

# A kínai VFR turizmus Budapesten: vendégek és házigazdák

## Chinese VFR Tourism in Budapest: Hosts and Guests

Szerző: Song-Agócs Rita<sup>1</sup>

Az elmúlt néhány évben a kínai beutazó turizmus dinamikusan növekedett Kelet-Közép-Európában, amelyben a migrációs mobilitás is szerepet játszott. A Magyarországon élő legnépesebb, Ázsiából származó etnikai csoport, a kínaiak, a VFR turizmus fenntartásában is érintettek. Annak érdekében, hogy megismerjük a Magyarországon élő kínai diaszpóra VFR turizmusban játszott szerepét, online kérdőíves lekérdezést (N=202) alkalmaztunk a kínai közösség körében. A kutatási eredmények azt mutatják, hogy a Magyarországra érkező kínaiak migrációja szoros összefüggésben áll a VFR turizmussal. Egy hazánkban élő kínai VFR házigazdára a látogatás során kulcsfontosságú szerep hárul (vendégül látás, idegenvezetői teendők). Azok a házigazdák, akik az EU-csatlakozást (2004) megelőzően telepedtek le hazánkban, aktívabb szerepet vállalnak vendégük turisztikai keresletének generálásában. Jelen tanulmány a szerzőnek a Budapesti Corvinus Egyetem turizmus-menedzsment mesterképzésén készített szakdolgozatához végzett kutatására épül.

Over the last few years, there has been a dynamic growth of Chinese tourism in the Central and Eastern European region, in which Hungary has become significant. The biggest Asian ethnic group in Hungary is the Chinese, being also involved in maintaining VFR tourism. In order to learn the role of the Chinese diaspora living in Hungary in VFR tourism, we used an online questionnaire (N = 202) among the Chinese community. The research results support that the migration of Chinese arriving in Hungary is closely connected to VFR tourism. The Chinese VFR host plays a key role in travel (hospitality, tour guide approach), where immigrants settled in Hungary before EU accession (2004) take a more active role in generating tourism demand in Hungary. This article is based on the research results of the author's Master thesis on tourism management at the Corvinus University of Budapest.

**Kulcsszavak:** barát- és rokonlátogatás, VFR turizmus, VFR házigazda, vendég-házigazda kapcsolat, kínai VFR, kínai migráció.

**Keywords:** visiting friends and relatives, VFR tourism, VFR host, host-guest relationship, Chinese VFR, Chinese migration.

### 1. Bevezetés

Napjainkban Kína világban betöltött globális szerepe gazdasági, politikai és katonai értelemben véve egyaránt megkérdőjelezhetetlen. 1,4021 milliárd fővel Kína jelenleg a világ legnépesebb állama (WORLD BANK 2021a), a világon minden ötödik ember kínai. Kína a nemzetközi migráció egyik főszereplője, kibocsátó államként tartják számon, lévén 35-50 millió kínai él az ország határain kívül. Szinte a világ valamennyi országában él ki-

sebb vagy nagyobb kínai populáció, amelynek köszönhetően számos országban ők rendelkeznek az egyik legnagyobb bevándorló diaszpórával (MA et al. 2020). Egész Európát tekintve az Egyesült Királyság, Franciaország, Németország, Olaszország, míg a kelet-közép-európai térségben Magyarország tartozik azon országok közé, ahol jelentős kínai közösség él. Hazánkba két jelentősebb hullámban érkeztek kínai bevándorlók. 1988-1992 között a két ország közt fennálló vízummentesség miatt (NYÍRI 2006), majd a 2013-2017 közötti úgynevezett letelepedési kötvényes időszakban (BECK et al. 2021). 2020-ban 19 655 magát kínainak valló bevándorló élt Magyarországon, mellyel a legnagyobb ázsiai diaszpórának számítanak, míg az összes Magyarországon tartózkodó külföldi állampolgárt tekintve harmadikak a románok és az ukránok mögött (KSH 2021a).

<sup>1</sup> PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, rita.agocs@uni-corvinus.hu

Kínában 1978-ban Teng Hsziao-ping<sup>2</sup> (Deng Xiaoping) vezetésével megindult a *reform és nyitás politikája*, melynek egyik eredménye, hogy az 1980-as évektől kezdődően fokozatosan lehetővé vált az ország legális elhagyása. Kezdetben csak egy szűkebb rétegnek, az ezredfordulótól kezdve azonban már egyre kevesebb formális elem gátolja a kínai emberek kiutazását és külföldi tartózkodását. 2012 óta évről évre Kína adja a világnak a legtöbb nemzetközi turistát, akik 2019-ben közel 155 millió külföldi utazást tettek (WORLD BANK 2021b). A magyar gazdaságban a növekvő kínai populáció és az emelkedő számú kínai turisták látogatásai egyaránt kedvezően hatnak számos kulcsfontosságú területre. Több tanulmány is vizsgálja a migráció és a letelepedést megelőző turizmus összefüggéseit, ugyanakkor eddig feltáratlan maradt a Magyarországot érintő kínai barát- és rokonlátogatásnak (VFR) a későbbi letelepedést esetlegesen ösztönző hatása. Jelen tanulmány arra tesz kísérletet, hogy feltárja a kínai VFR turizmus és a letelepedés összefüggéseit. A tanulmány arra a kérdésre keresi a választ, hogy milyen szerepet játszanak a már Budapesten élő kínaiak az őket meglátogató barátok és rokonok jövőbeni magyarországi letelepedésében. Ennek feltárása lehetőséget teremt arra, hogy jobban megértsük a Budapesten élő kínaiak *turisztikai nagykövet* szerepét.

## 2. Elméleti háttér

### 2.1. A VFR TURIZMUS DEFINÍCIÓJA, FAJTÁI

A turizmus fajtáit tekintve szabadidős és hivatás turizmust különböztetünk meg (MICHALKÓ 2012). A szabadidős turizmus egyik fajtája a VFR turizmus, ami az angol *Visiting Friends and Relatives* szavak kezdőbetűiből tevődik össze. A VFR utazás valószínűleg a legrégebbi utazási forma, mivel a barátok és rokonok meglátogatása társadalmilag mindig is fontos volt (BACKER 2011), a VFR utazás iránti tudományos érdeklődés mégis viszonylag újkeletűnek tekinthető. Az együtt utazók köre általában baráti, rokoni szálakkal kapcsolódik össze. A VFR turista az a személy, akinek rokonai, barátai és ismerősei annyira fontosak, hogy a személyes találkozás élményéért képes értük útra kelni (MICHALKÓ-RÁTZ 2013). BACKER három VFR típust (2010b) különböztetett meg (1. ábra).

Azokat a VFR utazókat, akik barátoknál vagy rokonoknál tartózkodnak és a látogatás elsődleges célját VFR-ként említik, tiszta VFR-nek tekinti (PVFR – *Pure VFR*). EVFR-ek (*Exploiting VFR*) azok, akik barátaiknál vagy rokonaiknál szállnak meg,

de nem ez a látogatásuk célja, hanem például nyaralóként azonosítják magukat. CVFR-ek (*Commercial VFR*) azok, akik kifejezetten a barátaik, rokonaik meglátogatására érkeznek és kereskedelmi szálláshelyeket vesznek igénybe. A negyedik szegmens a *nem VFR* utazókat jelenti.

1. ábra

#### A Backer által azonosított VFR típusok

	Szállás: barátok és család	Szállás: kereskedelmi
Látogatás célja: VFR	<input checked="" type="checkbox"/> PVFR	<input checked="" type="checkbox"/> CVFR
Látogatás célja: nem VFR	<input checked="" type="checkbox"/> EVFR	<input checked="" type="checkbox"/> nem VFR

Forrás: saját szerkesztés és fordítás BACKER (2010b) alapján

A hivatalos statisztika a világ számos pontján a látogatás célja vagy a szállás típusa szerint gyűjti az utazók adatait. A VFR utazás valódi nagyságának megismeréséhez a célállomásnak először meg kell határoznia, majd összesítenie kell a három VFR típust. A hivatalos statisztikák azonban nem nyújtanak megfelelő adatot a VFR utazás valódi nagyságáról, mivel csak két VFR típust rögzítenek a háromból, amivel alábecsülik a VFR turizmus valódi nagyságát. A VFR turizmus a rejtett turizmus egyik sajátos piaci szegmense, ami a láthatatlan turisztikai tevékenységek miatt a turizmusstatisztika fekete dobozának is tekinthető (MICHALKÓ-ILYÉS 2020).

A VFR utazás nem tekinthető homogén piacnak, ugyanis két alszegmensre bontható: barátokhoz (VF) és rokonokhoz (VR) látogatókra, akik leginkább életciklusuk, nemük, életkoruk, tevékenységeik és az információk megszerzésének módja tekintetében különböznek egymástól. A VR-k mennyisége a két alszegmenst vizsgáló kutatások szinte mindegyikében meghaladta a VF-ekét (BACKER et al. 2017).

### 2.2. A VFR TURIZMUS JELLEMZŐI

JACKSON (1990) közel három évtizede egyrészt felhívta a figyelmet a VFR utazások jelentőségére, másrészt kihangsúlyozta annak alábecsültségét és elhanyagoltságát. Bár az elmúlt 30 év során számos cikk született VFR témában, annak jelentőségéhez képest mégis még mindig csekély a kutatások száma, más turisztikai termékekhez képest méltánytalanul kevés figyelmet kap. Emellett szerény a VFR-orientált tudományos monográfiák száma is, a témával foglalkozó első könyv csak 2015-ben jelent meg (BACKER-KING 2015).

<sup>2</sup> Ebben a cikkben a kínai szavak pinjin átírásakor a nemzetközi átírási szabályt alkalmazom, kivételt képeznek ez alól azok a szavak, amelyek a magyar átírási szabály szerint elterjednek tekinthetők, ebben az esetben zárójelben adom meg a nemzetközi átírást.

A kutatások többsége az utazás célja szerint gyűjti az adatokat, viszont nem minden barátnál vagy rokonnál tartózkodó utazó említi a VFR-t hagyományos célként, vélhetően nyaralóként vagy üzleti célú látogatóként azonosítják magukat (SEATON-PALMER 1997). A VFR utazókról általában azt feltételezik, hogy azoknak a barátoknak és rokonoknak az otthonában szállnak meg, akiket meglátogattak. Ezzel szemben a VFR utazók igénybe vehetik a kereskedelmi szálláshelyeket is (SEATON-PALMER 1997, BACKER 2010a), melynek hatására a VFR utazás a kereskedelmi szálláshely-ágazat egyik szegmensévé lép elő (BACKER 2007).

Gazdasági szempontból a VFR utazás másodlagos státusszal bír a turisztikai iparban (BULL 1995, LEHTO et al. 2001). A VFR utazóra gyakran úgy tekintenek, mint aki kevés turisztikai tevékenységben vesz részt, nem költ szállásra, így minimális hatást gyakorol a helyi gazdaságra (DENMAN 1988, BULL 1995, MORRISON-O'LEARY 1995a, SEATON-PALMER 1997, LEHTO et al. 2001). Ezek a megállapítások nem tükrözik a valóságot, ugyanis bár a VFR utazók napi költése valóban alacsonyabb lehet, ezt azonban kompenzálhatja az a tény, hogy hosszabb ideig tartózkodnak a célterületen (SEATON 1994). A gazdasági hatástanulmányok általában nem veszik figyelembe sem a VFR kiadások széles körét, sem a befogadó kiadásait, amelyek szintén jelentősek lehetnek – kiskereskedelem, éttermek, turisztikai attrakciók –, így a helyi gazdaság számára számottevő többletbevételt generálnak. A VFR utazók aktív résztvevői a vásárlásnak, a látnivalók felkeresésének, a vendéglátásnak és a légitársaságok szolgáltatásainak, ezért értékes és fontos elemei egy adott régió turizmusiparának (JACKSON 1990, McKERCHER 1994, MORRISON-O'LEARY 1995a, YUAN et al. 1995, SEATON-PALMER 1997). A turizmus gazdasági hozzájárulásának reális felmérése attól függ, hogy milyen a gyűjtött adatok mutatóinak a minősége és a tartalma (HINEK 2020).

A VFR utazás kutatási népszerűtlenségének okaként kezdetben három probléma került meghatározásra: alacsony gazdasági hatással bír és sem az utazásszervezők, sem a turisztikai marketing szakemberei nem tudják befolyásolni azt (SEATON-PALMER 1997). Napjainkban nyolc fő okot említ a szakirodalom az elhanyagolás magyarázataként (BACKER 2010a):

- definíciós nehézségek,
- ellentét a meglévő adatokkal,
- mérési nehézségek,
- a lobbi hiánya,
- kisebb gazdasági hatás észlelése,
- alig tárgyalják a turisztikai tankönyvekben,

- a felfogás, hogy a VFR utazókat nehéz befolyásolni,
- a felfogás, hogy a VFR nem „szexi”.

A turisztikai marketing szakemberek a VFR-t a turizmus olyan formájának tekintik, amelyik természetesen, magától történik, így nem befolyásolható (SEATON-TAGG 1995, MORRISON et al. 2000, BACKER 2007). A VFR utazók egyedi jellemzőkkel rendelkeznek az utazásuk megtervezésével kapcsolatos információkeresés szempontjából (MacEACHERN et al. 2007), hisz nagyobb mértékben támaszkodnak a szájról szájra történő kommunikációra, mint más marketing eszközre (BACKER 2007, 2010a).

A VFR utazások a nehezebb gazdasági időkben ellenállóbbak, emellett az üzleti és az üdülési piacokhoz képest kevésbé hajlamosak a szezonálításra (DENMAN 1988, McKERCHER 1994, BULL 1995, SEATON-TAGG 1995, SEATON-PALMER 1997). A csökkent szezonális aspektus növeli a helyi gazdaságot stabilizáló hatását, vagyis a szezonon kívüli VFR látogatás pozitív hatással van a helyi gazdaságra.

### 2.3. SZEREPCSERE: VENDÉG ÉS HÁZIGAZDA

A VFR utazás a turizmus egyedülálló megtestesülése, ami a vendéglátót is bevonhatja a turisztikai tevékenységekbe, mely jelentős hatással van a helyi gazdaságra (MEIS et al. 1995). A VFR utazás magába foglalja a vendéglátó egyedülálló szerepét, valamint a desztinációkhoz való gazdasági hozzájárulását és piaci potenciálját (HUANG et al. 2017). „VFR házigazda személy az, akihez barátai és/vagy rokonai látogattak el, akik legalább egy éjszakát tartózkodtak a desztinációban.” (YOUSUF-BACKER 2016:436). A definíció legfontosabb tényezője, hogy a VFR utazónak nem szükséges a barátoknál, rokonoknál töltenie az egész napot ahhoz, hogy a vendéglátót VFR házigazdaként azonosítsuk. A vendéglátók hozzáállása befolyással lehet a turisztikai élmények és vágyak kialakulására, még akkor is, ha a VFR utazók eltérő motivációval rendelkeznek (ZÁTORI et al. 2019).

A vendéglátó a VFR utazás során jelentős szerepet tölt be, a VFR tanulmányoknak mégis alig több, mint egyötöde foglalkozik a vendég-vendéglátó kapcsolatokkal (GRIFFIN 2013). A vendéglátó bizonyos esetekben befolyásolni tudja az utazás időtartamát, a tranzit útvonalakat és a turisztikai tevékenységet, amit a VFR utazó végez. A VFR turisták a hagyományos promóciók helyett nagyban támaszkodnak a barátok és a rokonok tanácsára az úti cél kiválasztásakor (YOUNG et al. 2007). Hazánk esetében is igaz, hogy a VFR turisták tar-

tózkodása bizonyos fokig irányított, és valószínűleg a vendéglátóikkal egyeztetve koordinálják szabadidős tevékenységeiket (MICHALKÓ-RÁTZ 2013).

A VFR utazók a vendéglátók segítségével részt tudnak venni a helyi lakosok által végzett tevékenységekben is, amire más utazó nem lenne képes, így ez csak a VFR turizmus sajátosságaként említhető (BACKER 2007). A VFR utazók általában a vendéglátót is bevonják a desztináció, illetve környékének felfedezésébe, vagyis a vendéglátók közvetlen vagy közvetett gazdasági hozzájárulása szintén jelentős (MEIS et al. 1995, MORRISON et al. 1995b, GRIFFIN 2013).

#### 2.4. A KÍNAI VFR TURIZMUS

A világ számos országában a kínaiak rendelkeznek az egyik legnagyobb diaszpórával. Az őket meglátogató barátok, rokonok turisztikai magatartása, valamint az általuk Kínába tett utazások kevés tudományos figyelmet kaptak (MA et al. 2020). A kínai VFR turizmust a társadalmi kapcsolatok (*guanxi*) szempontjából érdemes vizsgálni (BAI-QU 2017), Huang Guangguo társadalmi kapcsolatelméletét (HWUANG 1987) felhasználva, melyben három interperszonális kapcsolattípust határoz meg. Az érzelmi kapcsolat általában az egyén és a család kapcsolatára utal, a vegyes kapcsolat az egyén és az ismerősök (barátok, rokonok) közötti kapcsolatot jelenti, míg az instrumentális kapcsolat bizonyos források megszerzése érdekében az egyén által idegenekkel létrehozott kapcsolatról szól.

#### 2.5. A MIGRÁCIÓ ÉS A VFR TURIZMUS PERSPEKTÍVÁI

A migráció és a turizmus közti kapcsolatok feltárása csak az elmúlt néhány évtizedben került a kutatók figyelmének fókuszába (BELL-WARD 2000, MICHALKÓ 2009, WILLIAMS 2013), bár az összefüggés nyilvánvalóan sokkal régebbi időkre vezethető vissza. A VFR utazások világos és szoros kapcsolatot mutatnak a migrációs mozgásokkal (OSTROWSKI 1991). A migráció térben terjeszti és szétaprózza a családi és baráti hálózatokat, melyek frissítése és fenntartása rendszeres ápolást igényel, akár online, akár személyes találkozás útján. Ez utóbbi a barátok meglátogatásának és a családi turizmusnak felel meg (SEATON 1994). A technológia – különösen a digitális kommunikáció és az olcsó légi közlekedés – jelentősen megerősítette a migráció és az utazás kapcsolatát (WILLIAMS et al. 2000). A VFR turizmus szorosan kapcsol-

ódik a nemzetközi migrációs áramlásokhoz és a diaszpórákat alkotó populációkhoz (JACKSON 1990, KING-GAMAGE 1994, PACI 1994), minél nagyobb a bevándorlók száma egy adott desztinációban, annál több az őket meglátogató turista is (PROVENZANO-BAGGIO 2017).

##### 2.5.1. A migráció és a kínai diaszpórák közti kapcsolat

A diaszpórák kialakulása az emberek mozgásának eredménye, ugyanis a kivándorlás az emberi tevékenység hosszútávú jellemzője környezeti, társadalmi, gazdasági, politikai és biztonsági okból kifolyólag (BUTLER 2003). A diaszpóraturizmus sokrétű társadalmi tőkeépítési lehetőséget kínál a különböző identitással, értékrenddel és célokkal rendelkező bevándorlók számára. A kínai diaszpóraturizmusnak eltérő hatása van a társadalmi tőke kiépítésének elősegítésében attól függően, hogy a diaszpórában élő milyen típusú társadalmi tőkével és milyen erősségű, illetve mélységű kapcsolatokkal rendelkezik (LI 2019). A kínai diaszpórák-összesség és -turizmus változatos és dinamikus, mely tükrözi mind az egyén, mind a család migrációs történetét, személyes tapasztalatait, kulturális kitettségét, társadalmi kapcsolatait és mobilitását (LI-McKERCHER 2016).

##### 2.5.2. A Magyarországon élő kínai diaszpóra

A hazai kínai diaszpóra bevándorlási szakaszait tekintve az úgynevezett első hullámban (1988-1992) érkezőknél nehezen határozható meg a valódi nagyság, lévén csak becslést lehet állítani a rendelkezésre, ugyanis a betelepülők regisztrációja hiányos volt. Az első hullámban érkező kínaiak kapcsán 40 000 fő bevándorlásáról lehet beszélni (NYÍRI 1996), de a hivatalos adatok szerint az első hullámban mindössze 27 330 kínai letelepülőt regisztráltak (NYÍRI 2006). Az ezt követő regisztrált időszakban (2000-2012) a KSH adatait (*Bevándorló külföldi állampolgárok földrészek és országok szerint 2000-*) megvizsgálva évente átlagosan 1000 fő érkezett hazánkba. A második hullámnak tekinthető letelepedési kötvényes időszak (2013-2017) négy évében összesen 14 127 fő érkezett (KSH 2021b). Megjegyzendő azonban, hogy ebben az időszakban nem mindenki a kötvény megvásárlásával érkezett. A Belügyminisztérium hivatalos dokumentuma szerint az említett időszakban (2013-2017) 4095 kínai állampolgár kapott letelepedési engedélyt, akiket 7278 családtagjuk kísért el, vagyis összesen 11 373 kínai érkezett hazánkba a letelepedési kötvény segítségével<sup>3</sup>. A KSH adatai alapján

<sup>3</sup> <https://www.parlament.hu/irom40/13325/13325-0001.pdf>, Letöltve: 2021. december 17.

míg 2012. év végén csupán 10 114 fő, addig 2020. év végén már 19 655 fő regisztrált kínai letelepülő élt Magyarországon (KSH 2021a).

A Magyarországra történő kínai bevándorlás számos kutató érdeklődését felkeltette, így a probléma az elmúlt két évtizedben viszonylag jól dokumentáltnak tekinthető. A kínai népesség legfőképpen az 1,7 milliós fővárosban, Budapesten, viszonylag szétszórtnan helyezkedik el, főként a VIII., a IX., a X., a XV. és a XVI. kerületben. Más európai nagyvárosokkal ellentétben nem hoztak létre *Chinatown*okat (NYÍRI 2000, GYURIS 2007, IRIMIÁS 2008). Ez a városi szegmentáció hiányának, a közelmúltbeli kínai letelepedési hullámnak, valamint hazánk különleges gazdasági és társadalmi környezetének köszönhető (IRIMIÁS 2013). Kezdetben a bevándorlás fő motivációja a vállalkozói lét megélése, a meggazdagodás volt, ugyanis a magyarországi befektetési és kereskedelmi lehetőségeket jövedelmezőbbnek ítélték (IRIMIÁS 2009). A kínai bevándorlók elsősorban kereskedelemmel – ruhaneműk, cipők nagy- és kiskereskedelme – és vendéglátással kapcsolatos tevékenységeket végeztek (NYÍRI 2000). A 2010-es évektől nőtt a hazánkba beáramló kínai turisták száma (1. táblázat), ami lehetővé tette, hogy egyre több Magyarországon élő kínai kezdjen el a hazai turizmusban tevékenykedni, például utazásszervezés, idegenvezetés, tolmácsolás, buszbérlés formájában. A hazánkat felkereső kínai turisták sok esetben már jártak egy vagy több nyugat-európai országban. Jellemző módon egy több országot érintő körutazás során tesznek néhány napos látogatást hazánkban, ami megma-

gyarázza a viszonylag alacsony átlagos tartózkodási időt. A VFR motivációjú kínai utazók ennél lényegesen több időt töltenek el Magyarországon.

### 3. Kutatási módszertan

A kutatás célja átfogó betekintést nyújtani a Budapesten élő kínai diaszpóra VFR turizmusban játszott szerepébe. A vizsgált téma fogalmi szempontjai alapján a szükséges irodalmi áttekintés mellett végzett leíró típusú, kvantitatív kutatás során hólabda mintavétel technikán alapuló, strukturált kérdőíves lekérdezést alkalmaztunk (GYULAVÁRI et al. 2015, MALHOTRA-SIMON 2016, MITEV 2019) két platform igénybevételével. Az egyik a kínai *WeChat* applikáció saját kérdőíves programja, a *WeChat Questionnaire Survey*, a másik a *Survey Monkey* kérdőíves programja. Mindkét platform a ma használatos, a szárazföldi Kínában elfogadott egyszerűsített kínai karaktereket használja. A lekérdezés összesen 202 fős kitöltést eredményezett, ami a Covid19-világjárvány időszakában készült 2020 októberében, amikor a két ország közötti nemzetközi légit közlekedés jelentős mértékben mérséklődött, mivel kölcsönösen szigorú beutazási szabályok (például karantén intézkedések) voltak érvényben. A KSH adatai alapján 2020 végén 19 655 fő kínai állampolgár tartózkodott életvitelszerűen hazánkban, így elmondható, hogy a hazai kínai diaszpóra valamivel több, mint 1%-át sikerült kitöltésre ösztönözni.

A kérdőív 15 kérdésből tevődött össze, melyben az utolsó 4 kérdés további 9-9 alkérdésre

1. táblázat

#### A Magyarországra érkező kínai turisták vendégforgalmi mutatói, 2010-2020

Év	Kínai vendégek száma	Változás (%)	Kínai vendégéjszakák száma	Változás (%)	Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)
2010	44 975	16,5	79 767	11,6	1,7
2011	58 386	29,8	116 103	45,5	2,0
2012	72 090	23,5	127 903	10,2	1,8
2013	74 939	4,0	138 554	8,3	1,8
2014	89 961	20,0	160 700	16,0	1,8
2015	125 857	39,9	222 540	38,5	1,8
2016	171 835	36,5	302 107	35,8	1,8
2017	230 736	34,3	367 424	21,6	1,6
2018	256 656	11,2	426 348	16,0	1,8
2019	277 389	8,1	456 048	7,0	1,6
2020	21 317	-92,3	44 984	-91,1	2,1

Forrás: saját szerkesztés a Kína-KKE Turisztikai Koordinációs Központ adatai alapján.

Az adatokat Vincze Zsuzsanna, turizmus főtanácsadó, Külgazdasági és Külügyminisztérium/Kína-KKE Turisztikai Koordinációs Központ vezetője bocsátotta a rendelkezésemre.

volt osztható. Likert-típusú skálát alkalmaztunk. Ez a 4 nagyobb kérdésblokk a hazánkba való költözést megelőző időszakkal (pl. információszerzés), az itt tartózkodással (pl. vendéglátói magatartás), a hazánkban élő kínaiak Kínába látogatásával, valamint az egyén döntési magatartásával kapcsolatos állításokat tartalmazott. Jelen tanulmányban leginkább a 13. kérdésblokk kerül elemzésre, mely a kínai vendéglátói magatartás egyes aspektusainak feltárására irányult. Az ebben szereplő 9 alkérdés a vendégül látást, az idegenvezetői magatartást és a migrációra kifejtett hatást vizsgálta. A kérdőív feldolgozásánál egyszerű matematikai statisztikai módszerek, viszonyszámok és többváltozós elemzési módszer (keresztábra, Khi-négyzet próba, főkomponens-analízis) alkalmazására került sor Excel és SPSS program segítségével.

## 4. Eredmények

### 4.1. A MINTA FŐBB JELLEMZŐI

A 202 fős mintában a nemek szerinti megoszlás szerint a válaszadók többsége férfi (57,9%), a területi megoszlást tekintve Budapest dominanciája jelentős (94,1%), míg a korcsoport szerinti megoszlásnál a kitöltők többsége (89,1%-a) 40-59 év (66,8%) és 25-39 év (22,3%) közötti. A kínai letelepedés időszaki megoszlása kiegyensúlyozottnak mondható. A megkérdezettek 53,5%-a a hazánk Európai Unióhoz történő csatlakozását (2004) megelőző időszakban telepedett le, mely időpont jelenleg ketté is osztja az elmúlt 34 év kínai bevándorlási időszakát. A válaszadók 14,4%-a az első letelepedési hullámban (1988-1992), míg 19,8%-uk a második hullámban (2013-2017) érkezett.

### 4.2. A KÍNAI VFR TURISZTIKAI MAGATARTÁS A MAGYARORSZÁGRA TETT LÁTOGATÁSSAL ÖSSZEFÜGGÉSBEN

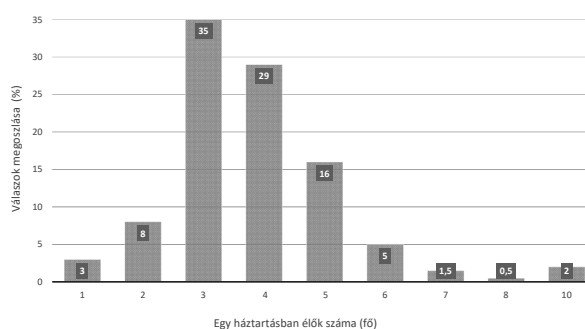
A vendéglátói magatartás idegenvezetői attitűdjére kapott válaszok mutatták a legmagasabb átlagos értékeket. A „megmutatom nekik lakóhelyem fontosabb turisztikai nevezetességeit” 4,25-ös átlagot, míg a „megmutatom nekik az ország fontosabb turisztikai nevezetességeit” 4,37-es átlagot mutat, vagyis összességében a vendégfogadás turizmusba való illeszkedése a látogatások jelentős többségénél magasnak mondható. A VFR vendéglátók befolyással vannak a desztináció látogatottságára és az ott végzett tevékenységekre (McKERCHER 1995, MEIS et al. 1995, YUAN et al. 1995, JACKSON 2003). A kínai vendéglátók ilyenkor helyi idegenvezetőként szolgálnak, mellyel

támogatják az ide látogató VFR barátok, rokonok turisztikai aktivitását (YOUSUF-BACKER 2016). Ezen utazások megszervezése és lebonyolítása szinte teljes mértékben a kínai vendéglátóra hárul, mellyel jelentős mértékben képes befolyásolni azt is, hogy mely attrakciókat keresik fel. A kínai vendéglátók olyan kínai látogatók áramlását vonzhatják, akik valószínűleg nem látogatták volna meg hazánkat.

Az egy háztartásban élők átlagos száma a megkérdezettek esetében 3,84 fő (2. ábra), ami viszonylag magasnak tekinthető. A kínai statisztikai hivatal adatai alapján 2019-ben Kínában 3,00 főt tett ki a háztartások átlagos mérete (CHINA STATISTICAL YEARBOOK 2019), míg hazánkban a legutóbbi népszámlálás (2011) szerint egy háztartásban átlagosan 2,36 fő lakott (KSH 2021c).

2. ábra

Egy háztartásban élők száma a megkérdezettek körében



Forrás: saját szerkesztés a kérdőív eredményei alapján

A megkérdezett hazai kínai diaszpóra által elért magas átlagos érték okaként említhetjük többek között a nagyobb gyermekvállalási kedvet, a különböző generációk együttélését és a kínai viszonyokhoz mérten nagyobb lakás, ház elérhetőségének kedvező feltételeit. A kivándorláskor megfogalmazott migrációs cél bebizonyítására (YOUSUF-BACKER 2016) tett lépésként is értékelhetjük a nagyobb háztartások kialakítását és fenntartását. Ugyanis az az emigráló, aki a gyökereihez képest jobb módon – nagyobb család és élettér – képes fenntartani önmagát és családját, a barátok és rokonok szemében megerősíti a jó itt élni életérzést. Az elemzés során az egy háztartásban élők száma és az „elmondom nekik, hogy jó itt élni” állítás között 5%-on szignifikáns pozitív irányú kapcsolat van (p-érték 0,000), ahol a Khi-négyzet próba 72,436-os értéket vett fel (df=32). Az adatok szorosságára vonatkozó Cramer-V érték (0,299) a közepesnél gyengébb szignifikáns eredményt mutat.

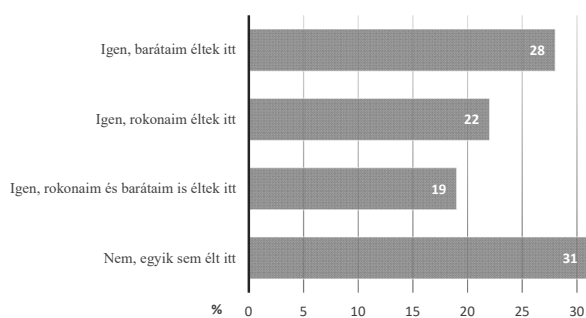
### 4.3. A KÍNAI VFR VENDÉGLÁTÓI MAGATARTÁS A MIGRÁCIÓ ASPEKTUSÁBAN

A hazánkban letelepedő kínaiak esetében nagyon fontos megismerni, hogy milyen kapcsolati hálóval rendelkeztek, mielőtt Magyarországra költöztek. Akiknek a hazánkba költözéskor már éltek itt barátai, rokonai, azok teljesen más benyomásra tesznek szert, más fogadtatásban részesülnek, és teljesen más nehézségekkel kell megbirkózniuk a kezdeti időkből, mint azoknak, akik semmilyen kapcsolati tőkével nem rendelkeztek.

A válaszadók 69%-a rendelkezett valamilyen személyes kapcsolattal, mielőtt letelepedett volna hazánkban (3. ábra). Ez alátámasztja, hogy a kínai ember letelepedését nagyban befolyásolják az adott desztinációban már ott élő barátok, rokonok. A kínai kultúrára jellemző széles kapcsolati háló (*guanxi*) fontos szerepet tölt be az emberek életében. A *guanxi* az emberi kapcsolatok tradicionális kínai felfogása, mely a kölcsönös érdekeken és előnyökön alapuló egyének közötti vagy társadalmi kapcsolatokra utal (GOLD et al. 2002). A Kínát elhagyó állampolgárok számos esetben ezt a kapcsolati hálót használva választanak maguknak új otthonot. A már Magyarországon élő kínai emberek barátaiknak, rokonaiknak elmondott beszámolóit, ajánlásait jelentős mértékben befolyásolják a letelepedést fontolgató egyének döntését.

3. ábra

#### A kínaiak Magyarországra való költözését megelőző kapcsolatok (%)



Forrás: saját szerkesztés a kérdőív eredményei alapján

A hazánkba áramló kínai migráció esetében is jelentős mérföldkő az Európai Unióhoz való csatlakozás (2004), ugyanis a schengeni övezet létrejöttével a letelepedni vágyóknak más motivációi és lehetőségei voltak. Az adatok elemzése arra enged következtetni, hogy az EU-csatlakozást megelőzően letelepedett kínaiak aktívabbak a vendéglátást és az idegenvezetési szerep alkalmazását illetően, valamint nagyobb a migrációra gyakorolt hatásuk.

A VFR vendégeket nagyobb arányban fogadják és étkeztetik a saját otthonukban, gyakrabban látogatják közösen a helyi éttermeket, aktívabban keresik fel a lakóhely és az ország nevezetességeit, emellett nagyobb arányban mondják el, hogy jó itt élni és próbálják meggyőzni az ide látogatókat, hogy költözzenek ebbe az országba (2. táblázat). Az EU-csatlakozást megelőzően hazánkba érkezők jellemzően több időt és energiát hajlandóak fektetni a VFR vendéglátói szerepkörükbe. A 2. táblázatban szintén jól látható, hogy az idegenvezetési magatartás – megmutatom a lakóhely (77,7%) és az ország nevezetességeit (81,2%) –, valamint a migrációra gyakorolt hatásuk – elmondom, hogy jó itt élni (67,3%) – tekintetében van a legnagyobb egyetértés a válaszadók között.

2. táblázat

#### Az EU-csatlakozás előtti és utáni kínai bevándorlók válaszainak megoszlása (a Likert skála 4-es és 5-ös értékeinek részesedése, %)

	Bevándorlás időpontja		Összesen
	1988-2003	2004-2020	
<b>Vendéglátói magatartásra irányuló kérdések</b>			
Rendszeresen meglátogatnak	19,3	16,8	36,1
Otthonomban töltik az éjszakát	29,7	21,3	51,0
Otthonomban étkeznek	26,2	19,3	45,5
Szállodában éjszakáznak	22,3	15,3	37,6
Étteremben étkeznek	26,7	16,8	43,5
Megmutatom a lakóhely főbb nevezetességeit	46,5	31,2	77,7
Megmutatom az ország főbb nevezetességeit	47,5	33,7	81,2
Elmondom nekik, hogy jó itt élni	40,6	26,7	67,3
Megpróbálom meggyőzni őket, hogy költözzenek ide	24,3	12,9	37,2

Forrás: saját szerkesztés a kérdőív eredményei alapján

Az EU-hoz való csatlakozást megelőzően letelepedettek aktívabb VFR vendéglátói magatartására a korcsoport szerinti megoszlás nem ad kellő magyarázatot, ugyanis a letelepedési időszakok és a korcsoportok közti megoszlás viszonylag kiegyensúlyozottnak tekinthető, szignifikáns kapcsolat nem fedezhető fel közöttük. A különbség feltárására egy későbbi, kvalitatív kutatás adhatna magyarázatot. Mindemellett, az EU csatlakozást megelőzően hazánkban letelepedettek aktívabb VFR vendéglátói magatartására magyarázatot adhat a magabiztosabb helyismeret, a magyar nyelv jobb megértése, a szélesebb magyarországi kapcsolati

háló (*guanxi*), valamint az elsők között letelepedők érzése, vagyis összességében úgy érezhetik, többet tudnak nyújtani az ide látogató VFR barátainknak, rokonaiknak.

#### 4.4. A KÍNAI TÁRSADALMI KAPCSOLATOK (GUANXI) BEÁGYAZOTTSÁGA AZ ÉLETKORI SAJÁTOSságOK MENTÉN

Konfuciusz 2500 évvel ezelőtt öt emberi viszonyt nevezett meg – apa-fiú, férj-feleség, idősebb-fiatalabb, barát-barát, előjáró-alattvaló –, melyek fontosabbak, mint külön-külön maguk az egyének. A hétköznapi életben ennek a tanításnak az a lényege, hogy egy tökéletesen önmegvalósított egyén *nem ér sokat*, ha az emberi kapcsolatait, viszonyait nincsenek megfelelően karbantartva. Konfuciusz viszonyközpontú, közösségelvű filozófiája a kínai társadalom kapcsolatrendszerének mozgatórugója (SÁRI 2020).

Az elvégzett faktorelemzés eredményei alapján a „rendszeresen meglátogatnak”, a „saját otthonomban töltik az éjszakát”, valamint a „saját otthonomban étkeznek” változók viszonylag erősen korrelálnak egymással. A KMO-érték (0,651) arra utal, hogy az adatok megfelelőek a főkomponens-elemzéshez, és a magyarított varianciarányad 68%-os aránya is viszonylag nagy. A létrehozott faktornak az egyes korcsoportokkal való kombinálása során számottevő különbség nem azonosítható, mely azt bizonyítja, hogy a társadalmi kapcsolatok, viszonyrendszerek ápolása, fenntartása az idő előrehaladtával nem változik. Az elemzésbe bevont három változó alapján létrehozható komponens és az egyes korcsoportok változói közti kapcsolat nem egyformán erős, ha a legfiatalabb korcsoport (18-24) benne van az elemzésben. A kérdőívben szereplő négy korcsoport együttes elemzésével a Kruskal-Wallis (K-W) érték=7,173, míg abban az esetben, ha a 18-24 év közötti korcsoport nélkül vizsgáljuk az adatokat, a K-W érték=0,374. A legfiatalabb korcsoport tagjai nagy valószínűséggel még nem alapítottak saját családot, így a kínai társadalmi viszonyrendszerben más szinten állnak, ami azt jelenti, hogy esetükben egy rokonlátogatás kapcsán nem ők hozzák meg a döntéseket.

### 5. Összefoglalás és következtetések

A kínai emberek aktívan használt, széles baráti, ismerősi hálójával (*guanxi*) rendelkeznek, melynek tagjai potenciális VFR turistáknak tekinthetőek. A kínai VFR turisták több időt töltenek hazánkban, ezáltal kiadásuk – beleértve a vendéglátót is – magasabbak más kínai turistákhoz képest. Sok eset-

ben a kínai VR-ek csak rokonaikon keresztül érhetőek el, mert hajlamosak a rokonaikra elsődleges információforrásként támaszkodni. A különböző bevándorlási időszakokban Magyarországon letelepedett kínai állampolgárok, mint VFR házigazdák kulcsfontosságú jelentőséggel bírnak. A hazánkban generált kínai VFR turizmus szempontjából szerepük kiemelkedő, így elérésükre és megszólításukra nagyobb hangsúlyt kellene fektetni. A kínai VFR házigazdák jelentős mértékben tudják befolyásolni azt, hogy a vendégeik mely attrakciókat látogatják meg és hogy milyen tevékenységeket végeznek a desztinációban. Így a helyi TDM-eknek és turisztikai szolgáltatóknak a VFR tevékenység irányításának elősegítése érdekében célszerű lenne proaktív marketing kampányt folytatni, amelynek célja a kínai diaszpórában élők motiválása a VFR házigazdaként való aktív szerepvállalásra.

A Magyarországon élő kínai bevándorlók esetében az egy háztartásban élők átlagos száma (3,82) meghaladja a magyarországi (2,36) és a kínai (3,00) egy háztartásban élők átlagos értékeit. Az egyes VFR utazások során a turizmusnak fontos szerep jut, melyben az idegenvezetői magatartás megélése kiemelkedően nagy hangsúlyt kap. A hazánkban az EU-csatlakozást megelőzően letelepedett kínaiak aktívabb VFR vendéglátói magatartást tanúsítanak, mint a csatlakozás után érkezettek, melynek mélyebb megértéséhez egy későbbi, kvalitatív kutatás adhat magyarázatot. A kínai viszonyrendszer alapjának tekinthető *guanxi* jelentősége az idő előrehaladtával nem változik.

### Felhasznált irodalom

- BACKER, E. – KING, B. (2015): *VFR travel Research: International perspectives*. Channel View Publications, Bristol, UK.
- BACKER, E. – LEISCH, F. – DOLNICAR, S. (2017): Visiting friends or relatives? *Tourism Management*. 60. pp. 56–64.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.007>
- BACKER, E. (2007): VFR travel: an examination of the expenditures of VFR travellers and their hosts. *Current Issues in Tourism*. 10(4). pp. 366–377.  
<http://doi.org/10.2167/cit277.0>
- BACKER, E. (2010a): Opportunities for commercial accommodation in VFR travel. *International Journal of Tourism Research*. 12(4). pp. 334–354.  
<http://doi.org/10.1002/jtr.754>
- BACKER, E. (2010b): VFR travelers: How long are they staying? *Tourism Review International*. 14(2-3). pp. 61–70.  
<http://doi.org/10.3727/154427211X13044361606252>



- BACKER, E. (2011): VFR travellers of the future. In: Yeoman, I. – Hsu, C. – Smith, K. – Watson, S. (eds): *Tourism and demography*. Goodfellow Publishers, Oxford. pp. 74–84.
- BAI, K. – QU, Y. (2017): *Interaction of VFR Tourists and Their Hosts from the View of Social Relationship: Literature Review and Theoretical Framework*. (社会关系视域下的 VFR 旅游主体互动: 研究综述与理论框架). <https://doi.org/10.12054/lydk.bisu.6>
- BECK, F. – KNYIHÁR, E. – SZABÓ, L. (2021): Chinese „Golden Visa” Migrants in Budapest. *Global Dialogue*. 11(1). pp. 28–29.
- BELL, M. – WARD, G. (2000): Comparing temporary mobility with permanent migration. *Tourism Geographies*. 2(1). pp. 87–107. <https://doi.org/10.1080/146166800363466>
- BULL, A. (1995): *The Economics of Travel and Tourism*. 2nd edition. Longman, Melbourne.
- BUTLER, R. (2003): Relationships Between Tourism and Diasporas Influences and Patterns. *Espace, populations, sociétés*. 21(2). pp. 317–326. <https://doi.org/10.3406/espos.2003.2084>
- DENMAN, R. (1988): *A Response to the VFR Market: A Response to the English Tourist Board and Regional Tourist Boards*. Tourism RMD, England.
- GOLD, T. – DOUG, G. – WANK, D. (2002): *Social connections in China. Institutions, culture and the changing nature of guanxi*. Cambridge University Press, Cambridge, MA. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511499579>
- GRIFFIN, T. (2013): Research note: A content analysis of articles on visiting friends and relatives tourism, 1990–2010. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 22(7). pp. 781–802. <https://doi.org/10.1080/19368623.2012.708960>
- GYULAVÁRI T. – MITEV A. Z. – NEULINGER Á. – NEUMANN-BÓDI E. – SIMON J. – SZŰCS K. (2015): *A marketingkutató alapjai*. Akadémia Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630598880>
- GYURIS F. (2007): A kínaiak migrációja. In: L. Rédei M. (szerk.): *Mozgásban a világ. A nemzetközi migráció földrajza*. Eötvös Kiadó, Budapest. pp. 313–346.
- HINEK M. (2020): A turizmus közvetlen hozzájárulása a magyar gazdaság teljesítményéhez: a Turizmus Szatellit Számlák fejlesztésének alternatívái. *Turizmus Bulletin*. 20. Különszám. pp. 45–52. <https://doi.org/10.14267/turbull.2020v20n4.4>
- HUANG, W. – KING, B. – SUNTIKUL, W. (2017): VFR tourism and the tourist gaze: overseas migrant perceptions of home. *International Journal of Tourism Research*. 19(4). pp. 421–434. <https://doi.org/10.1002/jtr.2104>
- HWUANG, K. G. (1987): Face and favor: the Chinese power game. *American Journal of Sociology*. 92(4). pp. 944–974. <https://doi.org/10.1086/228588>
- IRIMIÁS A. (2008): „A Budapesten élő kínai közösség” („The Chinese living in Budapest”), *Földrajzi Értesítő*. 57(3–4). pp. 469–484.
- IRIMIÁS A. (2009): Az új kínai migráció – a Budapesten élő kínai közösség. *Statisztikai Szemle*. 87(7–8). pp. 828–847.
- IRIMIÁS A. (2013): A Budapesten élő kínai bevándorlók utazási mintái (Traveling patterns of Chinese immigrants living in Budapest). *Journal of China Tourism Research*. 9(2). pp. 180–190. <https://doi.org/10.1080/19388160.2013.784169>
- JACKSON, R. T. (1990): VFR tourism: Is it underestimated? *Journal of Tourism Studies*. 1(2). pp. 10–17.
- JACKSON, R. T. (2003): VFR tourism: Is it underestimated? (original 1990 article reprinted) *Journal of Tourism Studies*. 14(1). pp. 17–24.
- KING, B. E. M. – GAMAGE, M. A. (1994): Measuring the Value of the Ethnic Connection: Expatriate Travelers from Australia to Sri Lanka. *Journal of Travel Research*. 33(2). pp. 46–50. <https://doi.org/10.1177/004728759403300208>
- LEHTO, X. Y. – MORRISON, A. M. – O’LEARY, J. T. (2001): Does the visiting friends and relatives typology make a difference? A study of the international VFR market to the United States. *Journal of Travel Research*. 40(2). pp. 201–212. <https://doi.org/10.1177/004728750104000211>
- LI, T. E. – McKERCHER, B. (2016): Developing a typology of diaspora tourists: Return travel by Chinese immigrants in North America. *Tourism Management*. 56. pp. 106–113. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2016.04.001>
- LI, T. E. (2019): Guanxi or weak ties? Exploring Chinese diaspora tourists’ engagements in social capital building. *Current Issues in Tourism*. pp. 1–16. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1578340>
- MA, T. – HEYWOOD, A. – MacINTYRE, C. R. (2020): Travel health seeking behaviors, masks, vaccines and outbreak awareness of Australian Chinese travellers visiting friends and relatives – Implications for control of Covid-19. *Infection, disease and health*. 26(1). pp. 38–47. <https://doi.org/10.1016/j.idh.2020.08.007>
- MacEACHERN, M. – DONGKOO, Y. – MacDONALD, R. – HENNESSEY, S. (2007): Characteristics of the Visiting Friends and Relatives Markets in Prince Edward Island: A Longitudinal Approach. *TTRA Annual Conference Proceedings*. pp. 195–201.

- MALHOTRA, N. K. – SIMON J. (2016): *Marketingkutató*. Akadémia Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630598675>
- McKERCHER, B. (1994): *Report on a Study of Host Involvement in VFR Travel to Albury Wodonga*. Tourism Albury Wodonga.
- McKERCHER, B. (1995): An examination of host involvement in VFR Travel. *Proceedings of the National Tourism and Hospitality Conference 1995*. Council for Australian University Tourism and Hospitality Education. pp. 246–255.
- MEIS, S. – JOYAL, S. – TRITES, A. (1995): The U.S. repeat and VFR visitor to Canada: Come again eh! *Journal of Tourism Studies*. 6(1). pp. 27–37.
- MICHALKÓ G. – ILYÉS N. (2020): A nemkonvencionális turisztikai mobilitás magyarországi sajátosságai, különös tekintettel a turizmusból származó bevételek növelésének lehetőségére. *Turizmus Bulletin*. 20. Különszám. pp. 6–18. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2020v20n4.1>
- MICHALKÓ G. – RÁTZ T. (2013): Rejtett dimenziók a Kárpát-medence turizmusában. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.): *Kárpát-medence: társadalom, gazdaság*. Bocskai István Gimnázium Nyíregyházi Főiskola Turizmus és Földrajztudományi Intézete, Nyíregyháza, Szerencs. pp. 463–476.
- MICHALKÓ G. (2009): A turizmus mint a bevándorlás előszobája (Tourism as the entrance hall of migration). In: Illés S. (ed): *Hungary's attraction*. Research Report. 85. pp. 129–159.
- MICHALKÓ G. (2012): *Turizmológia: elméleti alapok*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.17649/TET.27.1.2504>
- MITEV A. (2019): *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634544135>
- MORRISON, A. M. – HSIEH, S. – O'LEARY, J. T. (1995b): Segmenting the visiting friends and relatives market by holiday activity participation. *Journal of Tourism Studies*. 6(1). pp. 48–63.
- MORRISON, A. M. – O'LEARY, J. T. (1995a): The VFR market: Desperately seeking respect. *Journal of Tourism Studies*. 6(1). pp. 2–5.
- MORRISON, A. M. – WOODS, B. – PEARCE, P. – MOSCARDO, G. – SUNG, H. (2000): Marketing to the visiting friends and relatives segment: An international analysis. *Journal of Vacation Marketing*. 6(2). pp. 102–118. <https://doi.org/10.1177/135676670000600202>
- NYÍRI P. (1996): Magyarország helye a kínai világkereskedelmi hálózatban. In: Sik E. (szerk.): *Táborlakók, diaszpórák, politikák*. MTA, Budapest. pp. 130–138.
- NYÍRI P. (2000): Párhuzamos globalizáció. Kínaiak Magyarországon. In: Kovács J. M. (szerk.): *A zárva várt Nyugat: Kulturális globalizáció Magyarországon*. Sik Kiadó, Budapest. pp. 15–28.
- NYÍRI P. (2006): Transznacionalitás és a közvetítő kisebbség-modell: kínai vállalkozók Magyarországon. In: Kirby, W. C. – Leutner, M. – Mühlhahn, K. (eds): *Global Conjectures: China in Transnational Perspective*. Münster: LIT. pp. 73–91.
- OSTROWSKI, S. (1991): Ethnic Tourism – Focus on Poland. *Tourism Management*. 12(2). pp. 125–131. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(91\)90067-4](https://doi.org/10.1016/0261-5177(91)90067-4)
- PACI, E. (1994): The major international VFR markets. *Travel & Tourism Analyst*. 6. pp. 36–50.
- PROVENZANO, D. – BAGGIO, R. (2017): The contribution of human migration to tourism: the VFR travel between the EU28 member states. *International Journal of Tourism Research*. 19(4). pp. 412–420. <https://doi.org/10.1002/jtr.2127>
- SÁRI L. (2020): Dilettánsok történelme. Honnan ered nyugat és kelet elhibázott viszonya? Corvina Kiadó, Budapest.
- SEATON, A. V. (1994): Are relatives friends? Reassessing the VFR category in segmenting tourism markets. In: Seaton, A. V. (ed): *Tourism: The State of the Art*. Chichester, Wiley. pp. 316–321.
- SEATON, A. V. – PALMER, C. (1997): Understanding VFR tourism behaviour: The first five years of the United Kingdom tourism survey. *Tourism Management*. 18(6). pp. 345–355. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00033-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00033-2)
- SEATON, A. V. – TAGG, S. (1995): Disaggregating friends and relatives in VFR tourism research: The Northern Ireland evidence 1991–1993. *Journal of Tourism Studies*. 6(1). pp. 6–18.
- WILLIAMS, A. M. (2013): Travel and migration. In: *The Encyclopedia of Global Human Migration*. <https://doi.org/10.1002/9781444351071.wbeghm547>
- WILLIAMS, A. M. – KING, R. – WARNES, A. M. – PATTERSON, G. (2000): Tourism and retirement migration: new forms of an old relationship in Southern Europe. *Tourism Geographies*. 3(1). pp. 28–49. <https://doi.org/10.1080/146166800363439>
- YOUNG, C. – CORSUN, D. – BALOGLU, S. (2007): A Taxonomy of Hosts: Visiting Friends and Relatives. *Annals of Tourism Research*. 34(2). pp. 497–516. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.12.003>
- YOUSUF, M. – BACKER, E. (2016): Hosting friends versus hosting relatives: Is blood thicker than water? *International Journal of Tourism Research*. 19(4). pp. 435–446. <https://doi.org/10.1002/jtr.2098>

YUAN, T-F. – FRIDGEM, J. D. – HSIEH, S. – O'LEARY, J. T. (1995): Visiting friends and relatives travel market: The Dutch case. *Journal of Tourism Studies*. 6(1). pp. 19–26.

ZÁTORI, A. – MICHALKÓ, G. – NAGY, J. T. – KULCSÁR, N. – BALIZS, D. (2019): The tourist experience of domestic VFR travellers: the case of Hungary. *Current Issues in Tourism*. 22(12). pp. 1437–1459.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1371117>

### Internetes források

CHINA STATISTICAL YEARBOOK (2021): *Basic Statistics on National Population Census in 1953, 1964, 1982, 1990, 2000, 2010 and 2020*. stats.gov.cn, Letöltve: 2022. január 10.

KSH (2021a): *Magyarországon tartózkodó külföldi állampolgárok földrészek, országok és nemek*

*szerint, január 1. (1995-)*. [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_wnvn001b.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_wnvn001b.html), Letöltve: 2021. december 17.

KSH (2021b): *A bevándorló külföldi állampolgárok földrészek és országok szerint (2000-)*. [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_wnvn005b.html?down=86.15351867675781](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_wnvn005b.html?down=86.15351867675781), Letöltve: 2021. december 17.

KSH (2021c): *Háztartás, család*. <http://demografia.hu/hu/tudastar/fogalomtar/25-haztartas>, Letöltve: 2022. január 10.

WORLD BANK (2021a): *World Development Indicators: Population dynamics*. <http://wdi.worldbank.org/table/2.1>, Letöltve: 2021. december 17.

WORLD BANK (2021b): *International tourism, number of departures – China*. <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.DPRT?locations=CN>, Letöltve: 2021. december 19.