



ÚJ MAGYARORSZÁG
VIDÉKFEJLESZTÉSI PROGRAM
2007–2013



VELENCEI-TÓ TERÜLETFEJLESZTÉSI PROGRAM STRATÉGIAI TERVEZÉS ALAPJAINAK VIZSGÁLATA

2009

**„VELENCEI-TÓ A TERMÉSZETES EGÉSZSÉG „
TERÜLETFEJLESZTÉSI PROGRAM ELKÉSZÍTÉSÉNEK
ÜTEMTERVE, ÉS FELADATAI**

Tartalom

Bevezetés	5
1. Makrokörnyezeti elemzés - a településfejlesztés fontossága	10
1.1 Településfejlesztési koncepció	11
1.2 Pályázati források jelentősége a településfejlesztés szempontjából.....	13
1.3 NFT II. 2007-2013	15
1.4 A turizmus jelentősége	19
1.4.1 Turizmusfejlesztés az ÚMFT -ben	19
1.4.2 Turizmus az Operatív Programokban	19
1.4.3 Turizmus a Regionális Operatív Programokban	20
1.4.4 Egészségturizmus egyéb kapcsolódásai	21
1.4.5 Új Magyarország Vidékfejlesztési Stratégia és Program.....	21
1.4.6 A vidékfejlesztés integrált megközelítése.....	23
1.4.7 Az „Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia”	25
2. Mezokörnyezeti elemzés - a Közép-Dunántúli régió jelentősége turisztikai és gazdasági szempontból	29
2.1 Fejér megye	30
2.1.1 Földrajz.....	30
2.1.2 Közlekedés	31
2.1.3 Gazdaság.....	31
2.2 Gárdonyi Kistérség	32
2.2.1 Földrajzi elhelyezkedés	32
2.3 Fejér megye és kistérségeinek területe, népessége és népsűrűsége	33
2.4 A települések népessége és a gazdasági fejlettség összefüggései	35
2.5 Korcsoport szerinti elemzés	38
2.6 Lakás-, és üdülőállomány, közmű, egészségügyi infrastruktúra.....	39
2.6.1 Lakásállomány alakulása	39
2.6.2 Üdülőállomány fejlődése	41
2.6.3 Közművek.....	42
2.6.4 Egészségügyi ellátás.....	42
2.7 Jólét, életminőség	43
2.8 Mezoszintű elemzés - gazdasági környezet	45
2.8.1 Foglalkoztatási helyzetkép	45
2.8.2 A Velencei kistérség regisztrált vállalkozásainak száma	49
2.9 Személyi jövedelemadó és a kistérségek fejlettsége.....	50
2.9.1 A Fejér megyei kistérségek által fizetett személyi jövedelemadó nagysága és a kistérségek népességének a nagysága közötti jellemzők	50
2.9.2 Vásárlóerő – gazdasági fejlettség országosan megyei és településszintű bontásban vizsgálva	51
2.10 Mezoszint – utazási szokások	55
2.10.1 A belföldi utazások fő jellemzői	55
2.10.1.1 A 2-4 napos (hétfégi típusú) belföldi utazások jellemzői	56
2.10.1.2 Az öt- és több napos belföldi utazások jellemzői.....	58
2.10.2 Külföldi turisták jellemzői és szokásai.....	60
2.10.2.1 A külföldiek utazási céljai és a kedvelt régiói	60
2.10.2.2 A külföldi turisták költségeinek megoszlása az utazási célok tükrében.....	63
2.11 Mezoszintű elemzés – A turisztikai ágazat szempontjából fontos infrastruktúrák jellemzői.....	64

2.11.1 Bolti kiskereskedelem.....	64
2.11.2 Vendéglátás jellemzői	66
2.11.3 A kereskedelmi szálláshely férőhelyeinek száma, megoszlása és külföldiek által való lefedettsége	69
2.11.4 A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása	70
2.11.4.1 A kereskedelmi férőhelyek és a külföldi vendégek aránya	71
2.11.4.2 A magánszállás férőhelyeinek száma, és megoszlása a külföldi lefedettség aránya szerint.....	73
2.11.4.3 A nem üzleti céllal üzemeltetett közösségi, szabadidős férőhelyek kapacitása.....	78
2.11.5 Tartózkodás átlagos ideje a kereskedelmi és a magánszállásokon	78
2.11.6 A vendégforgalom és azon belül a külföldi vendégforgalom összehasonlítása az egyes kistérségekben.....	80
2.11.7 A kereskedelmi és a magánszállások vendégforgalma az egyes kistérségekben.....	83
2.11.8 Vendégéjszakák és a külföldiek által eltöltött vendégéjszakák alakulása	84
3. Mikrokörnyezet - versenytárs elemzés - ágazati versenytársak - generikus szint.....	86
3.1 A kiemelt üdülőkörzetek férőhelyeinek száma és az átlagos tartózkodás jellemzői az egyes településeken	86
3.1.1 Velencei-tó – Vértes.....	87
3.1.2 Balaton üdülőkörzet part közeli települései	87
3.1.3 Dunakanyar	88
3.1.4 Mátra - Bükk	89
3.1.5 Mecsek és Villány	89
3.1.6 Sopron - Kőszeghegyalja.....	90
3.1.7 Tisza-tó	91
3.2 Trendek alakulása az átlagosan eltöltött napok számát összehasonlítva 2007-ben a 2000-es év adatai alapján	91
4. Mikrokörnyezet - versenytárs elemzés – márkaversenytárs-szint	92
5. Célcsoport-audit	94
5.1 Helyi lakosság (lásd makrokörnyezeti elemzés).....	94
5.2 Nem itt élő lakosság.....	94
5.3 Külföldi vendégek.....	97
6. Kutatási jelentés.....	102
6.1 A minta összetétele	103
6.2 Általános utazási szokások.....	105
6.2.1 Faktorelemzés.....	117
6.3 Klaszterelemzés	121
6.4 Összegzés	125
7. A Velencei kistérség településeinek együttes SWOT elemzése	126
8. Javaslatok a stratégiára.....	128
9. Összefoglaló tanulmány	133
9.1 Általános információk.....	133
9.2 „A turisztikai kapacitás minőségi fejlesztése.....	136
9.3 Helyzetelemzés.....	137
9.4 Hiányosságok.....	139
9.5 „Velencei-tó a természetes egészség”.....	140
9.6 Erőforrások felhasználása – Infrastrukturális erőforrások	142
9.7 Kereskedelmi és magánszálláshelyek változásai a Velencei-tó térségben	146
9.8 Korábbi fejlesztési terveknek a tervezési területre gyakorolt hatásai.....	148

Marketing jelentősége: Olyan tevékenységrendszer, eszköz- és módszertár, amely érvényesíti a vállalkozás fogyasztó- és piacorientált szemléletét.....	155
9.9 Általános háttér információk	155
<i>10. Mellékletek</i>	172

Bevezetés

A turizmus nemzetgazdasági jelentőségének bemutatására egy GKI tanulmány eredményeit használtuk fel¹ témánk megalapozásához. A GKI kutatása szerint a turizmus – interszektorális jellegéből adódóan – számos nemzetgazdasági ág teljesítményéhez járul hozzá. A legszorosabb kapcsolatban a szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ággal (H) van (amelyet a statisztikai értelemben vett turizmus szektorként tartunk számon), mely gazdasági ág teljesítménye 2007-ben a 2006. évi emelkedés után megtorpant. Folyó áron 326 milliárd forinttal járult hozzá a GDP-hez, amely a GDP 1,9%-át teszi ki. A volumenindex 2007-ben 99,7% volt.

Azonban a turizmus szektorának valódi szerepe és súlya ennél jóval nagyobb a GDP termelésében azon multiplikátorhatások miatt, amelyet a turizmus során megjelenő kereslet generál a turizmussal közvetlenül, vagy közvetetten kapcsolatban lévő ágazatokban, azok növekedését előmozdítva.

A turizmus szektornak a statisztikai értelemben vett turizmus szektoron kívül (szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás) szektorral még két réteget kell, hogy megkülönböztessük:

- A teljes közvetlen turizmus szektort: ide soroljuk a szálláshely-szolgáltatás, vendéglátáson kívül még azokat a tevékenységeket, amelyek kínálati oldalának szereplői közvetlenül kapcsolatba kerülnek a turistákkal.
- A teljes közvetlen és közvetett turizmus szektorba tartoznak az idegenforgalmi szektor közvetlen beszállítói.

A GKI Kutatóintézet által kidolgozott modell alapján kimutatták, hogy a turizmus egyes rétegei hogyan járultak hozzá a GDP termeléséhez. E szerint a modell szerint az alábbi eredményeket kapták:

- A statisztikai értelemben vett turista szektor a megtermelt bruttó hozzáadott érték 1,22-1,59%-a volt.
- A teljes közvetlen turizmus szektorban tevékenykedő termelő és szolgáltató vállalkozások adják a nemzetgazdasági hozzáadott érték 3,58-4,66%-át.

¹ GKI Gazdaságkutató Rt. : A turizmus nemzetgazdasági jelentősége Magyarországon, Turizmus Bulletin

- A teljes közvetlen turizmus szektorral technológiai (beszállítói) kapcsolatokon keresztül érintkező ágazatok reprezentálják a nemzetgazdasági hozzáadott érték 3,15-4,1%-át.

Így összesen a teljes közvetlen és közvetett turizmus szektor tette ki 2002-ben az összes magyar nemzetgazdasági bruttó hozzáadott érték 6,73-8,76%-át.

A teljes közvetlen turizmus szektorban megtermelt hozzáadott érték megoszlását nemzetgazdasági ágak szerint is vizsgálta a tanulmány. E szerint a teljes közvetlen turizmus szektor által termelt hozzáadott érték megoszlása ágazatok szerint (%) az alábbi táblázat szerint alakult:

1. táblázat

Mező- és erdőgazdálkodás	0,93
Kereskedelem, javítás	2,03
Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás	34,27
Szállítás	17,46
A szállítás kiegészítő tevékenységei	12,93
Posta és távközlés	4,46
Pénzügyi szolgáltatások	10,53
Ingatlanügyletek, kölcsönzés	8,38
Gazdasági tevékenységet segítő szolgáltatások	2,33
Egyéb szolgáltatások	3,69
Teljes közvetlen turizmus	100,00

Forrás: a GKI Rt. számításai alapján

A szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ágban a vállalkozások 2007-ben 156 ezer főt foglalkoztattak, ami a nemzetgazdaság egészében foglalkoztatottak 4,0%-át jelentette, gyakorlatilag 2005 óta változatlan súllyal. A foglalkoztatottak száma keresete, 2004-2007 között az alábbi táblázatban látható:

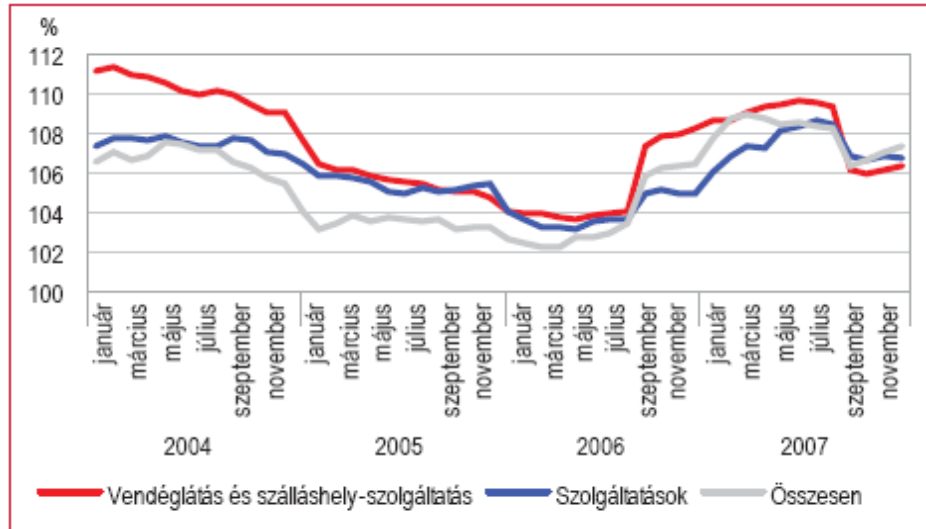
2. táblázat

Megnevezés	2004	2005	2006	2007
Nemzetgazdaságban foglalkoztatottak, ezer fő	3904,4	3901,5	3930,1	3926,2
Ebből:				
Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás	148,8	154,3	157,2	156,1
A szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás ágban foglalkoztatottak aránya, %	3,8	4,0	4,0	4,0
Reálkereseti index, %:				
Nemzetgazdaság összesen	98,9	106,3	1,03,6	95,4
Reálkereseti index, %:				
	97,2	10,38	10,3,	96,4

szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás ág				
--	--	--	--	--

A fogyasztói árak alakulását vizsgálva a statisztikai értelemben vett turizmus-szektorba (szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás) 2004-2007 között a teljes fogyasztói ár, valamint a szolgáltatások áraihoz viszonyítva az alábbi képet kaptuk:

1. ábra



Forrás: KSH: Jelentés a turizmus 2007. évi teljesítményéről

Látható, hogy a vendéglátás és szálláshely-szolgáltatás árindexe 2004-2007 között minden esetben meghaladta a teljes áremelkedést, de a különbség évről évre csökkent.

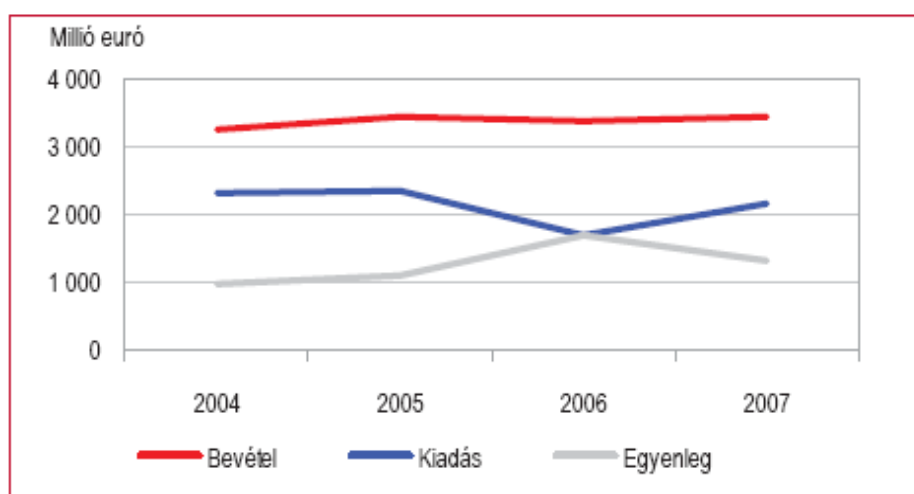
A szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ágban 2007-ben a beruházások értéke 49,6 milliárd forint volt. Volumenét tekintve 9,5%-kal több mint az előző évben, miközben a nemzetgazdaság egészét stagnálás jellemezte. Az ágazat beruházásai a nemzetgazdaság beruházásainak az 1%-át teszi ki.

3. táblázat

Megnevezés	2004	2005	2006	2007
Nemzetgazdaság, milliárd forint	4076,2	4427,1	4647,9	4788,0
Ebből:				
Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás	35,8	43,7	43,9	49,6
Nemzetgazdaság volumenindexe, előző év=100,0	107,8	106,4	98,0	100,3
Ebből: szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás	95,1	112,0	106,0	109,5
Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ág beruházásainak aránya az összes beruházásból, %	0,88	0,99	0,94	1,04

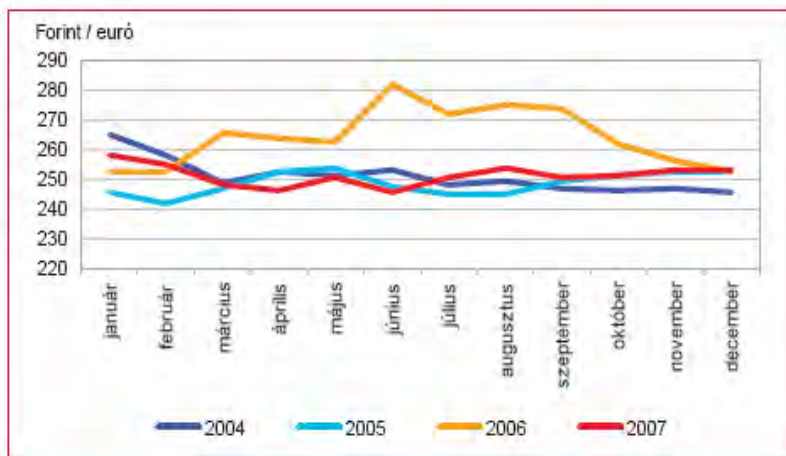
A Magyar Nemzeti Bank a folyó fizetési mérlegében 2007-ben idegenforgalom jogcímen 3450 millió euró bevételt mutatott ki, melynek értéke 2%-kal haladta meg a 2006. évit. Mivel azonban az utasforgalmi kiadások összességében 26%-kal nőttek, így az egyenleg jelentős mértékben (24%-kal) romlott, és megszakadt a 2005 óta tartó egyenlegjavulás. A folyó fizetésimérleg-szolgáltatások sorának bevételi többlete 2007-ben 1123 millió euró volt, amely elsősorban az utasforgalomból származó bevételi többletnek köszönhető. Az alábbi ábrán látható az utasforgalmi bevétel és kiadás alakulása 2004-2007 között.

2. ábra



Az utasforgalom alakulását az euró/forint árfolyam is befolyásolja. A gyenge forint ugyan kedvez a hazánkba látogató külföldi turistáknak, de fékezi és drágítja a magyar turisták külföldre való látogatását.

3. ábra



Természetesen a turizmus alakulását számos makrogazdasági tényező befolyásolja, amely jelen gazdasági válságban, - amely elsősorban a GDP csökkenésében, a munkanélküliség növekedésében, a reálbérek csökkenésében jelentkezik, - visszahat a turizmusra is. A válság világméreteket ölt, így az eddig elért életszínvonal nem tartható fenn szinte sehol. Az emberek ilyenkor elsősorban a luxusról és a jóléti szolgáltatásokról mondanak le, így a kikapcsolódásról, az utazásról. Ezt mutatkozik meg a 2008. I-III. hónapjaira vonatkozó turizmussal kapcsolatos adatokban, amelynek legjellemzőbb mutatói az alábbiak szerint alakultak:

- A külföldi és a belföldi turisták száma 19, illetve 11%-kal csökkent a kereskedelmi szálláshelyeken.
- A külföldiek és a belföldiek által eltöltött vendégéjszakák száma 17, illetve 12%-kal estek vissza. A belföldi turisták által kedvelt panziókban 19%-os mérséklődést mért a KSH. A kiemelt üdülőkörzetek közül a Balatonon és Budapesten eltöltött vendégéjszakák száma 13, illetve 22%-kal volt kevesebb.
- A kereskedelmi szálláshelyek árbevétele folyó áron 12%-kal mérséklődött az előző év hasonló időszakához képest a forintárfolyam gyengesége ellenére.
- A szállodák kihasználtsága 33,7%-os volt, míg a gyógyszállodákban 49,7%-s, de ez is 10%-os elmaradás a tavalyihoz képest.
- A szálláshely és vendéglátó - szolgáltatások árindexe 5,7%-os növekedést jelzett az egy évvel korábbihoz képest.

Mindezek az adatok a háztartások struktúrájának változása következtében a kilátások és a pozitív várakozások csökkenését eredményezheti a turizmus ágazatban a 2009-es évben.

A turizmussal kapcsolatos fejlődési trendek azonban azt mutatják, hogy a jelenlegi megtorpanás ellenére a turizmus, hosszú távon, stratégiai szempontból sok régió és kistérség számára jelent fejlődési lehetőséget, kitörési pontot, amelyet a turizmusra fordítható támogatások növekedése, az ágazat fejlesztését támogató pályázatok és egyéb makro-környezeti tényezők tovább erősítenek.

Tanulmányunkban a Velencei kistérség lehetőségeinek feltárását tűzzük ki célul, amelynek érdekében makro, -mezo, és mikrokörnyezeti elemzést végzünk. A SWOT elemzést követően feltárjuk a kistérség számára a kitörési pontokat, amelyeket a környezeti feltételek támogatnak, figyelembe véve a keresleti oldalról szerzett eddigi ismereteinket is.

1. Makrokörnyezeti elemzés - a településfejlesztés fontossága

A település fejlesztése a települési önkormányzatok törvényben rögzített feladata. E sokrétű feladat széles körű ismereteket, rátermettséget, felkészültséget kíván meg a település irányítóitól. A települések fejlesztésének összehangolt, hatékony és eredményes gyakorlása – a folytonosan változó viszonyok között – tervszerűséget igényel.

A településfejlesztési döntések helyi szinten nagy horderejű, az életminőséggel összefüggő kérdésekre, jelentős anyagi eszközökre vonatkoznak, ezért az önkormányzatok alapvető érdeke az összehangolt, célszerű döntések megfelelő előkészítése.

A tervszerű és megalapozott településfejlesztés a települési önkormányzatok által készített fejlesztési koncepciók, a fejlesztési és a rendezési, illetve a település és a területi tervek összhanga által valósítható meg. Az épített környezet alakításáról és védelméről szóló törvény szerint a településfejlesztési koncepció a településrendezési tervek megalapozó, az önkormányzati településfejlesztési döntéseket rendszerbe foglaló, önkormányzati határozattal jóváhagyott dokumentum.

Nagyon fontos, hogy a településfejlesztési koncepció a minél szélesebb körben bevont helyi közösség szándéka és jövőképe alapján készüljön, hogy ezek határozzák meg a településrendezési terv tartalmát - természetesen kölcsönös egymásra hatással.

A településfejlesztés a település társadalmi és gazdasági erőforrásainak, környezeti minőségének, műszaki, anyagi és humán ellátásának olyan fejlesztése, amely a fenntartható fejlődés érdekében megteremti a település lakossága számára az életszínvonal növekedésének, az életminőség javulásának egyensúlyi feltételeit.

A település működését és fejlődését alapvetően a településpolitika határozza meg. A településpolitika a település fejlesztésére és működésére vonatkozó önkormányzati stratégiai elképzelések és az azok megvalósítását szolgáló eszközök összessége. A településpolitika két fontos pillére a településfejlesztés és a településüzemeltetés.

A településfejlesztés tervezését a haladó országok települései évek óta sikeres eszközként használják versenyképességük fenntartása érdekében.

A településfejlesztési tervezés olyan folyamat, amely nemcsak koncepcióalkotás, hanem a település működésére, fejlesztésére vonatkozó széles körű megközelítés, melynek során olyan megoldásokat keresünk a települési viszonyok alakítására, amelyek a legjobb eredményeket hozhatják a jövőben. A településfejlesztési tervezés eredménye a település jövőképét felvázoló modell, amely eligazítást nyújt a megfelelő döntések meghozatalához.

A településfejlesztési tervezés alapvető dokumentuma a településfejlesztési koncepció, amely hosszútávra irányt mutat a település lakosságának és vezetésének.

1.1 Településfejlesztési koncepció

2. § A területfejlesztés és területrendezés célja:

a) az ország valamennyi térségében a szociális piacgazdaság kiépítésének elősegítése, a fenntartható fejlődés feltételeinek megteremtése, az innováció térbeli terjedésének elősegítése, a társadalmi, gazdasági és környezeti céloknak megfelelő térbeli szerkezet kialakítása;

b) a főváros és a vidék, a városok és a községek, illetve a fejlett és az elmaradott térségek és települések közötti - az életkörülményekben, a gazdasági, a kulturális és az infrastrukturális feltételekben megnyilvánuló - jelentős különbségek mérséklése és a további válságterületek kialakulásának megakadályozása, társadalmi esélyegyenlőség biztosítása érdekében;

c) az ország térszerkezete, településrendszere harmonikus fejlődésének elősegítése;

d) a nemzeti és térségi identitástudat megtartása és erősítése.

3. § (1) A területfejlesztés és területrendezés feladata:

a) a térségi és helyi közösségek területfejlesztési és területrendezési kezdeményezéseinek elősegítése, összehangolása az országos célkitűzésekkel;

b) fejlesztési koncepciók, programok és tervek kidolgozása, meghatározása és megvalósítása, a társadalom, a gazdaság és a környezet dinamikus egyensúlyának fenntartása, illetve javítása érdekében;

c) a nemzetközi együttműködés keretében az Európai Unió regionális politikájához illeszkedés elősegítése, valamint a regionális együttműködésben rejlő kölcsönös előnyök hasznosítása és a határ menti (különösen a hátrányos helyzetű határ menti) térségek összehangolt fejlesztésének elősegítése.

(2) A területfejlesztés feladata különösen:

a) az ország különböző adottságú térségeiben a társadalom és a gazdaság megújulását elősegítő, a térségi erőforrásokat hasznosító fejlesztéspolitika kidolgozása, összehangolása és érvényesítése;

b) az elmaradott térségek felzárkóztatásának és fejlődésének elősegítése;

c) a gazdaság szerkezeti megújulásának elősegítése az egyes ipari és mezőgazdasági jellegű térségekben, a munkanélküliség mérséklése;

d) az innováció feltételeinek javítása a megfelelő termelési és szellemi háttérrel rendelkező központokban, és az innovációk térségi terjedésének elősegítése;

e) a kiemelt térségek sajátos fejlődésének elősegítése;

f) a befektetők számára vonzó vállalkozói környezet kialakítása.

(3) A területrendezés feladata különösen:

a) a környezeti adottságok feltárása és értékelése;

b) a környezet terhelését, terhelhetőségét és a fejlesztési célokat figyelembe vevő terület felhasználásnak, az infrastrukturális hálózatok területi szerkezetének, illetve elhelyezésének - az ágazati koncepciókkal összhangban történő - megállapítása;

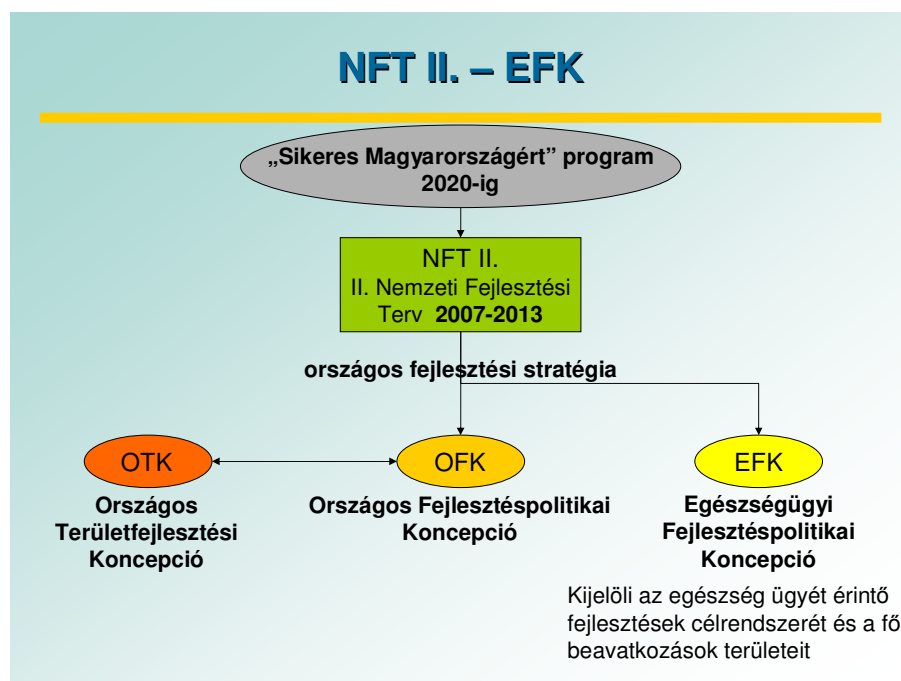
c) az országos és térségi, továbbá a területrendezéssel kapcsolatos településrendezési célok összehangolása.

1.2 Pályázati források jelentősége a településfejlesztés szempontjából

Az I. Nemzeti Fejlesztési Tervre három év alatt (2004-2006) 40 ezer projektet nyújtottak be. A program népszerűségét mutatja, hogy az összesen 670 milliárd forintos keretre beérkezett támogatási igény meghaladta az 1500 milliárd forintot – derül ki a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség közleményéből.

A beérkezett támogatási kérelmek közül 18 ezer projektet támogattak az Irányító Hatóságok 700 milliárd forint értékben. Ezen projektek közvetlenül 1100 milliárd forint értékű beruházást generálnak a magyar gazdaságban. A szerződéskötéssel lekötött összeg is megközelíti az eredeti keret 100 százalékát. A megkötött támogatási szerződések mintegy kétharmadánál már kifizetés is történt, összesen 360 milliárd forint értékben.

4. ábra



A vállalkozásoké volt a legnagyobb szelet

A beérkezett projektek kétharmadát a kis- és középvállalkozások (kkv) nyújtották be, és az NFT keretén belül több mint 12 000 kkv kapott támogatást mintegy 190 milliárd forint értékben. Legnépszerűbb pályázatok: a műszaki-technológiai korszerűsítés, a korszerű menedzsment rendszerek támogatása és a mezőgazdasági beruházások támogatása volt. A kkv-k támogatása az átlagosnál nagyobb mértékben eredményezi a „VELENCEI-TÓ TERMÉSZETES EGÉSZSÉG „

SZEGMENS PIACKUTATÓ 2009

foglalkoztatás javítását, az összes munkahely háromnegyedét a kkv-k hozták létre, vagy őrizték meg.

A GVOP keretében közvetlen pénzügyi támogatásban részesült kkv-k száma 2005 végéig 3500 volt, tanácsadásban részesült kkv-k száma 21 ezer, vállalati és egyetemi kutatóhelyek támogatott közös kutatásfejlesztési projektjeinek száma 650.

Bár a nagyvállalatok arányosan kevés pályázatra kaptak támogatást (2,7 százalék), a nagyobb projektméret miatt a számukra megítélt támogatás meghaladja a támogatások 5 százalékát. Több mint 700 önkormányzat mintegy 1500 projektje nyert el uniós forrást. A támogatási érték meghaladja a 170 milliárd forintot. Legnépszerűbb pályázatok: a LEADER+; az óvodák, iskolák infrastruktúrájának fejlesztése és kompetencia-alapú oktatásra történő felkészítése volt.

A K+F és innovációs projektek számára 38 milliárd forintot ítéltek meg. A források elsősorban kutatóközpontok támogatását, valamint a tudás- és technológiatranszfer hatékonyabb működését szolgálják.

150 milliárd civileknek, 3,7 az egyházaknak

A civil szervezetek nyújtották be az összes projekt mintegy 8 százalékát, körülbelül 150 milliárd forint értékben. Ez az összeg megközelíti a teljes megítélt támogatás 9 százalékát. Az NFT I-ből az egyházak több mint 3,7 milliárd forint támogatásban részesültek. A sikeres projektek többsége egyházi épületek felújításával és oktatási intézmények infrastruktúrájának fejlesztésével kapcsolatos.

53 milliárd a hátrányos helyzetűeknek

A Strukturális Alapok forrásaiból 53 milliárd forint támogatást kaptak a hátrányos helyzetű emberek foglalkoztatási-, tanulási-, képzési esélyeit javító projektek. A roma szervezetek támogatására és a különösen hátrányos helyzetű roma emberek életkörülményeinek javítására 5,1 milliárd forint támogatást ítéltek meg az Irányító Hatóságok.

Az úthálózat is fejlődött

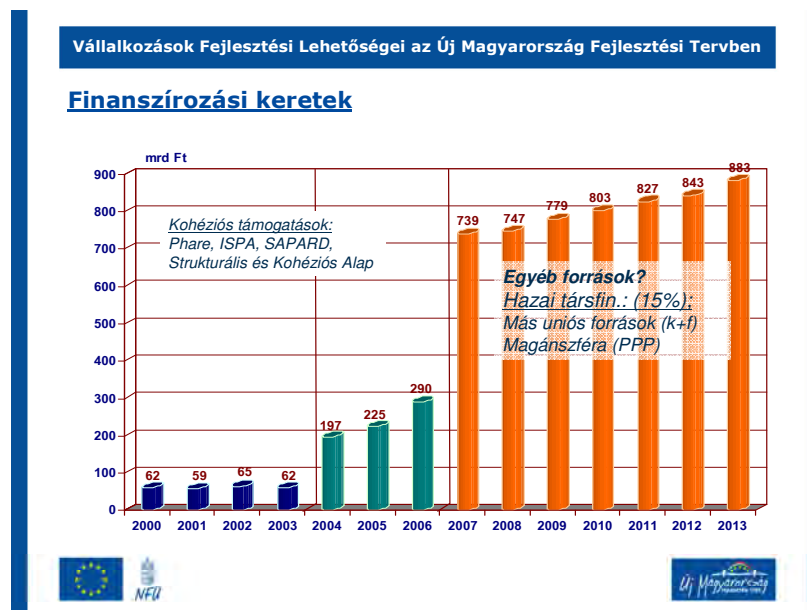
Az NFT forrásaiból 80 milliárd forint támogatás jutott a magyarországi úthálózat korszerűsítésére. A Környezetvédelmi és Infrastruktúra Operatív program keretén belül

támogatást kap az út rehabilitációs program a 11,5 tonnás tengelyterhelés elérése érdekében. Elkerülő és tehermentesítő utakat épülnek

1.3 NFT II. 2007-2013

A megpályázható források az EU-s támogatásokból és annak hazai költségvetési kiegészítéséből származnak. E forrásokat az Új Magyarország Fejlesztési Terv – az ÚMFT - és az Új Magyarország Vidékfejlesztési Terv – az ÚMVFT – operatív programjaihoz rendelték. Ezen felül további nemzetközi segítséget jelentenek más külföldi támogatások (pl. az ún. Norvég Alap, a Svájci Alap), de kizárólag hazai (tárca)forrásokra kiírt pályázatok is léteznek. A kört a gazdasági élet szereplői által kiírt pályázatok, társadalmi szervezetek és alapítványok által létrehozott alapok pályáztatása egészíti ki.

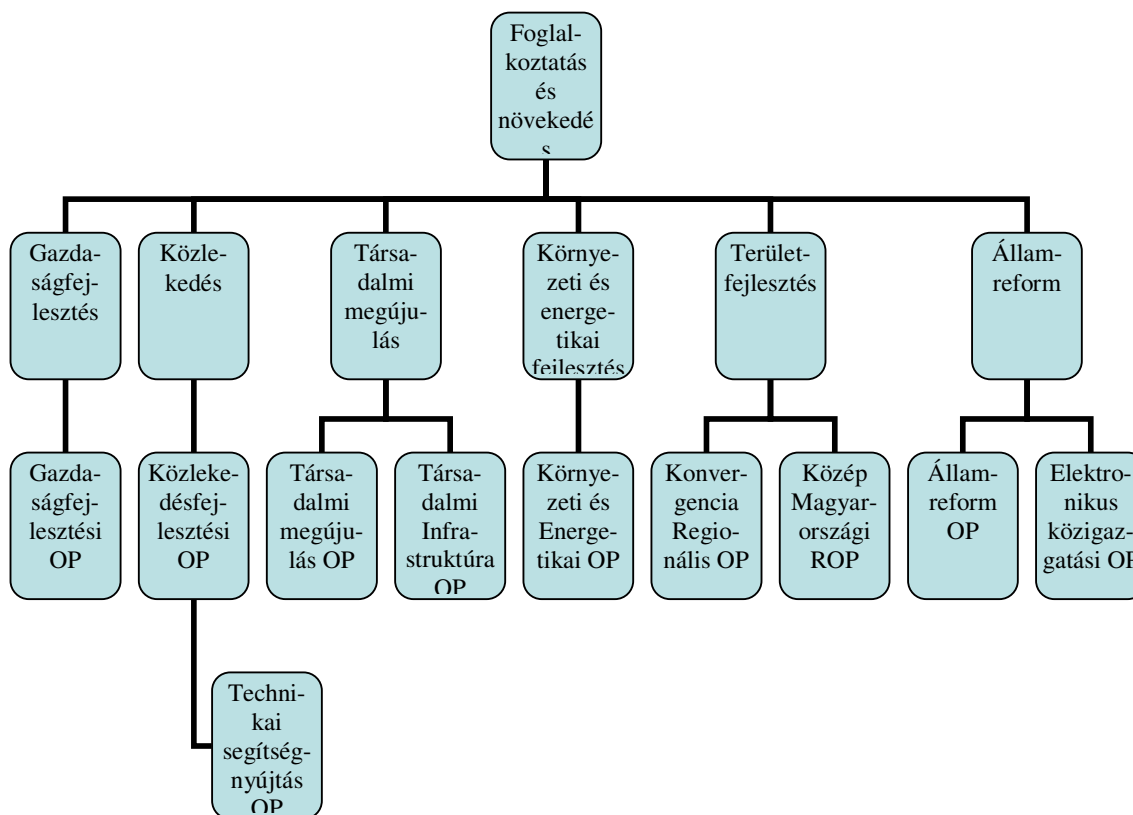
5. ábra: A rendelkezésre álló finanszírozási keretek



Közülük döntő jelentőségű az ÚMFT, amely 15 operatív programból áll. A 7 ROP a régiók területének fejlesztésére, a 8 OP szakmai-ágazati fejlesztések megvalósítására szolgál pályáztatás útján a 2007-2013 közötti EU-s tervezési időszakban.

Az OP-k és a ROP-ok a fejlesztési célokat részcélokra bontják, és a részcélok megvalósítására írják ki a konkrét pályázatokat, más szóhasználat: ezekre nyitnak pályázati ablakot.

6. ábra: ÚMFT Prioritások és Operatív programok



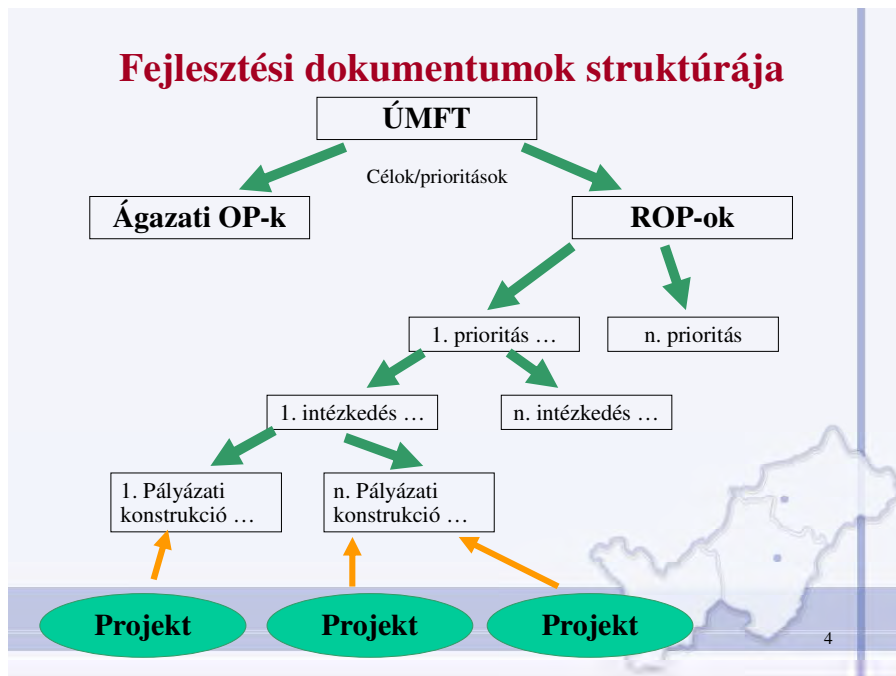
Fontos tudnunk még, hogy **a megjelenő pályázatok időbeli ütemezését az ún. akciótervek szabják meg.** Ezek az akciótervek az ágazati OP-k, illetve a regionális OP-k célrendszeréből azon célokat emelik ki, amelyeket a következő 2 évben kívánnak a pályázatok útján megvalósítani.

Az ÚMFT – külön fejezetben - ún. **kiemelt projekteket** is tartalmaz. Ezekre a projektekre az jellemző, hogy több szakmai terület célkitűzéseit egyszerre érintik – komplexitásuk miatt valójában egyik OP-ba sem sorolhatók be egyértelműen, horderejük és fejlesztő hatásuk kiugró és költségeik is jelentősek. Ezeket a „nagyprojekteket” egy OP, vagy ROP terhére azért sem volna célirányos megvalósítani, mert az adott operatív program forrásait jórészt lekötnék.

Az ÚMFT egyik többször említett forrása az ún. **pólus-program**. Ez az ÚMFT által kiemelten kezelt fejlesztési pólusvárosokhoz külön rendelt fejlesztési keret – amivel a pólusvárosokat segítik abban, hogy a (nagy)térségi szolgáltatásban, a

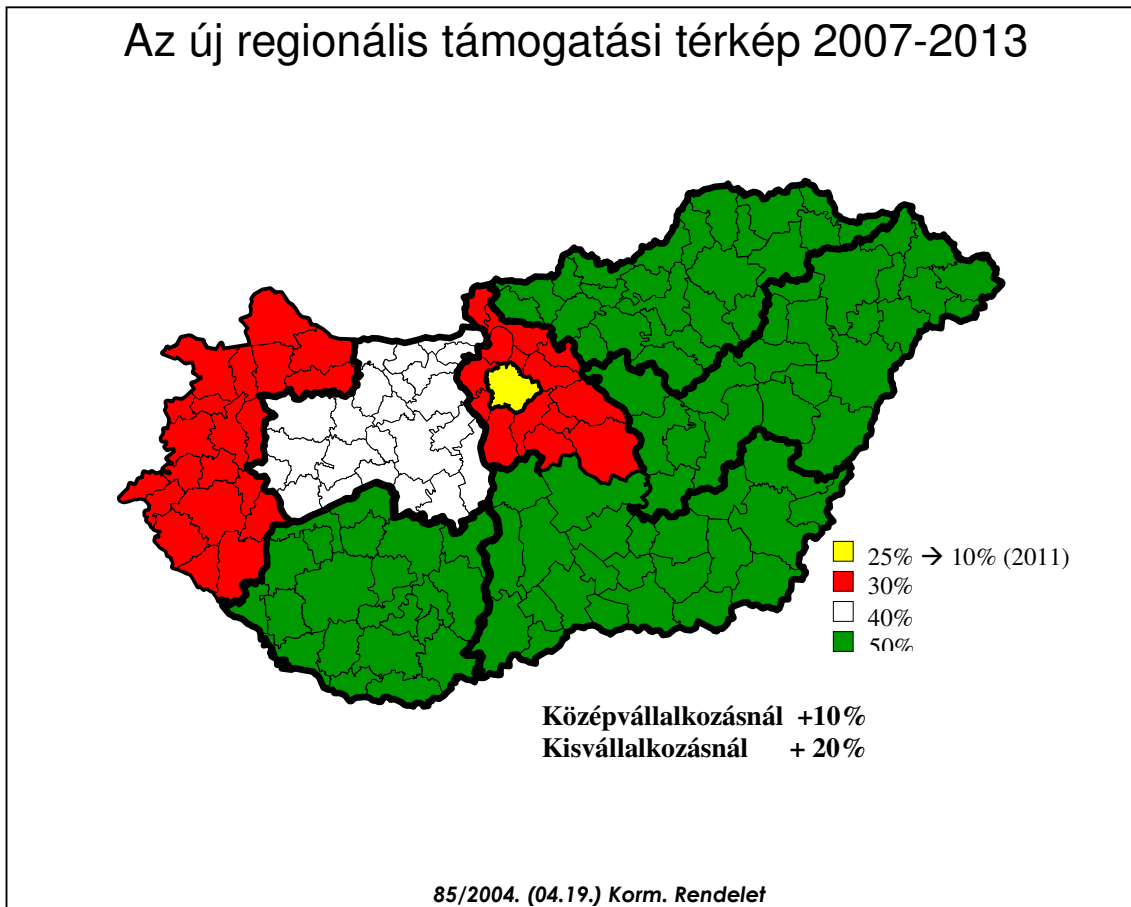
gazdaságfejlesztésben a tőlük elvárt teljesítményt nyújthassák (pl. egyetemvárosok, ipari és logisztikai központok, nemzetközi jelentőségű turisztikai központok szerepét töltik be).

7. ábra



Az ÚMFT és az azt alkotó OP-k a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség honlapján, közleményeiben megtalálhatók. Ugyanitt hozzáférhetők az egyes Operatív Programokat tovább bontó Akciótervek és az aktuális konkrét pályázati kiírások. Az ágazati OP-k szakmai felelősei a minisztériumok - a tárcák is közzéteszik az illetékességükbe eső szakmai alapdokumentumokat (OP-kat, AT-kat és más tárcaszintű terveket) és az ezekre kiírt pályázatokat. Karbantartják a szakterületükre kiírt további pályázatok adatbázisát is. A területi meghatározottságú ROP-okat, RAT-okat és a prioritásaikra kiírt pályázatokat az egyes Régiók fejlesztési ügynökségeinek honlapján is megtaláljuk. Általánosságban elmondható, hogy az egyes pályázati kiírások a pályáztatásban résztvevő szervezeteknél - az irányító hatóságok és a közreműködő szervezetek² - naprakészen elérhetők.

8. ábra



„A pályázatokat tervezési –programozási alapidokumentumokban rögzített célokra írják ki. A dokumentumok közül kiemelkedik az Új Magyarország Fejlesztési Terv (más néven NFT II.) és az Új Magyarország Vidékfejlesztési Terv, amelyek az EU-s források felhasználását rögzítik a 2007 – 2013 közötti tervezési időszakra.

Az ÚMFT-t 8 ágazati és 7 területi (régióra szóló) Operatív Program valósítja meg. Mind a 15 OP-hoz ún. Akciótervek születnek, amelyek a következő két év konkrét, megpályázható „ablakait” nyitják meg.

Az „ablakok” forrásaira kiírt pályázatok felhívásai a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség honlapján generálisan megtalálhatók, de fellelhetők az ágazatért felelős tárcák, illetve a ROP-ért felelős regionális fejlesztési ügynökségek honlapjain is. Ezen felül a szakmai pályázatok széles körét is közzéteszik a tárcák, de informálódhatunk a szakmai szervezetek, egyes érdekvédelmi, társadalmi szervezetek, a szaksajtó közleményeiből is, vagy a kiírók-közreműködők által szervezett rendezvényeken.”

1.4 A turizmus jelentősége

A Velencei-tó területének fejlesztési prioritásait a turizmus határozza meg ezért jelentősége van a turizmus ágazatát érintő operatív programoknak.

1.4.1 Turizmusfejlesztés az ÚMFT -ben

A turisztikai fejlesztések:

- **gazdaságfejlesztés** (pl. kongresszusi központ, **gyógyhelyek**),
- **területfejlesztés** (pl. **termál és gyógyvízre alapuló**, kulturális **fejlesztések**, szervezet és emberi erőforrás fejlesztés)

Az ÚMFT a korábbi NFT-hez képes jobban bemutatja **a különböző fejlesztési területek, vagyis a különböző Operatív Programok kapcsolatát**. Így jól látható a különféle területek fejlesztéseinek hozzájárulása a turizmus fejlesztéséhez, pl.:

- **közlekedés** az elérhetőség érdekében
- **természetvédelmi** intézkedések az öko-turisztikai fejlesztések megalapozására
- **informatikai vagy menedzsment fejlesztések** megvalósítása a turisztikai vállalkozások számára is

1.4.2 Turizmus az Operatív Programokban

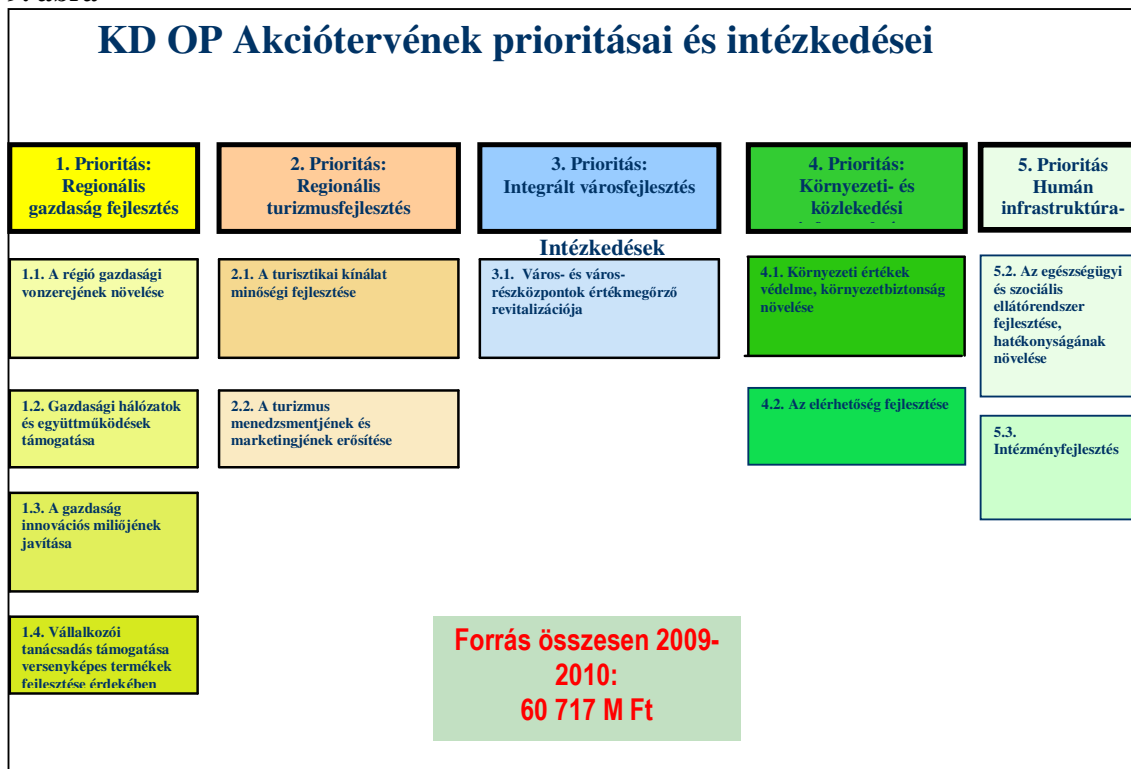
Közvetve

- A területi infrastruktúra és szolgáltatások fejlesztése
- E-közigazgatás
- Vállalkozásfejlesztés
- Közlekedésfejlesztés
- A turizmust támogató képzések erősítése

Közvetlenül

- A turisztikai vonzerő növelése és a turisztikai infrastruktúra és szolgáltatások fejlesztése

9. ábra



1.4.3 Turizmus a Regionális Operatív Programokban

Észak-Magyarország

- **Turisztikai potenciál erősítése** => térségi turisztikai vonzerők, termékek és tematikus hálózatok fenntartható fejlesztése, ezen belül a meglévő termál- és gyógyfürdők fejlesztése, modernizálása

Közép-Magyarország

- **A régió vonzerejének fejlesztése** => ezen belül még kidolgozás alatt, de várhatóan – elsősorban Budapesten – támogatható lesz az egészségturizmus (fürdőváros arculat érdekében)

Nyugat-Dunántúl Régió

- **Turizmusfejlesztés - Pannon örökség megújítása** => Pannon-termál program kiszélesítése (Gyógyfürdőhelyek, gyógy – és termálfürdők **minőségi** fejlesztése)

Közép-Dunántúl

- **Regionális turizmusfejlesztés** => A turisztikai kínálat és fogadókészség minőségi fejlesztése, ezen belül lesz mód a

1.4.4 Egészségturizmus egyéb kapcsolódásai

Regionális Operatív Programok

Az ERFA alapú ROP-ok forrásainak 10%-áig ESZA típusú intézkedések is támogathatók – több régióban lesznek kifejezetten egészségturizmushoz kapcsolódó képzések

Társadalmi infrastruktúra Operatív Program

Infrastruktúra-fejlesztés a versenyképességi pólusokban - A hazai egészségügyi szakellátás csúcspontján álló egyetemek infrastruktúra-fejlesztése elősegíti az egészségturizmus fejlesztését is.

Emellett számos, a gyógyászatához kapcsoló fejlesztés fogja szolgálni a gyógyturisztikai szolgáltatások kialakítását.

Társadalmi Megújulás Operatív Program

Egészségmegőrzés és a társadalmi befogadás, részvétel erősítése – pl. egészségre nevelő, szemléletformáló- és életmódprogramok (lakossági szűrőprogramok és kampányok, szenvedélybetegségek megelőzési programjai)

1.4.5 Új Magyarország Vidékfejlesztési Stratégia és Program

2007-2013 között közel 5 Mrd euró, 1400 Mrd Ft áll rendelkezésre a mezőgazdaság, a vidéki környezet és a vidéki térségek fejlesztésére.

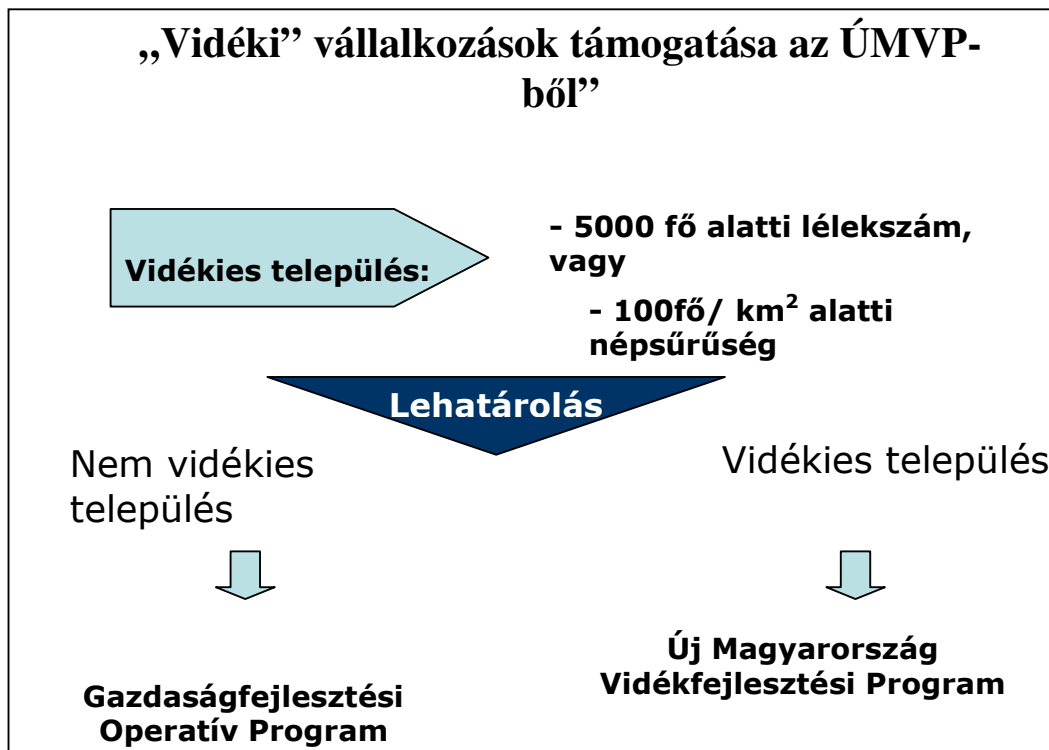
A 2007-2013-as időszakban cél:

- A vállalkozások sokszínűségének fenntartása
- Életképes birtokszerkezet és racionális földhasználat ösztönzése
- Piaci szemlélet erősítése és a képzettségi szint emelése
- A vidéki közösségek fejlesztése

Fő fejlesztési irányok:

- Sikeres mezőgazdaság: szervezetváltás
- Sikeres mezőgazdaság: piacteremtés
- Környezetkímélő gazdálkodás
- Erős vidéki kisvállalkozások
- LEADER

10. ábra



4. táblázat

Nem mezőgazdasági tevékenységgé történő diverzifikálás	28 111 114 Euro
Mikrovállalkozások létrehozása és fejlesztése	313 297 349 Euro
Turisztikai tevékenységek ösztönzése	61 195 206 Euro
A gazdaság és a vidéki lakosság számára nyújtott alapszolgáltatások	110 165 183 Euro
Falumegújítás és -fejlesztés	73 489 501 Euro
Vidéki örökség megőrzése, korszerűsítése	35 294 300 Euro
Képzés és tájékoztatás	25 762 767 Euro
Készségek elsajátítása, ösztönzés és végrehajtás	43 375 382 Euro

Az EMVA végrehajtásának jogi szabályozási rendje

- Az általános intézményi és eljárási kérdések *törvényi szinten* kerülnek rendezésre
- A pénzügyi elszámolási kérdésekről *kormányrendelet* fog rendelkezni
- Az egyes támogatási jogcímek *miniszteri rendeleti* formában jelennek meg
- A jogi szabályozási rendszerbe számos *innovatív kezdeményezés* épül be, melyek eredményei:
 - átláthatóbb, objektívabb projektkiválasztás;
 - gyorsabb átfutási idők (nagyraoszt automatizálható feldolgozás, szerződés-kötés helyett határozathozatal);
 - egyértelmű háttérszabályozás a Ket. formájában.

1.4.6 A vidékfejlesztés integrált megközelítése

Alapvetések:

- A vidékfejlesztés meghatározó szerepe az agrár-vidékpolitikában
- A partnerségi alapon szerveződő közösségek által generált, alulról jövő kezdeményezések támogatása
- Integrált szemléletű, komplex vidékfejlesztés hatékony és fenntartható megvalósítása érdekében erősíteni szükséges a helyi szereplők együttműködéseit, hálózatépítést, és ösztönözni az általuk, helyi szinten megvalósított térségi tervezést.

Az ÚMVP 4 tengely keretébe foglalta a támogatandó intézkedéseket:

I. tengely: a mezőgazdaság, erdészet, élelmiszertermelés versenyképességének javítását, technikai fejlesztését 10 intézkedéscsoport szolgálja, melyek a teljes támogatási keret 47 %-át teszik ki

II. tengely: A környezet és a vidék fejlesztésére, a mezőgazdasági területek fenntartható használatára irányuló jövedelempótló támogatásokra 10 intézkedés, melyek a támogatási keret 32 %-át teszik ki

III. tengely: A vidéki élet minősége, a vidéki gazdaság javítása, a munkahelyteremtés elősegítése 8 intézkedési körben a teljes támogatási keret 14%-át teszi ki

IV. tengely: a LEADER helyi fejlesztési stratégiák megvalósításának támogatása az elfogadott indikatív keret 5 %-át teszi ki

Technikai segítségnyújtás keretében a program végrehajtásának költségei, melyek a keret 2%-át teszik ki.

A III.-IV. intézkedéscsoport céljai:

- Az ÚMVP keretében megközelítőleg 200 mrd Ft áll rendelkezésre a III. intézkedéscsoport céljainak megvalósítására a 2007-2013-as időszakban
- Cél a *vidéki társadalom életminőségének* javítása, valamint a *vidéki gazdaság diverzifikációjának* elősegítése
- Olyan projektek kerülnek támogatásra, amelyek a *fenntartható fejlődés* elveinek megvalósítása mellett *megtartják, vagy növelik a munkahelyek számát*
- A *vidéki kapacitások fejlesztése* és a lehetőségek körének bővítése érdekében közösségfejlesztés, képzés, kapacitásépítés valósul meg a III.-IV. intézkedéscsoport egyes támogatott tevékenységei által

A III. intézkedéscsoport céljainak megvalósítási mechanizmusa:

Kistérségi szinten, partnerségi alapon (LEADER-elvek mentén, a köz-, civil-, üzleti szféra részvételével) Helyi Vidékfejlesztési Közösségek alakulnak, amelyek a helyi igényekre alapozva vidékfejlesztési tervet dolgoznak ki a Helyi Vidékfejlesztési Irodák koordinálásával. A helyi vidékfejlesztési tervek a III. intézkedéscsoportéhoz tartozó intézkedések által megfogalmazott célok helyi szintű megvalósítási módját tartalmazzák.

- A Helyi Vidékfejlesztési Közösségek megalakulásának alapelvei:
 - reprezentáció
 - nyitott szerveződés
 - gyakorlatorientált gondolkodás
- A Helyi Vidékfejlesztési Tervek tartalma:
 - helyi gazdaságfejlesztési terv
 - helyi szolgáltatásfejlesztési és megvalósítási terv
 - településfejlesztési terv
 - két éves akcióterv

- Cél, hogy a Helyi Vidékfejlesztési Közösségek LEADER - elvek mentén alakuljanak meg, majd a leginnovatívabb közösségek egymással kapcsolódva LEADER akciócsoporttá szerveződjenek
- A HVI-k által a Helyi Vidékfejlesztési Közösségekben generált térségi tervezés és közösségfejlesztés megalapozza a LEADER akciócsoportok szerveződését, melyeknek igazodniuk kell a térségben már megkezdődött térségfejlesztéshez.
- A HVK-HACS kapcsolatrendszerében cél a partnerség alapú viszony kialakítása

11. ábra

Új Magyarország Vidékfejlesztési Program 2007-2013 IV.tengely



ÚJ MAGYARORSZÁG
VIDÉKFEJLESZTÉSI PROGRAM
2007-2013



LEADER PROGRAM

A pályázatok várható kiírása: 2009. nyár vége

❖ Pályázható témakörök:

- LEADER közösségi célú fejlesztés
- LEADER vállalkozási alapú fejlesztés;
- LEADER rendezvény;
- LEADER képzés;
- LEADER térségen belüli szakmai együttműködés;
- LEADER térségek közötti és nemzetközi együttműködés;
- Tervek, tanulmányok;
- LEADER komplex projektek.

1.4.7 Az „Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia”

A Velencei-tó jövőképe kialakításának szempontjából nagy jelentőségű „Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia” koncepció, mert a tanulmány kiemeli annak jelentőségét, hogy a Közép-Dunántúli régió hat meghatározó jelentőségű gyógytermálfürdőjéből kettő a Velencei-tónál található: az agárdi Gyógyfürdő és a most épülő Velence Termálpárt.

Az „Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia” célja egy olyan javaslat elkészítése, amely megfelelő koncepcionális iránymutatást tartalmaz a döntéshozók számára az egészségturisztikai fejlesztések tekintetében, és amely az egészségturizmust az ország turizmusfejlesztési irányvonalaihoz igazítva hivatott elhelyezni.

A tanulmány a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (továbbiakban NTS) pilléreire alapozva mutatja be az egészségturizmus fejlesztésének stratégiai pontjait, alapot képezve a regionális fejlesztések számára.

Az „Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia” elkészítésének létjogosultságát elsősorban adottságaink indokolják. A tanulmányállást foglal abban, hogy az egészségturizmus hazai fejlesztését elsősorban termálvizeinkre kell alapozni, ezért a fejlesztéseket döntően a termálvizek komplex hasznosításának keretei között kell értelmezni.

Hasonlóan stratégiai jelentőségű kérdés, hogy a jövő egészségturisztikai fejlesztései egyben településfejlesztési feladatokat is felvetnek, ezért az egészségturizmus fejlesztése primer módon kapcsolódik az önkormányzatokhoz is.

Mindemellett kardinális meghatározója az egészségturizmus további fejlesztési irányainak az egész magyar egészségügy jövőbeli alakulása, a szakmai háttér, valamint a képzési, kutatási feladatok vonatkozása egyaránt.

Az egészségturizmus szerepét, súlyát, arányait végül újra kell gondolni a magyar turizmus jövőbeni kínálati struktúrájának meghatározása során. E tanulmány arra a megállapításra jut, hogy az egészségturizmus legcélszerűbb továbbfejlesztési iránya az eddigi, termálvízre alapozott turizmusfejlesztési tevékenységünknek, amelyben persze már eddig is megjelentek, sőt egyre inkább erősödtek az egészségturizmus kínálati elemei. E stratégia azzal az igénnyel is készült, hogy e folyamat felerősítéséhez szakmai javaslatokat adjon.

A stratégia tehát sokoldalúan elemzi, egyben aláhúzza annak a ténynek a jelentőségét, hogy az egészségturizmus fejlesztése NEM csak egy ágazatot, a turizmus ágazatát érintő feladat, hanem sokoldalú koordinációt igénylő, bonyolult ágazatközi tevékenység, ahol a döntések csak kompromisszumos alapon szülehetnek.

A stratégia a turizmus ágazatának feladatait emeli ki és tárgyalja részletesen. A kapcsolódó ágazatok egészségturizmussal összefüggő feladatait, ezen stratégia figyelembe vételével szükséges a következő időszakban ugyancsak kidolgozni. Kiemelten fontosak az önkormányzati településfejlesztés feladatainak meghatározása, valamint az

infrastrukturális hálózatokkal kapcsolatos fejlesztési feladatok. Települési szinten célszerű feltárni a komplex termálvíz-hasznosítás lehetőségeit, a környezetvédelmi feladatokat, stb. Mindez jelentős ágazatközi koordinációt tesz szükségessé.

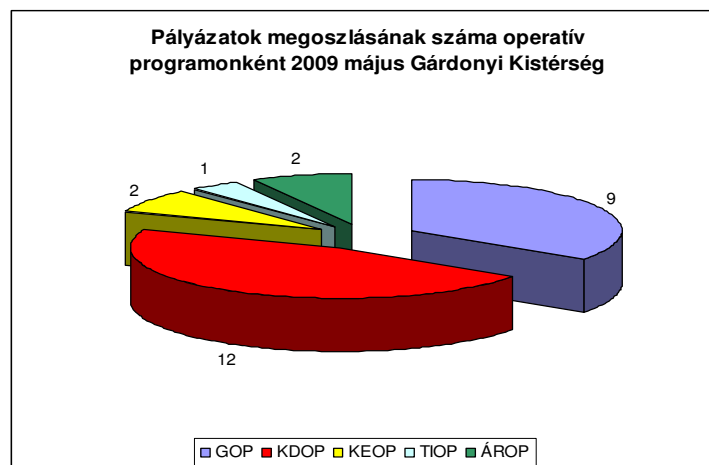
12. ábra

Pályázati források

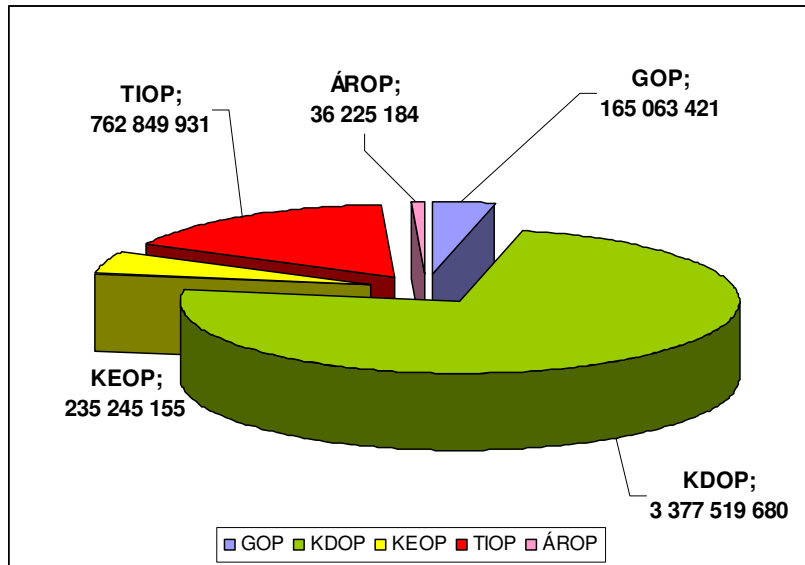
<p>UMFT Új Magyarország Fejlesztési TERV</p> <ul style="list-style-type: none"> — KDOP — GOP — KEOP — KÖZOP — TÁMOP — TIOP 	<p>UMVP Új Magyarország Vidékfejlesztési Terv</p> <ul style="list-style-type: none"> • I. tengely • II. tengely • III. tengely 4 jogcímcsoport 881 000 euro • IV. tengely LEADER 725 000 euro
---	--

Hazai pályázatok: NCA, TEKI, CÉDE, MEH, stb.

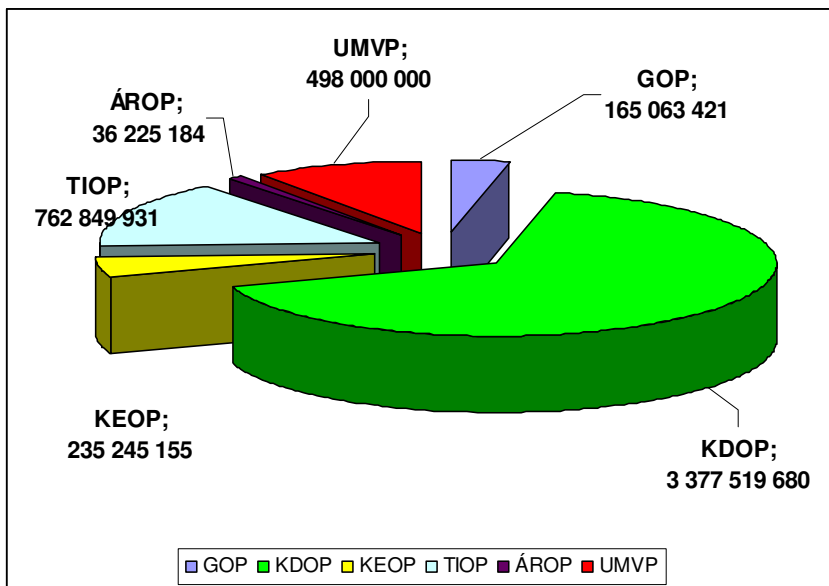
13. ábra



14. ábra: Nyertes pályázatok, UMFT 4 576 903 371 Ft. 2009. május Gárdonyi Kistérség



15. ábra: Gárdonyi Kistérség 2009. május UMFT, UMVP nyertes pályázatok 5 074 903 371.-Ft



2. Mezőkörnyezeti elemzés - a Közép-Dunántúli régió jelentősége turisztikai és gazdasági szempontból

A Közép-dunántúli régió turisztikai szempontból az ország egyik meghatározó területe, a Nyugat-dunántúli régióval együtt –Budapest, Közép-Magyarország mögött – hazánk legfontosabb vendégforgalmi térségeinek egyike.

Az ágazat fejlődése szempontjából lényeges, hogy a régió jelentős és sokszínű természeti (Balaton és Balaton-felvidék a Balaton-felvidéki Nemzeti Parkkal, Duna a Duna-Ipoly Nemzeti Parkkal, Velencei-tó, Bakony, Gerecse, Vértes a Vértes Natúrparkkal) és ember alkotta vonzerőkkel (Magyarország bölcsője: királyi és királynői városok – Székesfehérvár, Veszprém, Esztergom, Tata; Komáromi erődrendszer; Gorsium; kiemelt kastélyok – Dég, Fehérvárca, Nádasdladány, Lovasberény, Pápa, Tata; tihanyi és zirci apátságok, majkpusztai kamalduli remetesség) továbbá fejlődő kulturális rendezvénykínálattal (legjelentősebb a Művészetek Völgye) rendelkezik, az ország 22 történelmi borvidéke közül 7 található a régióban (Ászár-Neszmély, Badacsony, Balatonfüred-Csopak, Balatonfelvidék, Etyek- Velencei -Buda, Mór, Somló), amelyek izgalmas, keresett élményt, pihenési lehetőséget kínálnak a szabadidő tartalmas eltöltésére vágyó kereső vendégek számára. Hiányoznak azonban a változatos igényeket kielégíteni képes innovatív turisztikai termékek, a régió turisztikai kínálatának nagyobb része elsősorban a rövidebb kirándulásoknak kedvez, a turisztikai marketing pedig nem regionális arculatra épített, nincs karakteresen meghatározott - a Balaton és a Velencei-tó, mint vízparti üdülőhely kivételével –, ezáltal jól reklámozható fogadóterülete, terméke vagy rendezvénye a régiónak.

A régiót kínálati szempontból turisztikai stratégiája is összetettnek nevezi. A termékkínálat egyoldalúsága és a rossz piaci pozíció mellett a turisztikai szolgáltatáskapacitás elavult és nem eléggé összehangolt szerkezetű.

A turisztikai mutatók tekintetében figyelemre méltó, hogy az országos kereskedelmi szálláskapacitás közel egyötöde itt található, ugyanakkor bizonyos speciális szálláshelyek tekintetében (például: gyógyszállók) a kapacitások korlátozottak. Jellemző a szálláshely kapacitások és a vendégforgalom koncentráltasága is. Veszprém megye

részesedése mindkét esetben 60% körüli – bár erősen Balaton-centrikus -, emellett Gárdony és Velence, valamint a megyeszékhelyek bírnak jelentős kapacitással, ugyanakkor egyes kistérségek (például.: Kisbér, Oroszlány, Sárbogárd, Sümeg, Várpalota) turisztikai „fehér foltoknak” tekinthetők. A

Közép-dunántúli Régió szálláshelyeinek kapacitás-kihasználtsága meglehetősen kedvezőtlen, a kereskedelmi szálláshelyeké 2004-ben 11,3% volt⁴ (a legjobb értékeket Komárom-Esztergom megye mutatja). Ennek oka egyrészt az, hogy a régióban nagy számban találhatóak a vízparti tömegturizmusra építő nagy kapacitású, három csillagos szállodák, melyek már nem felelnek meg a mai követelményeknek. Másrészt hiányoznak a hosszabb tartózkodásra ösztönző komplex turisztikai termékek és programok.

A Közép-dunántúli Régió kereskedelmi szálláshelyein az átlagos tartózkodási idő 2004-ben 3,5 éjszakára csökkent (Veszprém megyében majdnem 1 éjszakával magasabb a régió átlagánál). A teljes turisztikai bevétel tekintetében a régióban csak Komárom-Esztergom megye tud reálnövekedést felmutatni, a másik két megyében és a régió egészében csökkenés tapasztalható.

Összességében a Közép-dunántúli régió hazai viszonylatban kiemelkedő, nemzetközi téren számottevő jelentőségű turisztikai fogadóterületekkel rendelkezik, ám nagyjából csak a kiránduló- és tranzitforgalom által érintett, viszonylag gyenge arculattal rendelkezik és a hagyományos turisztikai termékek tekintetében kihasználatlan kapacitásokkal bír, kereslete stagnáló-hanyatló.

2.1 Fejér megye

Fejér megye a Dunántúlon fekszik, majdnem Magyarország közepén. Északról Komárom- megye, délről Tolna megye, keletről Pest és Bács-Kiskun megye, nyugatról Veszprém és Somogy megye határolja. A megye területe 4.359 négyzetkilométer. Lakosainak száma 430 ezer. Fejér megye mind területét, mind lakosságának számát tekintve Magyarország közepes nagyságú megyéi közé tartozik.

2.1.1 Földrajz

Fejér megye az egyik legváltozatosabb területe hazánknak. A megye nagyobb déli része az Alföld dunántúli nyúlványának számító Mezőföld területére esik Ezenkívül a

Bakony keleti része és a teljes Vértes hegység, valamint a Gerecse, továbbá a Bicskei-dombság és a 27 km² területű Velencei-tó színesítik a terület domborzatát.

Keleten a megye természetes határát alkotó Duna - szakasz 50 km hosszú. Fejér megye nyugati határát a Keleti-Bakony nyúlványai szegélyezik. A Vértes hegység északról határolja Fejér megyét, a Bakonytól a Móri-árok választja el. A 15035 hektáros Vértes Tájvédelmi Körzet Magyarország kiemelkedő természeti értéke. A Vértesben található Csíkvarsai rét Európa 400 leghíresebb madár élőhelye közé tartozik. A gyógyulni vágyók Agárdon és Vajtán gazdag ásványianyag-tartalmú meleg vizet találnak.

2.1.2 Közlekedés

A közlekedésben meghatározó M1, M7, M6, M8, Duna híd, a megyét Magyarország kiemelt földrajzi helyzetű megyéjévé emelte.

2.1.3 Gazdaság

Fejér megye - Fejér kiemelt földrajzi helyzetű megye. Ami előnye, az a hátránya: a magyar ipar híradástechnikai, számítástechnikai és nehézipari központja. Fejér megye a Közép-dunántúli régió egyik meghatározó gazdasági térsége, a humán erőforrás, az infrastruktúra, az innováció területén. Székesfehérvár és Dunaújváros az ipar országos meghatározói. Az ipar mellett fejlett a megye mezőgazdasága és élelmiszeripara is, ami elsősorban a Mezőföld jó adottságain alapul. Jelentős idegenforgalmi vonzerőt jelentenek a Velencei-tó rekreációs lehetőségei, Székesfehérvár műemlékei, a megye borvidékei (Mór, Etyek) valamint a Duna nyújtotta sportolási lehetőségek.

A megyei gazdasági trendje tükröződik a mezőgazdasági vállalkozások számának folyamatos csökkenésében, illetve az ipari és az építőipari cégek számának lassú növekedésében. A 2006-os év adatai szerint a szervezetek fő tevékenysége alapján a regisztrált vállalkozások 36,5 százaléka az ingatlanügyletek, gazdasági szolgáltatás ágazatban tevékenykedik, 16,4 százaléka a kereskedelem, javítás ágazathoz tartozik. Az ipari vállalkozások száma 3305, az építőipari tevékenységgel foglalkozóké 4598, míg a mező-, erdő-, vad-, halgazdálkodást folytatók száma 2056. Az egyéni vállalkozások legnagyobb hányada (39,7 százalék) szintén az ingatlanügyletek, gazdasági szolgáltatás területén gazdálkodik.

2.2 Gárdonyi Kistérség

2.2.1 Földrajzi elhelyezkedés

Magyarország egyik kiemelkedően jó természeti és turisztikai értékekkel rendelkező területe a Velencei-tó, félúton Budapest és a Balaton között. A tó területe mindegy 26 km². Európa egyik legmelegebb vizű tava, mely nyáron 25-28 C°-ra melegszik fel. A víz kiválóan alkalmas fürdésre, ásványi anyag tartalma miatt bizonyos mértékű gyógyító hatással is bír. Vízyűjtő területe 602 négyzetkilométer. Felületének csaknem harmadát nádasok borítják, több ezer vízimadárnak nyújtva ideális fészkelő- és búvóhelyet. A tó déli oldalán lassan mélyülő homokos strandok kiváló fürdési lehetőséget biztosítanak családi üdüléshez - kisgyermekes családoknak is- valamint az agárdi termálfürdő 68C°-os kéntartalmú, gyógyhatású vizében gyógyulni vágyóknak egyaránt.

Még a déli part a fürdőzők paradicsoma, addig az északi partról a tavat körül ölelő Velencei-hegység érdekes alakzatú sziklái, az ingókövek, valamint a szinte érintetlen erdők csábítják kirándulásra, túrázásra az itt pihenőket. Pákozd az arborétum ad ízelítőt a tó és környéke növény és ásvány világáról, az Agárdon lévő természetvédelmi terület a híres Madárvárta- ahol 28 védett madárfaj is költ-megismerteti látogatóit a Velencei-tó élővilágával. Horgászoknak a nádszigetekkel körülvett öblök jelentik az igazi kikapcsolódást, ahol csuka, harcsa, süllő, ponty, angolna, keszeg akadhat a horgukra. A vízi sport szerelmesei tavasztól késő őszig hódolnak vitorlázás, szörfözés, kajakozás nyújtotta örömeiknek.

Igen kedvező a térség fekvése, hiszen a Budapest - Székesfehérvár-Balaton vonal és az M7-es autópálya, valamint a 7-es számú főút, amelyek mellett található nem csak a megye, de az ország egyik legfontosabb térszerkezeti fővonala is. A közelében fekvő települések potenciális fejlődési lehetőségek birtokában vannak. A jó megközelítés nem csak közúton, de vasúton is biztosított, hiszen Nyugat-Magyarország és a Balaton irányába haladó vasúti fővonalak egyaránt a kistérség területén haladnak át. A térség idegenforgalmi potenciálja miatt a jó megközelítésnek kiemelkedő jelentősége van.

Közigazgatásilag Fejér megyének csaknem a közepén fekszik. Északi partján **Pákozd, Sukoró, Nadap és Velence**, déli partján **Gárdony** város - a közigazgatásilag hozzá tartozó **Dinnyés, Agárd- Zichyújfalu** településekkel valamint a Velencéhez tartozó **Velence-fürdő** és **Velence-újtelep** terül el. A tó keleti szegletében fekszik **Kápolnásnyék**

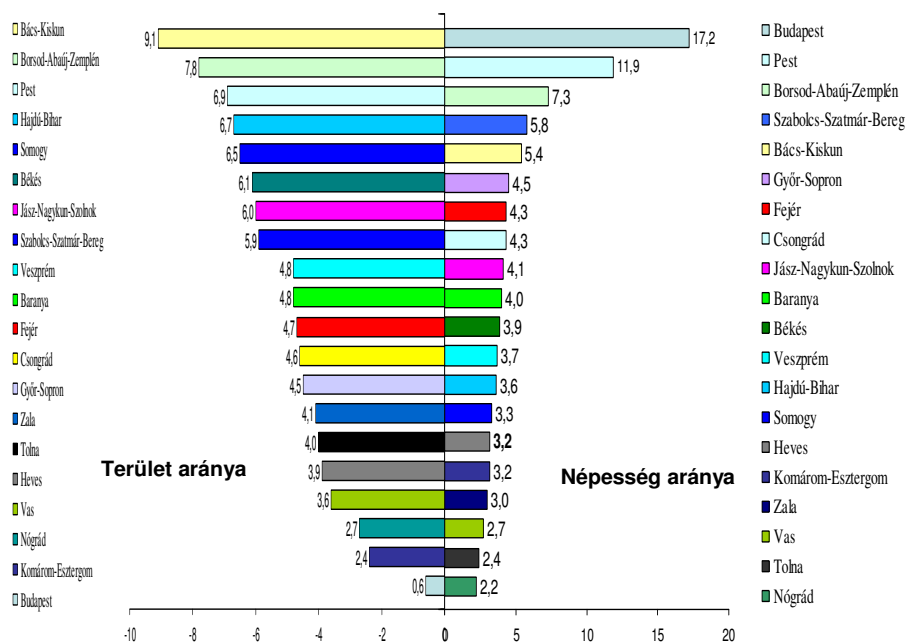
Északon a régió háttértelepüléseiként kapcsolódnak **Pázmánd, Vereb**. A **Gárdonyi kistérség 9 településből áll: Gárdonyi (9073 fő), Kápolnásnyék (3464 fő), Nadap (515 fő), Pákozd (2875 fő), Pázmánd (2031 fő), Sukoró (1141 fő), Velence (5163 fő), Vereb (2007. szeptember 25. óta tartozik a Gárdonyi kistérséghez) (817 fő), Zichyújfalu (989 fő).**

2.3 Fejér megye és kistérségeinek területe, népessége és népsűrűsége

A 2008. I-IV. negyedév adatai azt mutatják, hogy Közép-Dunántúl népessége 1 103 ezer az ország lakosságának 11%-át teszi ki. A régióon belül Fejér megye népességének aránya 4,3%, területének nagysága szerint a többi megyéhez képest 4,7%-ot tesz ki.

Az alábbi diagramon látható, hogy Fejér megye területileg a középmezőnyben, a népesség számának aránya alapján a felső-középmezőnyben foglal helyet.

16. ábra



5. táblázat

	Települések száma	%	Ebből város	Terület km ²	%	Népsűrűség fő/km ²	%
Abai	9	8,3	0	467	7,1	51,6	52,5
Adonyi	8	7,4	1	320	7,3	77,0	78,3
Bicskei	17	15,6	1	643	14,8	60,4	61,4
Dunaújvárosi	9	8,3	1	372	8,5	196,6	200,0
Enyingi	9	8,3	1	433	9,9	48,9	49,7
Ercsi	6	5,6	2	213	4,9	110,1	112,0
Velencei	9	8,3	2	265	6,1	97,6	99,2
Móri	13	12,0	1	418	9,6	83,1	84,5
Sárbogárdi	10	9,7	1	561	12,9	45,8	46,6
Székesfehérvári	18	17,4	2	667	15,3	205,4	208,9
Összesen	108	100,0	12	4358	100,0	98,3	100,0

A Fejér megyei kistérségek településszerkezetének fő jellemzőit a 4. táblázat foglalja össze. A táblázat adatai azt mutatják, hogy a Velence kistérség nagysága a kistérségek száma alapján Fejér megye összes kistérségéhez (108) képest az alacsonyabb számúakhoz tartozik, mivel az ötödik legnagyobb számú (9) még három kistérséggel azonos helyezést elérve. A kistérség városainak száma alapján viszont az Ercsi kistérséggel, 2-2 várossal az első helyen van, tehát urbánusabbnak tekinthető.

A Velencei kistérség területi nagysága szerint Fejér megye 10 kistérségéből a 9. helyen áll. Nagysága a legnagyobb Székesfehérvári kistérséghez képest csaknem 2,5-szer kisebb. Népsűrűsége viszont a Székesfehérvári, a Dunaújvárosi és az Ercsi kistérség után a negyedik legnagyobb, ám így is kisebb az átlagosnál az országos népsűrűséghez képest. A Velencei kistérség lakónépességének a száma 25 884 fő. A kistérség népessége 2000 óta 10,5%-kal nőtt, különösen Sukorón és Gárdonyban. A Velencei kistérség településeinek népességnagyság szerinti változása 2007-ben a 2001. évihez képest az alábbiak szerint alakult:

6. táblázat

Település	2001	2007	2008/2001
Gárdony	8268	8920	+7,8%
Kápolnásnyék	-	3430	
Nadap	457	515	+9,4%
Pákozd	2762	3007	+8,8%
Pázmánd	2026	2050	+0,8%
Sukoró	923	1170	+26,7%
Vereb	-	810	
Velence		5020	
Zichyújfalu	990	962	-3,0%
Összes népesség	23865	25884	+7,8%

Fejér megye átlagos népességváltozása átlagban az említett időszakban -0,1% volt. A Velencei kistérség lakónépességének változása 2007-ben 2001-hez képest a Fejér megyei kistérségek között kimagaslóan a legpozitívabb +7,8%-os változást mutat. A velencei kistérségen belül az átlagnál dinamikusabban nőtt Nadap, Pákozd, Sukoró népessége. Csupán Zichyújfalu-é csökkent a Fejér megyei átlagnál jóval nagyobb ütemben.

A kistérség népesség-növekedése 2006. év vége óta 2007. december végéig 25 321-ről 25 884-re nőtt, amelynek forrása a belföldi vándorlási különbözet (626 fő), és a természetes szaporodás (-84 fő) eredménye.

2.4 A települések népessége és a gazdasági fejlettség összefüggései

A kistérségek társadalmi, gazdasági helyzetét Közép-Dunántúlon a KSH Veszprémi Igazgatósága által 2006-ban készített tanulmánya vizsgálta. A tanulmányban különböző aggregátumutatók alapján, egy 5-ös skálán elhelyezték az egyes kistérségek településeit, ahol az egyes skálaértékek a fejlettség egy bizonyos állapotát jelezték. Továbbgondolva ezeket az adatokat arra voltunk kíváncsiak, hogy van-e összefüggés a kistérségek növekedési pályája és a népesség között. Az alábbi táblázatban mutattuk be, hogy az egyes régiókból hány kistérség tartozik a skála különböző kategóriája alá. A táblázat adatai szerint a következő eredményeket kaptuk:

7. táblázat

Régió (súly)	Dinamikus	Fejlődő	Felzárkózó	Stagnáló	Lemaradó	Összesen/%
Közép-Magyarország	8 (50,0)	5 (31,3)	3 (18,8)	0	0	16 (9,5)
Közép-Dunántúl	9 (34,6)	6 (23,0)	9 (34,6)	2 (7,7)	0	26 (15,5)
Nyugat-Dunántúl	4 (18,2)	7 (31,8)	11 (50,0)	0	0	22 (13,1)
Dél-Dunántúl	0	7 (29,2)	6 (25,0)	7 (29,2)	4 (16,7)	24 (14,3)
Észak-Magyarország	1 (3,6)	3 (10,7)	13 (46,4)	6 (21,4)	5 (17,9)	28 (16,7)
Észak-Alföld	1 (3,7)	3 (11,1)	1 (3,7)	11 (40,7)	11 (40,7)	27 (16,1)
Dél-Alföld	1 (4,0)	2 (8,0)	14 (56,0)	3 (12,0)	5 (20,0)	25 (14,9)
Összesen (%)	24 (14,3)	33 (19,6)	57 (33,9)	29 (17,3)	25 (14,9)	168 (100,0)

A 168 kistérség besorolása az egyes kategóriákba azt mutatta, hogy a dinamikus és a fejlődő kategóriákba sorolható a 168 kistérség 33,9%-a, a felzárkózó kategóriába tartozik a kistérségek második harmada, pontosan 33,9%-a, míg a stagnáló és lemaradó kategóriába tartozik a kistérségek 32,2%-a.

Az egyes régiók jellemzőit vizsgálva azt látjuk, hogy a legdinamikusabban a közép-magyarországi régió fejlődik, mivel az idetartozó kistérségek 50%-a esik ebbe a kategóriába, valamint a kategóriánként kimutatott (országos) átlagos megoszlást (14,3%) jóval meghaladja. A második legdinamikusabb fejlődés jellemzi Közép-Dunántúlt (34,6%), majd a harmadik helyen Nyugat-Dunántúl szerepel (18,2%). A dinamikus kategóriában a többi régióba tartozó kistérségek alacsony aránya jellemző.

A fejlődők kategóriájában nagyobb eloszlást találunk. Itt a vezető helyet a kistérségek legnagyobb súlyával Nyugat-Dunántúl mutatja (31,8%), szorosan mögötte van Közép-Magyarország (31,3%) és Dél-Dunántúl (29,2%-kal). Az élbolyhoz sorolható még Közép-Dunántúl (23%-kal). Az összes többi régió (8-11%-kal) ebben a kategóriában is jelentős lemaradást mutat. A felzárkózó régiók rangsora: Dél-Alföld (56%), Nyugat-Dunántúl (50%), Észak-Magyarország (46,4%), Közép-Dunántúl (34,6%). A stagnáló és lemaradó régiók egyértelműen: Észak-Alföld (81,4%), Észak-Magyarország (39,8%).

Két régió fejlődését érdemes kiemelni: Közép-Dunántúlra egyrészt jellemző a dinamikus fejlődés, valamint a felzárkózó típusú fejlődés is, viszont nincs stagnáló, valamint lemaradó térsége. A Közép-Dunántúli régióknak ez az erős pozíciója visszavezethető egyrészt a kedvező természeti adottságokra, elsősorban a Bakony, a Vértes és a Gerecse hegységek gazdag ásványkincseire, a régió idegenforgalmi vonzóerejére, Nemzeti Parkjaira, híres fürdő és kirándulólhelyeire. A Velencei-tó kiemelkedő szerepet játszik a turisztikai vonzerő kialakításában. Dél-Alföld ugyan elmaradottnak tűnik, de nagyon pozitív az, hogy a kistérségek 56%-a a felzárkózó kategóriában szerepel. A következő 7. táblázat a népesség arányának függvényében vizsgálja a régió gazdasági helyzetét. Ha megvizsgáljuk a „dinamikusan fejlődő” és a „fejlődő” kategóriában élő népesség arányát az adott régió népességén belül megállapíthatjuk, hogy az adott régió milyen mértékű elmaradást mutat a potenciálistól, illetve a népességet, - mint növekedési forrást tekintve - milyen tartalékai vannak az egyes régióknak: (a népesség aránya %-ban, 2005. január 1-én az egyes kategóriákban):

8. táblázat

Megnevezés	Dinamikus	Fejlődő	Felzárkózó	Stagnáló	Lemaradó	Összesen
Közép-Magyarország	23,5	2,7	1,9	-	-	28,1
Közép-Dunántúl	5,1	2,3	3,0	0,5	-	11,0
Nyugat-Dunántúl	4,8	2,2	2,8	-	-	9,9
Dél-Dunántúl	-	4,1	2,9	2,0	0,7	9,7
Észak-Magyarország	0,8	1,6	6,9	2,2	1,1	12,6
Észak-Alföld	2,0	2,9	0,9	4,8	4,6	15,3
Dél-Alföld	1,7	2,7	6,3	1,2	1,5	13,4
Összesen	37,9	18,7	24,8	10,8	7,8	100,0

Az alábbi táblázatban kiemeltük a dinamikus és a fejlődő szakaszban élők arányát.

9. táblázat

Megnevezés	1. Dinamikus	2. Fejlődő	3. Népesség aránya	3-(1+2)
Közép-Magyarország	23,5	2,7	28,1	-1,9
Közép-Dunántúl	5,1	2,3	11,0	-3,6
Nyugat-Dunántúl	4,8	2,2	9,9	-2,9
Dél-Dunántúl	0	4,1	9,7	-5,6
Észak-Magyarország	0,8	1,6	12,6	-10,2
Észak-Alföld	2,0	2,9	15,3	-10,4
Dél-Alföld	1,7	2,7	13,4	-9,0
Összesen	37,9	18,7	100,0	-43,4

Látható, hogy Magyarországon a régiók összességében a népesség 56,6%-a él „dinamikus és fejlődő” környezetben, 18,6% stagnáló, illetve lemaradó helyzetben van, valamint mintegy negyede a felzárkózó régióhoz sorolható. Ebből következően a népesség 43,4%-a nem élvezi a dinamikus és fejlődő környezet előnyeit Magyarországon. Régióként felállítva a rangsort aszerint, hogy a népességen belül hol élnek a legnagyobb arányban dinamikus, és fejlődő környezetben az alábbi képet kapjuk:

1. Közép-Magyarország (26,2%)
- 2. Közép-Dunántúl (7,4%)**
3. Nyugat-Dunántúl (7,0%)
4. Észak-Alföld (4,9%)
5. Dél-Alföld (4,4%)
6. Dél-Dunántúl (4,1%)
7. Észak-Magyarország (2,4%)

Közép-Dunántúl a második helyezést éri el, mivel a második legnagyobb populáció itt él dinamikus és fejlődő környezetben.

2.5 Korcsoport szerinti elemzés

A Velencei kistérség korcsoport szerinti összetétele összevetve (2005. január 1-i állapot) Fejér megye lakosságával az alábbi eredményeket kaptuk:

10. táblázat

	-14 év	15-18 év	19-39 év	40-59 év	60-	Összesen
Velencei kistérség	3 824	1 206	6 645	6 793	5 357	24 612
%-os megoszlás	15,5	4,9	27,0	27,6	24,8	100,0
Fejér megye kistérségei	68 886	22 217	133 747	119 087	84 861	428 411
%-os megoszlás	16,0	5,2	31,2	27,8	19,8	100,0

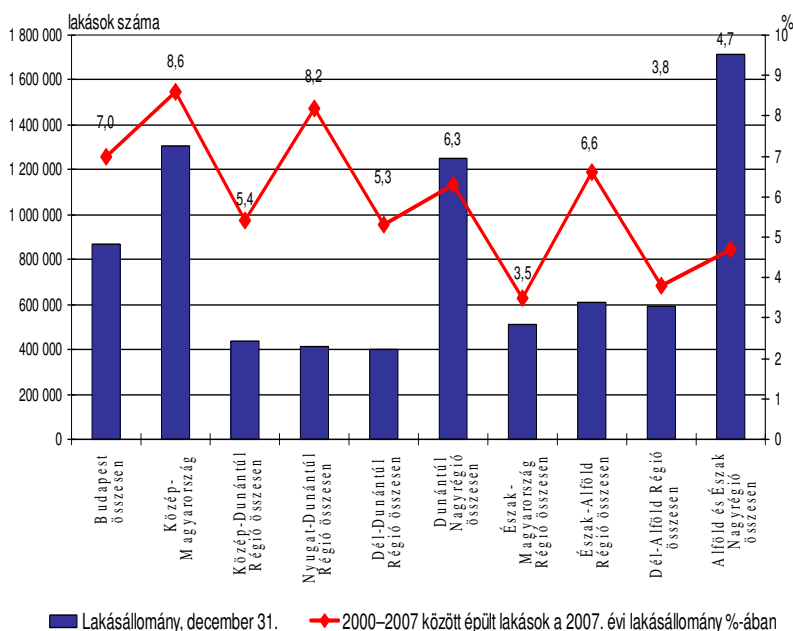
Látható, hogy a Velencei kistérség korcsoport szerinti összetétele a 19-39 és a 60 év feletti korcsoportokban térnek el jelentősebben. A Velencei kistérségben 19-39 éves korcsoport alacsonyabb arányú (27%) a megye átlagnál (31,2%), míg a 60 éven felüliek arány magasabb (24,8%) a megyeinél (19,8%). Ezek alapján az idősebbek aránya, - ha a lakosság összetételében nem történik változás - hosszú távon nőni fog az idősek aránya.

2.6 Lakás-, és üdülőállomány, közmű, egészségügyi infrastruktúra

2.6.1 Lakásállomány alakulása

Az alábbi ábra mutatja a régiók lakásállományának a számát, valamint a 2000 és 2007 között épült lakásállomány növekedésének arányát. Látható, hogy a legnagyobb régiók a lakásszámok alakulása alapján az Észak-Magyarország és az Észak-Alföld együttesen, ezt követi a Közép-Magyarországi régió, majd Dunántúl. Megvizsgálva e három nagyrégióban a lakások növekedési ütemét megállapítható, hogy a Közép-Magyarországi régióban fejlődött leggyorsabban a lakásállomány, ezt követi Dunántúl, majd az Észak-Alföld nagyrégió, amelynek a fejlődése jelentősen elmarad e két nagy régió fejlődésétől.

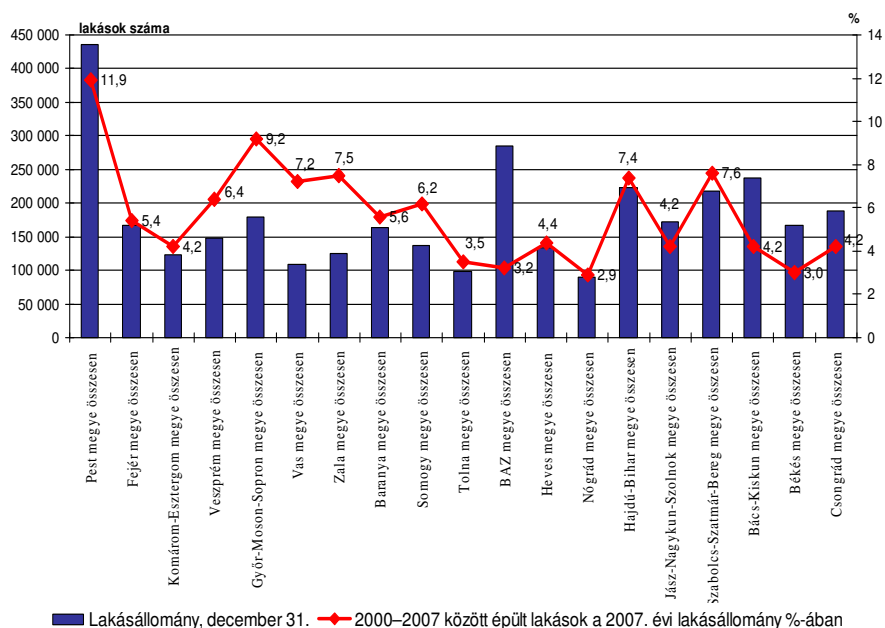
17. ábra



Kisebbségi régiók szerint vizsgálva a lakásállomány fejlődését ugyancsak az 5. ábrán láthatjuk, hogy Dunántúlon a Nyugat-Dunántúli régióban volt magas a lakásállomány növekedési üteme (8,2%), ezt Közép-Magyarországon belül Budapest, majd a harmadik legdinamikusabb növekedést az Észak-Alföldi régió mutatja 6,6%-kal. A Közép-Dunántúli régió a középmezőnyben foglal helyet 5,4%-kal. A legkisebb növekedést az Észak-Magyarországi régió mutatja mintegy 3,5%-kal.

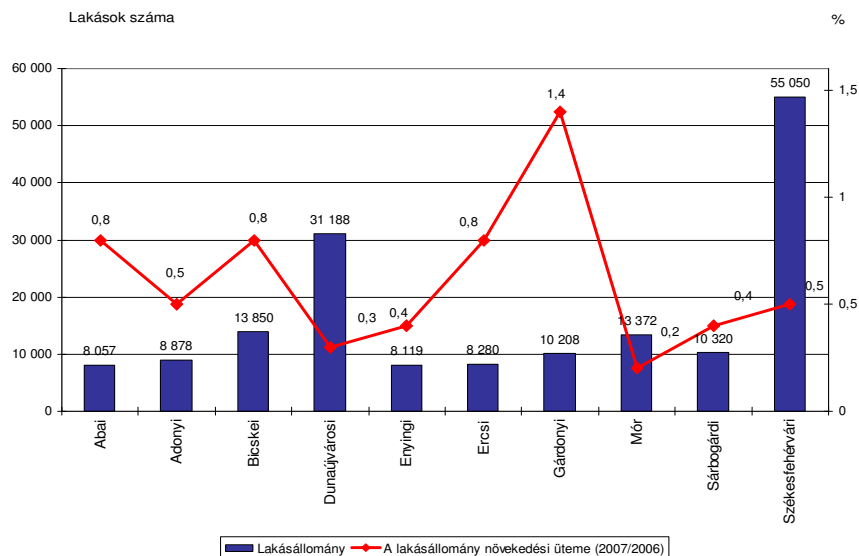
A megyék lakásállományát és a lakásállomány fejlődését megvizsgálva a 6. ábrán látható, hogy a legdinamikusabban fejlődő megye Pest megye volt az elmúlt hét-nyolc évben (11,9%), majd ezt követi Győr-Moson-Sopron megye 9,2%-kal, majd a harmadik hely körül láthatjuk Szabolcs-Szatmár-Bereg, Zala, Hajdú-Bihar és Vas megyét (7,6%, 7,5%, 7,4%, 7,2%). Fejér megyét megelőzi Veszprém, Somogy és Baranya megye (6,4%, 6,2%, 5,6%). Fejér megye 5,4%-os fejlődést mutat, amely a középmezőny alsó részén való elhelyezkedést jelenti. A legkevésbé fejlődő megyék Nógrád, Békés és BAZ megye (2,9%, 3,0%, 3,2%).

18. ábra



Fejér megye kistérségeiben összesen 153 950 lakás található. A lakásállomány fejlődése 2007-ben 2006-hoz képest átlagban 0,6%-os volt. Az egyes kistérségek lakás számának alakulását és az egy év alatti fejlődést a 7. ábra mutatja. E szerint Fejér megye kistérségei közül a lakásállomány alakulása alapján a Velencei kistérség fejlődése a legdinamikusabb 1,4%-kal. Ezt követi Ercsi, Bicske és az Aba kistérség 0,8-0,8%-kal. Az összes többi kistérség 0,5, 0,4 illetve 0,3%-os fejlődést mutat.

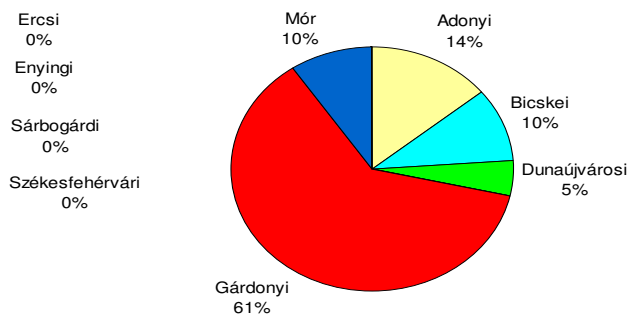
19. ábra



2.6.2 Üdülőállomány fejlődése

A 2007-ben létesített üdülőegységek száma Fejér megye kistérségeiben összesen 21 volt, amely az összes kistérségben létesített üdülők (782) 2,7%-át tették ki. Ezzel a Velencei kistérség a 23. helyet foglalja el a kistérségek üdülőlétesítési rangsorában. A Fejér megye kistérségben épített üdülők megoszlását mutatja az alábbi ábra, amelyen látható, hogy a Velencei kistérség kiemelkedik az üdülők létesítése terén.

20. ábra

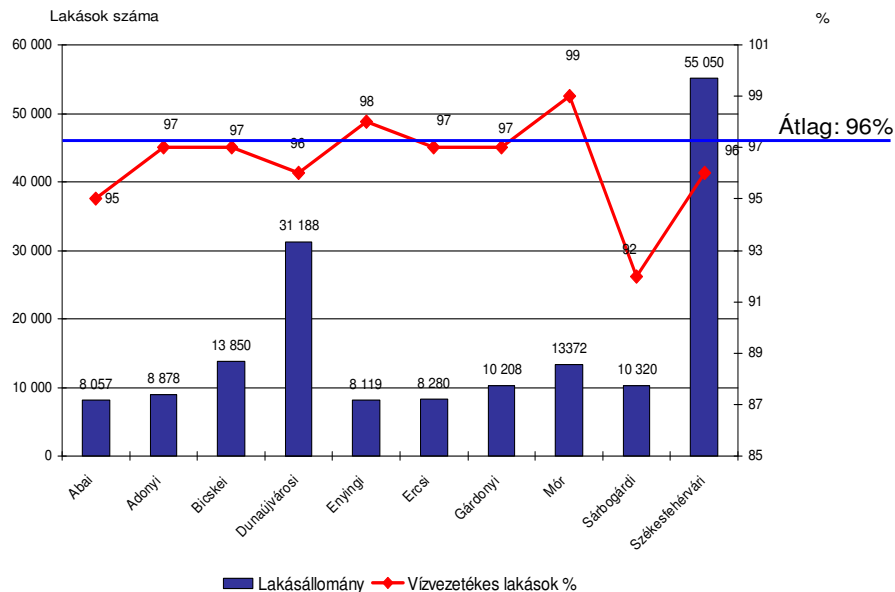


2.6.3 Közművek

2007-ben a közműbe (vízvezeték-ellátásba) 4 986 lakást kapcsoltak be a Fejér megyei kistérségekben összesen.. A bekapcsolt lakások aránya a kistérségi hovatartozás alapján az alábbi megoszlást mutatja: a legtöbb lakást Mór (26,7%), Ercsi (24,5%) és Velence (21,2%) kistérségben kapcsoltak be a közműbe. A negyedik helyet Székesfehérvár foglalja el 14,5%-kal.

A Velencei kistérség átlagos lefedettsége vízvezetékös közművel 96%-os. A kistérségen belül az átlagot lerontja az Abai (95%) és a Sárbogárdi kistérség alacsonyabb lefedettsége (92%).

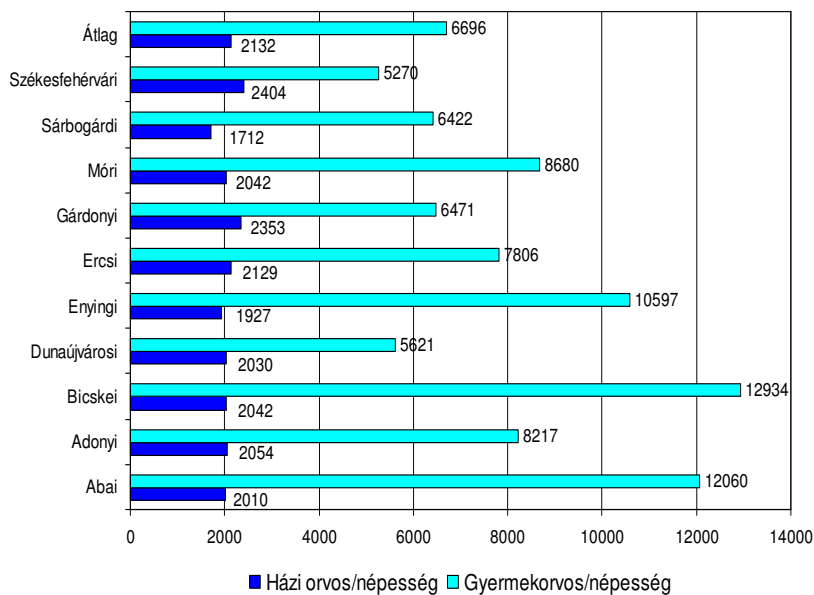
21. ábra



2.6.4 Egészségügyi ellátás

A Fejér megyei kistérségek egészségügyi infrastruktúrájának vizsgálatát a felnőtt házi és gyermekorvosi ellátásra korlátozzuk. Ennek keretében az egyes kistérségek általános helyzetét a teljes népességre vetítve mutatjuk be: a házi orvosok és a gyermekorvosok számát a teljes népesség számához viszonyítjuk.

22. ábra



A fenti – 22. ábra - azt mutatja, hogy az egy házi orvosra jutó népesség számában nincs szignifikáns különbség Fejér megye egyes kistérségei között. A népességre jutó gyermekorvosok tekintetében viszont a kép nem mutat ilyen egyenletes színvonalú fejlettséget. A legnagyobb elmaradást Bicske mutatja, míg a legfejlettebb gyermekorvosi ellátás az orvosok száma alapján Székesfehérvárott és Dunaújvárosban figyelhető meg. A Velencei kistérség gyermekorvosi ellátottsága fejlettnak mondható, mivel Fejér megyében a harmadik, negyedik helyet foglalja el Sárbogárral csaknem azonos helyen.

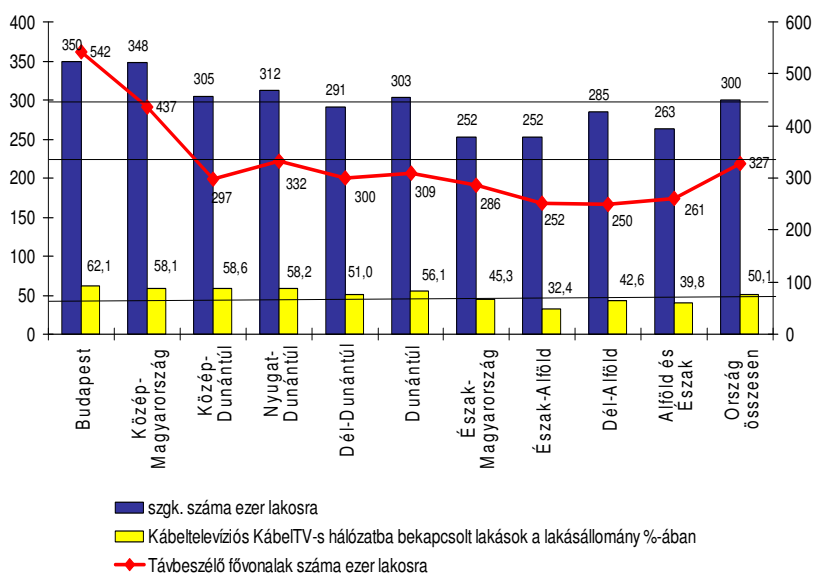
2.7 Jólét, életminőség

A jólétre, életszínvonalra vonatkozó kérdéskörben az ezer lakosra jutó személygépkocsik számát, a kábeltelevízióval való ellátottságot és az ezer lakosra jutó távbeszélő vonalak számát vizsgáltuk országosan, nagyrégió és régiók szintjén először, majd megyei szinten, ezt követően kistérségi szinten. Látható az ábra alapján, hogy Dunántúl nagyrégió személygépkocsikkal az átlagos felett ellátott, amivel a nagyrégiók között a második helyezést éri el Közép-Magyarország után. KábelTV elérés alapján is Dunántúl az átlagos szint felett van Közép-Magyarországgal egyetemben , mivel a

háztartások 58,2%-ban ez elérhető, az átlagos 50,1%-kal szemben. Alföld és Észak nagyrégió lemaradása ezen a téren jelentősebb a 39,8%-os lefedettség következtében.

A távbeszélő fővonalak lefedettsége tekintetében Dunántúl az átlag alatt marad (ezer lakosra 309 az átlagos 328-cal szemben), de ezzel Közép-Magyarország után (ahol ezer lakosra 438 fővonal esik) a második helyezést éri el. Alföld és Észak ezen a téren szintén jelentős lemaradást mutat (261 vonal ezer lakosra).

23. ábra

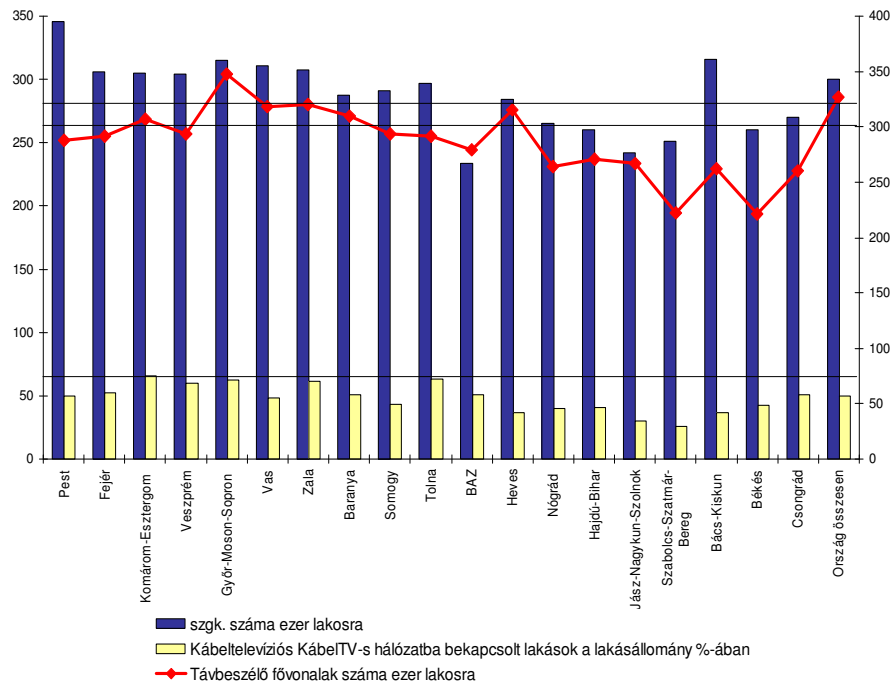


Régióként nézve az adatok azt mutatják, hogy Dunántúlon belül Nyugat-Dunántúl mindhárom tényező tekintetében az országos átlag felett van. Közép-Dunántúl a távbeszélő fővonalak terén mutat az országos átlagtól lemaradást, viszont a személygépkocsi, valamint a kábeltelevízió elérés tekintetében átlagon felüli lefedettséggel rendelkezik.

Közép-Dunántúlon belül látható, hogy Fejér megye követi a nagyrégió trendjét. Fejlettebb a gépkocsikkal való ellátás területén, valamint a kábel TV elérés tekintetében, a fővonalak ellátása terén az országos alatt van.

A 24. ábra egyértelműen megmutatja azt, hogy Közép-Magyarország és Dunántúl megyei e tényezők tekintetében felülmúlja Alföld és Észak nagyrégióba tartozó megyéket.

24. ábra



2.8 Mezoszintű elemzés - gazdasági környezet

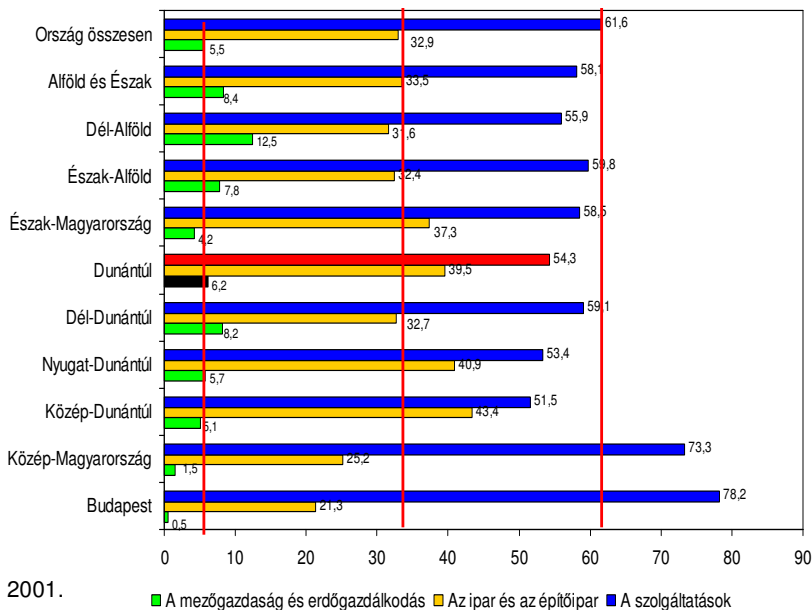
2.8.1 Foglalkoztatási helyzetkép

Magyarországon a munkavállalási korú állandó népesség száma 6 663 173 volt 2007. december végi adatok alapján. Ebből a nyilvántartott álláskeresők száma országosan 445 011 fő, amely 6,7%-ot tesz ki. A 445 011 főből a 180 napon túli nyilvántartott, tehát tartósan álláskeresők száma 238 132 fő. Ez 53,5 %.

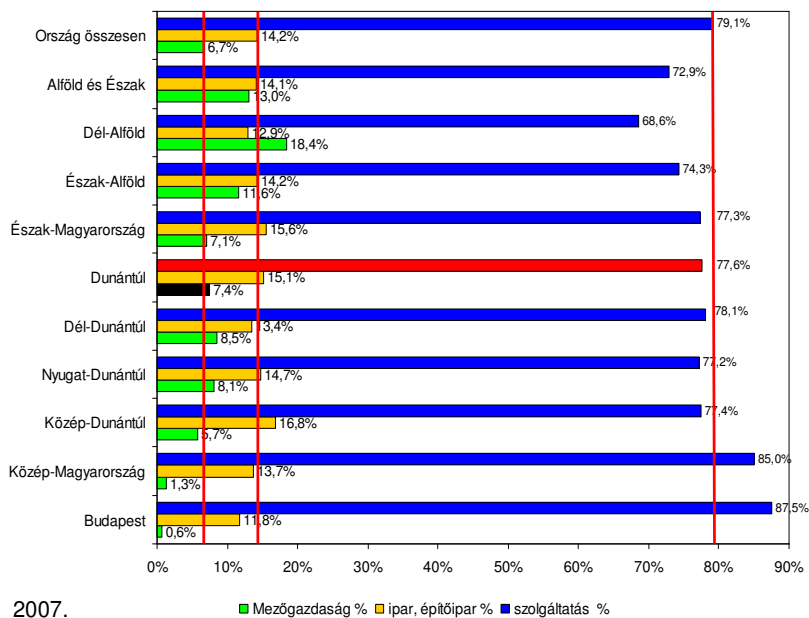
A Velencei kistérség a munkavállalási korú állandó népesség az országosnak a 0,3%-át teszi ki. A nyilvántartott álláskeresők száma 675 fő, amely az országos adatnak a 0,2%-a, tehát relatíve alacsonyabb, így ezzel az aránnyal a kedvezőbb foglalkoztatású kistérségek csoportjában helyezkedik el. A 675 főből 237 fő a 180 napon túli álláskereső. Ez 35,1%, amely szintén kedvezőbb az országos átlagnál, ami 53,5%.

A foglalkoztatottak számát szektoronként régióként és megyéenként, valamint kistérségi szinten 2001-es és 2007-es adatok összehasonlítása alapján az alábbi ábrák érzékeltetik:

25. ábra



26. ábra



Az országos összesített adatokat a két időszakban összevetve látható, hogy a szolgáltató szektor a regisztrált foglalkoztatottak száma alapján 61,6%-ról 79,1%-ra nőtt. Az országos átlagnál 2007-ben Közép-Magyarország mutatja a szolgáltatások nagyobb súlyát hasonlóan a 2001-es adatokhoz képest. A két ábra összehasonlítása azt mutatja,

„VELENCEI-TÓ TERMÉSZETES EGÉSZSÉG „

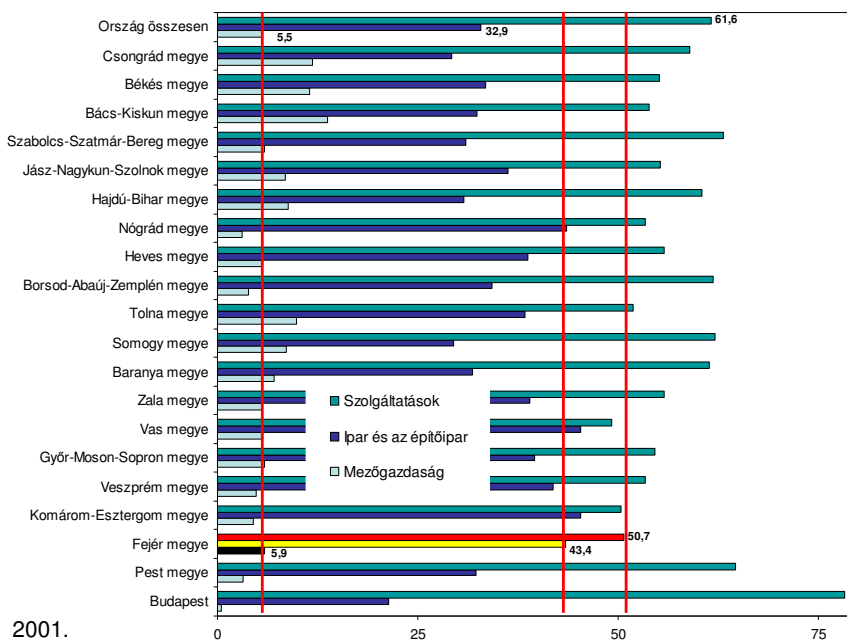
SZEGMENS PIACKUTATÓ 2009

hogy 2007-ben csaknem minden nagyrégió és régió megközelíti a szolgáltatások által foglalkoztatottak arányát, kivéve Dél-Alföld marad alatta jelentősebben 68,9%-os foglalkoztatotti aránnyal. Az iparban foglalkoztatottak arányát tekintve is jelentős változás zajlott le a hét év alatt, mivel 32,9%-ról 14,7%-ra csökkent az itt foglalkoztatottak aránya. Az iparban foglalkoztatottak arányát tekintve a nagyrégiók és régiók a legkisebb szórást mutatnak az átlag körül 2007-ben, ami jelentős változás a 2001-es adatfelvételhez képest.

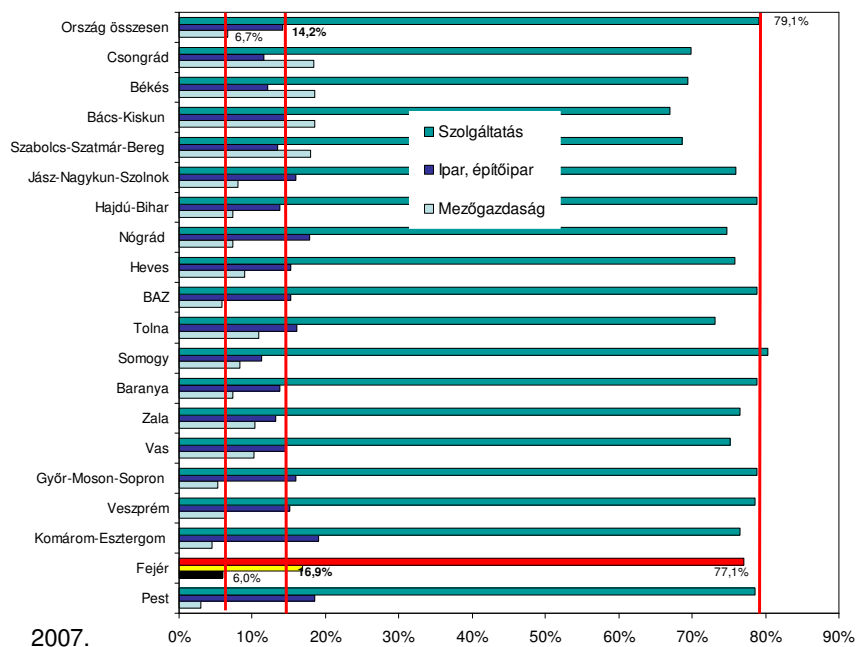
A mezőgazdaságban foglalkoztatottak aránya 2007-ben az ágazat súlyának a növekedését mutatja országos szinten. A 2001-es 5,5%-os arány 2007-re 6,7%-ra nőtt. Dunántúlt tekintve az adatok azt mutatják, hogy 2001-ben a szolgáltatásokban foglalkoztatottak aránya szerint az átlag (61,6%) alatt volt 54,3%-os súllyal, míg 2007-ben csak kisebb mértékben marad az átlag alatt (79,1%-kal szemben 77,6%-kos súlyt mutat).

Az ipart tekintve 2001-ben a 32,9%-os átlagos arányt jóval felülmúlta a 39,5%-os foglalkoztatási rátával. 2007-ben csak kisebb mértékben mutat nagyobb súlyt az ipari foglalkoztatásban (a 14,2%-os átlagos aránnyal szemben 15,1%-ot mutat. A mezőgazdaságban foglalkoztatottak aránya itt is nőtt a 2001-hez képest az országos trendnek megfelelően (6,2%-ról 7,4%-ra) kis mértékben meghaladva az országos foglalkoztatottak arányát (6,7%). Fejér megyében a regisztrált foglalkoztatottak aránya szerint az egyes szektorok súlya az alábbiak szerint alakult 2001-2007 között:

27. ábra



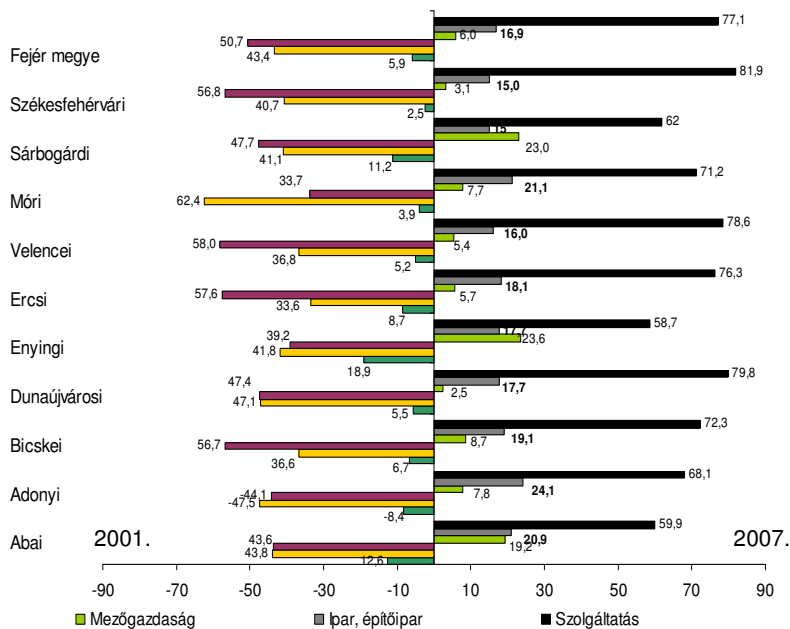
28. ábra



Míg 2001-ben a szolgáltatásokban foglalkoztatottak aránya több mint 10%-kal elmaradt az országos átlagostól, addig 2007-ben már csupán 1,8%-kal marad el a 77,1%-os arányú foglalkoztatás mellett. Az iparban foglalkoztatottak aránya jelentősen csökkent (43,4%-ról 18,9%-ra 2007-ben, amely még mindig magasabb az átlagnál 4,7%-kal. A mezőgazdasági foglalkoztatottak aránya 2001-hez képest Fejér megyében az országos trendtől eltérően csökkent 6,9%-ról 6%-ra 2007-re, amellyel az országos átlagtól 0,7%-kal elmarad.

A Fejér megyei kistérségek foglalkoztatottságának szektoronkénti arányának változásait mutatja 2001-2007 között az alábbi ábra. Ez alapján látható a szolgáltatás szektorjelentős fejlődése, az ipar visszaszorulása és a mezőgazdasági szektor növekedése mind megyei szinten, de az egyes kistérségek szintjén is. A Velencei kistérség mező és erdőgazdálkodása csaknem megfelel a Fejér megyei átlagnak, az ipari, építőipari szektora az átlagnál fejletlenebb a Bicskei és Ercsi kistérséggel egyetemben. Viszont, jóllehet Fejér megye szolgáltató szektorban gyenge a többi megyéhez képest, de Fejér megyén belüli kistérségek között a Velencei kistérség szolgáltató szektora a legerősebb, még Székesfehérvárt is beleértve.

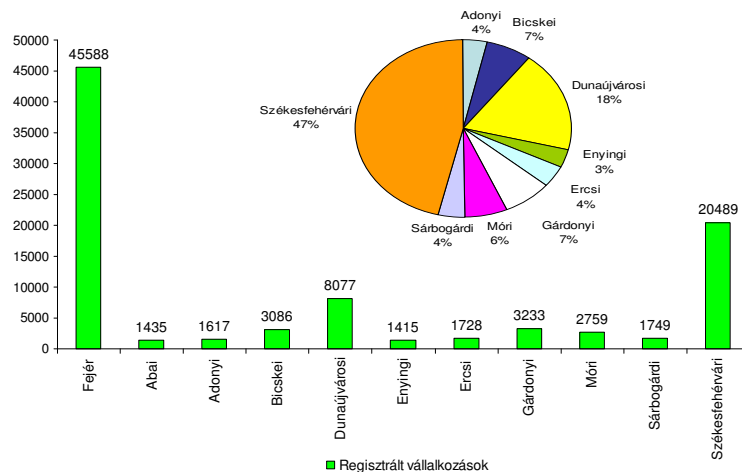
29. ábra



2.8.2 A Velencei kistérség regisztrált vállalkozásainak száma

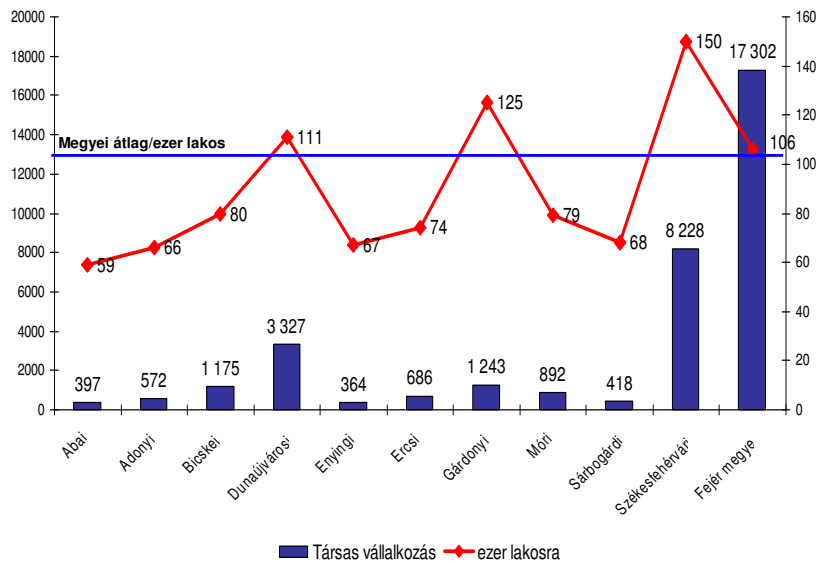
A Fejér megyei kistérségek regisztrált vállalkozásainak a száma 45 588. Ennek 47%-a Székesfehérvári kistérségben működik. A második legtöbb vállalkozás Dunaújvárosban van 18%-os részesedéssel. A Velencei kistérségben 3 233 regisztrált vállalkozás van, amely a megyeinek a 7%-át teszi ki és Bicskével a harmadik legtöbb számú vállalkozót jelenti.

30. ábra



A Velencei kistérségben a regisztrált 3 233 vállalkozásból 1 243 társas vállalkozás, amely 38%-t tesz ki. Az ezer lakosra jutó regisztrált vállalkozások száma tekintetében a Velencei kistérség Székesfehérvár után a legnagyobb számú vállalkozás jellemzi. Dunaújvárost kivéve a többi kistérség az átlagos alatti intenzitású települések közé tartozik a vállalkozások lefedettsége alapján.

31. ábra

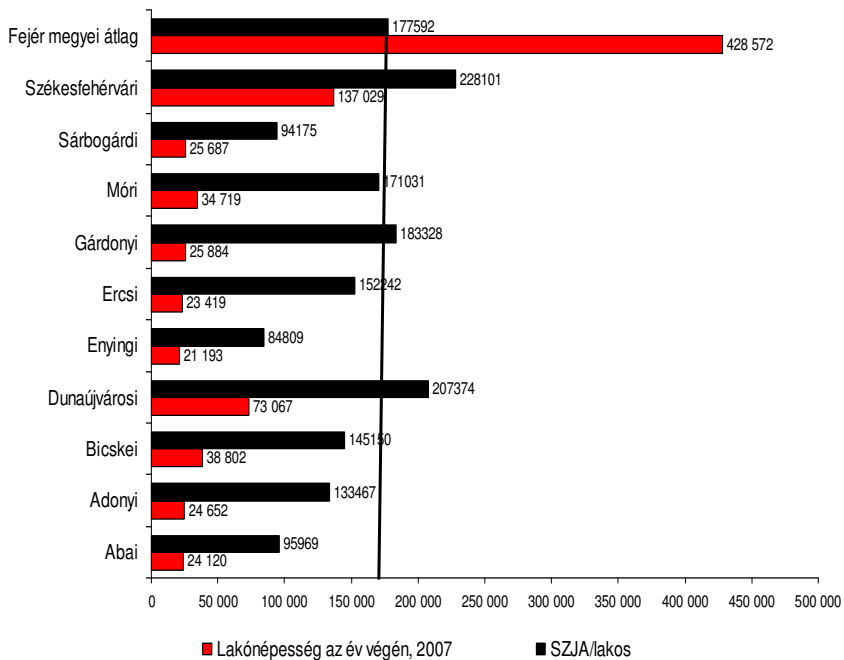


2.9 Személyi jövedelemadó és a kistérségek fejlettsége

2.9.1 A Fejér megyei kistérségek által fizetett személyi jövedelemadó nagysága és a kistérségek népességének a nagysága közötti jellemzők

A Fejér megyében levő kistérségek egy lakosra jutó befizetett személyi jövedelemadója a térség fejlettségének igen megbízható mutatója. Fejér megyében a 428 572 lakos által 2007-ben befizetett jövedelemadója 76,1 milliárd forint volt. Egy lakosra (mindenkit beleértve és nem csak az adózókat) fejenként 177 592 Ft befizetett SZJA jut átlagban. Fejér megye kistérségeinek fejlettségét összehasonlítva az alábbi diagram alapján a következő képet kapjuk:

32. ábra



A 2007. év végi adatok alapján a Velencei kistérség 25 884 lakosából 12 032 lakosa fizet személyi jövedelemadót, amely a kistérség lakosságának 46,5%-a, míg például Budapesten ez az arány 42,2%. Az ábra azt mutatja, hogy a Velencei kistérség, jóllehet nem a legnagyobb régió a megyében, de az egy lakosra eső SZJA-t tekintve a megyei átlagnál több SZJA fizetése jut: 183 328 Ft, amivel a harmadik legnagyobb SZJA fizető.

2.9.2 Vásárlóerő – gazdasági fejlettség országosan megyei és településszintű bontásban vizsgálva

A GfK Csoport rendszeres időközökben felméri Magyarország megyéinek, településeinek vásárlóerejét. Bár az adatokban évről-évre nemigen jelenik meg értelmezhető különbség, a hagyományosan két évente készülő felmérés időközi adatai alapján az egyes megyékben változások mutatkoznak. A vásárlóerő-indexet a hivatalos jövedelemstatisztikák segítségével számítják ki, ám mivel a GfK szerint ez még kevésnek bizonyul a hazai speciális adózási viszonyok (adócsalás) miatt, ezt korrigálják más KSH-adatokkal. Például demográfiai, illetve – ahol lehet – munkaerő-piaci adatokkal is. Szintén

nézik egy település gépkocsival vagy vezetékes telefontal való ellátottságát. A 2006-ban végzett felmérés szerint emelkedő vásárlóerőt tud felmutatni, bár a növekedés mértéke az újabb adatok szerint nem túlzottan számottevő, mindössze 0,7 százalékpontot tett ki. A vásárlóerő jelentősnek mondható - közel 2 százalékpontos - csökkenése volt tapasztalható Vas megyében, és közel 1 százalékpontnyi visszaesés Fejér megyében 2006-ban 2004-hez képest. Pest megye vásárlóerő-indexe a Délnyugat-Magyarországon elhelyezkedő Zala megyéhez hasonlóan tovább növekedett. A "toplista" élén lévő megyék változatlanok maradtak 2006-ban. Az öt legmagasabb vásárlóerő-indexszel rendelkező megye 2006-ban (az országos átlag százalékában kifejezve).

11. táblázat

MEGYE	GfK vásárlóerő-index, 2006
Budapest	134,7
Győr-Moson-Sopron	109,4
Pest	103,4
Fejér	102,6
Vas	102,0

Forrás: GfK Vásárlóerő-index tanulmány 2007, GfK Csoport

A megyék között "sereghajtó" továbbra is az északkeleti Szabolcs-Szatmár-Bereg megye volt, ahol azonban a korábbi csökkenő trenddel szemben némi - 0,55 százalékpontos - növekedést figyeltek meg a kutatók. Közel egy százalékponttal tovább csökkent ellenben az utolsó előtti helyezett Borsod-Abaúj-Zemplén megye vásárlóerő-indexe. Békés megyében stagnált, Jász-Nagykun-Szolnok megyében pedig kicsit emelkedett a vásárlóerő az elmúlt években megfigyelhető fokozatos csökkenés után.

Az öt legalacsonyabb vásárlóerő-indexszel rendelkező megye 2006-ban (az országos átlag százalékában kifejezve):

12. táblázat

MEGYE	GfK vásárlóerő-index, 2006
Nógrád	85,9
Jász-Nagykun-Szolnok	85,5
Békés	83,3
Borsod-Abaúj-Zemplén	82,1
Szabolcs-Szatmár-Bereg	80,9

Forrás: GfK Vásárlóerő-index tanulmány 2007, GfK Csoport

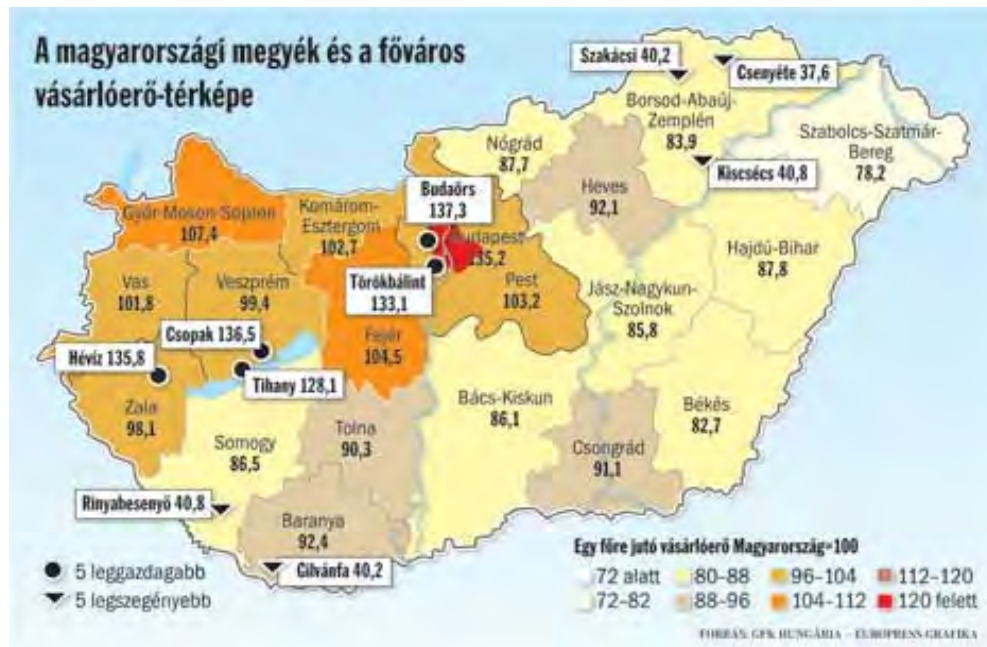
Magyarország legtehetősebb vidéki települése 2006-ban Hévíz volt (vásárlóerő index: 146,9), mely előkelő pozícióját feltehetően a Balaton közelsége és termálvizei, illetve az erre épülő turisztikai vállalkozások együtt biztosítják. Hévíz vásárlóereje az utóbbi néhány évben emelkedett számottevően, ugyanis 2002-ben még a 26. helyen állt a több mint 3000 települést magában foglaló listán. 2006-ban a második legmagasabb vásárlóerő indexű vidéki települései között második helyen Telki állt (vásárlóerő index: 141,7). Telkit 2006-ban Balatonföldvár (vásárlóerő index: 138,2), és Tihany (vásárlóerő index: 134,9) követték az élbolyban.

A megyék rangsorában 2009-ben Budapest vezet (vásárlóerő index: 135,2) a megyék mindegyikét megelőzve. A főváros 2000 óta tíz ponttal növelte vásárlóerejét, ami nagyon jelentős növekedés. Budapestet továbbra is a nyugati határvidéken elterülő Győr-Moson-Sopron megye (vásárlóerő index: 107,4) követi, az utolsó helyen pedig a gazdaságilag depressziós Szabolcs-Szatmár-Bereg (vásárlóerő index: 78,2) áll, de az utolsók között van Békés megye (vásárlóerő index: 82,7 százalék) és Borsod-Abaúj-Zemplén megye is (vásárlóerő index: 83,9 százalék). Ez utóbbi megye vásárlóereje, ha 1 százalékponttal is, de javult a két évvel ezelőtt mért adatokhoz képest. Az országos átlag fölötti vásárlóerőt tud felmutatni továbbá Fejér, Pest, Komárom-Esztergom és Vas megye. A többi megye vásárlóereje a legfrissebb felmérés szerint nem változott számottevően ebben az időszakban.

2009-ben a két évvel ezelőtt még Magyarország legtehetősebb vidéki településeként számon tartott Hévíz idén már csak a harmadik legjobb teljesítményt tudta felmutatni (vásárlóerő index: 135,8). A fürdővárost Budaörs (vásárlóerő index: 137,3) és a balatoni Csopak (vásárlóerő index: 136,5) előzte meg. A 2006-ban szintén az öt legtehetősebb település között helyet foglaló Telkit Törökbálint (vásárlóerő index: 133,1) és Tihany (vásárlóerő index: 128,1) szorította ki az ötös toplistából. Budaörs és Törökbálint sikere feltehetően nagyban köszönhető a magas jövedelmű, az agglomerációba kiköltöző lakosoknak, a kereskedelemnek, és a logisztikai központoknak, míg a három fürdőváros előkelő helyezése valószínűsíthetően az intenzív turizmusnak tudható be.

Az alábbi térképen jelöljük az egyes megyék és települések vásárlóerő indexét, majd a következő ábrán láthatjuk a leggazdagabb és a legszegényebb települések ötös listáját:

33. ábra



34. ábra

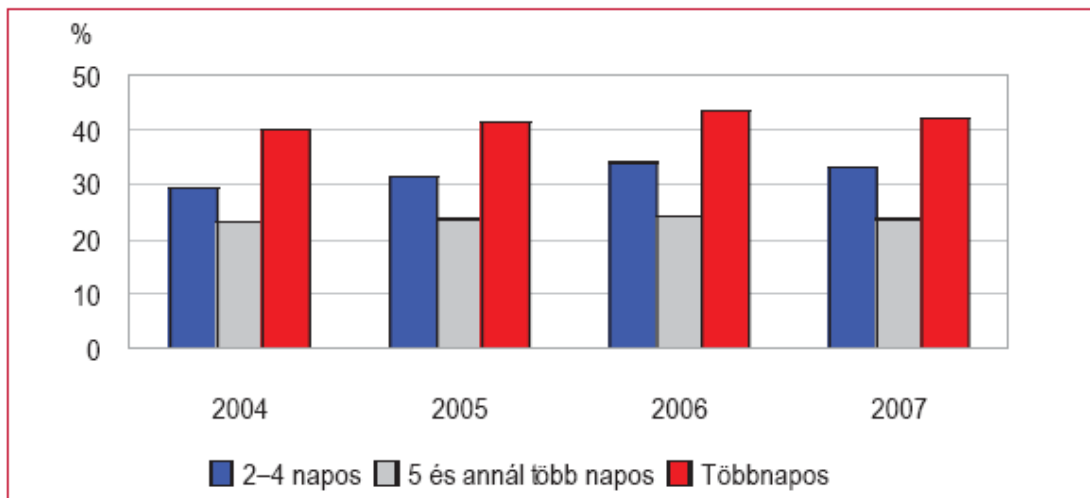


2.10 Mezoszint – utazási szokások

2.10.1 A belföldi utazások fő jellemzői

2007-ben a magyar lakosságnak – az éjszakázással nem járó „kirándulások” nélkül – csak 42%-a vett részt a belföldi idegenforgalomban, azaz legalább egy alkalommal tett többnapos belföldi utazást. 2008-ban a magyar lakosság egy 36%-a tett legalább egy alkalommal többnapos belföldi utazást. A magyar lakosság utazási aktivitását szemlélteti az alábbi ábra 2004-2007 között:

35. ábra



Látható, hogy 2004-2006 között nőtt, 2007-ben csökkent az utazási aktivitás a 2-4 és többnapos utazások terén, stagnál az 5 és annál több napos utazásokban résztvevők aránya. A lakosság 2007-ben 322 milliárd forintot költött belföldi turizmusra, ami a háztartások összes hazai fogyasztásának 2,5-2,6%-a és 11%-os növekedést mutat folyó áron 2006-hoz képest. Ezzel szemben 2008-ban a belföldi utazások során 292 milliárd forintot fordítottak a belföldi turisták, amely folyó áron 9%-os csökkenést jelent. A 292 milliárd forint 29, illetve 28%-át szálláshely-szolgáltatások és élelmiszerek vásárlására, 21%-át közlekedésre fordítottak. A tárgyév során 22 millió többnapos belföldi utazás alkalmával 88 millió napot töltöttek el az utazók.

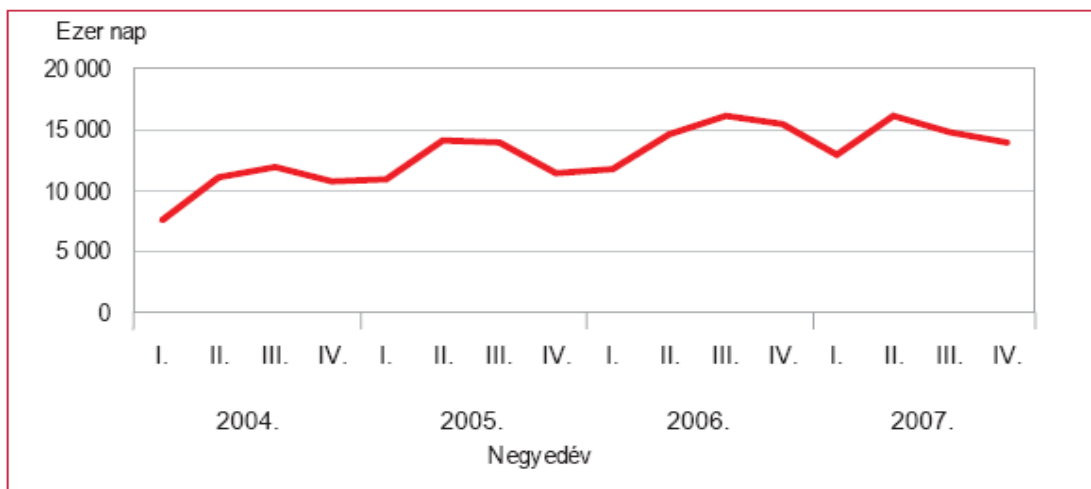
2.10.1.1 A 2-4 napos (hétvégi típusú) belföldi utazások jellemzői

Kettő-négy napig tartó utazáson a magyar lakosság több mint negyede vett részt legalább egyszer 2008-ban. Az utazási aktivitás szoros kapcsolatban van a háztartások anyagi helyzetével. A személygépkocsit használók 38%-a, a gépkocsival nem rendelkezőknek csak negyede utazott belföldön 2-4 napos utazásra.

Hasonlóan jelentős az összefüggés a háztartások lakóhelyeül szolgáló település mérete és a turisztikai viselkedés között. Minél kisebb egy település annál kevésbé jellemző a belföldi turizmus a lakosságra. Továbbá a társas vállalkozások tulajdonos tagjainak több mint a fele és a vállalatnál alkalmazásban állóknak is közel 35%-a tett 2-4 napos utazást, a nyugdíjasok közül csaknem minden negyedik. A KSH felmérés szerint a saját anyagi helyzetüket jónak ítélik több mint a fele, az átlagos helyzetűeknek 38%-a, a szerény, illetve nagyon szűkös anyagi helyzetűeknek 28, illetve 15%-a utazott az időszak során 2-4 napos belföldi útra. Az egytagú háztartást alkotók 24%-a tett 2008-ban hétvégi típusú utazást. A két-, három-, illetve négytagú háztartásokban élőknel ez az arány 29-30% volt. Ezen belül is kiemelkedik a gyermeket, illetve gyermekeket nevelő párokból álló háztartások 40% fölötti utazási aktivitása.

A hétvégi típusú utazások kevésbé szezonálisak, amint azt az alábbi ábra is mutatja, mivel a 2-4 napos utazásokon töltött idő alig több mint negyede, addig az ennél hosszabb utazásokon töltött idő fele realizálódik a III. negyedévben.

36. ábra



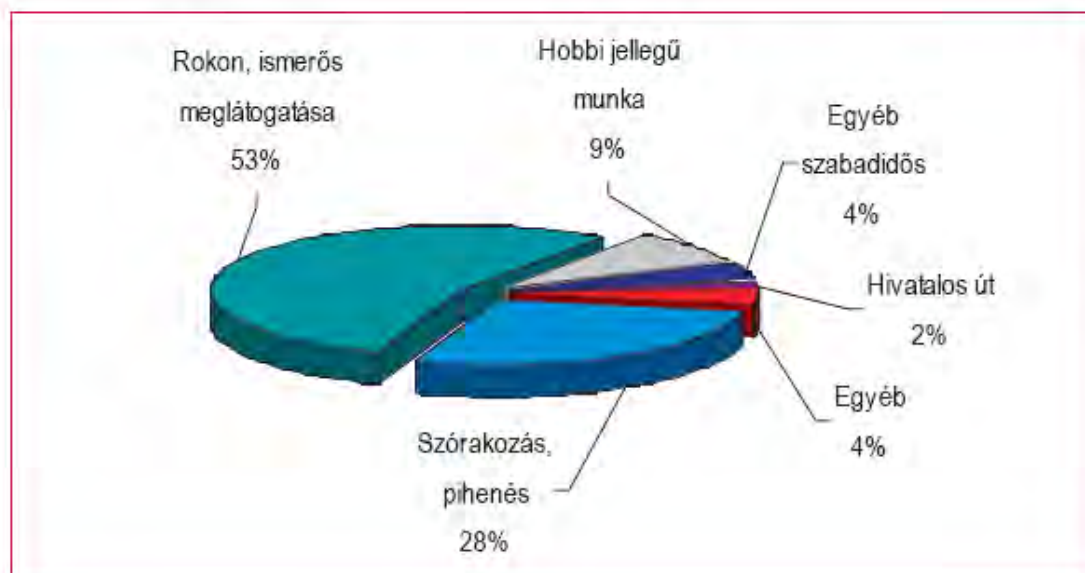
A hétvégi típusú utazások során 170 milliárd forintot költött a lakosság, ami folyóáron 9%-os növekedést jelentett az előző évhez képest. A kiadások 21%-át szállásra,

28, illetve 19%-át pedig étkezésre és közlekedésre fordították az utazók. Az egy háztartásra jutó átlagos költség 34 ezer forint volt, ami a ténylegesen utazók esetében 75 ezer forintot jelent. A társadalmi, gazdasági különbségek természetesen megmutatkoznak a turisztikai kiadásokban is. Egy átlagos, személygépkocsival rendelkező háztartás 47 ezer forintot fordított az év során hétféle típusú utazásra, míg a többiekénél ez nem éri el a 18 ezer forintot.

A hétféle típusú utazások több mint harmadát a 25-44 éves korosztályba tartozók tették, a 45-64 évesek részesedése 30%, míg a 15-24 évesek, illetve a 64 évnél idősebbek a teljes utazással töltött idő 11-11%-át mondhatják magukénak.

A belföldi hétféle típusú utazáson eltöltött idő motiváció szerint az egyes aktivitások alapján az mondható el, hogy elsősorban rokon, ismerős látogatása a fő cél, ezt követi a szórakozás, pihenés célú utazás, majd a hobbi jellegű munka céljából szervezett út. Egyéb szabadidős, hivatalos, valamint egyéb célból azonos arányban utaznak a magyarok.

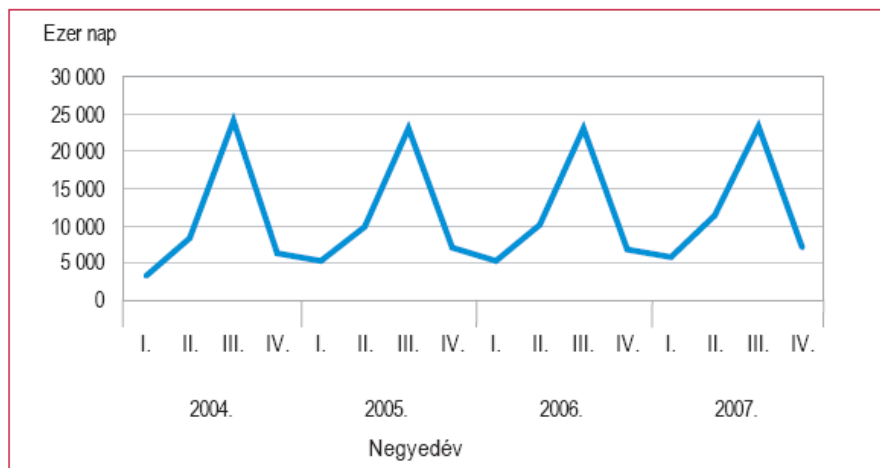
37. ábra



2.10.1.2 Az öt- és több napos belföldi utazások jellemzői

2007-ben a magyar lakosság közel negyede tett ilyen időtartamú utazást legalább egyszer. Az utazásokat nagy szezonálitás jellemzi, ahogy azt az ábra is mutatja:

38. ábra



A saját anyagi helyzetüket jóval átlag felettinek érzők 40%-a tett belföldön négynaposnál hosszabb utazást, míg a nagyon szűkös körülmények között élők 9%-a, valamint a nyugdíjasok 17%-a.

A háztartás összetétele szintén jelentősen befolyásolta az utazáson való részvétel valószínűségét. Az egyedülállók 15, a gyermektelen fiatal párok 28, az 1-3 gyermeket nevelők 26-27%-a vett részt ilyen tartamú utazáson.

A nyaralóval, hétvégi házzal rendelkező háztartások tagjainak 59%-a, a második otthonnal nem rendelkezőknek csupán egyötöde tett ilyen hosszú utazást. A személygépkocsit használó háztartások kétszer olyan nagy gyakorisággal mennek el négy naposnál hosszabb útra, mint a személygépkocsit nem használók.

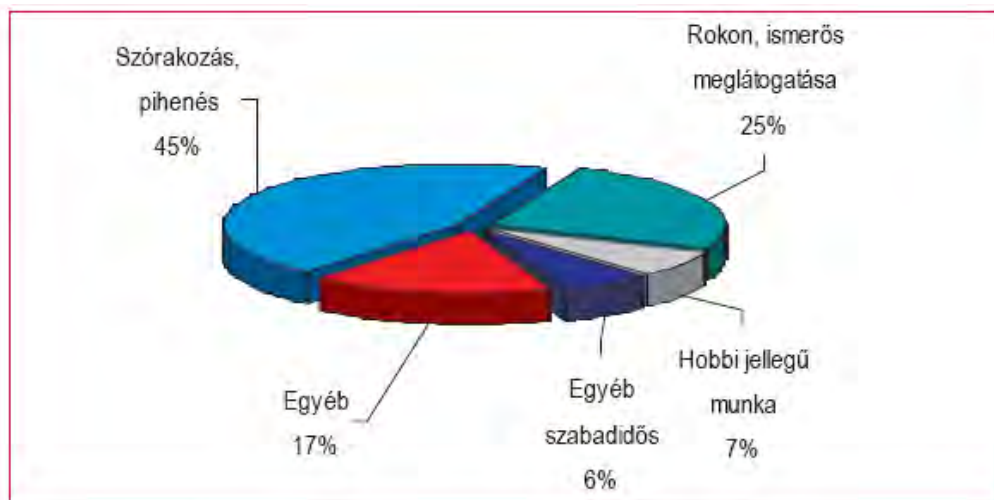
A saját anyagi helyzetüket átlag felettinek érzők háztartásoknak 40%-a, az átlagos anyagi helyzetűeknek 25, a szerény, illetve nagyon szűkös körülmények között élőknek mindössze 15, illetve 9%-a utazott a belföldre ilyen tartamra.

Az egyedülállók 15, a gyermektelen fiatal párok 28, az 1-3 gyermeket nevelők 26-27%-a vett részt ilyen tartamú utazáson.

Összességében az mondható, hogy erős korreláció figyelhető meg az anyagi jólét és az utazások megvalósulása, valamint annak időtartama között.

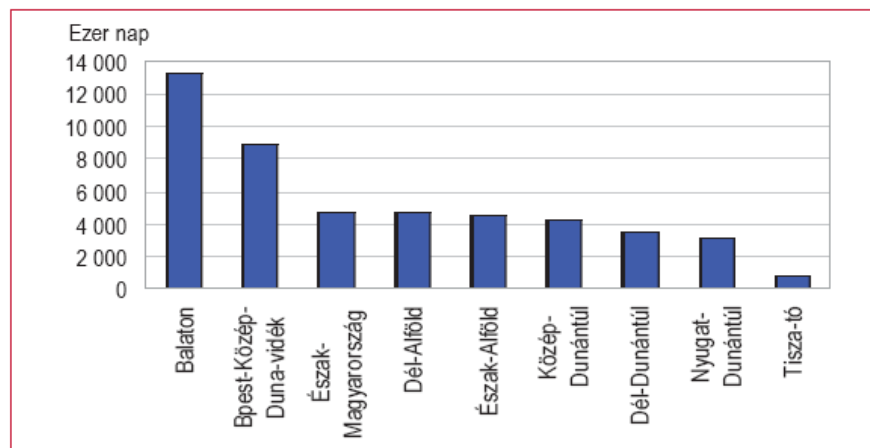
Más megoszlást mutatnak az öt és annál több napos belföldi utazás motivációi is, amint azt az alábbi ábra is mutatja. Leginkább szórakozni és pihenni mennek az emberek hosszabb útra, második a leggyakoribb ok a rokon, ismerős meglátogatása, harmadik az egyéb ok és jóval kisebb jelentőségű az egyéb szabadidős tevékenység, vagy hobbi jellegű munka.

39. ábra



Az öt- és annál többnapos utazások száma 2004–2007 között évről évre nőtt, 5–9%-kal. Az egyik legnépszerűbb belföldi üdülési célpont a Balaton volt, az összes utazás, illetve az utazásra fordított idő több mint negyede irányult ide. Legnagyobb tavunknál az országos átlagot lényegesen meghaladó mértékben, 17%-kal nőtt a hosszú utazások során eltöltött idő. Különösen a központi is Budapest lakossága vette célba a balatoni szálláshelyeket. A elsősorban az adott egységen belüli utazások voltak jellemzők.

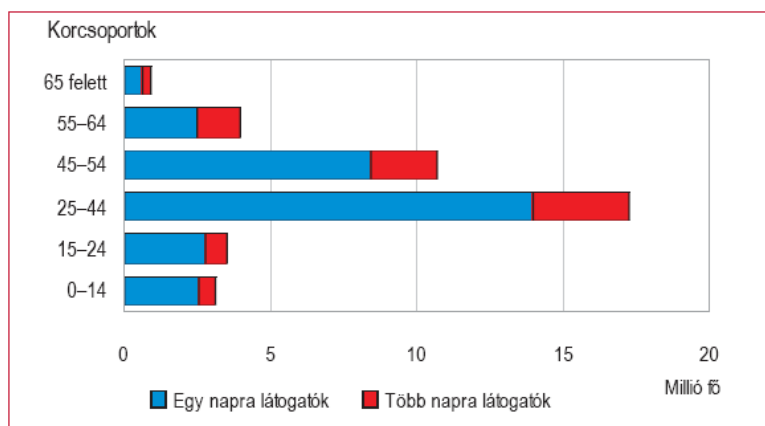
40. ábra



2.10.2 Külföldi turisták jellemzői és szokásai

Külföldi turisták korcsoportok szerinti megoszlását és a látogatás tartamát érzékelteti az alábbi ábra:

41. ábra



Az ábra azt mutatja, hogy milyen a külföldi turisták megoszlása korcsoportonként, aszerint, hogy egy napra látogatnak Magyarországra, vagy több napra. Látható, hogy mind az egy napra, mind több napra látogatók többsége a 25-44 éves korcsoportba tartozik. A másodlagos célcsoport kor szerint a 44-54 évesek lehetnek.

2.10.2.1 A külföldiek utazási céljai és a kedvelt régiói

A 39 millió körüli külföldi látogató kevesebb, mint egyharmada – 12 millió fő – érkezett turisztikai céllal, közülük 5 millió fő egy napra.

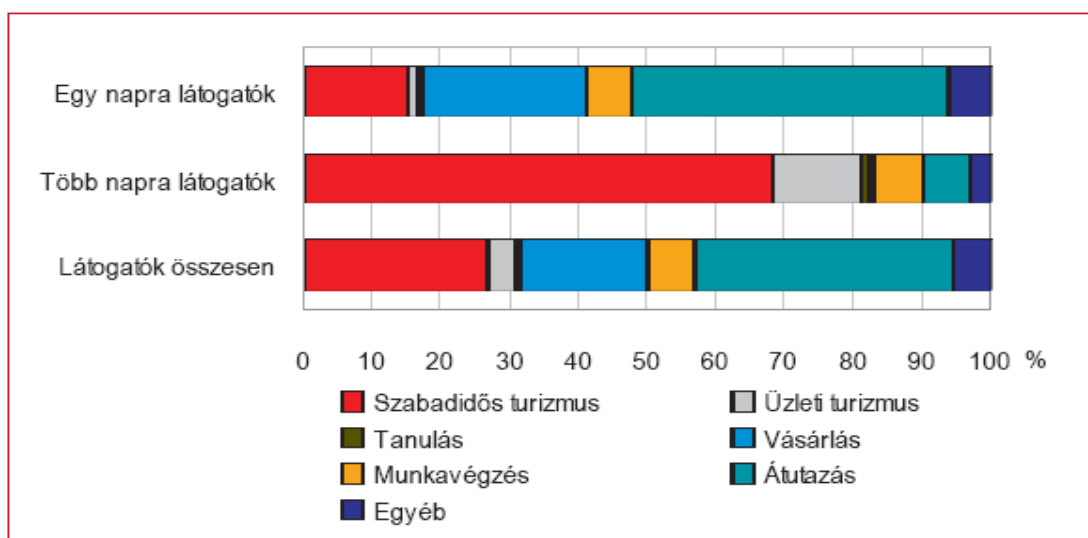
A hazánkba látogató külföldiek motivációja a tartózkodás időtartamától függően nagymértékű eltéréseket mutatott. Az éjszakázás nélküli látogatók közel felét a hazánkon átutazók csoportja alkotta. Kelet és délkelet felől Ausztria irányába/irányából jelentős számú, szerb, török, albán és számos más nemzetiségű – egyéb országban – munkát vállaló utazott át Magyarországon rendszeresen. A 2004–2006 folyamán tapasztalt állandó növekedés után 2007-ben 2,3 százalékponttal mérséklődött az amúgy is nagyarányú átutazó forgalom. Az egy napra látogatóknál az átutazás mellett a vásárlás volt a meghatározó, annak ellenére, hogy a vásárlók aránya a 2004-ben mért 32%-ról egyre csökkent, az utóbbi két évben 24% körüli volt. Az ingázók – jórészt a határ menti

településeken élő munkavégzők – aránya 4 év alatt háromszorosára nőtt, bár arányuk nem számottevő, 2007-ben 7% volt. A turisztikai céllal érkezők aránya csekély és közel állandó maradt (majdnem 17%), melyből az üzleti utazók aránya 10%. A turisztikai célú „kirándulások” közül nagyarányú a rokonlátogatás (6–7%).

A városnézés céljából érkezők száma jelentéktelen volt, függetlenül attól, hogy a vizsgált időszakban arányuk a kétszeresére nőtt (4%). A több napra látogatók esetében a turisztikai érkezések aránya a legmagasabb, 2007-ben a 8,6 millió több napra utazónak a szabadidő-eltöltés (68%), illetve az üzleti utazás (13%) volt az elsődleges célja. Üdülés és rokonlátogatás céljából közel azonos arányban, városnézésre és üzleti útra egytizedük érkezett. A munkavégzők aránya e csoportban is a duplájára ugrott a megfigyelt időszakban – ők jellemzően a huzamosabb ideig Magyarországon foglalkoztatottak. A több napra érkezők között is találunk átutazókat. Ezen utazók jellemzően egy éjszakát töltöttek hazánkban – többnyire kényszerű pihenés miatt –, arányuk meglehetősen ingadozó, 2007-ben 7% volt. Az üzleti céllal utazók az év első és utolsó hónapjaiban érkeztek a legnagyobb számban. A nyári hónapokban a legkisebb a nem turisztikai céllal érkezők aránya (16%).

Az alábbi ábra a Magyarországra érkező külföldiek megoszlását mutatja az utazás célja és időtartama szerint:

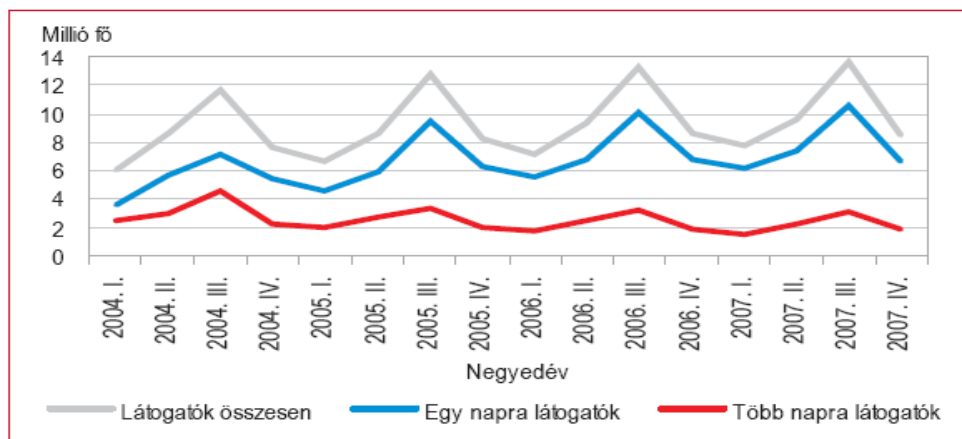
42. ábra



Hazánk turizmusának szezonális jellege van. Az érkezések száma, valamint a tartózkodási idő hossza is a III. negyedévben a legnagyobb. Ekkor érkezik a külföldi

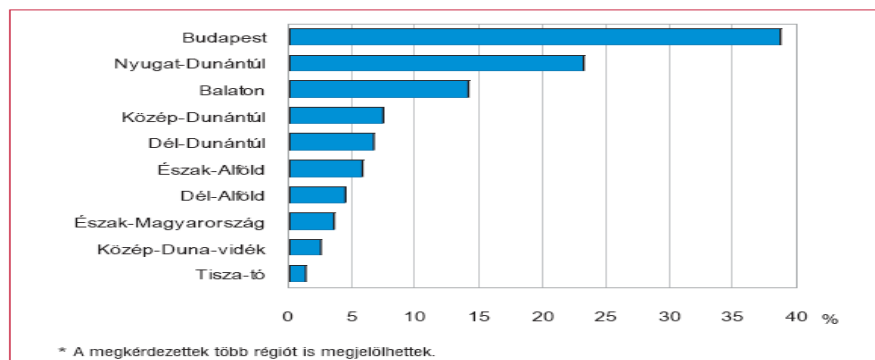
látogatók több mint harmada, a hosszabb látogatások 36%-a is erre az időszakra esik. A látogatóforgalom szezonáltságát mutatja az alábbi ábra az itt töltött napok bontásában negyedévenként 2004-2007 között: (Forrás: KSH 2007, Jelentés a turizmus 2007. évi teljesítéséről):

43. ábra



A külföldiek körében 2007-ben is Budapest és Nyugat-Dunántúl a két leglátogatottabb régió. Észrevehetően évről évre emelkedett a nyugat-dunántúli régióba látogatók aránya (2004-ben 16%, 2007-ben már 23%). A 2004. évi adatokhoz viszonyítva – az előbbi két régió kivül a többi régió rovására – csupán Észak-Alföld és Dél-Dunántúl látogatottsága nőtt. A vizsgált időszak utolsó évében erős szezonális jellege miatt a negyedévenkénti látogatottsági arány továbbra is jelentősen eltért a Balatonon: a III. negyedévben a látogatók 24%-a választotta, ősszel és télen csupán 5-6%-uk. 2007-ben sem észrevehető a szezon tavaszi és őszi hónapokra való meghosszabbítása. A Tisza-tó látogatottsága 4 év alatt közel a felére esett vissza, 2007-hez viszonyítva 10%-os volt a csökkenés.

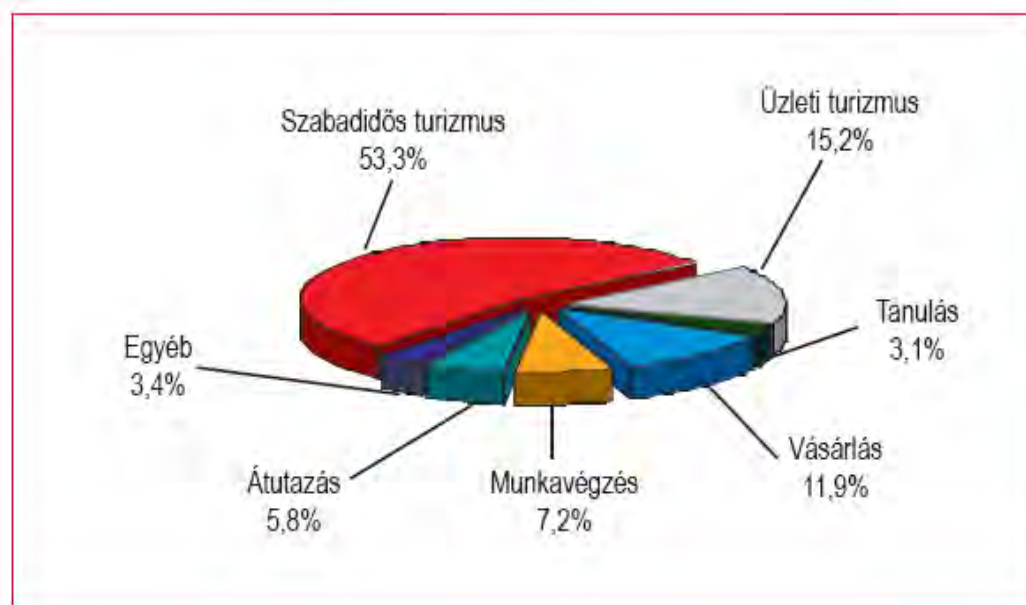
44. ábra



2.10.2.2 A külföldi turisták költségeinek megoszlása az utazási célok tükrében

A Magyarországra látogató külföldi turisták kiadásainak megoszlása az utazási célok megoszlása szerint az alábbiak szerint alakult a 2007-es adatok alapján:

45. ábra



A turisztikai motivációval érkezők kiadásai 639 milliárd forint volt. Ebből a szabadidős turisztikai szolgáltatások adták a 2007. évi – külföldiekhez kötődő – bevétel közel 78%-át. Ezen összeg 92%-át a több napra látogatók kiadásai tették ki. A szabadidős turizmusból a rokon, barát meglátogatását és a gyógyászati és egészségmegőrzést célzó kiadásokat érdemes kiemelni, mivel az e címen elköltött összegek (177 milliárd forint) annak több mint egyharmadát tartalmazták. A bevétel egy nyolcada a vásárlóktól – ezen belül túlnyomórészt az egy napra látogató vásárlóktól – származott.

A nem turisztikai célú kiadások több mint 20%-a a hazánkban tartózkodó munkavégzők vásárlásaiból adódott össze, akik főként személyes szükségleteikre költöttek tartózkodásuk alatt.

Az egy napra látogatók egy fő egy napjára jutó átlagos kiadásai 10%-kal csökkentek, míg a több napra látogatóké – elhanyagolható mértékben ugyan, de nőttek. Folyó áron számítva, összességében 2%-os volt a csökkenés.

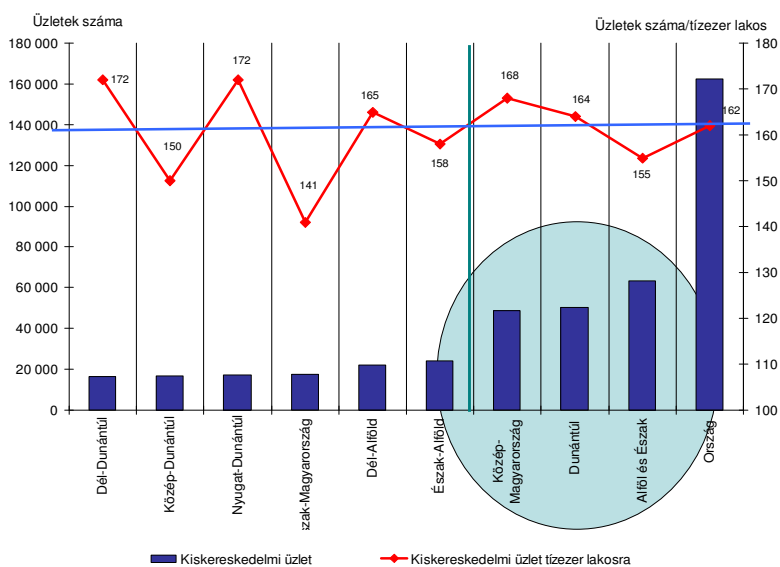
A turisztikai célú utazások száma a 2005. évi emelkedést követően az utolsó két évben kismértékben csökkent. A nem turisztikai érkezések száma töretlenül növekedett (évente 5–10%-kal). A turisztikai kiadásoknál a 2006. évi 7%-os emelkedést 2007-ben 6%-os csökkenés követte. A nem turisztikai költségek 2007-ben az előző évhez képest nem változtak, 2006-ben figyelhetünk meg egy nagyobb ugrást – 29%-os emelkedést.

2.11 Mezoszintű elemzés – A turisztikai ágazat szempontjából fontos infrastruktúrák jellemzői

2.11.1 Bolti kiskereskedelem

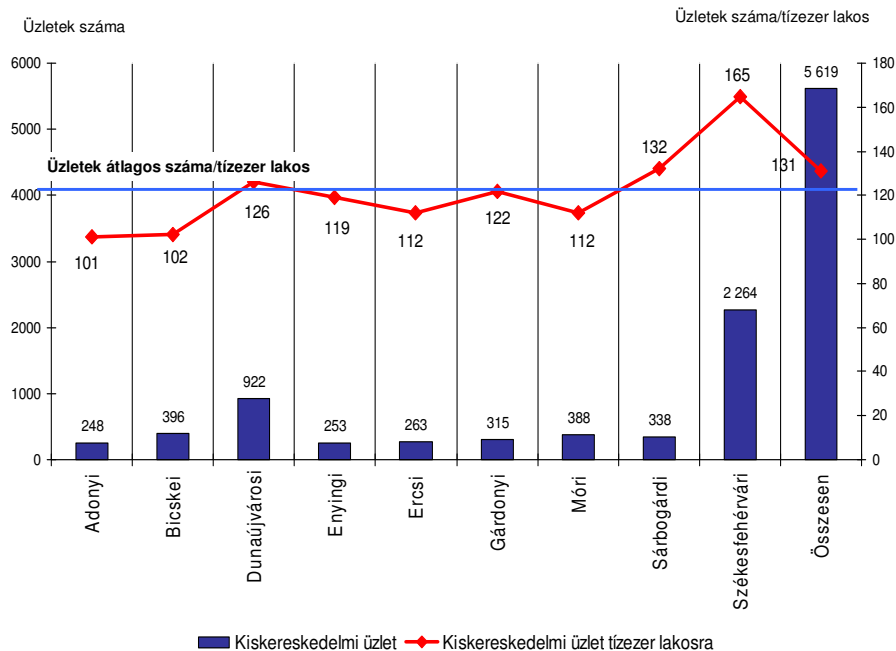
Az egyes nagyrégiókban levő kereskedelmi üzletek száma és a tízezer lakosra jutó üzletek száma alapján az alábbi képet kaptuk: Az ország egészében összesen 162 473 kereskedelmi üzlet található, amely az üzletek száma alapján a legtöbb üzlet Alföld és Észak nagyrégióban található (66 341), a második legtöbb Dunántúlon (50 330), a harmadik legtöbb pedig Közép-Magyarországon (48 702). A tízezer lakosra jutó üzletek száma alapján az országos átlag 162 kereskedelmi üzlet/tízezer lakos. A nagyrégiók tekintetében azonban a legtöbb kereskedelmi üzlettel rendelkező Alföld és Észak területen található a legkevesebb üzlet, mivel itt a legalacsonyabb a lefedettség (155 bolt/10 000 lakos).

46. ábra



Az alábbiakban megvizsgáltuk, hogy az egyes régiókban a kereskedelmi üzletekkel való ellátottság tekintetében hol helyezkedik el Fejér megye.

47. ábra



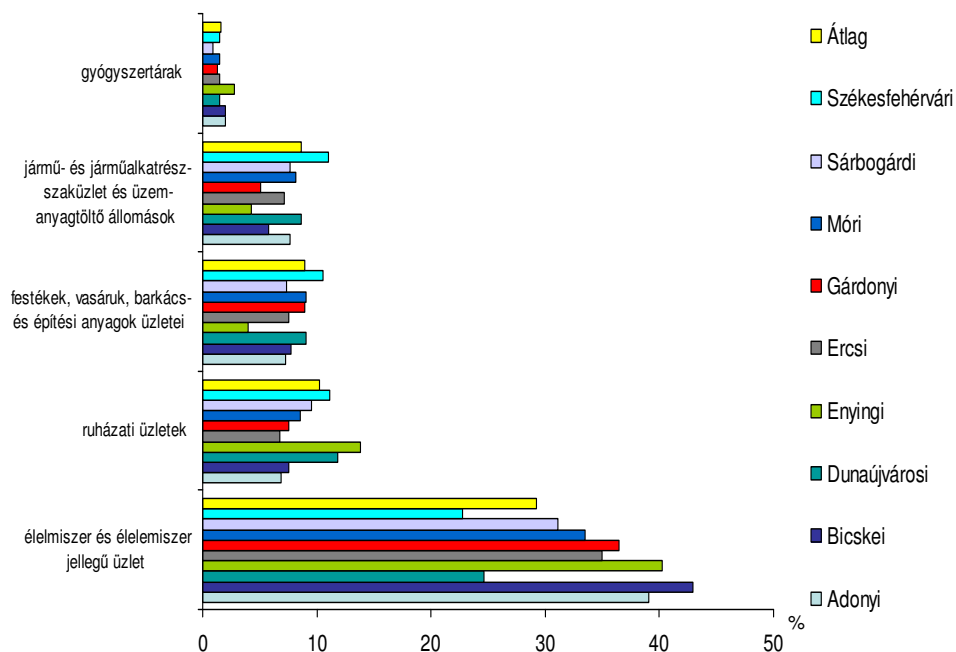
A fenti ábra azt mutatja, hogy a Fejér megyében található kereskedelmi üzletek száma összesen 5619 és a tízezer lakosra jutó üzletek száma átlagosan 131, amely az országos átlag alatt van (162). A tízezer lakosra jutó üzletek számát tekintve Székesfehérvár a legintenzívebben lefedett üzletekkel, amely az országos átlagot is meghaladja (165).

A Fejér megyei átlagos lefedettséget még Sárbogárd múlja felül (132). A velencei kistérség a dunaújvárosi (126) utána a negyedik leginkább lefedett (122). A

Az alábbiakban azt vizsgáljuk, hogy a Fejér megyei kistérségek kereskedelmi üzleteinek milyen a profil szerinti megoszlása az összes üzleteinek számát alapul véve, valamint a megyei átlaghoz képest.

Az alábbi képet kapjuk az egyes bolttípusok megoszlását illetően:

48. ábra



Látható, hogy a pirossal jelölt Velencei kistérség üzleti struktúrájában a gyógyszertárak aránya átlagos a megyei átlagos arányhoz viszonyítva, a jármű és járműalkatrész és üzemanyag állomások aránya az átlagosnál alacsonyabb, a festékek, vasárak, barkács és építési anyagok üzleteinek aránya átlagos, a ruházati üzletek aránya jóval átlag alatti, míg élelmiszer és élelmiszerjellegű üzletek aránya magasan az átlagos felett van.

2.11.2 Vendéglátás jellemzői

2006-ban a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás ágazatban a foglalkoztatottak 35%-a (57,8 ezer ember) a vendéglátás területéhez tartozott. Ezen belül a kereskedelmi és a munkahelyi vendéglátás szakágazatokban a foglalkoztatottak száma 37, illetve 21 ezer fő.

2004-2007 között a hazai vendéglátóhelyek száma évről évre nőtt és a négy év alatt összesen közel 1 500 egységgel bővült, amiből 88% a kereskedelmi, 12% a munkahelyi vendéglátást szolgálja.

Az alábbi táblázat mutatja az egyes vendéglátóegység-típusok számának alakulását 2004-2007 között:

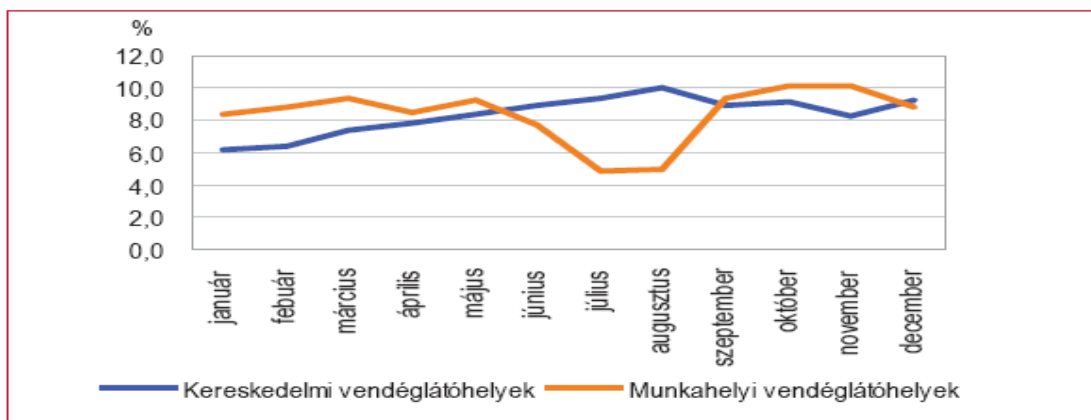
13. táblázat

	2004	2005	2006	2007
Étterem, cukrászda	36 680	36 648	36 601	36 341
Bár, borozó	13 648	13 827	13 753	14 078
Vendéglátóhely összesen	50 328	50 475	50354	50 419

Látható, hogy nőtt a bárak és borozók száma a vizsgált időszakban évről évre, viszont csökkent az éttermek és cukrászdák száma. A vendéglátóhelyek arányát régióként vizsgálva az alábbi képet mutatja:

A vendéglátás ágazat árbevételének alakulása 2007-ben is tükrözi a szezonális jelleget, amelyet a következő ábra érzékeltet:

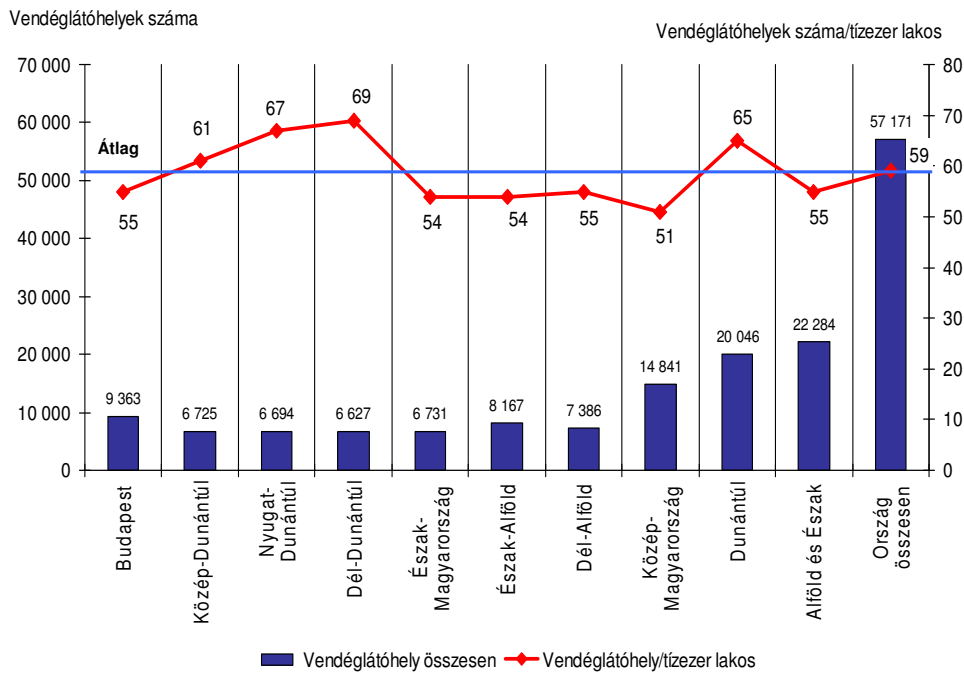
49. ábra



A nagyrégiókat összevetve az alábbi ábrán látható, hogy az Alföld és Észak nagyrégióban a legnagyobb a vendéglátóhelyek száma, második Dunántúl, majd Közép-Magyarország a harmadik. A nagyrégiókon, de a régiókon belül sincs jelentős eltérés a vendéglátóhelyek száma alapján. Budapest a 6363 vendéglátóhely számával emelkedik igazán ki. Fontosabb azt megnézni, hogy tízezer lakosra mekkora átlagosan a vendéglátóhelyekkel való lefedettség. Az országos adat (57171), amely tízezer lakosra 59 vendéglátóegységet jelent. Ezt az adatot figyelembe véve látható, hogy Dunántúl nagyrégióban ez a szám magasan az átlag fölé emelkedik (65), Míg Közép-Magyarország és az Alföld és Észak nagyrégióban az átlag alatti az érték (51 és 55).

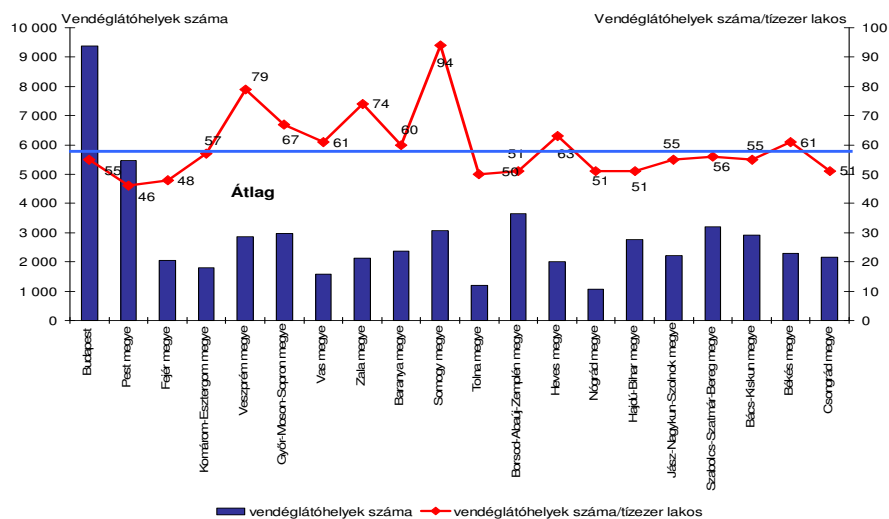
Regionális szinten vizsgálva a Dunántúli térséget, azt láthatjuk, hogy Dél-Dunántúl a leginkább lefedett (69 vendéglátóegység/tízezer lakos), második leglefedettebb Nyugat-Dunántúl (67) és Közép-Dunántúl is az átlagos lefedettség felett van (61).

50. ábra



A vendéglátóhelyekkel való megyei lefedettséget vizsgálva az alábbi képet kapjuk:

51. ábra



Látható, hogy a tízezer lakosra jutó vendéglátóegységek számát (59) két megye múlja felül a leginkább: Somogy megye (94) és Veszprém megye (79). Magas a lefedettség ezen túlmenően Zala és Győr-Moson-Sopron megyében (74 és 67) Fejér megyében tízezer lakosra mindössze 48 vendéglátóegység jut, amely Pest megye után csaknem a legrosszabb ellátottságot jelenti. Kistérség –településszint

2.11.3 A kereskedelmi szálláshely férőhelyeinek száma, megoszlása és külföldiek által való lefedettsége

A szálláshelyek számát vizsgálva érdemes a kereskedelmi és a magánszálláshelyek számát külön-külön is megvizsgálni, majd ezeket a szerint, hogy mekkora ezen szálláshelyek külföldiek általi lefedettsége. Az utóbbi 3 évben összességében 16%-kal nőtt a hazánkba látogató külföldiek száma. 2007-ben több mint 39 millió külföldi látogatónk volt, azonban az egynapos látogatás aránya a teljes látogatóforgalmon belül 78%-ot tett ki. A látogatások 2004-től évről évre eltolódtak az egynapos tartózkodás felé. 2007-ben összesen 98 millió napot töltöttek el Magyarországon. A Magyarországra látogató külföldiek száma 2004-2007 között az alábbiak szerint alakult:

14. táblázat

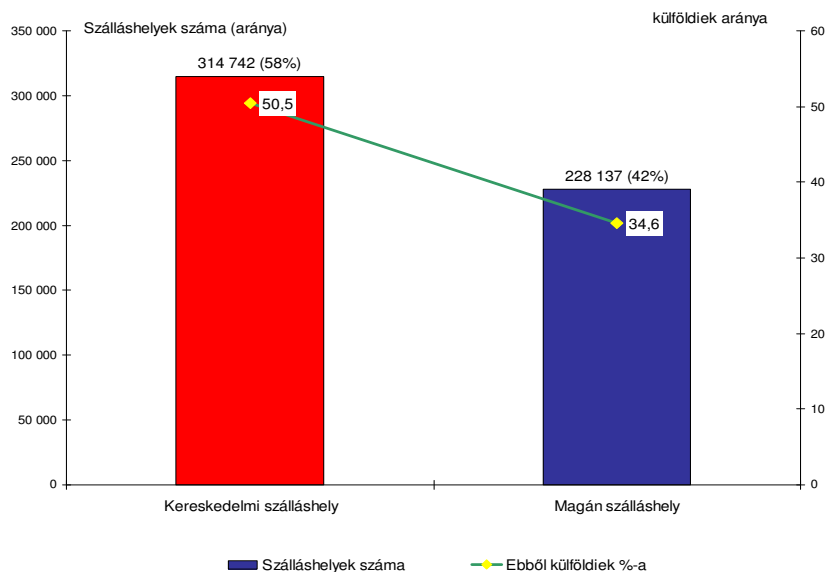
	2004	2005	2006	2007
Látogatók száma (ezer fő)	33 934	36 173	38 318	39 379
2004. évi = 100,0%	100,0	106,6	112,9	116,0

Forrás: KSH 2007, Jelentés a turizmus 2007. évi teljesítéséről

A több napra látogató külföldiek száma 2007-ben 9%-kal visszaesett, míg a tartózkodás idő 2%-kal marad el az előző évitől. (A legfrisebb - 2009. I-III. havi adatok alapján - a kereskedelmi szálláshelyeken a külföldi vendégek száma 19, a belföldieké 9%-kal csökkent a tavalyi évhez képest).

Az alábbiakban a kereskedelmi és a magánszállások megoszlását mutatjuk be kiemelve a külföldiek általi lefedettségét. Az adatok azt mutatják, hogy az összes szálláshely 58%-a kereskedelmi férőhely és 42%-ot tesznek ki a magánszálláshelyek országos viszonylatban. Ebbe nem tartoznak bele a nem üzleti céllal üzemeltetett közösségi (kollégiumok, üdülők), szabadidős szálláshelyek. Az alábbi ábra oszlopaiban jelöltük a külföldiekkel lefedett kereskedelmi, valamint a magánszálláshelyek arányát. E szerint a kereskedelmi szálláshelyek mintegy felét, a magánszálláshelyek valamivel több, mint harmadát külföldiek veszik igénybe.

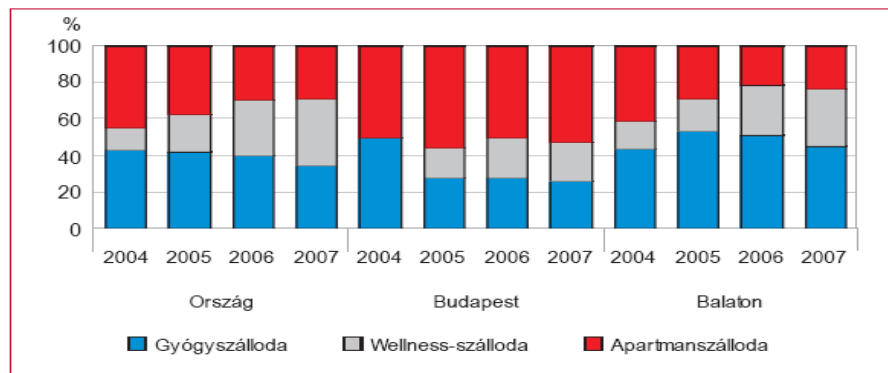
52. ábra



2.11.4 A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása

2007. július 31-én 2 956 kereskedelmi szálláshely több mint 121 ezer szobával és 315 ezer férőhellyel várta a vendégeket. A 854 szállodából 55 gyógy szálloda, 59 wellness szállodaként működik és a szállodai férőhelyek ötödével rendelkeznek, továbbá 47 apartman szálloda működik. A gyógy, wellness és apartman szálloda arányának alakulását 2004-2007 között az alábbi diagram mutatja:

53. ábra



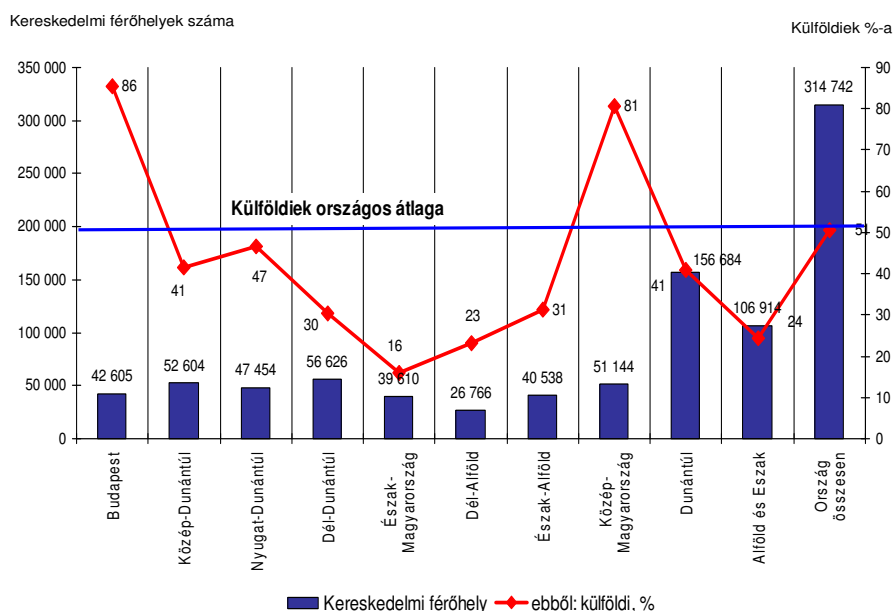
Látható, hogy az utóbbi években észlelhető tendencia szerint jelentősen emelkedett a wellness-szállók száma (a 2004-hez képest 293%-kal) és aránya. 2007-ben 32 új szálloda kezdte meg működését, ezek kapacitása 1286 szoba volt. Hat szálloda szüntette meg

tevékenységét. Az új szállodákból 16 volt öt-, vagy négy-, 12 pedig háromcsillagos. A megszűnt szállók többsége egy, illetve háromcsillagos szálloda volt.

2.11.4.1 A kereskedelmi férőhelyek és a külföldi vendégek aránya

A következőkben először a kereskedelmi férőhelyek számát és megoszlását vizsgáljuk nagyrégiók, illetve régiók szerint, valamint a külföldiek általi lefedettség szintjét. Az adatok alapján az alábbi képet mutatja az alábbi ábra:

54. ábra



A legtöbb kereskedelmi szálláshely Dunántúlon található (156 684), ahol a külföldiek általi lefedettség viszont az országos átlag alatti (41%). Alföld és Észak nagyrégió kínálja a második legtöbb kereskedelmi szálláshelyet (106 914), ám a külföldiek általi lefedettség mindössze 24%-os. A harmadik helyet foglalja el Közép-Magyarország Budapestet is magában foglalva) 51 144 kereskedelmi szálláshellyel és 81%-os külföldi aránnyal (Ebből Budapestet 86%-os arány jellemzi).

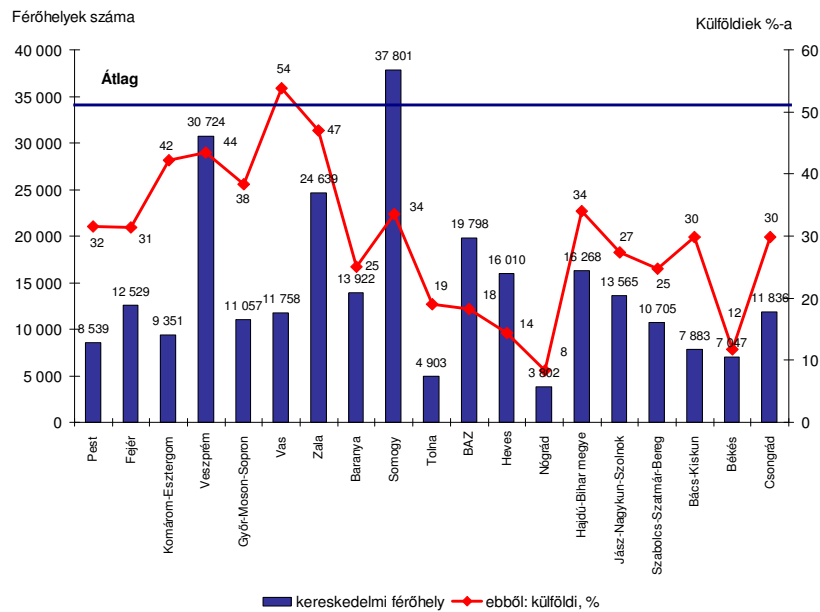
Regionális szinten vizsgálva látható, hogy a legtöbb szálláshely Dél-Dunántúlon van (56 626), ezt követi Közép-Dunántúl (52 604), majd Nyugat-Dunántúl (47 454).

Lefedettség tekintetében Nyugat-Dunántúl vezet (47%-kal) ezt követi Közép-Dunántúl (41%-kal, majd a legalacsonyabb arányú külföldi jelenlét Dél-Dunántúlra jellemző (30%).

Az alábbi ábrán a megyéket összehasonlítva a kereskedelmi férőhelyek száma szerint kiemelkedik Somogy megye (37 801), ám a külföldiek aránya 34%, ami az országos átlag alatt van (50,5%). A második legtöbb kereskedelmi szálláshellyel Veszprém megye rendelkezik (30 724) és fedettsége a külföldiek által 44%-os. A harmadik helyet Zala megye foglalja el (24 639) 47%-os lefedettséggel. A külföldiek általi lefedettségi arányban Vas megye emelkedik ki jóval az országos átlag fölé emelkedik 54%-kal. A kereskedelmi szálláshelyeken megjelenő külföldiek arányát tekintve Komárom-Esztergom megye a harmadik legvonzóbb megye 42%-kal.

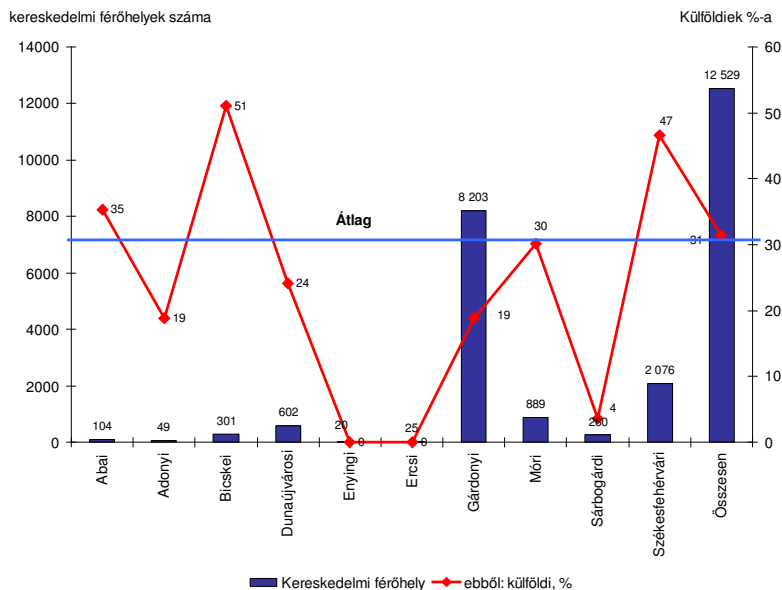
Fejér megye a kereskedelmi férőhelyek száma alapján az alsó-közép mezőnyben foglal helyet 12 529 férőhellyel és közepes külföldi vonzerővel, 31%-kal.

55. ábra



A Fejér megyei kistérségek kereskedelmi férőhely számát és ebből a külföldi lefedettségét tekintve az alábbiakat állapíthatjuk meg az ábra alapján:

56. ábra

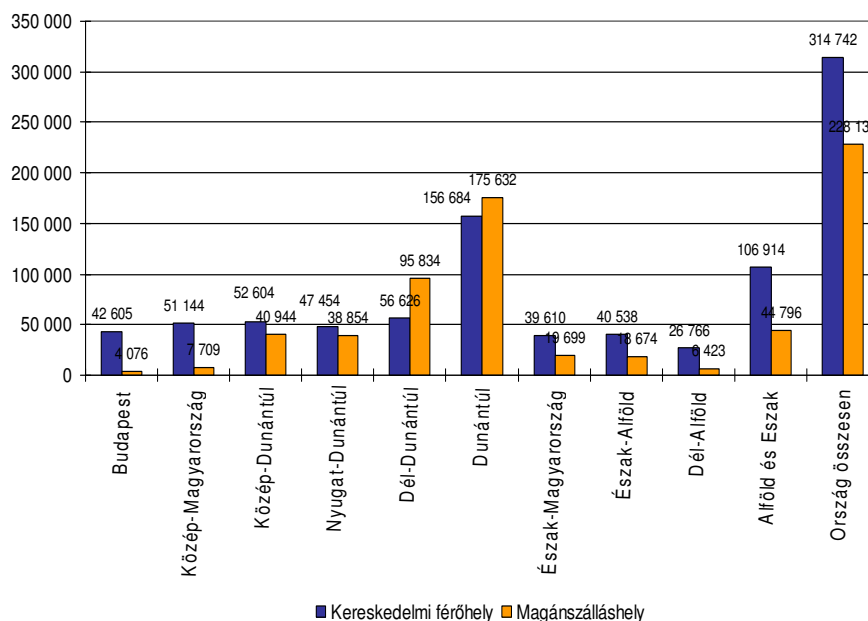


A megyében levő 12 529 kereskedelmi férőhelyből 8 203 a Velencei kistérségben található (65,5%). A külföldiek általi lefedettség átlag (31%) alatti (19%), de abszolút lefedettséget tekintve ez 1 556 külföldiek által igénybevett férőhelyet jelent. (Míg például Bicskén a 301 férőhelyből 51%-os külföldi lefedettség csak 150 férőhely elfoglalását jelenti, Székesfehérváron pedig a 47% az összes kereskedelmi férőhelyből csupán kb. 1000 külföldit jelent).

2.11.4.2 A magánszállás férőhelyeinek száma, és megoszlása a külföldi lefedettség aránya szerint

Összehasonlítva a kereskedelmi és a magánszállás férőhelyek számát nagyrégióként és régióként az alábbi képet kapjuk: Dunántúlon összességében több a magánszállásokon levő férőhely ellentétben a Közép-Magyarországi és az Alföld és Észak nagyrégióban. A Dunántúli régió belül a Dél-Dunántúlra jellemző inkább a magánszállás szemben a kereskedelmi szállások által kínált férőhelyszámmal.

57. ábra



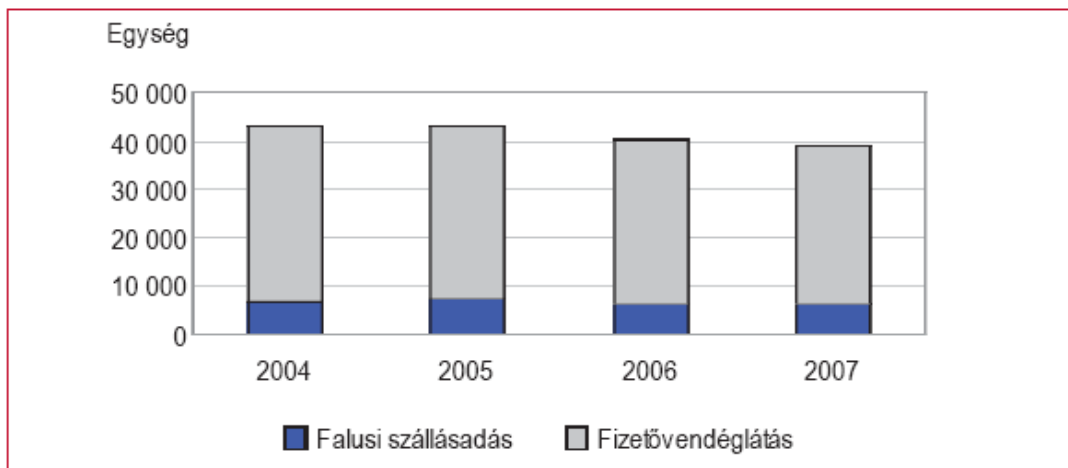
A magánzálláshelyek száma évről évre csökkenő tendenciát mutat. A tendenciát nem változtatta meg a vonatkozó kormányrendelet³ legutóbbi módosítása sem, melynek értelmében társas vállalkozás is működtethet magánzálláshelyet. A vendéglátók több mint négyötöde fizetővendéglátás⁴, kevesebb, mint egyötöde falusi szállásadás keretében kiszobáit.

A magánzálláshelyeken belül a falusi szállásadás és a fizetővendéglátás arányainak alakulását mutatja az alábbi ábra:

³ 110/1997. (VI.25.) Korm. rendelet a magánzálláshelyek idegenforgalmi célú hasznosításáról

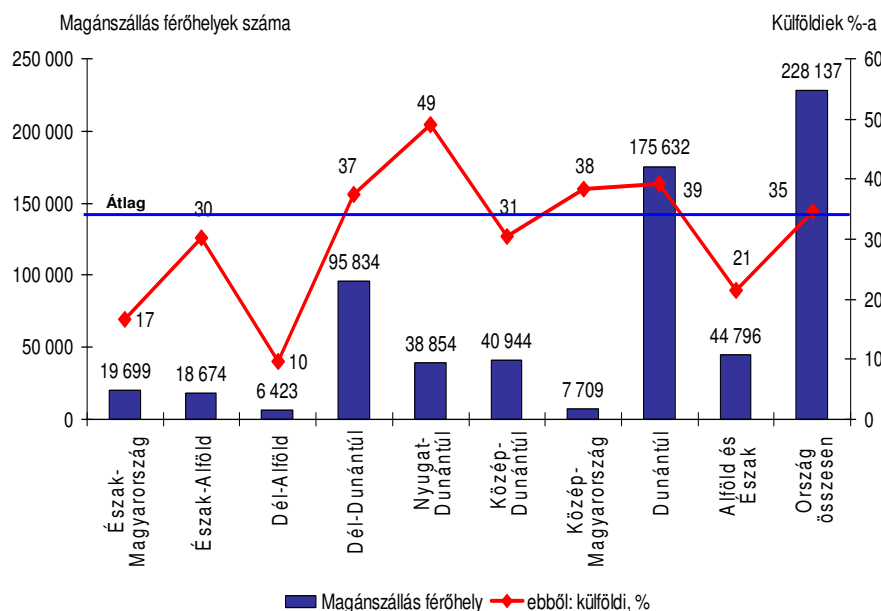
⁴ A magánzálláshelyekről szóló többször módosított 110/1997 (VI.25.) Korm. rendelet (a továbbiakban Kormányrendelet) különbséget tesz fizetővendéglátás és falusi szállásadás között. A Kormányrendelet hatályos szövege értelmében magánzállásadói tevékenységet magánszemély és gazdálkodó szervezet egyaránt folytathat, illetve falusi szállásadásnak minősül a falusi lakóházakban folytatott szállásadói tevékenység. A Kormányrendelet a fizetővendéglátás és a falusi szállásadás között a magánzálláshely területi elhelyezkedése alapján tesz különbséget. Mind a falusi szállásadói tevékenység, mind a fizetővendéglátás csak akkor tekinthető idegenforgalmi célúnak, ha a falusi lakóház (lakás, üdülő) hasznosítása ugyanannak a vendégnek a részére egyhuzamban a 30 napot nem haladja meg. (110/1997 (VI.25.) Korm. rendelet 1. § (6) bekezdés)

58. ábra



A magánszállás adás területileg rendkívül koncentrált. A vendéglátók kétharmada a balatoni körzetben működik, ezen belül a part menti települések részesedése 93%-os volt. A magánszállások férőhelyszámai és a külföldiek általi lefedettség arányainak ábrája a következő állapotot mutatja: A magánszállásokon az átlagnál (34%) nagyobb a külföldiek aránya Dél (37%), Nyugat-Dunántúlon (49%) és Közép-Magyarországon (38%).

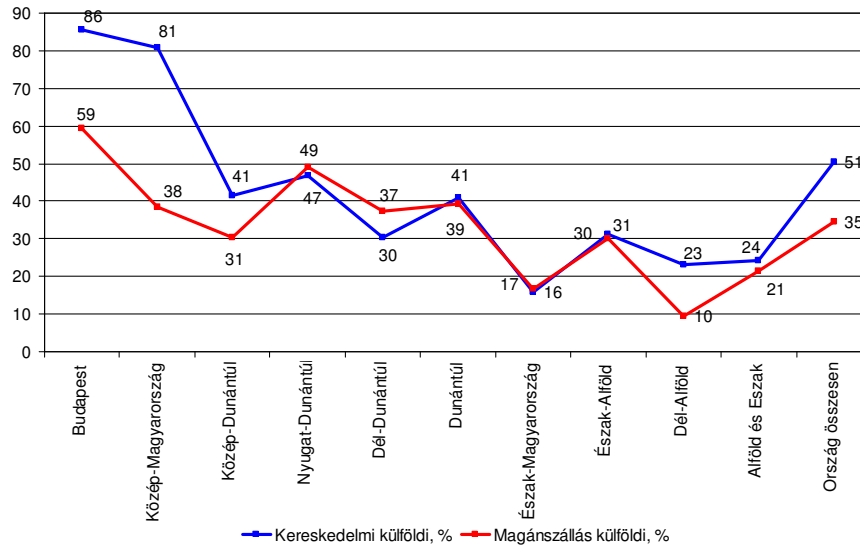
59. ábra



Ha megvizsgáljuk a kereskedelmi és a magánszállások külföldiek általi lefedettségét a szálláshelyek arányában azt az eredményt kapjuk, hogy a külföldiekkel

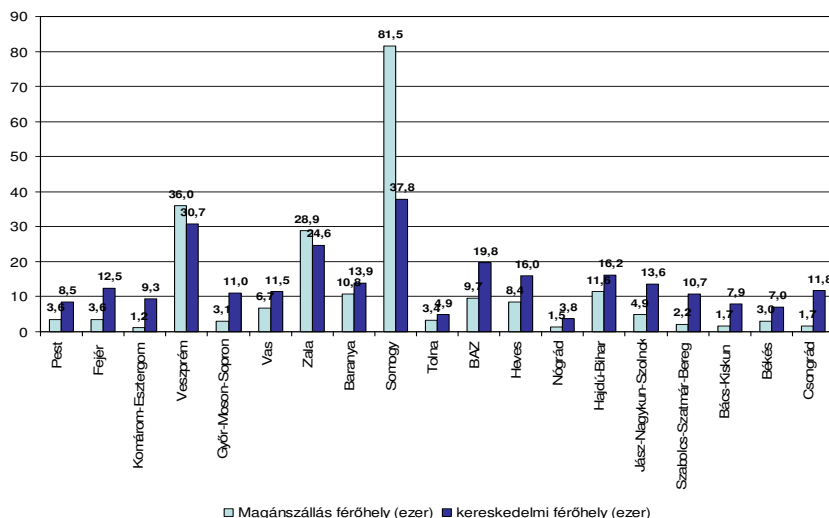
nagyobb lefedettség a kereskedelmi férőhelyeket jellemző országosan is, nagyrégióként és régióként is, ez alól kivétel Nyugat és Dél-Dunántúl. Azonos csaknem a külföldiek aránya a különböző típusú szálláshelyeken Észak-magyarországon.

60. ábra

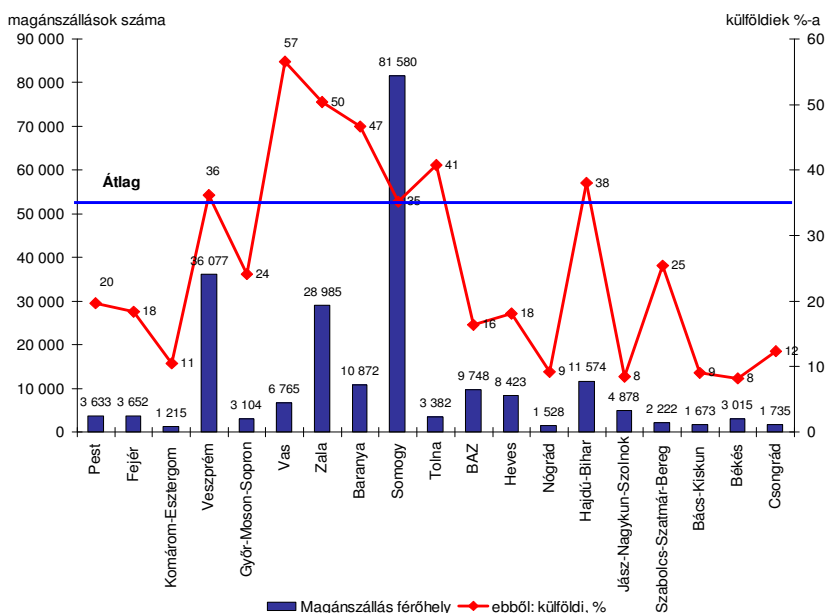


Ha megyénként megnézzük a kereskedelmi és a magánszállásokon elérhető férőhelyek számát látható az alábbi ábrán látható, hogy vannak megyék, ahol jellemzőbb a magánfizető vendégszolgálat a kereskedelmi szállásokkal szemben. Így Veszprém, Zala, Somogy megyékre jellemző ez a gyakorlat. Fejér megyében a kereskedelmi szálláshelyek száma jóval felülmúlja a magánszállások által kínált férőhelyek számát.

61. ábra



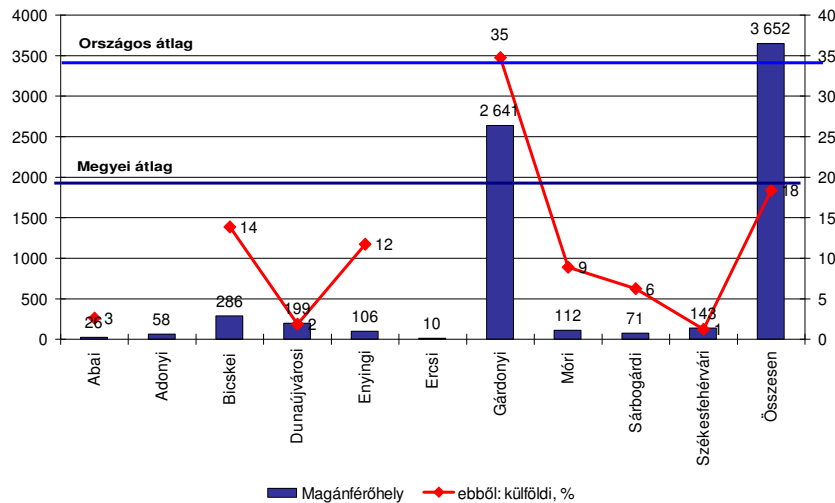
62. ábra



A külföldiek az átlagosnál nagyobb arányba veszik igénybe az átlagosnál a magánzállásokat Vas, Zala Tolna, Hajdú-Bihar megyében, átlagos intenzitással Somogy megyében. Fejér megyében is az átlagos arány valamivel több, mint a fele, 18% a jellemző. A Fejér megyei kistérségeket összehasonlítva látható, hogy csak a Velencei kistérségre

jellemző az országos átlagnál a külföldiek magasabb aránya (35%), amely jóval felülmúlja a megyei vonzási arányt a 18%-ot.

63. ábra



2.11.4.3 A nem üzleti céllal üzemeltetett közösségi, szabadidős férőhelyek kapacitása

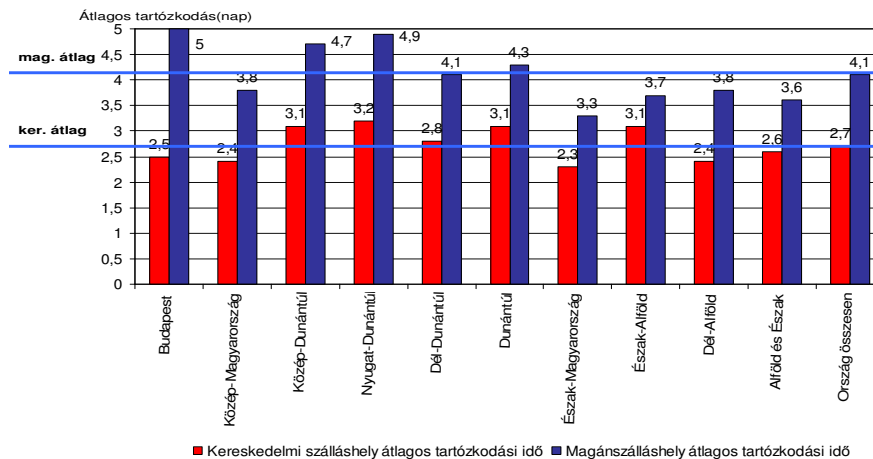
2007-ben 708 nem üzleti céllal üzemeltetett közösségi, szabadidős szálláshely közölt adatokat működéséről. A legtöbbjük üdülő (294) és diákotthon, illetve kollégium (121), amelyek a szálláshelyek 60%-át adták.

2.11.5 Tartózkodás átlagos ideje a kereskedelmi és a magánszállásokon

Elemezve az átlagos tartózkodást a különböző (kereskedelmi és magán) szálláshelyek átlagos tartózkodási idejét azt tapasztaljuk az adatok alapján, hogy a magánszállásokat igénybe vevők átlagosan és országosan több napot töltenek el (4,1 nap), mint a kereskedelmi szállásokon (2,7 nap). A nagyrégiókat vizsgálva a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött időben nincs nagy szórás (minimális érték 2., maximális érték 3,1). A 2,4 nap Közép-Magyarországra jellemző, a 3,1 nap pedig Dunántúltra. A régiók között a dunántúli régiókra: Közép (3,1 nap), Nyugat (3,2 nap) és Dél (2,8 nap), valamint Észak-Alföldre (2,8) volt jellemző hosszabb tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken, mint az átlag (2,7 nap). A magánszálláshelyeken eltöltött átlagos tartózkodási időt (4,1 nap) a nagyrégiók közül csak Dunántúl érte el.

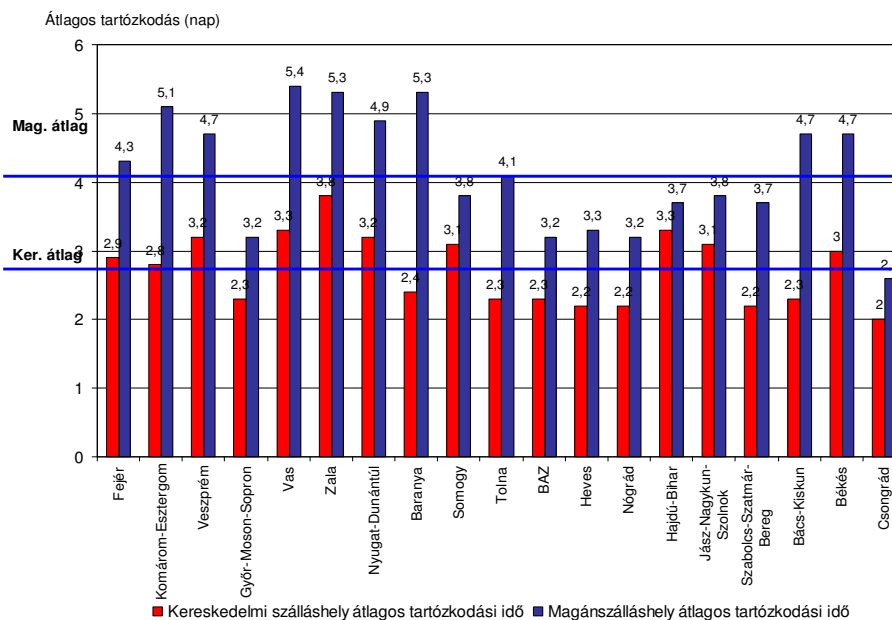
A régiók között a Dunántúli régiók mindegyikére az átlag fölötti tartózkodási idő a jellemző. Ezek közül a leghosszabb átlagos tartózkodás a magánszállásokon Nyugat-Dunántúl (4,9 nap), a második leghosszabb időt Közép-Dunántúl (4,7 nap), a harmadik leghosszabb tartózkodást Dél-Dunántúl (4,1) mutatja.

64. ábra



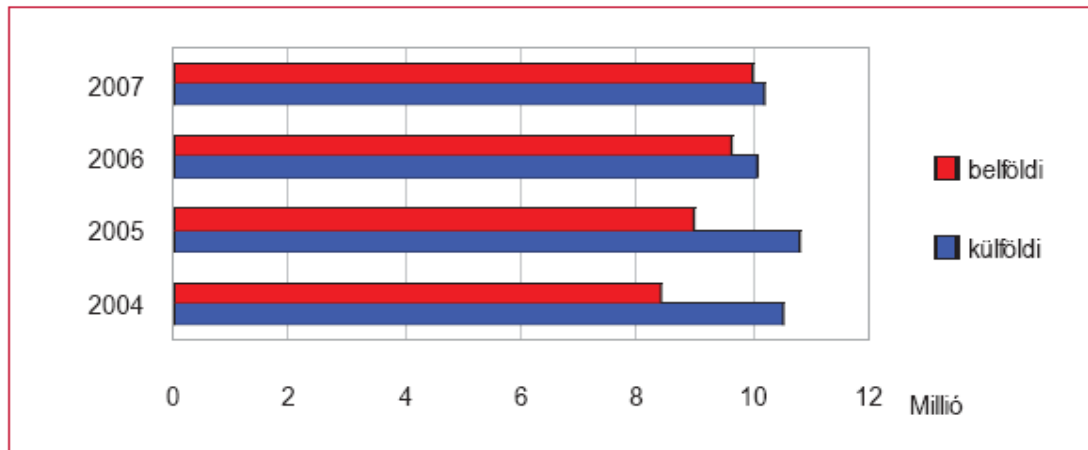
Megyéenként vizsgálva az átlagos tartózkodást a szórás jóval nagyobb az átlag körül. A kereskedelmi szálláshelyeken való tartózkodás 2 naptól 4,2 napig terjed. A magánszállásokon való tartózkodás átlagos ideje 3,3 nap és 5 nap között szóródik.

65. ábra



Fejér megyében mind a kereskedelmi, mind a magánszálláshelyeken való tartózkodás átlag fölötti. A kereskedelmi valamivel átlag fölött van (2,9 nap), míg a magánszállásokon eltöltött átlagos idő 4,3 nap szintén valamivel – 0,2%-ka meghaladja az országos átlagot. A külföldi és belföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken, 2004-2007 között az alábbi ábra szerint alakult:

66. ábra

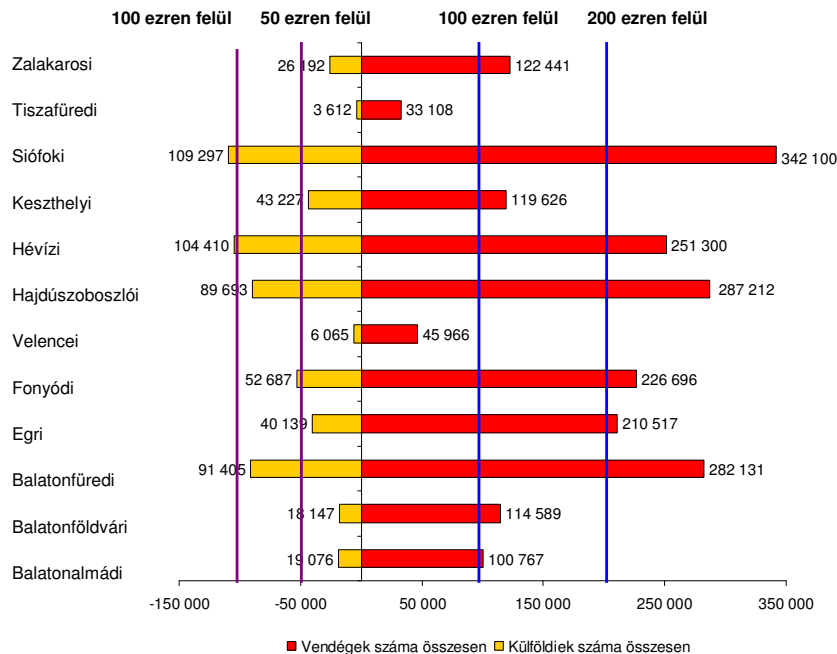


Az ábra szerint a külföldiek által eltöltött vendégéjszakák száma csökkent a vizsgált periódusban, míg a belföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma nőtt. A KSH felmérés adatai azt mutatják, hogy a kereskedelmi szálláshelyek közül a szállodák és a panziók voltak 2007-ben a legnépszerűbbek. Az utazásból eltöltött időből 9, illetve 3%-kal részesedtek.

2.11.6 A vendégforgalom és azon belül a külföldi vendégforgalom összehasonlítása az egyes kistérségekben

A Velencei kistérség fő iparági versenytársainak azokat a kistérségeket tekintjük, amelyek a Leader programban meghirdetett pályázatokért indulhatnak. Ezek a kistérségek elsősorban azok a kistérségek, amelyek fő profilja a turizmus fejlesztése és azon belül is a víz melletti kikapcsolódási lehetőségének a kínálata. Az adatok szerint ezek a kistérségek az alábbi ábrán szereplő kistérségek, amelyek 2007-ben felmért adatok a vendégek számát tekintve az alábbi képet mutatják:

67. ábra



A fenti adatok szerint a legvonzóbb kistérség a Siófoki 342 100 vendég fogadásával. Ezt követi Hajdúszoboszló 287 212 és nem sokkal elmaradva Balatonfüredi kistérség 282 131 vendég fogadásával. Kiemelkedő még a Hévízi 251 300, a Fonyódi 226 696 és az Egri kistérség 210 517 vendégszámmal.

A közép mezőnyt a 100 ezren felüli kistérségek követik, amelyek: a Zalakarosi (122 441), Keszthelyi (119 626), a Balatonföldvári (114 589) és a Balatonalmádi (100 767).

Az alsó mezőnyt alkotják a Velencei kistérség 45 966 és a Tiszafüredi kistérség 33 108 vendég fogadásával. Ezek szerint a Velencei kistérség elsődleges versenytársa a Tiszafüred tekinthető, másodlagos versenytársainak a Zalakarosi, a Keszthelyi, a Balatonföldvári és a Balatonalmádi kistérségek. Röviden a Tisza-tó és Balaton régiója, mint üdülőövezetek. Ezen belül is a külföldieket legvonzóbb kistérségek: a várakozásoknak megfelelően a Siófoki 107 297 külföldi fogadásával, ami 32%-a az öszvendég-forgalmának, és a Hévízi kistérség 104 410 külföldi fogadásával, ami 43,5%-ot tesz ki az öszvendég-forgalmából.

A külföldiek vonzása tekintetében a közép mezőnyben van a Balatonfüredi kistérség 91 405, amely 32,4% az öszvendég-forgalmának, a Hajdúszoboszlói kistérség 86 693, amely 29,1%, és a Fonyódi kistérség 52 687 külföldi vendéggel, amely 23,2%-a az öszforgalmának.. Az alsó mezőnyben szerepel 50 ezer alatti külföldi turistákat jellemző

számmal a keszthelyi kistérség 43 227 külföldivel, ami 36%-ot tesz ki, ezt követi az Egri kistérség 40 139 vendég fogadásával, ami 19%-ot jelent a számára, a Balatonalmádi kistérség 19 076 külföldi fogadásával, amely megközelítőleg 19%-os külföldi részesedést jelent, ezt követi Balatonföldvár 18 147 külföldi turistával, ami 15,8%-os vonzást jelent. A két sereghajtó ismét a Velencei kistérség 6 065 külföldivel és 13,2%-os részesedéssel a külföldiek vonatkozásában, valamint a Tiszafüredi kistérség 3 612 külföldivel és 11%-os részesedésével. Összességében elmondható, hogy a külföldiek számára a legvonzóbb a Balatonfüredi, második helyet a Hévízi, a harmadik helyezést Siófoki kistérség foglalja el.

Az alábbi táblázatban rangsoroltuk az egyes versenytárs kistérségeket a vendégforgalom, valamint a külföldiek szerinti vonzás alapján:

15. táblázat

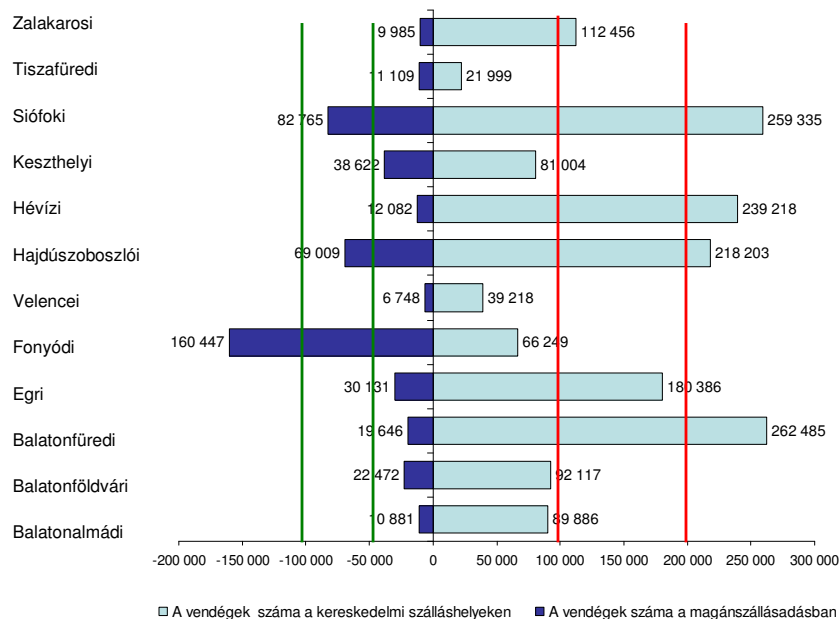
Kistérségek	Vendégforgalom rangsora	A külföldiek szerinti rangsor
1. Siófoki	1.	1.
2. Hajdúszoboszlói	2.	4.
3. Balatonfüredi	3.	3.
4. Hévíz	4.	2.
5. Fonyódi	5.	5.
6. Egri	6.	7.
7. Zalakarosi	7.	8.
8. Keszthelyi	8.	6.
9. Balatonföldvári	9.	10.
10. Balatonalmádi	10.	9.
11. Velencei	11.	11.
12. Tiszafüredi	12.	12.

A Siófoki kistérség az abszolút első helyezést érte el, mind az összvendégforgalom, mind a külföldiek vonzása tekintetében. A fenti táblázat azt mutatja, hogy relatíve (az összvendég-forgalmán belüli helyezéséhez képest) nagyobb a külföldiek vonzása a Hévízi, a Keszthelyi és a Balatonalmádi kistérségeknek. Az összvendégforgalomnak megfelelő külföldieket mondhat magáénak a Balatonfüredi, a Fonyódi, a Velencei és a Tiszafüredi kistérségek. Az Egri, a Zalakarosi, és a Balatonalmádi kistérségek relatíve kevésbé vonzzák a külföldieket a magyarokkal szemben.

2.11.7 A kereskedelmi és a magánszállások vendégforgalma az egyes kistérségekben

Az alábbi ábra érzékelteti a magánszállások és a kereskedelmi szállások vonzerejét mind a magyar, mind a külföldi turisták vonatkozásában.

68. ábra



A fenti ábra szerint a vendégek által a kereskedelmi és a magánszállások választását illetően egyértelműen a kereskedelmi szállások vezetnek, kivétel ez alóla Fonyódi kistérség, ahol több vendéget fogadnak a magánszállások a kereskedelmiekkel szemben.

A legtöbb – 200 ezres nagyságrenden felüli – vendéget a Balatonfüredi, a Siófoki, a Hévízi és a Hajdúszoboszlói kistérségek kereskedelmi szállásai fogadják. 100 és 200 ezer vendég fogadását jelentő középmezőnyben található Egri és Zalakarosi kistérségek kereskedelmi szálláshelyei érik el. A középmezőnybe sorolhatjuk még a közel 100 ezres nagyságrendet elérő kistérségek: Balatonföldvári, Balatonalmádi és Keszthelyi kistérségek kereskedelmi szálláshelyei. A legalsó mezőnyben szerepelnek: a Fonyódi, a Velencei és a Tiszafüredi kistérségek. A magánszállás fogadásban a Fonyódi kistérség (160 477 vendég) után a Siófoki és a Hajdúszoboszlói kistérség vezetnek 50 ezren felüli fogadó teljesítménnyel. Az összes többi kistérség az 50 ezernél jóval kevesebb vendéget fogad magánszállás helyeken, amely az összvendégforgalmán belül is kisebb arányt képvisel. A Velencei kistérség is csak a vendégforgalmának megközelítőleg 15%-át realizálja a magánszállásokon.

Összehasonlítva a kereskedelmi és a magánszállások vendégforgalmát az alábbi táblázatban rangsoroltuk az egyes kistérségeket:

16. táblázat

Kistérségek	Vendégforgalom rangsora a kereskedelmi szálláshelyeken	Vendégforgalom rangsora a magánszálláshelyeken
1. Siófoki	1.	2.
2. Balatonfüredi	2.	7.
3. Hévízi	3.	8.
4. Hajdúszoboszlói	4.	3.
5. Egri	5.	5.
6. Zalakarosi	6.	11.
7. Balatonföldvári	7.	6.
8. Balatonalmádi	8.	10.
9. Keszthelyi	9.	4.
10. Fonyódi	10.	1.
11. Velencei	11.	12.
12. Tiszafüredi	12.	9.

A táblázat azt mutatja, hogy a Fonyódi kistérség egyértelműen a magánszállásokra helyezi a hangsúlyt, de elmondható ez még a Hajdúszoboszlói, a Balatonföldvári, a Keszthelyi, sőt a Tiszafüredi kistérségről is. A legkevésbé preferált a magánszállás a Balatonfüredi, a Hévízi, a Zalakarosi, a Balatonalmádi és a Velencei kistérségekben.

2.11.8 Vendégéjszakák és a külföldiek által eltöltött vendégéjszakák alakulása

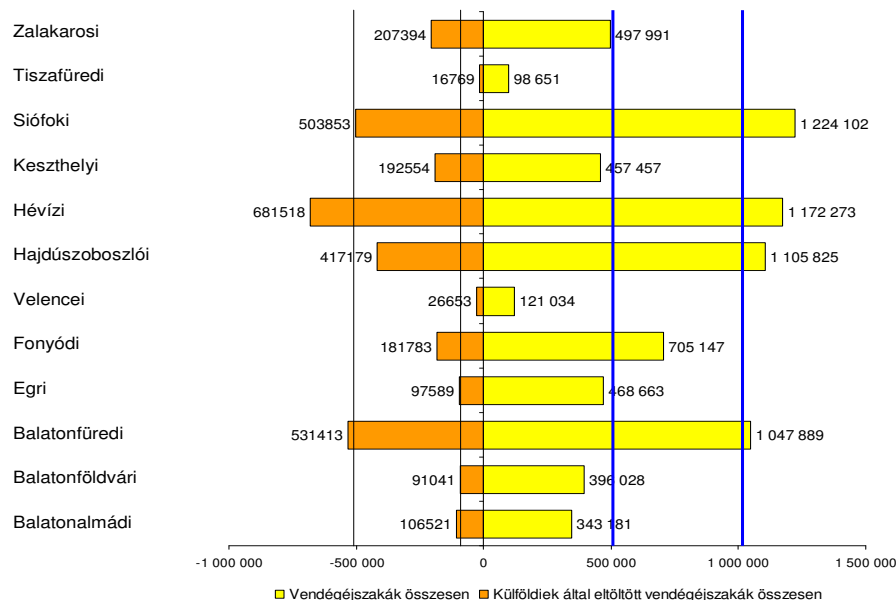
Az összes eltöltött vendégéjszakák tekintetében 1 millió feletti számmal rendelkezik a Siófoki, a Hévízi, a Hajdúszoboszlói és Balatonfüredi kistérség. 500 ezer és 1 millió közöttiek a Fonyódi kistérség települései, míg a többi kistérség 500 ezer vendégéjszaka alatti számot teljesít. Megközelítik az 500 ezres vendégéjszakát a Zalakarosi, az Egri, a Keszthelyi, a Balatonföldvári és a Balatonalmádi kistérségek.

100 ezer körül vendégéjszakát tudhat magáénak a Velencei (121 034) és a Tiszafüredi kistérség (98 651).

A külföldiek által eltöltött vendégéjszakák száma alapján kiemelkedik 500 ezren felüli vendégéjszakával a Hévízi kistérség (681 518). 500 ezer vendégéjszaka körüli értéket reprezentál a második külföldieket legvonzóbb kistérség a Balatonfüredi, majd a harmadik helyet a Siófoki kistérség foglalja el. Még ide sorolható Hajdúszoboszló is 417 ezres vendégéjszakával. A közepes vonzóerővel bíró kistérségek 100 ezren felüli vendégéjszakával megközelítve a 200 ezer vendégéjszakát: a Zalakarosi, a Keszthelyi, a Fonyódi és Balatonalmádi kistérség, valamint az Egri, a Balatonföldvári nem sokkal

elmaradva a 100 ezres számtól. A sereghajtók ebben az esetben is 10-30 ezer közötti vendégéjszakával szerepe a Velencei (26 653), valamint a Tiszafüredi kistérség (16 769).

69. ábra



17. táblázat

Kistérségek	A vendégéjszakák száma szerinti rangsor	A külföldiek által eltöltött vendégéjszakák száma szerinti rangsor
1. Siófoki	1.	3
2. Balatonfüredi	4.	2
3. Hévízi	2.	1
4. Hajdúszoboszlói	3.	4
5. Egri	7	9
6. Zalakarosi	6	5
7. Balatonföldvári	9	10
8. Balatonalmádi	10	8
9. Keszthelyi	8	6
10. Fonyódi	5	7
11. Velencei	11	11
12. Tiszafüredi	12	12

A fenti táblázat azt mutatja, hogy mely kistérségek helyezik a leginkább a hangsúlyt a külföldiek fogadására. Ezek közül a leginkább a külföldiekre orientálódó kistérségek: a Hévízi, a Balatonfüredi, a Zalakarosi, a Balatonalmádi és a Keszthelyi kistérségek települései.

3. Mikrokörnyezet - versenytárs elemzés - ágazati versenytársak - generikus szint

3.1 A kiemelt üdülőkörzetek férőhelyeinek száma és az átlagos tartózkodás jellemzői az egyes településeken

2007-ben Magyarországon a szálláshely-szolgáltatást nyújtó egységek 586 ezer férőhelyet biztosítottak a vendégek számára, ezek 54%-a kereskedelmi szálláshely, 38%-a magánszálláshely, 8%-a pedig nem üzleti céllal üzemeltetett közösségi, szabadidős szálláshely volt. Teljesítmény szempontjából a kereskedelmi szálláshelyek forgalma a legjelentősebb, ezek az egységek bonyolították a vendégforgalom több mint 85%-át, illetve regisztrálták a vendégéjszakák közel 80%-át.

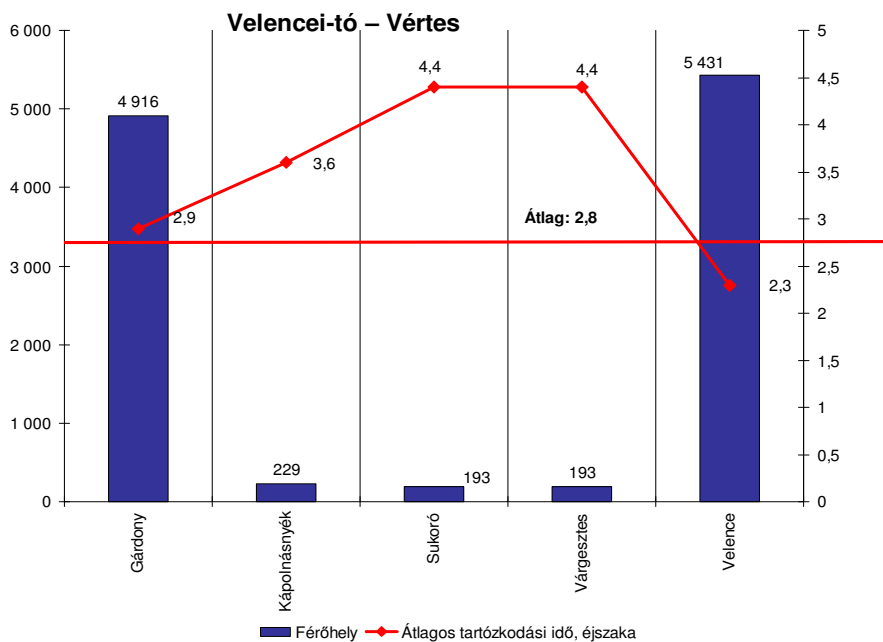
2007. július 31-én 2956 kereskedelmi szálláshely több mint 121 ezer szobával és 315 ezer férőhellyel várta a vendégeket.

A megfigyelt időszakban 854 szálloda működött az országban. A szállodák 50 ezer szobával és az összes kereskedelmi férőhely több mint egyharmadával (114 ezer férőhellyel) rendelkeztek. A működő egységek száma lassan, de folyamatosan nőtt 2004 óta, azonban a szolgáltatás színvonalának emelkedése következtében struktúraváltozás figyelhető meg. A panziók és a szállodák száma emelkedett (2–4%-kal), az egyéb szálláshelyek száma 7%-kal mérséklődött. A szállodák esetében az egy-, illetve a kétszobás egységek száma jelentősen csökkent (23–21%-kal), ezzel ellentétben a magasabb kategóriájú egységek száma nőtt, a legjelentősebb bővülést (44%) a négyoszobás egységeknél regisztrálták. Az összes szálloda közül 55 gyógy-, valamint 59 wellness-szállodaként működött, a szállodai férőhelyek egyötödével rendelkeztek, 47 ház apartman szállodaként üzemelt. Az utóbbi években észlelhető tendencia szerint jelentősen emelkedett a wellness-szállók száma, 2004-hez képest (293%-kal), ez a növekedés főként a szolgáltatások bővítésének, az egységek más kategóriába való átsorolásának, továbbá az új egységek létrejöttének együttesen köszönhető.

3.1.1 Velencei-tó – Vértes

A Velencei-tó – Vértes körzetben az átlagosan eltöltött napok száma alacsonyabb Tisza-tó körzeténél (2,8). Csupán Gárdony ér el magasabb átlagértéket (2,9). Velence település 2,3 átlagos napot tudhat magáénak. Férőhely tekintetében Velence vezet Gárdony után. A többi település – Sukoró, Várgesztes és Kápolnásnyék - csak kevés férőhelyet kínál, ám sokkal magasabb átlagnapot (4,4-4,4-3,6) realizál.

70. ábra



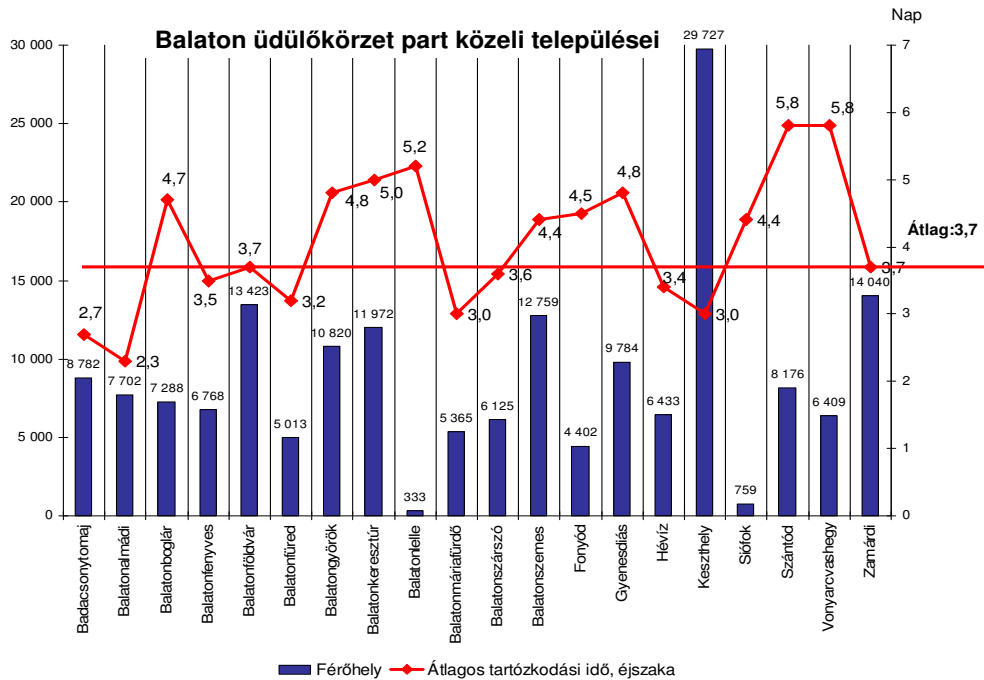
3.1.2 Balaton üdülőkörzet part közeli települései

Az eltöltött napok átlaga tekintetében magasan az országos átlag felett (2,7 nap) töltenek itt a turisták. A körzet településein átlagosan 3,7 napot töltenek az ide jövők. Az átlagot meghaladó települések, amelyek 5 nap feletti napot teljesítenek: Szántód, Vonyarcvashegy, Balatonlelle és Balatonkeresztúr.

Az átlagosan 4-5 nap közöttiek: Balatongyörök, Gyenesdiák, Balatonboglár, Fonyód, Siófok, Balatonszemes. Az átlagos napok számát Balatonföldvár, Zamárdi és Balatonszárszó hozza. Közel átlaghoz - 3 feletti - napszámmal rendelkezik Balatonszárszó, Balatonfenyves, Hévíz, Balatonfüred, Balatonmárfürdő.

A 3 átlagnap alá került Balatontomaj és Balatonalmádi. A férőhelyek számát tekintve kiemelkedik Keszthely csaknem 30 ezer férőhellyel.

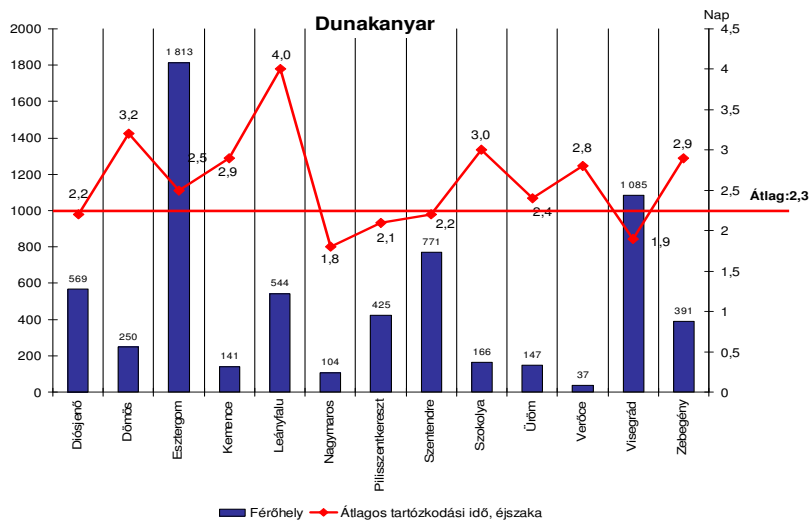
71. ábra



3.1.3 Dunakanyar

Dunakanyar legfőbb jellemzője az, hogy 2,3 napot töltenek itt átlagban a turisták. Ez a szám alacsonyabb, mint az országos átlag (2-3 nap):

72. ábra

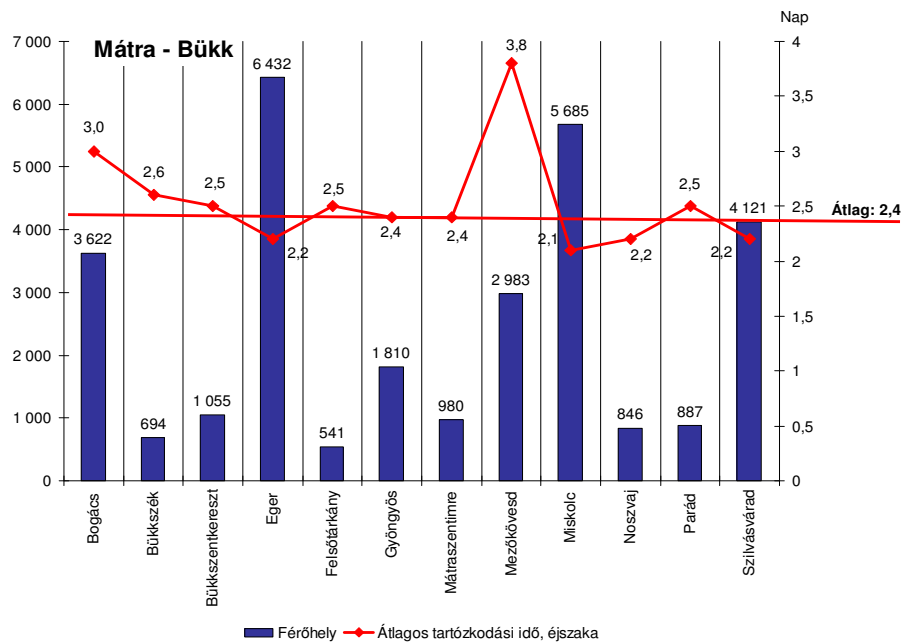


Ebből a sorból kilóg Leányfalu, amely a legnépszerűbb nyaralóhely az átlagosan ott töltött napok számát tekintve (4,0). Kevésszámú férőhely-kínálattal is rendelkeznek az egyes települések. Kiemelkedően nagyszámú férőhely található Esztergomban és Visegrádon, valamint Szentendrén. Ugyanakkor mindhárom településen az ott töltött napok száma igen alacsony.

3.1.4 Mátra - Bükk

Mátra-Bükk kiemelt üdülőkörzetben az átlagos tartózkodás szintén alacsonyabb az országos átlagnál, amely mindössze 2,4 nap. A körzetben belül kiemelkedik Mezőkövesd hosszabb ott tartózkodással (3,8). Az átlagot még meghaladja valamivel Bogács, Bükkszék, Bükkzentkereszt és Parád. A legtöbb férőhelyet Miskolc, Eger és Szilvásvár adja, de az átlagosnál kisebb ott töltött napra fogadja a vendégeket.

73. ábra

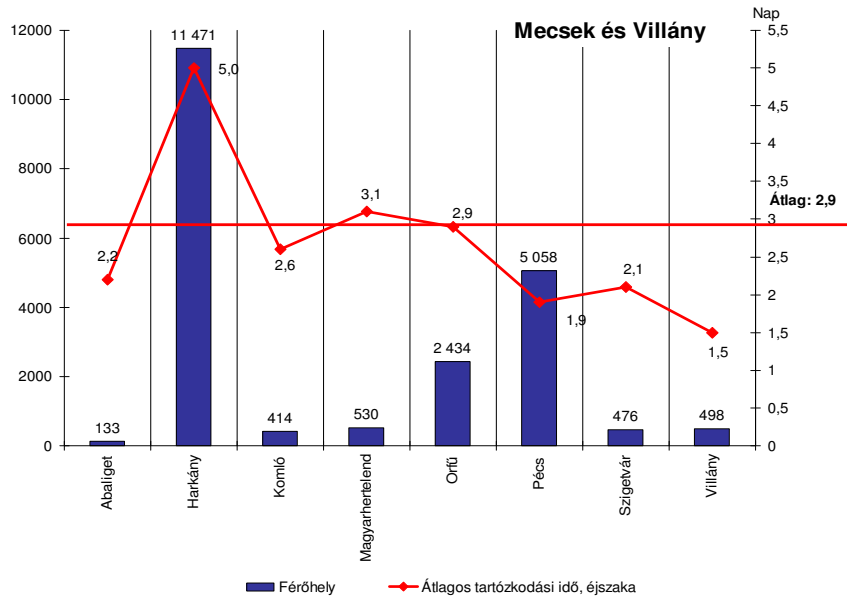


3.1.5 Mecsek és Villány

Ebben a kiemelt körzetben az átlagnál több (2,9) napot töltenek a vendégek. A leghosszabb időre Harkány vonzza a turistákat 5 napos átlaggal. Még Magyarhertelend és

Orfű vonzza átlagos intenzitással a vendégeket (3, illetve 2,9 nappal). Férőhelyek száma tekintetében Harkány emelkedik ki (11471), majd egy nagyságrenddel kisebb férőhelyet kínál Pécs.

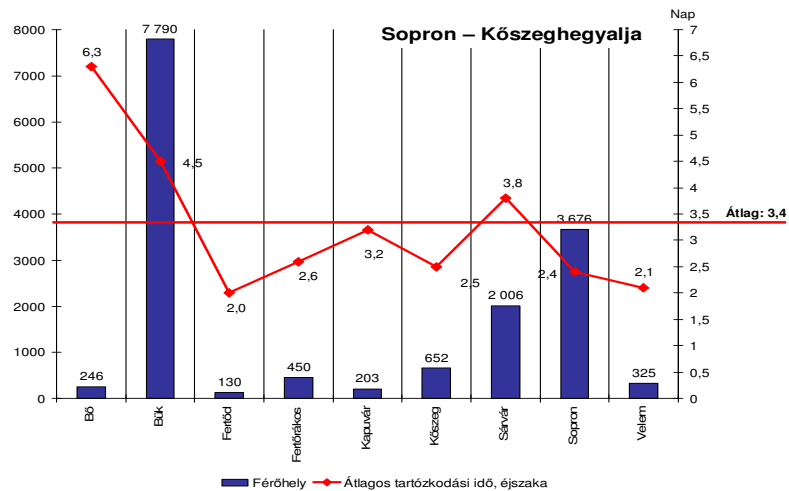
74. ábra



3.1.6 Sopron - Kőszeghegylja

Sopron-Kőszeghegylja az országos átlagos tartózkodási időnél hosszabb (3,4 nap), mint az országos átlag és ennek településenkénti szóródását mutatja az alábbi ábra:

75. ábra

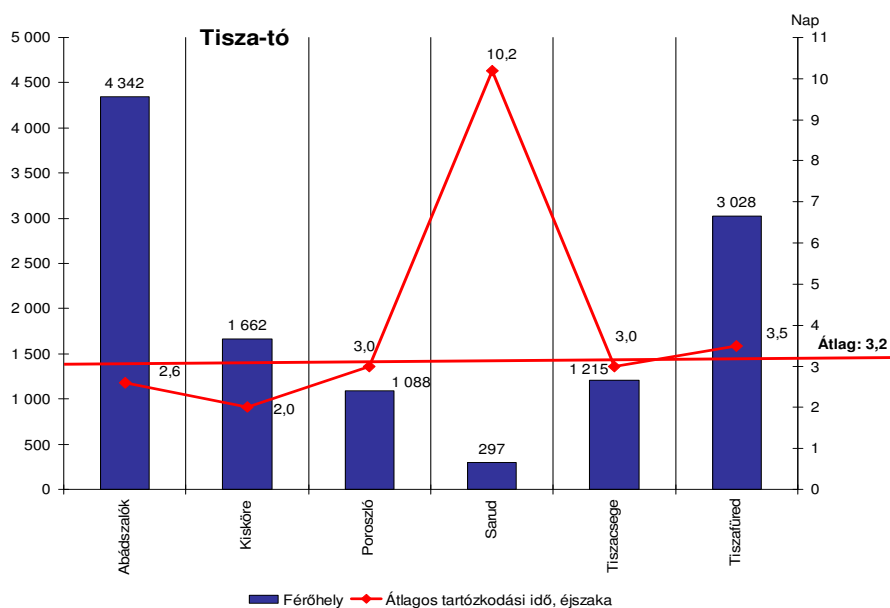


Az egyes településen eltöltött átlagos napok számát tekintve kiemelkedik Bő (6,3 nappal), de az átlag fölött van Bük és Sárvár is. A legtöbb férőhelyet Bük biztosítja, amely a körzet legvonzóbb települése Sopront és Sárvárt is megelőzve.

3.1.7 Tisza-tó

Tisza-tó körzetét magas átlagos napszám jellemzi (3,2), de ez az átlag nagyon nagy szórás eredménye, mivel Sarud 10,2-es átlagos nappal magasán kiemelkedik a települések közül. Tiszafüred egy kicsit magasabb az átlagnál, de az összes többi település nem éri el az átlagot. Férőhely számok tekintetében Abádszalók, valamint Tiszafüred emelkedik ki.

76. ábra

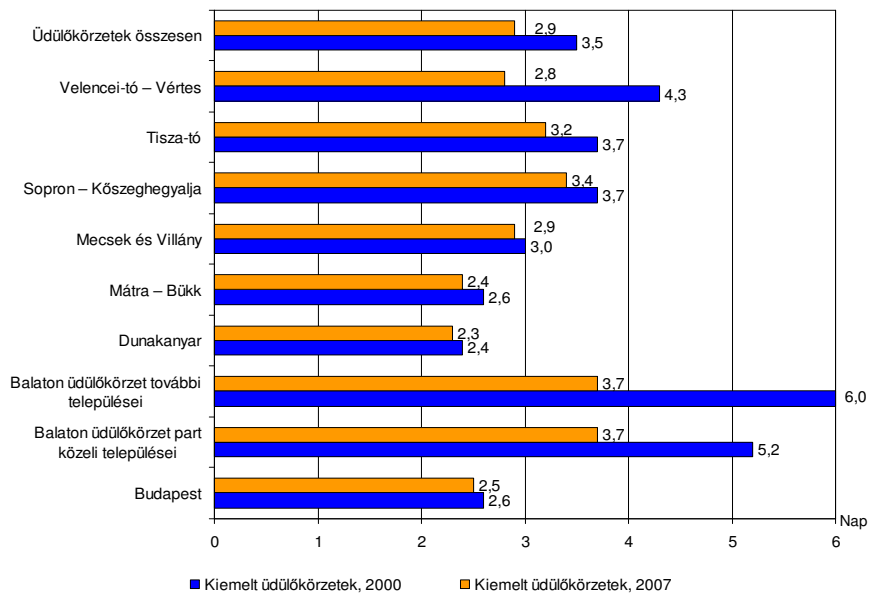


3.2 Trendek alakulása az átlagosan eltöltött napok számát összehasonlítva 2007-ben a 2000-es év adatai alapján

Kíváncsiak voltunk arra, hogy az átlagosan eltöltött napok hogyan alakultak az utóbbi nyolc évben, ezért a 2007-es adatokat összevetettük a 2000-ben mért adatokhoz képest. Az alábbi ábra egyértelműen azt mutatta, hogy a kiemelt üdülőkörzetek mindegyikre az átlagos napok számának a csökkenése jellemző kisebb-nagyobb mértékben, de kivétel nélkül. A legnagyobb veszteséget az ott töltött napok száma

tekintetében a Balatont érte, majd a Velencei-tó – Vértes üdülőkörzet. 2000-ben még ez a körzet a Balatoni körzetek után a harmadik helyet foglalta el az ott töltött napok száma tekintetében, 2007-ben az átlag alá esett és relatív helyzetében való romlás a Balatoni körzetek után következik. Hasonló relatív romlás figyelhető meg Sopron és Kőszeghegyalja, valamint Tisza-tó üdülőkörzetben is, jóllehet még így is felülmúlják a Velencei-tó – Vértes átlagát. Budapest, Mecsek és Villány, a Dunakanyar, a Márta-Bükk nagyjából tarja a 2000-ben elért átlagot, így helyzetük – kínálatuk által nyújtott lehetőségek tekintetében - stabilnak mondhatók.

77. ábra



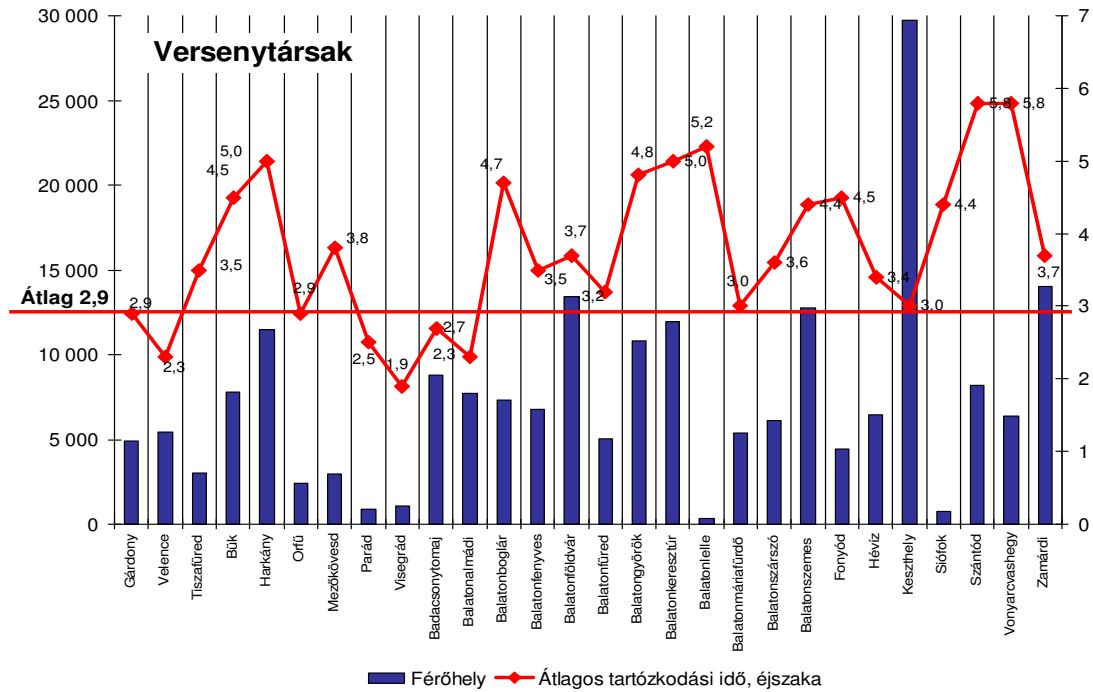
4. Mikrokörnyezet - versenytárselemzés – márkaversenytárs-szint

Azokat a településeket tekintjük márkaversenytársaknak, amelyek kínálatában szerepel kisebb – nagyobb mértékben a víz melletti kikapcsolódás lehetősége. A települések kiválasztása szakértők bevonása alapján önkényesen történt.

Látható az alábbi ábrán, hogy a kiemelt üdülőkörzetekben eltöltött 2,9 napot mely települések múlják felül, illetve melyek maradnak alatta. Látható, hogy a Velencei

kistérségből kiemelt településeken (Gárdony és Velence) töltött átlagos napok száma (2,9 és 2,3) csak eléri, illetve alatta marad a kiemelt üdülővezetek átlagának (2,9). Ez még további négy településre (Eger, Parád, Mezőkövesd, Visegrád, Balatonalmádi) a jellemző. Az összes többi településen eltöltött napok száma az átlagos felett van (kivéve Orfű 2,9-cel).

78. ábra



Velence és Gárdony a férőhelyek száma és az átlagosan eltöltött napok száma tekintetében az alsó mezőnyben helyezkedik el.

5. Célcsoport-audit

Szóba jöhető célcsoportok: helyi lakosság; nem itt élő lakosság, mint tényleges és potenciális turista, idetelepülő; helyi vállalkozások; a területen kívüli vállalkozások, mint potenciális befektetők, gazdasági partnerek.

5.1 Helyi lakosság (lásd makrokörnyezeti elemzés)

Demográfiai jellemzők: az egyes települések lakosságának kor, nem, képzettség, szakma, jövedelem szerinti összetétele, családméret, népesség száma, háztartások száma, fogyasztási szerkezet, életminőség paraméterei

Intézményi ellátottság: oktatási intézmények, egészségügyi intézmények, bankok, stb.)

Vendéglátásban, kereskedelemben részt vevők, rendőrállomány nyelvtudása

Egyszerű ügyintézés feltételeinek megléte

Helyi vezetés kooperációs készsége más települések vezetőségével

Környezetvédelem

Pszichográfiai tényezők: fogyasztói szokások, életstílus, attitűdök, pl. környezettudatosság

5.2 Nem itt élő lakosság

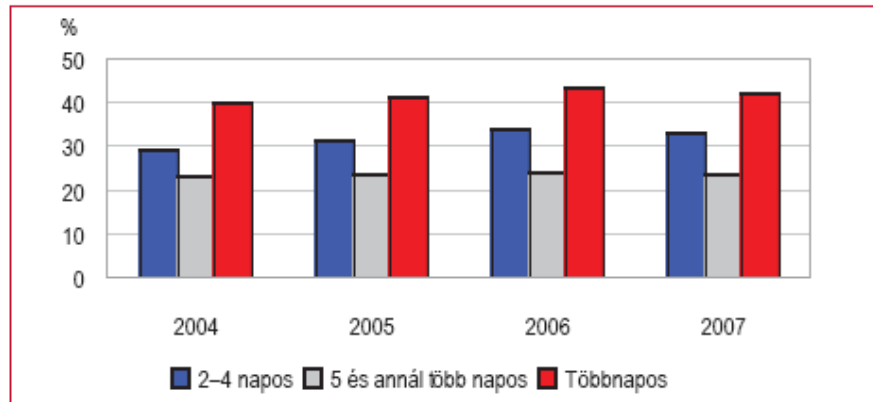
A KSH 2007-es adatai szerint a magyar háztartások évről évre növelik a szabadidőre és a kultúrára fordított összegek nagyságát. Ez 2000-ben 559 milliárd Ft volt, míg 2007-ben már 1 036 milliárd Ft.

A „Szabadidő és kultúra” (09-es) főcsoportra fordított kiadások 2007-ben 53,6%-kal haladták meg a 2000. évi szintet (összehasonlító áron számítva). Ennél nagyobb kiadási volumenemelkedés egyrészt az audiovizuális, fotóoptikai és információ feldolgozó berendezések vásárlása terén (169,1%), másrészt a szervezett utazások (244,7%) esetében mutatkozott.

A belföldi turizmusban aktívan megjelenő lakosságra vonatkozó demográfiai adatainkat a kutatási jelentésünk tartalmazza.

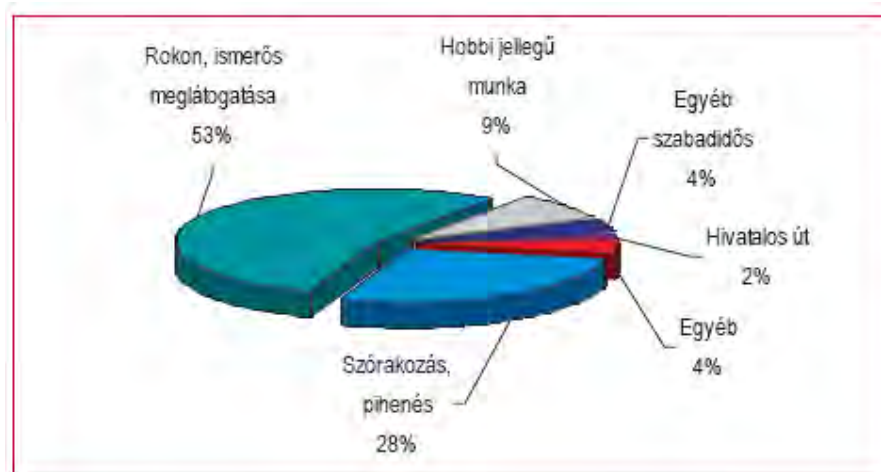
Az alábbi ábrán láthatjuk, hogy a belföldi utazások hossza hogyan is alakult a 2004-es, 2005-ös, 2006-os és 2007-es évben a hazai turizmus piacán. Jó látható, hogy a hazai lakosok igénye a belföldön eltöltött 2-4 napos utazásra megnőtt az évek alatt.

79. ábra: Belföldi utazások hossza



A 79. ábrán az is jól látható, hogy a KSH adatai szerint a belföldi utazások célja elsősorban a rokon, ismerős látogatása, valamint az is jól látható, hogy a válaszadók 28 százaléka már szórakozás és pihenés céljából is utazik belföldön.

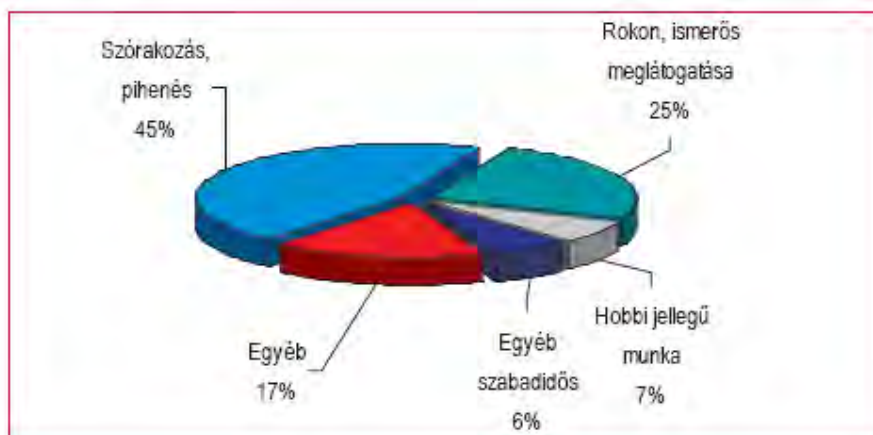
80. ábra: Belföldi utazások célja (hétvégi utazások - 2007)



Mivel a 80. ábra már utalt arra, hogy a belföldi lakosság utazási szokásaiban változások történtek – már nem csak egy-két napra utazunk el, hanem több napra keressük fel az általunk kiválasztott régiót –, ezért a következő ábrán bemutatjuk, hogy a többnapos utazásokon résztvevő válaszadók (2007-ben) milyen céllal utaztak. Jól látható, hogy a

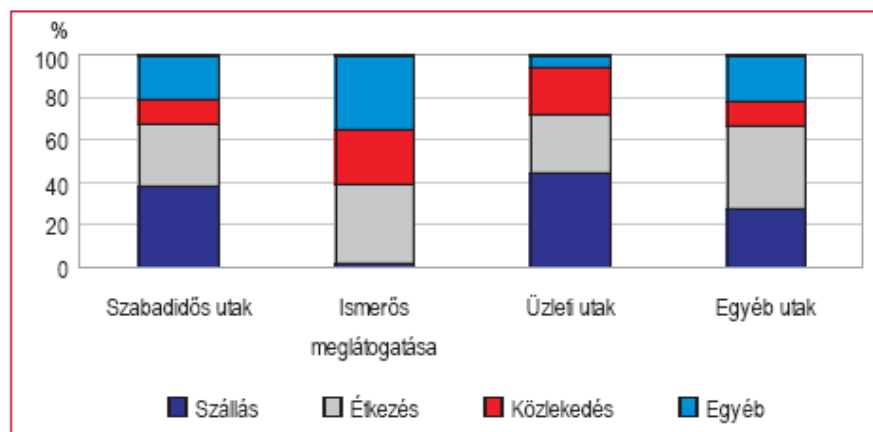
válaszadók többségét a szórakozás, a pihenés lehetősége motiválta az utazás során (45 százalék).

81. ábra: Belföldi utazások célja (több napos kirándulások – 2007)



Az alábbi ábrán bemutatjuk, hogy hogyan is oszlottak meg a belföldi utazások során a hazai utazásban résztvevők költségei. Láthatjuk, hogy a szabadidős utak során főleg szállásra, valamint étkezésre költöttek a lakosok. Az is jól kivehető, hogy a kiadások szerkezetén szorosan összefügg az utazás céljaival.

82. ábra: A belföldi turisztikai kiadások megoszlása (2007)



Az alábbi táblázatban pedig a belföldi turizmusban résztvevők összefoglaló adatait láthatjuk háztartástípus, gazdasági aktivitás, beosztás, valamint az anyagi helyzetének megítélése alapján.

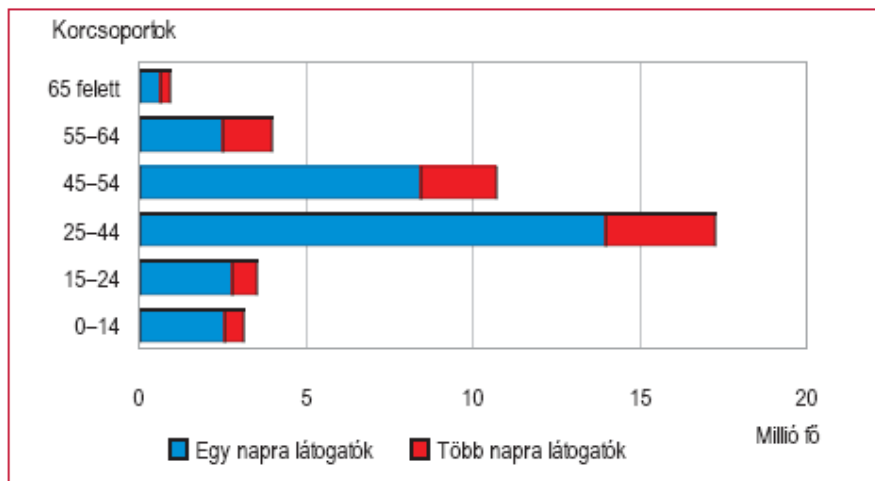
83. ábra: A belföldi utazásban részt vevők demográfiai adatai (2007)

23. A belföldi utazáson részt vevő személyek aránya, 2007 (folytatás)			
Társadalmi, demográfiai jellemzők	2–4 napos	5 és annál több napos	Összes többnapos
	utazáson részt vevők aránya, %		
Háztartástípus			
Egytagú	29,8	17,6	34,7
Kéttagú	33,7	23,0	40,7
egyikük sem idősebb 38 évesnél	52,5	30,6	59,0
mindketten idősebbek 38 évesnél	29,9	21,4	37,1
egyéb	40,1	25,5	46,7
Háromtagú	35,9	24,7	44,6
három nagykorú	32,4	20,4	39,5
két nagykorú és egy kiskorú	40,8	31,1	52,1
egy nagykorú és két kiskorú	48,0	37,4	60,6
Négytagú	35,6	28,3	47,4
három nagykorú és egy kiskorú	31,6	25,8	44,4
két nagykorú és két kiskorú	41,2	36,3	55,5
egyéb	32,7	22,1	41,3
Öttagú	30,9	25,2	42,7
három nagykorú és két kiskorú	34,1	24,4	45,7
két nagykorú és három kiskorú	33,0	33,2	48,7
egyéb	28,0	20,9	37,7
Hat- vagy több tagú	25,1	17,1	33,4
Gazdasági aktivitás			
Alkalmazásban álló	38,6	26,5	48,1
Társas vállalkozás tulajdonos tagja	52,6	43,1	62,1
Egyéni vállalkozó alkalmazott nélkül	37,3	23,2	45,9
Egyéni vállalkozó alkalmazottal	37,3	30,3	48,7
Gyermekgondozási ellátást kap	31,5	23,0	41,6
Munkanélküli	26,2	10,8	30,5
Nyugdíjas	25,4	17,2	31,6
Beosztás			
Vezető	50,0	35,1	58,8
Szakalkalmazott, ügyviteli	42,5	32,2	53,3
Szakt munkás, betanított-, segéd munkás	23,1	13,1	29,0
Vállalkozó	40,1	28,6	49,0
Nem ismert	36,3	29,6	48,0
Anyagi helyzet megítélése			
Jó	54,0	43,0	66,0
Átlagos	38,0	29,0	49,0
Szerény	28,0	18,0	35,0
Nagyon szűkös	20,0	11,0	24,0
Átlagosan	33,3	23,9	42,2

5.3 Külföldi vendégek

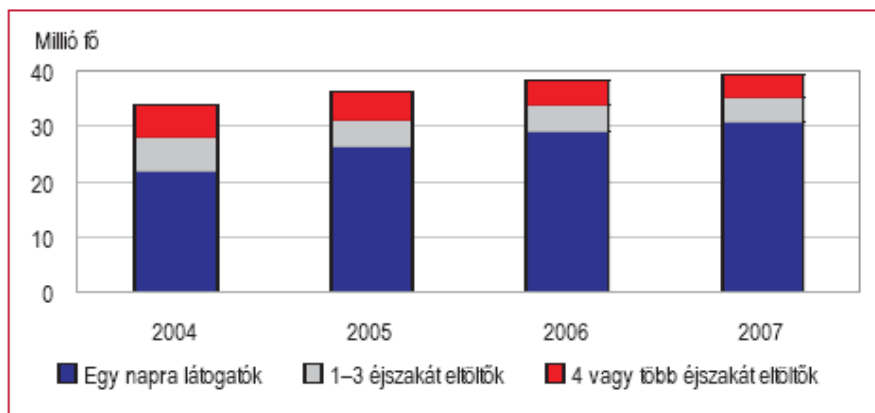
Mint ahogy láthattuk, a hazai turizmusban jelentős súllyal szerepelnek a külföldről érkező vendégek is. A 84. ábrán láthatjuk, hogy a hazánkba érkező külföldiek korcsoportok szerint hogyan is oszlanak meg. Jól látható, hogy az egy napra, valamint a több napra látogatók többsége is a 25-44 éves korosztályból került ki.

84. ábra: Külföldről érkező turisták korcsoport szerinti megoszlása (2007)



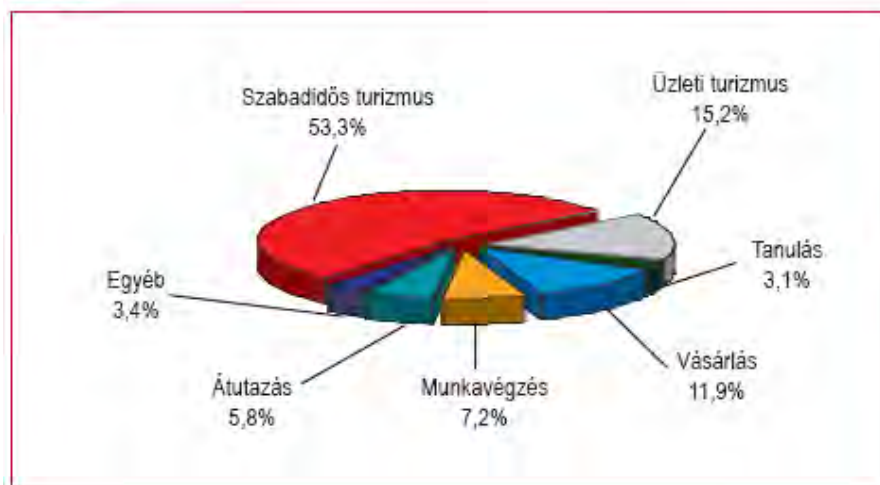
A külföldiek a belföldi turizmusra történő hatásait is szemlélteti a következő ábra, amely bemutatja, hogy évről évre mekkora mértékben növekedett akár csak az egy napra látogatók száma is. Jó látható, hogy a külföldiek többsége is örömmel utazik hazánkba, hisz négy év alatt 10 millióval nőtt az évente hazánkba látogatók száma.

85. ábra: Külföldi turisták belföldön eltöltött utazásainak megoszlása (napokban)



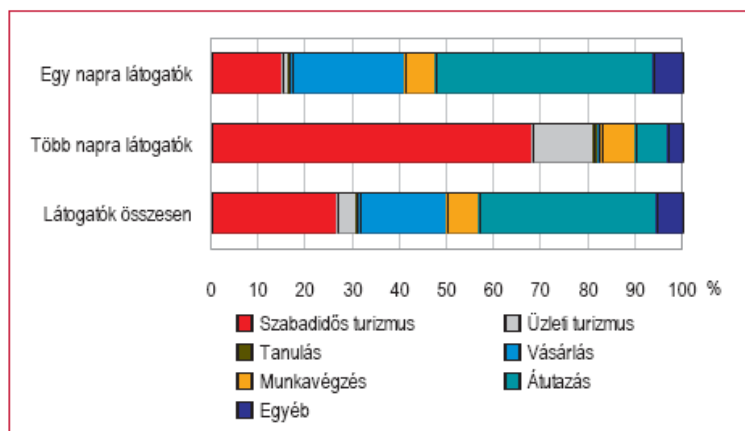
Az, hogy milyen céllal érkeznek hozzánk a külföldiek, az alábbi 86. ábra tartalmazza. Jól látható, hogy az utazások több, mint 68 százalékában valamilyen turisztikai (szabadidős, üzleti) céllal látogatnak hazánkba a külföldiek.

86. ábra: A hazánkba látogató külföldiek utazási céljai (2007)



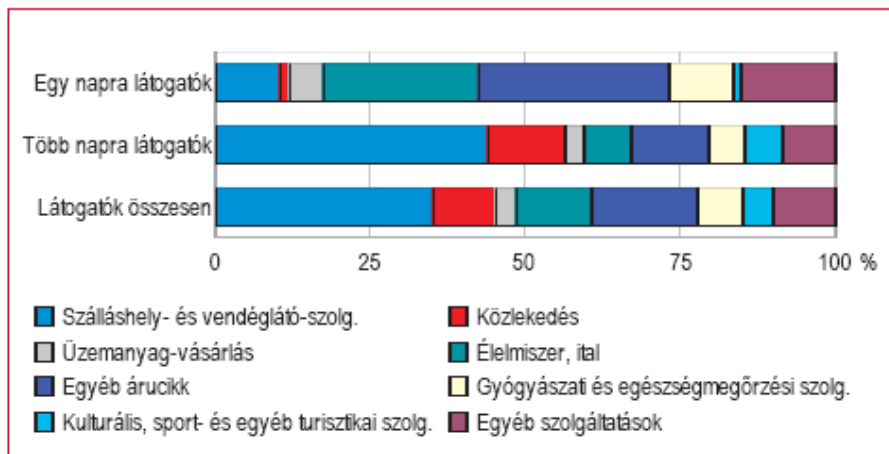
Azt már láthattuk, hogy a hazánkba utazó külföldiek többsége mi célból látogat el hozzánk. Most pedig nézzük meg azt, hogy az utazásra szánt napok, valamint a célok között milyen kapcsolat fedezhető fel. Láthatjuk, hogy a külföldiek többsége a szabadidős turizmus miatt kedveli hazánkat, viszont a külföldi turisták nem elhanyagolható százaléka vásárlás céljából is képes több napos utazást megtenni hazánk területén.

87. ábra: A hazánkba utazó külföldiek megoszlása az utazásra szánt napok és célok függvényében (2007)



A külföldiek költségeikben többnyire a szálláshelyek- és vendéglátó-szolgáltatások szerepelnek az első helyen, viszont a 88. ábrán az is jól látható, hogy a különböző árucikkek vásárlására is sokat költenek.

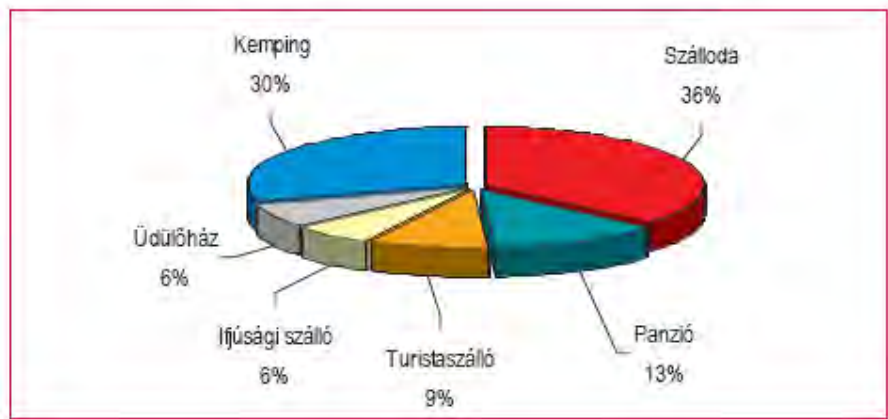
88. ábra: A hazánkba látogató külföldiek költség-szerkezete (2007)



5.4 Szolgáltatók

A kistérségek számára a célcsoport-audit szempontjából nem csak a külföldi és belföldi vendégszerkezettel kell foglalkozni, hanem a kínálati oldalt is meg kell vizsgálni, mégpedig, hogy milyen jellegű turisztikai szolgáltatókkal rendelkezi az adott térség. Az alábbi ábrán láthatjuk, hogy hogyan is néz ki hazánk turisztikai szolgáltatói szerkezete.

89. ábra: Turisztikai szolgáltatók megoszlása (2007)



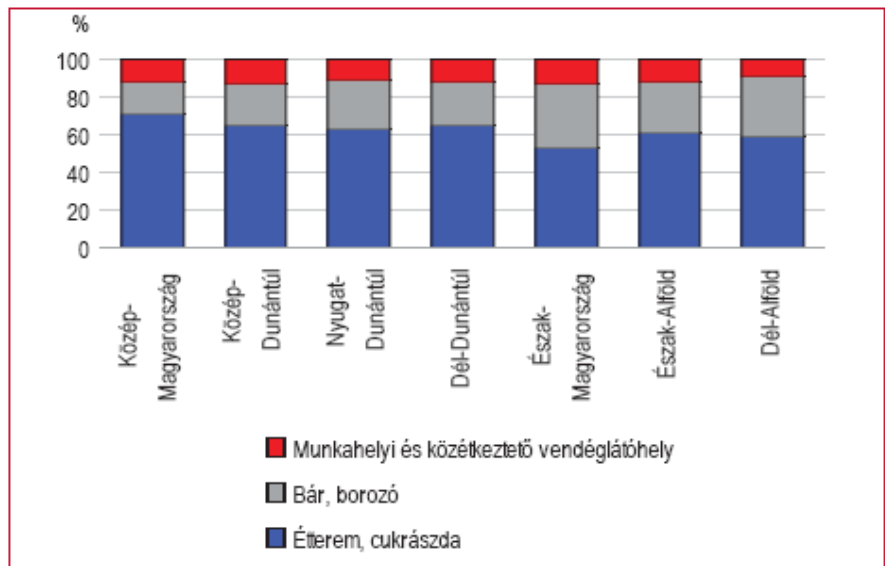
A 90. ábrán pedig azt láthatjuk, hogy a különböző szolgáltatók száma hogyan változott az elmúlt négy év alatt. Láthatjuk, hogy nagy változások nem történtek, esetleg csak a vendéglátóhelyek száma növekedett 2007-ben 2004-hez képest.

90. ábra: Turisztikai szolgáltatók megoszlása

Megnevezés	2004	2005	2006	2007
Étterem, cukrászda	36 680	36 648	36 601	36 341
Bár, borozó	13 648	13 827	13 753	14 078
Kereskedelmi vendéglátóhely összesen	50 328	50 475	50 354	50 419
Munkahelyi és közétkeztető vendéglátóhely	5 358	5 819	6 140	6 752
Vendéglátóhelyek összesen	55 686	56 294	56 494	57 171
Ebből: Egyéni vállalkozók által működtetett vendéglátóhely	28 168	27 582	26 462	26 107

Azt pedig a 91. ábrán láthatjuk, hogy régiók szerint ez hogyan is oszlik meg hazánkban. Látható, hogy az éttermek, cukrászdák azok, amelyek minden régióban fölényesen jelen vannak.

91. ábra: Szolgáltatók régiók szerinti megoszlása



Összegzésként elmondhatjuk, hogy a mi elsődleges célcsoportunkat ezek alapján a hazai, belföldi turizmus iránt érdeklő lakosok alkotják, akik az elkölthető jövedelmük alapján a társadalmi középrétegből származnak. Másodlagos célcsoportunknak pedig a külföldi, hazánk iránt érdeklődő turistákat tekintjük.

6. Kutatási jelentés

Kutatási probléma

- A velencei kistérség stratégiai fejlesztésének egyik kitörési pontja a belföldi turizmus fellendítése. Mi várható a gazdasági válság ellenére?

Kutatási hipotézisek

- Az olcsóbb kikapcsolódási lehetőségek irányába mozdul el a piac
- A víz melletti kikapcsolódás népszerű

A kutatás végső célja/tárgya:

- A Velencei kistérség stratégia-alkotás folyamatában a belföldi turisták, mint célcsoport szokásainak a megismerése

A kutatás specifikus céljai:

- Utazási szokások, elvárások
- A gazdasági válság hatása a turizmusra
- A Velencei kistérség ismertsége, a kistérség vonzereje
- A vízpartok/vízi kikapcsolódás kedveltsége

Kutatási módszer:

- Kvantitatív, írásbeli kérdőíves felmérés sztenderd kérdőíven

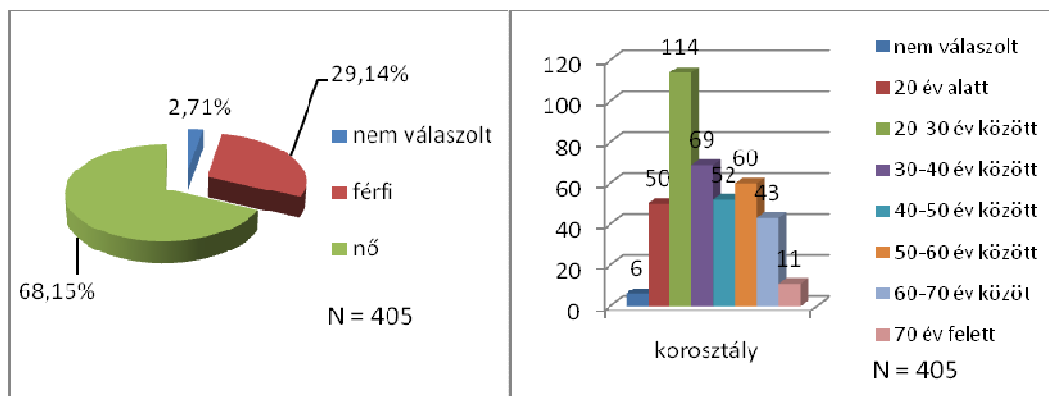
A mintavételi eljárás és a minta elemszáma:

- Kényelmes mintavétel az Utazási Kiállítás résztvevői között, 405 fő

6.1 A minta összetétele

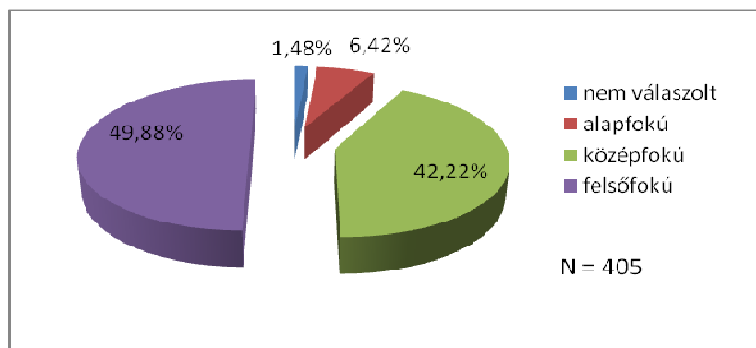
Kutatásunk során mintánkat azok a társadalmi szereplők képezték, akik elkölthető jövedelmük egy részét a hazai turizmusban költik el. A mintánkban a nemek aránya a következőképpen alakult: a megkérdezettek 68,15 százaléka nő volt, míg 29,14 százalék férfi (a maradék 2,71 százalék nem válaszolt). Válaszadóink többsége (114 darab) a 20 és 30-as korosztályból került ki (lásd 1. ábra.)

92. ábra: Nemi és életkor szerinti megoszlások



Az iskolai végzettség alapján a mintánkban szereplő válaszadók majd ötven százaléka (49,88 százalék) felsőfokú végzettséggel rendelkezik (a középfokú végzettségűek száma is magasan meghaladja a negyven százalékot – 42,22 százalék). A megkérdezettek iskolai végzettség szerinti megoszlását szemlélteti a 93. ábra.

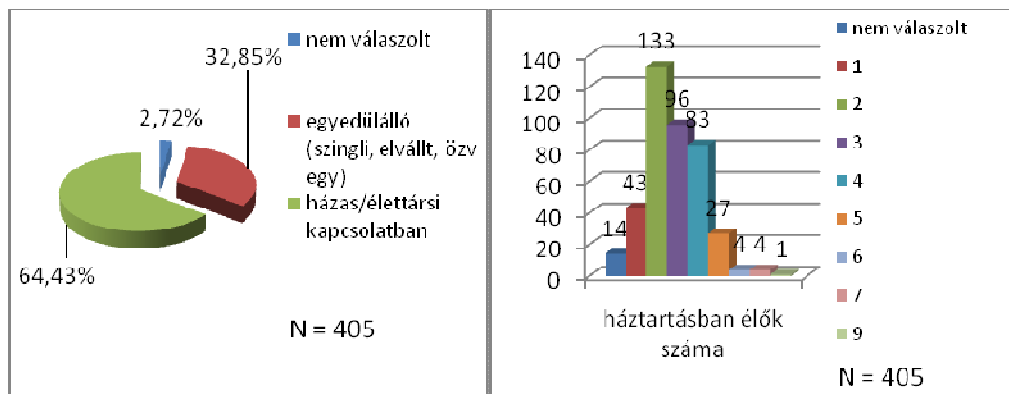
93. ábra: A megkérdezettek iskolai végzettség szerinti megoszlása



A harmadik megoszlásunk a válaszadóink családi állapotát mutatja be. Azért is fontos megismerkednünk a megkérdezettek családi helyzetével, mivel napjainkban

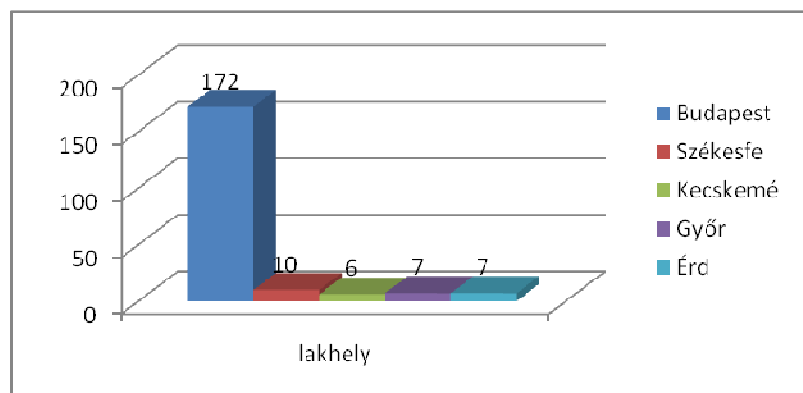
utazásaink nagy részét nem egyedül tesszük. A 3. ábrán is jól láthatjuk, hogy válaszadóink többsége – 64,43 százaléka –, valamilyen élettársi (esetenként házastársi) kapcsolatban él. Ez nem meglepő, hisz a válaszadók többsége ahhoz a korosztályhoz tartozik, amely számára fontosak az ilyen jellegű kapcsolatok megléte is. Ezt támasztja alá az egy háztartásban élők számának megoszlása is. Láthatjuk, hogy 133 válaszadónk él plusz még egy fővel. Ez kapcsolódik az előbbi adatunkhoz is, mely szerint megkérdezetteink nagy többsége valamilyen élettársi kapcsolatban él. Ebből az adatból levonhatjuk azt a következtetést, hogyha utazást, nyaralást szervez, akkor azt nem csak saját részére teszi, hanem a vele együtt élők számára is.

94. ábra: Válaszóink családi állapot, valamint az egy háztartásban élők száma szerinti megoszlása



A lakhely szerinti megoszlásból (94. ábra) az tűnik ki, hogy válaszadóink többsége (172 válaszadó) a fővárosban él, ami a kutatásunk szempontjából fontos, hisz a vizsgált kistérségi területek könnyedén és gyorsan elérhetőek a fővárosból.

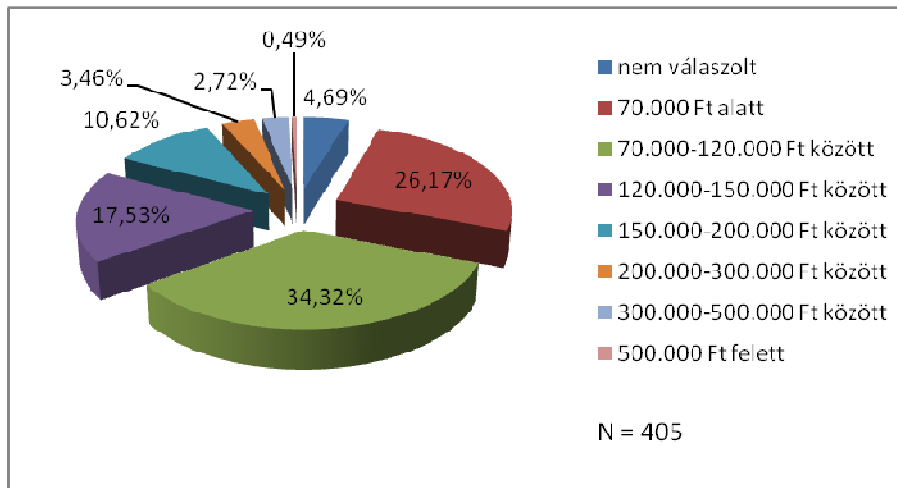
95. ábra: Lakhely szerinti megoszlás



A demográfiai adatok közül a válaszadók havi jövedelmére is kíváncsiak voltunk, hisz egy jobb utazás finanszírozása nagyobb anyagi forrást igényel. Ebből kifolyólag a

közepes jövedelemmel rendelkezők véleményére voltunk kíváncsiak. Az 96. ábra szemlélteti a megkérdezettek havi jövedelme szerinti megoszlását. Kiténik, hogy válaszadóink több mint felének a havi jövedelme 70.000 és 120.000 forint között (alatt) mozog. Ebből következtethetünk arra, hogy a válaszadó egy évben legalább egyszer nyaralásra, utazásra számhatja rá magát.

96. ábra: A havi jövedelem szerinti megoszlás

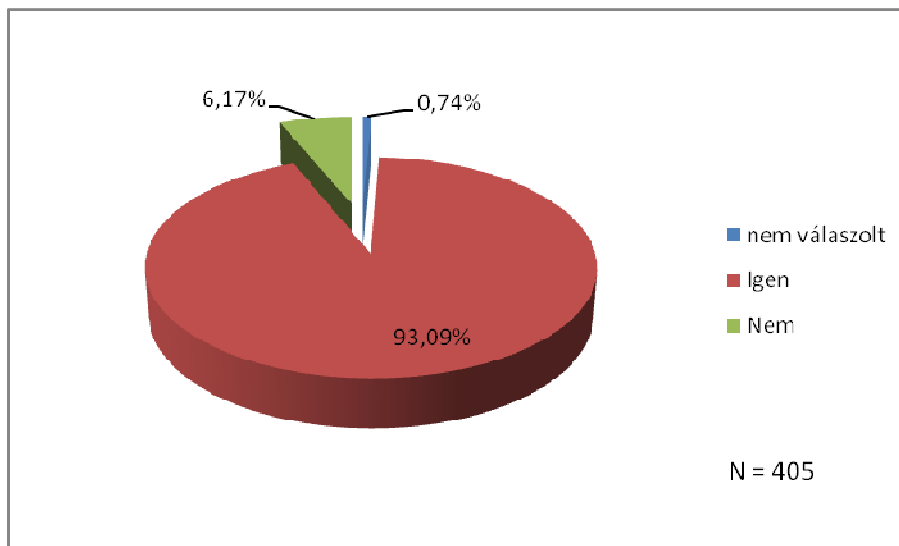


Összegzésként elmondhatjuk, hogy válaszadóink többsége Budapest környékéről származik, továbbá, hogy a 20-as és 30-as éveiben járó nőről van szó, akik jövedelme 70.000 – 120.000 Ft között mozog. Kapcsolatban élnek és végzettségük szerint felső-, ill. közép végzettséggel rendelkeznek.

6.2 Általános utazási szokások

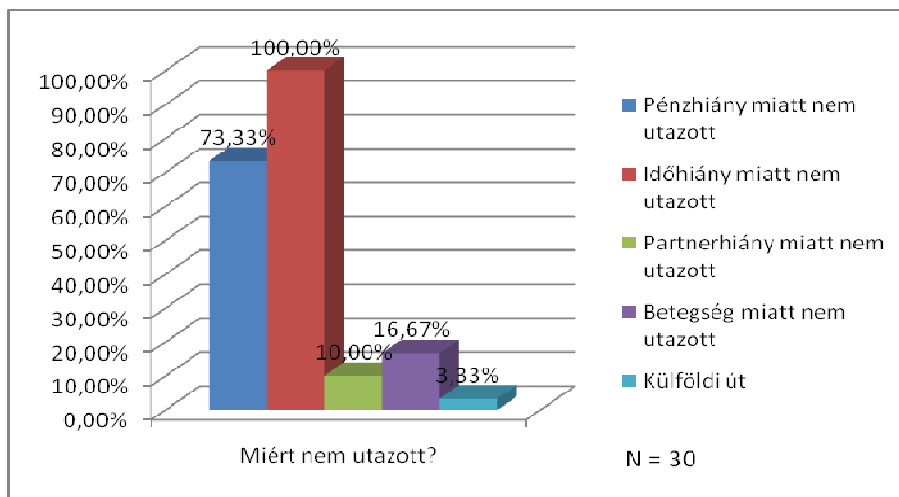
Kérdőívünk összeállításakor figyeltünk arra, hogy megkérdezetteinknek olyan kérdéseket tegyünk fel, amelyekből levonhatjuk az általános utazási szokásaikra vonatkozó következtetéseinket is. Elsősorban arra voltunk kíváncsiak, hogy az elért mintánkból mennyien vettek részt az elmúlt három évben belföldi utazáson (lásd. 97. ábra).

97. ábra: Az utóbbi három évben részt vett-e belföldi utazáson?



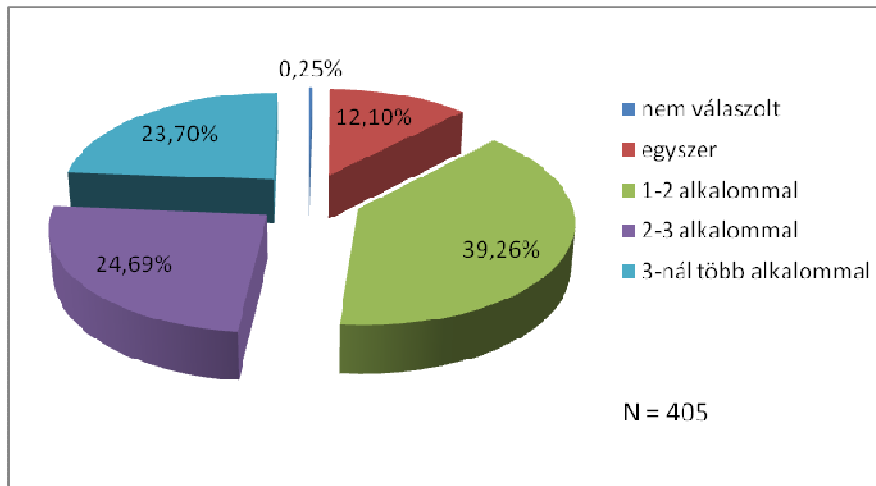
Az ábrán is jól látható, hogy mintánk 93,09 százaléka vett részt az elmúlt három évben valamilyen belföldi utazáson. Ez azért is volt fontos számunkra, mivel ahhoz, hogy megfelelő képet kaphassunk válaszadóink utazási szokásairól elengedhetetlen, hogy olyan válaszadókat kérdezzünk meg, akikben még friss él az elmúlt időszakok utazása. Továbbá arra is kíváncsiak voltunk, hogy milyen indokok miatt nem utaztak azok, akik az elmúlt három évben nem nyaraltak, vagy esetleg utaztak valahová nyaralás céljából. Az eredményt a 98. ábrán láthatjuk. A nem utazók többsége az idő-, valamint a pénzhiány miatt nem utazott el az elmúlt három évben.

98. ábra: Nem utazás oka



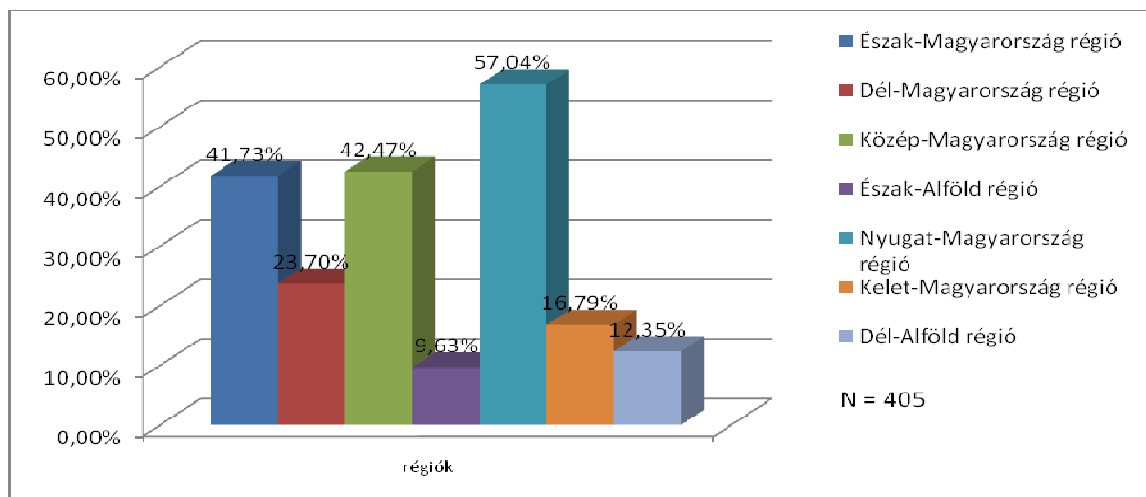
Következő kérdésünk arra vonatkozott, hogy a megkérdezetteink évente átlagosan hányszor vesznek részt belföldi utazásokon (99. ábra). Ebből is jól látható, hogy mintánk több mint fele egy-két alkalommal szánja rá magát, hogy belföldi utazáson részt vegyen. A megkérdezettek másik fele pedig - különböző célok miatt - több mint két alkalommal utazott belföldön.

99. ábra: Évente átlagban hányszor utazik belföldön?



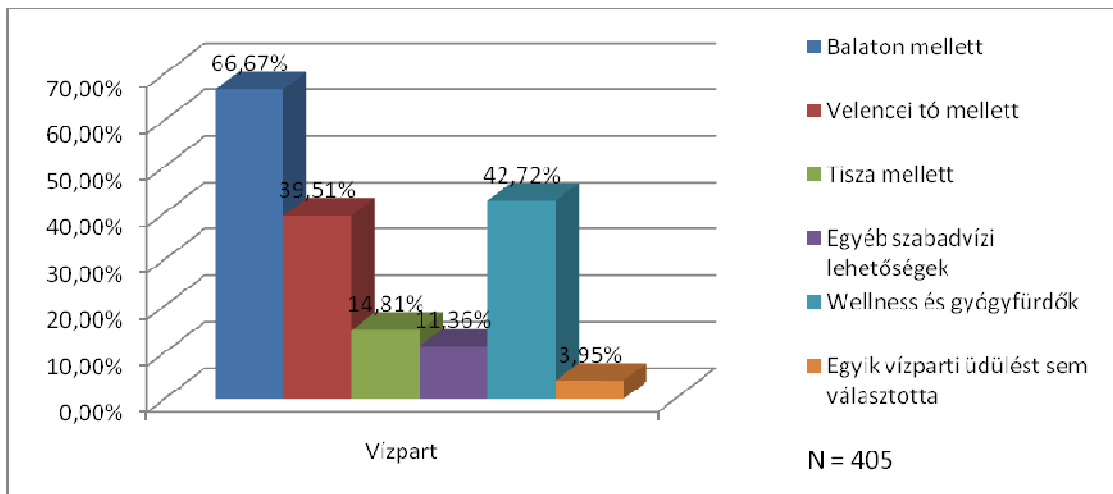
És hogy melyik régiót részesítik előnyben a válaszadók, azt a 100. ábrán láthatjuk. Válaszadóink 57,04 százaléka többnyire a nyugat-magyarországi régiót választja utazásai során. Továbbá közkedvelt régióknak számít a közép- (42,47 százalék), ill. az észak-magyarországi régió is (41,73 százalék).

100. ábra: Mely régióba utazik?



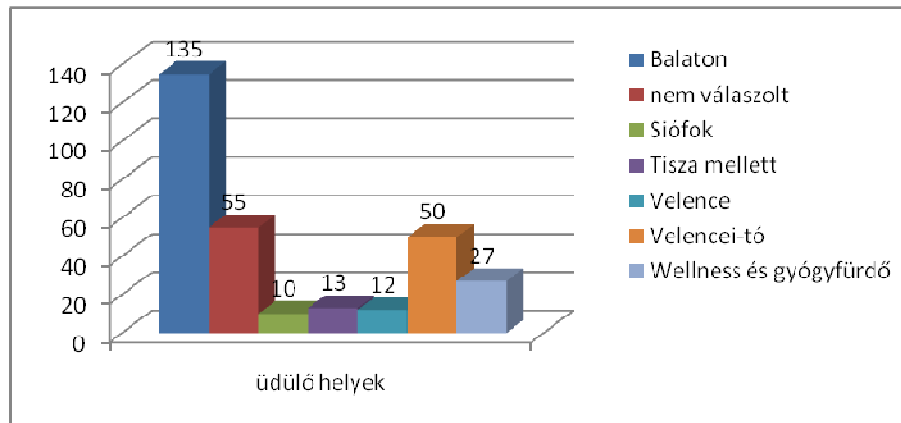
A 101. ábrán láthatjuk, hogy a megkérdezettek többsége a Balaton mellett (66,67 százalék) szereti eltölteni pihenését, továbbá felkapott vízparti üdülőhelynek számít a Velencei tó is (39,51 százalék). A válaszadók 42,72 százaléka pedig a wellness és gyógyfürdős pihenést keresi nyaralása, utazása során Ez nem meglepő, hisz az elmúlt években az ilyen típusú relaxációs tevékenység közkedvelté, valamint nem utolsó sorban trendivé vált.

101. ábra: Melyik vízparti pihenést választotta?



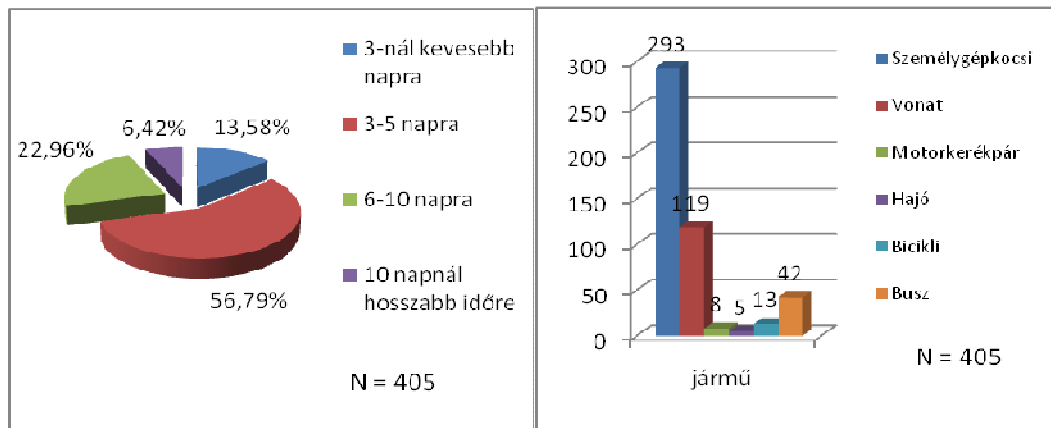
Nyílt kérdés formájában kérdeztünk rá arra, hogy melyik vízparti helyet választják a megkérdezettek a leggyakrabban. Válaszaik gyakoriságát az alábbi 102. ábra tartalmazza. Nem meglepő módon arra jutottunk, hogy hazánk legelismertebb nyaralóhelyének a Balaton és vidéke számít (135 megjelölés), majd ezt követi a Velencei-tó környéke (50 válaszadó).

102. ábra: Melyik az a hely, amelyet a leggyakrabban választ?



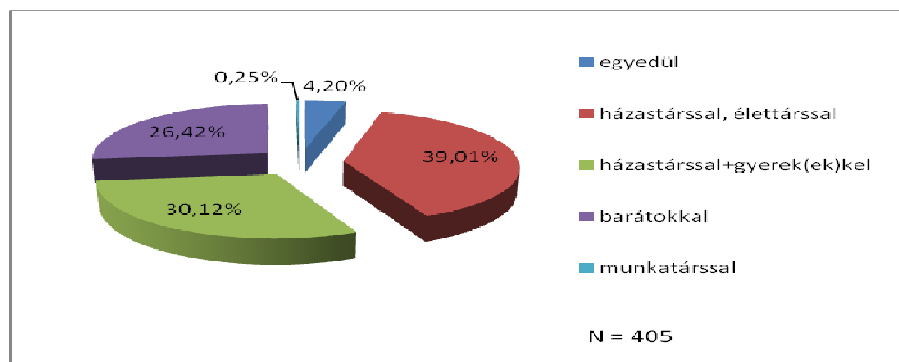
A 103. ábra azt mutatja, hogy válaszadóink hány napra utaznak el kikapcsolódás céljából. Látható, hogy a válaszadóknak 56,79 százaléka 3-5 napot tölt el ilyen célból utazásra. Ez nem meglepő, hisz az emberek többsége hosszú hétvégeken esetleg a hétvégékkal egybekötött ünnepnapokon szokott elutazni. Továbbá az ábra második részén láthatjuk, hogy a válaszadók többsége személygépkocsival szokott elutazni az általa kiválasztott célállomásra.

103. ábra: Általában hány napra utazik el kikapcsolódás céljából, valamint milyen járművel?



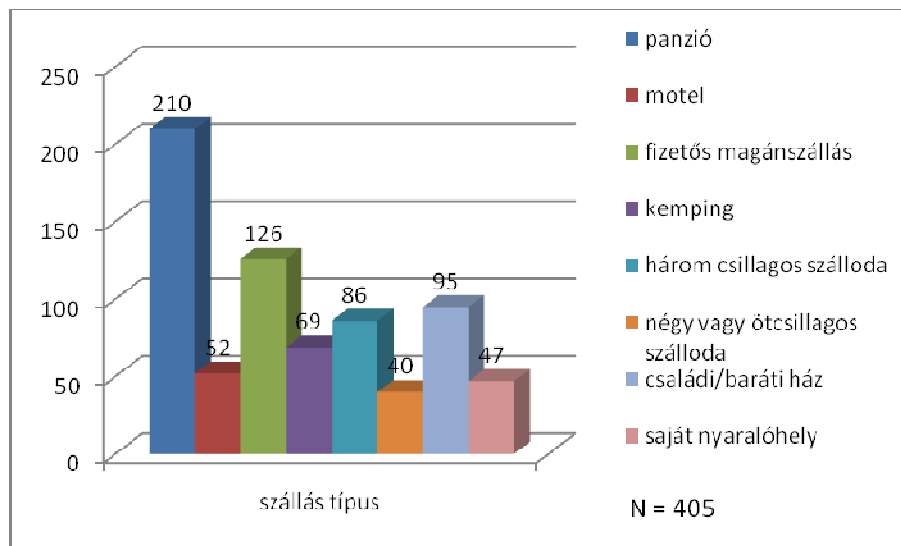
Az utazások során fontos kérdésként merül fel az is, hogy ki, milyen hatással van akár a célpont kiválasztására, akár az utazás módjára és idejére. Ezért is tartottuk fontosnak megkérdezni, hogy a mi esetünkben a válaszadók kikkel is utaznak legtöbbször (lásd. 104. ábra). Az alábbi ábrából kitűnik, hogy a megkérdezettek 39,01 százaléka házastársával, 30,12 százaléka élettársával és gyermekeivel együtt szokott nyaralni. Ez azért fontos kérdés, mivel így megismerhetjük, hogy kik is hatnak az utazás előkészítési fázisában a nyaralás végkimenetelére.

104. ábra: Leggyakrabban kikkel utazik?



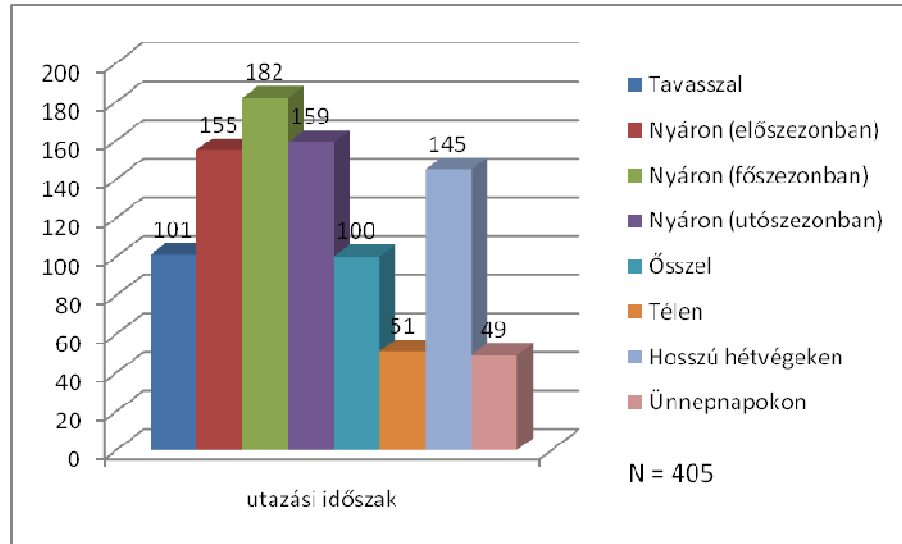
Utazásaink során fontos, hogy olyan szálláshelyet biztosítsunk magunknak és a velünk utazóknak, amely mind anyagi helyzetünknek, mind pedig igényeinknek megfelel. Ezért is voltunk kíváncsiak, hogy válaszadóink mely szállás típust preferálják a legjobban, hisz a települések marketingstratégiája szempontjából sem másodlagos a kérdés. A 105. ábrán láthatjuk, hogy a legtöbb válaszadó a panziót (210 válaszadó), valamint a fizetős magánszállást (126 válaszadó) jelölte meg. Ez a válaszadóknak a rendelkezésére álló anyagi forrásaihoz is visszacsatolható, hisz a havi átlag jövedelem is arra utal, hogy a válaszadók a közép kategóriás árakkal rendelkező kereskedelmi egységeket részesítik előnyben a drágább, exkluzívabb szálláshelyekkel szemben.

105. ábra: Milyen szállás típust választott?



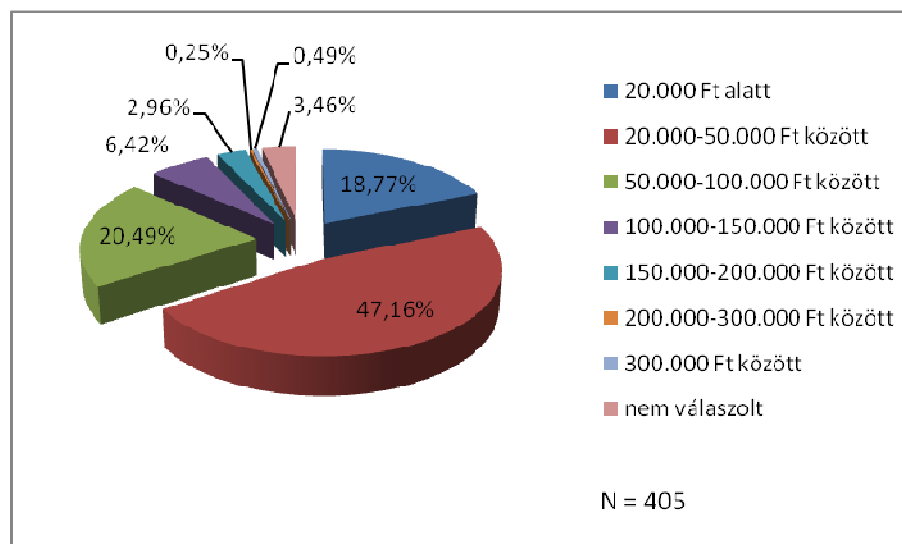
Az utazás helyszínét befolyásoló újabb tényező maga az idő. Tehát, hogy melyik évszakban, melyik időszakra tervezzük a nyaralásunkat, utazásunkat. A 106. ábrán látható, hogy megkérdezetteink többsége a nyári főszezonban (182 válaszadó) illetve hosszú hétvégeken (145 válaszadó) szokott elutazni családjával, barátaival.

106. ábra: Melyik időszakban utazott?



Továbbá azt is fontos tudnunk, hogy egy-egy utazás során mekkora összeget költöttek a válaszadóink (107. ábra). Láthatjuk, hogy a megkérdezettek többsége – 47,16 százalék – 20.000 és 50.000 Ft között költött. Ennek ellenére a mintában megjelenik a magasabb fizetőképességgel rendelkező fogyasztói réteg is, hisz 20,49 százaléka a válaszadóknak 50.000 és 100.000 Ft között költött utazásai során.

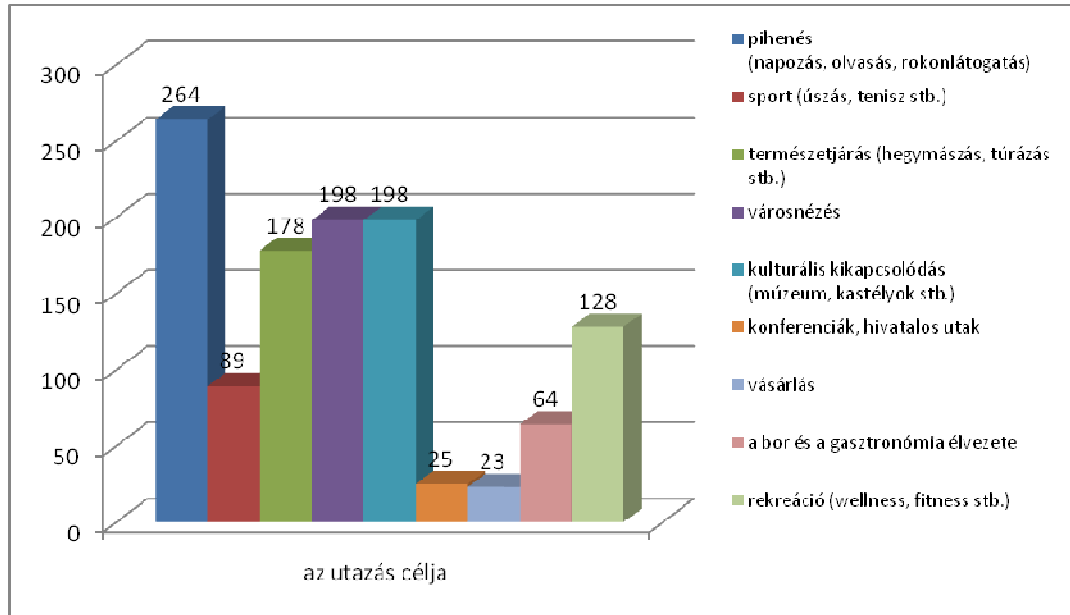
107. ábra: Egy-egy utazás alkalmával mennyi forintot költött?



A 108. ábra pedig azt mutatja be, hogy mi is volt a célja a megkérdezettek utazásainak. Láthatjuk, hogy a többség pihenés céljából utazott (267 válaszadó), valamint a „VELENCEI-TÓ TERMÉSZETES EGÉSZSÉG „

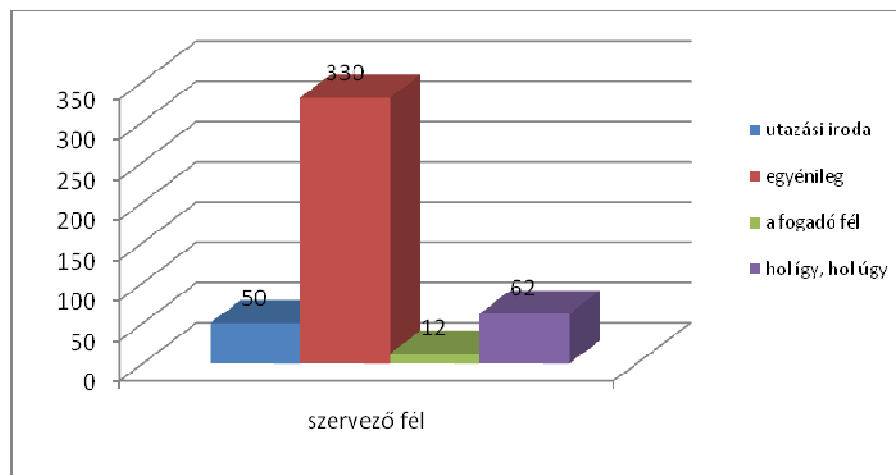
természetjárás, a városnézés esetleg a kulturális kikapcsolódás vonzotta őket a kiszemelt helységbe.

108. ábra: Mi célból utazott?



A 109. ábra pedig azt mutatja be, hogy a válaszadók utazásaik megszervezésekor igénybevettek-e külső segítséget. Az eredmények arra utalnak, hogy a válaszadók többsége szereti egyedül megszervezni utazásait. Ez nem meglepő, hisz a mai információs társadalmunkban az internettel rendelkező háztartások gyorsan és egyszerűen jutnak olyan adatokhoz, melyek megismerésével könnyedén meg tudják szervezni otthonról nyaralásaikat.

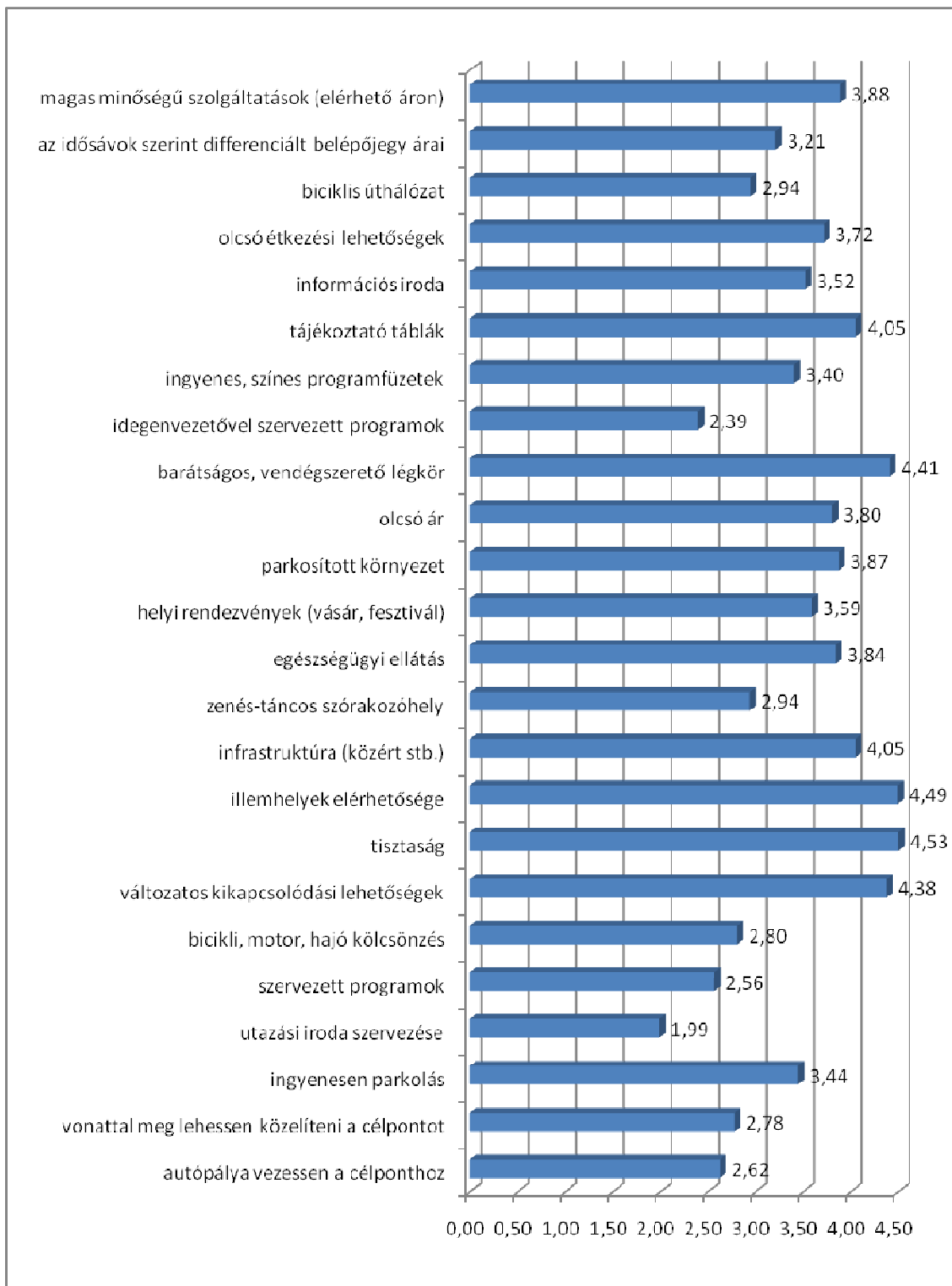
109. ábra: Ki szervezte az utazást?



Kérdőívünk második felében kíváncsiak voltunk arra, hogy milyen szempontok alapján hozzák meg a válaszadóink a döntéseiket az utazás előkészítése során. Ezért egy ötfokozatú Likert-skálán megmértük, hogy az általunk felsorolt szempontok közül, melyek azok, amelyek a legfontosabbak a megkérdezetteinknek. Az eredményt az alábbi, 19. ábra tartalmazza. Látható, hogy a legfontosabb szempontok a következők:

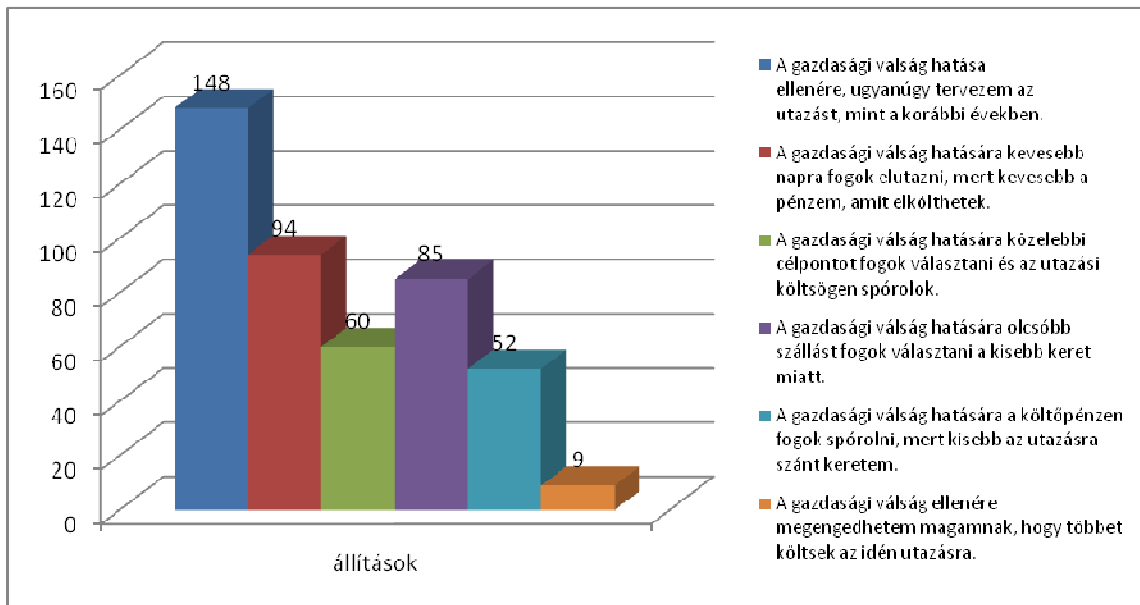
- a kiválasztott célponton az illemhelyek elérhetősége (4,49 átlagérték)
- a kiválasztott célpont tisztasága (4,53 átlagérték)
- a barátságos, vendégszerető légkör (4,41 átlagérték)
- változatos kikapcsolódási lehetőségeket kínáló célpontok (4,38 átlagérték)
- A kevésbé fontos tényezők pedig a következők:
- utazási iroda szervezése (1,99 átlagérték)
- idegenvezető jelenléte a célponton (2,39 átlagérték)
- szervezett programok megléte (2,56 átlagérték).

110. ábra: A célpont kiválasztásánál figyelembe vett szempontok fontossága



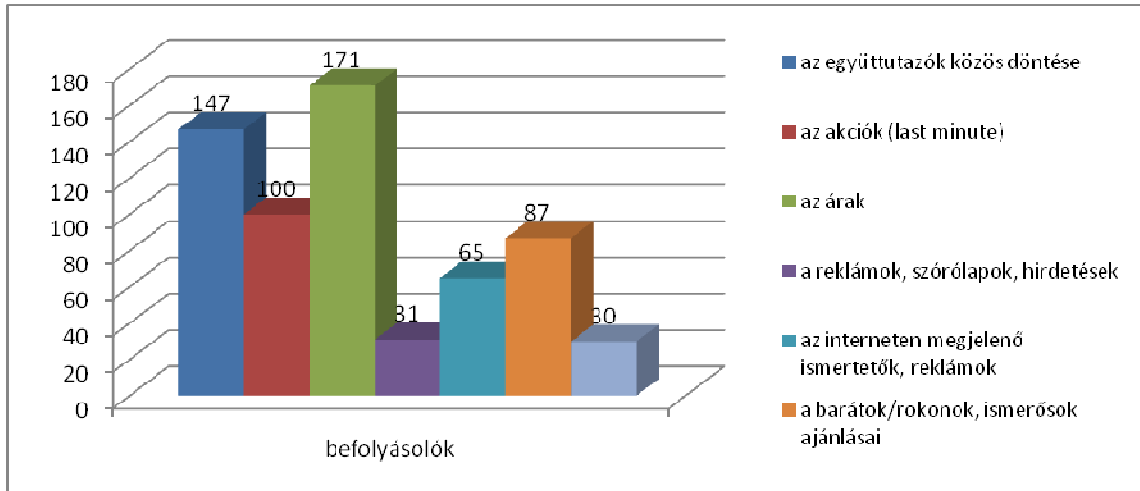
A jelenlegi gazdasági helyzetre való tekintettel szembesülnünk kellett azzal, hogy a gazdasági válság hatásai már érzékelhetőek a hazai utazóközönség körében is. A megkérdezetteink többsége (148 válaszadó) úgy gondolja, hogy a gazdasági válság hatása ellenére ugyanúgy fogja megtervezni az utazását, mint a korábbi években. Mellettük viszont megjelennek az aggodalmas fogyasztók is, akik szerint a gazdasági válság miatt kevesebb pénzt fognak elkölteni, valamint közelebbi célpontot fognak választani utazásuk megtervezése során.

111. ábra: A gazdasági válság hatásai



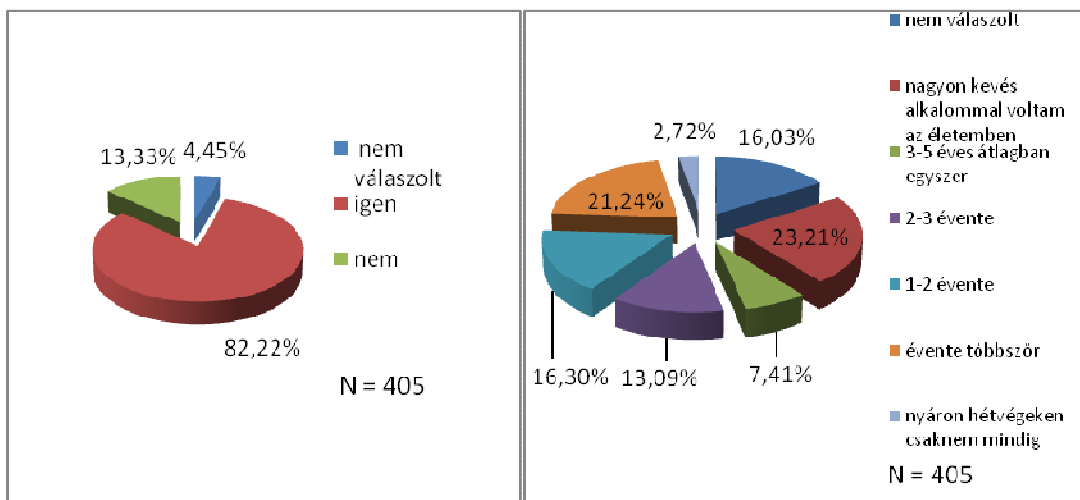
Arról már meggyőződünk, hogy az emberek többsége utazásait nem csak saját maga számára szervezi, hanem családtagjai, rokonai részére is. Viszont, hogyan vélekednek arról, hogy kik esetleg mik vannak hatással az utazás megszervezésére? A 112. ábra ad magyarázatot erre a kérdésünkre. A megkérdezetteink szerint a legnagyobb befolyásoló erővel az ár bír (171 megjelölés), valamint szerintük az együttutazók is hatással vannak az utazás kimenetelére (147 megjelölés). Ez alátámasztja a fenti kijelentésünket is, mely arra irányult, hogy az utazási célpont, a szálláshelyek, a szórakoztató egységek stb. kiválasztási menetében nem csak egy résztvevő, hanem az utazás során érintett szereplők is részt vesznek.

112. ábra: Utazás során a befolyásolók



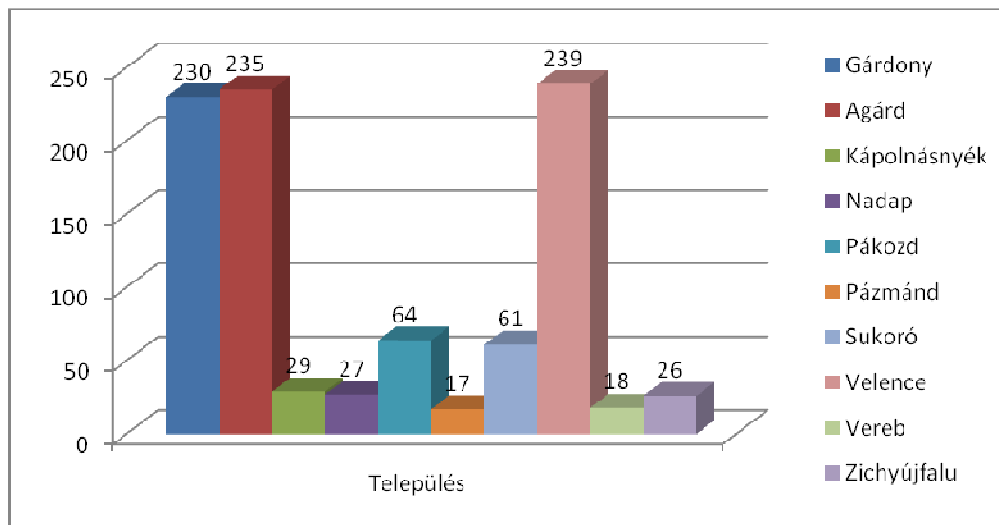
Mivel kutatásunk a Velencei tó térségére irányul, ezért felmértük, hogy a mintánkban szereplő válaszadók mekkora arányban jártak már ebben a térségben. Mint látható (113. ábra) a megkérdezettek 82,22 százaléka már járt a Velencei tónál, viszont látható az is, hogy a válaszadóink többsége nagyon kevés alkalommal tette ezt (23,21 százalék). Ezekből az adatokból is jól látható, hogy a velencei kistérség ismert és közkedvelt is, viszont a fentebb kapott adatok alapján elmondható, hogy a legnagyobb versenytársa, a Balaton, még mindig látogatottabb.

113. ábra: Járt Ön a Velencei tónál, ha igen, akkor milyen gyakorisággal?



Kutatásunk utolsó kérdése arra irányult, hogy a megkérdezetteink hol töltenének el a jövőben egy-két napot nyaralás céljából. Az eredményt a 114. ábrán mutatjuk be. A feltüntetett tíz kistérség közül a legvonzóbbnak Velencét (239 megjelölés), Agárdot (235 megjelölés), valamint Gárdonyt (230 megjelölés) jelölték meg.

114. ábra: Hol töltené el egy-két napot?



6.2.1 Faktorelemzés

Az utazás célpontjának a kiválasztását befolyásoló tényezőket figyelembe véve először is megvizsgáltuk, hogy rendelkezésre állnak-e a szükséges feltételek ahhoz, hogy alkalmazhatjuk e ezt a módszert. Ennek érdekében megvizsgáltuk egy Bartlett-teszt alapján, hogy a faktorelemzésbe bevont változók alapsokaságában a változók korrelálatlanok-e (nullhipotézis), azaz azt teszteltük, hogy a korrelációs mátrixnak a főátlón kívüli elemei csak véletlenül térnek-e el a nullától.

Nyilvánvalóan ebben az esetben a nullhipotézisünket szeretnénk elutasítani, hiszen a faktorelemzésnek éppen az a lényege, hogy a változók korreláljanak egymással. A Bartlett-tesztet elvégeztük, eredményei az alábbi táblázatban láthatók:

18. táblázat: Bartlett-teszt

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,7965891	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2057,3074
	df	276
	Sig.	2,01E-269

A KMO mutató a változók közti korrelációt mutatja, jelen esetben az értéke 0,796, ez nagyobb, mint 0,6, vagyis a változóink alkalmasak a faktoranalízisre. A Bartlett próba nullhipotézisét is elvethetjük, miszerint a kiinduló változók közötti korreláció nulla.

19. táblázat: Főkomponens-módszer

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues	% of Variance	Cumulative %	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
				Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,55	23,13	23,13	5,55	23,13	23,13	2,44	10,17	10,17
2	1,92	7,99	31,12	1,92	7,99	31,12	2,43	10,12	20,30
3	1,87	7,78	38,90	1,87	7,78	38,90	2,35	9,81	30,11
4	1,36	5,67	44,56	1,36	5,67	44,56	2,28	9,48	39,59
5	1,34	5,59	50,15	1,34	5,59	50,15	1,85	7,69	47,28
6	1,23	5,13	55,28	1,23	5,13	55,28	1,60	6,68	53,96
7	1,14	4,75	60,04	1,14	4,75	60,04	1,46	6,08	60,04
8	0,96	3,99	64,03						
9	0,88	3,67	67,70						
10	0,87	3,62	71,32						
11	0,81	3,38	74,70						
12	0,70	2,92	77,63						
13	0,66	2,73	80,36						
14	0,63	2,64	83,00						
15	0,60	2,52	85,52						
16	0,54	2,24	87,76						

A fenti táblázatban láthatjuk a főkomponens-módszert, melynek lényege, hogy azokat a faktorokat választjuk ki, amelyek a legtöbb variációt magyarázzák. A főoszlopokon belül láthatjuk a sajátértéket, a magyarázott variációt és ennek kumulált értékét. Jelen esetben a faktorszám meghatározásnál a Kaiser-kritériumot alkalmaztuk (csak az egynél nagyobb sajátértékű komponenst választottuk ki).

A hét faktor együtt a teljes variancia 60,04 százalékát magyarázza (ez eléri a hüvelykujj-szabályként elfogadott 60 százalékos küszöböt).

A hét faktorra Varimax rotálást alkalmazva megkaptuk azokat az elemezhető adatokat, amelyek segítségével meghatározhatjuk a faktorokhoz tartozó tényezőket. Ezek alapján az egyes faktorokhoz a következő változók tartoznak:

20. táblázat: Faktorok

Faktor	Változó állítása	Faktorsúly érték
F1	Az utazás során mennyire fontosak az idegenvezetővel szervezett programok?	0,77
	Az utazás során mennyire fontos, hogy az odautazás egyéni, de a programok szervezettek legyenek?	0,73
	Az utazás során mennyire fontos, hogy utazási iroda szervezzen mindent?	0,72
F2	Az utazás során mennyire fontosak a nevezetességekről szóló tájékoztató táblák?	0,77
	Az utazás során mennyire fontosak az ingyenes, színes programfüzetek?	0,66
	Az utazás során mennyire fontos a barátságos, vendégszerető légkör?	0,63
	Az utazás során mennyire fontos, hogy a célpont kínáljon változatos kikapcsolódási lehetőségeket?	0,63
	Az utazás során mennyire fontos az információs iroda elérhetősége?	0,50
F3	Az utazás során mennyire fontos a célpont tisztasága?	0,84
	Az utazás során mennyire fontos az illemhelyek elérhetősége?	0,83
	Az utazás során mennyire fontos a parkosított környezet?	0,53
	Az utazás során mennyire fontos az egészségügyi ellátás?	0,50
	Az utazás során mennyire fontosak a magas minőségű szolgáltatások (elérhető áron)?	0,50
F4	Az utazás során mennyire fontos az olcsó étkezési lehetőség?	0,80
	Az utazás során mennyire fontos az olcsó ár?	0,76
	Az utazás során mennyire fontosak az időszakok szerint differenciált belépőjegy árai?	0,56
	Az utazás során mennyire fontos, hogy vonattal meg lehessen közelíteni a célpontot?	0,53
F5	Az utazás során mennyire fontos, hogy legyen zenés-táncos szórakozóhely?	0,72
	Az utazás során mennyire fontos az infrastruktúra (közért, egyéb boltok stb.)?	0,60
	Az utazás során mennyire fontosak a helyi rendezvények (vásár, fesztivál)?	0,50
F6	Az utazás során mennyire fontos a bicikli úthálózat?	0,83
	Az utazás során mennyire fontos, hogy legyen bicikli, motor, hajó, autókölcsönzési lehetőség?	0,60
F7	Az utazás során mennyire fontos, hogy ingyenesen lehessen parkolni a célponton?	0,76
	Az utazás során mennyire fontos, hogy autópálya vezessen a célponthoz?	0,70

A fenti táblázat alapján a következő nevekkel láttuk el a faktorainkat:

F1: fontos, hogy külső személy tervezze/szerveze meg a programokat: Első faktorunkhoz tartoznak azok a tényezők, melyek a programszervezéssel kapcsolatosak.

Látható, hogy az ide került tulajdonságok közt szerepelnek az idegenvezetővel szervezett programok, valamint, hogy egy külső személy, utazási iroda szervezzen meg mindent az utazással kapcsolatban. Tehát ehhez a faktorhoz tartoznak egyrészt a kényelmet elősegítő tényezők, másrészt pedig az utazás előkészítésére fordított időnek a csökkentését befolyásoló tényezők is.

F2: információ orientált: Második faktorunkba soroljuk azokat a tényezőket, melyek az utazás célpontján fellelhető információforrásokhoz kapcsolódnak, pl. a kiválasztott helyiségben elhelyezett tájékoztató táblák, az ingyenes, színes programfüzetek, valamint az információs iroda elérhetősége. Láthatjuk, hogy erre a faktorra az információ orientáltság a jellemző.

F3: tisztaság- és környezet orientált: Következő faktorunk a tisztaság- és környezet orientált nevet kapta, mivel ide sorolhatóak azok a tényezők, melyek a kiválasztott célpont tisztaságával, a célpont környezetével kapcsolatosak (pl. parkosított környezet, egészségügyi ellátás, illemhelyek elérhetősége stb.).

F4: ár-érzékenység: Negyedik faktorunkba tartoznak az árat befolyásoló tényezők. Ide soroljuk az olcsó étkezési lehetőségeket, a kiválasztott célpont olcsóságát, valamint, hogy tömegközlekedési eszközökkel is elérhető legyen.

F5: szolgáltatás orientált: Az ötödik faktorunkhoz tartoznak azok a tényezők, amelyek a célpont szolgáltatásaira helyezik a hangsúlyt, pl. fontos, hogy az utazás során legyenek zenés-táncos szórakozóhelyek, kiépített legyen az infrastruktúra (közért, boltok stb.), valamint, hogy helyi rendezvényei is legyenek a célpontnak.

F6: kerékpár használat fontossága: Következő faktorunk a kerékpár használatához kapcsolódik. Az ide sorolt tényezők közül kiemelkedik a biciklis úthálózat fontossága, valamint a bicikli, motor, hajókölcsönzési lehetősége megléte a célponton.

F7: autóhasználat fontossága: Utolsó faktorunkba kerültek azok a tényezők, amelyek az autóhasználattal kapcsolatosak, pl. a célpont elérhető legyen autóval, valamint rendelkezzen parkolóhelyekkel.

6.3 Klaszterelemzés

A klaszterelemzéssel az volt a célunk, hogy a megfigyelt válaszadóinkat homogén csoportokba rendezzük. Az elemzésünkbe 299 esetet tudtunk bevonni (lásd 21. táblázat).

21. táblázat: Ward Method

Report

		REGR factor score 1 for analysis 1	REGR factor score 2 for analysis 1	REGR factor score 3 for analysis 1	REGR factor score 4 for analysis 1	REGR factor score 5 for analysis 1	REGR factor score 6 for analysis 1	REGR factor score 7 for analysis 1
1	Mean	,0951345	-,2873370	-1,3463339	,3763899	-,3240582	-,0407649	-,1041709
	N	58	58	58	58	58	58	58
	Std. Deviation	,76309547	1,10385127	1,16004980	,87725330	,68300897	,83194408	,73841584
2	Mean	-,0969451	-,2278683	,3388578	-,3743300	,5348569	-,1615008	-,7935694
	N	75	75	75	75	75	75	75
	Std. Deviation	,82233728	,74061091	,52193025	1,00379302	,70907412	,79826709	,86381229
3	Mean	,8107508	,3721889	,4482439	,3673656	-,2125181	-,0182691	,1860235
	N	82	82	82	82	82	82	82
	Std. Deviation	,89251817	,68323349	,51164831	,86397835	1,22100020	1,14913892	,94931821
4	Mean	-,7705772	,0385259	,1894884	-,2842839	-,0463382	,1901784	,5988772
	N	84	84	84	84	84	84	84
	Std. Deviation	,73823823	1,25140311	,75006843	,99714970	,99404913	1,09386742	,83507918
To tal	Mean	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000
	N	299	299	299	299	299	299	299
	Std. Deviation	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000

Elemzéseink során a négy klaszteres megoldás mellett döntöttünk. Igaz, az egyes csoportokon belül helyenként a szórás egynél nagyobb. Ennek ellenére mi emellett a felosztás mellett döntöttünk, mivel itt egyenlítődték ki az elemszámok a legjobban. A fenti táblázatot elemezve megfigyelhetjük a klasztertagságot: a klaszterek rendre 58, 75, 82 illetve 84 elemet tartalmaznak (lásd 22. táblázat).

22. táblázat: Klaszterek

csoportátlagok	1. klaszter	2. klaszter	3. klaszter	4. klaszter
tagság (db/%)	58 19,40%	75 25,08%	82 27,42%	84 28,09%
F1 külső szervező fontossága	0,09	-0,1	0,82	-0,77
F2 információ orientált	-0,29	-0,23	0,37	0,04
F3 tisztaság- és környezet orientált	-1,35	0,34	0,45	0,19
F4 ár-érzékenység	0,38	-0,37	0,37	-0,28
F5 szolgáltatás orientált	-0,32	0,53	-0,21	-0,05
F6 kerékpár használat fontossága	-0,04	-0,15	-0,02	0,19
F7 autó használat fontossága	-0,1	-0,79	0,19	0,84

A 22. táblázatból azt is leolvashatjuk, hogy az egyes klaszterekre mely faktorok a jellemzőek. Láthatjuk, hogy az első klaszterbe sorolt válaszadók ár-érzékenyek (0,38-as faktorsúly), valamint enyhén fontos számukra az is, hogy külső szervező szervezze meg az utazás programjait. A második klaszterbe sorolt megkérdezettek a szolgáltatás-, valamint a tisztaság- és a környezet orientáltság a jellemző. Harmadik klaszterünkbe 82 válaszadó tartozik, a mintánk 27,42 százaléka. Rájuk jellemző, hogy külső szervezővel tervezetnek meg az útjaikat, valamint, hogy fontos számukra a környezet és az ár. A negyedik klaszterünkbe tartozó válaszadókra pedig az autó használatának fontossága a legjellemzőbb.

Most pedig nézzük meg, hogy az egyes klasztereken belül milyen jellemzőkkel bírnak a fogyasztók (lásd 22. táblázat).

- 1. klaszter:** egyedülálló férfiak és nők tartoznak ebbe a klaszterbe, akik számára fontos, hogy a nyári fő- és utószezonba el tudjanak utazni. Az általuk preferált régiók a nyugati, északi és közép. Ár-érzékenyek, ami érhető is, hisz átlagban 70.000 Ft jövedelemmel rendelkeznek. Évente 1 – 3 alkalommal utaznak 2 – 3 napra és az utazásuk célja az, hogy megismerkedjenek a kiválasztott célpont nevezetességeivel, továbbá, hogy túrázási lehetőségeket is kínáljon a célpont. Többnyire 20.000 – 50.000 Ft között költenek egy-egy alkalommal viszont a

gazdasági válság hatására érzékelhető, hogy az idén olcsóbb lehetőségek után néznek.

- 2. klaszter:** ebben a klaszterben tartozó válaszadók többsége nő, akik átlag jövedelme 70.000 – 150.000 Ft között mozog. Többségük élettársi kapcsolatban él, felsőfokú végzettséggel rendelkeznek. Évente háromnál több alkalommal utaznak. Közkedvelt úti céljaik a nyugati-, közép-, észak-, valamint a déli régió. Többnyire a Balatonnál vagy wellness központokban töltik szabadidejüket. Átlagosan 4 – 6 napra szoktak utazni és 40.000 – 80.000 Ft költenek egy-egy utazás során. Fontos számukra, hogy megfelelő szolgáltatásokat kínáljanak számukra (szórakozóhelyek, boltok stb.).
- 3. klaszter:** az ide sorolt válaszadók többsége szintén nő. Ez nem meglepő, hisz válaszadóink nagyobb arányban voltak nők, mint férfiak. Ez az a klaszter, amely főleg a Balatonhoz és a Velencei tóhoz utazik, évente 2 – 3 alkalommal. Kedvelik a fizetős magánszállásokat, valamint a három csillagos szállodákat. Számukra a szolgáltatások minősége a legfontosabb és ezért hajlandóak is fizetni. Átlagban 40.000 – 80.000 Ft között költenek egy-egy utazás során. Többségük autóval közelíti meg a kiválasztott célpontot. Utazásuk célját főleg a pihenés, valamint a városnézés képezi. Továbbá az ár az a tényező, ami a legjobban befolyásolja őket.
- 4. klaszter:** A negyedik klaszterbe tartozó válaszadók többsége szintén nő. Közkedvelt közlekedési eszközük az autó, bár többnyire, ha a kiválasztott térség engedi, akkor szívesen használnak biciklit is. Utazásuk fő célja az aktív pihenés (sport, túra stb.). Évente átlagosan 1 – 3 alkalommal utaznak el 3 – 5 napra, legtöbbször a családjukkal. Egy-egy utazás során törekszenek arra, hogy csak a legszükségesebbre költsenek. Ez az a csoport, amelyik főleg az internetről tájékozódik a kiszemelt úticélról és egyénileg is szervezi meg utazásait.

23. táblázat: Klaszter-jellemzők

	1 klaszter	2 klaszter	3 klaszter	4 klaszter
átlagosan évente hányszor utazott belföldön?	1-3 alkalom	3-nál több alkalom	2-3 alkalom	1-3 alkalom
melyik régiót preferálják?	Nyugat, Észak, Közép	Nyugat, Közép, Észak, Dél	Nyugat, Közép, Észak	Nyugat, Közép, Észak
preferált vízpart?	Velencei tó, Wellness	Balaton, wellness, Velencei tó	Balaton, Velencei tó, wellness	Balaton, Wellness, Velencei
átlagosan hány napra utazik?	3-5 napra	4-6 napra	3-8 napra	3-5 napra
mivel utazik?	autó, vonat, bicikli	autó, vonat	autó	autó, bicikli
kivel utazik?	házastárssal, élettárssal	házastárssal, barátokkal	házastárssal, gyerekekkel	házastárssal, gyerekekkel, barátokkal
hol száll meg?	panzió, családi/baráti ház, kemping	panzió, fizetős magán szállás	panzió, fizetős magán szállás, 3* szálloda	panzió, fizetős magán szállás, kemping
mikor utazik?	nyáron fő- és utószezonban	tavasszal és nyáron főszezonban	nyáron minden szezonban	nyáron utószezonban és ősszel
mennyit költ?	20.000-50.000 Ft	40.000-80.000 Ft	40.000-80.000 Ft	20.000-40.000 Ft
utazás célja	természetjárás, túrázás, városnézés	pihenés, wellness, rekreáció	pihenés, városnézés, kultúra, gasztronómia	pihenés, sport, túrázás, kultúra
ki szervezi meg?	egyéni	utazási iroda, egyéni	egyéni, vegyesen	egyéni
gazdasági válság hatása?	ugyanúgy tervezik, olcsóbb szállás	kevesebb napra utazik	nem hat, olcsóbb szállás	nem hat, olcsóbb szállás
befolyásoló tényezők?	ár, akciók, barátok	barátok/rokonok ajánlása	ár, akciók	együtt utazók, internet
milyen gyakran látogat Velencére?	nagyon kevés (1-2 évente)	nagyon kevés (2-3 évente)	évente többször	évente többször
neme?	azonos arányban	sok nő, kevés férfi	sok nő	sok nő
iskolai végzettség	közép-felső	közép-felső	közép	felső
családi állapot	egyedülálló	élettársi kapcsolat, egyedülálló	élettársi	élettársi
háztartásban élők száma	2	2 – 4	2 – 3	2 – 3
jövedelem	70.000 Ft alatt	70.000-150.000 Ft között	70.000-120.000 Ft között	70.000-120.000 Ft között

6.4 Összegzés

Végezetül elmondható, hogy a hazai utazási szokások középpontjában a vízparti pihenések, valamint a wellness fürdőhelyek állnak. Mintánk összetétele szerencsésnek mondható, hisz az általunk megkérdezettek többsége nő volt, ami azért szerencsés, mert a családi utazásokhoz szükséges ötletek nagy része általában a nőktől származnak. Ők azok, akik kitalálják és esetenként begyűjtik a megfelelő információkat a kirándulással kapcsolatban.

Konklúzióink részeként említhető még meg a gazdasági válság hatása is. Már a kutatásunk során kiderült, hogy a válaszadók többsége saját pénztárcáján érzékeli a válság hatásait, ezért utazási szokásaikban is változások figyelhetők meg (olcsóbb úti cél, olcsóbb szállás lehetőségek után néznek stb.). Továbbá kutatásunkban nagyon jól elkülönültek a különböző csoportok (lásd klaszterelemzés). Látható, hogy hazánkban jelen vannak a tradicionális pihenési lehetőséget keresők csoportja (Balaton, vízparti pihenések stb.), viszont megjelentek a XXI. század legújabb trendjeit követő csoportok is, akik inkább a wellness központokat keresik fel egy-egy utazás alkalmával.

7. A Velencei kistérség településeinek együttes SWOT elemzése

A másodlagos és az elsődleges kutatások alapján elkészítettük a Velencei kistérségnek a turizmussal kapcsolatos szolgáltatások nyújtására vonatkozó SWOT elemzését, amelyet az alábbi ábrán foglalunk össze:

24. táblázat

Erősségek
<ul style="list-style-type: none">• Természeti táji adottságok, több mint 30 műemlék• Növekvő népesség• Népeségmegtartó erő• A társas vállalkozások viszonylag nagy száma• Dinamikus és fejlődő településeken él a lakosság többsége• Viszonylag magas jóléti színvonal a jellemző (vásárlóerő, ingóságokkal való rendelkezés)• A szolgáltatások dinamikus fejlődése 2000 óta• A Tó vizének állapota• A természeti és kulturális értékek védelme• A Bor és gasztronómia kultúra felélédése• Egyedi idegenforgalmi fejlesztések beindítása• Egész évben működő gyógy-és wellness fürdők működése
Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none">• A kereskedelmi és a magánszállás-férőhelyek száma alacsony• Alacsony a szálláshelyek külföldiekkel való lefedettsége• Az átlagosan eltöltött napok száma alacsonyabb, mint az átlag és csökkenő mértékű• A vendégéjszakák száma kirívóan alacsony• A kommunikáció hiányosságai (települések ismertsége, arculata, rendezvényei)• Hiányos marketing (nincs egységes marketingstratégia, nincs térségi marketing koncepció)• Öregedő lakosság

- Az ipari ágazatok visszaszorulása
- Kereskedelmi üzletekkel való lefedettség alacsony
- Bolti struktúra felemás (kevés ruházat, műszaki, sok élelmiszer)
- Vendéglátóhelyek száma és lefedettsége alacsony
- A külföldi és a belföldi vendégek alacsony száma
- A szolgáltatások változó színvonala
- Sajátos térségi vonzerón alapuló komplex turisztikai termékek hiánya
- Tudatos fejlesztések összehangolása
- Helyi termékek, ajándéktárgyak hiánya
- Kommunikációs hiányosságok

Lehetőségek

- Pályázati lehetőségek a települések és a turizmus fejlesztésére
- Az egészségturizmus iránti igény nő
- A vízparti kikapcsolódás a legkedveltebb kikapcsolódási forma
- A gazdasági válság nyomán nőhet a belföldi turizmus
- A Velencei kistérség településeinek a területi közelsége egymáshoz, időbeni átjárhatósága komplementer termékkínálatot teremt
- A települések kooperációjában rejlő szinergia többletvonzerőt generál
- A sokprofilú szolgáltatáskínálat szélesíti a célcsoportot
- A helyi lakosság és a vendégek közötti közvetlenebb kapcsolat sajátos, családias légkört teremt
- A térség különböző településeinek együttműködése erősíti lakosságuk más településekkel való közösségi érzetét
- A magán szállások fejlesztésével nőhet az átlagos tartózkodási idő
- Új turisztikai kínálat kialakítása az igények szerint
- Turisztikai desztinációs menedzsment létrehozás
- Termékkoncepciók (markáns megjelenítése)
- Velencei-tó márka (sajátos vonzerőkön alapuló, sajátos piaci szegmenseket vonzó)
- Szezonhosszabbítás

8. Javaslato a stratégiára

Jövőkép:

A Velencei kistérség a természeti és az emberek által alkotott értékek megőrzését, az emberek sokoldalú kikapcsolódása és rekreációja érdekében való szolgálatba állítását kívánja biztosítani magas színvonalon a kistérség lakóinak, vállalkozásainak érdekeit szem előtt tartva.

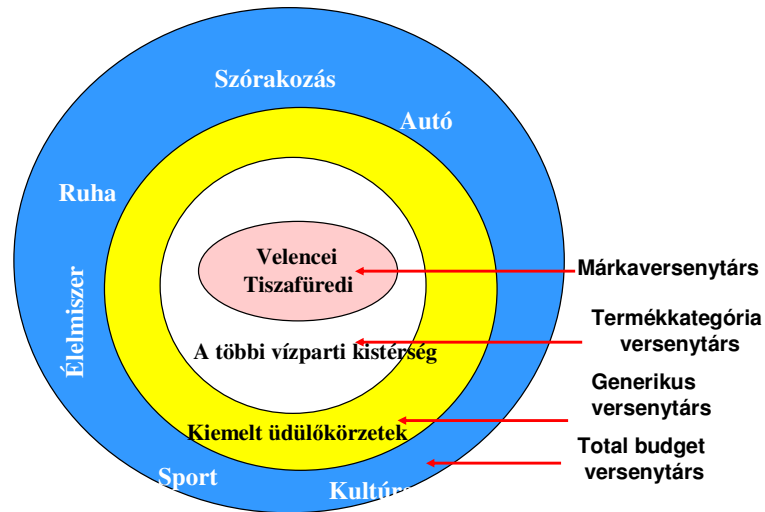
A Velencei kistérség makro, - mezo, - és mikrokörnyezeti tényezőinek, elsődleges és az másodlagos célcsoport vizsgálat alapján készített SWOT elemzés számára számos lehetőséget tárt fel. Az eddigi vizsgálatok alapján – mérlegelve a lehetőségeket és a Velencei kistérség specifikus tényezői tesszük meg javaslatunkat a stratégia kialakítására.

Fő stratégiai cél: a Velencei-tó, mint térség új fejlődési pályára való állítása, amelynek révén nő a versenyképessége és gazdasági hatékonysága, valamint javulnak lakosságának életfeltételei, életminősége.

A fő stratégiai cél elérése érdekében az alábbi részcélok realizálása szükséges:

1. Fontos a települések közelségéből adódó előnyök kihasználása a kistérség településeinek szorosabb és összehangoltabb együttműködésével.
2. A Velencei kistérség számára megfontolandó a különböző versenyszintek megkülönböztetése a versenyelőnyök kiaknázása és helyes stratégiai célok kitűzése érdekében. Az elemzés rámutatott arra, hogy érdemes az alábbi versenyszintekben gondolkodni:

115. ábra



Az elsődleges „márkaversenytárs” a piaci pozíció, az infrastruktúra, és a vonzerő alapján egyértelműen Tiszafüred került ki az elemzés alapján. Sok közös vonás jellemzi a két kistérséget és közel azonos piaci pozíciót, foglalnak el, mind a belföldi, mind a külföldi turistákra ható vonzerő, mind a kínálati infrastruktúra tekintetében. A Velencei kistérség fő előnye a Tiszafüredi kistérséggel szemben az ismertség, a megközelíthetőség, a komplex és változatos széles szolgáltatói profilban ragadható meg. Ezeknek az előnyöknek és erősségeknek a hangsúlyozása szükséges jobb marketinggel, azon belül is egy következetes és vonzó arculat kialakításával, tudatos imázs építéssel, valamint ezeknek a szélesebb kommunikációjával különböző médiacsatornákon.

A Velencei kistérségi „márka” megteremtését négy lépcsőben javasoljuk:

Első lépcső: A Velencei kistérség egésze által komplex kapcsolódást biztosító lehetőségek megismertetése a célcsoporttal a célcsoportot a leghatékonyabban elérő kommunikációs csatornán keresztül. Ennek hatásos kommunikációja érdekében szükséges egy sajátos egyedi arculat kidolgozása, amely figyelemfelkeltő, érdeklődést és vágyat kelt a célcsoportban, és elősegíti a Velencei kistérségnek, mint egésznek a fogyasztói tudatban

való rögzítését, majd utazási célpontként való választását. A fő feladat nem csupán a Velencei-tó hangsúlyozása, hanem annak a kidomborítása, hogy a szolgáltatások és a szórakozási, kikapcsolódási lehetőségek széles körét biztosítja a kistérség egy utazással. Ehhez elengedhetetlen a meglévő vonzerők, attrakciók, turisztikai termékkínálatok egységbe rendezése, feltérképezése. A turisztikai termékfejlesztés tudatos kialakítása.

Második lépcső: A relevancia megteremtése, azaz az ide utazóknak meg kell győződni arról, hogy a kommunikációban ígért szolgáltatások és élmények valóban biztosítva vannak. Ez a különböző térségek turizmussal foglalkozó szakembereinek magas szintű tudását, együttműködését tételezi fel. Ezen túlmenően szükséges megteremteni a megfelelő infrastruktúrát (szálláshelyek, kereskedelmi egységek, vendéglátóhelyek, WC-k, stb.). Szükséges a lakosság, a helyi vállalkozók, mint stakeholderek érdekeltté tétele is ebben a folyamatban, mivel egyrészt az ideutazók velük kerülnek közvetlen kapcsolatba, másrészt sokuknak a turisták jelenthetik a megélhetési lehetőséget.

Harmadik lépcső: Kialakítani egy olyan márkahű, azaz rendszeresen visszalátogató réteget, amely biztos bevételt és magasabb vevőértéket képvisel. Ennek elsődleges módja a turisták maximális elégedettségének biztosítása, amelyet folyamatosan mérni szükséges és az igényeiknek megfelelően alakítani a kínált portfoliót.

Negyedik lépcső: Azt kell elérni, hogy a Velencei kistérség a célcsoport tudatában, mint komplementer (egymást kiegészítő) szolgáltatások nyújtójaként jelenjen meg. Ez által hosszabbítható meg az itt tartózkodás, a szezonális kiküszöbölése, vagy tompítása és a nagyobb bevétel realizálása.

3. A stratégia fontos célja az, hogy kialakítsuk a megfelelő fizikai környezetet, a szolgáltatásokat nyújtó szakemberek együttműködését és szaktudásának emelését, valamint a kiszolgáló szférában dolgozók attitűdjének kialakítását a vendégek megfelelő fogadása érdekében. A kistérségbe érkező turisták várakozásainak a felülmúlása szükséges, amely a folyamatok (információs rendszerek, tisztaság, közlekedés, programok összeállítása, stb.) magas szintű megszervezésével és kialakításával lehetséges a minél nagyobb elégedettség elérése érdekében.

4. A termékkategória és generikus versenytársakkal szemben olyan specifikus előnyöket biztosítson a térség, amelyet csak a Velencei kistérséghez tudnak kötni. A stratégiára vonatkozó javaslatunk ezzel kapcsolatban a következő:

- Az elsődleges célcsoport igényeit és jövedelmi helyzetét is figyelembe véve egy költségdiktáló stratégia kialakítása a célszerű. Ennek megvalósíthatóságát alátámasztja a térség közelsége Budapesthez, illetve jó megközelíthetősége, a nyújtott szolgáltatások, szálláshelyek viszonylagos olcsósága, a vendéglátóhelyek árfekvése.
- A másodlagos célcsoport (külföldiek) magasabb szintű igényeinek a kielégítése is lehetséges a térségben. Ezek alapján a költségdiktáló stratégiát egy differenciált szolgáltatásokat nyújtó stratégiával lehet párosítani.

5. A stratégiai célok elérése érdekében a stratégia hogyanjára az alábbi javaslataink vannak:

- Javasoljuk az intenzív stratégiai lépések megtételét a vendégforgalom növekedése céljából. Ennek érdekében szükséges azokat a **szolgáltatásokat fejleszteni**, amelyek közvetlenül a turisták kiszolgálását célozzák: úgymint szálláshely-kínálat, azon belül is a magánszállás-hely kínálat, vendéglátóhelyek fejlesztése, bővítése, megfelelő bolti struktúra kialakítása, tisztasággal kapcsolatos infrastruktúra, egészségügyi infrastruktúra, információs rendszer (honlap, tájékoztató irodák, táblák, programfüzetek, stb.). Ezek hatására válik lehetővé az itt tartózkodás megnyújtása, valamint több külföldi vonzása, akik szívesen vesz igénybe magánszállást is), ahogy azt a kutatás adatai mutatják.
- Javasoljuk a **piacbehatolási stratégiát**, amely jelentheti azon célcsoport vonzását, amely eddig vagy a Tiszta-tó településeit, vagy a Balatont preferálták. Ugyanakkor azt is el kell érni, hogy a térségbe látogatás gyakoriságát is növeljük. Ezt a szezon kinyújtásával (ősz: kirándulás, borvidék látogatás, kulturális események biztosításával vagy a téli időszakban is programot nyújtó szolgáltatásokkal lehetséges (wellness)).
- A kvantitatív kutatás adatai azt mutatják, hogy a stratégiai célokkal összhangban **piacfejlesztési stratégiát** is folytatni, azaz a fiatalabb elsődleges célcsoporton túl az idősebb korosztályt is érdemes megcélozni, egyrészt azért, mert nekik van már

kötődésük a térséghez, valamint ez az a korosztály, amelyik nem rendelkezik olyan magas jövedelemmel, hogy drágább kikapcsolódást keressen magának, harmadsorban az egészségturizmusnak ők fontos szereplői, amely a szezon kinyújtásának ideális eszköze.

A fent felsorolt stratégiai célokat figyelembe véve szükségesnek tartunk egy megvalósíthatósági tanulmány kidolgozását, amely középtávra kijelöli a stratégiai célmutatókat, a megvalósítás konkrét lépéseit, pénzügyi feltételeit, valamint az ellenőrzés és az után követés formáit. A megvalósíthatósági tanulmány pontos kidolgozása érdekében szükséges a piac (potenciális beruházók, vállalkozók, lakosság, potenciális célcsoport: belföldi, külföldi) differenciált elemzése is. Ezek ismeretében készíthető el egy marketing terv, amely konkrét eszközrendszert jelöl meg a stratégia első évére vonatkozóan. Mindennek megvalósítása nem képzelhető el a kistérség településeinek marketinges és turizmussal foglalkozó szakembereinek az összefogása és tudatos építkezése nélkül.

9. Összefoglaló tanulmány

9.1 Általános információk

A Velencei-tó tó a „1117/2005. (XII. 14.) Korm. H. a Velencei-tó-Vértes Kiemelt Üdülőkörzet Területfejlesztési Programjáról „ kormányhatározat értelmében kiemelt üdülőterület, de ennek előnyeit nem élvezzi, hiszen a pályázati támogatások bírálatában ez nem pontozható, vagy a támogatási intenzitásokban ez nem érvényesül. Érdekes anomáliát vet fel, hogy a Velencei-tó ismert is meg nem is, az utóbbi években a „retro”-tó kifejezéssel jellemzik, ahol bizonyos szempontból megállt az idő. A 2005-ben elfogadott Területfejlesztési Program Velencei-tó-Vértes Fejlesztési Tanács által elkészített stratégiai alapok (2003-2004) folytatásaként szükséges a Területfejlesztési Program aktualizálása és a rövid- közép-és hosszútávú stratégia megfogalmazása. Ezt a feladatot szeretné felvállalni a Velencei-tó Térségfejlesztő Egyesület az elmúlt időszak Helyi Vidékfejlesztési Stratégia elkészítésének tapasztalatait felhasználva.

A Velencei-tó Helyi Vidékfejlesztési Stratégia programja,1117/2005. (XII. 14.) Korm. H. a Velencei-tó-Vértes Kiemelt Üdülőkörzet Területfejlesztési Programjáról „ határozat és a kilenc település szükségleteinek feltérképezése mentén formálódott. A településeken a fejlesztések elmaradása és a szezon hosszabbítás hiánya miatt, az idegenforgalom 2007-ben egyharmadára esett vissza a kilencvenes évek forgalmához képest.

A HVS ezekre a felvetésekre csak részben adja meg a választ. Szükséges a problémák mélyebb elemzése és a Területfejlesztési Program aktualizálása és a rövid-közép-és hosszútávú stratégia megfogalmazása. A HVS tervezés során sok kérdés és ötlet került felszínre, azonban hiányos és nem elegendő a szakmai háttér kutatások, elemzések megléte. Szükséges a HVS-re alapozott mélyebb tényfeltárás, ahhoz, hogy a térségre vonatkozó területfejlesztési koncepció megfogalmazódjon.

A Velencei-tó Térségfejlesztő Egyesület jelen tanulmánya a kvalitatív és kvantitatív kutatási anyagok rendszerezésével a Turisztikai Desztinációs Menedzsment elvárásait figyelembe véve útmutatást ad a további lépések megtételére. Szükséges a megfogalmazott és felszínre került igények alapján a 9 település és a Velencei-tó úgynevezett újra pozicionálása és a területfejlesztési stratégia főbb pontjainak kijelölése.

116. ábra: Velencei-tó Térségfejlesztő Egyesület területe⁵



**GÁRDONY-KÁPOLNÁSNYÉK-NADAP-PÁKOZD-PÁZMÁND-
SUKORÓ-VELENCE-VEREB -ZICHYÚJFALU**

⁵ A Velencei-Tó LEADER Helyi Akciócsoport területe „VELENCEI-TÓ TERMÉSZETES EGÉSZSÉG „

Előzmények:⁶

1117/2005. (XII. 14.) Korm. Határozat a Velencei-tó-Vértes Kiemelt Üdülőkörzet Területfejlesztési Programjáról

A Kormány a területfejlesztésről és a területrendezésről szóló 1996. évi XXI. törvény 7. §-ának g) pontja alapján a *melléklet* szerint elfogadja a Velencei-tó-Vértes Kiemelt Üdülőkörzet Területfejlesztési Programját (a továbbiakban: Program), és felkéri az érintett minisztereket, valamint a Közép-Dunántúli Regionális Fejlesztési Tanács elnökét, hogy a II. Nemzeti Fejlesztési Terv és a Közép-Dunántúli Régió operatív programjának tervezése, illetőleg

végrehajtása során - lehetőség szerint - vegyék figyelembe a Programban szereplő fejlesztési prioritásokat és feladatokat.

Felelős: regionális fejlesztésért és felzárkóztatásért felelős tárca nélküli miniszter érintett miniszterek

Határidő: folyamatos

Melléklet az 1117/2005. (XII. 14.) Korm. Határozathoz A VELENCEI-TÓ-VÉRTES KIEMELT ÜDÜLŐKÖRZETTERÜLETFEJLESZTÉSI PROGRAMJA (2007-2013)

A Területfejlesztési Program az 1117/2003. (XI. 28.) Korm. határozattal elfogadott Velencei-tó-Vértes Kiemelt Üdülőkörzet Területfejlesztési Konceptiójában meghatározott településekre, illetőleg területekre terjed ki.

I. Prioritások

A Velencei-tó-Vértes Kiemelt Üdülőkörzet Területfejlesztési Programjában:

1. A Velencei-tó-Vértes térség ökológiai, természeti-táji, kulturális örökségéből adódó turisztikai vonzerejének megőrzése, környezet- és természetvédelmi érdekekkel való összehangolt fejlesztése, valamint a nemzetközi egyezményekben vállalt természetvédelmi kötelezettsége megtartásának célja mellett középtávú prioritásként kell kezelni:

- A Velencei-tó vízminőségének védelmét, vízháztartásának szabályozását;

6

(részlet a 1117/2005. (XII. 14.) Kormányhatározatból)

- A térség szellemi és kulturális örökségének megőrzését és bemutathatóvá tételét;
- A természeti és táji értékek megőrzését.

9.2 „A turisztikai kapacitás minőségi fejlesztése

az üdülőkörzet turisztikai versenypozíciójának megőrzése, a hazai, és a nemzetközi turizmus igényes fogadási feltételeinek fejlesztése, az európai normák szerinti kiegészítése” című alapvető célon belül középtávú prioritásként kell kezelni:

- Budapest és Székesfehérvár közelségéből adódó rekreációs, wellness, valamint konferencia turizmus fogadási feltételeinek javítását;
- A turisztikai vonzerőként figyelembe vehető természeti és kulturális értékek turisztikai terméké fejlesztését;
- A települési és gazdálkodási hagyományok átörökítését, a természetkímélő mező- és erdőgazdálkodási rendszerek, fenntartható turizmus működését elősegítő natúrpark intézmények létrehozását;
- A hétfévi kirándulóforgalom fogadási feltételeinek minőségi javítását;
- Az üdülőkörzet arányos, területileg kiegyensúlyozott fejlesztése érdekében - az üdülőkörzeten belül - a hiányzó közlekedési hálózati elemek megépítését, a közlekedési feltételek korszerűsítését, továbbá az IC hálózati elemek megépítését;
- A műszaki infrastruktúrák fejlesztésénél a környezetet kímélő megújuló energiaforrások alkalmazását;
- A települési környezet általános javítását, a turizmus szempontjából fontos üdülő- és gyógyhelyi arculat kialakítását;
- A természetkímélő erdőgazdálkodási módszerek alkalmazásának elterjesztése, a parkerdei fejlesztések, közjóléti erdőgazdálkodás és az élőhelyfejlesztést szolgáló erdőtelepítések támogatása.

117. ábra: „Velencei-tó a Természetes Egészség”⁷



9.3 Helyzetelemzés

A Velencei-tó Helyi Közösség települései (Gárdony, Kápolnásnyék, Nadap, Pákozd, Pázmánd, Sukoró, Vereb, Velence, Zichyújfalu) a Váli Völgy- Vértes- Sárvíz – Mezőföld ölelésében található, a Velencei-tó partján.

A térség gazdasági mutatói alapján az országos átlagnál jobb arányokat mutat. Azonban figyelembe véve az adottságokat, természeti táj, a tó, az épített környezet, az egyedi madárvilág, és a környezetben rejlő lehetőségeket egyértelmű, hogy a fejlődés a kistérségen is túl mutat mind foglalkoztatottságot, mind a jövedelemtermelő képességet tekintve. Az elmúlt években jelentősen visszaesett az idegenforgalomból származó bevétel, jelentősen csökkent a vendégéjszakák száma, ami a legfontosabb megélhetési forrás a kistérségben. A minőségi turizmus kialakítása és megteremtése, helyi szolgáltatások kiszélesítése több munkahelyet teremthet.

A fejlődés lehetséges iránya a Velencei-tó Helyi Közösség, mint modell értékű rekreációs, egészségturisztikai központ, amely lehetőséget teremt az itt élők életszínvonalának minőségi fejlesztésére, és elérhetővé teszi a szolgáltatásokat az ország bármely területén élők számára.

A minőségi innovatív turizmus kialakítása, rekreációs, egészségturisztikai központ megteremtése kínálja a lehetőséget a turizmus fejlesztéséhez.

⁷ Velencei-tó Helyi Vidékfejlesztési Stratégia Vázlat
„VELENCEI-TÓ TERMÉSZETES EGÉSZSÉG”

Természeti és épített környezeti erőforrások

A Velencei-tó Helyi Közösség területe kivételes természeti adottságok, gazdag természeti örökség, kiemelkedő táj-természeti értékek, és ökológia rendszerek jellemzők. A térségben a természeti és épített táji értékek jelentős turisztikai vonzerőt képviselnek, védelmük az élő és megújuló természeti erőforrások érdekében is fontosak. A megőrzött természeti környezet az itt élők és az ide látogatók részére is megteremt a „testi-lelki harmónia”(Cooper), a rekreáció és egészség turizmus alapjait.

A térség több mint 30 műemlékvédelem alatt álló épülettel rendelkezik. A Velencei-tó kiemelt üdülőkörzetben a "fenntartható fejlődés" elve szerint el kell érni, hogy a Velencei-tó térsége, mint biológiai sokféleséget reprezentáló egyedi természeti- táji környezet, másrészt, mint turizmust befogadó és magas szinten kiszolgáló kiemelt régió, mindkét követelménynek maradéktalanul megfeleljen.

A minőségi turizmus és a modell értékű rekreációs és egészségturizmus alapfeltételei adóttak a térségben. Itt található a Közép-Dunántúli régió 6 kiemelt fürdőjéből kettő, az agárdi Gyógyfürdő és a Velencei termálpárt.

Kedvezőek a mezőgazdasági, gyümölcsstermesztés, tájgazdálkodás, biogazdálkodás, és a vízi és szárazföldi turizmus minden ága megtalálható-kialakítható.

Infrastrukturális erőforrások

A térség egy idegenforgalmi folyosóban, központi útvonalak M7-es autópálya, 7-es főút, (6-os, 8-as főút elérhetőségével) mentén található. Ez az idegenforgalmi folyosó az ország egyik térszerkezeti fővonala mentén fekszik, a Budapest-Balaton autópálya és vasútvonalon.

A térség idegenforgalmi potenciálja miatt a jó megközelítésnek kiemelkedő jelentősége van. A centrális elhelyezkedés gazdaságfejlesztő erőként értékelhető. A térség települései sikeres KIOP pályázaton 6 település szennyvíz beruházására és csatornaépítésre kaptak lehetőséget. Felgyorsultak a települések infrastrukturális fejlesztései (szennyvízcsatornázás, vízvezető árkok építése, külterületi utak rendbetétele, strandok, csónakkikötők felújítása, rendbetétele, stb.) Több idegenforgalommal, vendéglátással, informatikával kapcsolatos beruházás is megvalósult. Az önkormányzatok több pályázatot megvalósítottak a falufejlesztés és megújítás tekintetében. A szelektív hulladékgyűjtés, hulladékgazdálkodás és egyéb környezetvédelmet érintő intézkedések tekintetében is különböző fejlesztések indultak el.

Emberi, szakmai, közösségi erőforrások

A térségben legmagasabb az idős korosztály aránya Fejér megyében. Több munkahelyre lenne szükség helyben. A turisztikai szolgáltatások kiszélesítése, a minőségi turizmus több korosztálynak biztosíthat megélhetést a településeken. A civil szféra jelentős, de sok közösség, baráti társaságként működik, hagyományörzés, környezetvédelem, honvédelem, történelmi értékőrzés területén. Jelentős a településeken a kulturális, közösségi rendezvények száma. Kistérségi szüret, Pákozdi csata, Orbán nap, kiemelkedő a Velencei-tavi Nyári Játékok sorozat amely nyári időszakban 8 településen, 8 hétvégén 4 napos program sorozattal várja a nyaralókat és a helyben élőket.

9.4 Hiányosságok

Természeti és épített környezeti erőforrások

Nehézséget okoz, hogy a természeti környezet egyes területeinek más-más kezelője van, ami egyetértés hiányában a fejlesztéseket gátolja. A környezeti tudatosság elégtelensége miatt a terület nem mindenben felel meg az EU-s előírásoknak. Gazdasági szempontból hátrányos a térségi marketing alacsony szintje. A helyi élelmiszergazdasági termékek nem eléggé ismertek. Kevés a helyi, speciális termék. Hiányzik a vonzerők összehangolt bemutatása, az egységes térségi kínálat megteremtése, településkép javítását szolgáló infrastruktúrafejlesztések és az épített örökség helyreállításához, felújításához szükséges tanulmányok, tervek.

Infrastrukturális erőforrások

A térségben hiányoznak a minőségi turisztikai szolgáltatási helyek, szállásférőhelyek. A Tó partfalai, a kiépített strandok elavultak, nem megoldott az akadálymentesítés. A közösségi terek száma alacsony, nincs kistérségi kulturális művelődési központ.

A vasúti személyszállítás minőségi színvonala alacsony, a nagy zajjal közlekedő tehervonatok zavarják a pihenőket.

A települések közötti tömegközlekedés megoldatlan.

Emberi, szakmai, közösségi erőforrások

Kevés a helyi munkalehetőség, magas az ingázók aránya. A munkaképes lakosság körében magas az inaktívak és az ingázók (Budapest, Székesfehérvár) száma. Főleg a nők munkába való visszatérése a család és a közlekedés nehézségei, drágasága miatt nehézkes. Helyben több munkahelyre lenne szükség. A térségben alacsony a képzési hajlandóság.

9.5 „Velencei-tó a természetes egészség”

Jövőkép

A Velencei-tó a testi-lelki harmónia megteremtése, a rekreáció és egészségturizmus turisztikai modellje

Általános célok

Gazdaságfejlesztés:

vállalkozások megerősítése, hálózat fejlesztés, a mikro-vállalkozások fennmaradásáért és megújulásáért

Modell értékű turizmus fejlesztés, innovatív turisztikai szolgáltatások:

a rekreációs és egészség turizmus megteremtésével

Életminőség fejlesztés:

Igényes élettér kialakítása alapvető szolgáltatásokhoz való hozzáférés elérhetőségével és javításával

Fenntarthatóság

Az táji és épített, természeti és kulturális örökség és helyi identitás védelme, megőrzése, megújítása, fenntarthatóság biztosításával

Humánerőforrás fejlesztés

a versenyképes gazdaság, tudás és műveltség növelésével, térségspecifikus fejlesztési programok indításával

Térségi marketing kialakítása

a helyi közösség és a turizmus szolgáltatások elérése érdekében

A Velencei-tó Helyi Közösség célja, hogy a Velencei-tó visszanyerje korábbi népszerűségét azzal, hogy a test-lelki harmónia megteremtésével a rekreáció és egészségturizmus turisztikai modelljét töltse be.

Modell értékű turizmus fejlesztés, innovatív turisztikai szolgáltatások: a rekreációs és egészségturizmus megteremtésével.

A gazdaságfejlesztési célrendszer intézkedéseinek megvalósulását a modell értékű turizmusfejlesztést, az általános célok szoros összefüggésben történő megvalósítása biztosítja.

- Növelni kívánjuk a térség hozzáadott értékét, az innovatív turisztikai szolgáltatások fejlesztésével
- Rekreációs programcsomagok összeállítása, célcsoportok szerint
- Egészségturisztikai szolgáltatások fejlesztése
- Munkahelyteremtő- és megtartó fejlesztések támogatása
- Speciális helyi termék előállítás, feldolgozás és kapcsolódó marketing támogatás
- A gazdasági szereplők hálózatba tömörülése, mikro-vállalkozások erősítése, a térség sajátosságaira alapozva
- A helyi jövedelemszerzés
- A mezőgazdasági termelés és termékfeldolgozás, valamint a helyi értékesítés összekapcsolása a falvak turisztikai kínálatával
- Térségi vállalkozások turisztikai szolgáltatók együttműködésének kialakítása
- Informatikai és infrastruktúra fejlesztés
- Minőségbiztosítási rendszerek bevezetése
- Minőségi szolgáltatások biztosítása
- A már működő szálláshelyek és szolgáltatások megújítása, korszerűsítés és fejlesztés, piacra jutás segítése, új falusi szálláshelyek létrehozása,
- Szemét és hulladék újrahasznosítása, környezet és tájvédelem

9.6 Erőforrások felhasználása - Infrastrukturális erőforrások

A térség idegenforgalmi potenciálja miatt a jó megközelíthetőségnek kiemelkedő jelentősége van. (Budapest – Székesfehérvár – Balaton vonal és az M7-es autópálya, valamint a 7-es számú főút, amelyek mellett található nem csak a megye, de az ország egyik legfontosabb térszerkezeti fővonala is)

Térségünk vonzóbbá tételével, a minőségi turizmus feltételeinek kialakításával kívánjuk kihasználni a kedvező infrastrukturális helyzetünket.

Növeljük a programok, attrakciók számát és minőségét, hogy a jó megközelíthetőséggel elérhető térségünk minél nagyobb számú látogatót vonzzon és a vendég éjszakák száma emelkedjék.

Hiányosságok kezelése

A szolgáltatás szempontjából egységes területrészeknek sok helyen több kezelője van, ami nehezíti a megegyezést, így a fejlődés gátja.

Nem alakult ki egységes marketing a térségre, meg kell teremteni a hálózati marketinget.

Gazdag vonzerővel bíró térség egységes bemutatása is hiányzik, a marketingfejlesztés, belső-külső PR.

Forráshiány a helyi vállalkozásoknál a stagnáló visszafejlődő idegenforgalom miatt mikrovállalkozások megerősítése, bekapcsolódás a térségi kínálatba.

Összhang a meglévő programokkal

A Velencei-tó Helyi Közösség stratégia programjának alapjait a fejlesztési tervek célkitűzései határozták meg, összhangban a térség fejlesztési elképzeléseivel, a kistérségi fejlesztési programokkal, a településfejlesztési koncepciókkal. Teljes egészében alkalmazkodva az országos és regionális fejlesztési elképzelések és célkitűzések prioritásaihoz. (lásd: irodalomjegyzék)

1. Szolgáltatásfejlesztés, életminőség javítás

A helyi közösség települései karakterisztikusan elkülöníthetők egymástól, változatos, egyedi szolgáltatásokat nyújtó mégis szinergikusan együttműködőek. Verek a „zöld völgy” az ifjúsági turizmustól a senior programokig, Velence a Virágos fürdőváros, „VELENCEI-TÓ TERMÉSZETES EGÉSZSÉG „,

SZEGMENS PIACKUTATÓ 2009

Sukoró az üdülőfalú, Zichyújfalú az ifjúság parkja, Pákozdi a „Huszár-mente”, Kápolnásnyék a szolgáltató település, Nadap a pihenés tere, Gárdonyi a négy évszakos üdülőváros, Pázmánd a természetes bor kultúra megújítója.

A fenntarthatóság megkívánja, hogy saját egyedi értékeik és sajátosságaik mellett, az együttműködésben, közös programok, fejlesztések, beruházások valósuljanak meg. Párbeszédben egymással és egymást erősítve.

Célunk a település élhetőbbé és látogatók számára vonzóbbá tétele. A helyi közlekedés fejlesztése, a közterek, parkok, utcák, partok, strandok megújítása, partfalak védelme. Az illegális hulladéklerakók felszámolásával és higiéniai feltételek javításával kulturális életterek kialakítása.

Közösségi tér, kulturális és szabadidős szolgáltatások infrastrukturális feltételeinek megteremtése, több funkció betöltésére is alkalmassá tétele.

Integrált kistéleplési közösségi és szolgáltató tér kialakítása, önkormányzati szolgáltatások fejlesztése, világháló népszerűsítése.

Erőforrások felhasználása

Maga a Velencei-tó, a természetvédelmi területei, a geológiai képződményei - sorolhatnánk az értékeinket – ezek mind arra köteleznek bennünket, hogy védjük, ápoljuk és a fenntartható bemutatást is biztosítsuk szolgáltatókon keresztül. A helyi erők összefogásával, a köz-és magánszféra szervezetivel segíteni kell az idegenforgalmi struktúra fejlesztését, koncentrálni az erőforrásokat. Alapot szolgáltatva a természet és tájvédelem biztosítására, az ide látogatók és az itt élők számára egyaránt. A meglévő infrastruktúrák fejlesztése, a turizmus és az itt élők életkörülményeinek javítása érdekében. A helyiek is ismerjék meg környezetüket, fedezzék fel saját értékeiket, érezzék magukénak a saját és környező tereket. A vidék előnyeinek kihasználása, felzárkóztatás a városi életszínvonal elérhetőségeihez.

Sok összetevőből álló komplex általános cél, amelyen keresztül kívánjuk megvalósítani egy érdekes, a turisták számára is vonzó életteret. Itt szeretnénk támogatni rekreációs-, vízi-, falusi-, öko-, kerékpáros-, gyógy-, horgász-, vadász-, bakancsos-, családi-, termál turizmust.

Hiányosságok kezelése

A Velencei-tavi idegenforgalmi és szolgáltatások hiányosságainak figyelembe vételével kívánjuk az egységes szempontok alapján- a térség gyengeségeit felszámolni. Segíteni az ide látogatók számára biztosított szolgáltatások érték és ár arányának megfelelőségét.

A turizmusnak nincs egységes marketingje, ami segítené a természeti és épített örökség bemutatását. Hiányzik a helyi attrakciók és rendezvények összehangoltságára, mindezekhez igénybe kívánjuk venni az általános céloknál megfogalmazottak alapján, a különböző szférák közötti koordinációt, közös marketing segítségével vezetne a kitűzött célok eléréséhez.

Összhang a meglévő programokkal:

A Velencei-tó Helyi Közösség stratégia programjának alapjait a fejlesztési tervek célkitűzései határozták meg, összhangban a térség fejlesztési elképzeléseivel, a kistérségi fejlesztési programokkal, a településfejlesztési koncepciókkal. Teljes egészében alkalmazkodva az országos és regionális fejlesztési elképzelések és célkitűzések prioritásaival.

Összefüggések

A turizmusnak, mint a térség meghatározó kitörési lehetőségének jelentős multiplikáló hatása van. . A minőségi és innovatív turisztikai szolgáltatások fejlesztése hozzájárul a térség gazdasági szerkezetének átalakításához, fejlesztéséhez. A turizmusból származó jövedelem erősíti a helyi gazdaságot, ezáltal hozzájárul az életminőség javításához.

A lakosság környezet és egészségtudatosságának növelése magával vonja a természeti környezet és így a vidéki táj rekreációs célú felértékelődését. Az irányított modell egészségturizmussal nem csak az itt élők életminősége javul, hanem a szolgáltatásokat igénybe vevő ide látogatóké is.

A gazdasági fejlesztési célkitűzések megvalósítása megalapozza a turisztikai fejlesztéseket, a szolgáltatói háttér biztosításával, így a községekben élők új irányokat találhatnak.

Az irányított turizmus a táj, a természet, és az épített örökség védelmét is szolgálja.

A gazdasági szereplők hálózatba tömörülése növelhető a szolgáltatások színvonala, és az idegenforgalomból, turizusból származó bevételek helyben maradnának.

Rekreációs és egészségturisztikai innovatív szolgáltató programcsomagok új lehetőségeket teremtenek, a belső-külső PR és marketing együttes kialakításával.

A fejlesztési program a meglévő, működő erőforrásokra támaszkodik, a minőségi innovatív turisztikai programkínálat, a hozzá kapcsolódó gazdasági fejlesztések biztosítják a táj és természeti értékek és környezeti terhelés védelmét, a háttér települések bekapcsolódását az egyenletes turisztikai terhelés kialakításában.

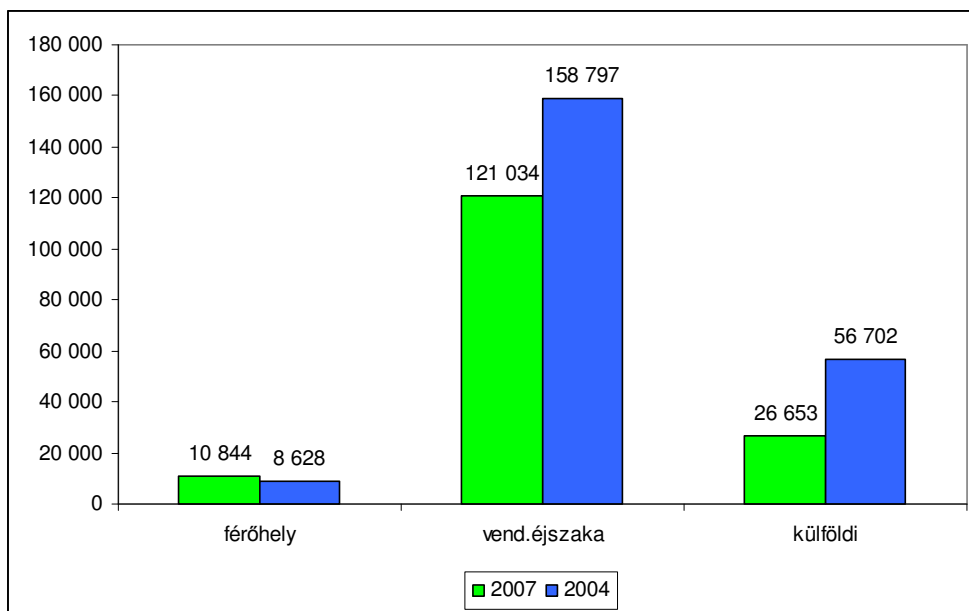
A térség fenntartható fejlesztése kapcsolt szolgáltatások bevezetését is feltételezi, hálózat és kapcsolatépítéssel, tájékoztatókkal, fórumokkal, konferenciákkal, kiadványokkal vonjuk be a lakosságot és a turistákat a természeti erőforrások védelmére, és a fenntarthatóság érdekében.

Esélyegyenlőség

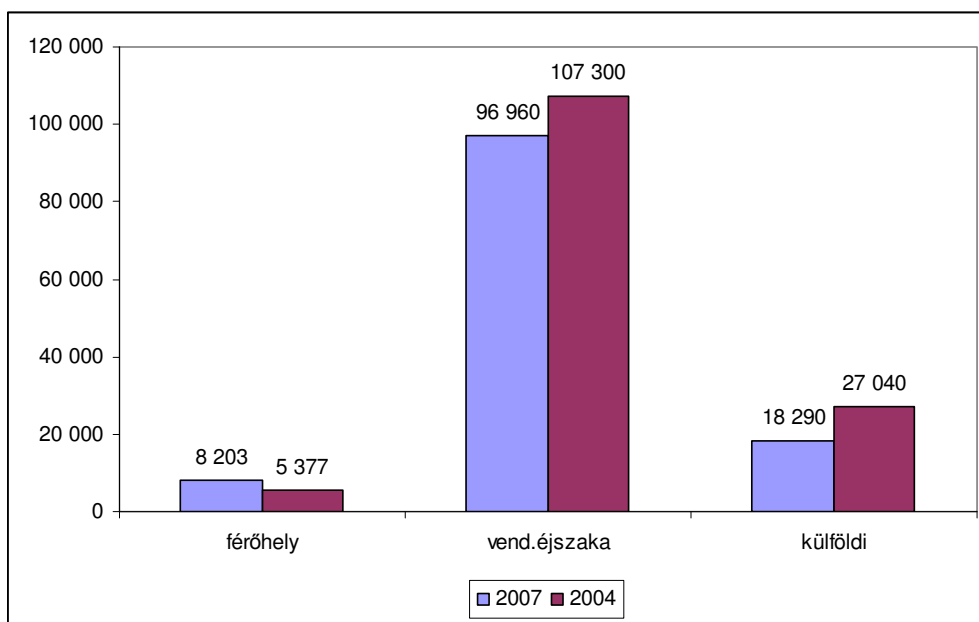
A térség esélyegyenlőségét adottságai révén elsősorban a nők munkaerő piaci esélyeinek növelésében határozzuk meg. Az inaktív, kismamák, betelepülők munkához jutási esélyeit szolgálják a gazdaságfejlesztési elképzelések megvalósításai. A munkaerő-piaci reintegrációt segítik a speciális képzések és a nyelvoktatás szakképzetlenektől a diplomás pályakezdőkig. A térségben speciális iskola és kollégium található a helyi közösség eddig is kiemelt figyelmet fordított az integrációjukra, mozgássérült klubok is működnek a térségben. Az akadálymentesítést kiemelt feladatként kezeljük.

9.7 Kereskedelmi és magánszálláshelyek változásai a Velencei-tó térségben

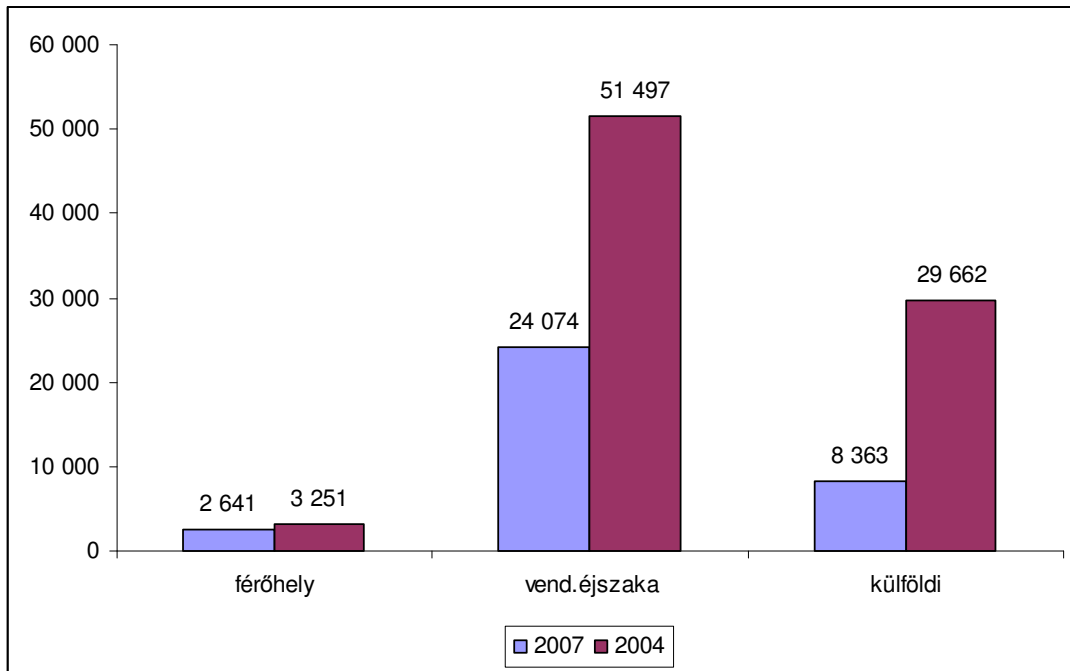
118. ábra: Kereskedelmi és magánszálláshelyek Gárdonyi kistérség 2004/2007



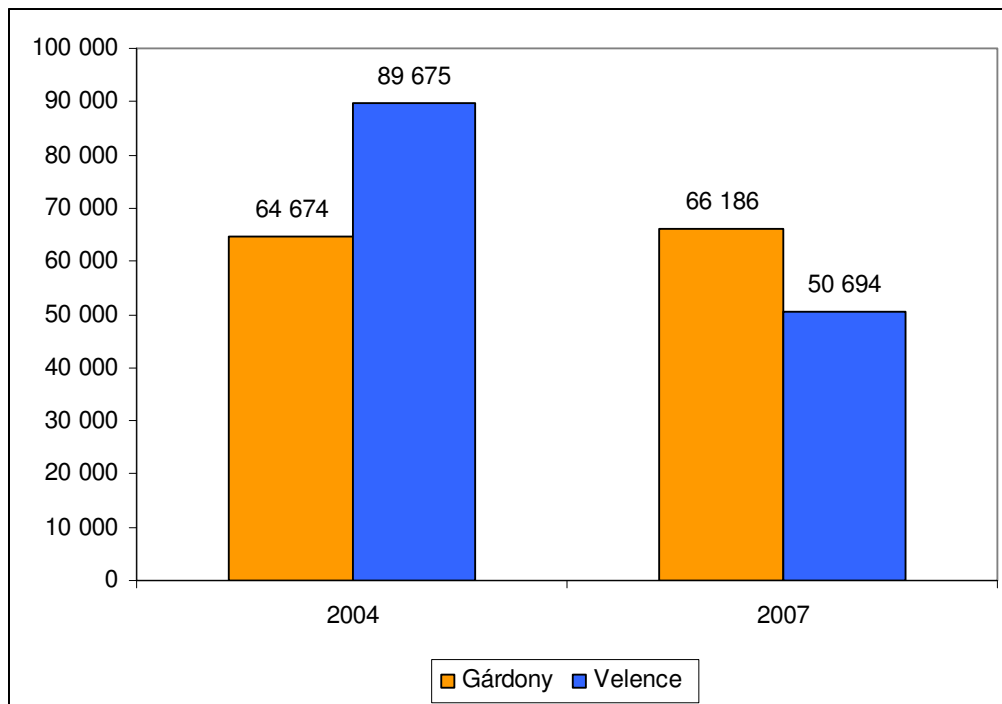
119. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek Gárdonyi kistérség 2004/2007



120. ábra: Magánszálláshelyek vendégforgalom Gárdonyi kistérség 2004 /2007



121. ábra: Vendégéjszakák számának alakulása Gárdony Velence 2004/2007



9.8 Korábbi fejlesztési terveknek a tervezési területre gyakorolt hatásai

A Gárdonyi kistérségben 34 nyertes pályázat volt az NFT I. 2004-2006-os időszakában. Ebből AVOP 16 db, GOP 14 db, HEFOP 2 db, KIOP 1 db, ROP 1 db pályázat volt, 6 520 109 720 Ft összértékben. A legnagyobb elnyert pályázat kistérségi szintű, KIOP - s pályázat volt a „Velencei-tavi regionális szennyvízelvezető-, tisztító rendszer bővítése, fejlesztése”, közel 5,4 milliárd forint értékben, mely 6 településen valósult meg.

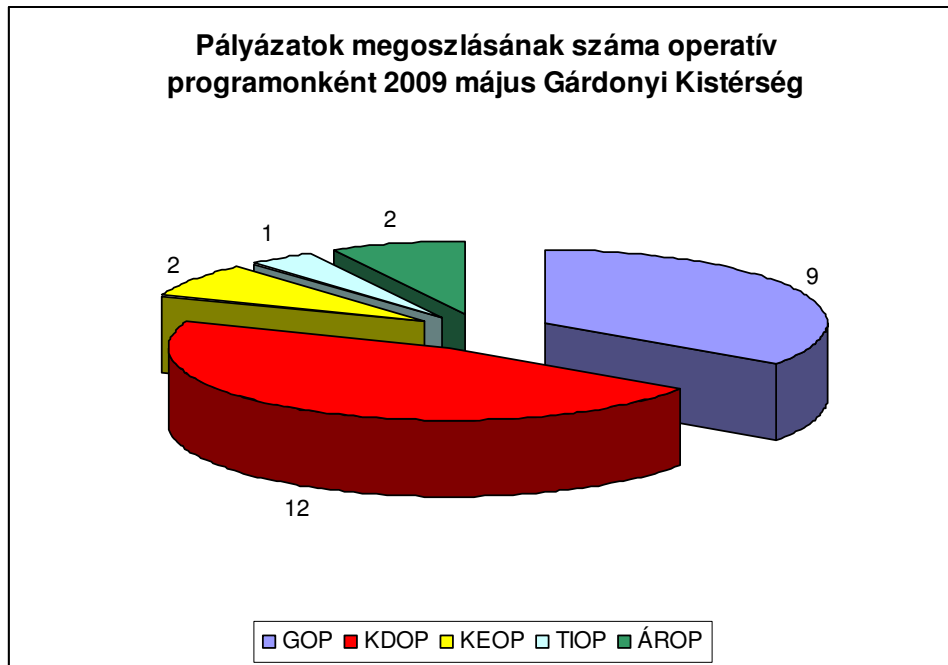
A számokból is látszik, hogy a KIOP beruházástól eltekintve a pályázati kedv nem volt túl erős a térségben, 2007-től azonban megmozdult a Tó környéki önkormányzatok és vállalkozások vállalkozói kedve, talán annak köszönhetően, hogy több nagyobb beruházás is elindult a térségben, és így lehetőséget látnak a fejlődésben.

Ennek pozitív hatásai ma már érezhetőek több jelentős projekt megvalósulása indult el.

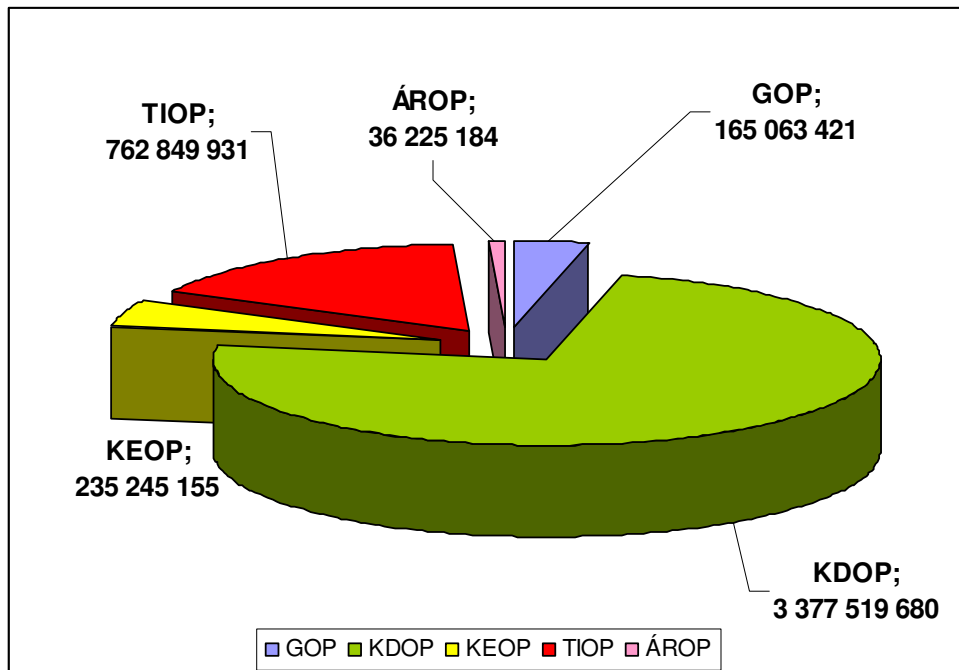
A Velencei-tó Helyi Vidékfejlesztési stratégia programjának alapjait az alábbi dokumentumok és fejlesztési tervek célkitűzései határozták meg, összhangban a térség fejlesztési elképzeléseivel:

A Velencei-tó Helyi Vidékfejlesztési Stratégia programjának alapvető célja a „1117/2005. (XII. 14.) Korm. H. a Velencei-tó-Vértes Kiemelt Üdülőkörzet Területfejlesztési Programjáról „ határozat és a kilenc település szükségleteinek feltérképezése mentén formálódott, emellett Új Magyarország Vidékfejlesztési Program 2007, Közép –Dunántúli Régió Operatív Program (2007-2013), Nemzeti Turizmus Stratégia (2006), Közép-Dunántúli Innovációs stratégia (2005), Fejér megyei Agrárstratégia (2004), Egészségturizmus (2007), Velencei-tó Vértes Területfejlesztési Tanács (2006), Településfejlesztési koncepciók (Gárdony 2007, velence, Sukoró), Gárdonyi Kistérség Agrár és Vidékfejlesztési Stratégiai Programja (2004).

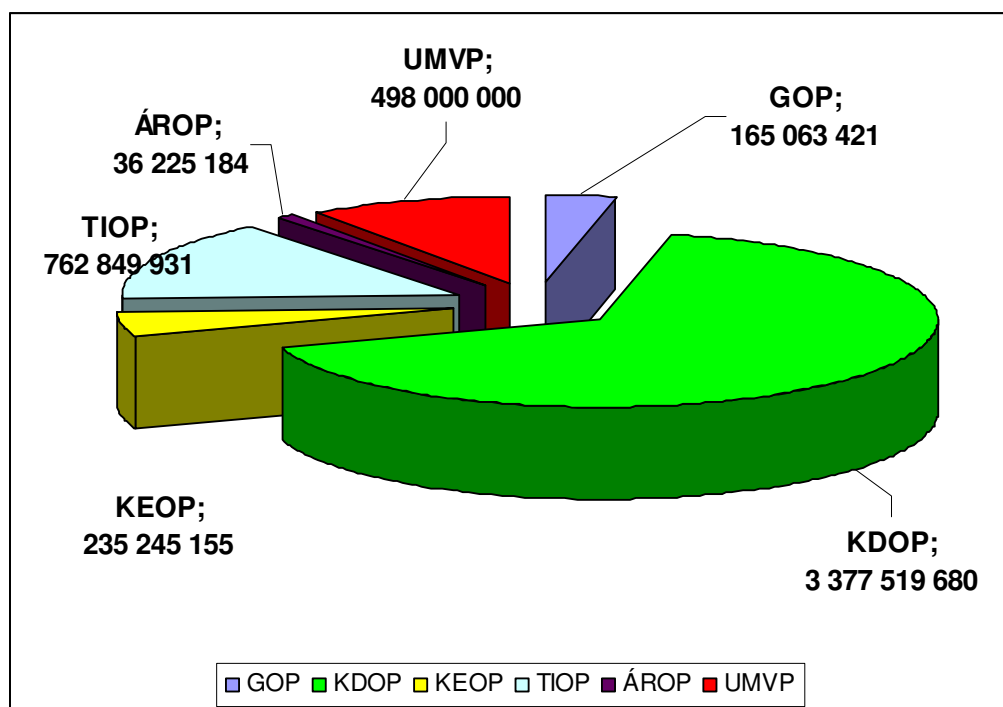
122. ábra: Pályázatok megoszlásának száma operatív programonként 2008- 2009



123. ábra: Nyertes pályázatok, 4 576 903 371 Ft. 2009 május Gárdonyi Kistérség



124. ábra: Gárdonyi Kistérség 2009 május⁸
UMFT, UMVP nyertes pályázatok 5 074 903 371.-Ft



A Velencei-tó kilenc településének gazdasági és turisztikai fellendülését a meglévő gazdag kulturális és örökségvédelmi hagyományok mellett jelentősen elősegíti a beinduló projektek megvalósítása. A tavat körbe ölelő fejlesztések, a meglévő vonzerők kiegészítése új attrakciók bevonásával, túlmutat a kistérség, megye, és a régió területein is.

A széles skálájú, rendszerezett, lendületes beruházások Velencei-tó országos ismertségét támogatja, növelheti a külföldi beutazási forgalmat is, és olyan kulturális, történelmi értékek fenntartását biztosítja amely országos érdek.

Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program keretében megvalósuló fejlesztések, kapcsolódva a nagy beruházásokhoz, a háttér települések felzárkózását gyorsíthatja, és a turisztikai szolgáltatások skáláját szélesíti. Fellendülhet a falusi turizmus, a kerékpár-bakancsos turizmus, öko-természeti értékek válnak elérhetővé, megújulhatnak a települések közterei, szolgáltatásai.

Az itt élők életminősége, komfortérzete jelentősen javul, a helyi identitás megerősödik.



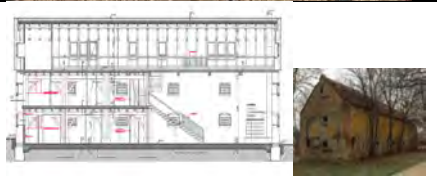

⁸ Időközben az UMVP nyertes pályázatok 2 db IKSZT pályázattal bővült (+ 100 millió.-Ft)

125. ábra: Országos műemlékvédelem alatt álló Velencei-tó nevezetességek ⁹

sorszám	település neve	műemlék neve	törzsszám
1.	Kápolnásnyék	Vörösmarty Mihály Emlékház, Múzeum	1711
2.	Kápolnásnyék	Vörösmarty Emlékmúzeum Parkja, HJTT	
3.	Pákozd	Római Katolikus Templom	1723
4.	Pákozd	1848-as Emlékmű	9697
5.	Pákozd	Lakóház	9737
6.	Pákozd	Református Templom	1724
7.	Pákozd	Pákozdi Ingókövek, OJTT	
8.	Pákozd	Dinnyés-Fertő, OJTT	
9.	Pákozd	Velence-tavi Madárezervátum, OJTT	
10.	Pákozd	Gyurgyalag Telep, HJTT	
11.	Pázmánd	Római Katolikus Plébánia Templom	1732
12.	Pázmánd	Mária-Oszlop	1733
13.	Pázmánd	Jezsuita Rendház	1734
14.	Pázmánd	Nepomuki Szent János Szobor	10446
15.	Pázmánd	Pázmándi Kvarcitsziklák, HJTT	
16.	Sukoró	Lakóház	9917
17.	Sukoró	Lakóház	170
18.	Sukoró	Lakóház	8467
19.	Sukoró	Lakóház és Gazdasági Épület	9677
20.	Sukoró	Lakóház	10191
21.	Sukoró	Lakóház és Gazdasági Épület	9162
22.	Sukoró	Lakóház	10670
23.	Sukoró	Lakóház és Gazdasági Épület	9402
24.	Sukoró	Lakóház és Gazdasági Épület	8401
25.	Sukoró	Lakóház és Gazdasági Épület	9081
26.	Sukoró	Lakóház	9334
27.	Sukoró	Lakóház;Tájház	1739
28.	Sukoró	Lakóház	1740
29.	Sukoró	Lakóház	9004
30.	Sukoró	Gyapjaszsák, HJTT	
31.	Sukoró	Meleghegyi Gránitsziklák, HJTT	
32.	Vereb	Római Katolikus Templom	1619
33.	Zichyújfalu	Zichy-kúria	10320
34.	Velence	Sírkövek	1751
35.	Velence	Meszlényi-Kastély	10453
36.	Velence	Római Katolikus Templom	1748
37.	Velence	Beck-Kastély	10452
38.	Velence	Nepomuki Szent János Szobor	1752
39.	Velence	Lakóház	9725
40.	Gárdony	Gárdonyi Géza Szülőháza Múzeum	1706
41.	Gárdony	Római Katolikus Templom	1705
42.	Gárdony	Nádasdi Obeliszk	10130
43.	Gárdony	Református Templom	1704
	Nadap	NATURA 2000	

⁹ A lista nem tartalmazza a Helyi Védelem alatt álló helyeket

126. ábra: A Velencei-tó fejlesztés alatt lévő vonzerő, és attrakció részleges bemutatása¹⁰

<p>DINNYÉSI HAGYOMÁNYŐRZŐ KÖZPONT</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ turisztikai információs és fogadó központ, ▶ turisztikai programok minden korosztály számára, ▶ skanzen-jellegű kialakítás rendezvények, előadások, koncertek, kiállítások ▶ oktatóközpont, alkotóház
<p>CHERNEL ISTVÁN MADÁRVÁRTA</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ madármegfigyelés, ismeretterjesztő programok, bemutatók, kiállítások, ▶ természetvédelmi nevelés ▶ kutató-bázis, nemzetközi ornitológiai kutatóközpont
<p>VELENCEI-TAVI GALÉRIA</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Velencei-tavi művészek kiállításai, műtermek, ▶ fotó- és történelmi kiállítások, ▶ rendezvények
<p>MADÁRDAL TANÖSVÉNY</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ a projekt elemek komplex összekapcsolása, ▶ természeti értékek bemutatása, ▶ természeti és kulturális örökség védelmének tudatos nevelése, ▶ aktív turizmus, ▶ környezetismeret oktatása, ▶ környezettudatos nevelés

¹⁰ A lista nem tartalmazza az összes fejlesztést
„VELENCEI-TÓ TERMÉSZETES EGÉSZSÉG „

<p>PÁKOZD-MÉSZEG-HEGYI TEMATIKUS ÚT KIALAKÍTÁSA</p>		<ul style="list-style-type: none"> - a mészeg-hegyi katonai emlékhely új elemekkel történő fejlesztése, - a pákozdi 1848-as emlékmű felújítása és a környezetének a rendezése, - az 1848-as történelmi eseményekhez szervesen kapcsolódó sukorói Haditanács Emlékpont anyagának bővítését
<p>NAPSUGÁR-PART</p>		<p>A Napsugár strand és környéke, a hajókikötő, csónakkikötő és környéke megújul. Nyári kulturális és ifjúsági központ , központi sétány, kalandpark és egy vízes játszótér épül. Színvonalas vendéglátó egységek kialakítása.</p>
<p>NAUTIS HOTEL</p>		<p>A gárdonyi VITAL HOTEL NAUTIS **** superior wellness és konferenciaszálloda megvalósítása</p>
<p>VELENCEI-TÓ KAPUJA</p>		<p>10 projektelemet magába foglaló beruházás, sétányok kialakítása, Lídó sétánnyal, parkosítás, rendezvényter szökőkúttal, fedett korzó zárt és nyitott sétánnyal,</p>
<p>ÚJ MAGYARORSZÁG VIDÉKFEJLESZTÉSI PROGRAM</p>		<p>Négy tengely</p> 
<p>LEADER PROGRAM</p>		<p>Velencei-tó Helyi Vidékfejlesztési Stratégia alapján kb. 60 projekt megvalósulása</p>

<p>UMVP III. TENGYELY</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Mikroállalkozások létrehozása és fejlesztése; • Turisztikai tevékenységek ösztönzése; • Vidéki örökség megőrzése; • Falumegújítás és fejlesztés jogcím
<p>UMVP IKSZT</p>		<p>Integrált Közösségi Szolgáltatótér (IKSZT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pázmánd • Sukoró
<p>A VELENCEI-TÓ KÖRÜLI EGYSÉGES KERÉKPÁRÚT HÁLÓZAT BEFEJEZŐ SZAKASZÁNAK KIÉPÍTÉSE - I. ÜTEM</p>		<p>Kerékpárút Hálózat Kiépítése</p>
<p>KISTÉRSÉGI JÁRÓBETEG SZAKELLÁTÓ KÖZPONT LÉTESÍTÉSE A GÁRDONYI KISTÉRSÉGBEN</p>		<p>A projekt megvalósítása során a Velencei-tavi kistérség 7 településének + (Martonvásár) zöldmezős beruházással egy új járóbeteg-szakrendelő épül. Amely az idegenforgalmi</p>

A marketing szerepe és jelentősége

Marketing jelentősége: Olyan tevékenységrendszer, eszköz- és módszertár, amely érvényesíti a vállalkozás fogyasztó- és piacorientált szemléletét.

A Velencei-tó egységes arculatának megteremtése sürgető feladat, megfelelő kommunikációja, a TÓ újrapozicionálása, az értékek bemutatása, egyedi marketing stratégia kialakítása elengedhetetlen. A tájékoztató anyagok, információs füzetek, bemutató táblák meglehetősen hiányos, irodalmi, kulturális értékeket bemutató kiadványok nem reprezentálják a kivételes adottságokat. A marketingkommunikáció vezérfonalát közös együttműködésben kell kialakítani a területen.

9.9 Általános háttér információk

A turizmus rendszere és környezete

A turizmus, mint jelenség a világ legösszetettebb jelenségeinek egyike. Sokoldalúsága és összetettsége már rövid szakmai elmélyülés során is nyilvánvaló. **A feladat tehát, hogy a turizmus interszektorális és interdiszciplinális folyamatait és kölcsönhatásait világosan és egyértelműen bemutassuk. Elsősorban azonban a turizmust, mint rendszert vizsgáljuk, és a rendszer megismerésével együtt (hiszen nem létezhet csak önmagában) igyekezzünk a jelenséget megérteni.**

127. ábra



Forrás: Dr. Lengyel Márton: A turizmus rendszere és környezete

A turizmus, mint nyitott és dinamikus rendszer a környezetével aktív kölcsönhatásban áll. A környezet változásaira nyitott, a változásokat folyamatosan érzékelve alakul és formálódik. A kölcsönhatások révén a környezeti hatások folyamatosan éreztetik hatásukat a rendszer működésére.

A rendszer és környezete elemzésével világossá válnak a fenti mondatok:

A **gazdasági környezet:** a küldő és fogadó országok általános gazdasági színvonalát mutatja meg, de megmutatja a kereslet nagyságát és a kínálat minőségét, összetételét is.

A **politikai környezet:** az utazási lehetőségeket befolyásolja. A polgárháború sújtotta, politikailag bizonytalan térségbe nem szívesen vagy egyáltalán nem utaznak turisták.

A **kulturális környezet:** A turizmus egyik legfontosabb vonzereje egy adott ország kulturális látnivalóinak megtekintése.

A **társadalmi környezet:** a turizmus csak azokban a társadalmakban válhat és válhatott fontos jelenséggé, ahol adottak az utazás gazdasági feltételei és az utazás érték.

A **természeti környezet:** a turisztikai attrakciók egyik legfontosabb meghatározója. A turizmus olyan természeti adottságokat is vonzerőként jelentet meg, amelyek sem a mezőgazdaság, sem más gazdasági tevékenység számára nem alkalmas.

Sőt a természet utáni emberi vágyakozás óriási turisztikai vonzerőt jelent: nemzeti parkok látogatása,

„VELENCEI-TÓ TERMÉSZETES EGÉSZSÉG „

SZEGMENS PIACKUTATÓ 2009

ökoturizmus.

A **technológiai környezet:** a turizmus egyik alapadottsága. a technológiai környezet fejlődése, ezen belül az alpinfrastruktúra, közlekedés, távközlés, kommunikáció fejlődése meghatározó volt és lesz a turizmus fejlődésére.

A **turizmus rendszere két alrendszerből tevődik össze.** A két alrendszert, a **keresletet** (a turista) és a **kínálatot** (turisztikai termék), három rendszer köti össze:

- **marketing:** a fogadóterületről a turista felé irányul.
- **közvetítő szektor:** utazásszervező (touroperator) és utazási ügynökség.
- **utazás:** a turista utazása a küldőterületről a fogadóterületre.

A kereslet elemei

- **motiváció - az utazásra ösztönző belső emberi indíték**
- **diszkracionális, avagy szabadrendelkezésű jövedelem (az alapvető emberi szükségletek kielégítése után a jövedelemből fennmarad)**
- **szabadidő**

A kínálat elemei

- **vonzerő vagy attrakció**
- **szállás**
- **étkezés**
- **közlekedés**
- **egyéb infrastruktúra**
- **szórakozási lehetőségek**
- **kultúra**
- **vendégszeretet**
- **biztonság, higiéné**
- **turisztikai szervezetek**
- **árak**

Az idegenforgalmi kereslet

A turizmus rendszere akkor működik, ha a kereslet és a kínálat egymásra talál. A rendszer a turizmus piaca. A turizmus rendszere egész bolygónkat jelentheti. A következőkben azt vizsgáljuk, miként működik a rendszer? Miért találhat a kereslet és a kínálat egymásra?

A motiváció

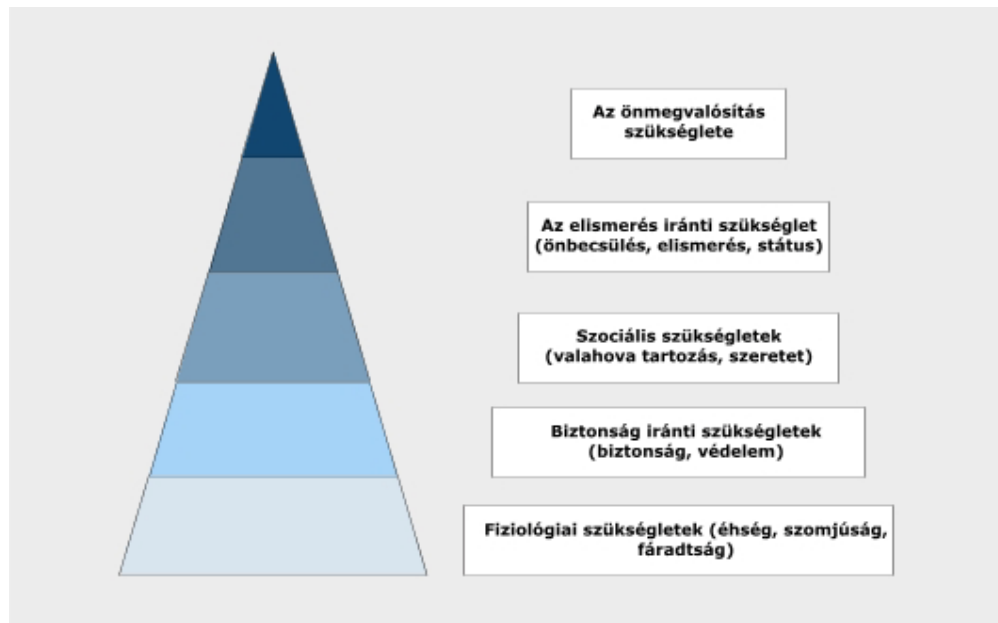
A kereslet és kínálat egymásra találásának alapfeltétele, hogy a leendő turistának legyen késztetése, motivációja arra, hogy elhagyja lakóhelyét és valami mást, változatosságot keressen.

Az emberi cselekvést a szükségletek kielégítésére irányuló feszültség, hiányérzet mozgatja, motiválja. Az emberek számára szükséges javak és szolgáltatások megszerzésére irányuló konkrét formában jelentkező hajtóerőt igénynek nevezük. Az **igény** már konkrét formában jelentkező szükséglet, amely egy meghatározott termékre irányul. A **kereslet** olyan igény, amely mögött fizetőképes vásárlóerő és hajlandóság jelentkezik. Az **utazási motivációk** összhangba hozhatóak a Maslow-féle szükséglet-hierarchia elmélettel.

Maslow elmélete szerint a szükségleteknek létezik egy hierarchiája (a szükséglet-hierarchia), mely az alapvető biológiai szükségletektől olyan komplexebb pszichológiai motivációkig terjed, melyek csak akkor válnak fontossá, ha az alapvető szükségletek már kielégülést nyertek. Az egyik szinten lévő szükségleteket legalább részben ki kell elégíteni, mielőtt a felette lévő szint szükségletei a cselekvés jelentős meghatározóivá válnak.

Az emberi szükségletek öt, hierarchikusan egymásra épülő kategóriába csoportosította:

128. ábra



Maslow rendszerében tehát ezek a szükségletek egymásra épülnek, egyik szint kielégítése a következő szint motivátoraként jelentkezik.

A Maslow-féle szükségletek és a turizmus szakirodalmában idézett motivációk:

Maslow-féle szükséglet	Utazási motívum	Referenciák a turisztikai szakirodalomból
Fiziológiai	Kikapcsolódás	Menekülés Kikapcsolódás Feszültség levezetése Napfény keresése Fizikai kikapcsolódás
Biztonság	Biztonság	Egészség Regeneráció Megelőzés
Valahová tartozás	Szeretet	Családi együttlét Rokonság ápolása Társaság A társadalmi kapcsolatok ápolása Gyökerek keresése

Megbecsülés	Státus elérése	Etnikum Saját teljesítmények megbecsülése Fontosságunk elismertetése másokkal Tekintély Társadalmi elismertség Önfitogtatás Szakmai/üzleti Személyes fejlődés Státus és tekintély
Önmegevalósítás	Legyünk tisztában igazi természetünk-vel	Önfelfedezés és -értékelés Belső vágyak kielégítése
Tudni és megérteni	Ismeretszerzés	Kulturális/nevelési Csodavárás / érdeklődés új témák iránt Szellemi kikapcsolódás
Esztétikai	A szépség értékelése	Környezet Tájkép

Forrás: Mill-Morrison: The Tourism System, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J.,
1985 - Lengyel Márton 1992.

A szabadidő eltöltésének igénye illetve az utazási motivációk minden esetben visszavezethetők a fenti szükségletek valamelyikére. A keresletet az utazási motiváció dominálja, amely a meglátogatandó célterület, **desztináció** valamely vonzerejére (attrakciójára) vonatkozik.

A **kereslet** és **kínálati** rendszer legerősebb kapcsolódása és mozgatórugója a **motiváció és a vonzerő** (attrakció) egymásra találása. E kettőnek egymásra találását mozdítja elő, segíti a **marketing** tevékenység, amely a fogadóterület felől irányul a küldő terület felé. A kapcsolódás következő eleme a **közvetítő szektor**, amely eljuttatja a turistához a kínálat elemeit. **A kereslet és kínálat kapcsolata a turistának a fogadóterületre való utazásával valósul meg. Ehhez szükséges két alapfeltétel is, a szabadidő és a szabadrendelkezésű jövedelem.**

Szabadidő

A turistának az utazás megvalósításához szabadidőre, előre tervezhető, fizetett szabadságra van szüksége. A fizetett szabadság mértéke a Föld országaiban nagyon eltérő. Európa fő küldő területein (jellemző a 30-40 napos fizetett szabadság) akár több utazással tervezett szabadságot is lehet elképzelni.

Szabadrendelkezésű jövedelem

Az utazás egyik feltétele az ún. szabadrendelkezésű jövedelem (diszkrecionális) jövedelem. Az **alapvető szükségletek kielégítése (étkezés, lakás, öltözködés) után további szükségleteink kielégítésére használhatjuk a szabadon felhasználható jövedelemrészt.** Itt jelentkezik a **fogyasztói társadalom** szerepe abban, hogy terméket, vagy a megfoghatatlan utazást választják. Egy négyszemélyes, átlagos apartman a mediterrán térségben közel azonos értéket képvisel egy jobb minőségű háztartási hűtőszekrényel. Egy kétszemélyes kéthetes körutazás távoli kontinenseken, akár egy városi kisautó árát is jelentheti.

Az idegenforgalmi kínálat

Az idegenforgalmi kínálat a turizmus rendszerének, avagy a piacnak egyik fő összetevője. **A kínálat alapja a turisztikai termék, amely a vonzerőn (attrakción) alapuló szolgáltatások összessége.** A turisztikai termék lényege, hogy **szolgáltatásokból áll. A turista számára a komplex szolgáltatáshalmaz jelent terméket, hiszen valamennyi szükségletét ki kell, hogy elégítse.**

A turisztikai termék fő jellemzői:

- **megfoghatatlanság:** nem konkrét terméket vásárolunk, hanem egy emléket, hiszen az utazás után nem marad más, mint néhány apró emléktárgy, kavics a tengerpartról, fénykép, videofelvétel
- **egyidejűség:** a termék előállítás és fogyasztása egy időben történik, és ennek aktív közreműködője, részese a turista is

- **a minőség ellenőrzése:** és egységesítése nehéz, függ a személyzet, a közreműködők munkájától és a turista viselkedésétől is
- **veszendőség:** a turisztikai szolgáltatások nem raktározhatóak. A ma el nem adott szállodai férőhely a következő nap már nem értékesíthető. Az el nem adott repülőjárat-hely a következő napon már nem eladható. A szolgáltatók igyekeznek maximális kihasználtságra törekedni, ezért nagyon sok esetben túlfoglalják a kapacitásaikat, bízva abban, hogy nem minden megrendelő fogja azt igénybe venni. Jó példa erre a magyarországi Forma I-es futamok időszaka, amikor előfordult, hogy Kecskeméten vagy Veszprémben jutott szálláshoz a turista. A légitársaságoknál rendszeres az 'overbooking', ami azzal jár, hogy a beszállás vége felé jelentkező utas nem fér fel a járatra, vagy kerülő úton jut el a céljához. Egyes légitársaságok az ilyen utasoknak extra szolgáltatásokat ajánlanak fel, amellyel igyekeznek enyhíteni az idővesztés okozta kényelmetlenségeket.
- **szezonalitás:** a szezonon kívüli időszakban nagyon nehéz, vagy egyáltalán nem lehet értékesíteni a szolgáltatásokat és nem lehet raktározni a szezonra. A szezonális problémájára különféle lehetőségek adóttak. A szezonon kívüli időszakokra árengedményeket lehet alkalmazni, vagy egyéb szolgáltatásokat felár nélkül beleépíteni a szolgáltatáscsomagba. A szezonálisra kevésbé érzékeny rendezvényturizmus kiváló lehetőség a szabad kapacitás lekötésére.
- **verseny:** kettős, mert nagy a konkurencia az idegenforgalmi termékek és szolgáltatók között. Másrészt a **szabadrendelkezésű (diszkracionális) jövedelem** nemcsak turizmusra fordítható, hanem autóra, szórakoztató elektronikára, illetve bármire.

A vonzerő

A vonzerő az idegenforgalmi kínálat legfontosabb alapeleme. A vonzerő az, amiért a turista útra kel. A vonzerőket két alapvető csoportba rendezhetjük: természeti - és ember alkotta vonzerők.

129. ábra:

TERMÉSZETI VONZERŐ	PÉLDA
domborzat	Alpok
víz	Adriai-tenger
napfény	mediterrán
klíma	sós tengerparti levegő
nemzeti parkok	Bükk Nemzeti Park
egyedi természeti ritkaságok	Vezúv, Etna
flóra és fauna	szlovén karsztvidék
gyógyvizek	Harkány

130. ábra:

EMBER ALKOTTA VONZERŐ	PÉLDA
fesztiválok	Budapesti Tavaszi Fesztivál
történelmi emlékhelyek	Verdun
műemlékek	egri minaret
múzeumok	Szépművészeti Múzeum
egyházi központok, nevezetes egyházi helyek	Santiago de Compostella
építészeti remekművek	Diadalív
ünnepek	Sárközi lakodalmas
világvárosok	Párizs
népművészet	Mezőkövesd
sportesemények	NBA mérkőzések
tematikus parkok	Hollywood in Germany
szerencsejáték központok	Monte-Carlo
világkiállítások	Hannover 2000
gasztronómia	gulyás

A vonzeró helyi, regionális lehet megkülönböztetjük aszerint is, hogy hatásuk univerzális. A vonzerók erősítik egymást, így a több attrakcióval rendelkező fogadóterületek nagyobb hatékonysággal tudják végezni marketingtevékenységüket. Például az olasz Adria a horvát Adriával szemben több kulturális vonzerót, kiegészítő lehetőséget nyújt.

A vonzerót turisztikai szempontból befolyásoló tényezők:

Közlekedés:

A vonzeróhoz el kell jutni, tehát a turisztikai termék következő eleme a megközelíthetőség. A közlekedés a láncszem a küldő- és a fogadóterület között. A közlekedési eszközök fejlődése a múltban a turizmus mozgatórugója volt és lesz a jövőben is. **A közlekedési infrastruktúra nagymértékben befolyásolja a látogatók számát. A turizmus a hétköznapi és a gazdasági élet közlekedési adottságait használja. Így annak fejlettsége (néhány kivételtől eltekintve) meghatározó.**

A turizmusban a közlekedési eszközök közül repülőgép, a vonat és a személygépkocsi játssza napjainkban a legnagyobb szerepet. A három közlekedési eszköz közül a személygépkocsi a néhány száz km-es távolságon belül vezet. A vasút, elsősorban Nyugat-Európában a nagysebességű vonatoknak köszönhetően 500-1000 km között megelőzi a személygépkocsit. A légi közlekedés a nagy távolságok áthidalója. 24 óra alatt repülővel a Föld bármely pontjáról bármely pontjára el lehet jutni.

Infrastruktúra:

Az általános infrastruktúra: úthálózat, telekommunikáció, csatornázottság, elektromos hálózat a modern gazdaság alapeleme, éltetője. Enélkül a turizmus sem képes létezni. Tágabb értelmében a turisztikai infrastruktúra része a szállás, kereskedelmi és közlekedési intézményrendszer is.

Szálláshelyek:

A turisztikai szálláshelyek magukban foglalják mindazon létesítményeket, amelyek térítés ellenében éjszakai elszállásolást nyújtanak.

Étkezés:

A vendéglátóipar nyújtja a turizmusban leggyakrabban igénybevett szolgáltatásokat.

Kultúra, sport, egyéb kikapcsolódási lehetőségek:
A kínálat ezen elemei önállóan is lehetnek vonzerók akár helyi, regionális vagy univerzális szinten. Másrészt fontos szerepet töltenek be akkor is, amikor nem önálló vonzeróként jelennek meg a kínálati programcsomagban. Például egy háromhetes gyógyüdülés során szüksége van a vendégnek arra, hogy kikapcsolódásként megismerkedjen az adott ország folklórával, elmenjen egy koncertre. A nem önálló vonzeróként meghatározható kínálati infrastruktúrához tartozó sport, kultúra és egyéb kikapcsolódási lehetőségek teljessé tehetik a turista napjait. A kultúra az emberek szabadidejének egyébként is fontos része a hétköznapi életben, máshova eljutva erős a megismerési vágy, így keresik a lehetőségeket tartózkodásuk tartalmassá tételére érdekében. A sport hasonló jelentőséggel rendelkezik.

Az egyéb kikapcsolódási lehetőségek között a klasszikus példaként szerepelnek a szakirodalomban azok a komplex szabadidőközpontok és tematikus parkok, amelyek az Amerikai Egyesült Államokból indultak hódító útjukra. Többek között Disneyland található nemcsak Kaliforniában és Floridában, hanem Japánban és Franciaországban is. A tematikus és szórakoztató parkok a legkedveltebb és legsokoldalúbb kikapcsolódási helyszíneik nagyon sok turistának.

Higiénia:

A kínálat elemei között ugyanolyan fontos a test és a lélek egészsége, mint a szállás vagy étkezés. A biztonságérzet mind az egészségnél, mind a testi épségnél az első szempont egy utazás során. Semelyiket sem kockáztathatja senki.

Vendégszeretet:

A vendégszeretet a turizmus egyik legfontosabb velejárója, hiszen ember és ember közötti kapcsolatok jelzik az utazásokat. A vendégszeretet legfontosabb kellékei:

- mosoly,
- szakértelem,
- udvarias magatartás,
- nyelvismeret.

A turizmus korszerű irányításának rendszere: a desztináció menedzsment

A turizmusban végbemenő globalizációs folyamatok, a turisztikai piac folyamatos és gyors ütemű változása, a turisztikai térségek intenzívebb versenye gyorsabb és rugalmasabb reakciókat igényel a turizmus makro- és mikrokörnyezete részéről. A turizmusnak az eddig működő irányítási és működtetési folyamata ezért megújhodást sürget. A világban zajló tendenciák is ezt igazolják, és Magyarországon sincs ez másként: az eddigi turizmusirányítás, a turizmus működtetésének eddigi struktúrája átértékelődik, a turizmus **korszerű turizmusirányítási és működtetési rendszerének, a desztináció menedzsment területi és szervezeti rendszer** szakmai tervezésének és kiépítésének folyamata zajlik ma Magyarországon. A rendszer kiépítésének két fontos jellemzője annak aktualitása és újszerűsége. Az újszerűség és korszerűség közé jelen esetben akár egyenlőségjelet is helyezhetnénk: a szakirodalmi tapasztalatok alapján a desztináció menedzsment a turizmus komplex és integrált tervezésének és működtetésének eddig követett gyakorlata azzal a különbséggel, hogy a turizmus rendszerének korszerűbb formában történő újragondolásában nagyobb szerep jut a „**a területi koncentráció elvének**” - mint a területi versenyképesség egyik fontos eszközének -, a tudatosabban és átgondoltabban működő területi **együttműködéseknek**. Másféle hangsúlyokat kap a **komplexitás** elve, amely egyrészt jelenti a turizmus más ágazatokkal való szoros kapcsolódási lehetőségeinek hatékonyabb kihasználását, másrészt feltételezi a turisztikai infra- és szuprastruktúra fejlesztése mellett a turizmust támogató háttér-infrastruktúra intenzívebb fejlesztését. A versenyképes fejlesztések alapelve továbbá a **fenntarthatóság** és az **innovatív szemlélet**.

9.10 Turisztikai desztináció menedzsment kiépítésének szükségessége

Statisztikai-közigazgatási térségek és a turisztikai intézményrendszer kapcsolata

Magyarországon a turisztikai térségek és az adminisztratív, statisztikai térségek határai több esetben átfedik egymást, amely sokszor körülményessé teszi a területi együttműködések, nem segíti elő a térségi turisztikai versenyképesség erősödését, hiszen mások a közigazgatási működtetés és mások a turisztikai rendszerek működtetésének

szempontjai (vannak kivételek: egyes esetekben - így pl. Balaton és a Tisza-tó esetén – valódi desztinációkról beszélhetünk). Mások a közigazgatási és mások a turisztikai és területfejlesztési területi hagyományok, az együttműködés keretei, a piaci elvárások. Különbség van az ágazati célok elérésében, azok ütemében, eredményességében, az eltérő célcsoportok vonzásában, a piaci folyamatokhoz való alkalmazkodás rugalmasságában. Ahhoz, hogy egy turisztikai desztináció életképes és versenyképes legyen, rugalmasan kell reagálnia a mikro- és a makrokörnyezeti tényezők változásaira. Ma még egy adminisztratív, statisztikai régió nem tud olyan gyorsan reagálni a piaci elvárásokra, mint ahogyan tudna pl. egy szoros együttműködésen, az érdekek szoros kapcsolatán alapuló, a non-profit és a piaci elvek együttműködésén alapuló desztináció.

Korszerű turizmusirányítás, működtetés, országos szinten egységes, egymással összehangolt szervezeti rendszer és kompetenciák meglétének szükségessége

Valamely térség turisztikai versenyképességének meghatározó tényezője a hatékony, megfelelő kompetenciákkal és kiszámítható finanszírozási és szervezeti háttérrel rendelkező menedzsment rendszer kialakítása és működtetése.

A fentiek szerint szükséges a korszerű turizmusirányítás, működtetés, azaz az eddigi hagyományok átértékelése. A turizmus integrált tervezésére, irányítására, működtetésére a turizmus minden szintjén szükség van. A rendszer kiépítése feltételezi az alábbi tényezőket:

- együttműködések átértékelődését, az együttműködésekben a tudatosság megteremtését, az együttműködési formák kialakítását, tervezését, szervezését, működtetését;
- a turizmus multiplikátor hatásaiból eredően más területekkel, ágazatokkal való szorosabb együttműködést a tervezési, fejlesztési folyamatokban;
- komplexebb megközelítéseket a turizmus szolgáltatási rendszerének kiépítésében: a turisztikai infra- és szuprastruktúra fejlesztése mellett a háttér-infrastruktúra, a támogató faktorok fejlesztésére is kiemelt figyelmet kell fordítani;
- innovatív, új, korszerű technológiák felhasználását a fejlesztési folyamatokban;

A korszerű turizmusirányítási rendszer alapegységei (desztináció) hatékony kialakításához alapvető egy **egységes szakmai módszertan**, szempontrendszer kidolgozása (a desztinációk kialakítása és a szintek egymáshoz való viszonya alapelveinek kidolgozása, a feladatok meghatározása, a szintek között az együttműködési és kommunikációs csatornák kialakítása, hatékony monitoring, stb.)

Turisztikai desztináció fogalma, meghatározó elemei, természete, jellemzői

A desztináció fogalmi megítélésében többféle álláspont követhető nyomon. Ezek közül az alábbiakban ismertetek egy viszonylag átfogó definíciót:

- A desztináció¹¹ egy fizikai helyszín, ahol a turista legalább egy éjszakát tölt el. Tartalmaz turisztikai vonzerőket, termékeket, kapcsolódó szolgáltatásokat, amelyek ahhoz szükségesek, hogy a turista legalább egy napi helyben tartózkodását kielégítsék. A desztinációnak vannak fizikai és adminisztratív határai, amelyek meghatározzák annak menedzsmentjét, és rendelkezik imázssal és percepcióval. A desztináció számos érintettet foglal magába, képes a hálózatosodásra, az együttműködésre, és ezáltal arra, hogy nagyobb desztinációvá váljon;

Ahhoz, hogy valamely hely, térség turisztikai desztinációvá válhasson, szükséges rendelkeznie a turisztikai desztinációkat meghatározó tényezőkkel. Ezek a tényezők alapvető szempontok a desztinációs területek lehatárolásában, kijelölésében, fejlesztésük pedig meghatározó az adott desztináció versenyképessége növekedésének biztosításában.

A turisztikai desztinációk meghatározó elemei a következő tényezők (Buhalis, 2000):

- turisztikai attrakció, mint pl. természeti tényezők, ember alkotta tényezők, örökség, speciális események, stb.;
- megközelíthetőség, mint pl. a teljes közlekedési rendszer, beleértve az utakat, a közlekedési eszközöket, stb.;
- turisztikai szolgáltatások, mint pl. szálláslehetőség, vendéglátó szolgáltatás, kiskereskedelem, egyéb turisztikai szolgáltatások, stb.;
- termékcsomagok;
- minden olyan tevékenység, amelyet a turista a tartózkodása alatt végezhet;

¹¹ UNWTO konferencia, Fabricius, 2006, www.world-tourism.org

- közszolgáltatások, mint pl. bankok, telekommunikáció, kórházak, stb.;

A kutatók általánosságban megegyeznek abban, hogy a desztináció kiterjedtebb értelemmel bír, mint csupán fizikai, vagy földrajzi tekintetben körülhatárolható területi egység.

A fogalmak, a desztináció meghatározó tényezői és a desztináció természetére utaló szempontok értékelése és összegzése alapján a desztináció jellemzői az alábbiakban foglalhatók össze:

A desztináció:

- *célterület*, amelyet a turista mint utazási célt kiválaszt
- *nem csak célterület, hanem fogadó terület is*
- a turizmus *alapvető egysége*
- meghatározása a *turista szemszögéből* történik
- fizikailag, földrajzilag *körülhatárolható hely/térség*
- a *turista legalább egy éjszakát eltölt* itt
- egy olyan hely/térség, amely *legalább egy nap eltöltéséhez szükséges turisztikai vonzerőket, termékeket, szolgáltatásokat és egyéb háttér-szolgáltatásokat* tartalmaz
- számos érintettet, szereplőt foglal magába, akik *együttműködnek* egymással
- *rendelkezik imázssal*
- rendelkezik *percepcióval* (azaz minden turista a maga „szűrűjén” keresztül szubjektíven ítélni meg egy desztinációt)
- *integrált tapasztalatokat nyújt* a turista számára
- *tágabb értelemben turisztikai termék*, amely a turizmus piacán más turisztikai termékekkel (azaz desztinációkkal) versenyez
- egy olyan *komplex és integrált rendszer*, amely a sikeres működtetéséhez *korszerű turizmusirányítási és menedzsment szervezet meglétét feltételezi*
- *alulról építkező és felülről támogatott rendszer*

Nem minden helyszín, térség válhat tehát turisztikai desztinációvá. Vannak olyan alapvető kritériumok, amelyeknek meg kell felelni ahhoz, hogy egy hely, térség turisztikai desztinációvá válhasson. A fentiek csak a legalapvetőbb szempontok. A desztinációk, vagy a desztinációs magterületek meghatározása és lehatárolása egy speciális kritériumrendszer

kialakítását feltételezi, amely elsősorban a turista preferenciái, elvárása, szempontjai szerint történik.

Desztináció és a turizmus rendszerének kapcsolata

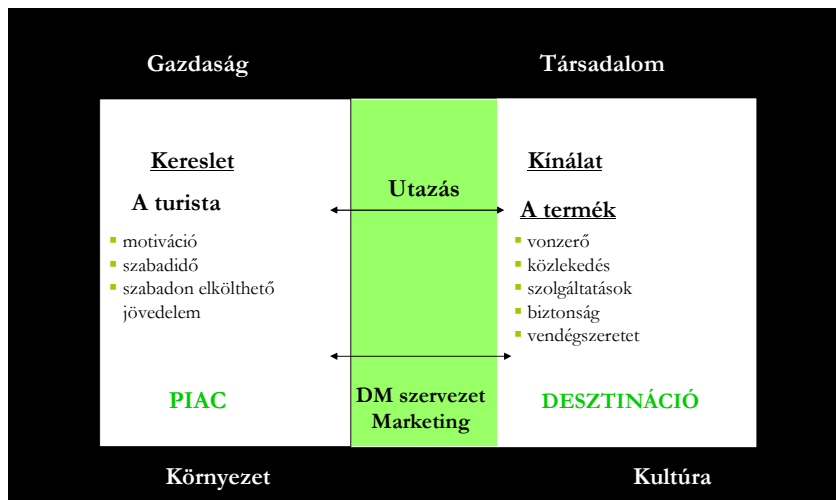
A desztináció turisztikai rendszerben való elhelyezkedéséhez, ahhoz történő illeszkedéséhez a turisztikai rendszer működését szükséges látnunk.

Turizmus rendszere

A turizmus egy integrált, nyílt és dinamikusan működő komplex rendszer, amelynek egyes elemei (mikro- és makrokörnyezete) kölcsönös függésben állnak egymással. (ld. A turizmus rendszere ábra)

131. ábra

A turizmus rendszere



Forrás: Dr. Lengyel Márton (1992 módosított) alapján

A turizmus *makrokörnyezete*¹² magába foglalja a turisztikai keresletet és a desztináció elemeit befolyásoló gazdasági, társadalmi, kulturális, technikai és politikai tényezőket. A turizmus gazdasági környezete meghatározza a kereslet nagyságát, minőségét és összetételét, és befolyásolja a turizmus fejlődésének ütemét. A társadalmi környezet a gazdasági adottságokkal összefüggésben befolyásolja a keresletet, valamint a

¹² Puczko László – Rátz Tamara: A turizmus hatásai, Aula-Kodolányi János Főiskola, 1998., 20-23. old.

fogadó terület turista „befogadó” képességét. A kulturális környezet a turizmus számára az egyik legmeghatározóbb vonzerőt jelenti, ugyanakkor a turizmus piacot is nyújt a kultúra számára. A természeti környezet orientálja a turisztikai fejlesztések volumenét, helyszínét és jellegét, a turisztikai kínálat attrakciói között jelentős szerepet tölt be. A technológiai környezet elemeinek (pl. közlekedés, internet) jelentős szerepe van a turisztikai szektor fejlődésében. A politikai környezet az utazási lehetőségek biztonsága számára alapvető szempont.

A turizmus irányítási rendszerének feladata olyan ösztönzők kialakítása a fenti szektorokban, amelyek pozitívan befolyásolhatják a turizmus két alrendszerének és azok kapcsolatának hatékony működését.

A turizmus **mikrokörnyezete**¹³ magába foglalja a turizmus piaca két alrendszerének, azaz a **kereslet (turista)** és a **kínálat (turisztikai termék)** tényezőit. A két pólus kapcsolatát a turistának a turisztikai desztinációba történő utazása, valamint a fogadó területről a turista felé irányuló marketing tevékenység jelenti. A turisztikai keresleti tényezők (szabadidő, szabadon elkölthető jövedelem és motiváció) közül meghatározó szerepe van a motivációnak, azaz a turista egyéni változatosságigényén alapuló belső befolyásolásának. A motiváció és a vonzerő között szoros a kapcsolat, hiszen a motiváció a desztináció attrakciói alapján válik konkrét utazási döntéssé. A turisztikai kínálat elemei (pl. vonzerő, közlekedés, szolgáltatások, biztonság, vendégszeretet, stb.) szintén intenzív és szoros kapcsolati hálót alkotnak: a turisztikai termék egy-egy összetevője hatást gyakorol a teljes kínálat minőségére, ezáltal a turista elégedettségére. A turisztikai kereslet és a kínálat elemei és azok fejlesztése a fogadó területen élő lakosság életminőségét is jelentős mértékben alakítják (a turizmus pozitív hatásainak leképződése a lakosság életminőségének javulása).

¹³ Dr. Lengyel Márton: A turizmus általános elmélete, Budapest, 1992, 64. old.

10. Mellékletek

KÉRDŐÍV AZ UTAZÁSI SZOKÁSOKRÓL

2009

VELENCEI-TÓ TERÜLETFEJLESZTÉSI PROGRAM STRATÉGIAI TERVEZÉS ALAPJAINAK VIZSGÁLATA

KÉRDŐÍV AZ UTAZÁSI SZOKÁSOKRÓL

Jó napot kívánok! vagyok! Engedje meg, hogy a belföldi utazási szokásaival kapcsolatban feltegyek Önnek néhány kérdést! A megkérdezés 10 percet vesz igénybe. A kérdőív névtelen és az Ön válaszai csak az összes többi kérdőív adataival együtt kerülnek feldolgozásra! Köszönöm előre is a segítségét!

1. Kérem, emlékezzen vissza, hogy az utóbbi 3 évben elutazott-e pihenni, kikapcsolódni belföldön valahová? *Húzd alá a választ!*

Igen

Nem

Ha a válasz igen, a kérdéskört folytatd a 3-as számú kérdéssel!

2. Mi volt a fő oka annak, hogy nem utazott sehova? *X-szel jelöld a választ!*

Pénzhiány

Időhiány

Partnerhiány

Betegség

Ha a fentiek közül egyik sem, akkor mi?:

3. Amikor megengedheti magának évente átlagban hányszor szokott belföldi utazásra elmenni? *X-szel jelöld a választ!*

Egyszer

1-2 alkalommal

2-3 alkalommal

3-nál több alkalommal

4. A belföldi utazásait számba véve mely régióba szokott általában utazni? *X-szel jelöld a válasz(oka)t!*

Észak-Magyarország

Észak-Alföld

Dél-Alföld

Dél-Magyarország

Nyugat-Magyarország

Közép-Magyarország

Kelet-Magyarország

5. Az alábbiak közül konkrétan mely vízparti pihenést szokta választani belföldön? *X-szel jelöld a válasz(oka)t!*

Balaton

Velencei tó

Tisza melletti

Egyéb szabadvizi lehetőség

Wellness és gyógyfürdő (Hévíz, Hajdúszoboszló, stb.)

Egyiket sem

6. A fenti vízparti/vízi lehetőségek közül melyik az a hely, amelyet a leggyakrabban szokta választani?

.....

7. Átlagban hány napra szokott kikapcsolódás céljából elutazni valahová? X-szel jelöld a választ!

- 3-nál kevesebb napra
- 3-5 napra
- 6-10 napra
- 10 napnál hosszabb időre

8. Leggyakrabban mivel utazik el a célhelyre? Húzd alá a választ!

- Személygépkocsi Vonat Motorkerékpár Hajó Bicikli Busz

9. Leggyakrabban kikkel utazik? Húzd alá a választ!

- Egyedül utazom Házastárs(élettárs) Házastárs+gyerek(ek) Barátok
Munkatárs

10. Milyen szálláshelyeken száll meg általában? (Több válasz is lehetséges!) X-szel jelöld a válasz(oka)t!

- Panzió
- Motel
- Fizetős magánszállás
- Kemping
- Három csillagos szálloda
- Négy vagy ötszillagos szálloda
- Családi/baráti háznál/
- Saját nyaralóhely

11. Mikor szokott pihenésre, kikapcsolódásra elutazni valahová belföldön? X-szel jelöld a mező(ke)t!

Tavaszi	Nyár (előszézon)	Nyár (főszézon)	Nyár (utószézon)	Ősz	Tél	Hosszú hétvége	Ünnepnapok

12. Egy-egy utazás alkalmával (egy főre számítva) hány forintot szokott költeni összesen? X-szel jelöld a választ!

- 20.000 Ft alatt
- 20.000 Ft-50.000 Ft között
- 50.000 Ft-100.000 Ft között
- 100.000 Ft-150.000 Ft között
- 150.000 Ft-200.000 Ft között
- 200.000 Ft-300.000 Ft között
- 300.000 Ft fölött

13. Elsődlegesen milyen célból szokott utazni? Több választ is megjelölhet! X-szel jelöld a válasz(oka)t!

- Kizárólag pihenés (napozás, olvasás, rokonlátogatás)
- Sport (úszás, tenisz, síelés, vitorlázás, fizikailag aktív regenerálódás)
- Természetjárás (hegymászás, kirándulás a természetben, túrázás)
- Városnézés
- Kulturális kikapcsolódás (múzeum, kastélyok, várak látogatása, nevezetességek, kiállítások, fesztiválok, helyi tömegrendezvények, színház, vásárok, komoly és könnyű zenei koncertek)
- Konferenciák, hivatalos utak (munka célú)
- Vásárlás
- Bor és gasztronómia élvezete
- Gyógyulás, rekreáció (wellness, fitness, gyógyfürdő, egyéb egészségmegőrzés)

14. Milyen formában szervezi meg az utazásait általában? Több válasz is lehetséges! Húzd alá a választ!

Utazási iroda szervezi Egyénileg szervezem A fogadó fél szervezi Hol így, hol úgy

15. Kérem, értékelje az utazások során igénybe vett szolgáltatások fontosságát egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol az 1-es azt jelenti, hogy az adott szolgáltatás egyáltalán nem fontos, az 5-ös pedig azt, hogy nagyon fontos az Ön számára! Természetesen a közbülső értékeket is használhatja! X-eld be a megfelelő mezőket!

Tényezők/szolgáltatások	1 egyáltalán nem fontos	2 nem nagyon fontos	3 közepesen fontos	4 fontos	5 nagyon fontos
Vezessen autópálya a célponthoz					
Vonattal lehessen a célpontot megközelíteni					
A célponton lehessen ingyen parkolni					
Utazási iroda szervezzen mindent (étkezés, programok, leutazás, stb.)					
Az odautazás egyéni, de a programok szervezettek legyenek					
Legyen bicikli/motor/hajó/autó kölcsönzési lehetőség					
A célpont kínáljon változatos kikapcsolódási lehetőségeket					
A célpont tisztasága					
Illemhelyek elérhetősége					
Infrastruktúra (közért, egyéb boltok)					
Zenés-táncos szórakozóhelyek					
Egészségügyi ellátás					
Helyi rendezvények (vásár, fesztivál)					
Parkosított környezet					
Olcsó árak					
Barátságos, vendégszerető légkör					
Idegenvezetővel szervezett programok					
Színes, ingyenes programfüzetek és helytörténeti ismertető					
Tájékoztató táblák a nevezetességekről, fontos helyekről					

Információs iroda, vagy telefonszám					
Olcsó étkezési lehetőség					
Bicikli úthálózat					
Idősávok szerint differenciált belépőjegy árak					
Magas minőségű szolgáltatások elérhető áron					

16. Hogyan hat az Ön 2009-es utazási terveire a jelenlegi gazdasági válság? X-szel jelöld a választ!

Ugyanúgy tervezem az utazást, mint a korábbi években és ugyanolyan szinten
 Kevesebb napra fogok elutazni, mert kevesebb a pénzem, amit erre fordíthatok
 Mivel kevesebb a rendelkezésemre álló pénz, ezért közelebbi célpontot fogok választani és az utazási költségen spórolok
 Olcsóbb szállást fogok választani a kisebb keret miatt
 A költőpénzen fogok spórolni, mert kisebb az utazásra szánt keretem
 Megengedhetem magamnak, hogy többet költsek az idén utazásra

17. Mely tényező befolyásolja Önt leginkább egy-egy utazási lehetőség kiválasztásában! Kérem, hogy csak a legfontosabb szempontot jelölje meg! X-szel jelöld a választ!

Az együttutazók közös döntése
 Akciók (last minute lehetőségek)
 Árak
 A reklámok, szórólapok, hirdetések
 Interneten megjelenő ismertető, reklámok
 Barát/rokon, ismerős ajánlása
 Ad hoc módon döntök

**18. A következőkben a Velencei kistérséggel kapcsolatban szeretném Önt kérdezni!
 Az első kérdésem: járt-e Ön már valamikor a Velencei tónál? Húzd alá a választ!**

Igen

Nem

Ha a válasz nem, a kérdést folytatd a 20-as számú kérdéssel!

19. Milyen gyakorisággal látogat el a Velencei tóra átlagban?

Nagyon kevés alkalommal voltam az életemben
 3-5 éves átlagban egyszer
 2-3 évente
 1-2 évente
 Évente többször
 Nyáron hétvégeken csaknem mindig

20. Az alább felsorolt települések közül melyik az a település, ahol szívesen eltöltene egy pár napot? (Több válasz is lehetséges!) X-szel jelöld a válasz(oka)t!

Gárdony
Kápolnásnyék
Nadap-
Pákozd-
Pázmánd-
Sukoró-
Velence
Vereb
Zichyújfalu

21. A megkérdezett neme (Ne kérdezd, csak húzd alá!): Férfi

Nő

22. Az Ön kora:év

23. Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége: Alapfokú Középfokú Felsőfokú

24. Családi állapota: Egyedülálló (szingli, elvált özvegy) Házas/Élettársi

kapcsolat

25. Az Ön háztartásában élők száma Önnel együtt:

26. Az Ön lakhelye: (helység megnevezése):.....

27. Mely jövedelemkategóriába tartozik Ön az egy főre jutó havi, nettó, átlagos, összes jövedelme alapján? X-szel jelöld a választ!

70.000 Ft alatt
70.000 Ft-120.000 Ft között
120.000 Ft-150.000 Ft között
150.000-200.000 Ft között
200.000 Ft-300.000 Ft között
300.000 Ft- 500.000 Ft között
500.000 Ft feletti

KÖSZÖNJÜK A VÁLASZADÁST!