

NEMES ANDREA - LACZKÓ TAMÁS

# SPORT- ÉS EGÉSZSÉGTURIZMUS A GYAKORLATBAN



Pécsi Tudományegyetem EGÉSZSÉGTUDOMÁNYI Kar

Fizioterápiás- és Sporttudományi Intézet



# **SPORT- ÉS EGÉSZSÉGTURIZMUS A GYAKORLATBAN**

**Jó gyakorlatok a hazai és a nemzetközi turizmus  
területén**

**NEMES Andrea - LACZKÓ Tamás**

**Pécs, 2015**





PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM  
UNIVERSITY OF PÉCS

**SPORT- ÉS EGÉSZSÉGTURIZMUS A GYAKORLATBAN**

**JÓ GYAKORLATOK A HAZAI ÉS A NEMZETKÖZI TURIZMUS TERÜLETÉRŐL**  
Szerkesztette: NEMES Andrea - LACZKÓ Tamás,

**A kötet szerzői:**

**Dr. Bánhidi Miklós Ph.D.**

tanszékvezető, főiskolai tanár Nyugat-magyarországi Egyetem Apáczai Kar

**Ivancsóné Dr. Horváth Zsuzsanna**

adjunktus, Nyugat-magyarországi Egyetem, Apáczai Kar

**Dr. Laczkó Tamás Ph.D**

adjunktus, Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar

**Nagy Kinga**

Testnevelési Egyetem, Budapest

**Dr. Nemes Andrea Ph.D.**

Külgazdasági és Külügyminisztérium politikai főtanácsadója, a Budapesti Corvinus Egyetem egyetemi docense, a Nemzetgazdasági Minisztérium Turisztikai és Vendéglátóipari Főosztályának volt főosztályvezetője, és az Európai Bizottság Turisztikai Tanácsadó Testületének (TAC) tagja

**OTI - Orvosi Turizmus Iroda Zrt.**

**Dr. Szűcs László**

elnök-vezérigazgató, Orvosi Turizmus Iroda Zrt.

**Dr. Turcsányi Katalin**

tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar

Felelős kiadó: Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar

**Lektor:**

Dr. Borbély Attila

Debreceni egyetem, egyetemi tanár

Műszaki szerkesztő: Varga Gábor

Ezúton fejezzük ki köszönetünket: *PaedDr. Dobay Beátának* (tanszékvezető, Selye János Egyetem, Komarno, Szlovákia), *Dr. Ercsey Idának* (tanszékvezető, egyetemi docens, Ph.D, Széchenyi István Egyetem, Győr) közreműködésükért a sportturizmus fejezetek megvalósulásában.

A tananyag a TÁMOP-4.1.2. pályázat támogatásával készült.

**Pécs, 2015.**

**ISBN 978-963-642-967-6**

A kézikönyv a TÁMOP-4.1.2. E-15/1/KONV-2015-0003.  
cím projekt keretében készült



# TARTALOMJEGYZÉK

---

<b>1. BEVEZETÉS</b> .....	<b>1</b>
<b>2. A TURIZMUS TÁMOGATÁSA EURÓPAI UNIÓS FORRÁSOKBÓL 2014-2020 KÖZÖTT ÉS A TÁMOGATÁST MEGALAPOZÓ STRATÉGIAI DOKUMENTUMOK (DR. NEMES ANDREA)</b> .....	<b>2</b>
2.1. BEVEZETÉS.....	2
2.2. NEMZETI TURIZMUSFEJLESZTÉSI KONCEPCIÓ 2014-2024 (NTK) .....	3
2.3. A TURIZMUS TÁMOGATÁS A 2014-2020 IDŐSZAK EURÓPAI UNIÓS FORRÁSAIBÓL .....	6
<b>3. A MAGYAR FOGÁSZATI TURIZMUS FEJLESZTÉSI PROGRAM ÉS A PROGRAMHOZ KAPCSOLÓDÓ PÁLYÁZATI, TÁMOGATÁSI LEHETŐSÉGEK BEMUTATÁSA</b> .....	<b>10</b>
<b>4. A SZÉCHENYI PIHENŐKÁRTYA (SZÉP KÁRTYA), MINT A MAGYAR TURIZMUS VERSENYKÉPESSÉGÉT JAVÍTÓ TURIZMUSPOLITIKAI ESZKÖZ BEVEZETÉSE ÉS MŰKÖDÉSE MAGYARORSZÁGON (DR. NEMES ANDREA)</b> .....	<b>17</b>
4.1. A SZÉP KÁRTYA BEVEZETÉSÉNEK HÁTTERE.....	18
4.2. A SZÉP KÁRTYA ÁLTALÁNOS JELLEMZŐI .....	20
4.3. A SZABÁLYOZÁS FONTOSABB MÓDOSÍTÁSAI .....	23
4.4. EREDMÉNYEK.....	24
4.5. ÖSSZEZÉS.....	25
<b>5. A FOGÁSZATI TURIZMUSRA SPECIALIZÁLÓDOTT MAGYAR FOGÁSZATI PRAXISOK ÜZLETI KÖRNYEZETÉNEK RÉGIÓNKÉNTI BEMUTATÁSA</b> .....	<b>27</b>
<b>6. SPA GYÓGYÜDÜLŐ HELY KIALAKULÁSA ÉS JELENE (BELGIUM) (DR. NEMES ANDREA)</b> .....	<b>33</b>
6.1. TÖRTÉNET .....	33
6.2. A FORRÁSOK .....	34
6.3. A KURHAUS (GYÓGY INTÉZMÉNY) .....	35
6.4. AZ ÚJ KURHAUS .....	36
6.5. A KASZINÓ ÉS A WAUX-HALL .....	37
6.6. LE PARC DE SEPT HEURES (HÉTÓRA PARK).....	37
6.7. SZÁLLÁSHELYEK A VÁROSBAN .....	38
6.8. INFORMÁCIÓS IRODA.....	38
6.9. FESZTIVÁLOK SPA-BAN.....	39
6.10. LE ROYAL GOLF CLUB DES FAGNES .....	39
6.11. SPA FOLYAMATOSAN FEJLŐDIK .....	39
<b>7. MINDEN ÚT A TÓHOZ VEZET (DR. TURCSÁNYI KATALIN)</b> .....	<b>41</b>

7.1. BEVEZETÉS .....	42
7.2. A HÉVÍZI-TÓ, MINT ELSŐ SZÁMÚ TURISZTIKAI VONZERŐ .....	43
7.3. A KÖZLEKEDÉSI INFRASTRUKTÚRA.....	44
7.4. PARKOLÓ TÉR ÉS PARKOSÍTÁS.....	45
7.5. ÚJ VÁROSI FŐTÉR ALAKUL.....	45
7.6. PIACTÉR.....	45
7.7. BELTERÜLETI ÚTFELÚJÍTÁS .....	46
7.8. HONVÉD UTCAI LÉPCSŐSOR FELÚJÍTÁSA.....	46
7.9. TAVIRÓZSA UTCAI SPORTPARK.....	46
7.10. ISKOLA ÉS TORNATEREM FELÚJÍTÁS, TANUSZODA ÉPÍTÉSE .....	47
7.11. ÉLMÉNYFÜRDŐT A GYÓGYFÜRDŐHÖZ? .....	47
7.12. TEMPLOMOK, MÚZEUMOK, MŰEMLÉKEK .....	47
7.13. „KOROK ÉS BOROK” .....	48

**8. FÜRDŐFEJLESZTÉS, MINT A TELEPÜLÉS GAZDASÁGI ÉS TURISZTIKAI FEJLŐDÉSÉNEK MOTORJA - SZENT ERZSÉBET GYÓGYFÜRDŐ MÓRAHALOM (DR. LACZKÓ TAMÁS) .....**

8.1. MÓRAHALOM .....	50
8.2. SZENT ERZSÉBET MÓRAHALMI GYÓGYFÜRDŐ FEJLŐDÉSE.....	52
8.3. A FÜRDŐ MARKETING STRATÉGIÁJÁNAK FŐBB JELLEMZŐI.....	55
8.4. A TELEPÜLÉS TURIZMUSÁNAK FEJLŐDÉSE .....	56

**9. „AZ ÉV SZÁLLODÁJA 2014” – HOTEL EURÓPA FIT\*\*\*\*SUPERIOR HÉVÍZ (DR. TURCSÁNYI KATALIN).....**

9.1. HELYZETKÉP .....	60
9.2. EGY KIS SZÁLLODATÖRTÉNET.....	61
9.3. PIACI HELYZET .....	63
9.4. EGYEDI ÉRTÉKESÍTÉSI TECHNIKÁK .....	63
9.5. INNOVÁCIÓ .....	65
9.6. TÁRSADALMI SZEREPVÁLLALÁS .....	67

**10. HELYI SAJÁTOSÁGOKRA TÁMASZKODÓ TERMÉKFEJLESZTÉS A WELLNESS TURIZMUSBAN – CROCUS GERE BOR HOTEL RESORT & WINE SPA – VILLÁNY (DR. LACZKÓ TAMÁS) .....**

10.1. BEVEZETÉS .....	69
10.2. A SZÁLLODA KIALAKÍTÁSA – TURISZTIKAI TERMÉKEK ÖSSZEKAPCSOLÁSA.....	69
10.3. MARKETING A CROCUS GERE HOTEL GYAKORLATÁBAN .....	73
10.4. A SZÁLLODA JELENE ÉS JÖVŐJE.....	75

**11. A SPORTTURIZMUS IRÁNTI KERESLET VIZSGÁLATA FELNŐTT LAKOSOK**

<b>KÖRÉBEN (DR. BÁNHIDI MIKLÓS) .....</b>	<b>77</b>
11.1. BEVEZETÉS .....	78
11.2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS .....	78
11.3. A VIZSGÁLAT CÉLJAI .....	80
11.4. A VIZSGÁLAT MÓDSZEREI .....	80
11.5. EREDMÉNYEK .....	82
11.6. ÖSSZEFOGLALÁS .....	86
11.7. SZAKIRODALOM .....	87
<b>12. A MAGYAR HORGÁSZTURIZMUS VIZSGÁLATA (IVANCSÓNÉ HORVÁTH ZSUZSANNA – DR. BÁNHIDI MIKLÓS).....</b>	<b>89</b>
12.1. BEVEZETÉS .....	90
12.2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS .....	90
12.3. KUTATÁSI MÓDSZEREK .....	94
12.4. KUTATÁSI EREDMÉNYEK .....	94
12.4.1. <i>Időtényező és motiváció.....</i>	<i>94</i>
12.4.2. <i>A horgászok költése és jövedelme.....</i>	<i>95</i>
12.4.3. <i>A horgászok által választott desztinációk.....</i>	<i>96</i>
12.4.4. <i>A Balaton mint horgász desztináció .....</i>	<i>97</i>
12.4.5. <i>A különböző kezelésű vizek megítélése .....</i>	<i>98</i>
12.4.6. <i>A horgászok szegmentálása .....</i>	<i>99</i>
12.5. ÖSSZEGZÉS .....	101
12.6. SZAKIRODALOM .....	102
<b>13. EGY BALATONI VÍZISPORT KÖZPONT MŰKÖDÉSI KÖRNYEZETÉNEK VIZSGÁLATA (NAGY KINGA – DR. BÁNHIDI MIKLÓS).....</b>	<b>105</b>
13.1. BEVEZETÉS .....	106
13.2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS .....	106
13.3. VIZSGÁLATI MÓDSZEREK .....	110
13.4. EREDMÉNYEK .....	110
13.4.1. <i>A vízi sportközpont ismertetése.....</i>	<i>110</i>
13.4.2. <i>Az időjárási viszonyok szerepének, mérésének jellemzése.....</i>	<i>111</i>
13.4.3. <i>A vízi sportközpont szűkebb társadalmi környezete.....</i>	<i>113</i>
13.4.4. <i>A vízi sportközpont infrastrukturális környezete .....</i>	<i>116</i>
13.4.5. <i>A vízi sportközpont versenytársi környezete .....</i>	<i>116</i>
13.5. ÖSSZEFOGLALÁS .....	120
13.6. SZAKIRODALOM .....	121
<b>14. A SZLOVÁKIAI SPORTTURIZMUS FEJLŐDÉSÉT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK</b>	



<b>ELEMZÉSE (DR. BÁNHIDI MIKLÓS).....</b>	<b>124</b>
14.1. BEVEZETÉS.....	125
14.2.. A TERMÉSZETFÖLDRAJZI ADOTTSÁGOK SZEREPE .....	125
14.3. A TÁRSADALMI ADOTTSÁGOK SZEREPE .....	128
<i>14.3.1. Sporttörténeti jellemzők.....</i>	<i>128</i>
<i>14.3.2. Társadalmi szabályozók, szerveződések .....</i>	<i>130</i>
14.4. INFRASTRUKTURÁLIS FEJLETTSÉG SZEREPE .....	131
14.5. ÖSSZEFOGLALÁS .....	137
14.6. SZAKIRODALOM .....	138

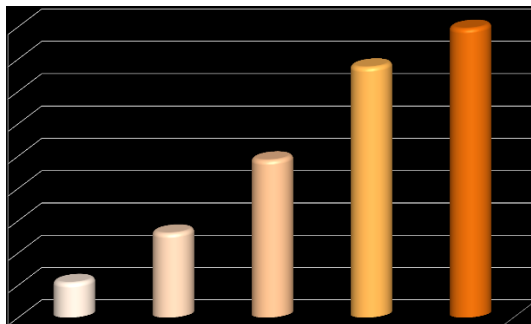
## 1. BEVEZETÉS

Az egészség- és a sportturizmus oktatása során többször találkozunk azzal a nehézséggel, hogy a turizmushoz kötődő elméleti ismeretek gyors bővülését kevésbé követik az aktuális gyakorlatot és viszonyokat részletesen tárgyaló oktatási anyagok megjelenései. Jelen kötet célja, hogy bemutasson több sikeres piaci példát, valamint politikai, társadalmi és környezeti keretfeltételt, a - hazai turizmus és gazdaságfejlesztési programokban kiemelt prioritást élvező - sport- és egészségturizmus területéről. Reményeink szerint, a kötetben bemutatott ismeretek segítségével szolgálnak a turizmuselmélet, turizmusmarketing és területfejlesztés tárgyú kurzusok hatékonyabb és gyakorlatorientáltabb oktatásában.

A tematikailag két egységből álló könyv első részében, az egészségturizmus területéről mutatunk be országos, települési és vállalkozási szintű sikeres gyakorlatokat. Ágazatokat tekintve kiemelten fontosnak éreztük, a nemzetközileg is nagyon számottevő hazai fogászati turizmus fejlesztési kereteinek és piaci viszonyainak ismertetését. Ezek mellett természetesen megjelennek a gyógyvízhez kötődő sikeres egészségturisztikai szereplők és desztinációk (mint a leghíresebb európai fürdővárosok közé tartozó Spa, vagy a legnagyobb hazai forgalommal jellemezhető vidéki település Hévíz) is. Egy feltörekvő alföldi kisváros fürdőjének (Mórahalom), a tavalyi év legjobb szállodájának és két turisztikai terméktípust összekapcsoló vállalkozás működésének ismertetésével mutatunk példákat a sikeres termékfejlesztésre, valamint a hatékony marketing tevékenységre az egészségturizmus területén. A kötet második tematikai egységében tanulmányok segítségével mutatjuk be a hazai lakosság sportturisztikai fogyasztási szokásait, valamint egy eddig kevésbé ismertett sportturisztikai terméktípus, a horgászturizmus hazai viszonyait. Ezek mellett, a sportturisztikai elemzések gyakorlatát követő tanulmányok segítségével adunk képet Szlovákia (mint egy kiváló lehetőségekkel rendelkező ország) sportturizmusáról, valamint egy balatoni vállalkozás működéséről, annak gazdasági, társadalmi és természeti feltételeiről.

A kötetet elsősorban az egészség-, a gazdaság- és a sporttudományi képzések turisztikai tematikájú kurzusaihoz íródott oktatási céllal, de jó szívvel ajánljuk mindazoknak, akik érdeklődnek a turizmus, azon belül is a sport- és egészségturizmus gyakorlata iránt.

## 2. A TURIZMUS TÁMOGATÁSA EURÓPAI UNIÓS FORRÁSOKBÓL 2014-2020 KÖZÖTT ÉS A TÁMOGATÁST MEGALAPOZÓ STRATÉGIAI DOKUMENTUMOK (DR. NEMES ANDREA)



### 2.1. Bevezetés

A kormányzat 2020-ig szóló fejlesztéspolitikai céljait a 2010-ben kidolgozott és 2011 elején véglegesített Új Széchenyi Terv (ÚSZT) foglalta össze, amelynek végrehajtása 2011 januárjában megkezdődött. A magyar fejlesztéspolitika céljait 10 évre megfogalmazó dokumentum a turizmusra nézve is számos új elemet tartalmazott. A dokumentum 7 prioritás mentén határozta meg a fő célokat, ezek közül az első az Egészségipar volt. A Gyógyító Magyarország – Egészségipari Program a turizmus fejlesztését új szemléletben, az egészségipari ágazatokkal a korábbinál szorosabb összefüggésben értelmezte. A turizmust egy rendszerbe fogta az egészséggel-, illetve a hazai termálvíz-kincs komplex hasznosításával összefüggő egészségipari termelő és szolgáltató ágazatokkal. A hosszú ideje a turizmusfejlesztési politika középpontjában álló „klasszikus”, természetes gyógy tényezőkre épülő egészségturizmus mellett kiemelte az orvosi szolgáltatásokon alapuló egészségügyi turizmus fontosságát és mindkét területet azonos súllyal kezelte.

A korábban kidolgozott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia időtávja – illeszkedve az európai uniós költségvetési időszakhoz - 2007-2013 közötti időszakra szólt és határozta meg a turizmus fejlesztésének jövőképét, céljait, eszközrendszerét és pénzügyi támogatási igényét. Az Európai Unió támogatási rendszer kialakításának stratégiai dokumentumát képezte erre az időszakra vonatkozóan.

Az új tervezési időszak (2014-2020) az Európai Unió támogatási rendszerében új alapokra helyezte a támogatási rendszert. Ennek az időszaknak a megtervezése már 2012-ben megkezdődött.

A 2014-től 2020-ig tartó tervezési időszak fejlesztéseinek megalapozásához új koncepció

elkészítésére volt szükség, mivel a 2005-ben elfogadott Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia (NTS) időtávja 2013-ig szól, így annak megújítása szükségessé vált. Az elmúlt időszakban sokat változott a turizmus hazai és nemzetközi környezete, ami szintén indokolta a célok, prioritások és eszközök újrafogalmazását.

## **2.2. Nemzeti turizmusfejlesztési koncepció 2014-2024 (NTK)**

A Nemzeti turizmusfejlesztési koncepció a kormányzati stratégiai irányításról szóló 38/2012 (III.12.) Korm. rendelettel összhangban készült hosszú távú szakpolitikai koncepció, amely a 2014-2020 közötti európai uniós költségvetési időszakra vonatkozóan a turizmus fejlesztésére fordítható források felhasználásának szakmai háttérdokumentuma.

Tervezése 2011-ben kezdődött el, amelyet széleskörű szakmai egyeztetés követett a turizmusban, vendéglátóiparban és szabadidő gazdaságban érdekelt vállalkozói szervezetekkel. A továbbfejlesztett dokumentum illeszkedett a nemzeti stratégiai célokhoz. Hangsúlyos a koncepcióban a kis- és középvállalkozások ösztönzése, a turizmus egészséges életmódban és az életminőség javításában betöltött szerepe, kapcsolata a helyi gazdasággal és vidékfejlesztéssel, a területpolitikai és fenntarthatósági célkitűzésekkel. Épít a nemzetközi és keleti nyitásra, a nemzeti együttműködésre. A fejlesztési koncepció figyelembe vette a más tárcák által a szakterületet érintően meghatározott fejlesztési céljait is. A koncepció az egyes turisztikai termékekkel kapcsolatban határozta meg a nemzeti szintű prioritásokat. Ennek területi szintű leképezésére, a termékfejlesztési prioritások megyei szintű meghatározására a megyei területfejlesztési koncepciókban került sor.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Koncepció a 2014-24 közötti időszakra készült. Elemzi az ágazat jellemző belső és külső adottságait, problémáit, meghatározza a jövőképet, valamint rögzíti a jövőkép elérését biztosító felső szintű célokat és prioritásokat.

A jövőkép szerint Magyarország 2024-ben az egészségturizmus több területén Európa legnépszerűbb desztinációja lesz.

A Koncepció átfogó célja a versenyképes, érték- és hagyományközpontú modern magyar turizmus szektor kialakítása, amelyhez négy kiemelt stratégia cél és a horizontális cél, valamint 32 beavatkozási terület kapcsolódik.

1. Erőt adó Magyarország – innovatív, kreatív és minőségi termék- és kínálatfejlesztés

- Kiemelt célcsoportok mentén és tematikusan fókuszált termékstruktúra fejlesztése. Kiemelt termékkategóriák:
    - Kiemelkedő jelentőségű, egyedi potenciállal rendelkező egészség-, örökség-, és hivatásturisztikai termékek
    - Meghatározó turisztikai vonzerővel és kereslettel rendelkező turisztikai termékek
    - A tartózkodási idő meghosszabbítására alkalmas résziaci termékek
    - Célcsoport szegmentáción alapuló termékek
  - Területi fókuszú, integrált, tematikus desztináció- és termékfejlesztés megvalósítása
  - Turisztikai szolgáltatás- és vendéglátás fejlesztés
  - Turisztikai innováció, kreativitás, kutatás és mérhetőség megteremtése
  - Az elérhetőség javítása
  - Új fejlesztési és értékteremtési területek bekapcsolása (kiemelt területei az alkony-, a szabadidő- és a sportgazdaság)
2. A turisztikai versenyképességet javító környezet kialakítása, munkahelymegőrzés és munkahelyteremtés
- Megújuló turisztikai jogi környezet megteremtése – turizmusról és vendéglátásról szóló törvény, egyéb jogszabályok
  - KKV- és vendégbarát üzleti környezet kialakítása
  - Fenntartható pénzügyi háttér biztosítása, a turizmus fenntartható működésének megteremtése
  - Elkötelezett és professzionális humán háttér megalapozása
  - Intézményesített, szervezett érdekérvényesítés és szakmai párbeszéd megvalósítása
  - Megújuló magyar szolgáltatáskultúra
3. A turizmus intézményrendszerének átalakítása a turisztikai szervezeti rendszer együttműködésére építve
- A turizmus állami stratégiai irányítási rendszerének és intézményi feladatmegosztásának világos újrastrukturálása
  - A nemzeti turisztikai szervezet feladatainak meghatározása és ellátása

- Az önkéntes együttműködésen alapuló helyi, térségi és kiemelt régiós turisztikai szervezeti rendszer kiépítése a turizmusbarát fogadási feltételek biztosításáért
  - Belföldi turizmus és értékesítés-ösztönzés
  - Kárpát-medencei és nemzeti nyitás
  - Szakmai védjegy minősítés és hálózati rendszerek fejlesztése
  - Turizmuspolitikai jelentőségű egyéb programok menedzselése
4. Nemzetközi és keleti nyitás, külpiaci marketing és értékesítés-ösztönzés
- Eredményes nemzeti külpiaci marketing, márkamenedzsment és értékesítés-ösztönzés alkalmazása
  - Nyitás új küldő országok felé (keleti és déli reláció, arab országok)
  - Nemzetközi kapcsolatok erősítése
  - Nemzetközi elérhetőség, hozzáférhetőség javítása
  - Hosszú távú kiszámítható finanszírozás megteremtése a nemzeti turizmusmarketing számára
5. Horizontális célok:
- Minőségi szolgáltatások iránti elkötelezettség
  - A nemzeti értékek, mint egyediség kiemelése, erősítése
  - Fogyasztóvédelem
  - A turizmus akadálymentessége
  - Fenntarthatóság, környezettudatosság
  - Biztonság
  - Társadalmi és nemzeti felelősségvállalás
  - Az üzleti élet felelősségteljes működése

A Nemzeti turizmusfejlesztési koncepció a 2014-2020 közötti időszakban az európai uniós források felhasználását meghatározó operatív programok, elsősorban a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program, a Terület- és Településfejlesztési Operatív Program, valamint a Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program megalapozó dokumentuma volt.

### **2.3. A turizmus támogatás a 2014-2020 időszak európai uniós forrásaiból**

A turizmus az Európai Unió számára stratégiai fontosságú terület. A harmadik legnagyobb gazdasági szektor az EU-ban, jelentős hatással van a gazdasági növekedésre, a foglalkoztatottságra és a szociális jólétre. Az Eurostat becslése szerint 17 millió munkahelyet teremt és az EU hozzáadott értékének közel 10 %-át adja a teljes hatás figyelembe vételével. Az EU többéves pénzügyi kerete 2014-2020 időszakra került elfogadásra. Az új rendszer számos területen egyszerűsítéseket tartalmaz, ugyanakkor a korábbi tervezési időszakhoz képest más megközelítést tett szükségessé a turizmus szektor számára. Annak ellenére, hogy az Európai Unióban a turizmus stratégiai fontosságú terület, a Bizottság kezdetben nem akarta a turizmust célzottan támogatni egyetlen országban, így Magyarországon sem.

A turizmus támogatását Magyarországon a szektor nemzetgazdasági jelentősége indokolta, amit a tárgyalások folyamán az Európai Bizottság a bemutatott háttéranyagok alapján végül elfogadott. A tervezéskor az a cél került kitűzésre, hogy a turizmus támogatása egy prioritás keretében valósuljon meg, és ez a prioritás a turizmus nevet kapja. Mivel az egyes prioritás tengelyeknek az Európai Bizottság által meghatározott tematikus célkitűzésekhez kellett igazodnia, ezért a 7. prioritási tengely kapta a turizmus nevet, érintettsége miatt ugyanakkor más prioritás tengelyekben is nevesítve, vagy nevesítés nélkül támogatásra került. A 7. prioritás keretében a turizmus támogatásának teljes indikatív forrásösszege ebben az időszakban 111 801 002 021 forint (EUR folyóáron).

A szektor támogatása elsősorban a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Programban, a Terület- és Településfejlesztési Operatív Programban, a Vidékfejlesztési Operatív Programban és a Versenyképes Közép-Magyarország Programban valósul meg. A támogatások között vissza nem térítendő és visszatérítendő támogatások egyaránt vannak. Az Európai Bizottság ebben az időszakban a pénzügyi eszközöknek különösen jelentős szerepet szánt, mivel ez az összeg többszörösen visszaforgó a gazdaságba.

#### ***Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP)***

A GINOP a kevésbé fejlett régiók gazdaságának és innovációjának fejlesztését szolgálja. Összesen nyolc prioritást határoz meg, amelyhez különböző intézkedések tartoznak.

A GINOP 1. prioritástengelye a kis- és középvállalkozások versenyképességének javítását célozza. A turizmus fejlesztését két intézkedése is tartalmazza. A vállalkozások

hálózatosodásának és piacra jutásának elősegítése intézkedés keretén belül a TDM szervezetek fejlesztése valósulhat meg, a nemzeti turisztikai marketing és keresletösztönző program intézkedés keretén belül pedig az innovatív nemzeti turisztikai marketing akciók (új célcsoportok irányába, illetve új termékek piacra vitele, szemléletformálás) megvalósítását nevesítve támogatja.

A GINOP 2. prioritástengelye a kutatás, fejlesztés és innováció. Ennek keretében az orvosi bizonyítékon alapuló gyógyvízkutatások finanszírozása valósulhat meg.

A GINOP 4. prioritástengelye az energia. A kis- és középvállalkozások energiahatékonysági beruházásait támogatja. Ide sorolhatók a szálláshelyek, fürdők megújuló energia használatát és épületenergetikai korszerűsítését célzó beruházások.

A GINOP 7. prioritástengely a turizmus, amely a természeti és kulturális örökség megőrzését szolgálja. A fenntartható turisztikai kínálat kialakítását támogatja a természeti és kulturális értékek országos és nemzetközi jelentőségű turisztikai attrakcióként történő bemutatásával, valamint hálózatos fejlesztések, tematikus utak kialakításával. Ide sorolhatók az alábbi fejlesztések:

- a) A természeti és kulturális örökségek nemzetközi jelentőségű attrakcióvá fejlesztése, amelyek új célcsoportokat is megnyernek és oldják a turizmus területi koncentráltságát. Az országos szintű koordináció a szolgáltatások keresleti trendeknek megfelelő színvonalú kialakításához és a túlkínálat elkerülése érdekében szükséges. Ilyen kulturális örökség megőrzését és védelmét szolgáló program a Nemzeti Kastélyprogram és a Nemzeti Várprogram. A természeti értékek megőrzését a nemzeti parkok értékeinek élményközpontú bemutatása program tartalmazza.
- b) A gyógyhelyek fejlesztése a desztináció önálló arculatának, nemzetközileg versenyképes környezetének és kínálatának (pl. gyógy kutak, közparkok, településképző rehabilitáció, hiányzó szolgáltatások pótlása) megteremtésén keresztül.
- c) Tematikus utak (kulturális, és vallási – zarándok): több megyét érintő nemzetközi érdeklődésre számot tartó kulturális tematika alapján meghatározott útvonalak.
- d) Bejárható Magyarország programhoz kapcsolódó fejlesztések (1184/2013 IV.9.) Korm. határozat alapján) a kerékpáros, lovas, vízi, vitorlás, természetjáró turizmus.
- e) Országos Programokhoz kapcsolódó fejlesztések.

A gyógyhelyek, tematikus utak és országos programok esetében a támogatás feltétele egy fejlesztési program kidolgozása, amely meghatározza a hálózatos fejlesztés részletes



szakmai tartalmát és területi lehatárolását, a projekt működtetésének szervezeti hátterét.

A GINOP 8. prioritástengely a kis- és középvállalkozások versenyképességét javító pénzügyi eszközök, amely a turisztikai (szálláshely, fürdő, vendéglátás, egyéb szolgáltatás) fejlesztések megvalósítását is szolgálhatja. A pénzügyi eszköz lehet hitel, biztosíték és kockázati tőke is. A finanszírozási forrásokhoz nem, vagy nem megfelelő mértékben hozzájutó kis- és középvállalkozások projektjeinek finanszírozását biztosítja ez az eszköz.

### ***Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP)***

A TOP keretében támogatható beruházások a megyei fejlesztési tervekben meghatározott kisebb léptékű, helyi és térségi jelentőségű turisztikai fejlesztések, amelyek az egyedi, településhez kapcsolódó kulturális értéken alapulnak, vagy kiegészítő látványosságként, szolgáltatásként kapcsolódnak a nemzeti tematikus utakhoz. Ezek a beruházások multiplikátor hatásuk révén munkahelyteremtő, helyi gazdaságot ösztönző kis- és közép vállalkozások által megvalósuló beruházásként, turisztikai vonzerőfejlesztés esetén önkormányzati fejlesztésként valósulnak meg, térségi kapcsolódási rendszerben.

### ***Vidékfejlesztési Operatív Program (VP)***

Az EMVA jogszabály alapján a VP-ben a vidéki turizmus fejlesztése és a vidéki örökség védelme külön intézkedésekből támogatható. Mindkét terület fejlesztésének elsődleges célja a vidéki gazdaság erősítése. A turizmus a mezőgazdasági termelők tevékenységének diverzifikációjában egyike azon fejleszthető tevékenységeknek, amelynek célja a mezőgazdasági termelők több-lábon állásának elősegítése.

### ***A Versenyképes Közép-Magyarország Program (VEKOP)***

Az országos tematikus út fejlesztések KMR régióba eső szakaszainak finanszírozása történik meg ebből a programból. A KKV-k kapacitásbővítése és gazdasági kapcsolatainak, hálózatosodásának (turisztikai desztináció menedzsment szervezetek) elősegítése, valamint a széndioxid kibocsátás csökkentése érdekében a kerékpáros közlekedési infrastruktúra fejlesztése hozzájárul a turizmus fejlesztéséhez.

### ***Határon átnyúló együttműködési programok***

A turizmus támogatása a határon átnyúló együttműködési programokban is minden

határszakaszunk esetében megvalósul (HU-SK, HU-RO, AT-HU, SI-HU, HU-HR, HU-SRB (IPA), HU-SK-RO-UA (ENI)), melynek magyar oldali forrásösszege 320,4 millió euró.

A turizmus számára a jelenlegi fejlesztési időszak is jelentős forrásokat tartalmaz, aminek hatékony felhasználása a magyar turizmus, vendéglátóipar, szabadidő gazdaság versenyképességének további növekedését szolgálhatja.

**További információk**

<http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism>

<http://palyazat.gov.hu>

### 3. A MAGYAR FOGÁSZATI TURIZMUS FEJLESZTÉSI PROGRAM ÉS A PROGRAMHOZ KAPCSOLÓDÓ PÁLYÁZATI, TÁMOGATÁSI LEHETŐSÉGEK BEMUTATÁSA

OTI - Orvosi Turizmus Iroda Zrt.



3/1. ábra



3/2. ábra

Európában és a világ fejlett országaiban a demográfiai adatok azt mutatják, hogy elöregedő társadalomban élünk. Csökken az aktív dolgozói létszám és nő a nyugdíjas réteg, ami magával hozza az egészségügyi problémák számának növekedését. Az orvosi szolgáltatások iránti egyre nagyobb kereslet miatt az egészségügyi kezelések költségei növekednek, a várólisták egyre hosszabbak. Ez a tendencia indította el a 2006-ban világszinten már 60 milliárd dolláros piacot generáló egészségturizmust. Főként az Egyesült Államokból, Nyugat-Európából és Oroszországból útnak induló egészségturisták azért utaznak külföldre, hogy megbízható, magas színvonalú egészségügyi szolgáltatást vegyenek igénybe a hazainál kedvezőbb áron, hosszú várakozási idő nélkül.<sup>1</sup>

A fogászati betegturizmus speciálisnak tekinthető, hiszen a nemzetközileg elfogadott kezelési idők, kontroll és protokoll beavatkozások némileg szükségszerűen el kell térjenek a megszokottól, főleg az idő és távolsági faktorok miatt. Ezek ugyan legtöbb esetben működnek, s tapasztalati úton a betegturizmussal foglalkozó szakemberek sokszor önnön nehézségek árán tapasztalják meg, mit s hogyan lehet megoldani egy-egy távolról érkező, s csak pár napig itt tartózkodó betegeknél. Érthető, hogy maga a sebgyógyulás nem befolyásolható érdemben, de a választott kezelési- és műtétechnikák nagyban megváltoztathatják a gyógyulási szakasz lefolyását, a komplikációk és a szükséges kontrollok időpontját. Ezen határokat feszegetve azonban sok esetben előfordulhatnak olyan, előre nem látható problémák, melyek a távolság miatt nem orvosolhatóak egyszerűen, és a páciens számára újabb utazást és többletköltséget jelent. Sokszor, erősítve ezen nehézségeket a helyi, kiindulási országbeli szakemberek negatív hozzáállása miatt egyszerű és megelőzhető komplikációk torkollhatnak igen költséges orvos-beteg perekbe, bizonyos országokbeli működési engedély, megvonásokba, és költséges kártérítésekbe.

A fogászati turizmus világszerte az egészségturizmus húzóágazata és legdinamikusabban fejlődő területe, ugyanis a világ egészségturistáinak csaknem fele fogászati szolgáltatásokért utazik más országokba. A fogászati turizmus kezdete Magyarországon a '80-as évekre tehető, amikor a nyugati határ menti településeken a külföldi; főleg osztrák páciensek felfigyeltek a megfizethető, de magas minőségű magyar fogászati ellátásokra. Később német és svájci páciens is hozzájuk csatlakozott; a '90-es évek második felére pedig már számos olasz páciens is magyar fogpótlással büszkélkedhetett szomszédainak. Az osztrák és német biztosítók a Magyarországon végzett kezelésekkért is árvisszatérítést adtak a betegeknek, a

---

<sup>1</sup> I. Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Konferencián elhangzottak – 2011. április 21; Herceghalom

Forinhoz képest erős valuták pedig további kedvező feltételeket biztosítottak a magyarországi kezeléseknél. Később, az internethasználat elterjedésének, a fapados légitársaságok megjelenésének, és a drága nyugat-európai fogászati ellátásoknak köszönhetően, az addig nehezen megfizethető fogászati szolgáltatás könnyen elérhetővé vált az angol, ír, francia és skandináv országok betegei számára is, Magyarországon. Az osztrák - magyar határnál kialakuló fogászati turizmus központja Budapestre rendeződött. Itt jelentek meg az első, fogászati turizmusra specializálódott magánrendelők.

A fogászati turizmus területén Magyarország Európa első számú úti célja lett 2008-ra és ma már Budapest Európa fogászati fővárosának tekinthető. Ezt az eredményt az ágazatban dolgozó és a fogászati turisztikai területen érdekelt kb. 300 rendelő, közel 3 000 munkatársa érte el és munkájuk eredményeként az évente beutazó 60-70 ezer páciens kb. 70-80 Mrd forintot költ el Magyarországon, határokon belüli szolgáltatásexport keretében. Szakértők szerint ez a forgalom, az orvosi szolgáltatásokon alapuló magyar egészségturisztikai szegmens összes forgalmának kb. 90%-át jelenti. Becslések szerint az európai fogászati turizmus közel 40 százaléka hazánkba irányul, ezzel ma Magyarország Európa fogászati központja. A hazánkba érkező fogászati turisták főként nyugat-európai országokból érkeznek: Angliából, Svájcban, Írországból, Franciaországból, Dániából és Németországból. A fogászati turizmus a hazai egészségipar húzóágazata: 3000 magasan képzett szakembert foglalkoztat, és mindemellett, hogy éves szinten megközelítőleg 50-60 milliárd forint bevételt termel, további mintegy 13-16 milliárd forint bevételt hoz a kapcsolódó iparágaknak is. Mindezt az elmúlt másfél évtizedben körülbelül 350-400 mikro- és kisvállalkozás, saját erejéből érte el. Ez a teljesítmény európai és hazai viszonylatban egyaránt páratlan, igazi magyar sikertörténet, hungarikum. A gazdasági válság azonban nagyon nehéz helyzetbe hozta a korábbi fejlesztéseket hitelből finanszírozó magyar rendelőket. 2008. év elején a forint árfolyamának gyengülése, ugyanennek az évnek a végén kirobbant hitelválság a rendelő tulajdonosokat is nagyon nehéz helyzetbe hozta. A kilendült forint árfolyam okozta nehézségeket sokan működésre felvett hitelekkel - többségében folyószámlahittel - próbálták ellensúlyozni, majd ezek a hitelek is és az addig felvett, javarészt svájci frank, valamint euró alapú fejlesztési vagy jelzáloghitelek finanszírozásának megdrágulása még tovább nehezítette a működést. A hiteltörlesztési és így üzemeltetési kényszer ellensúlyozását rengetegen foglalkoztatási oldalon, adózási oldalon, működési oldalon és beszállítói oldalon történő erőteljes költségcsökkentéssel próbálták ellensúlyozni. A profit legnagyobb része eltűnt a vállalkozásokból, hiszen a gazdasági válság másik hatása a keresleti piac felfokozott árérzékenysége miatt egy igen erős árversenyen keresztül szűkítette az árrést. Az ágazat szereplői minden erejükkel a

túlélésre koncentráltak, ezért nem igen volt módjuk fejlesztési tartalékot képezniük vagy hosszútávon működési költséget csökkentő - pl. fejlettebb fogtechnikai technológiát telepítő - beruházásokat eszközölniük. Mindeközben a hitelválságot követő gazdasági válság időszakában a szektor teljes forgalma nem csökkent, némely mutatók pár százalékponttal még emelkedtek is.

A szektoron belüli hiányosságok mellett - mint az egységes kereskedelempolitika, marketing, akkreditációs és minőségbiztosítási rendszer - jelentős visszatartó erőt jelentett a megfelelő jogi szabályozás hiánya. A szakma többször, többféle formában tett kísérletet az összefogásra, de ezek nem hoztak eredményt. Elmaradt az állami szerepvállalás, a fogászati turizmus semmilyen támogatásban nem részesült sem szakpolitikai, sem szabályozási, sem gazdasági téren. Mindeközben megváltozott a piaci környezet, egyre élesebb lett a nemzetközi verseny. A versenytársak ezalatt pótolták a hiányosságokat, megeremtették az összefogást, és például Lengyelország, Törökország, Csehország, Bulgária erőteljes kormányzati támogatással fejlesztette saját fogászati turizmusát. Az erőteljes állami támogatásra támaszkodó lengyel, török, bolgár és cseh versenytársak tehát egyre inkább veszélyeztették piacvezető pozíciónkat, melynek megerősítésére 2011. április 21-én **Országos Fogászati Turizmus Fejlesztési Program indult.**

A Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Program komplex gazdaságfejlesztési és egészségügyi turisztikai modell, amelynek célja, hogy az egyre élesebb nemzetközi versenyben Magyarország hosszú távon biztosítsa európai piacvezető szerepét a magyar fogászati szegmens szereplőinek összefogásával, egységes nemzetközi kereskedelem-, marketing-, minőségbiztosítási és regionális, európai integrációs politikával. A Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Program feladata, hogy az egész fogászati turisztikai szektor teljesítményét fokozza, öt év alatt megháromszorozza a Magyarországra beutaztatott és ellátott fogászati turisták számát, miközben 3000 új munkahelyet teremtsen, hozzájárulva 1000 kiválóan képzett szakorvos és fogászati szakember itthon tartásához.<sup>2</sup>

A komplex ágazatfejlesztési stratégiát 2011. április 21-én mutatták be az I. Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Konferencián, Herceghalmon. A Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Program kiemelkedő szakmai támogatással indult. Megalkotásában kétszáz fogorvos és

---

<sup>2</sup> I. Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Konferencián elhangzottak – 2011. április 21; Herceghalom

rendelőtulajdonos, a fogászati szektor szaktekintélyei és szakmai szervezetei, valamint közgazdászok, marketing szakemberek, jogászok vettek részt az Orvosi Turizmus Iroda Zrt. koordinálásával.

A Program sikerességére utal, hogy már elindulásakor 69 praxis jelezte csatlakozási szándékát, ami egy hónap alatt 162-re bővült. Ma pedig 234 a Programba regisztráltak száma. Az alapítók szilárd meggyőződése volt, hogy jól szervezett stratégiai fejlesztéssel, koordinációval és központi, költségoptimalizált marketingkommunikációval, a kapcsolódó területek összefogásának elősegítésével, egységes minőségbiztosítási és garanciarendszer kidolgozásával és bevezetésével, közös akarattal és a Magyar Állam segítő szándékával, az eddig elért eredmények nemcsak megőrizhetők, hanem meg is sokszorozhatók. Mindemellett, a Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Program megvalósulásával, más orvosi szolgáltatásokon alapuló egészségturisztikai területek számára is modellt kínálhat. A Program sikeres megvalósításához és Magyarország piacvezető pozíciójának megőrzéséhez az ágazati összefogáson túl elengedhetetlen volt az állami szerepvállalás, amely kiterjed egyrészt az akkreditációs és minőségbiztosítási rendszer, a megfelelő jogszabályi környezet kialakítására, másrészt az állami szakmai szervezetekkel, például a Magyar Turizmus Zrt.-vel való közös munkára. A gazdaságfejlesztési és egészségturisztikai modell részleteinek megismerése után a Magyar Kormány segítő szándékát fejezte ki, és együttműködéséről biztosította az Orvosi Turizmus Iroda Zrt.-t a Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Program megvalósításában a kapcsolódó területeket illetően.

Az állami szerepvállalásnak köszönhetően az egészségturizmus, és azon belül is kiemelten a fogászati turizmus a 2007-2013-as Új Széchenyi Terv fejlesztéspolitikai programban a magyar gazdaságfejlesztés és fenntartható növekedés egyik kitörési pontjaként jelent meg. Az eddig kizárólag önerőből építkező ágazat lehetőséget kapott az önálló cselekvésre.

A 2011. december 23-án megjelent „Innováció a fogászatban” pályázat lehetőséget adott a Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Programhoz csatlakozott fogászati és fogtechnikai vállalkozások támogatására. Az „Innováció a fogászatban” konstrukció meghirdetésekor, a konvergencia régióban a támogatásra rendelkezésre álló tervezett keretösszeg 3 milliárd forint volt. A közép-magyarországi régióban a rendelkezésre álló tervezett keretösszeg 500 millió forint volt. A vissza nem térítendő támogatás összege minimum 3.000.000 Ft, maximum 30.000.000 Ft volt, budapesti megvalósítási helyszín esetén maximum 20.000.000 millió Ft; maximum 65%-os támogatási intenzitás mellett.

A konstrukció munkatársak alkalmazását, eszközbeszerzést, információs technológiai fejlesztéshez kapcsolódó hardver és szoftver eszközök beszerzését; piacra jutást, valamint a fogászati ágazathoz kapcsolódó innovációs eredmények adaptálása céljából igénybe vett

tanácsadást támogatta.<sup>3</sup> 2013.05.31-ig 172 pályázat került benyújtásra, melyből 48 pályázó budapesti vagy pest-megyei telephelyen, 124 pályázó pedig a konvergencia régióban működtette vállalkozását. A 154 megvalósult projekt összeruházása 5.100.000.000,-Ft volt, 3.350.000.000,- forintnyi támogatást felhasználva. A projektben vállalt kötelezettségeknek köszönhetően közel 150 új munkahely létesült országszerte, ami a személyi jellegű költségek növekedését vonta maga után.

2011. december 29-én további pályázati lehetőség nyílt a szektor tagjai számára. A Nemzeti Fejlesztési Minisztérium a Turisztikai Célelőirányzat 2011. évi forrásainak terhére nyílt pályázatot hirdetett a magyarországi fogászati turizmus területén működő magyar fogászati vállalkozások versenyképességének javítása és hálózati innováció keretében megvalósuló összehangolt piacefejlesztésének támogatására. A pályázat célja volt, hogy a fogászati turizmusban érdekelt fogászatok támogatása révén, a szakma összefogása mellett, Magyarország versenyképessége javuljon olyan hálózati innováción alapuló összehangolt fejlesztésen keresztül, melynek köszönhetően a fogászati vállalkozások szolgáltatás minőségi, technológiai felkészültségének, operatív teljesítőképességének a szintje a nemzetközi versenyhelyzetben helytállva, kimutathatóan nő. A pályázat meghirdetésekor e rendelkezésre álló keretösszeg 1 milliárd forint volt. A vissza nem térítendő támogatás összege 78%-os támogatási intenzitás mellett, a konvergencia régióban minimum 10 millió, maximum 24 millió Ft. volt; a közép-magyarországi régióban minimum 10 millió, maximum 30 millió Ft. A pályázatok benyújtására 2012. március 01. és 2012. május 31. között nyílt lehetőség. Támogatási kérelmet kizárólag a GOP-1.3.1-11/F és KMOP-1.1.4-11/F kódszámú pályázati kiíráson alkalmasnak ítélt, érvényes működési engedéllyel rendelkező fogászati vállalkozások nyújthattak be. A pályázat keretében azon projektek kaphattak támogatást, amelyek célja belföldön megvalósuló, nemzetgazdasági szempontból kiemelt jelentőségű turisztikai vonzerővel bíró magyar fogászati vállalkozások operatív működtetésén belül a nem orvosi célú munkafolyamatok versenyképesség javítását célzó minőségfejlesztése; a vállalkozás működéséhez kapcsolódó nemzetközi betegküldő-piac fejlesztése, valamint a vállalkozás innovációs hálózati struktúrába szervezett működésének javítása és egységes operatív koordinációjának kialakítása volt. A támogatott projektek végső megvalósítási ideje

---

<sup>3</sup> Pályázati Felhívás „Innováció a fogászatban” tárgyú pályázathoz (kódszám: GOP-1.3.1-11/F és KMOP-1.1.4-11/F)



2013. szeptember 30 volt.<sup>4</sup> A Program pályázatíró szaktanácsadóinak segítségével, a konstrukció keretében 41 praxis nyújtotta be pályázati anyagát, melyből 34 fogászati praxis részesült, összesen 446 millió Ft. összegű, vissza nem térítendő támogatásban. A teljes projektérték pedig meghaladta az 1 milliárd forintot.

A további támogatásokban bízva, a Program alapítóinak és a szektor képviselőinek szilárd meggyőződése, hogy a Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Program olyan példaértékű gazdaságfejlesztési modell, melynek közös megvalósításával Magyarország európai fogászati turizmusban betöltött szerepe stabilizálódik és hosszú távú versenyelőnyre tehet szert egy fenntartható növekedési pályán.

---

<sup>4</sup> 2011-ÚSZT-TU-2 kódszámú Pályázati Felhívás „A magyarországi fogászati turizmus területén működő magyar fogászati vállalkozások versenyképességének javítása és hálózati innováció keretében megvalósuló összehangolt piacfejlesztéshez kapcsolódó támogatás”

**4. A SZÉCHENYI PIHENŐKÁRTYA (SZÉP KÁRTYA), MINT A MAGYAR TURIZMUS VERSENYKÉPESSÉGÉT JAVÍTÓ TURIZMUSPOLITIKAI ESZKÖZ BEVEZETÉSE ÉS MŰKÖDÉSE MAGYARORSZÁGON (DR. NEMES ANDREA)**



4/1. ábra



4/2. ábra

#### **4.1. A SZÉP Kártya bevezetésének háttere**

A béren kívüli juttatások rendszerét Magyarországon a személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény szabályozza. A béren kívüli juttatással a munkáltatók dolgozóiknak a bérjövdelemként adózó juttatások mellett, azokhoz képest kedvezőbb adózási feltételekkel egyéb, meghatározott felhasználási körű juttatást is adhatnak. A Kormány a Széchenyi Pihenőkártyát (SZÉP Kártyát) 2011-től vezette be a béren kívüli juttatások körébe, aminek a kibocsátására és felhasználására vonatkozó részletszabályok meghatározására a felhatalmazást a személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény 80. § d) pontja adta. A személyi jövedelemadó rendszer 2011. évi módosításakor került be a kártya, mint új cafeteria elem a béren kívüli juttatások közé évi 300 000 ezer forintos keretösszeggel. A kártya kibocsátására és felhasználására vonatkozó részletszabályok kialakítására a Kormány kapott felhatalmazást.

A béren kívüli juttatások után a bevezetés évében a 2011. évi adótörvények szerint személyi jövedelemadót kellett fizetni, más közteher (járulék-, egészségügyi hozzájárulás) kötelezettség nem terhelte. A kifizetőt terhelő adó alapja a bevétel 1,19-szerese volt. A gazdaságpolitika eszközeinek alkalmazásával így kedvezőbb adózási környezetet teremtett meg a Kormány azon vállalkozások számára, akik dolgozóiknak béren kívüli juttatási elemként Széchenyi Pihenőkártyát adtak. A SZÉP Kártyán lévő pénzüsszeget a dolgozók Magyarországon egészségmegőrzés, pihenés céljából használhatták fel. A kártyával igénybe vehető minden olyan belföldi szolgáltatás, amely a pihenés, az egészség védelmét, megerősítését szolgálja. Ide tartozott többek között a szálláshely szolgáltatás, az éttermi vendéglátás, a fürdőszolgáltatás, a betegségmegelőző, egészségmegőrző, egészség helyreállító szolgáltatások, a kulturális szolgáltatások közül a múzeumi, színházi, növény-állatkerti, egyéb művelődési intézményi belépőkre fordított összeg, a természetvédelmi területek, tematikus parkok, szabadidőparkok belépői, az utazásszervezőknél megrendelt belföldi utazási csomag. Bármely szolgáltatás igénybevétele csak szálláshely szolgáltatással együttesen történhetett a SZÉP Kártya felhasználásával.

A bevezetést gazdaság- és társadalompolitikai célok indokolták. Bevezetésére akkor került sor, amikor a 2009-es pénzügyi és gazdasági válság következtében a belföldi turizmus számos országhoz hasonlóan Magyarországon is problémával küzdött. Tovább súlyosbította nálunk a helyzetet, hogy az Európai Unió strukturális alapjainak támogatásával jelentős mértékű szálláshelyfejlesztés valósult meg Magyarországon és a kapacitásnövekedést nem kö-

vette a turisztikai kereslet forgalmának növekedése. A társadalompolitikai célt a magyar lakosság egészségi állapotának védelme, javítása, az életmód javító szolgáltatások hozzáférési lehetőségének bővítése jelentette. Az egészségi állapot vissza is hat a gazdaságra. Az egészségügy egyik legfontosabb feladata az egészségmegőrzés, a prevenció. Ezt segítik elő a SZÉP Kártya által igénybe vehető szolgáltatások.

A SZÉP Kártya bevezetésének elsődleges célja az volt, hogy a turizmus gazdaságfejlesztési szerepe erősödjön, növekedjen a belföldi turizmus forgalma, valamint jövedelemtermelő képessége javuljon. A Kormány egyfelől adóbevételről mondott le az új cafeteria elem biztosításával, másfelől a kedvezőbb adózási feltételekkel egyben ösztönözte is a belföldi turizmus növekedését, ami a forgalom növekedésével párhuzamosan adóbevétel növekedést eredményezett. Az egészségmegőrzéshez, az egészséges életmódhoz, az életminőség javításához kapcsolódó szolgáltatások váltak így többek számára elérhetővé.

Az üdülés, a rekreáció területén korábban egy állami tulajdonú intézmény, a Magyar Nemzeti Üdülési Alapítvány (MNÜA) által kibocsátott utalvány, az ún. üdülési csekk működött, ezt váltotta fel a SZÉP Kártya. A gazdaságélénkítési cél hatékony érvényesülése érdekében a kibocsátást piaci szereplők valósították meg. A SZÉP Kártya bevezetésével az Üdülési Csekk helyett egy korszerűbb, elektronikus kártya formátumú, és elődjénél alacsonyabb jutalékkal működtethető eszköz jött létre. Az alacsonyabb jutalék egyben azt is jelentette, hogy a belföldi turisztikai szolgáltatásokat nyújtó vállalkozásoknál több pénz maradt, mert a közvetítói jutalék, amit a kártya kibocsátóinak kellett fizetniük mindössze 1,5% volt a piaci kibocsátás révén, a korábbi 6-os jutalékkal és további járulékos költségekkel szemben. Ez jövedelmezőség javulást eredményezett.

A SZÉP Kártya előnyeit a bevezetés évében az alábbi 4/3. ábra mutatja.

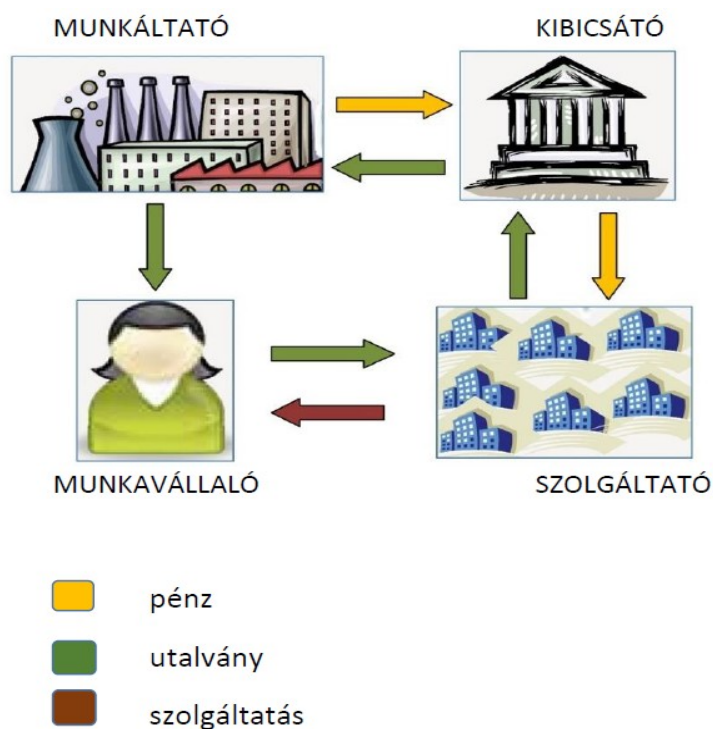
	<b>Egészségkártya</b>	<b>Üdülési csekk</b>	<b>Étkezési utalvány</b>	<b>Melegétel- utalvány kártyán</b>	<b>Széchenyi Pihenő Kártya</b>
<b>Munkáltatók</b>	- -	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kezelési díj: 1-7,5%</li> <li>Házhozszállítás díja: 750-1.450 Ft + áfa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Szolgáltatási díj: 5,50% (min. 2500 Ft), 25% ÁFA, vagy kezelési költség 4% 20 fő alatt, felette 3%</li> <li>Házhozszállítási díj (opcionális) 1990 Ft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kezelési költség 4% 20 fő alatt, felette 3%</li> <li>Kiszállítási költség: 1990-2500 Ft + áfa (Bp-vidék)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nincs</li> </ul>
<b>Munkavállalók</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Belépési díj: 0-2.500 Ft</li> <li>Működési alap: 1,9-9,9% (sávosan degresszív)</li> <li>Likviditási alap: 0-0,5%</li> <li>Kártya díja: 0-4.000 Ft</li> <li>Társkártya: 2.000 Ft</li> </ul>	- -	- -	<ul style="list-style-type: none"> <li>Legyártási díj: 800 Ft + ÁFA (kártya érvényessége: 3 év)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nincs</li> </ul>
<b>Szolgáltatók</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tranzakciós díj: papíralapú számla esetén 1,5%, elektronikus számla esetén 1,0%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ügyleti jutalék: 6% + áfa</li> <li>Partnerkapcsolati díj: 21.000 Ft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beváltói díj: névérték 5%-a + ÁFA</li> <li>Utalvány kifizetési költségek: személyes átvételnél 1,5 % + ÁFA; szállításon utalvány küldésnél 905-1405 Ft, (Bp-vidék) Ft., hosszított kifizetés: 0,4%; gyorsított kezelés esetén: 1-3% kezelési költség, függően a banki fizetési határidőtől (1-7 nap)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kezelési költség: 5%-a + ÁFA, és további 250-500 Ft + Áfa</li> <li>+ rendes banki tranzakciós költségek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maximum 1,5%</li> </ul>

4/3. ábra. A SZÉP Kártya előnyei más béren kívüli juttatással szemben a munkáltatók, munkavállalók és szolgáltatók számára

Forrás: Szolgáltató szerződések és hirdetések, Nemzetgazdasági Minisztérium

## 4.2. A SZÉP Kártya általános jellemzői

A SZÉP Kártya működési rendszere négy fő szereplőből, szereplő csoportból áll. A SZÉP Kártyát kibocsátó intézményekből, a SZÉP Kártyával megvásárolható szolgáltatásokat nyújtó vállalkozásokból, a munkáltató vállalkozásokból, akik béren kívüli juttatást biztosítanak dolgozóiknak, valamint azok a munkavállalók, akik a munkáltatójuk által felkínált béren kívüli juttatás keretében SZÉP Kártyát igényelnek és erre ennek keretében bizonyos összeget igényelnek. Ez az összeg rákerül az elektronikus számlájukra, amellyel gazdálkodhatnak. Ennek az összegnek az erejéig a jogszabályban meghatározott turisztikai, vendéglátó ipari és szabadidős szolgáltatásokat vásárolhatnak azon szolgáltatóktól, akik szerződéses kapcsolatban állnak a SZÉP Kártyát kibocsátó intézményekkel. Mivel jelenleg három szolgáltató bocsát ki Magyarországon SZÉP Kártyát, a turisztikai, vendéglátó ipari és szabadidős szolgáltatóknak érdemes mindhárom kibocsátó intézménnyel szerződést kötni, hogy a munkavállalók által náluk igénybe vett szolgáltatások ellenértékeként SZÉP Kártyát fogadhasanak el. A működés leegyszerűsített rendszerét a 4/4. ábra mutatja.



4/4. ábra. A SZÉP Kártya működési rendszere és szereplői

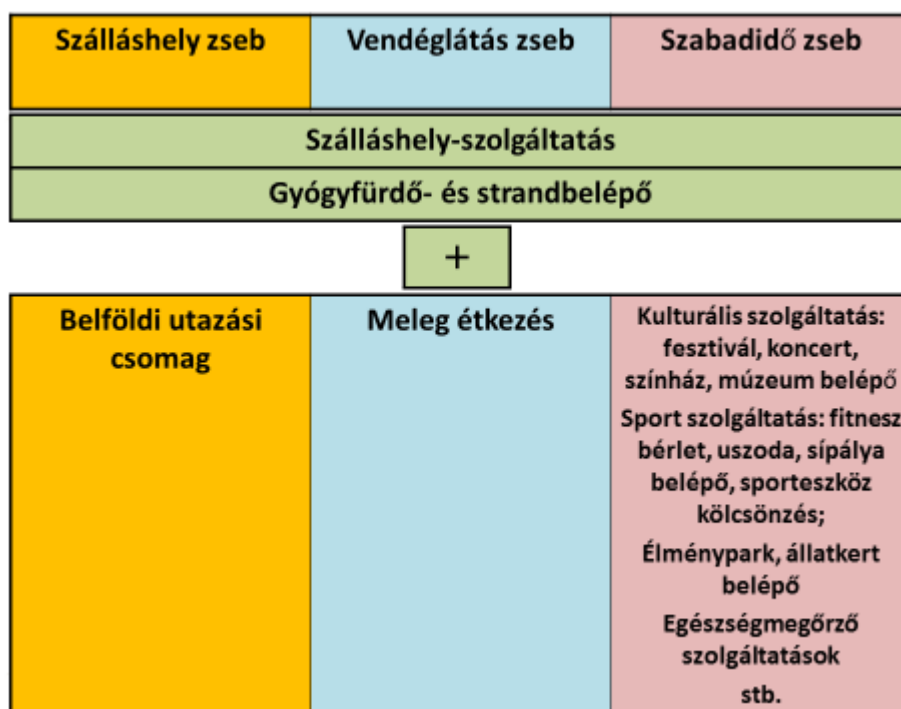
Forrás: Nemzetgazdasági Minisztérium

A SZÉP Kártya megjelenésében egy bankkártyához hasonlító plastik kártya. A 2011-ben bevezetett kártya a turizmussal, pihenéssel összefüggő szolgáltatások megvásárlását csak szálláshely igénybevételével együtt tette lehetővé 300 000 forint éves keretösszegig. Az Szja törvény 2012 évi módosításával jelentősen megváltozott a béren kívüli juttatási rendszer. Ettől az évtől a SZÉP Kártya maximum 450 000 forint összegig juttatható kedvezményes adózás mellett. Fizikai megjelenésében továbbra is egy darab plastik kártya maradt, azonban e mögött három, különböző szolgáltatások megvásárlására használható alszámla (zseb) került kialakításra, ami különböző típusú turisztikai, vendéglátó ipari, egészség megőrzési és szabadidős szolgáltatások megvásárlását teszi lehetővé. A megvásárolható szolgáltatások körét a Széchenyi Pihenő Kártya kibocsátásának és felhasználásának szabályairól szóló 55/2011. Korm. rendelet sorolja fel. Azt, hogy az egyes zsebekre legfeljebb mennyi pénz utalható évente kedvezményes adózás mellett, a személyi jövedelemadó törvény határozza meg.

A legalapvetőbb turisztikai szolgáltatásokért már mindhárom zsebből lehet fizetni, szálláshelyért 2012-től, fürdő- és strandbelépőért 2013 júniusától. Ennek rendszerét mutatja be a 4/5. ábra.

### A három alszámla a következő:

- A *szálláshely zsebre* a munkáltatók évi 225 ezer forintot utalhatnak át kedvezményes adózás mellett. Erről az alszámláról szálláshely-szolgáltatást (pl. szálloda, panzió, falusi szálláshely, kemping), fürdő és strandbelépőt, valamint belföldi utazási csomagot lehet vásárolni.
- Az évi 150 ezer forintos kedvezményes kerettel rendelkező *vendéglátás zsebről* elsődlegesen meleg ételt lehet venni (éttermekben, büfékben, munkahelyi menzákon egyaránt), valamint az átjárhatóság értelmében szálláshelyen és fürdőkben, strandokon is lehet innen költeni.
- A *szabadidő zsebre* kedvezményesen átutalható keret évi 75 ezer forint, amelyet jellemzően kulturális szolgáltatásokra (pl. színház-, múzeum-, koncertbelépő), sportszolgáltatásokra (uszoda belépő, fitness bérlet, sporteszköz-, sportpálya bérlés, sporttanfolyam díja, lovaglás), és egyéb szabadidős szolgáltatásokra (pl. állatkert, kalandpark belépő) lehet fordítani. Természetesen erre a számlára is vonatkozik a szálláshely-szolgáltatás, fürdő- és strandbelépő vásárlási lehetőséget biztosító átjárhatóság.



4/5. ábra. A SZÉP Kártyával megvásárolható szolgáltatások

Forrás: Nemzetgazdasági Minisztérium

Az elektronikus kártya formátumnak számos előnye van a papír utalvánnyal szemben. Fehéri a gazdaságot, hiszen az elektronikus tranzakciók jobban nyomon követhetőek, mint a papír utalványok. Egyszerűbb használni, kevesebb vele az adminisztráció. A *kibocsátónak*

nem kell évről évre legyártani a rengeteg papír utalványt, hiszen a plastik kártyák 5 évig érvényesek. Postázási költség sem merül fel, hiszen elektronikus utalásokról van szó. A *munkáltatónak* is könnyebbség, hogy nem kell minden évben akár többször is kiosztani a papír utalvány tömböket a munkavállalóknak, elegendő egy elektronikus utalás a kibocsátó felé. A *munkavállalónak* könnyebb kezelni egy kártyát, mint egy köteg papír utalványt. A kártyás rendszer nagy előnye a papírral szemben, hogy nincsenek címletek. Az *elfogadóhelyeknek* pedig nem kell a papír csekkeket rendszeresen összegyűjteni és a kibocsátónak postázni, elegendő egy terminált működtetni, de akár interneten, vagy telefonos ügyfélszolgálaton keresztül is megoldható a fizetés.

A SZÉP Kártya a munkáltatónak és a munkavállalónak teljesen ingyenes (vagyis nincs sem munkáltatói jutalék, sem kártyadíj), az elfogadóhelyek pedig mindössze 1,5%+áfa jutalékot kell fizetniük a kibocsátóknak a beváltási forgalom után. A kibocsátás piaci alapon működik, jelenleg 3 banki háttérű vállalatcsoport – az OTP, az MKB és a K&H – bocsát ki SZÉP Kártyát.

A kártyán lévő pénzt az utalást követő második év május 31-ig lehet felhasználni, ezt követően a lejárt összeget a kibocsátók visszautalják a munkáltatóknak.

#### **4.3. A szabályozás fontosabb módosításai**

- A Széchenyi Pihenő Kártya kibocsátásának és felhasználásának szabályairól szóló 55/2011. (IV.12.) Korm. rendelet alapján kezdődött meg a SZÉP Kártya kibocsátása. Ekkor még csak szálláshellyel együttesen lehetett igénybe venni a szolgáltatásokat, 300.000 Ft éves keretösszegig kedvezményes adózással.
- Az Szja törvény 2012 évi változásával a korábbiakhoz képest nagyobb hangsúlyt kapott a Széchenyi Pihenő Kártyán adható béren kívüli juttatás. 2012. évtől a kedvezményes közteher (a kifizetőt terhelő 16 százalékos szja) mellett adható béren kívüli juttatások 500 000 forintos éves értékhatárig nyújthatók, az összeghatár felett adott juttatások egyes meghatározott juttatásnak minősülnek, amely után a kifizetőt 16 százalékos szja mellett 27 százalékos eho is terheli. 2012-től a SZÉP Kártya (annak fizikai megjelenése, a plastik kártya) egy multifunkcionális kártyaként kezdett el működni, amely mögött három, egymástól jól elkülönülő elektronikus utalványszámla áll:



- a szálláshely szolgáltatás igénybevételét lehetővé tevő alszámla (szálláshely zseb), 225 000 forintos éves keretösszegig,
- a vendéglátás szolgáltatás igénybevételét lehetővé tevő alszámla (vendéglátás zseb) 150 000 forint éves keretösszegig,
- valamint a turizmushoz kapcsolódó egyéb szabadidő eltöltést, rekreációt, egészségmegőrzést szolgáló alszámla (szabadidő zseb) 75 000 forint éves keretösszegig.

Életbe lépett az a szabály, hogy szálláshely-szolgáltatásért bármelyik zsebből lehet fizetni.

- A következő nagyobb módosítás 2012 októberében történt, ekkor kibővült a felhasználási kör számos sport-szolgáltatással (pl. sportpályabérlés, uszoda belépő, horgászjegy, sporttanfolyam díja). A jogszerűtlen kártyaelfogadásra konkrét szankciók kerültek bevezetésre.
- A 2012. december végén történt módosítás alapján 5 hónappal meghosszabbításra került a felhasználási idő, az utalást követő második év május 31-ig, valamint a lejáró utalványokat a kibocsátóknak vissza kellett utalniuk a munkáltatóknak.
- Az utolsó lényegi rendeletmódosítás 2013. május végén született: a zsebek közötti átjárhatóság kiterjesztésre került a gyógyfürdő- és a strandbelépőre.

#### **4.4. Eredmények**

Az aktuális adatokat az 1. táblázat mutatja. A SZÉP Kártya adatok vonatkozásában a Nemzetgazdasági Minisztérium saját adatgyűjtést végez, így az adatok az aktuális hónapot követő hónap közepén már rendelkezésre állnak. A bevezetéstől eltelt időszak legjelentősebb eredményei az alábbiakban összegezhetők.

- 2013-ban a SZÉP Kártya pozitív hatása miatt a belföldi turizmus is markánsan növekedett. Ebben az évben a belföldi vendégektől származó szállásdíj bevétel közel 10%-kal nőtt a kereskedelmi szálláshelyeken. Ez Európában egyedülálló eredmény volt, amiben a SZÉP Kártya kulcsszerepet játszott.
- A kereskedelmi szálláshelyek belföldiektől származó szállásdíj-bevételeinek több mint negyede SZÉP Kártya igénybe vételével történik.

- A belföldi turizmus növekedése azért is nagy jelentőségű, mert elsődlegesen vidékre irányul. A SZÉP Kártya elfogadóhelyek több mint 80%-a vidéki, így a kártya elsősorban vidéken jelent bevételt, vidéken teremt munkahelyeket.
- 2014-től folytatódik az a tendencia, hogy a növekedés ütemét tekintve a belföldi turizmus felülmúlja a beutazó turizmust.
- A SZÉP Kártya jelentős gazdaságfejlesztési hatással rendelkezik, de társadalompolitikai szempontból is fontos. Elősegíti a pihenést, a regenerálódást, valamint a pihenés és a regenerálódás fontosságának felismerését.
- A SZÉP Kártya adatai szerint 2015. szeptember végén 25 739 munkáltató 1 214 737 dolgozója rendelkezett SZÉP Kártyával. A SZÉP Kártyát használók száma a bevezetéstől töretlenül növekszik.
- A kártya bevezetése óta több mint 285 milliárd forintot töltöttek fel SZÉP Kártyára a kártyabirtokosok és több mint 249 milliárd forintot el is költöttek a SZÉP Kártya rendszerhez csatlakozott szolgáltatóknál.

4/1. táblázat. A SZÉP Kártya 2015. szeptember 30-i adatai

<b>Elfogadóhelyi szerződések száma</b>	<b>64 160</b>
<b>Munkáltatói szerződések száma</b>	<b>25 739</b>
<b>Kártyabirtokosok száma</b>	<b>1 214 737</b>
<b>Társkártyák száma</b>	<b>25 795</b>
<b>Feltöltés (ezer Ft)</b>	<b>285 037 344</b>
szálláshely (ezer Ft)	60 377 696
vendéglátás (ezer Ft)	186 209 375
szabadidő (ezer Ft)	38 450 274
<b>Költés (ezer Ft)</b>	<b>249 738 932</b>
szálláshely (ezer Ft)	49 938 726
vendéglátás (ezer Ft)	167 963 023
szabadidő (ezer Ft)	31 837 183

Forrás: Nemzetgazdasági Minisztérium

#### 4.5. Összegzés

A Széchenyi Pihenőkártya beváltotta a bevezetéskor hozzá fűzött reményeket és a magyar gazdaságpolitika sikeres eszközévé vált, a belföldi turizmus, az egészségturizmus ösztönzése és növekedése megvalósult. Olyan komplex rendszer került kialakításra és bevezetésre

a turisztikai szolgáltatók, a SZÉP Kártyát kibocsátó intézmények és a munkáltatók, munkavállalók között, ami átlátható és gördülékenyen működik. Kifehértette a gazdaságot, mivel a tranzakciók pontosan nyomon követhetők, a szolgáltatások kiegyenlítése minden esetben elektronikusan, banki átutalással történik.

A munkáltatók egyre nagyobb számban biztosítják dolgozóiknak béren kívüli juttatás keretében a SZÉP Kártyát, hiszen a kipihent dolgozó jobban teljesít. A belföldi szolgáltatók egyre nagyobb számban csatlakoznak a rendszerhez, hiszen a kártyákra feltöltött összeg folyamatosan nő és a rendszernek köszönhetően nem az utalványszámlákon áll, hanem visszaforgó a gazdaságba.

A rendszer sikerét jelzi, hogy egyre több ország érdeklődik a rendszer bevezetése iránt. Többek között a V4 országok, Szerbia, Horvátország turizmusért felelős minisztériumai, az Európai Bizottság turisztikai tanácsadó ülésén (TAC) az Európai Unió tagországai, valamint az UNWTO regionális ülésén is bemutatásra került a tagországok számára a rendszer, mint egy nagyon sikeres, pozitív példa.

### **További információk**

[www.otszepakartya.hu](http://www.otszepakartya.hu)

[www.mkbszepakartya.hu](http://www.mkbszepakartya.hu)

[www.szepakartya.kh.hu](http://www.szepakartya.kh.hu)

## 5. A FOGÁSZATI TURIZMUSRA SPECIALIZÁLÓDOTT MAGYAR FOGÁSZATI PRAXISOK ÜZLETI KÖRNYEZETÉNEK RÉGIÓNKÉNTI BEMUTATÁSA

OTI - Orvosi Turizmus Iroda Zrt.



5/1. ábra



5/2. ábra

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatai szerint tavaly 4,6 millió külföldi vendég 12,3 millió vendégéjszakát töltött Magyarországon, melynek 3,5 százalékát teszi ki különböző szakmai szervezetek által megbecsült, fogászati kezeléshez köthető 440 ezer külföldi vendégéjszaka. Budapest mellett ma már a vidéki rendelők is komplett kezelési csomaggal várják pácienseiket, amelyek az utazási és szállodai költségeket is tartalmazzák.

Európai viszonylatban Magyarország fogászati turizmusban betöltött szerepe igen jelentős, versenytársunk legfeljebb Lengyelország lehet; az utóbbi időben az Adria turisztikai vonzereje miatt Horvátország szerepe kezd erősödni az ágazatban. Egy-egy fogászati vállalkozás egészségügyi turizmusban betöltött szerepe szolgáltatási palettája mellett nagyban függ a cég területi elhelyezkedésétől, infrastruktúrájától, a régió turisztikai attrakcióitól és a kiegészítő szolgáltatások jelenlététől is.

A következőkben az ország különböző régióiban működő praxisok üzleti környezete kerül bemutatásra.

Az osztrák határ közelsége miatt a fogászati turisták legnagyobb betegforgalmát Budapest mellett a **Nyugat-dunántúli régió** bonyolítja le. A régió 2007-2013-as Operatív Programja kiemeli, hogy a régió gazdasági életében a turizmusnak kitüntetett jelentősége van, melyet területi elhelyezkedése mellett gazdag és változatos turisztikai vonzerőinek, attrakcióinak köszönhet. Magyarország nemzetközi határállomásai személyforgalmának közel felét a régió határátkelőhelyei bonyolítják le; a közúti infrastruktúráját jellemzi, hogy az országos közúthálózat egyhatoda itt található. Az M1-es autópályának és a gyorsforgalmi utaknak köszönhetően Budapestről és nyugati szomszédos országokból könnyen megközelíthető. A régiót jelenleg több nemzetközi törzshálózati vasúti fővonal is érinti, a vasúthálózat további öt hazai törzshálózati fővonal és öt mellékvonal alkotja. A Nyugat-dunántúli régióban jelenleg Sármelléken és a Győr melletti Péren működik nyilvános kereskedelmi repülőtér, Sármelléken állandó, Péren pedig ideiglenes határnyitással nemzetközi személyforgalom is lebonyolításra kerül. Az ország 27 üdülőkörzetéből nyolc, részben vagy egészben itt található, az eltöltött vendégéjszakák tekintetében pedig a Közép-magyarországi régió után a Nyugat-dunántúli régió a 2. helyet foglalja el az országban. Egyre növekvő a turizmus szerepe a régió gazdaságában. Míg 2002-ben ebben a szektorban 5.239 működő vállalkozás volt, addig 2005-ben 11.211 db vállalkozás, ami a 2002-es érték 214 %-a. Az összes vállalkozáson belül is folyamatosan nőtt a turisztikai vállalkozások aránya: míg 2002-ben ez 5,6% volt, addig 2005-ben 8,8%. A fontosabb turisztikai területek közül az Operatív Program az egészségturizmust emeli ki, amelynek alapját a gyógy- és termálvizek gazdagsága képezi. A régió területén található főbb gyógyfürdők Balf (Sopron), Bük, Győr,

Hévíz, Mosonmagyaróvár és Zalakaros fontos gyógyászati szolgáltatásokat nyújtanak. Vendégforgalmuk nagy, jelentős számban érkeznek ide vendégek a szomszédos országokból is.

A termálvízre alapozott egészségturizmus kiváló kiegészítői a wellness szolgáltatások, valamint az aktív pihenést és feltöltődést elősegítő egyéb szolgáltatások, mint például a természetjárás (kék túra útvonal), lovaglás, kerékpártúrák, vadászat, horgászat, sportrepülés, golf, helyi kultúrát bemutató műsorok, borutak, gasztronómiai kirándulások.<sup>5</sup>

A magyarországi fogászati turizmus egyik központja a Nyugat-dunántúli régióban elhelyezkedő Sopron. A néhány tízezres városban több száz fogorvos dolgozik. Az osztrák és német határ közelsége miatt rengeteg páciens érkezik a városba, hogy az otthoni árak töredékéért kaphasson magas színvonalú fogászati ellátást. Sopron főutcáján sorra érik egymást a fogászati praxisok hirdetőablái; az igazi fogászati turizmusra azonban nem minden vállalkozás alkalmas. A nagyobb fogászati centrumok az alapvető felszereltségen túl korszerű röntgengéppel, több rendelővel és szállodával is rendelkeznek, hogy a több napig tartó kezelésekkor teljes ellátást biztosítani tudják és kiegészítő szolgáltatást is kínálnak számukra. Sopronban számos praxis említhető ki pozitív példaként, hiszen a vetélytársakkal való versenyhez a külföldről érkező páciensi igényeket diktálják az iramot. A fogorvosok hirdetőablái mellett ma már egyre többször jelennek meg a fodrászok és tetováló szalonok hirdetései is. A Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Programhoz kapcsolódott, és pályázati támogatásban részesült praxisok közül pozitív példaként kiemelhető fogászati vállalkozás kezdetben fodrászatként és kozmetikaként működő családi vállalkozás volt, amely Sopron központjában, a várkerületben fejtette ki tevékenységét. Később, a piaci igényekhez igazodva, fogászati ellátással bővült, majd szolgáltatásai palettájának további bővülésével (plasztikai sebészet) létrejött szépségközpontját ma már Európa vezető szépségklinikái között tartják számon. A szépségközpontban a fodrászat, kozmetika, plasztikai sebészet és fogászat mellett wellness-spa részleg működik, a vendégek elszállásolása pedig saját hotelben történik; teljes körű ellátást biztosítva ezzel számukra. A szépségcentrum színvonalas fogászati rendelői a legkorszerűbb technológiák alkalmazásával és a legmodernebb eszközök használatával látja el betegeit. A fogászati kezelésekkor teljesen fájdalommentesen, akár éber szedációban is igénybe vehetőek. A rendelőben a minél pontosabb diagnosztika érdekében röntgenfelvétel, és 3D CT felvétel is készíthető, a fogmegtartó kezeléseken túl szájsebészet is igénybe vehető, implantátum beültetésére, fogkozmetikára is lehetőség nyílik. A több nyelvet beszélő fogorvosok a

---

<sup>5</sup> Nyugat – Dunántúli Operatív Program 2007-2013

legmegbízhatóbb alapanyagokat használva, világszínvonalú eljárásokat alkalmazva kezelik a pácienseket. A rendelő fő célja, hogy pácienseit minimális várakozási idő terhelje, alapos állapotfelmérést kapjanak és a szolgáltatásokhoz megfelelő áron juthassanak hozzá. A szépségcentrum fogászati és plasztikai kezeléseit a 2010. évben több, mint háromezren vették igénybe. A Központ orvosi szolgáltatásait komplett szépség csomag egészíti ki: uszoda, szauna, masszázs, arckezelés, manikűr, pedikűr, szolárium, fodrászat.

Fogászati turizmusra specializálódott, sikeres praxisok azonban nemcsak a nyugati határ mentén említhetőek. A **Dél-dunántúli régió** kulturális és táji-természeti adottságai kedveznek a turizmus fejlődésének. A régió gazdasági életében ennek köszönhetően a turizmus fontos szerepet játszik; csak a Közép-magyarországi és Nyugat-dunántúli régiókban realizálódó vendégforgalom haladja meg a Dél-dunántúlit. Az adottságok azonban nincsenek kellően kihasználva: jelenleg a régió turisztikai termékkínálatának jelentős része nem piacképes. A turisztikai vonzerők tematikailag és földrajzilag különállóak, komplex turisztikai terméké váló formálásuk pedig leginkább a szereplők közti együttműködés hiányában, a humán tőke fejletlensége miatt nem valósul meg hatékonyan. A turisztikai és vendéglátóipari szolgáltatások színvonala nem karakterisztikus és hely-specifikus, sokszor rossz minőségű. A régió közlekedésföldrajzi peremhelyzete csak lassan oldódik. Ennek következtében a régió pozíciója évről évre romlik mind a vendégforgalom részesedése tekintetében, mind a vendégéjszakák számában való részesedést tekintve. Különösen jellemző ez a külföldi turistákra, akik ugyanakkor hosszabb időt töltenek a régióban.

Az utóbbi időben az átlagos tartózkodási idő a Dél-dunántúli régióban csökkent a leginkább, melyhez leginkább az utazási szokások átalakulása járult hozzá. Egyre fontosabbá válik a gyakoribb, de időben pár napra korlátozódó, és főleg a könnyen elérhető nagyobb városokat megcélzó (sokszor kulturális motivációjú) city-turizmus, ezzel párhuzamosan pedig csökken a hosszabb időtartalmú utak aránya. A city-turizmus mellett jellemzően az öko-, aktív, falusi, kulturális, gyógyfürdő és wellness turizmus iránti kereslet növekszik. A régió turizmusa térben rendkívül koncentrált: a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet a régió vendégforgalmának több, mint 50%-ából részesedik. A Balatont követően a régió második legfontosabb célterülete a Pécs-Mecsek és a Siklós-Villány térség. A terület legfőbb vonzerejét Pécs épített öröksége és UNESCO Világörökség címe, kulturális kínálata, továbbá a harkányi gyógyvíz, és a villányi borvidéken kiépült borturisztikai termékek jelentik. A vendégek száma a siklói kistérségben nő, a pécsiben azonban folyamatosan csökken. A régió további fontos vonzerővel rendelkező területei a gyógyfürdők, Kaposvár üzleti és sportturizmusa, a Dráva mentén a Duna-Dráva Nemzeti Park és a folyókhoz köthető vízi turisztikai termékek, a

tagolt, hegyes-dombos területeken a falusi, lovas, bor- és ökoturizmus. A régióban a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet és a Mecsek-Villány térségén kívül jelentősebb gazdasági tényező még Kaposvár és környéke, a Szekszárdi, valamint a Nagyatádi, kistérségek. A Paksi kistérségben az atomerőmű látogatóközpontjának évi 60 ezres látogatószáma ellenére a térség turizmusa hanyatlik. Az Operatív Program célul tűzi ki a turisztikai potenciális erősítését, amely elsősorban a regionális és helyi értékeken alapuló kulturális, gyógy- és ökoturisztikai attrakciókra épül, de az egészségturizmus is kiemelt figyelmet kap, amely Magyarország és ezen belül a régió számára is kitörési potenciált jelenthet.<sup>6</sup>

A Magyar Fogászati Turizmus Fejlesztési Program tagjaként pályázati támogatásban részesült; Pécestől mindössze 60 km-re, Szekszárdon található fogászati klinika példaértékűnek tekinthető, hiszen annak ellenére, hogy távol esik az egészségügyi turisták kedvelt magyarországi célpontjaitól, hatalmas páciensforgalmat bonyolít le a világ különböző országaiból. Az 1994 óta működő Klinika ma már Közép-Európában az elsők között szerepel a fogbeültetésben, a teljes fogatlanság implantációs megoldásaiban, valamint a fémmentes teljes kerámia fogpótlások készítésében. 10.500 páciens tudhat magáénak a világ 34 országából, és mindezidáig 7800 implantációs műtétet hajtott végre. A Klinika 2005 óta a világ vezető fogászati implantológiai vállalata, a Nobel Biocare Mentor Centruma, ezért fő feladata az implantológiával kapcsolatos tanfolyamok és továbbképzések szervezése, kezdő implantológusok gyakorlati képzése, implantáló fogorvosok bonyolult eseteinél való közreműködés, implantológiai és fogpótlási tanácsadás fogorvosok részére, oktató- és bemutató műtétek prezentálása. A hat high-tech fogászati rendelővel, három röntgen helyiséggel, egy implantológiai műtővel, CT helyiséggel és sterilizálóval rendelkező Klinika a teljes fogatlanság implantációs rehabilitációjára, valamint az ehhez készülő fogpótlásokra specializálódott; olyan páciensek problémáira is megoldást találnak, akiről mindenki más már lemondott. Implantológiára, fogpótlásra és fogszabályozásra szakosodott fogorvosok, szakasszisztensek, dentálhigiénikus munkatársak és fogtechnikusok állnak a páciensek rendelkezésére. A rendelő fogorvosai szakmai ismereteiket külföldi továbbképzéseken (USA, Németország, Ausztria, Franciaország, Spanyolország, Portugália, Horvátország) bővítik. A Klinika High-tech fogtechnikai laboratóriuma kizárólag fémmentes fogpótlásokat készít páciensei számára. Mivel a betegek 90%-a távolról érkezik, az alkalmazott technológiának köszönhetően órákon belül ideiglenes fogpótlások készíthetőek.

A fogpótlások végleges formája pedig a pácienssel együtt, az ő valós igényeit figyelembe

---

<sup>6</sup> Dél-dunántúli operatív program 2007-2013



véve kerül kialakításra. A teljes fogpótlásra és nagy csontpótlásra specializálódott Klinika fő célkitűzése, hogy új utakat keressen és mutasson; kizárólag olyan technikákat és anyagokat alkalmaz, mellyel reális célnak tűnhet az élethosszig tartó fogpótlás. Korunk technológiai színvonala a tartós termékek előállítását teszi lehetővé, azonban a fogászatban is, éppúgy, minden más iparágban a gyártók érdeke, hogy a fogyasztó ne tudja túl sokáig használni a terméket, illetve, hogy a konkurenciánál olcsóbb terméket tudjon előállítani. Gyakran a fogászati gyártók és fogorvosok is az olcsóbb, hitvány, értéktelen megoldásokkal versengenek. Mivel a pácienseknek egy hosszadalmas kezelésen kell végighaladniuk, elvárható, hogy az eredmény tartós legyen; ezért a Klinika munkatársai a tartósság-komplikációmentesség-esztétika-funkcionalitás jegyében dolgoznak. A tartós, minőségi munka jelenti számukra a legnagyobb hajtóerőt.

A fent bemutatott praxisok sikerének titka a fogászati turizmus lendületes kibontakoztatása; a külföldről érkező páciensi igények kielégítése és a folyamatos technológiai korszerűsítések a rendelkezésre álló fejlesztési lehetőségek kihasználásával.

## 6. SPA GYÓGYÜDÜLŐ HELY KIALAKULÁSA ÉS JELENE (BELGIUM) (DR. NEMES ANDREA)



6/1. ábra

### 6.1. Történet

Spa település Belgium Vallon régiójában, Liège tartományban az Ardennek peremén fekszik. Az Ardennek kedvelt turisztikai célpont gazdag kulturális öröksége és híres balneoterapiás fürdői miatt. Spa egy kis, 10 500 fős település. Hírnevét ásványvíz forrásainak, valamint annak köszönheti, hogy az angol nyelvben a termál gyógyüdülöhely kifejezést „spa” névre fordítják. A spa szó vallon eredetű (espa), ami kutat jelent. Spa geológiai elhelyezkedése kedvező, az itt található víz gazdag ásványi elemekben és a környező sziklás területen át tör a felszínre.

Spa ásványvizének gyógyító tulajdonságait már a rómaiak is ismerték. Mint gyógyító hideg vizű forrásairól híres település már a XIV. század elejétől látogatott gyógyfürdő. Ásványvíz kereskedelme és a víz ismertsége a XVI. századtól kezdve egyre jelentősebbé vált. A gyógyvendégek Európa számos országából egyre nagyobb számban érkeztek az ásványvíz jótékony hatása miatt, s így a város „Európa kávézójává” vált. Ez a jelző II. József császártól származik, aki 1781-ben látogatta meg a települést. Kiválóan leírta, milyen különleges bájjal rendelkezett a termál település annak idején. A XVIII. század hírességei a nemesség, az egyházi személyek és a tehetős polgárok köréből mind feltűntek Spa-ban. Ebben az időben

a vendégek száma évente 600-1200 főre tehető. Utazásukra nem elsősorban a gyógyító ásványvíz miatt került sor, hanem azért, mert a befolyásos személyeknek Spa lehetőséget nyújtott a diplomáciai megbeszélésekhez, mivel a terület, a Lüttich püspökség politikailag semlegességet élvezett.

Az első két kaszinó az 1700-as évek második felében nyílt. A „Redoute” – olyan kávéház, ahol játszani is lehetett -, 1764-ben nyílt meg, majd 1770-ben a Waux-Hall követte. A francia forradalom Spa városát is elérte. Mind kevesebb gyógy vendég érkezett a termál településre. A város központja 1807-ben teljesen leégett, több, mint 300 agyagból és fából épült ház pusztult el a tűzben. Spa a hírnevét, amit a XVIII. században megszerzett, elvesztette.

Az újabb fejlődés a XIX. század végén, a XX. század elején kezdődött el. Megépült 1862-ben a Kurhaus (gyógyfürdő), a II. Léopold Galéria, majd később a Pavillons (1878), a Pouhon Pierre-le-Grand, a Maria-Henriette villa (1885), a Sees von Warfaaz (1892) és a Saint-Remacle templom (1896). A város 1905-ben modernizálta a Kurhaus épületét és 1908-ban felépítette a Kursaal-t. Az első világháború a turizmust teljes mértékben leállította és a német hadsereg Spa települést kórházzá alakította. A kaszinóban a kórház működött. 1907-ben leégett a színházzal és a többi XVIII. századi épülettel együtt. II. Vilmos főhadiszállásává vált 1918 márciusától 1918. november 10-ig, ami a császár kapitulációjával és Németalföldre történő távozásával ért véget. A spa-i békekonferenciát 1920 júliusában a Fraineuse kastélyban tartották, s ez Spa településnek új lendületet adott.

A két világháború között 1921 áprilisában Chevalier de Thier megalapította a Spa Monopole vállalatot. A XVIII. századig virágzó ásványvíz kereskedelem, ami a XIX. században szinte elfelejtődött, újra megindult. Ebben az évben építették meg a Spa-Francorchamps versenypályát is, ami nemzetközi hírnévre tett szert. A gyógyhely jellegzetessége a Fagnes (Venn) golf pálya, amit 1930-ban nyitottak. A hajdani Sauvernière versenypályán 1930-ban rendezték meg az első repülő bemutatót, ami a későbbi Spa-Malchamps repülőtér területe. A sportpályán lóversenyeket rendeztek. A második világháborúban semmilyen jelentős esemény nem történt. A II. világháború után a „Heures Claires” megalapításával megkezdődött a szociálturizmus időszeke. A kultúra területén egyre aktívabbá vált a település, 1959-ben megrendezték a színház fesztivált, amit több nagy sikerű fesztivál (Chanson-Festival, Francofolies) követett.

## **6.2. A források**

Spa mind a négy oldalán megtalálhatók a források, amik megközelíthetők a turisták számára. A források a „Pouhon” nevet viselik. Egy körséta során mind meglátogatható, ezek a Pierre-le-Grand, a Prince de Condé, a Tonnelet, a Sauvernière, a Groesbeek, a Barisart és a

Gérontère források. A Gérontère forrás a várost körülölelő erdőben, 300-450 méter magasságban található. A víz gyógyító erejét egy csoda megtörténetkor fedezte fel a lakosság. Később számos tudós is kutatta, majd elkészült a víz gyógyító tulajdonságait betegségenként bemutató klasszifikáció. Napjainkban számos terápiát végeznek a vízzel, de nem csak a betegek élvezik a vizet.



7

6/2. ábra



8

6/3. ábra

### 6.3. A Kurhaus (gyógy intézmény)

Spa napjaink gyógy intézményét Servais Josef polgármesternek köszönheti. Az épület 1862-1868 között Suys építész irányításával épült meg. Elkészülte a gyógyítás gyors fejlődését eredményezte.

---

<sup>7</sup> Saját fotó

<sup>8</sup> Saját fotó



6/4. ábra

#### 6.4. Az új Kurhaus

Az új épületet Strebelle építész tervezte, ebben található napjaink gyógyfürdője is. A gyógyfürdőben a fény és az ívek hangsúlyosak. A városban halálható domb csúcsán épült és beleillik a város kreatív építészetébe.



6/5. ábra



6/6. ábra

A fürdőben több különböző medence található és egy külső medencében is fürödhetnek a látogatók. A víz hőfoka 33°C. Az emeleti részen található a szaunák (finn, hammam) és a különböző típusú masszázssok és szépség kezelések. Az étterem a medencék mellett található, könnyű ételek és italok közül választhatnak a vendégek. Különböző csomagokat állítottak össze, amelyek fürdőzést, masszázssokat és étkezést is tartalmaznak.

---

<sup>9</sup> Saját fotó

<sup>10</sup> Saját fotó

<sup>11</sup> Saját fotó

## 6.5. A Kaszinó és a Waux-Hall

Lüttich hercegpüspök 1760 körül a szerencsejáték iparra is ki akarta terjeszteni a felügyeletét. A szerencsejáték ipar ekkor már elterjedt volt Spa-ban. A közösséget arra szólította fel, hogy építsenek házat és ott üzzék a szerencse ipart. Ez az épület 1763-ban privát üzemelők kezébe került. Nyereségrészesedés fejében Lüttich hercegpüspök exkluzív jogot biztosított nyilvános bálók, ünnepek és nyereményjátékok megszervezésére. Ezt a privilégiumot a Waux-Hall is megkapta, ami pár évvel később épült. Az Alban Chambon építész tervei alapján 1908-ban épült Kaszinó 1907-ben leégett és 1920-ban építették újjá külsőleg neo-klasszicista stílusban. Több nagyméretű, különböző stílusú terem került kialakításra benne, mint például a játéktér, a szalon, a színház terem és egyéb termek. Ezzel a Kaszinó nemcsak a szerencsejátékosok, hanem a kulturális életnek is a találkozó helyévé vált. Kiállításokat szerveznek benne, koncerteket tartanak, és itt kerül megrendezésre a Színház Fesztivál és a „Francofolies” is.



12

6/7. ábra

## 6.6. Le parc de Sept Heures (Hétóra park)

Nem hiányozhatnak egy termál település életéből a parkok sem. Spa legnagyobb parkja a Le parc de Sept Heures, 1758-ban alakították nyilvános parkká a területet, ami Spa belvárosában található. A parkban számtalan szobrot, műemléket csodálhatnak meg az ott sétáló látogatók. Itt található a II. Leopold Galéria is. Napjainkban egy kis mini golfpálya is helyet kapott a parkban. Innen indul a felvonó a park fölé magasodó dombon álló termálfürdőbe (Thermes), de sétálva is megközelíthető a domb oldalába kiépített turista

---

<sup>12</sup> Saját fotó

útvonalon. A park és a felvonó mellett épült Spa egyik elegáns négycsillagos kategóriájú szállodája, a Radisson Blu Palace Hotel. A szálloda egyaránt kiszolgálja a szabadidős vendégek és az üzleti utazók igényeit. A szálloda melletti felvonó miatt direkt összeköttetésben van a fürdővel is.

## 6.7. Szálláshelyek a városban

A vendégek fogadására különböző típusú szálláshelyek állnak rendelkezésre, a privát vendégszobáktól a szabadidő központokon és panziókon át a különböző kategóriájú szállodákig. Spa külső kerületében egy kemping is várja a pihenni, kirándulni vágyó turistákat, családokat.



13

6/8. ábra

## 6.8. Információs iroda

Spa belvárosában található az információs iroda, ami a Pouhon Pierre-de-Grand forrás épületéhez hozzá épített modern épületben várja a látogatókat. Teljes körű információt nyújtanak a város és a környék turisztikai látnivalóiról és bemutatják a terület helyi termékeit. Ezek a Spa márkával ellátott helyi termékek többek között az ásványvizek, a helyi borok, alkoholos italok, a Spa aperitif és egyéb alkoholos termékek, csokoládé, sajt, helyi kézműves termékek. Ezek a termékek megtalálhatók a város éttermeiben, cukrászdáiban, kávézóiban egyaránt.



14

6/9. ábra

### **6.9. Fesztiválok Spa-ban**

Minden évben májustól novemberig különböző típusú rangos zenei fesztiválokot szerveznek, amik nagy látogatószámot vonzanak a településre. Ilyen fesztivál a „Spa Tribute Festival”, a „Les Francofolies de Spa”, a nyári koncertek, a „Le Festival de Théâtre de Spa” színházi fesztivál, valamint az őszi fesztivál.

### **6.10. Le Royal Golf Club des Fagnes**

A golf klubot 1930-ban a híres építész Tom Simpson építette. A Rolex 2012-es kiadása szerint Belgium második legszebb golf pályája. Több száz éves erdő közepén fekszik, és számtalan látogatót vonz.

### **6.11. Spa folyamatosan fejlődik**

Spa, a termál gyógyhely, napjainkra igen sokoldalúvá és sokszínűvé vált. Már a kezdeti időszakban is jellemző volt Spa településre, hogy olyan különböző típusú látogatókat vonzott, akik nem csak az ásványvíz, a termálvíz miatt látogattak a településre. Olyan turizmust alakítottak ki, ami magas minőségű szolgáltatásokat nyújt különböző kategóriákban. A profit centrumok egyértelműen kidolgozottak és megtalálhatók minden szolgáltatónál. A település hagyományaira építettek és azt folyamatosan továbbfejlesztik. Minden megtalálható, amit egy gyógy üdülőhelynek nyújtania kell és azon túl is mennek annak érdekében, hogy az év minden hónapjában fogadhasanak vendégeket. Spa az egykori

---

<sup>14</sup> Saját fotó



termál üdülőhelyből egy olyan több lábon álló üdülőhellyé vált, ahol a sportolni, kirándulni, gyógyulni vágyók és a kultúra iránt érdeklődők egyaránt megtalálják a számukra fontos látnivalókat, szolgáltatásokat. Spa több lett, mint egy termál üdülőhely és folyamatosan tovább fejlődik.

### **További információ**

[www.pays-des-sources.be](http://www.pays-des-sources.be)

[www.spatourisme.be](http://www.spatourisme.be)

[www.thermesdespa.com](http://www.thermesdespa.com)

## 7. MINDEN ÚT A TÓHOZ VEZET (DR. TURCSÁNYI KATALIN)

Hévíz területfejlesztése



7/1. ábra



7/2. ábra

## **7.1. Bevezetés**

Hévízen a világon egyedülálló gyógyászat alakult ki az évszázadok során: a hévízi komplex balneoterápia. Hévíz város legnagyobb értéke a 4,44 hektáros kiterjedésű tó.

A hévízi gyógyítás történetét 1795-től számítják, amikor is gróf Festetics György az első „ferdő házat” megépítette a tó fölött. A régészeti emlékek feltárásából kiderült, hogy a tavat már a rómaiak is ismerték és használták; ennek emléke – többek között – a tó területén talált, Jupiternek szentelt oltárköv, a tóból előkerült római pénzek vagy az egregyi részen feltárt, fürdővel rendelkező császár korabeli római villa.

Hévízen minden út a tóhoz vezet. Ez nem véletlen, hiszen a település ennek köszönheti hírnevét, nevét, elismerését. A tó tette lehetővé, hogy Hévíz kiemelkedjék a környék falvai közül, s az elmúlt két évszázad során európai hírű fürdővárossá fejlődjön.

Központi szerepét mutatja, hogy a város címerében és zászlajában a tündérrózsa szerepel, mely Hévíz jelképévé vált.

## **Közép-európai fürdők szakvásárát tartják Hévízen**

Hévíz, 2015. október 2., péntek (MTI)

A közép-európai térség gyógy- és wellness fürdőinek szakvásárát, illetve üzleti találkozót tartanak ezekben a napokban Hévízen, ahol a rendezvényt kísérő pénteki sajtótájékoztatón elhangzott: a vendégkör átrendeződésének köszönhetően csak kismértékű visszaesés tapasztalható a város turizmusában Papp Gábor polgármester egyebek közt arról beszélt: Hévíz az utóbbi években arra törekszik, hogy több lábon álljon, ezért a meglévő piacok erősítése mellett újak megszerzésére is törekszenek. Ennek köszönhető, hogy az orosz vendégek tavaly óta tapasztalható elmaradása ellenére Hévíz meg tudta őrizni a leglátogatottabb vidéki város pozícióját, így a kevesebb orosz vendéget ellentételezte az erősödő belföldi vendégkör és a növekvő számú cseh, szlovák, lengyel és szlovén turista.

Horváth Orsolya, a Hévíz TDM Egyesület elnöke ezt azzal egészítette ki: az év első hét hónapjában 40 százalékkal kevesebb orosz turista érkezett Hévízre, de a város vendégeinek száma csupán 5 százalékkal csökkent. Mint mondta: július végéig 569 ezer vendégéjszakát regisztráltak Hévízen az önkormányzathoz befolyt idegenforgalmi adó alapján.

Kitért arra is, hogy más országokhoz vagy fürdővárosokhoz képest Hévíz szerencsésnek mondható, mert a csökkenő számú orosz turistát érzékelve a város, a fürdő és a szolgáltatók már tavaly óta összefogással erősítik más piacaikat. A hagyományosan erős német, osztrák és svájci vendégkör mellett közel 10 százalékkal nőtt a belföldi turisták száma, de például Csehországból csak júliusban több mint 70 százalékos volt a növekedés a tavalyi júliushoz képest.

A SPA-CE elnevezésű, szlovén kezdeményezésre hét évvel ezelőtt indult fürdős szakvásárról Iztok Altbauer, a Szlovén Fürdővárosok Szövetségének elnöke elmondta: a fürdőturizmus a legerőteljesebb turisztikai termék Közép-Európában. A mostani szakvásárra 50 országból hívtak potenciális "vevőket", akiknek Magyarország, Szlovénia, Csehország, Szlovákia és Horvátország 23 gyógy- és wellnessfürdőjét mutatják be.

Ksenija Skrilec, Szlovénia magyarországi nagykövete egyebek mellett azt fejtette ki, hogy a víz minden formájában fontos szerepet tölt be Szlovénia turisztikai kínálatában. Hozzátette, hogy a közép-európai országok fürdői nem versenytársai, inkább kiegészítői egymásnak, ezért főként a távolabbi piacok számára összefogva lehet szélesebb kínálatot nyújtani.

Pap Gábor

## **7.2. A Hévízi-tó, mint első számú turisztikai vonzerő**

A város a tó által vált híressé, egyfajta jelképpé. A turisták többsége emiatt utazik ide, hisz minden hirdetésben amivel találkozunk valamilyen módon jelen van ez a természeti kincs. A tó vezetése folyamatos fejlesztéseket végez, hogy minél modernebb, nemzetközibb legyen, és természetesen nem szabad megfeledkezni arról sem, hogy természetvédelmi területről van szó, amit óvni kell.

Legutóbbi nagyobb változás a beléptető rendszer egységesítése volt. A vendégek így már bármelyik kijáraton kimehetnek, függetlenül attól, hogy hol vették meg a jegyüket. A főszezonban 3 bejárat/kijárat üzemel, a Főbejárat a Szent András Reumakórház sétánya

felől, a Festetics Fürdőház és az ideiglenesen kinyitó Deáktéri bejárat.

A korábbi fejlesztés eredményeként kibővült wellness és terápiás szolgáltatásokkal is gazdagodott a tó kínálata. Különböző kúracsomagokat is igénybe lehet venni (orvosi vizsgálattal, súlyfürdő, tangentor, masszázások, iszappakolás, kéz és lábápolás, kozmetika, szauna világ, jakuzzi). A Festetics Fürdőház megépítésével még nagyobb vendégforgalomra tettek szert. Azt gondolná az ember, hogy minek venné itt igénybe a vendég ezeket a szolgáltatásokat, mikor a szállodák is biztosítják ezeket számukra, talán a környezet a válasz erre.

A belépő megvásárlásával sok szolgáltatást további térítés nélkül igénybe tudnak venni a vendégek, mint például: sókamra, kondi terem, gyerek játszószoza, szabadtéri kondi gépek, röplabda pálya, gyerekmedence, játszótér és a legkedveltebb a szabadtéri sakk. Míg régen csak az idős korosztály érkezett reumatológiai megbetegedése miatt, mára már minden generáció megtalálható más-más céllal.

A környezet rendben tartása és megóvása nagyon fontos, nem csak a vendégek miatt, hanem azért is, hogy a tó mint örökség fenn maradjon és évszázadok múlva is megmaradjon a gyógyító hatása. A tó vezetősége igyekszik megvédeni, de ehhez a városnak is segítenie kell.

### **7.3. A közlekedési infrastruktúra**

Jelenleg a pályaudvar a belváros szívében található, az érkező buszoknak be kell hajtaniuk a városba, komoly zaj- és környezetszennyezést okozva ez által. A Széchenyi utca (főutca) erős, buszforgalommal is terhelt, nem tartható fenn hosszabb távon, ha egy nyugodt, egészséges környezetet szeretnének Hévízen megteremteni. Emellett óriási környezetszennyezést jelent a Hévízi-tóra nézve, hisz szinte mellette található, a véderdőt rendkívül károsítja.

A fenti okokból kifolyólag szükséges a buszpályaudvar olyan helyre való áthelyezése, amivel megközelíthetőségével csökken a városon átmenő buszforgalom. Tervek szerint a város szélére, az alsópáhoki új körforgalom közelébe tennék. Emellett egy nagy parkolót is létre lehetne hozni a város ezen felén is, akinek nem muszáj, ne jöjjön be a belvárosba autóval.

A helyközi járatok kérdése is elég régi probléma a városban. Fontos lenne kiépíteni a járatokat, mivel sok idős ember él a városban, annak szélén, akiknek nem egyszerű bejutni a városközpontban. Másrészt a vendégek többsége is reumatológiai problémában szenved, nekik is megkönnyítené a közlekedést.

A város üzemelteti a Hévíz-Balaton Airportot, ami nagy jelentőséggel bír. Többnyire Németországból és Oroszországból érkeznek járatok. Hévíz vendégforgalmát nagyban befolyásolja ez a lehetőség, hisz így nagyobb vendégforgalomra tudnak szert tenni.

#### **7.4. Parkoló tér és parkosítás**

A hévízi városközpont legnagyobb egybefüggő parkolója, ami a belvárosba érkezőkön kívül a gyógyfürdőt és a közeli piac látogatóit is kiszolgálja. Jó az elhelyezkedése és a funkciója, a jövőben is szükséges megtartani, azonban jelenlegi állapotában nem illeszkedik a történelmi belváros képéhez. Mivel az egy napos látogatásra Hévízre érkezők nagy része itt parkol, egyfajta turisztikai csomópont szerepet is be kell töltenie. Fejlesztés célja a parkolási viszonyok javítása, esztétikusabb környezet, rendezettebb sétányok kialakítása lehetne, melyek illeszkednek a hévízi belváros arculatához. Nagyon fontos, hogy össze legyen kötve a helyi buszjáratokkal. Még több parkolóhely biztosítása szükséges megfelelő közvilágítással és a „zöldítésre”, parkosításra is kiemelt figyelmet kell fordítani.

#### **7.5. Új városi főtér alakul**

A buszpályaudvar áthelyezésével értékes területek szabadulnának fel. Hévíz a mai napig nem rendelkezik egy olyan, a fürdőkhöz, a sétáló utcához és a parkolóhelyekhez közeli központi térrel, amely találkozóhelyként és gyalogos csomópontként funkcionálhatna az itt lakók és a vendégek számára. Vannak tervek arról, hogy a megszűnő buszpályaudvar épületében múzeumot lehetne létrehozni, a hévízi gyűjtemény állandó kiállítását. Új útburkolat, szökőkút, parkosítás, szabadtéri alkotások díszítenék a teret. Céljuk, hogy tényleg használható (különböző fesztiválok), esztétikailag egységes tér kialakítása. Az egységesítés a környékkel komoly lendületet adhat a szolgáltatóknak, kiszélesíti a belváros területét és egyben összeköti a gyógyfürdőt, a piacot, valamint a szomszédos nagyparkolót.

#### **7.6. Piac**

A nagyparkoló közvetlen szomszédságában évek óta töretlen sikerrel működik a piac, ahol elsősorban környékbeli kézművesek, östermelők árulják termékeiket. A szabadtéri standokon kívül egy régi raktárépületben és egy állandó nagy sátor alatt tudnak árusítani. A sátor alatt télen jégpálya üzemel. Ez jó fejlesztési ötlet volt, ugyan is sok diák megfordul a városban a két iskola és a két óvoda miatt, ezzel legalább nekik is nyílik programlehetőség. Fejlesztések között szerepel a sátor elbontása és egy faépítésű fedett pavilon kiépítése, ami alatt állandó árusító standok lehetnének. A raktárépület megmaradna, csak egy felújításra lenne szükség.

Burkolat felújításra is fontos, a parkolóval egységes arculat kialakítása érdekében. Jelenleg nincs megoldva az árusítók parkolási lehetősége, a jövőben a piac északi oldalán lehetne egy parkolót kialakítani számukra.

### **7.7. Belterületi útfelújítás**

„Az elmúlt évek, évtizedek fejlődése, a város folyamatos növekedése és a forgalmi mutatók új helyzeteket teremtettek Hévízen, melyekre egy átfogó átgondolt útfelújítási, útépitési programmal lehet csak megfelelően kezelni.” (Hévíz kiemelt fejlesztései 2014-2020-ig) Az elmúlt években rohamosan romlik a belvárosi utak állapota, a nagy használat miatt, így azok méltatlanná váltak egy fürdővároshoz. Tervek már korábban is készültek az átfogó felújításról, de mindig elmaradtak.

### **7.8. Honvéd utcai lépcsősor felújítása**

A közelmúltban felújították a Park utcai lépcsősort és ennek mintájára ezt is át szeretnék építeni. Az esztétikai rekonstrukción túlmenően a környező szállodákból felhasználást követően elfolyó meleg gyógyvíznek a lépcső burkolata alá vezetésével a téli időszakban is biztosítani tudják a folyamatos síkosság mentességet, biztonságossá téve ezáltal a gyalogos közlekedést. Emellett energiatakarékos közvilágítás, rámpa kialakítása, korlátok elhelyezése is fontos.

A lépcsősor a hévíziek és a szállodavendégek számára fontos gyalogos közlekedési folyosóként funkcionál, hiányában komoly kerülőutat kényszerülnének megtenni a belváros és gyógyfürdő felé menet, illetve vissza a szálláshelyeik felé.

A park utcai lépcsősor teljes mértékben megfelelt az elvárásoknak, ezért tervezik a Honvéd utcai lépcsősornál is a felújítást.

### **7.9. Tavirózsa utcai sportpark**

Egyre nagyobb hangsúlyt fektet a város a használható minőségi zöldterületekre, valamint sportolásra és rekreációs tevékenységekre alkalmas helyszínek kialakítására. Található itt egy műfüves futballpálya aminek a környéke rendezésre szorul. Emellett lelátókat is fel kellene újítani, valamint az öltözők és szertárhelyiségek átalakítása is szükségessé vált.

Körülötte egy közparkot lehetne kialakítani, ami mindenki előtt nyitva állna, ahol lehetne sportolni. Kialakítható itt egy futópályát, és különböző fitness eszközöket igénybe vételére alkalmas hely.

### **7.10. Iskola és tornaterem felújítás, tanuszoda építése**

A város általános iskoláját több száz tanuló látogatja, többségben a környező falvakból érkeznek a diákok a hévízi gyerekek mellett.

Az elmúlt években az iskolához tartozó udvart felújították, egy nagy műfüves focipálya, különböző mászóakák, játszótér tartozik az iskolához, emellett a városi sportcsarnok is itt található.

A fejlesztési tervek szerint a meglévő építményeket lebontanák, beleértve a tornatermet is mivel statikailag nem megfelelő és egy új kisebb tornatermet hoznának létre egy tanuszodával. A létesítmény tetejére tervezik a zöldtetős iskolaudvart.

A gyerekek részre a városban 3 játszótér is található, melyek a pár éve történt felújításnak köszönhetően megfelelnek az Európai Unió szabványainak. Nagyon fontos, hogy a település két, egymástól távoli pontján kerültek kialakításra, így mindenki talál egyet közel a lakóhelyéhez.

### **7.11. Élményfürdőt a gyógyfürdőhöz?**

1999 óta tervezi Hévíz városa, hogy épít egy élményfürdőt. Jelenleg is vannak tervek az élményfürdő felhúzásáról, de vajon sikerül egyszer elkészíteniük? Másik nagy kérdés, hogy van e egyáltalán rá szükség? A város arculatába nem illeszkedik bele, viszont az egyre növekvő piac miatt valószínűleg lenne rá igény. Eddig Hévíz a nyugdíjasok, beteg emberek fürdővárosa volt, akik gyógyulni érkeztek, de ma már szinte minden nemzet megtalálható itt és többségük családdal érkezik. Családosok eddig mindig eljártak a környékbeli termálfürdőkbe, valószínűleg a város ezt szeretné, hogy ha a vendég eljön ide, akkor itt mindent megtaláljon, amire igénye van. De valóban ez lenne a fontos, hogy minden igényt kielégítsen egy város? A jövőben a tó vonzereje valószínűleg kevés lesz az átalakuló vendégkör számára.

### **7.12. Templomok, múzeumok, műemlékek**

Hévízen 1999-ben épült új templom. (A régi átalakításra került szociális intézménnyé.) A sétálóutcában található egy múzeum, melyben állandóan megtekinthető festmény, szobor, goblein vagy egyéb kiállítás.

A városban üzemel még mozi is, ami mostanra kibővítette szolgáltatásait, aminek köszönhetően egyre nagyobb érdeklődés van iránta.

Tavasztól a város három pontján helyeztek el kölcsönözhető kerékpárokat. Több városban jól működik, hazai elterjedés viszonylag lassú. A turista a város egyik pontján kikölcsönöz



egy kerékpárt használja, majd a város másik felében leteszi. Az elmúlt években kiépítették a város körüli bicikli utat. Kerékpárral jól lehet közlekedni a városban, sokan járnak vele, de akár egészen a Balatonig tekerhetnek a sportemberek.

A városban három dotto (városnéző vonat) üzemel, amire ha a turista felül az egész várost megtekintheti és minden információt megtudhat egy-egy helyről, szoborról, térről. Több nyelven történik az idegenvezetés.

A városban csoportok részére lehetőség van városnézésre idegenvezetővel. angol, német, magyar és orosz nyelven indulnak körbevezetések.

### **7.13. „Korok és borok”**

**Egregy**, Hévíz egyik kiemelkedő városrésze, ahova a vendégek szívesen látogatnak el. Az egregyi szőlőhely szépsége, a vendégbarát borozók, pincék, éttermek vonzzák ide a turistákat. Itt lényegében a gasztronómia a meghatározó vonzerő. Egy tematikus sétautat terveztek „Korok és borok” elnevezéssel, mely a környéket bemutatná a látogatóknak.

Itt található egy Árpádkori templom is, amit fel kellene újítani. Tervek szerint keresztutat építenének ki a templom köré, de ehhez a környék rendbetétele szükséges. A kálvária alsó szakaszán autós és kerékpáros megállóhelyeket biztosítanának az ideérkezők számára.

## 8. FÜRDŐFEJLESZTÉS, MINT A TELEPÜLÉS GAZDASÁGI ÉS TURISZTIKAI FEJLŐDÉSÉNEK MOTORJA - SZENT ERZSÉBET GYÓGYFÜRDŐ MÓRAHALOM (DR. LACZKÓ TAMÁS)



8/1. ábra



8/2. ábra



8/3. ábra

## 8.1. Mórahalom

Mórahalom az Alföld déli részén, a szerb-magyar határ szomszédságában, Szegedtől 20 km távolságra fekvő kisváros. Az 1950-ben önálló községgé, majd 1989-ben várossá váló, 5804<sup>15</sup> lakosú települést, elsősorban mezőgazdasági profilú tevékenység jellemezte az elmúlt évtizedekben. A 90-es évektől a város önkormányzata - a település és a Homokháti kistérség adottságait figyelembe véve – több sikeres helyi gazdaságot élénkítő programot indított. Ezek közé tartozik az ipari park kialakítása, amely 2015-ben már 88 hektár területre terjed ki és 55 gazdasági vállalkozásnak biztosít helyet, valamint a gyógy- és wellness turizmus fejlesztése. A helyi természeti<sup>16</sup>, közlekedés földrajzi<sup>17</sup>, valamint gazdasági<sup>18</sup> lehetőségek figyelembe vételével elindított turisztikai fejlesztéseknek (amelynek a fürdő a zászlóshajója) köszönhetően napjainkra Mórahalom Csongrád megye egyik dinamikusan fejlődő gazdaságú és egyben a második legnagyobb turisztikai forgalommal rendelkező településévé vált. A turizmus fejlődésének ütemét jól mutatja a település szálláshelyein eltöltött összes vendégéjszaka számának és az önkormányzat idegenforgalmi adóból származó bevételeinek sokszorosára növekedése az ezredforduló óta eltelt időszakban. 2013-ban a megyében eltöltött összes vendégéjszakának 13,2%-t a településen regisztrálták, miközben a megyei szálláskapacitás kevesebb, mint 7%-t adták ebben az évben.

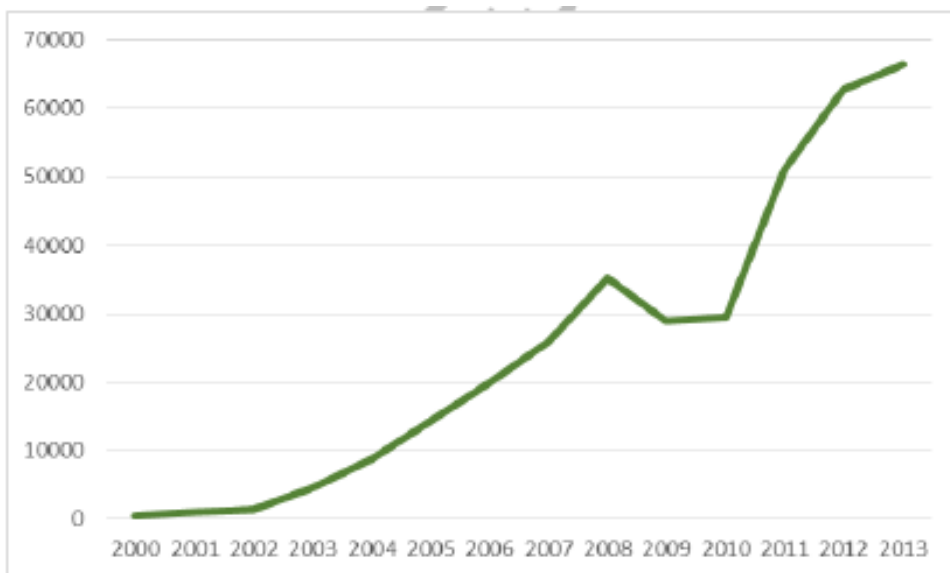
---

<sup>15</sup> 2011-ben a népszámlálás alkalmával

<sup>16</sup> A turizmus fejlesztésénél támaszkodhattak a gyógyvíz forrásokra, mint fő attrakcióra, valamint a természeti környezet egyedi értékeire (tanösvények, túraútvonalak, természetvédelmi területek –lápok, szikes tavak -).

<sup>17</sup> A település a Szeged-Baja-Pécs főútvonal mellett fekszik, illetve 8 km távolságra található az M5-ös autópályától. A Szegediek és a szerbiai Vajdaság nagyvárosaiban élők számára (pl. Szabadka) rövid autózással elérhető.

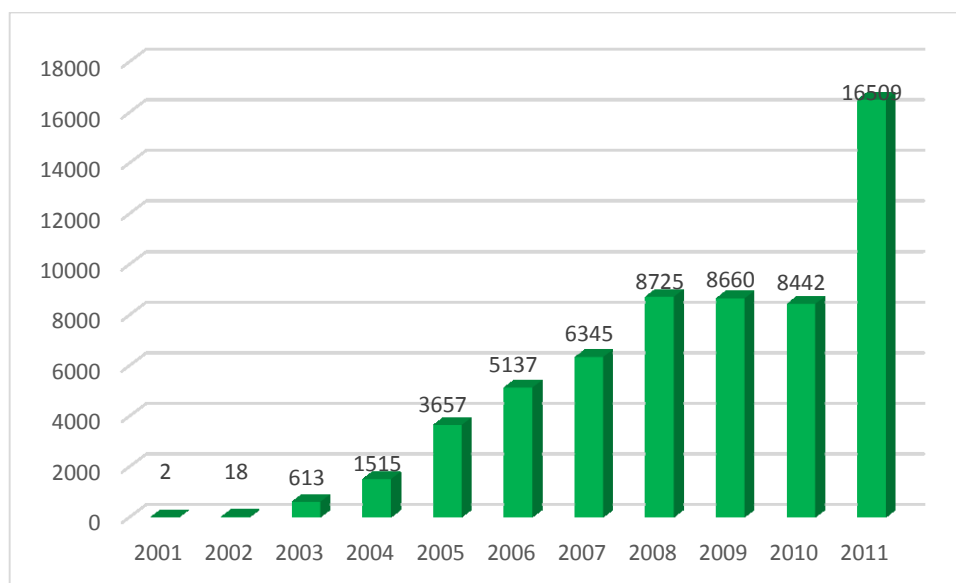
<sup>18</sup> A település közvetlen régiójában nem voltak hasonló profilú és minőségű fürdők. A Vajdaságban a fürdő és egyéb egészségturisztikai infrastruktúra színvonala elmarad a hazai szolgáltatóktól.



Forrás: TEIR, Integrált Településfejlesztési Stratégia tervezését támogató alkalmazás

8/4. ábra: Kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszák számának alakulása

2000-2013 időszakban Mórahalmon (éjszaka)



8/5. ábra: Helyi önkormányzat idegenforgalmi adó bevételeinek alakulása 2001-2011 időszakban Mórahalmon (1000 Ft)

Forrás: KSH, saját szerkesztés

## 8.2. Szent Erzsébet Móraalmi Gyógyfürdő fejlődése

A napjainkban ismert fürdő története a 60-as évekig nyúlik vissza. Az évtized első felében zajló alföldi szénhidrogén kutatások eredményeként Mórahalmon is találtak termálvizet, amelyre alapozva 1964-ben fürdőt építettek. A kezdetekben tisztasági és gyógyászati célokat szolgáló kis fedett fürdőt<sup>19</sup> a következő két évtizedben kültéri gyógymedencével, gyermek pancsolóval<sup>20</sup> és úszómedencével<sup>21</sup> bővítették. A helyi és a környékbeli lakosságot fogadó fürdő jelentős fejlődése és átalakulása az 1990-es évek végén vette kezdetét. Az időközben 100%-ban önkormányzati tulajdonba kerülő Városi Fürdő fejlesztése kiemelt eleme lett az önkormányzat turizmusfejlesztési programjainak. A fejlesztési stratégia fontos szemlélete volt, hogy beruházásokat nem egyszerre, hanem lépcsőzetesen, egymásra épülve tervezik és valósítják meg úgy, hogy ezeknél figyelembe veszik a vendégek igényeit és visszajelzéseit, a piaci viszonyokat, valamint a rendelkezésre álló forrásokat. Az első jelentős beruházás az 1999-2000-es években történt, amikor gyógyvíznek minősítették a kezdetektől használt kút vizét és egy fedett fürdőszárnnyal (tanuszodával) bővítették a fürdő épületét. A fürdő életének legnagyobb léptékű fejlesztései a 2004-es évben zajlottak, amikor átadásra került az új főépület, a családi csúszdás élménymedence, a csúszdás gyermek- és bébipancsoló, valamint a gyógy élmény- és tanmedence. Ezekkel a beruházásokkal növekedett a fürdő befogadó kapacitása, átalakult az arculata és kínálati profilja, valamint a neve is megváltozott. Ebben az évben a fürdő regionális gyógyfürdő minősítést kapott. A következő években tovább növekedett a medencék száma (pl. élménymedencével), jelentősen bővült a szolgáltatások köre (mind wellness és gyógyászati, mind az ellátások - pl. étkezés - köre) és folyamatosan fejlesztették a vendégek fogadását és kényelmét szolgáló épületrészeket, létesítményeket. A beruházások között kiemelkedik még a 2011-es évben átadott baba-mama barát gyermekfürdő szárny, valamint a szaunavilág.

---

<sup>19</sup> Amelyben 5 kád, 16 zuhany, belső medence és orvosi kezelő fogadta a vendégeket.

<sup>20</sup> Az 1970-es évek kezdetén adták át a két medencét.

<sup>21</sup> 1984-ben építették a 33,3\*21 méteres versenycélokat is szolgáló medencét.

8/1. táblázat. A Szent Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdő fejlesztésének néhány mutatója  
1998-2014 időszakban.

	1998		2014	
	szezonon kívül	főszezon	szezonon kívül	főszezon
Befogadó kapacitás (fő)	21	1020	2710	9793
Üzemelő medencék száma	2	5	16	21
Üzemelő szaunák száma	0	0	11	11
Működő vállalkozások száma	3	4	12	22

A fejlesztéseknek köszönhetően a Szent Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdő, 2015-re országos jelentőségű, négycsillagos gyógyfürdőnek minősített fürdőkomplexummá vált. A fürdő széleskörű gyógy- és wellness szolgáltatásokkal, fedett és szabadtéri élménymedencékkel, 15.000 m<sup>2</sup>-es parkosított zöldfelülettel és sportolásra, szórakozásra<sup>22</sup> kialakított területeivel várja a vendégeit. A térd és vállizületek gyógyításában hatékony vízzel<sup>23</sup> rendelkező gyógyfürdő részlegen, több mint 30 féle szolgáltatást nyújtanak, a fürdőben dolgozó orvosok, asszisztensek, gyógytornászok és gyógymasszőrök iránymutatásával. A főként reumatológia és fizioterápia köréhez tartozó preventív, terápiás és rehabilitációs szolgáltatások egy része TB által támogatott kezelés, amelyek mellett megtalálhatóak a legújabb trendet követő masszázssok és mozgásformák is. A gyógy szolgáltatásokat, a fürdő épületéhez kapcsolódó Kistérségi Egészségügyi Központot működtető Móra-Vital Nonprofit Kft. nyújtja. A fürdő széleskörű wellness szolgáltatásai közé tartoznak a szépségápolási szolgáltatások<sup>24</sup>, a különböző masszázssok, speciális masszázskádak, a vízi és szárazföldi kondicionáló tornák, a fitness terem, valamint a szauna világ 11 féle szaunával, Kneipp taposó medencével, jakuzzival és csobbanóval. A szaunákban, naponta négyszer-ötször - több mint 20 féle lehetőségből kiválasztott - szauna szeánszokat tartanak, képzett szauna mesterek vezetésével. A fürdő kiemelt területe a családcentrikusan kialakított élmény- és

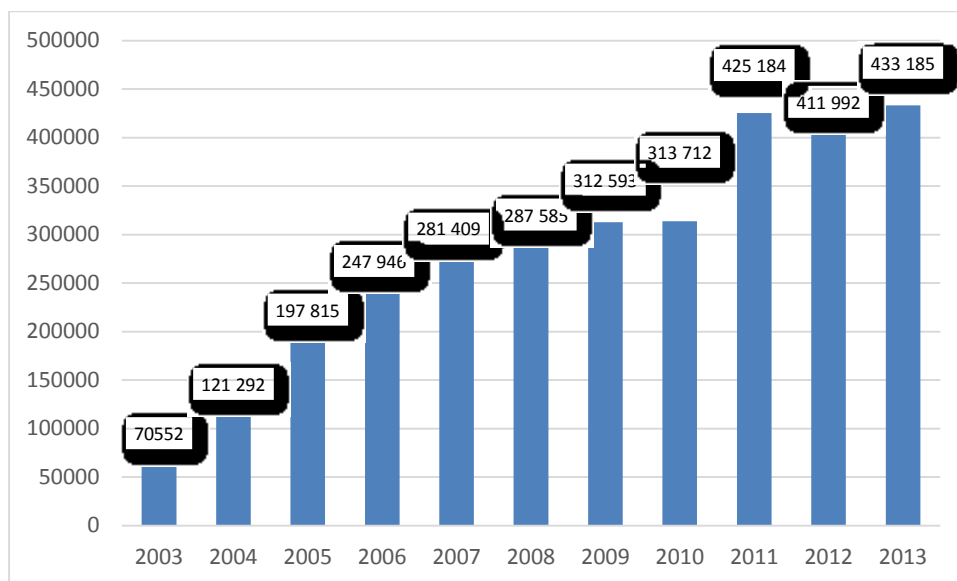
<sup>22</sup> Játszóteret, ugrálóvárat, strandröplabda és vízifoci pályát is kialakítottak a vendégeknek.

<sup>23</sup> A fürdőben 4 ÁNTSZ minősítéssel rendelkező gyógykút működik. Időrendi sorrendben: 1999. Erzsébet gyógyvíz, 2009. Árpád gyógyvíz, 2013. Szent László és Hunyadi Mátyás gyógyvíz.

<sup>24</sup> A fürdő első emeletén működik fodrászat, kozmetika, szolárium, manikűr-pedikűr és fitness terem.

strandfürdő rész, amelyben többszintű kalandmedence, kettő beltéri óriáscsúszda, több kültéri élménymedence és csúszda, hullámgömbbel rendelkező rendezvénymedence, valamint gyermek és bébi medence is található, amelyekhez játszóház, pelenkázó és teakonyha is kapcsolódik. A fürdő 14 fedett és 7 szabadtéri medencével rendelkezik.

A beruházásokkal és a fejlesztésekkel párhuzamosan a fürdő vendégforgalma és bevételei is növekedtek. A vendégforgalom 2003-hoz képest több mint hatszorosára, míg a bevételek 2008-hoz képest több mint kétszeresére<sup>25</sup> emelkedtek 2013-ra. 2013-ban a látogatók 27%-át, míg a bevételek 20%-át adták a gyógy vendégek.



8/6 ábra. A Szent Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdő látogatóinak száma a 2003-2013 időszakban (fő)

Forrás: A fürdő belső adatbázisa, saját szerkesztés

A piaci igényekhez és a lehetőségekhez igazodó fejlesztéseket a jövőben is tervezi a fürdő és a város vezetése. A fürdő városközponti elhelyezkedése nehezíti és költségessé teszi a terület további bővítését, ezért elsősorban a minőségi és egyedi szolgáltatások körének növelését<sup>26</sup>, a megnövekedett vendégszámhoz való igazodást<sup>27</sup> és a téli időszak szolgáltatási színvonalának<sup>28</sup> javítását tűzték ki célként a következő évekre.

<sup>25</sup> 2008-2013 időszakban a látogatók száma 61%-kal, a bevételek 115%-kal növekedtek.

<sup>26</sup> Úgynevezett dézsaszínház kialakítását, illetve a szaunavilág további bővítését tervezik.

<sup>27</sup> A bejárat átengedő kapacitásának növelése és a belső medencék alakítása a nagyobb vendégszám miatt.

<sup>28</sup> A sportmedence befedését már 2015 telére tervezik.

### 8.3. A fürdő marketing stratégiájának főbb jellemzői

A fürdő lehetséges vendégkörét a helyi lehetőségek és a piaci viszonyok figyelembevételével alakították és bővítették az elmúlt két évtizedben. Az időszak elején (a 90-es évek végéig) elsősorban a környező települések és térség lakossága látogatta a fürdőt. A 2000-es évek első felének nagy beruházásai tették lehetővé a gyógyulni és strandolni vágyók célcsoportja mellett a komplett - akár háromgenerációs - családok<sup>29</sup> megszólítását a közeli Szeged, illetve a Dél-Alföldi régió lakossága körében. A minőségi wellness szolgáltatások iránt megjelenő igény és az ilyen típusú szolgáltatók hiánya a szerbiai Vajdaságban, jelentős és stabil szerb, illetve vajdasági magyar vendégkört jelent a fürdő számára. A külföldi vendégek aránya több időszakban is eléri az 50%-ot a fürdő látogatói között.

A fürdő kommunikációs és egyéb marketing feladatait, a városi tulajdonban lévő Móra-Tourist Nonprofit Kft. végzi, amely 2011-től - a megyében elsőként - regisztrált helyi TDM szervezetként működik<sup>30</sup>. A fürdő marketing megjelenéseinél kiemelt figyelmet fordítanak, a település turisztikai szolgáltatóira is jellemző egységes arculatra és ahol lehetséges a település komplex turisztikai kínálatának megjelenítésére. Bár országszerte egyre nagyobb ismertségnek örvend a település és a fürdő, a promóciós tevékenységüket napjainkban is elsősorban Szegedre, a régióra és a Vajdaságra irányítják. A regionális és helyi médiában, az interneten és a különböző rendezvényeken történt megjelenés mellett, a fürdő megismertetésében nagy sikere volt a „Karnyújtásnyira Szegedtől” kampánynak, amelyben a személyes bemutatásra helyezték a hangsúlyt<sup>31</sup>. Napjainkban a promóciós tevékenység középpontjában az új szolgáltatások, rendezvények, attrakciók és aktuális információk állnak (pl. őszi akciók, programok és csomagkínálatok). A hagyományosnak tekinthető csatornák (pl. médiák, sajtó, rendezvények, internetes oldal) mellett, a közösségi médiában (pl. Facebook) is aktív résztvevő a fürdő, ahol a rendszeres információcsere mellett egyedi ötletekkel<sup>32</sup> erősítik a vendégkör kötődését, illetve hívják fel a figyelmet a fürdőre. A Magyar Turizmus Zrt. jelentős segítséget nyújt a Szerbiába irányuló promóciós tevékenységben. A vendégkör bővítésének sikeres eszközeként gondolnak a területi alapú összefogások

---

<sup>29</sup> Az új arculatot kapó fürdőben a szolgáltatásokat úgy alakították ki, hogy mindhárom generáció találhasson vonzerőt a maga számára.

<sup>30</sup> A Kft. látja el a kistérség turisztikai desztinációs menedzsment feladatait, a turisztikai gazdasági (szálláshelyek közvetítése, programszervezés, stb.) és üzemeltetési (pl. Tourinform iroda, városnéző vonat működtetése, stb.) tevékenységeit is.

<sup>31</sup> Minden hétvégén csoportokat utaztattak és láttak vendégül a településen, ahol bemutatták a város turisztikai látványosságait.

<sup>32</sup> Például a Szabad egy szelfit? kampány, ahol a beküldők ajándékokat és árengedményt kapnak.



elmélyítésére a régió turisztikai szolgáltatóival. A makói Aquaticummal<sup>33</sup> kialakított közös belépőjegy kísérletének pozitív tapasztalatai vannak mindkét fürdő számára.

A fürdő egyik legfőbb vonzerejének a jó ár-érték arányt tartják, amelyet magas szintű szolgáltatásaikkal és a versenytársaknál alacsonyabb belépő és szolgáltatás árakkal kívántak, illetve tudtak elérni. A fürdő gazdaságosságát és profittermelő képességét jelentősen javítja a 67 C° fokos meleg víz felhasználása, a fürdő és az ahhoz tartozó épületek, valamint a medencék fűtésében, amelynek köszönhetően gáz energia igénybevételére szinte nincs szükség. A hazai vendégek leginkább egyéni szervezésben érkeznek, míg Szerbiából gyakran szerb utazásszervezők és vállalkozók által szervezett utakkal érkeznek a vendégek.



8/7. ábra

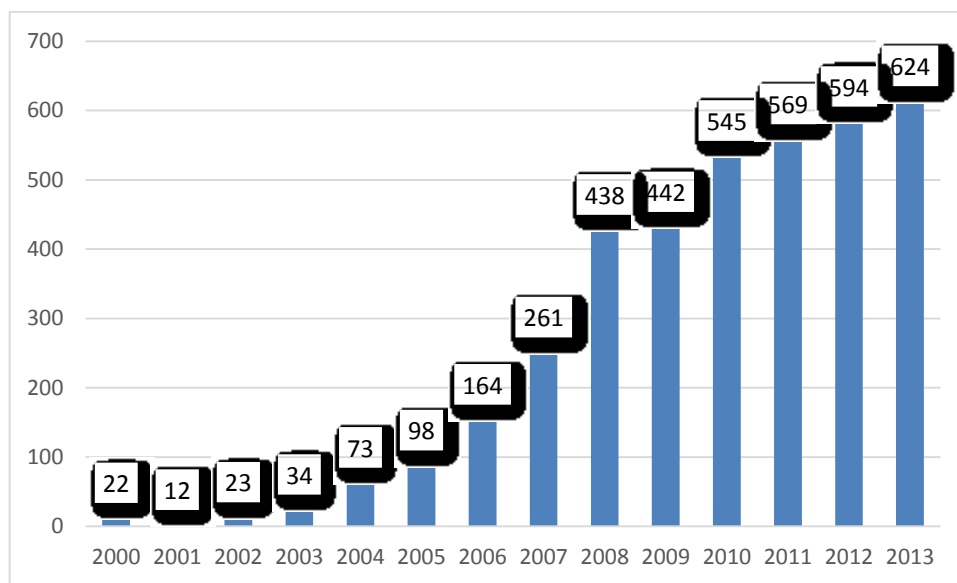
#### 8.4. A település turizmusának fejlődése

A fürdő fejlődése alapvetően megteremtette az igényt és a lehetőséget a település szálláskapacitásának fejlesztésére. Az elmúlt tizenöt évben rohamosan bővült mind a kereskedelmi szálláshelyek, mind a magán (egyéb) szálláshelyek száma, amelynek köszönhetően 2015-re több mint 100 szálláshely-szolgáltató működik a városban. Jelenleg kettő 3 csillagos és egy 4 csillagos szálloda üzemel a településen (2002-től Termál Panzió\*\*\* 52 férőhellyel, 2011-től a Hotel Colosseum Wellness és Konferencia Szálloda \*\*\*\* 174 férőhellyel, valamint 2015-től az Elixír Medical Wellness Hotel\*\*\* 29 szobával), amelyek mind a fürdő területén, illetve közvetlen szomszédságában épültek. A többféle profilú (pl. vendégházak, apartmanok, tanyasi szálláshelyek, ifjúsági szállások, stb.), általában magas

---

<sup>33</sup> A Makói fürdő más hazai és külföldi (román vendégeket) vendégeket céloz meg a mórahalmitól eltérő profilú szolgáltatásaival.

színterületen kialakított egyéb szálláshelyek száma is folyamatosan növekedett az elmúlt időszakban (8. ábra). A településen nem jellemző a vendégek ingatlanvásárlása. A vendégéjszakák ötöde külföldiekhez kötődött 2013-ban. Bár mindkét szálláskategória kapacitása növekedett az elmúlt időszakban, de ez nem okoz jelentős konfliktust a szállodák és az egyéb szálláshelyek között. A szállodák esetében kisebb a szezonális, mint az egyéb szálláshelyeknél. A szálláshelyekhez hasonlóan növekedett a kereskedelmi és vendéglátó szolgáltatások köre is a városban.



8/8. ábra. Az egyéb szálláshelyek férőhelyeinek alakulása Mórahalmon a 2000-2013 időszakban (db.)

Forrás: KSH, saját szerkesztés

A település tudatos turisztikai fejlesztésének köszönhetően – hasonlóan a fürdőhöz – lépésenként bővítették az egyéb („kiegészítő”) turisztikai attrakciók körét is, illetve alakították át a település arculatát. Az egészségturisztikai szolgáltatásokat kiegészítő (és persze gyakran önálló) turisztikai attrakciók kialakításánál is figyelembe vették a helyi adottságokat és tradíciókat. A védett egyedi természeti környezetben bivalyrezervátumot, csónakázó tavat, kerékpár és túraútvonalakat, kilátó tornyokat, tanösvényt, valamint madárkertet alakítottak ki. A helyi sajátosságokat ismerhetik meg, illetve fogyaszthatják a tanyamúzeumban, az emlékmúzeumban, a borházban, valamint a rétes házban. Az aktív tevékenységeket kereső vendégek széleskörű kínálatból választhatnak, hiszen 2012-től a Futó-Dobó Lovasközpont szolgáltatásai, 2014-től mű- és élőfüves futballközpont és konditerem, tenisz-, BMX- és salakmotor pályák, valamint horgászati, vadászati lehetőségek is várják a vendégeket. Ezek mellett turisztikai attrakcióként jelenik meg a 2003-ban átadott

Aranyszöm Rendezvényház kínálata, a városnéző kisvonat, a babagyűjtemény és a 2015-ben megnyitott Mini Hungary Park szabadtéri makett múzeum.

A turisztikai fejlődéssel összhangban átalakult és egységessé vált a város arculata is, amelyet a régi közintézmények felújításával<sup>34</sup>, a közterek átalakításával értek el.

Az egészségturisztikai profilú fejlesztések fontos eleme volt, a Kistérségi Egészségügyi Központ fejlesztése, szolgáltatásainak bővítése. A 9 település, csaknem 26000 lakosa számára 14 szakterületen járóbeteg szakellátást biztosító központ is a fürdő épületében kapott helyet.

Az önkormányzat a korábbiakhoz hasonlóan további turisztikai beruházásokat tervez, amelyek jól illeszkednek a város, mint egészségturisztikai központ koncepcióba. A fejlesztési elképzelések közé tartoznak többek között egy termálfalu építése, három és négycsillagos szállodákkal valamint étteremekkel, a lovas és sportturizmus infrastruktúrájának további fejlesztése, a Colosseum Hotel további bővítése, gasztrofesztivál és szerb-román kulturális központ létrehozása.

---

<sup>34</sup> 2012-ben új városházát avattak, felújították a buszpályaudvart, a régi rendőrség épülete helyére építették a Colosseum Hotelt, parkosítottak, stb.

9. „AZ ÉV SZÁLLODÁJA 2014” – HOTEL EURÓPA  
FIT\*\*\*\*SUPERIOR HÉVÍZ (DR. TURCSÁNYI KATALIN)



9/1. ábra:



9/2. ábra

## 9.1. Helyzetkép

A **HOTEL EURÓPA fit\*\*\*\*superior** Hévíz zöldsövezetében, egy nyugodt oázis szívében fekszik, 400 m-re Európa legnagyobb meleg vizű gyógytavától, 234 jól felszerelt szobával, apartmanokkal.

A szálloda 2000. évi nyitása óta folyamatosan fejlődik, magyar tulajdonosai fontos értéknek tekintik azt, hogy beruházásuk értéke tartósan növekedjen, ennek érdekében jelentős összegeket áldoznak a szálloda színvonalának megőrzésére és emelésére.

Az épület fejlesztése mellett kitüntetett figyelemmel fordulnak a ház lelkét adó munkavállalók irányába, **sikerük egyik titka a lojális, tette kész dolgozók tábora, a szálloda csapata**. Nem csak jelmondat, hanem a valós tettek szintjén is emberközeli politikát folytatnak, ahol a kollégákkal való törődés kiemelt prioritást élvez. Fejlődési ívük egy olyan magas pontjára jutottak el, ahol véleményük szerint hosszú évekig képesek lesznek pozícióik megőrzésére és egy egészséges piaci környezetben a kiegyensúlyozott működésre.

A szálloda dolgozói létszáma 2013-ban 186 fő volt, ezzel a régió egyik legnagyobb munkaadója. és második legnagyobb szállodai adófizetője is egyben. A létszámból az egészségügyi és wellness kezelésekkkel és szolgáltatásokkal 47 fő foglalkozik, amely arány mutatja a terület kiemelt fontosságát.

Minősített gyógyszállodaként a gyógyászat képezi az üzleti tevékenységük alapját, amely minden tekintetben áthatja napi működésüket és filozófiájukat.

A 2008 októberében átadott **VITALIUM** – gyógyászati részlegén a **tradicionális hévízi fürdőkultúra** kezeléseit vehetik igénybe az egészségüket megtartani vágyók. A szálloda egy tudatosan fejlesztett fedett uszoda- és szabadtéri élményfürdő részleggel is rendelkezik.

A szálloda a meglévő szolgáltatási bázisát figyelembe véve stabilan és pozitívan tekint a jövő kihívásai elé, még a napjainkban tapasztalható gyorsan változó környezetben is. Portfoliójukban a gazdaságos és kiszámítható működést a középpontba helyezve, **az egészség megőrzését és javítását** szem előtt tartó szolgáltatásoké a főszerep.

Célcsoportjaik változó igényeit folyamatosan követik. A tudatosan kiépített és rendszeresen képzett kollektíva, a leegyszerűsített döntéshozói folyamatok, a reakciókészség fokozását célozzák.

A szálloda elkötelezett a sokszínűség és a több piacon való párhuzamos jelenlét mellett, hiszen a korábbi klasszikus hévízi vendégkör jelentős átalakuláson megy át és szükséges új szegmensek felkutatása, megszólítása is.

Üzletpolitikájuk alapja, hogy nem egy küldő ország és nem egy adott célcsoport kizárólagos igényei szerint építik fel a termékpalettát.

Valamennyi területen törekszenek az innovációra, gyors reakciókészségre, a vendégek kényelmét és főleg elégedettségét a középpontba helyezve.

## 9.2. EGY KIS SZÁLLODATÖRTÉNET

A szálloda fejlődése, fejlesztése kapcsán fontosnak tartott mérföldkövekből jól látható a tudatosság, átgondolt, egymásra épülő, vendégközpontú fejlesztési politika.

A szálloda jelenlegi felső vezetése, a jelenlegi vezérigazgató útmutatását követve 2004 őszén vette át a létesítmény irányítását.

Ettől az időponttól az addigi wellness központú irányítást a **gyógyászat** szolgálatába állították és ilyen irányba fejlesztették

2005-ben „**Az Év Szépségintézete**” lett, a Magyar Wellness Társaság nívódíját független szakmai zsűri ítélte oda.

2007-ben bevezették medical wellness ajánlataikat, és még ebben az évben elnyerték a Német Medical Wellness Szövetség és a TÜV Rheinland Group által kidolgozott, nemzetközileg elismert minőségbiztosítási rendszer '**medical wellness**', azaz gyógywellness **tanúsítványát**, (**Medical Wellness Quality Standard TÜV tanúsítványt**) mely szavatolja, hogy a Hotel Európa fit\*\*\*\*superior szállodában a vendég a gyógyüdülés első napjától az utolsóig ellenőrzött, minőségi szolgáltatást kap. A minősítés érdekessége, hogy a tanúsítás idején még nem volt magyar auditor, így Németországból érkezett delegáció minősítette a szállodát, amelynek eredményeként csatlakozhattak a Leading Medical Wellness Hotels and Resorts szerveződéshez is, amely néhány évig sikeresen működött.

Az Országos Tisztifőorvosi Hivatal Országos Gyógyhelyi és Gyógyfürdőügyi Főigazgatóság 427/2007-es határozata alapján a szálloda húsz évre **gyógyszálló minősítést** kapott.

Átfogó rekonstrukciót követően 2009 januárjában az akkori önkormányzati miniszter által került átadásra teljesen felújított és bővített gyógyászati részlegük, a Vitalium Medical Wellness Centrum

2011. január 1-től a Hotel Európa fit\*\*\*\*superior (**Hotelstars Union**) az országban ötödikként szerezte meg a négycsillagos superior szálloda minősítést. Erre nagyon büszkék, a számukra mindig szerencsés 5-ös számhoz kapcsolódva, a 005-ös HU tábla ezt a szállodát illeti. A sorszám egyben egy értékmérő is, amely tükrözi vendégeik és partnereik felé a minőség iránti elkötelezettségünket.

Prémiumkategóriás Hotel kitüntetést kapott a Hotel Európa fit\*\*\*\*superior a német Fit Reisen utazási irodától. A tanúsítványt azon szállodák nyerhették el, amelyek egy kétlépcsős minősítő folyamatban kitűnő eredménnyel végeztek. Az utazási iroda a szolgáltatásokat és az egészségorientáltságot minősítése és a vendégértékelések alapján hozta meg az 'ítéleteket'. A Európafit a Fit Reisen „**Premium Quality Hotel**” díját nyerte el „Gyógyászat és Egészség” kategóriában. A tanúsítvány 2012. december 31-ig volt érvényes.

Részben pályázati forrás bevonásával 2012-ben átadásra került a szálloda uszodai részlegének jelentős bővítése, új medencével, felújított és bővített szaunavilággal. (**ReneSanarium**)

**Magyarországon egyedülként** 2013 őszén a szálloda már másodszor esett át az átfogó TÜV Rheinland Kft. auditon, a minőségi tanúsítvány ugyanis háromévente lejár, így azt egy mindenre kiterjedő, próbavásárlást is magában foglaló audit keretében kell megújítani. A Medical Wellness Quality Standard (amelyet a Német Medical Wellness Szövetség a német TÜV Rheinland GmbH-val együttműködve dolgozott ki) rendszere a szálloda nemzetközi vendégkörének mindenekelőtt az egészségjavítást a középpontba állító szolgáltatások magas színvonalára jelent garanciát. A tanúsítvány a szálloda számára egy kitüntető elismerés, hiszen minősített gyógyszállodaként az országban egyedülként rendelkezik a **Medical Wellness Quality Standard tanúsítvánnyal**, mely érvényes 2013.10.30-tól 2016.10.29.

2014 –ben a legjobbakat megillető „Certificate of Excellence” díjjal tüntette ki a szállodát a világ legmeghatározóbb utazási élménymegosztó weboldala, a Tripadvisor. Ez a kitüntetés különösen értékes a szálloda számára, hiszen a vendégek őszinte véleményét és elégedettségét tükrözi, melyek valódi tapasztalatokon alapulnak.

2014 januárban indult útjára a szálloda történetének legátfogóbb, közel 500 millió forintos felújítási programja, az **AquaSanarium**

### 9.3. PIACI HELYZET

A Hotel Európa fit\*\*\*\* superior 2000-ben nyitotta meg kapuit és az elmúlt 14 év során folyamatos és dinamikus fejlődést mutatott. A kiemelkedő piaci részesedésüknek köszönhetően a 2008 évben kezdődő gazdasági válság sem okozott visszaesést a vendégforgalomban. A 2012 év a teljes üzemi időszak tekintetében is kiemelkedő gazdasági eredményt hozott. Az addigi üzemelés legeredményesebb évét zárta 75,67% foglaltsággal 2013 évben stabil partnereik a válság hatására meggyengültek, vendégéjszakáik és szobaéjszakáik száma szinte minden piacon csökkent a 2012 évhez viszonyítva. A német piacon is megfigyelhető ez a tendencia, amely a térség vendégforgalmának több, mint 40%-át adta.

A 2010-től folyamatosan növekvő orosz vendégszám kompenzálta mind a külföldi, mind a belföldi forgalomkiesést szoba- és vendégéjszaka számban. Az orosz piac költési hajlandósága magasabb, mint a többi piacé. Elsősorban gyógyászati kezelések magas színvonalú, széles választékára van igényük, de szükség van a vendéglátó egységek, szépségintézet sokszínű, professzionális kínálatára is. Ezek együttes hatására **a 2013 év a szálloda működésének legeredményesebb éve volt.**

A kiadott szobák számának és így a foglaltság csökkenésének ellenére magasabb árbevételt realizált a szálloda, amely mutatja működésük és stratégiájuk helyes irányát. A reggeli nélküli átlag szobaár és a korrigált teljes szobaár bevétel is azt mutatja, hogy növelni tudták a piaci részesedésüket. Fontos kiemelni, hogy önálló szállodaként rugalmasan követik a piac változásait. Felismerték, hogy FÁK országokból érkező vendégeik szívesen veszik igénybe a komplex gyógykúrával bővített ajánlataikat, 2011 évben a szállodai gyógykezelések száma 80.157, 2012 évben 87.802 és 2013 évben 101.695, aminek eredménye az egy szobára jutó árbevétel alakulásában is megjelenik.

A pénzügyi mutatók mellett az egyik legfontosabb eredmény, hogy az átlagos tartózkodási időt is képesek voltak növelni a kiélezett piaci helyzet és a piacon jelenlévő számtalan alacsony árfekvésű kínálati csomag ellenére.

### 9.4. EGYEDI ÉRTÉKESÍTÉSI TECHNIKÁK

A szálloda közel 15 éves működése alatt igyekezett előnyt kovácsolni abból a tényből, hogy



nem tartozik semmilyen lánchoz, önálló egységként szervezi a termék értékesítését központi sales támogatás nélkül. A függetlenség legtöbbször gyors döntéshozatallal és lerövidített reakcióidővel párosul a szállodai értékesítés életében.

**Az értékesítés központi eleme a gyógyászat, valamennyi külföldi piac esetében.** A gyógyászati termék középpontba helyezése és erőteljes kommunikációja üzleti sikereik kulcsa.

A gyógy-specifikus értékesítés célterületei: Németország, Ausztria, Svájc valamint a FÁK országok.

**Az egyediség egyik bizonyítéka,** hogy a FÁK országokban történő piacépítésük érdekében létrehoztak **egy önálló orosz értékesítési részleget,** önálló vezetővel, amely az értékesítési struktúrában önállóan működik, az értékesítési és marketingigazgató irányítása alatt. Egyetlen szervezeti egységként ez mindenképpen egyedi megoldás a hasonló méretű és profilú szállodák között.

**Honlapjuk folyamatos fejlesztése** a foglalási számokban visszaigazolódik. Olyan szerkezetű honlapot hoztak létre és üzemeltetnek, ahol az érdeklődő, a célországtól függően, minden információt megtalál és megkap. Olyan apró elemekre is figyelnek, mint az információk elérhetősége és a honlapon eltöltött idő. Egy magyar vendég rövid tartalmú információkra kíváncsi, 2-3 perc alatt elolvassa a legfontosabb tudnivalókat, de egy orosz gyógyvendég 6-10 percet is elidőzik és tanulmányozza a hévízi gyógyászat titkait és a szálloda szolgáltatásait, annak teljes részletességében.

**A honlapon elhelyezett termékmagyarázó és bemutató kisfilmek** szintén egyedinek számítanak, környezetükben nem ismert hasonló termékcentrikus megközelítés. Náray Erika színművész például több kisfilmben bemutatja a szálloda azon területeit, amelyek érdekesek a belföldi vendégeknek. Fontos feladatuknak tartják, hogy tanítsák a hazai szállodai célközönséget a gyógyászaton belül a prevencióban rejlő lehetőségek megismerésére és korai alkalmazásának megkedveltetésére.

**Szintén a szállodára jellemző egyedi vonás a régióban, hogy a nyári főszezon két hónapjában (július-augusztus) az értékesítés tárgya és a pr aktivitás témája a családi nyaralás és a resort jelleg.** Ennek kialakították az önálló kommunikációs csatornáit, szinte kizárólag a magyar piacra szabva.

**A marketing kommunikációhoz évek óta sikeres együttműködést folytatnak a MTVA-val, amely a belföldi média aktivitás jelentős részét lefedi.**

**Bátorság jellemzi az újítások terén és a racionális sales döntéseknél.** Elsőként vonultak ki a budapesti UTAZÁS kiállításról, a hévízi szállodák közül, látva, hogy célközönségük nem tartozik a vásár látogatóinak halmazába.

**Vallják, hogy helyi és országos együttműködések keretében erősíthető a szálloda de egyben a régió ismertsége,** így élen járnak a MT Zrt-vel, a helyi TDM egyesülettel folytatott közös akciók lebonyolításában.

## **9.5. INNOVÁCIÓ**

A napi működésben és stratégiai gondolkodásban egyaránt jelent van az innováció. A vezetés arra törekszik, hogy a csapatban együtt dolgozó részlegvezetők érezzék az innovációs szemléletet, nyitott lehetőségeket, hogy ahhoz valamennyien járuljanak hozzá véleményük, ötleteik átadásával. Az innovációs tevékenységüket alapvetően a gyógyászat, mint termék középpontba állítása határozza meg. Ez a terméktudatos felfogás és újítási szellem minden egyes lépést áthat, akkor is, amikor látszólag olyan fejlesztések kerülnek megvalósításra, amelyek nem közvetlenül kapcsolhatóak a gyógyászati tevékenységhez.

### **Termékinnováció**

Az utóbbi években a gyógyászat és a működés terén számos újítást vezettek be.:

- Krioszauna, a hideggel történő gyógyítás bevezetése és komplex terméké alakítása
- Hévízi speciális iszapfürdő kikísérletezése, bevezetése, unikális terméké váló megjelenítése és kommunikációja
- Humino, mint alapanyag bevezetése a gyógyászati tevékenységbe a hévízi szállodák közül elsőként
- Hévíz első elektromos autótöltő állomását ebben a szállodákban állították fel
- Üzemeltetési szempontból két profil felállítása és összehangolása, amelynek jegyében a júliusi-augusztusi időszakban önálló családbarát nyári resort működést valósítanak meg, szeptember elején visszaállítják a hagyományos, modern gyógyszállodai működést. 2004 nyarán ez volt az első hévízi szálloda, amely önállóan szervezett animációs programot biztosított, gyógyszállodaként továbbra is egyedülként rendelkezik főállású, képzett óvónővel
- Fogászati Klinika kialakítása egy szakmai partner bevonásával, elsőként a régióban ilyen nagyságú alapterületen,

- Speciális kérdőívek összeállítása és azok eredményeinek feldolgozása, fókuszban továbbra is a gyógyítással
- . Az AquaSanarium elnevezésű beruházás megvalósítása nagymértékben hozzásegíti szállodát a vendégek magas szintű kiszolgálására, változó igényeik kielégítésére és magasabb szintű szolgáltatás kialakítására. A fejlesztéssel lehetőség nyílik a vendégek időbeli koncentráltságának oldására, az itt eltöltött vendégéjszakák növelésére.
- A jövőépítés és egyben az innováció elsődleges feladata a vendégkör fiatalítása, új, fiatal rétegek bevonása az egészségturizmus világába. A projekt keretében valamilyeni fürdőszoba felújításra kerül az átalakítás során környezetbarát megoldásokra törekcsenek, energiahatékony elemeket építenek be (energiatakarékos vízadagolók), ezzel is csökkentve a környezet terheltségét.
- Egyre nagyobb igény mutatkozik a vendég által önállóan is igénybe vehető kiegészítő kezelések iránt, ezt az igényt kiszolgálva alakítottak ki két új terméket. Ennek gyógyászati szempontból is nagy a jelentősége, mert így a szobában, biztonságosan tudnak közvetett irányítással, útmutatással váltózuhany kezelést megvalósítani, akár napjában több alkalommal is, kiegészítendő a sikeres hévizi tradicionális gyógykúrát.

A kezelés módját Kneipp szerint megtanítják a vendégnek, Az így elsajátított eljárást a későbbiekben önállóan el tudják végezni a hotelszobában. Ugyanígy egyes végtagok kezelését, gyulladt ízületek hűtését meg lehet oldani, és ami fontos, utána rögtön biztosítani tudják az ágynyugalmat. A másik gyógyászati lehetőségeiket bővítő kezelési mód, amit vendégek szintén a szobájukban tudnak elvégezni - előzetes tájékoztatás után - a fürdőadalékokkal történő kádfürdő.

- Gyakori igény vendégek részéről, hogy a saját ritmusa szerint szeretne igénybe venni kezeléseket, ill. szeparáltan a többi vendégtől. Ezen kívül lehetőség van este, lefekvés előtt relaxálni, ami mind a fiatalabb, mind az idősebb korosztálynak igénye.

## 9.6. TÁRSADALMI SZEREPVÁLLALÁS

„Európának olyan közösségre van szüksége, amelyben a vállalkozókat nem csak az elért nagynyereség miatt értékelik, hanem azért is, mert méltányos hozzájárulást biztosítanak bizonyos társadalmi problémák kezeléséhez”

(Európai Bizottság 2006. március 23-án kelt közleménye)

A Hotel Európa fit\*\*\*\*superior szálloda abban hisz, hogy a sikeres működésének egyik legfontosabb motorja maguk a dolgozók, akik a létesítmény lelkét adják. Ezt a politikát a munkatársakban is igyekszik erősíteni.

Emellett a várost, és a helyi szervezeteket is támogatja számos megmozdulásban. Az alábbi felsorolás nem jelent egyben sorrendiséget az egyes projektek között, sokkal inkább a sokszínűséget és a menedzsment értékszemléletét tükrözi.

Mellrák elleni küzdelem kampány

Felhívják a vendégek figyelmét a szűrés fontosságára. Ezenkívül Hévízen egyedülálló módon komplett szűrővizsgálati programot (mellrák és méhnyakrák) indítottak hölgy kollégáik részére, melynek során a dolgozók a szálloda költségére vehetnek részt a vizsgálatokon. A program sikere felülmúlta a várakozásokat, hiszen a meghirdetést követően közel 80 kolléga jelentkezett szűrésre, ami bizonyítja a kollégák felelős gondolkozását és tovább erősíti a csapatszellemet.

„Föld Órája” kezdeményezés

Évente márciusban a szálloda is csatlakozik a „Föld Órája” akcióhoz, amelynek célja, hogy felhívja az emberek figyelmét a globális éghajlatváltozás és a túlzott energiafogyasztás problémájára. Az akció során 1 óra időtartamra Hotel Európa fit szálloda is lekapcsolja a nem létfontosságú elektromos berendezéseit.

Te szedd!

Szemétszedési akció Hévízen minden évben megrendezésre kerül májusban a szemétszedési akció, amelyhez a szálloda pár kollégája is csatlakozik, hogy együtt szabadítsa meg a környezetet az elszórt hulladékoktól.

**10. HELYI SAJÁTOSSÁGOKRA TÁMASZKODÓ  
TERMÉKFEJLESZTÉS A WELLNESS TURIZMUSBAN – CROCUS  
GERE BOR HOTEL RESORT & WINE SPA – VILLÁNY (DR. LACZKÓ  
TAMÁS)**



10/1. ábra

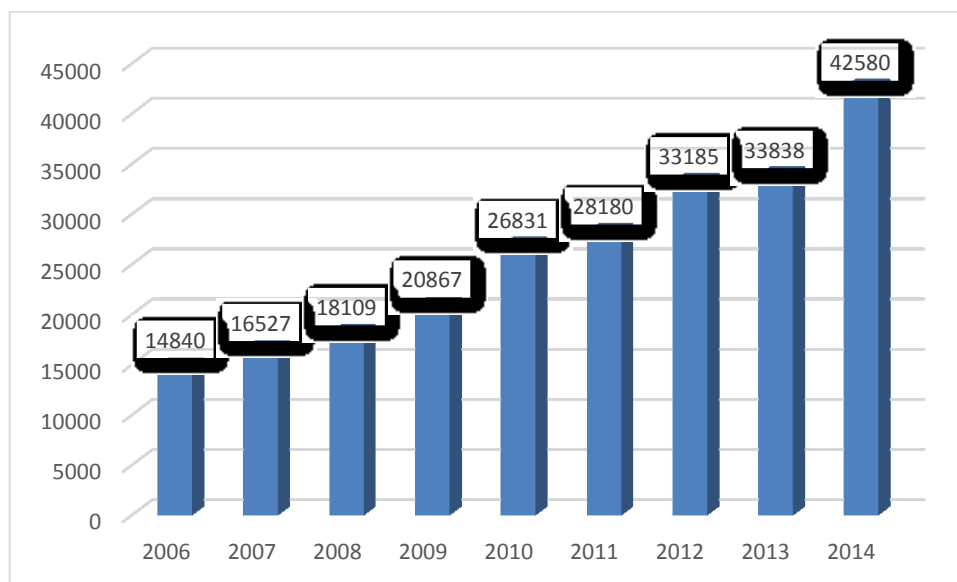


10/2. ábra

## 10.1. Bevezetés

A tanulmányban bemutatott Crocus Gere Bor Hotel Resort & Wine Spa, olyan négycsillagos vidéki superior wellness szálloda, ahol minden a borról szól. A komplex borélmény átéléséhez exkluzív színvonalú szállodai szolgáltatásokat, csúcsminőségű gasztronómiát, valamint - a helyi hagyományokhoz és a saját szőlő felhasználásához kötődő - innovatív megoldások sokaságát kínálják a vendégeknek.

A szálloda az ország egyik legismertebb borvidékének és első borútjának kiemelt településén, Villányban épült, a híres pincesorhoz kapcsolódva. Az 1987-ben „bor és szőlő városa” címet kapó település élenjáró volt a hazai borturizmus fejlesztésében, amelynek köszönhetően napjainkra Villány egy folyamatos bővülést mutató, nemzetközi hírnévvel rendelkező, „divatos” turisztikai desztinációvá vált. A borvidék turisztikai profilja alapvetően meghatározza a település szolgáltatóinak kínálati arculatát.



10/3. ábra. Vendégéjszakák száma kereskedelmi szálláshelyeken Villányban, 2006-2014 időszakban (db.)

Forrás: KSH, saját szerkesztés

## 10.2. A szálloda kialakítása – turisztikai termékek összekapcsolása

A Gere család szállodája 2008-ban épült, a már ezen a területen működő panziójuk helyére. A szállodában a kezdetektől törekedtek arra, hogy a borturizmust összekapcsolják a wellness turizmussal, úgy, hogy a wellness szolgáltatások középpontjában is a szőlő és a bor álljon.

Az országban úttörőként, a wellness kínálatuk részeként, kialakították vinoterápiás<sup>35</sup> szolgáltatásaikat, amelyekhez kezdetekben főként egy spanyol cég szőlő alapú termékeit használták. A wellness szolgáltatások, mellett a szállás és a gasztronómia is alapvetően igazodott a teljes körű borélmény biztosításához, amellyel egy hazánkban eddig kevésbé definiált turisztikai terméket alakítottak ki, a borwellness területét. Hasonlóan a külföldi borvidékek (pl. Franciaországban, vagy az USA –beli Napa völgyben) példájához, hazánkban is több borvidéki településen (pl. Tarcalon, Badacsonyan, stb.) működnek már olyan szállodák, amelyek hasonló kínálati profil kialakítására törekednek. Az egyre szélesedő hazai bor és hozzá kapcsolódó wellness turisztikai piacon betöltött szerepét, folyamatos termék innovációval, a szolgáltatási színvonal magas szintjével és az egyedi arculat kialakításával kívánja megőrizni, illetve javítani a Crocus Gere Bor Hotel. Ennek a törekvésnek a jegyében formálták és alakítják a jövőben is a szálloda különböző szegmenseit.

A szálloda 34 szobával rendelkezik, amelyek közül, a többség superior és superior plussz minősítésű. Az épület tervezésénél és kivitelezésénél nagy hangsúlyt fektettek arra, hogy a szálloda mind arculatában, mind nagyságrendjében illeszkedjen a vidéki kistelepülés stílusához. A szálloda minden pontján, szofisztikáltan megjelenik a bor. A szobák berendezésében<sup>36</sup>, díszítésében<sup>37</sup>, a wellness helyiségek<sup>38</sup> kialakításában, vagy éppen a közösségi helyszínek arculatában. A szálloda 2015-ben elnyerte a világ legnagyobb utazási oldala a TripAdvisor Kiválósági Tanúsítvány díját, amelyet a legkiválóbb vendéglátó-ipari képességeket tanúsító vállalkozások kaphatnak meg világszerte.

---

<sup>35</sup> A Franciaországból származó vinoterápia az úgynevezett gyógyborok alkalmazását és a borral történő gyógyítást jelenti. A szőlő és a bor felhasználása az egészségturizmusban a terápiák mellett, a szépségápolási szolgáltatások területén is markánsan megjelent.

<sup>36</sup> Például boros üveg az éjjeli lámpák teste, hordó formájú a csillár, a televízió állvány puttonyt formáz, stb.

<sup>37</sup> Például a falon dugókból, vagy éppen a hordó dongájából alakítottak ki díszítést.

<sup>38</sup> A wellness részleg kínálatában három medence, három féle szauna, dézsafürdő, sószoza, vinoterápiás kezeléseket nyújtó helyiségek, wellness bár, SKY napozóterasz is megjelenik.



10/4. ábra. A hotel szobái és udvara.

A szálloda autentikusan berendezett<sup>39</sup> étterme (Mandula Étterem és Bor-Bár) a Gault@Millau gasztronómiai kalauz szerint 2015-ben a legmagasabban minősített hazai vidéki éttermek sorába tartozik<sup>40</sup>. A Gere boroknál elvárt csúcsmínőséget kívánja a gourmet étterem is biztosítani, úgy hogy a gasztronómiai élmény nyújtásához elsősorban a helyi és regionális alapanyagokra<sup>41</sup>, valamint hagyományokra támaszkodnak. 2011-től a konyha stílusát tovább bővítették a fúziós kreációk és a nemzetközi ízek, helyi és falusi ízekkel történő kombinációjával. A konyha aktuális kínálatának esszenciáját nyújtja, a degusztációs menü, amely a konyhafőnök összeállítása alapján, 6-7 fogásra és a hozzá illő saját borokra kiterjedő kóstoló menüsor. Egy présházban kialakított Bor-Bárban a Gere borok teljes kínálatát meg lehet ízlelni. A bor iránt elkötelezett vendégek részére bortrezort és borklub (Kopár Borklub) tagsági lehetőséget is biztosítanak. Saját márkanev alatt, szőlő alapú édességeket (gyümölcsös raffinéé-eket és szőlőmagos csokoládékat) is gyártanak a Chocomé céggel. A Mandula Étterem alapító tagja a Stílusos Vidéki Étteremiség, nevű szövetségnek, amely 12 vidéki gourmet étterem összefogásával működik. Céljük egyre több emberrel megismertetni a minőségi vidéki konyha és konyhaművészet specialitásait. A 2012-től működő szövetség autentikus gasztronómiai rendezvényei nagyon kedveltek és látogatottak. Az étterem által kivívott színvonal megőrzését, valamint további fejlesztését jól segíti a fiatal

---

<sup>39</sup> Az étterem berendezésénél a rusztikus vidéki stílus és a polgári stílus ötvözésével kívántak otthonos környezetet teremteni.

<sup>40</sup> A Mandula éttermen kívül 14 ponttal rendelkezik még 5 vidéki étterem hazánkban 2015-ben.

<sup>41</sup> Az ételeknél felhasználják a saját szőlő magjából előállított lisztet, valamint olajat is.



szakácsok számára meghirdetett Mandula Séf Akadémia 1+1 éves ösztöndíj programja. A program keretében a szakácsok négy hónapot tölthetnek el külföldi Michelin csillagos étteremben, valamint további hazai gyakorlati lehetőségek is nyílnak az első év befejezése után.



10/5. ábra. Saját márkanévek és logók az étteremhez kapcsolódóan.

A Hotel wellness részlegéhez és szolgáltatásaihoz kapcsolódva, több, a Gere pincészet borára és a helyi tradíciókra támaszkodó innovatív termék fejlesztés valósult meg. A szőlő és a bor kedvező élettani és szépségápolási hatásait ismerve, illetve felismerve, számos - saját termékből előállított és saját márkanév alatt forgalmazott - szőlő alapú kozmetikumot és gyógyhatású készítményt állítottak elő. A termékek között található a bio szőlőből készült kékszőlőmag-, és héj őrlemény, amely a saját szabadalmú speciális mikro őrlési technikának köszönhetően, hatékonyabbá teszi a bioaktív anyagok felszívódását a szervezetben. Az őrleménynek, - amely nagy mennyiségben tartalmaz antioxidáns anyagokat – laboratóriumi és humán vizsgálatokkal is igazoltan kedvező hatása van a betegségek megelőzésében, az oxidatív stressz csökkentésében, az öregedés, valamint a velejáráó degeneratív betegségek kialakulásának késleltetésében. Az őrlemény mellett kiemelten fontos termék a hidegen sajtolt szőlőmag olaj, amelyet mind a főzésben, mind a wellness szolgáltatásoknál (különböző masszázsoknál és a szépségápolásban) használnak. A Gere borkrémét a masszázsoknál, a vörösbort pedig a borfürdőben hasznosítják, amely szépíti és fiatalítja a bőrt, oldja a stresszt és nyugtató hatással is bír. Az egész testre kiterjedő kezeléseknél ötvözik a saját termékeket, a környék gyógynövényeit, a helyi tradíciókból táplálkozó egyedi kezelési technikákat, a modern szépségápolási eszközöket, valamint a spanyol világcég termékeit.



10/6. ábra. A kékszőlőmag feldolgozása.

A szálloda programjainak középpontjában is a szőlő és a bor bemutatása, illetve élménye áll, amelyet sikeresen kapcsolnak össze például a zenével, vagy a régió turisztikai látványosságaival. A programok közül kiemelkedik az évente rendezett, nemzetközi hírességeket felvonultató Gere Jazz fesztivál, a Gere Birtoklátogatás, illetve a Pincészet megismerése.

### 10.3. Marketing a Crocus Gere Hotel gyakorlatában

A szálloda vezetése kiemelt figyelmet fordít a piaci információk gyűjtésére és azok felhasználására működésük során. A szálloda elsődleges vendégkörébe a hazai nagyvárosokból (főként a fővárosból) érkező, a magas szintű gasztronómiára és az exkluzív színvonalú szolgáltatásokra nyitott és azt megfizetni hajlandó emberek, valamint a MICE utazók tartoznak. A kínálatban megjelenő ajánlatok és csomagok kialakításánál, valamint a marketing kommunikáció tartalmánál, alapvetően figyelembe veszik a vendégkör motivációit is.



10/7 ábra. A hotel vendégeinek fő motivációi

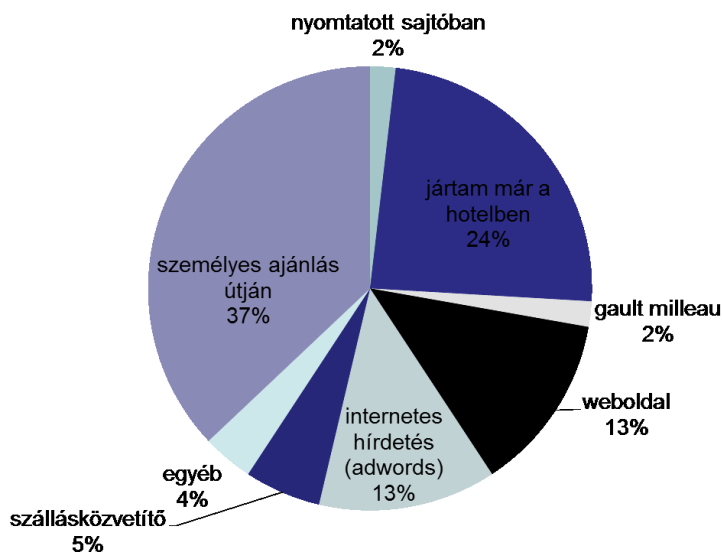
Forrás: Schmidt F. (2015): A borwellness jó gyakorlata Villányban című előadás

A komplex Gere borélményre („Ízlelni, érezni, megélni..”) fókuszáló jelenlegi kommunikációt és egységes megjelenést a következő évben, az egészségre hangsúlyosabban koncentráló üzenettel szeretnék bővíteni. A Gere borok sikerével ismerté vált márkanévet kiterjesztik a további saját termékeikre<sup>42</sup> is, amely mellett törekednek az étterem saját márkanévének felfuttatására is.

Az értékesítési csatornák közül elsősorban az internetes felületeket használják (azok közül is kiemelten a TripAdvisor és a booking.com rendszereket), valamint bíznak a hitelességükön alapuló jó hírnevük generálta forgalomban. Ezt a törekvésüket igazolja vissza, a vendégek megkérdezése alapján látható eredmény is.

<sup>42</sup> A szőlő magjából és héjából előállított termékeket a Gere Szőlőmag Pont címkével ellátott, exkluzivitást biztosító országos bolthálózat egységeiben lehet megvásárolni.

## Értékesítési csatornák



10/8. ábra. Hol informálódtak a szállodáról?

Forrás: Schmidt F. (2014): Innovatív termékfejlesztés Villányban című előadás

Bár a hétköznapokon alkalmanként változtatják a szobák árait, árképzésükben alapvetően rugalmatlanok és a szolgáltatások magas színvonalához igazodnak.

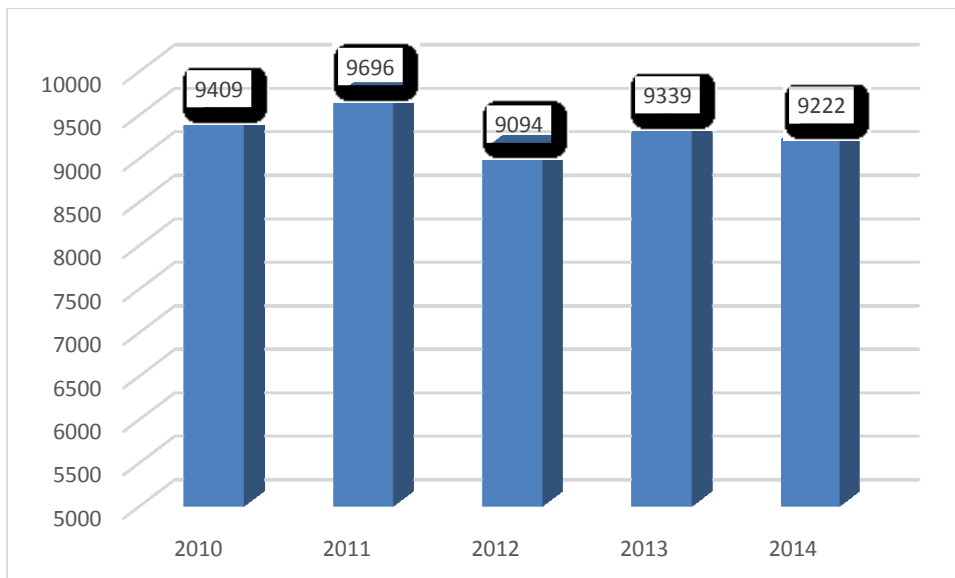
A hasonló profilú hazai hotelek kínálatával szemben, a szálloda fő versenyelőnyét a többiekénél szélesebb körű és komplexebb bor- és szőlő élmény biztosításában látják<sup>43</sup>, amelyet jól egészítenek ki a saját termékek, a megalkuvást nem tűrő törekvés a magas szolgáltatási minőségre és a hitelesség.

### 10.4. A szálloda jelene és jövője

A szálloda forgalma stabilan 9.000 vendégéjszaka felett alakult az elmúlt években, amely évközi alakulásában két főidény (a késő tavaszi, kora nyári és az őszi időszakok) állandósult. Az innovációk és a tendenciózus munka eredményeként 2015-ben a nyári időszak forgalma is megközelítette a főidények teljesítményét.

---

<sup>43</sup> A szőlő teljes vertikumát hasznosítják a szolgáltatásokban – így a szőlő húsát, magját, héját és szárát is.



10/9. ábra. A vendégéjszakák számának alakulása a Crocus Gere Bor Hotel Resort & Wine Spa-ban 2010-2014 időszakban (db.)

Forrás: Schmidt F. (2015): A borwellness jó gyakorlata Villányban című előadás, saját szerkesztés

A következő években nagyobb figyelmet kívánnak fordítani a MICE vendégeknek nyújtott szolgáltatások exkluzív szintre emelésére, a szezonális csökkenésére, valamint a saját termékek további fejlesztésére és bevonására a wellness és terápiás szolgáltatásokba. Mind a kommunikációban, mind a szolgáltatási arculatban fokozott hangsúlyt kap az egészségmegőrzésben bizonyítottan nagyon hatékony saját termékpaletta.

## 11. A SPORTTURIZMUS IRÁNTI KERESLET VIZSGÁLATA FELNŐTT LAKOSOK KÖRÉBEN (DR. BÁNHIDI MIKLÓS)



11/1. ábra



11/2. ábra

## 11.1. BEVEZETÉS

A sportturizmus tervezéséhez, fejlesztéséhez nagyon fontos a helyi környezeti adottságok, tradíciók mellett a turisták elvárásainak megismerése. Magyarországon ilyen vizsgálati adatok mindmáig csak hiányosan állnak rendelkezésre, annak ellenére, hogy a sportturizmus gyakorlata sok helyen jelentős növekedésnek indult. Az emberek ma már egyre többet utaznak sportolási céllal. A magyar statisztikai adatok alátámasztják, hogy a turizmus jó teljesítménye elsősorban a belföldi turizmus eredményeinek köszönhető. Az Európai Bizottság legfrissebb (Flash Eurobarometer) kutatása szerint a 2015-ben utazást tervező magyarok több mint fele, azaz 52%-a tervezi Magyarországon eltölteni a főutazását, ami jelentősen meghaladja az európai unió 43%-os átlagát. A KSH legfrissebb adatai szerint 3,3%-kal nőtt 2014-ben a turisztikai célú többnapos belföldi utazáson részt vevők száma és csaknem elérte a 15 millió főt.

A passzív sportturizmus területén a sportesemények látogatása a legnépszerűbb. Sokan vannak, akik elkísérik kedvenc csapataikat mérkőzésekre, miközben szívesen megnézik a helyi nevezetességeket is. Egyre növekszik ugyanakkor azok száma is, akik egy-egy mega rendezvényre utaznak, mint az olimpia, Európa-, vagy Világbajnokságokra, nemzetközi kupa-fordulókra (Neirotti et al., 2001). Ennek segítésére utazási irodák bekapcsolódtak.

Az aktív sportturisták utazásuk során legtöbbször azonos életvitelt folytatnak üdüléseik során, mint otthoni környezetben, hiszen igénylik a rendszeres testedzést. Ez lehet azonban eltérő is, melyhez ismernünk kell az emberek általános életvitelét, életmódját. A turisták életvitelüket elsősorban a szükségleteik kielégítése érdekében tervezik, melybe a sportolás mellett beletartozik a munka, a művelődés, a társas együttlét, a fogyasztás stb. (Andorka, 2006).

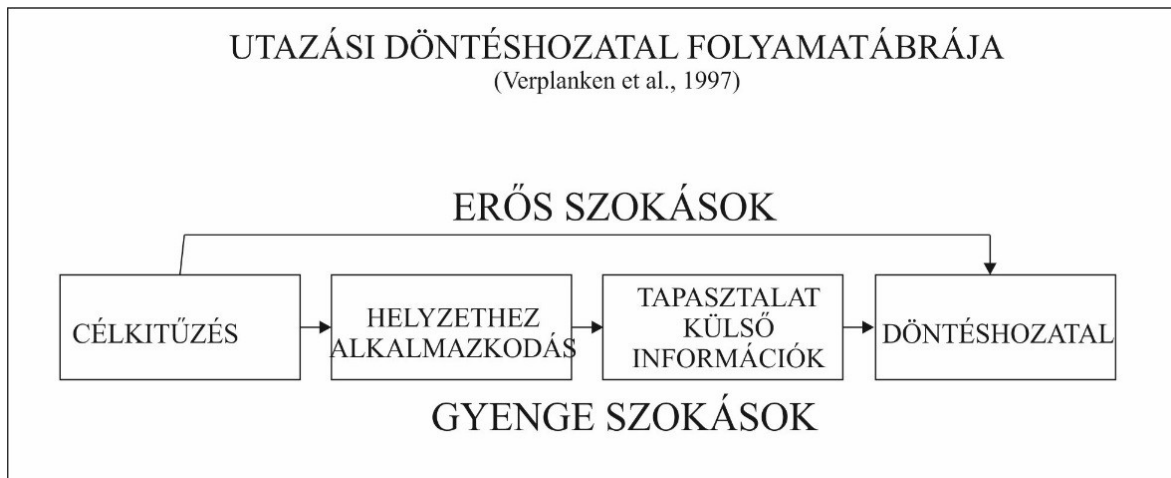
## 11.2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

### *Korábbi üdülési szokásvizsgálatok*

Az üdülési motivációk kutatása az 1980-as évektől élénkült meg. Kutatók arra keresték a választ, hogy az emberek hogyan választják meg úti céljaikat az ott található szolgáltatások mennyire felelnek meg elvárásaiknak. Vizsgálataik során megállapították, hogy nem csupán a vágyak, hanem az általános emberi szokásaik a döntők úti céljuk megválasztásához, ezek közül is azok, amelyek dominánsan jelentkeznek megszokott életvitelükben. A szerzők ezen eredmények alapján vázolták fel az utazási döntéshozatal folyamatábráját (Verplanken et al., 2003)

Az emberek üdülését jelentősen meghatározzák, hogy az utazással kapcsolatban milyen élményeik voltak. Egy motivációs vizsgálatban megállapították, hogyha valaki gyakran és

szívesen utazik munkahelyére busszal, vonattal, akkor üdüléseihöz is szívesen igénybe veszi ezen közlekedési eszközöket (Bamberg et al., 2003).



11/3. ábra: Utazási döntéshozatal folyamatábrája (Verplanken et al., 1997)

A magyarországi statisztikai vizsgálatok szerint a belföldi főtutazások legkedveltebb uticéljai a vízpartok és a fürdők (39,7%), az egészségmegőrzést mint elsődleges motivációt az utazók 5,6%-a, a gyógykezelést 4,4%-a említette. Ennél még meggyőzőbb eredményt kaptunk, miszerint a 410 megkérdezett magyar, felnőtt lakos kiemelt úti céljának tartja a tópartokat (64%), valamint a folyópartokat (54%). Ezek az adatok elsősorban a nyári hónapok többnapos üdüléseire vonatkoznak, amikor a turisták a kellemes víz hőmérsékletre számítanak (MTZRT, 2006).

Az aktív üdülési formáknál a sporttevékenységek egyre növekvő szerepét állapították meg a kutatók, amelyek a legkeresettebb turisztikai vonzerőkké váltak az utóbbi évtizedben (Rátz és Kiss, 2006). A felnőtt lakosság és a fiatalok körében végzett kutatás alapján a legnagyobb érdeklődést kiváltó üdülési forma a kirándulás, és a természetjárás, de egyre többen utaznak speciális sporttevékenységek végzésére a hegyekbe sziklát mászni, ill. golfozni. A természetben tett kirándulásokat a felnőtt lakosság 73%-a, a fiatalok 78%-a nevezte meg kedvelt utazási időtöltési tevékenységeként. Ezt követi a kerékpározás, amely a megkérdezett felnőtt 43%-át, a 25 év alattiak 56%-át érdekli (Szonda Ipsos, 2000). Hasonló eredményeket kaptunk fiatalok kerékpározási szokásvizsgálatainkban, miszerint a fiatalok szinte kivétel nélkül rendelkeznek jó minőségű kerékpárral, amelyet gyakran használnak túrákra, és még többet használnák, ha az infrastruktúra ezt jobban támogatná, és több lenne a szervezett túra (Bánhidi, 2004).

Magyarország imázsa pozitív a természetjárás, túrázás és a lovaglás szempontjából a hazai lakosság körében. A vizsgált sporttevékenységek körében megkérdezett vizsgálati



személyek 43%-a vesz részt évente legalább egyszer túrán vagy természetjáráson, 37%-a járt az utóbbi három évben nemzeti parkban, és mindössze 5%-a lovagol legalább évi egyszeri gyakorisággal (MTZRT, 2007). A megkérdezettek 43%-a egyik kritériumnak sem felel meg, azaz nem túrázik, nem lovagol és nem járt nemzeti parkban sem. 21%-uk túrázik és volt nemzeti parkban is, de nem lovagol, 18%-a csak túrázik, 13%-a csak nemzeti parkban volt. Mindössze 2,5% azok aránya, akik mind a három tevékenységet végzik. Az átlagosnál nagyobb aktivitást mutatnak a férfiak, a fiatalok és középkorúak, a magasabb iskolai végzettségűek, az átlagnál magasabb jövedelműek. Ugyanakkor a 60 évnél idősebbek, az egyedülállók, az alacsony jövedelműek, a községekben élők (vagyis az alacsony státuszú háztartások tagjai) nagyon kis arányban vesznek részt a vizsgált programokon. Az újabb sportturisztikai termékek, mint a golfturizmus magyarországi helyzetének vizsgálatában a szakemberek szerint a kereslet még alacsony szinten áll, amely a sporttal kapcsolatos ismeretek hiányára vezethető vissza (Rátz és Kiss 2006). Talán hasonló okra vezethetők vissza a nemzetközi üdülőhelyeken elterjedt egyes sportágak hazai elterjedésének elmaradása (Bánhidi és Leber, 2011).

### **11.3. A VIZSGÁLAT CÉLJAI**

A vizsgálatunkban elsősorban arra kerestük a választ, hogy:

- a nyugat-magyarországi régióban él felnőttek üdülési szokásainál hogyan jelenik meg a sportszféra szerepe, mennyire tartják fontosnak sportolást, ők hová utaznak, mikor vesznek sportszereket és milyen hatással érkeznek haza üdüléseikről.
- van-e különbség azon felnőttek üdülési szokási között, akik sportolói múlttal rendelkeznek, ill. nem rendelkeznek, valamint akik üdüléseik során fontosnak tartják a sporttevékenységet?

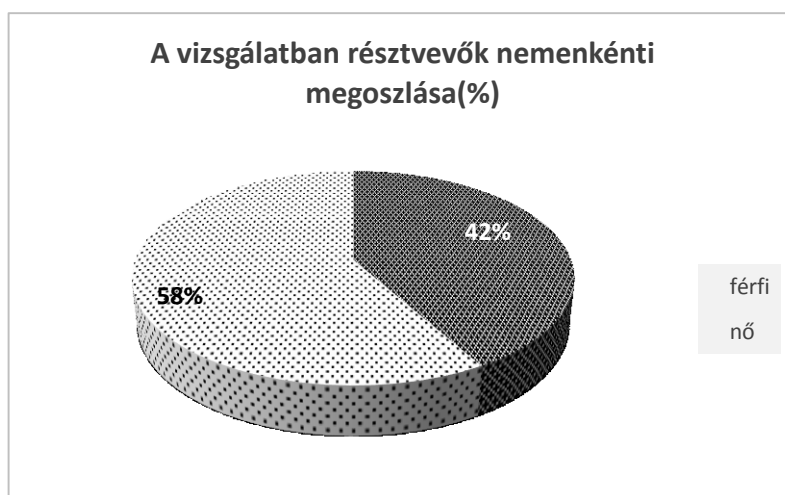
### **11.4. A VIZSGÁLAT MÓDSZEREI**

A vizsgálathoz a Magyar Sporttudományi Társaság Sportturizmus Szakosztálya által kifejlesztett önkitöltős kérdőívet alkalmaztuk elsősorban a nyugat-magyarországi régióban élő felnőtt lakosoknál. A kérdéseket a sportturizmus alkotó elemeinek (Bánhidi, 2007, 2011) megismerésére összpontosítottuk, melyben kíváncsiak voltunk arra, hogy a lakosok milyen utazási helyszíneket preferálnak, ott milyen tevékenységeket végeznek és ennek következményeként milyen érzésekkel érkeznek haza.

A 2014-15-ben random kiválasztással megkérdezettek száma 3364 fő volt, életkoruk 14-60 év között oszlott el. A kérdőívet több nő (58%), mint férfi (42%) töltötte ki (11/3. ábra).

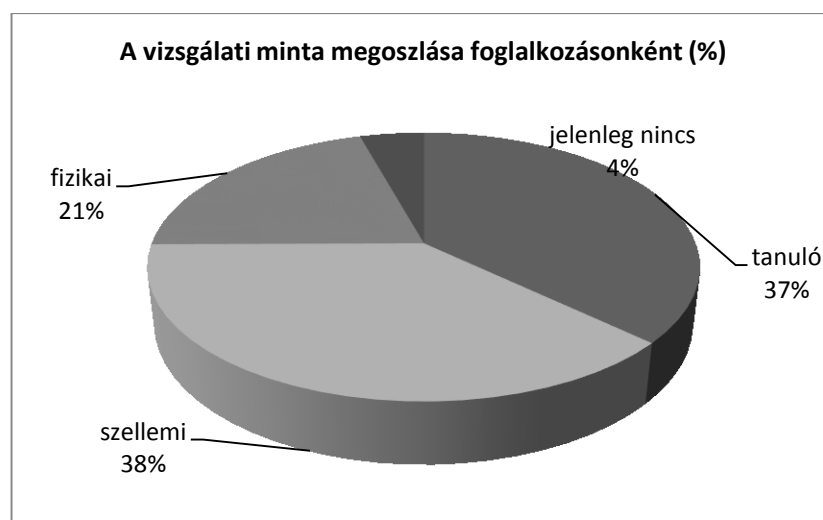
Kérdésfeltevéseink megválaszolásához az adathalmazból kiemeltük egyrészt azon

személyek adatait, akik fontosnak tartják a sportolást üdüléseik során (n-1552, 42,4%), hogy megismerjük üdülési szokásaikat. Másrészt szembeállítottuk azon vizsgálati alanyok adatait is, akik jelenleg rendszeresen, ill. versenyszerűen sportolnak ill. nem végeznek fizikai aktív tevékenységeket.



11/4. ábra: A vizsgálati mintában résztvevők nemenkénti megoszlása

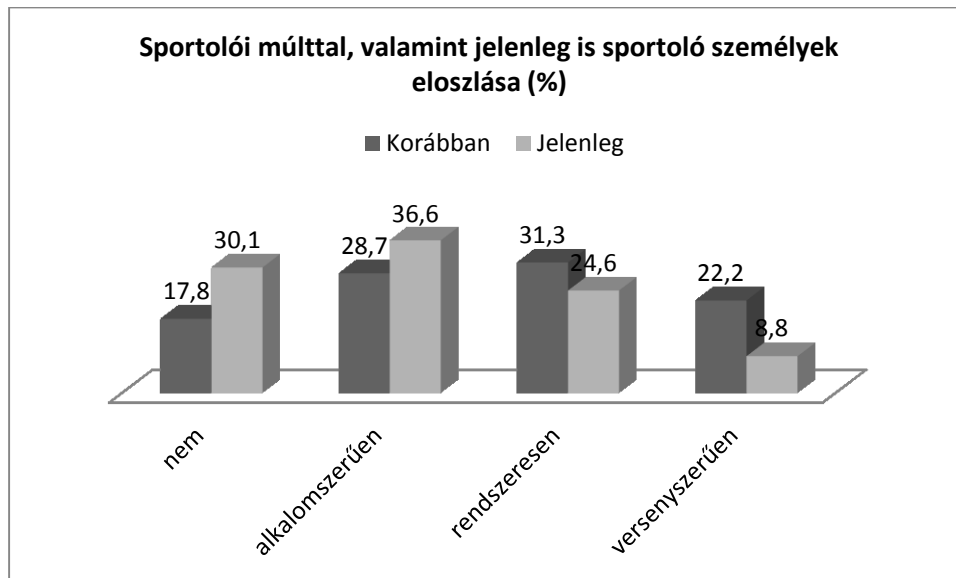
A vizsgált személyek foglalkozásuk alapján nagyobb részük még diák, ill. szellemi munkakörben dolgozó személy (11/5. ábra).



11/6. ábra A vizsgálati minta megoszlása foglalkozásonként

A megkérdezettek válaszaiból kiderül, hogy a mintában résztvevők 53,5%-a végzett korábban, ill. 33,4% jelenleg is végez rendszeresen, vagy versenyszerűen aktív sporttevékenységet. Ez magasabb az országos átlagnál, de az összehasonlítás érdekében kiegyenlítették a minta megoszlása. A korábbi és a jelenlegi helyzet közötti eltérés azonban

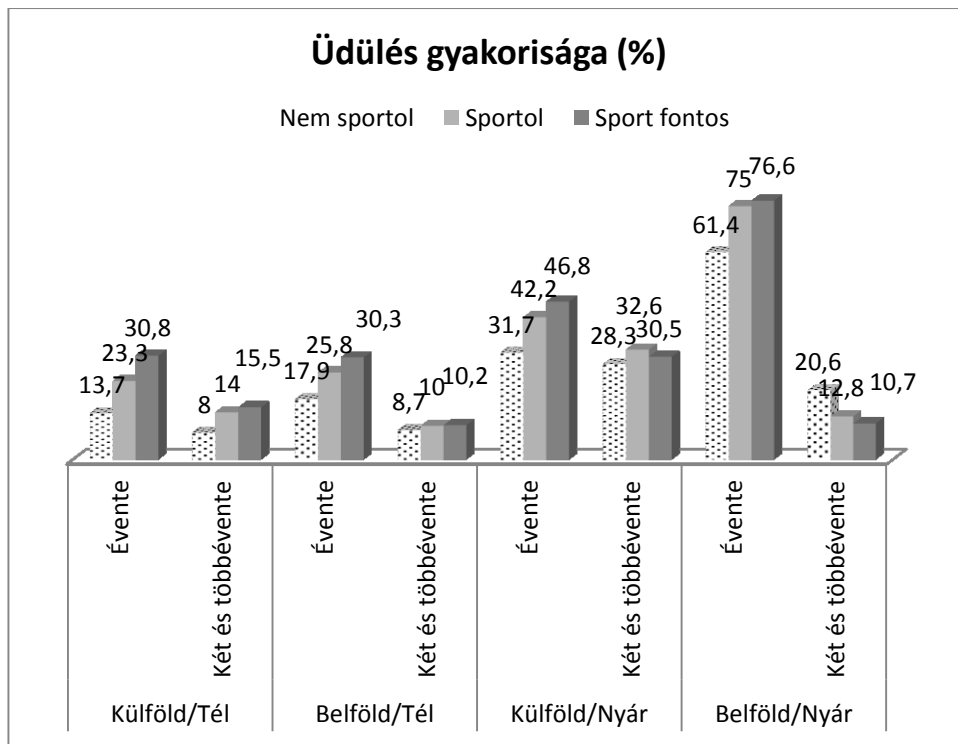
jól látszik, hogy a korábban aktív életet élők 20,1%-a később abbahagyja az aktív sportolási tevékenységet. Az adatok nagy létszáma miatt a kapott értékek hitelességét sajnos nem tudjuk ellenőrizni, így az értékek csupán becsült értékeknek tekinthetők. Az adatokat Statistica 12-es verziójú programmal dolgoztuk fel. A vizsgálatban elsősorban az alapstatisztikát néztünk, melynek értékeiből grafikonokat rajzoltunk.



11/7. ábra A vizsgált személyek eloszlása korábbi és jelenleg sportolási szokásai alapján

## 11.5. EREDMÉNYEK

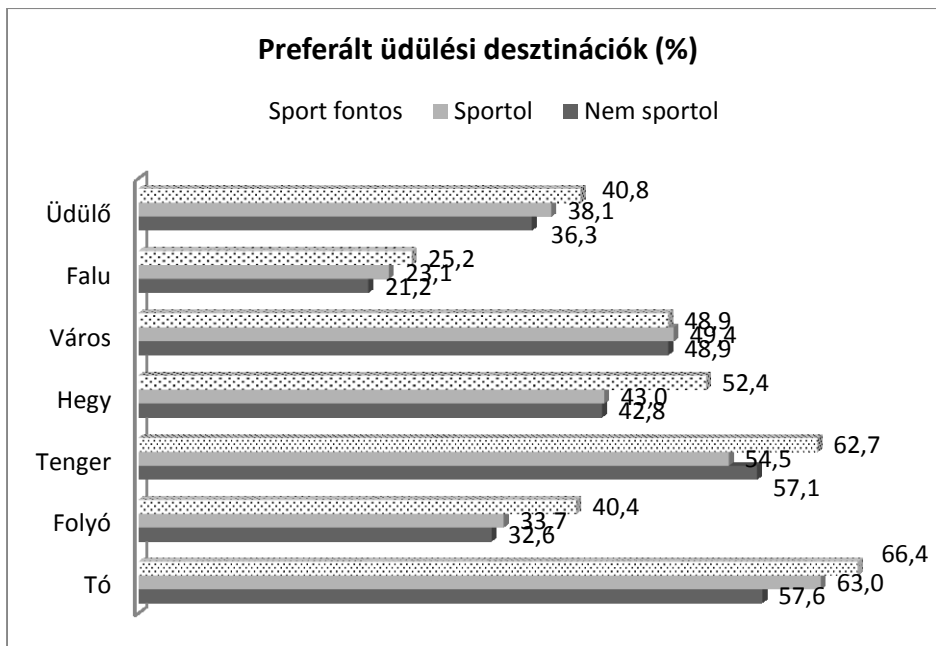
A vizsgálatban megkérdeztük a felnőtteket, hogy milyen gyakorisággal utaznak külföldre és belföldre. Az adatok alapján az látható (11/8. ábra), hogy a megkérdezettek jelentős százaléka utazik belföldre, vagy külföldre több napra nyaralni. Közülük is legtöbben azok, akik a sportolást fontosnak tartják. Mintegy 15%-kal kevesebben utaznak azok, akik nem élnek fizikai aktív életet. Ennek hátterére ugyan nem kérdeztünk rá, de azt gondoljuk, hogy nagyobb az utazási kedv azoknál, akik fizikailag aktív életet élnek, ill. üdülésük során fontosnak tartják a sportolási tevékenységeket. A téli üdülés gyakoriságával kapcsolatban a szerény hazai kínálatnak tudható be, hogy a lakosok csupán egyharmada utazik el több napra, közülük is azok, akik a sportolást fontosnak tartják életvitelükben.



11/8. ábra Külföldi és hazai utazások gyakorisága télen és nyáron a vizsgált csoportoknál

Az utazási célok tekintetében a vizsgáltak adatai alapján kiderült (11/8. ábra), hogy a felnőttek mindegyik csoportjánál a tóparti üdülést jelölték meg kedvenc üdülési desztinációnak (57,1-62,7%). Ez feltehetően a Balaton központi fekvésének köszönhető és közismert, hogy a régióból nagyon sokan rendelkeznek saját nyaralóval. A folyókat a válaszadók kevesebben választották, annak ellenére hogy a régió bővelkedik folyó víz melletti üdülési kínálatokban,.

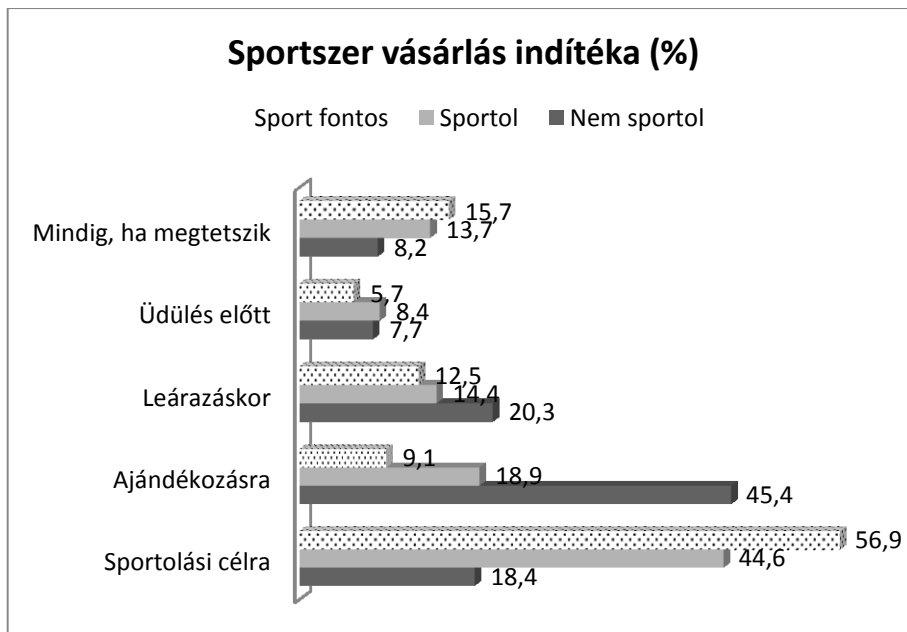
A válaszadók közül csak kevesen jelölték be kedvenc üdülési helyszínnek a falvakat, amely feltehetően azért van, mert a régióban nincs megfelelő hagyománya, ill. stratégiája a falusi turizmusnak, az utazók inkább a nagyobb településeket választják.



11/9. ábra A preferált utazási desztinációk a vizsgált csoportokban

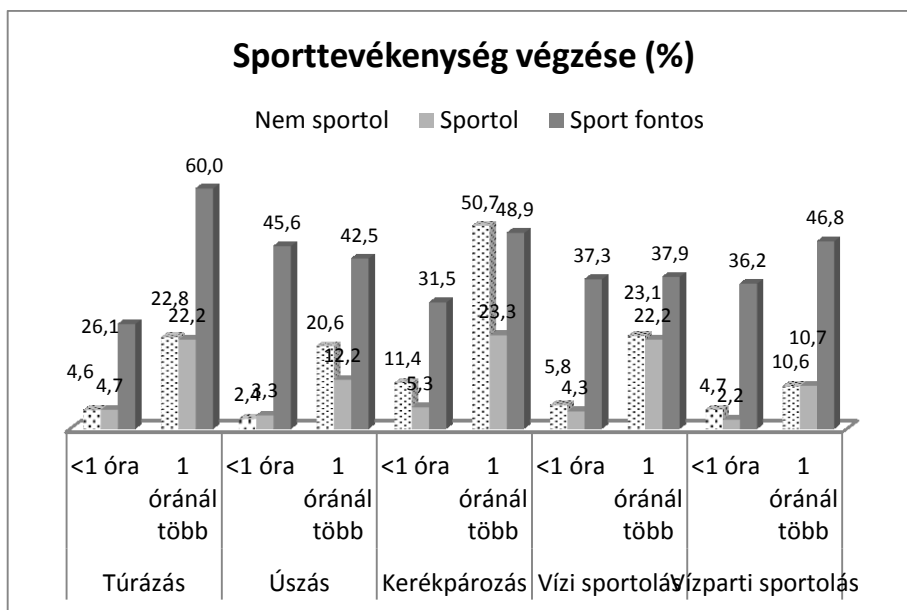
A sportturizmusnak fontos kelléke a sportszerek tulajdonlása és beszerzése, ezért megkérdeztük a vizsgálati személyeket, hogy milyen célból vásárolnak sportszereket. Mi azt feltételeztük, hogy a magukat aktívnak tartó személyek minden esetben gyakrabban vásárolnak sportszereket, mint azok, akik korábban nem végeztek sporttevékenységet (11/9. ábra).

A válaszok alapján sportoló személyek leggyakrabban sportolási szándékkal szerzik be a sporteszközeiket (44,6%). Érdekes módon a nem sportolók inkább ajándékozásra vásárolják sporteszközöket (45,4%), mint az aktív életet élők (3,9%). Leárazáskor szintén a korábban nem sportolók vásároltak több sporteszközt (20,3%), ebből arra következtethetünk, hogy a korábban nem sportolók nem a minőséget választják, hanem az éppen akciós terméket vásárolják meg. A két vizsgálati csoport eltérésének jellemzését t-próbával is megvizsgáltuk. Mind a korábban, mind a jelenleg sportoló és nem sportoló csoportnál szignifikáns eltéréseket (p=1%) kaptunk (t érték 0,0049, 0,0682). Üdülés előtt a sportolók több sporteszközt vásárolnak (8,4%), mint azok, akik nem folytatnak aktív életmódot (7,7%). Ebből valószínűleg arra következtethetünk, hogy azért vásárolnak ilyenkor, mert feltehetően valami újat szeretnének kipróbálni az üdülésük során. A sportolók esetében sincs jelentős különbség. Az adatok alapján a sportolói életvitellel rendelkezők 13,7%-a akkor vásárol sporteszközt, ha vásárlásai során olyat talál, ami megtetszik neki. Ez a sportolóknál jelentkező magasabb sportolási motivációra utal.



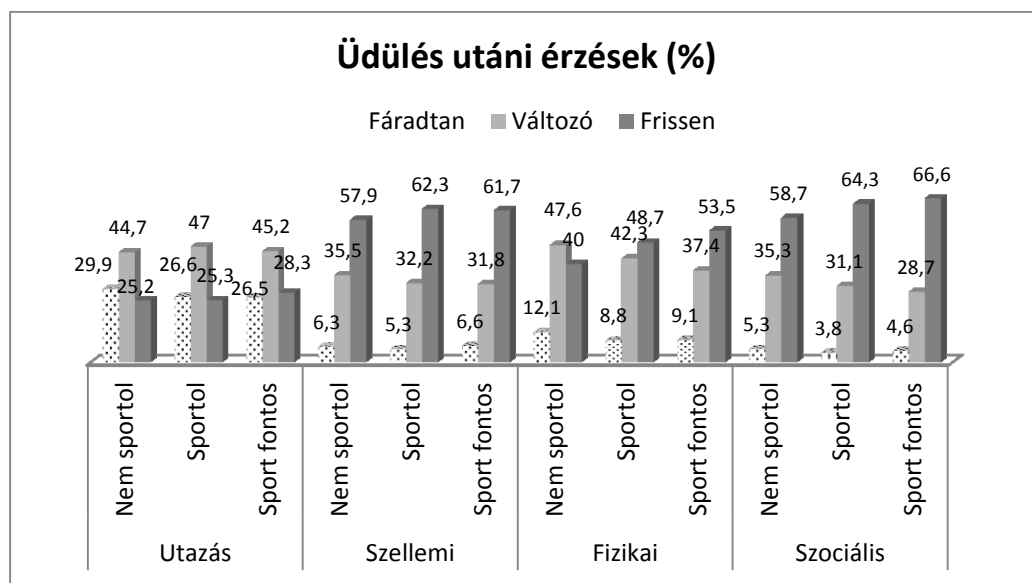
11/10. ábra Sporteszközök vásárlása a korábban sportolóknál és nem sportolóknál (%)

A vizsgálat kezdetekor feltételeztük, hogy a sportos életet élők üdülésük alatt is többet sportolnak, mint azok, akik sosem sportolnak. Ennek ellenére az derült ki, hogy üdülésük alatt csupán kevesen végeznek aktív tevékenységet (4,7-22,2%). Ezzel szemben sokkal aktívabbak üdülésük során azok, akik a sportolást fontosnak tartják. Megkérdezett sportágak közül legtöbben a túrázást (60%), valamint a kerékpározást (48,9%) preferálják leginkább (11/11. ábra).



11/11. ábra A vizsgálatban részt vett személyek sportolásra fordított ideje üdülésük alatti sporttevékenység alapján (%)

A sportturisztikai élmények hatásainak megismeréséhez a vizsgálati személyeket az üdülés utáni érzéseikről kérdeztük. Feltételeztük, hogy a különböző csoportokat reprezentáló személyek nagyjából hasonló élményekkel térnek vissza. Az adatokból (11/12. ábra) viszont kiderült, hogy a mind a szellemi, mind a fizikai és szociális tekintetben a sportot fontosnak tartó személyek töltődnek fel leginkább. A fizikailag nem aktív életet élők körében minden paraméter esetében alacsonyabb értékeket regisztráltunk, ami azt jelenti, hogy körükben az üdülésből származó pozitív hatások is kisebb mértékben érvényesülnek.



11/12. ábra Üdülés utáni érzések a vizsgált csoportoknál

## 11.6. ÖSSZEFOGLALÁS

A tanulmányunkban a nyugat-magyarországi régióban élő felnőtt lakosok üdülési szokásait vizsgáltuk. Vizsgálatunk kezdetén azt feltételeztük, hogy azok keresik jobban a sportszolgáltatásokat üdülésük során, akik az otthoni környezetben is fizikailag aktívan élnek, ill. akik üdüléseik során fontosnak tartják a sportolási tevékenységeket. Az adatelemzéseinkhez ennek alapján szelektáltuk a csoportjainkat.

A vizsgált személyek válaszai alapján kiderült, hogy a sportos életet élő és a sportolást fontosnak tartó felnőttek sokkal aktívabbak az üdülési kínálatok igénybevételénél. Háromnegyedük évente utazik üdülni valahová, elsősorban belföldre. Sportszereket leginkább sportolási célra szerzik be legtöbben, az üdülés előtti eszköz beszerzés csak keveseknél jelenik meg. Üdüléseik során a felnőttek jelentős százaléka gyakran túrázik, kerékpároz, vagy végez vízparti sporttevékenységeket.

Ha elfogadjuk Verplanken et al. (1997) modelljét, hogy az erős szokások jelentősen befolyásolják a felnőttek utazási desztinációik megválasztást, akkor azt mondhatjuk, hogy a

vizsgált régióban élők körében a jövőben is tavi és a tengerparti üdülési helyszínek lesznek a legkedveltebbek, mindaddig, míg az ott átélt élményszerzési lehetőségeket nem tudják máshol pótolni.

A sportturizmus iránti kereslet mértéke jelentősnek mondható főleg azok körében, akik preferálják a sportos életvitelt.

### 11.7. Szakirodalom

1. Andorka R. (2006): Bevezetés a szociológiába, Osiris kiadó, Budapest
2. Bakóné A. K. (2003). Hazánk turizmusa napjainkban. Nyíregyházi Főiskola Gazdasági és Társadalomtudományi Kar Gazdálkodási Szak Gazdaságelméleti Tanszék. Letöltve: 2015.04.02
3. Bamberg, S.; Ajzen, I. & Schmidt P. (2003). Choice of Travel Mode in the Theory of Planned Behavior: The Roles of Past Behavior, Habit, and Reasoned Action. Basic and Applied Social Psychology Volume 25, Issue 3, pp. 175-187
4. Bánhidi M. – Leber R. (2011): Sport – Turizmus – Környezet Magyar És Osztrák Kontextusban. Edtwin, NYME Kiadó, Győr
5. Bánhidi M. (2011): Sportföldrajz. Pécs Dialóg Campus Kiadó p. 210
6. Bánhidi M. ed. (2003): A vízi és vizekmenti turizmus alapjai. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskolai Kar p. 170
7. Bánhidi M.(2007): Sporttudomány és turizmus. Magyar Sporttudományi Szemle, 8. sz. pp. 32-38
8. Bramer R. (2002): Megatrend Wandern-Problem oder chance. Bodenheim/Rhein
9. Dövényi Z. (2010): Magyarország kistájainak katasztere. 2., átdolgozott kiadás. MTA FKI, Budapest,
10. Győr-Moson-Sopron Megyei Területfejlesztési Tanács (2007): Győr - Moson - Sopron megye turizmusfejlesztési koncepciója és programja (Horváth és Szemrédi T. T. Konzorcium) 2007 Letöltve: [http://194.88.46.34/mtt/dokumentumok/turizmusfejlesztesi\\_program/default.htm](http://194.88.46.34/mtt/dokumentumok/turizmusfejlesztesi_program/default.htm) 2015/03/30
11. Higham, J.E.S, Kearsley, GW; Kliskey AD (2006): Multiplan Wilderness Recreation Management. Electronic Publication University of Chicago
12. Magyar Turizmus ZRT.- Szakmai oldal (2014). Letöltve 2015/03/31 <http://szakmai.itthon.hu/statisztika> 2015. 04. 10.
13. MTZRT (2015): Többben,hosszabb időre utazunk belföldön turisztikai céllal Letöltve:<http://szamai.itthon.hu/documents/28123/14457664/T%C3%B6bben%2C%20>



hosszabb+id%C5%91re+utazunk+belf%C3%B6ld%C3%B6n+turisztikai+c%C3%A9llal/c94a9206-cb24-4855-89ab-6205c07c2919 2015. 04. 10.

14. Moutinho, L. (1987) "Consumer Behaviour in Tourism", European Journal of Marketing, Vol. 21 Iss: 10, pp.5 - 44
15. Neirotti, LD, Bosetti HA Teed KC(2001): Motivation to attend de 1996 summer olympic games Journal of travel research Boulder.
16. Nyugat - Pannon Terület - és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit Kft. 2012. november 30.
17. ÖTM (2007). A turizmus és a sport kapcsolatrendszere Magyarországon: szakmapolitikai aspektusok. Turizmus Bulletin XI. évf. 3. sz. 70-75
18. Rátz T.; Kiss R. (2006). A golfozás, mint aktív turisztikai tevékenység Magyarországon. Magyar Sporttudományi Szemle 27:22-26
19. Rechnitzer, J.; Lados, M. (1997). Az Északnyugat-Dunántúl területfejlesztési stratégiája (tervezet). Space and Society. 11.
20. Simpson A.(2005). The London Olympic Games 2012. Tourism marketing intelligence. Washington DC. Published on 18th November, Letöltve [www.comlinks.com/tourism/ti051118.html](http://www.comlinks.com/tourism/ti051118.html) 2015. július 4.
21. Verplanken; Aarts; Van Knippenberg (1997). Habit, information acquisition, and the process of making travel mode choices. European Journal of Social Psychology, Vol. 27, 539-560

**12. A MAGYAR HORGÁSZTURIZMUS VIZSGÁLATA (IVANCSÓNÉ  
HORVÁTH ZSUZSANNA – DR. BÁNHIDI MIKLÓS)**



12/1. ábra



12/2. ábra

## **12.1. BEVEZETÉS**

A horgászturizmus szakirodalmát tekintve alig jelenik meg a hazai turizmuskutatások között, bár a nemzetközi tanulmányokban mindenhol nemzetgazdaságilag fontos területként említik (Brown, et al. 2012, Dr Kohl Research Consult, 2000, McManus et al. 2011). Brainerd (2010) szerint a rekreációs horgászatnak fontos pozitív társadalmi, gazdasági és környezeti hatásai vannak Európában. Hoitsy (2012) munkájában a horgászturizmust komplex iparágnak tekinti.

A horgászturizmus egyike lehet a falusi turizmushoz kapcsolódó aktív szabadidő eltöltésnek (Wilson et al. 2001, Ryglóvá, 2007) és egyben az egyik legjelentősebb vízhez, vízparthoz kapcsolódó rekreációs tevékenység (Navratil, 2009). Az Európai Horgász Szövetség (EAA) szerint a szabadidős horgászat előnyt jelent a vidéki és a kevésbé fejlett területek számára, s ezek a területek egyre jobban összefonódnak a szabadidős horgászattal. Magyarország földrajzi adottságai is azt indokolják, hogy a horgászturizmusra nagyobb hangsúlyt fektessünk, hiszen az ország vizekben rendkívül gazdag és a vizek mentén élőknek, valamint az elmaradott területeken lévő falusi szállásadóknak, a horgászturizmus fejlesztése kitörési pontot jelenthetne. A horgászvizek eloszlása ugyanúgy lehetővé tenné a gazdaságilag fejlett és kevésbé fejlett területeken, hogy a horgászturizmus magasabb szinten valósuljon meg.

Hazánkban a horgászat a futball után a második legnagyobb tömegsport szervezet. Több mint 300000 regisztrált tagja van a Magyar Országos Horgász Szövetségnek, de a horgászturizmusban résztvevők száma ennél lényegesen több, mivel az egyébként horgászígazolvánnyal nem rendelkező családtagok is sokszor elkísérik a „horgászt”, a kikapcsolódás, a jó levegő, a vízparti pihenés okán.

## **12.2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS**

Az Európai Horgász Szövetség (EAA) 2004-es tanulmányában definíciószerűen meghatározta a rekreációs célú horgászatot, mely szerint „a rekreációs célú horgászat olyan horgászati tevékenység vagy kísérlet a hal fogására, amely horgászbottal és zsinórral történik, nem kereskedelmi célra, a szabadidős horgász nem értékesíti a fogott halat.”

Hazánkban csak a 2013. évi CII. halgazdálkodási és halak védelméről szóló törvény hozott áttörést. Ez törvény, szemben a korábbi, 1997.évi XLI. törvénnyel, a horgászatot már eleve rekreációs tevékenységnek tekinti, hiszen a benne foglaltak szerint a horgászat: rekreációs célból a halgazdálkodási vízterületen a halnak megengedett módon és horgász-készséggel vagy a csalihalnak 1 négyzetméternél nem nagyobb emelőhálójával való fogása (2013. évi CII. törvény a halgazdálkodásról és a hal védelméről, Magyar Közlöny, 2013. évi 102.sz.).

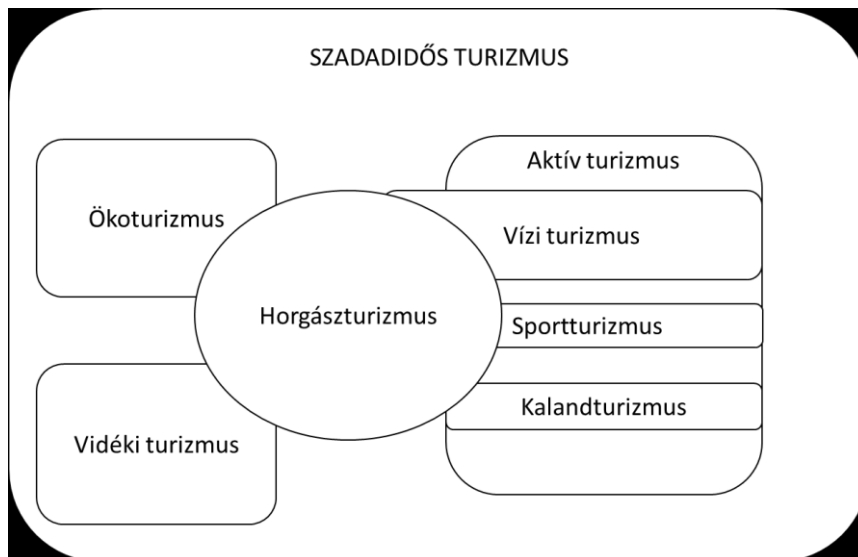
A következőkben elhelyezzük a horgászatot, mint turisztikai terméket a turizmus fogalmi rendszerében. "Turizmus alatt egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén (lakásán és munkahelyén) kívüli valamennyi helyváltoztatását és tevékenységét értjük, bármi legyen azok konkrét indítéka, időtartama és célterülete. A turizmus másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese." (Lengyel, 2002) Michalkó 2001-ben a turizmusnak egy alternatív definícióját fogalmazta meg, mely szerint „a turizmus az egyén élményszerzéssel párosuló környezetváltozása, amelynek során szolgáltatások igénybevételére kerül sor.”

Füstös 2010-ben a következőképpen definiálta magát a horgászturizmust: „A horgászturizmus olyan aktív szabadidős tevékenység, amely vízen vagy vízparton történik, egyetlen célja a halfogás, és általában kapcsolódik hozzá helyszíni szolgáltatások igénybevétele.”

Korábban sokan a horgászatot nem tekintették turizmus terméknek, mivel a szolgáltatások igénybevétele horgászatkor nem, vagy csak alacsony szinten valósul meg. Erre azonban ellenpéldát jelentenek az egyre szaporodó „bértavak” – magánkezelésben lévő, intenzíven telepített tavak, ahol napi jegyért lehet horgászni, és legtöbb esetben a kifogott halért, külön fizetni kell, ha a horgász el szeretné vinni –, amelyek komplex szolgáltatással (étteremmel, büfével, rendezvényhellyel, horgászbolttal, stb.) várják a horgászokat.

Aubert (2005) turisztikai és szabadidőterek földrajzi tipizálását alapul véve, a lakóhelyhez közeli, vendég éjszaka nélküli horgászatot a rövid, rekreációs célú tevékenységek, míg a távolabbi, belföldi és külföldi, több napos horgászatokat a turisztikai célú utazások közé sorolhatjuk.

A horgászturizmus a szabadidős turizmusba tartozik, azon belül több termékcsoporthoz is besorolható, így a vízi turizmusba, a sportturizmusba, az ökoturizmusba is, sőt Eden és Baratt (2006) a kalandturizmushoz is sorolja, a Magyarország Idegenforgalma Szakkönyv és Atlasz című kiadványban pedig Szabó (2012) az agroturizmus kínálati elemeként említi. Legerősebb kapcsolódást a vízi, vízparti turizmussal találunk, a horgászturizmus annak egy speciális módja (1. ábra). A speciális szó itt valóban a legmegfelelőbb kifejezés, mivel a vadászathoz hasonlóan, viszont más turizmus fajtáktól eltérően a horgászat vizsgáláshoz, engedélyhez kötött tevékenység. A turizmust támogató, 2014-től online módon kapható kimondottan turista állami engedély is, ami 90 napig érvényes.

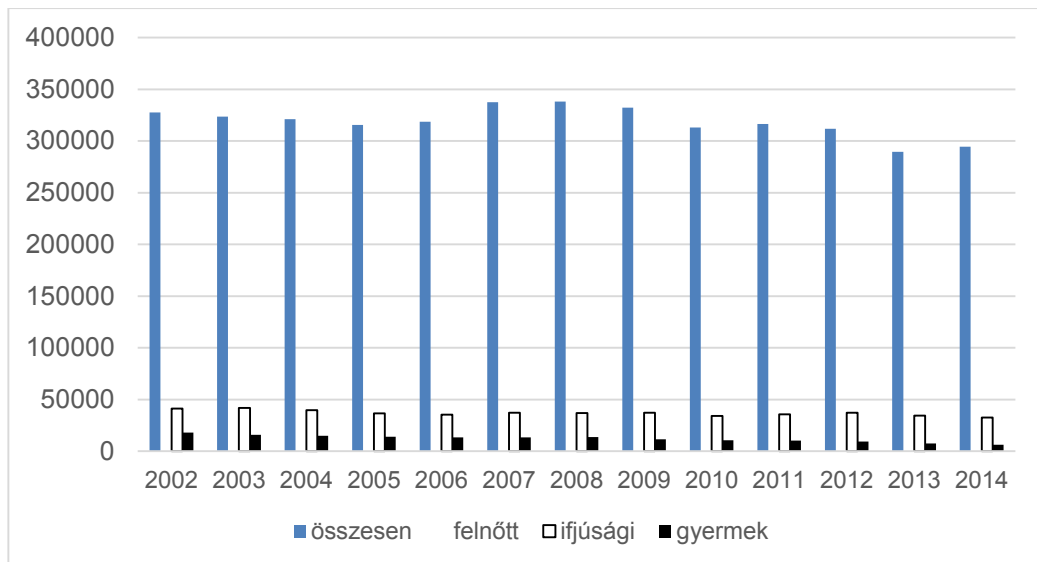


12/3. ábra: horgászturizmus helye a turizmusban Ivancsó és Ercsey megközelítésében  
(Forrás: Hoitsy, 2012 alapján)

A vízi turizmusnak megkülönböztethetjük aktív és passzív formáit, attól függően, hogy a benne résztvevők milyen tevékenységet végeznek. Bánhidi (2013) szerint „a passzív vízi turizmusban az emberek elsősorban a vízi környezet jótékony hatásait veszik igénybe úgy, hogy nem végeznek aktív tevékenységet.” A horgászturizmus esetén passzívnak a horgászversenyeken nézőként, vagy a szabadidős horgászatot kísérő családtagként való részvételt értjük. Maga a horgászat azonban az aktív turizmushoz sorolandó.

A horgászok által csak „bértavaknak” nevezett magánkezelésben lévő tavak általában standardizált szolgáltatásokat nyújtanak. Az ezeken horgászók inkább tekinthetők tömegturizmus résztvevőknek, míg a természetes vizeket előnyben részesítők, az egyediséget keresők, kalandra vágyók az alternatív turizmus résztvevőinek (Eden és Baratt, 2006).

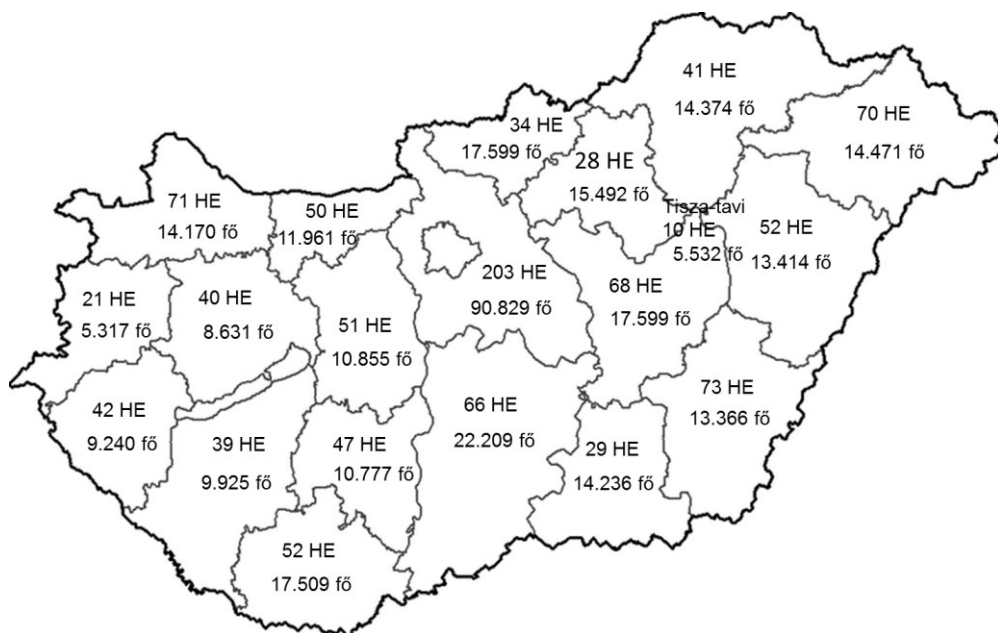
Magyarországon 2014-ben a NÉBIH (Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal) adatai szerint – 367 689 fő rendelkezett állami horgász engedéllyel. Közülük 13 319 fő volt külföldi. A 12/4. ábrán a Magyar Országos Horgász Szövetség által regisztrált horgászok számának alakulását mutatja 2002 óta.



12/4. ábra A Magyar Országos Horgász Szövetségnél regisztrált horgászok létszámának alakulása (2002-2014)

Forrás: Magyar Országos Horgász Szövetség (<http://www.mohosz.hu/letszam.html> Letöltve:2014.04.19.) adatai alapján

A Magyar Országos Horgász Szövetség közvetlenül 25 megyei, illetve területi szövetséget irányít, melyek alá 1106 horgászegyesület tartozik. Ezen horgászegyesületek közül 630 rendelkezik saját hasznosítású vízzel. A 12/5. ábra megyénként mutatja a horgászegyesületek és horgászok létszámát több év átlagában (Fűrész és Zellei, 2013).



12/5. ábra Az egyesületek (HE) és a horgászok száma (fő) több év átlagában, megyénként (kiegészítve a Tisza-tó adataival) Forrás: Fűrész és Zellei, 2013.

Magyarországon nagyjából 130 – 140000 hektár vízterületen lehetséges a horgászat. Ebből mintegy 30000 hektár (21,8%) található a horgászszervezetek (egyesületek, megyei-területi-országos szövetségek) kezelésében, a többin a Balatoni Halászati ZRt. (45%), halászati szövetkezetek (24,4%), mezőgazdasági szövetkezetek (2,8%), önkormányzatok (1,7%) és kistermelők, magánhasználók (1,6%) gazdálkodnak.

### **12.3. KUTATÁSI MÓDSZEREK**

Primer kutatásunk során a magyar horgászok horgászati szokásait vizsgáltuk, különös tekintettel a horgászturizmus jellemzőire. A vizsgálat célja volt, hogy feltárjuk azokat a problémákat, melyek jelenleg hátráltatják a horgászturizmus kiszélesedését és segítsük a horgászturizmus kínálati elemeinek a horgászok igényeihez való igazítását.

A kvantitatív kutatás előtt, mélyinterjúk segítségével, kvalitatív kutatást végeztünk több, megyei, egyesületi vezetővel, valamint az egyetlen, csak horgásztúrákra szakosodott utazási iroda, az Adventure Fishing vezetőjével. Ezen mélyinterjúk több, a horgászturizmus fejlődését hátráltató okot feltártak és segítettek a problémák jobb megértését.

A horgászturizmus fejlesztéséhez szükséges a horgászati és horgászturizmus szokások ismerete is. Ehhez 2013. november és 2014. március között online kérdőíves megkérdezést folytattunk a horgászok körében (n-1439). A mintavétel során szűrő feltételként határoztuk meg, hogy csak jelenleg is aktív horgászok kerüljenek bele a mintába. A kvótás mintavételhez két kvóta jellemzőt határoztunk meg, az egyik, hogy a területi egységek (megyék) tekintetében a mintánk kövesse a horgászok számának eloszlását (3. ábra), a másik jellemző tekintetében törekedtünk arra, hogy minden horgászati módszer megfelelő mértékben reprezentálva legyen (akik az adott évre állami engedélyt váltottak).

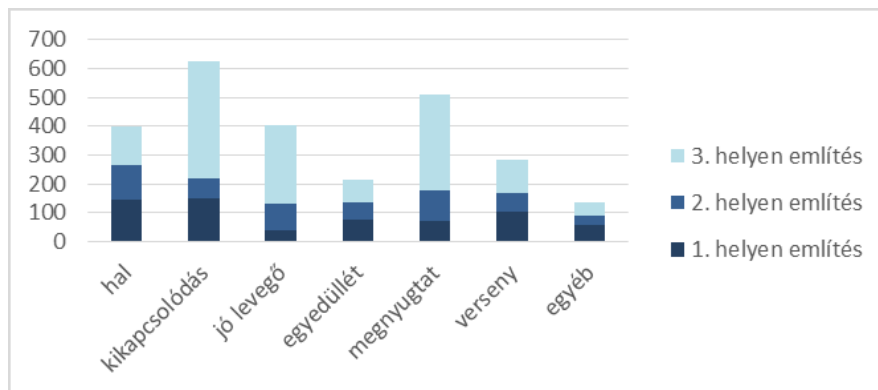
Az értékelést SPSS programmal végeztük. Az adatokat gyakorisági-, keresztábra-, variancia-elemzésekkel és klaszteranalízissel vizsgáltuk.

### **12.4. KUTATÁSI EREDMÉNYEK**

#### ***12.4.1. Időtényező és motiváció***

Elsőként azt vizsgáltuk, hogy az egyes horgászok mióta horgásznak. Megállapítottuk, hogy a magyar válaszadók közel 80%-a 10 évnél hosszabb ideje horgászik. Ha ehhez hozzá vesszük azt is, hogy a válaszadók 4,7%-a 18 év alatti volt, akkor még figyelemre méltóbb ez a szám.

Vizsgálva a horgászok motivációját, azt a megállapítást tehetjük, hogy a magyar horgászoknál a kikapcsolódás, a pihenés, a hétköznapiakból való kiszakadás az elsődleges, és a halfogás csak másodlagos szempont (5. ábra). Ezt támasztja alá a „catch and release” mozgalom magyarországi terjedése is.



12/6. ábra A legfontosabb motivációk, amiért az emberek horgászni mennek

Az is bizonyossá vált, hogy a horgászokra a legnagyobb hatást a környezetükben élők gyakorolják, 55,5%-uk a szülő vagy rokon, további 19%-uk pedig barát hatására kezdett el horgászni. Ez alapján megállapítható, hogy a gyerekek horgászatba való bevonásában nagy szerepe van a mintakövetésnek, a közös horgászatoknak, a vízparti nyaralásoknak.

Munkánkban vizsgáltuk a horgászat időbeliségét, azaz a rendszerességet és a horgászattal töltött napok számát. Összességében elmondható, hogy a horgászok 76%-a több mint 21 napot, ezen belül 40%-uk több mint 50 napot tölt évente a vízparton. Összevetve a nemzetközi adatokkal megállapítható, hogy a magyar horgászok az európai átlagnál több időt áldoznak hobbijukra, hisz Kohl (2002) tanulmánya szerint a svájciak 44, az osztrákok átlagosan 23,3 napot, míg a finnek 18,8, a norvégok 13,3 napot töltenek évente horgászattal. A keresztábra elemzések a horgászat gyakorisága és a horgászattal eltöltött idő, valamint a horgászok foglalkozása és jövedelme között gyenge erősségű összefüggést mutattak. Tendenciaként elmondható, hogy a fizikai alkalmazottak gyakrabban és hosszabb időt töltöttek horgászattal, illetve a növekvő jövedelemmel nőtt az egy alkalommal horgászattal töltött időtartam.

#### 12.4.2. A horgászok költsége és jövedelme

Míg a horgászat rendszerességében és a vízparton eltöltött idő hosszában a NUTS1 régiók között nem volt eltérés, addig a költség tekintetében jelentős különbség mutatkozott. A legtöbbet Közép-Magyarország horgászai költöttek hobbijukra, a legkevesebbet pedig az Alföld és Észak régióé.

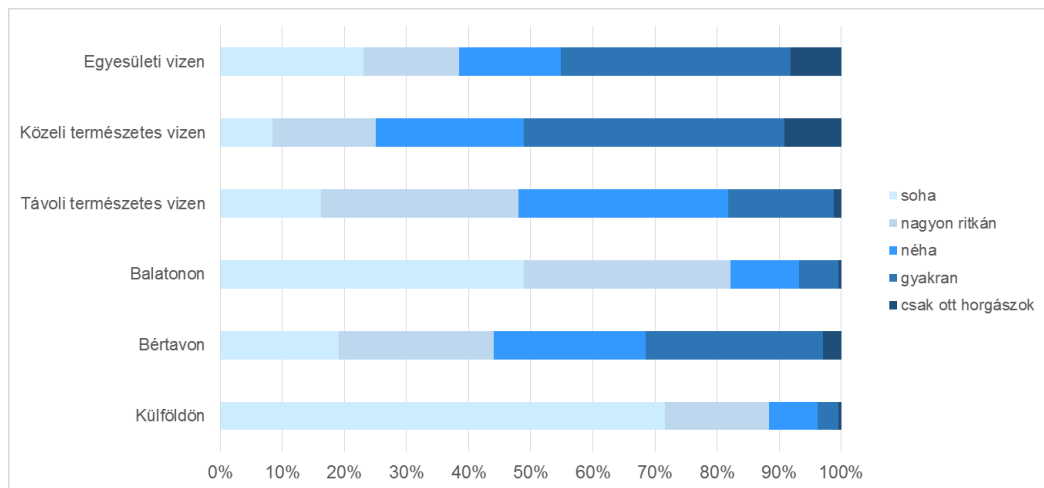


Maga a költés nagysága meglehetősen nagy szórást mutatott. A keresztábra elemzések alapján pedig meglepve tapasztaltuk, hogy a jövedelem és a költés között nem találtunk szoros összefüggést. Az adatokat elemezve az derült ki, hogy vannak olyan horgászok, akik szinte minden pénzüket a horgászatra költik. A horgászok többsége, ha a horgászatra fordított összegből, a boltban vásárolná a halat, az éves halfogyasztását megháromszorozhatná, ha a KSH által közölt 2013. évi 5 kg-ból indulunk ki és a süllő közel 3000 Ft-os kilónkénti árát vesszük alapul.

#### ***12.4.3. A horgászok által választott desztinációk***

A rekreációs horgászat az egyik legkedveltebb szabadidő eltöltési forma Nyugat-Európában (Mordue, 2009). Például Finnország lakosságának 44 %-a rendszeresen jár horgászni és közel fele csónaktúrákon vesz részt (Sievänen and Neuvonen, 2006).

Munkánkban megvizsgáltuk a horgászok szokásait a horgászat helyével kapcsolatosan. Kutatásunk eredményei azt mutatják, hogy a legtöbben az egyesületük vizét, vagy közeli természetes vizeket, illetve „bértavakat” keresnek fel, így legtöbbször csak a helyi turizmusban vesznek részt (12/7. ábra). Ebben jelentős szerepet játszik az a tény, ami a mélyinterjúk során került felszínre, hogy a horgászok nincsenek túl jó véleménnyel a természetes vizek halállományáról, így nem látják sok értelmét a több napos utaknak, távolabbi hazai vizekhez.

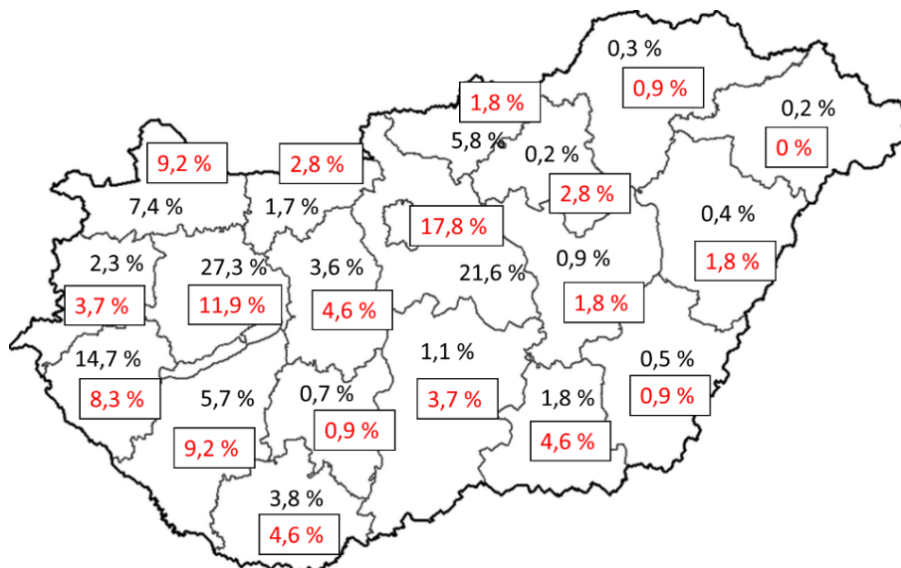


12/7. ábra A válaszadók horgászatának gyakorisága a különböző vizeken

A nagyrégiókat elemezve csak a Balatonon és a „bértavakon” való horgászat esetén mutattak az adatok összefüggést aszerint, hogy ki, melyik nagyrégióban él.

#### ***12.4.4. A Balaton mint horgász desztináció***

Külön elemeztük, a balatoni horgászat gyakoriságának és a lakóhelynek az összefüggését. Az eredményeink a MOHOSZ korábbi kutatásaival, – melyet Fűrész és Kovács (1999) publikált – hasonló eredményeket hoztak. A Balatont meglepően kevesen jelölték meg, mint választott horgász desztinációt, és azok is leginkább csak a közeli megyékben lakó horgászok. Minél távolabb lakik a horgász a Balatontól, annál kisebb a valószínűsége, hogy horgásztúráját oda szervezi (12/7. ábra). Érdeemes lenne a következőkben megvizsgálni, hogy horgász szempontból milyen a Balaton image-ja, mivel lehetne azt javítani, hisz a családi nyaralásokkal összekötött horgászathoz kedvező desztináció lenne. Különösen aktuális ez napjainkban, amikor a Balatonon leállt a halászat és előtérbe került a rekreációs célú horgászat.

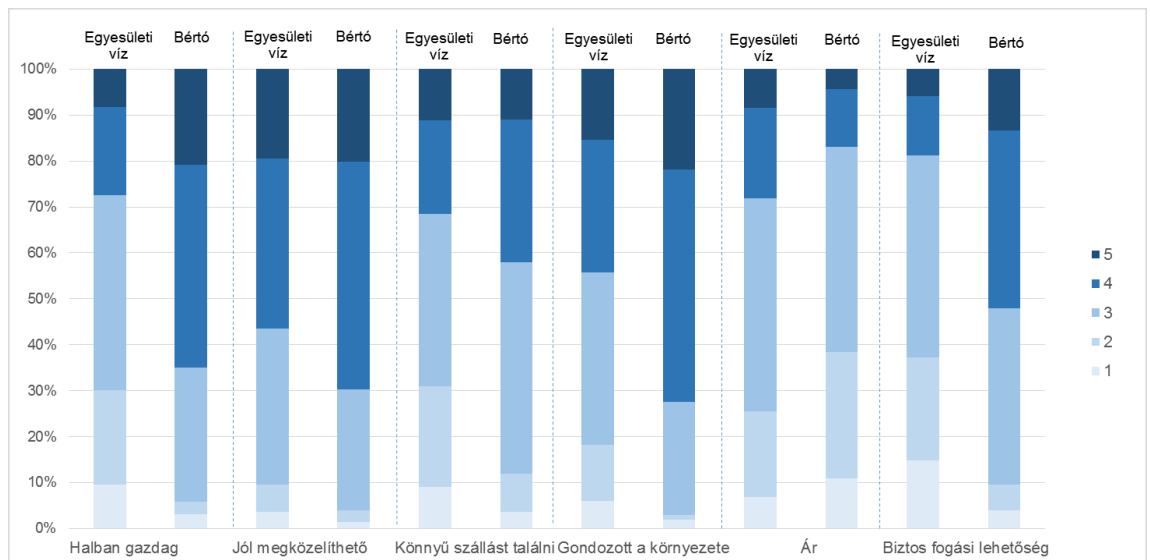


- a keretben saját kutatásunk értékeit jelöltük,
- a keret a MOHOSZ 1999-es kutatásából származó értékeket.

12/8. ábra Az egyes megyékből a Balatonon is horgászó horgászok száma, a megkérdezettek arányában

#### 12.4.5. A különböző kezelésű vizek megítélése

A horgászokkal folytatott beszélgetések során az derült ki, hogy sokan, inkább a halért is fizetnek a napijegyen felül, de szívesebben mennek „bértavakra”, mert a saját egyesületi vizükön vagy a környező természetes vizeken nem találják meg a megfelelő körülményeket. Persze a kép nagyon árnyalt, hisz a különböző megyékben eltérőek a viszonyok, van olyan megye, ahol egyesületi vizeket nem is találunk. Kérdőívünkben 6-6 kérdést tettünk fel az egyesületi vizek és a „bértavak” megítélésével kapcsolatban. Ezek a kérdések a halbőségre, a megközelíthetőségre, a környékbeli szállás lehetőségekre, a gondozottságra, az árra és a biztos fogási lehetőségekre vonatkoztak. A jó összevethetőség miatt egy ábrába sűrítve mutatjuk be a kapott eredményeket. A 12/9. ábra párban álló oszlopai egyszerre mutatják be az egyesületi (első oszlop) és a „bértavak” (második oszlop) értékelését. Minél sötétebb az oszlop, annál kedvezőbb a megítélés.



12/9. ábra Az egyesületi vizek és a „bértavak” megítélése különböző tényezők alapján

A 12/9. ábrán jól látszik, hogy az egyesületi vizek megítélése az "ár" kérdés kivételével minden egyes szempontnál rosszabb volt összességében, mint a „bértavaké”. A legjelentősebb különbség a "halban gazdag" és a "biztos fogási lehetőség" tekintetében volt. Az is feltűnő, hogy az egyesületi vizeknél a válaszadók nagy része közömbös választ adott szinte minden kérdésnél. A vizsgálat jól alá támasztja azt a feltételezést, hogy egy magasabb szintű horgászturizmus megvalósulásához az elsődleges feladat elérni, hogy vizeink ismét halban gazdagok legyenek, partjuk legyen rendezett, gondozott és jól megközelíthető.

#### 12.4.6. A horgászok szegmentálása

Primer kutatásunk segítségével kísérletet tettünk a horgászok szegmentálására a turizmussal is összefüggésbe hozható jellemzőik alapján. Ehhez klaszteranalízist használtunk. A klaszteranalízis alapját 14 Likert-skálával vizsgált kérdés alkotta. A kérdések a túra időtartamára (pl. "Jellemzően egy napos horgásztúrára megyek", "Jellemzően több napos horgásztúrára megyek"), a helyszínre ("Lakóhelyünkhöz közeli vizet keresünk fel", "Bértavon horgászunk", "Természetes vízen horgászunk"), és az egyéb tevékenységre, szolgáltatások igénybevételére vonatkoztak. ("Horgászat mellett fürdünk, napozunk", "Horgászat mellett kulturális programokban is részt veszünk", "Szállást is igénybe veszünk", "Étteremben étkezünk", stb.)

A klaszterek egyenletes eloszlásúak. Az egyes klaszterekbe 138, 146, 167, 122 elem tartozik. A klaszterek jellemzését több vizsgált tényező segítségével végeztük el. A klasztereket a klaszter középpontok (centroidok) alapján, valamint a klaszterelemzésbe be nem vont változók, és a klaszterek között végzett keresztábra elemzés alapján jellemeztük:

**„Hétfégi, családos, kiránduló horgászok”:** Az első klaszterre az 1 vagy több napos horgászat jellemző a természetes vizeken, a horgászok általában családotól utaznak és az étkezést maguk oldják meg. A válaszadók jellemzően Közép-Magyarország, Nyugat-Dunántúl, Dél-Alföld régiók horgászhajói, korukat tekintve minden korosztály közel azonos szinten van reprezentálva a klaszterben és legalább érettséggel vagy magasabb végzettséggel rendelkező, többnyire szellemi foglalkozásúak.

**„Gumi-tó horgászok”:** A második klaszterbe azok kerültek, akik jellemzően 1 napos horgászatra mennek, a lakóhelyükhöz közeli horgászvizeket, ezek közül is leginkább a „bértavakat” keresik fel. Az étkezést ők is maguk oldják meg. A klaszterbe elsősorban Nyugat-Dunántúl, Észak-Magyarország, Dél-Alföld és Közép-Dunántúl választói tartoznak, akik szintén többségükben érettséggel vagy magasabb végzettséggel rendelkeznek, szellemi vagy fizikai foglalkozású alkalmazottak.

**„Buli-horgászok”:** A harmadik klaszterre leginkább az egy napos horgászatok jellemzőek. A horgászok többnyire barátokkal, természetes vizeket keresnek fel és az étkezést szintén maguk oldják meg. Családot nem visznek magukkal. A klaszterbe minden régió hasonló mértékben van reprezentálva, leginkább az érettséggel és a szakmunkásvizsgával rendelkező választók tartoznak, akik többségükben fizikai munkát végző alkalmazottak.

**„Magányos horgászok”:** A negyedik klaszterbe tartozók szintén az egy napos horgászati preferenciák, de ők a lakóhelyükhöz közeli természetes vizeken horgásznak, egyedül mennek horgászni és az étkezést szintén maguk oldják meg. Elsősorban az Észak-Alföld és Észak-Magyarország horgászaira jellemző és – bár a kor alapján máshol nem lehetett egyértelműen szegmentálni, itt a választók közül legmarkánsabban az 55–65 év közöttiek jelentek meg.

A fentiekből is kitűnik, hogy a legtöbben a közeli desztinációkat részesítik előnyben, a horgásztúráik így nem szállás és vendéglátás orientáltak. A költségek nagy részét a horgászjegyek, az etetőanyagok, a csalik jelentik, valamint a „bértavak” esetén a hazavinni kívánt hal ára.

Kíváncsiak voltunk, hogy a horgászati módszerek és az egyes klasztercsoportok között van-e valamiféle összefüggés, ezért a horgászati módszerekkel és a négy klasztercsoporttal is keresztábrán elemzést végeztünk. Az elemzésről megállapítható, hogy a cella feltételek teljesültek és a Khi-négyzet értéke, valamint a Cramer-féle teszt közepesnél gyengébb eredményt adott. A kapott eredmények azt mutatják, hogy a 2. klasztert leginkább a fenekezős/feederes módszert használókkal lehetne beazonosítani, a 3. klasztert pedig a bojlis horgászokkal. Ez utóbbinál meg kell azonban jegyezni, hogy a bojlis módszer az etetési sajátosságai miatt, a valóságban többnyire többnapos horgászatot jelent. Az 1. és 4. klaszter

esetén más változókat is be kellene vonni az elemzésbe, hogy pontosabban le lehessen írni az oda tartozó horgászokat. Természetesen a közepesnél gyengébb eredmény a másik két klaszter esetén is felveti további összefüggések keresésének szükségességét.

## **12.5. ÖSSZEGZÉS**

A horgászturizmusban, mint speciális vízi turizmus termékben jelentős gazdasági potenciál rejlik, mely megfelelő feltárással, akár elmaradott térségek számára is esélyt jelenthet a turizmusba való bekapcsolódásra, munkahelyet teremt és adóbevételt jelent. Különösen jó lehetőséget látunk a falusi turizmussal való összekapcsolására. Azon falusi szálláshelyek, melyek horgászvizek közelében vannak, speciális kínálati elemként kezelhetnék a horgászatot. Ahhoz, hogy ez megvalósuljon, fontos szerepe lenne a horgászegyesületeknek, hogy felvegyék a kapcsolatot a környékbeli szállásadókkal. Jelenlegi kutatásaink szerint a horgászok nem nagyon vesznek igénybe szálláshelyet és étkezést a horgászvíznél, mert viszonylag kevesen utaznak nagy távolságra a horgászélmények miatt. A jövőbeli feladat éppen abban áll, hogy megfelelő feltételeket teremtve, komoly marketingkommunikációval támogatva fejlesszük a horgászturizmust. Számos példát tudunk sorolni arra, hogy ez megvalósítható, hogy csak néhányat említsünk: Maconkai-víztározó, Deseda-tó, különböző vasi vizek (Gyöngyös-patak, Pinka-patak, vaskeresztesi Alpesi-horgásztó), ezen helyszínek mindegyikén jelentős fejlesztések történtek az elmúlt években.

Az egyesületi halgazdálkodásba adott vizeken az egyesületeknek komoly fejlesztéseket kellene megvalósítani, ehhez azonban szükség lenne, egyrészt a tulajdonviszonyok rendezésére, másrészt több megpályázható forrásra.

A horgászturizmus fejlesztéséhez elengedhetetlen vizeink gazdagabb halasítása és a halak fokozottabb őrzése, mert bár a kikapcsolódás, a rekreáció a fő motívum, de azért nem tekinthetünk el a másik fontos céltól sem, a halfogástól. Az új halgazdálkodási törvény helyzetbe hozta a horgászatot a halászattal szemben, azonban a fentiek nélkül ez kevés.

Primer kutatásunkból is kiderült, hogy a horgászok problémaként nevezték meg a vízpartok gondozatlanságát, a nehézkes megközelíthetőséget, ezek szintén mielőbbi beavatkozást igényelnek. A vizsgálat minden régióban jellemzően ugyanazokat a problémákat tárta fel, így országos szinten egységes horgászturizmus stratégiával lehetne ezt a turizmus területet fejleszteni, az elmaradott térségekben a falusi turizmussal összekötve számos új munkahely jöhetne létre.

Vizeink gazdagsága, természeti szépségeink és nem utolsósorban kedvezőbb áraink a külföldi horgászturizmust is fellendíthetnék, de a külpiazi sikerekre csak egy erős belföldi horgászturizmus esetén számíthatunk, kiépített infrastruktúrával, halbőséggel.

Fontos lenne egy olyan adatbázis létrehozása, ahol a horgászható vizek, az egyesületek, a szállásadók együtt jelennek meg.

A horgászturizmushoz szükség van olyan turizmus szakemberekre is, akik megfelelő horgászati és helyismerettel rendelkeznek, beszélnek nyelvet.

A gyerekek, az ifjúság megszólítására nagy szükség lenne iskolai szakkörök, nyári táborok keretében, de kell a (horgász)szülők együttműködése. Ezen alkalmakon nem csak a már horgászó, hanem a horgászat, természet iránt érdeklődő gyerekek is részt vehetnének. A horgászok, kutatásaink szerint szegmentálhatóak a horgászati módszerek alapján, módszerekhez kapcsolódó csoportjaik (internetes) alapján pedig jól elérhetőek, ami felhasználható marketing akciókhoz.

## 12.6. Szakirodalom

1. Aubert, A. (2012). A turizmus rendszere, in: AUBERT Antal (szerk.): Magyarország Idegenforgalma Szakkönyv és Atlasz, Cartographia Tankönyvkiadó Kft., Budapest, pp 12.
2. Bánhidi, M. (2013). Vízi és vizek menti turizmus alapjai, Magyar Sporttudományi Társaság Sportturizmus Szakosztály, Budapest, pp. 22.
3. Brainerd, S. (2010). European charter on recreational fishing and biodiversity, Strasbourg, Standing Committee 30th meeting Strasbourg, 6-9 December 2010
4. Brown, A.; Djohari, N. & Stolk, P. (2012): Angling and Rural Communities in: Fishing Answers: Final Report as Social and Community Benefits of Angling Project in: [http://www.resources.anglingresearch.org.uk/project\\_reports](http://www.resources.anglingresearch.org.uk/project_reports) (Letöltve:2014.02.14.)
5. Dr. Kohl Research Consult (2000): Soziale und ökonomische Bedeutung der Angelfischerei in Österreich, Represäsentativumfrage Juni-September 2000
6. Dr. Kohl - Research Consult (2002): Social and Economic Value of Recreational Fishing, European Anglers' Alliance, Vienna, Austria
7. Eden, S. & Baratt, P. (2009). Outdoors versus indoors? Angling ponds, climbing walls and changing expectations of environmental leisure, Area (2010) 42.4, pp. 487–493
8. FAOSTAT, 2013.
9. Fűrész Gy.; Kovács N. (1999). A magyar horgászat szocio-ökológiai felmérése, MOHOSZ
10. Fűrész Gy. ; Zellei Á. (2013). A horgászat, a horgászturizmus jövője és kapcsolata az akvakultúrával, MOHOSZ, Kézirat

11. Füstös G. (2010): Horgászturizmus jegyzet, Kézirat in: [http://balatonihal.hu/files/2846/Horgaszturizmus\\_kezirat.pdf](http://balatonihal.hu/files/2846/Horgaszturizmus_kezirat.pdf) (Letöltve:2013.01.15.)
12. Hoitsy Gy.; Woynarovich, A. & Moth-Poulsen, T. (2012). Guide to trout farming based angling tourism, The FAO Regional Office for Europe and Central Asia, Budapest
13. Kauppila, P.– Karjalainen, T. P. (2012). A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland, Fisheries Research, Vol. 127– 128, pp. 88–97.
14. Lengyel, M. (2002). A turizmus általános elmélete I., Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest
15. Matulić, D.; Šprem, N.; Piria, M.; Tomljanović, T.; Treer, T.; Safner, R. & Aničić, I. (2010). Analysis of Recreational Fisheries in the Croatian Areas of the Sava and Danube Rivers, Agriculturae Conspectus Scientificus, Vol. 75 No. 4. pp. 183–190.
16. McManus, A.; Hunt, W.; Storey, J.; White, J. (2011). Identifying the health and well-being benefits of recreational fishing, Centre of Excellence for Science, Seafood and Health; Curtin Health Innovation Research Institute; Curtin University, pp.6.
17. Michalkó G. (2001). Turizmus és területfejlesztés, in: BELUSZKY Pál – KOVÁCS Zoltán (szerk.) A terület és településfejlesztés kézikönyve, CEBA Kiadó, Budapest
18. Michalkó, G. (2003). Az aktív turizmus elméleti kérdései. In: Dávid Lóránt (szerk.): Aktív turizmus. Debreceni Egyetem, Debrecen
19. Mordue, T. (2009). Angling in modernity: a tour through society, nature and embodied passion. Current Issues Tourism, Vol. 12, pp. 529-552.
20. Navratil, J.; Martinát, S., Kallabová, E. (2009). Framework for utilizing angling as a tourism development tool in rural areas, Agricultural Economics 55, 10
21. Ryglová, K. (2007). Limiting factors in the field of business activities in rural tourism, Agricultural Economics – Czech, 53 (9) pp. 421-431 in: Navratil, J.; Martinát, S. & Kallabová, E. (2009). Framework for utilizing angling as a tourism development tool in rural areas, Agricultural Economics 55 (10)
22. Sajtos, L. – Mitev, A. (2007). SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv, Alinea Kiadó, Budapest, pp. 33.
23. Schramm, H., L.Jr.; Gerard, P., D. & Gill, D. A. (2003). The Importance of Environmental Quality and Catch Potential to Fishing Site Selection by Freshwater Anglers in Mississippi. North American Journal of Fisheries Management, Vol. 23. No. 2. pp. 512–522.
24. Schramm, H., L.Jr. & Gerard, P., D. (2004.). Temporal changes in fishing motivation



- among fishing club anglers in the United States. *Fisheries Management and Ecology*, Vol. 11, pp. 313–321.
25. Sievanen, T.; Neuvonen, M. & Pouta, E. (2006). Research agendas and issues in lake tourism: from local to global concerns. In: Hall, C.M., Härkönen, T. (Eds.), *Lake Tourism. An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems*. Channel View Publications, Clevedon
26. Szabó, G. (2012). A vidéki turizmus Magyarországon, in: Aubert A. (ed.): *Magyarország Idegenforgalma Szakkönyv és Atlasz*, Cartographia Tankönyvkiadó Kft., Budapest, pp. 38.
27. Tóth, G.; Nagy, Z. (2013). Eltérő, vagy azonos fejlődési pályák? A hazai nagy városok és térségek összehasonlító vizsgálata, *Területi Statisztika*, 2013, 53(6):593-612
28. Wilson, S., Fresenmaier, D. R. & Van Es, J. C. (2001). Factor for success in rural tourism development, *Journal of Travel Research*, 40 (2): pp. 132-138. in: Navratil, J. – Martinát, S. – Kallabová, E. (2009). Framework for utilizing angling as a tourism development tool in rural areas, *Agricultural Economics* 55, 10, s. 508-518. ISSN 0139-570X
29. 2013. évi CII. törvény a halgazdálkodásról és a hal védelméről, *Magyar Közlöny*, 2013. évi 102.sz.

### 13. EGY BALATONI VÍZISPORT KÖZPONT MŰKÖDÉSI KÖRNYEZETÉNEK VIZSGÁLATA (NAGY KINGA – DR. BÁNHIDI MIKLÓS)



13/1. ábra



13/2. ábra

### 13.1. BEVEZETÉS

A szeles sportokba könnyű beleszeretni. Kipróbálni, megtanulni, gyakorolni, tanítani talán könnyebb volt őket, mint elemezni a turisztikai feltételek létrejöttét és közegét. Ennek a szakmai kihívásnak eleget téve igyekszem most bemutatni ezeket a sportturisztikai tényezőket egy szeles sportokra épülő hazai kisvállalkozás – egy balatonföldvári vízisport központ - példáján keresztül, amit módomban volt részleteiben is megismerni.

Az esettanulmány azt tűzi ki céljául, hogy bemutassa, milyen környezeti tényezők játszanak közre a sporttevékenységek turisztikai élménnyé válásában, illetve hogyan működnek ezek és mi a jelentőségük.

Az esettanulmány célja, hogy bemutassa a sporttevékenységek turisztikai élménnyé válásában szerepet játszó környezeti elemek jelentőségét és működését.

### 13.2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

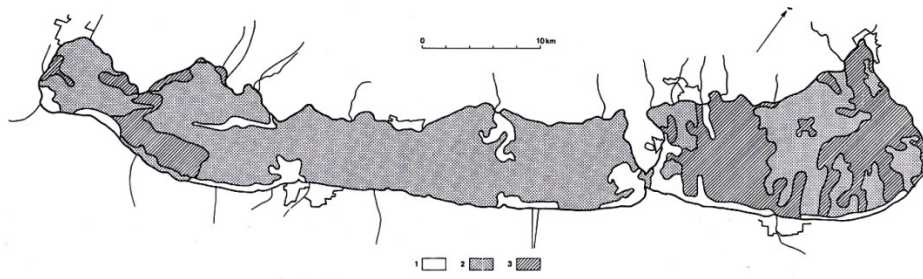
Az előrejelzések szerint a jövőben a turizmusnak csak azon ágazatai lesznek versenyképesek és tudnak talpon maradni, melyek az emberek szakmai és személyes elkötelezettségeire építenek; előrevetíti, hogy az emberek hajlandóak lesznek jelentős összegeket áldozni a sportturizmusra. (*Földesiné, 2005*)

A szeles sportok kapcsán az outdoor tevékenységekhez szükséges technológiai fejlesztésekről, sportsikerekről jelennek meg cikkek a szaklapokban, míg ezek környezeti elemeinek vizsgálata kevésbé felkapott témakör. Annak ellenére, hogy a turizmus és az outdoor rekreáció kutatását sokáig külön kezelték, ma már tudományos körökben is elismerik, hogy a két területnek van közös halmaza. Ez megfelelő táptalajt nyújt ahhoz, hogy a mozgásos rekreáció tevékenységeit a turizmus rendszerének kontextusában vizsgáljuk. (*Hall és Page, 2014*)

A turisztikai keresletre irányuló kutatások jelentős része azt méri fel, hogy mitől és mennyire elégedettek a turisták a környezetükben érzékelt elemekkel. A visszatérő vendégek leggyakrabban a következőkre hivatkoznak: jó vízminőség, kellemes időjárás, az épített és természeti környezet harmonikus viszonya, kiváló ár-érték arány, magas minőségű szolgáltatások. (*Halassy, 2013*) Ezek az elégedettséget befolyásoló összetevők a sportturisztikai termék jellegétől függően más-más súllyal jelennek meg. Ami közös bennük: a sportturizmus elméleti modelljében szereplő makrokörnyezeti (természeti, társadalmi, gazdasági, infrastrukturális) elemek egymással és a középpontban álló sportturisztikai tevékenységgel szoros kölcsönhatásban vannak. (*Bánhidi, 2015*) A hangsúly a termékek jellegétől függően eltérő lehet, így például a balatoni vízi sportturizmus esetében például kiemelt figyelmet érdemel a természeti környezet feltérképezése.

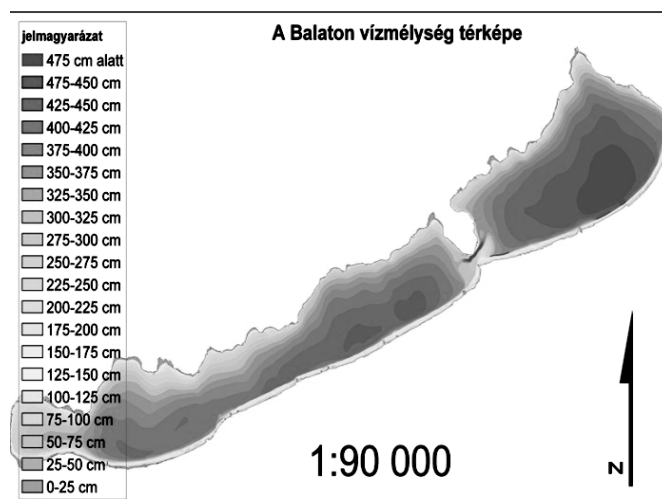
A település vízi élővilágáról elmondható, hogy a Szemesi-medence déli parti települései közül nádasokban viszonylag gazdag. A löszfal alatti, a kikötő keleti mólója mögötti nádasok, valamint a Földvár és Szántód közötti nagyobb nádas zonációja kedvező, mivel van benne nádas, gyékényes, sásos zóna. Fontos szerepe van a régi fasoroknak, amelyek kiváló fészkelőhelyet nyújtanak nagyobb testű madarak (például baglyok) számára. (Zlinszky, Mücke, Lehner, Briese & Pfeifer, 2012)

A település előtti vízfelület a Szemesi-medence keleti részén helyezkedik el. Ez a tó négy medencéje közül a második legtisztább és legátlátszóbb vizű, mivel a szennyezések döntő része a Zalából érkezik be Fenékpusztánál, így idáig érve már jelentősen felhígul (Virág, 1998). Balatonföldváron a mederüledék a Tihanyi félsziget irányába jellemzően homokos, a komp útvonalán és a Szemesi – medencében jellemzően homokos-iszapos. (Máté, 1987) (13/3. ábra)



13/3. ábra: A Balaton mederüledékének szemcseösszetétele: 1. homok 2. homokos iszap, iszap 3. agyagos iszap, agyag  
(Máté, 1987: 372.)

A Balaton vízmélység térképe (2. ábra) alapján ellentmondásosnak tűnik a sekély jelző a déli partra vonatkozóan, hiszen épp a déli part előtt kezd el hirtelen mélyülni a tó. A meder a Balaton teljes területén az északi partról a déli part felé egyenletesen lejt, a víz legmélyebb része a déli parttól 500-1000 méterre található homokpad, a marás közelében található, ami jól felismerhető a hullámok megváltozott formájáról. A tó legnagyobb mélysége 4-5 méter, így a felborult hajók árbóca szinte mindenhol leér. (Szakács, 2015.) Ez alól kivételt csak a 11 méter mély Tihanyi-kút jelent, melynek keletkezése máig nem tisztázott. (Kiss, 2015).



13/4. ábra: A Balaton vízmélység térképe (Zlinszky, Molnár és Herodek, 2008)

A Tihanyi-Szántód közötti szűkület vízmélysége nagy változatosságot mutat. Északi része, a Tihanyi-kút árokvonálán a vitorlázók számára biztonságosabb, mélyebb útvonal, melyet bőjásor jelöl (tihanyi cső), a déli részen a homokpad-rendszer egy mélyen benyúló sekélyebb rész, mely a nagyobb merüléssel rendelkező vitorlás hajók számára kerülendő terület (Szakács, 2015). Ennek oka, hogy félszigetről lebukó északi szelek ferdén érik el a déli partot, így a hullámozás a homokszemeket Balatonföldvár és Zamárdi felől visszavezeti Szántód irányába, melyek itt lerakódva kialakítják a turzasháromszöget (Kiss, 2015) (13/4. ábra).

A Balatonon, mivel nincsen állandó széljárás, a szél iránya és erőssége egy napon belül többször is megváltozhat. A szemesi medencében az uralkodó szélirány az északi és északnyugati. Ezek a legerősebb szelek, melyek hidegfrontok, zivatarok esetén hirtelen szélerősödéssel járnak.

(Dövényi, 2010). Balatonföldvár helyi jellegzetessége, hogy amikor erőteljes a nappali felmelegedés, valamint szép, nyugodt idő van (anticiklon), a szárazföld és a víz hőmérsékleti különbsége miatt a délelőtti órákban jó esély van a Tihanyi félsziget felől érkező kellemes, jól vitorlázható észak-keleti termikus szélre (Szakács, 2015).

A vízi sportolók számára élmenyelemként vagy nehezítő körülményként megjelenő hullámozás tudományos igényű vizsgálatával a műszaki és a földrajztudományok foglalkoznak. (Török, 2010 és Kiss, 2015) A sportturizmus kutatásába a természeti környezet sporttevékenységre gyakorolt hatásának megismeréséhez e tudományterületek bizonyos mértékű integrálása indokolt.

A tavak a jellemző hullámhossz és vízmélység aránya alapján sorolhatók három fő csoportba: mély, átmeneti és sekély tavak. A Balaton a sekély tavakhoz tartozik, ahol a mély

tavakkal ellentétben a mederfenék hatással van a hullámmagasságra, mivel a vízmélység felső korlátot szab a hullámmagasságnak. (Török, 2010)

Balatonföldváron a „csöböl” fújó keleti szél nem jár olyan nagy hullámokkal, mint az északi vagy nyugati szelek. Ennek oka, hogy a hullámok magasságát a meghajtási hossz (a szélirány mentén a szemben lévő partig mért távolság) határozza meg. A hullámok tetején megjelenő apró barázdákat a szél átmeneti felerősödését jelző „pöffök” okozzák (Holcsa, 1983).

A hullámok terjedését a kezdő szörfösök gyakran használják tájékozódási pontként a szél irányának megállapítására. Ez azonban csalóka lehet, hiszen a tó partközeli részein ezt nem csak a szélirány határozza meg. Két fontosabb jelenséget is figyelembe kell venni. A *refrakció* (hullámelhajlás) azt jelenti, hogy a sekélyebb vízbe érve lelassuló hullámok a mélységvonalakkal párhuzamossá válnak, így a partot már bekanyarodva érik el. A *diffrakció* (félkörívesen széttartó hullámfrontok) jelensége szerint, ha egy hullámnak a terjedési irányára merőlegesen, kis résen kell áthaladnia, akkor az árnyékolt részek felé is szét fog terjedni. Ez figyelhető meg nyugati szél esetében a Tihanyi-félszigeten (13/5. ábra) vagy a kikötők bejáratánál. (Török, 2010).



13/5. ábra: A Tihany-félsziget okozta diffrakció (Török, 2010: 10)

A vízi turizmus részét képező, de azzal nem azonos vízi túrázás kapcsán Donka (2011) a komplex turisztikai termékfejlesztést gátló tényezők közé sorolja a spontán módon, szabályozatlanul felduzzadó szolgáltatói oldalt és a be nem vont helyi lakosság között feszülő ellentétet.

A rendszerváltás a hazai vitorlás sportban is nagy változásokat hozott. Az állami üdülők vitorlásklubjait privatizálták, melynek pozitív hozadéka volt, hogy ezek az egyesületek nyitottabbak lettek. Tagjaik között ma már ugyanúgy találni az építőiparban dolgozó kisiparost, mint idegsebészt. (Zsély, 2013)

A hazai vitorlázó középosztály tagjává válni számos úton lehetséges. Az utóbbi években a több generáció közös pihenését kiszolgáló úszó nyaraló vásárlásával kacérkodóknak hozzávetőleg 3-4 millió forintos induló beruházásra kellett felkészülni. Ők a továbbiakban évi minimum fél millió forintot fizetnek a kikötői tárolásra. Amennyiben valaki nem szeretné leköttni magát és rendszeresen foglalkozni a hajó karbantartásával, de nagyobb társasággal szeretné mulatni az időt a magyar tengeren, egy hétvégére legalább 50-70 ezer forintos kiadással számolhat. Az önjelölt vitorláskapitányoknak a tanfolyam és vizsga díjára sikeres vizsga esetén nagyjából 140 ezer forintot kell költeni. A legolcsóbb vízre jutási lehetőség a Kalóz típusú, engedély nélküli vitorlás bérlése, melyet egyes vállalkozók 15 ezer forintért már egy teljes napra kölcsönadnak. (Baka és Szirmai, 2013). Az elittől a tömegek felé való nyitást trendjére utal az is, hogy egyre több olyan vízi sportközpont nyílik a strandokon, ahol hajóvezetői vizsga, klubtagság, kikötőbérleti díj megfizetése nélkül lehetőség nyílik a vitorlázás kipróbálására, elsajátítására. (Michaletzky, 2014)

Pine és Gilmore szerint (1999) a szolgáltatás gazdaságot követő élménygazdaság korszakában az emberek önmagában a megélt élményért hajlandóak többet fizetni, mint a leértékelődő árukért és egyéb szolgáltatásokért. A turisták az átmeneti tartózkodásuk alatt felfokozott élményszerzésre törekcszenek; így az új, külső hatások sokszorozottan jelentkeznek még a megszokott cselekvések végzésénél is. (Kovács, 2014)

### **13.3. VIZSGÁLATI MÓDSZEREK**

Vizsgálatainkhoz egy a Balaton déli partján, Budapesttől 120 km-re található vízisport központot választottuk, A bemutatásra kerülő jelenségek öt éven át tartó (2010-2015 július, augusztus) a balatonföldvári Viharsarok Vitorlás Központban végzett személyes megfigyeléseinken alapulnak, melyet további kutatási módszerekkel is kiegészítettük. A működés megfigyelésének struktúráját *Bánhidi* (2015) sportturizmus elméleti modellje alapján végeztük. Kvalitatív módszerként a Balaton régióban található szörfiskolák honlapjainak tartalom-elemzését, illetve az OMSz szakértőjének megkérdezését használtuk. A sportközpontba 2015 nyarán érkező, vízi sporteszközöket bérlő turistákat állandó lakóhely szerint (N= 745) elemeztük, irányítószám, megyeszékhelyek, fővárosi kerületek szerint.

### **13.4. EREDMÉNYEK**

#### ***13.4.1. A vízi sportközpont ismertetése***

A vizsgált sportközpont 2010 óta működik. A vállalkozást a nyitás óta folyamatos technikai és operatív fejlesztések, valamint a szolgáltatások megújítása jellemzi, ami képessé teszi

arra, hogy a turizmus e szegmensének piaci versenyében helyt tudjon állni. A szezonról szezonra történő fejlesztések azt a trendet igyekeznek követni, hogy az aktív pihenést választó vendégek számára az egyik legjelentősebb rekreációs színtér a vízpart és az ehhez kötődő, választható intenzitású tevékenységek. Ennek a speciális turisztikai terméknek a megismeréséhez a működési környezet tanulmányozásával kerülhetünk közelebb.

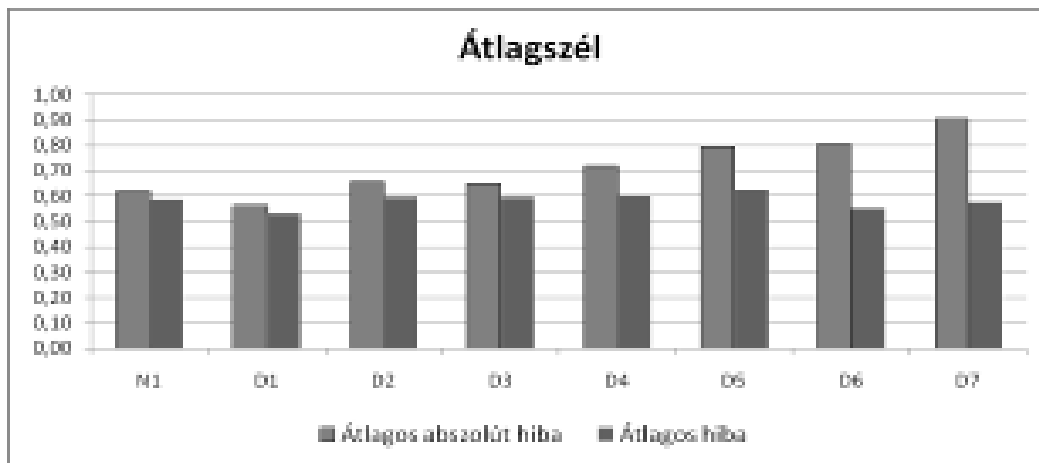
Balatonföldvár természeti adottságainak az a különlegessége, hogy a szomszédos Szántódról érhető el legközelebb a túlpárt (mindössze 1,6 km-re) a déli parti települések között előnyt jelent a vitorlás turizmus számára. A két part közelsége, túl azon, hogy a rév segítségével könnyedén átjuthatunk a Tihanyi-félszigetre, a sportolók biztonsága és a Hajózási Szabályzat (HSz, 2011) betartása szempontjából is fontos. Mivel a Balaton két partja között feszülő távolság átlagosan nyolc kilométer és a Hajózási Szabályzat (2011) szerint vitorlás vízi sporteszközzel, azaz windsurffel, strand katamaránnal, illetve vitorlás csónakkal nyugodt időben is maximum 1500 méterre lehet eltávolodni a parttól, logikusnak tűnhet a komp útvonalának népszerűsége (57/2011. (XI.22.) NFM Rendelet A Vízi közlekedés Rendjéről). Ennek ellenére a megfigyeléseink szerint a vízi sportközpontba érkező vendégek nagy része a Balatont egy óriási, homogén játszótérnek tekinti, amit kedve szerint meghódíthat, becsatagolhat az általa jól – rosszul kezelt sporteszközzel.

#### ***13.4.2. Az időjárási viszonyok szerepének, mérésének jellemzése***

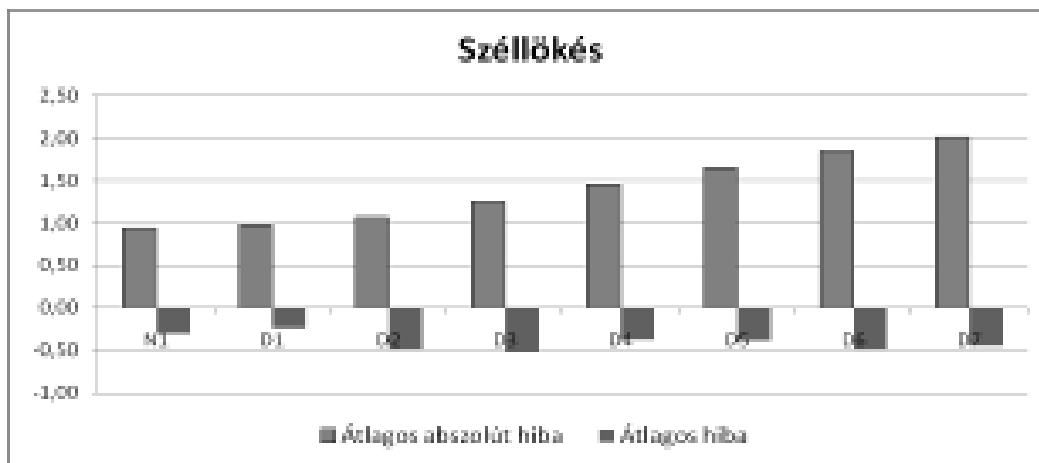
A sportközpont alkalmazottai, oktatói napi szinten szembesülnek olyan kérdésekkel, melyek a fogyasztói oldal felületes ismeretére engednek következtetni a tó természeti környezetéről. A vízi sportolók számára egyik elsődleges szempont a szélviszonyok ismerete, melyről legtöbbször az Országos Meteorológiai Szolgálat (OMSZ) előrejelzéseiből tudakozódnak. A vizsgáltak visszajelzései alapján a szélelőrejelzések gyakran nem pontosak, amelynek okai megismerésére elemeztük az Országos Meteorológiai Szolgálat 2014-es verifikációs jelentését (13/6. és 13/7. ábra).

A diagramok vízszintes tengelyein az előre jelzett időszakok szerepelnek (N1 – 1. éjszaka, D1 – 1. nappal, D2 – 2. nap, stb.). Az átlagos hibák esetén csupán az előre jelzett és mért értékeket hasonlítottuk össze, az abszolút hiba számításánál ennek a különbségnek az abszolút értékével számoltunk. Utóbbi esetben kiküszöbölhető, hogy a pozitív és negatív hibák kiegyenlítsék egymást, viszont eltűnnek az esetleges alá- vagy fölé becslések” (OMSZ, 2014).





13/6. ábra: Az átlagszél verifikálása 2014-re Magyarország térségére (Országos Meteorológiai Szolgálat, 2014)



13/7. ábra A széllökések megbecslésének adatai és hibái (Országos Meteorológiai Szolgálat, 2014)

A napi működés során a vízi sportközpont dolgozóinak fontos figyelemmel kísérni a viharokat előrejelző csapadékmozgást a radar videó segítségével, hogy időben jelezni tudják a vízre szállóknak, hogy meddig merészkedhetnek. (<https://www.idokep.hu/radar>) A szeles sportokkal foglalkozó vállalkozások számára kiváló lehetőséget jelent, hogy webkamerán keresztül saját telephelyük vízfelületét élőben és visszamenőleg is meg tudják jeleníteni a régi és új, potenciális kliensek számára.

Az Időkép nevű cég szolgáltatásai között megtalálhatók a felhasználók által feltöltött észlelések is. A sportközpont számára a cég segítséget nyújtott a szélmérő állomást és webkamerát telepíteni. A mérőállomáson keresztül egész éven át rögzítésre kerül az alapszél és a széllökés km/h-ban.

A Balatoni Vízügyi Rendőrkapitányság kollégái a Beaufort fokozatnak megfelelő első- és másodfokú viharjelzések életbelépésétől kezdve szürke

motorcsónakjaikkal megkezdik a Balaton belső részein tartózkodó vitorlázók figyelmeztetését, vagy – a Hajózási Szabályzat megsértése esetén – büntetését.

A Beaufort-skála szerinti szélerősséget az Országos Meteorológiai Szolgálat a viharjelző rendszer három állásával köti össze, és ez alapján szabályozza a vitorlás csónakok és vízi sporteszközök közlekedésének lehetőségeit. (<http://met.hu/ismertetok/Beaufort-skala.pdf>)

#### ***13.4.3. A vízi sportközpont szűkebb társadalmi környezete***

A város társadalmi környezetét alapvetően meghatározza, hogy a nyári szezonban állandó lakosságának 10-15-szöröse érkezik ide üdülni, megteremtve az igényt az exkluzív turisztikai szolgáltatások iránt. (*Integrált Városfejlesztési Stratégia*, 2010)

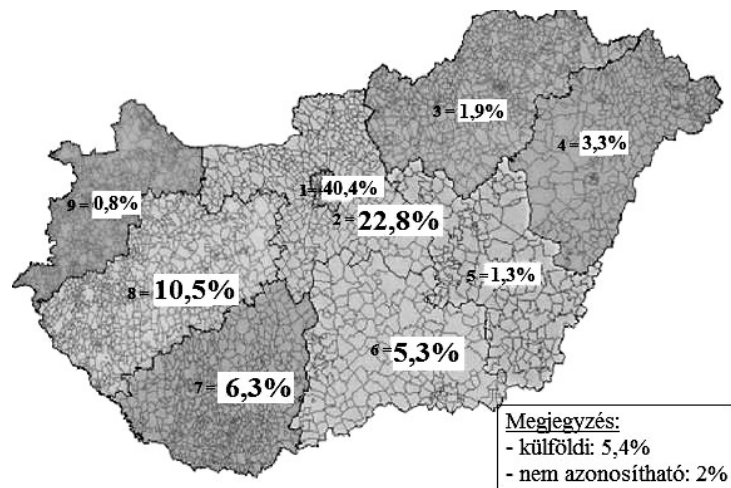
Az ide érkező vendégek főbb típusai és igényei személyes megfigyelés alapján az 1. táblázatban kerültek csoportosításra. A vendégek újabb csoportjainak bevonására ad lehetőséget a Balatonföldvári kistérségi turisztikai egyesület programjaihoz való csatlakozás.

## 13/1. táblázat

## A sportközpontba érkező vendégek típusai

<b>A vízi sportközpontba érkező vendégek típusai</b>				
<b>Vendégtípusok</b>	<b>Indíték</b>	<b>Igénybevett szolgáltatás</b>	<b>Előfordulása:</b>	<b>Számukra fejlesztendő szolgáltatás</b>
<i>7-12 éves gyerekek</i>	Külső, szülői indíték: mozgáskultúra fejlődése, gyerekleköltése.	1 hetes / 10 órás szörf / vitorlás tanfolyam.	Gyakori, inkább sportos szülők kezdeményezik	Vitorlázáshoz kötődő játékos parti foglalkozások.
<i>13-17 éves fiatalok</i>	Divatos sportág megtanulása.	Szörf tábor, csoportos tanfolyamok	Egész szezonban szívesen jönnek.	Bérelhető GoPro kamera, „fun”-elemek
<i>20-30 éves hölgyek</i>	Test-lélek egyensúlyát megteremteni. Divatos, új eszköz.	SUP bérlés barátnővel, párral SUP joga óra	Hétfévente, szezononként 4-5 alkalommal	Vendéglátóipari egység kialakítása (étel-ital)
<i>Fiatal, gyermek nélküli párok</i>	Közös időtöltés, harmonikus környezet.	Pár órás hajóbérlés, Szörf / vitorlás tanfolyam	Teljes hétféjére érkeznek, rászánja a hétféjét.	GoPro kamera bérlése, Külföldi szörf tábor szervezése
<i>Többgyermekes családok</i>	Eves szabadság alatti családi élmény.	Kajak, SUP, kalóz bérlés	Ritka, magasabb jövedelmű szülők!	Vezetett, hosszabb kajak/ SUP túrák
<i>25-40 éves férfiak</i>	Adrenalin növelés, kaland keresés.	Katamarán / szörf oktatás-bérlés	Hétféjén, erősebb szél esetén érkeznek.	Vendéglátóipari egység kialakítása
<i>Szörf tároló fiatalok</i>	Társaságban sportolás, „klub” hangulat	Olcso szezonbérlés, de alapinfrastruktúrát is használ.	Gyakran, huzamosabb időt tölt itt.	Külön tároló helyiség, igénybevehető szolgáltatások tisztázása.
<i>Nyaralótulajdonos, Helyi lakos</i>	Földrajzi közelség okán praktikus itt tárolni / bérelni eszközt.	Szélfüggő szörf / vitorlás bérlés	Társalogni jön, nem célirányos fogyasztás.	Külön tároló helyiség, igénybevehető szolgáltatások tisztázása.

A vízi sporteszközt bérlő vendégek többsége, 40,4 %-a a fővárosból (N=301), míg a budapesti agglomerációból 22,8 %-uk (N=170) érkezik. A Zala, Veszprém, Fejér megye területére eső 8-as körzet a bérlők 10,5 %-át, a 40 külföldi pedig 5,4 %-át teszi ki. (13/8. ábra)

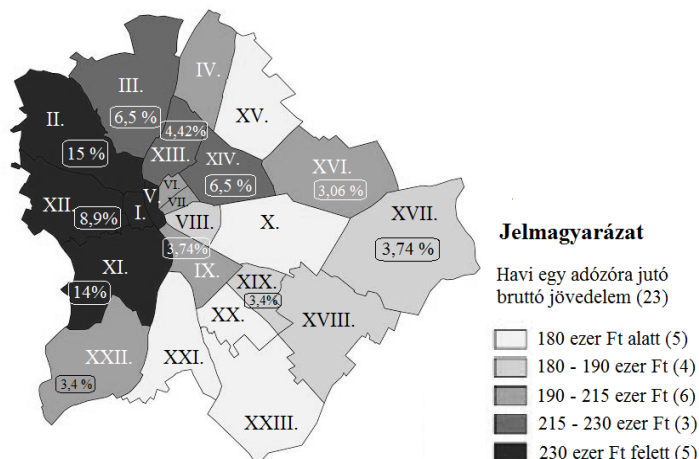


13/8. ábra A vízisport központ főbb küldő területei irányítószám szerinti megoszlásban,  
N=745

A megyeszékhelyek szerinti csoportosítás azt mutatja, hogy a vendégeknek csak 54%-a (N=399) érkezik megyei jogú városból. E felosztásban Budapestnek szintén kiemelkedő szerep jut (75%). A fővárost Tatabánya (4,75%), Kecskemét (4,5%), Debrecen (4%), Szeged (3%) és Kaposvár (2%), majd Pécs (1,5%) követi. Figyelemre méltó az a tény, hogy az ország néhány megyeszékhelyéről (Győr, Szombathely, Békéscsaba, Miskolc, Eger) egyáltalán nem látható kereslet.

A bérlők nemek szerinti megoszlásáról elmondható, hogy nagyon kiegyensúlyozatlan, hiszen a sporteszközt bérlők között a nők részesedése mindössze 17,5%. Ennek természetesen az is lehet az oka, hogy ha többen visznek el egy eszközt, általában a férfiak vállalják a felelősségi nyilatkozat kitöltését, amely alapján a szerző statisztikát készítette.

A 7. ábra alapján pedig elmondható, hogy a vízisport központba érkező vendégek dominánsan azokból a kerületekből érkeznek, ahol magasabb az egy főre jutó bruttó jövedelem (II. XI., XII., XIV., III., XIII.)



13/9. ábra: A vízisport központ főbb küldő területei Budapesten belül (N=301)

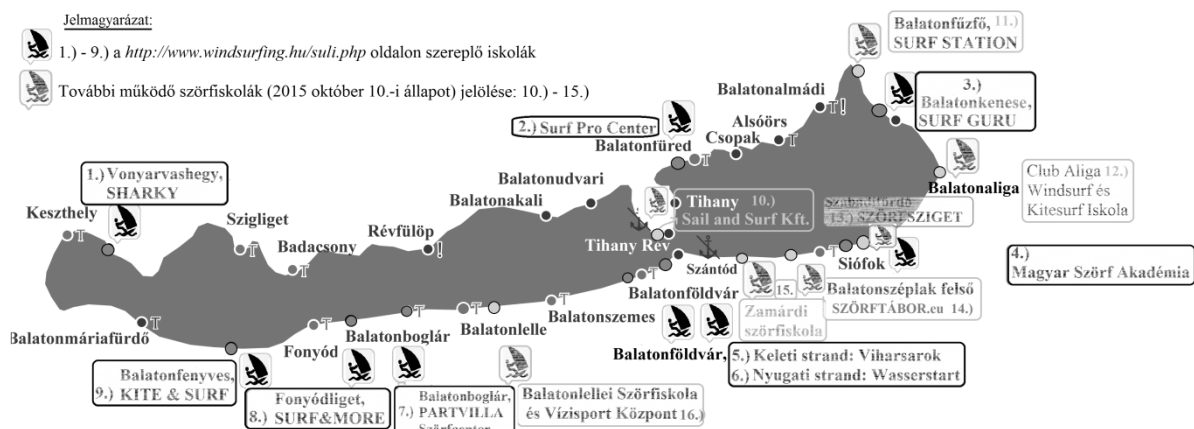
(Sápi, 2012 és saját kutatás alapján, 2015)

#### 13.4.4. A vízi sportközpont infrastrukturális környezete

A vizsgált központ infrastrukturális környezete kimondottan kedvezőnek mondható, hiszen a szántódi rév által könnyen elérhető az északi part, az M7-es autópálya és az Intercity vasúti megállóhely pedig lehetővé teszi, hogy a fővárosiak számára majdnem 1 óra alatt elérhető legyen a helyszín. A vállalkozás telephelyeként szolgáló szabadstrand 2010-re, 2011-re pedig az idevezető kerékpárút is teljesen megújult Európai Unió forrásból. A felújítás által új vállalkozások jelentek meg, melyek között megtalálhatók vendéglátóipari létesítmények és vízparti élményelemek. A Keleti strand mellett vezető kerékpárút kialakítása szintén fontos szerepet játszik abban, hogy a korzózó turistákat becsalogatja a területre. (Balatonföldvár város Önkormányzata, 2011a, b) Aki pedig végigsétál a strandon, észreveszi, hogy a kiterjedt eszközparkkal és hajóflottával rendelkező vitorlás központ egészen más jellegű szolgáltatásokat kínál, mint a strand többi vállalkozója.

#### 13.4.5. A vízi sportközpont versenytársi környezete

A vállalkozás piaci helyzetének, konkurensének beazonosításával lehetőség nyílik pozicionálni az esettanulmány tárgyát képező vállalkozást szolgáltatásai és eszközparkja szerint. A Balaton régióban a szerző összesen 16 db szörfiskolát talált 2015 októberéig. (8. ábra) A vállalkozások más-más módon alakították ki ajánlataikat, így az árak összehasonlításakor nem volt lehetőség mindet megvizsgálni.



13/10. ábra: Balatoni szörfiskolák szolgáltatásai

*(Balatoni Hajózási Zrt. (2015) térképe és honlap-elemzés alapján saját szerkesztés, 2015)*

A vállalkozások, reagálva a kereslet-kínálat helyi viszonyaira, eltérő konstrukcióban hirdetik meg tanfolyamaikat. (2. táblázat) A szörfoktatás megszervezése a Club Tihanyban összefüggő 5 napot vesz igénybe, míg Siófokon, a Szörfszigeten csak 2 órás oktatást ajánlanak fel.

A magasabb ár kialakítására az alábbi tényezők jogosíthatják fel a vállalkozókat:

- földrajzi fekvésből fakadó monopol piaci helyzet, nagyobb külföldi kereslet (Club Tihany)
- letisztult módszertan, magas szakmai színvonalú oktatás (Balatonfenyves, Kite & Surf)
- legújabb felszerelések megléte (Balatonfüred, Surf Pro Center)
- márka alakítása, életstílus-elemekre való kiemelt figyelem (Siófok, Szörfsziget)

A 2. táblázatban a 2015 októberéig működő szörfiskolák szolgáltatásai szerepelnek, szürkével azok a szolgáltatások vannak kiemelve, melyek a honlap elemzés alapján kiemelt termékei az egyes vállalkozásoknak. A táblázatban egyértelműen látszik, hogy a piacon lévő vállalkozások milyen fő profillal rendelkeznek.

## 13/2. táblázat

Balatoni szörfiskolák szolgáltatásai (honlap-elemzés alapján saját kutatás, 2015)

Balatoni szörfiskolák igénybe vehető szolgáltatásai honlap elemzés alapján (2015)							
Elérhető információk az iskolák honlapján:	wind-surf tanfolyam	wind-surf tábor	Dingi, jolle tanfolyam	katamarán tanfolyam	kajak bérlés	SUP bérlés	különleges ajánlat
<b>1.Vonyarcvashegy,</b> strand <i>Sharky Vízisport Iskola</i>	Kezdő: 4 / 10h	csak júliusban	Kezdő: 4 / 8h	-	1 és 2 személyes	-	Tanfolyam után kedvezm.
<b>2.Balatonfüred, Uni</b> Hotel <i>Surf Pro Center</i>	Kezdő: 4 / 10h	-	-	-	Legújabb, márkás felszerelések	-	7 nap bérlés, szezonbérlet
<b>3.Balatonkenese, Ba</b> laton Fői Yacht Klub, <i>Surf Guru</i>	Kezdő: 4 / 10h	11 turnus	-	-	-	-	0,5 h baby- oktatás
<b>4.Siófok,</b> <i>Magyar Szörf Akadémia</i>	-	4 turnus	-	-	-	-	Versenyző- képzés
<b>5.Balatonföldvár,</b> strand <i>Viharsarok Vitorlás Kp.</i>	Kezdő: 4 / 10 h	5 turnus	Kezdő: 8 h	Dingire épül, 1-2h	1 és 2 személyes	van	Tárolás GoPro videó
<b>6.Balatonföldvár,</b> strand <i>Wasserstart Sportkör</i>	Kezdő: 4 / 10 h	3 turnus	Kezdő: 4 / 10 h	Kezdő: 4 / 10 h	1 és 2 személyes	van	Tandem-szörf, túra
<b>7.Balatonboglár,</b> <i>Partvilla Surf Center</i>	Kezdő: 5 / 10h	-	-	Kezdő: 10 h	zemélyes	van	Parti villa bérelhető

<b>8.Fonyódliget,</b> <i>Surf &amp; More</i>	Kezdő: 4 / 10 h	-	-	Kezdő: 2 / 4 h	-	Retr o SUP	Freestyle oktatás
<b>9.Balatonfenyves, Ki</b> <i>és Windsurf Vízispo</i> <i>Centrum</i>	Kezdő: 4 / 10 h	-	-	-	1 és 2 szemé- lyes	SUP Race	Szörfok- tató tanfo- lyam
<b>10. Tihany, Club T</b> <i>hany,</i> <i>Surf and Sail Kft.</i> <i>SUP Center Bal</i> <i>ton</i>	Kezdő: 15h (5 nap)	5 napos fix kur- zus 3h / nap	Kezdő: 15h (5 nap)	-	-	Nagy válasz- ték	Charter haj- több nyelv oktatás, SU
<b>11. Balatonfüzfő,</b> strand <i>Surfstation</i> (mobil i kola)	Kezdő: 2 h	-	-	-	-	-	szörf- klub webshop
<b>12. Balatonaliga,</b> Club Aliga, <i>Windsu</i> <i>és</i> <i>Kitesurf</i> I kola	Kezdő: 4 / 10 h	-	-	-	-	-	kite tan- folyam (2 / 10 h)
<b>13. Siófok,</b> <b>Szabadifürdő</b> <i>Szörfsziget</i>	Kezdő: 2 h	szörf és wakeboa rd	-	-	-	Tabou Hifly	ambusz- szg. wakeboard
<b>14. Balatonszéplak</b> <b>felső</b> <i>SZÖRFTÁBOR.eu</i>	-	8 turnus	-	-	-	-	10 év tapaszta- lat
<b>15. Zamárdi,</b> <i>Zamárdi Szörf Isko</i>	Kezdő: 5/10 h	-	-	-	-	-	max. 3 fős cso- portok
<b>16. Balatonlelle,</b> <i>Vízisport Központ</i>	Nincs részle- tezve.	-	Nincs részle- tezve.	-	1 és 2 szem.	Van	2 hely- szín



### 13.5. Összefoglalás

Az esettanulmány célkitűzése az volt, hogy bemutassa, hogyan válhatnak a vízben úzó sporttevékenységek turisztikai élménnyé, és ebben a makrokörnyezet elemei milyen befolyásoló szereppel bírnak.

A honlap elemzések alapján kiderült, hogy az internetes tartalom minőségi fejlesztése, frissítése a szörfiskolák piacán nem dominál. A tartalom szerint alapvetően három típust lehet elkülöníteni:

- Funkcionális, praktikus: alapinformációk vannak az iskola tanfolyamtípusairól, módszertanról.
- Látványos imázs-és, márképítés: szörfös életérzésre, életstílus elemekre építő honlapok.
- Elavult honlap, kevés információval: sem a márképítés, sem a szakmai háttér nem meggyőző.

A vízisport központ varázslatos miliőjét a természeti és infrastrukturális környezet szerencsés összjátéka teremti meg. A közvetlenül a vízparton található klubház, hajótároló és a barátságosan kialakított park, valamint a Balaton egyedi vonzereje olyan közeget teremtenek, amelyért a vendégek hajlandóak anyagi áldozatot hozni. A nyitás óta eltelt öt év alatt a szolgáltatásainak bővülését a működés közben tapasztalt társadalmi igények ismeretében fejlesztette. A küldő területek vizsgálatánál meglepő eredményt hozott, hogy az alacsony jövedelmű, kistélepülési környezetből is érkeztek vendégek, akik dominánsan kajakot béreltek, továbbá a megyeszékhelyek szerinti nagyobb városok érkező vendégek nem domináltak (54%).

A vizsgált eset gazdasági sajátossága, hogy nagy a tőkeigénye, ellenben lassan, csak több szezon alatt térülhet meg. A termék jellegéből adódó magas eszközigény pedig állandó karbantartást és munkaerőt igényel, azaz a másfél hónapos szezon intenzív fizikai és szellemi erőnlétet követel meg az élmények létrehozóitól. A szezon meghosszabbítását a vizsgált esetenél külső körülmények nehezítik, melynek megváltoztatására egy vállalkozó kevés.

A jövőbeli fejlesztés irányait kétféleképpen lehet meghatározni. Egyrészt a fogyasztói igények folyamatos követésével, visszajelzések, az alkalmazottak felé irányuló kérdések alapján, másrészt pedig a konkurens iskolák és a piaci trendek figyelembevételével.

A természeti, infrastrukturális, társadalmi, versenytársi környezet egymásra hatásából származó következtetések kiindulópontként szolgálhatnak a turizmus e szegmensében történő kutatásoknak. A továbbiakban érdemes lenne elemezni, hogy a felsorolt szörfiskoláknak mennyire tudatos a piaci stratégiájuk, marketing tevékenységük, szolgáltatásaik fejlesztése.

Továbbá a síiskolák piacán nemrég létrehozott klaszterszerű tömörülés lehetséges előnyei is érdekes eredményekkel szolgálhatnak.

### 13.6. Szakirodalom

1. 57/2011. (XI.22.) NFM Rendelet a Vízi közlekedés Rendjéről (HAJÓZÁSI SZABÁLYZAT.) [Letöltve: 2015.10.16. ] <http://www.hajozas.biz/hajos-jogszabalyok/>
2. Baka, F. Z., Szirmai, S. P. (2013). A Balatoni vitorlázás költségei: hullámzó árak. Figyelő. [Megjelent: 2013. július 25.-31.] pp. 60-61.
3. Balatonföldvár város Önkormányzata (2011a) Fürdőkultúra fejlesztése a balatonföldvári Keleti strandon. [Megjelenés: 2011.06.08.] [Letöltve: 2015.10.14.] [http://www.balatonfoldvar.hu/index.php?page=hirek\\_olvas&hir\\_akthely=198&hir\\_rovatid=653&hir\\_hirid=47432](http://www.balatonfoldvar.hu/index.php?page=hirek_olvas&hir_akthely=198&hir_rovatid=653&hir_hirid=47432)
4. Balatonföldvár város Önkormányzata (2011b) Elkészült a kerékpárút. [Megjelenés: 2011.12.23. ] [Letöltés: 2015.10.14.] [http://www.balatonfoldvar.hu/index.php?page=hirek\\_olvas&hir\\_akthely=198&hir\\_rovatid=653&hir\\_hirid=62558](http://www.balatonfoldvar.hu/index.php?page=hirek_olvas&hir_akthely=198&hir_rovatid=653&hir_hirid=62558).
5. Balatoni Hajózási Zrt. (2015). Vitorlaskikötők a Balaton körül [Letöltés: 2015.10.14.]
6. [http://www.balatonihajozas.hu/media/files/BH\\_vitorl\\_s\\_kiadv\\_ny\\_2015.pdf](http://www.balatonihajozas.hu/media/files/BH_vitorl_s_kiadv_ny_2015.pdf) p. 2.
7. Bánhidi, M. (2011). Sportföldrajz, Budapest-Pécs: Dialóg Campus Kiadó. Pp. 187-192.
8. Bánhidi, M. (2015). Sportturizmus, kézirat, Győr. pp. 7-18.
9. Donka, A. (2011). Szabadidősportból turisztikai termék – a vízitúrázás átalakulása. [http://elib.kkf.hu/okt\\_publ/tek\\_2011\\_22.pdf](http://elib.kkf.hu/okt_publ/tek_2011_22.pdf) [Letöltés: 2015. augusztus 18.]
10. Dövényi, Z. (2010). Magyarország kistájainak katasztere. Második, átdolgozott és bővített kiadás, Magyar Tudományos Akadémia FKI
11. Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class, and how its transforming work, leisure, community and everyday life. Basic Books. P. 170. Idézi: Kovács Dezső (2014). Élmény, élménygazdaság, élménytársadalom és turizmus. Turizmus bulletin. XVI. évf. 3–4. szám p. 40.
12. Földesiné Sz., Gy. (2005). Sportturizmus: Új kihívások és stratégiák. Kalokagathia, 2005. 43. évf. 1/2. sz. pp. 92-113.
13. Földesiné Sz., Gy., Gál A., Dóczi T. (2010). Sportszociológia, Budapest:

Semmelweis Egyetem, Testnevelési és Sporttudományi Kar

14. Halassy, E. (2013). A Balaton pozíciója és a balatoni utazásokkal való elégedettség. Turizmus bulletin. XV. Évfolyam 2. szám pp. 3-22.
15. Hall, C. M., Page, S. J. (2014) The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. London. Routledge. Fourth Edition. pp. 43 – 88.
16. Holcsa, L. (1983) Surf-tanfolyamok kézikönyve. Budapest. EXPRESS Ifjúsági és Diák Utazási Iroda. pp. 26-27.
17. Időkép (2015). Radarvideo. <https://www.idokep.hu/radar> [Letöltés: 2015.10.11.]
18. Integrált Városfejlesztési Stratégia – Balatonföldvár város fejlesztésére (2010). Budapest,
19. Jennings, G. (2007). Water-based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences, Routledge, pp. 24-26.
20. Kiss, A. (2015). A Tihanyi-kút térségének vizsgálata és térképezése vízi szeizmikus szelvények alapján. ELTE, Földtudomány Alapszak, Geofizikus szakirány, Szakdolgozat.
21. Kovács, D. (2014). Élmény, élménygazdaság, élménytársadalom és turizmus. Turizmus bulletin. XVI. évf. 3–4. szám pp. 40-48.
22. Magyar Kajak-kenu Szövetség, Város-Teampannon Kft. (2013). Országos vízi turizmus és sportfejlesztési koncepció előterv. Budapest
23. Máté, F. (1987). A Balaton-meder recens üledékeinek térképezése. In: Magyar Állam éves földtani jelentése az 1985 évről. Magyar Tudományos Akadémia, Balatoni Limnológiai Kutatóintézete pp. 367- 379.
24. Michaletzky, L. (2014). Hogyan legyek balatoni vitorlázó?
25. <http://welovebalaton.hu/aktiv.balaton/hogyan.legyek.balaton.vitorlazo> [Megjelenés: 2014. szeptember 9.] [Letöltés: 2015. augusztus 18.]
26. Michalkó, G. (2012). Turizmológia. Budapest: Akadémiai Kiadó Zrt.
27. Országos Meteorológiai Szolgálat (2015). Beaufort skála. <http://met.hu/ismertetok/Beaufort-skala.pdf> [Letöltés: 2015.10.14.]
28. Országos Meteorológiai Szolgálat (2015). Térképes modell előrejelzés. <http://www.met.hu/idojaras/balaton/modellek/> [Letöltés: 2015.10.14.]
29. Országos Meteorológiai Szolgálat, Előrejelzési Főosztály (2014). Éves verifikációs jelentés
30. Pine, J., Gilmore, J. H. (1999): The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business School Press, Boston Massachusetts. pp.

31. Sápi, Z. (2012) NAV Személyi jövedelemadó adatbázisa: összevont adóalap összege és adófizetők száma.
32. Sulyok, J. (2013). Turisztikai termékfejlesztés. Turizmus bulletin XV. évfolyam 1. szám
33. Szakács, P. (2015). Oktatófüzet vitorlás csónak vezetéséhez. Viharsarok Vitorlás Központ
34. Szörfiskolák (2015). windsurfing.hu/suli.php [Letöltés: 2015. október 10.]
35. TDM Consulting - Turisztikai Tanácsadó és Oktató Kft (2010). Pozicionálási és versenyképességi Stratégia: készült a Balatonföldvári kistérségi turisztikai egyesület számára.
36. Török, G. T. (2010). Partvédóművekre ható hullámterhelés számszerűsítése a Balatonon 2D numerikus hullámzásmodell segítségével. BME Építőmérnöki Kar Vízépítési és Vízgazdálkodási Tanszék, diplomadolgozat
37. Virág, Á. (1998). A Balaton múltja és jelene. Egri Nyomda. pp. 461-502.
38. Zlinszky, A., Molnár, G., Herodek, S. (2008). A Balaton medrének digitális geomorfológiai vizsgálata. Hidrológiai Közlöny. 88 (6): pp. 239-241.
39. Zlinszky, A., Mücke, W., Lehner, H., Briese, C. & Pfeifer, N. (2012). Categorizing Wetland Vegetation by Airborne Laser Scanning on Lake Balaton and Kis-Balaton, Hungary. Remote Sensing. 4, 1617-1650.
40. Zsély, A. (2013). Demokratizálódó vitorlázás: Jó szelet! Figyelő. [Megjelenés: 2013. július 25.-31.] pp. 58-59.

## 14. A SZLOVÁKIAI SPORTTURIZMUS FEJLŐDÉSÉT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK ELEMZÉSE (DR. BÁNHIDI MIKLÓS)



14/1. ábra



14/2. ábra

## 14.1. BEVEZETÉS

Szlovákia, mint közép-európai kis ország jelentős adottságokkal rendelkezik a sportturizmus számára, amely akár a régió többi országában gyors fejlődésnek indult. Mind a természeti szépségek, a sporttörténelmi hagyományok, a sikeres versenysport, az oktatási rendszer célkitűzései hozzájárulnak ahhoz, hogy ez a turizmuságazat sikeres lehessen.

Magyarország szomszédaként ma is számos turista érkezik az országba, hogy megismerje a Tátra szépségeit, kipróbálja a sípályáit, amelynek infrastruktúrája a rendszerváltás után sokat fejlődött. Sajnos kevesebb látogató érkezik az egyéb sportkínálatokra, mint a vízi sportok, valamint a kerékpározás, annak ellenére, hogy egyre több utazási iroda is kínálja ezeket a lehetőségeket.

Sajnos egyelőre kevés kínálat van a határon átvélő regionális turizmusnak, ahol a két ország együttes fellépésével, közös termékek kialakításával erőteljesebben jelenhetne meg a nemzetközi turisztikai piacokon.

1962-ben 20 területi felosztás létezett a turizmus szempontjából, ami 1981-ben megváltozott és ezeket a területeket 24-re bővítették, majd 2002-ben a Szlovákia Gazdasági minisztériuma 21 turisztikai régióra osztotta fel az országot (1. ábra)(*Gúčík, 2006*). A régiók jelentőségük alapján négy kategóriába oszthatók: nemzetközi jelentőségű, nemzeti jelentőségű, régiófeletti jelentőség, és régió jelentőségű.

A 2008 és 2009 évek statisztikai adatainak feldolgozása alapján Szlovákiában 19%-ot esett vissza a turisták száma 2009-ben, ebből a belföldi turisták esetében 10,5%-os visszaesést regisztráltak. A külföldi látogatók száma 2008-ban 819515 volt, 2009-ben ez a szám csökkent 570582-re, ami 30,4% visszaesést jelent az előző évhez viszonyítva (*Turkovičová & Hučíková, 2009*) alapján. A turizmus szolgáltatásban csupán a hotelek, motelek és botelek száma növekedett (1%-kal), míg a többi szállás típusok, mint a panziók 1,2%-os, a turista szálláshelyek 14%-os, tömegszállások 5%-os a magánszállások pedig 6%-os csökkenést mutatnak.

## 14.2.. A TERMÉSZETFÖLDRAJZI ADOTTSÁGOK SZEREPE

A Szlovák Köztársaság, mint önálló állam, a Cseh és Szlovák Szövetségi Köztársaság szétválása után keletkezett, 1993. január 1-én, területe 49 036 km<sup>2</sup>. Szlovákia Közép Európában helyezkedik el, a matematikai-geográfiai fekvést a földrajzi koordináták határozzák meg. Az ország egész területén a közép európai zónaidő érvényes. Az óceánokhoz és a tengerekhez viszonyított fekvése alapján Szlovákia távolsága a tengerektől: Északi-tenger 791 km, Adriai-tenger 350 km. Szlovákia területén végigvonul a Balti- és a Fekete-tenger közötti jelentős vízválóasztó.

A folyók többnyire az ország területén erednek, rövidek és nem biztosítanak elég vizet az ipar és más ágazatok számára. Az egyetlen nagy folyó a Duna, amely Szlovákián keresztül folyik. A legalacsonyabban fekvő területe a Bodrog folyása a magyar határon (94 m), legmagasabb pontja pedig a Gerlahfalvi-csúcs (2 655 m). Az átlagos tengerszint feletti magasság 392 m. Geopolitikai szempontból Szlovákia Európa közepén található. Európában a kisebb országok, közé tartozik. Skalité és Párkány közti távolság 195 km. Szlovákia határainak hosszúsága 1 720 km (1. tábl.). Hegyek és a folyók képezik a határok több mint 75%-át. Az alföldeken és a hegyek közt fekvő mélyedésekben mesterséges határok húzódnak (*Lauko & Tolmáči, 1995*).

14/1. táblázat: Szlovákia országhatárainak hossza

<b>Szomszédos országok</b>	<b>Határhossz (km)</b>	<b>Hosszúság (%)</b>
Magyarország –HU	678	39,4
Lengyelország – PL	597	34,7
Csehország – CZ	240	14
Ausztria – A	107	6,2
Ukrajna – UA	98	5,7

Szlovákia a leghosszabb szakaszon Magyarországgal határos. Az 1997-es évben magyarországi családi utazások 8,4%-a Szlovákiába irányult (*Alföldi et al., 2002*). Az ország területe 49 035 km<sup>2</sup>. Lakosainak száma 5 400 998. Szlovákia Kárpát-medence északi részén helyezkedik el. Délen sík, Északon hegyvidék.

Az ország a turizmus számára gazdag, változatos természeti adottságokkal rendelkezik, területének 59 % hegység, és 36% erdő borítja.

A domborzati adottságok szerint a síkvidékek aránya 11%, melyek a folyók mentén terülnek el. Az alacsony hegységek aránya 26%, melyeket a Kárpátok alacsonyabb részein találjuk. A középhegységek (22%) és a magashegységek (2%). Szlovákia területén található valamennyi hegység és katlan a Kárpátok részét képezi.

Földrajzi tekintetben az ország domborzata délen sík, északon hegyvidék: Alpesi-himalájai rendszerhez tartozik. A Kis-Duna-medence szlovákiai részét Dunamenti-síkságnak nevezzük: Dunamenti-alföldre és Dunamenti- dombvidékre osztjuk fel. A Nagy-Duna-medencének a határon átnyúló részt Kelet-szlovákiai-síkságnak nevezzük: Kelet-szlovákiai-alföldre és a Kelet-szlovákiai-dombvidékre osztjuk fel. A Kárpátokat Nyugati- és Keleti-Kárpátokra. A külső, Nyugati- Kárpátokat flis alkotja (*Lauko & Tolmáči, 1995*).

A hegyi sportturizmus számára előnyös, hogy Szlovákiában harminchét 2000 m feletti hegycsúcs található, ahol a kedvező hóviszonyok miatt a téli sportturizmus novembertől ápriliséig tart. Ezek a Kárpátokhoz tartoznak, mint a :Nyugati- Kárpátok: Külső - Kárpátok (24 - hegyből tevődik össze), Belső- Kárpátok (42 - hegyből tevődik össze), Keleti-Kárpátok: Külső - Kárpátok (5 - hegyből tevődik össze), Belső - Kárpátok (1- hegyből tevődik össze). *Katlanok*, Pannon medence: Bécsi-medence (Erdőháti síkság: Chvojnicei dombvidék). Itt található a barlangászat számára fontos legismertebb karsztos képződmények, mint domicaei cseppkőbarlang, achtinái aragonitbarlang, demanovái cseppkőbarlang, dobsinai jégbarlang (/www.ssj.sk). A sziklamászás számára fontos szakadékok az Ördöglyuk, Barazdalás, Szádellői- völgy és a Maníni-szoros.

Az időjárási feltételek meghatározzák a turizmus szezonálisát. Éghajlata átmeneti mérsékelt övi, átlaghőmérséklete síkvidéken +10 °C, hegyekben -4 - +4 °C, uralkodó széljárások: Északnyugat. A Dunamenti síkságon 70 napban mérhető (500 óra évente) a napsütéses napok száma, a nyári átlaghőmérséklet a 25°C fölé emelkedik. A csapadék mennyiségét elsősorban a nyugat felőli légáramlatok befolyásolják, így a hegységeink nyugati oldalai nedvesebbek. A legcsapadékosabb helynek a Magas-Tátrában található Zbojnická Chata (Betyár vendégház) vezet, ahol évente 2130 mm csapadék hull. A Tátrában az évi csapadék mennyiség 2000 mm körül mozog, melynek évszakonkénti megoszlása: 40% nyáron, 25% tavasszal, 20% ősszel, 15% télen.

A vízi sportturizmus számára az ország optimális, nagy kiterjedésű vízfelületekkel rendelkezik. A folyóvizek közül a Balti-tengerbe folyik a Dunajec és a Poprád, amelyek Lengyelországban ömlenek a Visztulába. Szlovákia vizeinek 96%-a a Fekete-tenger, s mindössze 4%-a a Balti-tenger vízgyűjtő területéhez tartozik. A Királyhegytől (Kráľová hola) a Szlovák- érchegységen keresztül a Cserhátig húzódó vízváltó keleten a Tisza vízgyűjtő területét választja el, amely Szerbiában ömlik a Dunába. A természetjárás és a nyári fürdőturizmus számára kedvelt helyszínek tartják a gleccservölgyekben kialakult tavakat, melyek a Tátrában, az Alacsony Tátrában és a Kis-Fátrán is nagy számban előfordulnak. A legismertebb gleccser tavak a Poprádi-, a Zöld-, vagy a Nagy Hincó-tó. A vadvízi evezésben az ország a világranglistán mindig is az élvonalhoz tartozott, annak ellenére, hogy az alkalmas helyek száma csupán négy. Természetes helyek: Dunajec, Poprád, Felső-Garam, Árva. A vadvízi evezést kedvelők számára kialakítottak 2 mesterséges pályát Liptovský Ján és Dunacsúnyon.



## 14.3. A TÁRSADALMI ADOTTSÁGOK SZEREPE

### 14.3.1. Sporttörténeti jellemzők

A XIV-XV. századból maradtak fenn írásos feljegyzések az egyes híresebb gyógyfürdők akkori létezéséről, mint pl.: Nagyszombat - Trnava, Késmárk - Kežmarok, Lőcse - Levoča, Körmöcbánya – Kremnica. A mai Szlovákia területén már a XVI. században megjelennek a túrázók a hegyekben. A természetjárás kialakulásához tartozik, hogy a 16. századból már léteznek feljegyzések a késmárki nemesek 1567-ben kirándulásokat szerveztek a Zöld tengerszemhez (Zelené pleso), míg az eperjesi diákok a Magas – Tátrába (Vysoké – Tatry, 1598) kirándultak. Nemzeti zárandok túraútvonalak alakultak ki a J.Kollár vezette Znióhegy (Znievsky vrch) és Visehrad (Vyšehrad) útvonalból, majd Štúrék vezette Dévény (Devín) és Krivány (Kriváň, 1841) túra útvonalaiból (Porov et al., 1982, Junger et al., 2002).

A XVII. és XVIII. században az Alpokban egyre gyakrabban említik az ember vissza a természetbe hangzatos mondatot. Írásos emlék az első turisztika egyesületről a Szitnya-i Tursztikai Klub (Sitniansky turistický klub) 1862-re tehető (Žídek, 2004). A Selmecebánya-i (Banská Štiavnica) egyesületben, mint a tátraiban is aktívan tevékenykedett Tery E.-Téry Ödön, aki a Selmecebánya környékén a túrázást és a túra utak kijelölésében sokat tevékenykedett.. 1873. augusztus 10-én megalakult Ótátrafüreden (Starý Smokovec) a legnagyobb és legismertebb Magyar Kárpát Egyesület (MKE), mely egybefogta a természetjárókat, és a hetvenes években már tagjainak száma meghaladta a 3000 (Balatka, 1986).

Az 1615-ben megtett Magas-Tátra –i útjáról latin nyelvű útikönyvet ír Frölich Dávid a késmárki rektor (Takács, 2009). A 17. század végén már több hegyi vezetőről és kísérőről is olvashatunk feljegyzéseket az útikönyvekben. Ekkor már rendszeresen szerveztek kirándulásokat, hegymászásokat melyek élén tapasztalt túravezetők álltak.

A turisták érdeklődésének felkeltésére az első sí tanfolyamot Kremer Károly tartotta 1899 februárjában – katonák és tisztek számára. A Magas-Tátrában beindul a sí turizmus a MKE, MTE jóvoltából. Az első nő 1901 téli időszakában jelenik meg Tátraszéplakon (Tatranská Polianka) síléccel Egenhoffer Terézia személyében.

1911-ben megtartották az első sífutó versenyt, melyet 1913-tól évente szerveztek meg 6-12 km távon. Bilgeri vezetésével 1912-ben Körmöcbányán (Kremnica), megtartják az első sí tanfolyamot a testnevelő tanárok részére. A sízés turisztikai tevékenységgé válik, mely hozzájárul a sportturizmus fejlődéséhez az országban. 1923-ban megalakult a Szlovák Hegyi Mentők Szolgálata (Slovenská horská služba), mely tagja a nemzetközi IKAR szervezetnek (Junger et al., 2002).

A mai Szlovákia területén 1862. február 5. alapították meg elsőként a Pozsonyi Hajós

Egyletet (Bratislavský veslářský klub) ([www.sportslovakia.sk](http://www.sportslovakia.sk)). A Csehszlovák állam megalakulása után a 1919. március 29-én megalakult az I. Csehszlovák sport klub (Československý športový klub), majd 1919. május 3-án tartották a hivatalos megalakuló gyűlést, melyben konstatálták, hogy már 80 tagot számlál a klub (Seman, 2009).

A sportszakosztályok alapítása történetében (1. tábl.) a labdarúgás volt az első, egy újonnan alakult sport klubban. 1920 megalakult Rehák Géza jóvoltából az atlétikai szakosztályt, mely nevéhez fűződik a Dévény-Pozsony (Devín – Bratislava) utcai futóverseny, melyet 1921-ben rendeztek meg először. A jégkorong szakosztály 1922-ben alakult meg, amikor még a banda hokit játszották, majd az 1924 évek után áttértek a kanadai jégkorongozásra. A szakosztály, már 1940-ben rendelkezett műjégpályával. A tenisz szakosztály 1927-ben alakult, az első 4 tenispályát 1941-ben Pozsonyban (Bratislava) adták át egy nemzetközi torna alkalmával. 1944-ben már 11 pályával rendelkezett a szakosztály. Nehézatlétkai szakosztály 1922-ben alakult meg, majd a megszűnése után újra indult 1943-ban. A röplabda szakosztály 1939-ben alakult, vívó szakosztály 1942-ben, úszószakosztály 1942-ben, az asztalitenisz szakosztály hosszabb szünet után 1941-ben újra indult, 1941-ben megalakult a kosárlabda és a műkoresolya szakosztály (Seman, 2009).

13/2. táblázat. A sportszakosztályok kialakulásának kronológiai sorrendje (Dobay, 2010)

<i>Évszám</i>	<i>Szervezetek megnevezése</i>	<i>Szakirodalom</i>
1862/02/5	Pozsonyi Hajós Egylet	Seman, 2009
1862	Selmecbányán Szitnyai Turisztikai Klub –első írásos mellék	Židek, 2004
1873/08/10	Magyar Kárpát Egyesülete	Junger et.al, 2002
1880	Pozsonyi Toma Egyesület	Perútka et.al, 1988
1892	Modrai Turisztikai Egyesület	Židek, 2004
1893	Önálló sport klubok alakultak: Besztercebányán, Lőcsén	Perútka et.al, 1988
1896	Eperjes	Perútka et.al, 1988
1903	Kassa	Perútka et.al, 1988
1905	Trencsén	Perútka et.al, 1988
1919/03/29	I. Csehszlovák Sport Klub	Seman, 2009
1919	Tátrai Turisztikai Szövetség	Junger et.al, 2002
1920	Atlétika szakosztály	Seman, 2009
1922	Jégkorong szakosztály, Nehéztatlétika	Seman, 2009
1923	Szlovák Úszók Egyesülete	Macejková, 2005
1927	Tenisz szakosztály	Seman, 2009
1939	Röplabda szakosztály	Seman, 2009
1939	Szlovák Túrászók Sízók Klubja	Junger et.al, 2002
1941	Kosárlabda-, műkorcsolya szakosztály, újból indul az asztalitenisz szako.	Seman, 2009
1942	Vívó-, úszás szakosztály	Seman, 2009

A fentiekből jól kikövetkeztethető, hogy a folyamatosan megalakuló sportszakosztályok és általuk szervezett sportesemények, szintén hozzájárultak ahhoz, hogy az országban lassan az újkornak megfelelő sportturizmus kialakulhasson. A sportesemények helyszíneire ebben az időszakban már a versenyzőket a szurkolóik is elkísérték.

#### **14.3.2. Társadalmi szabályozók, szerveződések**

A sportturizmus iránti keresletet befolyásolják az állami ünnepek (10-12 munkanap), valamint az iskolai szünetek (3. tábl.). Az iskolai szünetek és az állami ünnepek együtt, a diákoknak évi 95-100 nap pihenést biztosít. Ez azt jelenti, hogy az év 27%-ban üzhetnek különböző sporttevékenységet. Ezen kívül a tanulóknak a tanítás ideje alatt 33 szabad hétvége áll rendelkezésükre, amire turisztikai szolgáltatók különös figyelmet fordítanak. Legtöbb család ebben az időtartamban, sokszor a hétvégékkal kiegészítve utaznak el. Vannak, akik az egy napos ünnepeket is különböző sporttevékenységek üzésére használják fel (Horváthová, 2010). Ami helyi sajátosság, hogy Szlovákiában az 1-1 hétig tartó tavaszi szünetet február közepétől március végéig adják ki régiónkénti megoszlásban. Ezt a lehetőséget azért oldották így meg, mivel sokan járnak sízni és így elkerülhető, hogy nagy tömegek árássák el a sípályákat.

A sportturizmus élénkítését jól segítették és segítik ma is az országos idegenforgalmi szervezet marketing tevékenysége. 2009-ben pl. elindították az „Ismerjük meg

hazánkat“ című kampányt, rendszeresen hirdette a különböző régiók turisztikai lehetőségeit (<http://aktualne.centrum.sk>). Ennek hatására megemelkedett a belföldi turisták száma.

A másik fejlesztő tényező volt az iskolai kötelező táborok beindítása, miszerint szinte minden iskolai fokon a tantervekben előírásként szerepelt (Dobay, 2015). A bevezetés indokaként a táborokat komplex tevékenységnek tartották, melynek fő célja az aktív mozgás megszerettetése, az új természeti szépségek, kulturális emlékek megismerése (Ludvík, 1986). Hasonló definíciót használnak Junger és mtsi. (2002) miszerint a turisztikát egy speciális utazásnak nevezik, melynek része az aktív mozgás, és a ismeretszerzés. Így érthető, hogy az iskolai szünetek idején jelentősen megnövekszik a sportturisztikai termékek iránti kereslet.

14/3. táblázat. Az iskolaköteles gyermekek szünetének számszerű táblázata

<b>Szünidő</b>	<b>nap</b>
<i>Őszi szünet</i>	5
<i>Téli szünet</i>	10-15
<i>Tavaszi szünet</i>	7
<i>Húsvéti szünet</i>	5
<i>Nyári szünet</i>	63
<i>Állami ünnepek</i>	5
<b>Összesen</b>	<b>95-100</b>

#### 14.4. INFRASTRUKTURÁLIS FEJLETTSÉG SZEREPE

A sportturizmus mindenkor épített az általános vendégfogadási infrastruktúrára. Az ország vendégfogadási létesítményei jónak mondhatók (SACR, 2009). A szálláshirdetők jelenleg is 3255 szállást hirdetnek magyar nyelven.

A sportturizmus fejlődéséhez hozzájárult a tömegközlekedés fejlődése. Már az 1870-1871 évben megépítették a Kassa-Bohumín vasút vonalat, amely összekötötte a Tátrát a gazdaságilag fejlettebb régiókkal ([www.zones.sk](http://www.zones.sk)). Ez a közlekedési forma nagyot lendített a megközelíthetőség szempontjából, hiszen kevésbé volt időjárás érzékeny, mint a közúti közlekedés. A Tátrában a helyi közlekedés biztosítására Európában svájci példák alapján helyi villamosjáratot is működtettek. Az utóbbi évtizedekben jelentős autópálya fejlesztések történtek, amely többszörösére csökkentette a főváros és a hegyi régiók közötti közlekedés időtartamát.

14/4. táblázat. Idegenforgalmi szálláshelyek száma Szlovákiában

([www.mhsr.sk](http://www.mhsr.sk))

Szállástípus	2008	2009
Hotelek, motelek, botelek	598	609
Panziók	728	716
Turista szálláshelyek	75	65
Camping, tömegszállás	105	982
Magánszállások	691	652

A sportturizmus speciális infrastruktúráját országszerte folyamatosan fejlesztik (14/1. ábra). A hegyekben a természetjárás élénkítését túraútvonalak kijelölésével érték el, amelynek már 133 éves hagyománya van. A pontosan kidolgozott módszerek és több évtizedes becsületes kitaró munkának köszönhetően ez európai különlegességnek számít. Szlovákiai különlegesnek tartjuk, hogy 2007. júliusában a Magas Tátrában és Pieninekben 4 akadálymentes túra utat (17 km) is átadtak a mozgássérültek számára. 2008-ban Hartmann Rico, Állami erdészet és a TANAP (Tátrai Nemzeti Park) közösen tovább bővítették 31km hosszúságúra az útvonalat (*Krásy Slovenska 2007, Derma 2008*). A barlangászok számára az országban 4000 barlang közül 12-öt alakítottak ki a turisták számára.



14/1. ábra: Szlovákia sportturizmus térképe az egyes régiókon belül ([www.economy.gov.sk](http://www.economy.gov.sk) alapján)

A téli sportturizmus kialakulásához nagy előrelépést jelentett, hogy 1904-1905 téli időszakában Reichard Dezső kezdeményezésére Ótátrafüreden (Starý Smokovec) szállásokat és téli sport létesítményeket hozzanak létre. Ótátrafüreden átadott a Grand-hotelbe hoztattak bobokat, szánkókat és síléceket (8pár). Tarajkán szánkó és a bob pályát alakítottak ki. 1913 első ízben állítottak fel ugrósáncot ládákból, melyről 8 m ugrásokat kiviteleztek, ebben az évben még kialakítottak egy 4km hosszú bob pályát is. Egy évvel később felállítottak egy fából készült ugrósáncot is, melyről már 24 m ugrásokat, tudtak

kivitelezni (Židek & Petrovič, 2001).

A kezdetek óta mára már 320 helyen található téli sport infrastruktúra. 36 drótkötélpálya és 150 kilométer hosszúságú, hó ágyúval karbantartott lesiklópálya áll rendelkezésére. A hegyi drótkötélpályák számát tekintve Szlovákia a világ első tíz országa közé tartozik.. TOP minősítést öt síközpontnak ítelték oda, további öt pedig négycsillagos minősítést kapott. Szlovákiában évente átlagosan 8 síközpontban 125 napon, 20 üdülőközpontban több mint 110 napon és 36 síközpontban több mint 100 napon keresztül lehet sízni. A hegyi mentőszolgálat a nap 24 órájában őrökdi a síelők és a téli sport szerelmesei biztonsága felett. Az országban elhelyezkedő 105 sípálya közül a következő 5-5 négy, ill. ötcsillagos, 29 háromcsillagos 35 kétcsillagos és 7 egycsillagos síközpont (Schreiber, 2010).

A SACR (Szlovák Idegenforgami Társaság) értékelése alapján (6. tábl.) a legjobbat az ötcsillagos SNOW PARADISE – Veľká Rača – Oščadnica, JASNÁ, RELAX-CENTER – Plejsy, PARK SNOW – Štrbské Pleso, PARK SNOW- Donovaly, négy \*: SKI PARK – Ružomberok, SKI CENTRUM – Vrátna, Jasenská Dolina, Drienica Lysá , ROHÁČE – Spálená Dolina – Spálená – Zverovka síközpontok kapták 2010-ben (<http://new.sacr.sk>).

14/5. táblázat. Szlovákia 2009 TOP 10 sí központjainak adatai (SACR adatai alapján)

Síközpont	Szint	Kabinos	Libegő	Húzó- lift	Lesikló- pálya	Hóágyú- zott (km)	Sífutó- pálya	Nehézség fokozat
SNOW PARADISE – Veľká Rača – Oščadnica	600 – 1236	1/8sz.	1/6ü. 2/4ü.	3	13 (14km)	14	1,3, 5,10	4 zóna
JASNÁ	950 – 1024	1	5 1/6ü.f. 3/4ü. 1/2ü.	16	24 (30km)	12	5-6	3 zóna
RELAX- CENTER – Plejsy	470- 912		1/2ü.	7	9 (14,5km )		15	3 zóna
SNOWPARK – Štrbské Pleso Skalnaté Pleso	1400– 1900 903– 2196	2/3 -4ü. 1/ 4sz.	1/2ü.	4 1	(5km) 5	9		
SNOWPARK - Donovaly Snowboard park,	915– 1402	1/6ü.	1/4ü.	14	17 (11km)		25	3 zóna

freeriding,paragliding								
SKI PARK – Ružomberok	545-1209	1/8sz.	1/4ü.	8	7 (12km)	12	30	3 zóna
SKI CENTRUM – Vrátna, Lesikló és túrapálya	600-1709	1/4ü.	1/1ü.	14	17(11,5 km)	11	18	3 zóna
Jasenská Dolina	540-770	1/4ü.		7	7 (4,1km)	5		
Drienica Lysá	550-1068	1		9	16 (14km)	20		3 zóna
ROHÁČE – Spálená Dolina – Spálená – Zverovka,	1090-1460		1/4ü.	3	5 (4,6km)	1,8		3 zóna
<b>Összesen</b>	<b>470-2196</b>	<b>10</b>	<b>19</b>	<b>86</b>	<b>126</b>	<b>82,8km</b>	<b>118</b>	<b>3-4 zóna</b>

A kerékpárturizmusban a kerületek és kerékpár szakosztályok által ajánlott kerékpárturista utak száma 210, melyből Besztercebányán 20, Kassán 7, Poszony környékén 20, Trencsínben 44, Nyitrán 21, Eperjesen 22, Zsolnán 76 galálható ([www.cykloklub.sk](http://www.cykloklub.sk)).

Akár a természetjárásnál, itt is megjelentek a különböző kerékpár turisztikai jelzések (5. ábra). Minden résznek meg van a saját jelentősége. A jelzésben a „C” betű jelzi, hogy kerékpár túraútvonalról van szó. A jelzéseknél úgy, mint a túraútvonalaknál, itt is négy féle színt alkalmaznak: piros, kék, zöld és sárga.



14/2. ábra. A kerékpár útvonalak jelzései (www.cykloklub.sk)

A piros szín: a kerékpár magisztrálákat jelzi (6. ábra), melyből jelenleg 26 jegyeznek Szlovákiában. A magisztrála jelzés azt jelenti, hogy az útvonal hosszabb, több völgyet, folyót, és régiót köt össze. A kék szín: a jelentősebb körzeti útvonalakat jelzi, vagy a párhuzamos útvonalakat a piros jelzésű utakkal. Zöld szín: a közepes hosszúságú köröket és útvonalakat jelzi. Sárga szín: rövid útvonalak, összekötő utakat vagy letérőket valami érdekesség felé.

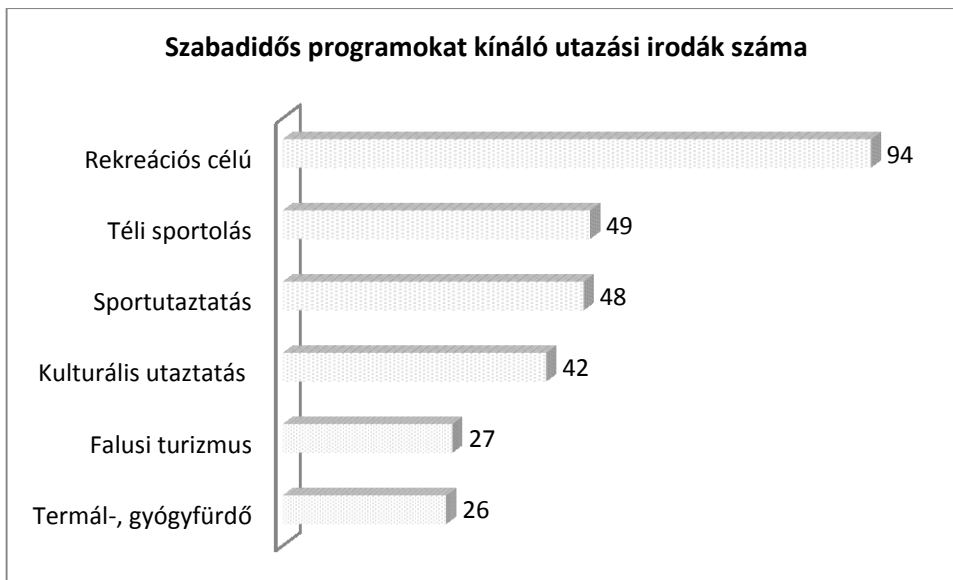


14/3. ábra. A magisztrálák egyedi emblémával vannak ellátva. (Kis-Kárpáti  
cyklomagistrála)(www.cykloklub.sk)

Ezek az útvonalak sajátos egyedi emblémával, vannak ellátva, s egyben össze vannak kötve a szomszédos országok távolsági vonalaival.

A sportturisztikai termékek értékesítéséhez az országban egyre több utazási iroda kapcsolódott be (14/2. ábra). Pl. sí utazásokkal, kerékpárutazásokkal foglalkozó utazási irodák száma Szlovákiában jelenleg 4 (Chrpová, 2009).





14/4. ábra. Szlovákia utazási irodái – sportturisztikai cézzattal - 2009 (Forrás: [www.sacka.eu](http://www.sacka.eu))

A kerékpárosok számára általában a következő útvonalakat ajánlják: Magas-Tátra, Alacsony-Tátra, Nagy-Fátra, Kis-Fátra, Árva, Liptov, Duna mellett, Pozsony, Morva, többnyire erdei utakra, mivel a környező országokkal szemben igen kevés aszfaltozott kerékpárúttal rendelkezünk. Szám szerint 121 km kerékpárútja van az országnak, ellenben kerékpározásra alkalmas ajánlott utak hossza 5600 km (ezek általában túrázásra is alkalmas hegyi utak, melyeken montenbaikkal lehet közlekedni, vagy közutak). Bár az utakon egyre gyakrabban egyre több csoportos kerékpározó jelenik meg, mégis a fejlődés csak lassú tempóban halad.

Szlovákiai sajátosságnak mondható, hogy az utazási irodák speciális túrákat kínálnak a különböző kerékpár típusokra, különböző időnyre, és csoportokra (7. tábl.). Véleményünk szerint hozzáértő módon kínálnak további kiegészítő szolgáltatásokat is.

14/6. táblázat. Szlovákiában 2009-ben működő kerékpár turizmussal foglalkozó utazási irodák  
(Chrprová, 2009-alapján)

Utazási iroda	Ajánlott kerékpár	Típus, nehézségi fokozat	Szezon	Jellemzők
CK CYKLOTU R	Országúti, MTB cross,	Könnyű, közepes erősségű, részben igényes	Április- október	Baráti légkör, minőségi autóbusz és kerékpárszállítás, idegenvezetés
CK S. E. N.	MTB, cross, országúti,	Széles skála 1-3 fokozat,(30-90km)	Április- október	Szervíz,16 év tapasztalat, hagyomány, válogatott túra utak
CK TRIP	Minden típus	Széles skála, egész a speciális-igényes túrák	Április- október	17 év tapasztalat, szakavatott kerékpártúra vezetés
CK Sport-S	Minden típus	Széles skála, egész a speciális-igényes túrák	Április- szeptemb er	A földrészek megismerése és együttélése

## 14.5. Összefoglalás

A tanulmány összegzéseként elmondhatjuk, hogy Szlovákia jó feltételekkel rendelkezik a sportturizmus számára. Ez köszönhető a jó természeti feltételeknek, a Tátra hegyvonulatainak, az ott eredő folyóknak, hegyi tavaknak és a déli síkság gyönyörű tájainak. Önmagában azonban ez kevés a sportturizmus fejlődéséhez. Ehhez kellett a sportélet fejlődése, melyet egyesületek, versenyrendszerek és állami támogatások segítettek.

Ebből ki kell emelni az oktatási intézmények szerepét is, miszerint az iskolákban minden gyermeket megtanítanak túrázásra, téli sportokra és nagy a nyári táborok száma is. Az állam is támogatja őket a fogadó helyszíneken, hiszen a túlszűfoeltság elkerüléséhez régióként írja elő az szünidőt, és jelentős kedvezményeket nyújt.

Az infrastrukturális fejlesztések folyamatosan észlelehetők az országban, amelynek színvonala már konkurál a szomszédos országokéval. Az outdoor mellett is gomba szám jöttek létre a wellnes üdülőközpontok, melyeknek száma egyre bővül (65 drb) (Balogh, 2008). Ezen kívül 9 aquapark található még Szlovákia területén, melyek a modern elvárásoknak felelnek meg. Az úszni vágyókat 98 strand, 96 természetes fürdőhely várja

[www.turistikaonline.sk](http://www.turistikaonline.sk)).

A sportturisztikai termékek értékesítésében egyre nagyobb szerepet játszanak az utazási irodák is, amely egyre hozzáértőbb segítséget nyújtanak az érdeklődőknek.

Ugyan lemaradásaink van a kerékpárturizmus területén azonban a jövőben az Európai Kerékpár Federáció egy olyan útvonal kiépítését tervezi, mely 2009-től az Atlanti óceántól egészen a Fekete tengerig nyúlna, a Duna, a Loir és a Rajna mentén. A kerékpárútvonal Franciaországtól egészen Bulgáriáig nyúlna, és Szlovákián és Magyarországon is keresztülhaladna, további 6 országgal egyetemben.

Sajnos lassító intézkedések is történtek az országban. A Szlovákiai Parlament 2007 nyarán erdészeti törvényt fogadott el, miszerint az erdőkből ki akarták tiltani a kerékpározókat. A 2007. 8. 7-től erdészeti törvény alapján csak az arra kijelölt erdei utakat vehetik igénybe a kerékpárturisták (§31).

#### **14.6. Szakirodalom**

1. Adamčák, Š., Luby, I.,(2007). Geocaching alebo turistika trochu inak, Telesná výchova & šport, Ročník XVII,N'2/2007, ISSN 1335-2245
2. Alföldi, L. et al. (2002). Föld, víz, levegő; Magyar Tudománytár I., MTA Társadalomkutató Központ, Kossuth kiadó, Budapest, pp. 428-442.
3. Balatka, B. (1986). Malá encyklopédia turistiky, Praha: Olympia, 345
4. Balogh, J. (2008). Smerovanie rozvoja cestovného ruchu na Slovensku, Ge-Ka
5. Čerman, R.ed.(2003). Slovenská Republika, Mapa Slovakia, Bratislava 2003,
6. Chrpvá, S. (2009). Nabítka cestovních kaceráří 2009, Cyklo dovolená na kole, 2009/4 30-34
7. Derma revue: 3 ročník 2008
8. Dobay, B.(2010). The antecedents of sport tourism established in Slovakia, Bratislava, 2010, Pohyb a zdravie, Movement & Health, ISBN 978 80 8113 034 2, 43-50
9. Dobay, B. (2015). Az iskolai sporttanfolyamok motivációs hatása a felnőttkori rekreációs sporttevékenységekre Dél-Szlovákiában, Komárom: Kompress, 2015, ISBN 978-963-12-1663-9, 90. o.
10. Dobay, B., Bánhidi, M. (2013). A Magas-Tátra síturizmusának kialakulását és fejlődését meghatározó történeti adalékok vizsgálata, In Magyar Sporttudományi Szemle. - ISSN 1586-5428, Évf. 14, sz. 55 (2013), 17-22.o.,

11. Görner, K., Kompán, J.,(2008). Miesto turistiky a pobytových aktivít v prírode v spôsobe života mladej populácie veku 12-15 rokov na začiatku nového storočia, Fakulta Humanitných vied-Katedra telesnej výchovy a športu, ISBN 978-80-8083-558-3
12. Gúčik, M. a kol. (2007). Manažment regionálneho cestovného ruchu, Banská Bystrica, Slovak-Swiss-Tourism, 2007, ISBN 978-80-89090-34-1
13. Gúčik, M.(2006). Manažment cestovného ruchu, Slovak-Swiss Tourism Banská Bystrica,ISBN 80-88945-84-4 190-207
14. Guldan, A.(2007). Krásy Slovenska, 9-10/ 2007 Ročník LXXXIV, ISSN 0323-0643, tlač VKÚ a. s. 976 03 Harmanec
15. Horváthová, J. (2010). <http://www.etrend.sk/ekonomika/slovensko/druhy-uspesny-rok-slovenskeho-turizmu/99460.html>
16. Krásy Slovenska: 9-10/ 2007 Ročník LXXXIV., ISSN 0323-0643, tlač VKÚ,a.s. 976 03 Harmanec Tatry bez barier – Tátra: akadálymentesített túra utak
17. Junger, J. et.al.(2002). Turistika a športy v prírode, Prešov: FH a PV PU, 2002
18. Landa, P., Lišková, J.(2006). Dovolená na kole, CYKLO turistika, XII.roč., 4/2006 Martin Raufer.16-21 Praha, Rekreační cyklistika, GRADA Publishing-kiadó,
19. Lauko, V., Tolmáči, L.(1995). Geografia – A gimnáziumok 2. osztálya számára 2. rész Szlovákia Orbis Pictus Istropolitana Bratislava
20. Ludvík, M. (1986): Malá encyklopédia turistiky, 1.vyd.Praha: Olympia,1986
21. Macejková Y., Benčuriková Ľ., Čechovská Y., Kaležik Ľ., Labudová J.,Onáčilová D., (2005). Didaktika plávania, Univerzita Komenského, Fakulta telesnej výchovy a športu, Katedra plávania a plaveckých športov, 2005, Bratislava, ISBN 80 – 969268 -3 – 7, 68. 116-119p.
22. Pach, M. (2009): Športy v prírode ako nástroj výchovy a vzdelávania, Telesná výchova & šport, RočníkXIX,N°2/2009, ISSN 1335-2245
23. Perútka, J., Marek, J.,Grexa, J.,Kössel, J.,Reitmayer, L.(1988). Dejiny telesnej kultúry, Slovenské pedagogické nakladateľstvo, Bratislava, 57-116.
24. Porov, et.al. (1982). Encyklopédia Slovenska, VI. zväzok(T-Ž), Bratislava: VEDA v SAV, 146
25. Seman, F. (2009). 90. výročie založenia prvého slovenského športového klubu a 70.výročie vzniku Telovýchovného ústavu, Telesná výchova & šport, RočníkXIX,N°3-4/2009, ISSN 1335-2245
26. Schreiber, B.(2010). Síközpontok, SACR (Szlovák Idegenforgalmi Hivatal) 2010, Bratislava – propaganda kiadvány

27. Takács, F. (2009). A monarchia testkulturájának rövid foglalata (1867-1917), In Szatmári Zoltán-Sport,életmód,egészség, Akadémiai kiadó, Budapest, 2009, ISBN-978 963 05 8653 5, 53-66
28. Tolmáči, L., Lauko, V., Nogová, M., Tolmáčiová, T.(1995). Földrajz 8 Szlovákia, IMPRO, spol.s.r.o. Vydavateľstvo, Litera, Bratislava 1995, 16 – 56
29. Turkovičová, D. & Hučíková, T., (2009). 2009/9 Ministerstvo Hospodárstva Slovenskej Republiky, [http://www.sacka.eu/index.php?option=com\\_content&task=view&id=90&Itemid=81](http://www.sacka.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=90&Itemid=81)
30. Židek, J. (2004): Turistika, FTVŠUK Bratislava
31. Židek, J., Petrovič, P. (2001). Lyžovanie - Metodická príručka pre školy a verejné lyžiarske školy, Bratislava 2001, ISBN 80-88901-48-0

TÁMOP-4.1.2. E-15/1/KONV-2015-0003  
„SPORTTUDOMÁNYI KÉPZÉS FEJLESZTÉSE A DUNÁNTÚLON 2015”



SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

Európai Unió  
Európai Szociális  
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE