



# Dunai szállodahajózás élményígérete és regionális hatása

A Magyar Regionális Tudományi Társaság XVI.  
Vándorgyűlése – Áramlások a térgazdaságban –  
Turizmus és közlekedés szekció

**Ásványi Katalin – Jászberényi Melinda – Miskolczi  
Márk**

Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi  
Kar Turizmus Tanszék



## Előadás tartalma

01

### **Dunai szállodahajózás**

A turisztikai termék bemutatása, aktuális trendek ismertetése.

03

### **Kutatásmódszertan**

A kutatási kérdés és alkalmazott módszertan ismertetése.

02

### **Örökségturizmus szerepe**

Az örökségturisztikai vonzerők jelentősége a szállodahajózásban.

04

### **Eredmények**

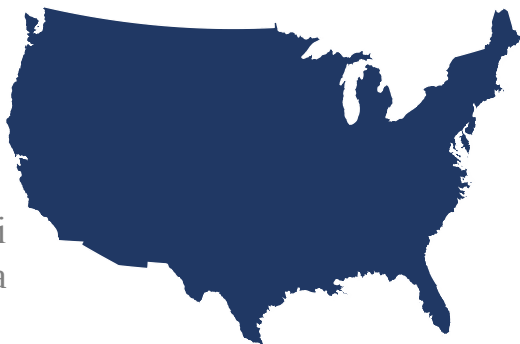
Örökségturisztikai vonzerők tipológiája a dunai szállodahajózás tükrében.

A folyami szállodahajózás a szabadidős célú turisztikai utazások körében az egyik leggyorsabban fejlődő ágazat.

## Dunai szállodahajózás



A tengerentúli turisták 80%-a amerikai.



### Amerika

A tengerentúli piacok részesedése 20%-os növekedést mutat évről-évre. Amerika az egyik legfontosabb küldőterület.

## Turisztikai termék iránti kereslet jellemzése



### Szegmens-specifikáció

- Észak- és Nyugat-Európa
- Tengerentúli küldőországok prioritása magas:
  - USA, Kanada, Ausztrália, Japán
- Jellemzően senior szegmens 50-70 éves korosztály, kihívások
- Küldőországok populációjára jellemző magas életszínvonal
- Jelentős diszkrecionális jövedelem és turisztikai tevékenységre fordítható szabadidő.

### Szegmens preferenciái

- Rendhagyó mobilitási preferenciák és élménymaximalizálás
- A lehető legtöbb desztináció megtekintése minimális eszközváltási kényszer mellett.
- Luxuskörülmények és biztonságos utazási feltételek jelentősége.
- Tematikus utak iránti igény erősödése, **megismerés-orientált attitűd**

01

B

A folyami szállodahajózás a szabadidős célú turisztikai utazások körében az egyik leggyorsabban fejlődő ágazat.

## Dunai szállodahajózás



## Turisztikai termék iránti kínálat jellemzése



### Aktuális piaci trendek

- **Dunai forgalomban jelenleg 150-200 hajó**
- A tulajdonosok a hajószervező társaságok, hajóüzemeltetés: alvállalkozók.
- **Kompetitív szolgáltatói magatartás**
- Jelenleg 10-12 jelentős vállalat, 5 domináns
- **Szezonalitás: 8-9 hónap üzemeltetés**
- 3-4 hónap állás (kivéve kiemelt ünnepek)

### Budapest, mint kikötő desztináció

- **450-500 ezer utas, 400 ezer partraszállás/év**
- Kezdő- köztes-, végállomás
- **Átlagos tartózkodási idő**
- 2-3 nap
- **Pozitív gazdasági externáliák – válságban is jól teljesített**
- Turisztikai bevételek (pl. szállodaipar: 4-5\*, vendéglátás)

0

2

## Az örökségturizmus elméleti háttere

**Az örökségturizmus** - helyszínek és tevékenységek összessége, mely **a múlt és a jelen történetét** autentikusan reprezentálni képes.

### Turisztikai termék tipológia

#### A múlt bármilyen fizikai maradványa

Pl. Történelmi épületek, vallási-, ipari- és közlekedési örökségek

#### Kulturális és művészeti alkotómunka

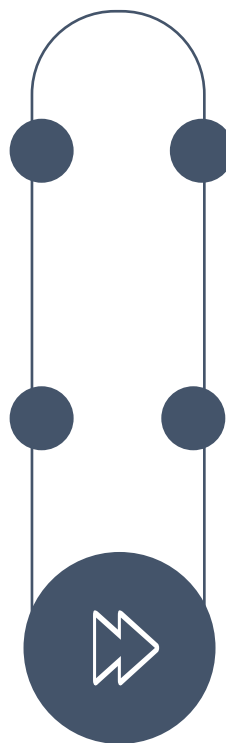
Pl. Galériák, zenetörténeti örökségek

#### Egyéni és kollektív immateriális tényezők

Pl. Tradíciók, gasztronómia

#### Természeti környezet

Pl. Természeti örökség, vízpart, városkép, tájkép



0

3

## Kutatásmódszer- tan ismertetése

### Beavatkozás-mentes mérés - Tartalomelemzés

#### Kutatási kérdés:

- Budapest **mely örökségturisztikai (kulturális és természeti) attrakciói** kerülnek **kiemelésre** a dunai szállodahajózás kínálatában?

- Operacionalizálás  
kulcstényezői:  
**Szállodahajós  
társaságok  
Budapestet érintő  
kínálata,  
(örökségturisztikai)  
attrakciók**
- Az összegyűjtött  
információ  
elemzésének módja: **a  
közlések manifeszt  
tartalmának  
kódolása.**



- Mintavétel: A legjelentősebb 5 piaci szereplő 2019-re szóló kínálatának elemzése**
- Tauck, Viking, Uniworld, Crystal, Avalon
- Budapestet érintő tematikus utak**



- Egyes örökségturisztikai attrakciók megjelenési gyakoriságának meghatározása**
- Csoportképzés, domináns turisztikai attrakciók azonosítása
- Átfogó képet adni a szállodahajózás örökségturizmusban betöltött szerepéről**

O

4A

## Kínálati oldal elemzése

Turisztikai **termékkínálat** jellemzése



### Szolgáltatások főbb jellemzői

TAUCK



CRYSTAL®



UNIWORLD®  
BOUTIQUE RIVER CRUISE COLLECTION®

VIKING  
RIVER CRUISES

AVALON  
WATERWAYS®

- **Utazások időtartama**
- Általában 2 hetes, de jellemzőek a 15-25 napos utak is.
- **Komplexitás és luxus**
- Családias hangulat,
- Fitness, wellness, könyvtár, játszósza, WiFi
- **Gasztronómia & Szórakozás**
- Büféreggeli, napközben ingyenes hideg-meleg italok, snackek, vacsora programtól függően
- Esti zenés koncertek, programok
- **Fedélzeten kívüli szolgáltatások széles köre**
- Tematikus programok a kikötővárosokban
- Építészeti örökségek (vallási és történelmi) megtekintése
  - Zsidó örökség megismerése
  - (pl. Crystal - zsinagógák, Terror háza)
  - Zenetörténeti múlt felfedezése (pl. Tauck – Bartók Múzeum, Zenetörténeti Múzeum, Opera)
  - Gasztronómiai élményelemek (pl. Uniworld – Szamos Gourmet Ház, Gerbeaud-ház)
  - Karácsonyi vásárok (Pl. Avalon csomagok)

O

4<sub>B</sub>

## Domináns örökségturisztikai termékkategóriák

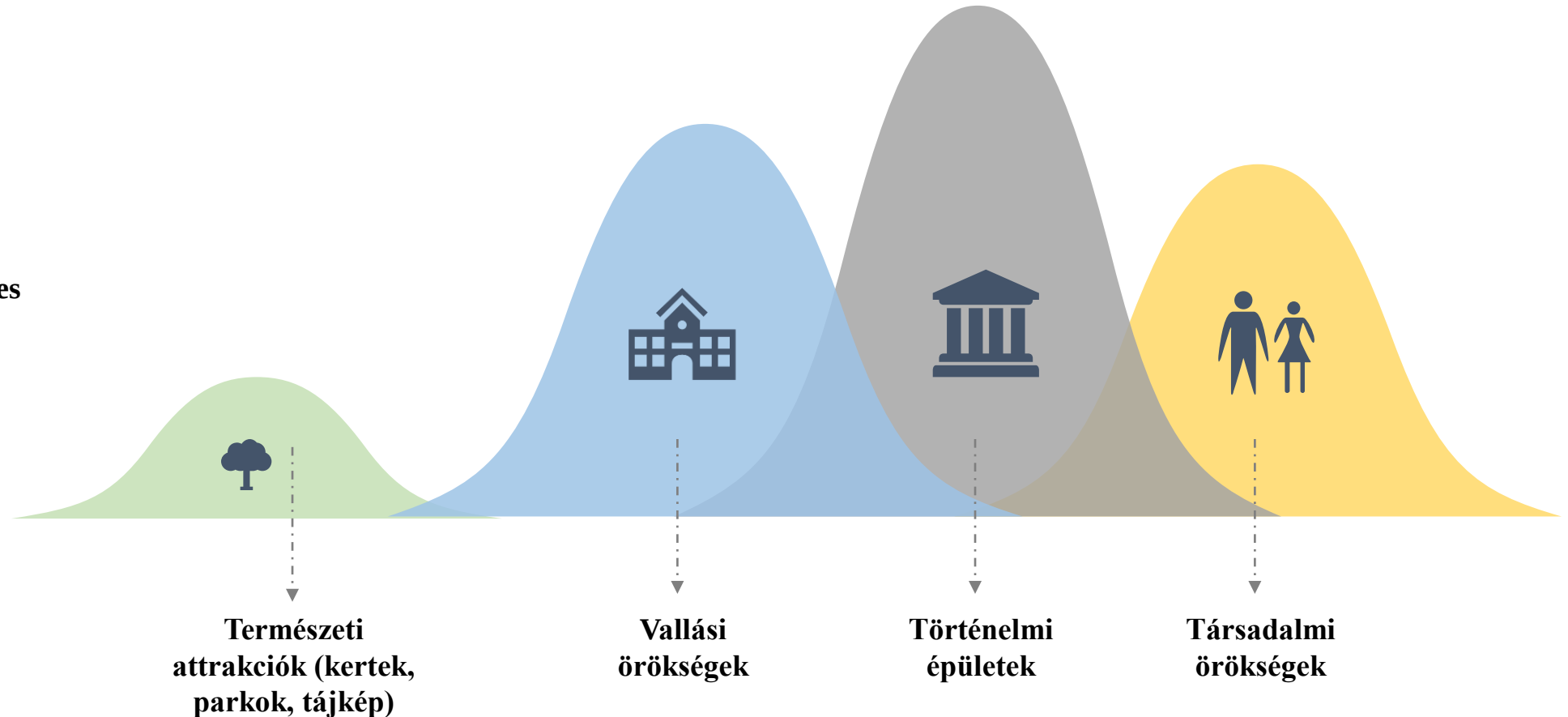
A szolgáltatók **2019-es** évre szóló kínálataiban **legnagyobb gyakoriságban** említésre került **attrakciócsoportok**.

1

Attrakciók megjelenési gyakorisága szerint **az egyes örökségturisztikai termékcsoportok** kínálatban betöltött szerepének értelmezése.

2

**Kulturális attrakciók** jelentősége.



O

4c

## Toplistás attrakciók a szállodahajók kínálatában

1

**Hősök tere** – a Millenniumi emlékmű történelmi múltja, monumentalitása

2

**Központi Vásárcsarnok** – a város legnagyobb és legidősebb piaca, CNN Travel – Európa legjobb piaca

3

**Magyar Állami Operaház** – neoreneszánsz, elegáns, történelmi és zenei múlt

4

**Halászbástya** – a város legszebb panorámája

A történelmi múlt megismerését szolgáló örökségturisztikai attrakciók képezik a dunai szállodahajózás kínálatának alapját.

1. Hősök tere



2. Központi Vásárcsarnok



3. Operaház



4. Halászbástya



O

4D

## Kutatásmódszer- tan ismertetése

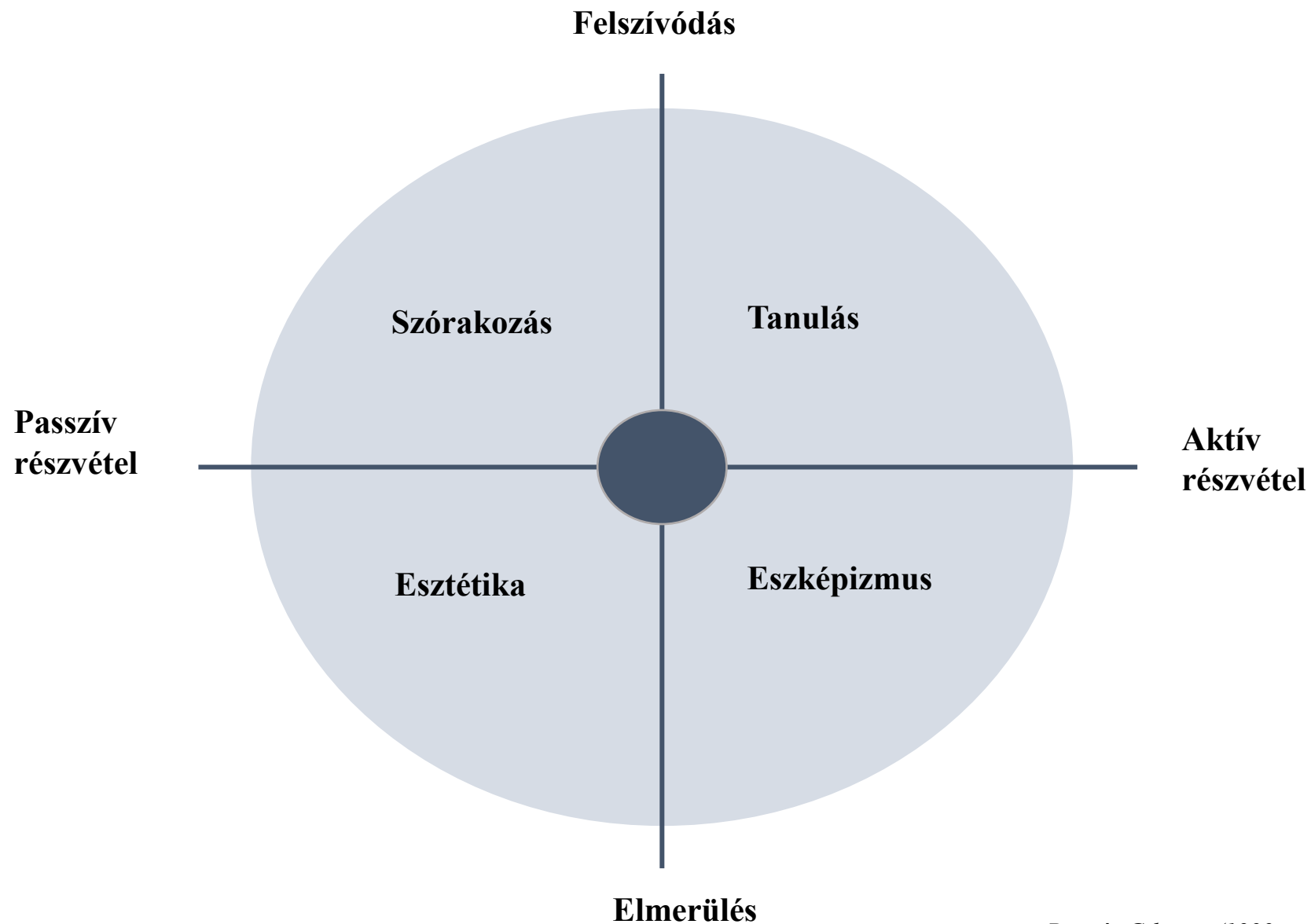
1

Az élmények a fogyasztói bevonódás és részvétel szintjén különböznek.

2

Budapesthez kapcsolódó élményígéret – tartalomelemzés során gyűjtött információk alapján

### Tartalomelemzés – Az élmény négydimenziós modellje



O

4E

## Kutatósmódszer- tan ismertetése

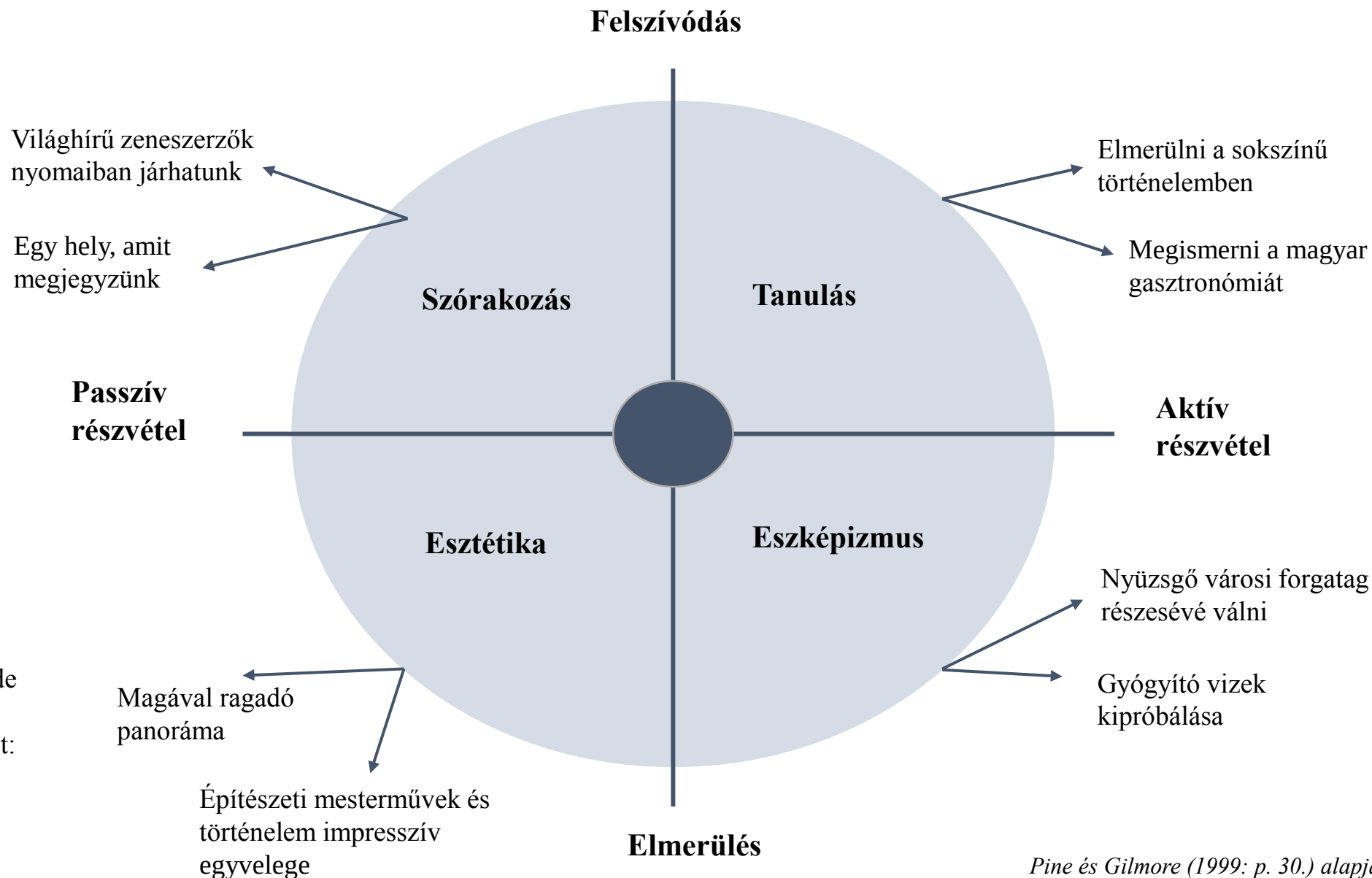
1

A négy dimenzió együttes megjelenése eredményez **optimális fogyasztói élményt**.

2

Szórakozás és Esztétika dimenziók hangsúlyosak, de az összes dimenzióban megjelenik az élményígéret: **Budapest élményintenzív desztináció**

## Tartalomelemzés – Az élmény négydimenziós modellje



O

4F

## Összefoglalás

A dunai szállodahajós társaságok Budapest örökségturisztikai élményígéretére alapoznak a termékkonstrukció kialakítása során.

## Örökségturizmus a dunai szállodahajózásban



### A dunai hajózás sikertényezői

- **Örökség – áruvá válás, fogyaszthatóvá tétel**
- A folyami szállodahajózás kínálati kialakítása ehhez nagymértékben hozzájárul.
- **Kulturális attrakciók markáns szerepe**
- Hozzájárul az autentikus imázs kialakításához.

### Gazdasági potenciál, kitekintés

- **Tartózkodási idő meghosszabbításának lehetősége**
- Budapest kedvező helyzete: utolsó megálló a körutak felében.
- **Másodlagos attrakciók számára realizálható előnyök**
- Terror Háza, Cipők a Duna parton, Városliget stb.
- **Kutatómunka következő fázisa**
- Keresleti tényezők feltérképezése





# Köszönjük a figyelmet!

A Magyar Regionális Tudományi Társaság XVI.  
Vándorgyűlése – Áramlások a térgazdaságban – Turizmus és  
közlekedés szekció

Ásványi Katalin – Jászberényi Melinda – Miskolczi  
Márk



Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar  
1093 Budapest Fővám tér 8.



miskolczimark94@gmail.com



Babbie, E. 2000. A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest

Crompton, J.L. 1992. Positioning. The Example of the lower Rio grande Valley in the Winter Long stay Destination Market. Journal of Travel research 31(2) pp.20-26.

Dragin A. S., Jovičić D., Lukić T. 2010. Cruising along the river Danube – Contemporary tourism trend Geographical Pannonica, Vol. 14. No. 3. pp. 98-108

Echtner, C.M., Ritchie, J.R.B. 1993. The Measurement of destination Image: an Empirical Assessment. Journal of Travel research 31(4) pp.9-13.

Fakeye, P.C., Crompton, J.L. 1991. Image Differences Between Prospective, first-Time and Repent Visitors to the Lower Rio Grande Valley. Journal of Travel research. 30 (2) pp.10-16.

Gallarza, M.T. Saura, I.G. Garci, H.C. 2002. Destination image: Towards a Conceptual Framework. Annals of Tourism research, 29/1/2002 pp.56-79.

Golnhofer, E. 2001. Az esettanulmány. Műszaki Kvk., Budapest, p.107.

Hill, C. (2013): What's behind the river-cruise boom. <http://www.marketwatch.com/story/whats-behind-the-river-cruise-boom-2013-02-01>, downloaded on 12.01.2015

Jászberényi, M. 2014. Kulturális turizmus mint motiváció a folyami üdülőhajózásban [Culture as a Motivation for Holiday River Cruising]. International Tourism Conference 2014.ISBN 978-963-359-032-4