

„Szívügyünk a pálinka”

# Pálinkaturizmus és kultúra 2/3.

## Szöllősi Edit

*Okleveles közgazdász és pálinkamester szakmérnök*

*Pálinkaturisztikai szakértő*

Országos Pálinkabíráló Bizottság tagja, Agrárminisztérium-pálinka szakértő, Pálinka Céh Egyesület, alelnök

Első Magyar Pálinkaügynökség Kft, ügyvezető



„Szívügyünk a pálinka”

## Témakörök

### Turizmus

- ❖ Általános jellemzői
- ❖ Kialakulása és fogalma
- ❖ Rendszere

### Pálinkaturizmus hipotézise és a valóság

# PÁLINKA



# TURIZMUS



# TURIZMUS / Általános jellemzői

**Turizmus a világgazdaság egyik legnagyobb üzleti forgalmat bonyolító szektora.**

Turisztikai tranzakciók összege 7.884,7 milliárd USD (10,2 %) a világ GDP-ből. (WTTC, 2017)

## Trendek:

*Az utazási élmény központi eleme a gasztronómia. (WHO)*

*Gasztronómia a desztináció márka- és arculatépítésében meghatározó, a turisztikai bevételek 30 %-át adja. (UNWTO, 2012)*

# TURIZMUS / Általános jellemzői

Miért jelentős a turizmus szerepe a világ minden országának gazdaságában?

# TURIZMUS / Általános jellemzői

Korunk **világméretű** társadalmi jelensége.

Az **egyéni szabadidő-hasznosítás** egyik lényeges **formája**.

Az emberi viszonyok, a politikai, a gazdasági és kulturális **kapcsolatok közvetítője**.

A gazdaság szerkezeti problémáinak, a foglalkoztatási gondok megoldásának lehetősége.

Az **életminőség következménye** és meghatározó eleme, **emberi alapszükséglet**.

# TURIZMUS / Általános jellemzői

Turizmus által **hasznosíthatóak az eszmei értékkel rendelkező természeti és kulturális erőforrások**, ezek hatással vannak a gazdaság minden területeire.

Olyan tevékenység / fogyasztási terület, mely **érinti a társadalom szinte minden rétegét.**

Általános gazdaságélénkítés érhető el általa.

Mérete **több szakágazat együttes teljesítményével** határozható meg.

# **TURIZMUS / Általános jellemzői**

## **Bevételt realizáló szakágazatok**

**Szálláshely-szolgáltatás, Vendéglátás,**

**Vasúti, közúti, belvízi, légi személyszállítás, Személyszállítást kisegítő tevékenység, Szárazföldi és vízi járművek kölcsönzése.**

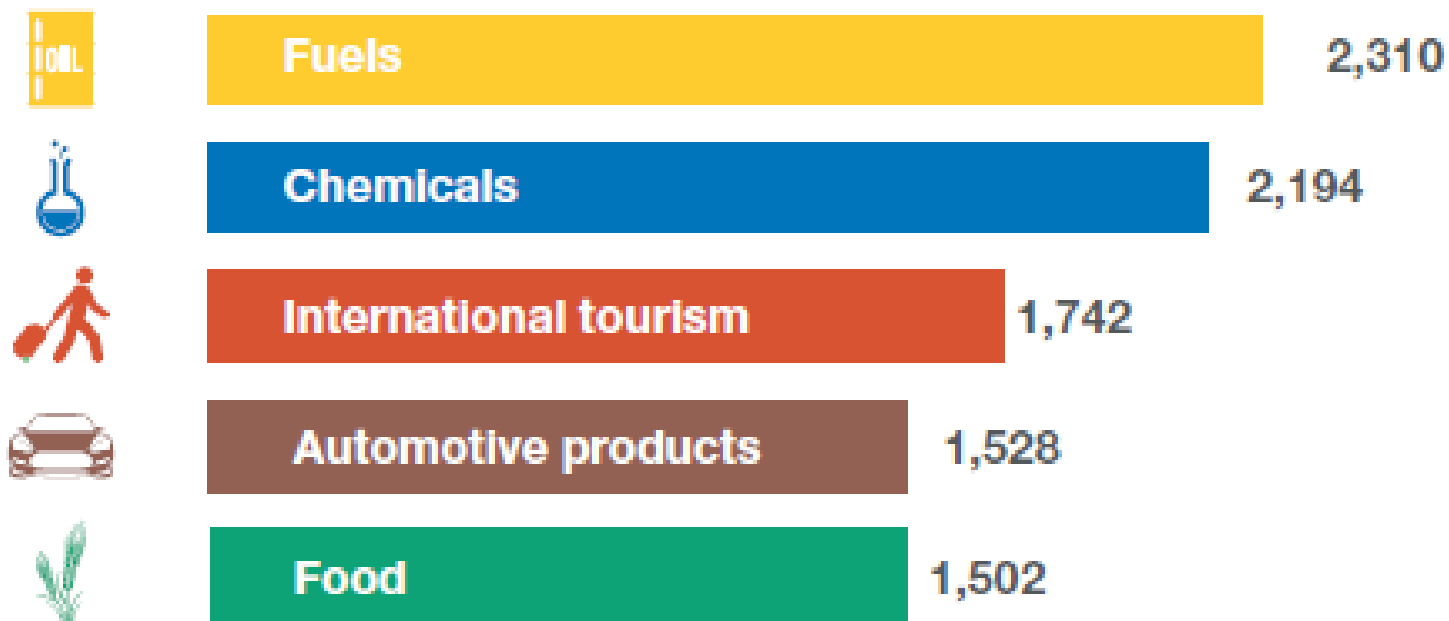
**Utazásszervezés,**

**Kulturális szolgáltatás,**

**Sport- és egyéb szabadidős tevékenységek szolgáltatói**

# TURIZMUS / Általános jellemzői

Tourism is the world's third largest export category after fuels and chemicals, and ahead of automotive products and food (2019)



**Export earnings by product category, 2019 (USD billion)**

Source: World Tourism Organization (UNWTO) and World Trade Organization (WTO).

# TURIZMUS / Általános jellemzői

Export revenues from international tourism have grown faster than merchandise exports almost every year since 2010



**Export revenues from international tourism and merchandise exports (% change)**

Source: World Tourism Organization (UNWTO) and World Trade Organization (WTO). Data as of November 2020. \* Provisional data.

# TURIZMUS / Általános jellemzői

## Turizmus statisztikai adatok Magyarországon 2018

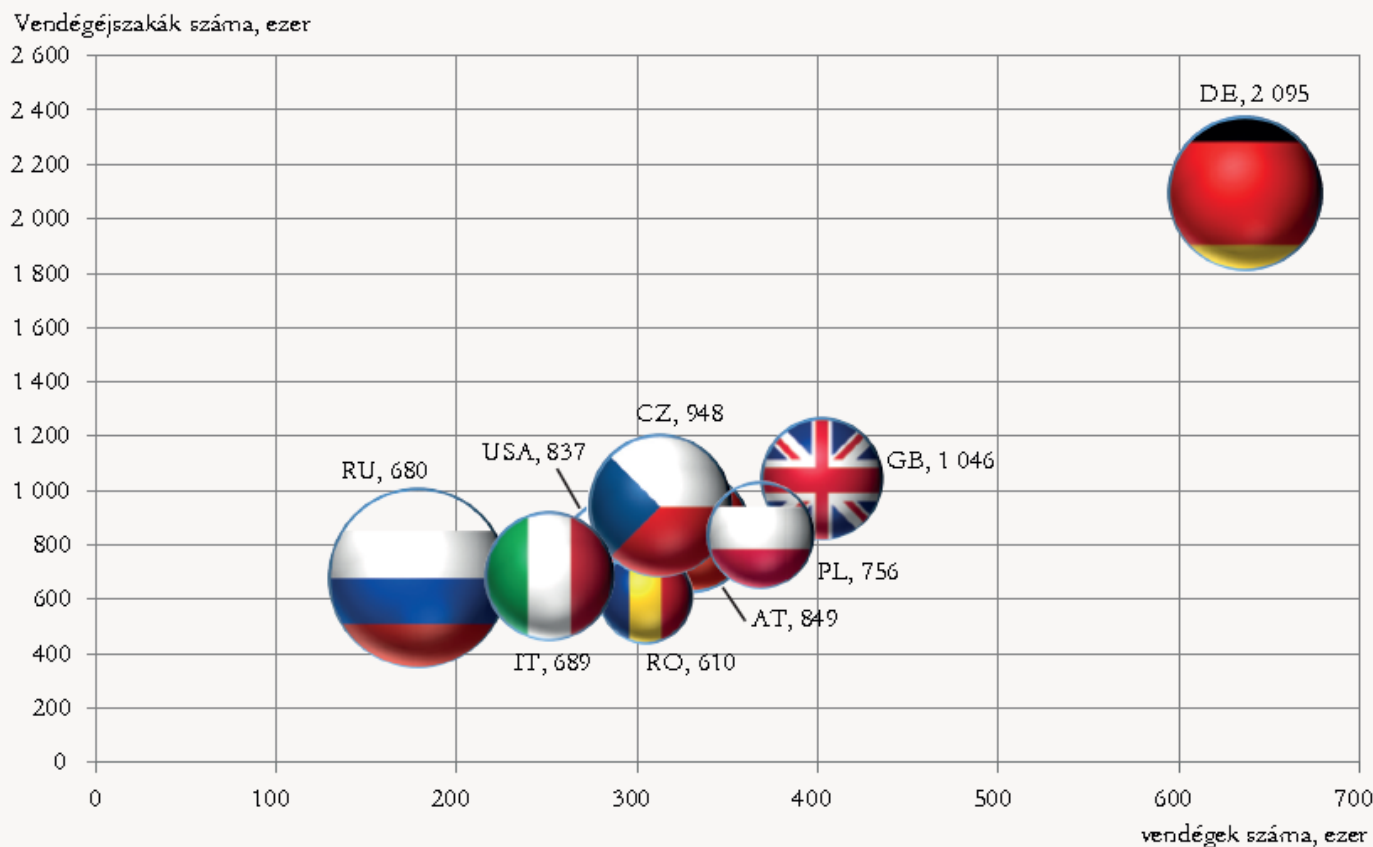
*(2019 II.n.é. adatai szezonális hatás figyelembevételével)*

- Beutazó külföldiek száma - 57,7 millió (2019: -2,4%)
- Költés 2.067 milliárd Ft, ez javította az EUR fizetési mérlegünket. (2019: -5,4%)
- Magyar lakosság 52% vett részt belföldi utazáson legalább 1 alkalommal és többnapos úton, 14,4 M fő utazás, 60,3 M nap 347 Mrd Ft. (2019: -1,5% )
- Magyar lakosság 22,8 millió külföldi utazás, 888 milliárd Ft külföldi költés. 1 napos utazások adják költés 63%-át.

*Forrás : KSH*

# TURIZMUS / Általános jellemzői

A külföldi vendégforgalom a főbb küldő országok és az átlagos tartózkodási idő szerint\*



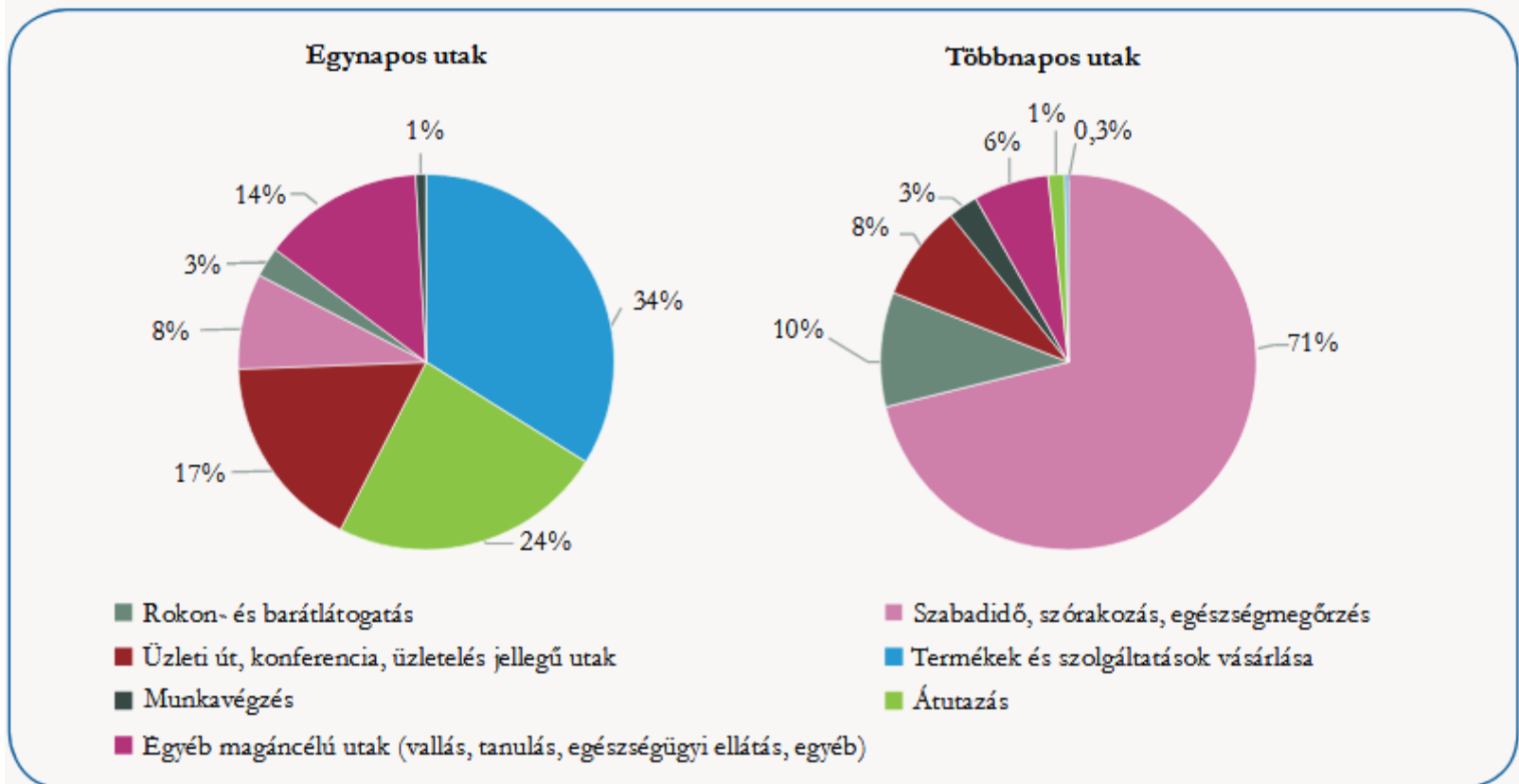
\* A buborékok nagysága az átlagos tartózkodási idővel arányosan változik.

Országkódok: AT – Ausztria, CZ – Csehország, DE – Németország, IT – Olaszország, PL – Lengyelország, RO – Románia, RU – Oroszország, UK – Egyesült Királyság, USA – Egyesült Államok.

Forrás: KSH, 2018

# TURIZMUS / Általános jellemzői

A külföldiek egy- és többnapos magyarországi utazásaihoz kapcsolódó kiadásainak a megoszlása kiemelt motivációk szerint, 2018



A külföldi látogatók átlagos költése 15.900 Ft/fő/nap.  
(de Városnézés 27,4 Üzleti út 40,3)



Forrás: KSH, 2018

# PÁLINKATURIZMUS

- Kialakulóban.
- Nem szervezett, elszigetelt kezdeményezések.
- Van követhető példa.



# PÁLINKATURIZIZMUS / HIPOTÉZIS

UTAZÁS + SZÓRAKOZÁS + ISMERETTERJESZTÉS



TUDATOS FOGYASZTÓ



MINŐSÉG IRÁNTI KERESLET



TUDATOS VÁSÁRLÓ + KULTÚRÁLT PÁLINKAFOGYASZTÁS



NEMZETKÖZILEG IS (EL)ISMERT PÁLINKA



GAZDASÁGOSSÁG + FEJLŐDÉS

# PÁLINKATURIZMUS / HIPOTÉZIS

**Gazdaságban + Turizmusban így Országimázsban  
Stratégiai és biztos bevételt jelentő pozíció  
elnyerése**



**Marketing + Termékfejlesztés + Szabályozási  
Lehetőségek és módszerek pálinka átpozicionálására**

**Pálinka kultúránkban betöltött szerepe, értékei**

**Aktuális szabályozási környezet - javaslatok**

**Termékpaletta vizsgálat - fejlesztési irányok**

**Marketing eszközök - nemzetközi márka stratégiára**



# PÁLINKA ÉS ORSZÁGIMÁZS

**Imázs** - kép, képzet, elképzelés, hírnév

**Márka érték** = tényleges érték +  
az emberek fejében  
képviselt érték

**Kialakulása:**

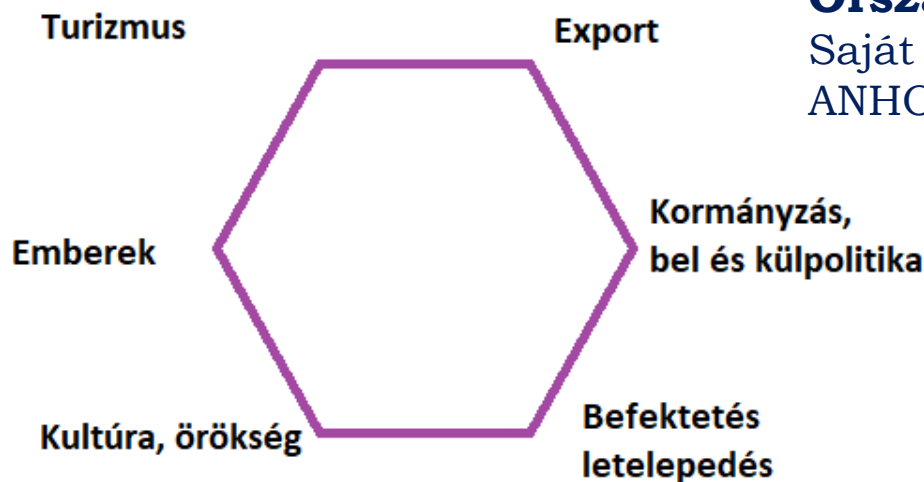
- Saját tapasztalat
- Mások véleménye
- Fiktív vélemény



# PÁLINKA ÉS ORSZÁGIMÁZS

## Országimázs / Országmárka

Az emberek tudatában kialakult kép egy adott országról. A véleményünket meghatározó dimenziók:



### Országmárka hatszög

Saját szerkesztés

ANHOLT, S. (2004) alapján

# PÁLINKA ÉS ORSZÁGIMÁZS

Több sikeres márka = **Magasabbra értékelt ország**

## Ország márkázás célpontja

- a külföldi országok,
- külföldi cégek,
- külföldi emberek és az
- adott országban élők.



# TURIZMUS Kialakulása

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## ÓKOR

Görögök és Rómaiak életét jellemző tevékenységek :

**Hivatásokkal összefüggő – kereskedelem, igazgatás – célú utazások, vagy vallási zarándoklat utak,**

**Egészségturizmus** szabadidővel rendelkező tehetősebb emberek utaztak **gyógyfürdőkbe, hőforrásokhoz, és ott orvoslás célú kikapcsolódás**

Kr. e. 776-ban **az első szervezett turisztikai út a sporthoz kapcsolódott, az olimpiai játékokra a görögök szervezeten utaztattak.**

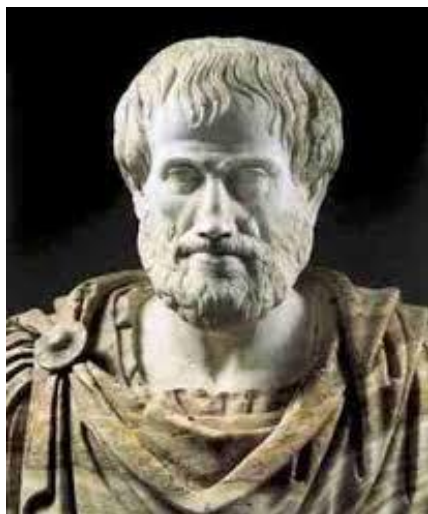
Az úthálózatok jó minősége (a római birodalom 300 ezer km hosszúságú úthálózattal)

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## Érdekesség:

Ókori útikalauz?

Az **első útleírás** az ókorban **Kr. után 170-ben** :  
**Pauszainasz: Görögország leírása.**



Görög szárazföld tájegységeinek történelmét, műemlékeit és a hozzájuk kapcsolódó történeteket mutatja be.

Inkább csak egy válogatást ad a meglátogatni kívánatos helyszínekről és nem törekszik teljességre.

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## KÖZÉPKOR

A középkor feudális társadalmára a **helyhez kötöttség** jellemző.

**Kereskedelmi célú utak első típusai** XI. századtól rendszeresen megrendezett **vásárok**.

A hivatás célú utak az egyetemek közötti **tanár- és diákcseré, valamint a céhlegények szakmai felkészülését** elősegítő **külföldi vándorlások**.

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

Érdekesség: A turizmust számos találmány is pozitívan formálta.



## Magyar vonatkozású:

A XIII-XIV. század  
fordulóján Komárom  
megyei **Kocs** községben  
létrejött jött **lovas kocsi**.

(A könnyebb, kényelmesebb  
és gyorsabb szerkezete lévén  
hamarosan elterjedt az egész  
földrészen.)

„kocsi” szavunk is innen datálható.

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## ÚJKOR

**XV. század** a felfedezett újvilágokba, vallási, kulturális és kereskedelmi (vagyonszerzési) okból, többen és gyakrabban utaznak.

**A XVI. század** gyógyfürdők látogatásának és később tengerparti üdülések szokása.

**Grand Tour**

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## Az Ipari forradalom kora, Modern turizmus

**XIX. századi ipari forradalom + urbanizáció =  
modern turizmus**

*A gyári munkások kikapcsolódás keresése elsősorban a szabadidő természetben való eltöltésére.*

**XIX. század közepe** megjelenik az **üzleti**  
**(pénzbevételi) célú utaztatás.**

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## Érdekesség:

**1841-ben Thomas Cook**, az angliai South Midland Temperance Asszociation titkára, kirándulást szervezett Loughboroughba, Cook volt az idegenvezető.

(10 mérföldes, vonatos kirándulás 1 schillingbe került 570 résztvevővel.)

**1845** tevékenységét legalizálta és megalapította a **Cook utazási irodát**

# TURIZMUS KIALAKULÁSA



## About Thomas Cook Thomas Cook

The Thomas Cook Group is the oldest and best known name in leisure travel with a history of innovation that started in 1841.

We are very proud to serve the 23 million customers who chose to travel with us each year and, are focused on transforming our business so that we can serve even more customers in ways that deliver better their holiday dreams.

*<https://www.thomascook.com>*

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## **2019. szeptember 23. – Csőd**

Fosun Tourism Group (kínai) 11 millió fontot adott a Thomas Cook, valamint a Casa Cook és a Cook's Club hotelláncok márkanevéért. Magukat a szállodákat nem veszi át.

A Thomas Cook utazásiiroda-hálózatát egy brit konkurens, [a Hays Travel vásárolta fel](#), és Hays Travel márkanév alatt üzemelteti azóta.

## **2020. szeptember 23. – Új Online iroda**

Online irodaként indult újra a Thomas Cook Angliában, a társaság 50 főt alkalmaz, mindegyiket távmunkában.

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## Modern turizmus

**XX. század szabadidő turizmus fejlődése, a hivatásturizmus kibontakozása**



**Az utazások tömegjelenséggé válása.**

**Tömegutaztatási nemzetközi szervezetek.**

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## Modern turizmus

**XXI. század elején** a hétköznapi élet szerves része a szabadidő változatos eltöltése, az utazás.

**1973. évi olajválság új szakasz nyitott a** turizmus történetében is, megdrágította a közlekedést. →

*Tanulság: A turizmus fejlődése nemcsak mindenki számára előnyös pozitív gazdasági hatásokkal jár, hanem negatív hatásokat is gyakorolhat a fogadóterületek természeti és kulturális környezetére.*

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## A modern turizmus kialakulásának okai

- Politikai, jogi, szabályozási változások (az emberi jogok kiteljesedése)
- Gazdasági fejlődés (iparosodás, reáljövedelem emelkedése)
- Demográfiai és társadalmi változások (népesség fejlődés, növekvő városiasodás, társadalmi-munkajogi viszonyok javulása, szabadidő növekedése, új értékek és normák megjelenése)

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

## A modern turizmus kialakulásának okai

- Technológiai haladás (fogadóhelyi, kommunikációs, információs technológia)
- Közlekedési infrastruktúra fejlődése: a vasúti-, a gépjármű- és a légi közlekedés elterjedése
- Utazás biztonságának javulása
- Marketing tevékenység továbbfejlődése (kereskedelem, fogadóhelyek, termék-szolgáltatás, humán erőforrás)

# TURIZMUS KIALAKULÁSA

A **turizmus** mai formája folyamatosan, a gazdasági és társadalmi változások együttes hatására alakult, mely változások az utazások céljait és motivációit formálták.

# TURIZMUS Fogalma, jellemzői

# TURIZMUS

## FOGALMA

A turizmus magába foglalja a személyek lakó és munkahelyén kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.

*UNWTO (World Tourism Organisation) Hágai*

*Nyilatkozat, 1989*

# TURIZMUS

## A turizmus motivációja:

- személyek élményszerzéssel párosuló környezetváltoztatása, letelepedési szándék nélkül.
- a megszokottól eltérő tevékenységek végzése.

**Turizmus = Utazás de Utazás ≠ Turizmus**

# TURIZMUS

Önálló, de több tudományterületet érintő tudományág

## TURIZMOLÓGIA Michalkó Gábor

( -lógia : görög – logosz = értelem, angol – logy = tan)

Az utazással kapcsolatos társadalmi, gazdasági és környezeti jelenségek és folyamatok holisztikus (*egy rendszer, vagy annak elemének*) feltárásával, elemzésével, valamint értékelésével foglalkozó modern diszciplína (*tudományág*) a turizmustudomány teoretikus keretei.

# TURIZMUS

## TURIZMOLÓGIA

- A kutatása cca. 24 tudományág ismereteinek rendszerezését igényli.
- Szerteágazó ismereteket igénylő területet új keretbe tereli, a közös nyelv megalkotásával.
- Egymással szorosan összekapcsolódó tudományágakat feltételez.

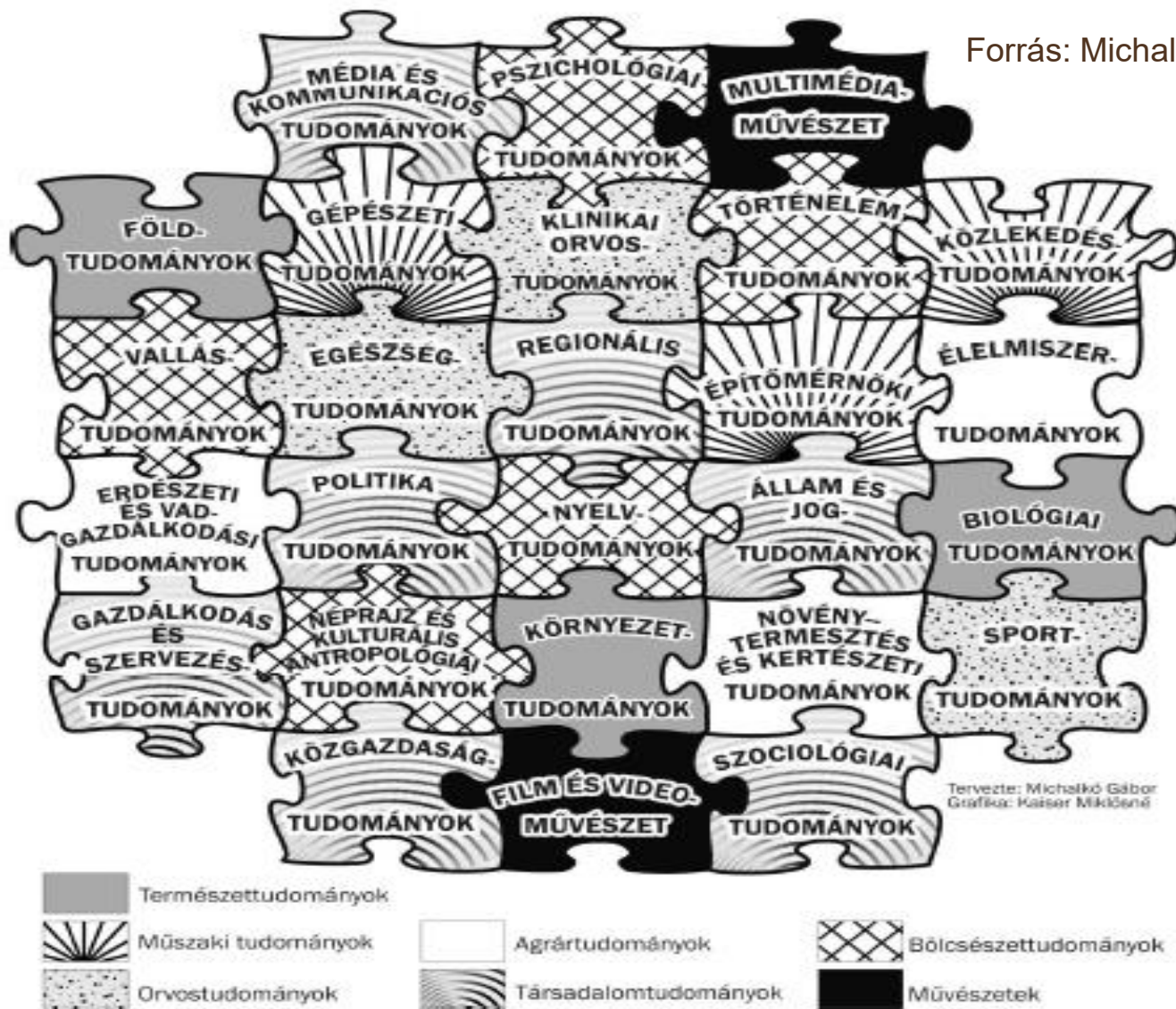


### Michalkó féle puzzle-modell

- Alkalmazható a turizmus egészére nézve, de egy adott turisztikai termék esetében is.
- Megmutatja mely területekkel áll ráhatásban.
- A kapcsolódó területek új felhalmozott elméleti tudását segít közös nyelv.

# TURIZMUS / TURIZMOLÓGIA

Forrás: Michalkó Gábor , Turizmológia

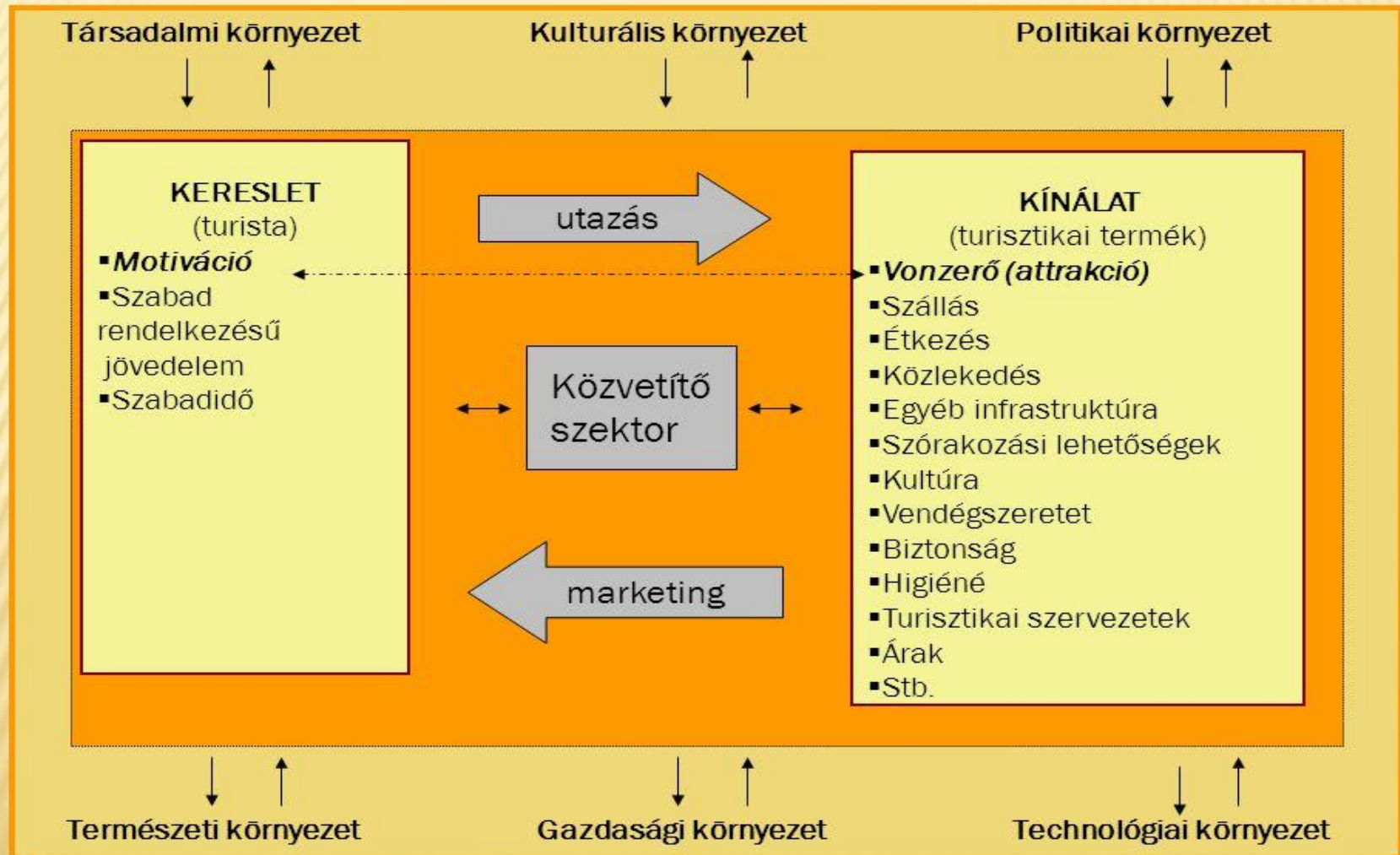


Tervezte: Michalkó Gábor  
Grafika: Kaiser Miklós

# TURIZMUS Rendszere

# TURIZMUS RENDSZERE

## A turizmus rendszere



Forrás: Lengyel, 1992 (módosított)

Forrás: Dr. Lengyel Márton 1992.

# TURIZMUS RENDSZERE

A turizmus, mint nyitott és dinamikus rendszer a környezetével aktív kölcsönhatásban áll.

A turizmus összetett rendszere akkor működik, ha a **KERESLET** és a **KÍNÁLAT** egymásra talál.

Kereslet = ?

Kínálat = ?

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kereslet:

Olyan **igény**, amely mögött **fizetőképes vásárlóerő** és **hajlandóság** jelentkezik.

**Kereslet = Turista**

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kereslet elemei :

### 1.) Szabadidő

Az utazás megvalósításához szabadidőre, **előre tervezhető, fizetett szabadságra** van szükség.

A szabadidő világa fokozatosan összekapcsolódott a munka világával. **A munkaidő leteltével nyer értelmet a szabadidő.**

A fizetett szabadság mértéke?

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kereslet elemei :

### 2.) Szabadrendelkezésű (diszkrecionális) jövedelem

Az alapvető szükségletek kielégítése (étkezés, lakás, öltözködés) után megmaradt jövedelemrész.

**Fogyasztói társadalom szerepe:** terméket, vagy a megfoghatatlan utazást választják

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kereslet elemei:

**3.) Motiváció:** Összetett fogalom, az emberi szükségleteken alapszik.

Az **utazási motivációk** összhangba hozhatóak a Maslow-féle szükséglet-hierarchia elmélettel.

Az utazás a szükségletek minden szintjén áthatja.



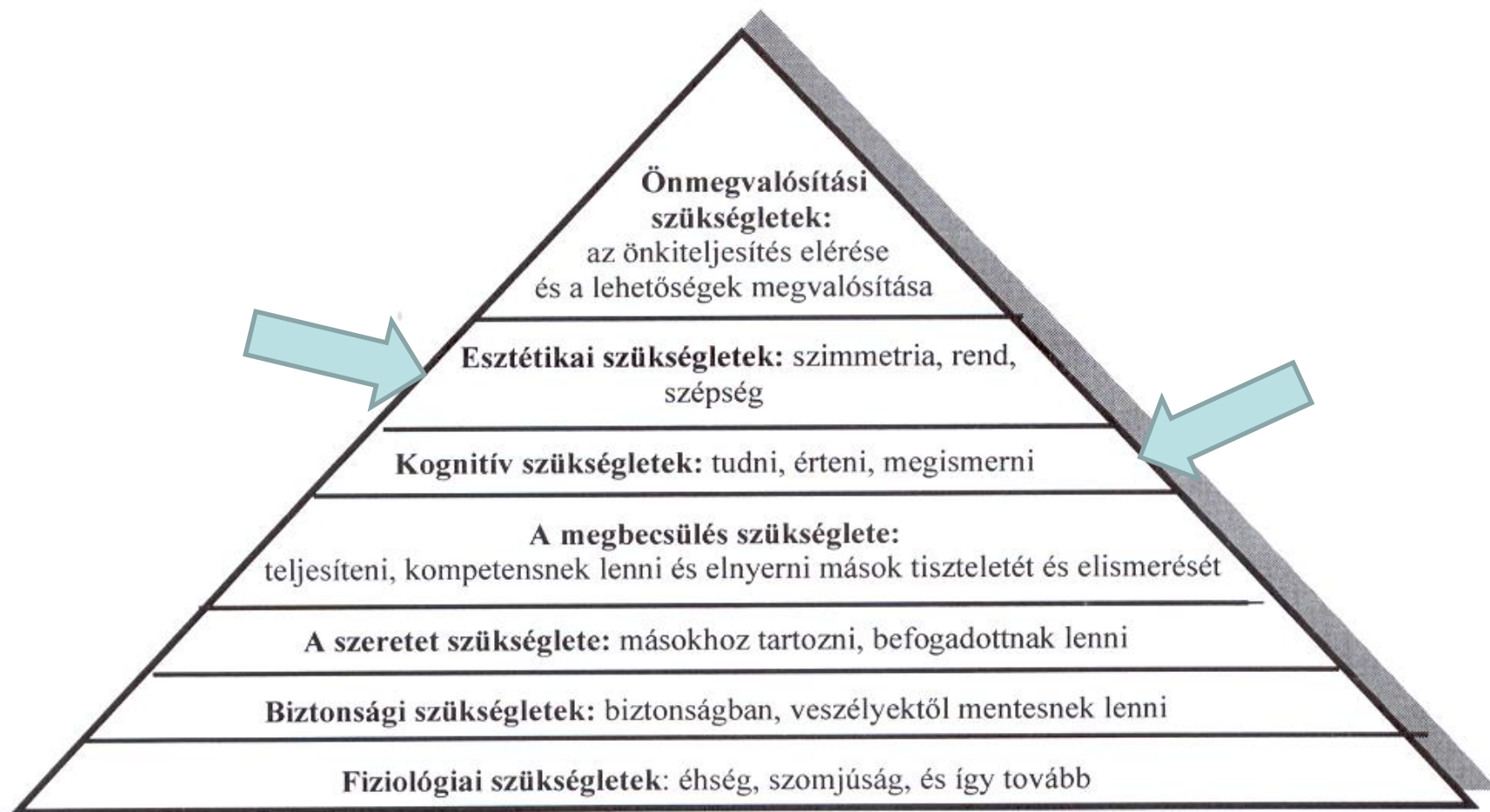
Oasis of the Seas ötször nagyobb a Titanicnál; 5400 utas befogadására képes

# TURIZMUS RENDSZERE



# TURIZMUS RENDSZERE

A Maslow-féle szükséglet-hierarchia piramis 7 szintű változata.



| Maslow-féle szükséglet                     | Utazási motívum                                                              | Referenciák a turisztikai szakirodalomból                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Önmegvalósítás                             | Legyünk tisztában igazi természetünkkel, gyermekkori vágyak megvalósítása    | Önfelfedezés és -értékelés<br>Belső vágyak kielégítése                                                                                                                                                    |
| Esztétikai: szimmetria, rend, szépség      | A szépség értékelése (Kulturális és örökségturizmus)                         | Környezet<br>Tájkép                                                                                                                                                                                       |
| Kognitív : Tudni és megérteni              | Ismeretszerzés                                                               | Kulturális/nevelési<br>Csodavárás / érdeklődés új témák iránt<br>Szellemi kikapcsolódás                                                                                                                   |
| Elismerés iránti szükséglet<br>Megbecsülés | Státus elérése (hivatásturizmus)                                             | Etnikum<br>Saját teljesítmények megbecsülése<br>Fontosságunk elismertetése másokkal<br>Tekintély<br>Társadalmi elismertség<br>Önfitogtatás<br>Szakmai/üzleti<br>Személyes fejlődés<br>Státus és tekintély |
| Szociális szükséglet                       | Valahová tartozás, Szeretet                                                  | Családi együttlét<br>Rokonság ápolása<br>Társaság<br>A társadalmi kapcsolatok ápolása<br>Gyökerek keresése                                                                                                |
| Biztonságiránti szükséglet                 | Biztonság (Uztazási döntés (célállomás-, közlekedés-, szállás megválasztása) | Egészség<br>Regeneráció<br>Megelőzés                                                                                                                                                                      |
| Fiziológiai szükséglet                     | Kikapcsolódás (Üdülés - Gasztronómia - Egészségturizmus)                     | Menekülés<br>Kikapcsolódás<br>Feszültség levezetése<br>Napfény keresése<br>Fizikai kikapcsolódás                                                                                                          |

Forrás: Mill-Morrison: The Tourism System, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J., 1985 - Lengyel Márton 1992.

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kereslet fő jellemzői:

A választás **magas szabadságfokú**

Az utazási döntés **nagyfokú kockázattal** jár

A **turista maga is részt vesz a termék előállításában**

A turisztikai kereslet **szezonális**

A kereslet rendkívül **érzékeny, változó, szubjektív** és sok külső ellenőrizhetetlen tényezőtől függ

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kínálat

Komplex szolgáltatáshalmaz, a turista számára a **turisztikai terméket** jelenti, amely valamennyi szükségletét kielégíti.

**Kínálat = TURISZTIKAI TERMÉK**

**Turisztikai termék = VONZERŐN (attrakción)**  
desztináción alapuló szolgáltatások összessége.

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kínálat jellemzői

### Tágabb értelemben:

*A Szállás, Étkezés, Közlekedés, Egyéb infrastruktúra, Szórakozási, Lehetőségek, Kultúra, Vendégszeretet, Biztonság, Higiéné, Turisztikai szervezetek, Árak összessége (pl. Szatmár-Beregi Szilvaút)*

### Szűkebb értelemben:

*Csak néhány vagy egyetlen szolgáltatás (pl. egy pálinkafőzde)*

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kereslet-kínálat kapcsolódása

Alapfeltétel:

**A leendő turistának legyen szüksége és készítése a lakóhelye elhagyására, változatosságot keresni.**

**Hiányérzet:** szükségletek kielégítésére, cselekvésre motivál.

**Igény:** Konkrét formában jelentkező szükséglet.

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kereslet-kínálat kapcsolódása

A keresletet és a kínálatot három rendszer köti össze:

**Marketing** - a fogadóterületről a turista felé irányul

**Közvetítő szektor** - utazásközvetítők

**Utazás** - a turista küldő területről fogadó területre  
közlekedése

# TURIZMUS RENDSZERE

## Kereslet-kínálat kapcsolódása

A kereslet és kínálati rendszer legerősebb kapcsolódása **MOTÍVÁCIÓ és a VONZERŐ (attrakció)**

Egymásra találásukat **MARKETING TEVÉKENYSÉG**, segíti amely a fogadóterület felől irányul a küldő terület felé!!!

A **KÖZVETÍTŐ SZEKTOR** eljuttatja a turistához a kínálat elemeit.

A kereslet és kínálat kapcsolata a turistának a fogadóterületre való **UTAZÁSÁVAL** valósul meg.



# **TURIZMUS RENDSZERE**

## **Turisztikai termék fő jellemzői**

**Megfoghatatlanság**

**Egyidejűség**

**Minőség ellenőrizhetősége**

**Veszendőség**

**Szezonalitás**

**Verseny**

# TURIZMUS RENDSZERE / VONZERŐ

## Természetes Attrakció- Vonzerők

Víz, Napfény és klíma  
Hegyek és hó,  
Flóra és fauna, Természeti ritkaságok  
Nemzeti parkok  
Gyógy- és termálvizek



# TURIZMUS RENDSZERE / VONZERŐ

## Ember alkotta/Épített Attrakció- Vonzerők:

Egyházi központok, szent helyek

Műemlékek, Történelmi helyek, Építészeti remekek

Múzeumok, Népművészet, Fesztiválok

Világvárosok Világkiállítás, vásárok, kongresszusok

Sport, Tematikus parkok

Szerencsejáték-központok

**Gasztronómia**

Társaság, Rokonok és barátok

# TURIZMUS RENDSZERE / VONZERŐ

## **Magyarország fő vonzerői** (univerzális nincs, csak regionális)

Budapest

Balaton

Gyógyfürdők, gyógyvizek / Budapest, Hévíz, Zalakaros, Bük, Harkány,

Nemzetközi és országos rendezvények /Forma-1,

UNESCO területek /Pécs ókeresztény sírkamrák, Hollókő

Történelmi városok /Eger, Pécs, Sopron, Kőszeg

Borvidékek /Tokaj-Hegyaljai, Egri, Villány-Siklói

Nemzeti parkok /Aggteleki, Bükk, Hortobágyi

Néprajzi tájegységek /Palócföld, Matyóföld, Göcsej,

Vízparti területek /Tisza-mente, Tisza-tó, Szigetköz

Egyedi termékek /Herendi porcelán, **pálinka**, szegedi paprika

**Pálinka tájterületek ?**



**Köszönöm a figyelmüket!**

**SZÖLLŐSI EDIT**

**szollosi.edit18@gmail.com  
szollosiedit@palinkaugynokseg.hu**

**+36-20-526-1624, +36-30-267-3107**