind a szimbolikus etnikai hierarchia, mind az egyes régiók egymáshoz viszonyított presztízse tekintetében. Erdélyben nem csupán a magyarok, hanem a románok közül is sokan civilizálatlan, balkáni jelzőkkel illetik óromániai (elsősorban bukaresti, munténiai és olténiai) nemzettársaikat (Brubaker és mások 2006), miközben az erdélyiek civilizáltabb, kulturáltabb mivoltát az óromániaiak jelentős hányada is elfogadja. Hasonlóképpen – bár természetesen nem egyöntetűen – a románok jelentős hányada abban is egyetért, hogy a magyarok is „feljebb” helyezkednek el náluk (legalábbis az óromániaknál) a Kelet-Nyugat lejtőn. A székelyföldi régió belföldi küldőpiac fele kialakított profilját ezek a képzetek is meghatározhatják.

Azzal kapcsolatban, hogy az ide látogató turisták mit kedvelnek Székelyföldön, és hogy milyen turizmusfajták a dominánsak, szintén településspecifikus válaszokat kaptunk. Zetelakán a természeti környezet adta lehetőségeket (túrázás, természetjárás, kalandturizmus) a helyi kulturális szokások, illetve közösségi alkalmak meg tapasztalásával kötik össze. Így a disznóvágástól a sajtkészítésig, a tehénfejesig és az esti népdaléneklésig egy sor tevékenység válik turisztikai attrakciává. Tusnádfürdőn és Szovátaán a gyógyturizmusnak van kiemelkedő jelentősége, amit Tusnádfürdő esetén a sportturizmus, Szováta esetén pedig a konferenciaturizmus egészít ki. A Danubius Hotel számára ez utóbbi turizmusformának van kiemelt jelentősége.

A konkrét nevezetességek is két csoportba oszthatók, egyik oldalon a kulturálisan semleges, másik oldalon Székelyföld kulturális sajátosságaihoz köthető helyszínekre. Egy adott (földrajzi értelemben vett) helyszín természetesen a tálalástól függően mindkét csoportba besorolható, hisz a természeti tájnak is lehetnek (etno)kulturális konnotációi. Mégis, a természeti látványosságok könnyebben felépíthetők kulturálisan semleges látványosságokként. A kulturális jelentőséggel bíró helyszínek közül egyedül Csíksomlyó, illetve a hozzá kapcsolódó búcsú jelent meg minden beszélgetésben. Ebben a kategóriában ezt az eseményt tekinthetjük a Székelyföld egészét, nem pusztán az egyes kistérségeket (székeket) reprezentáló eseménynek/helyszínhez. Emellett természetesen rengeteg lokális, regionális jelentőségű eseményt/helyszínt említettek beszélgetőpartnereink (városnapok, falunapok, kőrispataki szalmakalap-múzeum, Lázár-kastély, Tamási Áron síremléke, ezeréves határ stb.). A kulturálisan semlegesként tált természeti látványosságok skálája egyrészt jóval szűkebb, másrészt azonban több olyan helyszínt találhatunk, amelyek a különböző régiókban tevékenykedő vendéglátók egyaránt említettek. Ilyenek a Szent Anna-tó, a Hargita, a Gyilkos-tó, illetve a Békás-szoros. Tusnádfürdő estében – amelyet döntően román turisták látogatnak – egyértelműen megmutatkozik az a törekvés, hogy etnokulturális szempontból semleges, illetve a vidék sajátosságait nem az egymást kizáró nemzeti paradigmák keretébe helyező eseményeket szervezzenek, hagyományosítsanak. Míg a kutyaszánhúzó vagy sárkányrepülő-verseny az etnokulturálisan semleges események közé tartozik, addig (az általunk bejárt helyszínek közül leghangsúlyosabban Tusnádon jelen lévő) gasztronómia a hangsúlyozottan székelyföldi kulturális specifikumokat próbálja a román közösség számára fogyasztható módon tálatni. Ebben a magyar, illetve az erdélyi konyhára vonatkozó pozitív sztereotípiákra építenek.

A vendégekről. Kik jönnek Székelyföldre?

A fókuszcsoportos vizsgálat következő témája arra vonatkozott, hogy az egyes desztinációk mely piacokra gyakorolnak vonzerőt. A vizsgált települések között nagy különbségek mutatkoznak. A két véglet Tusnádfürdő és Zetelaka. A résztvevők beszámolója alapján Tusnádfürdőn a vendégek túlnyomó többsége (átlagban kb. 90 százaléka) belföldi, leginkább a

moldvai megyékből, illetve Bukarest környékéről érkeznek. Emellett egyre jelentősebb számban érkeznek ide Moldova Köztársaság-beli turisták is. Volt olyan résztvevő is, akinél kizárólag belföldi turisták fordulnak meg, és másoknál is többnyire csupán a csíksomlyói búcsú és a Tusványosi Nyári Szabadegyetem idején vannak magyarországi vendégek. Hasonló a helyzet Szovátán is. A Moldáv Köztársaságból érkező turisták ide is jelentős számban érkeznek, egy résztvevő szerint az utóbbi időben megelőzték a magyarországiakat. A belföldiek aránya itt is jóval magasabb, mint a külföldről érkezőké (beleértve Magyarországot is). A magyarországi látogatók száma, az egyik résztvevő beszámolója szerint, a kétezres évek közepén volt a legnagyobb, majd 2007 óta folyamatosan csökkent. E két üdülővárossal szemben az inkább faluturizmusra berendezkedett Zetelakán a magyarországi turisták képezik az abszolút többséget. Közös vonás az összes településen, hogy a külföldi (Magyarországot kivéve) turisták száma elenyészően alacsony. A turizmusban érdekelt szakértőkkel folytatott beszélgetésből leszűrhető, hogy a magyarországi, illetve a külföldi turizmus volumenét és jelentőségét felül, a belföldiét pedig alulbecsülik. A szakértők, amikor stratégiákban, turisztikai marketingben, célcsoportokban gondolkodnak, nagymértékben hanyagolják a belföldi küldőpiacot, amelynek az lehet a fő magyarázata, hogy nem állnak rendelkezésükre a Székelyföld kulturális másságát a román nyilvánosságban megjelenítő diskurzusok, toposzok, ezek hiányában pedig a „román turisták áradata” akár fenyegető is lehet.

A belföldi turizmusból élő szovátaiak és tusnádiak számára egyértelmű, hogy a magyarországi piac számukra nem jelent perspektívát. Ugyanakkor a szakértői csoportban, illetve a zetelaki beszélgetésen is felvetődött, hogy a magyarországi piac közép vagy hosszú távon képtelen biztosítani az ágazat dinamikáját. A zetelakiak esetében a román piac fele való nyitás lehetőségként, de egyben dilemmaként jelent meg. Megfelelő nyelvtudás, kulturális tapasztalatok (és újra hangsúlyozzuk a Székelyföldet megjelenítő, elismertető diskurzusok) nélkül kérdés, hogy mit tud kezdeni egy székelyföldi falusi közösség a román turistákkal. Illetve, vajon a román turisták hangsúlyos jelenléte összeegyeztethető-e a magyarországiak identitás-turizmusával? Számukra Zetelaka vajon akkor is a romlatlan, autentikus magyarság megtapasztalásának terepe maradhat-e, ha ezen a téren román turistákkal kell osztozzanak?

„**Domokos:** Romániának azért van vagy 22 millió lakosa, magyar pedig csak 10 millió van. De ha jönnek a románok, akkor más nemzetiségű nem igen fordul meg itt. Mert harsányabbak, hangosabbak. Teszik ki a zenét, mint János bácsi. Ezt meg ki kell bírni ezt a hangoskodást. Egyébként rendesek.

János: Igaz, hogy nagyon szeretik aztán ezeket a maneleket, kitenni azt a zenéjüket. Az katasztrofális. Aztán este a hangoskodás...

Manyi: Úgy kelnek fel, hogy táncolnak, úgy mennek ki a kapun, ha ittak, ha nem.”

Társadalmi rétegek szerint a Székelyföldre látogató turisták nagy többsége, a beszélgetéseken résztvevők szerint, a kevésbé gazdag, a középosztály alsóbb rétegeiből származik. E tekintetben nem tapasztalható jelentős különbség a vizsgált települések között. Általános vélekedés, hogy „*pénzesebb turista nem Székelyföldre jön*”. A tehetősebbek aránya Zetelakán a legmagasabb, ahol, a helyiek bevallása szerint, gyakrabban megfordulnak vállalkozók, értelmiségiek is, ha nem is ez a jellemző. Az üdülőtelepeken a vendéglátók is érzékelik a nyugdíjasok magas arányát, akiről általános nézet, hogy (az egészségügyi biztosító által átutalt összegben felül) igen keveset költenek.

Az interjúalanyok kivétel nélkül tényként kezelték, hogy a román turisták a magyaroknál jóval tehetősebbek, illetve társadalmi pozícióik révén sokkal költekezőbbek. Mint látni fogjuk, ezt a percepciót a survey-adatok nem erősítik meg. A román turisták társadalmi státusának és anyagi helyzetének felül, illetve a magyarok alul becslése a szimbolikus társadalmi hierarchia (románok javára történő) változására utal.

A román turisták percepciójához tartozik (és ez inkább az említett Kelet-Nyugat-lejtőn elfoglalt kedvezőtlenebb pozícióhoz kapcsolódik), hogy azoknak a magyarokhoz viszonyítva jóval alacsonyabb az igény szintje: „...mondják a kollégák, hogy jobb a neamț-i vendég, meg a vaslui-i vendég, mint az, aki jön Magyarországról, mert végül is a magyar vendégnek, ha nincs is pénze, annyi, mint a vaslui-inak vagy neamț-inak, azt mondja, hogy olyan helyre nem megyek, ahol nincsen saját fürdőszobám.” A magyar turistákkal szemben általánosan megfogalmazott panasz, hogy a szállásadókkal szembeni elvárásaik túlzók, a szolgáltatások árát is figyelembe véve: „Nagyon az elvárások kevés pénzért, mindenki úgy szeretné, hogy mindent megkapjon, de olcsón.”

Turisztikai marketing

Utolsóként a szállásadók által alkalmazott marketingtechnikákra kértünk rá. A legtöbb résztvevő által használt eszköz az internet, amely saját honlap vagy különböző turisztikai közvetítő portálok formájában ölt testet. Azon túl, hogy ezt a népszerűsítési csatornát nevezik meg a legtöbben, arról is beszámolnak, hogy ez a leghatásosabb is az összes közül.

14. táblázat. A résztvevők által használt promóciós eszközök

Promóciós eszköz	Említések száma
Internet	22
Kiállítások, vásárok	12
Utazási irodák	9
Szórólap	9
Katalógusok	4

Forrás: saját szerkesztés

Hasonlóan nagy arányban népszerűsítik szálláshelyüket különböző turisztikai vásárokon, kiállításokon vagy utazási irodákon keresztül, annak ellenére, hogy ez utóbbi súlya az elmúlt időszakban jelentősen csökkent. A népszerűsítő eszközök használatának súlya, hatásossága a különböző piacok szerint változó. A moldvai piacokat például többen leginkább szórólapok segítségével érik el. További többször említett eszközök a turisztikai katalógusokban való megjelenés és a direkt marketing leginkább konferenciák esetében. Mindemellett a legtöbb résztvevő kiemeli a „visszavárást” és a szálláshely hírének „szájról szájra terjedését”: *„egy meglegedett turista nagyobb reklámot csinál, mint 6 folyóirat.”* A nagyobb vendéglátó egységek természetesen TV-, rádióreklámokat, újsághirdetéseket is használnak.

Székelyek a székelyföldi turizmusról: egy lakossági survey eredményei

A továbbiakban, a székelyföldi turizmussal kapcsolatos belső szemszögű vélekedésekkel, viszonyulásokkal foglalkozunk, bemutatva egy, a székelyföldi lakosokra reprezentatív kérdőíves adatfelvétel eredményeit. Ebben a fejezetben a helyi lakosoknak a székelyföldi turizmus gazdasági jelentőségéről, a fejlesztendő turizmusfajtákról, a vonzerőről, az általuk emblemikusnak gondolt székelyföldi ételekről, italokról, városokról, szimbólumokról alkotott véleményeit írjuk le.

Módszertani összefoglaló

2008/2009-ben a Nemzeti Kisebbségkutató Intézet egy magyarul is beszélő, erdélyiekre reprezentatív felmérést készített. A vizsgálat során a kérdezők részben (a 22–47 évesek vonatkozásában) a 2006-os Életünk Fordulópontjai – Erdély-vizsgálatban¹⁶ megkérdezetteket keresték fel újra. A mintát a 18–21, illetve a 48–70 éves korosztályokkal egészítették ki, így az összességében a 18–70 év közötti, magyarul beszélő erdélyiekre tekintve reprezentatív.¹⁷ Az adatbázist utólag nem, életkor, régió és iskolai végzettség szerint súlyoztuk.

Ebben a fejezetben csak a Székelyföldön megkérdezettek válaszainak feldolgozását összesítettük. Kovászna, Hargita és Maros megyék vonatkozásában a súlyozatlan és súlyozott esetszámok a következők:

16 Ezt vizsgálatot a KSH Népszégtudományi Kutatóintézet kezdeményezte. Lásd Spéder szer. (2009).

17 A vizsgálat során először egy kontaktmintát alakítottak ki. Ez abból állt, hogy a mintába kerülő településeken a választói névjegyzékből véletlenszerűen neveket választottak ki, függetlenül az illető (feltételezhető) etnikumától, vagy anyanyelvétől. A kontaktmintába kerülő személyeket a kérdezők megkeresték, de csak abban az esetben folytatták le az interjút, amennyiben az illető a kérdőív kitöltéséhez szükséges mértékben beszélt magyarul. Lásd Kiss-Kapitány (2009).

15. táblázat. A székelyföldi minta esetszámai

Megye	Súlyozatlan esetszám	Súlyozott megoszlás	
		Esetszám	%
Kovászna	541	490	25,2
Hargita	1034	804	41,4
Maros	836	648	33,4
Összesen	2412	1942	1942

Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

A súlyozás nyomán az esetszám azért csökkent, mert a súlyváltozót a teljes erdélyi mintára készítettük el, a szórványban élők pedig a rendelkezésünkre álló statisztikákhoz viszonyítva erősen alul (míg a székelyföldiek felül) voltak reprezentálva. A mintavételi szempont az volt, hogy a kérdezett beszéljen magyarul. Az így meghatározott népességen belül a nemzetiségi önbevallás megoszlásai a három megyében a következők:

16. táblázat. Önt a 2002-es népszámlálás során milyen etnikumúnak regisztrálták?

	Esetszám	%
Magyar	1797	92,8
Román	62	3,2
Cigány	71	3,7
Német	2	,1
Ukrán	1	,0
Csángó	4	,2
NT	1	,0
Összesen	1937	100,0

Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

Mint érintettük, nincs konszenzus Székelyföld pontos területi határait illetően. A mintánkba került Hargita, Kovászna és Maros megyei települések 66,4 százaléka a bevezetőben felsorolt összes kritérium szerint, 9,2 százaléka (Nyárárdmente, Sóvidék) három lehetséges kritérium szerint,

13,8 százaléka (Marosvásárhely környéke; magyar többségű, de történetileg nem székely falvak) két és 10,6 százaléka (Maros megye román többségű, Székelyföldhöz nem kapcsolódó része) csupán egy lehetséges kritérium szerint tekinthetők Székelyföld részének.

17. táblázat. Hány kritérium szerint része Székelyföldnek a település, ahol él?

Megye	4 kritérium	3 kritérium	2 kritérium	1 kritérium
Kovászna (N=490)	100%	-	-	-
Hargita (N=804)	99,5%	-	0,5%	-
Maros (N=648)	-	27,6%	40,7%	31,6%
Összesen	66,4%	9,2%	13,8%	10,6%

Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

A székelyföldi turizmusra, illetve a székelyföldi szimbólumokra vonatkozó kérdésblokkot Kovászna, Hargita és Maros megyékben minden kérdezettnek feltettük, és a fejezet során a következőkben is Székelyföld kiterjesztő meghatározásával fogunk dolgozni.

A turizmus gazdasági jelentőségének megítélése

A székelyföldi turizmussal foglalkozó blokk egyik fő kérdése az volt, hogy a térségben élők miként ítélik meg a turizmus gazdasági jelentőségét. A válaszadókat arra kértük, hogy kilenc lehetséges alternatíva közül válasszák ki azt a hármat, amely a leginkább hozzájárulhat Székelyföld gazdasági fejlődéséhez. A válaszokból egyértelműen az derül ki, hogy a turizmus a székelyföldiek szemében fontos gazdasági kiugrási pont. 56,3 százalékuk említette és 27,3 százalékuk egyenesen a legfontosabb tényezőnek nevezte meg.

18. táblázat. Az ön véleménye szerint a felsoroltak közül melyik az a három dolog, amelyik leginkább elősegítené Székelyföld társadalmi-gazdasági fejlődését? (%)

	Említette	Legfontosabbként említette
A székelyföldi turizmus fellendítése	56,3	27,3
Jobb úthálózat megteremtése	54,5	12,2
A mezőgazdaság fejlesztése	46,2	30,6
Az oktatás minőségének javítása	34,6	10,0
Korrupció megszüntetése, visszaszorítása	28,8	5,9
Székelyföldi gazdasági fejlesztési régió kialakítása	24,4	3,0
Több külföldi befektetés Székelyföldön	23,9	3,0
Helyi vállalkozók állami és önkormányzati támogatása	19,0	3,4
Demokratikusabb és átláthatóbb politikai közélet	11,2	4,6

Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

A háttérváltozók szerinti elemzés arra világít rá, hogy a turizmus jelentőségének megítélése meglehetősen egyenletes. Az alábbi táblázat azok arányát mutatja, akik legfontosabb kitörési pontként nevezték meg a turizmus fejlesztését. Az elemzés során egy regressziós modellt is lefuttattunk, azonban a viszonylag egyenletes megoszlás miatt olyan alacsony magyarázóerővel rendelkezett, hogy a szövegben nem közöljük.

19. táblázat. A turizmusfejlesztést legfontosabb kitörési pontként megnevezők aránya háttérváltozók szerint

Háttérváltozók		%
Életkor	18–24 (1985–1991)	32,6
	25–29 (1980–1984)	31,9
	30–34 (1975–1979)	25,0
	35–39 (1970–1974)	22,3
	40–44 (1965–1969)	21,0
	45–49 (1960–1964)	26,0
	50–54 (1955–1959)	26,3
	55–59 (1950–1954)	24,7
	60–64 (1945–1949)	25,5
	65–72 (1938–1944)	23,8

SZÉKELYEK A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUSRÓL

Háttérváltozók		%
Nem	Férfi	24,9
	Nő	27,6
Iskolai végzettség	Alapfokú	26,5
	Középfokú	26,0
	Felsőfokú	29,0
Régió	Sepsiszek, Erdővidék	26,5
	Kézdi-, Orbaiszek	23,0
	Csík	18,4
	Udvarhely	22,7
	Gyergyó	34,0
	Nyárádmente–Sóvidék	23,4
	Marosvásárhely és környéke	29,6
	Maros megye egyéb	36,9
Településméret	1000 alatt	24,4
	1000–2000	29,4
	2000–4000	32,4
	4–10 ezer	27,4
	10–30 ezer	24,9
	30–100 ezer	19,3
	100 ezer felett	33,3
Magyarok aránya	30% alatt	41,3
	30–50%	34,8
	50–66%	30,1
	67–80%	18,1
	80–90%	17,1
	90% felett	25,1
A település turisztikai potenciálja	Nincs turisztikai potenciál	28,7
	Van turisztikai potenciál	25,4
	Kiemelt desztináció	23,4

Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

A társadalmi-demográfiai alapváltozók közül egyedül az életkor hatása szignifikáns. A fiatalabbak nagyobb arányban tekintették legfontosabb tényezőnek a turizmus fejlesztését (az idősök ezzel szemben nagyobb arányban említették a mezőgazdaságot). Nem és iskolai végzettség szerint a megoszlás egyenletes. A székelyföldi kistérségek közül a legtöbben Maros megye

történelmileg nem a Székelyföldhöz tartozó, etnikailag román többségű területein, illetve a Gyergyói-medencében említették a turizmusfejlesztést, legkevesebben pedig (az amúgy nagyobb turisztikai potenciállal rendelkező) Csík, Udvarhely, illetve Kézdi- és Orbaiszéken. A településméret sem befolyásolja érdemben a válaszokat, míg az etnikai összetétel szerint a kisebb arányban magyarlakta települések lakói nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a turizmusnak. Legérdekesebb összefüggés, hogy a kiemelt turisztikai desztinációk, illetve a jelentős potenciállal rendelkező települések lakói kedvezőtlenebbül ítélik meg a turizmusban rejlő lehetőségeket.

Milyen fajta turizmusra lenne szükség?

Következő kérdésünk arra vonatkozott, hogy a válaszadók milyen típusú turizmust fejlesztenének a Székelyföldön. A válaszadók három turizmusfajtát nevezhettek meg, 11 előre megadott alternatíva közül.

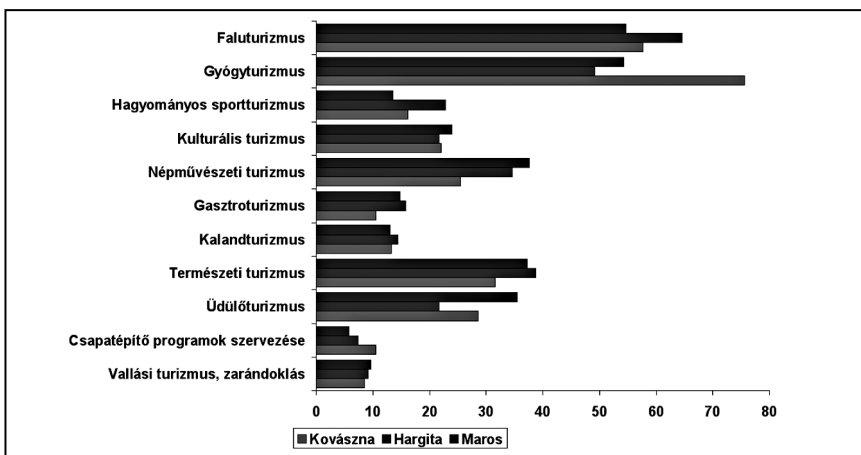
A válaszokból kirajzolódik, hogy a székelyföldiek a régió turisztikai fejlesztéseit két fő pillér, a faluturizmus, illetve a gyógyturizmus mentén képzelik el. Szintén 20 százalék fölötti arányban említették a természeti turizmust/túrázást, a népművészeti turizmust, az üdülőturizmust és a kulturális turizmust. Az is látható, hogy miközben a gyógyturizmusnak elsősorban Kovászna megyében, kisebb mértékben pedig Marosban van kiemelt jelentősége, addig Hargitában a székelyföldi átlagnál nagyobb arányban említették a faluturizmust.

20. táblázat. Az alábbi turizmusfajták közül Ön szerint melyik az a három, amelyet érdemes lenne fejleszteni Székelyföldön?

Turizmus típusa	Említők aránya
Faluturizmus (falusi életmód megtapasztalása)	59,4
Gyógyturizmus (gyógyfürdők, mofetták)	57,4
Természeti turizmus, túrázás	36,1
Népművészeti turizmus (néprajzi, népművészeti látnivalók, termékek árusítása)	32,7
Üdülőturizmus (fürdők, vízparti nyaralóhelyek)	28,4
Kulturális turizmus (emlékhelyek, múzeumok, kiállítások látogatása)	21,9
Hagyományos sportturizmus (sízés, lovaglás, kerékpározás, horgászat)	18,0
Gasztroturizmus (érdekes, sajátos ételek, italok fogyasztását célzó turizmus)	13,7
Kalandturizmus, extrém sportokra épülő turizmus (off-road terepjáró verseny, sziklamászás, vadvízi evezés, bungee jumping, ejtőernyőzés)	13,6
Vallási turizmus, zarándoklás	9,2
Csapatépítő programok szervezése (cégek munkatársainak)	7,4

Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

24. ábra. A felsorolt turizmusfajták közül Ön szerint melyik az a három, amelyet érdemes lenne fejleszteni Székelyföldön? (%)



Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

Amennyiben a faluturizmust, kulturális, a népművészeti és a vallási turizmust tekintjük ilyennek, megállapíthatjuk, hogy a székelyföldiek 82,2 százaléka említett valamilyen olyan turisztikai formát, amely a régió (etno)-kulturális sajátosságait értékesíti, és csupán 17,8 százalékot tesz ki azoknak az aránya, akik kizárólag az etnokulturális sajátosságoktól elvonatkoztathatóan is felépíthető turisztikai formákat neveztek meg. Az alábbi táblázat azt foglalja össze (egy logisztikus regressziós modell segítségével), hogy a kulturálisan beágyazott formák említését mely háttérváltozók valószínűsítik. A regressziós modellben az esélyhányadosokat (EXP B), illetve a szignifikanciaszinteket jelenítettük meg. Az 1-nél kisebb esélyhányados azt mutatja, hogy az adott kategóriához tartozók a referenciakategóriához képest kisebb, az 1-nél nagyobb érték pedig, hogy nagyobb eséllyel említettek etnokulturálisan beágyazott turisztikai formákat. Ezt megelőzően (a táblázat harmadik oszlopában) az alapmegoszlásokat is megjelenítettük. A szignifikáns összefüggéseket vastagított számok jelzik.

21. táblázat. A kulturális sajátosságokra építő turizmus preferálását meghatározó tényezők

Magyarázó változó	Értékek	Említette a kulturális sajátosságokra építő típust	Logisztikus regressziós modell	
			Exp(B)	Sig.
Nem	Nő	83,2	1,20	0,140
	Referencia: férfi	81,2		
Születési év	(Folytonos)	-	0,98	0,000
Iskolai végzettség	Középfokú	80,9	1,00	1,000
	Felsőfokú	79,4	1,06	0,810
	Alapfokú	85,9		
Régió	Kézdi, Orbaiszék	74,1	0,64	0,037
	Csík	82,2	2,27	0,010
	Udvarhely	89,0	1,89	0,018
	Gyergyó	90,2	4,04	0,001
	Sóvidék, Nyárádmente	71,6	0,59	0,034
	Marosvásárhely környéke	72,6	0,82	0,070
	Maros megye egyéb	84,8	1,00	0,990
	Referencia: Sepsiszék	87,1		

Magyarázó változó	Értékek	Említette a kulturális sajátosságokra építő típust	Logisztikus regressziós modell	
			Exp(B)	Sig.
Település-méret	1000–2000	89,4	1,79	0,130
	2000–4000	90,3	1,60	0,260
	4–10 ezer	78,5	0,65	0,120
	10–30 ezer	75,7	0,76	0,520
	30–100 ezer	80,0	0,40	0,005
	100 ezer felett	69,4	1,39	0,580
	Referencia: 1000 alatti falu	84,2		
Település etnikai összetétele	30–50%	73,2	0,51	0,260
	50–65%	76,5	0,46	0,004
	65–80%	84,9	3,49	0,170
	80–90%	71,3	0,36	0,003
	90% felett	86,6	0,89	0,840
	Referencia: 30% alatt	87,7		
Turisztikai potenciál	Van turisztikai potenciál	81,7	0,93	0,840
	Kiemelt desztináció	74,4	0,52	0,004
	Nincs turisztikai potenciál	86,1		
R^2 (Nagelkerke) = 0,130				

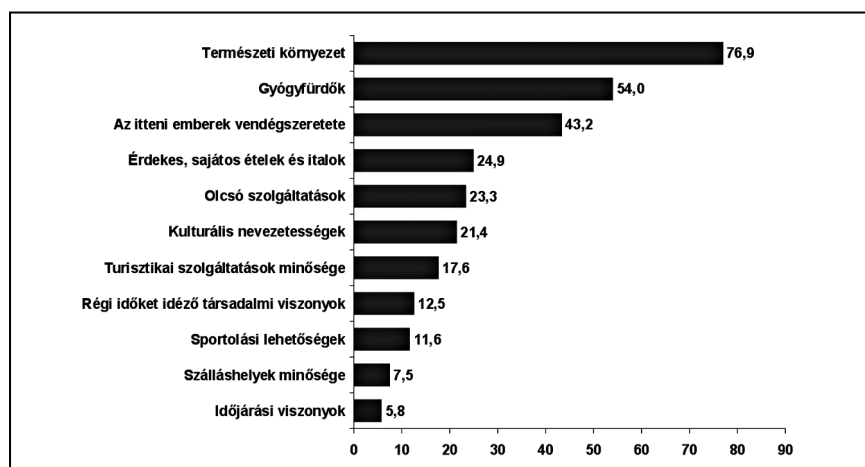
Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

A bevont szociodemográfiai változók közül az életkornak van szignifikáns hatása, miután az öregebbek nagyobb eséllyel említettek kulturálisan beágyazott turizmusformákat. Ez utóbbiaknak regionális bontásban Kézdi- és Orbaiszéken, illetve Nyárádmente–Sóvidék kistérségében van kisebb, Csík-, Udvarhely- és Gyergyószéken pedig nagyobb jelentőségük (a referenciaként használt Sepsiszékhöz viszonyítva). Az is megfigyelhető, hogy az etnokulturálisan beágyazott turizmust nagyobb eséllyel említették olyan településeken, ahol valójában nincs jelentős turisztikai potenciál.

Vonzó és taszító tényezők a lakossági percepciók szerint

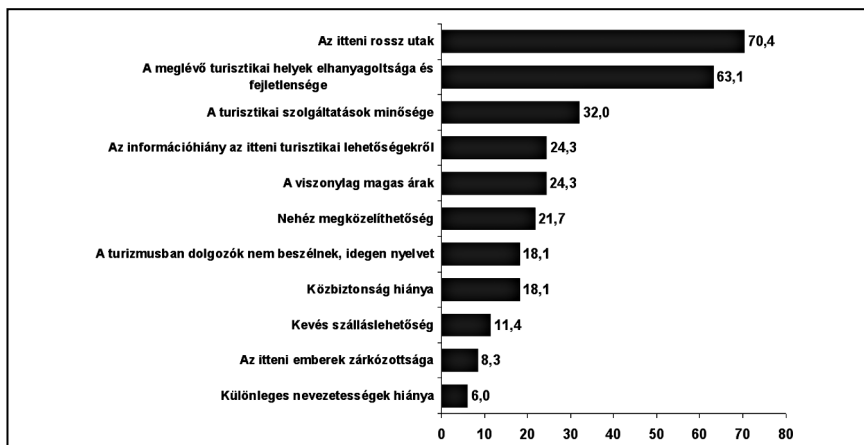
Egy következő kérdéscsoport segítségével arra kerestük a választ, hogy a válaszadók miben látják a székelyföldi turizmus előnyös, turistacsalogató vonásait, illetve az azt akadályozó tényezőket. A lenti ábrán látható, hogy a megkérdezettek közel 80 százaléka tartja előnyös adottságnak a természeti környezetet. Emellett a gyógyfürdőknek, illetve a székelyföldi emberek vendégszeretetének van a kérdezettek szerint kiemelt jelentősége. A turizmust akadályozó tényezők oldalán a két legtöbbször említett probléma az utak rossz állapota és a meglévő turisztikai helyek elhanyagoltsága, fejetlensége. Emellett a válaszadók több mint 30 százaléka a turisztikai szolgáltatások minőségét is akadályként nevezte meg. Ezzel szemben kisebb arányban tartják a helyiek problémának a különleges nevezetességek hiányát vagy a szálláslehetőségeket mennyiségét, a közbiztonság hiányát vagy a turisztikai szektorban dolgozók idegennyelv-ismeretének a hiányát.

25. ábra. Ön szerint mi az, ami Székelyföldre vonzaná a turistákat? (%)



Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

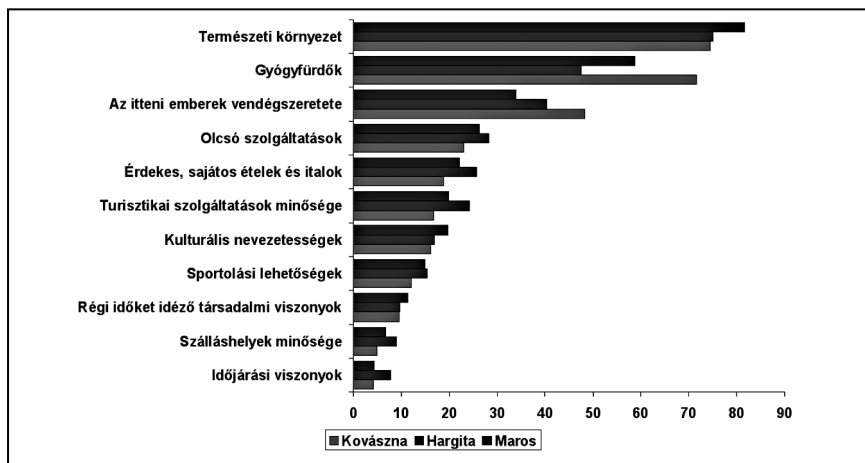
26. ábra. Ön szerint melyek azok a dolgok, amelyek akadályt jelentenek a székelyföldi turizmusban? (%)



Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

A Kovászna megyei alanyok elsősorban a gyógyfürdőket, a helyi emberek vendégszeretetét emelik ki, míg Hargita megyében az olcsó szolgáltatásokat, érdekes sajátos ételeket, a turisztikai szolgáltatások minőségét látják vonzóbb tényezőkné.

27. ábra. Turistákat Székelyföldre vonzó tényezők megyék szerint (%)



Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

Mit kínálnak az idegennek?

Egy következő kérdésblokkban arra kérdeztünk rá, hogy melyek azok a szimbólumerővel is bíró kulturális elemek, amelyeket a válaszadó egy Székelyföldre érkező vendégnek, idegennek felkínálna. Mi az, amit megismertetne, egyszersmind kifejezve önmaga identitását, illetve a tájegység jellegzetességeit. A kérdés a következő formában hangzott el:

Most gondoljon arra, hogy Önt meglátogatja egy ide látogató – nem székelyföldi – barátja, ismerőse:

- Milyen érdekes, sajátos ételekkel kínálná meg?
- Milyen érdekes, sajátos innivalókkal kínálná meg?
- Milyen természeti szépségeket mutatna meg neki, milyen helyekre vinné el?
- Milyen emlékhelyeket, kulturális nevezetességeket mutatna meg neki?
- Milyen székelyföldi híres személyiségekről mesélne neki?– Milyen eseményekre vinné el?– Milyen székelyföldi településeket mutatna meg neki?

A kérdések formájukat tekintve nyitottak voltak, a válaszokat pedig az adatbázis összeállítása után posztkodoltuk.

Székely ételek és italok

Az alábbi táblázatban a leggyakrabban említett ételeket és italokat foglaltuk össze. A jellegzetes italok listáját leginkább a különféle pálinkák dominálják, legfőképpen a szilvapálinka (26,6%), de kisebb arányban további gyümölcspálinka-fajták is megjelennek (meggy-, körte-, alma-, cse-resznye-, eperpálinka). Emellett a válaszadók igen magas százaléka (40,4%) említi a bort is, és kisebb arányban (3,9%) a „borvíz” is megjelenik.

22. táblázat. Milyen érdekes, sajátos itallal, étellel kínálná meg ide látogató, nem székelyföldi vendégét? (%)

ITALOK	%
Bor	40,4
Szilvapálinka	26,6
Pálinka	24,5
Sör	8,6
Házi bor	6,7
„Köményes pálinka”	5,5
„Borvíz”	3,9
Házi pálinka	3,0
ÉTELEK	%
Töltött káposzta	36,8
Húsleves	16,8
Puliszka	7,0
Gulyás	5,9
Székelykáposzta	5,6
Kürtös kalács	5,3
Kolbász	3,0
Szalonna	2,9
„Csorba”	2,8
„Pityókás tokány”	2,4
Házi kenyér	1,3

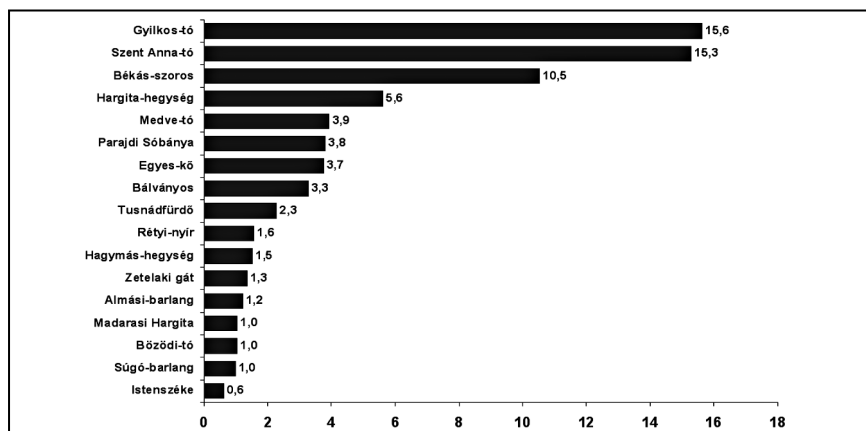
Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

A sajátos ételek kínálata az italokénál sokszínűbb. A legtöbbször említett étel a töltött káposzta (36,8%) és a húsleves (16,8%). További népszerű székely vagy legalábbis a helyiek által sajátos székelynek tartott ételek a puliszka, gulyás, székelykáposzta, kürtös kalács. A felsoroltak mellett viszont számottevő arányban szerepelnek különböző káposztából, krumpliból, illetve leginkább disznóhúsból készült ételek is.

Székelyföld természeti szépségei

Az alábbi ábrán láthatjuk, hogy a kérdezettek milyen természeti szépséget mutatnának meg ismerősüknek. A helyiek kedvelt célpontjai a Szent Anna-tó, Gyilkos-tó és az annak közelében fekvő Békás-szoros (mindhármat megnevezte a megkérdezettek több mint 10 százaléka). Szintén kedvelt látványosságok a Medve-tó, a parajdi sóbánya, az Egyes-kő, Bálványos, Tusnádfürdő, a Rétyi-nyír, a Hagymás-hegység, a zetelaki gát, az Almási-barlang, a Madarasi Hargita, a Sűgő-barlang, illetve Istenszéke. A listára nem kerültek fel viszont a Gyimesek, a Bűdös-barlang vagy a kovásznai Tündérvölgy. A Gyilkos-tó, a Szent Anna-tó, a Békás-szoros és a Hargita-hegység tekinthető olyan kiemelt székelyföldi nevezetességnek, amelyet a különböző kisországokban élő válaszadóink egyaránt említettek.

28. ábra. Milyen természeti szépségeket mutatna meg egy ide látogató, nem székelyföldi vendégnek? (%)



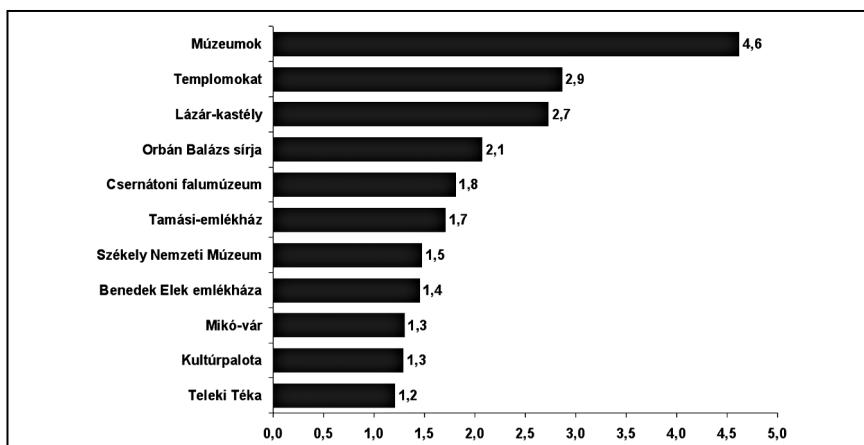
Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

Kulturális nevezetességek

Ha számba vesszük a kulturális nevezetességeket, azt látjuk, hogy legtöbbször múzeumokat, illetve székelyföldi templomokat mutatnának meg. Külön megnevezett múzeumnak csak a csernátoni falumúzeum és a Székely Nemzeti Múzeum jelenik meg nagyobb számban az említések között.

Emellett látható, hogy nagy jelentőséget kapnak a híres székely személyiségek emlékhelyei is (Orbán Balázs sírja, Tamási-emlékház, Benedek Elek-emlékház, Körösi Csoma Sándor-emlékház, Mikes Kelemen-emlékház). Olyan kulturális nevezetesség, amelyet a különböző régiókban élők egyaránt megneveztek volna, nem mutatkozott meg.

29. ábra. Milyen emlékhelyeket, kulturális nevezetességeket mutatna meg egy ide látogató, nem székelyföldi vendégnek? (%)

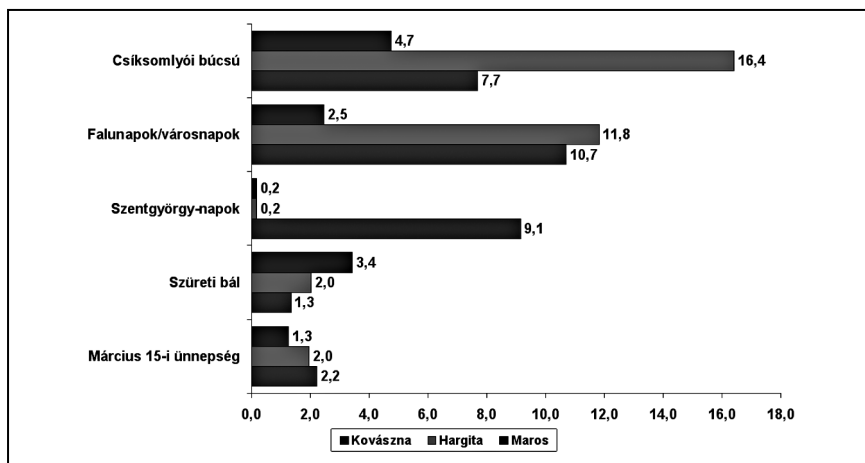


Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

Nevezetes események

A Székelyföldön megrendezésre kerülő események közül a csíksomlyói pünkösdi búcsú az, amelyet a legtöbb megkérdezett megnevez, még ha az egyes megyékben nem is azonos mértékben. Ez tűnik az egyetlen olyan rendezvénynek, amely ténylegesen átlépi a széki határokat. Szintén sok említést kapott Szentgyörgy-napok viszont majdnem kizárólag a Kovászna megyeiek büszkesége. Ezek mellett a szüreti bálók, falu- és városnapok, valamint a március 15-i ünnepek jelentek meg nagyobb számban.

30. ábra. Milyen eseményekre vinne el egy ide látogató, nem székelyföldi vendéget? – megyék szerint (%)

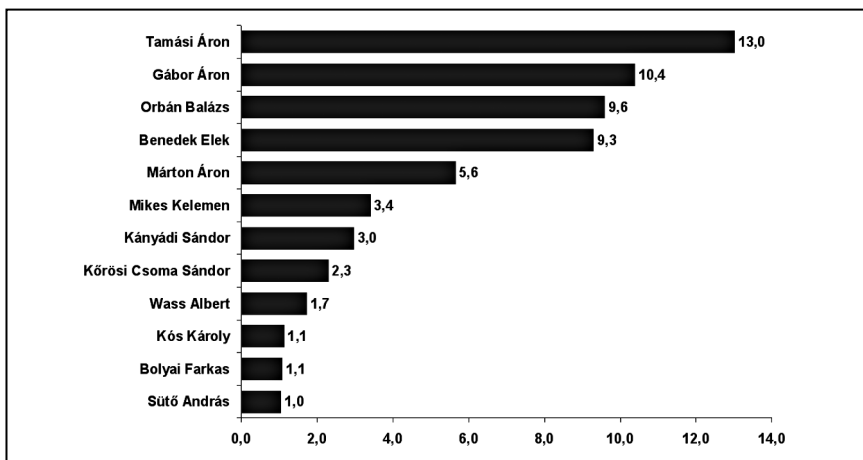


Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

Emblematikus személyiségek

Az említett személyek skálája igen széles. Leginkább székely írók és költők jelennek meg. Legnépszerűbb személyiség Tamási Áron (13%), de a válaszadók több mint 9 százaléka említette Gábor Áront, Orbán Balázst és Benedek Eleket is. Nagyobb számú említést kapnak olyan, egyébként nem székely származású személyiségek is, mint például Kós Károly (1,1%). Ugyanezen személyiségekhez kapcsolódó emlékhelyek, múzeumok a legkedveltebb kulturális látnivalók között szerepeltek.

31. ábra. Milyen híres székelyföldi személyiségről mesélne Ön egy ide látogató, nem székelyföldi vendégnek? (%)

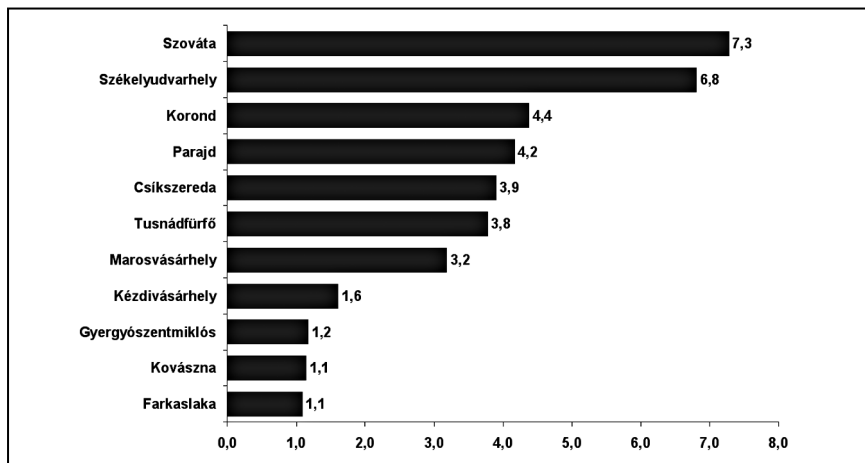


Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

Emblematikus települések

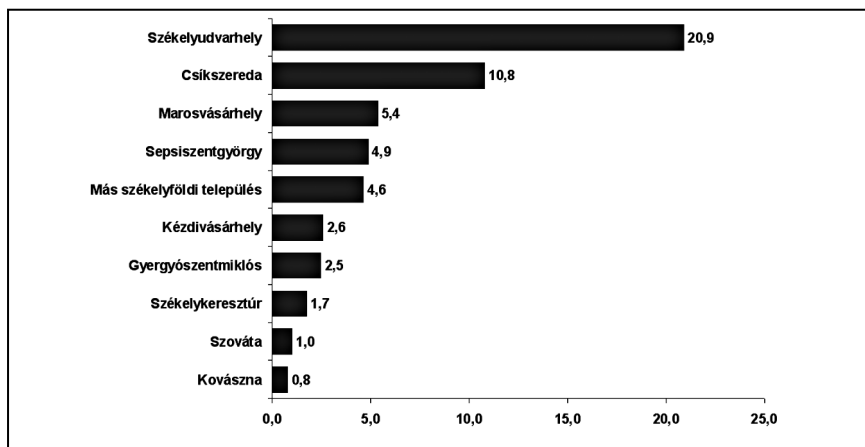
A legkedveltebb székelyföldi városokat kétféleképpen próbáltuk beazonosítani. Egyrészt arra voltunk kíváncsiak, hogy a válaszadó melyik székelyföldi települést mutatná meg legszívesebben egy turistának, másrészt azt kérdeztük, hogy melyik településre költözne ő maga. A két kérdésre adott válaszok között kisebb különbségeket tapasztalhatunk, viszont egyértelműen a legnépszerűbb székelyföldi város mindkét kérdésre adott válaszok alapján Székelyudvarhely, majd Csíkszereda, Marosvásárhely, Kézdivásárhely, Sepsiszentgyörgy. Emellett olyan további kisebb, tipikusan turizmusra épülő települések szerepelnek a listán, mint Szováta, Parajd, Tusnádfürdő vagy Korond.

32. ábra. Milyen székelyföldi településeket mutatna meg Ön egy ide látogató, nem székelyföldi vendégnek? (%)



Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

33. ábra. Ha el kellene költöznie, melyik székely várost választaná? (%)

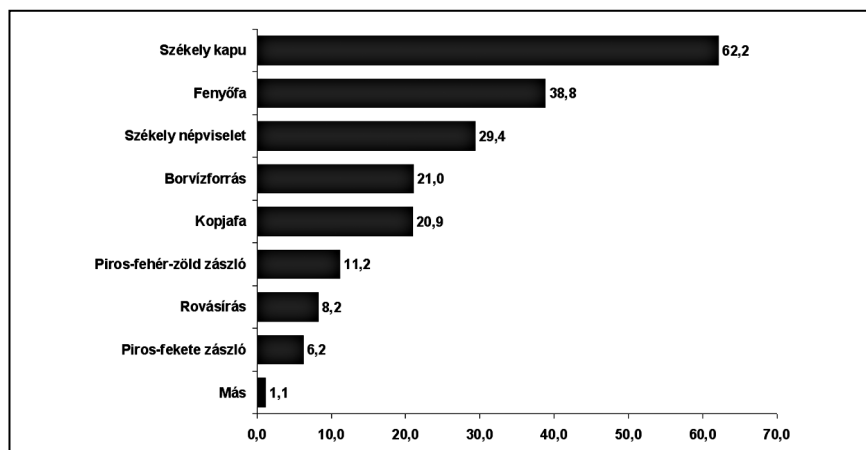


Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

Székelyföld szimbólumai

A székelyföldi turizmussal kapcsolatos kérdésblokk utolsó témájaként azt próbáltuk feltárni, hogy a melyek azok a szimbólumok, amelyek a megkérdezettek tudatában leginkább jelképezik Székelyföldet, azaz operacionalizálva milyen jelképeket használnának egy Székelyföld népszerűsítését célul kitűző hirdetéssorozathoz. Az eredmények egyértelműen azt mutatják, hogy a helyiek többsége, lakóhelytől függetlenül, a székely kaput tekinti a Székelyföldet leginkább reprezentáló szimbólumnak (62,2%), kisebb mértékben (a válaszadók több mint negyede nevezi meg) a fenyőfát és a székely népviseletet (29,4%), kisebb mértékben (a válaszadók több mint negyede nevezi meg) a fenyőfát és a székely népviseletet és további 21 százalék a borvízforrásokat és a kopjafákat.

34. ábra. Ön milyen szimbólumokat használna, ha egy olyan hirdetéssorozatot tervezne, amely Székelyföld népszerűsítését tűzte ki célul?



Forrás: Demográfia, rétegződés, nyelvhasználat. Második hullám, saját szerkesztés

A fejezetből képet kaphattunk arról, hogy maguk a székelyföldi lakosok hogyan látják a helyi turizmus helyzetét. Láthattuk, hogy a fókusz-csoportos beszélgetésekhez hasonlóan ez esetben is a turizmusnak a helyi gazdaságban betöltött potenciális szerepe jelentősen túlértékelt. Az is látható, hogy a fejlesztendő turizmusfajtákról, illetve a turistákat Székelyföldre vonzó tényezőkről alkotott vélemények a térség természeti adottságait helyezik előtérbe: kiemelt szerepet kap a gyógy- és üdülturizmus, valamint a természeti turizmus mint fejlesztendő ágazatok, míg a vonzó tényezők között is legtöbbször a természeti környezetet és a gyógyfürdőket nevezik meg. Ugyanakkor az is látható, hogy a helyiek tudatában vannak a térség rurális jellegének, természetközelségének, a megőrzött hagyományok turisztikai értékesíthetőségének is. Ezért jelenik meg a válaszokban a faluturizmus mint a térségben az első számú fejlesztendő turizmusfajta.

Láthattuk azt is, hogy melyek azok a legfontosabb természeti és kulturális elemek, amelyeket a helyiek a Székelyföldre érkező vendégek számára felkínálnának, megmutatnák. A következő fejezetben többek között azt is látni fogjuk majd, hogy ezen elemek hogyan jelennek meg a Székelyföldre érkező turisták preferenciái között.

Turisták Székelyföldön: egy turistákra reprezentatív adatfelvétel eredményei

Ebben a fejezetben egy turisták körében végzett reprezentatív adatfelvétel eredményeit mutatjuk be, olyan témákat érintve, mint a Székelyföldre érkező turisták profilja, a térségbe való utazás egyes aspektusai, motivációi, céljai, meglátogatott nevezetességek, rendezvények és az ezek alapján kialakult vélemények. Mindez lehetővé teszi majd azt, hogy egy teljesebb és realisabb képet alakítsunk ki a székelyföldi turizmusról, az ide érkező turistákról.

Módszertani összefoglaló

Vizsgálatunk legfontosabb része egy, a turistákra reprezentatív adatfelvétel volt, amelynek a segítségével megpróbáltunk egzakt képet alkotni arról, hogy kik és miért látogatnak Székelyföldre. A székelyföldi turistákra vonatkozóan eddig csupán kvalitatív mikrovizsgálatok álltak rendelkezésünkre. Ezzel nem azt akarjuk mondani, hogy a székelyföldi turizmus vizsgálata alulfejlett volna. Románia más turisztikai régiói esetében sincsenek a turistákra vonatkozó survey-adatok. A környező országok közül pedig csupán Szlovéniában tudunk a megszálló turistákra reprezentatív adatfelvétellről (Jokić–Šegan 2010).

A székelyföldi turizmusra vonatkozó eddigi vizsgálatoknak nem volt célja a reprezentativitás, a kutatók érdeklődésüknek, vizsgálati kérdéseiknek megfelelően állították előtérbe a turizmus egyik vagy másik oldalát. Ahogy az a szakirodalmi áttekintésből kiderült, az eddigiekben főként az etnikai turizmus jelenségére, illetve a magyarországiak Székelyföld-képére (magyar-székely viszonyra) került a fő hangsúly. Azonban már a statisztikai elemzésből, illetve a fókuszcsoportos vizsgálatból kiderült, hogy a székelyföldi turizmus fenntartásában a magyarországi küldőpiacnál fontosabb szerepet játszik a belső kereslet. Vizsgálatunk egyik közvetlen haszna, hogy egzakt adatokkal szolgál arról, a különböző célterületeken mekkora a belföldi/magyarországi turisták aránya.

Az adatfelvétel – hogy a teljes turisztikai idényt reprezentálja – egy teljes évre terjedt ki: *2010. december elsején kezdtük a kérdezést és 2011. december elsején fejeztük be.* Célpopulációnkat a székelyföldi szálláshelyeken megszállók köre képezte, függetlenül attól, hogy külföldről, Románia más régióiból vagy Székelyföldről érkeztek.

Az *adatfelvétel földrajzi* hatóköre Hargita és Kovászna megyék mellett Marosszék sóvidéki és nyárádmenti részeire terjedt ki, vagyis nem került be Marosvásárhely és vonzáskörzete, amely jelentős vendégforgalmat bonyolít le, de megítélésünk szerint kismértékben kapcsolható Székelyföldre mint turisztikai desztinációhoz.

A kérdezést kérdezőbiztosok segítségével folytattuk le, a szálláshelyeken. A kérdezés (illetve a kérdőívek) nyelve magyar, román és angol volt. A lekérdezett kérdőívek nyelvi megoszlása a következő volt:

23. táblázat. A lekérdezett kérdőívek nyelve¹⁸

	Esetszám	%
Magyar	912	44,5
Román	1085	52,9
Angol	52	2,6
Összesen	2050	100

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A minta kialakításában (1) egyrészt a mintavételi pontokat (szálláshelyeket), (2) másrészt az időpontokat kellett meghatároznunk.

A mintavételi pontok (felkeresett szálláshelyek) tekintetében rétegzett, többlépcsős véletlenszerű mintát készítettünk. Első fázisban a településmintha kialakítására került sor. Ebben a vendégek éves számából indultunk ki, amelyet a Statisztikai Hivatal községi soros bontásban közöl. Az esetszámok meghatározásakor a 2005–2009 közötti évek átlagából indultunk ki.

A minta földrajzi hatókörébe tartozó településeket – miután az önreprezentáló településeket (Szováta, Kovászna, Sepsiszentgyörgy, Csíkszereda,¹⁹ Tusnádfürdő, Székelyudvarhely, Marosfő) meghatároztuk – rétegekbe soroltuk. A kisebb súlyt képviselő desztinációkat (Székelyudvarhely, Maros-

18 Ahol erre külön nem hívjuk fel a figyelmet, ott a súlyozott esetszámot közöljük.

19 A táblázatban Csíkszeredát Csíkszerékhez soroltuk, miután rajta kívül a régióban kevés lett volna az esetszám ahhoz, hogy azt önállóan elemzett egységként kezeljük.

fő, Háromszék, Udvarhelyszék) felülreprezentáltuk, hogy ezekre is elemezhető esetszámokat kapjunk.

24. táblázat. A mintavétel során használt önreprezentáló települések és rétegek

		Vendégek száma (2005–2009 átlaga)	Súlyozatlan esetszám	Súlyozott esetszám	%
Önreprezentáló települések	Szováta	71 999	523	707	34,5
	Kovászna	31 873	176	313	15,3
	Sepsiszentgyörgy	16 307	104	160	7,8
	Tusnádfürdő	14 442	153	142	6,9
	Székelyudvarhely	7 518	100	74	3,6
	Marosfő	4 552	99	45	2,2
Régiók	Csík	34 774	261	342	16,7
	Gyergyó	10 032	102	97	4,7
	Háromszék	8 328	270	81	4,0
	Udvarhelyszék	5 070	262	88	4,3
Összesen		204 895	2 050	2 050	100

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Mint a fenti táblázatból kitűnik, Szováta képezi a székelyföldi turista-forgalom több mint harmadát, Kovásznával együtt pedig közel felét. A többi helyszín jelentősége, Csíkszeredát leszámítva, nem mérhető az előbbi kettőhöz.

Második fázisban a mintába kerülő szálláshelyeket választottuk ki. Szálláshelyre lebontott adatbázisunk csupán a férőhelyekre (nem pedig a turistákra vagy vendégéjszakákra) volt, így ebből kellett kiindulnunk. A mintába került településeken belül a szálláshelyeket véletlenszerűen választottuk ki, figyelembe véve a helyszámokat. A vizsgálat megkezdése előtt megkerestük a kiválasztott szálláshelyek vezetőit és együttműködésre kértük őket. Amennyiben az együttműködésüket nem sikerült megszerezni (összességében három esetben), a településen belül újabb szálláshelyet választottunk.

25. táblázat. A mintába került települések

	Település	Szálláshely	Súlyo- zatlan	Súlyo- zott
Önrepre- zentáló települések	Szováta	Danubius Heath Spa Resort szálloda****, Aluniș szálloda**, Făget szálloda**, Brădet szálloda**, Hefaistos szálloda**, Lacu Ursu szálloda***, Sisi panzió***	523	707
	Kovászna	Hefaistos szálloda**, Dacia szálloda**, Casa Din Parc panzió***, Montana szálloda**	176	313
	Tusnádfürdő	Olt panzió***, Iris panzió***, Ciucas szálloda**	152	141
	Sepsiszent- györgy	Park szálloda**, Sugáskert szálloda***, Ferdinánd panzió***	104	160
	Marosfő	Oktogon panzió***, Bianca panzió***, Fészek panzió**	100	46
	Székelyudvar- hely	Küküllő szálloda***, Romantika panzió***	100	74
Csík	Csíkszépvíz	Kishavas panzió***	50	65
	Csíkszereda	Fenyő szálloda***, Merkúr szálloda**, Park szálloda***, Salvator szálloda**, Flamingó szálloda***	160	201
	Gyimesközeplok	Boros menedékház**	51	75
Gyergyó	Borzont	Anna panzió***	11	16
	Gyergyószent- miklós	Anda Panzió menedékház***, Lázár panzió***	91	81
Háromszék	Árkos	Európai Tanulmányok Központja	50	12
	Bálványos	Best Western – Grand Hotel szálloda****, Vár/Cetate Szálló panzió***	151	47
	Barót	Derzs panzió**	19	6
	Kézdivásárhely	Hotel Atrium szálloda***	50	16
Udvarhely- szék	Homoródfürdő	Lobogó panzió***	50	22
	Parajd	Princess panzió***, Sebelin falusi vendéglátóhely***, Erika panzió**	50	19
	Szentegyháza	Napsugár panzió***	60	22
	Zetelaka	Eni Panzió falusi vendéglátóhely**, Antal Klára falusi vendéglátóhely**	102	25
Összesen			2 050	2 050

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Szállástípusok közül ezzel a módszerrel a kevesebb férőhelyű, nem szálloda besorolású, illetve olcsóbb árfekvésű vendéglátóhelyeket reprezentálta felül a kérdezés, amelyet később súlyozással korrigáltunk. Kismértékben felülreprezentáltuk a 4 csillagos szálláshelyeket is, amelyet szintén visszasúlyoztunk.

26. táblázat. A mintába került turisták megoszlása a szálláshely típusa szerint

		Súlyozatlan esetszám	Súlyozott esetszám	%
Szállástípus	Szálloda	1 067	1292	63,0
	Panzió	710	596	29,1
	Menedékház	110	123	6,0
	Falusi vendéglátóhely	113	27	1,3
	Egyéb	50	12	0,6
Szálláskategória	2 csillag	925	1065	52,0
	3 csillag	919	802	39,1
	4 csillag	206	182	8,9
Férőhelyek száma	20 személy alatt	527	416	20,3
	20–100 személy	669	531	25,9
	100–300 személy	631	746	36,4
	300 személy felett	223	357	17,4
Ár	100 RON alatt	572	389	19,0
	100–150 RON	622	655	32,0
	150–200 RON	406	450	22,0
	200 RON felett	450	556	27,1

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A különböző turisztikai célpontokat értelemszerűen nem ugyanolyan típusú szálláshelyek jellemzik. A nagyméretű (kevés kivételtől eltekintve) kétszallagos, ugyanakkor nem alacsony árfekvésű szállodák dominálnak a nagyobb vendégforgalmat lebonyolító üdülőtelepeken, Kovásznán, Szovátán és részben Tusnádfürdőn. Ezzel szemben Udvarhelyszéken, Csíkban, Gyergyóban, Marosfőn, Sepsiszentgyörgyön a kisebb méretű, nem szálloda besorolású szálláshelyek túlsúlya figyelhető meg. Háromszék a régió belül nagy súlyt képviselő bálványosi Best Western és a kézdivásárhelyi Hotel Atrium miatt képez ez alól kivételt.

27. táblázat. A mintába került turisták megoszlása a szálláshely típusa szerint, turisztikai desztinációk és régiók szerint

		Szová- ta	Ko- vászna	Sepsiszent- györgy	Tusná- fürdő	Székel- udvarhely	Maros- fő	Csik	Gyer- gyó	Három- szék	Udvar- hely
Szál- lás-tí- pus	Szálloda	89,5	97,8	21,3	50,7	50,0		47,7		55,6	
	Panzió, egyéb	10,5	2,2	78,8	49,3	50,0	100,0	52,3	100,0	44,4	100,0
	2 csillag	57,6	97,8	10,0	50,7		13,3	61,1		23,2	31,8
Szál- lás-ka- tegória	3 csillag	20,7	2,2	90,0	49,3	100,0	86,7	38,9	100,0	41,5	68,2
	4 csillag	21,8								35,4	
	20 alatt	23,9	2,2				46,7		100,0	45,1	65,9
Férő- helyek száma	20–100	34,9	27,4		48,6	50,0		54,4			34,1
	100–300	13,7		100,0	51,4		53,3	23,7		19,5	
	300 felett	27,4	70,4			50,0		21,9		35,4	
	100–RON alatt		2,2	78,8	0,7		100,0	21,9	100,0		75,0
Ár	100–150 RON	20,7		21,3	48,6	50,0		49,4		64,6	25,0
	150–200 RON	57,6	32,8		50,7	50,0					
	200 RON felett	21,8	65,0								

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A mintavételi pontok kiválasztását az **időpontok** kiválasztása követte. A kérdés egyéves periódusát négy évszakra (téli, tavaszi, nyári és őszi évszak) osztottuk, az egyes évszakokon belül pedig véletlenszerűen kezdő időpontokat választottunk. Így összeállt egy táblázat, ahol minden egyes szálláshelyhez négy (évszakonként egy) kezdő időpont tartozott. A kérdezők ezen véletlenszerűen kiválasztott kezdő időpontokban kezdték meg a kérdezést és érkezési sorrendben kérdezték a turistákat.²⁰

28. táblázat. A turisták megoszlása évszakok szerint

Évszak	Időtartam	Megoszlás
Tél	december 1.–február 28.	15,2
Tavaszi	március 1.–május 31.	19,3
Nyár	Június 1.–augusztus 31.	39,9
Ősz	szeptember 1.–november 30.	25,4

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Miután vizsgálatunk az ide látogató személyekre (és nem csoportokra) volt reprezentatív, az együtt érkezők mindannyian kitölthették (ki kellett tölteniük) a kérdőívet, feltéve, hogy betöltötték a 18. életévüket.

A turisták állampolgársága, nemzetisége/etnikuma és lakhelye

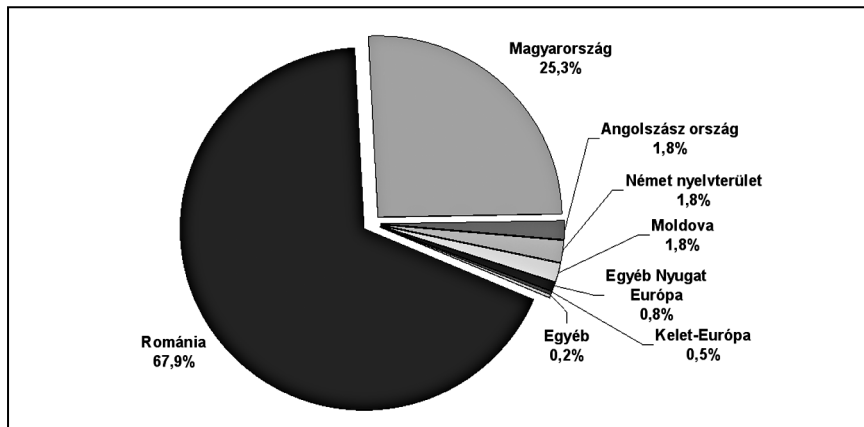
A székelyföldre érkező turisták származási helyéről, nemzetiségi hovatartozásáról ez idáig nem rendelkezünk megbízható forrásból származó adatokkal. Egyes becslések országos és megyei statisztikákra alapozva 60 százalék körülire tették a magyarországi turisták arányát Székelyföldön (Nagy 2011). Kutatásunk eredményei ezzel szemben azt mutatják, hogy ez az arány jóval kisebb. A Székelyföldre érkező turisták több mint kétharmada belföldi. A

20 Főként a kis forgalmat lebonyolító településeken volt fontos, hogy a kérdező helyi illetőségű legyen, hisz főszezonon kívül sok esetben napokig, hetekig nem érkezett vendég. Ha nem találtunk helyi illetőségű kérdezőt, a megoldás az volt, hogy a szállásadó értesítette az illetőt, amikor vendég érkezett.

SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

Magyarországról érkezők az összes turista valamivel több mint egynegyedét teszik ki. Mérésünk eredményei a turisztikai statisztikákban megjelenő adatokat igazolják vissza. A nem Magyarországról érkező külföldiek az összes szállóvendég 6,7 százalékát teszik ki. A Moldvai Köztársaságból, az angol-szász országokból és német nyelvterületről érkezett a turisták 1,8–1,8 százaléka.

35. ábra. Székelyföldre látogató turisták megoszlása küldőország szerint



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Mindez nem jelenti természetesen azt, hogy a székelyföldi szállóvendégek kétharmada román nemzetiségű lenne, hisz (elsősorban a belső, székelyföldi forgalomból adódóan) a romániai turisták jelentős része is magyar nemzetiségű.

29. táblázat. A turisták nemzetiség szerinti megoszlása

	Magyar	Román	Egyéb
Belföldi turista összesen (N=1394)	26,0	73,1	0,9
<i>Székelyföldiek (N=392)</i>	70,9	29,1	0,0
<i>Nem székelyföldiek (N=1002)</i>	8,3	90,5	1,2
Magyarországi (N=517)	100,0	0,0	0,0
Egyéb külföldi (N=139)	18,0	24,5	57,6
Összesen	44,1	51,4	1,6

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Az összes belföldi szállóvendég 26, a Hargita, Kovászna és Maros megyéből érkezők 70,9 százaléka magyar nemzetiségű. A nem Székelyföldről érkezők között a magyarok aránya 8,5 százalék, ami az országos (Székelyföldön kívüli) arányuknál magasabb, azonban nem jelent a székelyföldi turizmusban való karakteres jelenlétet. A Magyarországon kívüli egyéb külföldi országokból érkezők között a magyarok aránya 18, a románoké pedig 24,5 százalék. Ez utóbbi leginkább annak köszönhető, hogy a Moldvai Köztársaságból érkezők egy jó része is románnak vallotta magát. Összességében így a Székelyföldön meg szálló vendégek 44,1 százaléka magyar és 51,4 százaléka román nemzetiségű.

Az elemzés további részében négy kategóriát tartalmazó változót fogunk használni, amelyet a turisták lakhelye és nemzetisége alapján alakítottunk ki. Egyrészt a romániai turistákat két kategóriára osztjuk: (1) „romániaiakra” (akik nem székelyföldiek) és (2) „székelyföldiekre”. Itt nem vettük figyelembe a nemzetiségi változót, azonban, ahogy az előző táblázatból látszik, a két kategória nemzetiség szerinti megoszlásai nagymértékben különböznek. Másrészt a külföldiek esetében a magyar (vagy nem magyar) nemzetiség alapján differenciáltunk, így a (3) „magyarországi” kategóriába kerültek a magyarországiak mellett a máshonnan származó magyar nemzetiségűek is, (4) míg az „egyéb külföldi” vendég kategóriába a nem magyar nemzetiségű külföldiek.

30. táblázat. A válaszadók megoszlása nemzetiség és származási hely szerint (%)

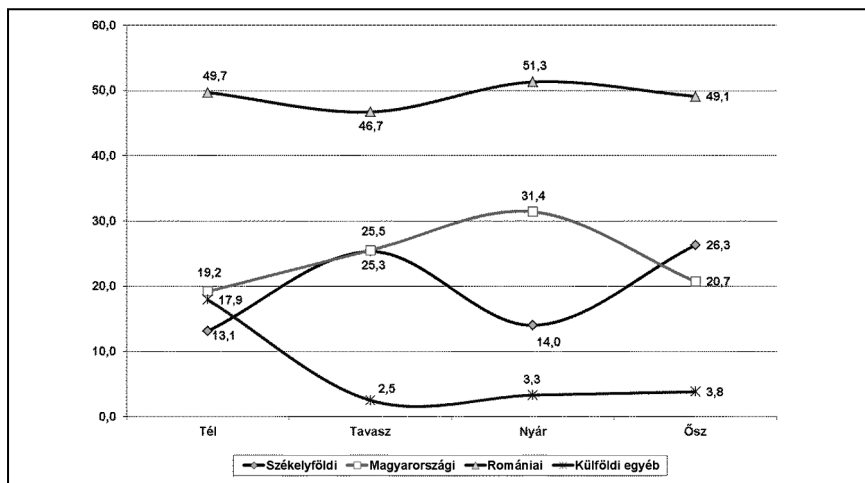
Kategóriák	Származási hely és nemzetiség	Arány (%)	Kategória aránya (%)
Romániai	Romániai (kivéve Székelyföld) román	44,1	48,8
	Romániai (kivéve Székelyföld) magyar	4,0	
	Romániai (kivéve Székelyföld) egyéb nemzetiségű	0,6	
Magyarországi	Magyarországi magyar	25,3	26,5
	Külföldi (kivéve Magyarország) magyar	1,2	
Székelyföldi	Székelyföldi* magyar	13,6	19,1
	Székelyföldi román	5,6	
Külföldi egyéb	Külföldi román	1,7	5,6
	Külföldi egyéb	3,9	

* Székelyföld ebben az esetben Hargita, Kovászna, Maros megyét jelöli.

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Az egyes kategóriák súlya évszakok szerint is igen változó. A romániai turisták aránya a leginkább kiegyensúlyozott, arányuk a nyári és a téli idényben csak kismértékben magasabb, mint tavasszal és ősszel. A magyarországi turisták aránya egyértelműen a nyári idényben éri el a csúcspontot, amikor megközelíti az összes turista harmadát, ezzel szemben télen, illetve ősszel csak a turisták ötödrészét teszi ki. A székelyföldiek aránya a nyári és a téli idényen kívüli periódusban a legmagasabb. Tavasszal 25,5, ősszel pedig 26,3 százalékos. Télen ezzel szemben csupán 13, nyáron pedig 14 százalékot tesz ki a belső forgalom. A nem magyar nemzetiségű külföldiek a téli szezonban képviseltek jelentékeny arányt (17,9 százalék), az év többi részében arányuk 2,5–3,8 százalék között mozgott.

36. ábra. Az egyes küldőpiacokról érkező turisták aránya évszakok szerint (%) (N=2050)

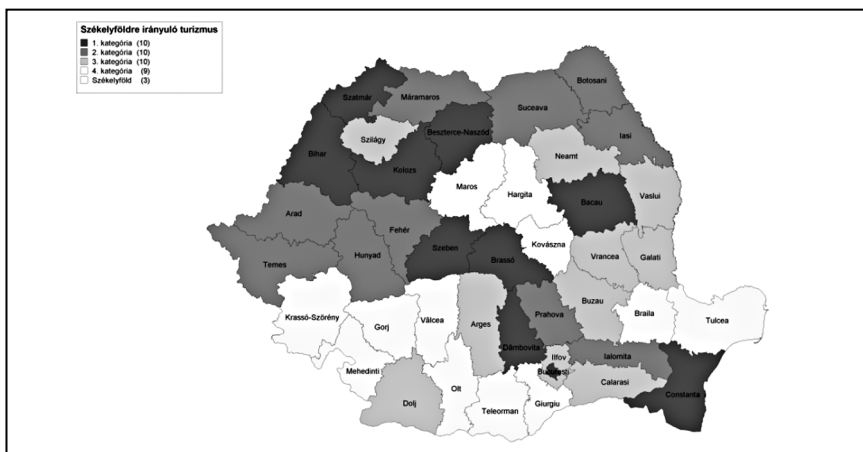


Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A romániai küldőpiac regionális szerkezete

Az alábbi térkép azt fejezi ki, hogy Székelyföld mekkora turisztikai vonzerőt gyakorol a különböző romániai megyékre. Ezt az illető megyéből származók székelyföldi turistákon belüli aránya és az illető megye teljes romániai népességén belüli arányának az arányaként kapjuk.

37. ábra. Székelyföld turisztikai vonzereje Románia megyéire: a megyéből származók aránya a turistákon belül, a megye népességéhez viszonyítva (N=1002)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Az adatok szerint (a megye lakosságához mérten) legtöbbször Szatmár, Bihar, Kolozs, Beszterce-Naszód, Szeged, Brassó, Bákó, Dâmbovița és Constanța megyékből, illetve Bukarestből érkeznek a Székelyföldre. A legkisebb vonzerőt a régió dél-nyugati részében lévő megyékre (Krassó-Szörényre, Mehedinți-re, Gorjra, Vâlcea-ra, Oltra, Teleormanra és Giurgiu-ra) gyakorolja a székelyföldi turizmus.

Az abszolút számok tekintetében természetesen más eredményt kapunk. Regionális bontásban a belföldi turisták 28,2 százaléka székelyföldi, 16 százaléka moldvai, 14,6 százaléka munténiai és dobudzsai, 12,5 százaléka bucaresti, és csak ezt követik az erdélyi régiók 9,3 százalékkal Dél-Erdély, 6,8 százalékkal Észak-Erdély, 4,6 százalékkal Partium és 4,4 százalékkal a Bánság.

31. táblázat. Belföldi román és magyar turisták megoszlása régiók szerint (%)

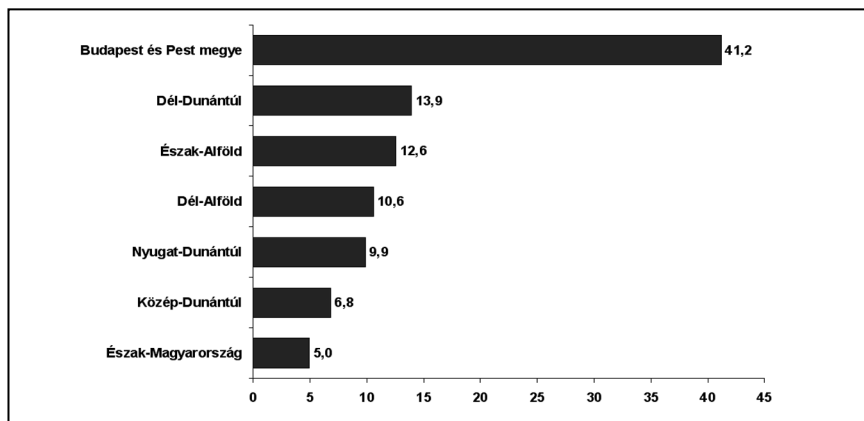
	Összes belföldi turista (N=1392)	Nemzetiség szerint	
		Magyarok (N=360)	Románok (N=1031)
Székelyföld	28,2	77,2	11,2
Moldva	16,0	1,1	21,4
Munténia és Dobrudzsa	14,6	0,6	19,3
Bukarest	12,5	0,6	16,5
Dél-Erdély	9,3	4,7	10,9
Észak-Erdély	6,8	6,9	6,8
Partium	4,6	6,4	4,0
Bánság	4,4	2,5	4,9
Olténia	3,6	0,0	4,9
Összesen	100	100	100

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A magyar és román nemzetiségűek származási helye is nagymértékben különbözik. A magyar vendégek többsége a belső forgalomból származik, vagyis székelyföldi. A partiumiak 6,4, az észak-erdélyiek pedig 6,9 százalékot tesznek ki. A román turisták között a három székely megyéből származók 11 százalékot tesznek ki, az abszolút számok tekintetében pedig a legnagyobb küldőpiacot Moldva, Munténia és Dobrudzsa, Bukarest, illetve Dél-Erdély jelenti. Viszonylag kevés turista érkezik a Partiumból, Bánságból és Olténiából. Az előző két régió esetében azonban, mint azt az előző térképen láthattuk, lakosságárányosan számolva jelentős Székelyföld turisztikai vonzereje.

A magyarországi küldőpiac regionális szerkezete

Magyarországon belül a legfontosabb turistakibocsátó régió Budapest és Pest megye. Az innen érkezők teszik ki a magyarországi vendégek 41,2 százalékát. A legkisebb arányt az Észak-Magyarországról és Közép-Dunántúlról érkezők képviselik.

38. ábra. Magyarországi turisták megoszlása régiók szerint (%) (N=517)

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A turisták társadalmi háttere

A továbbiakban a térségbe látogató turisták legfőbb társadalmi jellemzőit mutatjuk be, nevezetesen az életkorukat, iskolázottságukat, foglalkozásukat/társadalmi státusukat, vallásukat és a jövedelmi helyzetüket. Ezen alapváltozók segítségével képet alkothatunk arról, hogy a két fő küldőpiac (a belföldi és a magyarországi) esetében Székelyföld mint turisztikai desztináció mely társadalmi rétegekre gyakorol vonzerőt. Referenciaként a teljes, 18 év fölötti romániai népességre vonatkozó adatok kínálnak egy országos reprezentatív mérésből. 2011 elején a CCCDC (Centrul de Cercetere și Consultanță în Domeniul Culturii), a Nemzeti Kisebbségkutató Intézettel együttműködve folytatta le a Kulturális Barométer vizsgálatot. Kérdőívünk tartalmazta a székelyföldi turisták esetében lekérdezett háttérváltozókat.

Az *életkor* tekintetében egyértelmű az idős korosztály felülreprezentáltsága (33,2 százalék), ugyanakkor a magyarországi és a belföldi küldőpiac már ebben a tekintetben élesen különválnak. Míg a belföldiek (romániai és székelyföldi) 37,8 addig a magyarországiak 25,1 százaléka 60 év fölötti. A belföldi turizmus esetében tehát a térség az időseket vonzza, ami abból

adódik, hogy az ideérkezők jelentős része nyugdíjasjeggyel nyaral. A magyarországiak és az egyéb külföldiek esetében nem az idősek, hanem a középkorosztály felülreprezentált. A 35 év alattiak számára egyik küldőpiac esetében sem vonzó turisztikai desztináció a Székelyföld.

Iskolázottság tekintetében a magasan iskolázottak (érettségivel és különösen egyetemi diplomával rendelkezők) felülreprezentáltsága tűnik ki. Az összes turista 43, ezen belül a romániaiak 39, a magyarországiak 52, a székelyföldiek 32, és az egyéb külföldiek 83 százaléka rendelkezik egyetemi végzettséggel. A teljes romániai népességhez viszonyított felülreprezentáltság nem abból adódik, hogy a Székelyföld (más desztinációkhoz képest) különösképpen népszerű lenne a magasan iskolázottak körében, hanem, hogy az alacsonyan kvalifikáltak többsége egyáltalán nem vesz részt a turizmusban. A magyarországiak (illetve egyéb külföldiek) és a romániaiak különbsége egyrészt abból adódik, hogy Magyarországon eleve magasabb az egyetemet végzettek aránya, másrészt pedig, hogy a nyugdíjasjegyek hiányában közülük az alacsonyan kvalifikáltak jóval kisebb eséllyel jutnak el a térségbe.

A *társadalmi státus* tekintetében az első összefüggés (ahogy az már az életkorból is kitűnt) a nyugdíjasok nagymértékű felülreprezentáltsága. Az összes turista 37, a romániaiak 45, a székelyföldiek 42 százaléka nyugdíjas. A nyugdíjasokon kívül nagymértékben felülreprezentáltak az önfoglalkoztatók/vállalkozók, illetve a szellemi foglalkozásúak, és alulreprezentáltak a fizikai munkások, illetve a munkanélküliek és egyéb inaktívak. Ez utóbbi rétegek szintén általában esnek ki a turisztikai forgalomból.

A *jövedelmi viszonyokat* az egy főre eső háztartáson belüli ekvivalens jövedelmen keresztül fejeztük ki.²¹ Ennek alapján a székelyföldi turisták a romániai átlaghoz képest jóval kedvezőbb jövedelmi viszonyokkal rendelkeznek. A teljes mintán az egy főre eső ekvivalens jövedelem 1888 RON, ami a romániai átlag 2,5-szöröse. Az egyes kategóriák között természetesen igen nagyok az eltérések. A nem magyar nemzetiségű külföldiek jövedelme (7307 RON) messze meghaladja az egyéb küldőpiacokról érkezőkét és közel tízszerese a romániai átlagnak. A romániai turisták kétszer, a magyarországiak két és félszer, a székelyföldiek másfélszer többet keresnek, mint a romániai átlag. Ennek megfe-

21 Ez a mutató abban tér el az egy főre eső jövedelemtől, hogy megkísérli figyelembe venni, hogy a nagyobb háztartásokban ugyanannak az életszínvonalnak az eléréséhez kisebb egy főre eső átlagjövedelem elegendő (pl. három személyre ugyanúgy ki kell fűteni a lakást, mint négy személy esetében stb.). Kapitány Balázs és Spéder Zsolt nyomán (Kapitány–Spéder 2004: 15) a következő képletet használtuk: $J_{ekv} = \text{háztartás jövedelme} / N^{0.73}$

lelően – a romániai lakosság átlaghoz viszonyítva – a minta a felső jövedelmi ötödök fele tolódik el, a romániaiak és a székelyföldiek esetében azonban az alsó, illetve középső jövedelmi kvintilisekbe tartozók aránya is jelentős (21, illetve 36 százalék). A továbbiakban az alsó és középső, a felső-közép és a felső jövedelmi ötödbe tartozókat fogjuk megkülönböztetni egymástól.

32. táblázat. Székelyföldre érkező turisták szociodemográfiai jellemzői

Kategória		Székelyföldi turisták					Romániai átlag*
		Összes	Romániai	Magyarországi	Székelyföldi	Külföldi egyéb	
Életkor	35 év alatt	18,7	14,6	17,8	29,9	19,5	34,1
	35–60 év	48,1	46,4	56,8	36,8	64,8	41,9
	60 év fölött	33,2	39,0	25,4	33,2	15,8	24,0
Iskolázottság	Alapfok	10,0	12,1	4,0	14,9	2,7	33,0
	Szakiskola	9,5	8,9	9,3	13,6	0,7	21,8
	Középiskola, posztliceális	37,4	40,0	34,8	39,5	13,7	28,0
	Felsőfok	43,0	38,9	51,9	32,1	83,2	17,2
Foglalkozás/társadalmi státus	Önálló, vállalkozó	11,8	8,3	14,8	11,0	17,4	3,1
	Szellemi, irodai alkalmazott	34,3	33,2	39,8	25,4	51,0	21,6
	Fizikai munkás	7,7	7,9	6,4	8,2	8,6	18,2
	Nyugdíjas	37,0	44,9	23,6	41,5	8,4	27,3
	Tanuló, egyetemista	5,4	2,6	6,3	11,5	7,2	6,2
	Egyéb inaktív	3,8	3,2	9,0	2,1	7,4	23,6
Vallás	Római katolikus	29,3	5,2	67,7	38,8	29,4	4,7
	Református, evangélikus, unitárius	16,8	7,6	25,8	31,2	9,5	3,7
	Ortodox	47,0	80,7	0,0	24,2	39,3	86,7
	Egyéb	4,7	4,8	3,2	4,1	5,6	4,7
	Nincs megkezdve	2,2	0,7	3,3	1,0	16,2	0,2

SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

Kategória		Székelyföldi turisták					Romániai átlag*
		Összes	Romániai	Magyarországi	Székelyföldi	Kül-földi egyéb	
Egy főre eső ekvivalens jövedelem	Átlag (RON)	1888	1563	1942	1015	7307	777
	Alsó jövedelmi kvintilis** (350 RON alatt)	5,8	5,9	2,5	10,6	-	20
	Alsó közép (350–550 RON)	9,8	11,1	4,0	14,5	5,8	20
	Középső jövedelmi kvintilis (550–750 RON)	5,1	4,0	4,2	10,5	-	20
	Felső közép (550–1100 RON)	30,4	35,3	18,9	38,7	3,2	20
	Felső jövedelmi kvintilis (1100 RON fölött)	48,9	43,6	70,5	25,5	91,0	20

* A Romániára vonatkozó adatok a Kulturális Barométer (2011) vizsgálatból származnak, (A vallási megoszlás 2002-es népszámlálási adat). Saját számítások

** A jövedelmi kvintilisek meghatározásakor a romániai egy főre eső ekvivalens jövedelmeket vettük alapul

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, INS, Fókuszban a kultúra 2011 saját szerkesztés

A Székelyföldön belüli turisztikai desztinációk profilja

A minta kialakítása során Székelyföldet tíz önreprezentáló turisztikai célpontra osztottuk. Ezek közül a kisebb (kevesebb turistát vonzó) desztinációkat a mintavételnél felülreprezentáltuk, amit később súlyozással korrigáltunk. Így mind a tíz desztináció esetében elemezhető esetszám áll rendelkezésünkre. A következőkben azt fogjuk röviden bemutatni, hogy az egyes desztinációk profilja miben különbözik egymástól.

Már a turisták származási helye szerinti egyszerű kereszttáblából kiderül, hogy a Székelyföldön belüli turisztikai célpontok profilja igen eltérő. A nagy forgalmat lebonyolító, az összromániai turisztikai térképen leginkább megjelenő üdülőtelepek, Kovászna, Tusnádfürdő, illetve Szováta elsősorban a belföldi turistaforgalomra vannak berendezkedve. Ezen a kategórián belül a magyarországi turisták aránya a teljes forgalmon belül elenyésző: 2,5–6,6 százalék közötti.

Gyergyó, Marosfő és Háromszék esetében a magyarországi turisták aránya már jelentősebb, de ezen célpontok esetében is többen vannak összességében a belföldről érkezők. Végül a harmadik kategóriába tartoznak a magyarországi turisták igazán kiemelt célterületei, Székelyudvarhely, Udvarhelyszék, Csíkszék, illetve Sepsiszentgyörgy, ahol az országhatáron kívülről érkező magyar turisták többséget képeznek a szállóvendégek között. Érdemes azt is megjegyezni, hogy a szakirodalmi áttekintés során bemutatott Székelyfölddel foglalkozó munkák leginkább ez utóbbi desztinációkat vizsgálták és az itt tapasztaltakat általánosították ki a székelyföldi turizmus egészére.

33. táblázat. Turisztikai desztinációk látogatottsága küldőpiac szerint (%)

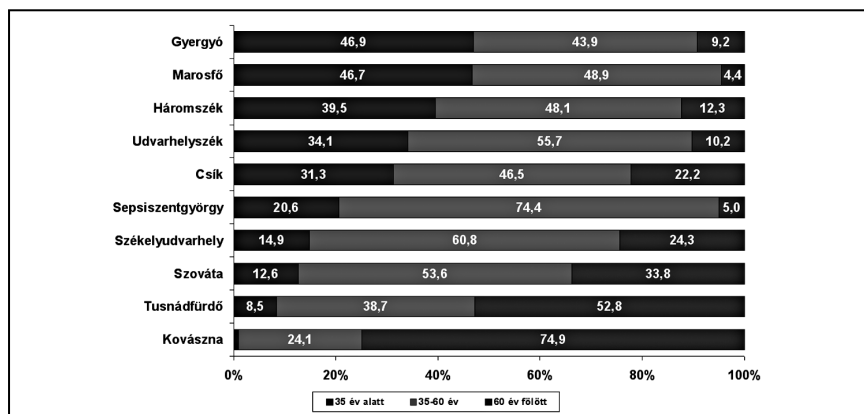
	Külföldi egyéb	Magyar- országi	Romániai	Székelyföldi
Székelyudvarhely	0,0	72,6	15,1	12,3
Udvarhelyszék	2,2	70,8	19,1	7,9
Csík	10,3	59,8	7,3	22,6
Sepsiszentgyörgy	10,6	56,3	29,4	3,8
Gyergyó	0,0	46,9	30,2	22,7
Marosfő	0,0	27,3	50,0	22,7
Háromszék	2,5	16,0	55,6	25,9
Szováta	6,1	6,6	61,3	26,0
Tusnádfürdő	7,7	4,2	72,5	15,5
Kovászna	1,0	2,5	85,0	10,6
Összesen	5,5	26,4	48,8	19,2

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A turisták életkor szerinti megoszlása is nagyban különbözik az egyes desztinációk szerint. A 60 év felettiek aránya a döntően románok által látogatott Kovásznán, Tusnádfürdőn és Szováta a legmagasabb. Kovászna

esetében 74,9, Tusnádfürdő esetében 52,8 százalékkal az idős korosztályhoz tartozók képezik az idelátogatók többségét. A fiatalok aránya ezzel szemben Gyergyószék, Marosfő és Háromszék esetében a legmagasabb. Az első két desztináció esetében ők teszik ki a szállóvendégek közel felét.

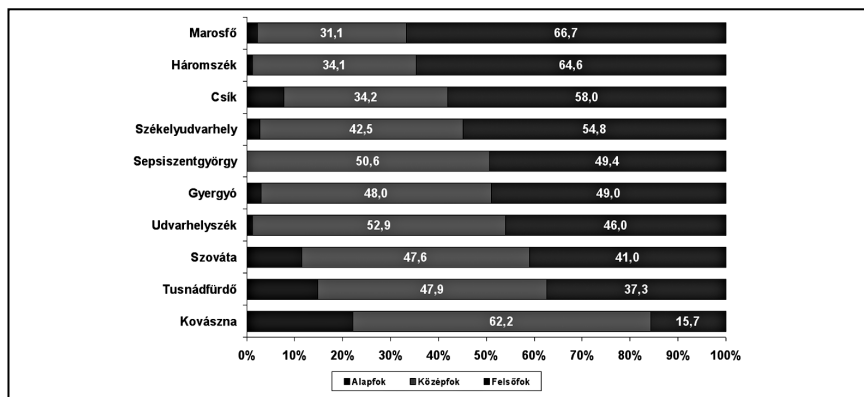
39. ábra. Turisztikai desztinációk látogatottsága életkor szerint (%)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Iskolázottság tekintetében Kovászna, Tusnádfürdő és Szováta esetében az alap- és középfokon képzettek dominálnak, míg az ellenkező póluson találjuk Marosfőt, Háromszéket, illetve Csíkszéket, ahol a szállóvendégek kétharmada egyetemi végzettséggel rendelkezik.

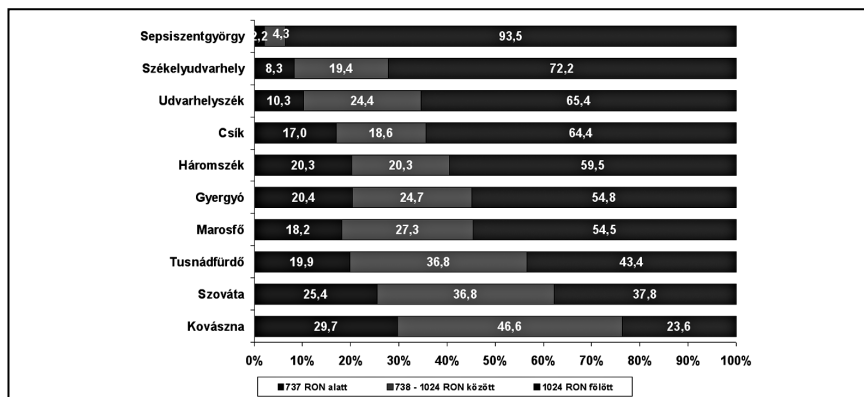
40. ábra. Turisztikai desztinációk látogatottsága iskolázottság szerint (%)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A jövedelmi viszonyok tekintetében a már előre sejthető kép bontakozik ki. A nagy arányban idős, belföldi turisták által látogatott üdültelepeken a legmagasabb az alsó és a középső jövedelmi ötödökbe tartozók aránya, miközben a többségében magyarországiakat vonzó Sepsiszentgyörgy, Udvarhelyszék, Csíkszék, illetve Székelyudvarhely esetében a felső jövedelmi ötödbe esők aránya magasabb a székelyföldi átlagnál.

41. ábra. Turisztikai desztinációk látogatottsága jövedelem szerint (%)

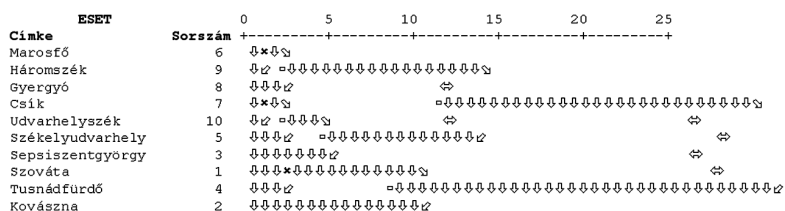


Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A bemutatott változók alapján az egyes turisztikai desztinációkra hierarchikus klaszterelemzést végeztünk. Klaszterképző változóink a következők voltak: (1) a belföldi (székelyföldi és nem székelyföldi) turisták aránya; (2) a fiatalok aránya; (3) a középkorúak aránya; (4) az idősek aránya; (5) az alsó és a középső jövedelmi ötödökbe tartozók aránya (vagyis ahol az egy főre eső ekvivalens átlagjövedelem kevesebb mint 550 RON); (6) a felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya.

A klaszterelemzés a turisztikai desztinációkat a felsorolt hat dimenzióban mérhető közelség-távolság szerinti csoportokba osztotta.²²

34. táblázat. A hierarchikus klaszterelemzés dendrogramja*



*(klaszterképző változók: belföldi turisták aránya, fiatalok aránya, középkorúak aránya, idősek aránya, alsó és középső jövedelmi ötödbe tartozók aránya, a felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya)

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A fenti dendrogram alapján látható, hogy három klaszter (csoport) rajzolódik ki:

(1) *Üdülőtelepek klaszter*. Az első (a többitől legtávolabb eső) klaszterbe a nagy befogadóképességű üdülőtelepek, Kovászna, Tusnádfürdő és Szováta kerülnek. Ezek között a vizsgált dimenziók alapján Szováta és Tusnádfürdő áll közelebb egymáshoz, míg Kovászna ettől a kettőtől is nagymértékben elkülönül.

(2) *Csik–Udvarhely városok klaszter*. A második klasztert Sepsiszentgyörgy, Székelyudvarhely, Udvarhelyszék és Csík alkotják. Itt az Udvarhelyszék és Csík közötti távolság a legkisebb.

(3) *Gyergyó–Háromszék*. Végül a harmadik klaszterbe került Háromszék, Marosfő és Gyergyószék.

22 A modell a vizsgált dimenziók mentén az esetek közötti euklidészi távolságot számolja ki.

35. táblázat. A szálláshelyek és a turisták jellemzői a három turisztikaidesztináció-klaszteren belül

			Üdülte- lepek (1. klaszter)	Csik–Ud- varhely városok (2. klaszter)	Gyergyó- Három- szék (3. klaszter)
Szállás- hely jellemzői	Átlagos férőhelyszám		227 sze- mély	56 személy	41 sze- mély
	Átlagos szobaár		170 RON	173 RON	118 RON
	Szállás típusa	Hotel	87,1	35,2	20,1
		Panzió és egyéb	12,9	64,8	79,9
	Csillagok száma	2 csillag	67,7	38,3	11,1
		3 csillag	19,1	61,7	76,0
		4 csillag	13,2	0,0	12,9
Turisták jellemzői	Lakóhely	Romániai	89,8	30,0	67,4
		<i>Ebből nem székelyföldi</i>	76,8	50,8	64,2
		<i>Ebből székelyföldi</i>	23,2	49,2	35,8
		Magyarországi	5,2	61,8	31,7
		Egyéb külföldi	4,9	8,1	0,9
	Életkor	35 alatt	9,1	27,3	43,6
		35–60	43,9	56,0	46,2
		60 felett	47,1	16,7	10,2
	Jövede- lem	Alsó és középső ötödök	25,8	11,6	20,4
		Felső közép	39,4	16,1	23,7
		Felső	34,8	72,3	55,9
	Iskolai végzett- ség	Alapfokú	14,6	4,6	2,2
		Középfokú	51,6	41,5	38,8
		Felsőfokú	33,8	54,0	58,9

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A fenti táblázatból kitűnik, hogy a három klaszter a turisták és a szálláshelyek jellemzői szerint nagymértékben eltér egymástól. Az üdülte-lepeket a nagyméretű szálláshelyek (szállodák) dominanciája jellemzi, amelyek kétharmada kétcsillagos besorolású. Ár tekintetében ugyanakkor ezek a szálláshelyek nem maradnak el a második klaszterbe eső desztinációktól, és meghaladják a harmadik klaszterbe eső desztinációk árait.

A másik két klasztert a kisebb méretű, nem szállodai besorolású szálláshelyek dominanciája jellemzi. Itt besorolásukat tekintve a háromcsillagos szálláshelyek dominanciája figyelhető meg. Árban a Gyergyó–Háromszék klaszter szálláshelyei a legolcsóbbak.

A turisták származási helyét tekintve a nagy üdülőtelepeken a romániai turisták dominálnak, miközben a romániai turistákon belül itt a legalacsonyabb a három székely megyéből érkezők aránya. Az ide érkező vendégek közel fele hatvan év feletti és csupán 9 százaléka fiatal. Szociális helyzetük (iskolai végzettségük és jövedelmük) kedvezőtlenebb a másik két klaszterhez viszonyítva.

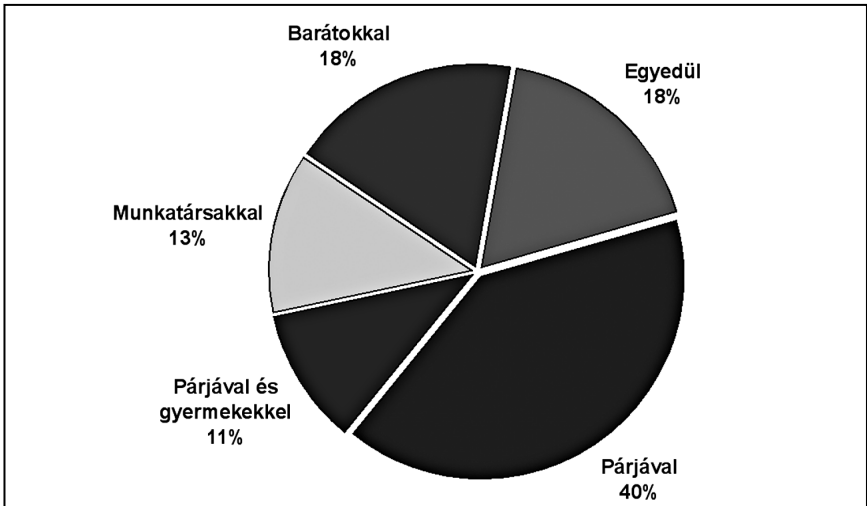
Az Udvarhely–Csík városok klaszterbe tartozó szálláshelyeken a vendégek kétharmada magyarországi és a 30 százaléknyi romániai turista fele is Székelyföldről érkezik. Így összességében a szállóvendégek túlnyomó többsége magyar nemzetiségű. Életkor szerint itt a legmagasabb a középgenerációhoz tartozók aránya, szociális helyzetük pedig – elsősorban a magyarországiak magas aránya miatt – az ide látogató turistáknak a legkedvezőbb.

A Gyergyó–Háromszék klaszter jellemzője a fiatalok kiemelkedő aránya a többi klaszterhez viszonyítva. Az ide érkező szállásvendégek kétharmada romániai (közülük egyharmada székelyföldi), ugyanakkor – szemben a nagy üdülőtelepekkel – itt a magyarországiak aránya is jelentős.

Kikkel és hogyan, mennyi időre érkeznek a turisták Székelyföldre?

Kikkel érkeznek a turisták Székelyföldre?

A Székelyföldre érkező turisták több mint fele a párjával vagy családjával (51%) látogatja meg a régiót, viszont csupán 11 százalék azok aránya, akik gyermekekkel érkeznek. A turisták 18–18 százaléka egyedül, illetve a barátaival és újabb 13 százaléka munkatársakkal érkezik a régióba.

42. ábra. Kivel együtt érkezett erre a szálláshelyre?

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A barátokkal, illetve munkatársakkal érkezők aránya a külföldről (Magyarországról vagy máshonnan) érkezők esetében magasabb, míg a belöldi turisták nagyobb arányban érkeznek a párjukkal, illetve egyedül. A turisztikai desztinációk közül az átlagot meghaladja a barátokkal, munkatársakkal érkezők aránya Székelyudvarhely, Csík és Háromszék esetében. A turisták nagyobb hányada érkezik a párjával Szovátára és Kovásznára, ez utóbbi esetében az egyedül érkezők aránya is magasabb. A gyermekkel érkezők egyedül Udvarhelyszéken képviselnek az átlagnál jóval magasabb arányt.

36. táblázat. Kivel együtt érkezett erre a szálláshelyre? Küldőpiac és desztináció szerint

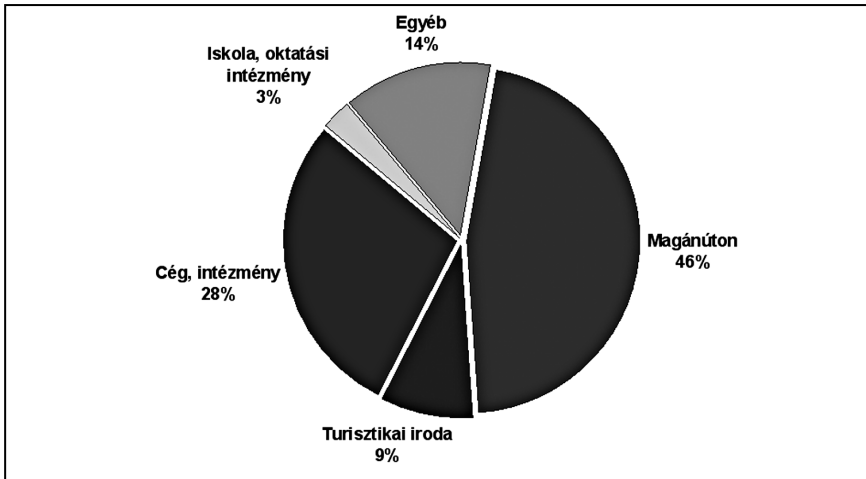
		Egyedül	Párjával	Párjával és gyerekekkel	Munkatársakkal, barátokkal
Küldő- piac	Romániai	19,7	44,1	10,7	25,4
	Székelyföldi	17,5	41,0	8,2	33,2
	Magyarországi	14,4	32,4	13,1	40,2
	Egyéb külföldi	18,2	37,3	7,3	37,3
Deszti- náció	Szováta	12,4	47,1	10,5	30,0
	Kovászna	24,1	62,0	4,0	9,9
	Sepsiszentgyörgy	42,5	29,4	0	28,1
	Tusnádfürdő	25,2	37,4	15,1	22,3
	Székelyudvarhely	13,0	11,8	2,9	72,5
	Marosfő	13,6	43,2	9,1	34,1
	Csík	14,4	24,1	13,1	48,4
	Gyergyó	22,7	30,9	15,5	30,9
	Háromszék	11,3	31,3	12,5	45,0
	Udvarhelyszék	2,5	34,2	39,2	23,8
Összesen		18,0	40,2	10,5	31,2

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Az út szervezése

A Székelyföldre való utazást a turisták közel fele (46%) magánúton szervezi, míg csupán 9 százalékuk érkezik turisztikai iroda által szervezeten. Emellett igen magas azok aránya, akik munkaadójuk által szervezett módon látogatnak a régióba (28%), valamint azoké is, akiknek utazását másfajta intézmény (leggyakrabban oktatási intézmény, nyugdíjosztály) szervezi (16,8%). A magánúton, illetve turisztikai iroda által szervezett utazások a külföldi turisták (beleértve a magyarországiakat is) körében az elterjedtebbek, a munkaadók által szervezettek pedig a hazai piacon. Az iskolák, nyugdíjosztály és egyéb intézmények szervezésében érkező turisták más székelyföldi településekről utaznak a legnagyobb arányban.

43. ábra. Ki szervezte a kirándulást, utazást?



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A magánúton szervezett turistautak dominanciája Gyergyó, Marosfő és Udvarhelyszék esetében a legerősebb, 80 százalék fölötti. Kovászna esetében az intézményes (nyugdíjpénztár általi) szervezés dominál, de ez Háromszék, Sepsiszentgyörgy és Szováta esetében is viszonylag magas. Az utazási irodák Székelyudvarhely és Csík, az oktatási intézmények Székelyudvarhely esetében jelennek meg hangsúlyosan. A turisztikai irodák a külföldi, az intézményes szervezés a romániai, az oktatási intézmények általi utaztatás a magyarországi és székelyföldi vendégek esetében volt hangsúlyosabb.

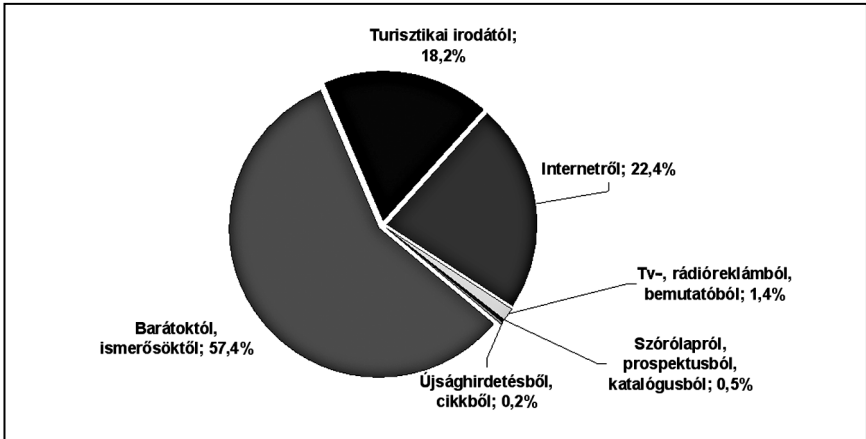
37. táblázat. Ki szervezte a kirándulást, utazást? (%)

		Magán- úton	Turiszi- kai iroda	Cég, in- tézmeny	Oktatási intézmény	Egyéb
Desztináció	Gyergyó	81,4	0,0	16,5	0,0	2,1
	Marosfő	81,4	0,0	0,0	7,0	11,6
	Udvarhelyszék	81,2	9,4	8,2	0,0	1,2
	Szováta	54,3	7,0	21,4	1,7	15,5
	Sepsiszent- györgy	52,3	0,0	35,9	0,0	11,8
	Háromszék	45,7	2,5	38,3	2,5	11,1
	Csík	35,8	21,9	17,2	12,1	13,0
	Székelyudvar- hely	32,4	32,4	35,1	0,0	
	Tusnádfürdő	26,2	5,4	3,8	0,8	63,8
	Kovászna	21,7	3,5	71,9	0,0	2,9
Küldő- piac	Külföldi egyéb	54,0	24,8	13,3	0,0	8,0
	Magyarországi	51,6	16,5	15,6	5,8	10,5
	Székelyföldi	48,7	2,1	26,2	4,9	18,1
	Romániai	40,9	5,3	38,1	0,9	14,7
Összesen		46,0	8,8	28,4	2,9	13,9

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A vendégek 57 százaléka ismerősöktől, barátoktól értesült az adatfelvétel helyszínéül szolgáló szálláshelyről, 22 százalékuk interneten, 18 százalékuk turisztikai irodán keresztül akadt a szálláshely nyomára. A szórólapok, újságcikkek és elektronikus médiában megjelent reklámok hatása minimálisnak mondható.

44. ábra. Honnan értesült erről a szálláshelyről?



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A barátok, ismerősök ajánlása nagyobb arányban játszott szerepet a Sepsiszentgyörgyre, Marosfőre és Csíkszeredába, a turisztikai irodák a Székelyudvarhelyre és Kovásznára, az internet pedig a Gyergyóba, Szovátra, Háromszékre és Udvarhelyszékre érkezők esetében.

38. táblázat. Honnan értesült erről a szálláshelyről?

		Barátoktól, ismerősöktől	Turisztikai irodától	Internet-ről	Tv-, rádió- reklámból, bemutatóból	Szórólapról, prospektusból, katalógusból	Újsághirdetésből, cikkekből
Desztináció	Szováta	44,7	19,5	33,2	2,1	0,2	0,4
	Székely-udvarhely	47,3	28,4	23,0	0,0	1,4	0,0
	Gyergyó	54,2	1,0	43,8	0,0	1,0	0,0
	Kovászna	57,6	33,0	5,2	3,6	0,0	0,6
	Udvarhelyszék	58,1	14,0	27,9	0,0	0,0	0,0
	Tusnádfürdő	60,4	15,3	24,3	0,0	0,0	0,0
	Háromszék	62,5	6,3	30,0	1,3	0,0	0,0
	Csík	63,3	18,4	16,6	0,3	1,5	0,0
	Marosfő	77,3		22,7	0,0	0,0	0,0
Küldőpiac	Sepsiszentgyörgy	84,8	4,1	9,0	2,1	0,0	0,0
	Külföldi egyéb	54,0	29,2	16,8	0,0	0,0	0,0
	Magyarországi	61,8	17,7	19,4	0,0	1,2	0,0
	Romániai	52,2	19,6	25,5	2,5	0,0	0,2
	Székelyföldi	65,1	11,3	20,8	1,6	0,6	0,6
Összes		57,4	18,2	22,4	1,4	0,4	0,2

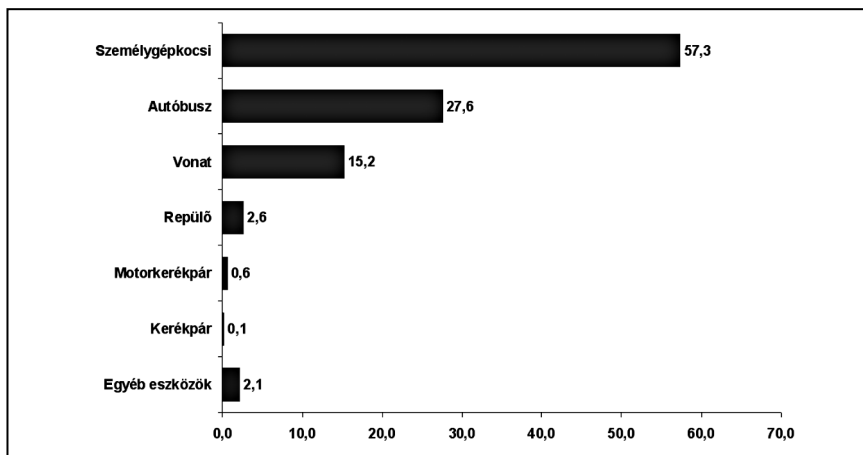
Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Szállítási eszközök

A Székelyföldre látogatók 57 százaléka autóval, míg több mint egy-negyede (27,6%) autóbusszal utazik. A vonattal érkezők aránya összeségében 15,2 százalék, ami viszont leginkább a Románia nem székelyföldi területeiről (24,2%) és a külföldről érkezők körében (23%) a jellemző. A külföldi országokból érkezők utaznak a legkisebb arányban személygépkocsival, körükben a tömegközlekedési eszközökkel való utazás nagyobb arányát valószínűleg részben a közeli repülőterekről a szálláshelyre való eljutás is magyarázza. Azok aránya, akik utazásuk során repülőgépet is használnak, 2,6%.

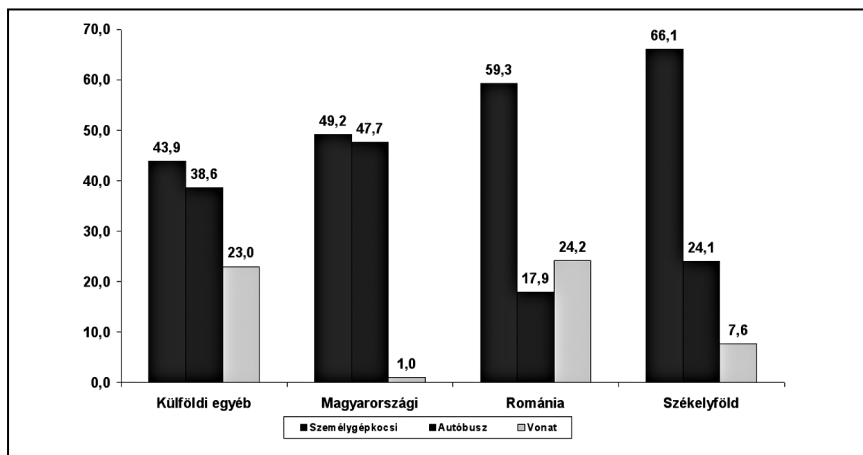
A magyarországi vendégek esetében a vonat igénybevétele minimális, viszont ennél jóval magasabb, közel 50 százalék az autóbusszal érkezők aránya, amelyet vélhetően elsősorban a nagyszámú szervezett csoportos Székelyföldre, illetve Erdélybe való utazás magyaráz.

45. ábra. Milyen szállítási eszközzel jöttek? (%)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

46. ábra. Milyen szállítási eszközzel jöttek? – küldőpiac szerint (%)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

39. táblázat. Milyen szállítási eszközzel jöttek? – turisztikai desztinációk szerint (%)

	Személygépkocsi	Autóbusz	Vonat
Gyergyó	87,6	2,1	3,1
Háromszék	80,2	11,1	6,2
Sepsiszentgyörgy	77,5	1,9	18,1
Marosfő	73,3	6,7	20,0
Udvarhelyszék	68,2	27,3	1,1
Szováta	64,5	27,3	7,2
Székelyudvarhely	48,6	47,3	1,4
Kovászna	44,4	21,4	43,6
Tusnádfürdő	41,5	19,7	41,5
Csík	34,2	58,7	5,0
Összesen	57,3	27,5	15,2

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

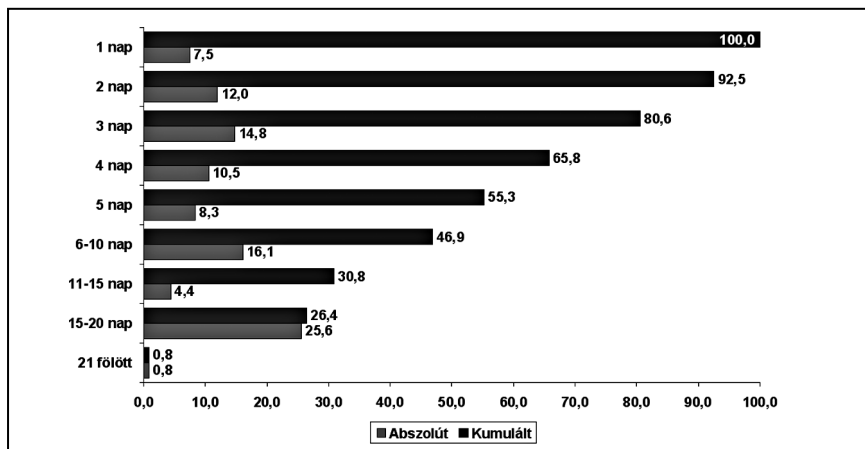
Ha az egyes turisztikai desztinációkat hasonlítjuk össze, az látható, hogy a leginkább belföldi, idősebb korosztályú vendégeket fogadó üdülővárosokban a legmagasabb (40% fölötti) a vonattal érkezők aránya, ezzel szemben a jellemzően belföldi fiatalok és középkorúak által látogatott Gyergyóba, Háromszékre, Marosfőre, Sepsiszentgyörgyre utaznak a legtöbbször autóval.

A Székelyföldön eltöltött idő hossza

A különböző székelyföldi szálláshelyeken az oda látogató turisták által átlagosan eltöltött idő 8,1 nap. Ez az időtartam azonban az egyes desztinációkban jelentősen különbözik. E tekintetben alapvetően két desztinációtípust kell megkülönböztetnünk. Egyrészt a már említett gyógy- és üdülőközpontokat (Tusnádfürdő, Szováta, Kovászna), ahol az átlagosan eltöltött napok száma meghaladja a 11,5 napot (ezen belül is kiemelendő Kovászna, ahol ez az időtartam 16,7 nap), másrészt a többi, főként falu-, kulturális, népművészeti, öko- vagy etnikai turizmusra támaszkodó desztinációk, ahol az átlagosan eltöltött napok száma lényegesen alacsonyabb (3,6 nap).

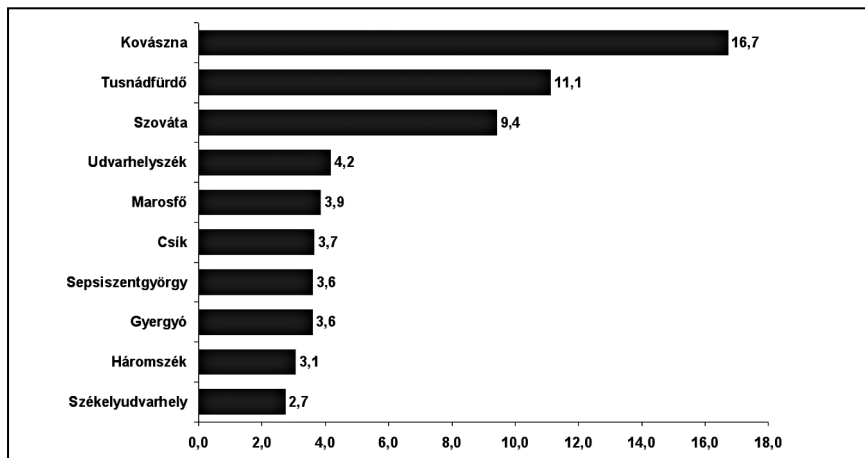
Összességében az mondható el, hogy a turisták közel kétharmada tölt el három napnál többet és kevesebb, mint fele (46,9%) marad öt napnál tovább Székelyföldön. Emellett viszont a látogatók egynegyede (26,4%) 15 napnál többet tölt a szálláshelyén. Mivel a gyógykezelésekre és egyéb hosszabb időtartamú üdülésekre többségében székelyföldi és belföldi, idősebb turisták érkeznek a térség üdülőközpontjaiba, nem meglepőek az eredmények, miszerint a hazai, magasabb életkorú és alacsonyabb jövedelmű turisták tartózkodnak jelentősen hosszabb ideig a szálláshelyeiken. Ezért úgy gondoljuk, hogy ezt a kérdést érdemes külön megvizsgálni az említett üdülőtelepeken és más desztinációkban.

47. ábra. Önök hány napot töltenek ezen a szálláshelyen? (%)



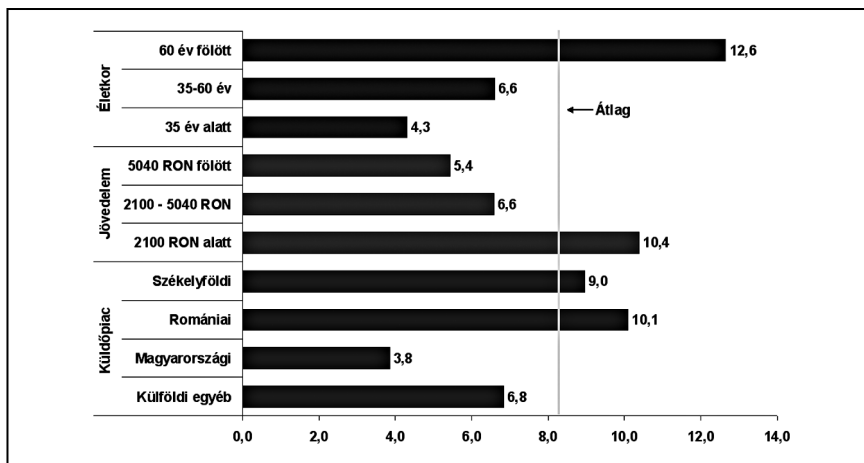
Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

48. ábra. Önök hány napot töltenek ezen a szálláshelyen – desztinációk szerint (%)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

49. ábra. Önök hány napot töltenek ezen a szálláshelyen – életkor, jövedelem és küldő piac szerint (%)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

40. táblázat. Önök hány napot töltenek ezen a szálláshelyen – desztinációtípusok szerint (%)

		Üdülővárosok	Más desztinációk
Küldőpiac	Külföldi egyéb	8,0	5,7
	Magyarországi	6,1	3,7
	Romániai	11,8	3,4
	Székelyföldi	12,5	2,7
Életkor	35 év alatt	5,9	3,7
	35–60 év	9,4	3,5
	60 év fölött	14,7	3,7
Összesen		11,6	3,6

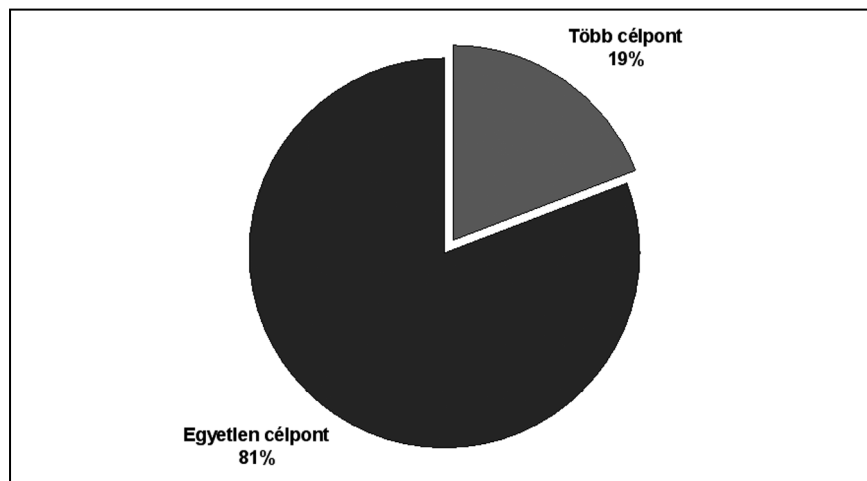
Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A három gyógy- és üdülőközponton kívüli desztinációkban nem tapasztalhatóak jelentős különbségek életkor és jövedelem tekintetében a különböző társadalmi csoportok között, az átlagos időtartam minden esetben 3,5 nap körül alakul. Ugyanakkor az is látható, hogy ezekben a desztinációkban a külföldről érkezők az átlagosnál két nappal többet, míg a székelyföldi vendégek egy nappal kevesebbet maradnak. Az üdülővárosok esetében ez a kép fordított: leghosszabb ideig (átlagosan 12,5 napot) a székelyföldiek, legrövidebben pedig a magyarországi (6,1 nap) és az egyéb külföldi turisták maradnak (8 nap).

Székelyföldön kívüli megállók

A Székelyföldön, az egyes szálláshelyeken eltöltött idő relatív rövidségét, főként a magyarországi és más külföldi látogatók körében, az is magyarázhatja, hogy az adott település vagy a teljes Székelyföld egy több állomásból álló utazás, körút része.

50. ábra. Az utazás során egy vagy több helyen száll meg?



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A megkérdezett turisták 19 százaléka utazásuk során más településen is megszállt, vagy tervezi, hogy meg fog szállni Románia területén, a belföldi és külföldi vendégek körében viszont jelentős az eltérés. Míg a romániai turisták minimális arányban szállnak meg több településen, addig a külföldről érkezők (mind a magyarországiak, mind más országbeliek) közel felének egy hosszabb utazás egyik állomását képezi az adott település.

A leggyakrabban érintett romániai települések az erdélyi megyében találhatók: legtöbbször Kolozs, Hunyad, Fehér, Maros, Brassó megyékbe látogatnak el, de azok aránya is magas, akik egyéb székelyföldi településekre utaznak. A román megyék közül Bukarest, Iași, Argeș, Vrancea megyék a leginkább látogatottak Székelyföld mellett.

Ebben a tekintetben a leginkább „átutazó desztinációk” Gyergyó, Csík, Székelyudvarhely, Sepsiszentgyörgy, míg azok a helyek, ahol ez a legkevésbé jellemző, egyrészt érthető módon Szováta, Kovászna, Tusnádfürdő, másrészt Marosfő, Háromszék, Udvarhelyszék. A több megállóhelyet érintő körút elsősorban a külföldi turistákat jellemzi. Közülük a magyarok 49, a nem magyarok 48 százaléka egyéb településen is megszállt vagy meg kívánt szállni az útja során.

41. táblázat. Az utazás során egy vagy több helyen száll meg? (%)

		Több célpont egyik állomása	Egyetlen célpont
Küldőpiac	Külföldi egyéb	47,8	52,2
	Magyarországi	49,0	51,0
	Romániai	7,8	92,2
	Székelyföldi	3,4	96,6
Úticél	Szováta	5,7	94,3
	Kovászna	4,1	95,9
	Sepsiszentgyörgy	43,8	56,3
	Tusnádfürdő	11,3	88,7
	Székelyudvarhely	44,6	55,4
	Marosfő	4,5	95,5
	Csík	44,2	55,8
	Gyergyó	44,3	55,7
	Háromszék	14,6	85,4
	Udvarhelyszék	15,9	84,1
Összesen		19,1	80,9

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Miután a magyarországi magyarok közel fele más desztinációkat is felkeres, és kellő esetszámmal is rendelkezünk erről a csoportról, megnéztük, hogy milyen Székelyföldön kívüli településeket kerestek fel vagy kívánnak felkeresni.

42. táblázat. Az út során felkeresett Székelyföldön kívüli desztinációk (Magyarországi válaszadók).

		Említések száma
Kolozsvár környéke	Kolozsvár	57
	Tordaszentlászló	32
	Gyalu	11
	Lesi tó	1
	Kalotaszentkirály	1
	Összesen	101
Egyéb	Déva	65
	Torockó	43
	Marosvásárhely	31
	Brassó	16
	Nagyvárad	15
	Nagyenyed	12
	Torda	3
	Csernakeresztúr	3
	Hercules fürdő	2
	Báza	2
	Nagybánya	1
	Magyarlapád	1
	Erzsébetváros	1
	Nagyszeben	1
	Constanța	1
Összes említés		298

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A máshol is megszálló magyarországi turisták egyharmada (az összes magyarországi turista egyhatoda) Kolozsváron vagy környékén szállt meg. A városon kívül Tordaszentlászlót, Gyalut, Kalotaszentkirályt és a Lesi

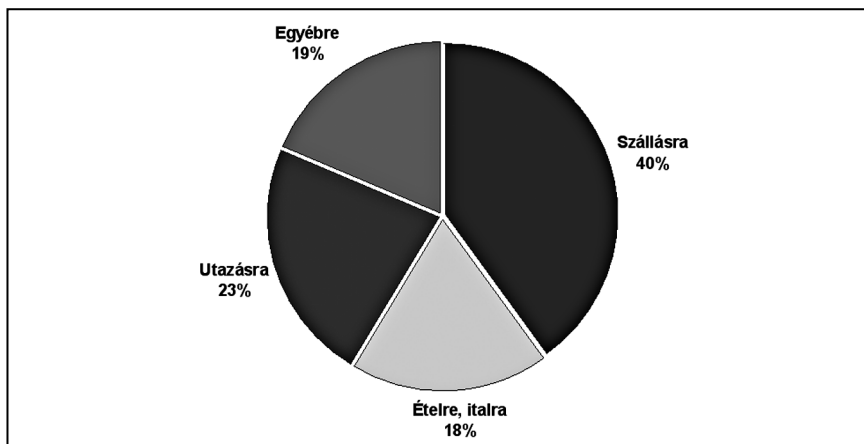
tavat említették válaszadóink. Kolozsvár környékén kívül a Székelyföldre utazó magyar turisták kedvelt célállomásai Déva, Torockó, Marosvásárhely, Brassó, Nagyvárad és Nagyenyed.

Költségek

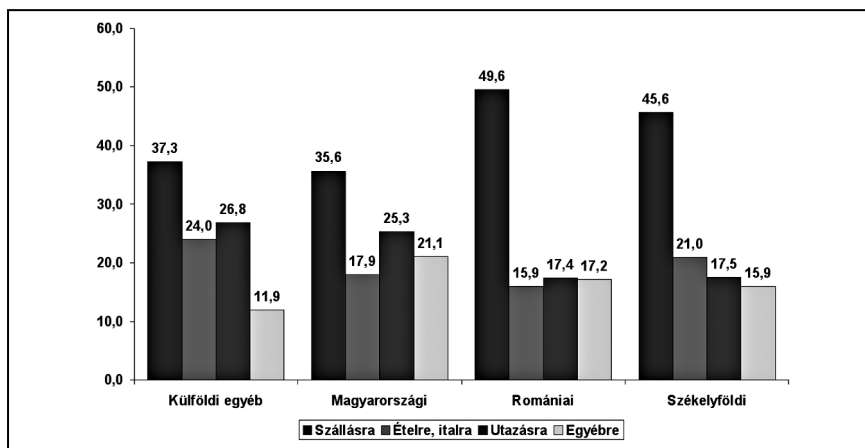
Egy idegen régióba való turisztikai célú utazás másik fontos aspektusa az utazással kapcsolatosan felmerülő költségek mennyisége és azok szerkezete. A székelyföldre utazó turisták által ott-tartózkodásuk alatt (saját bevalásuk alapján) elköltött teljes pénzösszeg legnagyobb részét (40%) szállásra költik, körülbelül egynegyedét utazásra és 18 százalékát étkezésre.

Küldőpiacok szerint vizsgálva a költségek szerkezetét, azt látjuk, hogy a belföldi turisták körében a szállás a költségek közel felét teszi ki, szemben a külföldiekkel, akiknél ez az arány valamivel magasabb, mint egyharmad. Ez a belföldi turisták költségvetésének szűkösségét mutatja, miközben utazásra kevesebbet költenek, mint a távolról érkezők, ez a plusz nem mutatkozik meg az étkezés vagy egyéb költségek arányának növekedésében.

51. ábra. Az összes költség megoszlása szállás, utazás, étkezés és egyéb költségek között



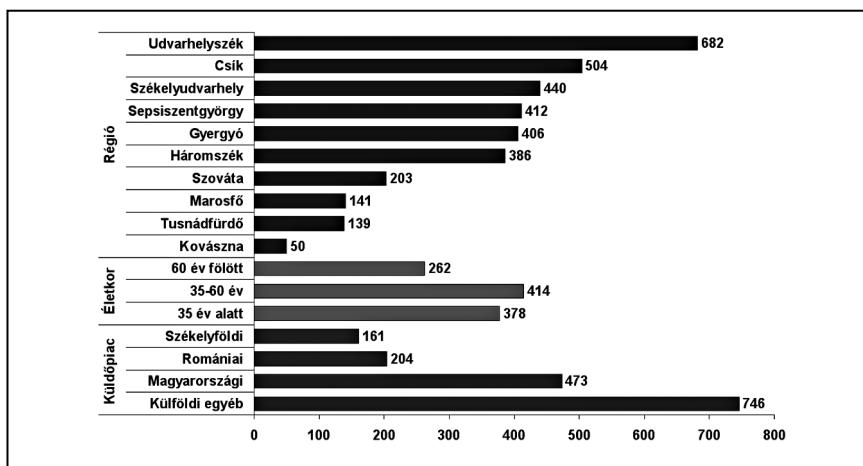
Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

52. ábra. Költségek megoszlása küldőpiac szerint

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Az alábbi ábra ezt erősíti meg: a székelyföldi megyékből érkező turisták egy napra jutó átlagos költsége 200 RON vagy az alatti, míg a magyarországiaké 473 RON, az egyéb külföldieké pedig 746 RON. Az is látható, hogy a turisztikai desztinációk tekintetében a gyógy- és üdülőközpontok vendégei körében a legalacsonyabb az átlagos költségek, míg olyan desztinációk esetében, mint Udvarhelyszék vagy Csík, az egy napra jutó átlagos költségek az előbbieket négyszerese vagy ötszöröse. A költségek értelmezésekor figyelembe kell vennünk, hogy a nyugdíjas jeggyel érkezők költségeinek a jelentős hányadát a biztosítótársaság állja, így az ebből a kalkulusból (a legtöbb esetben) kimaradt. Ha a biztosítótársaság által átutalt összeget is beleszámítjuk a fogadótelepülések (illetve az elszállásolók) egy turistából származó haszna a grafikonon szereplő összegnél magasabb.

53. ábra. Átlagos egy napra jutó összköltség desztinációk, életkor és küldőpiac szerint (RON)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A Székelyföldre való utazás célja, motivációi

Az összképet tekintve, a Székelyföldre látogató turisták utazásának legfontosabb célja nem a szakirodalomban megjelenő kulturális vagy etnoturizmus tárgykörébe sorolható, hanem a gyógyturizmus, az üdülturizmus, valamint a természeti turizmus kerül előtérbe. A megkérdezettek fele (49,7%) nevezi meg (a három lehetséges válasz egyikeként) utazása céljaként a gyógy- és termálfürdők és további 26,5% százalékuk fürdőhelyek és wellness-központok, 18,7 százalék mofetták meglátogatását. Emellett szintén nagy százalékban említik különböző tavak látogatását (27,4%) és túrázást, természetjárást (24,4%) is.

43. táblázat. Mi az Önök látogatásának a célja? (%) – három válasz lehetséges

Az utazás célja	Három említés összesen	Első említés
Gyógyfürdők, termálfürdők látogatása	49,7	45,4
Tavak, természetes vízpartok látogatása	27,4	3,3
Fürdőhelyek, wellness-központok látogatása	26,5	1,0
Túrázás, természetjárás	24,4	9,2
Városnézés	18,9	1,4
Moffeták látogatása	18,7	0,6
Konferencia, cégügyek	18,1	15,1
Múzeumok, kiállítások, templomok, történelmi emlékhelyek látogatása	14,1	5,1
Helyi ételek, italok kipróbálása	13,0	1,7
Népművészeti, néprajzi látnivalók megtekintése, vásárlása	10,5	0,9
Falusi életmód megtapasztalása	8,6	5,1
Baráti, rokonlátogatás	8,3	3,0
Zarándoklat, hitélet gyakorlása	4,7	1,3
Csapatépítő programokon való részvétel	4,7	1,9
Vásárlás	3,7	0,2
Sízés, szánkózás, snowboard, egyéb téli sportok	3,7	2,2
Átutazóban vagyunk	2,6	1,3
Lovaglás, kerékpározás, horgászat, egyéb sport	2,2	0,6
Extrém sportok űzése	1,2	0,2
Kerékpározás	0,6	0,4

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Az első számú opciókat vizsgálva szintén közel 50 százalék azok aránya, akik üdülőközpontokat és gyógyfürdőket keresnek fel a térségben, ez viszont majdnem kizárólag Kovásznát (100%), Tusnádfürdőt (61,3%) és Szovátát (72,7%), kisebb mértékben Udvarhelyszéket érinti. Így a már korábban tárgyalt két különálló székelyföldi turisztikai desztinációtípus ez esetben is külön kezelendő.

A Székelyföldre való utazás elsődleges célja szerint további jellemző turizmusfajta (17%) a konferencia- és üzleti turizmus (konferencia, cégügyek, csapatépítő programok), legfontosabb helyszínei Székelyudvarhely

(az összes turista 38,6 százaléka), Sepsiszentgyörgy (38,1%) és egyéb háromszéki települések (39,2%).

A természeti és ökoturizmus desztinációk szerinti eloszlása hasonlóképpen eltérő hangsúlyokat mutat: ez a jelentős természeti potenciállal rendelkező térségek egyik legfontosabb turizmusformáját képezi (Marosfő, Gyergyó, Csík, Háromszék). Ugyanakkor az is látható, hogy a természet szépsége az a tényező, amely a magyarországi látogatókat a legnagyobb arányban a térségbe vonzza (25,6 százalékuk nevezi meg utazása elsődleges céljaként a természet látogatását, túrázást). A Magyarországról érkezők körében azonban ténylegesen népszerű turizmusfajták az etnikai turizmushoz talán legközelebb álló kulturális („*kulturális nevezetességek meglátogatása*” – 19,8%) illetve falusi, örökségturizmus („*helyi életmód megtapasztalása*” – 17,6%). Ez utóbbi a Magyarországon kívüli országokból érkező külföldiek körében is a Székelyföldre való utazás egyik legfontosabb célja (22,3%).

44. táblázat. Mi az Önök látogatásának a célja? (%) – küldőpiac szerint – első opció²³

	Külföldi egyéb	Magyar- országi	Romá- niai	Székely- földi	Össze- sen
Gyógyfürdők, wellness, mofetták látogatása	30,9	9,8	64,4	52,6	47,0
Konferencia, cégügyek, team-building	21,6	14,7	18,1	15,9	17,0
Természet, tavak látogatása, túrázás	10,2	25,6	7,0	10,9	12,5
Helyi életmód megtapasztalása	22,3	17,6	2,0	6,2	7,7
Kulturális nevezetességek látogatása	3,8	19,8	1,3	4,4	6,6
Sportolás (téli, extrém stb.)	1,5	3,3	2,6	6,1	3,4
Baráti, rokonlátogatás	8,1	3,6	2,1	2,9	3,0
Zarándoklat, hitelet	1,6	4,7	0,1	0,3	1,3
Egyéb	0,0	0,9	2,4	0,6	1,6

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

23 Az átláthatóság és könnyebb értelmezhetőség kedvéért az eredeti 20 motiváció közül az ugyanazon általánosabb turizmusfajtát jelölőket összevontuk, így alakult ki a táblázatban szereplő 8 kategória.

45. táblázat. Mi az Önök látogatásának a célja? (%) – turisztikai desztinációk szerint – első opció

	Gyógy- fürdők, mofetták látogatása	Termé- szet túrázás	Spor- tolás	Helyi életmód megtapasz- talása	Kulturális nevezetes- ségek látogatása	Konfe- rencia, cég- ügyek	Zarán- doklat, hitélet	Baráti, rokon- látoga- tás	Egyéb	Ösz- sze- sen
Szováta	72,7	5,9	1,3	1,8	1,3	16,5	0,0	0,1	0,3	100
Kovácsna	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100
Sepsiszentgyörgy	0,0	23,1	0,0	14,4	4,4	38,1	1,9	13,8	4,4	100
Tusnádfürdő	61,3	15,5	0,7	2,1	2,1	10,6	0,0	0,0	7,7	100
Székelyudvarhely	0,0	12,9	0,0	22,9	21,4	38,6	0,0	4,3	0,0	100
Marosfő	0,0	30,2	14,0	14,0	2,3	14,0	16,3	4,7	4,7	100
Csik	3,6	23,9	7,9	12,4	23,6	20,2	3,6	4,5	0,3	100
Gyergyó	3,6	26,2	11,9	27,4	6,0	13,1	0,0	8,3	3,6	100
Háromszék	3,8	24,1	3,8	7,6	8,9	39,2	1,3	6,3	5,1	100
Udvarhelyszék	16,3	9,3	16,3	30,2	7,0	9,3	4,7	4,7	2,3	100
Összesen	47,0	12,5	3,4	7,7	6,6	17,0	1,3	3,0	1,6	100

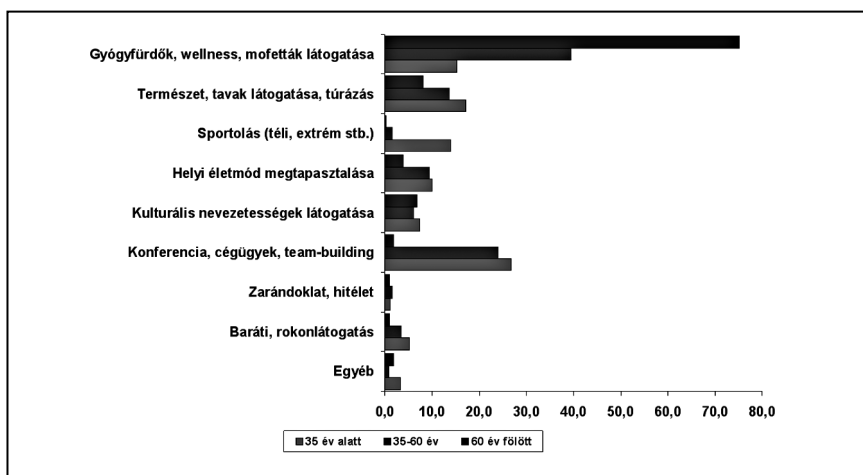
Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A kulturális nevezetességek meglátogatása mint elsődleges utazási cél kiemelkedően magas arányban Székelyudvarhelyen (21,4%) és Csíkszéken (23,6%) jellemző, míg a helyi életmód megtapasztalása hasonlóan Székelyudvarhelyen (22,9%) és környékén (30,2%), valamint Gyergyóban (27,4%) a legmagasabb. Ezeken a területeken, legfőképp Udvarhelyszéken, ez a fajta, autentikusságot kereső falusi és örökségturizmus képezi a helyi turisztikai piac legnagyobb szeletét.

Ezenkívül említést érdemel még a sportturizmus, amelynek összességében nincs ugyan jelentős súlya a térség turizmusában, egyes településeken vagy desztinációkban viszont fontos szerepet tölt be: ilyen például Udvarhelyszék, Marosfő, Gyergyó vidéke vagy Csíkszereda és környéke.

Az egyes turizmusfajták életkor szerinti vizsgálata azt mutatja, hogy a gyógy- és üdülturizmus jelentős mértékben az idős korosztályra támaszkodik, akiknek több mint 70 százaléka ebből a célból látogat Székelyföldre. Egyéb esetekben (öko-, konferencia-, sport-, örökségturizmus) egyértelműen a fiatalok és középkorúak vannak felülreprezentálva.

54. ábra. Mi az Önök látogatásának a célja? (%) – életkor szerint – első opció



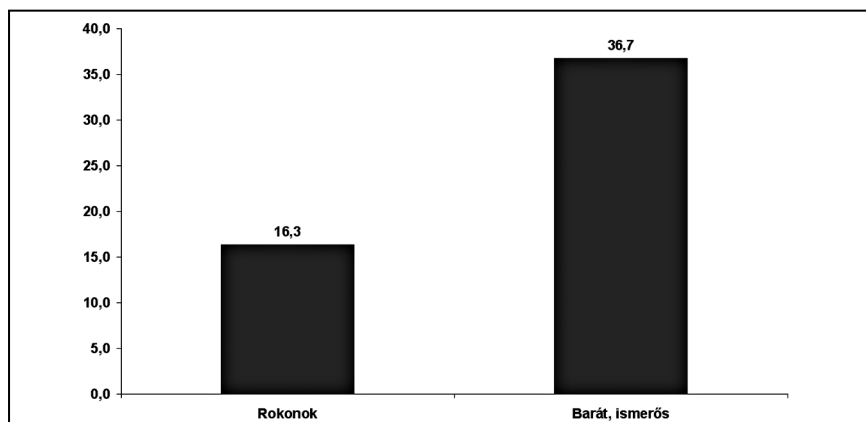
Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Személyes kapcsolatok

A székelyföldi településekre érkező turisták körében azok aránya is alacsony, akik kifejezetten baráti, illetve rokonlátogatásra érkeznek (3%). Ez a másodlagos, illetve harmadlagos célok között is összesen 8 százalékban szerepel. Az arány azonban a valóságban valószínűsíthetően magasabb, mivel a látogatóba érkező vendégek nagy része a meglátogatott személyeknél (rokonoknál, barátoknál), mintsem turisztikai szálláshelyeken száll meg.

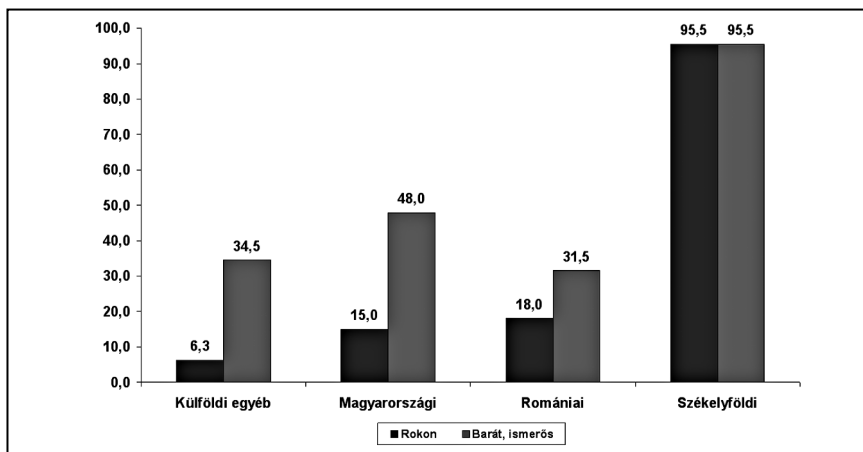
Kérdőíves kutatásunkból az is kiderül, hogy a nem székelyföldi településekről érkező vendégek 16 százalékának van közeli rokona és több mint egyharmadának (36,7%) van barátja, ismerőse a régióban. Ez az arány a magyarországi vendégek körében magasabb, közel 50 százalék, viszont ezek a viszonylag magas arányok nem vonják maguk után azt, hogy az utazás célja is ennek legyen alárendelve: azon turisták közül, akiknek közeli rokonuk van Székelyföldön, csupán 11 százaléknak elsődleges célja a rokonlátogatás, a székelyföldi barátokkal rendelkezők esetében ez az arány még alacsonyabb (7%). Mindemellett azt érdemes még kiemelni, hogy a kimondottan barát- vagy rokonlátogatási céllal való Székelyföldre utazás a külföldről érkezők körében kiemelkedően nagymértékű (8,1%), és a magyarországi esetében is átlagosnál magasabb (3,6%). Mindez azt mutatja, hogy az etnikai turizmus e formája, ha kis mértékben is, de jelen van Székelyföldön.

55. ábra. Vannak-e Önnek közeli rokonai, barátai Hargita, Kovászna vagy Maros megyében? (%) – Székelyföldön kívüliek



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

56. ábra. Vannak-e Önnek közeli rokonai, barátai Hargita, Kovászna vagy Maros megyében? (%)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Felkeresett nevezetességek

A turisták által felkeresett nevezetességre, illetve rendezvényekre nyílt kérdés formájában kérdeztünk rá, amelyet utólag 7 kategóriába kódoltunk. A meglátogatott célpontok vizsgálatából az látható, hogy legnagyobb arányban említett nevezetességek a „természethez” kapcsolódnak, vagyis nem kulturális jellegűek. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy egy-egy „természeti látványosságnak” a turista számára ne lehetnének erős (etno) kulturális konnotációi, azonban ezek a helyszínek mégis jóval alkalmasabbak például az épített örökségnél vagy a történelmi emlékhelyeknél, hogy kulturálisan semleges értelmezést nyerjenek. A megkérdezettek közel kétharmada (63,8%) látogatott meg valamilyen természeti látványosságot Székelyföldön való tartózkodása alatt. Emellett a válaszadók természetesen gyakran említettek településeket (25%), valamint a székelyföldi épített örökség (középületek, templomok, várak, kastélyok) (13,9%) tárgykörébe tartozó célpontokat.

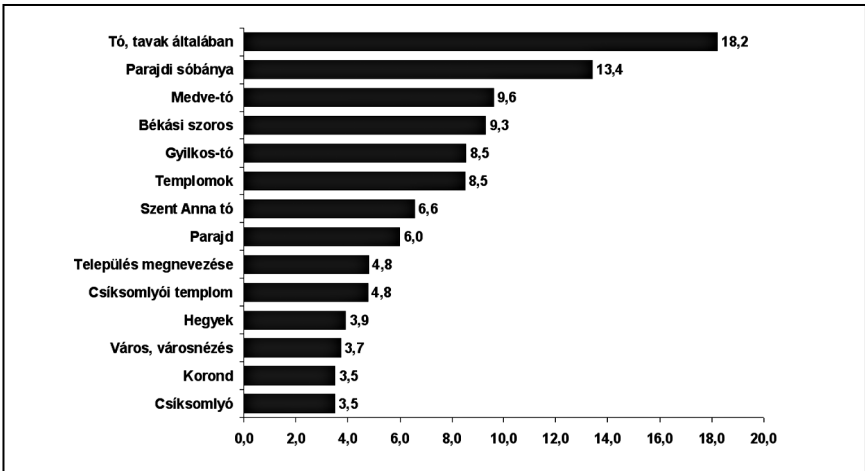
46. táblázat. Milyen nevezetességeket látogatott meg vagy fog meglátogatni az itt-tartózkodása folyamán? (%) – három válaszlehetőség, nyílt kérdés

	Teljes minta (%)
Természeti látványosság	63,8
Egy vagy több település meglátogatása, városnézés	25,0
Épített örökség	13,9
Kulturális intézmények, történelmi emlékhelyek	6,4
Kikapcsolódás (fürdő, sípálya stb.)	3,1
Nem székelyföldi látványosság	9,2
Egyéb	13,5

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Ennél jóval kisebb azok száma, akik különböző kulturális intézményeket, múzeumokat vagy történelmi emlékhelyeket kerestek fel (6,4%). Az ebbe a kategóriába tartozó nevezetességek közül a gyimesi Ezeréves határ (2,6%) és a sepsiszentgyörgyi Székely Nemzeti Múzeum (1%) a legnépszerűbbek. A konkrét megnevezések rangsorában az első öt helyet valamilyen természeti látványosság foglalja el: legnépszerűbbek általában véve a tavak (18,2%), és ezen kívül név szerint megnevezve a Medve-tó (9,6%), Gyilkos-tó (8,5%) és a Szent-Anna tó (6,6%). Emellett a turisták 13 százaléka megnevezi a parajdi sóbányát, 9,6 százalék a Békási szorost is. Az épített örökség kategóriában a csíksomlyói templom (4,8%) és a gyergyószárhegyi Lázár-kastély (1,8%) a leglátogatottabbak, viszont nagyarányban esik említés általában véve a székelyföldi templomokról és konkrétan megnevezett településekről is. A külön megnevezett települések közül a legnépszerűbbek Parajd (6%) és Korond (3,5%), viszont nagyarányú a különböző, Székelyföldön kívüli nagyobb erdélyi városok (Brassó, Kolozsvár, Segesvár) említése is.

57. ábra. Milyen nevezetességeket látogat meg, fog meglátogatni az itt-tartózkodása folyamán? (%) – konkrétan megnevezett célpontok



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Küldőpiacok szerint természetesen különbségek mutatkoznak a meglátogatott turisztikai célpontokban: a külföldről érkező turisták kisebb arányban látogatnak meg természeti látványosságokat. Ez inkább a román és székelyföldi vendégekre jellemző, az előbbieket viszont kevésbé kíváncsiak a régió épített öröksége és a kulturális/történelmi nevezetességekre.

47. táblázat. Milyen nevezetességeket látogatott meg, fog meglátogatni az itt-tartózkodása folyamán? (%) – küldőpiac szerint, első opció

	Külföldi egyéb	Magyar- országi	Romá- niai	Székely- földi	Össze- sen
Természeti látványosság	42,2	41,7	50,5	54,5	47,3
Épített örökség	11,2	12,6	6,5	14,8	10,3
Egy vagy több település meglátogató- tása, városnézés	19,3	17,0	22,9	9,8	18,5
Nem székelyföldi látványosság	2,5	12,0	4,3	2,0	6,8
Kulturális intézmények, történelmi emlékhelyek helyek	6,2	9,0	0,9	4,5	4,8
Kikapcsolódás (fürdő, sípálya stb.)	0,0	1,1	3,1	3,8	2,3
Egyéb	18,6	6,7	11,8	10,6	10,1
Összesen	100	100	100	100	100,0

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Meglátogatott rendezvények

A rendezvények tekintetében a kérdésre válaszolók legnagyobb része különböző konferenciákon, képzéseken, csapatépítő programokon való részvételt említette (30,4%), amelyet jellemzően helyi események, mint különböző, népi kultúrát bemutató rendezvények (19,4%), és falusi, illetve városi ünnepek, fesztiválok (10%) (leginkább a Szentgyörgy-Napok), követnek. Jól jelzi a kulturális és örökségturizmus súlyát a külföldről érkező turisták körében az, hogy a magyarországi vendégek 26,7, míg a külföldiek 68,4 százaléka vesz részt hasonló hagyományőrző, népi kultúrát bemutató rendezvényeken. Ezek közül a legnépszerűbbek a táncházak, a gyimesbükki csángó est és más falusi életmód megismerésére szervezett programok. Emellett viszonylag magas azok aránya is, akik sporteseményeket, sporthoz kötődő rendezvényeket említenek (9%). A vallási turizmus elsősorban a csíksomlyói pünkösdi búcsú köré épül (6,2%), de az egyéb szentmiséken való részvétel is jelentős arányú (2,3%). Részben szintén a hagyományőrző és örökségturizmushoz kapcsolódik a szüreti bálakon való részvétel (2,3%) és különböző vásárok, piacok látogatása (2%). Az is kiemелendő, hogy mindezen rendezvények, események a magyarországi turisták körében a leglátogatottabbak.

48. táblázat. Milyen rendezvényeken vesz részt az itt-tartózkodása folyamán? (%) – három válaszlehetőség, nyílt kérdés

Esemény	Válaszadók (%)	Teljes minta (%)
Konferencia, team-building, képzés	30,4	8,0
Népi kultúrát bemutató események (táncház stb.).	19,4	5,1
Városi, falusi ünnepek, fesztiválok	10,0	2,6
Sportesemények, sportolás	9,3	2,4
Vallási események	8,8	2,3
Bálok, bulik	8,2	2,1
Táborok	6,8	1,8
Gyógykezelés	4,2	1,1
Kulturális események (kiállítás, színház stb.)	3,8	1,0
Találkozók	1,8	0,5
Egyéb	13,0	3,4

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

49. táblázat. Milyen rendezvényeken vesz részt az itt-tartózkodása folyamán? (%) – küldőpiac szerint (a kérdésre válaszolók között, első opció)

	Külföldi egyéb	Magyar- országi	Romá- niai	Szé- kely- földi	Össze- sen
Konferencia, team-building, talál- kozók	3,5	12,0	42,7	34,2	26,6
Népi kultúrát bemutató események (táncház stb.).	68,4	26,7	1,8	1,7	16,7
Városi, falusi ünnepek, fesztiválok	3,5	6,7	13,2	5,8	8,6
Sportesemények, sportolás	15,8	0,0	5,3	24,2	7,9
Vallási események	0,0	14,7	4,8	3,3	7,6
Bálok, bulik	0,0	12,9	3,5	5,8	7,0
Táborok	0,0	5,8	6,2	9,2	6,0
Gyógykezelés	0,0	0,0	8,8	2,5	3,7
Kulturális események (kiállítás, szín- ház stb.)	0,0	6,7	1,8	0,8	3,2
Találkozók	0,0	0,4	1,8	4,2	1,6
Egyéb	8,8	14,2	10,1	8,3	11,1
Összesen	100	100	100	100	100,0

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

50. táblázat. Milyen rendezvényeken vesz részt az itt-tartózkodása folyamán? (%) – konkrétan megnevezett rendezvények (a kérdésre válaszolók között)

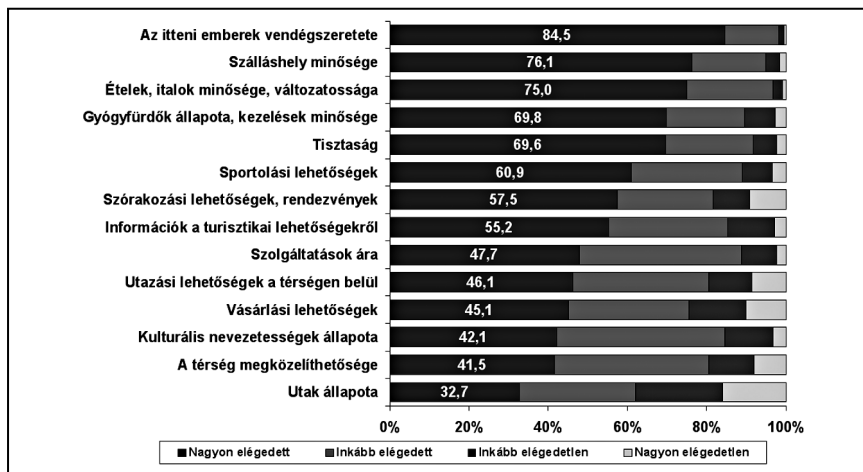
Esemény	%
Konferencia, képzés, tanfolyam	25,1
Táncház, táncitanulás	9,5
Csángó est, mulató	7,3
Város-, falu-Napok	6,8
Ifjúsági-, gyerektábor	6,7
Sportesemény	6,6
csíksomlyói pünkösdi búcsú	6,2
Bál, buli	5,7
Gyógykezelés	4,2
Munkával kapcsolatos, üzleti találkozók	4,1
Szentgyörgy-Napok	2,6
Szüreti bál, ünnepség	2,3
Szentmise	2,2
Falusi életmód megtapasztalása	2,1
Vásár, piac	2,0

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A szolgáltatásokkal való elégedettség

Az elégedettség dimenziói

A Székelyföldre látogató turisták elégedettségét több téren megvizsgáltuk. Ennek alapján az látható, hogy a legnagyobb elégedettséget a székelyföldi emberek vendégszeretete, a szálláshelyek minősége, a helyi konyha minősége, változatossága váltja ki (ezekről a válaszadók több mint háromnegyede nyilatkozza azt, hogy nagyon elégedett), másrészt a rangsor végén egyértelműen az utak állapota és a térség megközelíthetősége található. Emellett ugyancsak alacsony az elégedettség egyes településeken a vásárlási lehetőségekkel, rendezvényekkel, szórakozási lehetőségekkel és a térségen belüli utazási lehetőségekkel.

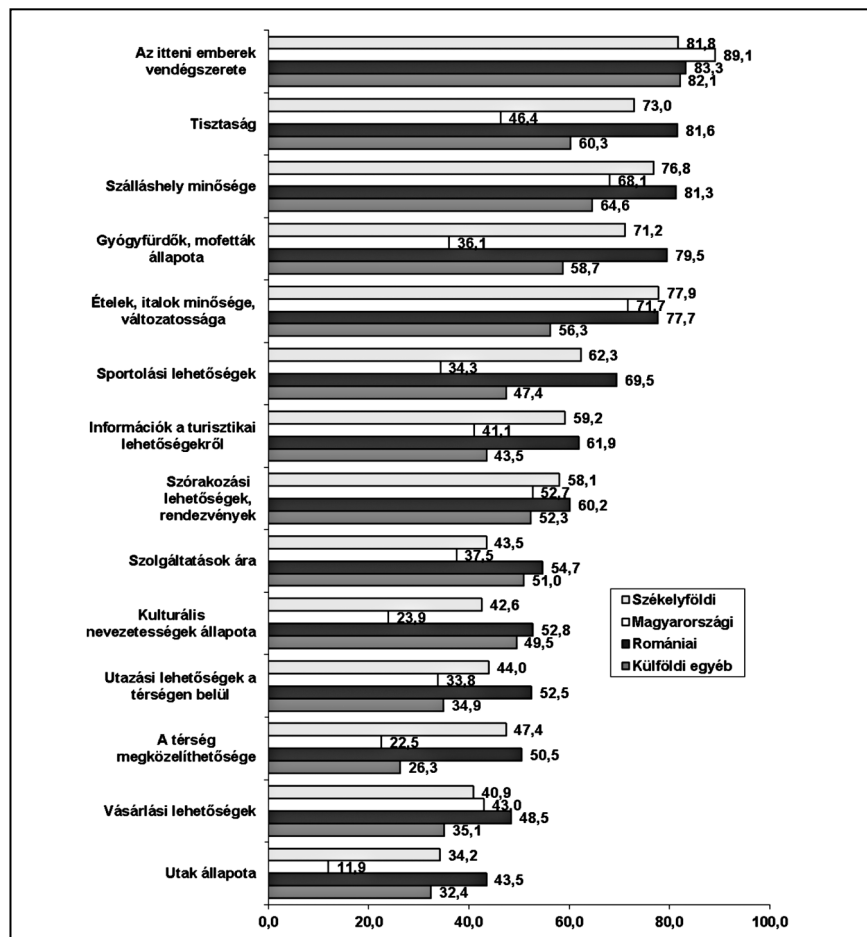
58. ábra. Milyen mértékben elégedett Ön a következőkkel? (%)

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A küldőpiac szerinti elemzés megerősíti a vendéglátók azon percepcióját, hogy a romániai (többségében román) vendégek a magyarországiakhoz képest jóval elégedettebbek a Székelyföldön kapott szolgáltatásokkal. Az egyetlen kivételt „az itteni emberek vendégszeretete” jelenti. Ezzel a magyarországiak (külföldről érkező magyarok) 89,1 százaléka nagyon elégedett, ami meghaladja a romániaiakra, székelyföldiekre és az egyéb külföldiekre jellemző értéket. Az „itteni emberek vendégszeretete” (vagyis saját székelyekkel kapcsolatos sztereotípiák) úgy tűnik, az az elem, ami leginkább a térségbe vonzza őket, hisz más téren jóval elmarasztalóbb a véleményük. Különösen nagy a különbség a románok és a magyarországiak percepciója közt a tisztaság, illetve a gyógyfürdők, mofetták, illetve a kulturális nevezetességek állapota tekintetében. A románokból a helyiek vendégszeretete mellett a tisztaság váltja ki a legnagyobb elégedettséget: 81,6 százalékuk nagyon elégedett ezen a téren. Ezzel szemben a magyarországiak esetében a nagyon elégedettek aránya csupán 46,4 százalékos, ami az egyéb külföldi kategóriára jellemző arányt is nagymértékben alulmúlja. A válaszokból egyértelműnek tűnik, hogy a tisztaság, rendezettség egy viszonyfogalom, és ebből következően a Székelyföld (a fókuszcsoportos elemzést bemutató részben megfogalmazott hipotéziseinknek megfe-

lelően) ezzel összefüggésben más-más helyet foglal el egy Magyarország-centrikus, illetve egy románcentrikus diskurzív térben. Míg a magyarok fele az elmaradottsága, a premodernitása (és ezzel együtt romlatlansága), addig a románok fele a civilizált, rendezett jellege jelenthet vonzerőt.

59. ábra. Milyen mértékben elégedett Ön a következőkkel? (%)

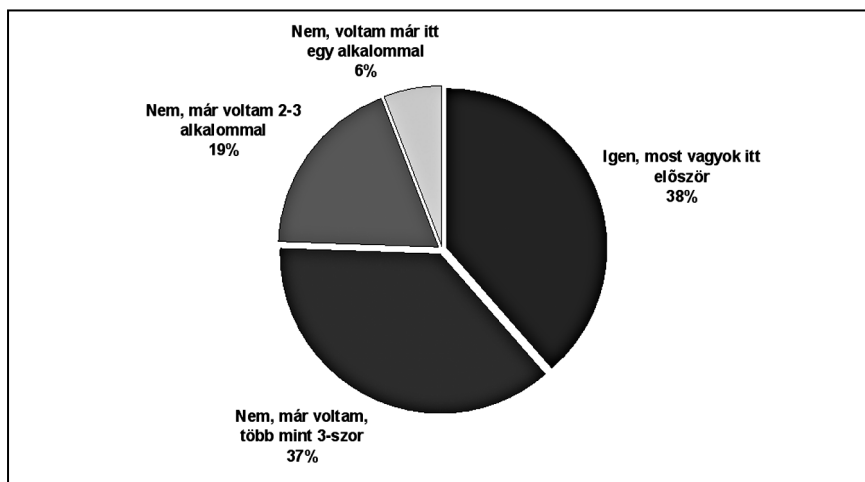


Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Visszatérő vendégek

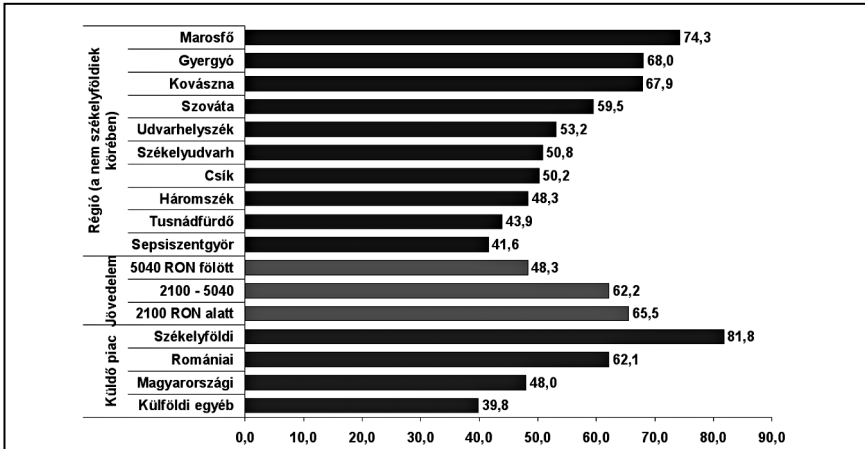
A felmérésből az is kiderül, hogy a megkérdezett turisták többsége (62%) visszatérő vendég az adott megyében. Ez az arány természetesen a székelyföldi vendégek körében a legmagasabb (81,2%), viszont a magyarországiaknak is közel fele (48%) és az egyéb külföldi országokból érkezők 39,8% százaléka járt már legalább egyszer Székelyföldön. A visszatérők leginkább alacsony jövedelműek és idősek, nagy részük a gyógy- és üdülőközpontok visszatérő vendége. Az egyes desztinációk közül Marosfőn a legmagasabb a (nem székelyföldi) visszatérő turisták száma (az összes ide érkező turista 74,3 százaléka), viszont ez az arány Gyergyóban, Kovásznán és Szovátán is igen magas.

60. ábra. Először látogat ide, ebbe a megyébe?



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

61. ábra. Visszatérő vendégek aránya desztinációk, jövedelem és küldő piac szerint (%)



Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Pozitívumok és negatívumok: nyílt kérdés

A megkérdezett turisták által nyílt kérdésben megfogalmazott tetszés és nemtetszés is a már elmondottakat támasztja alá. A pozitív oldalon egyrészt a természeti adottságokból fakadó előnyök (hegyek, erdők, egyéb természeti szépségek, csend, nyugalom, tiszta levegő), másrészt a vendéglátás minősége (vendégszeretet, vendéglátóhely minősége, ételek-italok, tisztaság) fordulnak elő legnagyobb arányban, emellett viszont kisebb mértékben, de jól megragadható módon jelennek meg a magyar múlt, magyarság, illetve falusi élet, hagyományőrzés, autentikusság címszavakkal leírható megfogalmazások.

**51. táblázat. Mi az, ami tetszett és ami nem tetszett Önnek az itt-tar-
tózkodása során?**

Tetszett		%	Nem tetszett		%
1.	Táj, természet, hegyek, erdők	19,1	Utak, útviszonyok		26,2
2.	Minden, sok minden	13,7	Szálláshely felszereltsége, mi- nősége		8,0
3.	Emberek kedvessége, vendég- szeretet	11,5	Idő, időjárási viszonyok		5,9
4.	Vendéglátóhely minősége	8,3	Tisztaság hiánya, szemet, por		5,1
5.	Kezelés	7,5	Nincs elég magyar felirat, ma- gyarok, magyar nyelv elnyomása		3,6
6.	Tiszta levegő	3,8	Közlekedés, forgalom, közszál- lítás		3,0
7.	Csend, nyugalom	3,7	Étel, ital		2,8
8.	Étel, ital	2,9	Szórakozási, szabadidő-eltöltési lehetőségek hiánya		2,7
9.	Tavak	2,3	Szolgáltatások minősége		2,5
10.	Városok, települések	2,1	Az emberek nem tudnak romá- nul		2,4
11.	Strand, fürdők, uszoda	1,8	Elhanyagolt épületek, elhagyott villák		2,4
12.	Tisztaság	1,6	Vásárlási lehetőségek hiánya		2,1
13.	Templomok, épített örökség	1,6	Rossz megközelíthetőség		1,5
14.	Javuló infrastruktúra, fejlődés	1,3	Infrastrukturális elmaradottság		1,4
15.	Magyarság, magyar múlt	0,8	Parkolóhelyek hiánya, fizetős parkolóhelyek		1,3
16.	Békási szoros	0,7	Sok kóbor kutya		0,9
17.	Falusi élet, autentikusság, ha- gyományőrzés	0,7	Fejletlenség, rendezetlenség		0,7

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

A negatívumok oldalon nagymértékű nemtetszést váltanak ki a turis-
tákból a rossz útviszonyok (a válaszadók 26,2 százaléka ezt nevezte meg),
a tisztaság hiánya, közlekedés, szórakozási lehetőségek hiánya, az infrast-
ruktúra elmaradottsága, elhanyagolt épületek. Emellett a magyarországi
turisták a magyar nyelvű feliratokat hiányolják, míg a román nemzetisé-
gűek a helyiek románnyel-tudásával elégedetlenek.

**52. táblázat. Mi az, ami tetszett és ami nem tetszett Önnek az itt-tar-
tózkodása során? – desztinációk szerint (első három említés)**

Turisztikai desztináció		Ami tetszett	%	Ami nem tetszett	%
Szováta	1	Táj, természet, hegyek, erdők	13,4	Szálláshely minősége	24,8
	2	Kezelés	12,8	Idő, időjárási viszonyok	7,2
	3	Vendéglátóhely minősége	8,9	Szolgáltatások minősége	6,9
Kovásszna	1	Vendéglátóhely minősége	16,6	Idő, időjárási viszonyok	16,8
	2	Kezelés	13,5	Vásárlási lehetőségek hiánya	9,9
	3	Tiszta levegő	8,0	Étel, ital	9,2
Sepsiszentgyörgy	1	Emberek vendégszeretet	33,1	Magyar nyelv elnyomása	19,6
	2	Javuló infrastruktúra, fejlődés	14,8	Közlekedés, forgalom	18,2
	3	Táj, természet, hegyek, erdők	5,9	Utak, útviszonyok	8,8
Tusnádfürdő	1	Táj, természet, hegyek, erdők	31,6	Zajos építkezések	11,7
	2	Kezelés	13,4	Utak, útviszonyok	10,7
	3	Tiszta levegő	13,3	Az emberek nem tudnak románul	7,6
Székelyudvarhely	1	Táj, természet, hegyek, erdők	41,3	Semmi	28,8
	2	Emberek vendégszeretet	18,4	Utak, útviszonyok	27,6
	3	Városok, települések	6,6	Turisztikai információk hiánya	7,0
Marosfő	1	Táj, természet, hegyek, erdők	45,4	Utak, útviszonyok	27,8
	2	Emberek vendégszeretet	23,3	Idő, időjárási viszonyok	10,3
	3	Vendéglátóhely minősége	5,8	Egyes szolgáltatások hiánya	5,9

SZÉKELYFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓ?

Turisztikai desztináció		Ami tetszett	%	Ami nem tetszett	%
Csík	1	Táj, természet, hegyek, erdők	30,5	Utak, útviszonyok	49,0
	2	Emberek vendégszeretet	13,1	Tisztaság hiánya, szemét, por	8,1
	3	Templomok, épített örökség	5,6	Magyar nyelv elnyomása	6,5
Gyergyó	1	Táj, természet, hegyek, erdők	31,4	Utak, útviszonyok	61,3
	2	Emberek vendégszeretet	13,6	Rossz megközelíthetőség	7,3
	3	Csend, nyugalom	6,0	Tisztaság hiánya, szemét, por	3,7
Háromszék	1	Táj, természet, hegyek, erdők	28,6	Utak, útviszonyok	38,6
	2	Vendéglátóhely minő- sége	12,2	Tisztaság hiánya, szemét, por	5,0
	3	Emberek vendégszeretet	8,0	Vásárlási lehetőségek hiánya	4,4
Udvarhely- szék	1	Emberek vendégszeretet	20,8	Utak, útviszonyok	40,5
	2	Táj, természet, hegyek, erdők	17,9	Tisztaság hiánya, szemét, por	7,8
	3	Falusi élet, autentikusság, rusztikusság, hagyo- mányörzés	5,2	Étel, ital	3,3

Forrás: Székelyföldi turizmus 2011, saját szerkesztés

Ezen véleményeket desztinációkra lebontva az látható, hogy a legtöbb helyen pozitívum a természet szépsége és az emberek vendégszeretete, a másik oldalon hasonlóképpen desztinációtól függetlenül az útviszonyok jelentik az egyik legnagyobb problémát. Emellett azonban egyes turisztikai célpontok esetében egyedi tényezők is megjelennek; Sepsiszentgyörgyön a fejlődés, javuló infrastruktúra, Udvarhelyszéken a falusi élet autentikussága, a hagyományörzés tetszik nagymértékben a turistáknak.

Összegzés

A székelyföldi turizmust középpontba állító elemzésünkben több módszer segítségével jártuk körbe a témát. Összegzésként a legfontosabb következtetéseket emeljük ki, arra fektetve a hangsúlyt, hogy ezek a megállapítások a turizmusban dolgozó vendéglátók, illetve a helyi döntéshozók munkáját segítsék.

A statisztikai adatok arra világítanak rá, hogy **Székelyföld jó pozíciókkal rendelkezik a romániai turisztikai ágazaton belül**. A három székelyföldi megye a 2007-2011 közötti periódusra abszolút értékben számolt turisztikai teljesítményindex alapján is a romániai rangsor első felébe kerül. Amennyiben a teljesítményt az egyes megyék lakosságához viszonyítjuk, ennél is kedvezőbb képet kapunk, így Kovászna megye a negyedik, Hargita az ötödik, Maros pedig tizenkettedik helyet foglalja el. Székelyföld összességében Románia első öt-hat legfontosabb turisztikai régiója közé sorolható (a tengerpart, a Brassó-Prahova régió, az Olt völgye után, a Királyföld-Szászföld, illetve a bukovinai régió mellett).

Ugyanakkor nem szabad figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy Románia nemzetközi, vagy akár kelet-európai szinten is nagyon alacsony vonzerővel bír. Biztató, hogy a Turisztikai Világszervezet előrejelzései szerint a közeljövőben jelentős mértékű növekedésre számíthat a térség turizmusa. Kérdés, hogy ezen belül Románia, illetve Székelyföld milyen mértékben lesz nyertese a várható bővülésnek. A Romániába érkező külföldi turisták számának enyhe növekedése máris tetten érhető a statisztikai adatokban, egyelőre azonban csupán azt látni, hogy a gazdasági válsággal összefüggő, 2009 óta tapasztalható negatív trend megfordult, és várhatóan tovább folytatódik a pozitív irány. Székelyföld szempontjából érdemes itt kiemelni, hogy a Romániába látogató magyarországiak száma viszont 2009 óta folyamatosan csökken, ebben a tekintetben inkább stagnálásra lehet számítani a következő években.

A **székelyföldi turizmus gazdasági jelentősége** a lakosság, illetve helyenként az ágazatban dolgozók körében is túlértékelt. A három megyében tevékenykedő cégek 2008-as forgalmának 1,6-1,8 százalékát bonyolították le a szállodák és a vendéglők, illetve a magánszférában alkalmazottak 3,7-4,2 százaléka dolgozott a vendéglátásban. Az ágazat jövőbeni

alakulása szempontjából ugyanakkor fontos, hogy a közszereplőkön túl mind a lakosság, mind pedig a turizmusban dolgozók körében konszenzus van abban, hogy a térség jelentős turisztikai potenciállal rendelkezik, amelynek kiaknázása a (gazdasági szempontból periférikus) régió egyik legfontosabb kitörési pontja lehet.

Székelyföld a turizmusfajták széles skáláját kínálja az érdeklődőknek. Az ágazatban dolgozók, a térségben élők, illetve az idelátogató turisták körében is rákérdeztünk arra, hogy a turizmus mely típusai örvendenek nagyobb népszerűségnek. Összegzésünkben a turisták értékelése alapján írjuk le a régiók turisztikai vonzerejét képező tényezőket.

A térségbe látogató turisták által megjelölt legfontosabb két célt az egészségturizmus (gyógyturizmus) és a természetjárás kategóriába sorolhatjuk. A megkérdezettek több mint fele jelölte meg a gyógyturizmust (gyógyfürdők, termálfürdők, mofetták, wellness programok látogatása) a Székelyföldre való utazásának legfontosabb három célja között. A gyógyturizmusban érdekeltek között felülreprezentáltak az ország, illetve a térség határain belülről érkező vendégek, illetve az idősebb korúak. A gyógyturizmus központjai: Szováta, Kovászna város és Tusnádfürdő.

A székelyföldre érkező turisták második leggyakrabban említett utazási célja a természetjárás, tavak látogatása, túrázás. Ebben a kategóriában felülreprezentáltak a magyarországi és a székelyföldi turisták, illetve a fiatalabbak. A leggyakrabban említett természeti nevezetességek a Medve-tó, a Gyilkos-tó, a Szent Anna-tó, a Békás-szoros, a parajdi sóbánya, a Hargita-hegység, a Súcó-barlang, a Büdös-barlang, az Egyes-kő.

A két legjelentősebb vonzerőn túl még három turizmus-típus bír jelentős vonzerővel. A városok, települések látogatását a megkérdezettek mintegy egyötöde jelölte meg a Székelyföldre látogatásának elsődleges céljai között. A leggyakrabban említett települések: Szováta, Parajd, Csíkszereda, Sepsiszentgyörgy, Korond, Csíksomlyó, Tusnádfürdő, Gyergyószentmiklós, Székelyudvarhely, Csíkszépvíz, Gyimesek, Marosvásárhely. Hasonló súllyal bír a kulturális turizmus körébe tartozó tevékenységek kedveltsége: épített örökség, múzeumok, kiállítások, templomok, történelmi emlékhelyek látogatása, népművészeti látnivalók megtekintése. A kulturális turizmus inkább a Magyarországról érkezők körében jellemző, közülük minden második említette látogatásának céljai között. A leggyakrabban említett nevezetességek a Csíksomlyói templom, az Ezeréves határ, a szárhegyi Lázár-kastély, a Mikó-vár, a Székely Nemzeti Múzeum, a Petőfi múzeum (Fehéregyháza), Bálványosvár, a Csíki Székely Múzeum, az ortodox templomok, monostorok, a

Tamási Áron-emplék, az árkosi kastély, a ditrói templom, Orbán Balázs sírja. A városlátogató és a kulturális turizmus mellett a konferencia és üzleti turizmus is jelentős vonzerővel bír. Legfontosabb helyszínei: Szováta, Sepsi-szentgyörgy, Csíkszereda, Székelyudvarhely.

Az eddig felsorolt öt vonzerő mellett érdemes még említést tennünk további öt turizmusfajtáról is, amelyeket a vendégek 5-10 százaléka említett a térségbe látogatás elsődleges céljai között. Ilyen a gasztroturizmus, a helyi ételek, italok kipróbálását minden tizedik vendég jelölte meg céljai között. A falusi turizmust, a helyi életmód megismerését a megkérdezettek 8 százaléka említette a látogatás céljaként, elsősorban magyarországi és egyéb külföldi vendégek. A kutatási módszereinket figyelembe véve azt is feltételezhetjük, hogy az ebben érdekelt vendégek száma a valóságban jelentősebb, viszont nem a hivatalos szálláshelyeken, hanem magánszemélyeknél, rokonoknál, barátoknál szállnak meg, így mintánkban alulreprezentáltak. Ugyanezt feltételezhetjük a látogató turizmus esetében is, a megkérdezettek szintén 8 százaléka tüntette fel utazásának céljaként a barátok és rokonok felkeresését. A sportturizmus súlya 6 százalékos körüli lehet, ennyien említették látogatásuk céljai között a sportolás valamelyik típusát (téli, nyári, extrém). A legkisebb (de nem elhanyagolható) súllyal a vallási turizmust regisztrálhattuk, a megkérdezettek mintegy 5 százaléka említette utazásának céljai között a zarándoklatot, a hitélet gyakorlását.

A különböző turizmusfajták jelentős választékán túl a vendéglátás más aspektusai is hozzájárulnak a térség vonzerejéhez. A legjelentősebb vonzerőt a táj, a természeti látványosságok (tavak, hegyek, erdők) jelentik, a tiszta levegő, a csend, a nyugalom mellett. Kiemelt vonzerővel bír a székelyföldi emberek vendégszeretete, a vendéglátók kedvessége, és a helyi gasztronómiai kínálat. A helyi és belföldi vendégek többsége elégedett a szálláshelyek, a gyógykezelések minőségével. Ők a székelyföldi térséget rendezettnek, a tisztának, civilizáltnak látják. Velük szemben a magyarországi és külföldi vendégek a természet-közeliséget, a falusi élet autenticitását, valamint a magyar múlttal kapcsolatos kulturális nevezetességeket értékelik különösképpen. Mindez arra enged következtetni, hogy vendégek percepcióit nagymértékben az határozza meg, hogy a Székelyföldre viszonyítva egyfajta Kelet-Nyugat lejtőn hol helyezkednek el.

A térség negatívumait illetően visszatérő problémaként jelentkezik az utak állapota, a térség megközelíthetősége, helyenként a kulturális nevezetességek rossz állapota, a turizmuson belül pedig a kaotikus fejlesztések, a rendezetlenség.

A székelyföldi turizmus potenciálját jelzi, hogy az idelátogató vendégek szinte kivétel nélkül úgy vélték, hogy még visszajönnének a térségbe, illetve a megkérdezettek majdnem kétharmada máris visszatérő vendég.

Szakirodalmi összefoglalónkban tettünk kísérletet arra, hogy bemutassuk, miként gondolkodnak a székelyföldi turizmusról, annak etnikai jellegéről és általában az etnikai turizmus jelenségéről a különböző tudományágak képviselői. Láthattuk, hogy ha székelyföldi turizmusról vagy turizmusfejlesztésről beszélünk, megkerülhetetlenné válik az etnikum kérdése. A témával foglalkozó szerzők között látszólag egyetértés van abban, hogy a székelyföldi idegenforgalom igen fontos komponense a magyarországi küldőpiacra épülő etnikai turizmus, amelynek a régióra nézve több szempontból lehetnek pozitív hozadécai (a gazdasági haszon mellett a helyiek identitásának építése, régióépítési törekvések elősegítése és ennek a többségi társadalommal való könnyebb elfogadtatása). Ugyanakkor az is nyilvánvaló, hogy a csupán egyetlen küldőpiactól való függés hosszú távon nem fenntartható, szükségessé vált egy olyan turisztikai régiómarketing kidolgozása, amely egyéb külföldi és belföldi piacokon is vonzó desztinációként jeleníti meg Székelyföldet. Ez esetben viszont nem feltétlenül a régió etnikai sajátosságai kell előtérbe kerüljenek. A turistákra reprezentatív felmérésünk alapján itt megpróbáljuk a marketing szempontjából is releváns célcsoportokat és azok jellemzőit összesíteni.

Alapvetően négy célcsoportot tudunk elkülöníteni: a romániai, a magyarországi, a székelyföldi, illetve a külföldi (Magyarországon kívüli) turisták csoportjait.

Kérdőíves mérésünk alapján a székelyföldre látogató turisták 49 százalékát a **romániai vendégek** képezik (ebbe nem számítottuk bele a Hargita, Kovászna és Maros megyékből érkezőket). A romániai turisták relatív többsége (40%) a nyári idényben érkezik Székelyföldre. Az őszi (26%), a tavaszi (19%), illetve a téli (16%) évszakok aránya viszonylag kiegyensúlyozott. A nem Székelyföldről érkező romániai turisták mintegy 8 százaléka magyar nemzetiségű. A többi célcsoporthoz képest felülreprezentáltak az idősek, az átlagéletkor 54 év, 40 százalékuk 60 év feletti, 45 százalékuk nyugdíjas. Jövedelmi viszonyaikat tekintve kétszer annyit keresnek, mint a romániai átlag. A turisztikai desztinációkat tekintve elsősorban az üdülőtelepek látogatói, Kovászna városában, Tusnádfürdön, Szovátán, Háromszék és Marosfő térségében a romániai turisták képezik a látogatók többségét. Többségük családjával érkezik a Székelyföldre, de körükben a legnagyobb az egyedül érkezők aránya, és a legkevésbé jellemző, hogy munkatársakkal,

barátokkal látogatnának a térségbe, egyértelműen a célcsoport korstruktúrájának következményeként. Kiemelkedő körökben azok aránya, akik az internet segítségével tájékozódnak a szálláshelyek felől. Az üdülővárosokban átlagban 12 napot, más desztinációk esetében 3-4 napot töltenek. A romániai vendégek által preferált turizmusfajták a gyógyturizmus (72%), a természetjárás (42%), a konferencia és üzleti turizmus (20%), a városlátogató- (15%), illetve a gasztroturizmus (8%). A más származási hellyel rendelkezőkhöz képest a romániai turisták általában minden téren elégedettebbek a székelyföldi turizmus összetevőivel, az itteni emberek vendégszeretetét, a tisztaságot, a szálláshelyek, fürdőhelyek minőségét, a gasztro-nómiai kínálatot, a sportolási lehetőségeket a megkérdezettek több mint kétharmada értékelte pozitívan. Szintén az elégedettséget mutatja, hogy a megkérdezett romániai turisták mintegy kétharmada visszatérő vendég, azaz már járt a térségben.

A **magyarországi vendégek** a turistaforgalom egynegyedét teszik ki. A magyarországi turisták aránya egyértelműen a nyári időnyben éri el a csúcspontot, amikor megközelíti az összes turista harmadát, a magyarországi vendégek mintegy fele ebben az évszakban érkezik a Székelyföldre. A magyarországi vendégek 19-20 százaléka tavasszal és ősszel látogat a térségbe, és csupán egytizedük a téli évszakban. Körökben a középkorúak felülreprezentáltak, az innen érkező vendégek átlagéletkora 50 év. Jövedelmüket tekintve jobban szituáltak, mint a romániai turisták, és jelentősen többet is költenek itt tartózkodásuk során. Kedvelt turisztikai desztinációk Székelyudvarhely és Udvarhelyszék, Csíkszereda és környéke, illetve Sepsiszentgyörgy, ezeken a célterületeken ők képezik a vendégek többségét. Kiemelkedő körökben a munkatársakkal, barátokkal érkezők aránya. Bár többségük magánúton szervezi székelyföldi utazását, felülreprezentált körökben a turisztikai irodákon keresztül érkezők aránya, illetve itt jelennek meg számottevő arányban az oktatási intézmények által szervezett kirándulások is. A magyarországi vendégek esetében kiemelkedő az autóbusszal érkezők aránya, amelyet vélhetően elsősorban a nagyszámú szervezett csoportos Székelyföldre, illetve Erdélybe való utazás magyaráz. Az üdülővárosokban átlagban 6 napot, más desztinációkon 4 napot töltenek. A magyarországi (és általában a külföldi) turisták esetében jellemző a körutazás, mintegy felük a Székelyföldön kívül más célpontokat is meglátogat. A máshol is megszálló magyarországi turisták többsége egyéb erdélyi településekre (leggyakrabban Kolozsvárra és környékére, Dévára, Torockóra, Marosvásárhelyre, Brassóba, Nagyváradra, Nagyenyedre) látogat el Ro-

mániai tartózkodása során. Az igénybe vett turizmusfajták szempontjából a magyarországi vendégek preferenciái szélesebb skálán mozognak: természetjárás (49%), kulturális turizmus (45%), város és településlátogatás (28%), gasztroturizmus (19%), falusi turizmus (18%), gyógyturizmus (17%), barát és rokonlátogatás (14%), konferencia és üzleti turizmus (14%), vallási turizmus (14%). A magyarországi turisták igényei, elvárásai jelentősen felülmúlják a romániai vendégeket. Az „itteni emberek vendégszeretete” (vagyis saját székelyekkel kapcsolatos sztereotípiák) úgy tűnik, a legfontosabb elem, ami leginkább a térségbe vonzza őket, hisz más téren jóval elmarasztalóbb a véleményük. Különösen nagy a különbség a románok és a magyarországiak percepciója közt a gyógyfürdők és gyógykezelések minősége, az utak állapota, a sportolási lehetőségek, a tisztaság, a térség megközelíthetősége, illetve a kulturális nevezetességek állapota tekintetében. A magyarországi és romániai turisták válaszaiból egyértelműnek tűnik, hogy a tisztaság, rendezettség egy viszonyfogalom, és ebből következően Székelyföld más-más helyet foglal el egy Magyarország-centrikus, illetve egy románcentrikus diskurzív térben. Míg a magyarok szemében ősisége, a premodern jellege (és ezzel együtt romlatlansága, autentikussága), addig a románok fele a civilizált, rendezett jellege jelenthet vonzerőt. A magyarországiak körében a visszatérő vendégek aránya 48 százalék.

A belső turizmus (vagyis a **székelyföldi vendégek**) a térségbe érkező turisták mintegy egyötödét teszik ki. A székelyföldiek aránya a nyári és a téli idényen kívüli periódusban a legmagasabb. Relatív többségük az őszi periódusban (35%) él a turisztikai ajánlatokkal, ezt követően nyáron (29%), tavasszal (25%), illetve télen (10%) veszik igénybe a szálláshelyeket. A belső forgalom arányaiban is télen a legkisebb. A székelyföldi vendégek átlagéletkora a legalacsonyabb (49 év), körükben jelentős a fiatalok aránya. Jövedelmeiket tekintve ők a legkevésbé jól szituáltak, és értelemszerűen ők költenek a legkevesebbet kirándulásaik alatt. A turisztikai desztinációk szempontjából viszonylag kiegyensúlyozott a megoszlásuk, Szováta, a háromszéki térség, Marosfő, Gyergyó területe és Csíkszék örvend átlag feletti népszerűségnek körükben. A kiválasztott szálláshelyekről nagytöbbségük barátoktól, ismerősöktől szerez információt. A romániai vendégekhez hasonlóan több időt töltenek a turisztikai desztinációkon, az üdülővárosokban 12-13 napot, egyéb helyszíneken két-három napot töltenek általában. A belső forgalom által preferált turizmusfajták a gyógyturizmus (55%), a természetjárás (50%), a konferencia és üzleti turizmus (18%), a gasztroturizmus (16%), a településlátogatás (13%), a sport (11%) és a kulturális tu-

rizmus (10%). Általában elégedettek a turizmus különböző összetevőivel, értelemszerűen számukra a térség megközelíthetősége és a helyismeret jelent előnyt, ezzel szemben a vásárlási lehetőségeket hiányolják, illetve az átlagnál kevésbé elégedettek a turisztikai szolgáltatások árával.

A **külföldi vendégek** aránya a legkisebb, a nem Magyarországról érkező külföldiek az összes szállóvendég 6,7 százalékát teszik ki. Kutatási jelentésünkben a magyar nemzetiségű külföldieket a magyarországiakkal együtt tárgyaltuk, így az összegzésben is a maradék 5,6 százalékos csoport legfontosabb jellemzőit foglaljuk össze. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy ezeknek a turistáknak is csupán fele az, aki angolul válaszolt a kérdőívre, egyharmaduk román nyelven, egyötödük pedig magyarul válaszolt, annak ellenére, hogy nemzetiségként nem a magyart jelölte meg. Jelentős részük rendelkezik valamilyen előzetes kötődéssel a térséghez, mintegy egyharmaduk számolt be arról, hogy barátok, ismerősök laknak a Székelyföldön, illetve 40 százalékuk visszatérő vendég, nem először látogat ide. Bár az alacsony esetszámok óvatos következtetéseket tesznek lehetővé, úgy tűnik, hogy körükben legjelentősebb a téli idényben érkezők aránya (50%), elsősorban a nyugat-európai országokból érkezők esetében. A Moldova Köztársaságból ide látogatók ezzel szemben inkább a nyári periódusban keresik fel a térséget. A külföldiek jellemzően középkorúak, anyagilag sokkal jobban szituáltak, mint a belföldi vagy akár a magyarországi turisták, és ezzel összhangban többet is költenek itt tartózkodásuk alatt. A külföldről érkezők alapvetően az üdülővárosokban (Szováta, Tusnádfürdő), illetve a nagyobb városokban (Sepsiszentgyörgy, Csíkszereda) kerültek be a mintánkba. A magyarországi turistákhoz hasonlóan körükben is jelentős a körutazás, mintegy felük Székelyföldön kívüli desztinációkat is felkeres romániai látogatása során. A külföldi vendégek csoportja is erősen heterogén az utazási célokat illetően, a természeti vonzerőket 41 százalékuk, a gyógyturizmust 38 százalékuk, a kulturális és a falusi turizmus 18-18 százalékuk, a városlátogatást 24 százalékuk, a barátok és rokonok felkeresését 20 százalékuk, az üzleti turizmust 18 százalékuk, a gasztroturizmust 13 százalékuk, a sportturizmust 8 százalékuk jelölte meg ide látogatásának első három célja között. Az átlaghoz képest kevésbé elégedettek az ételek, italok minőségével és változatosságával, a sportolási lehetőségekkel, a szálláshelyek minőségével, a térség megközelíthetőségével, a turisztikai nevezetességeket ismertető információkkal.

Székelyföldön a turizmus a régiófejlesztési és identitásépítési diskurzusok egyik fontos csomópontja. Az itt élők körében konszenzusnak örvendő, hogy az ágazatban nagy potenciál rejlik, amelynek kiaknázása a gazda-

sági szempontból periférikus) régió egyik legfontosabb kitörési pontja. Másrészt a turizmus, illetve az ehhez kapcsolódó marketingtevékenység a székelyföldi identitás megjelenítésének is az egyik kiemelt eszköze. A különböző hazai és nemzetközi turisztikai vásárokon kiállított Székelyföld-standoknak, illetve az ehhez kapcsolódó megjelenésnek a régióépítésben érdekelt politikusok láthatóan kiemelt jelentőséget tulajdonítanak. Az utóbbi években divatossá vált székelyföldi brandépítés egyik központi eleme szintén a turizmus.

A székelyföldi turizmus kapcsán azonban egy sor ellentmondás is felszínre kerül. A turizmus gazdaságon belüli tényleges súlya messze nincs összhangban az erről való közvélekedéssel. Ugyanez köszön vissza a turisztikai infrastruktúra állapotában. A turistaforgalom nagy része néhány kiemelt településhez (Szováta, Kovászna, Tusnádfürdő) kapcsolódik, miközben egész kistérségek hiányoznak a turisztikai térképről. A tényleges helyzet és az ágazat súlyát érintő percepciók közti ellentétben a székelyföldi gazdaságfejlesztéssel kapcsolatos tanácsalanság tükröződik vissza.

Másrészt szembeötlők az ellentmondások akkor is, ha a regionális identitásépítés és a turizmus kapcsolatát vizsgáljuk meg. A szakirodalmi áttekintésből kiderül, hogy a Székelyföldet mint turisztikai desztinációt sokáig kizárólag magyarországi fogyasztásra konstruálták meg. A magyar (identitás)turisták számára Székelyföld gyakran Erdély egészét reprezentálta. Részben ennek következtében jóval kisebb figyelem összpontosult a jelenleg lényegesen több turistát küldő hazai/román piacra. A román piac (vagy a teljes romániai turizmus) felől nézve pedig nem egyértelmű, hogy a Székelyföld létezik, mint turisztikai régió, vagy turisztikai desztináció. Úgy véljük, hogy ebben a székelyföldi régióépítés tágabb ellentmondásai tükröződnek. Nevezetesen, a székelyföldi elit nem fordít kellő energiát és figyelmet arra, hogy a térséget a román nyilvánosságon belül sajátos entitásként ismertesse el. Az ilyen irányú törekvéseknek lehetne kiváló terepe a turizmus (a turisztikai marketing) is, ahol a székelyföldi régió megkonstruálása jóval kisebb közegellenállásba ütközne, mintha kizárólag/egyéből az autonómia közjogi megfogalmazására kerülne sor.

Szakirodalom

BENEDEK József

2000 *A társadalom térbelisége és térszervezése*. Risoprint Kiadó, Kolozsvár.

BRUBAKER, Rogers – GRANCEA, Liana – FEISCHMIDT Margit – FOX, John

2006 *Nationalist Politics and Everyday Ethnicity in a Transylvanian Town*. Princeton University Press, Princetown and Oxford.

BUZALKA, Juraj

2009 Scale and Ethnicity in Southeast Poland: tourism in the European periphery. *Etnografica* 13. 373–393.

FEISCHMIDT Margit

2005 A magyar nacionalizmus autenticitásdiskurzusainak szimbolikus térfoglalása Erdélyben. In: Uő (szerk.): *Erdély(-de)konstrukciók*. Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs- és Médiatudományi Tanszék, Budapest.

GÁBOS Edit

2005 Vendégszerzők és vendégfogadók. Hálók a turizmusban – Zetelaka esete. *Erdélyi Társadalom* 2. 135–146.

2009 *Hargita Megye Turisztikai Fejlesztési Stratégiája*. Aquaprofit Consulting.

HARRON, S. – Weiler, B.

(1992) Review: Ethnic tourism. In: Weiler, B. – Hall, C.M. (eds.): *Special Interest Tourism*. Belhaven, London, 83–92.

HORVÁTH Alpár

2010a *Területi turizmusfejlesztés lehetőségei Székelyföldön*. Doktori értekezés (kézirat). Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola.

2010b Az etnicitás dilemmája a székelyföldi turizmusfejlesztésben. *TÉT* XXIV. 147–162.

HORVÁTH Gyula (szerk.)

2003 *Székelyföld*. MTA Regionális Kutatások Központja–Dialóg Campus Kiadó, Pécs–Budapest.

ILLYÉS Zoltán

2005 A gyimesi „ezeréves határ” olvasatai. In: Feischmidt Margit (szerk.): *Erdély-(de)konstrukciók*, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs- és Médiatudományi Tanszék, Budapest.

JOCIĆ, Nataša – ŠEGAN, Vojko

2010 *Slovenia's experience in collecting data on inbound tourism*. Workshop on Tourism Border Statistics Budapest, 23 September 2010.

KAPITÁNY Balázs – SPÉDER Zsolt

2004 *Szegénység és depriváció. Társadalomszerkezeti összefüggések nyomában*. (Életünk fordulópontjai Műhelytanulmányok, 4.) KSH NKI, Budapest.

KING, B.

1994 What is ethnic tourism? An Australian perspective. *Tourism Management* 15. (3) 173–176.

KISS Tamás

2010 *Adminisztratív tekintet. Az erdélyi magyar demográfiai diskurzus összehasonlító elemzéséhez*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Kolozsvár.

KISS Tamás – KAPITÁNY Balázs

2009 Magyarok Erdélyben. A minta kialakítása és az adatfelvétel. In: Spéder Zsolt (szerk.): *Párhuzamok. Anyaországi és erdélyi magyarok a századfordulón*. (Kutatási jelentések, 86.) KSH – Népeségtudományi Kutatóintézet, Budapest

LEEPREECHA, Prasit

2005 *The Politics of Ethnic Tourism in Northern Thailand*. Chiang Mai Research Institute.

MELEGH Attila

2006 *On the East/West Slope. Globalization, Nationalism, Racism and Discourses on Central and Eastern Europe*. CEU, New York – Budapest.

NAGY Benedek

2011 *A turisztikai helymarketing Székelyföldön – az imázs és márkahasználat tudományos megalapozása*. Doktori értekezés (kézirat). Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola.

PRITCHARD, Anette – NIGEL, Morgan

2001 Culture, Identity and Tourism Representation: Marketing Cymru or Wales? *Tourism Management* 22. 167–179.

PITCHFORD, S.

1995 Ethnic Tourism and Nationalism in Wales. *Annals of Tourism Research* 22. (1) 35–52.

SEBESTYÉN Adrienne

2005 „Erdélybe utazni más”. A magyar turisztikai irodalom Erdély-képe. In: Feischmidt Margit (szerk.): *Erdély-(de)konstrukciók*, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs- és Médiatudományi Tanszék, Budapest.

SMITH, Valene L.

1977 [1989]. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.

SPÉDER Zsolt (szerk.)

2009 *Párhuzamok. Anyaországi és erdélyi magyarok a századfordulón*. (Kutatási jelentések, 86.) KSH – Népeségstudományi Kutatóintézet, Budapest.

SZELJAK György

2000 Turistamítoszok, indiánok, etnikai turizmus Mexikóban. In: Fejős Zoltán – Szijjártó Zsolt (szerk.): *Turizmus és kommunikáció*, Budapest, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék, 201–216

SZILÁGYI Eszter

2004 „Gyimes kevésbé devalvált vidék...” A gyimesi turizmus antropológiai megközelítése. Szakdolgozat, Miskolci Egyetem.

VARGA E. Árpád

1998 *Erdély etnikai és felekezeti statisztikája I*. Pro Print, Csíkszereda.

VÖRÖS Gabriella

2005 A szakrális, a nemzeti közösség és az egzotikum élménye. A magyarországiak részvételének motivációiról a csíksomlyói pünkösdi búcsúban. In: Feischmidt Margit (szerk.): *Erdély-(de)konstrukciók*, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs- és Médiatudományi Tanszék, Budapest.

WU, Xiaoping

2000 Ethnic Tourism – A Helicopter from „Huge Graveyard” to Paradise? Social Impacts of Ethnic Tourism Development on the Minority Communities in Guizhou Province, Southwest China. *Hmong Studies Journal* 3. 2–33.

WANG, N.

1999 Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research* 26. 349–370.

YANG, Li

2007 *Planning for Ethnic Tourism*. PhD dissertation. School of Planning, University of Waterloo, Waterloo, Ontario, Canada.

A kötet a turisztikai szakma, a turisztikai szekunder kutatás, oktatás és gyakorlat, valamint a turizmuspolitika és területfejlesztés számára régóta szükséges kutatási eredményeket összegzi. A szerzők elsősorban a székelyföldi turizmussal kapcsolatos tisztánlátást kívánták segíteni, ködképeket szeretnének eloszlatni. Elképzelésük az volt, hogy többféle módszertan segítségével járják körül az ágazat különböző aspektusait, illetve, hogy szembesítsék egymással a különböző percepciókat. Mindeközben egy átfogó kép felvázolására törekedtek. Ezért van az, hogy szemben az eddigi vizsgálatokkal, amelyek elsősorban lokális szinten, kvalitatív eszközökkel közelítették meg a problémát, ezúttal a mennyiségi eszközök (survey-vizsgálatok, statisztikai elemzés) dominálnak.

ISBN 978-606-8377-14-8

