

PROJEKTMUNKA

Ócsai Abigél Szófia
2024

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
Kereskedelmi, Vendéglátóipari
és Idegenforgalmi Kar

A gyermekkori élmények hatása a felnőttkori utazási döntésekre

Konzulens:

Hegedűs Sára
Turizmus Tanszék
Tanársegéd

Készítette:

Ócsai Abigél Szófia
Turizmus-vendéglátás
Turizmus szakirány
FOSZK Levelező tagozat
2024



BGE

**Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és
Idegenforgalmi Kar**

**EREDETISÉGI NYILATKOZAT
A PROJEKTMUNKÁRÓL**

Hallgató adatai										
Név, neptun-kód	Ócsai Abigél Szófia				D	A	J	S	Q	4

Szakdolgozat/projektmunka adatai	
Projektmunka címe	A gyermekkori élmények hatása a felnőttkori utazási döntésekre
Témavezető (belső konzulens)	Hegedűs Sára Tanársegéd

Alulírott, **Ócsai Abigél Szófia** büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a csatoltan bírálatra és védelemre beadott projekt munkában foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A felhasznált forrásokat az irodalomjegyzékben feltüntettem, a rájuk vonatkozó, szabályszerű hivatkozásokat a szövegben megtettem. A projekt munka más szakon vagy intézményben sem a saját nevemben, sem máséban nem került beadásra. Tudomásul veszem, hogy a projekt munkát az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá. Tudatában vagyok annak, hogy plágium (más munkájának sajátomként történő feltüntetése) esetén a projekt munka érvénytelen, ezért elutasításra kerül.

Budapest, 2024. 11. 11.

**Ócsai Abigél Szófia
Hallgató**

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	2
2. Szakirodalmi áttekintés.....	5
2.1. A szocializáció fogalma, folyamata	5
2.2. Gyermekkor szocializáció.....	6
2.2.1. Elsődleges és másodlagos szintek.....	6
2.2.2. Harmadlagos és negyedleges szintek.....	8
2.3. Az utazási döntés	9
2.3.1. Az utazási döntés elemei.....	9
2.3.2. Az utazási döntés folyamata	10
3. Kutatásom helyszíne, a Malomudvar Étterem Cukrászda Panzió és Rendezvényház bemutatása és kommunikáció a színtérben.....	11
3.1. A Malomudvar bemutatása	11
3.2. Kommunikáció a színtérben.....	13
4. Hipotézis	14
5. A vizsgálati módszerek áttekintése.....	15
5.1. Kvalitatív kutatás: az interjú és annak strukturáltsági szintje, vázlata.....	16
5.2. Kvantitatív kutatás: kérdőív alkalmazása az online térben	18
6. A vizsgálati eredmények bemutatása	18
6.1. Tapasztalataim a kvalitatív térben.....	18
6.2. Kvantitatív eredményeim online forrásból	20
7. A vizsgálati eredmények értékelése.....	22
7.1. A kvalitatív tartalom elemzése.....	22
7.2. A kvantitatív tartalom elemzése	24
8. Következtetések és javaslatok	25
8.1. Következtetések a tapasztalatok, eredmények mentén.....	25
8.2. Javaslatok a turisztikai tervezés vonatkozásában	26
8.3. További vizsgálatokat, a téma továbbfejlesztését illető javaslataim	27
9. Összefoglalás	28
10. Mellékletek.....	30
10.1 Az alkalmazott online kérdőív	30
10.2 Az alkalmazott online kérdőívre kapott válaszok grafikonos megjelenítése.....	38
Irodalomjegyzék	47

1. Bevezetés

Projekt munkám témájaként a gyermekkori élmények és a felnőttkori utazási döntések összefüggésének témakörét választottam, ezzel párhuzamosan a tematikát érintő fogalmak, tárgykörök elemzését, kutatását, majd az eredmények bemutatását, értelmezését tűztem ki célul egy helyi vállalkozás működésének vizsgálatán és a szakmai munkám során megélt tapasztalataimon, illetve tanulmányaimon keresztül.

A téma kiválasztását, egyben időszerűségét az alábbiak indokolják.

A gyermekkori élmények és a felnőttkori döntések közötti kapcsolat megértése fontos betekintést nyújt az emberi viselkedés és döntéshozatal mechanizmusába, ami különösen releváns a turizmusban és a marketingstratégiák tervezésében. Az utazási szokások és motivációk vizsgálata segíthet a turisztikai iparágnak jobban megérteni a célközönség igényeit, különösen egy olyan időszakban, amikor a személyes élmények és nosztalgikus utazások egyre nagyobb figyelmet kapnak.

Továbbá, a helyi vállalkozások, mint a turisztikai szolgáltatók, különösen érintettek abban, hogy alkalmazkodjanak a változó utazási szokásokhoz és kihasználják a gyermekkori emlékek által kiváltott érzelmeket a marketingstratégiájukban. Ezzel a téma hozzájárulhat a helyi gazdaságok támogatásához és a turisztikai kínálat fejlesztéséhez is, különösen a pandémia utáni fellendülés időszakában, amikor a személyes élmények újra fókuszba kerülnek.

Személyes motivációm a témaválasztást illetően a következő.

Minden embernek van egy bizonyos értékrendje, amit élete folyamán fontosnak tart és tudatosan, vagy tudattalanul azt követi. Számomra a család szerepe, az értékészlet, mellyel a családom ruházott fel, mindig is kiemelkedő volt, így témaválasztásom efelől is meghatározott. Munkakörömben is volt lehetőségem rálátni, hogy a családuknak, a „háttérországunk” élményeit valóban magunkkal visszük a felnőttkorba, s ha az élmény szocializációnk kedves kincse, újra át is akarjuk élni azt. Nincs ez másképpen akkor sem, ha szívünkben utazási élményeket őrzünk.

A dokumentum problémafelvetése arra irányul, hogy a gyermekkori élmények milyen mértékben befolyásolják a felnőttkori utazási döntéseket. Feltételezésem szerint a gyermekkori szocializáció során szerzett tapasztalatok és emlékek később is hatással vannak az egyének viselkedésére, ezen belül a szabadidős és turisztikai preferenciák kialakulására. A kutatásom célja az, hogy ezt a kapcsolatot konkrét példák és adatgyűjtés révén vizsgáljam, és megértssem, hogyan manifesztálódnak ezek az élmények a felnőttkori döntéshozatalban.

Figyelmünket a szocializáció témakörére (is) helyezve, nézzük a – jelen munkához illeszkedő - legfontosabb gondolatokat.

A család az első mikromilió, amely hat a gyermekre, tehát különleges szerepet tölt be a szocializációban. A biztonságérzet, a személyiségfejlődés érzelmi alapjai formálódnak a családi színtérben. Az egyén későbbi érzelmi képességei múlnak azon, hogy érzelmi biztonság, érzelmi mélység, szeretet vette-e körül a gyermeket, s érzelmi képességeink része, hogy tudunk-e a hétköznapok forgatagáról „lekapcsolódni”, kikapcsolni (ahogy mondani szoktuk), új élményeket befogadni, lecsendesedni, de közben „felhangolódni”, feltöltődni.

Gyermekkorban tehát a család a fő szocializációs közeg, de az évek során becsatlakozik az óvodai, iskolai intézményrendszer, kiegészül a kortárs csoportok halmazaival. Ami a nevelési- oktatási rendszerekben, azok falain belül és azon túl történik, tovább formálja személyiségünket. Pedagógusok és osztálytársak, barátok és barátnők vesznek körül minket, közösen megélt tapasztalatok sora épül be életünkbe, sőt környezetünk tőlünk független élményei is hatással lesznek ránk a kommunikáció számos csatornáján keresztül.

Családi nyaralásokról, hétvégi kiruccanásokról, túrázásokról, osztálykirándulásokról gyűjtünk emlékeket, legyen az saját élményünk, vagy a közegünkből szerzett közvetett tapasztalat.

Az utazásra sokszor úgy gondolunk, mint a világ felfedezésére. Ez igazán jól hangzik – s tulajdonképpen már „meg is érte” -, azonban nem csupán ennyit jelent, nem csak erről szól. A test utazása egyben a lélek, az elme utazását is jelenti, amikor is újra kapcsolatba léphetünk önmagunkkal és megtalálhatjuk belső békénket.

A döntést, melynek során élményt választunk, úgy gondolom, valójában már gyermekkorban meghozzuk. Ezt boncolgatja vizsgálódásom, melyet a turizmusban szerzett szakmai, tanulmányi gyakorlat, valamint a témakör háttérében fellelhető elméleti tudásanyag komponenseiből állítottam össze, szervesen kapcsolódva az egyetemi képzés során elsajátított tudásanyaghoz, az alábbiak szerint.

A gyermekkori élmények és a felnőttkori utazási döntések összefüggése szorosan kapcsolódik a képzés több kulcsfontosságú területéhez is, többek között:

- ✓ Marketing és célpiac szegmentáció.
- ✓ Stratégiai tervezés és desztinációmenedzsment.
- ✓ Fenntartható és élményalapú turizmus.

- ✓ Turisztikai fogyasztói magatartás
- ✓ A turizmus pszichológiája.

Összességében a gyermekkori élmények hatása a felnőttkori utazási döntésekre olyan multidiszciplináris téma, amely az egyetemi képzés során tanult fogyasztói magatartástól a marketingig, pszichológiától a fenntartható turizmusig számos tudásterülethez kapcsolódik.

A dolgozat kvalitatív és kvantitatív kutatási módszert alkalmaz. A kvalitatív rész félig strukturált interjúkon alapult a Malomudvar Étterem Cukrászda Panzió és Rendezvényház vendégeivel, míg a kvantitatív rész online kérdőív segítségével készült, amelyet közösségi médián osztottam meg.

Projekt munkám tehát a gyermekkori élmények és a felnőttkori utazási döntések közötti kapcsolatot vizsgálja, különös figyelmet fordítva a család szerepére. A kutatás során arra keresem a választ, hogy a korai élmények, különösen a családi nyaralások és a közös kirándulások (kortársakkal, barátokkal is) valóban hatást gyakorolnak-e a felnőttek utazási szokásaira és preferenciáira. Elemezni kívántam, hogy a nosztalgia és az emlékek újbóli átélése motivációs forrásként jelenik-e meg a felnőttkori utazások tervezésében, s hogy ez a hatás, illetve motiváció milyen mértékű.

Kutatómunkám során megfogalmazott célkitűzéseim tehát:

- A gyermekkori élmények hatásának megértése segíti a jövőbeli szakembereket abban, hogy jobban átlássák a fogyasztók motivációit és preferenciáit.
- Az utazási döntések háttérében álló gyermekkori tapasztalatok ismerete lehetővé teszi a turisztikai marketingesek számára, hogy személyre szabott, érzelmileg gazdagabb kampányokat dolgozzanak ki.
- A gyermekkori élmények megértése segíti a vállalkozásokat abban, hogyan alakítsanak ki olyan turisztikai élményeket, amelyek érzelmi kötődést hoznak létre, így hűséges vendégeket vonzanak.
- A stratégiai tervezés során lényeges szempont lehet, hogy a desztinációk hogyan vonzzák azokat a látogatókat, akik gyermekkori élmények hatására térnek vissza. Ez segíthet abban, hogy megértsük, hogyan lehet a turisztikai célpontokat vonzóbbá tenni.

2. Szakirodalmi áttekintés

A választott témakör kapcsán a gyermekkori szocializáció, valamint az utazási döntés elemei kerültek először a tanulmányozás középpontjába, melynek folyamatairól szóló szakirodalom rendkívül szerteágazó és terjedelmes. Az alábbiakban a teljesség igénye nélkül mutatok be ezek közül néhányat, szolgálva a kutatott összefüggések megértésének alapjait.

2.1. A szocializáció fogalma, folyamata

A szocializáció folyamatát sokan vizsgálták, s így számos meghatározás született.

A szocializáció szélesebb értelemben azt a folyamatot jelenti, amely során az egyén a társadalom és a kultúra tagjává válik. Ennek során az egyén megtanulja a viselkedés szabályait, valamint azokat az értékeket, képességeket és ismereteket, amelyek lehetővé teszik számára, hogy a társadalom aktív tagjaként működjön (Hewstone és Stroebe, 2007). Szűkebb értelemben pedig azt a folyamatot jelöli, amely során az egyén egy specifikus normarendszert, értékeket és beállítódásokat sajátít el, lehetővé téve számára, hogy egy adott csoport normarendszeréhez igazodjon, így a csoport tagjává váljon (Horváth, 2004).

A társas interakciók során tanuljuk meg, hogyan viselkedjünk másokkal, és tapasztalatokat szerzünk a társas kapcsolatokban. A szocializáció akkor történik, amikor interakcióba lépünk a körülöttünk lévőkkel. Ahhoz, hogy jól tudjunk kommunikálni, szükség van társas készségre, megértésre és empátiára, valamint érzelmi érettségre (felnőtt részéről). Az interakció akkor működik igazán, ha kölcsönös a dolog, és mindenki tudja, mi a szerepe. (Maccoby, 2007).

A szocializáció arról szól, hogy a kultúrát átadjuk egyik generációról a másikra, és hogy különböző szerepekre neveljük egymást. Emellett a kumulatív kulturális evolúció azt jelenti, hogy nemcsak a körülöttünk lévőtől tanulunk, hanem másokon keresztül is. Nem csak a barátaink tudását használjuk, hanem mindenkiét, aki valaha élt. Ezt pedig az emberi agyunk és a viselkedésünk teszi lehetővé. Különleges kognitív képességeink melyek nagyon fontosak a szocializáció során is. (Solymosi, 2004):

- szimbolizáció és konstrukció (pl.: tervezés, elgondolás, létrehozás)
- szociális tulajdonságok (pl.: csoporthoz igazodás, csoportműködés)
- szinkronizációs képesség (pl.: empátia, szabálykövetés, alkalmazkodás)

A kultúra generációról generációra történő átadása közben egyes szokások, szabályok és viszonyulások változhatnak, például a gyermeknevelés területén. Ez azt mutatja, hogy a szocializáció magában foglalja az alkalmazkodást a változásokhoz is (Maccoby, 2007) (JGYPK/Mentorháló/Ped.pszich.jegyzet/Szocializáció, 2024.)

2.2. Gyermekkori szocializáció

2.2.1. Elsődleges és másodlagos színterek

A szociális viselkedés elsajátítása egy folyamatos, életen át tartó tanulási folyamat. A gyermek fejlődésében betöltött szerep szerint megkülönböztethetünk elsődleges és másodlagos szocializációs színtereket.

Az elsődleges szocializáció jellemzői:

- Ez az életünk korai, legfontosabb éveiben zajlik.
- Ebbe születünk bele.
- A szocializáció azoknak a személyeknek a közreműködésével történik, akikhez a gyermek érzelmileg kötődik, tehát a család által.
- A meghatározó emberek támogatásával szerzünk tapasztalatokat, tanuljuk meg a nyelvet, a normákat, és értelmezzük a világot.
- Amit a korai években tanulunk, az később beépül a személyiségünkbe, és ez adja az alapját az identitásunknak.
- Az érzelmi kötelékek nagyon fontosak, nem helyettesíthetőek.
- A tanulás, valamint az értékek és normák elsajátítása során kiemelt szerepe van annak, hogy azonosulunk azokkal az emberekkel, akik fontosak számunkra.

Másodlagos szocializáció jellemzői:

- A családon túli tapasztalatokat foglalja magában (iskola, munka, társas kapcsolatok).
- A szocializációs hatások közvetítői azok az emberek, akikkel találkozunk, és akik hatással vannak ránk, új nézőpontokat mutatnak be.
- Ezek az emberek főleg a pozíciójuk vagy szerepük miatt kerülnek kapcsolatba velünk, mint például az óvó néni vagy az edző.

- Az egyén a különböző helyzetekben szerzett tapasztalatait általánosítja, és kiterjeszti másokra, függetlenül attól, hogy kik ők.
- Mi magunk (is) megválaszthatjuk, hogy hol szeretnénk tapasztalatokat szerezni. (Megoldásközpont/Lexikon/Szocializáció, 2024)

A gyermek személyiségfejlődésében a család az elsődleges és legerősebb szocializációs tényező. A családi szocializáció egy dinamikus, kölcsönös folyamat, amelyben nem csak a szülő befolyásolja a gyermeket, hanem a gyermek viselkedése és reakciói is visszahatnak a szülőre. (JGYPK/Mentorháló/Ped.pszich.jegyzet/Családi szocializáció, 2024)

A család, mint mikrorendszer, a legfontosabb színtér a gyermek fejlődésében, ahol a proximális folyamatok nagy hatással vannak rá. A gyermek közvetlen környezete közvetíti, módosítja vagy szűri a tágabb társadalmi hatásokat. A korai szocializáció elsősorban az érzelmek útján történik, ennek alapja a kötődés, ezért a család a legfontosabb színtér ebben a folyamatban. A gyermek szocializációja a személyes én kialakulásával kezdődik. Ahogy a gyermek fejlődik, egyre tágabbá válik a szociális környezete, és egyre több szocializációs hatás éri, így a családon kívüli színterek is egyre jelentősebbé válnak. A szocializáció során gyakran alakulnak ki konfliktusok, mert a gyermek vágyai sokszor szembe kerülnek a környezet által felállított korlátokkal. (Keményné, 2002). (JGYPK/Mentorháló/Ped.pszich.jegyzet/Gyerekkori szocializáció, 2024)

A gyermek szocializációjában a család mellett más szereplők is részt vesznek, és a gyermeket körülvevő szocializációs tér további színterekkel bővül. A másodlagos szocializáció során a gyermekre hatást gyakorló felnőttek (például az óvópedagógusok) a szerepükön keresztül kapcsolódnak be, emellett a kortársak is egyre fontosabbá válnak. Az intézményi szocializáció során szakemberek, például óvópedagógusok és tanárok, támogatják a gyermek fejlődését. Amikor a gyermek óvodába lép, a szülő-gyermek kapcsolat új szintre lép és átalakul. (JGYPK/Mentorháló/Ped.pszich.jegyzet/Intézményi szocializáció, 2024)

Az iskola elsődleges célja, hogy a tanulók megszerezzék, rendszerezzék és tudatosítsák azokat az ismereteket, készségeket és értékeket, amelyeket a társadalom fontosnak tart vagy elfogad, és valamilyen módon legitimizál. A másodlagos szocializáció az egyén életének későbbi szakaszában jelenik meg, amikor a családtól eltérő világértelmezések is előtérbe kerülnek, és a társadalom új rétegeit, különböző hierarchiákat mutatnak meg. Itt – a családdal ellentétben, ahol sok minden "alanyi jogon" jár – az embereket elsősorban a teljesítményük és

tulajdonságaik alapján értékelik, és az elvárások, normák egyre inkább személytelenekké válnak. Az iskola feladatai közé tartozik a munkamegosztásra való felkészítés, a sokoldalú személyiségfejlesztés, valamint az értékek hatékonyabb és homogénizáltabb közvetítése (Ferge–Gazsó, 1986). Az iskolának ezen kívül szerepe van abban is, hogy a családhoz fűződő érzelmi kötelékeket lazítsa, és támogassa a gyermeket a kortárs csoportokba való beilleszkedésben. (Nagy, Szocializációs közegek, 2013)

2.2.2. Harmadlagos és negyedleges szinterek

A családon és iskolán kívüli közeg szabályai lényegesen különböznek a családi és iskolai szocializációs környezet alapelveitől és normáitól. Ennek eredményeként egy olyan szocializációs közeg is létrejön, amely túllép a családon és az iskolán, és más jellegű, mint az előzőek. Mivel ez a közeg később jelenik meg, célszerű „harmadlagos szocializációs közegnek” vagy „szabadidős térnek” nevezni. Ez a harmadlagos közeg nem előre meghatározott hatalmi struktúrára épül fel, és a gyermekekben természetes igényként jelenik meg. A kapcsolatok itt szabadon alakulhatnak ki és szűnhetnek meg, alapvetően a választás szabadságára épül, és az önkéntesség jellemzi, mindezekben eltér az elsődleges (családi) és másodlagos (iskolai) szocializációs terektől. (Nagy, Szocializációs közegek, 2013)

Az elsődleges és másodlagos szocializációs terek mellé ma már egy harmadik típus is felzárkózik: kezdetben a család kiegészítőjeként, később pedig annak ellenpontjaként jelenik meg egy új szocializációs csoportágens (Csepeli, 2006). Miközben a hagyományos szocializációs intézmények, mint a család és az iskola, egyre kevésbé hatnak (Mátóné, 2009), a kortárs csoportok – mint interakciós terek – egyre nagyobb szerepet kapnak (Váriné, 1975). Míg a család normái az engedelmisséget és a tekintély tiszteletét hangsúlyozzák, a kortárs csoport a kölcsönös együttműködésre és megegyezésre épül (Piaget, 1970). A kortárs csoport jelenségében a lényeg nem annyira a tartalom – amely akár deviánsnak is tűnhet –, hanem maga a folyamat, amely önkéntességen és közösségi elvárásokon alapul, és cselekvésre, valamint csoportkonform viselkedésre ösztönöz, túlmutatva az egyéni érdekeken. Az informális csoportok kulcsszerepet játszanak az egyén személyiségfejlődésében (Csepeli, 2006). A szabadidős terek kilógnak a hagyományos intézményesített társadalmi hálózatokból. Az időfelhasználási vizsgálatok és elemzések (Tibori, 2003; Demetrovics–Paksi–Dúll, 2010; Szabó–Bauer, 2001, 2006, 2009) arra mutatnak rá, hogy a szabadidős szféra mintái a kötöttségeken alapuló másodlagos szféra mintái után, némiképp azok ellenpólusaként jelennek

meg, és a felnőttkorig egyre több időt töltenek ki az egyének életében. (Nagy, Szocializációs közegek, 2013)

A negyedleges szintér vonatkozásában: A kulturális identitás formálódása manapság már nagyrészt nem az osztálytermekben, hanem inkább a televíziók és egyéb médiaplatformok terében történik (György, 2002). Ezért érdemes megvizsgálni, hogy a tömegkommunikáció és az internet (akár külön-külön, akár együtt) – „médiatérként” – szocializációs közeget alkothatnak-e. Az új médiatér, amely magában foglalja a tömegkommunikációt és a modern digitális kommunikációs csatornákat, több szempontból hasonlít a szabadidős térhez, hiszen mindkettő alapvetően önkéntes részvételen alapul: az egyének szabadon dönthetnek, hogy igénybe veszik-e az adott felületeket. Mindkettőre jellemző a változékonyság, a kapcsolatok kötetlen létrehozása és megszüntetése, valamint az önkéntesen elfogadott szabályrendszer. Fontos eltérés azonban, hogy míg a tömegkommunikáció jellemzően egyirányú, és kevésbé biztosít lehetőséget a kölcsönös kommunikációra, a modern kommunikációs térben a kapcsolatok kétirányúvá válhatnak, sok esetben anonim módon is. Ez utóbbiban a kölcsönösség lehetősége szintén adott. A tömegkommunikáció egy előre meghatározott hatalmi struktúrára épül, középpontjában a médiamunkások, mint fő közvetítők állnak. A modern kommunikációs platformok ezzel szemben nyitott, piacszerű rendszerben működnek, ahol a belépés és részvétel szinte bárki számára adott, előzetes feltételek nélkül. (Nagy, Szocializációs közegek, 2013)

2.3. Az utazási döntés

Ha szolgáltatóként utazásokat szervezünk, fontos, hogy tudjuk, mi befolyásolja az emberek döntéseit. Figyelembe kell venni azokat a dolgokat, melyek hatással vannak arra, hogy miért, hova és mikor akarnak utazni.

2.3.1. Az utazási döntés elemei

Az utazási döntéseket elsősorban az egyén sajátos szükségletei és vágyai vezérlik. Ezek között megtalálhatóak a fiziológiai és egészségügyi szükségletek, a valahová tartozás, szeretet és elismerés iránti igények, valamint az önmegvalósítás, a tudásvágy, az esztétikai élmények és a változatosság keresése is. Az egyensúlyra való törekvés, illetve az a belső késztetés, hogy időnként kiszabaduljunk a mindennapi kötöttségekből, szintén megjelenik.

Fontos szerepet játszik a szükségletek rangsorolása az utazási döntések meghozatalában. Mindenkinek egyénileg kell eldöntenie, hogy szükségleteit milyen sorrendben elégíti ki, mivel a rendelkezésre álló jövedelem nem elegendő az összes szükséglet kielégítésére.

A turizmus során új emberi kapcsolatok alakulnak ki. Jellemző, hogy az utazások csoportosan történnek, ahol idegenek is összekerülhetnek. Az extrovertált személyiségű utasok könnyen és természetesen kapcsolatot teremtenek a csoport ismeretlen tagjaival, míg az introvertált, zárkózott egyének nehezen viselik el ezt a helyzetet. Számukra kedvezőbb, ha családtaggal, barátal vagy ismerőssel utaznak, mert így elkerülhetik az ismeretlen emberek közelségét.

Az utazási irodák feladata, hogy speciális szervezési tevékenységükkel lehetővé tegyék az egyéni preferenciák szerint utazók számára a különféle túrákat. Az utazás során új kapcsolatok alakulhatnak ki, hiszen a látogató számos emberrel találkozhat az utazás közben és végcélján.

A turisztikai helyváltoztatás anyagilag kockázatos vállalkozás is. Az utazási döntések egyik legfontosabb eleme a pénz. Az utas által megvásárolt turisztikai szolgáltatások sok kockázati tényezőt rejtnek, például azt, hogy megfelelő utazási irodát választott-e, hogy megfelelő szolgáltatást kap-e, és hogy van-e lehetősége kárigényének érvényesítésére. (Sulinet, Tudásbázis, 2024)

2.3.2. Az utazási döntés folyamata

Az utazási döntés egy összetett folyamat, amely a szükséglet felmerülésétől kezdve az információkeresésen át a vásárlás vagy fogyasztás megvalósulásáig terjed. A potenciális turisták az utazási döntésüket a kötelező kiadások után megmaradó, mérlegelhető (idegen szóval: diszkrecionális) jövedelmük és a rendelkezésre álló szabadidő mértéke alapján hozzák meg, és ezt megelőzően - az információgyűjtési szakasz során - számos külső és belső tényező befolyásolja. (Mikropédia, A turizmus rendszere, 2024)

Az utazás (és az ezt megelőző döntés) elemei:

- igény/szándék meghatározása (például pihenés, egészségmegőrzés stb.)
- keresés, értékelés (ajánlatok összegyűjtése, a marketing szerepe a háttérben)
- döntés (termékválasztás)
- utazás
- üdülés a desztinációban

- visszautazás
- emlékek (élmények, fotók, videók)

Az utazást akadályozó tényezők:

- anyagi nehézségek
- egészségügyi állapot (betegség, fogyatékoság)
- mentális okok (félelem, fóbiák)
- családi kööttségek (pl. családtag ápolása)
- egzisztenciális félelem (munkahely elvesztésének félelme)
- az utazás nem kedvelt tevékenység (de szükséges, vagy családtag kedvéért történik)
(T-Modell/A turizmus rendszere és környezete, 2024)

3. Kutatásom helyszíne, a Malomudvar Étterem Cukrászda Panzió és Rendezvényház bemutatása és kommunikáció a színtérben

3.1. A Malomudvar bemutatása

Gyöngyös és környéke Magyarország egyik leghíresebb történelmi borvidéke. A Malomudvar Étterem, Cukrászda és Rendezvényház Gyöngyös határán található, a város pedig a Mátra kapujaként ismert. A vállalkozás három ütemben nyitotta meg kapuit, kezdve 2005-ben.

A komplexum csendes, nyugodt környezetben várja vendégeit, Budapeستől 80, Egertől pedig 53 kilométerre. A közelben található a városi uszoda és termálstrand, mindössze 150 méterre, valamint számos lehetőség kínálkozik lovaglásra, horgászatra és kirándulásra is.

A rendezvényház nevét a mellette álló régi malomépületről kapta, amely évszázadok óta a helyi lakosok számára a tradíció és büszkeség szimbóluma. A rendezvényház egyszerre 560 vendéget képes fogadni. 2007 májusában az udvar részleges rekultivációja során parkosításra került sor, és kialakítottak grillezőt, sparheltet, valamint egy búbos kemencét a hagyományok felidézésére. A szolgáltatások bővítése érdekében 2013-ban megnyílt a panzió is.

Ez a kiváló adottságokkal rendelkező létesítmény egyedi beruházás Gyöngyösön, melynek célja a város és a régió kulturális, üzleti, kereskedelmi és turisztikai életének fellendítése. A Malomudvar hisz abban, hogy a kellemes környezet, a magas színvonalú kiszolgálás és a finom ételek révén új alapokra helyezhetik a minőségi vendéglátást a régióban.

A különtermeik is partnereik rendelkezésére állnak: a termék hasznos alapterülete teraszok nélkül 500 m², befogadóképességük 400-550 fő.

Különtermeikben és az éttermükben lehetőség nyílik:

- rendezvény,
- esküvő,
- meeting,
- üzleti megbeszélés,
- születésnap, névnap, keresztelő,
- osztálytalálkozó, bankett, szalagavató,
- baráti összejövetel,
- üzleti reggeli,
- árubemutató, partnertalálkozó,
- termék promóció,
- csapatépítő tréning,
- konferencia, szimpózium, továbbképzés,
- turistacsoport fogadása programtervekkel,
- sajtótájékoztató, szakmai kiállítás megvalósítására.

A termeket a kifinomult elegancia jellemzi, amelyben megjelennek a régi malom jellegzetes elemei. A kialakítás során igyekeztek beépíteni a malomkerekeket és az eredeti téglákat, amelyek látható módon gazdagítják a belső teret. Két kemence és egy angol stílusú kandalló fokozza a helyiség hangulatát, amelyek jellemzően a téli hónapokban működnek, kellemes meleget biztosítva.

A termék összenyithatóak, és közvetlen teraszkapcsolatuk van mind a földszinten, mind az emeleten. A házhoz zárt parkoló és egy gyönyörű, öreg fákkal árnyékolt kerthelyiség is tartozik. A vendégek számára az egész épületben elérhető ingyenes Wi-Fi-hálózat biztosított. (Malomudvar, 2024)

3.2. Kommunikáció a színtérben

A Malomudvarba térő vendégeket - jómagam és kollégáim által is - tisztelet és figyelem övezte. Munkám során – a kommunikáció témakörében - az alábbiakból indultam ki.

A turizmusban dolgozó szakemberek rendkívül sokféle emberrel – mint vendéggel, mint turistával – és különféle kollégával állnak kapcsolatban a munkavégzésük során. Ez a sokféle emberi kapcsolat színesíti az ember személyiségét, fejleszti problémamegoldó képességét. A szakember hatékonysága, sikeressége azon múlik, hogy miként lép kapcsolatba az érkezővel, s ezt megelőzően milyen kapcsolatot alakított ki munkatársaival.

A megfelelő kommunikáció szerepe kulcsfontosságú. A sikerhez elengedhetetlen, hogy elsajátítsuk az alapvető kommunikációs alapszabályokat és ezzel alapozzuk meg munkánk sikerét. Az emberi kommunikációnak a csekélyebb része verbális, sokkal nagyobb rész a metakommunikatív jelzések halmaza (pl. gesztusok) – ezt fontos tudni -, mely halmazt szintén a – fentiekben taglalt - szocializációs folyamatban formáljuk személyiségünk részévé.

A jó kommunikáció ismérvei:

- figyelem
- tisztelet
- pozitív és előremutató tartalom
- értéket képvisel és közvetít
- nem tolakodó

A metakommunikáció eszközei:

- gesztusok
- mimika
- tekintet
- testtartás
- személyközi távolság
- kulturális jelzések

A szolgáltatást igénybe vevők, tehát a hozzánk érkezők megfigyelése is lényeges a sikeresség szempontjából. A tekintet rendkívül fontos szerepet játszik, hiszen számos

információt szűrhetünk le belőle. Ezen kívül a hangsúly „elemzése” is nagyon hasznos, mivel segítheti a kommunikációs partner megértését.

A testtartás szintén kifejező része a metakommunikációnak, hiszen az emberek testtartásából sok mindent kikövetkeztethetünk a személyiségükről. A személyek közötti távolság pedig a két ember közötti kapcsolat mélységét tükrözi: minél közelebb áll fizikailag a beszédpartner, annál közelebb áll lelkileg is:

- nyilvános zóna (3-4 méter)
- társadalmi zóna (1-3 méter)
- személyes zóna (60-100 cm)
- intim zóna (0-60 cm)

Ezek a zónák tehát pontosan meghatározottak, így első pillantásra is leolvashatók az információk. (Kolozsi, 2018)

A másik ember iránti figyelem, a gondoskodás, az empátia alapvető jellemzője személyiségemnek, de a fenti információkat fókuszban tartva tudatosabb, sikeresebb munkavégzés vált lehetővé, s ezt a hozzáállást kollégáim körében is tapasztaltam.

A gondoskodáson túl a kíváncsiság is meghatározó eleme az alaptermészetemnek, melynek tárgyát pedig az alábbiak szerint vettem górcső alá a helyszínen eltöltött időszakban.

4. Hipotézis

Projekt munkám „A gyermekkori élmények hatása a felnőttkori utazási döntésekre” címet viseli. A cím egyben hipotézis is, azaz feltételezés arról, hogy a gyermekkori élmények hatással vannak a felnőttkori utazási döntésekre.

Tudjuk, hogy a gyermekkori szocializáció színtereiben érkező ingerek elfoglalják a helyüket a személyiségben és teret kérnek a későbbiekben, felnőttként is. Kutatásaim során azt vizsgáltam, hogy a felnőttkori utazási döntések mögött felfedezhetőek-e – s vajon milyen formában manifesztálódó döntésekben - a gyermekkori nyaralások, kirándulások emlékei, konkrét tapasztalatai.

Korábbi megfigyeléseim alapján úgy véltem, hogy vizsgálati módszereim segítségével a hatás „feketén-fehéren” (azaz kimondott szavakban, leírt mondatokban), illetve számokban is mérhető lesz.

5. A vizsgálati módszerek áttekintése

A szakirodalom a kutatási módszerek két alapvető típusát különbözteti meg, a minőségi (idegen szóval: kvalitatív) és a mennyiségi (idegen szóval: kvantitatív) kutatási módszert. Előbbi mentén „betűkben”, utóbbit illetően számokban, százalékban kerestem a válaszokat.

A kvalitatív megközelítés célja, hogy feltárja az általánosan alkalmazható megállapításokat, lehetővé téve a bonyolultabb és mélyebb összefüggések vizsgálatát. Ez a módszer kisebb mintával és kevesebb adattal dolgozik, és leginkább specifikus helyzetek részletes elemzésére alkalmas. Az interjúk a kvalitatív kutatások egyik legelterjedtebb formájaként ismertek.

A minőségi kutatási módszer előnyei:

- ✓ A befogadó jobban megérti, miért csináljuk a kutatást.
- ✓ Belemerülhet a jelenség részleteibe, például a célcsoport vagy célszemély gondolkodásába és reakcióiba.
- ✓ Diszkrétebb környezetet teremt.
- ✓ A kutató közelebb kerül a célcsoporthoz vagy célszemélyhez.
- ✓ A befogadó is könnyebben kapcsolódik a kutatás fontosságához.

A kvantitatív megközelítés lényege a számszerűsítés, vagyis az emberi tulajdonságok és viselkedési mintázatok mérhető, pontos adatokká alakítása. E módszer segítségével a kutatási hipotézisek és feltételezések megfelelően alátámaszthatóak, mivel a kapott adatok lehetővé teszik a válaszok szabályszerűségei szerinti csoportosítását. A kvantitatív módszer választ ad a kutatás alapvető kérdéseire, például „mennyi?”, „hányan?” vagy „hány százalékban?”. Ezeket az adatokat mennyiségi mutatóknak nevezzük, és a leggyakrabban kérdőíves kutatás formájában alkalmazzák.

A mennyiségi kutatási módszer előnyei:

- ✓ Segít rendezni a kutatás eredményeit.
- ✓ A kutató gyorsan hozzáférhet sok információhoz
- ✓ A kvantitatív eredményekből megalapozott, általános következtetéseket lehet levonni.
- ✓ A kvantitatív adatok könnyen érthetőek, így gyorsabban feldolgozhatók.

A választott kvalitatív és kvantitatív módszer:

- a kvalitatív kutatás során: félig strukturált interjú,
- a kvantitatív kutatás során: kérdőíves kutatás, írásos formában elkészített online felmérést alkalmazva.

Célcsoport:

- a kvalitatív kutatás során: a Malomudvar Étterem Cukrászda Panzió és Rendezvényház vendégköre,
- a kvantitatív kutatás során: az online kérdőívet kitöltő szegmentált célszemélyek halmaza.

Vizsgálódásaimat a szakmai gyakorlatom helyszínén, kvalitatív módon kezdtem, interjúkat készítve.

5.1. Kvalitatív kutatás: az interjú és annak strukturáltsági szintje, vázlata

Az interjú egy irányított beszélgetés, amely kérdések és válaszok sorozatából áll. Általában két vagy több személy között zajlik, és célja, hogy az interjú készítői információkat szerezzenek az alanytól egy előre kijelölt témában. Az interjúknak három fő típusa van: strukturálatlan, félig strukturált és strukturált.

- A strukturálatlan interjú során az alany szabadon kifejtheti gondolatait a témában.
- A félig strukturált interjú esetében előre megfogalmazott kérdéseket alkalmaznak, de az interjúztató a helyzetnek megfelelően változtathat rajtuk.
- A strukturált interjúban az alany kizárólag az előre összeállított kérdésekre válaszol, és az interjúztató nem térhet el a kérdésektől.

A félig strukturált és strukturált interjúk előnye, hogy lehetővé teszik a válaszok összehasonlítását és az egységes szempontok szerinti értékelést. (Közszolgálati Online Lexikon/Interjú, 2024)

Kutatásom során a félig strukturált interjúkészítési módszer mellett döntöttem, mert résztvevő központú, rugalmas, alkalmazkodóképes, mélyreható megismerést tesz lehetővé.

A félig strukturált interjúk kiválóan alkalmasak összetett, mélyebb megértést igénylő témák alapos feltárására. Ezek az interjúk különösen értékesek, amikor a kutatók célja a résztvevők

nézőpontjainak, tapasztalatainak és történeteinek rugalmas, nyitott megközelítése. E módszer ideális választás, ha a kutatás célja a különböző nézőpontok feltárása, minták és visszatérő témák azonosítása, valamint az egyének gondolatainak és érzéseinek mélyebb megértése.

Továbbá a félig strukturált interjúk elősegítik a kutatók és a résztvevők közötti kapcsolat és együttműködés kialakítását, mivel alkalmat biztosítanak tartalmas és interaktív beszélgetésekhez. Ez a módszer lehetőséget ad arra, hogy a kutatók részletesen megvizsgálják a résztvevők tapasztalatait, miközben biztosítja az adatgyűjtés rugalmasságát és sokoldalúságát. (Mind the Graph/Félig str.int., 2024)

A panzió vendégeinek a „megnyerése” – saját tapasztalatomban - nem volt nehéz. Mindennapi jelenség, hogy az emberek beszélgetnek, és gyakran látható, hogy élvezettel teszik ezt. Azért folytatnak beszélgetéseket, hogy jobban megismerjék egymást, hogy saját magukról mesélhessenek, vagy egyszerűen csak hogy ne érezzék magukat egyedül. A beszélgetés tehát teljesen emberi szükséglet. (Tett Consult/Interjú, kérdőív és adatbázisok gyűjtése, 2024)

Volt módom családdal, párban, illetve egyedül érkező vendékekkel is beszélgetni. Őszinte kíváncsiság, ugyanakkor az „interjúalany” tisztelete itatta át kérdéseimet, melynek köszönhetően sok hasznos információhoz jutottam.

Interjúvázlattal készültem természetesen, az alábbiak szerint:

- ✓ Gyakran utazik?
- ✓ Belföld/külföld/is-is?
- ✓ Hogyan talál úti célt?
- ✓ Előfordult már, hogy gyermekkori élmény határozta meg felnőttkori úti célját?
- ✓ Mely utazási cél(ok) a kedvence(i)?
- ✓ Mely utazási cél(ok)ról van gyermekkori élménye?
- ✓ Ön általában kivel/kikkel utazik együtt?
- ✓ Gyermekkorában kivel/kikkel utazott együtt?
- ✓ Általában milyen típusú szállásokat vesz igénybe?
- ✓ Gyermekkorában jellemzően hol szálltak meg?
- ✓ Milyen járművet használ utazásai során?
- ✓ Gyermekkorában milyen járművel használtak, ha elutaztak?
- ✓ Milyen hosszú utazásokat részesít előnyben?

- ✓ Gyermekkorában jellemzően milyen hosszú utazásokon vett részt?
- ✓ Kedveli a túrákat (gyalog-, kerékpár-, vízi-, stb.)
- ✓ Amennyiben igen, kivel/kikkel szokott túrázni?
- ✓ Gyermekkorában túrázott?
- ✓ Amennyiben túrázott, kivel/kikkel?
- ✓ Mit gondol, így az eddigi beszélgetés alapján: van hatása a gyermekkori élményeknek a felnőttkori utazási döntésekre?
- ✓ Van olyan - jelen témakört érintő - gondolat, gyermekkori tapasztalat, melyet szívesen osztana meg velem?

5.2. Kvantitatív kutatás: kérdőív alkalmazása az online térben

A témát feltáró ismeretek, attitűdök, vélemények, nézetek, motívumok, szokások, tapasztalatok vizsgálatát az internet – online kérdőív- segítségével is megvizsgáltam. 21 zárt kérdés szolgálta a téma, az összefüggések feltérképezését, 4 tétel nemre, korra, iskolai végzettségre, családi állapotra vonatkozóan kérdezte a válaszadókat, s a kérdőív végén 1 nyitott kérdés szerepelt, ahol saját véleményét is megfogalmazhatott a válaszadó. A zárt kérdések jellemzően listákat kínáltak, melyből 1 vagy több választ lehetett megjelölni, emellett 5 pontos Likert-skála is szerepelt. (lásd: Mellékletek 30.oldal)

6. A vizsgálati eredmények bemutatása

6.1. Tapasztalataim a kvalitatív térben

A Malomudvar Étterem Cukrászda Panzió és Rendezvényház vendégkörét interjúvolva különleges élmény volt, hogy ebben - az egyébként családias - környezetben milyen készségesen és szeretettel idézték fel gyermekkori élményeiket a szálláshelyre érkezők.

17 gyermekes családdal, 12 párral (házastárs/élettárs) és 5 egyedülállóval folytattam beszélgetést a fentiek szerinti interjúvázlat alapján (ez utóbbiak közül hárman barátnőként érkeztek, találkozót szerveztek – volt – egyetemi csoporttársaikkal). A kapott válaszok alapján jellemzően belföldre utazó vendégekkel találkoztam, akik évente többször is utaznak, kirándulnak. Korábbi élményeik és barátaik tapasztalatai meghatározóak voltak jelen választásuk tekintetében, illetve alapvetően a hegyvidékek „szerelmi”, keresik a túrázási lehetőségeket.

„Szüleimmel minden nyáron felkerestük a Mátrát, megmásztuk a Kopasz-hegyet. A kilátás gyönyörű, őszintén mondom, feledhetetlen. Mi annak idején nem jártunk külföldre, de nem volt hiányérzetem, mert az emlékek, amiket ezekből az élményekből gyűjtöttem, örök.” – fogalmazta meg egy édesanya.

Kedvenc utazási célként – a panzió vendégei esetében - a természetjárás vitte el a pálmát, mely a gyermekkorukat tekintve még hangsúlyosabb volt.

A családok, párok más utazási cél esetében is így utaznak együtt. Az egyedülállóak közül voltak, akik elmondták, hogy egyébként jellemzően szintén a párjukkal utaznak, illetve baráti társaságra hivatkoztak. Egy férfi vendégtől - aki bár párkapcsolatban él – azt az információt kaptam, hogy szüksége van minden évben pár nap „elvonulásra”, amikor erdőt járva regenerálódik, s „rendezi gondolatait”. Gyermekkorukat illetően a megkérdezettek a családtagokat, a szülei barátait (baráti házaspárokat és azok hasonló korú gyermekeit) és az osztálykirándulásokat emlegették.

A kedvelt szálláshely típusát tekintve jelenleg a panzió a hangsúlyos az életükben, gyermekkorban sokan jártak a szülők munkahelyéhez köthető vállalati üdülőben. Ez utóbbiról nosztalgiával meséltek, az előbbi vonatkozásában pedig hozzátették, hogy egyébként szívesen választanának többször hotelt (pl. Mátrafüreden, Mátraházán), de akkor nem jutna pénz programokra a környék nevezetességeit illetően (pl. éttermek, fesztiválok, borkóstolók kiadásai).

Az utazások tipikus közlekedési eszköze a múltban és a jelenben is az autó, s szálláshelyen általában 2-6 éjszakát tartózkodnak a megkérdezettek, mely intervallum gyermekkorban inkább 5-7 éjszaka volt, azokban a bizonyos vállalati üdülőben.

A panzió vendégei közül a válaszadóim jellemzően kedvelt tevékenysége a túrázás, melyhez társaságuk a család, a párjuk, barátaik, vagy az „elvonuló” vendégemnek a gondolatai. Gyermekkorból hozott természetszerettként definiálják és jellemzően családhoz, barátokhoz köthető élményként őrzik.

Az interjúk alapján megállapítottam, hogy a gyermekkori élmények jellemzően hatással vannak a felnőttkori utazási döntésekre. Nosztalgikus hangulat szötte át a beszélgetéseket. Egy-egy interjúban szinte tapintható volt a személynek az a vágya, hogy valamely régi, múltbéli érzést szeretne újra átélni. Leginkább egy hely vagy egy időszak volt, amire szívesen visszaemlékeztek. A szálláshelyre érkezők valójában vissza szeretnék volna idézni a régi szép

időket vagy a kellemes gyerek-, fiatalkorukat. Ez alól az „elvonuló” vendég sem volt kivétel, hiszen elmesélte, hogy annak idején édesapja is járta az erdőt, olykor a gyerekeivel (vele és testvérével), olykor egyedül.

6.2. Kvantitatív eredményeim online forrásból

A közösségi médiában megosztott kérdőívet összesen 140-en töltötték ki: túlnyomó többségben nők (87,1%), minden korosztályból, középfokú/felsőfokú (vagy folyamatban lévő felsőfokú) végzettséggel. Élettársi kapcsolatban/házasságban él 39,3%, párkapcsolattal 37,9% rendelkezik (ebből együtt él 24,3%), egyedülálló 22,2 % (ebből korábban élettársi kapcsolatban/házasságban élt 17,9%), 1 személy nem kívánt válaszolni erre a kérdésre.

A válaszadók túlnyomó többsége, 52,1%-a évente többször is utazik, további 33,6% pedig évente 1-2 alkalommal. Akik pár évente egyszer indulnak útnak, vagy már nagyon régen utaztak utoljára, ők a megkérdezettek 14,3%-át alkotják.

A kitöltők szinte valamennyien járták Magyarországot (92,9%), de jellemzően sokan külföldön is megfordulnak (68,6%).

Úti célt keresve utazási irodától nagyon kevesen kérnek segítséget (13,6%), inkább ismerősök, barátok tapasztalataira (60,7%), korábbi élményekre (60%) hagyatkoznak, emellett/ezzel párhuzamosan az internetes portálokat is böngészik (71,4%).

A kérdésre, mely konkrétan célozza meg a gyermekkori élmények befolyásoló szerepét, összesen 67,7%-ban kaptam „igen” választ. Volt már ilyen (40,7%), többször is (25%), mutatják az adatok. Persze voltak, akiknél nem fordult elő ilyen (34,3%), annak ellenére, hogy voltak kellemes gyermekkori utazási élményei (19,3%), vagy épp azért, mert nem voltak ilyenek (15%).

Az utazási célokat tekintve - a jelenben - az üdülő- és kulturális turizmus (80,7% és 78,6%), valamint a természetjárás (59,3%) lettek dobogósok, a gyógyturizmus – éppen lemaradva – a negyedik helyen végzett (54%). A múltban az aranyérmes a természetjárás szerezte meg (58,6%), az üdülő- és kulturális turizmus fej-fej mellett lett második és harmadik (mindkét típus 56,4%), s a gyógyturizmus ebben a „versenyben” is a negyediként végzett (34,3%).

Felnőttként családdal (87,9%), párral (45,7%), barátokkal (szintén 45,7%), néha kollégákkal (10,7%), csoporttal (6,4%), vagy egyedül (3,6%) pakolják meg bőröndjeiket a kérdőívet kitöltők. Gyerekként sokkal meghatározóbb volt a csoportos kalandozás,

pl. osztálykirándulások keretében (43,6%), de természetesen a családi nyaralások voltak a legjellemzőbbek (90%).

Mind a jelenben, mind a múltban a panzió/apartman/vendégház a legtöbbször választott szálláshely (84,3% és 52,1%), de a gyermekkorban másodikként megjelölt vállalati üdülőt (34,3%) később – felnőttként - felváltották a hotelek/villák (61,4%).

Manapság jellemzően autó (94,3%) és repülő (58,6%) az utazások preferált járműve, a „régiben” sokkal kevesebb repülő út (15,7%), viszont több vonatos (38,6%), buszos (29,3%) kirándulás volt, szintén számottevő gépkocsihasználat mellett (73,6%).

Az 1 hetes nyaralások a jelenben is kedveltek (68,6%) és a múltban is népszerűek voltak (61,4%), de úgy tűnik, a pár napos kiruccanások a gyermekkori tapasztalatokhoz képest (33,6%) manapság (60%) gyakoribbá váltak. A 10-14 napos, vagy a 2 hetesnél hosszabb utazások hasonló mértékben jelentek meg a válaszadók életében gyerek-, felnőttkorban (10-14 nap tekintetében: 30,7%-33,6%, 14 napnál hosszabb utazásnál: 7,9%-6,4% a kapott eredmény).

A válaszadók változó gyakorisággal túráznak, illetve tették ezt gyermekként, de úgy tűnik, a „soha” és a „nagyon gyakran” túrázók spektrumában - a jelenben - a legjellemzőbb előfordulással az 5-fokozatú Likert-skála 3. fokozata vált, a múltbéli tapasztalatokra vonatkozó válaszsámok viszonylagos „kiegyenlítetttségéhez” képest.

A túrákhoz csatlakozó társaságot tekintve a család/pár/barátok mindenkori meghatározó szerepén túl a múltban hangsúlyosabb volt a csoportos túrák megjelenése (25%), mint a jelenben (5,7%).

A megkérdezettek jellemzően rendszeresen – kisebb (49,3%) vagy nagyobb (24,3%) összegeket - tesznek félre/használnak fel a fizetésükből erre a célra, de sokaknak egyéb kiadások fontosabbak, így csak akkor tudnak erre szálni, ha marad rá pénzük (26,4%).

A kimagasló többség (69,3%) megfontoltan (nem garaszkodva, de nem is felelőtlenül) bánik a pénzzel a nyaralás alatt, de megjelenik (22,9%) a nagyvonalúság is a költségekben (ők nem számolják a pénzt, elköltik, amit rászántak), s csak egy kicsiny százalékuk (7,9%) kifejezett takarékoskodó (beosztó, szűken mérő), ha elutaznak.

A gyermekkori emlékek alapján a megfontoltság (39,3%) és a takarékoskodás (35%) volt meghatározó, egy kisebb százalék nagyvonalúságot tapasztalt (12,1%), emellett néhányan (19-en, ami 13,6%) nem emlékeztek, mi volt a szüleik hozzáállása akkoriban.

„Van olyan - jelen témakört érintő - gondolat, gyermekkori tapasztalat, melyet szívesen osztana meg velem?” – tettem fel a kérdőív legutolsó kérdését, melyre 20 személytől érkezett válasz. Az alábbiakban idézettek jól érzékeltetik azt a hatást, mely megjelenik a felnőttkori

döntésekben, de szinte valamennyi – itt nem idézett, de mellékletben olvasható - hozzáfűzés tanúságos. Íme:

„Gyermekkoromban rendszeresen kirándultunk, és azóta is gyakran vágyom rá, hogy a szabadidőmet utazással töltssem.”

„Gyerekkoromban is és most is minden nyáron Balaton. Akkor is, ha van másik nyaralás, ki nem hagynám, anélkül nincs nyár.”

„Szüleim először (és utoljára) 15 évesen vittek külföldre (ők sem mentek azelőtt), amióta önálló vagyok, minden évben külföldre utazom legalább egyszer.”

„Szerintem egy családi kirándulás sokkal közelebb hozza a család tagjait. (...) szeretünk helyi emberekkel is ismerkedni és nagyon jól tud esni, ha visszatérünk és emlékeznek ránk az adott helyen.”

„(...) Ha megtehetnénk, sokkal többet utaznék a gyerekeimmel, ugyanúgy, ahogy annak idején velem is tették.”

„(...) a múltbeli élmények - köztük a családi nyaralások emlékei -, soha nem merülnek feledésbe. A választásaimban eddig is szerepet játszott, amit "magammal hoztam (...), nem feltétlenül ugyanoda utaztunk/utazunk (a lehetőségek is különbözőek), de a mintázat valahogy ugyanolyan. Ugyanazokból az elemekből áll.”

7. A vizsgálati eredmények értékelése

7.1. A kvalitatív tartalom elemzése

Az eredmények analízise alapján a gyermekkori élmények hatásai és a nosztalgia jelentős szerepet játszanak a felnőttkori utazási döntésekben. Az alábbi szempontok szerint elemezve:

- a) Interjúalanyok összetétele: A kutatás különböző demográfiai csoportokat vizsgált, köztük családokat, párokat és egyedülállókat. Az egyes csoportok válaszaiból kiderült, hogy a gyermekkori élmények mélyen befolyásolják a jelenlegi utazási preferenciákat.
- b) Belföldi utazások és túrázás: Az interjúk eredményei azt mutatják, hogy a megkérdezettek túlnyomó része évente többször is utazik és különösen a hegyvidékeket részesítik előnyben. A gyermekkori élmények, például a családi kirándulások és a természetjárás, meghatározó hatást gyakorolnak a felnőttkori utazási döntésekre. A válaszadók közül sokan „a természet szerelmesei”, és túrázási lehetőséget keresnek, ami gyermekkori tapasztalataikból eredeztethető.

- c) Nostalgia és élmények újraélése: Az interjúk során kifejezetten érzékelhető volt a nostalgia. A résztvevők gyakran említették, hogy gyermekkori élményeik – mint a családi nyaralások és a szülőkkel vagy barátokkal közös emlékek – inspirálják a jelenlegi utazásaikat. Az interjúkból kiderült, hogy sokan azért térnek vissza bizonyos helyekre vagy keresnek hasonló élményeket, mert szeretnék újra átélni a múltbéli boldog időszakokat.
- d) Szálláshelyek és pénzügyi tényezők: A szállásválasztás terén a panziók népszerűek mind a múltban, mind a jelenben. Gyermekként a válaszadók szülők munkahelyéhez kapcsolódó vállalati üdülőkben töltötték idejüket, amelyekhez nosztalgikus élmények kapcsolódnak. Ugyanakkor felnőttként gyakran a költségvetési korlátok miatt választanak panziót a hotelek helyett, hogy több pénzt tudjanak fordítani helyi programokra.
- e) Utazási eszközök és tartózkodási idő: A leggyakoribb közlekedési eszköz az autó, mind gyermekkorban, mind felnőttként, bár a vonatos és buszos utazások korábban gyakoribbak voltak. A felnőttek általában rövidebb időt (2-6 éjszaka) töltenek el egy szálláshelyen, míg gyermekkorban hosszabb tartózkodás (5-7 éjszaka) volt jellemző.
- f) Egyéni élmények: Az interjúk egyes résztvevői személyes történeteket osztottak meg. Például az egyik férfi vendég kiemelte, hogy minden évben szüksége van egy rövid, „elvonulós” időszakra az erdőben, amit gyermekkori emlékei, apjával való közös erdei kirándulások inspirálnak.

Összegzés: Az interjúk egyértelműen alátámasztják, hogy a gyermekkori élmények, különösen a természethez és családi eseményekhez kötődő tapasztalatok, mélyen befolyásolják a felnőttkori utazási döntéseket és preferenciákat.

A nostalgia és a múltbéli élmények újraélésének vágya tehát erős motivációs tényező az utazások tervezésénél.

7.2. A kvantitatív tartalom elemzése

Az online forrásból származó kvantitatív kutatási eredményeim alapján a válaszadók utazási szokásai szoros összefüggésben állnak gyermekkori élményeikkel. Az elemzésből a következő főbb megállapítások vonhatók le:

- a) Demográfiai összetétel: A kitöltők túlnyomó többsége nő volt (87,1%), különböző korosztályokból, középfokú vagy felsőfokú végzettséggel. Ez fontos a kutatás szempontjából, mivel az eredmények női szemszögből mutatják az utazási szokásokat.
- b) Utazási gyakoriság: A válaszadók több mint fele évente többször utazik, és jelentős részük évente 1-2 alkalommal. Ez arra utal, hogy az utazás jelentős szerepet játszik az életükben, ami alátámasztja a felnőttkori utazási döntések gyermekkori élményekkel való összefüggésének vizsgálatát.
- c) Úticél és információforrások: Az emberek többsége Magyarországon belül, de gyakran külföldre is utazik. Úticél választásánál kevesen támaszkodnak utazási irodákra, inkább saját korábbi élményeikre, barátok ajánlására és online forrásokra hagyatkoznak. Ez kiemeli a gyermekkori élmények fontosságát és az internet szerepét az utazási döntések meghozatalában.
- d) Gyermekkori élmények hatása: A válaszadók 67,7%-a állította, hogy a gyermekkori élmények befolyásolták a felnőttkori utazásaikat, ami alátámasztja a kutatás alapfelvetését. Ezen belül 40,7% jelezte, hogy volt már ilyen hatás, és 25% többször is tapasztalta ezt.
- e) Utazási formák és preferenciák: A jelenlegi utazási célok közül az üdülés és kulturális turizmus a legnépszerűbbek, követve a természetjárást. Gyermekként a természetjárás dominált, ami a felnőttkori preferenciákra is hatással lehetett. A csoportos kalandozás, például osztálykirándulások, szintén gyakori volt gyermekként, míg felnőttként inkább családdal vagy párral utaznak.
- f) Szálláshely és közlekedés: A legnépszerűbb szállástípus a panzió/apartman mind a múltban, mind a jelenben. A közlekedési eszközök terén autóval és repülővel utaznak leginkább manapság, míg a múltban a vonat és busz is gyakran használt jármű volt.

- g) Utazások hossza: A nyaralások időtartamának középpontjában az 1 hetes tartózkodás áll, ugyanakkor a pár napos kiruccanások gyakorisága nőtt a gyermekkori élményekhez képest.
- h) Takarékoskodás és költési szokások: A válaszadók többsége megfontoltan költekezik a nyaralások során, a gyermekkori tapasztalatok alapján szintén a megfontoltság, emellett a takarékoskodás volt a jellemző. Ez azt sugallja, hogy a gyermekkori pénzügyi hozzáállás befolyásolja a felnőttkori költési szokásokat.

Ez az elemzés rávilágít arra, hogy a gyermekkori élmények szignifikáns hatást gyakorolnak a felnőttkori utazási döntésekre, beleértve a preferenciákat, információforrásokat, társasági szokásokat és pénzügyi hozzáállást.

8. Következtetések és javaslatok

8.1 Konzekvenciák a tapasztalatok, eredmények mentén

A kvalitatív és kvantitatív vizsgálati eredmények értelmezése, elemzése folyamán kiderült, hogy a gyermekkori élmények jelentősen befolyásolják a felnőttkori utazási döntéseket.

A kvalitatív térben szerzett tapasztalatok során a Malomudvar Étterem Cukrászda Panzió és Rendezvényház vendégeivel folytatott interjúk különleges élményeket nyújtottak. A beszélgetésekben résztvevők – családok, párok és egyedülállók – nyitottan és szívesen osztották meg gyermekkori élményeiket. Az interjúk során kiderült, hogy a legtöbb válaszadó belföldön utazik, és szívesen tér vissza gyermekkori nyaralási helyszínekre, jelen esetben a hegyvidékekre, túrázni is.

A vendégek nosztalgikus élményeket idéztek fel, és sokan elmondták, hogy a múltbeli családi nyaralások, baráti kirándulások hatással vannak jelenlegi utazási szokásaikra. A túrázás, természetjárás kiemelkedően fontos szerepet játszott/játszik a gyermekkori és a felnőttkori utazásaikban egyaránt.

Az interjúk alapján megállapítható, hogy a gyermekkori élmények számottevő hatással vannak a felnőttkori utazási döntésekre, és a válaszadók többsége azokat a helyeket és tevékenységeket keresi, amelyekhez pozitív gyermekkori emlékei fűződnek.

A kvantitatív eredmények alapján elmondható, hogy sok válaszadó felnőttkori utazási döntéseit gyermekkori nyaralási élményei inspirálják.

A kérdőíves felmérésben részt vevők többsége azt a visszajelzést adta, hogy gyermekkori tapasztalataik, mint például a családi nyaralások és kirándulások, erőteljesen befolyásolják jelenlegi utazási preferenciáikat.

A felmérés alapján kulcsfontosságú:

- ✓ A válaszadók jelentős része szívesen tér vissza korábbi nyaralási helyszínekre.
- ✓ A kutatás rámutatott arra is, hogy a felnőttkori utazási döntéseket gyakran családi élmények inspirálják, amelyek során a gyermekkori tapasztalatok és emlékek újraélése kiemelt szerepet játszik.

8.2. Javaslatok a turisztikai tervezés vonatkozásában

A kutatás alapján tehát a gyermekkori élmények szignifikáns hatással vannak a felnőttkori utazási döntésekre, tehát javaslatként megfogalmazható, hogy a jövőben érdemes lenne ezt több területen hangsúlyosabban is figyelembe venni, úgy mint:

- a) Turisztikai marketingstratégiák (fő elemei: piackutatás, célcsoport meghatározása, márkaépítés, kommunikációs csatornák, promóciók és kampányok, értékelés és visszajelzés): amelynek célja, hogy vonzóvá tegye a turisztikai célpontokat vagy szolgáltatásokat a potenciális látogatók számára. A fogyasztói igények és preferenciák – kutatási eredményeim szerinti - felismerésével, az egyedi értékek és élmények hangsúlyozásával sikeresebben fejlődhetnek a turisztikai vállalkozások.
- b) Desztinációfejlesztés: A turisztikai célpontok tervezésénél és fejlesztésénél a gyermekkori élmények figyelembevétele segíthet olyan programok és látnivalók kialakításában, amelyek nosztalgikus érzéseket keltenek. Például természetjáró ösvények, családi tematikus parkok és kulturális rendezvények kialakítása.
- c) Szolgáltatásfejlesztés: A szálláshelyek és vendéglátóhelyek szolgáltatásaik tervezésekor olyan elemeket építhetnek be, amelyek gyermekkori emlékeket idéznek fel, például hagyományos helyi ételek, régi játékok vagy közös programok a család számára.
- d) Ügyfélélmény: Az ügyfélélmény személyre szabása során a vendégek gyermekkori élményeinek megismerése segíthet abban, hogy egyedi, emlékeztető élményeket nyújtsanak. Ez növeli a vendégek elégedettségét és hűségét.

- e) Idegenvezetés és programok szervezése: Az idegenvezetők és programszervezők személyre szabott túrákat és eseményeket kínálhatnak, amelyek a nosztalgia élményét erősítik, például történelmi túrák, tradicionális kézműves foglalkozások vagy családi programok.
- f) Családi turizmus promóciója: A gyermekkori élmények figyelembevételével erősíthető a családi turizmus szegmense, ahol a szülők olyan utakat tervezhetnek, amelyek gyermekeik számára hasonló élményeket biztosítanak, mint amelyeket ők éltek át fiatalokként.
- g) Fenntarthatósági és közösségi kezdeményezések: A gyermekkori természetjárás és kirándulások hangsúlyozása elősegítheti a természetvédelem és fenntartható turizmus fontosságának közvetítését, például ökoturisztikai programok létrehozásával és népszerűsítésével. (Ökoturisztikai, azaz: felelős és fenntartható utazás, ahol a növényvilág, az állatvilág és a kulturális örökség az elsődleges vonzerő, emellett elősegíti a környezet és a kultúra megértését, megbecsülését és megőrzését.)
- h) Turisztikai oktatás és képzés: Az idegenforgalmi képzési programok során a gyermekkori élmények beépítése a tantervbe segíthet a jövőbeni szakemberek számára, hogy jobban megértsék a motivációk mögötti pszichológiai tényezőket és a személyes élmények szerepét a turizmusban.

8.3. További vizsgálatokat, a téma továbbfejlesztését illető javaslataim

Az alábbi lehetőségeket azok gyakorlati haszna miatt látom megfontolandónak:

- a) Kvalitatív mélyinterjúk szélesebb körben: Érdekes lenne a vizsgálatot kibővíteni több demográfiai csoport bevonásával, például különböző korcsoportok, különböző földrajzi régiók lakosaival. Ez segíthet feltárni, hogy a gyermekkori élmények felnőttkori utazási döntésekre gyakorolt hatása hogyan változik az életkorral vagy régióként.
- b) Kulturális különbségek vizsgálata: A kutatásba bevonni olyan résztvevőket, akik más országokban nőttek fel, hogy összehasonlítható legyen, miként befolyásolják a különböző kultúrák gyermekkori élményei a felnőttkori utazási döntéseket.

- c) Kvantitatív elemzések kibővítése: Nagyobb mintaszámú, statisztikailag szignifikáns adatgyűjtés, amely lehetővé teszi a mélyebb korrelációs és regressziós elemzéseket a gyermekkori élmények és a felnőttkori utazási döntések között.
- d) Turisztikai motivációk hosszútávú hatásai: Vizsgálni, hogy a gyermekkori élmények hogyan befolyásolják a felnőttek hosszútávú turisztikai preferenciáit, például a rendszeres visszatérést ugyanazon desztinációkra, vagy az új helyek felkeresésének igényét.
- e) Marketingstratégiai alkalmazás: A kutatás alapján olyan stratégiák tesztelése, amelyek a gyermekkori élményekre alapozott turisztikai ajánlatokat, kampányokat dolgoznak ki, és ezek hatékonyságának mérése a látogatói visszajelzések alapján.

9. Összefoglalás

A projektmunka a gyermekkori élmények és a felnőttkori utazási döntések közötti kapcsolatot vizsgálja. A kutatás során interjúkat és online kérdőíveket használtam az adatgyűjtéshez, és az eredmények mindkét módszernél arra utalnak, hogy a nosztalgikus emlékek meghatározó szerepet játszanak a felnőttkori utazások tervezésében. Rávilágít arra, hogy a szocializáció különböző szinterei (család, iskola), s az ott átéltek meghatározó szerepet játszanak az egyén utazási szokásainak kialakulásában. A kvalitatív és kvantitatív kutatások alapján kiderül, hogy a gyermekkori családi nyaralások és pozitív élmények jelentős mértékben befolyásolják, hogyan választanak az emberek utazási célpontokat felnőttkorukban.

A dolgozat célkitűzései, amelyek a gyermekkori élmények és a felnőttkori utazási döntések összefüggéseinek feltárására irányultak, tehát sikeresen megvalósultak. A kvalitatív interjúk és kvantitatív kérdőívek egyértelműen alátámasztották, hogy a gyermekkori tapasztalatok jelentős hatással vannak a felnőttek jelenlegi utazási szokásaira és motivációira. A kutatás bemutatta a nosztalgia és a pozitív emlékek újraélésének fontosságát, és rámutatott, hogy a gyermekkori élmények hatása mélyen beágyazódik a felnőttkori döntéshozatalba.

A dolgozat a Malomudvar Étterem, Cukrászda, Panzió és Rendezvényház – mint szakmai gyakorlati helyszín - példáján keresztül is fókuszál a turisztikai szolgáltatások szerepére, a turisztikai marketing és kommunikáció fontosságára. A kutatás rámutat arra, hogy a potenciális utazók igényeinek, motivációinak és preferenciáinak megértése, majd ezek alapján vonzó

ajánlatok és kommunikációs üzenetek kidolgozása kiemelkedően fontos szerepet játszik a felnőttek utazási döntéseinek befolyásolásában.

Összességében a dolgozat eredményei relevánsak és hasznosak a turisztikai szektor számára, különösen a marketingstratégiák és desztinációfejlesztési tervek kidolgozásakor. További kutatások tervezhetőek ahhoz, hogy a gyermekkori élmények befolyásának még árnyaltabb képe táruljon fel, és hogy ezek az ismeretek szélesebb körben is alkalmazhatók legyenek.

10. Mellékletek

10.1 Az alkalmazott online kérdőív



A gyermekkori élmények hatása a felnőttkori utazási döntésekre

B *I* U  

Ócsai Abigél Szófia vagyok,

a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karának Turizmus-vendéglátás szakos hallgatója, turizmus szakirányon.

A projektmunkám címe, melyben kutatást végzek:

"A gyermekkori élmények hatása a felnőttkori utazási döntésekre"

Szeretném felmérni, hogy a gyermekkori utazási szokások, tapasztalatok hogyan hatnak későbbi választásainkra.

Készítettem egy kérdőívet, melynek segítségével szeretnék képet kapni az esetleges összefüggésekről.

A kérdőív természetesen teljesen anonim, az eredményeket kizárólag kutatásom céljára használom fel.

Köszönöm, hogy válaszaival segíti a munkámat!

Kérem ossza meg a kérdőív linkjét ismerőseivel is!

Szokott utazni/nyaralni/kirándulni? *

- évente többször
- évente 1-2 alkalommal
- pár évente 1-szer
- nagyon régen utaztam utoljára

Ha igen, akkor Magyarországon, külföldön vagy is-is? *

Magyarországon

külföldön

Hogyan talál úti célt? /több válasz is lehetséges/ *

internetes portálokat böngészve

utazási iroda segítségével

ismerősök és barátok tapasztalatai, javaslatai alapján

korábbi élményeimre hagyatkozva

Előfordult már, hogy gyermekkori élmény határozta meg felnőttkori úti célját? *

igen, többször is

igen, volt már ilyen

nem fordult elő (a kellemes gyermekkori utazási élmények ellenére)

nem fordult elő (nincsenek kellemes gyermekkori utazási élményeim)

Az alábbiak közül mely utazási cél(ok) a kedvence(i)? /több válasz is lehetséges/ *

üdülturizmus (pl. tengerpart, wellness központ)

kulturális turizmus (pl. városnézés)

kalandturizmus (pl. hegymászás)

sportturizmus (pl. sportesemény)

gyógyturizmus (pl. gyógyfürdő)

vallási turizmus (pl. szent hely)

bevásárló turizmus (pl. piaci vásár)

természetjárás (pl. erdei kirándulás)

Az alábbiak közül mely utazási cél(ok)ról van gyermekkori élménye? /több válasz is lehetséges/ *

- üdülőturizmus (pl. tengerpart, wellness központ)
- kulturális turizmus (pl. városnézés)
- kalandturizmus (pl. hegymászás)
- sportturizmus (pl. sportesemény)
- gyógyturizmus (pl. gyógyfürdő)
- vallási turizmus (pl. szent hely)
- bevásárló turizmus (pl. piaci vásár)
- természetjárás (pl. erdei kirándulás)
- egyikről sem

Ön általában kivel/kikkel utazik együtt? /több válasz is lehetséges/ *

- családdal/családtaggal
- barátal/baráti társasággal
- párommal (barát/barátnő a párkapcsolatban)
- kollégákkal
- csoporttal (szervezett utak)
- egyik sem, egyedül utazom

Germekkorában kivel/kikkel utazott együtt? /több válasz is lehetséges/ *

- családdal/családtaggal
- barátal/baráti társasággal
- csoporttal (pl. osztálykirándulás)
- egyik sem, nem volt ilyen élményem

Általában milyen típusú szállásokat vesz igénybe? /több válasz is lehetséges/ *

- hotel/villa
- panzió/apartman/vendégház
- kemping/turistaház
- vállalati üdülő
- saját/rokon/barát/ismerős tulajdonában lévő nyaraló
- airbnb/magánház

Gyermekkorában jellemzően hol szálltak meg? /több válasz is lehetséges/ *

- hotel/villa
- panzió/apartman/vendégház
- kemping/turistaház
- vállalati üdülő
- saját/rokon/barát/ismerős tulajdonában lévő nyaraló
- airbnb/magánház
- egyik sem, nem volt ilyen élményem

Milyen járművet használ utazásai során? /több válasz is lehetséges/ *

- repülő
- autó
- vonat
- busz

Gyermekkorában milyen járművet használtak, ha elutaztak? /több válasz is lehetséges/ *

- repülő
- autó
- vonat
- busz
- egyik sem, nem volt ilyen élményem

Milyen hosszú utazásokat részesít előnyben? /több válasz is lehetséges/ *

- pár napos
- 1 hetes
- 10-14 napos
- 2 hetesnél hosszabb

Gyermekkorában jellemzően milyen hosszú utazásokon vett részt? /több válasz is lehetséges/ *

- pár napos
- 1 hetes
- 10-14 napos
- 2 hetesnél hosszabb
- egyik sem, nem volt ilyen élményem

Szokott túrázni (gyalog-, kerékpár-, vízi-, stb.)? *

	1	2	3	4	5	
soha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	nagyon gyakran

Amennyiben igen, kivel/kikkel szokott túrázni? /több válasz is lehetséges/ *

- családommal/családtaggal
- baráttal/baráti társasóggal
- párommal (barát/barátnő a párkapcsolatban)
- kollégákkal
- csoporttal (szervezett túrák)
- egyedül
- nem szoktam túrázni

Gyermekkorában túrázott? *

- | | | | | | | |
|------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| soha | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | nagyon gyakran |

Amennyiben túrázott, kivel/kikkel? /több válasz is lehetséges/ *

- családommal/családtaggal
- barát/baráti társaság
- csoporttal (szervezett túrák)
- egyedül jártam túrázni
- nem jártam túrázni

Mennyi pénzt szán utazásra/nyaralásra/kirándulásra?

- rendszeresen - nagyobb összegeket - teszek félre/használok fel a fizetésemből erre a célra
- rendszeresen - kisebb összegeket - teszek félre/használok fel a fizetésemből erre a célra
- egyéb kiadások fontosabbak, így csak akkor tudok erre szánni, ha marad rá pénzem

Utazás/nyaralás/kirándulás során hogyan bánik a pénzzel?

- nagyvonalúan (nem számolom a pénzt, elköltöm, amit rászántam)
- megfontoltan (nem garasoskodom, de nem vagyok felelőtlen)
- takarékoskodva (kifejezetten beosztóan, szűken mérve)

Gyermekkorában szülei utazás/nyaralás/kirándulás során hogyan bántak a pénzzel?

- nagyvonalúan
- megfontoltan
- takarékoskodva
- nem emlékszem

A kérdőív utolsó része következik. Kérem, adja meg a nemét! *

- nő
- férfi
- nem kíván válaszolni

Kérem, adja meg az életkorát! *

- 18-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 év felett
- nem kíván válaszolni

Mi a legmagasabb iskolai végzettsége? *

- alapfokú végzettség
- középfokú végzettség
- folyamatban lévő felsőfokú végzettség
- befejezett felsőfokú végzettség
- nem kíván válaszolni

Mi az Ön jelenlegi családi állapota? *

- egyedülálló vagyok (nem életem élettársi kapcsolatban/házasságban)
- egyedülálló vagyok (korábban élettársi kapcsolatban/házasságban életem)
- párkapcsolatban vagyok (nem élünk együtt)
- párkapcsolatban vagyok (együtt élünk)
- élettársi kapcsolatban/házasságban élek
- nem kíván válaszolni

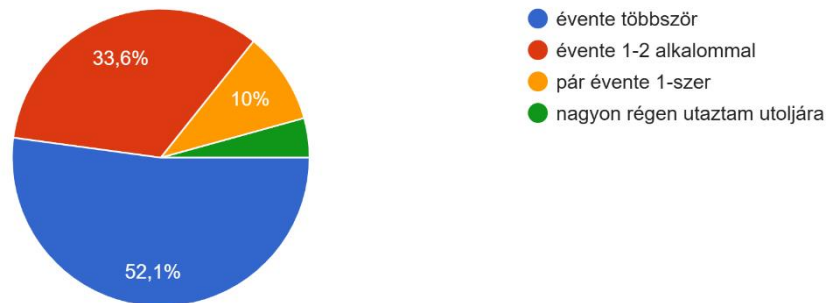
Van olyan - jelen témakört érintő - gondolat, gyermekkori tapasztalat, melyet szívesen osztana meg velem?

Hosszú szöveges válasz

10.2 Az alkalmazott online kérdőívre kapott válaszok grafikonos megjelenítése

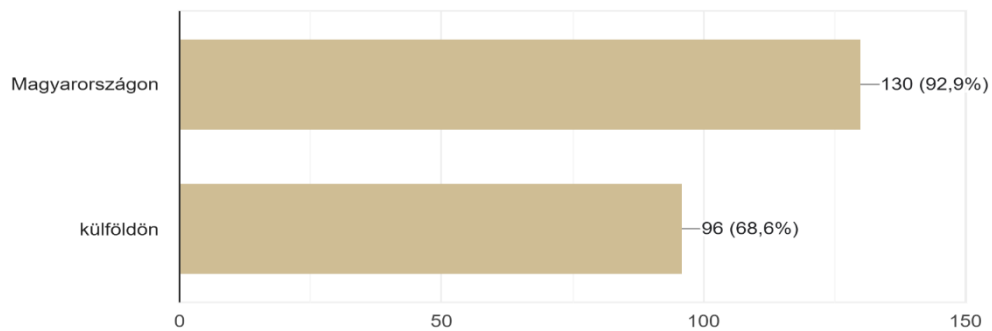
Szokott utazni/nyaralni/kirándulni?

140 válasz



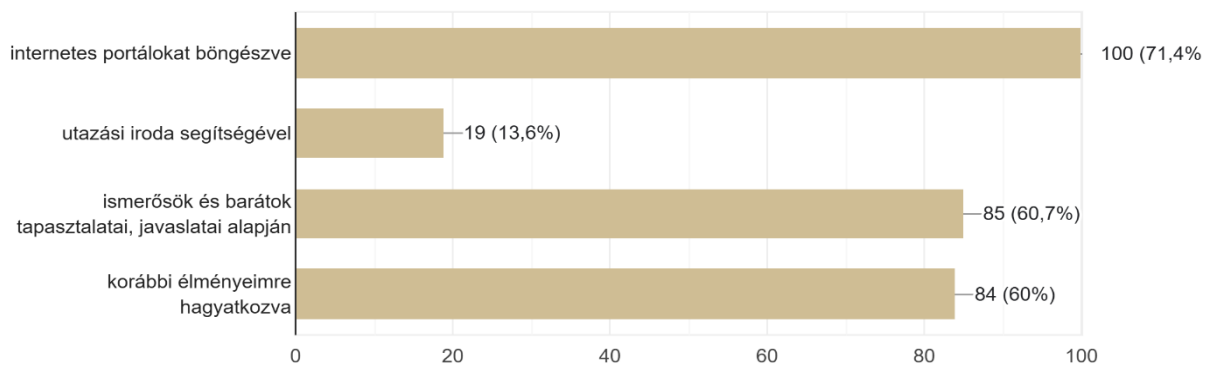
Ha igen, akkor Magyarországon, külföldön vagy is-is?

140 válasz



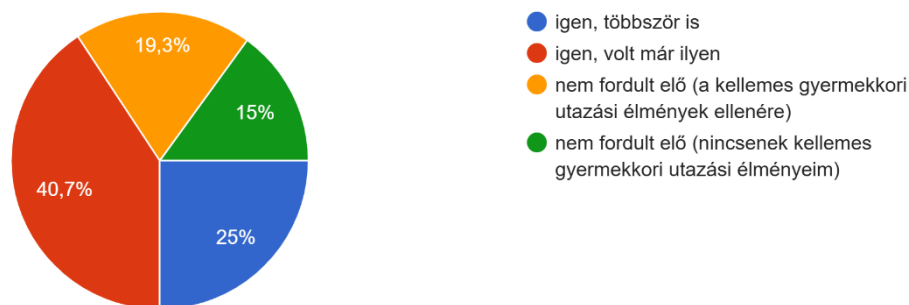
Hogyan talál úti célt? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



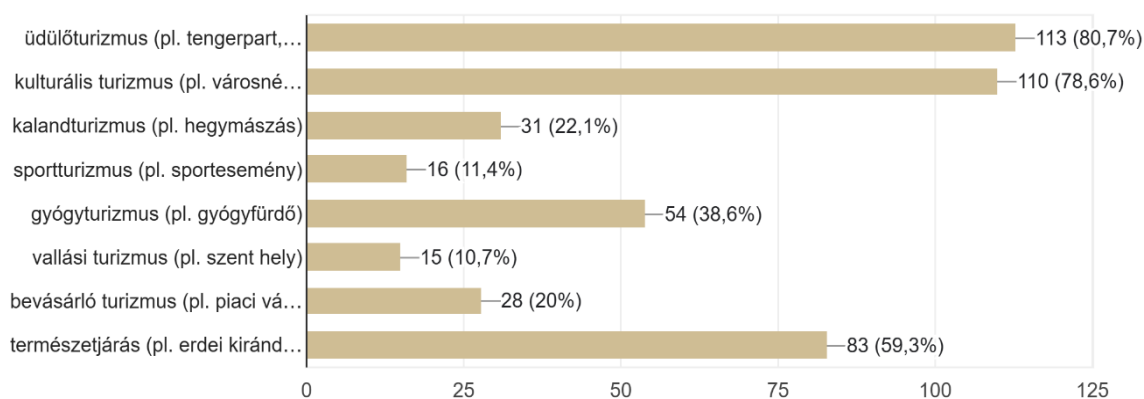
Előfordult már, hogy gyermekkori élmény határozta meg felnőttkori úti célját?

140 válasz



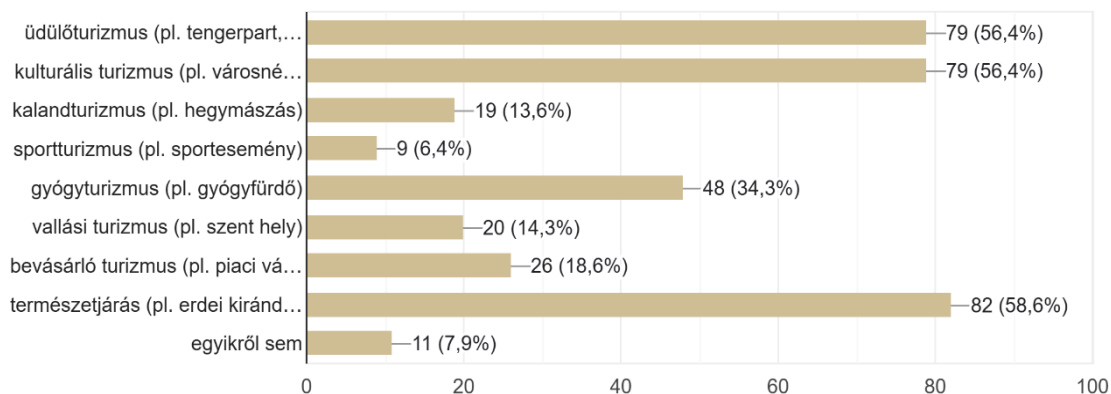
Az alábbiak közül mely utazási cél(ok) a kedvence(i)? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



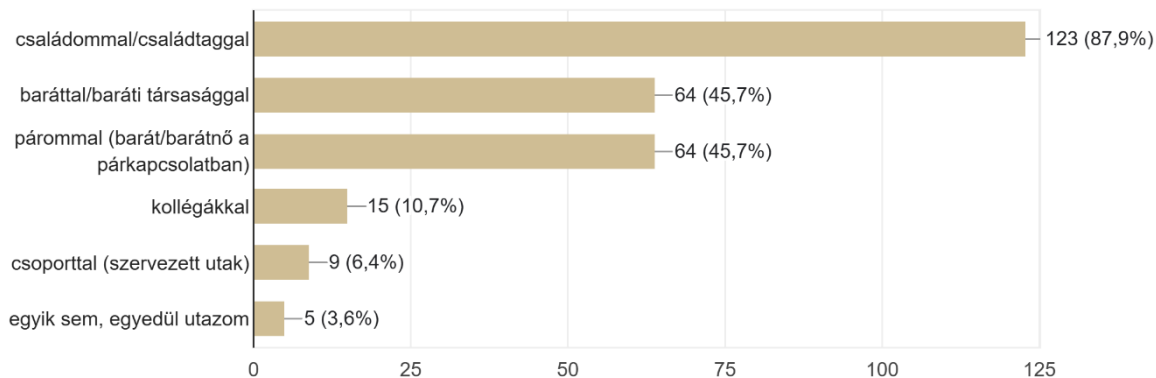
Az alábbiak közül mely utazási cél(ok)ról van gyermekkori élménye? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



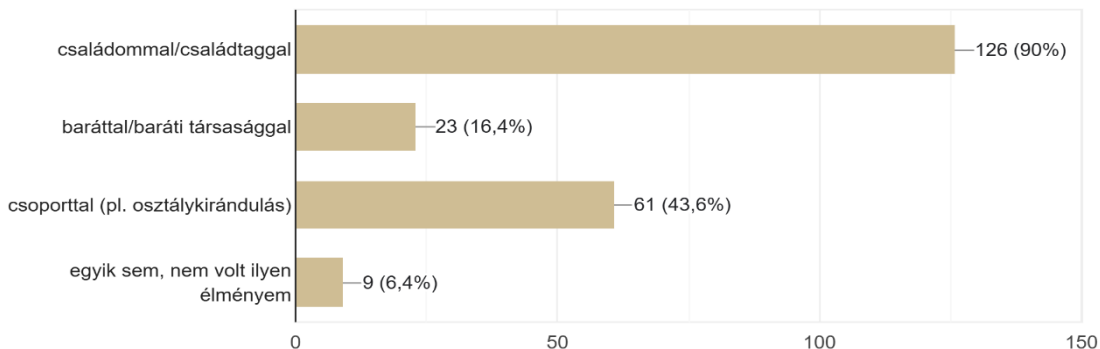
Ön általában kivel/kikkel utazik együtt? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



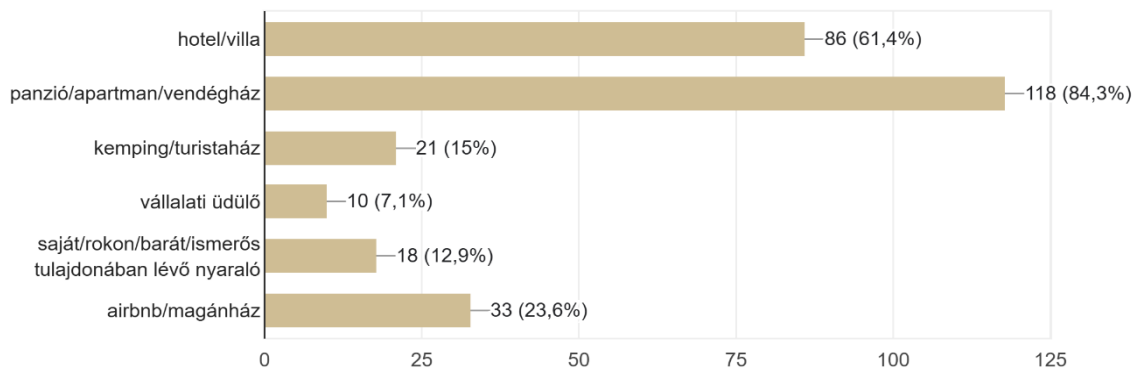
Gyermekkorában kivel/kikkel utazott együtt? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



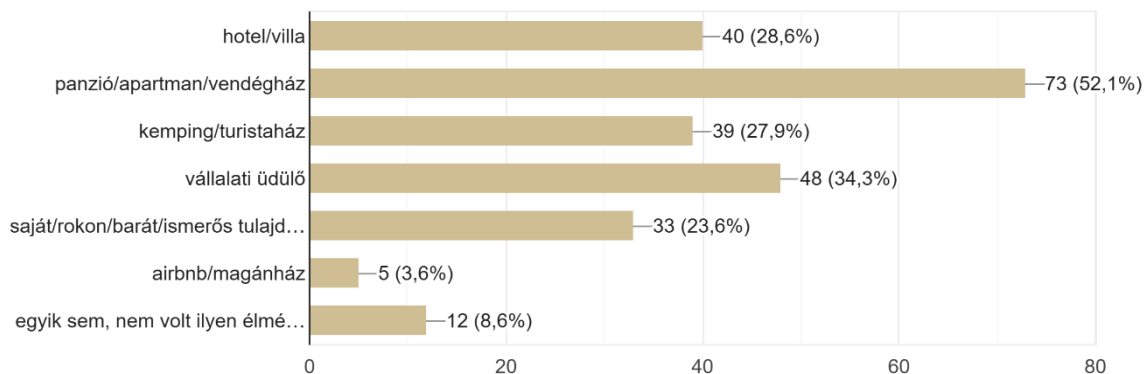
Általában milyen típusú szállásokat vesz igénybe? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



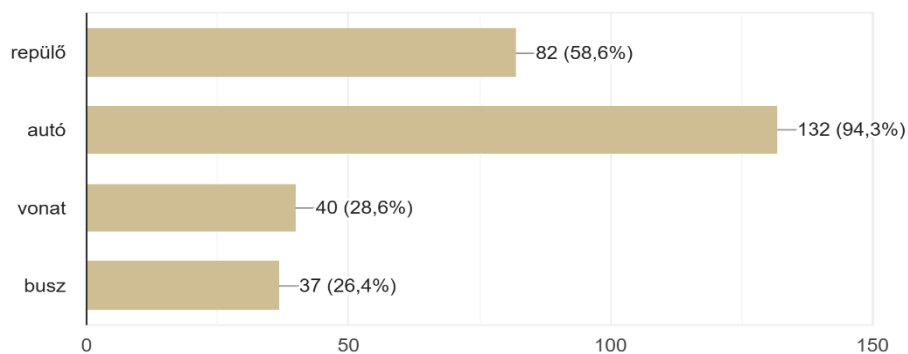
Gyermekkorában jellemzően hol szálltak meg? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



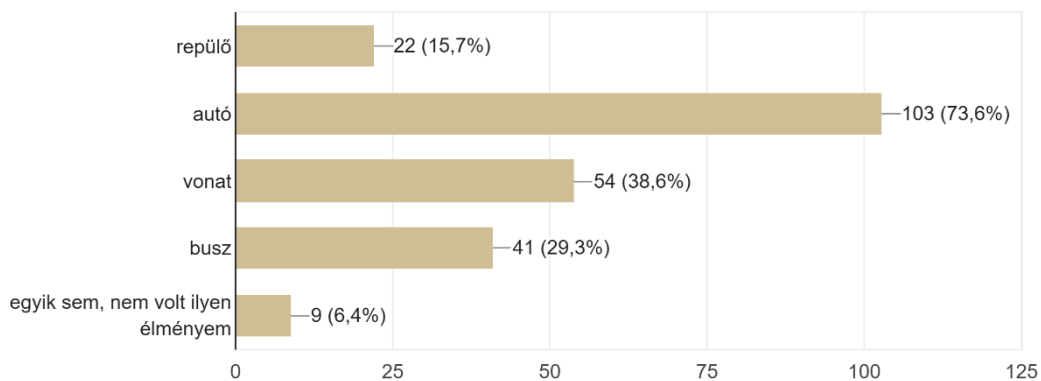
Milyen járművet használ utazásai során? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



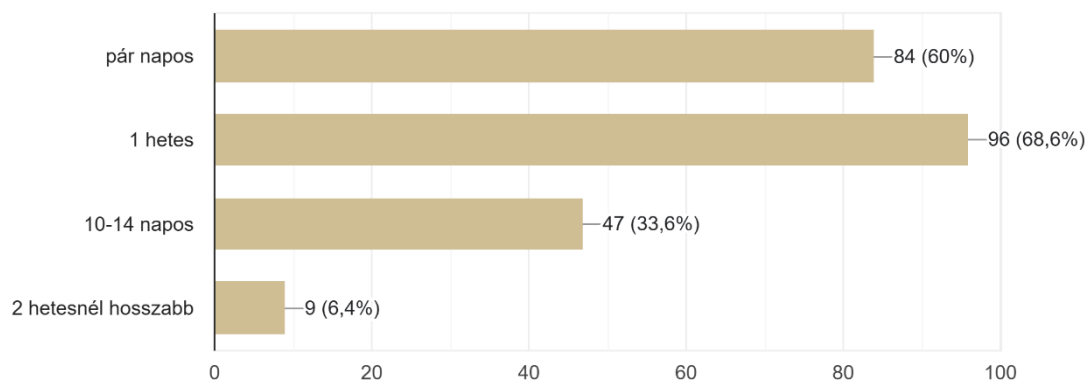
Gyermekkorában milyen járművet használtak, ha elutaztak? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



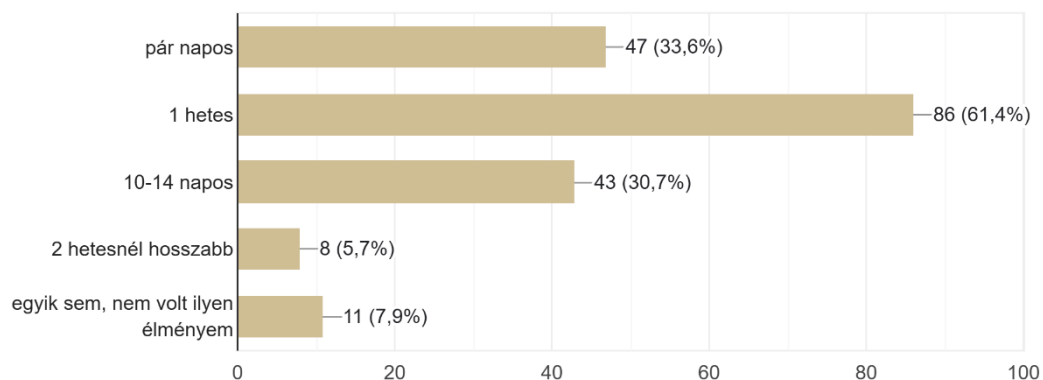
Milyen hosszú utazásokat részesít előnyben? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



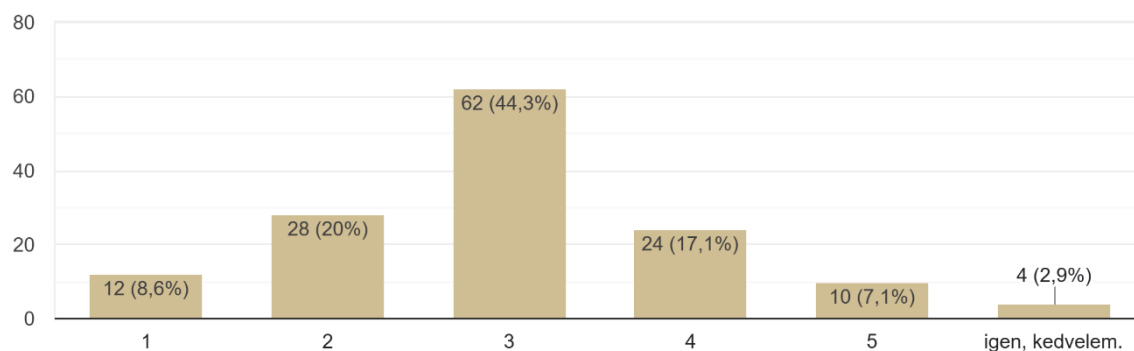
Gyermekkorában jellemzően milyen hosszú utazásokon vett részt? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



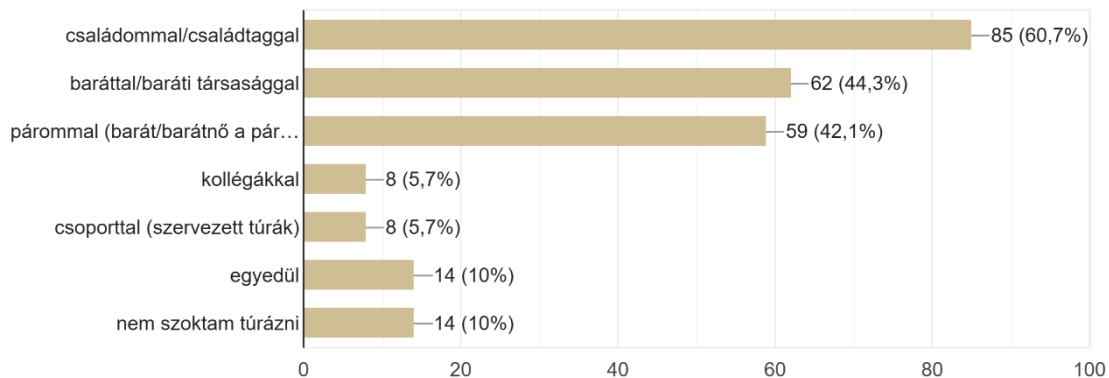
Szokott túrázni (gyalog-, kerékpár-, vízi-, stb.)?

140 válasz



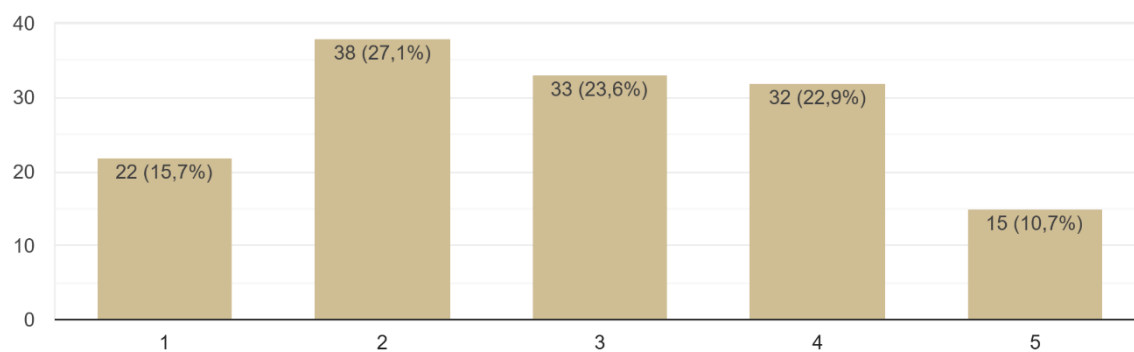
Amennyiben igen, kivel/kikkel szokott túrázni? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



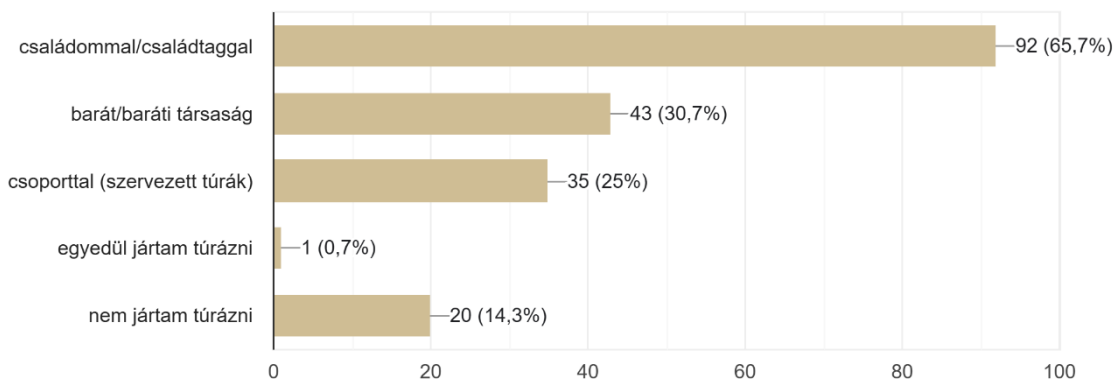
Gyermekkorában túrázott?

140 válasz



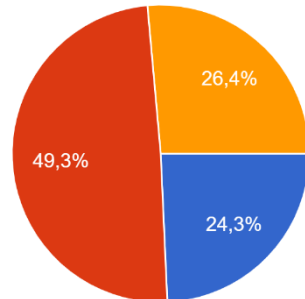
Amennyiben túrázott, kivel/kikkel? /több válasz is lehetséges/

140 válasz



Mennyi pénzt szán utazásra/nyaralásra/kirándulásra?

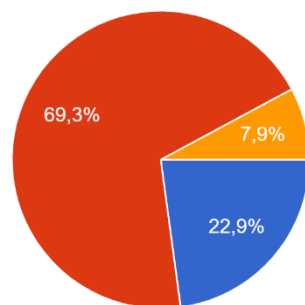
140 válasz



- rendszeresen - nagyobb összegeket - teszek félre/használok fel a fizetésemből erre a célra
- rendszeresen - kisebb összegeket - teszek félre/használok fel a fizetésemből erre a célra
- egyéb kiadások fontosabbak, így csak akkor tudok erre szánni, ha marad rá pénzem

Utazás/nyaralás/kirándulás során hogyan bánik a pénzzel?

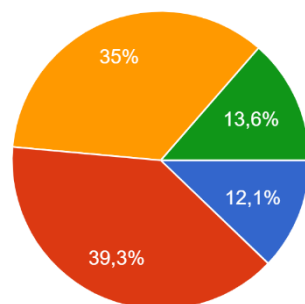
140 válasz



- nagyvonalúan (nem számolom a pénzt, elköltöm, amit rászántam)
- megfontoltan (nem garasoskodom, de nem vagyok felelőtlen)
- takarékoskodva (kifejezetten beosztóan, szűken mérve)

Gyermekkorában szülei utazás/nyaralás/kirándulás során hogyan bántak a pénzzel?

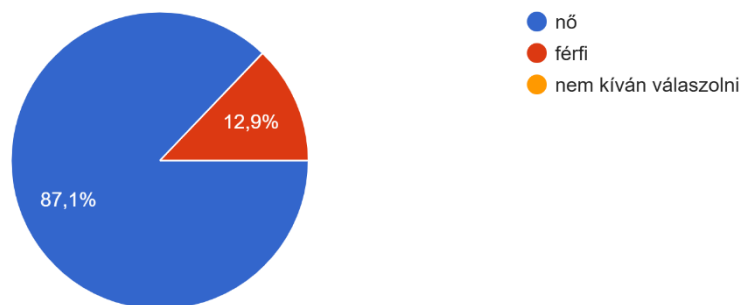
140 válasz



- nagyvonalúan
- megfontoltan
- takarékoskodva
- nem emlékszem

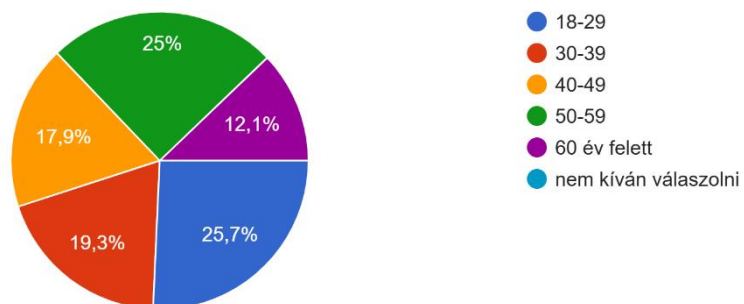
A kérdőív utolsó része következik. Kérem, adja meg a nemét!

140 válasz



Kérem, adja meg az életkorát!

140 válasz



Mi a legmagasabb iskolai végzettsége?

140 válasz



Mi az Ön jelenlegi családi állapota?

140 válasz



Van olyan- jelen témakört érintő- gondolat, gyermekkori tapasztalat, melyet szívesen osztana meg velem? (20/16 válasz)

Az életem során a kedvenc utazásaim mindig a gyermekkori emléeimhez volt köthető.

Mai napig életem legszebb élményei közé tartoznak a családi nyaralásaink, amik nem voltak nagyszabásúak és drágák, de mégis a szüleim tettek érte, hogy különleges élmény legyen a családnak részére.

Sajnos sohasem volt pénzünk utazásra, a szüleim 7/7 napot dolgoztak, mindig a mamámmal, osztálytársammal vagy a szomszéddal voltam, amikor nem volt iskola vagy véget ért.

Gyermekkoromban rendszeresen kirándultunk, és azóta is gyakran vágyom rá, hogy a szabadidőmet utazással töltssem.

A Balaton! Szerintem az igen gyakori volt még akkor 30 évvel ezelőtt. Most is, de mostanra indokolatlanul drága lett. Ezért nem is tudtam válaszolni az "utazási cél gyermekkorban" kérdésre.

Sok sikert kívánok.

Nagyszülőhöz utaztunk minden évben nyaralni vonattal. Szép emlék.

Szüleim először (és utoljára) 15 évesen vittek külföldre (ők sem mentek azelőtt), amióta önálló vagyok, minden évben külföldre utazom legalább egyszer.

Gyerekkoromban mindig csak a rokonoknál nyaraltam. Egy hónap az Alföldön, rengeteg unokatestvérrel. Oda autóbusszal vittek a szüleim. Nem kellett átszállni. A főúton a bekötőútnál vártak a rokonok autóval és bevittek a kis faluba, kb. 3 óra alatt értünk oda. A másik hónapot a hegyekben töltöttem szintén rokonoknál, rengeteg unokatestvérrel. Oda vonattal mentünk, hatszor kellett átszállni. Reggel 6-kor indultunk és kb. délután 4-kor értünk oda. Mindegyik mindig szép emlék.

Gyerekkoromban is és most is minden nyáron Balaton. Akkor is, ha van másik nyaralás, ki nem hagynám, anélkül nincs nyár.

Az állatokhoz fűződő gyermekkori élményt. Meghatározó egy életem át.

Szerintem egy családi kirándulás sokkal közelebb hozza a család tagjait. Az együtt töltött idő fontos a rohanó világban és együtt megtapasztalni egy új hely világát csodálatos dolog. Mi úgy valljuk minél több időt és hasznos időt kell együtt tölteni és látni a világ természeti csodáiból, valamint szeretünk helyi emberekkel is ismerkedni és nagyon jól tud esni, ha visszatérünk és emlékeznek ránk az adott helyen.

Gyermekkoromban sokat utaztunk, nagyszüleim anyagi háttérével lehetővé tette, mindig vittek magukkal mindenhol. Csupán anyagi okokból utazunk a családdal keveset! Ha megtehetnénk, sokkal többet utaznánk a gyerekeimmel, ugyanúgy, ahogy annak idején velem is tették.

Hálás vagyok, nekem szép gyermekkorom volt. Így a múltbeli élmények - köztük a családi nyaralások emlékei -, soha nem merülnek feledésbe. A választásaimban eddig is szerepet játszott, amit "magammal hoztam", ezután sem lesz ez másképp. Nem pont ugyanúgy teltek azok a régi nyaralások, mint ahogy felnőttként nyaraltunk/nyaralunk a gyerekekkel, nem feltétlenül ugyanoda utaztunk/utazunk (a lehetőségek is különbözőek), de a mintázat valahogy ugyanolyan. Ugyanazokból az elemekből áll.

Irodalomjegyzék

➤ Szakirodalom/Ismeretterjesztő irodalom

Aubert Antal (2011) Turizmus és területfejlesztés, Akadémiai Kiadó

Bagdy Emőke, Dr. (1999) Családi szocializáció és személyiségzavarok, Nemzeti Tankönyvkiadó

Békési Pál (2006) Turizmus és rekreáció, Mezőgazda Kiadó

Csíkszentmihályi Mihály (1997) Az áramlat – A tökéletes élmény pszichológiája, Akadémiai Kiadó

Falussy Béla (2001) Szabadidő-szociológia, Aula Kiadó

Hofmeister-Tóth Ágnes (2006) Fogyasztói magatartás, Aula Kiadó

Irimiás Anna, Dr. (2015) Filmturizmus: A filmek és televíziós sorozatok turisztikai szerepének és hatásainak vizsgálata, Akadémiai Kiadó

Marcus Weeks (2015) Ismerd meg a pszichológiát, Centrál Könyvek

Müller Anetta, Töröcsik Mária (2011) Trendek a turizmusban, Akadémiai Kiadó

Rátz Tamara, Puczkó László (2002) Az attrakciótól az élményig: A látogatómenedzsment eszköztára, Geomédia Kiadó

Rátz Tamara és Puczkó László (2011) Az attrakciótól az élményig - A látogatómenedzsment módszerei, Akadémiai Kiadó

Sziva Ivett (2010) A turizmus marketingje, Akadémiai Kiadó

➤ Idézett forrásmunkák

JGYPK/Mentorháló/Ped.pszich.jegyzet/Családi szocializáció. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09. 25., forrás: Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar: http://www.jgypk.hu/mentorhalo/tananyag/Pedagogiai_pszichologia_jegyzet_vodapedagogusokna k/4_csaldi_szocializci.html

JGYPK/Mentorháló/Ped.pszich.jegyzet/Gyerekkori szocializáció. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09. 25., forrás: Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar: http://www.jgypk.hu/mentorhalo/tananyag/Pedagogiai_pszichologia_jegyzet_vodapedagogusokna k/24_gyerekkori_szocializci.html

JGYPK/Mentorháló/Ped.pszich.jegyzet/Intézményi szocializáció. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09. 25., forrás: Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar: http://www.jgypk.hu/mentorhalo/tananyag/Pedagogiai_pszichologia_jegyzet_vodapedagogusokna k/6_intzmnyi_szocializci__blcsde_voda.html

- JGYPK/Mentorháló/Ped.pszich.jegyzet/Szocializáció. (2024.). Forrás: Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar:
http://www.jgypk.hu/mentorhalo/tananyag/Pedagogiai_pszichologia_jegyzet_vodapedagogusokna k/21_a_szocializci_fogalma.html
- Kolozsi, M. (2018. 10 15). Kolozsi Mariann/Milyen a jó kommunikáció? Letöltés dátuma: 2024. 09 22, forrás: Kolozsi Mariann: <https://www.kolozsimariann.hu/milyen-a-jo-kommunikacio/>
- Közszolgálati Online Lexikon/Interjú. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09 02, forrás: Közszolgálati Online Lexikon.
- Malomudvar. (2024). Malomudvar Étterem Cukrászda Panzió és Rendezvényház/Bemutakozás. Letöltés dátuma: 2024. 09 02, forrás: Malomudvar Étterem Cukrászda Panzió és Rendezvényház: <https://www.malomudvar.hu/bemutakozas>
- Megoldásközpont/Lexikon/Szocializáció. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09. 15., forrás: Megoldásközpont: <https://megoldaskozpont.com/lexikon/szocializacio-fogalma/>
- Mikropédia. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09. 28., forrás: Mikropédia/Tantárgy/Turizmus rendszere: <https://mikrotartalom.hu/tantargy/turizmus-rendszere>
- Mind the Graph Tudományos blog/Félig strukturált interjúk a kvalitatív kutatásban. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09 22, forrás: Mind the Graph Tudományos blog: <https://mindthegraph.com/blog/hu/felstrukturalt-interjuk-a-minosegi-kutatasban/>
- Nagy, Á. (2013. 10 01). Szocializációs közegek. Replika/95-108(83.szám), 99. Letöltés dátuma: 2024. 09. 27., forrás: https://www.replika.hu/system/files/archivum/replika_83-05_nagy.pdf
- Nagy, Á. (2013. 10 01). Szocializációs közegek. Replika/95-108(83.szám), 103. Letöltés dátuma: 2024. 09. 27., forrás: https://www.replika.hu/system/files/archivum/replika_83-05_nagy.pdf
- Nagy, Á. (2013. 10 01). Szocializációs közegek. Replika/95-108(83.szám), 101. Letöltés dátuma: 2024. 09. 27., forrás: https://www.replika.hu/system/files/archivum/replika_83-05_nagy.pdf
- Nagy, Á. (2013. 10 01). Szocializációs közegek. Replika/95-108(83.szám), 103. Letöltés dátuma: 2024. 09. 27., forrás: https://www.replika.hu/system/files/archivum/replika_83-05_nagy.pdf
- Sulinet/Tudásbázis. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09. 27., forrás: Sulinet/Tudásbázis/Szakképzés/Vendéglátás-Idengenforgalom/A látogató: <https://tudasbazis.sulinet.hu/hu/szakkepzes/vendeglatas-idegenforgalom/idegenforgalom-vendeglatas/az-utazasi-dontes-elemei/reklam>
- Tett Consult/Interjú, kérdőív és adatbázisok gyűjtése. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09 09, forrás: Tett Consult: <https://tettconsult.eu/books/TelkutHTM/szovgyujtpdf/11-tarjanyi.pdf>
- T-Modell/Markeing Intézet. (2024). Letöltés dátuma: 2024. 09 29, forrás: T-Modell: <https://t-modell.uni-miskolc.hu/files/8963/A+turizmus+rendszere+%C3%A9s+k%C3%B6rnyezete.pdf>

