

## **AZ ALKALMAZOTT SZOCIÁLGEográfIA LEHETŐSÉGEI A TURIZMUS KUTATÁSÁBAN - BUDAPEST I. KERÜLETE PÉLDÁJÁN.<sup>1</sup>**

*(The possibilities of applied social geography in the research of tourism -  
Case study: Budapest I. district)*

MICHALKÓ GÁBOR<sup>2</sup>

### *Bevezető*

A Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutató Intézetében 1995 márciusában kezdődött meg "Budapest turizmusának szociálgeográfiai vizsgálata" címmel egy két éves kutatóprogram, amely célul tűzte ki a főváros aktív turizmusának az alkalmazott szociálgeográfia módszerének felhasználásával történő elemzését.

A kutatás során, szem előtt tartva a turizmus interszektorális és interdiszciplinális voltát, igyekszünk feltárni egyrészt a lokális társadalom (fogadó), a külföldi vendégek (turisták), a szolgáltató szféra (szuprastruktúra) és a közigazgatás (önkormányzatok) azon sajátosságait, amely a város alapfunkcióival kapcsolatos magatartását befolyásolják, másrészt ezen csoportok egymással meglévő, ill. a turizmus fejlődésével létrejövő konfliktusait. Továbbá figyelemmel a területfejlesztési- és rendezési tervek gyakorlatorientált, tudományos igényű előkészítésére, vizsgáljuk a turizmusnak a főváros funkcionális térszerkezetével szembeni új igényeit és az arra gyakorolt módosító hatást.

Az alábbi tanulmány - a teljesség igénye nélkül - egy kiemelt városrészen, Budapest I. kerületén mutatja be a kutatómunka eddigi tapasztalatait és eredményeit.

*A mintaterület kiválasztásában közrejátszott, hogy:*

- az 1995. októberében folytatott szállodai reprezentatív kérdőíves felmérésünk megerősítette azt a hipotézist, hogy a Budapestre érkező külföldiek által leglátogatottabb városrész az első kerületben található Vár (a megkérdezettek 71,6%-a keresi fel),
- 1988-ban az UNESCO a Világörökség részének nyilvánította a Várat, ezáltal még inkább a nemzetközi érdeklődés központjába került, így a vele szemben támasztott fokozódó igényeknek csak jól előkészített, a terület funkcionális kapcsolatait számba vevő fejlesztéssel tud megfelelni,
- a funkcióval kapcsolatos csoportspecifikus magatartás ebben a városrészben területileg várhatóan jól elhatárolható, mivel a kerület Várra eső területén élő lakosság közvetlen kapcsolatba kerül a turistákkal, míg az azon kívül élőknel az érintkezés már csak közvetett,
- az előzetes tájékozódás alkalmával kiderült, hogy az első kerület önkormányzatától nemcsak elvi, hanem gyakorlati segítséget is remélhetünk a kutatómunkánkhoz, mivel a tervezés során a városrész vezetése is számít a tudományos eredményekre.

## *Elmélet és módszer*

A kutatás során abból indultunk ki, hogy a világgazdaság egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata (Perczel-Tóth 1994), a turizmus Magyarországon kívánatos minőségi átalakulásában a legfontosabb tényező maga az ember. Amennyiben a társadalmi tevékenység általunk vizsgált szférájának működtetéséhez nem fűződik emberi (egyéni, csoportos, vagy lokális) érdek, akkor a rendelkezésre álló szellemi és tárgyi feltételek tovább devalválódhatnak (Berényi 1992). Tehát ahhoz, hogy a hazai turizmus megfeleljen az egyre komolyabb nemzetközi kihívásoknak, ismernünk kell a benne részt vevő és az azt kiszolgáló társadalmi csoportok magatartását. Ezt értékelve pedig segítenünk kell a lokális tudat kialakítását, az érdekek megfogalmazását, új szempontokkal gazdagítva a területfejlesztési és rendezési elveket.

A fenti elvárásoknak leginkább a szociálgeográfia célkitűzései és kutatási metodikája felel meg, amely a társadalom életfunkcióival összefüggő térképző folyamatokat és szervezeti formákat csoportspecifikusan elemzi.

Partzsch (1964) az üdülést társadalmi alapfunkcióként értelmezi és szociálgeográfiai alapkategóriának nevezi. A turizmus tehát a szabadidő eltöltésével kapcsolatos létmegnyilvánulás, térbeli aktivitás egyik formája, amelynek tér- és társadalomformáló hatása egyaránt jelentkezik.

A tanulmány információbázisának (szándékosan nem adatbázist használtunk, ugyanis a döntően ökonomikus szemléletű statisztikai adatközléseket meghaladó információkra támaszkodunk) összeállításához az alkalmazott szociálgeográfia módszereit vettük alapul, mivel azok által átfogóbb és mélyebb betekintést adhatunk a vizsgált térben lejátszódó - a turizmussal összefüggő - folyamatokba.

1. hivatalos statisztika: Elengedhetetlen adatbázisul kell, hogy szolgáljon minden szociálgeográfiai kutatásban, mivel jellegénél fogva bizonyos normatívákban gondolkodik, így lehetőséget ad területi összehasonlító elemzésekre is. A Központi Statisztikai Hivatal turizmussal foglalkozó, ill. azt is szerepeltető kiadványai (Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv, Budapest Statisztikai Évkönyve), elsősorban a gazdasági elemzésekhez nyújtanak segítséget, és döntően a kereskedelmi szálláshelyekről (gyakran hiányosan, mivel több szálloda üzleti okokra hivatkozva nem közöl adatot) beszolgáltatott forrásokra támaszkodik. Érthetően nem közöl információt területi bontásban a hazánkba érkező külföldi vendégek tartózkodási formájáról (turista, kiránduló, átutazó), nemzetiségi összetételéről, utazási szokásaikról, így összehasonlításra sem ad lehetőséget. A lakosság körében végzett, 10 évenként megtartott népszámlálási adatokra is csak feltételesen lehet támaszkodni (ezek elengedhetetlennek lennének a csoportspecifikus vizsgálathoz), mivel azok, korunk változó gazdasági, társadalmi formációja miatt hamar elavulnak.

2. közzé nem tett adatok: Azon információk tartoznak ide, amelyek ugyan hivatalosan begyűjtésre és feldolgozásra kerültek, azonban hatalmas, e miatt közlésre nehezen bocsátható adatbázissal rendelkeznek, vagy marginális, ill. annak tűnő információ tartammal bírnak, esetleg megjelenésük személyiségi jogokat, üzleti érdekeket sérthet.

*Kutatási témánk szempontjából ilyenek lehetnek pl.:*

- a.) az egyes szállodák vendégkörére,
- b.) az idegenforgalmi adóbevételek területi (kerületi) eloszlására,
- c.) a fizetővendéglátás működtetésére kiadott engedélyek területi (kerületi) eloszlására,

- d.) a külföldi vendégek terhére elkövetett bűncselekmények típusára, területi (kerületi) eloszlására,
- e.) az egyes utazási irodák külföldieknek nyújtott programcsomagjára vonatkozó információk.

De ide sorolhatjuk a közvéleménykutató intézetek - jobbára csak a főbb eredményeit publikáló - felméréseinek felvételezési körzetenkénti bontásban történő hozzáférését. A fenti információk nem titkosak, hozzáférhetőek csak a megfelelő személyes kapcsolat és az adatbázisokban való kutatáshoz szükséges idő (főleg ott, ahol nincsenek még számítógéppel feldolgozva) elengedhetetlen.

3. történeti források: Az üdülés (turizmus), mint alapfunkció egy vizsgált területen való jelentkezésének értékelésekor nem tekinthetünk el az esetleges múltbeli előzmények felkutatásától sem. Főleg a területfejlesztés, rendezés szempontjából szükséges, hogy városszerkezeti, valamint beépítési karakterek, műemlékek, természeti értékek, a lokalitásra jellemző nevek ne tűnjenek el a későbbiekben. Ne kerülhessen sor a helyi tradíciók elhanyagolására, rosszul értelmezett utcakép, vagy tér kialakítására. Szem előtt kell tartani, hogy a lokalitás történeti tudata, önismerete, tradícióinak védelme és tiszteletben tartása az egyik legfontosabb közösségmegtartó erő (Berényi 1992).

4. saját adatgyűjtés: Az empirikus, saját tapasztalaton alapuló módszerek, amellyel hozzájuthatunk ahhoz az információbázishoz, amely kiegészítheti, tartalmilag árnyaltabbá teheti a statisztikai elemzést, ezek a szociálgeográfia elengedhetetlen eszköztárába tartoznak. A turizmus területi vizsgálatánál, mivel a hivatalos statisztikai adatközlésre ritkán támaszkodhatunk, ez a módszer több, mint elengedhetetlen, ugyanis csak így juthatunk felhasználható és értékelhető információhoz, amely alapot adhat a későbbi elméleti viták lefolytatásához (Squire 1994).

A jelen tanulmány szempontjából az alábbi három módszert tartjuk kiemelendőnek, amelyek gyakorlati alkalmazásáról a későbbi fejezetekben részletesebben szólunk, itt csak a bennük lévő módszertani lehetőséget említjük röviden.

A.) kérdőíves felmérés: A hivatalos statisztika, a nyilvánosságra nem hozott adatok és az esetleges előzetes interjúk alapján állítjuk össze az ún. standard kérdőívet, amelynek az aktuális problémákra kell épülnie. A turizmuskutatás során döntően a vendégkör lehatárolására, időbeli és térbeli magatartására, utazási szokásaira, a meglátogatott területről kialakult vélemény felmérésére törekszünk. De nem szabad megfeledkeznünk a lokalitásnak (a helyi lakosság és a szolgáltató szférában résztvevők) a turizmus funkcióhoz való csoportspecifikus viszonyulásának felméréséről sem. Reális fejlesztési javaslatot csak úgy készíthetünk, ha az adott terület turizmusában résztvevő összes tényező magatartását együttesen értékeljük.

A turisták kérdőíves megkeresése történhet a szállodában a recepción dolgozó alkalmazottak bevonásával, ill. kérdezőbiztosok alkalmazásával. A lokalitás felmérésére legcélravezetőbb a kérdezőbiztosok megbízása. A felmérés lebonyolításának metodikai problémáira itt nem térünk ki, mert az kimerítené a jelen tanulmány kereteit.

B.) interjú: Célja, egyrészt a vizsgált funkcióval - jelen esetben a turizmus - kapcsolatos belső problémák, konfliktusok érzékelése, másrészt a funkció sajátos, az adott területre jellemző működésének, működtetésének a feltárása.

Spontán interjúk készíthetőek a standard kérdőívek összeállítását megelőzően a probléma előzetes körülhatárolása érdekében, a kérdőívek kitöltetése közben a válaszok

árnyaltabbá, pontosabbá tétele céljából, ill. mélyinterjú készíthető az adatok feldolgozását és kiértékelését követően a kapott eredmények kontrollja végett. Továbbá mélyinterjú készítendő a fent említett működés megismerése miatt.

*C.) térképezés:* Mivel a turizmus területi és időbeli elterjedése, tér- és társadalomformáló hatása leginkább a topográfiai és tematikus térképeken ábrázolható, így ezek problémacentrikus, leggyakrabban saját kezű, vagy számítógépes szerkesztése nemcsak a jelenség szemléletesebb ábrázolása szempontjából szükségszerű feladat, hanem a fejlesztés során a tervezők számára elengedhetetlen eszköz is. Az adott terület funkcionális térszerkezetének (különösen a turizmusra), a vendégek magatartásának és a lokalitás társadalmi jellemzőinek egybevetése is, a meglévő információkra támaszkodva, a térképezés útján kerül bemutatásra.

### *A helyi lakosság és a turizmus kapcsolata*

A WTO<sup>3</sup> 1989. évi Hágai Nyilatkozata (Kollarik 1992) a turizmusnak egy a korábbiaknál átfogóbb deffinícióját adja, amely már a benne résztvevő személyek mozgásjelenségein, aktivitásán túlmenően figyelembe veszi a szükségleteik kielégítésére létrehozott szolgáltatások körét is. Nem szeretnénk itt a - gyakran öncélú - fogalmi vitákba belebonyolódni, azt azonban meg kell jegyezni, hogy a turizmus és az általa érintett település társadalmi, térszerkezeti problémája nem választható el egymástól (Berényi-Cséfalvai-Pomázi 1986).

Amíg a turizmus pénzügyi és foglalkoztatottsági következményeinek megállapításához szükséges gazdasági mutatók mérhetők, mennyiségileg meghatározhatók, addig a látogatókat és a fogadóközösséget érő társadalmi és kulturális hatásokat gyakran csak akkor ismerik fel, amikor a turizmus fejlesztése helyi ellenállásba ütközik (Page 1995). (Azt érzékelve, hogy a turizmus nem korlátozódik a gazdasági életre, hanem kiterjed a fogadóterület életmódjára is az UNESCO bécsi központja 1986-ban nemzetközi kutatást indított a turizmus és a helyi lakosság viszonyainak feltérképezésére. A kutatásba hazánk a Belkereskedelmi Kutató Intézet révén kapcsolódott be, a felméréseket Sárváron végezték (Gergelyné 1986). Elsősorban arra keresték a választ, milyen érzelmeket vált ki a turizmus a fogadóterületen, a lakosság véleménye szerint előnyös, vagy hátrányos a turizmus jelenléte a nyugat-dunántúli kisvárosban.

A Földrajztudományi Kutató Intézetben is folytak az adott település lakosságának véleményét is figyelembe vevő turisztikai vizsgálatok (Lettrich 1970, Berényi 1979, 1986), ezek azonban a fogadónépesség funkcióval kapcsolatos magatartásából és a terület térszerkezetéből kiindulva próbálták az értékelésen túlmenően fejlesztési javaslatokat is megfogalmazni.)

Ezeket a kutatásokat alapul véve - a hiányt pótlandó - határoztuk el, hogy Budapest külföldiek által leginkább látogatott városrészében, az I. kerületben reprezentatív lakossági felmérést végzünk annak megállapítására, milyen benyomásai alakultak ki a helyi turizmust döntő többségében csak "szemléző" lakoságnak az életterében zajló alapfunkcióról, mely területen hajtana végre fejlesztéseket, ill. mely szolgáltatásra vállalkozna személyesen a kerületben.

A felmérés (melyet 1995. októberének első két hetében végeztünk) során 690 I. kerületi lakost kerestünk meg kérdezőbiztosok segítségével. A lakosság 2%-ára kiterjedő vizsgálatot, úgy végeztük, hogy a megkérdezettek felét a kerület Váron belül élő lakossága

közül választottuk, míg a másik felét a városrész többi részéből (Krisztinaváros, Tabán, Víziváros, Gellért-hegy). Abból a feltevésből indultunk ki, hogy más véleményt alkotnak majd azok a lakosok a turizmusról, akik a leginkább látogatott városrészben élnek, mint azok, akik a turizmussal csak közvetett kapcsolatban vannak.

Az 1. táblázat tájékoztatás céljából bemutatja a megkérdezettek társadalmi státuszát összehasonlítva az 1990. évi népszámlálás adataival.

### 1. TÁBLÁZAT

A felmérésben résztvevők adatai %  
(The main data of the people in the survey)

Társadalmi státusz / Év	1990	1995
0-35 éves	35,9	23,4
36-50 éves	20,5	21,5
51-65 éves	20,8	25,8
66- év felett	22,8	29,3
Nő	56,9	59,7
Férfi	43,1	40,3
Fizikai foglalkozású	29,8	17,2
Szellemi foglalkozású	70,2	82,8
Nyugdíj jogosult	36,3	59,6

Forrás: Statisztikai Évkönyv 1990. 1995.

Megjegyzés: Az 1990. évi népszámlálási adatokat az össz. lakónépesség százalékában, míg az 1995. évi adatokat a megkérdezettek százalékában adtuk meg.

#### Felkészültség

A vizsgálat először arra kereste a választ, hogy a helyi lakosság megítélése szerint a kerület mennyire felkészült a turisták fogadására. (A különböző tényezőket 1-5-ig 1=kiváló, 5=nagyon rossz osztályozhatták). Azért tartottuk különösen fontosnak ezen kérdés felmérését, mivel egyrészt a helyi lakosság társadalmi státuszából eredendően külföldi útjai során gyakran maga is a turista szerepébe kerül, szembesül a meglátogatott hely felkészültségével, összehasonlítási alapot szerezve az értékítéléshez, másrészt közvetve, vagy közvetlenül maga is érezheti a turisták véleményét a lakókörnyezetéről. A terület turisztikai potenciáljának értékelésekor a fogadóterület lakosságának véleményét legalább annyira számításba kell vennünk, mint az oda érkező turistákét, sőt talán hangsúlyozottabban, hisz a helyiek gyakran keményebben fog, mint a dicsérni szándékozó vendégeké. Természetesen a következtetések levonásakor azt is figyelembe kell venni, amikor a lakosok véleményt alkotnak a városrész turisztikai felkészültségéről - érthetően -, azt együttesen értékelik a kerület többi alapfunkciójával.

A kérdőívek kiértékelésekor az egyes tényezőket tekintve összevontuk a kiváló és a jó, ill. a rossz és a nagyon rossz minősítésű válaszokat, majd sorrendbe rendeztük őket és a következő eredményt kaptuk.

## 2. TÁBLÁZAT

A lakosság véleménye a turizmus infra(supra)struktúrájáról %  
(The opinion of the inhabitants about the infra(supra)structure of tourism)

<i>Kiváló - Jó minősítés</i>	<i>Nagyon rossz - rossz minősítés</i>
Vendéglátás (44,4)	Illemhelyek (79,3)
Elszállásolás (37,8)	Kiskereskedelem (51,1)
Tömegközlekedés (36,1)	Gépkocsi közlekedés (40,3)
Műemlékvédelem (32,3)	Műemlékvédelem (35,8)
Tájékoztató (29,5)	Tájékoztató (33,8)
Kiskereskedelem (25,9)	Tömegközlekedés (31,6)
Gépkocsi közlekedés (23,5)	Elszállásolás (20,7)
Illemhelyek (4,6)	Vendéglátás (19,2)

*Forrás:* saját felmérés

A helyi lakosság láthatóan következetesen alakította ki véleményét a felmérésbe vont tényezőket tekintve. Megítélésük szerint az I. kerületben meglévő turisztikai "alapszolgáltatások" (amit a legritkább esetben vesznek személyesen igénybe), mint a vendéglátás (értsd: vendéglátóipari egységek) és az elszállásolás (értsd: kereskedelmi szálláshelyek) minőségét és feltehetően mennyiségét figyelembe véve nincs ok panaszra. Szintén elégedettek - a fővárosiak szerint leggyakrabban negatív véleményt kiváltó - a többségük által használt tömegközlekedéssel, aminek oka abban keresendő, hogy a BKV kiemelt figyelmet fordít ezen városrész igényesebb kiszolgálására.

A lakosság is érzékeli, hogy a külföldiek szervezett tájékoztatása (idegen nyelvű útbaigazítók, ismertető, stb.) még gyermekcipőben jár sok külföldi országhoz képest, így ezen a területen van még bőven tennivaló, csakúgy, mint a műemlékvédelem kapcsán. Azonban míg utóbbi döntően pénzkérdés, előbbi megvalósítása a turizmusban érdekelt szakosított összefogásával, körültekintő szervezéssel viszonylag könnyen megoldható.

A felmérés tanúsága szerint legégetőbb a helyzet a gépkocsi-közlekedés, a kiskereskedelem és az illemhelyek terén.

A környezeti okok miatt korábban már kitiltott gépkocsik hathatós ellenőrzés híján továbbra is behajtanak a Vár területére, elfoglalva a lakosság amúgy is szerény mennyiségű parkolóhelyét, a bátortalanabbak pedig a Várat környező szűk utcákban próbálnak helyet találni maguknak, gyakran akadályozva a tömegközlekedés, ill. a turistabuszok útvonalát.

A kiskereskedelemről a későbbiekben bővebben lesz szó, itt csak annyit szeretnék megjegyezni, hogy ebben az esetben nyilvánvaló érdekellentétéről van szó, amely az e funkciót működtetők és a helyi lakosság között kialakult, ugyanis Európa bármely turistanegyedében járva tapasztalhatjuk, hogy az áru kínálat és az árszínvonal ezekben az üzletekben a "pénzes" vendégekhez van szabva, és ez nemcsak a turisták és a helyi lakosság közt okozhat konfliktusokat, hanem a turisták különböző rétegein belül is.

A közterületi illemhelyek megléte és minősége az a szolgáltatás, amit a helyi lakosság, annak ellenére, hogy személyesen nem veszi igénybe, mégis a legpontosabb véleményt tudja róla alkotni, hisz "saját bőrén érzi" ezen helyiségek hiányát. (Anélkül, hogy részleteiben belemennék a probléma tárgyalásába, megemlítem, hogy nem mehetünk el mellette csukott szemmel, mivel a turisták ezen szükséglete pillanatnyilag "balkáni" módon van rendezve a Várban, sőt az egész fővárosban.)

*Előnyök - hátrányok*

A felmérés második részében előre megadott állítások közül kellett kiválasztani a kérdezettnek, hogy megítélése szerint városrészének mennyiben és miért válik előnyére ill. hátrányára a turizmus jelenléte. Feltételeztük, hogy a lakóhelye iránt felelősen gondolkodó budai polgár körültekintő véleményt tud alkotni egy, a környezetében zajló gazdasági és társadalmi jelenségről, a turizmusról, annak város(rész)t és életvitelt formáló hatásairól.

## 3. TÁBLÁZAT

A lakosság véleménye a turizmus hatásairól %  
(The opinion of the inhabitants about the effects of tourism)

<i>A turizmus hatása a kerületre</i>	<i>Összesen</i>	<i>A Budai Várban</i>	<i>A Váron kívül</i>
1. Előnyös, mert bevételt eredményez	31,7	30	33,1
2. Előnyös, mert jelentős építkezések, beruházások folynak	9,2	7,1	11,2
3. Előnyös, mert munkát kínál a lakosságnak	16,5	11,6	21,4
4. Előnyös, mert bővül a kulturális kínálat	15,3	17,1	13,6
5. Hátrányos, mert fokozza a környezetszennyezést	17,4	21	13,9
6. Hátrányos, mert minden zöldterületet beépítenek	9,9	13,2	6,8

*Forrás:* saját felmérés

A kerület összlakosságának közel 3/4 része szerint a turizmus kedvező hatással van városrészére, azonban 1/4-e kedvezőtlennek ítéli meg a külföldi vendégek jelenlétéből fakadó hatásokat. Ha területi bontásban szemléljük az adatokat, akkor észrevehetjük, hogy feltűnő különbség van a Várban élő, így a turistákkal közvetlen kapcsolatban lévő lakosság és a kerület többi részében élők között. Ugyanis az előbbi válaszadók közül 34,2% ítéli hátrányosnak, míg utóbbiak közül csupán 20,7% mondja kedvezőtlennek a turizmus hatásait. Ennek oka abban keresendő, hogy a Vár lakossága nap mint nap tapasztalhatja a turizmusból közvetlenül származó kellemetlenségeket, elsősorban környezete túlterheltségét.

Ezen kérdéskör elemzése során megállapítható, hogy a lakosság reálisan ítéli meg a turizmus észlelhető hatásait, nem dimenzionálja túl az esetleges előnyöket, vagy hátrányokat, amely megítélésünk szerint abból ered, hogy a vizsgált társadalom a turizmussal való hosszabb idejű "együttélése" során kialakította sajátos életvitelét, a funkcióval kapcsolatos értékszémletét.

Igazán csak akkor kapunk teljes képet a lakosság és a turizmus kapcsolatáról, ha az alábbiakban megvizsgáljuk a harmadik kérdéskör eredményeit is.

*Befolyásolás*

Ott, ahol egy városrész funkcionális szerkezete annyira tagolt (MNA 1989), mint az I. kerületben, - különös tekintettel a Várra - a műemlékek, közintézmények, zöldterület, lakóterület együttes megjelenésekor elkerülhetetlenek az egyes funkciót igénybevevő csoportok konfliktusai. Erre próbál rámutatni a 4. táblázat, amely a válaszadók százalékában közli a konfliktusok okait.

## 4. TÁBLÁZAT

A lakosság és a turizmus viszonya %  
(The inhabitants and tourism - reationships)

Befolyásolja-e az Ön életét a turista-forgalom ?	Összesen	A Budai Várban	A Váron kívül
0. Nem.	38,7	14	63,4
1. Igen, mert minden többé kerül.	27,2	41,3	13,2
2. Igen, mert kevés a parkoló, és zsúfolt a tömegközlekedés.	11,2	11,8	10,6
3. Igen, mert vállalkozóként bevételhez jutok.	1,2	1	1,3
4. Igen, mert zavarják a nyugalمامat.	5,5	5,5	5,5
5. Igen, mert hiányoznak a lakossági szolgáltatások.	16,2	26,4	6

Forrás: saját felmérés

Ezen kérdéscsoport vizsgálatánál még inkább kirajzolódik az előbb említett csoportspecifikus különbség, tudniillik egy viszonylag kis területű közigazgatási egységen (3,41km<sup>2</sup>) belül élő lakosság magatartása az adott funkcióval szemben igen eltérő lehet a funkcióval való érintkezés, vagy annak gazdasági, társadalmi hatásainak átélése függvényében.

A Várban élő válaszadóknak mindössze 14%-a az, akinek hétköznapijait nem befolyásolja a turistaforgalom, szemben a kerület többi megkérdezettjével, akinek több mint 60%-a adott nemleges választ. Hasonló anomáliát fedezhetünk fel az első kérdés értékelésekor, amikor kiderül, hogy a lakosság véleménye szerint a Várban a kereskedők a turisták pénztárcájához igazítják áraikat, ezzel a helyi lakosságot arra kényszerítik, hogy a környező kerületekben intézze bevásárlását. Az e választ adók döntő többsége a II. kerületet jelölte meg bevásárlásának színterül (feltehetően a Fény utcai piac közelsége miatt), ill. sokan vásárolnak még a XII. kerületben. Az I. kerületben található Batthyány téri Nagycsarnok is kedvelt bevásárlóhelye a Várból "kiszorult" lakosságnak.

Hasonló a helyzet a hagyományos lakossági szolgáltatásokkal is. Ennek - a magas bérleti díjakkal magyarázható - hiánya elsősorban szintén a Várban lakóknál okoz konfliktust.

Érdekes aspektus, hogy az I. kerületi lakosság annak ellenére, hogy területén fellelhető az egyik legjobban jövedelmező "iparág", a turizmus minden "kelléke", nem óhajt, vagy nincs módja ebből vállalkozóként haszonra szert tenni. Ezt mutatja a harmadik kérdésre igennel válaszolók alacsony százaléka. Megítélésünk szerint azon társadalmi csoport vállalkozása, amely a lakóhelyén próbál profitálni a turizmusból, hosszú távon sokkal jövedelmezőbbé válhat, mivel alapos hely és tradíció ismeretre, személyes kapcsolatokra (értsd jól!), a helyi érdekek és lehetőségek felismerésére építhet. Ezt a problémakört próbáltuk még jobban megközelíteni a negyedik kérdéscsoportunkkal.

### *A vállalkozó lakosság a kihasználatlan lehetőségek tükrében*

A kérdéskör elemzése a fejlesztés szempontjából nyújthat megfontolandó tanulságokat az önkormányzat és a vállalkozók számára, mivel képet kaphatnak az idegenforgalmi beruházások várt irányairól, ill. olyan területeiről, amelybe a helyi lakosok is szívesen részt vállalnának. Továbbá olyan, a szakemberek számára talán fel nem tárt lehetőségekre



is fény derülhet, amelynek kiaknázása bővítheti a városrész vonzástényezőit, javíthatja a turisztikai kínálat minőségi összetételét.

Ezt a kérdéskört kettéosztottuk és úgy vizsgáltuk a helyi lakosság viszonyulását a kerületben a szerintük meglévő, de kihasználatlan turisztikai lehetőségekről, ill. ezzel összefüggésben arról, ha módjában állna, vállalkozna-e a turizmus területén.

### 5. TÁBLÁZAT

A lakosság vállalkozói százalékában %  
(The share of entrepreneurs in the inhabitants)

<i>Ván-e kihasználatlan idegenforgalmi lehetőség a kerületben?</i>	<i>Összesen</i>	<i>A Budai Várban</i>	<i>A Váron kívül</i>
Van	37,3	27	47,5
Nincs	62,7	73	52,5
<i>Vállalkozna-e az idegenforgalomban, ha lenne lehetősége?</i>			
Igen	53,6	39,3	67,9
Nem	46,4	60,7	32,1

*Forrás:* saját felmérés

Figyelembe véve, hogy a megkérdezetteknek mindössze 1,2%-a állította, hogy a turizmusra alapozza vállalkozását, és nem meglepő az az eredmény, hogy a lakosságnak csak a fele kezdene a vizsgált területen vállalkozásba. Érdekes tényező azonban, hogy éppen a Váron kívüli lakosságban él az az elképzelés, hogy érdemes lenne a turizmus területén a Várban vállalkozni, szemben az ott lakókkal, akik talán személyes tapasztalatra és hallomásra építve elutasítják ennek lehetőségét. Elutasítják, mert közel 3/4-ük lehetőséget sem lát a fejlesztésre. (Az információbázis mélyebb elemzése fog majd rámutatni, hogy a vállalkozást elutasítók, ill. idegenforgalmi lehetőséget nem látók, mely társadalmi csoportból kerülnek ki).

Azok, akik konkrétan is megnevezték a fel nem tárt lehetőségek területét, úgy látják, hogy a már meglévő épületállományra és infrastruktúrára kell alapozni a fejlesztést, ill. érdemes "elövenni" az elfeledett kerületi kulturális hagyományokat is.

Kiemelt helyen szerepelt a válaszok közül - az önkormányzat szándékával is megegyező fejlesztés - az Ybl Bazar rendbehozatala, amely egykoron helyt adott az Ifjúsági Park programjainak is. Hasonló nagyságrendben látja a lakosság kihasználatlannak az egykori Miniszterelnökség épületét, a Sándor Palotát. A lakosság magára is gondolhatott, amikor saját, döntően műemléki védettségű házainak felújítására tett javaslatot, úgy véelve, hogy ez is hozzájárulhat a városkép javításához. A ma is nyitvatartó és a külföldiek által is látogatott Labirintus és Magdolna torony ügyesebb "értékesítését" látják többen a fejlődés egyik letéteményének. Nemcsak a Várba látogató külföldiek, hanem a hazai közönség is profitálhatna - gondolták jó néhányan -, amikor mennyiségi és minőségi értelemben is igényt formáltak a koncertek, hangversenyek, szabadtéri előadások megrendezésére. Hangsúlyozták, hogy új területeket (Tabán, Vérmező, Kapisztrán tér) is vonjanak be ezen programok megtartásakor, ezzel is differenciálva a Szentháromság térre, a Mátyás templomba koncentráltó turizmust.

Egyesek a Gellért-hegyen álló Citadellát is a kihasználatlan lehetőségek közt említették meg, azonban ez a műemlék közigazgatásilag a XI. kerület része, így csak az oda vezető infrastruktúra kiépítésében vehet részt a kerület.

A vállalkozói elképzeléseket vizsgálva megállapítható, hogy a válaszadók többsége idegenvezető szeretne lenni, építve esetleges nyelvtudására és helyismeretére, mivel úgy látják, ez a vendégek nagy száma miatt minimális befektetéssel jövedelmező vállalkozássá válhat, amire megfelelő igény van nemcsak csoportos, hanem egyéni látogatók esetében is.

A vendéglátás is kecsegteti a vállalkozni szándékozó helyi lakosságot, amely gondolva a belföldi turizmusra is, olcsóbb árakkal és valódi magyaros ételspecialitásokkal várná a vendégeket a területileg elszórtabb éttermekben. Sokan alakítanának ki a szádelő hangulatát idéző kávéházakat, teraszokkal, de olyanok is akadnak, akik a hagyományos "talponállók" mellett tennék le a garast, mások reggeliző helyeket hoznának létre.

Több első kerületi lakos érzékeli, hogy igény lenne a szállodák mellett panziók építésére (erről később részletesen szólunk), ill. a fizetővendéglátás kínálatának bővítésére is. Sokan üzletet látnak a kulturális rendezvények szervezésében, rendezésében, mások a "turizmus által sújtott" helyi lakosság kis közértekkel való ellátását vállalná magára.

A fentiekben csak a legjellemzőbb válaszokat emeltük ki, mivel a lehetőségek és a vállalkozói szándék szinte határtalannak tűnik a lakosság véleménye alapján, amit e helyen nem tudunk részletesen ismertetni. Azonban úgy érezzük, e kérdéscsoport értékelésénél is sikerült bemutatnunk mekkora szerepet játszhat a fejlesztés során a lakosság véleményének és magatartásának pontos ismerete a turizmussal kapcsolatban, mivel e funkció az ő életterükben jelentkezik, ezért nem szabad figyelmen kívül hagyni a csoportspecifikus érdekeiket sem az esetleges beruházási döntések meghozatalakor.

### *A külföldi turisták térhasználata*

Arra már korábban rámutattak az idegenforgalom földrajzával foglalkozó szakemberek (Defert 1966), hogy a turizmus olyan, a térben lezajló társadalmi jelenség, amely megváltoztatja a földrajzi környezetet. Ezért e szociálgeográfiai megközelítésű elemzésnek egyrészt elengedhetetlen bemutatni a Várba érkező külföldi vendégek térbeli mozgását figyelemmel az őket kiszolgáló infrastruktúrára és a vonzásadottságok elhelyezkedésére, másrészt elemezni kell a turisták magatartását az idegenforgalmi funkcióval és az ehhez szorosan illeszkedő egyéb funkciókkal kapcsolatban. Természetesen vizsgálatunk nem öncélú, azt próbáljuk feltárni, hogy a turizmusban résztvevő egyének, ill. csoportok "kiszolgálására", hogyan alakul át a vizsgált terület térszerkezete, ill. mely városrészekben szükséges a turisták igényének megfelelő fejlesztés végrehajtása.

Tanulmányunk keretei nem teszik lehetővé a fenti kérdések kimerítő megválaszolását, azonban arra módot adnak, hogy a meglévő adatbázisunkra támaszkodva megpróbáljuk összevetni a turisták által valóban igénybevett és a fejlesztésre rendelkezésre álló tér funkcionális lehetőségeit.

### *A vendégkör lehatárolása*

Az utóbbi években számos felmérést készítettek a szakemberek, amelyek a hazánkba látogató külföldiek turisztikai magatartásával (Karbuczky-Makayné 1993, Szonda Ipsos 1993) foglalkoztak, azonban ezek mikroregionális elemzésre nem alkalmasak, mivel csak országos, esetleg fővárosi bontásban adják közre az eredményeket. Megítélésünk szerint igazán csak akkor kapunk pontos képet a fejlesztendő terület igénybevételéről, ha

terüleetspecifikus kérdéseket tartalmazó kérdőívvel mérjük fel a külföldiek mozgását és magatartását.

Ezt a vizsgálatot - a lakossági felméréssel egyidőben - 1995 október első hetében végeztük, kérdezőbiztosok segítségével, 215 külföldi vendég - a Vár területén történő - utcai megkérdezésével.

### 6. TÁBLÁZAT

A külföldi látogatók országonként %  
(The visitors from abroad by countries)

Németország	27,0
Ausztria	2,8
Nyugat-Európa	21,9
Észak-Európa	6,5
Dél-Európa	2,3
Kelet-Európa	4,2
Amerika	24,6
Ázsia	9,3
Afrika	0,0
Ausztrália	1,4

Forrás: saját felmérés

### 7. TÁBLÁZAT

A külföldi látogatók az utazás célja szerint %  
(The visitors from abroad - the main purposes)

Turizmus	58,1
Üzleti út	11,2
Rokonlátogatás	7,9
Kulturális és sportrendezvény	7,4
Konferencia	4,2
Gyógyüdülés	1,9
Egyéb	9,3

Forrás: saját felmérés

A 6. és a 7. táblázatból megállapítható, hogy a Várat többségében a németországi és nyugat-európai vendégek mellett az amerikai kontinens turistái keresték fel. Érdekes momentum, hogy a közvetlen szomszédunkból, Ausztriából a megkérdezettek alig 3%-a érkezett. Figyelemre méltó, hogy a Vár nemcsak a klasszikus turistacélból Budapestre látogatók számára jelent vonzásadottságot, hanem az utazási motiváció széles skáláján elhelyezkedő vendégek részére is. Sajnálattal kell megjegyeznem, hogy a gyógyüdülési céllal érkezők továbbra is igen kis százalékot képviselnek, az amúgy 2 gyógyfürdővel rendelkező I. kerület látogatói közül.

A megkérdezettek többsége (62,3%) először jár Budapesten, de azon válaszadók száma is magas (17,7%), akik több mint kétszer keresték fel hazánk fővárosát. A Vár tehát a visszatérő vendégek számára is kínál új élményeket (a már említett mélyebb elemzés fog fényt deríteni a visszatérők csoportspecifikumára). A vendégek közel fele (48%)

választotta a Vár tömegközlekedési eszközzel történő elérést, meglepően sokan (29,8%) ültek e cél elérése végett autóba, taxiba már jóval kevesebben (6,4%), és nem szabad megfeledkeznünk a gyalogosokról (15,8%) sem. Ezen adatok figyelembe vétele a fejlesztéskor sem lehet mellékes, mivel a terület közlekedési alapfunkcióját érinti és rámutat, hogy mely elérési vonalak mentén érdemes beruházásokba kezdeni.

Ha a külföldi turisták városrészeiről kialakított értékelését vizsgáljuk (természetesen hozzátéve, hogy tapasztalataikat nemcsak a Várról szerezték), akkor megerősíthetjük azt a nézetet, hogy az I. kerületnek is van még javítani valója a közbiztonság és a köztisztaság területén egyaránt, mivel a turizmus ezen két általános feltételét a vendégek a "Kiváló-Jó" listán az utolsó, a "Rossz-Nagyon Rossz" listán az első helyen szerepeltették.

A reklámszakemberek már régóta tudják, hogy egy árut a legkönnyebben a gyerekeknek és a hölgyeknek lehet "eladni". Ezt szem előtt tartva vizsgáltuk meg a vendégek körében, hányan érkeznek gyermekkel, ill. a turisták hány százaléka nő. Az eredmény nem túlzottan kedvező, a Várba érkező gyermekes vendégek aránya alig éri el a 20%-ot, és a nők is csak 34%-ban képviselik magukat a külföldi látogatók közül. Ennek az adatnak az ismeretére a reklámkampány tervezésekor lehet majd szükség, ill. a fejlesztés során ennek tudatában átgondolható, hogy milyen speciális szolgáltatással kell a gyermekvendégeket várni.

### *Térbeli mozgás*

A külföldi vendégek Várban történő mozgásának, térhasználatának megismeréséhez az önkormányzat illetékesével előzetesen egyeztetett fontosabb vonzástényezőket (műemlékeket, múzeumokat, stb.) vettük fel a kérdőívünkre. Az 1. ábrát vizsgálva megállapítható, hogy a Vár a turizmus szempontjából 3 nagy térségre bontható. A tulajdonképpeni *centrum*, a Szentháromság tér, amelyet a Mátyás Templom és a Halászbástya képvisel, a látogatók több, mint 72%-ának elsődleges célpontja. Az átlagos turista ezen *térség* felkeresése után úgy gondolhatja, látott mindent, hisz megtekintette hazánk legszebb neogótikus templomát ("kulturáldótt"), majd a Halászbástyáról gyönyörködött Budapest panorámájában ("ismeri a fővárost"), esetleg lefotóztatta magát egy népviseletbe öltözött vattacukor áruval ("betekintett a társadalom hétköznapjaiba") is. A Disz tértől délre eső terület, a Várpalota, a *múzeumnegyed*, az építészeti szépségen túlmenően döntően kulturális élményt nyújt a turistáknak, azonban átlag 15,6%-os látogatottságú. Központja a Nemzeti Galéria, amely elől szintén fantasztikus látkép tárul a vendégek elé. A magyar festészet itt található kiemelkedő alkotásaival a vendégek 27%-a óhajt megismerkedni, szemben az Országos Széchenyi Könyvtárral, ahová mindössze 4%-uk tekintett be. Hiába, kevés olyan nemzetközileg ismert értéket állítunk ki, amely akkora érdeklődésre tarthat számon, mint a párizsi Louvre, vagy a washingtoni Kongresszusi Könyvtár.

A Vár mostohagyereke a Kapisztrán tér és környéke, ill. az oda vezető útvonal. Ez, a lakóházakkal sűrűn beépített *periféria* terület a látogatóknak mindössze 7,7%-át vonzza. A térségben egyedül a Labirintus (barlangrendszer) és a Magdolna Torony vált ki 10%-nál nagyobb vonzást.

A fentiek alapján egyedüli célnak a Vár idegenforgalmi szempontból differenciáltabban történő kihasználásának elérését látjuk. Nem kívánunk részletesen belemenni a fejlesztési javaslatokba, csupán annyit jegyzünk itt meg, hogy a múzeum-negyedbe olyan időszakos kiállítások meghirdetését tartjuk kívánatosnak, amely komolyabb nemzetközi érdeklődésre is számot tarthat, a periférián pedig olyan állandó, valódi népművészeti, kézműves vásártér

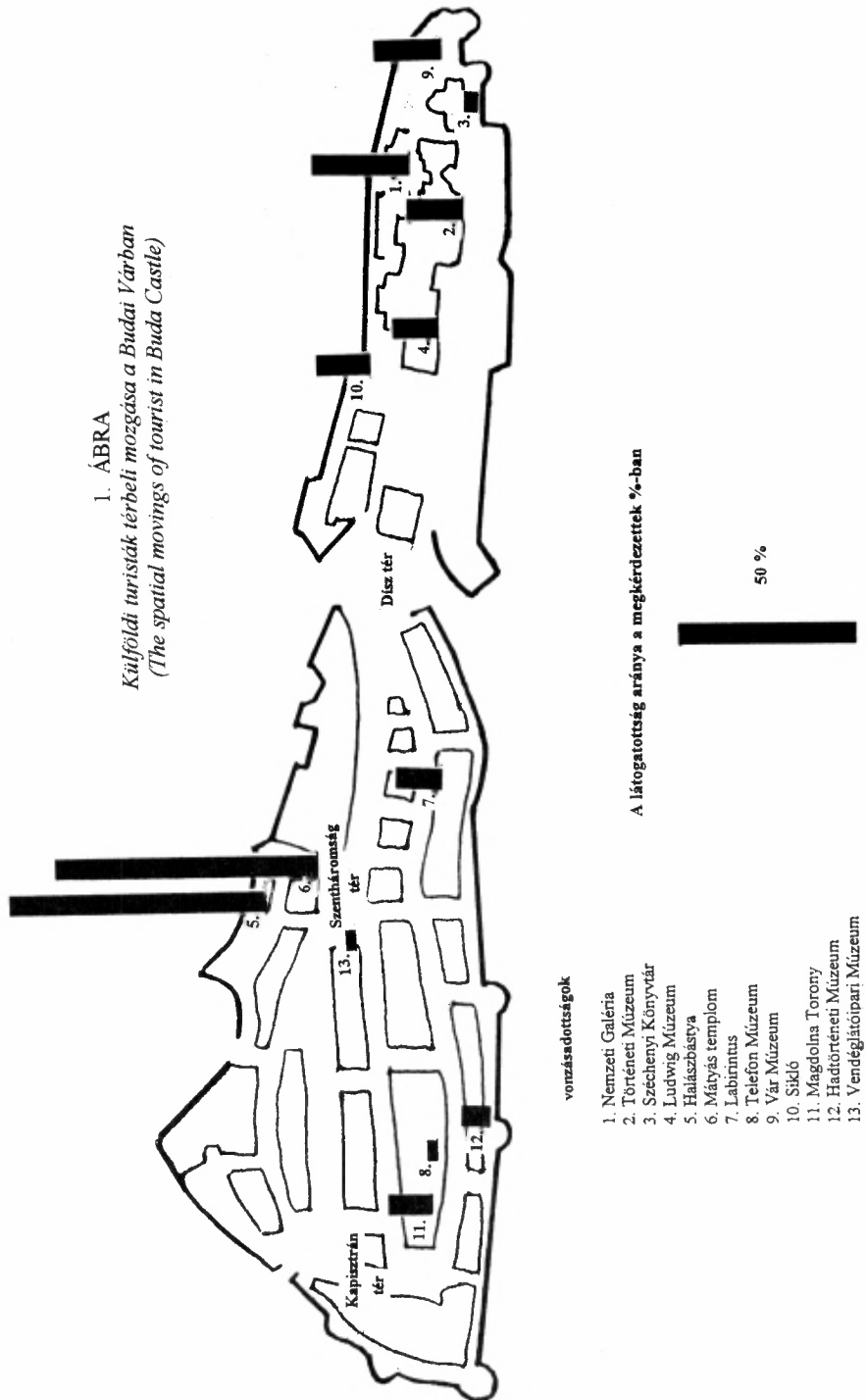
kialakítását javasoljuk, amely odavonzza a terület iránt amúgy érdektelen látogatókat. Természetesen elengedhetetlen ezzel párhuzamosan az utazási irodákon, a kereskedelmi szálláshelyeken és a Tourinformokon keresztül hatékony reklámkampány megvalósítása is. Kívánatos lenne a marketingtevékenységet úgy kialakítani, hogy egy ténylegesen működő, akár non-profit szervezet létrehozásával, az aktív turizmus szempontjából leginkább érintett kerületeket bevonva a frekvenciált városrészek egészét lefedő koordináció jöjjön létre, mint ahogy az megvalósult Angliában, vagy az USA-ban (Page 1995).

A Várnegyednek, a Világörökség részének a nemzetközi turizmus egyik fellegettevének kell válnia, természetesen ennek elérése nemcsak a már említett fejlesztéseket kell, hogy magába foglalja, hanem továbbra is az alapvető szuprastruktúra minőségi és mennyiségi kiépítését kell szorgalmazni. Elsősorban a kereskedelmi szálláshelyek bővítésére és megfelelő területi elhelyezésére gondolunk, mivel Budapest I. kerületében a fővárosi szállodai férőhelyek mindössze 7,5%-a, a fizetővendéglátás 2,1%-a található, ami megítélésünk szerint igen rossz arány ahhoz képest, hogy az egyik leglátogatottabb városrészeiről van szó. Ha ehhez hozzátesszük, hogy a minőségi elszállásolásban sem sokkal jobb az eredmény, mivel Budapest öt és négy csillagos szállodai férőhelyeinek is csupán 15,5%-át lelhetjük fel itt, akkor látható, hogy az első kerület ezen a téren lemaradásban van a főváros többi részéhez képest.

Az is megállapítható, hogy a kereskedelmi szálláshelyek kívül esnek a Vár területén, ott egyedül csak a Hiltont és két fizetővendéglátóhelyet találjuk, miközben az igény ennél jóval nagyobb lenne. A fizetővendéglátás és a panziók hiánya a kedvezőtlen adózási feltételeknek köszönhető, így a tulajdonos arra kényszerül, hogy a bejártott vendégeknek "feketén" adja ki a szállást, ami a Gellért-hegy, Nap-hegy, Tabán térségében található villalások révén kedvező fogadtatásra (piacra) talál.

Annak ellenére, hogy a Várban a kereskedelmi szálláshelykapacitás össz mennyisége nem elégséges, elmondható, hogy az I. kerületben ezek területi eloszlása viszonylag egyenletes képet mutat, és az itt megszállni kívánó vendégek igényeit is differenciáltan tudják kielégíteni az öt, a négy és a háromcsillagos szállodák egyaránt.

Mivel az első kerület külföldön is számontartott irodaházai révén (Réti 1995) a nemzetközi üzleti életnek is helyt ad, így ez is kell, hogy ösztönözze a beruházókat sokoldalú szolgáltatást kínáló, esetleg a gyógyidegenforgalomra is építő szálloda megépítésére, továbbá olyan, a középréteg által is megfizethető panziók nyitására, amelyek a szomszédos II. kerületben jelentős számmal megtalálhatóak.



### *Az Önkormányzat és a turizmus kapcsolata*

A kérdés vizsgálata elengedhetetlennek tűnik, mivel az a terület, ahol a turizmus kifejti hatását az az önkormányzat igazgatása alatt áll, de úgy is fogalmazhatunk, hogy az önkormányzat az egyéb funkciókkal is átszőtt turisztikai tér gazdája. S mint ilyen rajta is múlik, hogy a vendégek évről évre egyre nagyobb számban felkeressék a kerületet, ill. ott olyan vállalkozásbarát gazdasági környezet jöjjön létre, amely a funkciót kiszolgáló beruházások létrehozását megteremtik (Britton 1991).

A kerület vezetése felismerte, annak ellenére, hogy a turizmus nem tartozik a polgármesteri hivatal szorosan értelmezett "igazgatási" tevékenységei közé, mégis feladatának kell, hogy tekintse a funkció magas színvonalú működésével, működtetésével kapcsolatos tervezést, fejlesztést, döntéselőkészítést. Erre a célra Budapest kerületi önkormányzatai közt egyedülállóan létrehozta egy P.R. (public relations) manageri státuszt, amely nagyban segítette a turizmussal kapcsolatos koordinációs tevékenység beindítását. Sok önkormányzat gondolja úgy, hogy könnyű az I. kerületnek, mikor számos vonzásadottsággal rendelkezik, de arról megfélekeznek, hogy a turistát nem elég a látnivalók révén az adott területre csalogatni, azt is el kell érni, hogy ott megszálljon, igénybe vegye a szolgáltatásokat (egyszóval költsön). Az ebből származó bevétel lehet az alapja a későbbi beruházásoknak.

Az I. kerület megpróbál elébe menni a turizmus révén létrejövő társadalmi, gazdasági és térbeli folyamatoknak. 1995. augusztus 16-án forgalomszámlálást tartottak a Várban, amelynek az volt a célja, megállapítsák mekkora leterheltséget okoz egy átlagos nyári napon a vendégek érkezése. A vizsgálat figyelembe véve az esetleges hibalehetőségeket és a helyi lakosság kiszűrésének nehézségét, többek közt megállapította, hogy az adott napon közel 20 000 turista kereste fel a Várat, 1000 gépkocsi haladt át a Dísz téren, ill. a Bécsi Kapun. A legnagyobb forgalmat a déli órákban észlelték, estére a forgalom a felére csökkent. Tervezik a korábbi mérési hibák kiküszöbölése mellett 1996-ban is egy hasonló számlálás megtartását, hogy így a két információbázist összevetve hasznosítható következtetéseket vonhassanak be a fejlesztés előkészítése során.

Az I. kerület annak ellenére, hogy - a többi kerülethez hasonlóan - közvetlenül kis mértékben részesedik a turizmus bevételeiből - mivel a vállalkozók (vendéglátósok, üzlettulajdonosok) a Fővárosi Önkormányzatnál fizetik iparüzési adójukat, és a kereskedelmi szálláshelyek utáni idegenforgalmi adó is csak visszaosztás révén kerül az önkormányzathoz (érdekes tény, hogy ez az összeg 1995 októberéig 6,7 millió forint volt, míg a VI. kerületben 8 millió forint) - mégis úgy érzi, felelősséggel tartozik a területén található Világörökség miatt, még ha a fejlesztésben csak az értéknövelés és a lakók életminőségének javítása által válik igazán érdekeltté. Közvetlen önkormányzati bevétel egyrészt a bérbeadott vendéglátóhelyekről származhat, (azonban a korábbi bérleti joggal rendelkező Budavár RT-vel kötött megállapodás szerint a bérleti díjak nem emelhetők 10 évig a hozzá visszakértült egységeknél), másrészt a Halászbástyán szedett belépődíjakból.

A kerületi önkormányzat P.R. managerével készült interjú alkalmával kiderült, hogy a városrész vezetésének nincsenek pontos információi a hozzájuk érkező vendégek köréről és nagyságrendjéről, turisztikai szokásaikról és ismeretei szerint még nem készült átfogó felmérés a kerület idegenforgalmáról. Mégis felelősségteljes döntések vannak a terület, és a tisztviselők kezében a vonzásadottságok bővítéséről szóló koncepciók elbírálásakor,

engedélyek kiadásakor. A kerületben megtartandó kulturális rendezvények zömmel fővárosi, ritkán közös szervezésűek. Problémát jelent továbbá, hogy a frekvenciát területek használatának (közterületfoglalás) engedélyezése is a főváros kezében van, ez többször okozott már konfliktust. Sok a kerületben az országos és fővárosi intézmény, amely felett érthetően szintén nem rendelkezhet a kerület. A nagyobb műemlékek a Kincstári Vagyonkezelő birtokában vannak, amellyel kapcsolatos hatósági feladatokat a Műemlékvédelmi Hivatal látja el. Mivel a fürdők sem kerületi tulajdonúak, ezért a tisztviselő szerint az Önkormányzat akkor foglalkozhat a gyógyidegenforgalom fejlesztésével, ha ezek tulajdonjogát megkapja, különben érdektelen a fejlesztésükben.

A városvezetés koncepciója közt szerepel egy új budai Belváros kialakítása a kerületben, amelyhez már számos intézménnyel rendelkeznek és újabbak csatlakoztatását tervezik. A lakosság által is említett Ybl Bazár területén egy nemzetközi műkereskedelmi központ létrehozásán fáradoznak, szeretnék, ha a Francia Intézetet kívül újabb külföldi kulturális intézmények is beköltöznének a kerületbe. Felajánlották a volt budai Vigadó épületét a Nemzeti Színház befogadására is, hogy ezzel is bővítsék a kulturális kínálatot. A Gellérthegyre vonatkozó rendezési tervben szerepel az idegenforgalmi-szabadidő funkció kiszélesítése, játszó-és pihenőterületek bővítése, igényes szoborparkok létrehozása. Tervezik továbbá a Vár és a Gellérthegy közötti turistamozgás megkönnyítését, a kedvező közlekedési feltételek megteremtését. A Babits sétányon lakók tiltakozását váltotta ki a Kapisztrán tér és környékének fejlesztését megcélzó terv, miszerint a sétány földszinti lakásait a turizmus szolgálatába állítanák.

Látható, hogy a kerület vezetése nem szemléli tétlenül a kezében lévő értékek elhasználódását, elébe megy a turizmus elvárásainak, együttesen kezeli a városrész funkcióinak fejlesztését, mivel ilyen vonzásadottságok széles skálájával rendelkező kerület csak széles perspektívában gondolkodva tud megfelelni a nemzetközi elvárásoknak.

### *Távlatok*

A bevezetőben már jeleztük, hogy egy hosszabb kutatómunka egyik állomását jelenti ez a tanulmány, amely az információk elsődleges feldolgozására és elemzésére támaszkodva próbált képet adni arról, milyen mozaikokból próbáljuk majd meg összeállítani Budapest idegenforgalmának szociálgeográfiai szempontú elemzését. Nem törekedhettünk a teljességre hisz terjedelmi lehetőségeink korlátozottak voltak, nem vállalkoztunk arra, hogy az idegenforgalmi infrastruktúra teljes kínálatát górcső alá vegyük, mivel azok működése további empirikus vizsgálatokat igényelnek. Mégis úgy érezzük, sikerült bepillantást nyújtanunk abba, hogyan alkalmazhatók a szociálgeográfia módszerei a turizmus kutatása során, ill. milyen felhasználható eredményeket nyújthat a területfejlesztés számára egy ilyen vizsgálat.

Az elkövetkezendőkben egy hasonló komplex vizsgálatot szeretnénk elvégezni Budapest V. kerületében, amely szintén 70% feletti látogatottsággal bír, azonban eltérő vonzásadottságokkal rendelkezik az I. kerülethez képest és amelyben várhatóan szintén kimutathatóak csoportspecifikus eltérések a helyi lakosság és szolgáltatók magatartásában a turizmus funkcióhoz viszonyulás szempontjából.



## Jegyzetek

<sup>1</sup> A tanulmány a Fővárosi Önkormányzat Kulturális Bizottsága támogatásával készült.

<sup>2</sup> A szerző az MTA Földrajztudományi Kutató Intézet tudományos ösztöndíjasa.

<sup>3</sup> World Travel Organisation. A Turizmus Nemzetközi Szervezete.

## Irodalom

- Berényi I. (1979) Jósvafő idegenforgalmi adottságainak értékelése különös tekintettel az idegenforgalomra. *Földrajzi Közlemények*, 27. 92-105. o.
- Berényi I. - Cséfalvay Z. - Pomázi I. (1986) Az idegenforgalom térszerkezeti problémái Szilvásváradon. *Földrajzi Értesítő*, 35. 3-4. 279-296. o.
- Berényi I. (1992) Az alkalmazott szociálgeográfia elméleti és módszertani kérdései. *MTA Földrajzi Tanulmányok*, 22. 165. o.
- Berza L. (szerk) (1993) *Budapest Lexikon*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 670. o.
- Britton S. (1991) *Tourism, capital and place - Towards a critical geography of tourism. Environment and Planning D. Society and Space* 9. 1991.4. 451-478. o.
- Defert P. (1966) Az idegenforgalom mint a földrajzi megismerés tárgya. Kézirat, MTA FK1. 8.o.
- Gergelyné B. R. (1986) Az idegenforgalom előnyei és hátrányai a helyi lakosok számára. *Kereskedelmi Szemle*. 11. 87-92. o.
- Karbuczky I. - Makayné (1993) A Magyarországra látogató külföldiek turisztikai motivációi... Konfidencia-Professzor Kft. Kézirat. KVIK Könyvtár 312 o.
- Kollarik A. (1992) *A turizmus földrajzi alapjai*. KITO, Budapest. 178 o.
- Lettrich E. (1970) Tihany szociálgeográfiai képe. In: Tihany. Magyarázó a Balaton környéke 1:10000-es építésföldtani térkép-sorozathoz MÁFI, Budapest. 96-102. o.
- Page S. (1995) *Urban Tourism*. London. Routledge. 269 o.
- Partsch D. (1964) *Zum Begriff der Funktionsgesellschaft*. Mitt. d. Dt. Verband. f. Wohnungswesen, Stadteban u. Raumplanung, 24-42. o.
- Pécsi M. (szerk) (1989) *Magyarország Nemzeti Atlasza*. Kartográfia, Budapest 137. o.
- Perczel Gy.-Tóth J. (1994) *Magyarország társadalmi, gazdasági földrajza*. ELTE, 274-287. o.
- Reti P. (szerk) (1995) Irány a periféria - Budapesti irodaházak felszerelése. *HVG*. 95/11/25. 90-96. o.
- Squire S.J. (1994) Accounting for cultural meanings: the interface between geography and tourism studies re-examined. *Progress In Human Geography* 18. 1-16. o.
- Szonda Ipsos (1993) A külföldiek mítoszai a városról. *Népszabadság* 93/05/23 10. o.

## Abstract

The study introduces the recently acquired methodological and theoretical results of the research project entitled "Social Geographical Survey of Tourism in Budapest". Using one of the most frequented part of the city, i. e. District 1, the study reveals those specific features of the local society, foreign visitors, services and the self-government that influence the touristic activity of this urban quarter on the one hand and the conflicts among the above factors and the development of tourism on the other hand. During the research special attention was paid to practical aspects and the scientific grounding of the regional development plans. When compared to the domestic studies on urban tourism, this piece of work has fewer economic aspects and concentrates on the human factors related to functions rather. During data collection questionnaires, detailed interviews and non-published information was used. In the course of data evaluation the Buda Castle, part of the World Heritage and its surroundings were found to demand general, qualitative development based on subtle regional potentials in the future in order to have an absolute international attraction in themselves. In doing so the interests of the local population have to be observed as much as that of the expectations and touristic customs of the foreign visitors.