

Miskolci Egyetem
Egészségügyi Kar
Egészségügyi Szervező szak
Egészségturizmus Szervező szakirány

Egészségturizmus

Hévíz és az egészségturizmus

Dr. Szántó Ákos
konzulens

Miklós Nóra
2014

Tartalom

1. Bevezetés	3
1.1. Választott téma	3
1.2. Kutatási célkitűzés.....	4
1.3. Hipotézisek.....	5
2. Szakirodalmi áttekintés	6
2.1. Turizmus fogalma, fajtái	6
2.2. Egészségturizmus	6
2.3. Gyógyturizmus	8
2.4. Wellnessturizmus	8
2.5. Célcsoport elemzése	10
2.6. Magyarország egészségturisztikai helyzete.....	12
2.6.1. Magyarország egészségturisztikai kínálata	12
2.6.2. Hazai egészségturizmus jellemzői.....	13
3. Hévíz.....	18
3.1. Hévízi Tófürdő	18
3.1.1. A hévízi gyógytó	18
3.1.2. Gyógyhatások - a hévízi iszap.....	19
3.1.3. Terápiás Centrum	20
3.1.4. Festetics Fürdőház.....	21
3.2. Programlehetőségek Hévíz környékén	21
3.3. Hévíz célcsoportjának elemzése.....	22
3.4. Hévíz látogatottsága	23
3.5. Hévíz SWOT-analízise.....	24
4. Primer kutatás eredményei.....	25
4.1. Kutatási módszer ismertetése	25
4.2. A kérdőív eredményeinek ismertetése, megbeszélés	26
4.2.1. Demográfiai adatok	26
4.2.2. Fogyasztói magatartás vizsgálata az egészségturizmust terén	26
4.2.3. Fogyasztói magatartás vizsgálata Hévízre vonatkozóan	32
4.2.4. Konklúzió és javaslatok	38
5. Összegzés.....	42
6. Irodalomjegyzék.....	44
7. Melléklet	46
7.1. Kérdőív (Hévíz és az egészségturizmus).....	46

1. Bevezetés

1.1. Választott téma

Szakedolgozatom témájának az egészségturizmust választottam, azon belül is a gyógyturizmust, aminek szerepe és jelentősége a magyar turizmusban egyre nagyobb.

Társadalmunk előregedő tendenciát mutat, és a betegségek száma is növekszik, éppen ezért a betegségmegelőzésnek és az egészségmegőrzésnek kiemelt szerep jut manapság, illetve az utókezelések, utógondozások jelentősége is fontossá vált. Az egészségturizmus piaca folyamatosan fejlődik és bővül, egyre nagyobb tömeget vonz ezáltal, akik igénylik a minőségi szolgáltatásokat és a kedvező ár-érték arányt. A turizmus ezen célcsoportja előnyben részesíti az olyan létesítményeket, amik a gyógy- és wellness szolgáltatásokat is lehetővé teszik az adott létesítményen belül.

Ez a téma több szempontból is aktuális, hiszen az egészségtudatosság, az egészség megőrzése manapság igen népszerűvé vált, másrészt nagyszerű lehetőség a szezonáltság kiküszöbölésére. Ebből a szempontból Magyarország szerencsés helyzetben van. Hazánk adottságainak köszönhetően az egészségturizmus akár húzó ágazattá is válhatna, a gyógyvizekre épült szolgáltatások pedig elősegíthetik a fürdőhelyek fellendülését, és akár gyógyulni és pihenni vágyó turisták tömege érkezhetne ezekbe a létesítményekbe. Azonban ehhez szükséges lenne ezeknek az adottságoknak a megfelelő hasznosítása, hogy eredményes és sikeres legyen. Az utóbbi időkben a szakemberek és az állam is felismerte ennek fontosságát, és egyre nagyobb figyelmet szentelnek ennek a területnek (pl. Széchenyi Terv, amiben az egészségturizmus fejlesztése is kiemelt szerepet kapott).

Magyarország turizmusának népszerűsítésében nagy szerepet játszik a Magyar Turizmus Zrt. Kiemelt termékei az országnak például: Budapest, Balaton, Hortobágy, továbbá a MICE és egészségturizmus iránti érdeklődést is igyekeznek fokozni, hogy növeljék ezzel az ország turizmusból származó bevételét. Ezeket a területeket folyamatosan megfigyelés alatt tartják, és ennek népszerűsítése érdekében promóciós tevékenységet is folytatnak (kiadványok, egészségturizmust

népszerűsítő rendezvények, kiállítások, útikönyvek, prospektusok, stb.). Az utóbbi években a külföldiek és a magyar lakosság érdeklődésének felkeltésére bizonyos témaéveket hoztak létre, aminek a legfőbb célja az, hogy hazánk kulturális turisztikai kínálata iránti érdeklődést fokozza, továbbá a kereskedelmi és magánszálláshelyek vendégéjszakáinak számát bővítse, a belföldi vendégforgalmat növelje. A kampányévek segítségével széles rétegek szólíthatók meg (2008-ban a „Vizek Éve”, 2011-ben pedig az „Egészségturizmus Éve”).

Az egészségturizmus egyik kiemelt területének tekinthető Hévíz. A nyár folyamán, de még az utószezonban is folyamatosan hallhattunk a médiában arról, hogy mekkora népszerűségnek örvend a hévízi üdülőövezet. Ez köszönhető az ott található gyógytényezőknek (gyógytó, iszap, korpa) illetve annak, Hévíz hogy számos intézkedést tett annak érdekében, hogy minél ismertebbé váljon külföldön és belföldön egyaránt, így a visszajáró vendégek száma évről évre egyre több. Volt szerencsém egy évvel ezelőtt nekem is eljutni Hévízre. Tapasztalataim és személyes meggyőződéseim alapján állíthatom, hogy érdemes üdülési célul választani. Nyáron meglehetősen nyüzsgő városka még éjszaka is turisták sokaságával találkozhatunk különböző vendéglátó egységekben és az utcákon egyaránt. Ennek az igénynek megfelelően a boltok és a helyi vendéglők többsége tovább tart nyitva a megszokottnál, ezzel is igazodva a növekvő igényekhez.

1.2. Kutatási célkitűzés

A dolgozatom igyekszik felmérni a hazai egészségturizmus helyzetét, próbál rávilágítani arra, hogy miért érdemes az egészségturizmusba kapaszkodni, miként lehet Magyarországnak ez a terület kiugrási lehetőség. A kereslet és kínálati trendek, versenyképesség vizsgálata mellett igyekszek rámutatni arra is, hogyan lehetne sikerágazattá kovácsolni a turizmus ezen ágazatát.

Szeretném legelőször is a turizmussal kapcsolatos fogalmakat tisztázni, majd annak szerepét, hatását bemutatni és a trendeket ismertetni. Ezután kiemelésre kerül az egészségturizmus jelentősége és a benne rejlő lehetőségek tárháza. Az utolsó fejezetben pedig Hévíz bemutatására kerül sor, majd a célcsoportjának elemzésére, kínálatára. Szakdolgozatom ezen része szakirodalmi áttekintésként tekinthető, amit

majd egy SWOT-analízissel zárok. Témája Hévíz adottságait és turizmusát foglalja össze. Fontosnak találom azt, hogy kiemelésre kerüljenek az erősségek és gyengeségek, emellett a fennálló veszélyek és lehetőségek is fontosak, hogy milyen eshetőségekkel kell számolni, és milyen lehetőségeket használhat és ragadhat meg a jövőben. Hévíz SWOT-analízisét az irodalomjegyzékben is olvasható tanulmányok, cikkek, internetes honlapok felhasználása és saját tapasztalataim alapján készítettem el.

A szakdolgozatom második felében az általam végzett kutatás eredményeinek ismertetésére kerül sor. Kérdőívem elemzésével szeretném feltárni, hogy mennyien, miért és mikor keresik fel az egészségturisztikai helyszíneket, melyek azok a szolgáltatások, amelyeket igénybe vesznek. Továbbá célom, hogy kérdőívem által felmérjem, hogy az egészségturizmusban résztvevők közül mennyien vannak azok, akik felkeresik Hévizet, mennyi időre érkeznek, milyen problémával keresik fel, milyen kezeléseket vesznek igénybe illetve azoknak a hatása mennyi ideig tart.

A szakdolgozatom előkészítése előtt felkerestem a Miskolci Egyetem Könyvtárát és a II. Rákóczi Ferenc Megyei Könyvtárat. Itt gyűjtöttem össze a munkámhoz szükséges szakirodalmam egy részét. Továbbá gyors és hasznos segítségnek bizonyult az internet, ahol számtalan statisztikai adatot, tanulmányt és cikket találtam a témámmal kapcsolatosan. Hévíz és az ott található Tógyfűrdő honlapja is nagy segítségemre volt a terület bemutatásánál. A kutatásom szemléltetéséhez saját készítésű diagramok és táblázatok szolgálnak segítségül.

1.3. Hipotézisek

- I. A megkérdezettek 80 %-a vett már igénybe egészségturisztikai szolgáltatást.
- II. Az egészségturizmusban résztvevők többsége a gyógyvizet és a rá épülő szolgáltatásokat részesíti előnyben.
- III. Az egészségturisztikai szolgáltatásokat általában nyáron veszik igénybe.
- IV. Hévízen töltött időszakban az emberek 50 %-a igénybe vesz legalább 3 gyógyászati kezelést.
- V. Hévízen jártak többsége beutaló nélkül érkezik és átlagosan 2-3 napot tölt ott látogatása során.

2. Szakirodalmi áttekintés

A következőkben fontosnak találom a turizmus és azon belül az egészségturizmus, wellnessturizmus, gyógyturizmus fogalmának meghatározását, az egészségturizmus ágazatainak és jellemzőinek ismertetését, valamint a célcsoportjának meghatározását. Végül röviden említést teszek a hazai egészségturizmus helyzetéről, kínálatáról és jellemzőiről.

2.1. Turizmus fogalma, fajtái

A World Tourism Organisation Hágai Nyilatkozat (1989) meghatározása szerint a fogalma: „A turizmus magába foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.” **(WTO, 1989, Hágai Nyilatkozat)**

A turizmus iránti igényt belső motiváltság alapján két csoportba lehet sorolni: hivatásturizmus és szabadidő-turizmus. „A hivatásturizmus a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatások során végzett szakmai és szabadidő-tevékenységek együttese, míg a szabadidő turizmus az állandó lakáson kívül szabadidőben végzett és szabadon választott tevékenységek összessége, amelyeket az ember változatosságigénye motivál.” **(Bodnár, 2005, 30. old.)**

2.2. Egészségturizmus

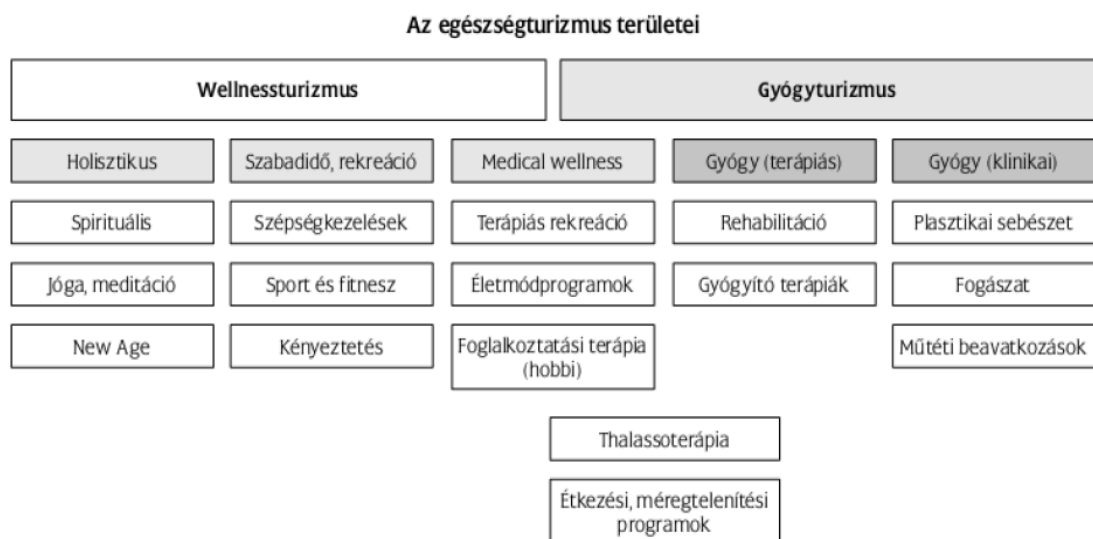
Az egészségturizmus a turizmus azon ága, ahol az egészségi állapot megőrzése vagy javítása érdekében utazik el a megfelelő szolgáltatást nyújtó desztinációba. Itt a turisták alapvető motivációja egyfelől az egészségi állapot javítása (gyógyulás, rehabilitáció), másfelől annak megőrzése (betegség megelőzése, a test és lélek fittentartása, szépségápolás). Ez alapján az egészségturizmus fogalma a következő: „Az egészségturizmus a gyógy- és wellnessturizmust átfogó fogalom, a turizmusnak azon területét jelenti, ahol a turista utazásának fő motivációja az egészségi állapotának javítása és/vagy megőrzése, tehát a gyógyulás és/vagy a megelőzés, illetve ennek megfelelően a célterületen tartózkodása alatt igénybe is vesz egészségturisztikai

szolgáltatás(oka)t.” (Sziva, 2010, 73. old. **Turizmus Bulletin XIV. évfolyam 4. szám**)

Az egészségturizmushoz több termék is tartozik, a kínálat folyamatosan bővül újabbnál újabb lehetőséget biztosítva. Továbbá elmondható még, hogy az egészségturizmus a hazai turizmus egyik legjelentősebb növekedési potenciállal rendelkező ágazata.

Az egészségturizmus két alapvető területként a gyógy- és wellnessturizmus jelölhető meg, amelyek más-más motivációjú igények kielégítését szolgálják, hagyományosan különböző eszközökkel. Az egyes területeket átfogóan mutatja be az **1. ábra** a közöttük lévő kapcsolatok kiemelésével. (Smith-Puczkó, 2008.)

1. ábra: Az egészségturizmus területei



Forrás: Turizmus Bulletin XIV. évfolyam 4. szám

Az Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia adatai alapján megállapítható, hogy emellett a két pillér mellett kibontakozóban lévő irányzat még a medical-wellness, mely az oktatásban és egyre több egészségturisztikai szolgáltató, vállalkozó orientálódásában is megmutatkozik. Elkülönül azonban azon a téren, hogy míg hazánkban a gyógy- és wellness-turizmusnak kialakult már a kritériumrendszere, a medical-wellness elterjedése Magyarországon elsősorban a német-magyar együttműködésnek köszönhető, mely alapján idomulás mutatkozik elsődleges küldőpiacunk igényei felé. (**Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia, 2007.**)

2.3. Gyógyturizmus

A gyógyturizmus résztvevői többnyire valamilyen meglévő betegség kapcsán, orvosi diagnózis és javaslat alapján, az orvos által előírtak szerint vesznek igénybe gyógyító hatású szolgáltatásokat, melyeket egészségügyi szolgáltatók nyújtanak. Egyaránt kínálnak a vendégeknek egészségügyi, orvosi illetve turisztikai szolgáltatásokat, amiket általában állandó lakóhelyen kívül, gyógyüdülőhelyen vagy gyógyászati létesítményben való ideiglenes tartózkodás alatt vehetnek igénybe. Többnyire a gyógyturizmus legjelentősebb desztinációi valamilyen természetes gyógytényezőre (pl. gyógyvíz, gyógyklíma, stb.) épülnek. **(Széchenyi Terv, Budai-Székács)**

Két alapvető területet határoztak meg a szakirodalmak a gyógyturizmus terén, a hagyományos gyógy tényezőkre épülő (ún. terápiás) gyógyturizmust és az egészségügyi turizmust. A terápiás gyógyturizmus tipikusan valamilyen természeti gyógytényezőre épül, a gyógyászati és a turisztikai szolgáltatások közül a fő hangsúly a gyógyászaton van, amelyet inkább csak kiegészítenek az általánosabb turisztikai szolgáltatások és vonzerők. Az egészségügyi (klinikai) turizmus alatt mindazon utazásokat értjük, amelyek során a turista egészségügyi beavatkozáson (pl.: sebészeti beavatkozás, kardiológiai kezeléseken) vesz részt, saját döntése alapján. Az egészségügyi beavatkozáson elsődlegesen a hagyományos orvostudomány kezeléseit értjük, amelyeket kiegészíthetnek az alternatív és a terápiás gyógyászat módszerei. **(Youngman 2009 alapján Sziva 2010.)**

2.4. Wellnessturizmus

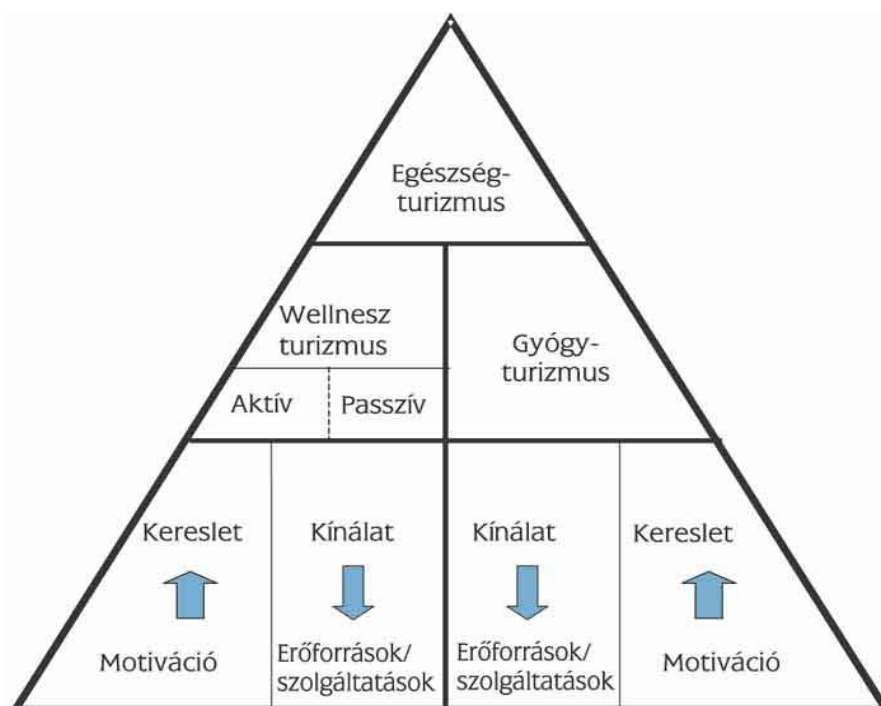
Wellnessturizmus alatt az egészségtudatos életmódhoz kapcsolódó egészségmegőrző turizmust értjük. Itt a résztvevő az egészséges egyén, aki azért vesz igénybe szolgáltatásokat, hogy egészségét megőrizze, illetve bármilyen betegség kialakulását megelőzze. A fő hangsúly a prevención van, ami mára már egyre népszerűbb, főleg a fiatalok körében. **(Széchenyi Terv, Budai-Székács)**

Az életstílus képviselői nem csupán a passzív pihenés és menekülés vágyával utaznak, hanem aktívan kívánnak tenni saját egészségük érdekében. Ez az aktivitás megjelenik például mozgás formájában, a táplálkozás során.

A test karbantartásán túl ugyanakkor kiterjed a szellem és a lélek karbantartására szolgáló kezelésekre, mint például életmódprogramok, tanácsadások (stresszkezelési és mentálhigiéniai kurzusokon, relaxációs gyakorlatok tanítása stb).
(Sziva, 2010., TURIZMUS BULLETIN XIV. ÉVFOLYAM 4. SZÁM)

Az előző pár pontot remekül szemlélteti a következő ábra **(2. ábra)**.

2. ábra: Az egészségturizmus rendszere



Forrás: Turizmus Bulletin VI. évfolyam 2. szám

Dr. Várhelyi Tamás szerint a gyakorlatban megfigyelhető a két fő egészségturisztikai ág közötti konvergencia. A gyógyturizmusban is egyre fontosabb a komplexitás és a magas színvonal, a wellness-elemek. A wellness esetében is előtérbe kerülnek az egészségügyi vonatkozások, a tudományos igényű megalapozottság. Az ágazatok együttes fejlesztése, illetve menedzselése mellett szól az is, hogy előtérbe kerül a családi turizmus, és az eltérő korosztályok eltérő igényeit is ki kell tudni szolgálni. Azonban továbbra is fontos a megfelelő arculat kiválasztása, valamint a különböző egészségturisztikai formákat egy fürdőhelyen belül térben is megfelelően el kell különíteni. **(BOROS - MONDOK - VÁRHELYI, 2012.)**

2.5. Célcsoport elemzése

Az alábbi táblázat szemlélteti a legjobban az egészségturizmus életkorbeli célcsoportjainak alakulását (*1. táblázat*). Jól megkülönböztethető a fiatalok, a középkorúak és az idősök szegmense és érdeklődési köre. Ezért célszerű a szolgáltatásokat úgy kialakítani, hogy egy komplexumon belül el tudják különíteni az egyes célcsoportokhoz tartozó kínálati elemeket. Ebben az esetben arra gondolok, hogy a különböző generációk ne zavarják egymás nyugalma, vagy úgy megoldani, hogy megférjenek egymás mellett.

1. táblázat: Egészségturisztikai célcsoportok

Szolgáltatás Korosztály	Fitness	Élményfürdő	Wellness	Gyógyfürdő
18-35 év	1. aktív fiatalok	2. szórakozást kereső fiatalok	3. egészségtudatos fiatalok	7. műtét utáni rehabilitációra szoruló
35-55 év		4. családostól középkorúak	5. egészségmegőrző középkorúak	
55 év feletti			6. egészségtudatos idősök	8. gyógyulni vágyó idősök

Forrás: Turizmus Bulletin VI. évfolyam 1. szám

A fentiek ismeretében az egészségturisztikai célcsoportok az eltérő igények szerint a következő mátrix segítségével 8 domináns kategóriába sorolhatók:

1. *Aktív fiatalok*: őket az aktív, a mozgással, sportolással eltöltött szabadság jellemzi. Előnyben részesítik a medencével rendelkező létesítményeket, ahol aktívabb szabadidő eltöltési lehetőségeket kínálnak, sportpályával, konditeremmel rendelkeznek. Nem kötődnek a termál- ill. gyógyvízhez, és egyéb gyógytényezőkhöz.

2. *Szórakozást kereső fiatalok*: nem feltétlenül a víz miatt érdeklődnek, bár lehetnek az aktív fiatalok célcsoport tagjai. Tartózkodásukat a településen vagy annak környékén található élményfürdők, csúszdaparkok és más szórakozási lehetőségek meghosszabbíthatják. Szívesebben utaznak városokba, jobban kedvelik a nyüzsgést, a pezsgő életet.

3. Egészségtudatos fiatalok: előtérbe kerül és felértékelődik az egészségtudatosság. Inkább a szépségápolást, annak megőrzése, testet és lelket megújító szolgáltatásokat keresik, kevésbé igénylik az aktív mozgást biztosító létesítmények szolgáltatásait. Általában pihenés céljával érkező, rendszerint gyermek nélküli fiatal házaspárok és fiatalok csoportja.

4. Családos középkorúak: A családdal együtt töltött nyaralások alkalmával szívesen választják az élményfürdők közelségét kínáló desztinációkat, ami a gyerekek szórakozási lehetősége miatt döntő szempont. Tartózkodási idejük meghosszabbítására pedig a többgenerációs programok jelentik ezt a lehetőséget.

5. Egészségmegőrző középkorúak: előnybe részesíti ez a csoport a csendes, nyugodt környezetet, a szép tájat, ami biztosítja számukra a pihenést. Erre a célcsoportra jellemző, hogy általában gyermek nélkül érkeznek, pihenés és regenerálódás céljából. Ennek a szegmensnek várható a megerősödése, hiszen a szabadidő és a szabad rendelkezésű jövedelem lassú növekedése mindezt elősegíti.

6. Egészségtudatos idősek: olyan 55 év feletti szegmensről van szó, akik fiatalabbnak érzik magukat, és jó az egészségi állapotuk. Fontosnak tartják a szépség megőrzését és a szépségápolását, a színvonalas, minőségi szolgáltatásokat, megfelelő környezetben történő pihenést és a csendet, illetve a kellemes környezetet. Mivel ez a korosztály már korábban is sokat utazott (fiatalabb korukban), tapasztaltnak is mondható, ezért várhatóan ezt a korosztályt magasabb fizetési/költési hajlandóság fogja jellemezni, és fokozatosan nő az utazási kedve is.

7. Műtét utáni rehabilitációra szorulóak: olyan egyének, akik valamilyen műtét beavatkozás miatt vagy balesetből kifolyólag további kezeléseket, utókezeléseket igényelnek korra való tekintet nélkül. Számukra a legideálisabb létesítmények azok, amik biztosítják számukra a csendet és nyugalmat, hogy kellemes környezetben történjen a rehabilitációjuk. Általában a turisták által kevésbé kedvelt helyekről van szó.

8. Gyógyulni vágyó időssek: valamilyen megbetegedésben szenvedők, akik a gyógytényezőket részesítik előnyben, gyógyvítól vagy más terápiás lehetőségtől várják az egészségi állapotuk javulását. Ők mondhatók a hagyományos gyógyturizmus csoportjának. **(Széchenyi Terv, Budai-Székács)**

A célcsoport meghatározásakor egy létesítménynek oda kell figyelni arra, hogy ne akarjon megfelelni az előbb említett csoportok mindegyikének, mert az nem feltétlenül vezet eredményesebb teljesítményhez. A lefedést elősegíti az, hogy olyan célcsoportokat keverjünk, akik jól megférnek egymás mellett anélkül, hogy zavarnák a másik nyugalmát.

2.6. Magyarország egészségturisztikai helyzete

Hazánk a statisztikai adatok alapján nincs az első tíz európai ország között, és mindenképpen illúzió, hogy fürdő-nagyhatalom vagyunk, vagy akár lehetnénk. Ennek ellenére a középmezőny nagy hagyományokkal és kifejezetten jelentős termálvízkészlettel rendelkező tagjaként a jelenleginél sokkal eredményesebb lehet hazánk, akár megkétszerezve a jelenlegi bevételt, és jelentősen növelve profitabilitást. Ez elegendő lenne ahhoz, hogy az egészségturizmus ne csak az ország büszkesége, hanem az egész magyar gazdaság egyik valódi húzóágazata lehessen. **(Boros-Mondok-Várhelyi, 2012.)**

2.6.1. Magyarország egészségturisztikai kínálata

Magyarország erősege leginkább a gyógyvizekben rejlik, ami megfelelő mozgásszervi megbetegedések kezelésére, bőrbetegségek, nőgyógyászati panaszok, keringési betegségek esetében is alkalmazható, továbbá ivókúra formájában emésztőszervi bántalmak gyógyítására is alkalmas. A gyógyfürdők kínálatába sorolhatók: gyógyvizes medencék és kádfürdők, iszappakolások, súlyfürdők, szénsavas fürdők, orvosi gyógymasszázs, víz alatti vízszugármasszázs és egyéb hasonló kezelések széles palettája.

A gyógyvizek mellett meg kell említeni a nem víz alapú gyógytényezőket is, mint például a klimatikus gyógyhelyek, barlangok, sóbarlangok, gyógyiszap, mofetta stb.

Magyarország a világ 5. termálvíz nagyhatalmának számít, területünk 80%-a alatt található termálvíz. További gyógyászati adottságai közé tartozik, hogy hazánkban 1300 termálforrás van, 137 gyógyturizmus által érintett településünk van, közülük 14 gyógyhely minősítésű, úgy mint Balatonfüred, Bük, Debrecen, Eger, Gyöngyös (Kékestető), Gyula, Hajdúszoboszló, Harkány, Hévíz, Miskolc (Lillafüred), Parádsárvár, Sopron (Balf) és Zalakaros. A minősített fürdőink száma 77, továbbá 30 gyógy- és 113 wellness-szállót tartanak nyilván. Ezek mellett öt település turizmusát jelentősen meghatározza a területén fekvő gyógybarlang és további négy helyen fordul elő gyógyiszap. Hazánk egyetlen gyógygázfürdője pedig Mátraderecskén található. **(KSH – A gyógyturizmusban érintett települések Magyarországon, 2013. augusztus)**

Nemzetközi jelentőségű fürdőhelynek a következők számítanak Magyarországon (összesen 17 db): Balatonfüred, Bükfürdő, Debrecen-Nagyerdő, Eger-Egerszalók, Gellért Gyógyfürdő, Gyula, Hajdúszoboszló, Harkány, Hévíz, Lukács Gyógyfürdő, Miskolctapolca, Nyíregyháza-Sóstó, Rudas Gyógyfürdő, Sárvár, Sopron-Balf, Széchenyi Gyógyfürdő, és Zalakaros.

2.6.2. Hazai egészségturizmus jellemzői

A turisztikai szervezetek és szakértők szerint a turizmuson belül az egészségturisztikai utazások mutatják az egyik legdinamikusabb fejlődést. Az egészség megőrzése, az egészséges környezetben történő relaxáció, a szépségápolás, a test és a lélek „karbantartása” egyre fontosabb motivációvá válik, így a wellness-turizmus iránti kereslet is szintén nő. Az egészségturizmus egyébként is az egyik legkíváncsabb turisztikai forma: kiszámítható, mérsékelt a szezonális, az átlagos tartózkodási idő hosszú, a vendégek fajlagos költségei szintje magas, és a fenntartható turizmus elveivel is könnyen összhangba hozható. **(Boros-Mondok-Várhelyi, 2012.)**

„A WHO előrejelzése szerint 2022-re a turizmus és az egészségipar együttesen a világ egyik meghatározó gazdasági ágazatává válik. A legnagyobb küldőpiacainkat jelentő fejlett országokban az idős népesség arányának növekedése a legjellemzőbb demográfiai trend. Az egészségre mindinkább odafigyelő, az

utazás terén egyre tapasztaltabb szeniorok növekvő fizetőképes keresletet jelentenek az egészségturisztikai iparág számára. A jóléti társadalmakban emellett nő az igény a saját finanszírozású egészségügyi kezelések turisztikai élményekkel való összekapcsolására” **(Magyar Turizmus Zrt. Marketing terv 2014, 15. old.)**

Az egészségturizmus a belföldi és a beutazó turizmusban egyaránt jelentős szerepet játszik. 2013-ban a kereskedelmi szálláshelyek belföldi vendégéjszakáinak csaknem harmadát, a szállodák belföldi vendégéjszakáinak több mint 47,6 %-át gyógy- és wellness-szállodákban regisztrálták.

2013-as évet tekintve mind a belföldi, mint pedig a külföldi vendégek és vendégéjszakák tekintetében növekedés figyelhető meg előző évhez képest. A gyógy-szállodák vendégforgalmát az alábbi ábra tükrözi **(3. ábra)**.

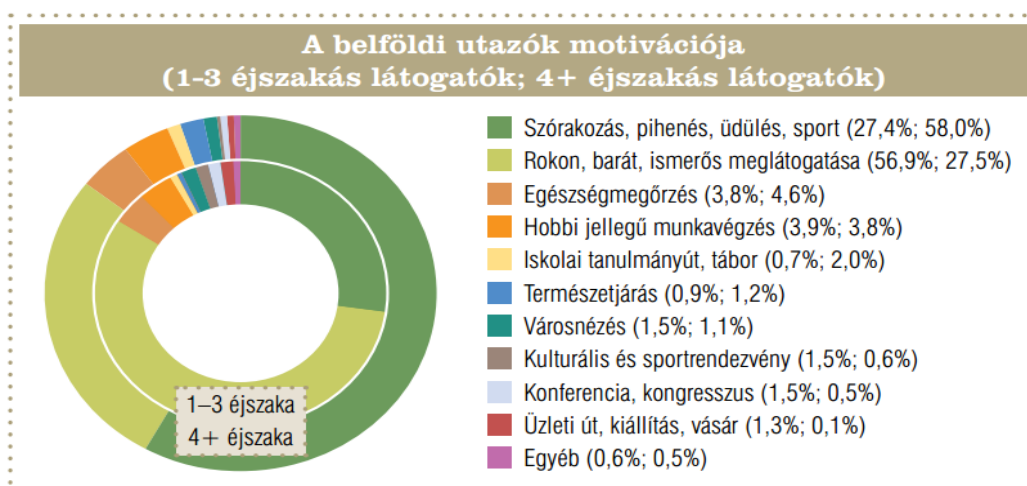
3. ábra: Gyógy-szállodák vendégforgalma

A gyógy-szállodák vendégforgalma			
	2012	2013	2013/2012
Belföldi			
Vendégek száma (ezer fő)	264	277	+4,8%
Vendégéjszakák száma (ezer éjszaka)	783	809	+3,3%
Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)	3,0	2,9	-1,4%
Külföldi			
Vendégek száma (ezer fő)	236	232	-1,9%
Vendégéjszakák száma (ezer éjszaka)	1 045	1 081	+3,4%
Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)	4,4	4,7	+5,4%
Összesen			
Vendégek száma (ezer fő)	501	509	+1,6%
Vendégéjszakák száma (ezer éjszaka)	1 828	1 890	+3,4%
Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)	3,7	3,7	+1,7%

Forrás: KSH (Turizmus Magyarországon 2013 /végleges adatokkal/)

A magyar lakosság többnapos belföldi turisztikai célú utazásaival kapcsolatban a KSH az ún. egészségmegőrzés szerepét vizsgálja, a gyógykezelésekre nem tér ki, így a legfontosabb motivációk rangsorában ezt a motivációt a szórakozás, pihenés, üdülés, sport és a VFR-turizmus motiváció megelőzi **(4. ábra)**, ám négy régióban, a Balatonon, az Észak-Alföldön, a Dél-Dunántúlon és a Nyugat-Dunántúlon még így is az egészségmegőrzése a harmadik hely.

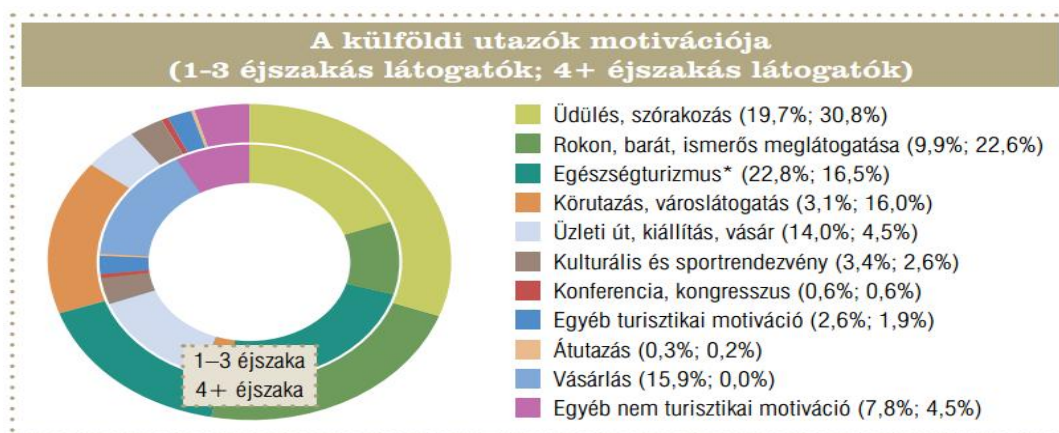
4. ábra: A belföldi utazások motivációja



Forrás: KSH (Turizmus Magyarországon 2013 /végleges adatokkal/)

A KSH keresletfelmérése szerint 2013-ben a Magyarországra turisztikai céllal látogató külföldiek körében a harmadik leggyakoribb fő turisztikai motiváció az egészségturizmus volt amint azt a következő ábra is jól mutat (5. ábra).

5. ábra: A Külföldi utazók motivációja



* Egészségmegőrzés, gyógykezelés gyógyfürdőben, fogászat, plasztikai és egyéb műtétek, kezelések.

Forrás: KSH

Forrás: KSH (Turizmus Magyarországon 2013 /végleges adatokkal/)

A Központi Statisztikai Hivatal 2013-as előzetes statisztikai adatai alapján (6. ábra) a legnépszerűbb első három helyen álló városok változatlanul Budapest, Hévíz és Hajdúszoboszló. A belföldi utazók körében Budapestet Hajdúszoboszló és Siófok követi, a külföldi utazók körében Budapest mellett 2013-ban is a gyógyfürdővel rendelkező, illetve a Balaton közeli és a nyugat-dunántúli

települések voltak a legnépszerűbbek. **(Magyar Turizmus Zrt. - szakmai oldal, 2014.)**

6. ábra: A leglátogatottabb magyarországi városok

A leglátogatottabb magyarországi városok*			
	Belföld	Külföld	Összesen
1.	Budapest (906)	Budapest (6 913)	Budapest (7 819)
2.	Hajdúszoboszló (487)	Hévíz (714)	Hévíz (1 049)
3.	Siófok (466)	Bük (381)	Hajdúszoboszló (750)
4.	Hévíz (334)	Sárvár (275)	Siófok (675)
5.	Zalakaros (308)	Hajdúszoboszló (263)	Bük (656)
6.	Gyula (281)	Balatonfüred (233)	Balatonfüred (508)
7.	Balatonfüred (275)	Siófok (209)	Sárvár (456)
8.	Bük (275)	Győr (192)	Zalakaros (412)
9.	Sopron (270)	Zamárdi (110)	Sopron (363)
10.	Eger (235)	Eger (108)	Eger (343)

* () A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma ezerben. Forrás: KSH

Forrás: KSH (Turizmus Magyarországon 2013 /végleges adatokkal/)

A hazai kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált összes vendégforgalom vizsgálata során elmondható, hogy a vendégek által legkedveltebb magyar városok első tízbe soroltjai szinte mindegyike rendelkezik számottevő gyógy- és wellness szolgáltatásokat kínáló fürdővel, vagy szállodával. Az élen, Budapest után a második és harmadik helyen Hévíz és Hajdúszoboszló található.

TOP 10 küldőországaink közé tartozik: Németország, Ausztria, Oroszország, Egyesült Királyság, Olaszország, Csehország, USA, Románia, Lengyelország, Franciaország. A KSH 2013-as előzetes adatai alapján a Magyar Turizmus Zrt. összefoglalta röviden, hogy a gyógyszállodák vendégforgalma hogyan alakult ebben az évben. „2013. január-októberben Oroszország (+23,5%), az Egyesült Királyság (+14,1%), az USA (+12,3%), Lengyelország (+11,1%) és Csehország (+8,1%) esetében nőtt jelentősen a szállodai vendégéjszakák száma is 2012. január-októberhez képest.” **(Magyar Turizmus Zrt., 2013.január-október, 4.old.)**

„A gyógyszállodák vendégforgalmának alakulása 2013 első tíz hónapjában a kereskedelmi szálláshelyek vendégeinek 5,5%-át (419 494 fő), vendégéjszakáinak 7,9%-át (1 595 466 éjszaka) regisztrálták gyógyszállodában. Az összes szállodai vendég 7,0%-a választott gyógyszállodát, a szállodai vendégéjszakáknak pedig 10,5%-át töltötték a gyógyszállókban. 2013. január–októberben a gyógyszállodákban a vendégek száma 0,1%-kal, a vendégéjszakák száma 2,1%-kal nőtt az előző év azonos időszakához képest. A külföldi vendégek száma (197 383 fő) 2,2%-kal csökkent, ugyanakkor az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (933 954 éjszaka) 3,0%-kal növekedett. Ezzel egy időben a gyógyszállodákban a belföldi vendégek száma (222 111 fő) 2,2%-kal, a belföldi vendégéjszakák száma (661 512 éjszaka) 0,8%-kal nőtt. A gyógyszállodák vendégeinek 52,9%-a, vendégéjszakáinak 41,5%-a származott a belföldi forgalomból. A vizsgált időszakban az átlagos tartózkodási idő a gyógyszállodákban, a kereskedelmi szálláshelyi átlagot meghaladva, 3,8 éjszakát tett ki. A külföldi vendégek átlagosan 4,7 éjszakát, a belföldi vendégek pedig 3,0 éjszakát töltöttek a magyarországi gyógyszállodákban.”

(Magyar Turizmus Zrt., 2013.január-október, 6.old.)

3. Hévíz

Ebben a részben röviden szó lesz arról, hogy Hévíz milyen adottságokkal rendelkezik, milyen módon használja ki a lehetőségeit, illetve milyen a célcsoportjának az összetétele, valamint milyen a látogatottsága.

3.1. Hévízi Tófürdő

3.1.1. A hévízi gyógytó

A Balaton északnyugati csücskénél található Hévíz, Magyarország egyik legismertebb fürdőhelyeként is ismert. Itt található a világ legnagyobb melegvizű, biológiailag is aktív, természetes forrástava, mely a testet és lelket egyaránt felüdíti. A környezet és a tó jótékony hatása egyaránt nyugtató hatással van az idegrendszerre, kellemes és nyugodt közérzetet biztosít az ide látogatók számára. Télen a kicsapódó gőzből párasapka alakul ki, ami 4,5 hektáros területen feledhetetlen látványt nyújt, és egyben megakadályozza a víz lehűlését is, ugyanakkor természetes inhalátorként is működik. A tó természetvédelmi területen fekszik, a tavat körülvevő lápok, forrásbarlang és a tó is védett természeti kincsnek számít. A víz hőmérsékletét befolyásolja a föld mélyéből előtörő hideg és meleg források keveredése, ami táplálja a tavat, aminek átlagos hőmérséklete nyáron 35-36 C°, ami még a leghidegebb télben sem süllyed 26 C° alá.

A víz mélyén található forrásbarlang táplálja a tavat, aminek forrása 40 méter mélyről tör fel, ami 93 % meleg és 7 %-ban hideg. A tó vízkészlete 3,5 nap alatt teljesen kicserélődik a barlang forrásvizének köszönhetően, és ez magyarázza a tó tisztaságát is az év bármely időszakában.

A víz további különlegességeihez tartozik, hogy nem nevezhető állóvíznek, továbbá szintén növeli értékét a páratlan természeti látványa, ami az ideérkező látogatókat fogadja: a park közepén elhelyezkedő csillogó víz, a víz felszín borító páráréteg, az indiai vörös tündérrózsák, amelyik az egész tóban mindenhol fellelhetők, és a tó körül lévő lombhullató mocsárciprus fasorok, amelyek az egyediségét fokozzák. (heviz-info.hu)

3.1.2. Gyógyhatások - a hévízi iszap

A mélyből feltörő forrás állandó mozgásban tartja a vizét, ennek köszönhetően egész évben tiszta marad. Az alulról felfelé áramló víznyomás a fürdőzőknek könnyed, lebegő érzést kölcsönöz, valamint játékonyszerűen hat a szervezetre, enyhe masszázsban részesülnek. Ez a vízforrás állandóan kavargatja a tó mélyén található iszapot is. A tó ásványi anyagok mellett gáznemű anyagokban is gazdag: kénhidrogént, szénsavat, metánt és rádiumgázokat tartalmaz. Ezt leginkább a fürdőzők akkor veszik észre, amikor a bőrükön apró gázbuborékok alakulnak ki, így jótékony hatással van bőrre, emellett az egész idegrendszer működését is befolyásolja, amikor a bőrön át felszívódnak. A nyomelemek hatása révén a bőr bársonyos lesz, a többhetes kúra alatt normalizálódik a bioritmus és a faggyúelválasztás is és a cukorbetegség bőrvizsgálatát is jelentősen csökkenti. **(heviz-info.hu)**

A hévízi gyógyvíz nemcsak monoterápia, hanem egy összetett terápiát is biztosít. A hidrosztatikus nyomás, a minden irányú mozgás ideális a vérkeringésnek, az indifferens hőfok pedig hosszú idejű fürdözést tesz lehetővé. A radon mellékvesékre ható hormont termeltet a szervezettel, így a saját anyagai által csökkenti a gyulladást és a fájdalmat. A víz játékonyszerűen hat a reumás betegségek mellett a krónikus nőgyógyászati problémákra is. Nem javasolt az alkalmazása azonban fertőző betegségek, rosszindulatú daganatok, szívelégtelenség, keringési zavar, trombózis és egyéb más vérképzőszervi betegségek, asztma, magas vérnyomás és terhesség esetén. Orvosi tanács nélkül 30 perc fürdőzés ajánlott.

Idült gyomor- és bélhurutban, emésztési zavarokban szenvedők számára pedig a gyógyvíz ivókúraként is alkalmazható. **(spaheviz.hu, Tófürdő)**

A tó vizén kívül a benne található iszap is páratlannak számít. Az egész tó fenekét ez az anyag borítja, amit a nép régen „hévízi korpának” nevezett el. Akkoriban előkelő helyet foglalt el a gyógyiszapok között, részben összetételét, részben pedig radioaktivitását tekintve. Sokan, mikor meglátják ezt a bizonyos „korpát” a víz tetején lebegni, azt gondolják, hogy a tó vize nem elég tiszta, pedig ez tévedés. Ez nem szennyeződés a vízben, ennek a képződménynek is számtalan jótékony hatása van, amit alkalmaznak is.

Az iszap 80 %-a szervetlen és 20 %-a szerves anyagot tartalmaz. Ásványi alkotórészek között a mész van túlsúlyban, mellette található még kvarc, földpát, csillám és amfiból ismerhető fel. Ezeknek az apró elemeknek jelentős szerepük van a bőrfelület ingerlésében. Továbbá az iszap kémiai vizsgálata során kimutathatók a következő szervetlen anyagok: kalcium, nátrium, magnézium, szilícium, vas, alumínium, titán szulfát, hidrogén-karbonát, klorid és jód vegyületek. Az iszapban található rádiumsók és redukált kénvegyületek növelik a fizikai gyógyhatás értékét. **(heviz-info.hu)**

A hévízi gyógyiszap rádiumos hatása fájdalomcsillapító sugárzásával a szervezet mélyére hatolva elősegíti és növeli az anyagcserét, élénkíti a mirigyek működését, idegrendszerre nyugtató hatással van, és a sejtműködést a gyógyulás irányába befolyásolja. Az ország összes iszapja közül a hévízi iszapnak a legnagyobb a radontartalma. **(heviz-info.hu)**

3.1.3. Terápiás Centrum

1960-as évek közepén Hévízen építették fel az ország egyik legmodernebb fedett fürdőjét, hogy ezzel biztosítsák a téli fürdözést és gyógykezelések igénybe vételét. Az itt történő gyógyítási tevékenység folyamatosan fejlődött és szélesedett ki, később pedig a technológiai fejlődés megteremtette a komplex balneoterápia alapját. A Terápiás Centrum egész évben nyitva tart, így szolgáltatásai az év bármely szakaszába igénybe vehetőek.

A fedett fürdő szolgáltatásai:

- fizioterápiás kezelések: gyógymedence, kádfürdő, iszappakolás, súlyfürdő, szénsavfürdő, orvosi gyögmasszázs, víz alatti vízszugármasszázs, víz alatti csoportos gyógytorna, kis – közepes - magas frekvenciájú elektromos kezelések, mágnessterápia, elektromos kádfürdő, galvánfürdő, örvényfürdő, gyógytorna
- diagnosztikai egységek: labor, röntgen, ODM
- továbbá szakorvosi, gyógyászati konzíliumi lehetőségek: belgyógyászat, neurológia, bőrgyógyászat, ortopédia, urológia. **(heviz-info.hu)**

3.1.4. Festetics Fürdőház

2009-ben került átadásra az új Wellness és Terápiás Centrum, azaz a Festetics Fürdőház. Az új fürdőkomplexum a fiatalabb generációk számára is vonzó, széles körű rekreációs és wellness szolgáltatásokat biztosít.

Az új épületrész 4*-os szállodai szintnek megfelelő szolgáltatásokat nyújt, a wellness részlegen található szauna, gőzfürdő, aromakabin, jégfürdő, sóbarlang, és különböző medencék (merülőmedence, jakuzzi, élménymedence) továbbá helyet kaptak még modern vendéglátóterek és terápiás részlegek, ahol hidroterápia, masszázs, szépségszalon, iszapkezelők, mozgásterápia szolgáltatások várják az idelátogatókat. A wellness részleg kényeztető szolgáltatásai mellett megtalálhatóak a méltán híres hévízi kezelések: iszappakolás, hydroxur, súlyfürdő, a víz sugármasszázs, az illatos spafürdők, valamint igénybe vehető még itt pedikűr, manikűr, szolárium is. (**heviz-info.hu**)

3.2. Programlehetőségek Hévíz környékén

A fürdőváros sajátos arculatú és hangulatú városrésze Egregy, ahova szívesen látogatnak egy kellemes séta keretében a Hévízen pihenő vendégek. Az évről évre megrendezett egregyi szüreti multság a város egyik nevezetes eseménye. A szüreti multság mellett a minden évben megrendezett Országos Borfesztiválon is bemutatkoznak a helyi borászok finom boraikkal. A borok mellett falatozók és színes programok is várják a vendégeket.

Néhány rendezvény: Hévíz Város Napja, Operetttest, Pünkösdi Fesztivál, Életmód Fesztivál - Szent Iván Éji Vigasság, Fúvószenesi napok, Magyar Folklórest, Utcazenész Fesztivál, Tündérrózsa Fesztivál, Mária Magdolna Búcsú, Hévízi Országos Borfesztivál, Nostalgia Teaház, Művészeti Kávéház

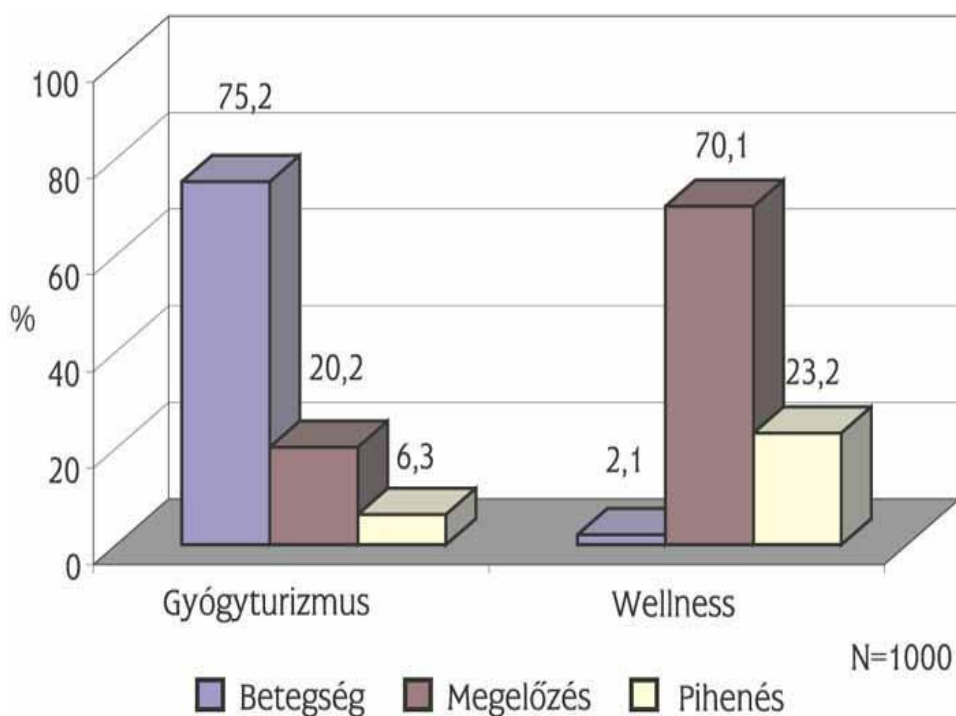
Látnivalók a városban és annak közelében: Római kori romkert, Hévíz Galéria állandó kiállítása, Hévízi Muzeális Gyűjtemény állandó kiállítása és időszakos tárlatai, Aquamarin Képzőművészeti Galéria, Tapolcai tavasbarlang, Kis Balaton, Festetics Kastély, Keszthely, Balaton Múzeum, Keszthely, Sümegi és Rezi várak.

3.3. Hévíz célcsoportjának elemzése

A már korábban említett egészségturizmus célcsoport vizsgálatakor felsorolt 8 kategóriából a 7. és a 8. pontba szereplők tartoznak ide. Persze az egészségmegőrző és egészségtudatos fiatalok és idősök egy része is ide sorolható még, de leginkább a műtét utáni rehabilitációra szoruló és a gyógyulni vágyó idősök alkotják.

A belföldi megkérdezettek (1000 fő megkérdezett magyar lakos) válaszaik és korábbiakban alkalmazott definíciók alapján három csoportra bonthatók az alábbi ábra alapján (7. ábra).

7. ábra: A magyar lakosság véleménye a gyógy- és a wellness turizmus motivációról



Forrás: Turizmus Bulletin VI. évfolyam 2. szám

E hármas tagolás abból a szempontból fontos, hogy nemcsak azok véleményét és javaslatait vették figyelembe, akik vagy a gyógy- vagy a wellness turizmusban vesznek részt, hanem azokat is, akik valamilyen okból kifolyólag nem képviselnek keresletet. A fenti diagram (7. ábra) is jól szemlélteti, hogy a megkérdezettek véleménye szerint a wellness szolgáltatásaiban a megelőzés és a pihenés játszik szerepet, míg a gyógyturizmus egyik alapfeltételének a betegség gyógyítása számít.

A gyógytúristákról elmondható, hogy számos desztinációt jól ismernek. A belföldiek az úti cél kiválasztása során előnyben részesítik az olyan gyógyszerellátásokat nyújtó létesítményeket, amik első sorban lehetőséget kínálnak a betegségek kezelésére. Ezt a **7. ábrán** szereplő diagramról leolvasható magas arány is tükrözi, ami 75,2 %. Megelőzés és pihenés céljából kevesen választják ezeket a lehetőségeket, inkább ezeknek az igényeknek a kielégítésére a wellness lehetőségeket kínáló létesítményeket választják.

Az ár szerepe a gyógytúristák esetében igen fontos tényező, de ugyan ennyire igénylik a szakszerű és minőségi szolgáltatásokat is. Azonban nem lehet figyelmen kívül hagyni, hogy a gyógyszerellátásokat igénybe vevők nagy része öregségi- vagy rokkant nyugdíjas, ezért is preferálják és nagy szerepet tulajdonítanak az ár-érték aránynak. Azonban más szolgáltatások igénybe vételére is hajlandóak további forrásokat szánni, amennyiben a szervezést valaki más vállalja át (szervezet, szolgáltató). Előnyben részesítik a személyre szabott szolgáltatások nagy részét is, és sok figyelmet igényelnek.

3.4. Hévíz látogatottsága

A KSH 2014. január-júliusáig terjedő időszakban végzett adatgyűjtés során megállapították, hogy a balatoni üdülőkörzetben regisztrált összes vendégéjszaka 1/5-e Hévízen jelent meg. A város kereskedelmi szálláshelyi vendégeinek száma júliusban már meghaladta a 108 ezer főt, ami a balatoni települések között a második legmagasabb látogatói létszám volt (Siófok után). Hévíz legfőbb vonzerejét a termálvíz, illetve a magas színvonalú spa-, wellness és gyógyszerellátások jelentik, s döntően ezeknek köszönhető, hogy vendégeinek több mint a fele külföldi, akik az átlagosnál hosszabb időt töltenek el itt. Nemcsak a zalai fürdőváros, hanem a Balaton egész nyugati medencéjének a külföldi vendégforgalmát erősíti, hogy a sármelléki Hévíz-Balaton Airport repülőtér révén charter- és menetrendszerinti járatokkal biztosított a tó légi összeköttetése Németországgal, Oroszországgal, Svájjal, sőt idén júliustól már Csehországgal is. **(KSH – A Közép-Dunántúl és a Balaton üdülőkörzet vendégforgalma, 2014. január–július)**

3.5. Hévíz SWOT-analízise

ERŐSÉG	GYENGESÉG
- természetes gyógytényezők - itt található a világ legnagyobb meleg vizű, biológiailag is aktív, természetes forrástava (egyedülállósága miatt) - szakemberek szakmai képzettsége is kimagasló - kedvező ár/érték arány a nyugat-európai országokhoz képest - meghatározó történelmi háttér és fürdőkultúra - kiegészítő látványosságok (környező települések programkínálatai, látnivalói) - jó megközelíthetőség, és jó földrajzi fekvés (Balaton közelsége) - idelátogatók kedvező tapasztalata - fedett fürdőrésznek és a víz télen is magas hőmérsékletének köszönhetően a szezonáltság visszaszorul, csökken	- wellness termékek hiányos ismerete - korlátozott nyitvatartási idő (fürdő terén) - befogadóképesség szempontjából fejlesztésre szorul - szakemberek korlátozott száma - specializált szolgáltatások hiánya - kommunikáció néhol hiányos - együttműködés hiánya - függés állami támogatásoktól
LEHETŐSÉG	VESZÉLY
- egészség-tudatosság, betegség-megelőzés szerepének globális fejlődése - kereslet sokszínűvé válása - az egészségturizmus termékkínálatának bővülése (újabb felfedezések, új termékek létrehozása, esetleg technikai fejlődés) - az átlagéletkor és szabadidő emelkedése - a szabad-rendelkezésű jövedelem növekedése - együttműködési megállapodások - népszerűsége nőhet a külföldi vendégek körében	- kiélezett regionális versenyhelyzet - az egészségbiztosítási rendszer negatív irányba való változtatása - az egészségturisztikai szolgáltatók túlkínálatának esetleges középtávú kockázata - gazdasági válság - jövedelemcsökkentés

4. Primer kutatás eredményei

4.1. Kutatási módszer ismertetése

Kérdőívemet Hévíz és az egészségturizmus címmel készítettem el, és elektronikus formában terjesztettem.

2014. őszén – kvalitatív és kvantitatív - kutatást végeztem, mely során előtesztelt kérdőív segítségével online felmérést végeztem. Felmérésem során reprezentatív mintára törekedtem, ezért olyan oldalakat kerestem fel az interneten keresztül (mint például Hévízre.hu, Hévíz Tófürdő, Hévíz Az Élet Forrása, Hévíz Város, Hévízi Tó és Hévízi Gyógyfürdő oldalak), ahol viszonylag az általam megcélzott célcsoport is található, azonban ezen oldalak többsége még csak válaszra sem méltatott. Végül két oldal jelezte, hogy hajlandó segíteni, így a Hévízre.hu és a Hévíz Az Élet Forrása megosztotta a kérdőívemet. Kvótás mintavételi eljárást alkalmaztam, ennek ellenére a mintám nem lett reprezentatív. Szerettem volna személyesen is kérdőíveztetni, de sajnos ez alatt az idő alatt nem volt lehetőségem Hévízre utazni és adatgyűjtést végezni, így korábbi (2013. nyári időszak) tapasztalataimat használtam fel.

A kérdőívet Google Forms interneten elérhető kérdőívszerkesztő felületen állítottam össze. A kérdőívben többnyire zárt kérdések szerepeltek nominális, ordinális és intervallum mérési szinteken. Az adatok feldolgozása Microsoft Excel 2007 programmal segítségével történt.

Kérdőívemet október 12-től október 31-ig 152 fő töltötte ki, amely adatokból egyfajta képet kaptam arról, hogy a kitöltők hogyan vélekednek az egészségturizmusról, hol és milyen rendszerességgel vesznek igénybe egészségturisztikai szolgáltatásokat, milyen szolgáltatásokat választanak, továbbá különösen érdekelt, hogy a válaszadók közül mennyien jártak már Hévízen, ott mennyi ideig tartózkodtak, kivel érkeztek, és milyen céllal vettek igénybe szolgáltatásokat. (A kérdőív megtalálható a *Mellékletben.*)

4.2. A kérdőív eredményeinek ismertetése, megbeszélés

4.2.1. Demográfiai adatok

A minta nagysága összesen 152 fő volt, ebből 102 fő már járt Hévízen. A válaszadók 86 %-a nő, 14%-a férfi volt. A megkérdezettek 14 %-a volt fővárosi, legtöbben azonban valamelyik nagyobb városban él (41 %). Többségben volt a fiatal korosztály (20-30 évesek), akik a válaszadók 39 %-át tették ki. A 60 év feletti válaszadók aránya is igen jelentős volt a mintában (36 %).

A kérdőívet kitöltők között a legnagyobb arányt az középfokú végzettséggel rendelkezők adták (42 %). Nem sokkal kevesebb volt a felsőfokú képesítéssel rendelkezők száma (41 %), az alacsonyabb képzettségűeké pedig mindössze 2 % volt. Külön rákérdeztem arra, hogy milyen arányban vannak azon válaszadók, akik még felsőfokú intézményben folytatják a tanulmányaikat (15 %). Foglalkozás tekintetében az alkalmazottak (55%), tanulók (21 %) és a nyugdíjasok (19 %) jelentek meg a legnagyobb arányban.

A mintatagok 34%-a egyedülálló, és sokan voltak házasságban élők, akiknek gyereke is van(22%), valamint a kapcsolatban élők (16 %). Az egy főre jutó havi nettó jövedelem szerint megállapítható, hogy a többség (42 %) 60 ezer és 110 ezer forintból gazdálkodik havonta. A 60 ezer forint alatti egy főre jutó jövedelemből élők 25 %-os arányban voltak a mintában. 110 ezer forint feletti havi jövedelemmel meglepően sokan (33 %) rendelkezett.

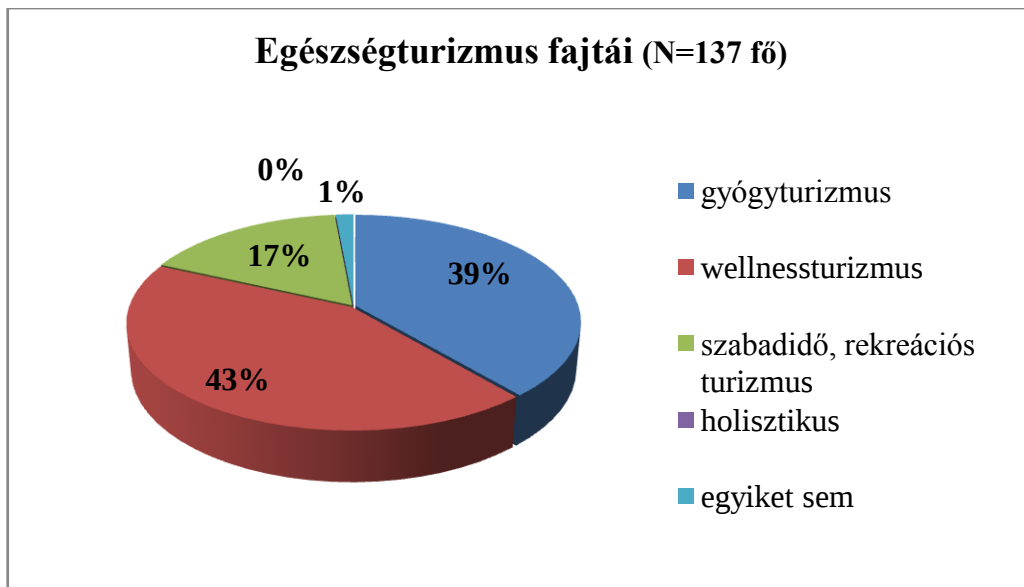
4.2.2. Fogyasztói magatartás vizsgálata az egészségturizmust terén

A kérdőívem első része az egészségturizmussal kapcsolatos kérdéseket foglalja magába, hogy a minta résztvevői vettek-e már igénybe valamilyen egészségturisztikai szolgáltatást, hol, mit és milyen céllal vettek igénybe, a helyválasztás kapcsán mi alapján hozták meg döntésüket.

Az első kérdés egy szűrőkérdés volt. A célom ezzel az volt, hogy az elkövetkező néhány kérdésre azoknak a választ kapjam meg, akik már hallottak az egészségturizmusról és részt is vettek/vesznek benne. A válaszadók 90 %-a válaszolt igennel. Számukra az egészségturizmus egészségmegőrzést, betegségek megelőzését jelenti, vagy éppen utókezeléseket, rehabilitációt. Mindezen kezelések

egy színvonalas, programokban gazdag, kellemes környezetben/helyszínen történő igénybevételét, ahol nemcsak fizikailag, de lelkileg és szellemileg is feltöltődhetnek. Többségük a wellnessturizmust részesíti előnyben (43 %), ezt szorosan a gyógyturizmus követ (39 %), amit a **1. diagram** is szemléletesen megmutat.

1. diagram: Az egészségturizmus fajtái



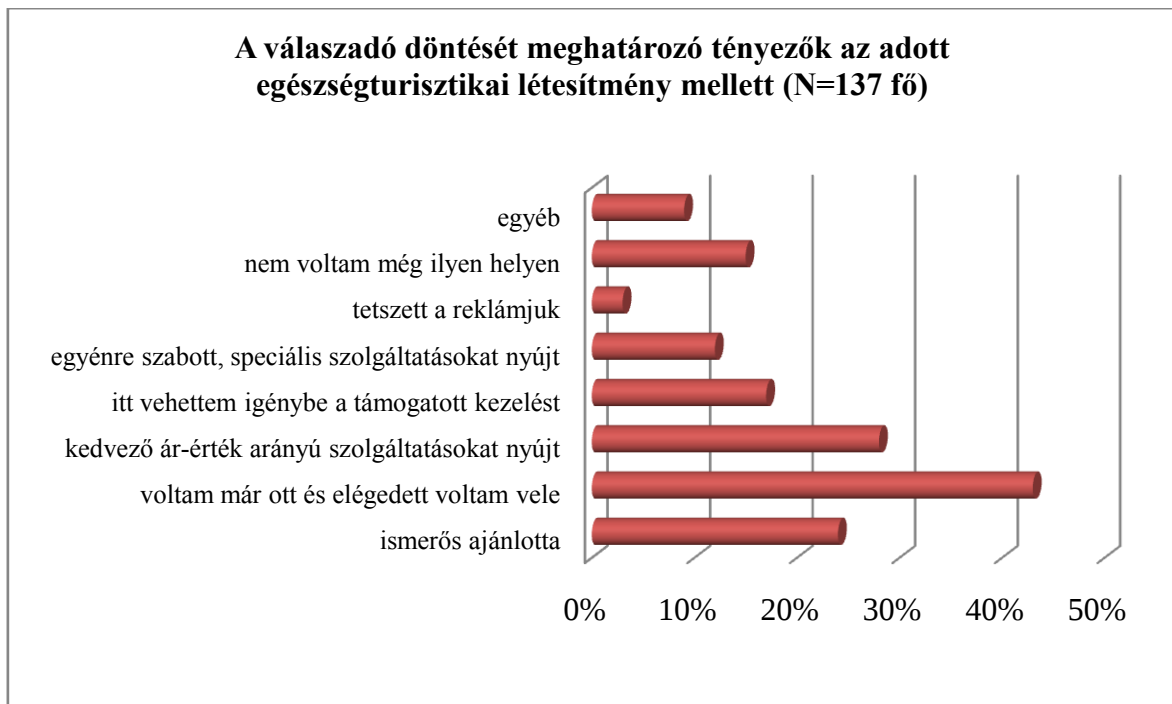
Forrás: saját szerkesztés

Előző fejezetben részletesen említést tettem arról, hogy manapság egyre népszerűbb az egészségturizmus, évről évre nő a résztvevők száma. Ennek megfelelően fogalmaztam meg az I. hipotézisemet, ami úgy szólt, hogy a megkérdezettek 80 %-a vett már igénybe egészségturisztikai szolgáltatást. A kérdőív alapján a válaszadók 70 %-a vett már igénybe valamilyen egészségturisztikai szolgáltatást, így ez alapján az eredmény alapján az I. hipotézisem elvetem.

A szolgáltatások igénybevételére a megkérdezettek 44 %-a Hévízen kerített sort, ezen kívül még Hajdúszoboszló (13 %), Gyula (6 %), Zalakaros (5 %) és Miskolc (4 %) üdülőhelyek bizonyultak népszerűnek. A legtöbb válaszadó a legkedveltebb szolgáltatások közé a gyógyvizet sorolta (40 %), valamint a masszázis szolgáltatásokat (38 %).

Kutatásom során vizsgáltam, hogy mi befolyásolja a válaszadók döntését az adott egészségturisztikai szolgáltatást nyújtó létesítmény mellett. Ezen tényezők közül a megkérdezettek 43 %-a az alapján hozta meg döntését, hogy már járt ott és elégedett volt vele. A **2. diagram** alapján az is jól látható, hogy meghatározó volt még a kedvező ár-érték arány (28 %) és az ismerősök ajánlása is (24 %). A kapott válaszok alapján tehát megállapítható, hogy a döntéshozatalkor az egyik legfontosabb szempont mellett az ár is megjelenik, mint fő befolyásoló tényező. Egy fürdő számára pozitív visszajelzést jelent az a tény, ha a korábbi vendégek visszatérnek, és elégedettek az ott nyújtott szolgáltatásokkal. Ezt a választ többnyire Hévízzel kapcsolatban említették.

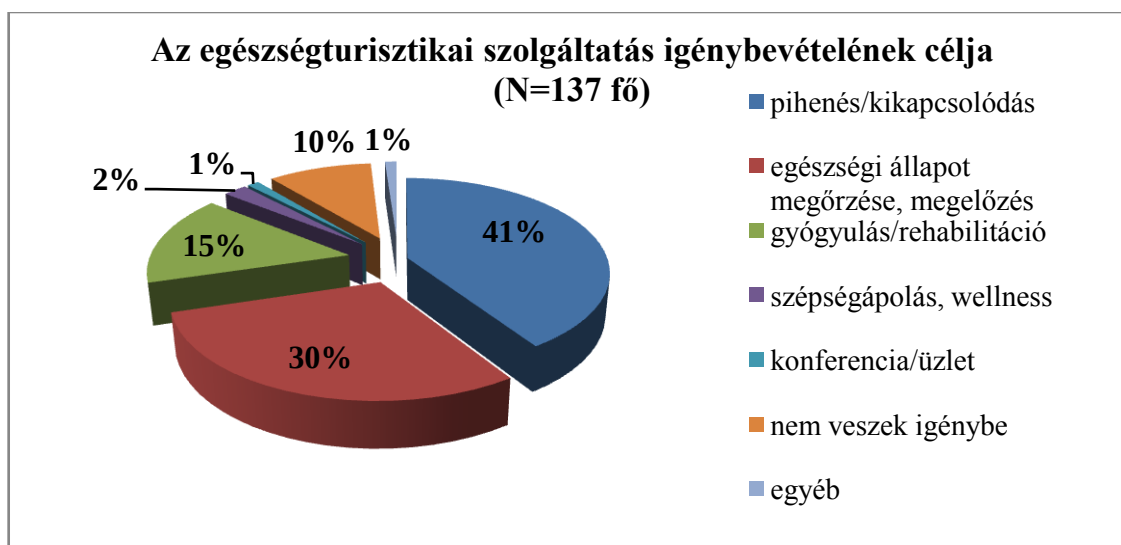
2. diagram: A válaszadó döntését meghatározó tényezők



Forrás: saját szerkesztés

A motivációk vizsgálatánál azt az eredményt kaptam, hogy a kitöltők 37 %-a elsősorban pihenés/kikapcsolódás céljából vesz igénybe egészségturisztikai szolgáltatásokat. 27%-a a válaszadóknak fontosnak tartja az egészségi állapot megőrzését valamint a megelőzést, 21 %-a azonban már gyógyulás/rehabilitáció céljából vesz igénybe szolgáltatásokat. Ezek az arányok jól láthatóak a **3. diagramon**.

3. diagram: Az egészségturisztikai szolgáltatás igénybevételének célja

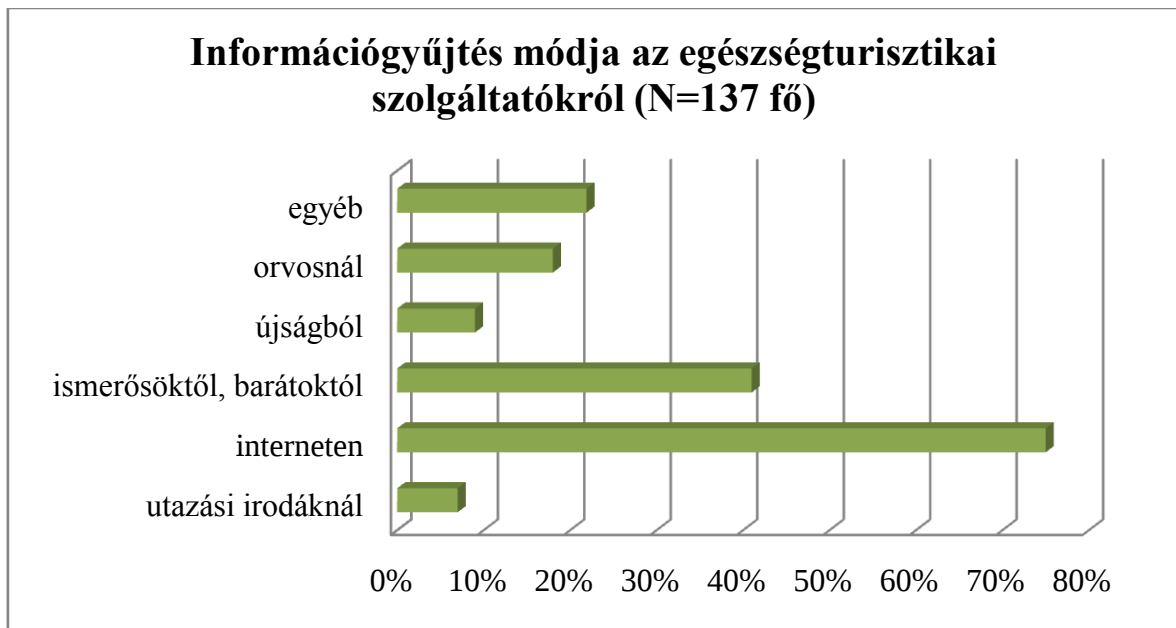


Forrás: saját szerkesztés

Ennek a résznek a végén a szolgáltatásokra irányuló információkat gyűjtöttem össze. Arra voltam kíváncsi, hogy milyen szolgáltatásokat vettek igénybe és hogy ezeket hogyan vásárolják meg. A kitöltők 78 %-a választotta termál gyógymedencét, amit más vízre épülő kezelésekkel vagy szolgáltatásokkal egészítenek ki. Ez alapján beigazolódott a II. hipotézisem, miszerint a résztvevők többsége a gyógyvizet és a rá épülő szolgáltatásokat részesíti előnyben. Többségük (81 %) egyénileg választja ki, hogy mit szeretne igénybe venni, és csak 19 %-ék választja csomagban a szolgáltatásokat.

A szolgáltatások igénybevételét általában adatgyűjtés, információszerzés előzi meg. Ennek oka többek között a sokrétű és nagy kínálat valamint a szolgáltatók nagy számából ered. Az információszerzéshez jellemzően több forrást is alkalmaztak. A leggyakrabban említett információforrás az internet volt (75 %). Megbízható forrásnak bizonyultak továbbá a következők: ismerősök, barátok ajánlása (41 %), a média (22 %) és az orvosok véleménye/tanácsa (18 %). Meglepő módon 10 % alatt volt az utazási irodáknál történő információszerzés (**4. diagram**). Sokan inkább aktív és könnyű információgyűjtésbe kezdenek az internet segítségével. Ez többek között abból adódik, hogy könnyen és gyorsan utána olvashatnak a lehetőségeknek online oldalakon, vagy esetleg már a foglalását is intézheti kényelmesen otthonról az utazási irodát megkerülve.

4. diagram: Információgyűjtés módja



Forrás: saját szerkesztés

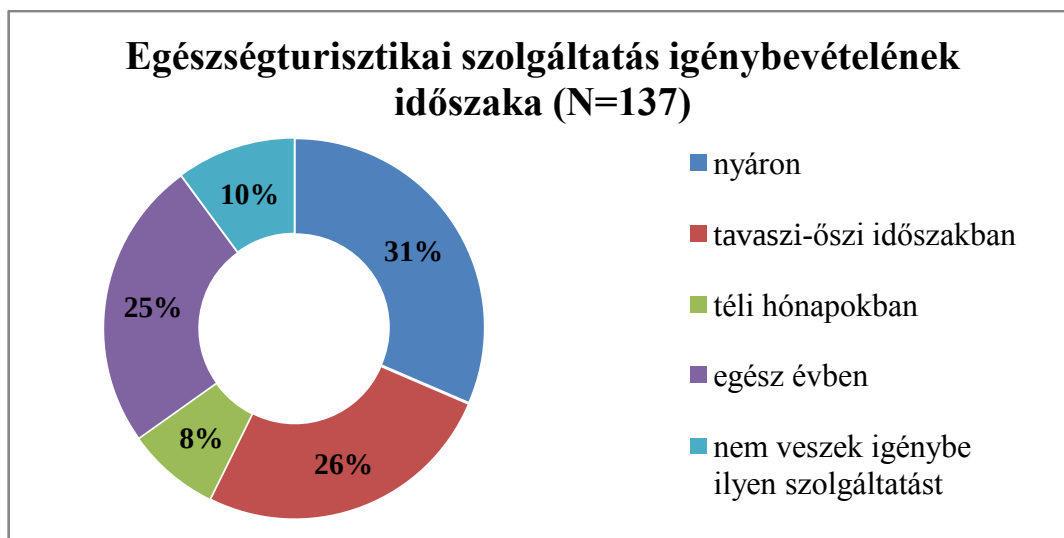
Ez alapján az adatok alapján Hévíz az általa lehető leghatékonyabb módon igyekszik kihasználni minden lehetséges csatornát a kommunikáció terén, hogy az információ elérje az általa megcélzott közönséget is.

Hévíz marketingkommunikációját tekintve meglehetősen aktív, igyekszik mindenhol megjelentetni ajánlatait, bemutatni a vonzerejét, kihangsúlyozni erőseit. A hatékonyság mellett törekszik arra, hogy minél szélesebb csoportot tudjon megszólítani, így országszerte és nemzetközi szinten érdeke a megfelelő kommunikáció. Számos kiadványt jelentet meg évente belföldön és külföldön egyaránt több nyelven (Invitativ prospektus 7 nyelven, 3 féle tematikus kiadvány 4 nyelven). Saját honlapja van a kistérségnek (<http://www.hevizkisterseg.hu/>), városnak (<http://www.heviz.hu/>), és a kistérségnek van egy információs oldala is (<http://www.heviz-info.hu/heviz.html>). Rendelkezik TDM szervezettel, aminek szintén van honlapja (www.hevizmarketing.hu, vagy most már <http://west-balaton.hu/heviz>). Ez a honlap már sokkal több információ elérését biztosítja, ami szükséges egy turista számára, az megtalálható rajta (programok, kultúra, gasztronómia, egészség és wellness). Továbbá megjelenik kiállításokon és vásárokon is kül- és belföldön egyaránt (külföldön: Berlin, Bécs, London, Moszkva,

München, Pozsony, Luxemburg stb.) Több turizmussal kapcsolatos televíziós adásban is szerepelt, mint a Kalandjárat (TV2), Kalandor (RTL Klub) és a MeneTrend Itthon (RTL Klub). Állandó óriásplakátokat is megjelentet a Hévízre irányuló közlekedési utak mentén. A Magyar Turizmus Zrt. honlapján és kampányaiban is megtalálható, valamint a turizmus.com oldalon is jelennek meg Hévízről hírek. Ezen kívül Tourinform iroda is üzemel. A Tófürdő honlapján virtuális séta is lehetséges az érdeklődők számára, ami által még közelebbi képet kaphatnak a látogatni kívánt helyről.

A kérdőívben helyt kapott egy, a szezonálításra vonatkozó kérdés, ami arra adott választ, hogy melyik időszakban látogatják leginkább az egészségturisztikai létesítményeket. Az **5. diagram** alapján megállapítható, hogy főként a nyári időszakban (31 %) nyaralóhelyként választották, azonban 25 %-uk egész évben látogatja az ilyen létesítményeket. Ez alapján beigazolódott a III. hipotézisem, ahol azt állítottam, hogy az egészségturisztikai szolgáltatásokat általában nyáron veszik igénybe. Talán arra vezethető vissza, hogy a dolgozók szabadságuk nagy részét a nyári időszakban használják fel.

5. diagram: Egészségturisztikai szolgáltatás igénybevételének időszaka



Forrás: saját szerkesztés

Ez alapján megállapítható, hogy az egészségturizmusban a szezonálítás csökken, de a fő szezon még mindig a nyár, a legnagyobb forgalom még mindig ebben az időszakban bonyolódik le.

4.2.3. Fogyasztói magatartás vizsgálata Hévízre vonatkozóan

A kérdőívem második része Hévízzel kapcsolatos kérdéseket foglalja magába, többek között arra tér ki, hogy a válaszadók kivel látogattak el Hévízre, milyen céllal, mennyi időre, milyen szállásformát vettek igénybe. Akik valamilyen egészségügyi panasszal érkezett, azok milyen kezelésben részesültek, mennyire érezték úgy, hogy csökkentek a panaszai és mennyi ideig tartott a kezelések hatása.

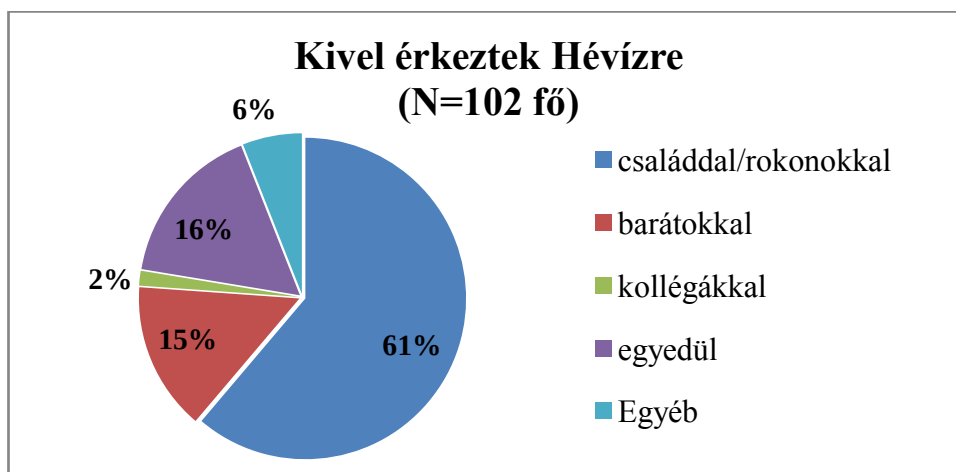
Ennek a résznek az első kérdése szintén egy szűrőkérdés volt, ami által azok válaszolhattak a Hévízre vonatkozó kérdésekre, akik már jártak ott. A válaszadók 67 %-a járt már Hévízen, többségük (42 %) idős korosztályhoz tartozik, azonban a fiatalok körében is egyre kedveltebb úti célnak bizonyult (31 %)

Bevezető kérdésben megkértem a kitöltőket, hogy írjanak 3 dolgot, ami először eszükbe jut Hévíz kapcsán. A legtöbbször előforduló válaszként a „gyógyító” (85 %), a „nyugalom” (45 %) és a „tisztá levegő” (27 %) szerepelt. Nem meglepő, hiszen Hévíz a gyógytaváról híres, továbbá függetlenül attól, hogy gyógyüdülőként tartják számon - tehát legtöbbször gyógykezelések kapcsán látogatnak el oda - azonban koránt sem érzi magát ott az ember betegnek. A Reumakórház és az egész Tófürdő területe parkosított. Meglepő nyugalmat áraszt a környezet, a környező erdőnek köszönhetően a levegő friss és tiszta, a Tófürdő környékén és városszerte mindenki polifoammal mászkál. Esetleg a fehér köpenyben rohangáló dolgozók emlékeztethetnek valamelyest a kórházra. A válaszadók 18 %-ának Hévízről az „oroszok” jutottak eszükbe. Az év minden szakaszában találkozhatunk oroszokkal Hévízen. Évről évre egyre többen érkeznek ide, ez köszönhető többek között annak is, hogy közvetlen repülőjáratot indítottak Oroszországba Sármellékről. Kis arányban (9 %) megjelent azonban az a vélemény is, hogy „drága”. Ez valóban így van, hiszen a sok külföldi turista felveri az árakat (ingatlanár, élelmiszer árak). Azonban a szolgáltatásokat tekintve a Tófürdő és a Reumakórház területén ár-érték arányban megfelelőnek mondható. A Tófürdőbe a 3 órás belépő 2.600 Ft-ba kerül, a 4 órás 2.900 Ft-ba, az egész napos pedig 3.900 Ft-ba. De vannak kedvezményes jegyek diákok és nyugdíjasok részére.

A megkérdezettek közül legtöbbször a családjukkal/rokonaikkal (61%) érkeztek. Számomra meglepő módon elég magas volt az egyedül érkezők száma (16%). Ők

valószínűen időskorúak csoportjába tartozó özvegy nyugdíjasok voltak. Többen a barátaikkal (16 %) vagy a párjával (6 %) látogatott el Hévízre, amit a **6. diagramon** láthatunk.

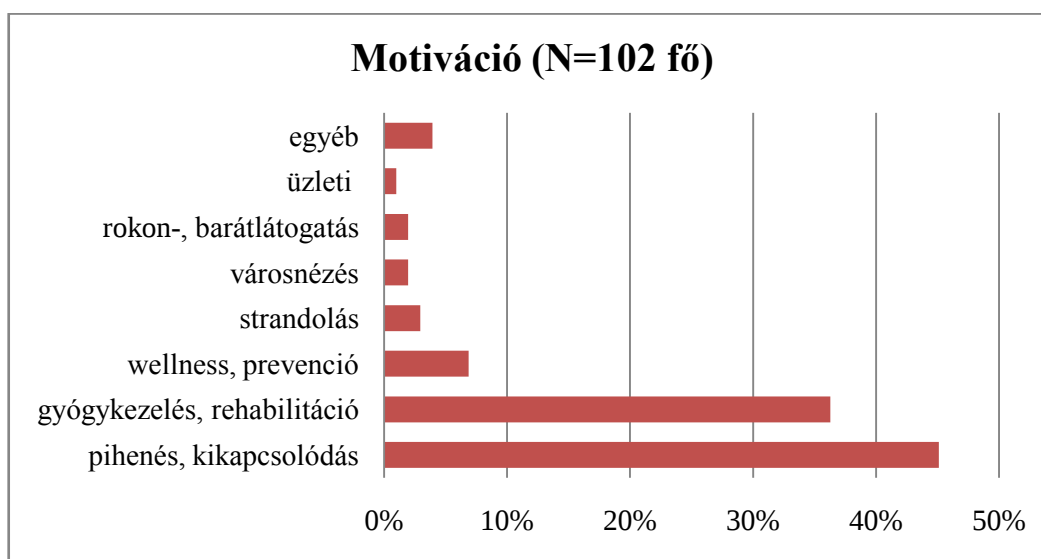
6. diagram: Kivel érkeztek Hévízre



Forrás: saját szerkesztés

Motivációjukat tekintve a legtöbben (45 %) pihenés, kikapcsolódás, valamint gyógykezelések/rehabilitáció (36 %) céljából látogattak el Hévízre. Habár Hévíz új 2009-ben átadott Fürdőházának köszönhetően már wellness szolgáltatások színes választékát kínálja a turisták számára, még mindig kevesen (7%) választják ebből a célból ezt a desztinációt.

7. diagram: Motiváció

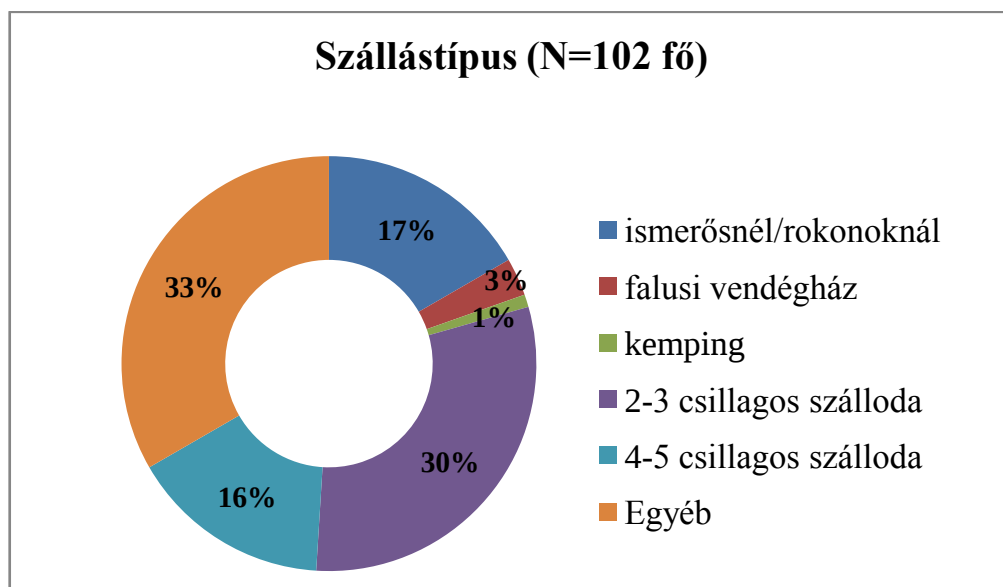


Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók többsége tartózkodási időt tekintve átlagosan 2-3 napot (21 %) vagy 7 napnál többet (36 %) töltött a gyógyüdülő területén látogatása során. Az 5-7 napos üdülés már kevésbé volt jellemző (24 %), és még ritkább, hogy 2 napnál kevesebbet töltsenek. A tartózkodási idő hossza tehát attól is függ, hogy milyen kezelésben részesült a válaszadó. Orvosi szempontból a kúrák időtartama célszerűen minimum 7-10 nap, de ideális esetben legalább 2 hét. A rövid tartózkodási idő (2-3 nap) arra utal, hogy a kitöltő csak néhány kezelést próbált ki (gyógyvíz, masszázs stb.), nem pedig kúra céljából érkezett.

A szállástípusokra vonatkozó kérdésre a megkérdezettek 30 %-a 2-3*-os szállodát jelölt meg, 28 %-uk pedig a Reumakórházba utalt beteg volt. A **8. diagramon** is látható, hogy voltak olyanok, akik ismerősöknél/rokonoknál szálltak meg (17 %), vagy éppen ottani lakosok (5 %) voltak.

8. diagram: Szállástípus



Forrás: saját szerkesztés

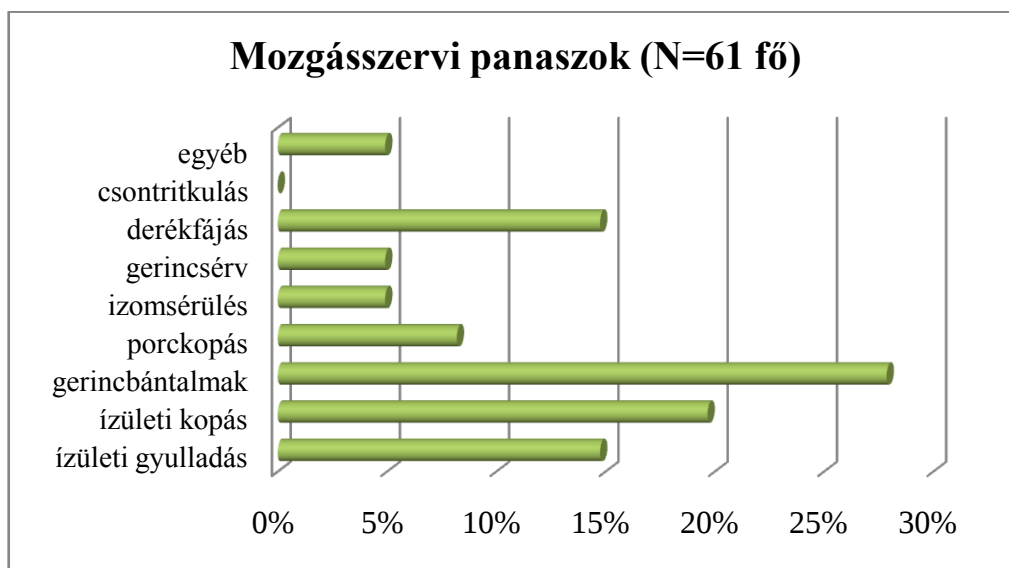
A hévízi lakosok nagy számban veszik igénybe a gyógyító által nyújtotta lehetőségeket, hiszen ők kedvezményesen használhatják az év bármely szakaszában. A Reumakórház pedig panziós szolgáltatásokat biztosít a szálláshelyet igénylők számára. A Hévízgyógyfürdő Nonprofit Kft. szabad kapacitásai terhére ún. panziós elhelyezési lehetőséget biztosít olyan betegek gyógykezelésére, akik a járóbeteg szakellátás egészségbiztosítói ellátási körében gyógyfürdő

szolgáltatásokra, komplex fizioterápiára érvényes szakorvosi javaslattal rendelkezik. Ez az egészségbiztosító által támogatott reumatológiai, fizioterápiás és rehabilitációs járóbeteg ellátás elérhetőségének olyan módja, amikor a szállás ún. szálloda-szolgáltatás térítés ellenében vehető igénybe, de mégis egy kórházi ellátási háttér adta biztonságban érhető el.

Hévízen töltött időszakban a válaszadók többsége (35 %) csak néhány gyógyászati kezelésen vett részt, 18 %-a több mint 8 kezelést vett igénybe ottléte során. 34 %-a a kitöltőknek nem vett igénybe kezeléseket, csak a gyógyító használatához váltottak belépőt. Ez alapján a IV. hipotézisem beigazolódott.

59 %-a a megkérdezetteknek mozgásszervi panaszokkal érkezett Hévízre, amit ott is kezeltetett, míg 37 %-ának nem voltak panaszai. A mozgásszervi panasszal érkezők közül, ami a **9. diagramon** látható, többen gerincbántalmakkal (28 %), ízületi kopással (20 %) és derékfájással (15 %) keresték fel a gyógyüdülőt.

9. diagram: Mozgásszervi panaszok

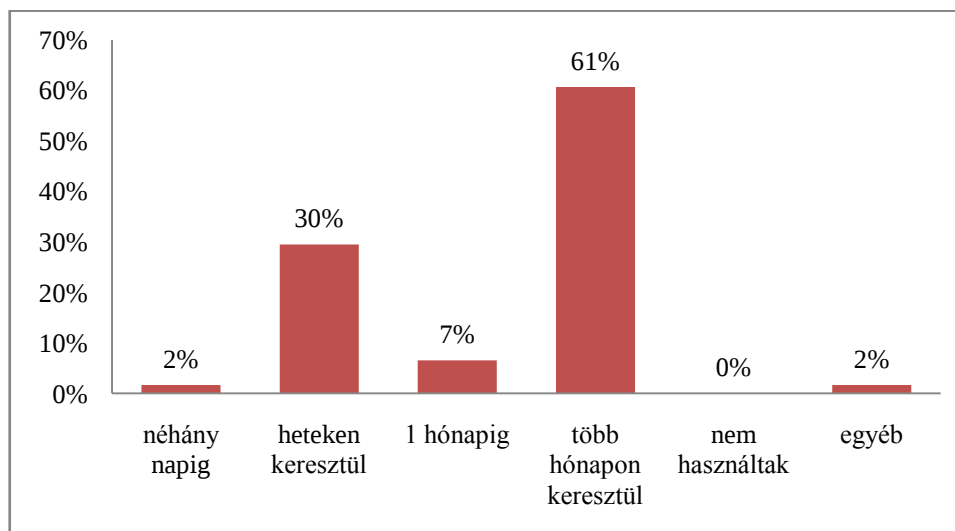


Forrás: saját szerkesztés

A következő két kvantitatív kérdésben a kezelésekhöz kötődő állításokat értékeltettem a válaszadókkal. Az értékelés a panaszok javulására tért ki a kezeléseket követően, amit egy 5 fokú skálán adhattak meg. Itt az 1 azt jelentette, hogy a panaszok egyáltalán nem javultak, az 5 pedig azt, hogy teljes mértékben helyrejutott. Ebben az esetben a válaszadók 58 %-ánál jelentős javulás volt tapasztalható. A második ilyen

jellegű kérdésnél a kitöltő bejelölhette, hogy mennyi ideig tartott a kezelés hatása. Ezeknek a válaszoknak az eredménye látható a **10. diagramon**.

10. diagram: Kezelések hatásának ideje (N=61)

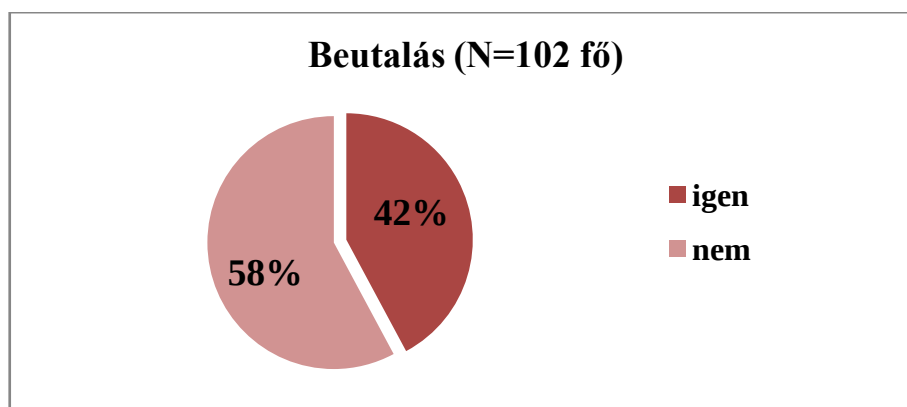


Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek 61 %-ánál több hónapon keresztül tartott a kezelések jótékony hatása, míg 30 %-ánál csak néhány héten keresztül. Ebből megállapítható, hogy a kúraszerűen alkalmazott kezelések hosszú távon tartósan hatnak a betegekre, ezzel enyhítve panaszait.

Kitértem ebben a részben arra is, hogy a kitöltők közül hányan érkeztek beutalóval az üdülőhelyre. A megkérdezettek 42 %-a érkezett beutalóval Hévízre (**11. diagram**). Ez alapján az eredmény alapján és a korábban Hévízen eltöltött időt figyelembe véve az V. hipotézisem beigazolódott.

11. diagram: Beutalás Hévízre

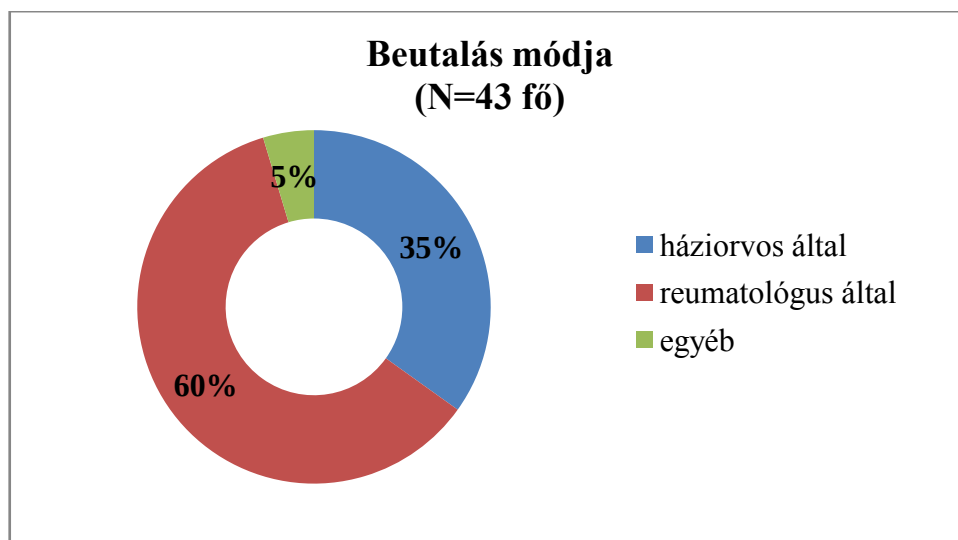


Forrás: saját szerkesztés

Kevesen tudják, hogy beutalási lehetőséget ilyen jellegű szolgáltatást nyújtó intézményekbe, mint ami Hévízen is található (Tófürdő, Szent András Reumakórház), évente 2 alkalommal vehető igénybe társadalombiztosítás révén. Beutalással jelentősen kedvezőbb áron juthatnak a kezelésekhöz. A beutalót reumatológus vagy háziorvos is kiállíthatja. A kettő között annyi a különbség, hogy elfogadják a háziorvos által kiállított beutalót, de Hévízen az intézményben rendelő reumatológus még külön megvizsgálja a beteget, és kezeléseket ír fel számára.

A kitöltők 60 %-át reumatológus utalta be kezelésekre, míg 35 %-át háziorvosa. A fennmaradó 5 % nem beutalás útján érkezett, így teljes árat fizetett a kezeléseikért. (12. diagram)

12. diagram: Beutalás módja



Forrás: saját szerkesztés

Az utolsó kérdés kapcsán arra voltam kíváncsi, hogy a megkérdezettek kiegészítették-e valamilyen programlehetőséggel hévízi tartózkodásukat.

Hévízre látogatók tartózkodási idejük alatt ellátogattak a környező településekre is (39 %), vagy kirándulást tettek a Balaton mentén (31 %). Sokan azonban a kezeléseik ideje alatt csak a városban tartózkodtak (30 %). Hévízen a fakultatív programok lehetősége igen kevés, ami igyekeznek bővíteni. A városban művelődési ház, mozi, könyvtár és muzeális gyűjtemény várja a kedves látogatókat. Időközönként a városban zenés és táncos esteket rendeznek, karácsonykor pedig adventi vásár várja az érdeklődőket.

Hévíz a Balatontól nem messze fekszik, valamint a városban és a környéken is számos látnivaló található, többek között fürdőváros sajátos arculatú és hangulatú városrésze Egregy, ami az évről évre megrendezésre kerülő egregyi szüreti mulatságáról nevezetes. A borok mellett falatozók és színes programok is várják a vendégeket. Ezen kívül számos rendezvénynek ad otthont a Hévíz (Hévíz Város Napja, Operettest, Pünkösdi Fesztivál, Életmód Fesztivál - Szent Iván Éji Vigasság, Fúvószenesi napok, Magyar Folklórest, Utcazenész Fesztivál, Tündérrózsa Fesztivál, Mária Magdolna Búcsú, Hévízi Országos Borfesztivál stb.) A városban található Római kori romkert, Hévíz Galéria állandó kiállítása, Hévízi Muzeális Gyűjtemény állandó kiállítása és időszakos tárlatai biztosítanak helyben programlehetőséget, a környéken pedig a Tapolcai Tavasbarlang, Kis Balaton, Festetics Kastély, Balaton Múzeum, Sümegi és Rezi várak. (www.spaheviz.hu/)

4.2.4. Konklúzió és javaslatok

A gyógytényezőkkel rendelkező településeknek törekedniük kell arra, hogy adottságukból adódóan a fejlesztéseket az egészségturizmus irányába vigyék tovább, ezáltal minősített gyógyhelyeket hozzanak létre, ahol az egészség visszaállítására adnak lehetőséget. A minősített gyógyvízzel rendelkező desztinációk szempontjából célszerű a korábban említett részben megadott táblázat (1. táblázat) figyelembe vétele alapján a következő célcsoportra fókuszálni: az egészség tudatos idősekre, a műtét utáni rehabilitációra szorulóakra és a gyógyulni vágyó idősekre, hiszen leginkább ennek a szegmensnek az érdeke az egészség megőrzése és/vagy helyreállítása. Valamint a szálláshelykínálat szempontjából is fontos a minőség. Ez a réteg hajlandó többet költeni a kényelem és nyugalom érdekében, a speciális termékeket szintén előnyben részesítik. Érdemes Hévíznek erre a szegmensre koncentrálni, és ezáltal a bevételét tovább növelheti. Ezt pedig természeti adottságai révén, a gyógytóra támaszkodva teheti meg a legjobban.

Megközelíthetőségét tekintve sem mindegy, hogy a gyógyszolgáltatásokat nyújtó létesítmények helyszínei milyen infrastruktúrával rendelkeznek, leginkább nemzetközi és országos szinten van ennek kiemelkedő jelentősége. Az alacsonyabb szinteknél más tényezők kerülhetnek előtérbe. Hévíz ebből a szempontból jó helyen

fekszik, szomszédos országok tekintetében is (Ausztria, Szlovákia, Csehország, és fontos küldő országnak számít Németország is). Infrastruktúráját tekintve még rejt magában fejlesztési lehetőségeket, de országos szinten jónak mondható, megközelítése relatíve jó.

A legtöbb turista azért érkezik Hévízre, hogy az általa nyújtott lehetőségeket kihasználják állapotuk javítására, de mellette nem elhanyagolható tény, hogy nem csak ezt a tevékenységet folytatják egész idő alatt, fontos szerepet töltenek be a programlehetőségek is. Hévíz mind a két szempontnak megfelel. Kiemelkedik gyógyszolgáltatásait tekintve, és emellett programokkal is szolgál, köztük gasztronómiai és borkóstolási lehetőségekkel, kulturális és művészeti programokkal (állandó kiállítások, fesztiválok) és látnivalókkal várja az idelátogató turistákat. Persze ne felejtsük el megemlíteni az általa kínált lehetőségeket az egészség helyreállítására, mint például a híres gyógytavát, gyógyiszapját, terápiák sokféleségét és gyógy módok tárházát. Ezeknek köszönheti leginkább a népszerűségét mind nemzetközi, mind pedig országos szinten.

A hévízi szolgáltatások fejlesztéséhez, azon is belül a gyógyszolgáltatások terén szorosan kapcsolódnak azok a tényezők is, amelyek a nagyközönség számára nem feltétlenül vehetők észre, de amelyek hiánya negatívan befolyásolhatja a Hévízről és szolgáltatásairól kialakított képet, vagy megítélést. Megléte és fejlesztése, esetleges bővítése viszont észrevétlenül fokozza a vendég elégedettség-érzését, és pozitív visszajelzések érkehetnek, esetleg ennek köszönhetően visszatérő vendéggé is válhatnak, ha a háttér-tényezők megléte és fejlesztése a megfelelő odafigyeléssel jó irányba történik. Ez jelentheti például a szakemberek képzettségét és szakértelmét, a megfelelő kezelések és technológiák kiválasztását (esetleg ezeknek a személyre szabását), valamint a szolgáltatások által közvetített profilját: Hévízre, a gyógyfürdőbe olyan emberek érkeznek, akik kezelésre szorulanak és ennek megfelelő szolgáltatásokat nyújtanak – tornák, masszázsok, kezelések, orvosi vizsgálatok, amit hozzá értő szakemberek segítségével és megléte garántál. Fontos, hogy milyen környezetben található, mint esetünkben is: Hévíznek nyugodt, csendes a környezete, gyógytava és a körülötte elterülő parkja is egyaránt pihenést és kikapcsolódást jelent, valamint számít a gyógyszolgáltatásokat nyújtó

létesítmények épületének kinézete, a színe, a formája, a személyzet öltözete, a tájékoztató táblák stílusa, az igénybe vehető szolgáltatások ára. Ezek segítségével a vendégek érzékszervére hathatnak. A háttérzenével azt a harmóniát és érzésvilágot sugallják, ami az általuk megcélzott réteghez leginkább illeszkedik, ami megnyugvást, nyugodt pihenést kölcsönöz a turisták ottléte alatt. Ez remekül alkalmazható ebben az esetben is.

Hévíz népszerűsítéséhez biztos alapokra kell helyezni elsősorban a hírnevét és imázsát, amihez megfelelő közreműködő szervekre van szüksége. Ilyenek lehetnének a helyi TDM szervezetek, klaszterek kialakítása, a helyi szolgáltatók együttműködése versenyzés helyett. További segítséget jelenthetnek a TOURINFORM irodák, utazási irodák és a Magyar Turizmus Zrt. közreműködése is. Fontos lenne, hogy ne csak turizmusban dolgozó szervek által népszerűsítsenek, hanem bevonják az orvosokat is ebbe. Általuk még nagyobb és szélesebb réteg érhető el, emellett terjesztenék a természetes gyógytényezőkben rejlő lehetőségeket is.

Az előbb felsorolt tényezők segítségével fontos lenne Hévíz egyediségét kiemelni, akár nemzetközi jelentőségét tekintve is. Elsősorban ezt a hévízi gyógytóra építhetné, ami a világon is egyedülállónak tekinthető, hiszen itt található a világ legnagyobb melegvizű, biológiailag is aktív természetes forrástava. Szolgáltatását és kínálatát tekintve is kimagasló országos szinten, de a specializált szolgáltatásokat jobban kiemelhetné, esetleg a férőhelyek bővítése is sokat jelentene számára. Hiszen egyre többen választják a hasonló szolgáltatásokat nyújtó létesítményekkel rendelkező desztinációkat, mert egyre többen gondolnak egészségükre, főleg idősebb korban (számuk is folyamatosan nő). Tehát fejlesztésekre szüksége van, és szükséges a versenytársak folyamatos megfigyelése is, hogy lépést tudjanak tartani a konkurenciával. Számolnia kell azzal is, hogy a kereslet egyre inkább sokszínűvé kezd válni, és ennek eleget tudjon tenni, újítania kell mind a gyógylétesítményeit tekintve, mind pedig programjait, rendezvényeit tekintve. Szükséges mindehhez egy jól kidolgozott és átgondolt marketing stratégia.

A piacon komoly előnyt jelenthet akár más országokkal szemben is Hévíznek, hogy jó az ár-érték arány ebben a térségben. Ennek segítségével a vendégek

„ideszoktathatók”, visszatérő vendégek lehetnek, esetleg hosszú távon nem várt, elkerülhetetlen áremelkedések okozta visszaesés is elkerülhető, ha sikerül rájuk jó benyomás tenni, az elvárásaiknak megfelelni.

Mint már korábban is említettem Hévíz gyógyfürdő jó földrajzi elhelyezkedésének köszönhetően számos külföldi turistának is vonzó célpont. Jelentős a belföldi turisták aránya, de nem elhanyagolható a külföldiek száma sem. Éppen ezért célszerű figyelembe venniük az esetleges egyedi, nemzetekre jellemző igényeket is. Ilyen lehet például az adott nyelven történő feliratok, táblák elhelyezése, útbaigazító táblák, vagy esetleg a szolgáltatások kialakítása terén is figyelembe vehetnék ezeket. Valamint azzal is számolniuk kell, hogy általában a külföldi turisták tartózkodási ideje rövidebb, mint a belföldi turistáké. Ezt az időt kellene meghosszabbítani, és ezáltal szintén növelheti a bevételét. Ez történhet programszervezéssel (akár idegenvezető segítségével), itt gondolok például a Balaton borvidék bemutatására, annak környékének megismerésére, vagy más programlehetőségek közbe iktatására, gasztronómiai utak, esetleg fesztiválokkal való egybekapcsolás.

5. Összegzés

2014. őszén kutatást végeztem az egészségturizmus illetve Hévíz kapcsán, ami során 152 fő válaszaival által vizsgáltam meg. A kérdőív alapján a kutatás két részből tevődik össze: egyrészt vizsgáltam az egészségturisztikai szolgáltatások kapcsán a hazai lakosság fogyasztását és motivációját, másrészt, hogy a kitöltők milyen arányban választották Hévizet üdülésük során és milyen céllal.

A kutatásom első részében kiderült, hogy az egészségturizmus ágai közül a legtöbben (43 %) a wellness-turizmust részesítik előnyben egészségük kapcsán. Annak ellenére, hogy sokan a wellness-turizmust jelölték meg, a megkérdezettek 44 %-a mégis egy gyógyüdülőt, Hévizet választotta az igénybevétel helyéül. Az üdülőövezet folyamatosan bővíti szolgáltatásainak kínálatát, így többek között a gyógykezelések mellett nagy hangsúlyt fektetett az utóbbi években a wellness kínálatok fejlesztésére is (Festetics Fürdőház - Wellness és Terápiás Centrum). A kitöltők többsége a legkedveltebb szolgáltatások közé a gyógyvizet sorolta (40 %). A válaszadók döntését az egészségturisztikai létesítménnyel kapcsolatban többnyire a saját tapasztalat és elégedettség (43 %), valamint az árak befolyásolta. Motivációt tekintve a legáltalánosabb válasz a pihenés/kikapcsolódás (27 %) és a gyógyulás és rehabilitáció (21 %) volt. A szolgáltatások igénybevételére a többen (31 %) nyáron kerített sort a szabadságolás miatt. Az egészségügyi szolgáltatókról az általános információszerzés eszközéül leginkább az internetet használják (75 %) a gyors és könnyű elérhetőség miatt.

A kutatásom második részében 102 főt vizsgáltam, akik már jártak Hévizen és vettek már igénybe valamilyen kezelést az ottani létesítmények valamelyikében. A csoport fogyasztói motivációit többnyire a beutaló orvos befolyásolja, az ebbe a csoportba tartozó embereket inkább utazó betegeknek tekinthetjük, akiknek a motivációja az egészségi állapotuk javulása, akik gyógykezelésekben, rehabilitációban részesülnek. A gyógyturizmus fogyasztói vizsgálata során két csoportot tudtam elkülöníteni.

Leginkább az idősebb korosztály tagjai voltak, akik a szolgáltatásokat jellemzően házastárssal, partnerrel, vagy egyedül vették igénybe. Ők

nagymértékben támaszkodnak az állami támogatásokra, és költségeik biztosító által történő finanszírozására. Többségük (59 %) mozgásszervi panasszal vette igénybe a támogatott kezeléseket. A kezelések által ennek a csoportnak a panaszai jelentősen javultak, Számukra a kezelések több hónapon keresztül nyújtottak panaszmentes állapotot. A másik csoport a fiatal korosztály volt, akik nem beutalás útján érkeztek Hévízre, hanem csak pihenés/kikapcsolódás céljából. Ők átlagosan 2-3 napot töltöttek a gyógyüdülő területén és többnyire a gyógyító által nyújtotta lehetőségeket részesítették előnyben.

A hipotézisek közül az I. hipotézist elvetettem, mert a kutatásom azt bizonyítja, hogy hiába egyre népszerűbb az egészségmegőrzés és a megelőzés, illetve a betegségek kezelése, az egészségüket megőrző és gyógyulni vágyó emberek korántsem hajlandóak annyi időt, pénzt, energiát szentelni saját egészségük javítása érdekében, mint ahogyan azt a korábban feltételeztem.

6. Irodalomjegyzék

Bodnár László: Az idegenforgalom hazai és nemzetközi vonatkozásai; Nemzetközi Tankönyvkiadó, Budapest, 2005.

Boros Szilvia – Mondok Anita – Várhelyi Tamás: Az egészségturizmus szolgáltatásai és menedzsmentje, Szolnoki Főiskola, 2012., Forrás: http://ttt.szolfportal.hu/images/stories/letoltheto/boros_mondok_varhelyi_egeszsegturizmus_jegyzet.pdf, Letöltés dátuma: 2014. 09. 10.

Budai Zoltán – Székács Orsolya: Széchenyi Terv - A magyar egészségturisztikai kínálat alakítása a különböző célcsoportok igényei szerint, Turizmus Bulletin V. évfolyam 3. szám, 2001.

KPMG consulting Utazási, Szabadidő és Turizmus csoportja a Magyar Turizmus Zrt. megbízásából: Az egészségturizmus marketingkonceptiója, Forrás: http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/02_02/Sz3.htm, Letöltés dátuma: 2014. 09.10.

Központi Statisztikai Hivatal: A gyógyturizmusban érintett települések Magyarországon, 2013. augusztus, Forrás: <http://itthon.hu/documents/28123/4083489/Gy%C3%B3gyturizmus/2aa428a7-1354-4b89-b8f8-e2d550379e07>, Letöltés dátuma: 2014. 09.12.

Magyar Turizmus Zrt.: MARKETINGTERV 2014 – Stratégia, 2014., 15. oldal, Forrás: http://itthon.hu/documents/28123/6258341/MT_2014_Strat%C3%A9gia.pdf/1d6576ce-8667-4c7d-8385-c25d62fd3372, Letöltés dátuma: 2014.09.15.

Magyar Turizmus Zrt. - Szakmai oldal: Magyarország leglátogatottabb települése 2013-ban, Forrás: http://szakmai.itthon.hu/legfrissebb/-/asset_publisher/qJ3cnkpxJLwU/content/magyarorszag-leglatogatottabb-telepulesei-2013-ban, Letöltés dátuma: 2014. 09. 12.

Magyar Turizmus Zrt.: MAGYARORSZÁG TURIZMUSÁNAK ALAKULÁSA, 2013. január–október, 4. - 6. oldal, Forrás: http://itthon.hu/documents/28123/4083489/Magyarorszag_turizmusa_2013_januar-okt%C3%B3ber.pdf/d6fc9297-15ed-4d1a-b638-cbd8f7367a55, Letöltés dátuma: 2014. 09.10.

Melanie Smith - Puczkó László: Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika, Akadémia Kiadó, Budapest, 2008.

Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia, 2007., Forrás: <http://2010-2014.kormany.hu/download/b/8e/20000/Egeszsegturizmusstrategia.pdf>, Letöltés dátuma: 2014. 09. 14.

Sziva Ivett: Öntsünk tiszta vizet... Az egészségturizmus fogalmi lehatárolása és trendjeinek válogatott bibliográfiája, Turizmus Bulletin XIV. évfolyam 4. szám, 2010.

Forrás:http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/705_10_ontsunk_tiszta_vizet.pdf/0f8b8424-4bdf-4307-a292-4b732db0455c, Letöltés dátuma: 2014. 09. 09.

<http://www.heviz.hu/hevizito/furdo-informacio-arlista> Letöltés dátuma: 2014.10.18.

http://www.heviz-info.hu/festetics_furdohaz.html Letöltés dátuma: 2014. 10. 18.

<http://www.heviz-info.hu/hevizito.html> Letöltés dátuma: 2014. 10. 20.

http://www.heviz-info.hu/terapias_centrum.html Letöltés dátuma: 2014. 10. 18.

<http://www.heviz-info.hu/tofurdo.html> Letöltés dátuma: 2014. 10. 18.

http://www.spaheviz.hu/hu/tofurdo/curative_power/2 Letöltés dátuma: 2014. 10. 20.

7. Melléklet

7.1. Kérdőív (Hévíz és az egészségturizmus)

1. Hallott már az egészségturizmusról?

- igen
- nem (Folytassa a 13. kérdéssel)

2. Mit jelent Ön számára az egészségturizmus? (1 mondatban)

.....

3. Az egészségturizmus fajtái közül melyiket részesíti előnyben?

- gyógyturizmus
- wellnessturizmus
- szabadidő, rekreációs turizmus
- holisztikus
- egyiket sem

4. Vett már igénybe egészségturisztikai szolgáltatást?

- igen
- nem

5. Ha igen, hol vette igénybe a szolgáltatást/szolgáltatásokat?

(város és/vagy a szolgáltató létesítmény neve)

.....

6. Milyen szolgáltatást/szolgáltatásokat vett igénybe?

.....

7. Mi alapján döntött az adott egészségturisztikai szolgáltatást nyújtó létesítmény mellett?

- ☐ ismerős ajánlotta
- ☐ voltam már ott és elégedett voltam vele
- ☐ kedvező ár-érték arányú szolgáltatásokat nyújt
- ☐ itt vehettem igénybe a támogatott kezelést
- ☐ egyénre szabott, speciális szolgáltatásokat nyújt
- ☐ tetszett a reklámjuk
- ☐ nem voltam még ilyen helyen

☐ egyéb:

8. Elsősorban milyen céllal vesz igénybe egészségturisztikai szolgáltatásokat?

- pihenés/kikapcsolódás
- egészségi állapot megőrzése, megelőzés
- gyógyulás/rehabilitáció
- szépségápolás, wellness
- konferencia/üzlet
- nem veszek igénybe
- egyéb:

9. Az alábbi egészségturisztikai szolgáltatások közül melyiket venné/vette igénybe?

- ☐ masszázs
- ☐ termál gyógymedence
- ☐ gyógytorna
- ☐ iszappakolás
- ☐ finn szauna
- ☐ szénsavas fürdő
- ☐ súlyfürdő
- ☐ hideg vizes medence
- ☐ szépségkezelés(ek)
- ☐ fitness
- ☐ egyéb: ...

10. Hogyan vásárolja meg az ilyen szolgáltatásokat?

- csomagban
- egyénileg választom ki, hogy mit szeretnék
- egyéb:

11. Hol informálódik egészségturisztikai szolgáltatók után?

- ☐ utazási irodáknál
- ☐ interneten
- ☐ ismerősöktől, barátoktól
- ☐ újságból

- ☐ orvosnál
- ☐ egyéb:

12. Az egészségturisztikai létesítmények szolgáltatásait általában mikor veszi igénybe?

- nyáron
- tavaszi-őszi időszakban
- téli hónapokban
- egész évben
- nem veszek igénybe ilyen szolgáltatást

13. Járt már Ön Hévízen?

- igen (folytassa a 14. kérdéssel)
- nem (folytassa a 27. kérdéssel)

14. Kérem írjon 3 dolgot, ami először eszébe jut Hévízről!

.....

15. Kivel látogatott el Hévízre?

- családdal/rokonokkal
- barátokkal
- kollégákkal
- egyedül
- egyéb:

16. Milyen céllal érkezett Hévízre?

- pihenés, kikacsolódás
- gyógykezelés, rehabilitáció
- wellness, prevenció
- strandolás
- rokon-, barátlátogatás
- üzleti
- egyéb: ...

17. Általánosan hány napot töltött Hévízen látogatása(i) során?

- 1 nap

- 2-3 nap
- 3-4 nap
- 5-7 nap
- 7 napnál többet

18. Milyen szálláshelyet vett igénybe látogatása során?

- ismerősnél/rokonoknál
- falusi vendégház
- kemping
- 2-3 csillagos szállodában
- 3-4 csillagos szállodában
- egyéb: ...

19. Hévízen töltött időszakban....

- csak néhány gyógyászait kezelésen vettem részt
- min. 5-7 kezelést tartalmazó kúra csomagot vettem igénybe
- több mint 8 kezelésen vettem részt
- nem vettem igénybe kezelést
- egyéb: ...

20. Hévízre érkezése során milyen egészségügyi panasza volt, amit ott kezeltetett?

- mozgásszervi
- idegrendszeri
- bőrgyógyászati
- fogászati
- nem voltak
- egyéb: ...

21. Ha az előző kérdésre „mozgásszervi” volt a válasza, akkor milyen?

- ízületi gyulladás
- ízületi kopás
- gerincbántalmak
- porckopás
- izomsérülés

- gerincsérv
- derékfájás
- csontritkulás
- egyéb: ...

22. Mennyire érezte úgy, hogy a hévízi kezelések után egészségügyi panaszai javultak?

	1	2	3	4	5	
egyáltalán nem						teljes mértékben

23. Körülbelül mennyi ideig tartott a kezelés hatása?

- néhány napig
- heteken keresztül
- 1 hónapig
- több hónapon keresztül
- nem használtak
- egyéb:

24. Beutalóval érkezett Hévízre?

- igen
- nem

25. Ha az előző kérdésre igennel válaszolt, akkor a beutalás milyen módon történt?

- házi orvos által
- reumatológus által
- egyéb:

26. Hévízi tartózkodásom során ...

- csak Hévízen tartózkodtam.
- ellátogattam a környező településekre is.
- kirándulást tettem a Balaton mentén.
- egyéb:

27. Neme

- férfi

- nő

28. Lakóhelye

- főváros
- megyeszékhely
- város
- község, falu

29. Életkor:

30. Legmagasabb iskolai végzettsége

- 8 általánosnál kevesebb
- 8 általános
- érettségi
- egyetem/főiskola
- jelenleg felsőoktatásban tanulok

31. Foglalkozása

- Adminisztráció / Titkári
- Bank
- Biztonság / Honvédelem
- Egészségügy / Szociális ellátás
- Emberi erőforrások
- Háztartásbeli
- Információs technológia / Elektronika
- Jog / Jogi tanácsadás
- Kereskedelem
- Kultúra/ Művészetek / Szórakozás
- Marketing /Reklám
- Menedzsment
- Média / PR
- Mezőgazdaság /Környezettudományok
- Munkanélküli
- Nyugdíjas

- Oktatás / Tudomány
- Pénzügy / Könyvelés
- Szolgáltatás
- Tanuló
- Telekommunikáció
- Termelés / Gyártás
- Turizmus / Hotelek / Vendéglátás
- Állami adminisztráció / Igazgatásszervezés
- Építőipar / Ingatlanforgalmazás
- Egyéb

32. Családi állapot

- egyedülálló
- házas (gyerek nélkül)
- házas (gyerekkel)
- özvegy
- elvált

33. Egy főre jutó havi nettó jövedelem

- 30.000 Ft-nál kevesebb
- 30.000 - 50.000 Ft
- 30.001 - 60.000 Ft
- 60.001 - 80.000 Ft
- 80.001 - 110.000 Ft
- 110.000 Ft felett