

<sup>1</sup>MÜLLER ANETTA, <sup>2</sup>KÖNYVES ERIKA, <sup>1</sup>HONFI LÁSZLÓ,  
<sup>3</sup>SZABÓ RÓBERT

<sup>1</sup>*Eszterházy Károly Főiskola, Testnevelési és Sporttudományi Intézet, Eger*

*College of Eszterházy Károly, PE and Sport Science Institute, Eger*

<sup>2</sup>*Debreceni Egyetem, Agrárgazdálkodási és Vidékfejlesztési Kar, Turizmus Tanszék*

*Debrecen University, Agro- and Ruraldevelopment Faculty, Tourism Department*

<sup>3</sup>*Eszterházy Károly Főiskola, Gazdaságtudományi Intézet, Eger*

*College of Eszterházy Károly, Institute of Economics Science, Eger*

*E-mail: muller@ektf.hu*

## **A HAZAI BARLANGOK ISMERTSÉGE ÉS SZEREPE A TURIZMUSBAN *THE HOME CAVES' ROLE AND ACQUAINTANCE IN A TOURISM***

### **Összefoglaló**

Barlangjaink, természeti adottságaink sokszor kihasználhatatlanok. Kérdőíves kutatást végeztünk a hazai barlangjaink ismeretségéről és a rekreációban valamint turizmusban betöltött szerepéről. A kutatás során rákérdeztünk a barlanglátogatási szokásokra és motivációkra. A barlangokról szerzett információ forrás szintén fontos a célcsoport elérésének útja miatt, melyről informálódunk. A kérdőíveket SPSS szoftver segítségével dolgoztuk fel. Számítottunk szórást, átlagot, Pearson mutatót, Chi-négyzet próbát.

**Kulcsszavak:** barlang, turizmus, rekreáció, ökoturizmus.

### **Astract**

Our caves and natural endowments are often unexploited. We did a questionnaire research on the notoriety of the caves and on their role in recreation and tourism. In the course of our research we questioned the habits and motivations for visiting caves. The source of the information gathered about the caves is also very important in the aspect of reaching the target group which we were gaining information on.

We processed the questionnaires with the help of the SPSS 16.0. system e forms by the SPSS 16.0. software.

We calculated avarage, standard deviation and Pearson Chi-square test.

**Keywords:** cave, tourism, recreation, ecotourism.

## Bevezetés

A jövő versenyképes turisztikai desztinációinak kulcsa a fenntarthatóságban rejlik, melynek egyik még felfedezésre váró területe a barlangokba irányuló turizmus.

A természeti turizmus magában foglalja mindazon turisztikai tevékenységeket, amelyek esetében az attrakció alapja a természeti környezet vagy annak valamilyen speciális összetevője (a növény- és állatvilág, a geológiai adottságok, a tájkép, az éghajlat<sup>1</sup>). A természeti turizmus azonban bizonyos szempontból tágabb fogalom, mert kiterjed a természetben végzett szinte összes tevékenységre, ugyanakkor szűkebb meghatározás is, mert nem értékorientált, nem irányul a kulturális értékek megismerésére és a környezeti szempontok is kisebb szerepet kapnak.

Az ökológiai turizmus, vagy „ökoturizmus” a környezetért felelősséget vállaló utazás és látogatás a viszonylag zavartalan természeti területeken, azok természeti, valamint jelen és múltbeli kulturális értékeinek élvezete és értékelése céljából, úgy, hogy kíméli azokat a látogatás hatásainak mérséklésével, valamint a helyi népesség társadalmi, gazdasági előnyökhöz való juttatásával.<sup>2</sup>

Ökoturizmus egyrészt szemléletet, másrészt egy gyűjtőfogalmat jelent. Mint szemlélet lényegében a fenntartható turizmus eszméjét képviseli, mint fogalom pedig mindazon természeti vonzerőkön alapuló turizmusformák gyűjtőneve, amelyek tiszteletben tartják a fogadó térségek természeti és kulturális örökségét.

Az ökoturizmus a természeti területekre irányul, hozzájárul a helyi értékek megőrzéséhez, minimalizálja a turisták negatív környezeti, társadalmi és kulturális negatív hatásait, és erősíti a pozitív hatásokat.

Összetettsége révén különösen alkalmas komplex látnivalókat nyújtó térségek átfogó bemutatására.

A barlangok, mint természeti értékek rekreációban betöltött szerepét hangsúlyozza<sup>3</sup> Dosek(1997). A barlangjaink ismertségének növelésével nagymértékben növekedhetne a természetjárás, amivel a környezetbarát turizmust lehetne elősegíteni, mely mind lokális, mind globális szinten egyre fontosabbá válik.

Fontosabb turisztikai trendek<sup>4</sup>:

- A siker kulcsa a jövőben az egyediség lesz. Az egyes célterületeknek mintegy önálló életstílus kell sugallniuk a célközönség megnyeréséhez.
- Divatos lesz majd az érintetlen természet, valamint a természetes életmód és bioételek preferálása egyre inkább elterjed majd a fogyasztók körében.

<sup>1</sup> Puckó L. – Rátz T. (2000): Az attrakciótól az élményig. Budapest. Geomédia Szakkönyvek. 53. p.

<sup>2</sup> Természetvédelmi Világszövetség (IUCN) által adott definíció.

<sup>3</sup> Dosek Ágoston (1997): Erdők, hegyek sportjai. MTE tankönyv, Bp. Kiadja: Magyar Tájékoztató Futó Szövetség. 294. p

<sup>4</sup> Turizmus Panoráma, 2008. január-február. A jövő európai turistái.

- A csökkenő szabadidejű, magas jövedelmű népesség körében a „minimális idő alatt maximális élmény keresése” szemléletmód lesz majd meghatározó.
- Előtérbe kerül majd a személyes kényeztetés fontossága.
- A szállodáknak meg kell felelniük a más kontinensről érkező vendégek speciális igényeinek.
- Hódít majd a wellness, egyre speciálisabb igényekkel (pl. plasztikai sebészet).

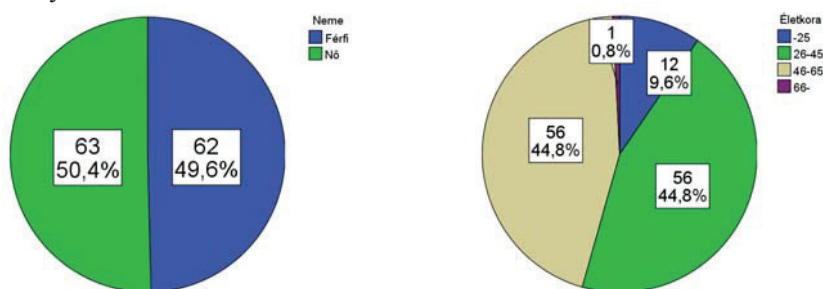
## Kutatás<sup>5</sup>

### Minta, módszer

Kérdőíves felmérést végeztünk (n=125 fő), melynek célja a barlangok ismertségének és látogatottságának felmérése volt. A kérdőív összesen tizenöt kérdésből állt, melyből tizenegy a barlangok látogatottságára, négy szocio-demográfiai adatokra kérdezett rá. Ezek közül tizenhárom volt zárt, kettő nyitott kérdés volt.

### Eredmények

Az első kérdés a válaszadók nemére vonatkozott (**1. ábra / Chart 1**). Mint az a kördiagramból is kitűnik, a válaszadók között a férfiak – 62 fő – és a nők – 63 fő – aránya közel azonos volt.



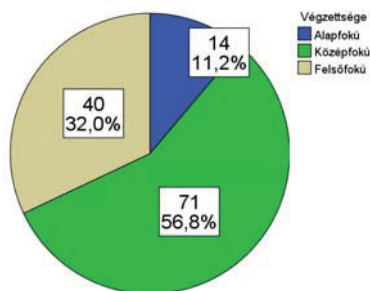
1. ábra / Chart 1 : Nemek aránya /  
Sample in relation gender

2. ábra /Chart 2: Életkori megoszlás /  
Sample in relation ages

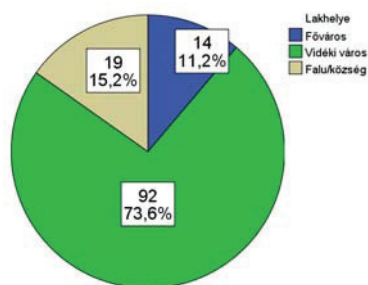
A következő kérdés a megkérdezett személyek életkorára vonatkozott (**2. ábra / Chart 2**). A felmérésben – mint ahogy azt a 2. ábra is mutatja – egy 66 éves, vagy a feletti, ötvenhat 46-65 év közötti, ötvenhat 26-45 év közötti és tizenkét 25 év alatti személy vett részt.

<sup>5</sup> A kutatásban (kérdőíves lekérdezés, adatkezelés) részt vett Varga Tünde, a Szolnoki Főiskola Idegenforgalmi és Szálloda szakos hallgatója. Varga Tünde: Magyarország barlangjai a turizmus tükrében. Szakdolgozat 2008. Konzulens: Dr. Müller Anetta

Rákérdeztünk a válaszadók végzettségére (3. ábra /Chart 3). Kíváncsiak voltunk arra, hogy a végzettség hogyan befolyásolja a barlang-látogatási szokásokat és a természeti környezetről való informáltságot. A válaszadók között tizennégy alapfokú, hetvenegy középfokú és negyven felsőfokú végzettségű személy volt.



3. ábra / Chart 3: Iskolai végzettség / Sample in relation qualification



4. ábra / Chart 4: Lakhely / Sample in relation living place

A válaszadók lakhelyére is rákérdeztünk (4. ábra /Chart 4), mellyel azt vizsgáltuk, hogy egy bizonyos lakókörnyezet milyen hatással lehet a természet szeretetének, és ezzel a barlangok látogatásának alakulására. A mintát tizenkilenc falusi, kilencvenkét vidéki városi és tizennégy fővárosi lakos alkotta.

1. táblázat /Table 1: A minta nemek, életkorok és végzettség szerinti megoszlása / Sample in relation gender, ages and qualification

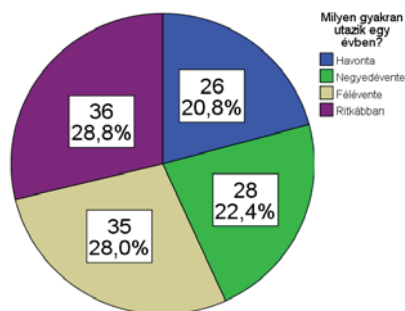
Neme \* Életkora \* Végzettsége Crosstabulation

Végzettsége			Életkora				Total
			-25	26-45	46-65	66-	
Alapfokú	Neme	Férfi	2	1	4		7
		Nő	2	2	3		7
	Total		4	3	7		14
Középfokú	Neme	Férfi	2	19	17		38
		Nő	2	10	21		33
	Total		4	29	38		71
Felsőfokú	Neme	Férfi	1	10	5	1	17
		Nő	3	14	6	0	23
	Total		4	24	11	1	40

Legmagasabb a felsőfokú végzettségűek aránya a 26-45 év közötti korosztály esetében. A legtöbb középkorú a 46-65 év közöttiek körében van. A 25 év alattiaknál egyenlő súllyal szerepelnek az alap-, a közép- és a felsőfokú iskolát elvégzettek. A 26-45 év közöttiek nagy része középfokú és felsőfokú képzettséget

szerzett, alapfokút mindössze csak három fő. A 46-65 év közöttiek köréből kerül ki ugyanis a legnagyobb számú alap és középfokú iskolai végzettségű, felsőfokú tanulmányait azonban csak tizenegy fő fejezte be. Az egyetlen 66 éves, vagy a feletti személy képzettsége felsőfokú **1. táblázat / Table 1**).

Az utazások gyakoriságára kérdeztünk rá (**5. ábra / Chart 5**). Ennek eredményét szemlélteti az 5. ábra. A válaszadók közül leginkább félévente, vagy annál ritkábban utaznak, mely kategóriákba tartozik a válaszadók több mint 50%-a. Negyedévente vagy havonta utazik a válaszadók 43,2%-a.



**5. ábra / Chart 5: Utazási gyakoriság / Travelling frequency**

**2. táblázat / Table 2: Az utazási gyakoriság alakulása életkor, nem és végzettség szerint/ Travelling frequency in relation gender, ages and qualification**

Count			Életkora				Total
Neme	Végzettsége	Milyen gyakran utazik egy évben?	-25	26-45	46-65	66-	
Férfi	Alapfokú	Havonta	0	0	1		1
		Negyedévente	1	0	2		3
		Félévente	1	1	0		2
		Ritkábban	0	0	1		1
	Total		2	1	4		7
	Középfokú	Havonta	2	6	2		10
		Negyedévente	0	5	3		8
		Félévente	0	3	6		9
		Ritkábban	0	5	6		11
	Total		2	19	17		38
Felsőfokú	Havonta	0	3	1	1	5	
	Negyedévente	1	3	0	0	4	
	Félévente	0	3	2	0	5	
	Ritkábban	0	1	2	0	3	
Total		1	10	5	1	17	
Nő	Alapfokú	Havonta	0	1	0		1
		Félévente	1	0	0		1
		Ritkábban	1	1	3		5
		Total	2	2	3		7
	Középfokú	Havonta	0	1	4		5
		Negyedévente	1	3	2		6
		Félévente	1	2	5		8
		Ritkábban	0	4	10		14
	Total		2	10	21		33
	Felsőfokú	Havonta	1	3	0		4
		Negyedévente	1	3	3		7
		Félévente	1	8	1		10
		Ritkábban	0	0	2		2
	Total		3	14	6		23

A fenti keresztábra (**2. táblázat / Table 2**) mutatja az utazási gyakoriság alakulását életkor, nem és végzettség szerint. Megállapítható, hogy a minta alapján legritkábban az alapfokú végzettségű nők utaznak. Ennek oka lehet az alacsony jövedelem, melyet nagyban befolyásol a végzettség, illetve a családi kötelezettségek, mivel az ebbe a csoportba tartozók általában korábban alapítanak családot, és több gyermeket nevelnek egy háztartásban, mint a közép- és felsőfokú végzettséggel rendelkezők.

Leggyakoribb utazók a felsőfokú végzettségű férfiak korosztálytól szinte függetlenül. Oka lehet, hogy magasabb diszkrécionális jövedelemmel rendelkeznek az egyes utazásokhoz, valamint a gyermekek nevelése a társadalomban javarészt a nőkre hárul, ezért a férfiak gyakrabban kelhetnek útra, kiszakadva ezzel a hétköznapi életből.

A válaszadók összességében leggyakrabban félévente és negyedévente utaznak kortól, végzettségtől, nemtől függetlenül.

A következő kérdés arra vonatkozott, hogy a megkérdezettek jártak-e már utazásaik során barlangokban. A válaszadók 94,4%-a járt már barlangban, tehát előzetes barlang-látogatási tapasztalattal rendelkezett.

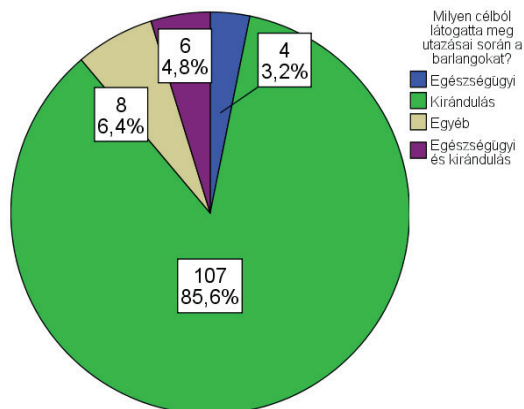
Az előző kérdéshez kötődik a következő kérdés, ami arra irányul, hogy a minta tagjai hányszor jártak már hazai barlangokban életük során. A válaszadók 54,4%-a (68 fő) a négyszer, vagy annál kevesebbszer választ jelölt meg. A válaszadók 32%-a (40 fő) öt-nyolc alkalommal járt már barlangban. A válaszadók 13,6%-a (17 fő) kilenc vagy annál több alkalommal járt már barlangban.

Rákérdeztünk, hogy milyen forrásokból értesültek a meglátogatott barlangokról. Ez arra is választ adott, hogy az egyes marketing eszközök közül melyek működnek hatékonyan, amely a leginkább használt típusra is választ ad. Erre a kérdésre több válasz is adható volt.

A válaszadók 60,7%-a (76 fő) válaszolta, hogy barátok, ismerősök ajánlották a barlangot, amit később meglátogattak, a válaszadók 32,8%-a (41 fő) prospektusból is gyűjtött információt a meglátogatott barlangról az utazás előtt. 29,6% (37 fő) tv-ből és rádióból hallott a meglátogatott barlangról, 14,4% (18 fő) interneten tájékozódott az úticél (barlang) felől és 8,8% (11 fő) jelölte be az egyéb kategóriát információforrásként.

Az egyéb kategóriában az ötlet szerint, a saját elhatározás, az iskola, valamint a szülőhely (a születési helyén van az általa meglátogatott barlang) kaptak helyet.

Az utazás céljára vonatkozó kérdéssel kapcsolatosan egészségügyi, kirándulás és egyéb válaszlehetőségek voltak (**6. ábra / Chart 6**). Mivel erre a kérdésre is több válasz volt adható, ezért elemzéskor az egészségügyi és kirándulás kategóriát is belevettük az opciók közé. Az eredmények a következőképp alakultak: A válaszadók 85,6%-a kirándulás, a 3,4%-uk egészségügyi céllal, a válaszadók 4,8%-a egészségügyi és kirándulási céllal és 6,4%-uk egyéb céllal keresi fel valamelyik hazai barlangot.



6. ábra / Chart 6: A barlanglátogatás célja / Aim of the cave- visiting

A közlekedési eszközre vonatkozó kérdésben – Milyen közlekedési eszközzel jutott el a meglátogatott barlanghoz? A tömegközlekedési eszköz, az autó, a kerékpár és az egyéb lehetőségek voltak a válaszkategóriák. Több válasz is adható volt erre a kérdésre.

A válaszadók 67,2%-a (84 fő) jelezte, hogy autóval keresett fel barlangot, 37,1% (47 fő) tömegközlekedési eszközt, 6,4% (8 fő) kerékpárt, míg 7,2% (9 fő) egyéb (pl. gyalogosan) közlekedési eszközt használt a barlanglátogatása során.

A válaszadóknak a 23 nevesített barlangból be kellett jelölniük azokat a barlangokat, amelyekről hallottak már. Ennek nem volt feltétele, hogy járjanak is ott, csak hogy egyáltalán a nevüket ismerik-e. Az eredményeket a **3. táblázatban / in the Table 3** összesítettük.

3. táblázat:/ table 3: A barlangok ismertségének alakulása a válaszadók tükrében / Known of the caves in connection with visitors

Barlang neve	Hallott-e a barlangról (válaszadó fő)
Csodabogyós-barlang	5
Trió-barlang	5
Szuadó-völgyi-víznyelőbarlang	4
Sátorkőpusztai-barlang	6
Solymári-ördöglyuk	11
Mátyás-hegyi-barlang	25
Vass Imre-barlang	5
Rákóczi barlang	26
Esztramosi Földvári Aladár barlang	9
Tapolcai Kórház-barlang	39
Szent István-barlang	77
Szemlő-hegyi-barlang	17
Ferenc-hegyi-barlang	2

Tapolcai-tavasbarlang	52
Lóczy-barlang	7
Pálvölgyi-barlang	16
Gellérthegyi-barlang	51
Anna-barlang	70
Baradla-barlang	92
Abaligeti-barlang	23
Miskolctapolcai tavasbarlang	89
Diósgyőrtapolcai barlang	32
Béke-barlang	29

1. Csodabogyós-barlang: mint ahogy az a táblázatból is kitűnik, az adatok elég elkésirítők. Erről a képződményről a megkérdezettek közül csupán öt fő hallott, mely személyek azok között vannak, akik jártak már barlangban.
2. Trió-barlang: ennél a barlangnál az előbbihez hasonló a helyzet. A megkérdezettek közül csupán öt fő hallott róla, akik a barlangjárók közül kerültek ki.
3. Szuadó-völgyi-víznyelőbarlang: ennél a barlangnál is hasonlóak az adatok az előző kettőhöz. Ennek ismertsége azonban még alacsonyabb, a megkérdezettek közül csupán négy fő hallott már róla, akik azok közül kerültek ki, akik jártak már valaha barlangban.
4. Sátorkőpusztai-barlang: a vizsgálat következő tárgya volt ez a barlang, melyről a megkérdezettek közül csupán hat fő hallott már, akik a barlangot már a valóságban is látottak közül kerültek ki.
5. Solymári-ördöglyuk: az előző barlangok ismertségénél itt már valamivel kedvezőbb a helyzet. Erről a képződményről már összesen a megkérdezett százhuszonöt főből tizenketten hallottak, melyből tizenegy fő a barlanglátogatók közül került ki, egy fő pedig azoknak a csoportjából, akik még nem jártak ilyen képződményben.
6. Mátyás-hegyi-barlang: kedvezőbb a kép az előzőeknél ennél a barlangnál. Erről a megkérdezettek közül összesen huszonötten hallottak, melyből huszonnégyen már jártak barlangban.
7. Vass Imre-barlang: ebben az esetben a helyzet nem éppen kedvező. A megkérdezettek közül csupán öt barlangjáró hallott erről a képződményről.
8. Rákóczi barlang: mint az a táblázatból is látható, erről a képződményről a megkérdezettek közül huszonhatan hallottak már, akik közül ketten még egyáltalán nem jártak barlangokban.
9. Esztramosi Földvári Aladár barlang: ez a képződmény az előzőnél kevésbé ismert, erről csupán a minta tagjai közül kilenc, barlangot már látogatott személy hallott.



10. Tapolcai Kórház-barlang: az eddigieknél kedvezőbb a kép ezzel a barlanggal kapcsolatban, melyről a válaszadók közül harminckilencen hallottak már, ketten olyanok, akik még nem jártak utazásaik során barlangban.
11. Szent István-barlang: erről a képződményről a megkérdezettek több, mint 60%-a, azaz hetvenhét fő hallott már, ezek közül két olyan személy is, akik még nem látogattak meg barlangokat utazásaik során.
12. Szemlő-hegyi-barlang: ennek a barlangnak az ismertsége a megkérdezettek körében tíz százalék alatti, mely személyek a barlanglátogatók köréből kerültek ki.
13. Ferenc-hegyi-barlang: a mintán belül talán ez a legkevésbé ismert képződmény. Mindössze ketten hallottak róla a megkérdezettek közül, egy olyan személy, aki még nem járt utazásai során barlangban, egy pedig olyan, aki már igen.
14. Tapolcai-tavasbarlang: ez a képződmény annyiban mutat érdekességet az előzőekhez képest, hogy erről a barlangot még meg nem látogattak majdnem fele hallott már, mely az azokban már jártakkal együtt összesen ötvenkét főt jelent.
15. Lóczy-barlang: ennek a képződménynek az ismertsége nagyon alacsony. A válaszadók közül csupán heten hallottak róla, azok közül is olyanok, akik már jártak barlangban utazásaik során.
16. Pálvölgyi-barlang: erről az üregről a barlanglátogatók közül tizenhatan hallottak már, mely szám alacsonynak mondható.
17. Gellérthegyi-barlang: a képződményről a megkérdezett százhuszonöt fő közül ötvenegy hallott már, melyek közül hárman a barlangot még nem látogattak közül kerültek ki.
18. Anna-barlang: mint a táblázatból látható, ennek a képződménynek az ismertsége az előzőekhez viszonyítva magasnak mondható, azt a látogatók ötvenhat százaléka ismeri, melyek közül hatvannyolc fő járt már élete során barlangban.
19. Baradla-barlang: mint az várható volt, a válaszadók közül a legtöbben ezt a barlangot ismerik, bár még ezt sem mindenki. A körülbelül hetvenhárom százalékos ismertség azonban mégis kiemelkedő a többi hasonló képződményéhez viszonyítva.
20. Abaligeti-barlang: ennek a képződménynek az ismertsége a minta tagjai között tíz százalék körüli. A barlangról már valamilyen forrásból hallott huszonhárom fő közül egy még nem járt ehhez hasonló képződményben.
21. Miskolctapolcai tavasbarlang: meglepő módon ennek az üregnek az ismertsége majdnem a Baradlával megegyező, a minta tagjai közül nyolcvankilencen hallottak már róla, akik közül négyen még nem jártak életük során barlangokban.

22. Diósgyőr-tapolcai barlang: ezt a képződményt a megkérdezettek körülbelül egynegyede ismeri látogatásból vagy hallomásból, akik közül harmincan már jártak valaha barlangban.
23. Béke-barlang: ennek a képződménynek az ismertsége a kérdőív többi barlangjához viszonyítva közepesnek mondható, azt a megkérdezett százhuszonöt főből huszonkilenc, barlangot már meglátogatott személy ismeri.

Következő kérdés arra vonatkozott, hogy a válaszadók meglátogatnák-e többször ugyanazt a barlangot, és ha igen, miért (**4. táblázat / Table 4**). A válaszadók mintegy hatvannégy százaléka – nyolcvan fő – újra meglátogatná az általa egyszer már látott barlangot.

Az ehhez kapcsolódó miért kérdésre összesen hatvankét válasz érkezett. Az okok a következők voltak: csodás látvány, érdekes látnivalók, a természeti képződmények és környezetük szépsége, a természet szeretete, gyógykezelés célja, a levegő minősége, érdekes klimatikus viszonyok, a kikapcsolódás élménye, kiváló kirándulási célpont, sok és különleges a látnivaló a barlangokban, látványosak, minden látogatással új dolgokat fedeznek fel a képződményekben, nem lehet velük betelni, páratlan, máshoz nem fogható élményt kínálnak, sajátos hangulatuk van, jó minőségű vendéglátás a környékén, illetve a nosztalgia.

Az alábbi keresztábra a megkérdezettek, kora, neme és végzettsége függvényében vázolja fel a 'Meglátogatná-e többször ugyanazt a barlangot?' kérdést. Ebből a táblázatból kiderül, hogy a legtöbb olyan személy, aki nem látogatná meg többször ugyanazt a barlangot, a mintában lévő arányaik alapján az alapfokú végzettségűek közül került ki.

A kor szerint vizsgáljuk a kérdést, akkor megállapítható, hogy leginkább a huszonöt év alattiak válaszoltak úgy, hogy nem látogatnák meg többször ugyanazt a barlangot. Ez részben koruk számlájára írható, mivel talán a természeti képződményeket sokan csak később tanulják meg értékelni, továbbá annak, hogy a fiatal korosztály egyre inkább a városi életforma felé fordul, kevés figyelmet szentel a természeti képződményeknek.

Ugyanazt a barlangot többször leginkább a felsőfokú végzettségű nők látogatnák meg, tehát a kérdőív ezen kérdése szerint ők tekinthetők a leginkább vizszo- szatéró látogatóknak .

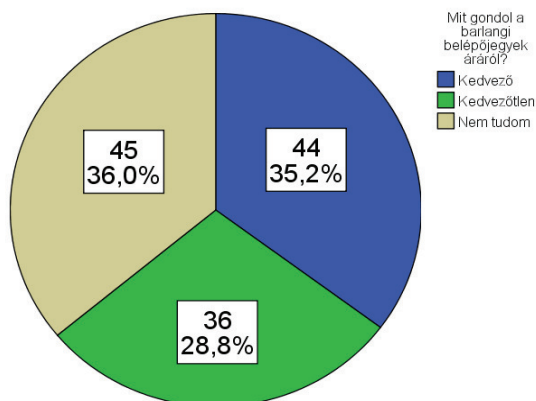
**4. táblázat / Table 4: Barlanglátogatás gyakoriságának alakulása életkor, nem és végzettség szerint / Frequency of the cave-visiting in relation gender, ages and qualification**

Meglátogatná-e többször ugyanazt a barlangot? \* Életkora \* Neme \* Végzettsége Crosstabulation

Count

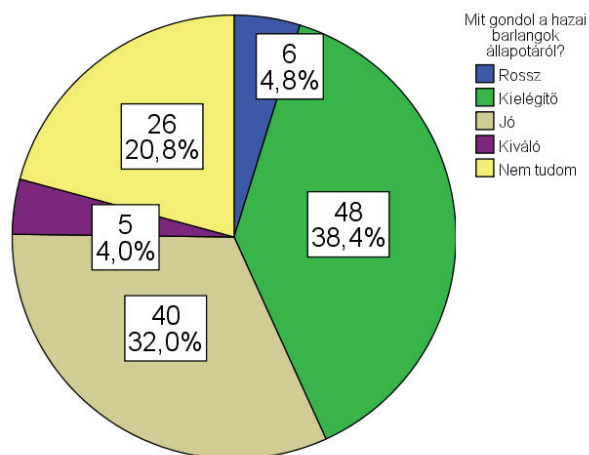
Végzettsége	Neme	Meglátogatná-e többször ugyanazt a barlangot?	Nem Igen	Életkora				Total
				-25	26-45	46-65	66-	
Alapfokú	Férfi	Meglátogatná-e többször ugyanazt a barlangot?	Nem Igen	1	1	2		4
				1	0	2		3
		Total		2	1	4		7
	Nő	Meglátogatná-e többször ugyanazt a barlangot?	Nem Igen	2	1	1		4
				0	1	2		3
		Total		2	2	3		7
Középfokú	Férfi	Meglátogatná-e többször ugyanazt a barlangot?	Nem Igen	2	5	6		13
				0	14	11		25
		Total		2	19	17		38
	Nő	Meglátogatná-e többször ugyanazt a barlangot?	Nem Igen	2	5	8		15
				0	5	13		18
		Total		2	10	21		33
Felsőfokú	Férfi	Meglátogatná-e többször ugyanazt a barlangot?	Nem Igen	0	5	1	0	6
				1	5	4	1	11
		Total		1	10	5	1	17
	Nő	Meglátogatná-e többször ugyanazt a barlangot?	Nem Igen	0	1	2		3
				3	13	4		20
		Total		3	14	6		23

A következő kérdés a barlangi belépőjegyek árára vonatkozott (**7. ábra / Chart 7**), azaz arra, hogyan értékelik a minta tagjai azokat. Mint ahogy azt a 7. ábra is szemlélteti, a válaszadók körülbelül azonos arányban a kedvező, illetve a nem tudom kategóriát választották. A kedvezőtlen, mindössze harminchatan jelölték meg. Így megállapítható, hogy azok közül, akik tisztában voltak a barlangi belépőjegyek áraival, nagyjából azokat kedvezőnek ítélték meg.



**7. ábra / Chart 7: A barlangi belépők árának megítélése / Awording of Cave ticket's price**

Ezután a hazai barlangok állapotának megítélését vizsgáltuk (**8. ábra / Chart 8**). A válaszadók nagy része – negyvennyolc fő – a hazai barlangok állapotát kielégítőnek találja. Ez után következik a jó – negyven fő –, majd rossz, végül a kiváló kategória. Huszonhat fő volt azoknak az aránya, akik erre a kérdésre nem tudtak válaszolni. Tehát a válaszadók összességében nézve kielégítőnek, illetve jónak ítélik meg a hazai barlangok állapotát.



**8. ábra / Chart 8:** A barlangok állapotának megítélése / Awording of Cave's status

Nyitott kérdéssel vélemény-nyilvánításnak is lehetőséget adtunk, hogy a megkérdezettek hozzáfűzhessenek megjegyzéseket a kérőívhez az 'egyéb megjegyzés, észrevétel' című nyitott kérdéssel, melyre a mintabeliek közül tizennégy fő válaszolt. A következő megjegyzések érkeztek:

- A vendéglátás és a kiépítettség jó, de a szemtelés jelentősen rontja az élményt.
- Kevés információ jut el az emberekhez a barlangokról.
- Nagyobb figyelmet kellene fordítani a környezet megóvására.
- A külföldi barlangok kiépítettsége jobb.
- Több információra lenne szükség a barlangok történelméről, megközelíthetőségéről.
- A túrák során több 'élményhez kapcsolódó' információval kellene szolgálni.
- Sok az engedélyhez kötött látogatható barlang, többet kellene megnyitni a nyilvánosság előtt.
- A belépők ára lehetne kedvezőbb, mert sokan anyagi helyzetük miatt nem tudnak kirándulni.

## Diszkusszió, összegzés

A kérdőíves elemzés eredményeként összességében megállapíthatóak a következők:

- Az emberek viszonylag gyakran utaznak, amelyek során gyakran látogatnak meg barlangokat.
- Az információkat a meglátogatni kívánt barlangokról az ismerősök, barátok ajánlásai alapján nyerik, ám jelentős az internetes forrás is.
- A képződményeket leginkább kirándulási célból keresik fel az egyes személyek, melyekhez főként autóval és tömegközlekedési eszközzel jutnak el.
- A barlangok ismertsége összességében nézve alacsony – magasnak csak a Baradla és a Tapolcai-tavasbarlang esetén mondható.
- A válaszadók többsége meglátogatná többször ugyanazt a barlangot.
- A barlangi belépők árát a többség kedvezőnek találja.
- A képződmények állapotát a legtöbben jónak vagy kielégítőnek látják.
- Az egyéb megjegyzések között főként az információ iránti fokozott szükséglet, a kiépítettség javítása, illetve a személtelés csökkentésének igénye jelennek meg.

A fenti kutatás is bizonyítja, hogy a barlangok turisztikai hasznosítása jelentős: a barlanglátogatás alakítja, formálja a látogatót, természeti ismereteit bővíti, természet iránti érzékenységét, felelősségét erősíti. A természet élménye, a barlangok sajátos hangulata beépül a személyiségbe, amely megalapozza az ökoszemléletmódot, segíti a fenntartható turizmust.

Magyarországon<sup>6</sup> a legtöbb hegységben található barlang. Sok közülük kiépített, a nagyközönség által mindenféle védő- és barlangász-felszerelés nélkül látogatható, ezek ismertségének és elismertségének növelése mindannyiunk feladata. A gyalog- és kerékpártúrák természetbarát szemléletmódját valló turisták számára izgalmas turisztikai attrakció lehet, a túra állomásaiba beépíthető kínálati elem.

### Felhasznált irodalom:

Könyves E. – Müller A (2001): Szabadidős programok a falusi turizmusban. Szaktudás Kiadó Ház Rt. Budapest. 141–155. p.

Puckó I. – Rácz T. (2000): Az attrakciótól az élményig. Budapest. Geomédia Szakkönyvek. 53. p.

Természetvédelmi Világszövetség (IUCN) által adott definíció.

Turizmus Panoráma, 2008. január–február, A jövő európai turistái

---

<sup>6</sup> Könyves E. – Müller A (2001): Szabadidős programok a falusi turizmusban. Szaktudás Kiadó Ház Rt. Budapest. 141–155. p.

- Varga Tünde (2008): Magyarország barlangjai a turizmus tükrében. Szakdolgozat 2008. Szolnoki Főiskola, Idegenforgalmi és Szálloda szak. Konzulens: Dr. Müller Anetta.
- Dosek Ágoston (1997): Erdők, hegyek sportjai. MTE tankönyv, Bp. Kiadja: Magyar Tájékoztató Futó Szövetség. 294. p