

Tematikus parkok a turizmus rendszerében

Kalandparkok modellje induktív szemléletben

PhD-értekezés

Készítette:

Jónás-Berki Mónika

Témavezető:

Dr. Aubert Antal

tanszékvezető, egyetemi docens

Pécsi Tudományegyetem

Természettudományi Kar

Földtudományok Doktori Iskola

Pécs, 2010

TARTALOMJEGYZÉK

Ábrák és táblázatok jegyzéke	5
Bevezetés.....	7
1. A kutatás célja, problémafelvetés	9
2. Kutatási módszerek	12
2.1. Elméleti megalapozás módszertana.....	13
2.2. A primer kutatás módszere	14
3. Kutatástörténet és szakirodalmi összefoglaló	17
3.1. Tematikus parkok vizsgálata az idegenforgalmi földrajzban.....	17
3.2. A turisztikai erőforrások, a vonzerő, az attrakció értelmezése és összefüggései	19
3.2.1. A turizmus erőforrásai	19
3.2.2. Vonzerő a turizmusban	23
3.2.3. Attrakciók a turizmusban.....	28
3.2.4. Desztináció, mint a turizmus rendszer alapkategóriája	33
3.3. Turisztikai trendek és a turizmus fejlődését befolyásoló tényezők	36
3.3.1. Keresleti trendek a turizmusban	38
3.3.3. Kínálati trendek	42
3.4. Tematikus attrakciók	45
3.4.1. A tematikus parkok	48
3.4.2. A tematikus utak.....	51
3.4.3. Klaszterek és élménylánc a turizmusban	54
4. Tematikus parkok a turizmusban.....	57
4.1. A tematikus parkok történeti fejlődése.....	57
4.1.1. A tematikus parkok előfutárai	57
4.1.2. A 19-20. század fordulójának tematikus parkjai.....	58
4.1.3. A tematikus parkok virágkora	58
4.1.4. A tematikus parkok differenciálódásának korszaka	60
4.2. Tematikus parkok a turizmus rendszerében, a tematikus park mint turisztikai termék	63

4.3. A tematikus parkok tipizálása nemzetközi és hazai példákon keresztül	69
4.3.1. Tematikus parkok tipizálása profil alapján.....	69
4.3.2. Tematikus parkok tipizálása hatókör alapján	73
4.3.3. Tematikus parkok típusai életciklus és fejlettségi fázis alapján	74
4.3.4. A tematikus parkok amerikai, európai és ázsiai modellje	76
4.4. Tematikus parkok létesítésének folyamata és kínálati jellemzői.....	77
4.5. A tematikus parkok keresletének jellemzői.....	80
4.5.1. A tematikus parkok felkeresésének motivációja	80
4.5.2. Főbb célcsoportok a tematikus parkok piacán	82
4.6. Tematikus parkok fejlődésének nemzetközi irányai	86
5. Tematikus parkok Magyarországon.....	88
5.1. Kalandparkok és a kistérségi társadalmi-gazdasági fejlettség kapcsolatrendszere ..	92
5.2. Tematikus parkok a hazai terület- és turizmusfejlesztés rendszerében	94
5.2.1. Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Alprogram.....	95
5.2.2. I. Nemzeti Fejlesztési Terv (2004–2006).....	96
5.2.3. Új Magyarország Fejlesztési Terv (2007–2014)	96
5.3. Tematikus park beruházások, fejlesztések Magyarországon.....	99
6. Kalandparkok a turizmusban	101
6.1. Kalandparkok a turizmus rendszerében.....	102
6.2. Kalandparkok kínálatának hazai jellemzői.....	104
6.3. Kalandparkok keresletének hazai jellemzői	107
6.4. A kalandparkok integratív funkciói.....	108
6.4.1. Kalandpark, mint a turista – helyi lakosság találkozási pontja.....	108
6.4.2. Tömegturizmus – fenntarthatóság, természetközelség	110
6.4.3. Park, mint attrakció és desztináció	111
6.4.4. Szórakoztatás – oktatás, nevelés – közösségformálás	112
6.4.5. Szuburbán rekreációs funkciók	116
7. Kalandparkok összehasonlító elemzése	119
8.1. A vizsgálatba bevont parkok kiválasztásának szempontrendszere.....	120
8.2. A vizsgálatban szereplő hazai kalandparkok bemutatása.....	120
Holdfény Liget.....	120
Mecsextrém Park	121

Oxygén Adrenalin Kalandpark és Mátra Bob	121
Serpa Kalandpark és Balaton Bob	121
8.3. A hazai kalandparkok működésének összehasonlító elemzése	122
8.3.1. A kalandparkok kialakítása	123
8.3.2. A kalandparkok működési, üzemeltetési jellemzői.....	124
8.3.3. A hazai kalandparkok megközelíthetősége	127
8.3.4. A kalandparkok keresletének jellemzői	128
8.3.5. A vizsgált kalandparkok játékelem portfoliója	132
8.3.6. A kalandparkok által kínált kapcsolódó szolgáltatások	134
8.3.7. A parkok jövője	137
9. Összefoglalás	143
10. A kutatás lehetséges hasznosítása és további irányai.....	151
11. Köszönetnyilvánítás.....	152
12. Felhasznált irodalom	153
13. Mellékletek	161

ÁBRÁK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

Ábrák:

1. ábra:	A földrajzi környezet elemei a turizmus rendszerében	20
2. ábra:	A „túlélés társadalmától” az „élmény társadalmáig” – a tematikus kínálatok kialakulásának társadalmi háttere	45
3. ábra:	Európa leglátogatottabb tematikus parkjai	62
4. ábra:	Tematikus attrakciók rendszere	64
5. ábra:	Stratégiai eszközök a kereslet és kínálat egyensúlyának megteremtése érdekében	67
6. ábra:	Az örökségi termék kialakításának modellje	71
7. ábra:	A világ leglátogatottabb tematikus parkjai és növekedésük jellemzői	75
8. ábra:	A vízparti tevékenységek árának megítélése a saját lehetőségeikhez képest	91
9. ábra:	Tematikus parkok Magyarországon	92
10. ábra:	Tematikus parkok típusai és a kistérségi fejlettség kapcsolatrendszere	94
11. ábra:	Kalandparkok a turizmus rendszerében	103
12. ábra:	Kalandparkok Magyarországon	104
13. ábra:	A természeti környezet, az alternatív turizmusfajták és a fenntarthatóság kapcsolata	111
14. ábra:	A kalandparkok funkciói	113
15. ábra:	A rekreációs irányzatok „kor-képe”	117
16. ábra:	Kalandparkok a turisztikai és a szabadidőterek földrajzi tipizálásában	117
17. ábra:	A park kialakítása során figyelembe vett legfontosabb szempontok	124
18. ábra:	A park működési filozófiája (3 leggyakrabban említett)	125
19. ábra:	Kalandparkok keresletének összetétele a látogatók számának aránya alapján	130
20. ábra:	Kalandparkok keresletének összetétele a bevételek aránya alapján	130
21. ábra:	A legtöbb élményt nyújtó játékelemek a kalandparkok egyes korosztályai esetében	134
22. ábra:	A kalandparkok külső kapcsolatrendszere	139

23. ábra:	A tematikus park (kalandpark) attrakciófejlesztésének modellje	140
24. ábra:	Kockázati faktorok a parkok működésének fenntarthatóságában	141

Táblázatok:

1. táblázat:	A megkérdezésre kerülő kalandparkok jellemzői	15
2. táblázat:	Az attrakciók csoportosítása tulajdonlás alapján	32
3. táblázat:	A posztmodern turizmus jellemzői	37
4. táblázat:	A tematikus kínálatok típusai	47
5. táblázat:	A tematikus attrakciók, a klaszter és az élménylánc összehasonlítása	56
6. táblázat:	A világ leglátogatottabb tematikus parkjai	61
7. táblázat:	Európa leglátogatottabb tematikus parkjai	61
8. táblázat:	A világ leglátogatottabb aquaparkjai	70
9. táblázat:	Tematikus parkok amerikai, európai és ázsiai modellje	77
10. táblázat:	A tematikus parkok egységei	79
10. táblázat:	A tematikus parkok funkciói	81
11. táblázat:	Maslow szükséglet hierarchiája és a tematikus parkok kapcsolatrendszer	82
12. táblázat:	Egyetértés a strandokkal, aquaparkokkal foglalkozó állításokkal	92
13. táblázat:	Tematikus parkok az ÚMFT-ben (2007–2008-as akcióév)	98
14. táblázat:	A kalandparkok játékelem típusai	106
15. táblázat:	A kalandparkok felkeresésének motivációja a főbb célcsoportok esetében	107
16. táblázat:	A kalandparkok potenciális elsődleges célcsoportjainak fogyasztási jellemzői	109
17. táblázat:	A szabadtéri tréningek típusai a feladat kockázatossága alapján	116
18. táblázat:	A kalandparkok nyitvatartásának jellemzői	126
19. táblázat:	Legkedveltebb játékelemek a vizsgálatba bevont kalandparkokban	133
20. táblázat:	Játékok használatának különbsége a Mecsextrém Parkban	133
21. táblázat:	A tematikus parkok és a hazai kalandparkok jellemzőinek összefoglalása	148

BEVEZETÉS

Az elmúlt közel hatvan év alatt a turizmus a világgazdaság egyik leggyorsabban fejlődő szektorává vált, miközben alapvető belső strukturális változásokon ment keresztül. A turizmus tömegesedése – a tömegturizmus, mint turisztikai forma kialakulása – az 1950-es évektől indult meg a fejlett országokban. A turizmusban rejlő lehetőségeket felismerve mind a kereslet, mind a kínálat oldalán folyamatosan bővült ki a piaca. A turizmus kínálati oldalának differenciálódása a turisztikai termékek, vonzerők és attrakciók oldalán is nyomonkövethető. *Az új típusú attrakciók megjelenése a hagyományos értékrendet átalakította, a rendszer középpontjába, a termék lényegi elemévé az élményszerzést helyezte, mely túllépett a megelőző korszakokra jellemző pihenés, kikapcsolódás igényén.* A kereslethez történő alkalmazkodás érdekében egyik oldalon a komplexitás, másik oldalon az egy-egy speciális termékre történő koncentráció ment végbe az attrakciók és a desztinációk körében. A turisztikai alapszolgáltatások biztosítása mellett korunk turistája elvárja, hogy térben egy helyen álljon rendelkezésre minden olyan szolgáltatás, melyre a tartózkodás ideje alatt igényt tart. Ma a turisztikai piac szereplői egyre nagyobb arányban tesznek kísérletet tevékenységbővítésre vagy a más ágazatokra is jellemző vertikális összeolvadások révén kívánnak összetett szolgáltatási csomagot kialakítani, ezáltal is megőrizve és növelve versenyképességüket.

A turisztikai piac keresleti oldalán a motivációs struktúrában alapvető változások zajlottak le, az 1950-es és 1960-as évekre jellemző egyszerű szerkezet a 20. század végére bonyolulttá, összetetté vált. A társadalmi-gazdasági fejlődéssel, az életminőség javulásával az egyén szükséglet-hierarchiájában az alapszinten túl a komplex, pszichológiai szükségletek kerültek előtérbe, így a megbecsülés vagy az önmegvalósítás iránti igény. Az utazási döntéshozatal motivációs változásait a kínálati szereplők is folyamatosan mérik, figyelik és ennek megfelelően változtatják, újítják meg kínálatukat. A motivációs struktúra kibővülése így a kínálati oldalon is megfigyelhető változásokat indukált, elsődlegesen a vonzerők és az attrakciók területén. A magasabb hierarchiaszintű motivációkra építő létesítmények megjelenése a klasszikus tömegturizmus pozícióját rontják. Az új típusú attrakcióknak a minőség, a vendéglégedettség és az élményszerzés egymással összekapcsolódó hármasa a sikeres piaci jelenlét és hosszú távon is fenntartható működés alapjává vált.

Korunk turizmusában *a tematikus desztinációk egy olyan fejlődési irányvonalat képviselnek, melyek hosszú távon is versenyképes kínálattal tudnak jelen lenni mind a nemzetközi, mind a hazai turisztikai piacon.* Az egy téma köré épülő létesítmények komplexitására törekvése a látogatói – a turista – elégedettséget növelhetik, hosszú távon is megalapozva a sikeres működés kereteit.

Napjainkra a tematikus attrakciók differenciálódása figyelhető meg, korunk legjelentősebb képviselői a tematikus utak és a tematikus parkok közül kerülnek ki. A tematikus utakra a témaválasztás sokszínűsége és területi hatókörének kiszélesedése jellemző, míg a tematikus parkok esetében a témaválasztás alapvetően eltérő parktípusok kialakulását eredményezi. *A tematikus parkok népszerűségének a már említett komplexitás, a koncentrált attrakció jelenlét az oka, mely tartalmaz, élményközpontú szabadidő-eltöltést kínál a látogatók számára.* A fogyasztói elvárások szigorodásával az attrakció- és látogatómenedzsment területén felkészült, piaci jelenlétüket tudatosan alakító helyszínek tudják érvényesíteni adottságaikban rejlő lehetőségeket, mely alapkritérium a parkokkal szemben. A modern időszak tematikus parkjai az utóbbi évtizedekben Amerika után Európában is megjelentek, majd egyre inkább elterjedtek és kedvelté váltak. Az európai modell az amerikaitól alapvetően különbözik, melynek alapját az európai kultúra jellemzői képezik. Mára Magyarországon is több ilyen – bár lényegesen kisebb méretű – attrakció működik, modelljükben az európaihoz igazodnak. A tematikus parkok kialakításánál a kultúra központúság mellett a természetföldrajzi alapokon nyugvó témák is jelen vannak. A turisztikai piac keresleti oldalán tapasztalható trendek között a szabadidő aktív eltöltésének igénye is egyre nagyobb arányban fogalmazódik meg, melyhez ideális helyszínt nyújtanak a dolgozatban vizsgált kalandparkok.

A kalandparkok a turizmus új típusú attrakciói közé tartoznak, a nemzetközi és hazai keresleti trendek további növekedésüket és elterjedésüket valószínűsítik. A tematikus parkok speciális típusaként a mesterséges vonzerők közé soroljuk őket, ám kapcsolatuk a természeti környezettel intenzívebb és még inkább interdependens, mint a klasszikus parkok esetében. A kalandparkok is a szórakoztatást és a fogyasztói élmény biztosítását tűzik ki célul, de a funkciók köre a játékelem-kínálat alakításával bővíthet, gazdagodhat. A rendkívül népszerű és divatos attrakciók működési filozófiája, profilja több keresleti célcsoport elérését teszi lehetővé, mely elősegíti gyors expanziójukat. Magyarországon is több ilyen park működik, melyek egy-egy játékelemre specializálódnak vagy komplex kínálatot építenek ki. Mindkét típusa lehet sikeres, mely számos gyakorlati példával igazolható. A disszertációban esettanulmányként a hazai kalandparkok piacának legjelentősebb szereplőit kívánom megvizsgálni, melyek éves látogatószámukkal régiójuk vezető aktív turisztikai attrakciói közé tartoznak. Az összetett termékstruktúra kialakítása számos kapcsolódó szolgáltatás bevonását eredményezi a turisztikai szektor mellett a közvetlenül és a közvetetten kapcsolódó ágazatokból, mely lehetőséget teremt az idegenforgalom oly sokszor hangsúlyozott multiplikátor hatásának érvényesüléséhez.

1. A KUTATÁS CÉLJA, PROBLÉMAFELVETÉS

A disszertációban a turizmus új típusú attrakciói közül a tematikus parkok működésének, illetve ennek egyik speciális típusának – a kalandparkok – gyakorlati megoldásain, jellemzőin alapuló elméleti modelljének megalapozását tűztem ki célul.

1. A dolgozat szakirodalmi bázisát a turizmus alapfogalmainak számító erőforrás, vonzerő, attrakció és desztináció fogalomköre alkotja. A turizmus klasszikusnak tekinthető természeti és kulturális vonzerői mellett az 1950-es évektől új típusú szereplők, a tematikus attrakciók jelentek meg. A meglévő vonzerőstruktúrában alapvető változásokat indukáltak, amely egyben a vonzerő és a desztináció értelmezését is tovább árnyalja. A parkok a termék- és attrakciófejlesztés számos modellértékű innovációja révén a leglátogatottabb turisztikai létesítmények, míg erőforrásigényük is a hagyományos vonzerőktől/attrakcióktól eltérő sajátosságokat tükröz. Így *annak ellenére, hogy a fenti fogalmak a rendszer alapjainak tekinthetőek, egyrészt a szektor folyamatosan változó és fejlődő struktúrája, másrészt a tematikus parkok speciális jellemzőinek kimutatása szükségessé teszi a sajátos viszonyrendszer vizsgálatát.* A tematikus parkok modelljének átfogó értékeléséhez elengedhetetlennek tartom a *turizmus és turizmusföldrajz alapfogalmainak tekinthető turisztikai erőforrásokkal, vonzerőkkel, attrakciókkal és desztinációkkal kapcsolatos kutatási eredmények összefoglalását, szintetizálását és továbbgondolását. Közép- és hosszútávon a turisztikai attrakciók sikeres működését a turisztikai trendek alapvetően befolyásolják, így külön fejezetben kívántam kitérni az egyes főbb környezeti faktorokban lezajló változásokra, illetve azok attrakciókat érintő hatásaira.*
2. A tematikus parkok virágkorának tekinthető 1960-as évektől a parkok számának növekedése mellett differenciálódásuk is megindult. *Hipotézisem szerint a motivációs struktúra változásának döntő szerepe volt ebben a folyamatban.* Az 1950-es évekre jellemző egyszerű motivációrendszer hatására az utazási döntéshozatalban is az alsóbb szintű szükségletek játszottak kulcsszerepet, mely a mai tömegturisztikai központok alapjait teremtette meg. A dolgozat témájául szolgáló tematikus parkok fejlődésében is nyomonkövethető az a változás, mely során a biológiai szükségletek helyett a felsőbb, pszichológiai szükségletekre alapozzák a létesítmények funkcióit. *Kutatási problémaként merül fel az utazási motivációk és a tematikus park típusok összefüggéseinek rendszere, másrészt korunk tematikus parkjai kínálati és keresleti jellemzőinek, változásainak, várható trendjeinek és*

befolyásoló tényezőinek vizsgálata, melyek meghatározzák a tematikus parkok lehetőségét, fejlődésük irányait.

3. Az Egyesült Államokat követően Európában az 1960-as évek közepétől, majd a 2000-es évek elejétől a tematikus parkok Magyarországon is meghonosodtak, de modelljük az amerikaiétól eltér. Céлом elemezni, hogy *mely tényezők befolyásolják a parkok megjelenési formáit, felépítésüket illetve a földrajzi környezet szerepét ebben a folyamatban.* Bár a parkok turizmus rendszerbeli elhelyezésére a nemzetközi szakirodalom alapján már találhatunk kezdeményezést, de az megmarad a nemzetközi és a klasszikus parkok szintjén. *A dolgozat feladatának tekintem a hazai jellemzők adaptációját a modellbe, mely egyben rávilágít hazai speciális szerepkörükre is.*

Magyarországon a tematikus parkok Nyugat-Európához képest csak jelentős időbeli késéssel jelentek meg, melynek keresleti, de leginkább a kínálati oldalhoz kapcsolódó okai vannak. *Hazai piacuk jelentősen eltér a nemzetközitől, melyben a természeti, társadalmi és gazdasági környezetnek van alapvető szerepe. Kiinduló hipotézisem szerint a parkok általános létesítési és működtetési jellemzői alapján hazánkban a fejlett térségek attrakciói közé tartoznak, ahol a turisztikai kínálat kiépítettségén túl a látogatók és a helyi lakosság által generált kereslet egyaránt kiemelt szerepet kap. Amennyiben a parkok fejlett térségekhez kapcsolódnak, akkor más termékekhez hasonlóan a területkiegénylítő hatásuk is kérdésessé válik. Ennek ellenére hazai területfejlesztési- és turizmuspolitika a 2000-es évek eleje óta felfigyelt a parkok által indukált hatásokra, melyet időbeli folyamatában kívántam bemutatni a támogatási rendszereken keresztül.*

4. A tematikus parkok valamennyi típusa – vidámparkok, aquaparkok, örökségparkok, kalandparkok – megtalálható ma Magyarországon. Legkedveltebbek közé az aqua- és a kalandparkok tartoznak. A kalandparkok a legfiatalabb szereplői a piacnak, de ennek ellenére rendkívül gyorsan bővült kínálatuk. A nemzetközi szakirodalom is csak érintőlegesen foglalkozik velük, míg a hazai tudományos szintű vizsgálata még meg sem indult, holott a turisztikai attrakciók országos/regionális hatókörű szereplői. *A disszertáció harmadik logikai egységében a kalandparkok működésének elméleti és gyakorlati aspektusát kívánom elemezni. Előzetes feltételezésem szerint a kalandparkok minőségileg – szerepkörükben – többet kínálnak, mint a tömegturizmusra épülő vidámparkok vagy aquaparkok, mely az integratív funkcióik alapján is bizonyítható.* A témakör elméleti alapjainak felvázolása után a gyakorlati megvalósulás jellemzőit esettanulmány keretében kívántam elemezni, melyet Magyarország legnagyobb kalandparkjainak bevonásával végeztem el. Kiemelt szempontként

szerpelt a parkok telepítési tényezői között a földrajzi tér egyes szféráinak a szerepe, illetve azok kölcsönhatásának vizsgálata, mely egyben a kalandparkok tipizálására is lehetőséget teremt.

2. KUTATÁSI MÓDSZEREK

A dolgozat elkészítésének sajátossága, hogy egy olyan témakör tudományos igényű vizsgálatára irányul, melynek a gyakorlatban már működő megoldásai vannak. A tematikus parkok modelljét megalapozó kutatások még hiányoznak a hazai kutatások köréből, bár létjogosultságukra piacuk gyors növekedése közvetlenül is rámutat. Ez a sajátos kiindulópont a dolgozat szerkezeti vázára is kihatott, mely a klasszikus disszertációk felépítésétől eltérően több nagy elméleti fejezet mellett egy primer kutatáson alapuló egységből áll. Bár a dolgozat második és harmadik logikai egysége is tartalmaz elméleti részeket, de azokat a modellépítéshez, tipizáláshoz használom fel, így túllép a szakirodalmi összefoglalás funkcióján.

A disszertációkban előírt elméleti rész, mely a téma alap szakirodalmi összegzését szolgálja „*A turisztikai erőforrások, a vonzerők, attrakciók és desztinációk értelmezése és összefüggése*”, a „*Turisztikai trendek és a turizmus fejlődését befolyásoló tényezők*” és a „*Tematikus attrakciók*” című alfejezetek. Mindhárom a dolgozat megalapozását, a vizsgált terület rendszertani elhelyezését szolgálja. A tematikus parkokkal foglalkozó szakirodalom hiányosságai, illetve a hazai vizsgálatok körének korlátozottsága miatt a tematikus parkokkal foglalkozó fejezet, kutatás elsősorban feltáró jellegű. A disszertáció primer forrásokon alapuló része alkotja a harmadik szerkezeti egységet, mely a tematikus parkok egyik speciális típusával, a *kalandparkokkal foglalkozik elméleti és gyakorlati szinten.*

A *turizmus* kutatásában a társadalomtudományokra jellemző módszertan (BABBIE, E. 1999) használata jellemző, melyet az elsősorban fizikai környezetet vizsgálata során alkalmazott természettudományos megfigyelések egészítenek ki. *A turizmus kutatásának mindezedig nem alakult ki egységes, normatív módszertana*, a kvantitatív eljárások a szociológia metodikája alapján történnek, míg a kvalitatív módszerek esetében már a turizmus sajátosságai is erőteljesebben érvényesülnek (MICHALKÓ G. 2008). A földrajz a turizmus kutatásában elsődlegesen a helyzetelemzés és hatásmechanizmusok értelmezése során alkotja a kutatások bázisát (SMITH, S.L.J. 1995). A disszertáció elkészítése során alkalmazott módszereket a hazai társadalomföldrajzban elterjedt *primer és szekunder* bontásban mutatom be. A dolgozatban a másodlagos mellett primer kutatási módszerek is hangsúlyosan szerepeltek annak érdekében, hogy pontos elemzést és értékelést tudjak elvégezni a hazai tematikus parkok működésének jellemzőiről, a turizmusban betöltött szerepükről.

2.1. Elméleti megalapozás módszertana

Szakirodalom elemzése

A szekunder források elemzése a disszertációban a téma *szakirodalmi feldolgozásának alapját* képezte. Ennek keretében került sor a vonzerő, az attrakció és a desztináció, mint alapfogalmak definiálására, majd azok kritikai elemzésére a nemzetközi és hazai szakirodalom áttekintésén keresztül. Az elméleti megalapozás kitér az értekezésben használt fogalmak közötti kapcsolat tisztázására. Bár a turizmusban általánosan használt alapfogalmakról van szó, mégsem egyértelmű értelmezésük. A fogalmi lehatárolások az erőforrás, a vonzerő, az attrakció, a desztináció és a tematikus park témakörében kutató hazai és nemzetközi szakértők definícióira támaszkodnak. A témával foglalkozó *nemzetközi szakirodalom* áttekintésében a hazánkban korlátozottan elérhető *nemzetközi szakkönyvek* mellett a *tudományos folyóiratokat* (Tourism Management, Journal of Business Research, Journal of Travel Research, Travel & Tourism Analyst, Annals of Tourism Research) letölthető formátumban elérhetővé tevő portálokat kell kiemelni (például ScienceDirect). A külföldi szakirodalom bár részletesen foglalkozik a kalandturizmussal, de kevésbé annak parkokban megjelenő változatával, a kalandparkokkal.

A társadalomföldrajz részeként értelmezhető *turizmusföldrajz* (AUBERT A. 2002) átfogó szemléletmódja alapján kívántam megközelíteni a tematikus park tervezésével, működtetésével és fejlesztésével kapcsolatos részeket, melynek alapját egyrészt a településföldrajzban alkalmazott *tetraéder-modell* (TÓTH J. 1981), másrészt az idegenforgalom rendszertani bázisát jelentő *turizmus rendszer modell* (LENGYEL M. 1992) nyújtotta.

A szakirodalmi feldolgozásban a témához kapcsolódó és a *komplex megközelítéshez* szükséges kapcsolódó tudományágak egyes területeinek vizsgálatát is be kívántam vonni, így például a rekreáció-elméletet vagy a közgazdaságtan területéről a menedzsment és marketing elmélet alapjait. A széles látókört és a multidiszciplinaritást a turisztikai kutatásokban elengedhetetlen tartom, mert maga az idegenforgalom is interszektorális jellemzőkkel bír, így nem elégséges egy tudományág kutatási eredményeinek felhasználása.

Statisztikai adatbázisok

A disszertáció elkészítése során a parkok bemutatásához, piaci helyzetelemzésükhöz csak nemzetközi szinten állnak rendelkezésre *statisztikai adatbázisok*, melyeket a TEA¹ és ERA²

¹ TEA: Themed Entertainment Association

² ERA: Economic Research Associates

rendszeresen publikál. A TEA a tematikus attrakciókat összegyűjtő nemzetközi nonprofit szervezet, melynek ma a világon 500 gazdasági szövet 39 országból a tagja a tematikus attrakciók üzemeltetői, tervezői, építői köréből. Az ERA egy nemzetközi tanácsadó cég, mely a szórakoztatásra és rekreációra koncentrálnak létesítmények gazdasági elemzésére koncentrálnak. Az adatgyűjtés során minden esetben a legfrissebb adatokat kívántam bemutatni és ahol lehetséges, ott az időbeli és területi változást is szemléltetni.

Statisztikai adatokat a kalandparkok környezetének turisztikai analízise és az egyes szereplők piaci pozíciójának összehasonlítása során használtam fel. A KSH adatgyűjtései révén rendelkezésre álló adatbázisok lehetőséget teremtenek a vendégforgalom elemzésére.

2.2. A primer kutatás módszere

A disszertáció elkészítése során a vizsgálati eljárásokban a *kvitatív* és a *kvantitatív* módszerek párhuzamos alkalmazására törekedtem. A *kvantitatív kutatás szolgáltatói kérdőíven* alapult, míg a *kvitatív személyes megkérdezésen, mélyinterjújn és megfigyelésen, terepbejáráson*. A felmérés adatainak feldolgozását számítógépes, statisztikai módszerekkel végeztem el, mely az elemzés alapját szolgáltatta.

Kérdőíves felmérés

A turizmusban primer kutatás során a leggyakrabban alkalmazott módszer a *kérdőív*, melyet egyéb módszerek egészíthetnek ki, így például a mélyinterjú vagy a megfigyelés alkalmazásával. *Az értékezés célkitűzésében megjelölt kérdések és hipotézisek vizsgálata céljából kérdőíves felmérést folytattam le és annak outputjait értékeltem ki.* A kalandparkok létesítésének, működtetésének és üzemeltetésének jellegzetességeit a hazai létesítmények körében lefolytatott kérdőíves felmérés keretében dolgoztam fel.

A primer kutatás folyamata az alábbi szakaszokra bontható fel:

- a kiválasztási szempontok definiálása, megkérdezésbe bevont helyszínek kiválasztása,
- kérdőív összeállítása,
- a kérdőív tesztelése, a szükséges módosítások elvégzése,
- a kérdőíves megkérdezés lebonyolítása,
- a kérdőíves felmérés eredményeinek kiértékelése, feldolgozási és közzéadási táblák készítése.

A dolgozatban a komplex kínálattal rendelkező parkok működési jellemzőit kívántam megvizsgálni, mivel ezek lehetnek azok a parkok, melyek akár önálló desztinációként is megjelenhetnek a turisztikai piacon és elsődleges attrakcióként működhetnek, így a vizsgálat céljának és főbb szempontjainak megfelelnek. Első lépésben meg kellett határozni a hazai kalandparkok között a komplex kínálattal rendelkezők körét. *Komplex kínálat* alatt *legalább három különböző játékelem*, valamint *legalább egy kapcsolódó turisztikai szolgáltatás meglétét* jelöltem meg minimumfeltételként. A fenti kritériumoknak az alábbi kalandparkok feleltek meg (1. táblázat).

1. táblázat: A megkérdezésre kerülő kalandparkok jellemzői

Név	Helyszín	Játékelem típusok száma	Kapcsolódó turisztikai szolgáltatások száma ³
Holdfény Liget	Gyöngyösfalu	7	3
Mecsextrem Park	Pécs	13	3
Oxygen Adrenalin Kalandpark és Mátra Bob	Sástó	9	4
Serpa Kalandpark	Balatonfűzfő	4	1

Forrás: A kérdőív adatai alapján

A kritériumrendszernek további két helyszín szintén megfelelt volna, de az egyik 2010. tavaszán nyílt meg, így nem rendelkezik a működtetésre vonatkozó tapasztalatokkal. A másik park bár előzetesen vállalta a részvételt a kutatásban, ám később mégsem szolgáltatott adatokat.

A kínálati oldal analízise érdekében *sztenderdizált kérdőívet* alakítottam ki, figyelembe véve, hogy a kapott adatok összehasonlításra alkalmasak legyenek. *A kérdések összeállítása során komplex nézőpontból vizsgáltam meg a parkok kialakítását, működését, belső struktúrájukat és a külső – térségi – kapcsolatrendszerüket egyaránt.* A kérdőív összeállítása során elsősorban zárt kérdések megfogalmazására törekedtem, ahol a válaszlehetőségek száma nagy, így csökkentve a fennálló információvesztés veszélyét. Továbbá a válaszok között elhelyezett „egyéb” kategória is ezt a célt szolgálta, melynek lehetőségével több esetben éltek is a válaszadók. A kérdőív első változatának összeállítása után került sor a kérdőív tesztelésére, mely mind a kérdésfeltevés módjára, mind annak tartalmára vonatkozott. A kérdőíves lekérdezés személyesen, illetve elektronikusan történt. Valamennyi helyszín további konzultációs lehetőséget is biztosított a későbbiekben. *Az adatok kezelésére az MS Excell programot használtam, míg a térképek és ábrák elkészítése Corel Draw szoftverrel történt.* A grafikus illusztrációk – ábrák és térképek – szerepe az illusztráláson túl a modellalkotást szolgálta.

³ Kapcsolódó turisztikai szolgáltatások: vendéglátás egységei (büfé, étterem), ajándékbolt, szálláshely

Mélyinterjú készítés, terepbejárás

A *mélyinterjú módszerét* a parkok menedzsmentjének megkérdezése során alkalmaztam. Az összehasonlító analízisbe bevont parkok vezetőivel készített interjú a kérdőíves felmérést egészíti ki. A sztenderd kérdőív az összehasonlíthatóságot alapozta meg, míg a mélyinterjúk a helyi jellegzetességek, sajátosságok kiemelését teszi lehetővé.

Terepbejárás során több, az összehasonlító elemzésben szereplő hazai parkot felkerestem, megfigyeléseket tudtam tenni a működtetéssel kapcsolatos folyamatokról, problémákról, kritikus pontokról.

3. KUTATÁSTÖRTÉNET ÉS SZAKIRODALMI ÖSSZEFOGLALÓ

A fejezet célja a tematikus parkok, kalandparkok kutatástörténeti előzményeinek összegzése, a témában született munkák értékelő áttekintése, mely jelen disszertációt a tudományos kutatási irányok között pozicionálja, aktualitására és szükségességére világít rá. Jelen fejezetben célul tűztem ki a turizmus rendszerének és egyben a dolgozat alapfogalmainak tekinthető turisztikai erőforrások, vonzerő, attrakció és desztináció tisztázását. A fogalmak értékelő összegzésén túllépve kutatási problémaként definiáltam a fentieknek a kutatás témája szempontjából történő vizsgálatát és továbbfejlesztését. Továbbá ebben a fejezetben kívánom röviden bemutatni a tematikus attrakciók fogalmkörét.

3.1. Tematikus parkok vizsgálata az idegenforgalmi földrajzban

A turizmus tudományos igényű vizsgálatában és az eredmények közvetítésében a geográfusok az idegenforgalmi kutatások kezdeti időszakától kezdődően meghatározó szerepet játszottak (BUTLER, R. 2000, MICHALKÓ G. 2008). Bár földrajztudományon belül a turizmus, mint kutatási terület az 1900-as évek elején megjelent (HETTNER, A. 1902), de abban az időszakban még utazási kézikönyvek és kalauzok elkészítésében – útleírások – manifesztálódott. A turizmus elsősorban pozitív gazdasági hatásaira felfigyelve az 1930-as évektől indultak meg azok a kutatások, melyekhez egyre több társtudomány is csatlakozott. A hazai geográfiában a társadalomföldrajz gazdaságföldrajzi tudományterület egyik ágazati diszciplínájává fejlődött (AUBERT A. 2007).

A disszertáció témájának szempontjából az idegenforgalmi földrajz definíció közül kiemeltnek tartom KOLLARIK A. (1990) megközelítését, mely szerint

„az idegenforgalom területi tagozódásának, az idegenforgalmi területek sajátosságainak, szerkezetének, területi kapcsolatainak, törvényszerűségeinek feltárásával, elemzésével foglalkozik. Vizsgálja az idegenforgalomra ható természeti, társadalmi és kulturális tényezőket, az idegenforgalmi áramlás sajátosságait, a területi elhelyezkedésben bekövetkező változásokat s azok okait és következményeit”.

Az idegenforgalmi földrajz hazai kutatási irányai folyamatosan változnak. Míg az 1960-as – kezdeti – időszakban a vonzásadottságok felől közelítenek (PÉCSI M. 1967), addig az 1970-es években két kiemelt idegenforgalmi célterület (Balaton és Dunakanyar) mellett egy termék, a

gyógyturizmus áll a kutatások centrumában (AUBERT A. 2006). Az egy-egy diszciplínára szűkülő megközelítések mellett mára előtérbe kerül a turizmus interszektorális felfogása, mely leginkább a földrajz, a közgazdaságtan és a szociológia együttműködésében, komplex értelmezésében valósul meg (LENGYEL M. 1992).

Tehát a turizmus kutatásában a földrajz elsősorban a folyamat- és struktúra-analízissel, a térbeli és időbeli dimenziók elemzésével vállal vezető szerepet, melyben az erőforrások vizsgálata az egyik fő feladata. A tudományág mára a regionális leíró jellegen túllépve mind több esetben az idegenforgalmi formák és termékek adottságfeltárását, valamint fogadóképesség értékelését végzik (AUBERT A. 2007). *A klasszikus, egy meghatározott földrajzi térhez kapcsolódó mellett mára a természetszintű kiindulás is mind többször jellemző, mely a disszertációban is megjelenik.*

A tematikus parkok kutatása és szakirodalma az elmúlt 30-40 évre nyúlik vissza, hiszen a modern parkok megjelenése az 1950-es évek utánra tehető. A tanulmányok többsége marketing problémákkal és lehetőségekkel (MILMAN, A. 1991; KENG, K. 1993), mentális térképekkel (FODNESS, D. – MILNER, A. 1992), vagy szegmentációs stratégiákkal (MCCLUNG, G. 1991) foglalkozik. BRAUN, B. – MILMAN, A (1994) a kis és a nagyméretű tematikus parkok lehetőségeit vizsgálta egy adott területen. Szinte valamennyi turizmus rendszerével, idegenforgalmi földrajzzal vagy turizmus gazdaságtannal, menedzsmenttel foglalkozó szakkönyv esettanulmányként a tematikus parkok köréből hoz példát a mesterséges attrakciók bemutatására.

A disszertáció témája, a tematikus parkok tudományos igényű vizsgálata nemcsak a hazai turizmusföldrajzban, hanem más diszciplína kutatási irányai között is csak érintőlegesen jelent meg. Ennek köszönhetően a tematikus parkok *hazai szakirodalma* nagyon szűk, mindössze egy-egy szerző egy-egy tanulmány erejéig foglalkozott mindezidáig a téma feldolgozásával. Kiemelném a szakterülettel foglalkozók köréből Puczkó Lászlót és Rátz Tamarát, akik szinte egyedüli hazai kutatói a területnek. Véleményem szerint a *kutatások hiánya* legfőképp a *következő okokkal magyarázható*:

- a tematikus parkok az elmúlt pár évben jelentek meg Magyarországon (ez alól kivételt képeznek, a mai tematikus parkok fejlődésének bázisát jelentő, klasszikus szórakoztató funkciót betöltő vidámparkok),
- napjainkban is korlátozott számban és területileg koncentráltan helyezkednek el,
- a versenyszféra szereplői a tudományos kutatások számára nehezebben elérhetőek, ennek egyik oka az információ értéke. Egy ilyen elemzés az egyes helyszínek

összehasonlítását igényli, melyhez nem szívesen szolgáltatnak a szereplők információt üzleti titokra hivatkozva.

A 2000-es évek utolsó harmadában megfigyelhető, hogy a pályázati rendszerekben a termékfejlesztési irányok között mind többször jelenik meg a tematikus kínálatok kiépítésének ösztönzése. A pályázati felhívások illetve a bírálati szempontrendszer elkészítéséhez tudományos megalapozottságú szakmai anyagok szükségesek, melyek szintén ösztönözhetik az ezirányú kutatásokat.

3.2. A turisztikai erőforrások, a vonzerő, az attrakció értelmezése és összefüggései

A tematikus parkok a turizmus kínálati oldalának szereplői, egy rendkívül összetett és változatos struktúra részei. A parkok a turizmusban egyidejűleg több funkciót töltenek be, mely kiemeli és speciálissá teszi őket a többi szereplő közül. Ahhoz, hogy megérthessük különleges szerepkörüket, fontosnak tartottam a disszertáció *szakirodalmi megalapozását a vonzerők és attrakciók, valamint a desztinációk értelmezésével kezdeni.*

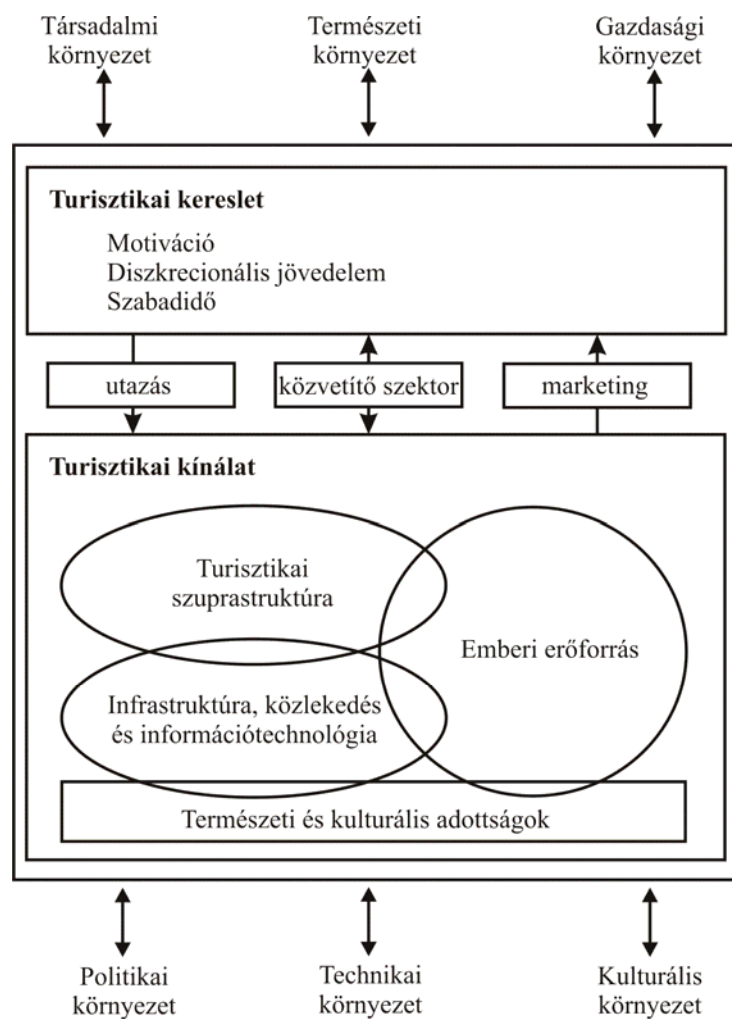
3.2.1. A turizmus erőforrásai

A termelőerők fejlődésével a természet és a társadalom kölcsönhatása egyre szorosabbá vált, mely egy új tértípus – a földrajzi tér – kialakulását eredményezte (TÓTH J. 2002). Mára a földrajzi tér egész Földünket uralja, melyben a turizmus egyre jelentősebb szereppel van jelen. *Bár a turizmus erőforrásai a térben egyenlőtlenül állnak rendelkezésre, ám a turisztikai vonzerők és termékek változatosságának köszönhetően, valamint korunk emberének az új, a megismerés iránti igényének megjelenésével szinte valamennyi ország, térség képes olyan termékekkel kilépni a piacra, mely vendégforgalmat generál.*

A *turisztikai erőforrásokat* a földrajzi környezet egyes elemei szolgáltatják, melyek számbavétele során a klasszikus csoportosítás jelenti a kiindulópontot. A turisztikai szektor jellegzetességei a meglévő rendszer további differenciálását teszi szükségessé, mely az idegenforgalomban általánosan alkalmazott *öt erőforrás-csoport* megkülönböztetését eredményezi. Az alábbi ábra alapja a turizmus rendszerének LENGYEL M. (1992) nevéhez fűződő modellje, melyet a kínálati oldalon módosítottunk a turisztikai kínálat struktúrája és az egyes elemek egymásra épülése, valamint a földrajzi környezet elemeinek kapcsolódása függvényében (*1. ábra*). A *természeti és kulturális adottságok* ma is a turisztikai vonzerőt képezik, melyeket a

természeti és kulturális erőforrások szolgáltatnak. Erre épülve az *infrastruktúra*, a közlekedés és az információtechnológia, mely a mai fejlett desztinációk kialakításában és működtetésében kulcsszerepet kapnak. A *turisztikai szuprastruktúra* egyrészt pénzügyi, másrészt infrastrukturális erőforrás alapúak, de egyediségüket a természeti és kulturális adottságok szolgáltatják. Az *emberi erőforrás* működteti a rendszer egészét, mely a turisztikai szektorban foglalkoztatottakon túl minden, a látogatókkal érintkezésben álló személyre kiterjed, így szintén kritikus elemként definiálhatjuk.

1. ábra: A földrajzi környezet elemei a turizmus rendszerében



Forrás: Lengyel M. 1992 és Steingrube, W. 2004 nyomán Aubert A. – Jónás-Berki M.

A turizmus rendkívül változatos erőforrásokat igényel, mely a turisztikai terméktípusok függvényében további változatosságot mutat. *Míg a 20. század utolsó harmadáig – az 1980-as évekig – a turisztikai vonzerők és attrakciók elsősorban a természeti és a kulturális erőforrások közül*

kerültek ki, addig mára az infrastruktúra vagy a turisztikai szuprastruktúra egyes elemei is vonzerőként működhetnek a turizmusban.

Az idegenforgalom egyik térkategóriájának tekinthető desztináció legfontosabb jellemvonása és egyben kritériuma a „hely szelleme”, a sajátos és megkülönböztető jellemvonások megléte lehetőséget teremt a piaci érvényesülésre. AUBERT, A. – SZABÓ, G. (2008) alapján ilyen egyediséget hordozhat magában a táj látványa, esztétikuma vagy az ember által alkotott vagy felismert elemek (JANKÓ F. 2002). A „hely szellemét” az egyes erőforrás-elemek közösen alakítják, formálják. *A téma szempontjából a „hely szellemét” külön kiemelendőnek tartom, mert ez lesz az egyik fő célja a tematikus parkok megalkotásának és vonzerejének.*

A turizmus alapfogalmai közül elsőként a *turisztikai erőforrásokat* kívánom megvizsgálni, melyben a klasszikus közgazdaságtani erőforrás csoportosítás jelentette a kiindulópontot. A turizmus jellemzői alapján azonban olyan eltéréseket is tapasztalhatunk, melyek az erőforrások turisztikai értelmezését követelik meg (DÁVID L. – JANCSEK A. – RÁTZ T. 2007). A turisztikai erőforrásokat elemző, vizsgáló szakkönyvek és tanulmányok az alábbi csoportosítást alkalmazzák:

- természeti erőforrások,
- kulturális erőforrások,
- humán erőforrások,
- infrastrukturális erőforrások,
- pénzügyi erőforrások.

Napjainkban a természeti erőforrások és adottságok újbóli megerősödésének lehetünk tanúi, mely mesterséges attrakciók esetében is megfigyelhető. Ide sorolhatjuk a dolgozat témájául választott tematikus parkok speciális típusait, a kalandparkokat. Az aktuális keresleti statisztikák, illetve a jövőre extrapolált változások az új típusú, bár kevésbé a történelmi múlthoz visszanyúló kortárs alkotások és új típusú desztinációk sikeres piaci érvényesülését mutatják (AUBERT A. – BERKI M. 2007). Leglátványosabban a tematikus parkok esetében láthatjuk ennek megnyilvánulását, bár ebben az esetben is a kínálat differenciálódása figyelhető meg. A korábban teljesen mesterséges, a földrajzi tértől függetlenedő tematikus parkok témaválasztásukban egyre inkább a történelmi témák, korok felé fordulnak. Ehhez hasonló folyamat játszódik le egy-egy ipari – legjellemzőbben gépipari – vállalat esetében, amikor a vezetés a turizmusban rejlő lehetőségekre felfigyelve látogatóközpontot épített fel (STEINECKE, A. 2009), ahol a termék bemutatásán túl a vendéglátás, de akár a szálláshelyszolgáltatás is helyet kap. Bár látszólag a térség klasszikus kulturális erőforrásaitól függetlenek, ám valójában a termelési kultúrán alapulnak.

A kommunikációs technológia változásai révén a közlekedésben, az információáramlásban olyan globális rendszerek jöttek létre, melyek a turisztikai piacon is a globális verseny piac kialakulását tették lehetővé. *Olyan erőforrások ezek, melyek a mesterséges vonzerők működésének alapját képezik. Az információtechnológiát a turisztikai piac mesterséges attrakciói – így a tematikus parkok – sokkal intenzívebben használják fel. Így például az Internet a klasszikus kommunikációs funkcion túl a látogatói kapcsolatmenedzsment alapja.*

A turizmus emberi erőforrás igényes ágazat. A turisztikai terméket olyan szolgáltatások hozzák létre, melyben az emberi munka kiemelt szerepet kap, mert maga is hasznosul a termékben. A turizmusra is jellemző, mint más ágazatokra, hogy a térbeli folyamatainak alakulásában, csak úgy, mint területi differenciák kialakulásában a humán erőforrásnak, a tudásnak és a kvalitásnak jelentős szerepe van (LÁSZLÓ M. 2008). *A szektor egyik legnagyobb kihívása abban található, hogy az alsóbb hierarchia szintű munkakörben dolgozók (pl. tematikus parkok animátorai) találkoznak közvetlenül a turistával, ők közvetítik a terméket a fogyasztó felé, így személyek közötti (például „jelkép”, kapcsolatteremtő és ápoló) és információs szerepkört is betöltenek.* Ez a minőségorientált világunkban folyamatos kontrollt, képzéseket és megfelelő motivációs rendszert igényel.

A turizmusfejlesztés volumenének egyik döntő jelentőségű faktora a pénzügyi erőforrások rendelkezésre állása, illetve annak összetétele. *A mesterséges vonzerők közül a tematikus parkok az egyik legfokozottabb létesítmények, mely a hazai megjelenésüket is térben korlátozza.* Magyarországon a turizmusfejlesztésben is döntő szerepe van a pályázati rendszerek működésének és egyéb állami ösztönző-rendszereknek. A pályázati rendszerek a 2000-es évek elején a Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Programjával még hazai forrásokat allokáltak, addig hazánk Európai Unió csatlakozásával a közösségi források elosztása az NFT I.⁴, majd 2007-től az ÚMFT⁵ és ÚMVP⁶ iránymutatásai alapján történik.

A turisztikai erőforrásokról összefoglalva elmondhatjuk, hogy a természeti és a kulturális erőforrások szolgáltatják a turizmus rendszerének működési alapját, a vonzerőt. Több szerző felhívja arra a figyelmet, hogy *a természeti vagy kulturális erőforrás nem tekinthető automatikusan vonzerőnek, helyette potenciális vonzerőnek kell tekinteni őket* (DÁVID L. – JANCSIK A. – RÁTZ T. 2007, FORMÁDI K. – MAYER P. 2005). A vonzerővé válásban a szolgáltatások – élmény- és utazási/szabadidős – és a vonzó imázs meglétét emelik ki. *Véleményem szerint a fenti álláspont kiegészítésre szorul, mert léteznek olyan erőforrások melyek minden egyéb szolgáltatás és imázsformálás nélkül*

⁴ Nemzeti Fejlesztési Terv I.

⁵ Új Magyarország Fejlesztési Terv

⁶ Új Magyarország Vidékfejlesztési Program

is vonzerőként működnek. Ilyennek tekinthetők azok a természeti erőforrások/vonzerők, melyek önmagukban is látogatóforgalom generálására alkalmasak. *Ebben az esetben a turisztikai hasznosítást megelőzően a természetvédelmi szempontok, a környezetkárosítás megelőzése és a hosszú távon is biztosítandó fenntarthatóság követeli meg a látogatóforgalom és más gazdasági tevékenységek kontrollját.* A turisztikai infrastruktúra kiépítése az erőforrás/vonzerő védelmén túl az élmény kialakítását és növelését, valamint az oktatást és nevelést támogathatja (FORMÁDI K. – MAYER P. 2005).

A turisztikai erőforrások a turizmus megjelenésének és fejlődésének feltételrendszerét teremtik meg. Az erőforrások közvetlen vagy közvetett hatásmechanizmusukon keresztül befolyásolják a turizmus jellemzőit, térbeli megjelenési formáit, fejlesztésének környezetét.

3.2.2. Vonzerő a turizmusban

A vonzerő szavunk jelentése a Magyar Értelmező Kéziszótár alapján valakinek, valaminek az a sajátossága, hogy vonzalmat kelt, tetszésből, érdeklődésből közeledni vágyódást vált ki. A turisztikai szektor működésének alapját a vonzerő adja, mely a turizmus rendszerében kiemelt szerepkörrel rendelkezik. *A vonzerő mind a kereslet, mind a kínálat oldaláról a rendszert meghatározó tényező.* Keresleti oldalról a legegyszerűbben vonzerőnek nevezzük azt, amiért a turista útra kel (LENGYEL M. 2004), amiért a látogatók egy adott helyet felkeresnek (RICHARDS, G. 2002).

A kínálati oldalról közelítve nincs idegenforgalom a vonzó hatást kiváltó tárgyasult vagy immateriális vonzerők nélkül, melyek látogatóforgalmat generálnak. Ahhoz, hogy vonzerőről beszélhessünk egy bizonyos nagyságrendet azonban ennek a forgalomnak el kell érnie (MICHALKÓ G. 2004), melynek szintje egyértelműen, objektív módszerekkel nem határozható meg, ehelyett indirekt megközelítésekkel találkozhatunk.

KNAFOU, R. (1997) a tradicionális elemzések a földrajzi vonzerők meglétét és szerepét tekintik kiemeltnek a települések turisztikai célponttá válásában, míg véleménye szerint az új megközelítések a szociokulturális szempontokat hangsúlyozzák, melyek által a vonzerők hasznosulnak, aktivizálódnak. A fenti két felfogás alapján egy integrált megközelítés alkotható, mely egyben a köz- és magánszektor együttműködésére hívja fel a figyelmet (AUBERT A. 2007).

Míg a korábbi korszakokban a turizmus vonzerői a történelmi múlt, kultúra tárgyasult vagy szellemi öröksége, illetve a természeti adottságok voltak, addig napjainkban vonzerőt teremteni már szinte „bármiből” lehet. *Amennyiben a pénzügyi forrás mellé megfelelő attrakció- és látogatómenedzsment társul, akkor rövid időn belül akár nemzetközi hatókörű vonzerővé is válhat. Erre*

legjobb példaként a tematikus parkokat említhetjük, melyek ma vezető attrakciói a nemzetközi turisztikai piacnak.

A turizmus rendszer működésének alapját jelenti a vonzerő és motiváció kapcsolatrendszere, mely a vonzerő szerepét még inkább kiemeli. A rendszer működéséhez elengedhetetlen a motivációnak megfelelő vonzerő megléte, melyen a potenciális turista utazási döntése is alapul. Azok a helyszínek – célterületek – jöhetnek számításba az utazási alternatívák közötti választás során, mint desztinációk, melyek az egyén motivációjának megfelelő vonzerővel rendelkeznek. Ha ez nem valósul meg, akkor a kereslet és a kínálat találkozása elmarad, nem jön létre az utazás. Az előbbiekből levonható az a következtetés, hogy a vonzerő nem csak a kínálatot, hanem a keresletet is meghatározza (LENGYEL M. 2004) Az utazási döntés meghozatalában a potenciális látogatókat belső és külső tényezők egyaránt befolyásolják. A motivációjuk, érdeklődési területük, igényeik mellett korlátozó tényezőként lép fel a diszkrecionális jövedelmük szintje.

3.2.2.1. Az eredeti és a származtatott kínálat, valamint a vonzerő kapcsolatrendszere

A jól működő idegenforgalmi szektor egyik alapkövetelménye, hogy a turizmus eredeti és levezetett, származtatott kínálata egymást harmonikusan kiegészítse. (KASPAR, C. 1991) A turizmus eredeti kínálata alatt a vonzerőket értjük, melyek közé a természeti, a társadalmi-kulturális viszonyok és az általános infrastruktúra sorolható, ez utóbbi teszi lehetővé társadalmi-gazdasági tevékenységek kibontakozását. Az eredeti kínálat elemei keretet adnak gazdasági tevékenységek végzéséhez, tehát nem közvetlenül az idegenforgalmi szektorhoz soroljuk az egységeket, de mint keretfeltételek irányt adnak a turizmus fejlődéséhez. Az eredeti kínálat megléte önmagában azonban nem elegendő, ha nem egészítik ki a levezetett, származtatott kínálat elemei, akkor a turisztikai szektor eredményes és hatékony működése is sérül, bizonyos fokon megragad vagy ki sem alakul.

Az eredeti kínálat egyedi megjelenésű egységei léphetnek elő vonzerővé. A származtatott kínálat elemei közé sorolja KASPAR, C. (1991):

- helyváltoztatást szolgáló létesítményeket,
- tartózkodást lehetővé tevő létesítmények,
 - szálláshely- és vendéglátás egységei mellett a rekreációs célokat szolgáló létesítményeket,
 - gazdasági tevékenységeket szolgáló létesítményeket,
- közvetítő szektor és
- információszolgáltatás létesítményeit.

KASPAR, C. (1991) kiemeli, hogy *a kínálat komplexitásának kiemelkedő szerepe van, de a vonzerőt az eredeti kínálat határozza meg*. Bizonyos esetekben ettől eltérő példákkal is találkozhatunk a szükségleti hierarchia egyes szintjein, amikor a levezetett kínálat valamely eleme kerül előtérbe és a háttérbe szorítja a klasszikus vonzerőt (pl. tematikus szállodák).

Véleményem szerint mára a turizmus rendszerének fejlődése eljutott egy olyan stádiumba, ahol megkérdőjeleződik a fenti klasszikus struktúra. A mesterséges attrakciók az eredeti kínálaton alapuló vonzerők helyett a földrajzi környezettől függetlenedő témaválaszt is lehetővé tehetnek. Ebben az esetben azonban még inkább igaz, hogy az eredeti kínálat megléte önmagában nem elegendő, mert a téma önmagában fiktív, így bár érdeklődést kelthet, de turisztikai infrastruktúra (értelmezése MICHALKÓ G. 2004 alapján) nélkül nem tud látogatóforgalmat generálni.

3.2.2.2. A vonzerők tipizálása

A vonzerők tipizálására, csoportosítására a szakirodalomban eltérő megoldások léteznek. Célom a fejezetben az volt, hogy a főbb ismérvek alapján összefoglaljam ezeket a megközelítéseket.

Térbeli megjelenési forma alapján

A térbeli megjelenésében megkülönböztetjük a pontszerű és a lineáris vonzerőket. *A pontszerű vonzerők* egy-egy térbeli pontra koncentráltan helyezkednek el. *Lehetnek kisebb – pár négyzetméteres – vagy nagyobb, akár több száz hektáros kiterjedésűek (például tematikus parkok)*. A pontszerű települési, táji értékek, adottságok gyakran önmagukban kevés vonzerőt képeznek, ezért a gyakori az ezek közötti koordináció, az összevont vonzerőfejlesztés (AUBERT A. – MISZLER M. – SZABÓ G. 2000).

A lineáris vonzerők általában nagyobb területet ölelnek fel, gyakran pontszerű vonzerők összekötéséből jönnek létre. A vonzerő térképi megjelenítésében vonal mentén ábrázolható. Legtöbb esetben térségi szinten jelentkeznek, de léteznek országos vagy akár több országon átnyúló kiterjedésűek. *A lineáris vonzerők között a természeti (pl. folyó, tengerpart) mellett az ember alkotta vonzerők klasszikus példái a kerékpárutak vagy a tematikus utak.*

Elsődleges és másodlagos vonzerők

Az *elsődleges vonzerők* elegendő ígéretet, illetve kedvező esetben élményt nyújtanak utazási forgalom generálására, akár több napi tartózkodásra. Lehetőséget nyújtanak arra, hogy a település/térség/ország turisztikai arculatában megkülönböztető jelleget teremtsenek. Ha

másodlagos a *vonzerő*, akkor viszont a fő vonzerő/attrakció megtekintése mellett színesítheti a programot.

Az elsődleges/másodlagos vonzerők közé történő besorolás nem egyértelmű, mert piaci szegmensenként változhat a preferenciáknak megfelelően. Vonzerő- és attrakciófejlesztés során kétirányú koordináció szükséges:

- helyi adottságok, vonzerők számbavétele,
- a tényleges/potenciális és megcélzott vendégkör preferenciái.

E két oldal figyelembe vételével lehet a település/területi szint elsődleges és másodlagos vonzerőinek körét, valamint a stratégiai fejlesztési irányokat kijelölni. *Az elsődleges vonzerőkön alapuló attrakciók bizonyos esetben egyben desztinációként is értelmezhetőek (például tematikus parkok).*

Hatókör alapján

A vonzerők osztályozásának a turizmusfejlesztés szempontjából legfontosabb kérdése a vonzerők hatókörének értékelése. A vonzerő típusa, egyedisége a vonzerő hatókörét kijelöli, melyet a *turizmus vonzáskörzeteként* jelölhetünk meg, azaz mekkora távolságról képes hatást gyakorolni a turistákra. Eszerint *helyi, regionális, országos/nemzeti, nemzetközi és univerzális vonzerőről* beszélhetünk (LENGYEL M. 2004). Újabb megközelítések (MICHALKÓ G. 2004) megkérdőjelezik a helyi vonzerők létjogosultságát arra hivatkozva, hogy ebben az esetben nem jön létre a környezetváltozás, mely a turizmus alapfogalmának újabb megközelítése alapján kritériumnak számít. A lakókörnyezeten belül történő mozgást a rekreáció és a közművelődés fogalmához kapcsolhatjuk.

A régió belüli szintekhez kapcsolódó vonzerők számottevően nem befolyásolják az adott régió turizmusát. (MICHALKÓ G. 2004) A fenti álláspont azzal igazolható, hogy a turisztikai bevételek két szolgáltató területen koncentrálnak: szálláshelyek és vendéglátás. Ha kisebb távolságra utazunk el, akkor sokkal kisebb a valószínűsége a hosszabb tartózkodási időnek, illetve vendéglátó egységek igénybevételének.

Az országos szintű vonzerők esetében az ország bármely részéből érkehetnek érdeklődők (MICHALKÓ G. 2004). Legtöbb esetben az országos szintű vonzerők a hazai lakosság számára nyújtanak utazási motivációt. E vonzerőszinten belül két csoportot különböztethetünk meg:

- a vonzerő látogatói az egész ország területéről érkeznek, de olyan speciális vendégkört jelentenek, mely jelentősebb számban nem generál további látogatásokat az országhatáron kívülről,

- a látogatók az ország egész területéről nagy számban érkeznek, de nem generál jelentősebb mértékű vendégforgalmat az országhatáron kívülről (például nemzethez kapcsolódó témán alapuló örökségparkok).

A nemzetközi vonzerők jelentős külföldi vendégkör vonzására képesek. Ebben az esetben is – az országoshoz hasonlóan – két csoport definiálható. A tipizálás alapját az képezi, hogy speciális a vendégkör vagy széles piaci szegmenst, akár több szegmenst reprezentál. A nemzetközi vonzerők speciális csoportját képezik az univerzális vonzerők, melyek a világ bármely országának lakosai számára attraktívak, így utazást generálhat a távolságtól függetlenül.

A hatókör alapján történő csoportosítás esetében is megfigyelhető szabályszerűség a vonzerők eloszlását figyelembe véve. Míg az univerzális vonzerőkből – és attrakciókból – található a legkevesebb, addig az alacsonyabb területi szintet érintő vonzerőkből a legtöbb. Egy-egy kimagasló értékkel bíró vonzerő térszervező erővel is rendelkezhet, térségek illetve települések számára a belső homogenitást biztosíthatja, amely a térfelosztás fontos tényezője.

Természeti és ember alkotta vonzerők

A vonzerők csoportosításának leggyakrabban alkalmazott módja a vonzerő eredete alapján történik, mely alapján két fő csoportba sorolhatjuk őket:

- természet alkotta vonzerők,
- ember alkotta vonzerők.

Napjainkban szinte „bármiből” képezhető, kialakítható vonzerő, csak megfelelő mennyiségű tőkére, kreatív, innovatív vagy már jól működő ötletre vagy annak adaptálására van szükség. Az ember alkotta vonzerők köre – számuk és típusaik – gyorsan bővül, a mindenkori keresleti trendeknek megfelelően alakul. *Napjainkban létrehozott mesterséges vonzerők legtöbbször már kialakításuk kezdetétől egyben attrakcióként működik, komplex kínálati csomagot alkotnak.* A turisztikai termékek életciklus modellje (BUTLER, R.W. 1980) szerint az idő függvényében érnek el különböző eredményeket és járnak be a turizmusban jellemző, a klasszikus termékektől eltérő életutakat.

3.2.2.3. A vonzerők egymásra gyakorolt kölcsönhatása

A turisztikai vonzerők a földrajzi térben egyenetlenül helyezkednek el. A különböző vonzerők egy-egy területi szinten erősíthetik egymást, de additív kapcsolat helyett multiplikatív

kölcsönhatásban állnak egymással. Egymást erősítő, de egymás hatását gyengítő esetekkel is találkozhatunk. Legtöbb esetben a szinergikus hatást természetesnek veszik, holott a potenciális kölcsönhatások elemzésének elmaradásával negatív irányú folyamatok indulhatnak meg. A tematikus attrakciókon belül a tematikus utak tervezésénél a sikeresség egyik faktora a szereplők kiválasztása. Egy kiemelkedő helyszín még inkább elvonhatja a figyelmet a hasonló jellemzőkkel rendelkező szereplőről, így a remélt látogatóforgalom növekedése helyett ezzel éppen ellentétesen a látogatóforgalom csökkenése következhet be. (PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 2005)

A vonzerők egymást kiegészíthetik, illetve a vonzerőkre épülő termékek összekapcsolódhatnak. Ilyen terméktársítás jellemző például a vidéki turizmus terméktípusai esetében vagy a városi turizmus és kulturális, konferencia turizmus kontextusában.

3.2.3. Attrakciók a turizmusban

Az attrakció egy sokrétű, komplex fogalom a turizmusban, általánosan elfogadott definíciója mindeközéig még nem született meg. Különböző megközelítésekkel találkozhatunk a szakirodalomban, melyek az attrakció központi fogalmát járják körül. *A hagyományos értelmezés szerint az attrakció a vonzerő szinonimája, de egyre többen minőségileg tesznek különbséget a két fogalom között. Az új szemlélet szerint az attrakció maga maga a vonzerő, melynek piacra vitelét, értékesítését a turisztikai infrastruktúra támogatja, melynek eredményeként attrakció jön létre.*

A fogalom komplexitását tovább árnyalja a látogatók sokfélesége, akik mind felkereshetik az ilyen típusú helyszíneket, így a turisták mellett a kirándulók és a helyi lakosság is. A kiszolgáló turisztikai infra- és szuprastruktúra változatossága szintén az egzakt definíció megalkotását nehezíti. Sok esetben ezért az attrakció típusainak felsorolásával (MIDDLETON, V.T.C. 1988; SWARBROOKE, J. 2002, PAGE, S.J. 2007) vagy az attrakcióvá válás alapkövetelményeinek rögzítésével (Visit Scotland, 2004; WALSH-HERON, J. – STEVENS, T. 1990) történik a fogalommagyarázat.

Az attrakciók definiálásában nemzetközi szinten eltérő megközelítésekkel találkozhatunk, melyek az alábbiakban kerülnek kifejtésre. A fejezet megírása során a klasszikus helyett az új értelmezésre helyeztem a hangsúlyt, melyet a dolgozat témája szempontjából is fontosnak tartok.

MIDDLETON, V.T.C. (1988) a következőképpen foglalja össze a turisztikai attrakciók lényegi elemeit:

„Olyan hosszú távon rendelkezésre álló erőforrások, melyek a széles közönség számára szórakoztatási, oktatási funkciót töltenek be és ennek megfelelően menedzselik őket.”

MIDDLETON, V.T.C. (1988) továbbá tíz fő attrakció csoportot különböztet meg, melyek az alábbiak:

- műemlékek,
- történelmi épületek,
- parkok és kertek,
- tematikus parkok,
- természeti attrakciók,
- múzeumok,
- galériák,
- ipari műemlékek,
- tematikus utak,
- szórakoztató és rekreációs parkok.

Az UNWTO⁷ nagy-britanniai központja az alábbiakat emeli ki az attrakciókkal kapcsolatosan:

- központi szerepet tölt be,
- funkciója alapján két nagy csoportot különböztethetünk meg, így a szórakoztató és az oktató–nevelő szerepkört betöltő attrakciókat,
- a széles közönség számára elérhető, felkereshető helyszínek. (Visit Scotland, 2004)

A legátfogóbb definíciók közé tartozik a WALSH-HERON, J. – STEVENS, T. által 1990-ben publikált fogalom, mely szintén három központi elemet hangsúlyoz:

- egy attrakció a helyi lakosok és turisták köréből vonz látogatókat,
- élményteli és kellemes szabadidő-eltöltésre nyújt lehetőséget,
- a látogatók igényeinek, szükségleteinek és elvárásainak megfelelő szolgáltatásokat kínál.

⁷ United Nations World Tourism Organization – az ENSZ Turisztikai Világszervezete

Az attrakciók egyik nemzetközileg elfogadott kategorizálása SWARBROOKE, J. (2002), PAGE, S.J. (2007) nevéhez fűződik, akik a következő csoportokat különböztetik meg:

- természeti vonzerőn alapuló attrakciók,
- eredetileg nem turisztikai hasznosítás céljából épített vagy létesített objektumok, épületek, tárgyak,
- turisztikai hasznosítás céljából létesített helyszínek, tárgyak,
- speciális események.

Az új megközelítést erősíti HUDSON, R. – TOWNSEND, A. (1992) definíciója is, mely szerint az attrakció mindig valamilyen különleges, a mindennapoktól eltérő, szokatlan objektum. Hozzáteszik, hogy a szokatlanság és a különlegesség nem objektív, hanem az egyéntől, az individuumtól függő, állandóan változó kategória. A termékek és a szolgáltatások közszükségleti cikké válásával az a piaci szereplő jut versenyelőnyhöz, aki intenzívebb vevői élményt képes létrehozni. PINE, J. – GILMORE, J. (1998) az élménygazdaságtan alapkategóriái közé az élmény mellett az emlékezetesség, a személyesség, a felfedezés, az előadás, a vendégség és az érzések fogalmát nevesíti.

Az attrakciót több esetben – általában helytelenül – a desztinációval szinonimaként használják, holott *a desztináció egy nagyobb kiterjedésű területet jelöl, mely több összetartozó attrakcióból épül fel*. Egy-egy központi attrakció – a vonzerő kiterjedése alapján – szűkebb és tágabb térségére is terület- és településfejlesztő hatást fejt ki. *Bizonyos attrakciók esetében viszont elhomályosul a különbség az attrakció és a desztináció között, melyek közé főképp az országos, de leginkább nemzetközi hatókörrel rendelkező helyszínek tartoznak. Ide sorolhatjuk például a tematikus parkokat, melyek önmagukban elérhetik és teljesítik a desztinációkkal szemben támasztott követelményeket*. A hazánkban működő tematikus parkok közül az aquaparkok töltenek be ilyen funkciót.

A vonzerő és attrakció egymástól különválasztott használatára egyre több példát találunk a hazai szakirodalomban és fejlesztési dokumentumokban is. A 2007-ben elfogadott Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia például úgy fogalmaz, hogy az attrakció *„turisztikai céllal hasznosított vonzerő”*. Ez már arra utal, hogy a vonzerőnél minőségében jelent többet a turisztikai attrakció, egy következő lépcsőfok a turizmusfejlesztésben.

Az attrakciók jellegzetességeinek vizsgálata egyrészt a vonzerőknél tárgyalt ismervek alapján történhet, másrészt további szempontok is felmerülnek a tipizálásuk során. Az *attrakciók tulajdonosi háttere* lényeges következményekkel jár azok működésében, fenntartásának

jellemzőiben. Szabályszerűség figyelhető meg a különböző szereplők elvárásainak, követelményeinek, lehetőségeinek és kötelezettségeinek megfelelően a működtetésben, filozófiában (2. táblázat). A tipizálás alapja, hogy a magánszektor számára elsődleges prioritás a vállalati – részvényesi⁸ – érték. További célnak tekinthető a piaci részesedés, a piaci jelenlét növelése, a mindenkori keresleti viszonyoknak megfelelő szolgáltatásminőség biztosítása. A fentiek alapján azok az attrakció típusok jellemzőek és vonzóak a versenyszféra szemszögéből, melyek a fenti követelményeknek megfelelnek és hosszú távon képesek kedvező eredményeket elérni, a működés fenntarthatóságát biztosítani. *Az attrakciók között a magánszektor a szórakoztató szektorhoz közel álló létesítményeknél van legnagyobb arányban jelen, így például a dolgozat témájául választott tematikus parkoknál.*

A közszektor piaci jelenlétének elsődleges prioritása viszont a megőrzés, a konzerváció biztosítása, emellett lényeges a közművelődési, kulturális, az oktatási és az általános terület- és településfejlesztő funkciója. Tipikusan a közszektor által fenntartott és üzemeltetett létesítmények a kulturális és természeti örökség megőrzéséhez, bemutatásához kapcsolható egységek. A 2001. évi LXIV. törvény a kulturális örökség védelméről szóló jogszabály alapján a föld felszínén, a földben, a vizek medrében vagy máshol rejlő, illetőleg onnan előkerülő régészeti lelet állami tulajdon. A régészeti leletek tulajdonjogáról az állam lemondhat régészeti gyűjtőkörrel rendelkező, nem állami fenntartású múzeumok tulajdonosai javára. A fenti törvény 5. §. (1) alapján a kulturális örökség a nemzet egészének közös szellemi értékeit hordozza, ezért megóvása mindenkinek kötelessége, védelme közérdek, megvalósítása közreműködési jogosultságot és együttműködési kötelezettséget jelent az állami és önkormányzati szervek, a nemzetiségi szervezetek, az egyházak, a társadalmi és gazdasági szervezetek, valamint az állampolgárok számára. Természeti örökségünk védelméről 1996. LIII. törvényünk rendelkezik, hasonlóan kötelezettségeket állapít meg védelmük érdekében. A közszektor keretein belül működő attrakciók esetében a közösség hosszú távú társadalmi és gazdasági jólétének biztosítása a cél. Nemzetközi szinten a közszektor lényegesen kisebb mértékben jelenik meg a turisztikai piacon (WEAVER, D. 2008), elsősorban nemzeti parkok, történelmi emlékhelyek és közlekedési vállalatok formájában. Ezzel szemben hazánkban a közszektor domináns az attrakciók piacán. Ez a helyzet azzal magyarázható, hogy a turisztikai piacon a szálláshelyi szektorban lényegesen gyorsabb megtérülés realizálható, másrészt a vonzerők jelentős része állami/önkormányzati tulajdonban van.

⁸ shareholder value: részvényesi érték, mely a piaci értéket tekinti mérvadónak a vállalat, szervezet értékelésekor.

2. táblázat: Az attrakciók csoportosítása tulajdonlás alapján

Szektor	A főbb attrakció típusok	A működtetés főbb célkitűzései
Közszektor: <ul style="list-style-type: none"> • Állam • Helyi szervezetek • Országos intézmények 	Múzeumok, galériák, emlékhelyek, geológiai lelőhelyek, történelmi helyszínek, nemzeti parkok	<i>Az elsődleges prioritás:</i> konzerváció, megőrzés, hosszú távon a társadalmi és gazdasági jólét biztosítása <i>Egyéb szempontok:</i> Oktatás, művelődés, turizmusfejlesztés révén térség- és településfejlesztés
Magánszektor: <ul style="list-style-type: none"> • Versenyszféra szereplői 	Tematikus parkok	<i>Elsődleges szempont:</i> profit <i>Kiegészítő célok:</i> szórakoztatás, piaci részesedés növelése, növekvő piacok feltárása

Forrás: Weaver, D. 2008

Az előzőekben elemzett két tulajdonlási forma mellett „vegyes” megoldással is találkozhatunk, amikor egy nem közszektorhoz tartozó szervezet non-profit alapoknak, elveknek megfelelően működtet egy attrakciót speciális célok – pl. természetvédelem – érdekében.

Az attrakciók másik kiemelt jellemvonásaként említi WALL, G. (1997) a helyszín térbeli megjelenését. A vonzerőkhöz hasonlóan *pontszerű és vonal menti attrakciókat* különböztethetünk meg. Az egy pontban koncentrálódó attrakciók egyben lehetőséget nyújtanak, de akadályt is jelenthetnek a fenntartható fejlődés elveinek érvényesülése során. A vonal menti attrakciófejlesztés szélesebb és kiterjedtebb területi hatást eredményezhet.

Elhelyezkedés alapján a klasszikus osztályozás során *abszolút és relatív fekvésről* beszélhetünk. Más típusú megközelítést jelent a földrajzi helyhez kapcsolódó és a földrajzi helytől független (vagy részben függetleníthető) attrakciók megkülönböztetése. Első esetben a vonzerőt különleges elhelyezkedés, természeti vagy kulturális adottság szolgáltatja, míg az utóbbinál a helyszínválasztás szabad – szabadabb –, néhány korlátozó tényező befolyásolhatja a döntést.

3.2.4. Desztináció, mint a turizmus rendszer alapkategóriája

A desztináció szintén rendkívül komplex fogalma a turizmusnak. A turisztikai desztinációk definiálásában is többféle álláspont alakult ki a szakirodalomban. A desztinációkutatás, desztinációfejlesztés előtérbe kerülésével a turisztikai szakma az egzakt fogalomalkotásra törekszik, ennek megfelelően fejlődik, egészül ki a fogalomkör.

A desztináció szemlélet felerősödését az is motiválja, hogy korunkban a turisztikai piacon zajló verseny a szolgáltatói szintről a desztinációkra helyeződött át. Korábban az egyes vonzerők és attrakciók, szállodák és további szolgáltatók versengtek egymással a vendégekért, addig mára a desztinációk versenye a jellemző. Nemzetközi szinten ebben a konkurenciaharcban a tematikus parkok is részt vesznek, melyek akár önálló desztinációként is jelen lehetnek a piacon.

Az UNWTO 2006. évi konferenciáján született meg a *desztinációra* egy átfogó definíció, melynek lényegi elemei:

- egy olyan helyszín, ahol a turista legalább egy éjszakát tölt el,
- tartalmazza a turisztikai vonzerőket, termékeket, kapcsolódó szolgáltatásokat, amelyek ahhoz szükségesek, hogy a turista legalább egy napi helyben tartózkodásának igényeit kielégítsék,
- fizikai és adminisztratív határai vannak, amelyek meghatározzák annak menedzsmentjét,
- önálló imázssal és percepcióval rendelkezik.
- számos érintettet fog össze, képes a hálózatosodásra, együttműködésre és ezáltal arra, hogy nagyobb desztinációvá fejlődjön.

A desztináció BIEGER, TH. (1997) felfogása szerint olyan, a turisták által kiválasztott földrajzi területesség, melynek geográfiai és történelmi szempontból is egyedi jellemvonásai vannak. Ez a területesség az attrakciók megjelenésének a helyszíne, amelyek összekapcsolódnak a turisztika infrastruktúrával és a szolgáltatásokkal, végső soron egy szolgáltatási- és programcsokrot nyújtva a desztinációt felkereső vendégeknek.

BIEGER, TH. (2002) a desztinációknak négy fontos ismertetőjegyet adja meg, amely alapján a desztináció

- olyan földrajzi terület (resort, település, kistérség, régió, ország, kontinens),
- melyet a vendég, a vendégek egy csoportja célterületnek választ,
- mely rendelkezik a turistafogadáshoz szükséges szolgáltatásokkal (szállás, vendéglátás, kikapcsolódás/munkavégzés feltételei,
- a beutaztatás legfontosabb versenyegységeiként stratégiai USB⁹-ként kell kezelni őket.

Az előzőtől eltérően BUHALIS, D. (2000) definíciója logikailag a turizmus rendszerének struktúrájához kapcsolódik, azokból építkezik. Párhuzam vonható a turisztikai termék értelmezésével (MIDDLETON, V.T.C. 1994), ahol szintén ezeket az elemeket találjuk. A turisztikai desztinációk meghatározó elemei BUHALIS, D. (2000) alapján az alábbiak:

- turisztikai attrakció,
- megközelíthetőség,
- turisztikai szolgáltatások,
- termékcsomagok,
- a turista tartózkodása során végzett tevékenységek, igénybe vett szolgáltatások,
- közszolgáltatások.

A desztináció komplexebb értelmezésével is találkozhatunk, mely szerint „a *desztináció a turisták által kiválasztott földrajzi területegység, amelynek geográfiai és történelmi szempontból is egyedi jellemvonásai vannak.*” (AUBERT A. – SZABÓ G. 2008, p. 150.) Ennek megfelelően a szerzők a desztinációk átfogó jellemvonásait az alábbi három központi csomópont köré rendelik:

- egyedi vonzerő, intenzív vonzás,
- kiforrott, érett turisztikai termékek,
- „genius loci” vagyis a hely szelleme, annak kisugárzása.

A fentiek alapján olyan területegységet értünk *desztináció* alatt, mely *az attrakciók megjelenésének a helyszíne, ahol ezek összekapcsolódnak a turisztikai infrastruktúrával és a szolgáltatásokkal, így végső soron egy szolgáltatási és programcsokrot nyújtva a desztinációt felkereső vendégeknek.* (AUBERT A. – BERKI M. – SZABÓ G. 2008)

⁹ SBU: Strategy Business Unit

A desztináció fogalmát tovább árnyalja, hogy bizonyos esetben egy-egy attrakció is betöltheti a desztináció szerepkörét. Klasszikus esetben a két fogalom elválik egymástól, melyben a desztinációt térségi területi szintekre alkalmazzuk. Ezzel szemben a klasszikus tematikus parkok kivételt jelentenek ebben a struktúrában, mert a parkok turizmus rendszerbeli egyik specialitását az adja, hogy önmagukban testesítik meg a desztinációkat és az attrakciókat. Mindkét szint jellemvonásait megtalálhatjuk, kettős követelményrendszernek kell megfelelniük és működniük.

A desztinációk lényeges és létfontosságú kérdése a rendezettség, mely a desztinációk versenyképességét is megalapozza. A tematikus parkok esetében fokozottan igaz az a megállapítás (AUBERT A. – SZABÓ G. 2008), hogy a kínálati palettájuk nem állhat egy vagy több különböző szolgáltató eltérő minőségű termékeinek összehangolatlan egymás mellé állításából, mivel a vendég rendszerint nem a különböző vállalkozások alapján differenciál, hanem a desztináció minőségét összességében értékeli.

A turisztikai desztinációk kutatásában a versenyképesség-vizsgálat az egyik legnépszerűbb kutatási terület (CROUCH, G.I. – RICHIE, J.R.B. 1999, PEARCE, D.G. 1997a), melyben a versenyképesség kutatás, pozícióelemzés mind a külső, mind a belső környezet adottságait, helyzetét vonja analízis alá. Így a vizsgálat középpontjául szolgáló szereplő általános és a turizmusban alkalmazott versenyanalízis során a klasszikus modellek számítanak bázisul. A versenyképesség tényezői a turizmus működésének és a környezeti feltételek változásának hatására időben változnak.

A célterületek közötti verseny jellege a harmadik évezred elején teljes mértékben különbözik az 1950-es évekből. Egy-egy desztináció esetében a környezeti tényezők és belső adottságok komponensenkénti vizsgálata szükséges a globális kép megalkotásához. Több szerző (DÁVID L. – JANCSIK A. – RÁTZ T. 2007) a verseny jellegének a megváltozására is kitér, mely a turizmus tömegedésének időszakában elsődlegesen a szolgáltatók között, míg napjainkban már inkább a desztinációk között zajlik. Ezzel is magyarázhatjuk a desztináció-menedzsment kulcskompetencia jellegét napjainkban.

Összefoglalva, hogy mi tesz egy desztinációt versenyképpé a következő jellemzőket nevesítik CROUCH, G.I. – RICHIE, J.R.B. (1999): a turisztikai szektor bevétel-növelésének képessége, attraktivitás, a látogatók vonzása, a fogyasztói elégedettség emelése. Mindezt a gazdasági eredmények, a helyi lakosság életszínvonalának emelése és a fenntartható fejlődés hármas követelményrendszerében kell elérni és hosszú távon biztosítani.

A megelőző fejezetekben a turisztikai erőforrás, vonzerő, attrakció és desztináció fogalmának áttekintésére, a különböző nézetek összevetésére került sor. Összegzésként ebben a fejezetben céloim a fenti fogalmak egymáshoz való viszonyának, kapcsolatrendszerének bemutatása volt.

Az előbbieken áttekintett fogalmak viszonyának tisztázása során kiindulópontnak az *erőforrás* számít, mely a turizmus szempontjából alapot teremt a tervezéshez. A turizmus erőforrásai közül az idegenforgalom klasszikus *vonzerőit* a természeti és a kulturális erőforrások szolgáltatják. A vonzerőfejlesztés, a piacra vitel feltételeinek megteremtése, a turisztikai infrastruktúra (MICHALKÓ G. 2004 értelmezése szerint) kiépítése révén jön létre a *turisztikai attrakció*. Az *attrakciófejlesztéshez* a már meglévőkhöz kívül *a jövőben kialakítandó vonzerők is alapul szolgálhatnak*. Azért tartom fontosnak kiemelni, hogy nem szükséges már létező vonzerő, mert a dolgozat témájául szolgáló tematikus parkok is ebbe a csoportba tartoznak. De ebben az esetben a többi erőforrás jelenléte és összhangja még nagyobb jelentőséget kap. A turisztikai attrakció a *turisztikai termék* legfontosabb alkotóelemét képezik, mely kiegészülve a turisztikai elsődleges és másodlagos szuprastruktúra létesítményeivel *komplex turisztikai termék* kialakítását eredményezi. Azokat a különböző szereplőket is tartalmazza, amelyek biztosítják a helyszínen való tartózkodáshoz szükséges további létesítményeket, szolgáltatásokat.

A *turisztikai desztináció* a legkomplexebb fogalom, melyet „turizmusrégiónak” fogalmának szinonimájaként is alkalmaznak, a turisták utazási célként választanak ki és bizonyos ismertetőjegyek alapján összefüggő teret alkotnak (AUBERT A. 2007). A desztináció több turisztikai termék egymással összefüggő, egy térben lévő rendszere. Így a desztináció tekinthető a turizmusrendszer központi elemének. AUBERT A. (2007) kiemeli a rendezettség követelményét, mely szerint a desztinációk kínálati palettája nem állhat különböző minőségű termékek halmazából, hanem ezek összehangolása szükséges. A vendég a különböző vállalkozásokat nem egymástól elszigetelten értékeli, hanem a desztináció egészét egységesen minősíti.

3.3. Turisztikai trendek és a turizmus fejlődését befolyásoló tényezők

A turizmus az egyik leggyorsabb változó ágazata a gazdaságnak. A 2000-es évek elején még több turizmuselmélettel/turizmusmarketinggel foglalkozó könyv (LUMSDON, L. 1997) az idegenforgalmi szektorra jellemző hosszú életciklust emelte ki. Mára a posztfordista fogyasztás jellemzőinek megfelelően gyorsan változó rendszerként tekintünk az idegenforgalomra. A mindenkori folyamatok, trendek vizsgálata makro- és mikroszinten is szükséges, mely a piaci folyamatokhoz történő gyors alkalmazkodást is lehetővé teszi.

A turizmus területén ma a legjelentősebb változásnak az élménygazdaság kialakulását tartom, melyre OPASCHOWSKI, H.W. (30 p.) már az 1980-as évek elején felhívta a figyelmet:

„A turizmus egy élménybummot él át. A turisztikai szektor élményszektorrá változott. Ma az élményt kell szinte sorozatgyártásban előállítani. Az utazási irodák többé nem utakat, hanem szabadságot és kalandot árulnak, élményeket „à la carte” variációban.”

3. táblázat: A posztmodern turizmus jellemzői

Posztmodern fogyasztás jellemzői	Példák a turizmusban
Fogyasztóorientáció fokozódása	A tömegturizmus bizonyos formáinak visszaszorulása, a szükségletek diverzifikációja
Fogyasztói preferenciák nagy volatilitása	Visszatérő vendégek arányának csökkenése, alternatív látványosságok és attrakciók megjelenése
Fokozódó piac-szegmentáció	Életstílus alapú szegmentáció
Új termékek kifejlesztése, általában rövidebb termék-életciklussal	Felgyorsuló termék-életciklus, a divathatás erősödése
Tömegtermelés és tömegtermékek iránti igények csökkenése	Alternatív turizmus erősödése, a fogyasztói igényeknek megfelelő termékialakítás

Forrás: Urry, J. 1995

Az idegenforgalmi szektornak is szembe kell néznie a felgyorsuló világ által támasztott kihívásokkal, mely alól egy szereplő sem tudja kivonni, hatásaitól függetleníteni magát. A társadalmi-gazdasági életben megfigyelhető trendek közvetlenül és közvetve is kifejtik hatásukat. Az új értékek, normák megjelenése a turisztikai szereplői számára nem csak kihívást és veszélyeket hozhat, hanem lehetőségeket is kínál. Ezek kihasználásához pontos és rendszeres kutatómunka szükséges, majd gyors alkalmazkodás és adaptációs készség a piac jellemzőinek megfelelően. A technológiai innovációk, a demográfiai változások, a fogyasztók alkupozíciójának megerősödése a turizmuspolitikai, -menedzsment feladatokat is megújítja.

Az UNWTO a turizmus vonatkozásában tíz megatrendet azonosít, melyek olyan átfogó társadalmi–gazdasági folyamatok, amelyek az adott időszakban a globális fejlődés fő irányait képesek befolyásolni. A következő megatrendeket fogalmazták meg:

- demográfia,
- ismeretek és képzettség,
- egészség tudatosság,
- szabadidő,
- utazási tapasztalatok,
- életmód,
- információtechnológia,
- közlekedés,
- fenntarthatóság,
- biztonság.

A fentieknek bizonyos komponensei közvetlenül érintik a dolgozatban vizsgált tematikus parkokat, így például a szabadidő, az életmód változása vagy a biztonság kérdése.

A turizmus környezete vonatkozásában a legjelentősebb trendek és befolyásoló tényezők a demográfia, a környezeti kérdések, a politika, a kultúra és a biztonság témájához kapcsolódnak. A turisztikai piac változásában a kínálat homogenizálódása, a versenypiacok és az ott jelen lévő szereplők számának növekedése, a számos területet érintő dereguláció határozza meg. A kereslet oldaláról a növekvő fogyasztói elvárások – ár-értékarány dominánsabbá válása – mellett a demográfiai változások azok a főbb tényezők, melyek érdemi kihívást jelentenek a kínálati oldal szereplőinek. (AUBERT A. – BERKI M. 2007)

A turisztikai trendek vizsgálatakor az általános – turisztikai szektor egészére kiterjedő – elemzésen túl a tematikus parkokat keresletét és kínálatát befolyásoló trendeket kívántam kiemelni.

3.3.1. Keresleti trendek a turizmusban és befolyásoló tényezők

A turizmusban is a keresleti oldal igényeinek folyamatos feltárása, változásának elemzése, vizsgálata alapkövetelmény minden, a turisztikai piacon jelen lévő szereplő esetében. A *turisztikai keresleti trendek* alatt a turista – mint individuum és mint piaci szegmens – utazási

döntését befolyásoló belső és külső tényezők vizsgálatát értjük. A turisztikai kínálat szereplőinek ezekhez az igényekhez és viszonyokhoz kell alkalmazkodniuk, illetve bizonyos fókig – korlátozottan – akár be is tudnak avatkozni ezekbe a folyamatokba. A keresletfeltárás nehézségét az idő- és erőforrás-lekötés jelenti. A nagyobb területi szintekre jellemző, általános működési környezetet befolyásoló trendeket nemzetközi és országos intézmények, statisztikai hivatalok rendszeresen kiadott közleményekben teszik közzé (például Magyar Turizmus Zrt, KSH, Szállodaszövetség), de ezek egy-egy piaci szereplő szűkebb külső piaci viszonyainak elemzésére nem alkalmasak.

A keresleti trendek vizsgálatakor a turisztikai kereslet három alaptényezőjének az elemzése történik, melyek az utazási döntés meghozatalát meghatározzák. Ezek közé tartozik: *motiváció, szabadidő, diszkrecionális jövedelem*. Emellett *szocioökonómiai szempontok* alapján kell vizsgálni a kereslet változását. A legfőbb szocioökonómiai dimenziók: életkor, nem, végzettség, foglalkozás, jövedelemszint, családi állapot. (SMITH, S.L.J. 1989) A szakirodalom megkülönbözteti „*a priori*” és „*a posteriori*” stratégiát. Az előbbi a turisták utazási szokásaira és tevékenységeire épül, addig az utóbbi arra, hogy valójában kik az utazók (SULYOK J. 2007). A külső faktorok közül még az externáliák hatását kell hangsúlyozni, melyek többek között az utazási képességet befolyásolják.

Passzivitás – Aktivitás

A turisztikai trendeket áttekintve az egyik legfőbb változás az utazás során a passzív részvétel helyett az aktivitás igénye, mely eltérő szinteken jelentkezik. Az *aktivitás* egyik oldalról a bekapcsolódást jelenti a folyamatba, alakítani magát folyamatot. A turisztikai termék sikerességét a termék szolgáltatásokból felépülő jellege miatt a fogyasztó – a turista – alapjaiban befolyásolja. Mind a nemzetközi, mind a hazai piacon megjelentek és elterjedtek olyan vonzerők, melyek az ilyen típusú aktivitást teszik lehetővé, ezen túlmenően igénylik is. Így például az aktív turizmus népszerűségének növekedése a turisztikai termékek között ennek köszönhető, vagy az attrakciók között a témaparkok előretörése. A tematikus parkok differenciálódásán is nyomon követhetjük ennek hatását.

Szabadidő

A turizmus feltételrendszerében döntő jelentőségű változást hozott a fizetett szabadság jogának törvénybe foglalása, melyet az ENSZ Munkaügyi Szerve javaslatára 1937-ben már 20 ország törvényhozása is elismert, majd az Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozata 1948-ban megerősítette. Ezzel vált lehetővé, hogy a szabadidővel mind szélesebb társadalmi csoportok

rendelkezzenek. A turizmus demokratizálódásának és a tömegesedése is ezzel vette kezdetét (LENGYEL M. 2004)

OPASCHOWSKI, H.W. (1980) a szabadidő felhasználás három szakaszát különbözteti meg:

- a II. világháború után, az 1950-es évekre jellemző, hogy *a szabadidő eltöltésben a pihenés-kikapcsolódás jelleg dominált*, mely a munkaező napi újratermeléséhez járult hozzá.
- az 1960-as és 1970-es éveket a *fogyasztásorientált szabadidő* jellemezte, ekkortól beszélhetünk Nyugat-Európában tömegturizmusról és a nemzetközi forgalom növekedéséről,
- az 1980-as évektől jelentkezik fokozott igény az *élmény-orientált szabadidő eltöltésre*, melyet kulturált szabadidő eltöltésként definiálhatunk.

Jól látható, hogy az egyes időszakok között a szabadidő eltöltést a kezdeti passzivitás helyett az aktív tevékenységek, programokon való részvétel jellemzi. A modern társadalmakban bár az előírt munkaidő csökkent, de paradox módon az emberek többségénél a munkával töltött órák száma növekszik (MICHALKÓ, G. et al. 2009). A megnövekedett szabadidő és jövedelem együttes hatásának tulajdonítható a belföldi és külföldi turizmusra fordított idő növekedése. Az emberek többségére fokozódó nyomás nehezedik a hétköznapi életben, így a napi és heti rekreáció egyre fontosabbá válik. A főüdülések hosszának rövidülésével egyre gyakoribbak a klasszikus elő- és utószezont érintő szabadidős célú utazások.

Élménykeresés, élmény-orientáció

Napjaink turizmusának egyik legfőbb trendje a fogyasztók élmény-orientáltsága, élménykeresése. Jól jellemzi szerepét: „*Az élmény egy pszichológiai kategória, amelynek átélése, illetve annak reménye alapvető szerepet tölt be a turisztikai kereslet alakulásában*” (MICHALKÓ G. 2004 63 p.). Az élmény, élménylánc az utazás során a turistát ért pozitív érzésekből, benyomásokból alakul ki. A turizmussal foglalkozó kutatók, szakemberek hangsúlyozzák és felhívják a figyelmet az élmény-orientált fejlesztések szükségességére (HORVÁTH E. 1999), mely számos fejlesztési stratégiában is megjelenik (például Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005).

Demográfiai változások

A turisztikai kereslet hagyományos alapú szegmentációja a korosztályok alapján történik. A legjelentősebb változás az egyes korosztályok utazási szokásaiban a *fiatalok* (16–35 év közöttiek) és az idősek – szeniorok – körében tapasztalható mind a globális, az európai vagy akár a hazai trendeket is követve.

A szeniorok részaránya rohamosan növekedése a fejlett nyugat-európai és tengerentúli országokban egyaránt megfigyelhető. A turizmusban ennek hatására növekszik a kényelem, a biztonság iránti igény. A hosszú időszakig hazánkban is legfőbb problémaként kezelt erős szezonálitás csökkentésére is alternatívát nyújthat a szenior korosztály fokozódó aktivitása mind a belföldi, mind a nemzetközi turizmusban (MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2006).

A szeniorok mellett a 16–35 év közöttiek körében az utazás szabadságát erősítik a családstruktúrában tapasztalható változások: az egy háztartásban élők száma – szintén a Nyugat-Európában megfigyelhető trendeknek megfelelően – csökken, kitolódik a házasság és a gyermekvállalás – szülővé válás – életkora. Így az ilyen típusú háztartásokban a szabadon elkölthető jövedelem és a vásárlóerő emelkedése jellemző. Hazánkban is megfigyelhető ilyen irányú folyamat, melynek hatása az idegenforgalomban is jelentkezik.

Iskolai végzettség szintjének emelkedése

Az iskolai végzettség általános szintjének emelkedésével a látogatók *tudás és ismeretek iránti igénye is növekszik*. A motivációk körében a kultúra szerepe erősödik. A kultúra és ismeretszerzés iránti igény emelkedéséből következőleg az ehhez kapcsolható speciális turisztikai termékek jelennek meg. Mind a szervezett, mind az egyénileg összeállított utak esetében nagyobb hangsúlyt kapnak a kultúrával, a történelmi múlt megismerésével kapcsolatos programok.

A tudás iránti vágy a klasszikus motivációs rendszert is módosíthatja. A korábbi elméletek szerint a motivációs rangsorban csak akkor lehetséges a feljebb lépés, ha az alsóbb szintű szükséglet kielégítése megtörtént, mely egyben a következő szint motivátora. Az újabb kutatások alapján azonban bizonyos esetekben egy-egy szint kimaradhat, így például a tudás, ismeretek iránti vágy akkor is jelentkezik, ha a társadalmi elfogadottsága nincs meg az egyénnek vagy a valahová tartozás, szeretet szintje nem teljesül (FARKAS F. et al. 2007).

Egészségtudatosság

Az *egészségtudatosság* a társadalmi-gazdasági fejlődés révén hazánkban is egyre szélesebb körben tapasztalható. Idegenforgalmi hatása a desztináció kiválasztásában, a turisztikai magatartásban

és nem utolsó sorban a szolgáltatások igénybevételében regisztrálható. A szabadidő aktív eltöltését lehetővé tevő aktív turizmus, valamint a társadalom napi és heti rekreációját szolgáló intézmények iránti kereslet növekedése várható. A hazai egészségturizmus mai struktúráját a támogatási programok alakították ki, ám a már hatásokat mérő kutatások rámutatnak arra, hogy a gyógyfürdővel rendelkező települések vendégforgalma még nem kedvezőbb, mint az országos átlag, így nem tudnak meggyőzően meghatározó dinamikájú motorjaként működni (MICHALKÓ G. et al. 2009).

3.3.3. Kínálati trendek a turizmusban és befolyásoló tényezők

A turizmus kínálati oldalán tapasztalható változásokat a globalizáció, a technológiai környezet és a fokozódó versenyhelyzet által támasztott követelményrendszer mozgatja. Legjellemzőbb folyamatok között nevesíthetjük:

- fenntarthatóság elvének érvényesítése,
- turisztikai desztináció-menedzsment,
- földrajzi fizikai távolságok csökkenése,
- internet használat,
- marketing növekvő szerepköre.

Az UNWTO felmérése (2006) szerint az elkövetkező évtizedben célcsoportorientált marketingstratégia, a versenyelőnyöket generáló termék- és árpolitika kialakításával párhuzamosan a fenntarthatóság elvének érvényesítése és a partnerek összefogása, a ppp¹⁰-s befektetések kerülnek előtérbe.

A fejlődés következtében a turisztikai piac minden szintjén – attrakciók, utazásszervezés, értékesítés, vendéglátás, közlekedés – a versenyhelyzet fokozódó nyomásával kell a gazdasági szereplőknek szembenézni. A kihívásra a legtipikusabb válaszok közé tartoznak a fúziók, a rés piacok – niche – megszerzése, a nemzetközi szövetségek kialakítása (AUBERT A. – BERKI M. 2007). A folyamatok a globalizáció/lokalizációnak megfelelően kétirányúak. Míg egyik oldalon a piaci verseny a hatékonyságnövelést, költségcsökkentést követeli meg, melynek jellegzetes eszköze a koncentráció és sztenderdizálás, addig az egyediséget, az individualizációt szolgálja a megkülönböztető jelleget. Növekvő fogyasztói elvárások egyik paradoxonaként fogható fel, hogy egyszerre kell sztenderdizált szolgáltatásokat nyújtani és sajátos, megkülönböztető arculattal megjelenni a piacon (LOHMANN, M. 2004)

¹⁰ Public-Private-Partnership

Technológia

A technológiai trendek a turizmus minden szintjén kifejtik hatásukat, lehetőségeket kínálnak, de egyszerre követelményeket is támasztanak.

Az információ- és kommunikációs technológia (ICT) az elmúlt 50 évben hosszú utat járt be a SABRE kifejlesztése – 1953 – óta. A SABRE-t, az első informatikai rendszert a turizmusban a légi közlekedésben használták. A globális információs piac kialakulásával az elmúlt 15 évben jelentős változások mentek végbe, melynek egyik fő áramlata a CRS¹¹ és a GDS¹² hálózatok kialakulása. Az idegenforgalom területén a legmagasabb az Interneten keresztül történő értékesítés aránya más termékekhez/szolgáltatásokhoz viszonyítva. (INKPEN, G 1998), illetve a marketingkommunikáció területén is előbb népszerűvé, majd alapkövetelménnyé vált az Internet, mint csatorna használata (BUHALIS, D. – LAW, R., 2001, 2008). Az ICT az attrakciók, a desztinációk és a turisztikai szolgáltatók működtetésében is lényeges szerepet kap.

Közlekedés

A közlekedéstechnikai változások a múltban már a turizmusban is korszakváltásokat eredményeztek. A közlekedési szektor klasszikus funkcióján túl az attrakciók piacán is megjelennek, mely szintén átrendezheti a klasszikus turisztikai termékek struktúráját. Így például ma mind a belvízi-, mind a tengerhajózás elsődlegesen nem a helyszínek, desztinációk elérhetőségét biztosítja, hanem maga a hajózás attrakciót vagy a tartózkodás során programot szolgáltat.

Attrakciófejlesztés, interpretáció

Szintén a technológiai változások között nevesíthetjük az attrakciók háttérét megalapozó technológiai változásokat, az interpretációs és bemutatási módszerek fejlesztését. Az attrakciók technológiai megoldásai az ember alkotta vonzerők körében kulcsfontosságúak, ahol az innováció és az általa nyújtott élmények adják a vonzerőt, így például a tematikus parkoknál. Valós szerepük megítéléséhez a funkciójukat kell elemezni, mely a szórakoztatás helyett az oktatás–nevelés és a megértés irányába mozdul el. A látogatók szempontjából az interpretáció akkor a leghatékonyabb, ha az részvételre ösztönöz, dinamikus, háromdimenziós. A tematikus

¹¹ CRS: Computerized Reservation System – Elektronikus Foglalási Rendszer
¹² GDS: Global Distribution System – Globális Elosztási Rendszer

parkok játékelemeinek többsége ebbe a kategóriába tartozik, mely egyben magyarázatot is ad a népszerűségükre. (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2000)

Turisztikai desztináció-menedzsment

A turisztikai piacra jellemző versenyjelleg átalakulása a desztinációk menedzsmentjére irányítja a figyelmet, mely a korszerű desztináció irányításának az alapja. A turisztikai desztinációk sokszereplős felépítésükkel turisztikai értékláncot alkotnak, melyben folyamatos együttműködésre van szükség az elvárt vagy annál magasabb minőségű termék előállításához. A TDM modell alapvető célja a fenntartható és versenyképes turisztikai desztinációk kialakítása és működtetése (TDM Kézikönyv, 2008).

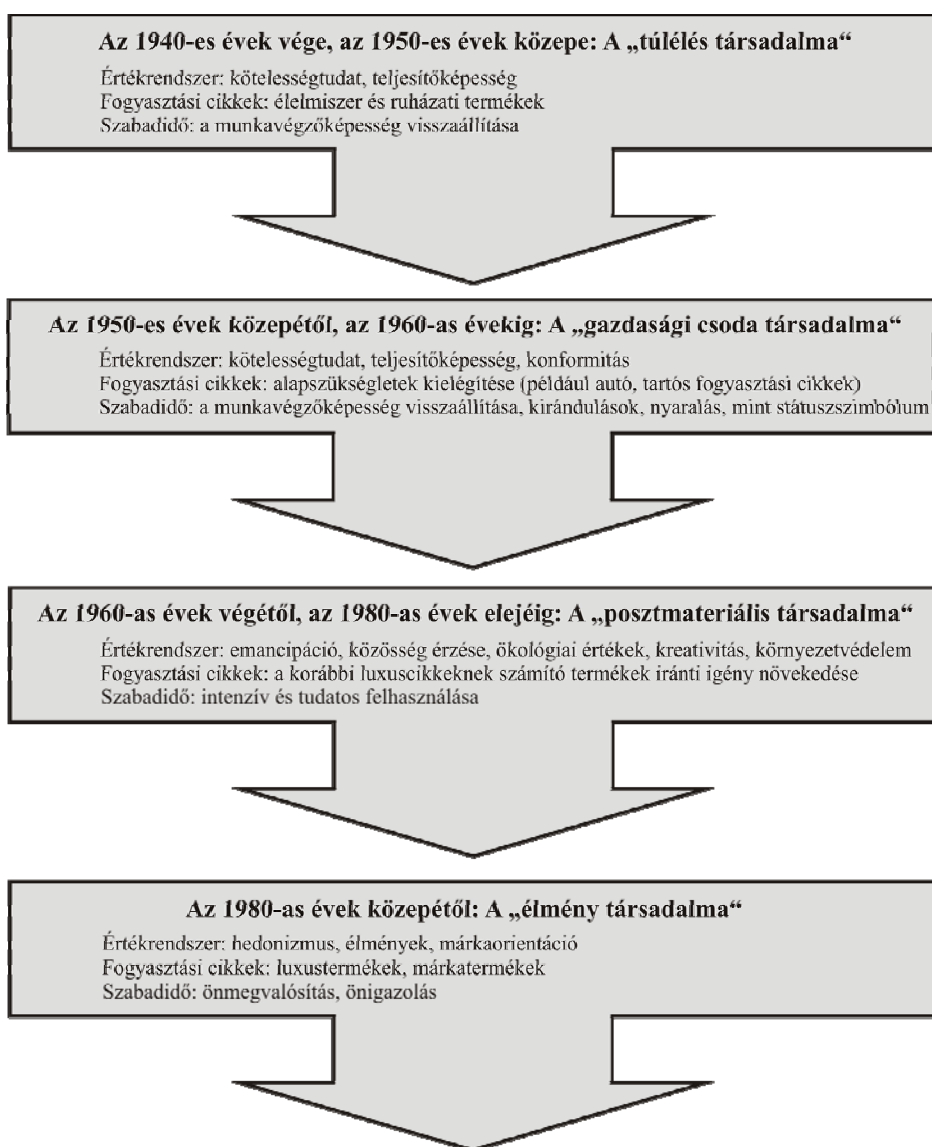
Hazánk turizmus fejlődésének egyik fő problémája, hogy hiányzik a fogadóterületek turizmusának fejlesztéséért, menedzsmentjéért felelős szervezet, mely kompetenciákkal, megfelelő szakmai ismeretekkel és finanszírozási háttérrel rendelkezik. (TDM Működési Kézikönyv, 2008) A helyi desztináció szervezetek kialakítását a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (2005) vetette fel, melynek küldetése a turisztikai kínálat versenyképes működtetése és fenntartható fejlesztésének érdekében függetlenül működő szervezetek kialakítása. A 2009/2010-es akcióévben is a már hagyományosnak tekinthető turisztikai vonzeró, a kereskedelmi szálláshely-fejlesztés mellett a turisztikai desztináció menedzsment szervezetek kialakítására írtak ki pályázatokat (AUBERT A. et al. 2009).

A keresleti és a kínálati turisztikai trendek bemutatásával kívántam napjaink turizmusának főbb belső folyamatait és külső környezetének közvetlen hatásait ismertetni. Ezek a trendek az idegenforgalom valamennyi szereplőjét közvetve vagy áttételeken keresztül közvetve érintik, egyik makro vagy mikro szintű szereplője sem tudja kivonni magát a hatásuk alól. Így a tematikus parkok működésének keretrendszerét is folyamatos mozgásban tartják, ahol a hosszú távú fenntarthatóság biztosításának kulcsa a gyors alkalmazkodás és rugalmasság.

3.4. Tematikus attrakciók

A turisztikai kínálatfejlesztés az 1980-es években előbb Nyugat-Európában, az Egyesült Államokban és Ausztráliában, majd az évtized második felében Kelet-Közép-Európában és más térségekben is a tematikus kínálatok felé mozdult el. Ennek alapjait a társadalmi-gazdasági folyamatokban találjuk, melynek Nyugat-Európában lezajló folyamatát, főbb korszakhatárait STEINECKE, A. (2009) alapján az alábbi ábra mutatja be.

2. ábra: A „túlélés társadalmától” az „élmény társadalmáig” – a tematikus kínálatok kialakulásának társadalmi háttere



Forrás: Steinecke, A. 2009 alapján saját szerkesztés

A tematikus kínálatok robbanásszerű növekedésének okát STEINECKE, A. (2009) a társadalmi értékrendszer és életmód alapvető változásában látja. Az 1980-as évek közepétől az addig jellemző kötelességen és teljesítményen alapuló értékrend Nyugat-Európában hanyatlani kezdett, helyette a hedonizmus és az individualizáció folyamatos megerősödése érzékelhető. Ezeken az alapokon jött létre a korunkra jellemző „élmény-társadalom”.

Magyarországon a fenti folyamat megkésve és nem is teljes egészében játszódik le, az egyes korszakok egymásra torlódása is megfigyelhető, mely *egyedi struktúra kialakulását* eredményezi. Hazánk a *társadalmi-gazdasági fejlődés az értékrendszer és a fogyasztási cikkek vonatkozásában* jelenleg is a *második* – esetenként a *harmadik* – *szakaszra* jellemző állapotban található, bár sajátos módon gazdasági csoda nélkül. Ezzel szemben *a pályázati rendszerek a szabadidő és turizmus vonatkozásában a nyugat-európai minták alapján az élménytársadalomra jellemző fejlesztési irányokat támogatják.* Így mind a rekreáció, mind a turizmus vonatkozásában a kereslet az ilyen típusú kínálatok felé fordul el.

A tematikus kínálatfejlesztés olyan, a vonzerő sajátosságaihoz, egyediségéhez alkalmazkodó tervezést és megvalósítást jelent, mely a turista által igénybe vett valamennyi szolgáltatáskört magában foglalja. Napjainkban előtérbe kerül a *térség jellegadó vonzerőinek a hangsúlyozása.* A formálódó kínálatok, a belőlük származtatható idegenforgalmi termékek a vidéki régiók egy-egy olyan kiemelkedő adottságát választják ki, amely önmagában is képes reprezentálni az adott körzet vonzását. *A tematikus kínálatfejlesztés középpontjában viszont sok esetben mesterséges vonzerő áll.* A tudatos tervezés révén egyszerűbb az összekapcsolódó, a témát minden elemében felhasználó szolgáltatások kialakítása.

A tematikus attrakciók legegyszerűbben az egy-egy meghatározott témát feldolgozó létesítményekként definiálhatók. A központi vonzerőn túl a téma iránymutatásul szolgál a kapcsolódó szolgáltatások kiválasztásában és fejlesztésében. A nemzetközi szakirodalom a *tematikus kínálatfejlesztés több típusát* különbözteti meg, mely STEINECKE, A. (2009) alapján az alábbiakban összegezhető:

- szabadidő- és témaparkok,
- témaszállodák és -éttermek,
- városi szórakoztató központok,
- termékmárkán alapuló élményközpontok/bemutatóközpont,
- állatkertek és akváriumok.

A fenti kínálattípusok hazánkban még legfeljebb egy-egy példával vannak jelen. A szabadidő- és témaparkok mellett termékmárkán alapuló élményközpont (Herend-Porcelánium) vagy állatkert (Nyíregyháza-Sóstó) emelhető ki a hazai tematikus kínálatok közül.

4. táblázat: A tematikus kínálatok típusai

Cselekvés	Létesítmény típus	Jellemző kínálati elemek
Szórakozás	Szabadidőpark	Ride-ok, show-k, vendéglátás, kereskedelem, rendezvények, szálláshelyek
	Témapark	
	Filmpark	
Szabadság eltöltése	Témaszálloda	Témához alakított fürdőhely, vendéglátás, kereskedelem, rendezvények, sportolási lehetőségek
	Szabadidőpark	
	Resort-ok	
Étkezés	Témaétterem	Témához alakított étterem, kereskedelem, animáció
Vásárlás	Városi szórakoztató központok	Nagy alapterületű bevásárlóközpontok, tematikus étterem, szabadidő és kulturális kínálat, rendezvények
Történelem / kultúra / technika és technológiai fejlődés megélése	Történelmi élményvilág / élménypark	Multimédiás előadások, bemutatók az adott történelmi korról, kultúráról, vendéglátás, kereskedelem
Fürdés	Élményfürdő	Vízi attrakciók, medencék élményelemekkel, csúszdák, vendéglátás, wellness szolgáltatások
	Vízi-vidámparkok	
	Aquaparkok	
Sportolás	Beltéri síközpont	Időjárástól független sportlétesítmény, vendéglátás, kereskedelem, rendezvények, egyéb kapcsolódó szolgáltatások (pl. síkurzus)
	Beltéri sportközpont	
Zene élvezete	Zenei központok	Zenei előadások, vendéglátás, kereskedelem, rendezvények
Filmek nézése	Multiplex-mozi	Moziközpont több speciális vetítőteremmel, vendéglátás, rendezvények
	IMAX-mozi	
Termékekről / márkákról információ szerzése	Termékmárka élményvilágok	Multimédiás bemutatók az adott termékekről, múzeum, mozi, vendéglátás, kereskedelem, rendezvények
Állatvilág és növényvilág megfigyelése	Állatkert	Tematikus bemutatók állatokról, növényekről, kiépített élőhelyek, vendéglátás, kereskedelem
	Akvárium	
	Botanikus kertek és beltéri élményvilágok	

Forrás: Steinecke, A. (2009) alapján saját szerkesztés

Magyarországon a tematikus kínálatok még kevésbé elterjedtek, a *tematikus parkok* mellett a *tematikus utak* ismertek. Szintén tematikus fejlesztésnek tekinthetők az elmúlt pár évben meginduló szálláshely-szolgáltatók által kezdeményezett fejlesztések, amikor az elsődleges funkció mellett a keresleti igények, az USP biztosítása ösztönzi a kapcsolódó attrakció kialakítását. Ez utóbbi esetben általában továbbra is az eredeti funkció marad meg

központiként, viszont egyediségével sokkal jobban tud érvényesülni a piacon. De arra is találhatunk példát, hogy olyan jelentős fejlesztés valósul meg, mely önmagában is attrakció szerepét töltheti be (például Bikal Élménybirtok).

A fejezetben a klasszikus tematikus kínálatokat kívánom bemutatni, így a *tematikus parkot* és *tematikus utat*. A tematikus parkok esetében szűken a fogalommagyarázatra kívántam koncentrálni, mert a későbbiekben részletesen foglalkozok modelljük jellemzőivel. A fejezetben kifejtésre kerül a *klaszter* fogalma is, melyet sok esetben helytelenül a tematikus fejlesztések közé sorolnak. A termék- és attrakciófejlesztésben új fogalomként jelent meg az elmúlt években az *élménylánc*, melynek fogalmát, rendszerbeli elhelyezését szintén szükségesnek véltem.

3.4.1. A tematikus parkok

A *tematikus parkok* a turizmus új típusú szereplői, a posztmodern társadalmak elvárásaihoz illeszkedő (MICHALKÓ G. 2004), sokszínű, internacionalizált kínálattal rendelkeznek az idegenforgalmi piacon. Lehetőséget teremtenek a szabadidő aktív, minőségi élményeket nyújtó eltöltésére, emellett regionális, országos, nemzetközi, de akár univerzális hatókörrel is rendelkezhetnek. A tematikus parkoknak a turizmus más területeit, vonzerőit és termékeit vizsgáló, elemző szakirodalmi háttérhez képest még meglehetősen szűk az irodalma. Nemzetközi szinten is egy viszonylag új területnek számít.

A szakirodalom által legtöbbször hivatkozott tematikus park definíciója MEDLIK, S-től származik (1996), mely szerint a tematikus park olyan,

„rekreációs és szórakoztatási céllal tervezett és működtetett parknak tekinthető, amely egy vagy több, történelmi vagy egyéb témán alapuló attrakciók széles körét kínálja, ide értve az étkezési és a vásárlási lehetőségeket is, rendszerint belépődíj ellenében, mint például Disney, Europa Park vagy Alton Towers”. (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2002a 6 p.)

A fenti mellett PEARCE, D.G. (1997b, 16 p.) definícióját tartom a téma szempontjából lényegesnek, melyet szintén kiindulásként tekintek a dolgozatomban:

„A tematikus parkok a tőkeintenzív, magasan fejlett, fogyasztóorientált, mesterséges eredetű, rekreációs funkciót betöltő létesítmények.”

A német szakirodalom tágabb és szűkebb értelemben beszél tematikus és szabadidőparkokról. Tágabb értelemben gyűjtőfogalomként használják, mely SCHERRIEB, H.R. (1998, 679 p.) alapján az alábbiakban definiálható:

„A szabadidőpark: olyan létesítmény, melyben a szabadidő-eltöltést szolgáló, különböző vagy éppen azonos jellegű berendezések találhatók, egymással szoros térbeli és funkcionális kapcsolatban.”

A meghatározás alapján ide sorolhatóak az élményparkok, aquaparkok, de a játék- és sportközpontok is. Szintén megfelelnek ennek a kritériumnak a téma- és állatparkok, botanikus kertek vagy akár a termálfürdők. (STEINECKE, A. 2009)

Szűkebb értelemben kereskedelmi szabadidő- és szórakoztatási létesítményeknek nevezi őket EBERT, R. (1998), melyek egy bizonyos méretet és látogatószámot meghaladnak. Irányértékként a 10 hektáros kiterjedést és/vagy az éves 100 ezer fős látogatószámot jelölte meg minimumkritériumként. A kínálati elemek között sorolhatjuk fel a ride¹³-okat és egyéb játékelemeket, állatok bemutató- és lakótereit, bemutatás helyszíneit, múzeumokat, kiállításokat, a vendéglátóipar, valamint a kereskedelem különböző egységeit.

A német szakirodalomban KAGELMANN, H.J. (1993) és BAUMGARTNER, CHR. (1999) különbséget tesz a *szabadidő- és a tematikus parkok* között, mely a belső szerkezeti felosztásukon alapul:

- A *szabadidőparkokban* a ride-ok, az egyéb játékelemek, gyorséttermek és a kereskedelmi egységek messzemenőig el vannak különítve egymástól és összekötés nélkül találhatók egymás mellett.
- A *témaparkok* egy jól azonosítható alaptémával rendelkeznek és e köré építkeznek a játékelemek, valamint a kapcsolódó szolgáltatások.

A *tematikus park* innovatív, komplex, újszerű megoldásokat alkalmazó turisztikai terméknek tekinthető. Optimális esetben a helyi természeti és kulturális környezet adottságain alapul, de teljes egészében mesterségesen kialakított létesítményt jelöl. Nagyobb projektek esetében akár a „semiből” is kialakítva egy önállóan is vonzó kínálatot nyújt a turisták számára. További előnyük, hogy bevételeik magasak, a látogatóforgalmat jól tudják hasznosítani, magas fajlagos

¹³ *ride*: a különböző típusú hullámvasutak, vízi csúszdák, óriáskerekek, szimulátorok és hasonló szórakoztatóipari attrakciók összefoglaló elnevezése. (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2002)

bevételeket tudnak realizálni. Emellett mind a jövedelem-, mind a foglalkoztatás-multiplikátor szerepük erőteljes.

A tematikus parkok 50 év alatt a legdinamikusabb növekedést tudták elérni az idegenforgalmi szektorban. Ma a legkedveltebb turisztikai attrakciók rangsorát a tematikus parkok vezetik. A parkok nemzetközi piacának leghíresebb szereplői a Disneylandek, mely alapján a „klasszikus témapark” definícióját is megalkották. *A termék központi eleme az akár több napra szóló, a család minden tagja számára megfelelő szabadidő eltöltési, szórakozási alternatíva kínálat.* Működésük sikerességét jól illusztrálja, hogy éves forgalmuk kiemelkedő a világon, egyes közepes forgalmú országokhoz hasonló látogatottsági mutatókat tudnak realizálni.

Az elmúlt években sokan a *tömegturizmus egyik megjelenési formájának* is tekintettek rájuk, mely összességében ma is jellemző. Míg a ride-orientált szórakoztató parkok az ezredfordulóig tudták növelni népszerűségüket, addig a *mai tematikus parkok új típusú szórakoztató koncepción alapulnak.* Kísérletet tesznek egy más idő- és térélmény kialakítására, mely lehet teljesen környezetidegen vagy a helyi kultúra és adottságokból szervesen építkező létesítmény.

A tematikus parkok kialakítása során a családot tekintik célcsoportnak, a helyszín elsődlegesen számukra kínál a szabadidő eltöltésére lehetőséget. (MILMAN, A. 1991) Az *első Disneyland* megnyitása abból a szempontból is fordulópontot jelentett az attrakciók kialakításában, hogy *ez volt az első olyan létesítmény, melyben a vizuális elemek, a tájkép, az alkalmazottak, a kapcsolódó szolgáltatások mind a kiválasztott témát erősítették* (MILMAN, A. 2001).

A *tematikus parkok jellemző adottságai* között tartjuk számon (PUCZKÓ L. 2009):

- elsődlegesen szabadtéri, de legalább 50%-ban beltéri programokat is kínálnak, mely a kedvezőtlen időjárás esetében is látogathatóvá teszi a létesítményt,
- a kínálat egy vagy több meghatározott és kommunikált témán alapul,
- a kínálat alapelmei a ride-ok, melyek az adott témához illeszkednek,
- a park belépődíja magában foglalja az összes attrakció használatát, kivéve az étkezést,
- a park nagy befogadóképességű, többgenerációs, így szinte minden korosztály számára kínál szórakozási lehetőséget,
- a meglátogatása egész napos, illetve esetenként többnapos programot is jelenthet.

3.4.2. A tematikus utak

A *tematikus út* PUCZKÓ L. – RÁTZ T. (2002b) definíciója szerint olyan turisztikai termék, mely különböző közlekedési formák igénybevételével megközelíthető és bejárható, természeti vagy ember alkotta attrakciókat fűznek fel egy kiválasztott téma köré. A tematikus utak kialakításkor általános célok között jelenik meg az adott vonzerők, attrakciók fokozottabb bevonása, ezáltal erőteljesebb szerepvállalása a térség, régió turizmusában. Az ilyen típusú kínálat megjelenése már utazási csomagok kialakítását is feltételezik az összekapcsolódó vonzerők révén. Az általános célok között szerepel a továbbiakban a vendégforgalom volumenének, valamint a tartózkodási időnek a növelése.

Tematikus utak kialakítása Nyugat-Európában már az 1970-es években megindult, felismeréseként annak a gondolatnak, hogy az azonos téma köré kapcsolódó helyszínek együttes, összekapcsolódó fellépése számos pozitív hatással, szinergiával járhat. A tematikus utak kialakításának alapgondolata a vonzerő/attrakció hasznosításának újabb területét, módszerét jelenti. Az egy téma feldolgozására vállalkozó szereplők legtöbb esetben már meglévő adottságokból építkeznek. A helyes témaválasztás az egyik kulcsa a jövőbeni eredményes működésnek, mert hosszú távra – évtizedekre – szóló döntés és az egész termék alapját jelenti.

Az elmúlt időszakban a tematikus utak száma megsokszorozódott, míg az együttműködés formái is átalakultak. A korábbi laza hálózatok egyre szorosabbá teszik kapcsolatrendszerüket, tevékenységük hosszú távú koordinációval jellemezhető. Az együttműködések résztvevői a kezdeti időszakban vonzerők üzemeltetői, tulajdonosai, melyek számos esetben önkormányzatok, önkormányzati tulajdonban lévő szervezetek voltak, melyekhez később csatlakoznak a versenyszférának a vállalkozásai. Emellett a hierarchia alsóbb szintjére jellemző a pusztán marketing funkciót betöltő kooperáció. Ebben az esetben az egyes szereplők célja a reklám hatékonyságának a növelése, a fajlagos reklámkiadások csökkentése mellett. A kapcsolatok magasabb szervezetségi fokán több tevékenységre kiterjed az együttműködés, sztenderdizálás indul meg, közös imázs kialakításával. Ez utóbbi eset már utazási csomagok kialakítását is feltételezi az összekapcsolódó vonzerők révén.

A tematikus utak sikeres működtetésére számos eredményes módszert és pozitív példát találunk szerte Európában. Nemzetközi együttműködés kialakítása számos előnnyel járhat, ám hasonló mértékű kihívást is támaszt a részt venni kívánó szereplőkkel szemben. Az út kialakítása látszólag egyszerű feladat, a központi témának megfelelően kell az attrakciókat kiválasztani és fejleszteni, menedzsment eszközöket alkalmazni. A pozitív hatások közé sorolható, hogy kiadás oldalról kis mértékű befektetéssel kialakítható, a kereslet időbeni és

térbeni diverzifikálására alkalmas, hozzájárulhat a még kihasználatlan erőforrások turisztikai hasznosításához és egyben új keresleti réteget nyerhetnek meg. Azonban az előnyök és lehetőségek mellett hátrányai illetve veszélyei is vannak, ha nem megfelelő az út tervezése, menedzsmentje.

Magyarországon az 1990-es években jelentek meg kezdeményezések tematikus utak kialakítására. *Az önállóan, tisztán hazai adottságokon kialakított utak mellett a nemzetközi hálózatokhoz történő kapcsolódás igénye is jelentkezett.* A tematikus utak kialakítását számos pályázat is támogatja, ennek ellenére csak kevés a valójában működő út. A probléma hátterében több tényező áll, melyek közül legjellemzőbb a tőkehiány. Továbbá szintén problémát okoz, hogy hazánkban tematikus utak kialakításában főképp helyi önkormányzatok és civil szervezetek vesznek részt, melyek korlátozott pénzügyi eszközökkel rendelkeznek. Így az együttműködés igénye megjelenik, de legelőször a forráshiány jelent akadályt az út – mint turisztikai termék – kiépítésében. Az önkormányzatoknak nem sikerül megnyerni a versenyszféra szereplői közül azokat, akik a termék kialakítást és a pénzügyi megvalósítást tudnák támogatni. A megfelelő gazdasági erővel rendelkező szereplők önmaguk menedzselésével is eredményesen működnek, még nem ismerték fel az együttműködésben rejlő lehetőségeket. Véleményem szerint a magánszféra szempontjából ma sok esetben nehéz az érdekeltség kimutatása, azonosítása.

A tematikus utak kialakításában a földrajzi alapoknak kiemelt szerepük van, mely az alábbiakban összegezhető:

Vonzerőstruktúra szerepe a tematikus utak kialakításában

Tematikus utak kialakításának egyik kulcstényezője az adott térség vonzerőstruktúrája. A vonzerőstruktúra kialakulása/kialakítása a külső és a belső tényezők függvénye. A földrajzi – természeti-társadalmi-gazdasági-infrastrukturális – környezet adottságai a turisztikai vonzerők megjelenését, azoknak struktúráját alapjaiban befolyásolják. A vonzerők tipizálásánál is ezeket a tényezőket vesszük figyelembe. A természeti-társadalmi-gazdasági adottságok és folyamatok hosszú évszázadok alatt alakítják ki azokat a sajátos jegyeket, melyek egy adott korszakban idegenforgalmi vonzerővé válhatnak. Ezek a háttértényezők szolgáltatják azt az egyediséget, mely egy területet az idegenforgalmi piacon kiemelhet, megkülönböztethet.

A tematikus utak egy-egy földrajzi helyhez közvetlenül kapcsolódnak, ebben az esetben nem – vagy csak korlátozottan képzelhető el – a földrajzi helytől független vonzerők, attrakciók bevonása. A tematikus kínálat alapját olyan vonzerők képezhetik, melyek egy-egy tájegység hírnevet szerzett hagyományos termékei (például Palóc út). Ezek elkészítésének,

fogyasztásának, a hozzájuk kapcsolódó ünnepek bemutatására, a múlt emlékeinek megismertetésére. Sajátos formát jelentenek a kulturális utak, ahol a kulturális örökség emlékei és értékei jelentik a központi témát (például Kő-út).

Nyugat-Európában, de leginkább az Amerikai Egyesült Államokban kedveltek az olyan típusú tematikus utak, melyek központi témája egy különleges szépségű természeti táj (például Tennessee Scenic Drives). Domborzat szempontjából a dombsági és a hegyvidéki területeket preferálták ebben az esetben. Az esztétika, a tájképi szépség alapkövetelmény, a környezet elemeinek terhelése, károsulása az útvonal kialakításának bázisát veszélyezteti.

Az elmúlt időszakban egy más irányú attrakciófejlesztési folyamat is megindult, melyet a mesterséges vonzerőépítés jellemez. A mai turisztikai vonzerők döntő része csak hosszú idő elteltével kaptak idegenforgalmi funkciót. Kialakításukban a turizmus, vagy akár a szabadidő, rekreáció csak korlátozottan kapott szerepet. A napjainkban megfigyelhető turisztikai trendek (AUBERT A. – BERKI M. 2007) alapján az ilyen mesterséges attrakciók népszerűsége emelkedik, a világ leglátogatottabb attrakciói közé tartoznak. A tematikus utak hagyományos vonzerőkhöz kapcsolódnak, melyek szervesen kapcsolódnak a földrajzi térhez. A földrajzi térből fakadó egyediséget, sajátosságot hangsúlyozzák a hasonló jellemzőkkel bíró vonzerők összekapcsolásával.

Tematikus utak a földrajzi hatókör alapján

Földrajzi hatókör alapján megkülönböztethetünk helyi/települési, regionális, országos és nemzetközi utakat. A vonzerők hatóköre a tematikus út hatókörét is meghatározza, de a központi helyszín hírneve, vonzereje a döntő. A helyszínek kiválasztásában figyelembe kell venni, hogy optimális esetben közel azonos vonzerővel rendelkező helyszínekből – és több kapcsolódó, de önmagában kisebb vonzerejű helyszínből – áll össze egy út. Ha egy kiemelkedő helyszín van, az elnyomhatja a többit, míg alacsony hatókörű szereplők esetében nem jön létre az egymást erősítő hatás (RÁTZ T. – PUCZKÓ L. 2002b).

A helyi utak egy-egy településhez kapcsolódnak, annak határain belül fűzik fel az azonos, összekapcsolódó témájú helyszíneket. A turisztikai vonzerők között sajátos helyet foglalnak el a híres személyiséghez kapcsolódó helyszínek és az ezeket összekötő útvonalak, melyet leggyakrabban települési szintű utak dolgoznak fel, ugyanis az ilyen típusú vonzerők térségi hatása a legtöbb esetben korlátozott.

A regionális, országos utak regionális és országos szintű hatókörrel rendelkező vonzerőket fognak össze. A kiépítésük nehézsége közé tartozik annak a feladatnak a megoldása, hogy az egyes – sokat esetben egymástól jelentős távolságban lévő – helyszíneket

hogyan lehet mentálisan, a földrajzi teret áthidalva egymáshoz közelíteni. A témaválasztásnak ebben az esetben is kiemelt szerepe van, az azonos téma köré rendeződő helyszínek vonzerejének hatókörét is megnövelhetik.

Tematikus utak az útvonal alapján

A tematikus utak egy már meglévő, konkrét útra vagy egy mesterséges, a tematikus út kialakításával létrehozott, az attrakciók összekapcsolása érdekében kialakított útvonalra épülhetnek (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2002b). A két típus között befolyásolja a termékfejlesztés és menedzselés módszertanát. Az előbbi esetben a termékfejlesztés a témához kapcsolódó szereplők hálózatba szervezését jelenti, míg az utóbbi példában a termékfejlesztés része magának az útvonalnak a kiépítése is. A már meglévő útvonallal rendelkező attrakciónál az útvonal maga is átveheti a központi szerepet és maga az utazás lesz az utazási élmény forrása.

3.4.3. Klaszterek és élménylánc a turizmusban

Hálózatos együttműködések létrejöhetnek *klaszterek* formájában is, melyek különböző típusú szervezetek, vállalkozások együttműködéseként definiálhatók. A *klaszter*

„földrajzilag egymáshoz közel elhelyezkedő vállalatok és kapcsolódó intézmények meghatározott gazdasági területen együttműködő csoportja, melyeket hasonlóságuk és egymást kiegészítő mivoltuk köt össze” (PORTER, M. 1998, 77 p.).

A mai klaszterek kialakításának egyik előzményeként a komplex, ágazati kapcsolatok alapján létrejövő területi-termelési komplexumokat kell kiemelni, melyet a marxista gazdaságföldrajzhoz kapcsolódott (BELUSZKY P. 1982).

A földrajzi közelség és a tevékenységi terület hasonlósága versenyelőnyt tud eredezteni, a helyi előnyök mozgósítása a globális kihívásokra, optimalizálni a kollektív termelékenységüket. A komplementaritás megvalósításával az egyes hiányzó képességek pótolhatók, kiegészíthetők és ezáltal képesek hozzájárulni a régió és az egyes szereplők versenyképességének növekedéséhez. Az üzleti egységek sikere a vállalatok, intézmények lokális kapcsolataitól függ (PORTER, M. 1998). A Porter-i definíció jól adaptálható a turizmusra is (NOVELLI, M – SCHMITZ, B. – SPENCER, T. 2005), bár itt még más ágazatokhoz viszonyítva kevés kezdeményezéssel találkozhatunk (HALL, M.C. 2005). Klaszterek esetében az együttműködés célja a területi koncentrációból eredő vállalati versenyelőnyök, lokális lehetőségek maximális kihasználására való törekvés (LENGYEL I. – RECHNITZER J. 2002). A

klaszterek kialakítását a posztfordista gazdaság változásai indukálták, ahol „*felértékelődnek a nagy értékű, sajátos tudáson alapuló, ritka, másutt nehezen utánozható adottságok*” (ENYEDI GY. 2000, 4 p.).

A klaszterek megjelenése az 1980-as, 1990-es évekre tehető, amikor először az informatikai szektorban, majd később már pénzügyi, autóiipari, telekommunikációs vagy akár a textil- és divatiparban is meghonosodtak. Magyarországon a turisztikai szektorban első lépésben horizontális klaszterképződés indult meg, az egészségturizmus területén, majd a kulturális turizmus, ökoturizmus területén honosodott meg. A horizontális után vertikális turisztikai klaszterek is megjelentek, melyek kistérségi szinten működnek, az idegenforgalom területén érintett vállalkozásokat fogják össze.

A tematikus utak és a klaszterek közötti különbségtétel alapja az együttműködés eredménye. Tematikus utak kialakításának végeredménye egy turisztikai termék, míg a klasztereknél a térség turisztikai szektorában működő szereplőknek a hatékonyság növelése a cél. Ez utóbbi esetben piaci részvételük független a többi klaszterben résztvevő szereplőtől.

Az ÚMFT keretében megjelenő *turisztikai klaszterek kialakítását kezdeményező pályázatok* már szorosabb összefogást céloznak, így közös

- turisztikai tervezést, termék- és vonzerőfejlesztést, projektmenedzsmentet,
- marketing és kommunikációs akciók tervezését és annak megvalósítását,
- turisztikai adatszolgáltatási és monitoring rendszer működtetését,
- humán erőforrás-fejlesztést,
- menedzsment és egyéb adminisztratív feladatok biztosítását.

Magyarországon tematikus parkok körében még nem merült fel klaszterkialakítás igénye. A TDM szervezetek létrejöttében viszont aktívan szerepet vállalnak, tagként csatlakoznak a helyi kezdeményezésekhez.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (2005) fogalmazta meg először hazánkban hivatalos turizmusfejlesztési szinten az *élménylánc* kialakításának gondolatát. Az élménylánc horizontális összekötő elemként láncszerű kapcsolatot eredményez térségek és termékek között. Kialakításának alapja, hogy a turista szempontjából az utazás minden egyes részletének optimálisan kell alakulnia. A stratégiai célok elérése érdekében a fogyasztó-orientált szemlélet bevezetésére van szükség a turistával kapcsolatba kerülő szereplők minden szintjén. Az NTS is megerősíti, hogy az ágazat jövője a turista megelégedettségén múlik.

Láthatjuk, hogy az *élménylánc* kialakítása a fenti definíció alapján jóval többet jelent, mint termék-, vagy desztinációfejlesztés. Az élménylánc fogalmához hozzátartozik a fogyasztói szemlélet, valamint az azonos színvonalú, minősített termékek és szolgáltatások jelenléte.

Az alábbi táblázat (5. táblázat) a tematikus attrakciók és a klaszterek, valamint az élménylánc fogalmának és jellemzőinek összevetését célozza, mely egyben rávilágít az egyes fogalmak alapvető különbségeire.

5. táblázat: A tematikus attrakciók, a klaszter és az élménylánc összehasonlítása

	Tematikus park	Tematikus út	Klaszter	Élménylánc
A fejlesztés földrajzi jellege	pontszerű	vonalmonti	hálózatos	vonalmonti / hálózatos
A fejlesztés földrajzi kiterjedése	település	kistérség/ régió/ország / nemzetközi	regionális	kistérség / régió
Jellemző termékek	aktív turizmus örökségturizmus	örökségturizmus, bor és gasztronómia, épített örökség, vallási turizmus	egészségturizmus kulturális turizmus, ökoturizmus lovasturizmus borturizmus	változó, a termékek összekapcsoló- dását jelenti
Szereplők	gazdasági társaságok (for- profit és ritkán non-profit)	gazdasági társaságok (általában non-, ritkábban for- profit szféra	gazdasági társaságok (non- és for-profit szféra egyaránt)	gazdasági társaságok (non- és for-profit szféra egyaránt)
Együttműködés területe	nem jellemző	vonzerő / attrakció / szolgáltatások	módszertani együttműködés termékfejlesztés	általános termék- fejlesztés

Forrás: saját szerkesztés

4. TEMATIKUS PARKOK A TURIZMUSBAN

A disszertáció célja a tematikus parkok modelljének elméleti megalapozása, melyet esettanulmányként egy speciális típus, a kalandparkok vizsgálata követ. A fejezetben a tematikus parkok, mint turisztikai attrakciók jellemzőit kívánom megvizsgálni.

4.1. A tematikus parkok történeti fejlődése

A mai modern értelemben vett tematikus park először az Egyesült Államokban jelent meg, de az első, szórakoztatás funkcióját betöltő parkok valójában Európában jöttek létre. A mai parkok kínálata két történelmi-társadalmi előzményre vezethető vissza, így a népünnepélyekre és a nemesség szórakoztatására a 18. században (STEINECKE, A. 2009). A tematikus parkok virágkora az 1900-as években második felétől datálható, a tömegturizmus és a globalizáció egyik hajtóerejének és egyben haszonélvezőjének tekinthetők. Mindezekkel párhuzamosan az 1980-as évektől kisebb, a helyi értékeket feldolgozó létesítmények is kezdtek elterjedni, mely folyamat elsődlegesen az európai kontinensre jellemző.

4.1.1. A tematikus parkok előfutárai

A tematikus parkok történeti előzményeit és fejlődését áttekintve elmondhatjuk, hogy az előfutárok a szórakoztató – vidám – parkok voltak. Az első ilyen típusú parkot 1550-ben hozták létre és szórakoztató kertnek nevezték. A Koppenhága közeli Bakken in Klampenborgban a világ legkorábbi témaparkja, mely 1583-ban nyitotta meg kapuit és azóta máig üzemel. Napjainkban is a világ legnépszerűbb attrakciói közé tartozik, az éves látogatóinak száma 2,5-2,7 millió fő, mellyel a második leglátogatottabb helyszín Dániában és az első tizenben szerepel Európában. Bakken vonzerejét jól jellemzi, hogy kiemelkedően magas a visszatérő látogatók aránya, melyben a belföldi vendégek dominanciája is szerepet játszik. Modelljének kulcseleme a tradíciók megőrzése, a kulturális adottságok beépítése. A londoni Vauxhall Garden 1661-ben nyitotta meg kapuit, melyet a 18. században a párizsi Tivoli Garden követett.

A 19. század a szórakoztató parkok első virágkorát hozta. 1843-ban Koppenhágában nyílt meg Tivoli park, mely pár év alatt a világ leglátogatottabb szórakoztató létesítményévé vált. Napjainkban is több, mint négy millió látogatót fogad évente. A 19. század végén

Blackpoolban épült fel az első tengerparti szórakoztató központ, ma is a legkedveltebb attrakciók között található Nagy-Britanniában. A század végén épülő parkok a fogyasztói preferenciaváltozásnak megfelelően dinamikusabb szemléletűvé, pezsgőbb ritmusúvá váltak (WILMETH, D.B. 1982).

4.1.2. A 19-20. század fordulójának tematikus parkjai

A 19-20. század fordulóján létesített parkok a szórakozás jegyében különböző játékokból és erőpróbákból épültek fel, melyeket vásárokon, karneválokon vagy mintegy vándorló cirkuszként lehetett felkeresni őket. Gyakran külső vendéglátóegység is tartozott hozzájuk, mely a megfelelő hangulatról is gondoskodott (PEARCE, D.G. 1997b). A 20. század első felének leghíresebb és legnagyobb szórakoztató központját Coney Island-en hozták létre, három parkból és több kisebb attrakcióból áll. A leghíresebb közülük a „Steeplechase Park”, mely már 1897-ben megnyitotta kapuit. (HOLLOWAY, CH. – TAYLOR, N. 2002). Itt üzemel 1927-től a vidámparkok leghíresebb attrakciója, a „Cyclone” hullámvasút. Az 1930-as évek gazdasági visszaesése a szektor meggyengülését hozta magával, negatív hatását a mozik elterjedése és a II. világháború előtt nemzetközi szinten is érzékelhető társadalmi feszültségek élénkítése fokozta. Több park bezárásra is került, míg mások csökkenő vendégforgalom mellett, de túléltek ezt az időszakot.

4.1.3. A tematikus parkok virágkora

A II. világháború utáni időszakban megtöbbszöröződött a tematikus parkok száma, mindemellett differenciálódtak, új típusok jöttek létre. A keresletorientáció erősödésével a parkok építése és üzemeltetése során is a fogyasztói elvárások, illetve preferenciák a termék kialakításának bázisát adják. Ennek köszönhető, hogy a parkmodellek meghonosítása során nem elegendő egy bevált séma változtatások nélküli átvétele, hanem a helyi keresleti – mind a lakosság, mind a jellemző turisztikai – trendek figyelembevétele, majd az ehhez igazodó adaptációs stratégia szükséges a későbbi jól működő rendszer kialakításához. Megtöbbszöröződött a tematikus parkok száma. A személygépkocsi elterjedése a lakosság mobilitását növelte, olyan térségek felkeresését is lehetővé tette, melyek addig megközelíthetetlennek tűntek. A jóléti társadalmak kialakulásával a turizmus szempontjából nélkülözhetetlen diszkrecionális jövedelem nagysága is emelkedett, míg a rendelkezésre álló szabadidőben mind mennyiségileg, mind struktúrájában a turizmust és a rekreációs

tevékenységeket támogató változások zajlottak le. A hosszú hétvégék és a fizetett szabadság általánossá válásával a tematikus parkok újabb dinamikus növekvő korszaka köszöntött be. Az elmúlt 60 év a turizmus szektor rendkívül gyors megerősödését hozta. A turizmus pozitív gazdasági hatásainak felismerése újabb és újabb termékek és attrakciók megjelenését eredményezte, melyek között a mesterségesen létrehozott és professzionális szinten menedzselte tematikus parkok élenjárók voltak.

Ha a tematikus parkok történetét és jelen helyzetüket vizsgáljuk, akkor mindenképpen meg kell említeni a Disney birodalmat. Habár az első gyermekmesét feldolgozó témaparkot – az Eftelinget – Európában nyitották meg 1951-ben, melyet a Bellewaerde Park 1954-es átadása követett, Walt Disney tette világszerte népszerűvé az ilyen típusú tematikus parkokat. Walter Elias Disney 1955-ben Los Angeles közelében alapította meg az első Disneyland vidámpark komplexumot, majd kilenc évvel később Floridában épült fel a birodalma második parkja. Disney ismerte fel elsőként, hogy a világháború után megerősödő amerikai középosztályban tömegesen jelenik meg a szórakozás és az utazás igénye. Kiemelt figyelmet fordítottak a látogatók kényelmének megteremtésére és az elvárt minőség biztosítására. A Disney televíziós csatorna támogatta a fenti elv fogyasztói szinten történő tudatosítását. A Disneylandekhez azonban negatív társadalmi-gazdasági hatás is kapcsolható, de innovációval, megoldásaival és professzionalizmusával hosszú idő óta olyan szinten végezi tevékenységét, melyet versenytársai meg sem tudnak közelíteni. Az 1960-as és 1970-es években a Disneyland-ek sikereit látva több hasonló szórakoztató park létesült, valamint több híres klasszikus vidámpark pozícionálta újra magát a piacon.

Az 1980-as, 1990-es években a tematikus parkok száma rendkívül dinamikus növekedett és szinte az egész világon elterjedtek. Az 1994-es adatok alapján csak az Egyesült Államokban 200 millió belépőjegyet értékesítettek, amellet hogy számukban és méretükben növekedtek, a társadalom szabadidő eltöltésében, a rekreációban betöltött szerepüket is megtudták erősíteni. Jelentős összeget költöttek a szolgáltatások színvonalának javítására, így a játékok biztonságának fenntartása mellett az élmény és extrémítás növelésére. Olyan szolgáltatási területekkel is bővítették tevékenységi struktúrájukat, melyeket azelőtt külső vállalkozások, partnerek bevonásával oldottak meg hosszú ideig. Ilyennek tekinthető a szállás- és vendéglátás szektor. Megfigyelhető, hogy a növekedés üteme mind a parkok, mind a fogadott látogatók számában az ázsiai térség keleti területein volt a legdinamikusabb, ahol ebben az időszakban vált a társadalom szélesebb rétege számára elérhetővé a kikapcsolódás ilyen típusú formája. Ezzel ellentétben az Egyesült Államokban viszont stagnálás jellemző az iparágra, mely a költségek magas szintje mellett a piac csökkenő vonzerejével magyarázható.

Európában a legtöbb tematikus park az elmúlt 25 évben épült. Az első időszakban Nyugat- és Észak-Európában jelentek meg és hamar kedvelt helyszínei lettek a rekreációnak, szórakozásnak. Idővel később Dél-Európában is meghonosodtak, de itt már a kifejezetten gazdaságfejlesztő, élénkítő beruházások között tartották számon őket. Ez utóbbira az egyik legjobb példa a spanyolországi, nemzetközi vonzerőt elért Port Aventura, mely 1994 óta fogadja a látogatókat.

4.1.4. A tematikus parkok differenciálódásának korszaka

Napjainkban a modern szórakoztató parkok modellje jelentős változáson megy keresztül. A fokozódó differenciálódás és a helyi adottságokhoz történő alkalmazkodás két nagy csoport kialakulását eredményezte: tematikus parkokat (a szórakoztatáson túl más további funkciót vállal fel) és szórakoztató – vidám – parkot (HOLLOWAY, CH. 2002). A témapark és a szórakoztató park azonban nem minden esetben választható el egyértelműen egymástól. Az előbbi témája gyakran túl általános, földrajzi, történelmi eseményen, jelenségen alapul.

A szórakoztató parkok népszerűségét jellemzi, hogy az USA-ban számuk meghaladta a 750-et, éves szinten a látogatóik száma a 300 millió főt. A tematikus parkok számának növekedésével azonban hagyományos piacuk telítetté vált. A magas beruházási és üzemeltetési költségek a kisebb piaci rések lefedését nem teszik lehetővé. A versenyhelyzet fokozódásával kell számolniuk a szereplőknek. A verseny nem csak az egyes parkok között áll fenn, hanem hasonló motivációt kielégítő szolgáltatások is a parkok versenytársainak minősülnek. A tematikus parkok sikerességének „arany szabálya” a folyamatos megújulás képessége, minden évben tudjon egy új attrakciót kínálni a látogatóknak, mely az első látogatók mellett a visszatérési hajlandóságot is növeli (DIETVORST, A. 1995). Az európai tematikus parkok minden évben árbevételük átlagosan 20%-át a szolgáltatások minőségének javítására és bővítésére fordítják. Ennek az összegnek hozzávetőlegesen 60%-a belépőjegyek értékesítéséből, míg 40%-a vendéglátásból és kereskedelmi tevékenységből származik.

A jövő az olyan népszerű témáké, melyek lehetővé teszik a modern technikai megoldások alkalmazását. Példaként említhető a franciaországi, Poitiers melletti Planete Futuroscope, mely a legmodernebb audiovizuális technológiát mutatja be. Az attrakciók alapelve, hogy a technikai megoldások révén elmosódik a határ a valóság és a fikció között. Az egyik leghíresebb egysége a parknak a Cinéma Dynamic, ahol a néző egy mozgó székben ül, melyet a film cselekményének megfelelően mozgatnak, így szinte részesévé válik a történetnek.

A park 1987-es megnyitása óta a világ minden részéről több mint 31 millió látogatót vonzott, de 95%-uk belföldi volt.

6. táblázat: A világ leglátogatottabb tematikus parkjai

Park elnevezése és vállalatcsoport	Elhelyezkedés	Látogatók száma (2007)
Magic Kingdom, Walt Disney World	USA, Florida, Lake Buena Vista	17 063 000
Disneyland	USA, Kalifornia, Anaheim	14 721 000
Tokyo Disneyland	Japán, Tokió	14 293 000
Disneyland Paris	Franciaország, Marne-La-Valle	12 688 000
Tokyo Disneysea	Japán, Tokió	12 498 000
Epcot, Walt Disney World	USA, Florida, Lake Buena Vista	10 935 000
Disney's Hollywood Studios	USA, Florida, Lake Buena Vista	9 608 000
Disney's Animal Kingdom	USA, Florida, Lake Buena Vista	9 540 000
Universal Studios Japan	Japán, Osaka	8 300 000
Everland	Dél-Korea, Kyonggi-Do	6 600 000

Forrás: TEA és Economics Research Associates (2008)

Az európai piacot vezető tematikus parkokat az alábbi táblázat mutatja be, ahol – bár régebbi 2003-as és 2007-es adatsoron – a látogatóforgalom változásai is jól nyomon követhetőek.

7. táblázat: Európa leglátogatottabb tematikus parkjai (2003–2007, ezer főben)

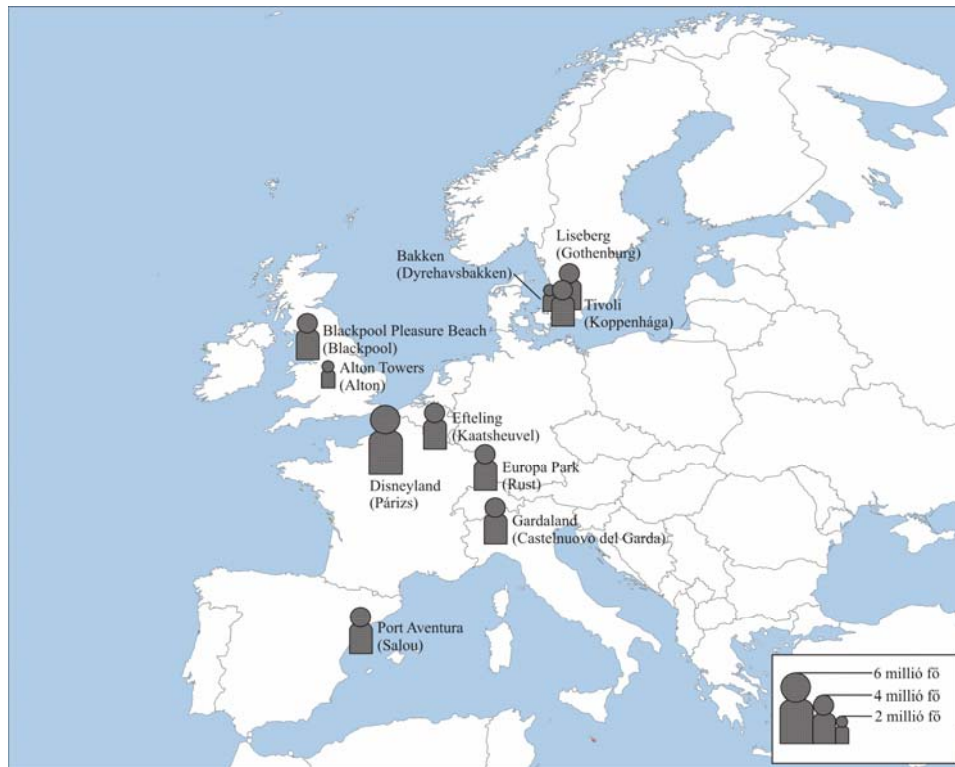
Park	Ország	2003	2005	2007
Disneyland Párizs	Franciaország	12 400	12 300	12 000
Blackpool Pleasure Beach	Nagy-Britannia	6 200	6 000	5 500
Tivoli Gardens	Dánia	3 266	4 100	4 110
Europa Park	Németország	3 300	3 950	4 000
Efteling	Hollandia	3 200	3 300	3 200
Port Aventura	Spanyolország	3 040	3 350	3 700
Gardaland	Olaszország	2 950	3 100	3 100
Liseberg	Svédország	2 749	3 150	3 050
Bakken	Dánia	2 700	2 600	2 700
Alton Towers	Nagy-Britannia	2 500	2 400	2 400

Forrás: TEA és Economics Research Associates (2008)

A 2003–2007 közötti időszakra vonatkozó adatok alapján megállapítható, hogy 2005-ig gyors növekedés volt jellemző, addig 2007-ig a piac stabilizálódott. A dán Tivoli Gardens tudott a vizsgált időszakban a legnagyobb látogatószám emelkedést realizálni, a park működésének biztonságára és kiegyensúlyozottságára a 73%-os belföldi részarány is utal. A gyors vendégszám emelkedés egy játékelem bevezetésének, a Demonnak köszönhető, mely 2003-ról 2004-re 29,8%-kal emelte meg a látogatottságot. A németországi Europa Park rövid tartózkodási időtartamú és konferencia helyszínként pozícionálta magát a piacon. 2005-ben

ünnepelték fennállásának 30. évfordulóját, csaknem 20%-os látogatóforgalom növekedést eredményezett. A 2004-ben átadott Colosseo négycsillagos szálloda jelentősen növelte a park vendégforgalmát. Ennek köszönhető, hogy az első évben a szálloda kihasználtsága elérte a 95%-ot. Ma a park látogatóinak negyede hosszabb időt – több napot – tölt el a parkban. A fogyasztói elégedettséget mutatja, hogy 80%-os a visszatérő vendégek aránya.

3. ábra: Európa leglátogatottabb tematikus parkjai és éves látogatószámuk (2007)



Forrás: TEA és Economics Research Associates (2008) alapján saját szerkesztés

Összefoglalva a történeti áttekintés alapján a következő csoportokba sorolhatók eredet szerint a ma működő tematikus parkok (HOLLOWAY, CH. – TAYLOR, N. 2007):

- egykori klasszikus vidámparkok átalakításával létrejövő tematikus parkok,
- a II. világháború után létesített, a tömegturizmusra alapozott tematikus parkok,
- örökségparkok, kultéri múzeumok, melyek működésének elvében turisztikai célú hasznosítás mellett a megőrzés és oktatás hangsúlyos helyet kap,
- új típusú, a klasszikus szórakoztatás mellett többfunkciós létesítmények.

A fenti csoportok közül az első kettő a HOLLOWAY, CH. – TAYLOR, N. (2007) alapján a szórakoztató, míg az utóbbi kettő a tematikus parkokhoz sorolandó. Ez egyben a

létesítmények differenciálódását is mutatja, mely jelentős részben a keresleti trendek – ezen belül kiemelten a motivációs struktúraváltozás – hatásának tulajdonítható.

4.2. Tematikus parkok a turizmus rendszerében, a tematikus park mint turisztikai termék

A *tematikus parkok* az idegenforgalom kínálati alrendszerében helyezkednek el, az attrakció szerepét töltik be. A park által kínált játékok és programok jelentik a vonzerőt, melynek hatóköre a park – szolgáltatások és játékelemek – egyediségétől, komplexitásától és megközelíthetőségétől függ. A komplexitás növekedésével a tartózkodási idő és a fajlagos bevételek emelkedése is várható. Szintén a komplexitásra törekvés következménye, hogy további funkciókat is felvállalhatnak a parkok, így például vendéglátást vagy szálláshelyszolgáltatást. Míg az előbbi már alapkövetelmény, az utóbbi még kuriózumnak számít a hazai piacon.

A tematikus attrakciók – bár mind mesterségesek, illetve turisztikai termékfejlesztés eredményeként jönnek létre – eltérő mértékben használják a kulturális vagy természeti adottságokat. (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2002a) Míg a tematikus utak és a termeléshez kapcsolódó multifunkciós – látogató- és élmény – központok kialakításának bázisát ez utóbbiak adják, addig a szórakoztató központok teljesen függetleníteni tudják működésüket az adott földrajzi tér jellemzőitől. *Véleményem szerint a kalandparkok átmenetet képeznek, feltételezik bizonyos természeti adottságok meglétét, de jelentős a tértől függetlenítt játékelemek szerepe is.* A ridehasználat alapján is osztályozhatók a tematikus attrakciók. Megfigyelhető, hogy abban az esetben, ha a termék kevésbé építi be a kulturális és természeti adottságokat, akkor azokat a ride-ok használatával váltják ki. A kalandparkok ez utóbbi dimenzió mentén is átmenetinek minősíthetők, mert a ride-ok ugyan csak egy-egy elembe, de jelen vannak.

4. ábra Tematikus attrakciók rendszere



Forrás: Puczkó L. – Rátz T. 2002 alapján saját szerkesztés

A tematikus parkok – köztük a kalandparkok – speciális helyzetűek a turizmus rendszerében. Egyrészt az *attrakció és a desztináció szerepét egyidőben képesek betölteni*. Ez leginkább a nagyobb létesítményekre érvényes, de szinte minden kalandpark képes a látogatóknak egésznapos programot kínálni. *A parkok desztinációvá válását a kapcsolódó szolgáltatások mind gyorsabban bővülő köre alapozza meg, mely komplex termécsomag kialakítását teszi lehetővé*. A jelentősebb turisztikai vásárlóerővel és tőkeerős turisztikai szolgáltatókkal rendelkező gazdaságokban a kalandparkok desztinációvá válása megfigyelhető, míg hazánkban ez a folyamat még csak most indult meg. A turisztikai piac több szereplője lehetőséget lát a kalandparkokban, melyet egyrészt a kínálat gyors növekedése és elterjedése mutat, másrészt országos és regionális szinten is felfigyeltek a parkok jelentőségére, amikor az ÚMFT (2007-2013) regionális operatív programjaiban szinte minden régióban a támogatandó attrakciófejlesztések közé sorolták.

A tematikus park termékszintű értelmezése – mint turisztikai termék – több szinten történik. A turisztikai terméket általános megközelítés alapján úgy definiálhatjuk, mint a turisták által fogyasztott szolgáltatás, vagy szolgáltatások komplex halmaza. (LENGYEL M, 2004) A turisztikai termék ennél differenciáltabb kezelését javasolja MIDDLETON, V.T.C. (1994), aki a turizmus rendszerének két alapvető egysége alapján – a kereslet és a kínálat szemszögéből – vizsgálja a turisztikai terméket. Eredményei alapján a termék mást jelent a fogyasztónak és mást az előállítónak, szolgáltatónak. Míg a fogyasztó szemszögéből a teljes turisztikai termék, addig a termék előállítója esetében a specifikus turisztikai termék modellje alkalmazandó. (KOVÁCS P. 2004)

A turista nézőpontjából a termék megfogható és megfoghatatlan komponensek összességéből épül fel (MIDDLETON, V.T.C. 1994). Tematikus park esetében a termékelemek a Middleton alapján történő felosztást alapul véve a következő főbb egységekből állnak:

- tematikus park ride-jai, játékelemei, kiállításai,
- támogató szolgáltatások,
- a tematikus park megközelíthetősége,
- a tematikus park imázsa,
- a tematikus park szolgáltatásainak, igénybevételének ára.

A fenti elemek közül különösen a tematikus park ride-jai és játékelemei befolyásolják a parkot meglátogató turisták körét (MOUTINHO, L. 1988), ezen keresztül a potenciális és tényleges turisták összetételét. A támogató szolgáltatások az élmény kialakulását, az élmény érzetét teszik teljessé, segítik és erősítik azt. A megközelíthetőség a park fogyasztók általi közlekedési elérhetőségét foglalja magában. Így számba kell venni a közösségi és az egyéni közlekedés lehetőségeit, melyben további fontos szempont a közlekedési eszköz mellett a gyorsaság, a kényelem, a megbízhatóság és az ár is. A tematikus park imázsa nem feltétlenül a fogyasztói tapasztalaton alapul kizárólag, hanem a felkeresés motivációja is befolyásolhatja. A csomagajánlatok is megjelentek a piacon, mely külső szereplőkkel történő együttműködést feltételez. Ilyen „package” ajánlatok képzése során a park felkeresése mellett további szolgáltatásokat, mint például a szállást foglalja magában. A tematikus parkok árképzésének klasszikus módszere a pay-one-fee, azaz a belépőjegy ellenében a park valamennyi játékeleme igénybe vehető. Magyarországon ez az általános elv is módosul, általában ettől eltérő árpolitikát alkalmaznak a parkok.

A tematikus park, mint turisztikai termék struktúrájának osztályozása KOTLER, M. (2002) és SWARBROOKE, J. (2002) alapján a következő főbb elemek azonosíthatók: a *termékmag* (elemi haszon és alaptermék), az *elvárt*, a *bővített* és a *potenciális termékelemek*. A termék kialakítása során ezeket az eszmei szinteket kell figyelembe venni és ez alapján kell dönteni a termék felépítéséről.

A termék központi magját az elemi haszon jelenti, mely a fogyasztó egy-egy problémájára, igényére, szükségletére kínál megoldási javaslatot. *Tematikus parkoknál az elemi haszon több szinten jelentkezhet, így a családi együttléttől kezdve az extrém sportok kipróbálásán keresztül az ismeretszerzésig.* Az alaptermék maga a tematikus park, mely ezekre az igényekre megoldást nyújt. Az elvárt termék azokat a tulajdonságokat, feltételeket foglalja magában, melyeket a

vásárlók elvárják a terméktől. A bővített termék emelt értéket jelöl, ami a fogyasztók várakozásain túli vágyainak felel meg. A termék szintek között a legfelső a potenciális termék szintje, mely a továbbfejlesztés, továbblépés irányait jelöli ki. Magában foglalja mindazon bővítéseket, átalakításokat, melyeken a termék a jövőben keresztül mehet. (KOTLER, M. 2002) A termék szintjeinek hierarchiája még fontosabbá válik azzal, hogy a termék versenyképességét is befolyásolják. A fejlett országokban az egyes termékek között a magasabb termék szinteken – így a bővített és a potenciális – zajlik. A termék értékét a teljes rendszer áttekintése után, a vásárlási-fogyasztási folyamat vizsgálatával lehet növelni. Ezzel szemben kevésbé fejlett országokban a verseny az alsóbb szinteken, az alaptermék és az elvárt termék szintekhez kapcsolható.

A fogyasztási folyamat vizsgálata jelöli ki azokat a stratégiai fejlesztési irányokat, melyekkel a vállalat értéke, versenyképessége, hatékonysága növelhető. LEVITT, TH. (1980, 84 p.) rámutat arra, hogy korunkban a

„a verseny nem a vállalatok üzemeiben előállított termékek között folyik, hanem abban, amit a gyári termékekhez hozzátesznek a csomagolásban, szolgáltatásban, reklámban, fogyasztói tanácsadásban, finanszírozásban, szállításban, kiállításban és minden másban, amit az emberek értékelnek.”

A turisztikai termék szolgáltatásokból épül fel, a szolgáltatási jelleg a parkok esetében egyértelműen megmutatkozik, melyek figyelembevétele alapkövetelmény a létesítmény tervezés és működtetés során. A termék előállítása egyidőben kerül sor a termék fogyasztásával. A kettő szétválaszthatatlanságának következménye mutatható ki például a minőségmenedzsment, de akár a kapacitáskorlátok fennállásában is.

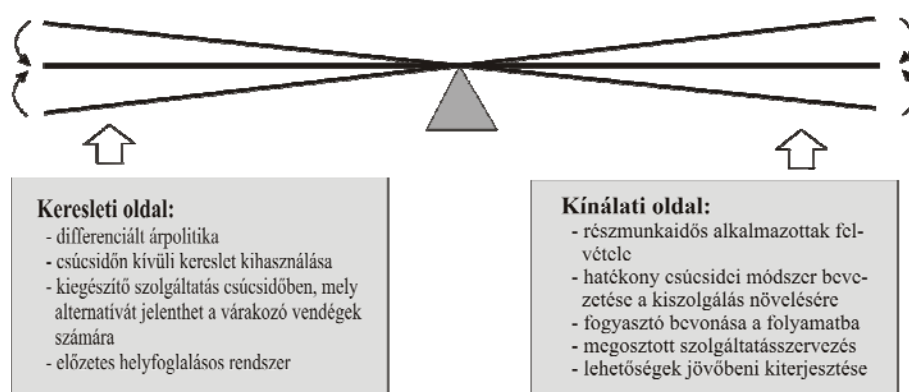
Az elválaszthatatlanság következménye, hogy a terméket nem is tudja – vagy csak nagyon ritka esetben – a turistának egymagának birtokolnia. Meg kell osztani a park, a játékok használatát más látogatókkal. Ez természetesen számos problémához vezethet, konfliktusos helyzetek alakulhatnak ki a látogatók között, melynek megelőzésére vagy kezelésére, elhárítására fel kell készülnie a park vezetésének. Ha több piaci szegmens – például korosztály alapján – céloz meg egy-egy létesítmény, akkor ilyen kritikus események gyakorisága várhatóan növekedni fog.

A tematikus park esetében is a termék megvásárlásával csak bizonyos ideig – általában egy napig – birtokolhatják a látogatók a létesítmény, próbálhatják ki az egyes attrakció elemeket, vehetik igénybe szolgáltatásaikat. A látogatók a rendelkezésükre álló időben minél

több szolgáltatást igénybe kívánnak venni és maximalizálni kívánják a látogatásukkal elérhető élményt, elégedettség érzést.

A park, mint termék is rendelkezik azzal a tulajdonsággal, hogy romlandó a termék, bár nem a szó klasszikus értelmezésében. A romlandóság ebben az esetben azt jelenti, hogy nem lehetséges a termék tárolása. A park befogadóképessége, a kapacitáskorlátok nem tolhatóak ki, míg bizonyos időszakokban jelentős lehet a kihasználatlan kapacitás mennyisége. A park kapacitásainak kihasználásában az egy napon belüli ingadozás is jelentős lehet, mely bizonyos időszakokban a szűk keresztmetszeteknél várakozást és sorkezelési módszerek alkalmazását teheti szükségessé. Differenciált árpolitika alkalmazásával az éves, heti és napi keresleti ingadozások is befolyásolhatók. Míg a kiemelt időszakokban keresletkövető stratégia alkalmazásával a munkaerő felvétellel is megoldást jelenthet. SASSER, W.E. (1976) a szolgáltatóvállalatok számára a következő stratégiákat javasolja a kereslet és a kínálat egyensúlyának megteremtése érdekében (5. ábra).

5. ábra: Stratégiai eszközök a kereslet és kínálat egyensúlyának megteremtése érdekében



Forrás: Sasser, W.E. 1976 alapján saját szerk.

A szolgáltatások minőségét több tényező befolyásolja, mint a fizikai termékét, igaz ez a tematikus parkokra is. A minőség – és közvetve a vevői elégedettség – függ attól, hogy ki, mikor, hol teljesíti őket, de attól is, hogy ki veszi igénybe. Az előbbieket alapján vannak olyan területek, melyek sztenderdizálásával bizonyos kockázati faktorok kiszűrhetők, de sok az olyan ellenőrizhetetlen tényező, melyek kezelésére fel kell készülni, de a szolgáltató nem tudja befolyásolni a bekövetkezését. Ebben az esetben legfeljebb a hatás súlyossága csökkenthető.

A szolgáltatócégek – így a turisztikai szektor szereplői is – három lépést tehetnek a folyamatos minőség biztosításának irányába (KOTLER, M. 2002):

- emberi erőforrás menedzsment kiemelt szerepe,
- szolgáltatási folyamatábrán keresztül a szolgáltatási folyamat sztenderdizálása,
- vevő elégedettségének folyamatos figyelemmel kísérése.

A tematikus parkok által nyújtott *szolgáltatásstruktúra* kettős jellegzetességet mutat. *Rövidtávon, a rendelkezésre álló játékok által kínált határokon belül gyorsan és könnyen módosítható. De hosszú távon a játékok magas bekerülési költsége miatt mégis statikus és csak drágán módosítható a kínálat szerkezete.* Jól látható, hogy az alkalmazottak ebben az esetben is kiemelt szerepet kapnak a termék sikerességében. A humán erőforrás politika hangsúlyos tevékenység a vállalati/vállalkozási menedzsment rendszerében. Az idegenforgalomra jellemző foglalkoztatási jegyek a tematikus parkok esetében is megfigyelhetők. A tematikus parkok komplexitásából fakad, hogy az alkalmazotti szinten széles szakképzettségi kört igényelnek. A felső- és középvezetés klasszikus munkakörei mellett a turistát kiszolgáló alkalmazottakat nagy számban – bár szezonálisan – igényel, emellett jelentős a technikai személyzet aránya is.

A park által nyújtott szolgáltatást, a terméket azonban a látogatók és egyéb külső, ellenőrizhetetlen tényezők is befolyásolják. Ezek sok esetben nem számíthatóak ki, bár előrejelzések készülhetnek, de a bekövetkezésüket a park nem tudja módosítani. Az ilyen tényezők között azonosíthatjuk például a klimatikus viszonyokat. Az időjárás várható alakulásának figyelmen kívül hagyása a gazdasági eredményekre negatív hatással lehet. Olyan vezető, a világon több tematikus parkot üzemeltető vállalatcsoport is elköveti ezt a hibát, mint a Disney, ahol a párizsi létesítmény tervezésénél az éghajlatot nem megfelelő súllyal kezelték.

4.3. A tematikus parkok tipizálása nemzetközi és hazai példákon keresztül

A tematikus parkok differenciálódását az 1960-es évek óta figyelhetjük meg, melyet a környezeti változások és keresleti és kínálati trendek indukáltak és indukálnak napjainkig. A parkok tipizálása egyrészt *profil*, másrészt *hatókör* alapján lehetséges.

4.3.1. Tematikus parkok tipizálása profil alapján

A *parkok profil alapján* történő tipizálásának alapja a téma jellege, mely egyben az egyes típusok közötti jelentős különbségekre is magyarázatul szolgál. A felvállalt – feldolgozott – téma a célcsoportokra, a parkok funkcióra is közvetlenül hat. A profil alapján a parkok az alábbi csoportokba sorolhatóak be:

- klasszikus vidámparkok és azok átalakításával létrehozott tematikus parkok,
- aquaparkok,
- örökségparkok,
- kalandparkok.

4.3.1.1. Klasszikus vidámparkok és azok átalakításával létrehozott tematikus parkok

Az első tematikus parkok a hagyományos *vidámparkokból* jöttek létre, azok továbbfejlesztett változatának tekinthetők. A vonzerőt a játékelemek képezik, melyek egymástól függetlenül vagy egy meghatározott témához illeszkedve vannak jelen. A játékelemeket a nemzetközi szakkifejezésként használt ride-ok alkotják, melyek nem – vagy csak csekély mértékben – igénylik a látogatói aktivitást, részvételt. A nemzetközi szinten leglátogatottabb parkok ebbe a csoportba sorolhatók, ahol a termékmagot alkotó játékelemek között a ride-ok vannak többségben, melyet kapcsolódó szolgáltatások széles köre egészít ki.

4.3.1.2. Aquaparkok

Az *aquaparkok* a szórakoztató parkok vizes élményelemeken alapuló változata (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2002b). A vízi attrakciók szórakoztató jellegét használják ki, rendszerint tartózkodást növelő funkcióval rendelkeznek vagy egynapos látogatásokat – kirándulásokat – generálnak. A nemzetközi előrejelzések alapján a víz és az élmény egyre szorosabban kapcsolódik egymáshoz, így várható, hogy az aquaparkok jelentősége tovább növekszik. Az első fedett aquaparkot 1985-ben a kanadai Edmontonban építették 20 ezer m² alapterületen. A fedett

létesítmények építésével és a szálláshely-szolgáltatás kapcsolásával 24%-ról 32%-ra gyorsult éves szinten a növekedésük, mely mind a látogatószámban mind a bevételekben is nyomon követhető. Nemzetközi szinten 2007-ben 20,9%-kal növekedett az aquaparkhoz kapcsolódó szállodákban a szobaszám, míg a hagyományos egységekben mindössze 1,4% volt az éves férőhelybővülés.

8. táblázat: A világ leglátogatottabb aquaparkjai (2008)

	Park megnevezése	Helyszín	Látogatók száma (2008)	Változás 2007/2008 (%)
1	Typhoon Lagoon at Disney World	USA, Orlando	2 059 000	- 1,0
2	Blizzard Beach at Disney World	USA, Orlando	1 891 000	- 1,0
3	Chimelong Water Park	Kína, Guangzhou	1 600 000	+ 14,3
4	Caribbean Resort at Everland Resort	Dél-Korea, Gyeonggi-do	1 500 000	+ 7,1
5	Wet'n Wild	USA, Orlando	1 300 000	- 5,1
6	Sunway Lagoon	Malájzia, Kuala Lumpur	1 100 000	+ 21,0
7	Wet'n Wild Waterworld	Ausztrália, Gold Coast	1 025 000	n.a.
8	Aquatica	USA, Orlando	950 000	n.a.
9	Ocean World	Dél-Korea, Gangwon-do	900 000	n.a.
10	Summerland	Japán, Tokió	898 000	- 2,5%

Forrás: TEA és Economics Research Associates (2008)

Az aquaparkok rendkívül gyorsan változó piacon versenyeznek, ahol a leggyorsabb a technológiai innovációk ereje. Követelménynek is tekinthető a folyamatos megújulás, mely gyors avulással jár együtt. A termék életciklusa rövid, folyamatos fejlesztések szükségesek, melyek jelentős költségvonzattal járnak, míg a már bejáratott játékelemek az árbevételt alacsonyabb költségszinten realizálják.

4.3.1.3. Örökségparkok

Az *örökségpark* alapja egy ország/térség történelmi vagy kulturális öröksége. HARRIS, R. – HOWARD, J. (1996) a fentiek alapján alkotta meg a definícióját, mely szerint olyan turisztikai attrakciónak minősülnek, amelynek alapja egy térség természeti vagy kulturális örökségének valamely összetevője.

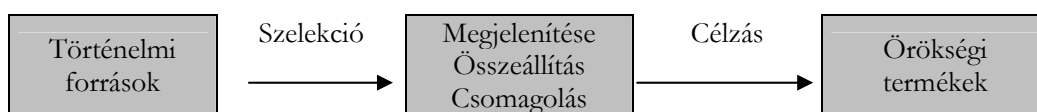
A tematikus parkok más típusaival történő összehasonlítás alapján egyértelmű a különbség, hiszen örökségparkok kialakításához olyan örökségi érték megléte szükséges, mely termékfejlesztés után elsődleges attrakcióvá léphet elő. A látványos kiegészítő attrakciók szerepe visszaszorul, de a téma feldolgozásának mégis láthatatlan hátterét nyújtják. Az

örökségparkok a múlt értékeit dolgozzák fel és interpretálják a látogatók felé. Így témaválasztásuk a helyi adottságokon alapul, szervesen építkeznek az adott térség erőforrásaiból, így a legtöbb esetben a tájidegenség, a beilleszkedés nem okoz problémát.

A múlt értékeinek, emlékeinek tematikus park általi feldolgozása Nyugat-Európában terjedt el, az örökségi tervezés nyomán az 1970-80-as években formálódott ki. Az elmúlt évtizedekben az Egyesült Államokban és további elsősorban európai országokban is megjelentek. A múlt emlékeinek ilyen típusú felhasználása az örökségi tervezés része, mely a múlthoz való viszony fejlődésével alakult ki. A múlt emlékeinek felhasználása a turisztikai funkción túlnyúlva társadalmi, szociális és gazdasági szerepkört is betölt. Az örökségvédelem helyét komplexebb tevékenység, az örökségi tervezés vette át az elmúlt időszakban. A múlthoz való viszony fejlődését is feltételezi az örökségi tervezés, mely a klasszikus védelem helyett a megőrzés fontosságát hangsúlyozza. A múlt emlékeivel való törődés gondolata már a 19. században jelentkezett, amikor már felismerték, hogy a gyors industrializáció és urbanizáció milyen következményekkel járhat épített környezetünkben, a múlt értékeiben. Az első időszak a védelem (preservation) jegyében telt, mely településfejlődési veszélyekkel is járt. Az 1960-as években a védelem veszélyeit egyre több helyszínen ismerték fel és hoztak javaslatokat a megoldásra, melyet a megőrzés (conservation) hozott (KOZMA G. 2002).

Nyugat-Európában az 1970-80-as években az örökségi tervezésben és ezzel párhuzamosan a turisztikai hasznosítás gondolatában jelentős szemléletváltozás következett be, mely eredményeként a helyi örökségi értékek kerültek az örökségvédelem középpontjába. A megőrzés mellett olyan funkciókkal kívánták feltölteni ezeket az egységeket, melyek az értékmegőrzésen túl kézzelfogható előnyöket is szolgáltatnak az adott térség számára. A szemléletben és a gazdaságstruktúrában bekövetkező változások nyomán Európában Németország és Nagy-Britannia jár élen az ipari emlékek turisztikai hasznosításában. Az örökségi tervezés középpontjában az örökségi termék kialakítása áll, melynek megjelenítése tematikus park formájában is történhet. A park helyszínt fogja jelenteni, ahol a terméket – fizikai emlékek, tárgyak és velük kapcsolatos érzések, érzelmek – megjelenítik, eljuttatják a fogyasztóhoz (6. ábra)

6. ábra: Az örökségi termék kialakításának modellje



Forrás: Kozma G. 2002.

Az örökségpark több válfaja terjedt el szerte a világon, mely az örökség fogalomkör bővülésével, változásával magyarázható. A legklasszikusabb, legkedveltebb témák közé tartoznak:

- kultúrtörténeti korszak (Reneszánsz élménypark, Bikal),
- ipari örökség (Mildenberg Brickworks Park, Rhonda Heritage Park),
- adott nemzet/tájegység történelmében kiemelkedő események (pl. csaták helyszínei), korszak feldolgozása (D-Day Adventure Park, Sátorhely)

Az új típusú örökségparkok célja, a történelmi és kulturális értékek élményszerű átadása és befogadásának új módszerekkel és eszközökkel való megalapozása. Egyszerre több generáció számára biztosítja a szórakozás, a kikapcsolódás és a tartalmas időtöltés, a testi-lelki feltöltődés feltételeit.

Az örökségparkok új típusát jelentik azok a parkok, melyek a tematikus parkok klasszikus funkcióján túl a természeti örökség megőrzését és az értékek átadását tűzték ki célul. E területen élenjárónak Európa tekinthető, ahol 1992-ben hívták életre a „Geo-Zentrum Vulkaneifel” projektet, mely a vulkanológia témájával foglalkozó turisztikai, tudományos és oktató központ. A vulkanológiai központ szórakoztató centrumként működik, de a földtannal foglalkozó magas szintű tudományos és oktató tevékenységet is folytatnak. Ennek keretében speciális célcsoportoknak (kutatóknak, diákoknak) kirándulásokat is szerveznek. A vulkanikus működést háromdimenziós bemutatást lehetővé tevő interpretációs eszközökkel rekonstruálják. (KÓRÓDI M. 2002)

Az örökségparkok speciális típusát képezik azok a létesítmények, melyek a világ/kontinens/ország híres épített emlékeit mutatják be makettek formájában. Az egyes épületek között gyalog vagy más közlekedési eszközzel (pl. hajóval, vonattal) lehet közlekedni. Az örökségparkoktól legfőképp abban térnek el, hogy kevesebb aktivitást tesznek lehetővé a látogatók részéről. Az első ilyen miniatűr város a II. világháború után épült meg, majd sikerét látva több ilyen létesült. Magyarországon is többen kezdeményezték már a létesítését, ám mindezülig nem sikerült megvalósítani (például Kárpátia Park).

4.3.1.4. Kalandparkok

A kalandparkok a kalandsportok népszerűségének növekedésével jelentek meg. A sportturizmusban is a hangsúly a klasszikus sportok felől a kalandsportok felé tolódik el (BÉLAVÁRY ZS. – HERLICSKA K. 2005). HAHN, K. úgy fogalmazta meg, hogy a „fiatalságban fellépő kaland utáni vágy nélkül minden civilizáció eltűnik” (FLAVIN, M. 2004). Az urbanizáció a spontán aktivitásokat szorítja háttérbe, melynek eredménye a fizikai teljesítőképesség

fokozatos leépülése, az unalom megjelenése. Az emberek egyre nagyobb része elégedetlen mindennapi életükkel és mind többen keresik szabadidejükben a kalandot, az izgalmat és szabadidejükben ezek átélésére vágnak. A turizmus is alkalmat kínál az ilyen típusú kikapcsolódásra, melynek kereteit az aktív turizmus jelenti.

A kalandparkok az egyik legsokoldalúbb, új típusát jelentik a tematikus parkoknak, melyek főképp Európára jellemzőek. Működésükhöz háttérrel a természeti környezet nyújtja. Így bár mesterségesen létrehozott létesítmények, de természetközelségre törekszenek. Szolgáltatásaik jellemzője, hogy a látogatók aktivitására épülnek a különböző játékelemek. Életkor, edzettségi szinttől függően kínálnak különböző nehézségű pályákat. A kalandpark, extrémpark, élménypark és további fogalmakkal, megnevezésekkel gyakran találkozhatunk, melyek keverednek a köztudatban. A skála két szélső pontján egyrészt az extrémpark, másrészt az élménypark helyezkedik el, középen foglal helyet a kalandpark. A növekedés indokait COY, J. (2008) az alábbi három pontban összegezte:

- kalandsportok előtérbe kerülése,
- a fogyasztók érdeklődése a mesterséges attrakciók iránt gyorsabban növekszik, mint a természeti vonzerők/attrakcióknál,
- minden outdoor sportnak kialakult a beltéri változata.

4.3.2. Tematikus parkok tipizálása hatókör alapján

A turisztikai termékfejlesztések során az egyik legfontosabb követelmény a vonzerő hatókörének megállapítása. A vonzerő hatóköre nem állandó, idővel csökkenhet vagy növekedhet. A változásban szerepet játszik a kereslet, maga a vonzerő/attrakció és a külső környezet egyaránt. Míg a keresleti oldalon a látogatói preferenciarendszer a legfőbb hatótényező, addig a kínálati oldalon az azonos jellegű vonzerők száma és az egyes egységek egyedisége befolyásolja a vonzerő intenzitását.

Az idegenforgalomban több termék esetében is megfigyelhető, hogy a korábban nemzetközi – vagy akár univerzális – hatókörrel rendelkező létesítmények vonzereje csökken a hasonló profilú egységek megjelenésével. Az elszívó- és a helyettesítő hatás ebben az esetben is érvényesül.

A tematikus attrakciók esetében a témaválasztás már alapvetően befolyásolja a potenciális hatókört. Így például a kulturális turizmushoz hasonlóan a helyi értékeket, történelmi témákat feldolgozó parkok elsősorban országos hatókört képviselnek. A fentiek alapján a tematikus parkok hatóköre alapján három kategória képezhető:

- *helyi vonzáskörű parkok,*
- „*zászlóshajó*” *attrakciók,* melyek a belföldiek mellett jelentős számú külföldi látogatót fogad (pl. a Tivoli Garden Koppenhágában, a Práter Bécsben),
- *turisztikai desztináció funkcióját betöltő parkok,* melyek a világ minden részéről keresettek a turisták körében (pl. Disneylandek).

A különböző hatókörű parkok és a többi vonzeró/attrakció kapcsolatrendszerében szintén érvényesülhet multiplikatív kapcsolat, mely az egyes kínálati szereplők együttműködése révén a hatókör növelését valósíthatja meg. Ez a folyamat a kapcsolódó szolgáltatásokkal, társult termékekkel is biztosítható, melyet számos példa is bizonyít.

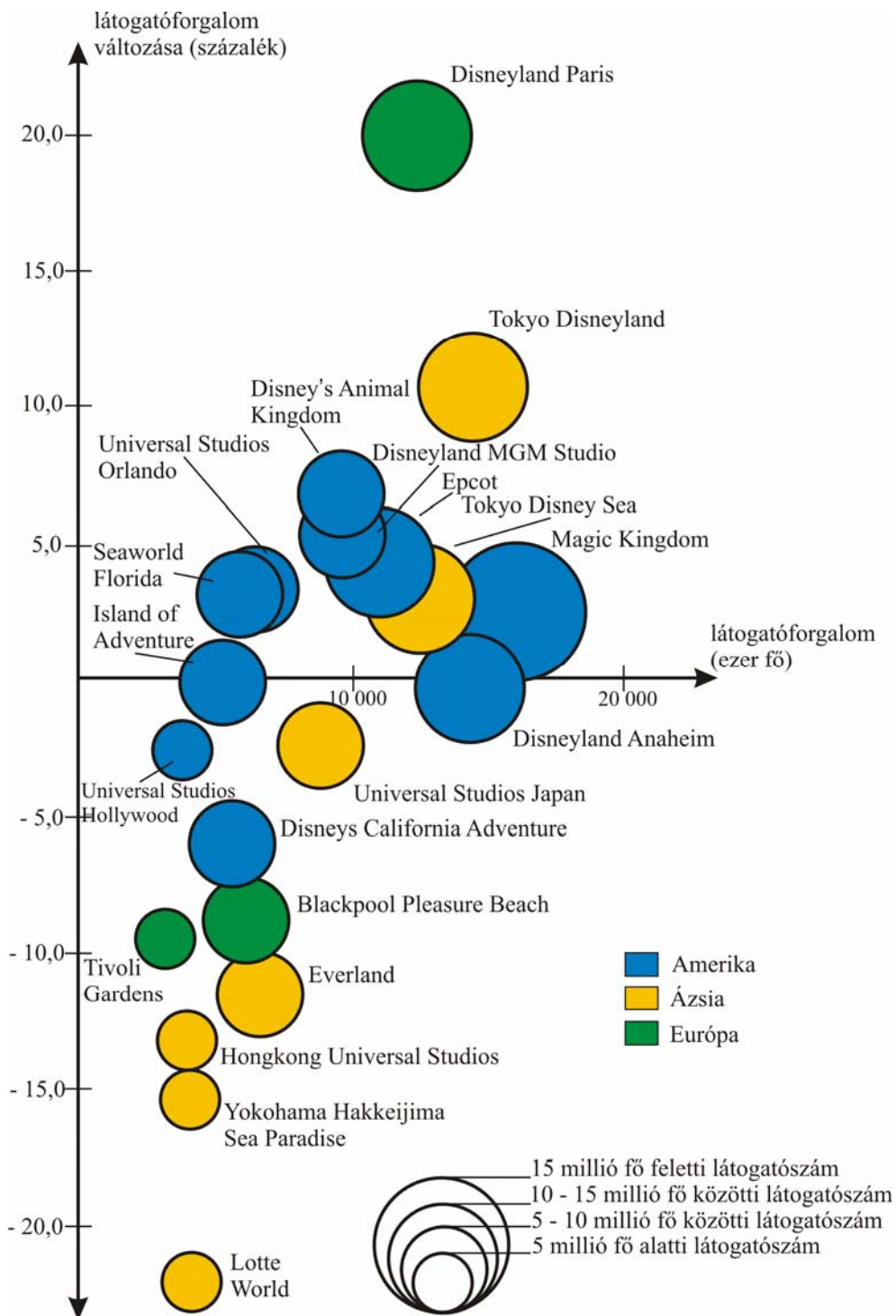
4.3.3. Tematikus parkok típusai életciklus és fejlettségi fázis alapján

A tematikus parkok is a turisztikai termékek életpályáját járják be, a mai kínálat egyes egységei eltérő fejlettségi fázisban találhatóak a világon. A fejlettség alatt a termék komplexitását értjük, ökológiai, társadalmi és gazdasági fenntarthatóságát értjük. Az egyes szereplők közötti különbségeket SWARBROOKE, J. (1995) a következő faktor mentén magyarázza:

- gazdasági fejlettség és a lakosság életminősége,
- közlekedési struktúra,
- természeti környezet és épített örökségek,
- nemzeti kultúra,
- turisztikai szektor fejlettsége.

A 7. ábra a világ leglátogatottabb tematikus parkjait ábrázolja a látogatóforgalom és annak változása függvényében. Az időbeli visszatekintés csak 2006-ig lehetséges, mert azóta vannak pontos, összehasonlítható és hivatalosan publikált adataink a látogatóforgalomról. A 2006–2008 közötti három év a legkedveltebb amerikai parkok számára stabil piacot eredményezett. Növekedésük átlagosan 3% körül alakult, mindössze négy létesítménynek kellett látogatószám csökkenést elkönyvelnie. Ezzel szemben mind az ázsiai, mind az európai piacon jelentős szórással találkozhatunk. A francia Disneyland tudta a legnagyobb mértékben növelni forgalmát, mely Párizs – mint örökéletű turisztikai desztináció – közelségének is köszönhető. A másik két európai park azonban jelentős visszaesést szenvedett el. Az ázsiai piacról hét helyszín található az első húsz leglátogatottabb park között, de ezek közül ötnek szintén csökkenő vendég számmal kellett szembesülnie.

7. ábra: A világ leglátogatottabb tematikus parkjai és növekedésük jellemzői (2006–2008)



Forrás: TEA és ERA adatok alapján saját szerkesztés

A fenti tényezők nem csak a tematikus parkok fejlődését befolyásolják, hanem más turisztikai attrakciókét, illetve azok versenyképességét. A parkok életútja is hasonló pályát jár be, mint minden más terméké, szolgáltatásé. De véleményem szerint az életciklus modelljében jobban

illeszkedik a klasszikus termékekéhez, mint a turisztikai desztinációkra adaptált változat. Ennek magyarázata a következő pontokban összegezhető:

- önálló életet él a desztinációval szemben, mely vonzerőkre, attrakciókra szerveződik rá. (KOVÁCS P. 2004),
- divatjelenségek hosszabb ciklusúak, de rövidülés már itt is tapasztalható,
- erősen technológiafüggő,
- az érettség fázisa folyamatos pótlólagos befektetések, megújulás nélkül hosszú távon nem tartható fenn.

A parkok *életciklusa* a park szintje mellett a *létesítmények típusa* szintjén is értelmezhető, azaz a differenciálódás révén létrejött altípusok alapján. Az előbbi ábra is rámutat arra, hogy a klasszikus szórakoztató parkok a legkeresettebbek, de látogatószámuk az elmúlt években stagnál. Ezzel szemben az örökség- és a kalandparkok általában kisebb méretűek és alacsonyabb látogatóforgalmat bonyolítanak le, de folyamatos növekedésük jellemző (látogatószám, bevételek, piaci részarány).

A parkokon belül az egyes *játékelemek életgörbéje* is értelmezhető, felvázolható. A vállalati üzletági portfólióelemzésben alkalmazott BCG – piaci növekedési/részesedési – mátrix itt is szemléletesen be tudja mutatni az egyes létesítmények attrakció-összetételét. Optimális esetben minden fázisban találunk játékalemet, így a bevezetés (kérdőjel), a növekedés (sztár), az érettség (fejőstehén) és a hanyatlás (kutyaütők) állapotában, mert mindegyiknek jelentős szerepe van a kiegyensúlyozott működés biztosításában.

4.3.4. A tematikus parkok amerikai, európai és ázsiai modellje

A társadalmi-gazdasági fejlődés jellemzői, az eltérő utazási, rekreációs szokások kontinensenként más jellemzőkkel bíró tematikus park modell és struktúra kialakulását eredményezte (9. táblázat). Véleményem szerint leginkább az európai típus tér el az amerikaiától és az ázsiaitól, mely a témaválasztásban, a parkok méretében egyértelműen kimutatható. A nemzetközi tematikus park hálózatok kialakulása a sztenderdizációt, az egységesülő kínálatokat erősítette, melyben legtöbb esetben a sztenderdet az amerikai modell képezi. A piaci folyamatokat a helyi gazdaság mindenkori állapota, a lakosság diszkrécionális jövedelme befolyásolja.

9. táblázat: Tematikus parkok amerikai, európai és ázsia modellje

	Amerika	Európa	Ázsia
Méret	Nagy alapterület	Nagy és közepes alapterület	Nagy alapterület
Téma	Döntően mesterséges	Mesterséges mellett kulturális és természeti örökség alapú	Mesterséges
Elhelyezkedés	Nagyvárosi zónák és idegenforgalmi központok		Nagyvárosi zónák
Növekedés	Stagnál, fejlett piac	Növekvő, fejlődő piac	Stagnáló piac
Számuk	Több, nagyméretű parkok	Országonként egy-két nagyméretű park	Több, nagyméretű park
Fogyasztási szokások	Több napos tartózkodási idő	Pár óráss/egy napos tartózkodási idő	Változó

Forrás: Saját szerkesztés

4.4. Tematikus parkok létesítésének folyamata és kínálati jellemzői

Egy park kialakítása során a tervezés hosszú ideig – akár évekig eltarthat. A beruházási döntésben a magas tőkeigény mellett a nagy területigénye lép fel korlátozó tényezőként. Ez utóbbi esetében azt is figyelembe kell venni, hogy a későbbi fejlesztéseknek, bővítéseknek megfelelő méretű és adottságú helyet tudnak e biztosítani. A tervezési fázis több összetett szakaszra bontható, mely szerteágazó szakértelmet kíván meg, ezért legtöbb esetben külső tanácsadó cég bevonására kerül sor (DZENG, R.J. – LEE, H.Y. 2007).

A nem megfelelő stratégia és hibás tervezés még a legjobb ötletek megvalósítását is megghiúsíthatja, magát a megvalósítás folyamatát meghosszabbíthatja, illetve a működésére is hosszú időn keresztül kifejtheti negatív hatását. Ezzel kellett szembesülniük a beruházóknak a Disneyland Resort Paris esetében, ahol a megnyitást követő 18 hónap alatt több mint 10 milliárd USD veszteséget kellett elkönyvelniük (SPENCER, E.P. 1995; PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2002b). A kezdeti nehézségek hátterében számos tervezési probléma állt, melyek a nyitás után hamar éreztették hatásukat. A legfontosabb hiányosságok közé sorolható a klimatikus adottságok továbbá az európai valamint az amerikai kultúra közötti különbségek (például az eltérő utazási/fogyasztási szokások) figyelmen kívül hagyása. Így például kisebb súlyt kapott a tervezési periódusban a csapadékos napok alakulásának vizsgálata, mely viszont a kültéren végezhető tevékenységeket – szórakozási formákat – korlátozza. A fentiekén túl szintén nem számoltak a Franciaországban jelen lévő Amerika-ellenes hangulattal, mely szintén befolyásolta a park működését. Sokan a Disneylandre úgy tekintettek, mint egy újabb amerikai expanziós kísérletre az európai kontinensen.

A tematikus parkok sikerességének középpontjában több tényező egyensúlyára kell figyelni a tervezés és az üzemeltetés fázisában egyaránt:

- témaválasztás,
- park helyszínének kiválasztott terület természetföldrajzi adottságai, jellemzői,
- ride-ok, játékok kiválasztása, folyamatos fejlesztése a trendeknek és a technológiai fejlődésnek megfelelően,
- kiszolgáló infrastruktúra (vendéglátás, szálláshelyek, egyéb szolgáltatások).

A tematikus park kialakítását területfejlesztési projektként értékeli DZENG, R.J. – LEE, H.Y. (2007), melyet azzal indokolnak, hogy olyan beruházásról van szó, melyeknek a költség-hatékonyság követelményének kell megfelelnie és térség/településfejlesztő hatása van. A létesítés célja rekreációs és szórakozási lehetőség biztosítása mind a helyi lakosság, mind a térségbe érkező látogatók számára. A *tematikus park kialakításának jellegzetességeit* a következő fő pontokban foglalhatók össze (SPENCER, E.P. 1995):

- magas a tőkeigényessége a nagy földterület és a magas technikai színvonalat, az innovatív játékelemek okozzák,
- magas a humán erőforrás igény,
- a park fejlesztése és az üzemeltetése gyakran egyszerre történik, biztosítani kell a tevékenység zavartalanságát,
- magas kockázat, gyorsan változó piac.
 - fogyasztói preferenciák gyors módosulása,
 - természeti környezet változásából fakadó veszélyek,
- folyamatos megújulás követelménye.

Az egyes játékelemek kedveltsége, parkon belüli szerepe is folyamatosan változik, melyet a látogatók egyéni preferenciái mellett az időjárás is befolyásol. Az aquaparkok piacán hazánkban átmeneti zónát képez Észak-Európa és Dél-Európa között. Míg Észak-Európában, ahol még nyáron is gyakran túl hideg és csapadékos az időjárás vizes attrakciókhoz, a legtöbb aquapark fedett, beltéri létesítményben helyezkedik el, így egész évben üzemeltethetőek. Elsősorban Dél-Európában és az Egyesült Államok déli részén kültéri parkokkal találkozhatunk, melyek viszont a kedvezőbb időjárás ellenére sem alkalmasak az egész éves nyitva tartásra (WYLSON, P. – WYLSON, A. 1994). A szezonális nyitvatartást az időjáráson túl a látogatóforgalmi jellemzők is indokolják.

A tematikus parkok *attrakciói* öt csoportba sorolhatók: mechanikus, látványon alapuló, bemutatás helyszínei, elektronikus eszközök, sportolási lehetőségek, melyet az alábbi *10. számú táblázat* foglal össze. A tematikus park jellegének függvényében eltérő arányban alkalmazzák ezeket az eszközöket az egyes helyszíneken. Mind az egyszerűbb, de kreativitáson alapuló mechanikus szerkezetek, mind a bonyolultabb megoldásokat képviselő elektronikus eszközök az attrakciók sokoldalúságát teremthetik meg. Ezen keresztül a tematikus parkok stratégiai célját szolgálják, melynek végső dimenziója a vendéglégedettség elérése és annak hosszú távon történő fenntartása.

10. táblázat: A tematikus parkok egységei

Típus	Altípus	Termékelem
1. attrakciók	Mechanikus	Zorb, Bob, Mászófal
	Motorizált	Quad
	Látványra épülő	Park, Kert, Állatkert, Növényház
	Bemutatás helyszínei	Szabadtéri színpad, 3D mozi
	Sportolási lehetőségek	Lovaglás, golf, evezés
2. Vendéglátás		Étterem, büfé, kávézó, italautomata
3. Kereskedelem		Ajándékbolt
4. Szálláshelyek		Szálloda, kemping, ifjúsági szálló
5. Kiszolgáló infrastruktúra		Parkoló, telefon, látogatóközpont
6. Támogató tevékenységek		Adminisztrációs iroda, parkgondozás

Forrás: Dzeng, R.J – Lee, H.Y. 2007 alapján saját szerkesztés

A fő tevékenységen és alapszolgáltatásokon túl a táblázat a kiegészítő szolgáltatásokat is tartalmazza, melyek a parkok bevételi forgalmában is jelentős súlyt képviselhetnek. A világ legnagyobb tematikus parkokat üzemeltető „Six Flag Inc”-nél az összbevétel 55%-a származott 2004-ben a létesítmények belépődíjaiból, a fennmaradó 45%-ot a vendéglátóipari egységek, szálláshelyek és a kiskereskedelmi egységek állították elő (Six Flags Co. 2005).

Tematikus parkok létesítésére külön *befektetői csoportok* is létrejöttek Nyugat-Európában, melyek megfelelő adottságok rendelkezésre állása esetén egy sztenderd példa adaptálásával több országban is ilyen parkokat építenek. Ilyen például a Zamperla S.p.A. (a világ egyik vezető kalandparki játékelemeket, berendezéseket gyártó cége) leányvállalata, az Acropark S.r.l., mely teljeskörű szolgáltatásokat kínál a beruházás során (például helyszínválasztás, engedélyek megszerzése, üzleti terv elkészítése, alkalmazottak betanítása, infrastruktúra telepítése, vagy akár nyitás utáni első időszak felügyelete). Az Acropark az ideális helyszínt az alábbiak alapján határozta meg: lejtős erdős térszín, legalább 50 fával és minimálisan 1,5 ha rendelkezésre álló területen, mely optimális esetben sportközpontok, egyéb sportszolgáltatások, kempingek vagy

egyéb szálláshelyek közelében helyezkedik el. Külön kiemelik, hogy a kapcsolódó szolgáltatásokhoz további hely szükséges, így például 50–100 autó, illetve autóbusz kapacitású parkoló. A fentiek egy Nyugat-Európában elterjedt és kedvelt kötélpályás parktípus kialakítására vonatkoznak.

4.5. A tematikus parkok keresletének jellemzői

A tematikus parkok sokféleségéből adódóan jelentős különbségek tárhatók fel a *keresleti oldal* jellemzőiben. Eltérő motivációjú, érdeklődési körű, eltérő demográfiai, szociológiai jellemzőkkel bíró szegmenseket szólítanak meg. A kereslet jellemzői attól is függenek, hogy a park a terméketútjának mely szakaszában, állapotában helyezkedik el, a turistatipológiák (Cohen, Plog) alapján milyen típusú turistákra számíthatnak. Míg az örökség parkok a hazai lakosságot szólítják meg, addig a nemzetközi hírnevet elért, tömegturizmusra berendezkedett aquaparkok külföldi turistákat is nagy arányban fogadnak. A kultúrához kapcsolódó témát feldolgozó, vezető európai parkokra is igaz, hogy látogatói többnyire a belföldi lakosok közül kerülnek ki. Így például a francia Parc Asterix vendégeinek 80%-a francia állampolgár.

4.5.1. A tematikus parkok felkeresésének motivációja

A tematikus parkok összetett vonzerő- és motivációstruktúrával rendelkeznek. Minden esetben központi szerepet a szórakoztatás biztosítása kap, de emellett több járulékos funkciót is ki kell emelni, mely a parkok egyediségét, megkülönböztetett státuszát biztosítja.

A parkok klasszikus funkciója a rekreálódás, kikapcsolódás, mely bizonyos parkok esetében kiegészül az oktatás/neveléssel. Ez utóbbi funkciót az élménypedagógia alapozza meg. Az oktatás/nevelés mellett a kalandterápia az, mely még speciálisabb lehetőséget kínál a parkok differenciálódásának. A 11. számú táblázatban kívántam összegezni a tematikus parkok egyes típusaihoz kapcsolható funkciókat.

11. táblázat: A tematikus parkok funkciói

Funkciók	Parkok típusai		
	Szórakoztató park és aquapark	Örökségpark	Kalandpark
Szórakoztatás, kikapcsolódás	+	+	+
Rekreáció	+	+	+
Egészséges életmód népszerűsítése	- / +	-	+
Identitásformálás, erősítése	-	+	-
Oktatás/nevelés	-	+	+
Csoportfejlesztés	-	-	+
Önmegvalósítás, teljesítőkéesség határainak kipróbálása	-	-	+

Forrás: saját szerkesztés

A tematikus parkok fejlődésében, az egyes típusok kialakulásában is nyomon követhető a világ turizmusának jellemző változásai. Ezek közül kiemelkedik, hogy a turizmus tömegesedésének, valamint a szükséglethierarchia változásának hatására jelentek meg a tematikus parkok új típusai. Ha a keresleti oldalról közelítünk, akkor a Maslow-i szükséglethierarchia magasabb szintjei felé tolódik el a parkok gyors bővülése, bár a látogatók száma alapján továbbra is a tömegturizmusra és az alapszükségletek kielégítésére koncentráló létesítmények helyezkednek el az első helyen. A tematikus parkok legújabb típusai közül az örökség- és a kalandparkokat kell kiemelni, melyek a szórakoztatás mellett a felsőbb szükséglet szinteket célozzák meg. A posztfordista turizmus változásaira – így például a keresletorientáció fokozódására – a kínálati oldalon a fejlesztések irányainak változtatásával reagálnak.

A tematikus parkok különböző típusai az eltérő szükséglethierarchia szintek igényeit célozzák meg, így akár az alsóbb, de akár a felsőbb szinteket. A helyi adottságokból fakadó témaválasztás és az azt feldolgozó attrakciómenedzsment alkalmazásának módszerei mind az alapszükséglettel érkezők, de akár a komplexebb, magasabb követelményeket támaztó turisták számára is kielégítő szolgáltatást kínálhatnak. A bővített Maslow piramisból kiindulva a 12. táblázat mutatja be az egyes hierarchia szintekhez társítható utazási motivációkat és az azokkal megfeleltethető tematikus park típusokat.

12. táblázat: Maslow szükséglet-hierarchiája és a tematikus parkok kapcsolatrendszere

Maslow hierarchiarendszer	Motiváció	Tematikus parkok kapcsolata a hierarchiamodellel
Fiziológiai szükségletek	Üdülés, pihenés, kikapcsolódás	Aquaparkok, vidámparkok
Biztonság	A test, a szellem és a lélek egyensúlya, egészsége.	Aquaparkok, kalandparkok
Valahová tartozás, szeretet	Társadalmi csoporthoz való tartozás	Örökségparkok
Megbecsülés	Szakmai és társadalmi elismerés	Kalandparkok
Önmegvalósítás	Saját képességeink határait felfedezni	Kalandparkok
Tudni és érteni	Ismeretszerzés	Örökségparkok, kalandparkok
Esztétika	A szépség értékelése, keresése	Örökségparkok, kalandparkok

Forrás: Aubert A. 2006 alapján saját szerkesztés

A fentiek alapján logikai kapcsolat figyelhető meg a megcélzott hierarchiaszint és tematikus parkok kialakításának időbeli sorrendisége között. Az alsóbb szintű emberi szükségletekre építő park típus alakult ki időben korábban, míg a magasabb rendű szükségleteket megcélzó később. A legelső tematikus parkok a vidámparkok voltak, melyek a kikapcsolódás szükségletét szolgálták és mai is szolgálják. Alsóbb, alapszükségleteket céloznak meg az aquaparkok, melyek különböző vizes élményelemekből álló ride-okból épülnek fel. A szórakozáson túl rekreációt, pihenést és kikapcsolódást szolgálták. Legtöbb esetben regionális hatókörű vonzerővel rendelkeznek, a víz szórakoztató funkciójára építik fel a terméket, mely az egészségturizmussal közvetlen kapcsolatban áll az egészséges életmódra nevelés összekapcsolásával. Az Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia (2007) is kiemeli, hogy az ilyen típusú létesítményekben nem a víz gyógyhatása a hívó szó, hanem az elemekben gazdag és sok élményt nyújtó fürdők.

Az örökség- és kalandparkok kialakulása között nincs jelentős különbség. Előbb a kaland-, később az örökségparkok jöttek létre. Jól látható a hierarchiamodellben elfoglalt helyük alapján is a kettő közötti kapcsolatrendszer.

4.5.2. Főbb célcsoportok a tematikus parkok piacán

A tematikus parkok keresletének szegmentálása során általános alapelvek alkalmazása mellett új típusú szegmentációs politika is alkalmazható. Valamennyi parkra jellemző célcsoportok mellett egy-egy típusra jellemző speciális szegmensek is megtalálhatóak. A célcsoport-képzés jellemzően a klasszikus ismérvek (LENGYEL M. 2004, KOVÁCS P. 2004) szerint történik, de új

típusú stratégiákkal is találkozhatunk és indokolt is ezeknek a használata (TÖRŐCSIK M. 2006, TÖRŐCSIK M. 2007).

A tematikus parkok keresletének összetettségét növeli, hogy a turisták, kirándulók mellett visszatérő vendégként a helyi lakosok is megjelennek. A játékok, szolgáltatások, programok kialakításánál figyelembe kell venniük a különböző szegmensek igényeit.

4.5.2.1. Családos látogatók

A tematikus parkok keresletében közös jellemzők, tendenciák is megfigyelhetők. Az egyik legfőbb ismérv a családdal utazók magas aránya, kiemelkedő a gyermekes családok részaránya mellett a többgenerációs látogatók száma. A gyerekeknek kulcsszerepük van az attrakciófejlesztésben, menedzselésben, melyet PUCZKÓ L. – RÁTZ T. (2000) a következőkkel indokolt:

- jelentősen növelik a látogatók számát,
- befolyásolja a meglátogatandó attrakciók körét,
- a gyerekek hozzájárulhatnak a kísérő felnőttek élményének kedvező/kedvezőtlen alakulásához,
- a szülők a gyermekek irányításával, oktatásával vannak elfoglalva. Ideális esetben az attrakció segíti ezt, a szülők is részesévé válnak az élménynek, együtt élik át azokat a gyerekekkel,
- hosszabb tartózkodási idő,
- fokozott a szolgáltatások igénybevétele,
- a gyermekek döntési jogköre nagyobb mint a mindennapokban, a felnőttek elfogadják a választást.

A családos középkorúaknál a családi nyaralások során az aquapark közelsége döntő szempont lehet. A termál- és gyógyfürdővel való kapcsolat, a többgenerációs szolgáltatások a tartózkodásukat meghosszabbíthatja (BUDAI Z. – SZÉKÁCS O. 2001).

4.5.2.2. Ifjúsági turizmus

A 18 év alatti korosztály a családdal történő látogatáson túl az ifjúsági turizmusban is érintettek, mely rendkívül összetett és sajátos formája a turizmusnak, ide soroljuk a

- gyermekek részére szervezett utazások és üdülések,
- iskolai tanulmányi- és osztálykirándulások, táborozások és természetjárás, erdei iskolák,
- fiatal felnőttek önállóan lebonyolított bel- és külföldi utazásait (BUDAI Z. 2001).

Más megközelítések alapján az ifjúsági turizmus a 16–29 év közötti korosztály egy évnél rövidebb ideig tartó, önálló utazásai, melyet ismeretszerzés, tanulási lehetőségéből származó haszonszerzés motivál (MESTER T. 2008).

A tematikus parkokban a tizen-huszonéves fiatalok, szülői felügyelet nélkül is nagy számban megjelennek. Még inkább igaz ez a szórakoztatást, kikapcsolódást nyújtó kalandparkokra, vidámparkokra és aquaparkokra. Szintén a könnyen megnyerhető célcsoport közé tartozik a 18–35 év közötti korosztályból az aktív fiatalok csoportja, akik aktívan, sportolással eltöltött szabadidő eltöltésre és kikapcsolódásra vágnak. Ők a létesítményválasztásban, utazási döntéshozatalban nem kötődnek sem a termál-, sem a gyógyvízhez, de a medencével – és vizes élményelemekkel – rendelkező egységeket részesítik előnyben. A kalandparkok mellett szülő egyik fő érv – mely többször vízióként is megfogalmazódik – hogy természetközeli, aktív részvételt igénylő elfoglaltságot kínálnak a fiatalok számára.

Az osztálykirándulások szintén az ifjúsági turizmus részét képezik, melynek jelentősége a következő pontokban foglalható össze:

- alacsony fokú szezonális ingadozás,
- oktatási, nevelési, rekreációs feladatokat lát el,
- közösség formálásában, a családi és a közösségi értékek elsajátításában kiemelt szerepet kap,
- megkönnyíti az ismeretek szerzését,
- a jövő potenciális turistáit jelenti (BUDAI Z. 2001).

Az ifjúsági turizmus a hazai turizmuspolitikának is elismert, a jövő turizmusát megalapozó iránya. Szerepét, jelentőségét mutatja, hogy a NTS is kiemelten foglalkozik horizontális

témaként, tekintettel arra, hogy az ifjúság által igénybe vett szolgáltatások a legtöbb turisztikai terméket egységesen érintik. Összetettsége a különböző korosztályok eltérő igényei, szükségletei és jellegzetességei határozzák meg.

A kalandparkok az ifjúsági turizmus egy speciális elemét, a táboroztatást is beépítették kínálatukba, mely iránt évről évre növekvő érdeklődést tapasztalnak. A táboroztatás egyre kevésbé vonzó a pedagógusok és az iskolák számára (MESTER T. 2009), a parkok elsősorban a napközis táborok szervezését vállalják egész napos aktív és természetismereti programokkal.

Az ifjúsági turizmus keretein belül nemcsak szórakozási, hanem oktatási és nevelési céllal is érkeznek jelentősebb részarányban iskolai csoportok, amikor az utazás megszervezésében kulcspozíciót töltenek be az iskolák és egyéb szervezetek. Utazásaik célpontjai az iskolai oktatást kiegészítő, segítő intézmények, így például múzeumok, környezeti nevelést végző központok, erdei iskolák (NTS, 2005). A témaparkok közül jellemzően az örökség- és a kalandparkok iránt legnagyobb az iskolai csoportok érdeklődése, mely az élménypedagógia, a tapasztalati oktatás módszertanát biztosítja, miközben a készségek, képességek fejlesztésére helyezi a hangsúlyt.

A tapasztalati oktatás közvetlenül az örökség- és a kalandparkokhoz kapcsolódik. Az örökségparkok oktató-nevelő funkciójukkal átmenetet képeznek a klasszikus kulturális vonzerők felé. Legfontosabb célcsoportjaik közé tartoznak az iskolai csoportok és az egyéni – családosan érkező – látogatók. A két szegmens utazási szokásai bár eltérnek, ám a kettő jól kiegészíti egymást.

4.5.2.3. Hivatásturizmus

A tematikus parkok harmadik speciális keresleti szegmense a hivatásturizmus résztvevői. A témaparkok felismerték, hogy a rendelkezésre álló kapacitásukkal a MICE piacon is komparatív előnyökkel jelenhetnek meg. A meeting industry szereplőinek megnyerésével a kihasználtság javításával a pénzügyi stabilitás erősíthető meg. A tematikus parkok általános jellemzői (megközelíthetőség, szolgáltatások, emberi erőforrás) a hivatásturizmus több kiemelt területén – konferencia, incentív és tréningek – előnyös, versenyképes ajánlat kialakítását teszik lehetővé.

Európában az első ilyen típusú termékpozicionálás a tematikus parkok között úttörőnek számító Disneylandnél történt, ahol a Business Solution Divisiont 1996-ban hozták létre. A

Párizs környéki parkban a rendelkezésre álló kapacitások a konferenciák és az incentive turizmus lebonyolítását alapozták meg. A helyszín legfőbb előnyei között tarthatjuk számon:

- központi fekvés, gyors és több közlekedési eszközzel is lehetséges elérhetőség,
- egyedi kínálat elemei: tér, szállodák (5 700 szoba), szabadidős lehetőségek,
- jól képzett és több idegen nyelven beszélő személyzet (SWARBROOKE, J. – HORNER, S. 2001).

A párizsi példához hasonlóan több tematikus park külön részleget alakított ki az üzleti vendégek részére, így például a Legoland Windsor-ban.

A klasszikus szórakoztató parkok mellett a kalandparkok kínálata illeszkedik legjobban a hivatásturizmusban résztvevők elvárásaihoz és motivációihoz. A munkahelyi közösségek, céges csoportok keresleti szegmensként történő megjelenése további egyediséget adja a kalandparkoknak. A kalandparkok ideális helyszínt nyújtanak az úgynevezett outdoor tréningeknek, ahol kalandterápia módszerével közösségformálás végezhető. A tréningek a hivatásturizmus fogalmkörébe tartoznak, a foglalkozás gyakorlásával állnak szoros összefüggésben. A hivatásturizmus a turizmus más fajtáihoz képest számos előnyös jellemzővel rendelkezik:

- turisztikai szezonokat kiegyenlítő hatása,
- hétköznaphoz kapcsolódik,
- magasabb fajlagos költség,
- kevésbé árérzékeny, alacsonyabb ár- és jövedelemrugalmasság,
- magas színvonalú fogyasztás,
- az üzleti utazást követően a vendégek gyakran, mint szabadidős turisták térnek vissza a meglátogatott helyszínre.

4.6. Tematikus parkok fejlődésének nemzetközi irányai

A világ tematikus park kínálata évről évre dinamikusan fejlődik. Az új építésű tematikus parkok elszakadnak az amerikai alapmodellről, új szervezési, működtetési elvek figyelembevételével üzemelnek. A tematikus parkok piacán a TEA jelentései alapján az alábbiakban részletezett trendek, tendenciák azonosíthatóak:

- ország/régió adottságaira épülő témaválasztás,
- a vegyes hasznosítású helyszínek, létesítmények arányának növekedése,

- látogatói részvétel, aktivitás növekedése,
- szimuláció és virtuális valóság,
- vízhez kapcsolódó létesítmények,
- időjárástól független tematikus parkok kialakítása.

5. TEMATIKUS PARKOK MAGYARORSZÁGON

A tematikus parkok a hazai turizmus rendszerében Európa nyugati és déli országaihoz képest csak késve jelentek meg. A 2005-ben elkészült Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia is úgy fogalmaz, hogy ez a terméktípus hiányzik a magyar kínálatból. Később ezen az állításon módosítva több parkot is megemlít:

- örökségparkok: Ópusztaszeri Nemzeti Történelmi Emlékpark, Magyar Vasúttörténelmi Park,
- aquaparkok: Hajdúszoboszló (Aquapark), Zalaegerszeg (Aquacity), Mogyoród (Aquaarena).

Magyarországon a tematikus parkok fejlődésének kezdeti szakasza az európai minta szerint ment végbe, elsőként a mai vidámparkok jelentek meg. A hazai vidámparkok egyik őse a Vurstli az 1800-as évek eleje, míg az elegáns Angol Park 1800-as évek vége óta üzemel. A ma is közkedvelt budapesti Vidámparkot 1950-ben alapították. A jelenlegi Vidámpark a Vurstli és az Angol Park összeolvadásával, államosításával jött létre. Az új korszak szellemében a szórakozási kultúrában is új időszámítás kezdődött, az átalakítás mintájaként a moszkvai Gorkij Park szolgált. Az új parknak népszerű szerepet is szántak, így például a természet felett győzedelmeskedő ember mítoszát kívánták erősíteni. Az 1950-es évektől a vidámpark olcsó és közkedvelt szórakozóhellyé vált. A turisztikai szektorban gyorsnak tekinthető technikai avulás, a folyamatos fejlesztések hiánya már az 1960-as években éreztette hatását, visszaesett az érdeklődés a játékok iránt és a gazdasági nehézségek tovább csökkentették a park látogatóforgalmát. Az állam nem kívánt a park fejlesztésére fordítani, ezért viszonylag korán a függetlenedés megvalósulhatott, és a továbbiakban a park a bevételeiből saját maga gazdálkodott. Az 1990-es években a fizika határait próbálgató, de teljes biztonságot képviselő játékok iránt nőtt meg a kereslet igénye. Az állandó játékok mellett időszakos kiállítások, bemutatók is helyet kapnak ma a kínálatban. A park történelmi – napjainkra a szórakoztatóipar örökségének tekinthető – attrakciói között találjuk Európa legrégebbi, 1906-ban átadott lovas Körhintáját – műemlék, Europa Nostra díjas – és a korban különlegességnek számító Barlangvasutat. Ez utóbbi már tematikus elemnek tekinthető, mert Petőfi Sándor költeményét, a János vitéz történetét dolgozza fel. Szintén a klasszikus játékelemek közé tartozik Európa leghosszabb – egy km hosszú – 1922 óta üzemelő favázas hullámvasútja. A Vidámpark ma zrt. formában működik, ma az új típusú, modern technikán alapuló játékok mellett a hagyományos, műemlékként kezelt játékok is megtalálhatók.

A nemzetközi viszonylatban is versenyképes tematikus parkok létrehozásának és működtetésének keretei jelenleg és várhatóan még a közeli jövőben is korlátozottak lesznek Magyarországon. A tőkehiány következtében klasszikus tematikus park nincs jelen a hazai piacon, helyette a hazai/térségi adottságokat kihasználó kisebb témaparkokkal találkozhatunk.

A hazai piac korlátozottsága a keresleti és a kínálati oldalon is jellemző. Ehhez alkalmazkodva a parkok kiterjedésükben, a játékok és a kiegészítő szolgáltatások minőségében és számában is alulmaradnak a nyugat-európai versenytársakhoz képest.

A témaválasztás során a klasszikus, nagyméretű parkokkal szemben a hazaiak a magyar természeti és kulturális adottságokat sokkal gyakrabban használják fel. A térség vonzerőéhez, értékeihez kapcsolódó témák előnyt élveznek. Ez a trend az örökségparkoknál a legerősebb, de a kalandparkok szolgáltatásaiban is tetten érhető.

A tradicionális szórakoztatás orientáción túl – az aquaparkok kivételével – az örökségi és a kalandparkok is oktatási-ismeretterjesztési funkciót is felvállalnak. A kalandparkok esetében ennek leggyakoribb oka, hogy kínálati portfóliójuk szélesítése lehetséges, így iskolai csoportokat nagyobb valószínűséggel tudnak megnyerni látogatónak.

A tematikus parkok tulajdonosi háttérében is megfigyelhetők különbségek a nemzetközi jellemzőkhöz viszonyítva. A hazai témaparkok heterogén tulajdonosi struktúrával üzemelnek, a versenyszféra és a közsféra szereplői is – a park típusától függően – jelen vannak a piacon. Az örökségparkok kialakítását leginkább az önkormányzatok ösztönzik, bár az elmúlt időszakban a magánbefektetők is megjelentek (pl. Bikal).

Magyarországon az *aquapark* a legnépszerűbb tematikus park típus, mely hazánk adottságait aknázza ki. Mindezek ellenére kevés valódi aquapark jött mindezidáig létre. Az aquapark és az élményfürdő összemosódó fogalom hazánkban. Az élményfürdő a vízi attrakciók szórakoztató jellegét kihasználó, rendszerint tartózkodási időt növelő fürdőzés. (BUDAI Z. – SZÉKÁCS O. 2004) Az élményfürdő átmenetet képez a termálfürdő és az aquaparkok között. A kettő ötvözésével több fogyasztói csoport számára nyújtanak kikapcsolódási, pihenési vagy szórakozási lehetőséget. Az aquaparkok köre a 2000-es évek eleje óta jelentősen kibővült, de továbbra is jellemző, hogy gyakran termál- vagy gyógyfürdőhöz kapcsolódnak. Az elmúlt években felerősödött az a trend is, hogy önálló aquaparkot építenek – hasonlóan a zalaegerszegihez vagy a mogyoródihoz –, mely vagy időszakosan üzemel, vagy bizonyos része fedett létesítmény. Ez utóbbi azonban ritka, mert a technológiai megoldások mellett rendkívül magas a beruházási költsége.

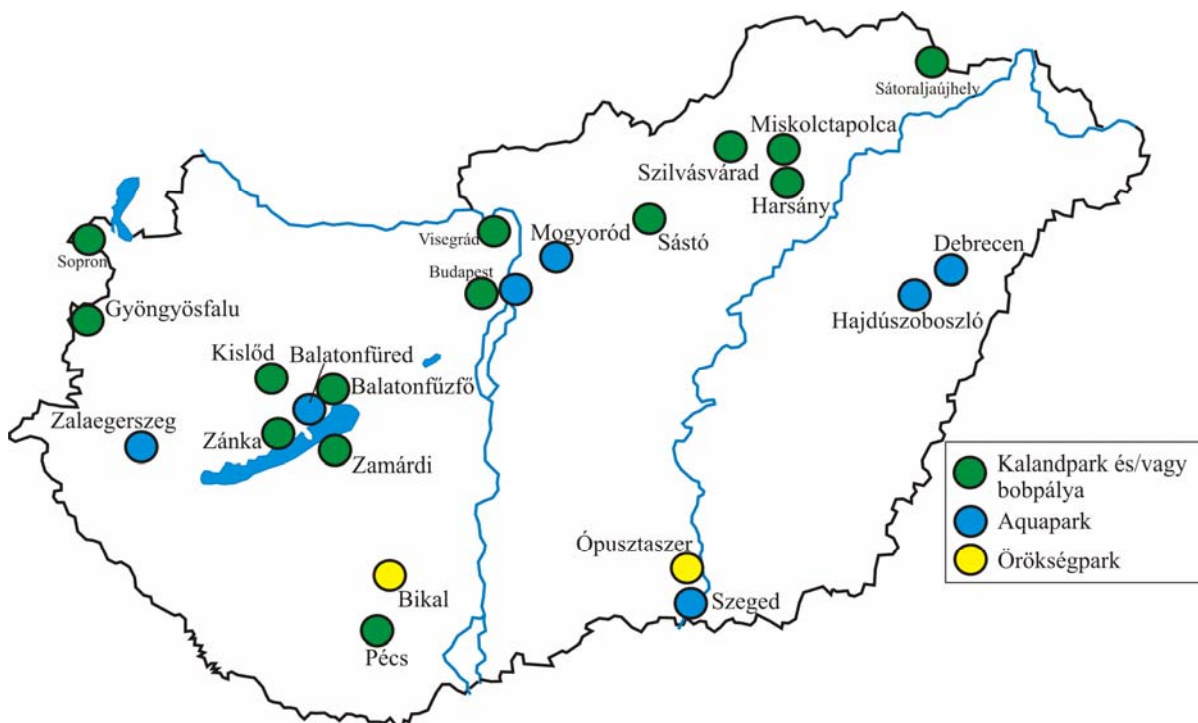
Az *örökségparkok* piacán továbbra is csak egy–egy szereplő van jelen. A legkiemelkedőbb az Ópusztaszeri Nemzeti Történeti Emlékpark, ahol az éves látogatószám eléri éves szinten a 300 ezer főt, hazánk egyik leglátogatottabb múzeumi bemutatóhelye. Az emlékparkot az 1970-es évek elején Erdei Ferenc szociográfus kezdeményezésére kezdték megtervezni, majd kialakítani. A park fő attrakciója a Feszty-körkép – melyet 1995-re újítottak fel – 1892–94 között készítették el. A múzeumi keretből kilépve komplex kínálati portfolióval van jelen a piacon. A Magyar Vasúttörténeti Parkot a sokrétű szolgáltatásai révén sorolhatjuk a tematikus parkok körébe, habár az éves látogatószám 40 ezer fő körüli. A parkot az emeli ki a többi hasonló profilú múzeumok közül, hogy a látogatók nemcsak nézhetik, hanem ki is próbálhatják többek között a mozdonyvezetést, a hajtányozást vagy lóvasúton is utazhatnak. A természeti és a kulturális örökség összekapcsolása révén a komplex örökségparkok is megjelentek. A német Geo-Zentrum Vulkaneifel példához hasonló elképzeléssel Magyarországon is találkozhatunk a Nyugat-magyarországi régióban, a Celldömölk városában tervezett „Kemenes Vulkán Park” hasonló téma alapján épülne fel (a projekt az ÚMFT támogatással 2011. októberére valósulna meg, rendkívül kedvező 85%-os támogatási arányban részesült).

A *kalandparkok* a hazai tematikus park szektor legfiatalabb, de az aquaparkok mellett leggyorsabban növekvő piaci szereplői. Hazánkban a komplex kínálattal, több játékelemmel jelenlévő mellett az egy-egy játékelemre specializálódó parkok is nagyszámban vannak jelen (8. ábra). *Az aqua- és az örökségparkokkal ellentétben a kalandparkok kialakítása magánkezdeményezések eredménye, legtöbbször kis- és középvállalkozások állnak a háttérben.* Az újonnan kialakított, nagyobb parkok mögött akár állami tulajdonú cégek is lehetnek, így például a dolgozatban is a későbbiekben bemutatásra kerülő Mecsextrém Park esetében a Mecseki Erdészeti Zrt. A legújabb trendek alapján önkormányzatok is felvállalják a termékfejlesztést, így jött létre a Zempléni Kalandpark.

Európában régebbi hagyományai vannak a kalandparkoknak, melynek köszönhetően eltérő típusai jöttek létre az igényeknek, a fogyasztói szokásoknak megfelelően. Míg hazánkban egyre inkább a komplexitásra törekednek ezek a létesítmények, addig például Ausztriában a kiválasztott játékelemhez szükséges megfelelő terepi adottságok az elsődlegesek és nem minél több „élményt” kívánnak egy-egy létesítménybe koncentrálni. A jól kiépített, fejlett télisport-turisztikai központokban is gyakori az ilyen típusú parkok kialakítása, ahol ideálisak a természeti környezeti adottságok. A parkok ebben az esetben kettős funkciót szolgálhatnak: a téli időszakban a síeléshez és más – sok esetben az extrémításhoz közelítő – télisporthoz

kapcsolódnak és egészítik ki a kínálatot, míg a nyári holt szezonban önálló desztinációként is megjelenhetnek.

8. ábra: Tematikus parkok Magyarországon



Forrás: saját szerkesztés

Tematikus parkok felkeresése ma divatosnak számít szerte a világban. Így például aquaparkba járni azon túl, hogy divatos dolog, egyben státuszszimbólumként is jelentkezik. Magyarországon az átlag feletti jövedelemmel rendelkező, elsősorban családok, illetve baráti társaságok kedvelt kikapcsolódási helyszíne, melyre primer kutatások is rámutatnak hazánkban is (12. táblázat és 9. ábra).

13. táblázat: Egyetértés a strandokkal, aquaparkokkal foglalkozó állításokkal (négyfokozatú egyetértési skála, a válaszadók körében)

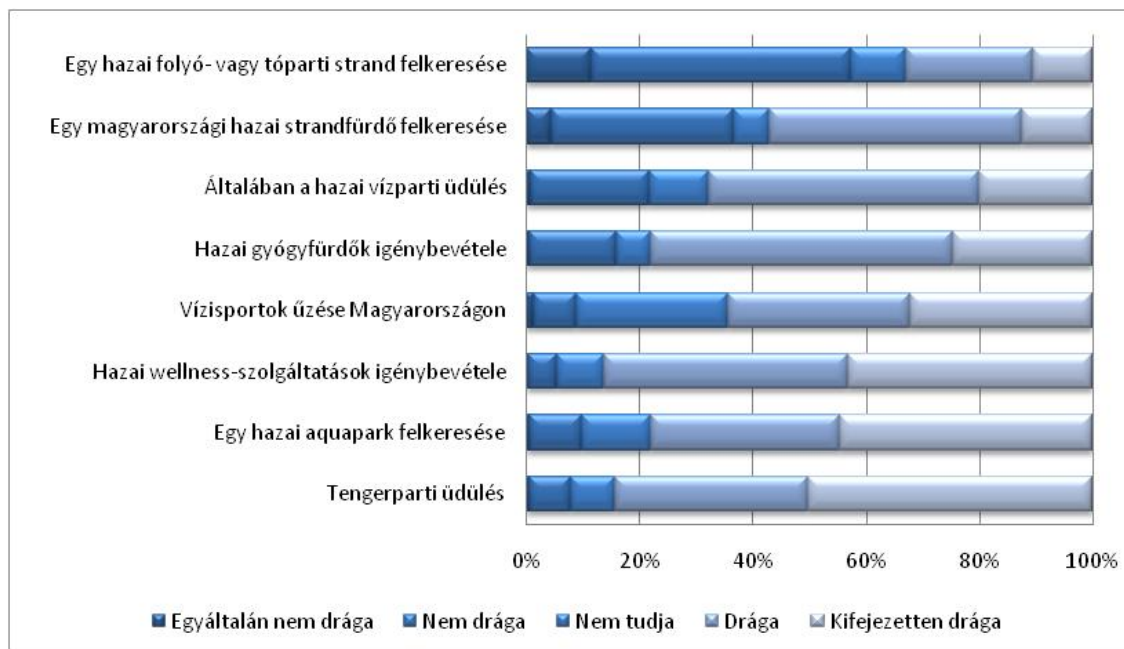
Állítás	Egyetértési index
Aquaparkba járni divatos dolog	3,34
Az aquaparkok jó kikapcsolódást jelentenek az egész családnak	3,28

Forrás: Magyar Turizmus Zrt. / M.Á.S.T.

A hazai turizmusban az aquaparkok felkeresését az árszínvonaluk korlátozza, bár 2007-hez képest kevesebben tartják kifejezetten drágának, ám összehasonlítva további vízparti

tevékenységekkel még mindig a tengerparti üdülések után a második legköltségesebbnék számít.

9. ábra: A vízparti tevékenységek árának megítélése a saját lehetőségeikhez képest
(2007. évi felmérés, %)



Forrás: Magyar Turizmus Zrt. / M.Á.S.T. 2008

5.1. Kalandparkok és a kistérségi társadalmi-gazdasági fejlettség kapcsolatrendszer

A tematikus parkok kialakítása és működtetése szorosan összefügg a társadalmi-gazdasági fejlettséggel, melyet a hazai parkok térbeli elhelyezkedése is igazol.

Kínálati oldalról a parkok tőkeintenzív jellege a park létesítésének és fenntartásának költségeiben is megnyilvánul. Bár a játékelemek parktípusonként jelentős változatosságot mutatnak, azonban mind költséges beruházásoknak minősülnek, melyet a gyors avulás mellett a biztonság szempontjából alapkövetelménynek számító karbantartás is fokoz. A legdrágább kialakításúak és fenntartásúak a szórakoztató – vidám – parkok és azok vizes változatai az aquaparkok. Az örökségparkokban a játékelemek mellett az imitált milió kialakítása jelentős megnöveli a költségvetést, de ez egyszeri beruházásnak minősül. A kalandparkok játékelemei ezekhez képest kisebbek és kevésbé technológiafüggőek, azonban az attrakciómenedzsmenthez kapcsolódó kiadások hasonlóan felmerülnek. Egy-egy kalandpark

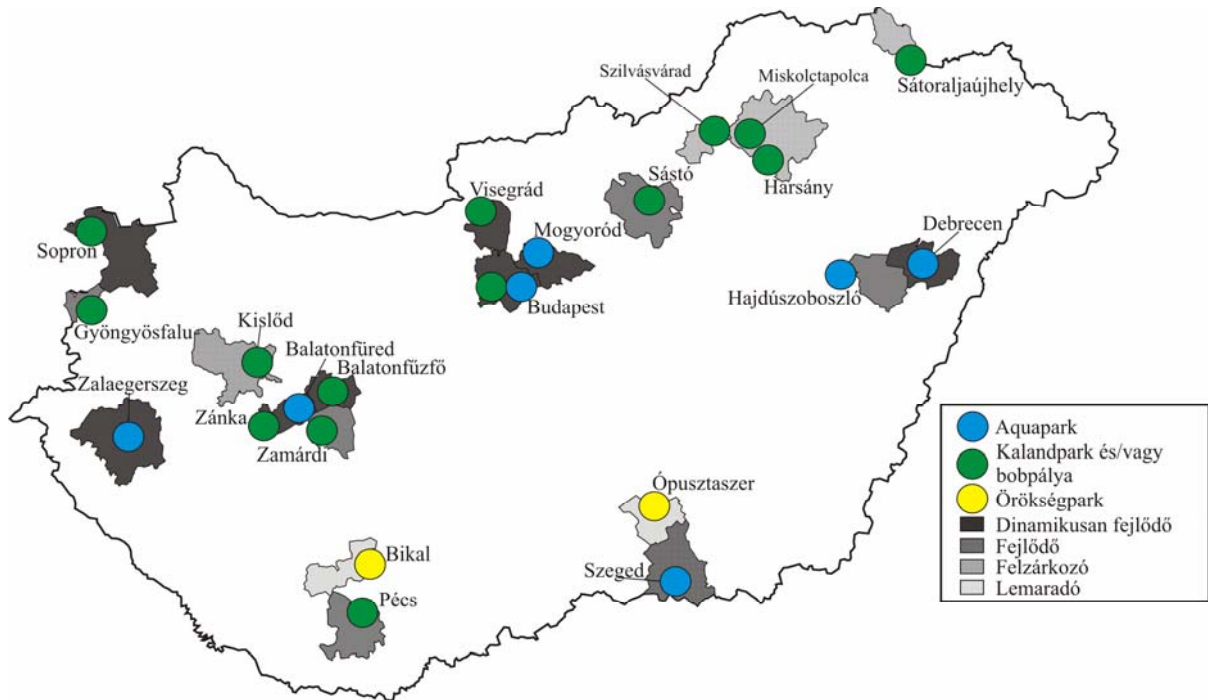
kialakítása a 150 milliótól az 1 milliárd forintig széles skálán mozog a kínálat összetételétől és összetettségétől függően. Más tőkeintenzív turisztikai termékekhez képest a társadalmi-gazdasági környezet szerepét és fejlettségét felértékeli, hogy egészen az elmúlt évekig pályázati források sem támogatták a kalandparkok létesítését.

Keresleti oldalról a társadalmi-gazdasági háttér szerepét növeli, mert a parkok látogatóinak jelentős része a helyiek és környékbeliek közül kerülnek ki, akik évente bizonyos rendszerességgel keresik fel a létesítményt. A belépőjegyrendszer kialakítása során a nemzetközi szinten általánosan alkalmazott one-day-fee helyett differenciáltabb árképzés jellemző, mely a magyarországi jövedelmi viszonyokhoz alkalmazkodik. Mindezekon túl a turisztikai szektor magasabb motivációs szintjére épülő létesítmények a fogyasztópiac közelébe települnek, mely szintén a fejlett régiók, kistérségek adottságait és környezetét feltételezi.

A 10. ábra a tematikus parkok – illetve annak egyes típusai – és a kistérségek fejlettségének kapcsolatrendszerét mutatja be. Két park kivételével valamennyi létesítmény legalább felzárkózó, de inkább fejlődő vagy dinamikusan fejlődő kistérségekben helyezkedik el. Az aquaparkoknál azonosítható szorosabb kapcsolat a fejlettséggel, Hajdúszoboszló és Szeged kivételével valamennyi dinamikusan fejlődő kistérségben található. A kalandparkok elhelyezkedése egyenletesebb, a legfejlettebb mellett már a fejlődőben is nagyobb arányban vannak jelen. A parkok területi elhelyezkedésében az örökségparkok sajátos helyzetűek, mert mindkét hazai létesítmény a leghátrányosabb helyzetű kistérségekben található. Ópusztaszer a kistelekiben, míg Bikal a sásdiban. Azonban ha jobban megvizsgáljuk ez utóbbi parkot és annak környezetét, akkor megállapítható, hogy „allochton” jellegű beruházásnak tekinthető, mely környezettől kiemelkedik, idegen elemként van jelen.

Összességében a fentiek alapján megállapítható, hogy a tematikus parkok területfejlesztő hatása mind jövedelem, mind foglalkoztatás multiplikátorban megjelenik, de területkiegénylítő erőt csak csekély mértékben azonosíthatunk. A turisztikai termékek differenciált területi koncentrációt csökkentő hatása a tematikus parkok szintjén is megerősítést nyer, melyben a pályázati rendszerek idézhetnek elő változást.

10. ábra: Tematikus parkok típusai és a kistérségi fejlettség kapcsolatrendszere



Forrás: saját szerkesztés

5.2. Tematikus parkok a hazai terület- és turizmusfejlesztés rendszerében

A tematikus parkok gyorsan növekvő szegmenst képeznek a hazai turizmus rendszerében. A turizmusfejlesztés prioritásai között az elmúlt időszakokra mindvégig az attrakciófejlesztés és a fogadókészség javítása fogalmazódott meg, mint két központi irány. Az állam a támogatási rendszer kialakításával tudja befolyásolni a turizmusfejlesztés irányait, melyeket hazai és európai uniós pályázatok segítségével ösztönöz.

A turizmusfejlesztési tervek és támogatási rendszerek mellett a versenyszféra – a kereslet mindenkorai igényeit észlelve – az előbbiektől függetlenül is beruházásokat, befektetéseket realizál. Ebben az esetben a várható pénzügyi eredmények önmagában is profitabilissá teszik a projektet. Az állami dotáció nélkül is, az alternatív befektetésekhez képest nagyobb hatékonysággal várható a megtérülése, természetesen az egyéb közvetett hatásokat is modellezve. A tematikus parkok tipikusan azok a létesítmények, melyek egyre többször – nemzeti vagy európai uniós – támogatás nélkül valósulnak meg, melyek között kivételt az örökségparkok és az aquaparkok jelentenek. Az örökségparkok a nemzeti kulturális értékek őrzői, közvetítői oktatási, nevelési és művelődési funkciót párhuzamosan töltenek be, mely a múzeumokhoz teszi hasonlóná őket. Az aquaparkok kialakítása tőkeintenzív jellegük révén

támogatási források használatát, segítségét igénylik. Bizonyos esetekben azonban a tisztán önerőből megvalósuló aquapark létesítésekre is találunk példát (Budapest – Újpest, Aquaworld).

Az NTS az attrakciófejlesztésben a nemzetközi versenyelőnyt biztosító, nemzeti szinten fejlesztendő projektek között nevesíti a tematikus parkokat. Az NTS a turizmusfejlesztés 2013-ig szóló elveit és feladatait rögzíti, mely az ÚMFT kiírásait is megalapozza.

A következő alfejezetekben a rendszerváltást követő időszak országos turizmusfejlesztési terveiben kívánom megvizsgálni a tematikus parkok megjelenését, így a Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Alprogramjában, az I. Nemzeti Fejlesztési Tervben és az Új Magyarország Fejlesztési Tervben.

5.2.1. Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Alprogram

A tematikus parkok kialakításának és támogatásának gondolata elsőként a 2000-ben meghirdetett Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Programjában jelent meg. A program célja a nagyobb fajlagos bevételek elérését segítő kínálatbővítés ösztönzése, mely a minőségi turizmusfejlesztés alapját jelenti, így hazánk idegenforgalmának hosszú távú nemzetközi versenyképességét is megalapozza. További célok között szerepelt az egyes térségeken belüli együttműködések elősegítése, a regionális hálózatépítés (BUDAI Z. 2001). A program célja a kínálati oldalon történő beavatkozás volt, mely a tervezett fejlesztések megvalósítását követően a kereslet bővülését indukálja. A Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Programjában hét alprogramot alakítottak ki, melyek közül az egyik az élményparkok, tematikus parkok létesítését ösztönözte. A program meghirdetésének idején hazánkban mindössze egy élménypark működött, az Ópusztaszeri Nemzeti Történelmi Emlékpark.

A támogatás olyan élménypark létesítéséhez volt igényelhető, mely megfelelt az alábbi feltételeknek:

- legalább 200 millió Ft értékű beruházás, mely
- terület nagysága és annak kialakítása alapján alkalmas a látogatók több órás szórakoztatására, kiszolgálására, valamint
- a turisztikai tervekben preferált helyszínek közé tartozik.

A tematikus parkok létesítésének ösztönzése más alprogramban is megjelent, így az egészségturisztikaiban. A legnagyobb támogatást ebben – egyben a Széchenyi Turizmusfejlesztési Programban – a Hajdúszoboszlói és a Büki Gyógyfürdő nyerte el 1-1

milliárd forinttal. Hajdúszoboszlón ennek keretében bővítették közel duplájára a 2000-ben megépült élményfürdő területét.

5.2.2. I. Nemzeti Fejlesztési Terv (2004–2006)

Hazánk Európai Unióhoz történő csatlakozása után jogosulttá vált támogatásokra az EU Strukturális és Kohéziós Alapjaiból. A Nemzeti Fejlesztési Terv I. a 2004–2006 közötti időszakra jelölte ki a Strukturális Alapok által támogatható fejlesztési prioritásokat. A nemzeti szinten megfogalmazott célkitűzések érdekében öt operatív programot (a továbbiakban OP) alakítottak ki. A turizmus a Regionális Operatív Programon belül két intézkedésben is helyet kapott, a turisztikai vonzerők és a turisztikai fogadóképesség javításában. Az NFT I. keretében 142 turisztikai projekt részesült mintegy 31 milliárd forint értékű uniós támogatásban.

A turisztikai potenciál fejlesztése olyan nemzetközi szinten is versenyképes turisztikai attrakciók kialakítását tűzte ki célul, mely a sajátos kulturális örökségekre és természeti értékekre épít. A turisztikai vonzerők fejlesztésére a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség adatai alapján 31 milliárd forintnyi támogatást ítéltek meg, melyek az alábbi komponensekhez kellett illeszkedniük:

- nemzeti parkok és más védett természeti területek turisztikai látogathatóságához szükséges fejlesztések ösztönzése,
- jelentős idegenforgalmi potenciállal rendelkező világörökségi helyszínek és történelmi városközpontok,
- kastélyok és várak turisztikai funkcióval való fejlesztése,
- múzeumok látogatóbarát fejlesztése,
- aktív turizmushoz kapcsolódó infrastrukturális fejlesztés.

A fentiek alapján látható, hogy az önkormányzati vagy az állami tulajdonú helyszíneket részesítették előnyben, ebben a periódusban még a piac profitorientált szereplői nem vagy csak korlátozottan juthattak közösségi támogatáshoz.

5.2.3. Új Magyarország Fejlesztési Terv (2007–2014)

Az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében a 2007–2014 közötti időszakban 300 milliárd forint jut az ágazat fejlesztésére, mely az NFT I. időszakában megítélt támogatás csaknem tízszerese. A turizmusfejlesztés a megelőző időszaktól eltérő módon, különálló operatív

programokban kap helyet. Az előző időszakban is alkalmazott támogatási elveknek megfelelően külön pályázatok kerülnek kiírásra az attrakciófejlesztés, a szervezetfejlesztési és a fogadóképesség fejlesztést megvalósító projektekre. A stratégiai fontosságú, nagyobb beruházási igényű turisztikai fejlesztéseket kiemelt projektként kezelik, mely speciális bánásmódot jelent. Ilyen kiemelt beruházások támogatására kizárólag tanácsi döntéssel a regionális fejlesztési tanácsok, a szaktárca, valamint a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség tehetnek javaslatot. Ezen projektek közé tartozik a tematikus parki tervezett fejlesztések közül a Hajdúszoboszlói Aqua Palace Élmenyfürdő megépítése, a beruházás megvalósításával Európa legnagyobb fürdőkomplexuma jön létre. A 4,7 milliárd forintos beruházásból 2,25 milliárd forint az állami támogatás. Ennél is magasabb – 3 milliárd forint vissza nem térítendő – DAOP támogatással valósult meg a 2010-es márciusi nyitással tervezett szegedi Napfényfürdő Aquapolis.

A turizmuspolitika és a pályázati rendszer az aqua- és az örökségparkok mellett felfigyelt a kalandparkok iránti kereslet növekedésére, melyet több régióban is az attrakciófejlesztés támogatandó irányai között jelöltek meg. A *14. táblázatban* gyűjtöttem össze, hogy az egyes régiók milyen összeget és támogatási intenzitást társítottak a kalandparkok termékfejlesztéséhez. A legjelentősebb pályázati támogatásban legutóbb Sátoraljaújhely részesült, ahol 2010 tavaszán adják át több lépésben többek között a nyári bobbpálya, a műanyag sípálya mellett a kalandparkot.

14. táblázat: Tematikus parkok az ÚMFT-ben (2007–2008-as akcióév)

Régió	Fejlesztési prioritás	Tartalma	Támogatás intenzitás	Támogatás összege (millió Ft)	
				Min.	Max.
Közép-Dunántúl	A régió kulturális, természeti és helytörténeti értékeihez, emlékeihez kapcsolódó turisztikai célú témaparkok fejlesztése.	Témaparkok kialakítása Infrastrukturális fejlesztések	45% (40%) ¹⁴	400	800
Közép-Magyarország	Kulturális és örökségturizmus fejlesztése	épített örökség, turisztikai jelentőséggel rendelkező kulturális intézmények (pl. témaparkok) látogatóbarát fejlesztése, élményszerűen bemutathatóvá tétele	90% ¹⁵	50	300
Nyugat-Magyarország	Tájégségi, öko- és aktív turisztikai programok	Szabadidő aktív eltöltését segítő terek kialakítása: téma- és kalandparkok, mindenki számára hozzáférhető szabadidő parkok	85 (30%) ¹⁶	20	500
Dél-Alföld	Aktív turizmushoz kapcsolódó tematikus létesítmények és kalandparkok kialakítása	Infrastrukturális létesítmények, Kiegészítő létesítmények kialakítása, felújítása, fejlesztése	50%	10	300
Balatoni térség	Aktív turizmushoz kapcsolódó tematikus létesítmények kalandparkok, témaparkok kialakítása, egyéb vízi sportoláshoz kapcsolódó szolgáltató létesítmények és egységek turisztikai célú fejlesztése és kiépítése	Kalandparkok kialakítása Infrastrukturális fejlesztések	50%	20	450
Észak-Magyarország	Aktív turizmus infrastrukturális feltételeinek megteremtése	Kalandparkok fejlesztése	50%	20	500

Forrás: NFÜ, 2010

A pályázati támogatás intenzitásában egyrészt régióként, másrészt piaci szereplőként is különbséget tesznek az egyes régiók. A táblázat alapján jól látható, hogy a gazdaságilag fejlettebb régiókban egyrészt alacsonyabb intenzitást rendelnek a projektekhez, másrészt különbséget tesznek a non-profit és a profitorientált szféra szereplői között.

¹⁴ A zárójelben szereplő támogatási intenzitás a kis- és középvállalkozásokra vonatkozik, a zárójel előtti a többi szervezetre.

¹⁵ Kizárólag költségvetési intézmények, non-profit szervezetek pályázhattak.

¹⁶ A zárójelben szereplő támogatási intenzitás gazdasági társaságokra vonatkozik, a zárójel előtti a többi szervezetre.

5.3. Tematikus park beruházások, fejlesztések Magyarországon

A tematikus parkok speciális helyzetűek a hazai turizmus rendszerében. Kialakításukat, fejlesztésüket az állami és európai uniós támogatás mellett sok esetben kizárólag magántőkéből valósítják meg (önerő és pénzügyi finanszírozás). A turizmuspolitika közvetve tud beavatkozni a rendszerbe a támogatási prioritások meghatározásával, de lesznek olyan területek, ahol a versenyszféra szereplői a kereslet igényeit tapasztalva döntenek a beruházásokról. A beruházók az aktuális támogatási rendszer mellett a mindenkori gazdasági környezet és előrejelzések alapján a valósítják a fejlesztéseket¹⁷. A befektetési döntések elemzése a pénzügyi számítások mellett a környezeti, társadalmi és gazdasági hatásmechanizmus vizsgálatával történik. A tematikus parkoknak a pályázati rendszerben történő kiemelését PUCZKÓ L. azzal indokolja, hogy ezek esetében egyedi elbírálás szükséges, a magas beruházási költség és koncentráltáguk miatt.

A hazai tematikus park fejlesztések kezdeti időszakára az aquapark beruházások voltak jellemzőek, melyek a Széchenyi Terv támogatásával valósultak meg. Napjainkban már az aquaparkoknál is találkozhatunk vissza nem térítendő támogatás igénybevétele nélkül történő befektetésekre. Ezek közé sorolhatjuk az Újpesten megépült Aquaworld Vizibirodalmat – az átadásakor Európa második legnagyobb fürdőkomplexumát –, mely a beruházó önerőjén túl két partner – két pénzügyi intézet – társfinanszírozásával valósult meg.

A hazai régiók és turisztikai régiók tervezési dokumentumai közül a 2007–2013-as időszakra készült turizmusfejlesztési stratégiák áttekintése során megállapítható, hogy több régióban tervezik, ösztönzik a témaparkok létesítését, fejlesztését. A legtöbb tervezett park örökségi témát dolgoz fel. Az örökségpark, mint tematikus park kritériumnak a legteljesebben a bikali Reneszánsz Élménybirtok koncepciója felel meg. A Puchner Kastélyszálló szomszédságában reneszánsz élménybirtokot alakítottak ki, ahol a 7,5 hektáron korhű létesítmény – falu – várja a látogatókat. Gondolata egy francia példán, a Puy Do Fou park ötletén alapul. Az élménybirtok kialakításának célja:

- valóságos, ismert és ismeretlen történelmi események autentikusságra törekvő felelevenítése,
- népi mesterségek hagyományainak megőrzése, cselekvő ápolás és továbbadása,
- a magyarországi reneszánsz kultúra felelevenítése, mely az ünnepeket és a mindennapokat is feldolgozza,

¹⁷ Akár vissza nem térítendő támogatás igénybevétele nélkül is.

- a nemzeti kulturális örökség generációkat összekötő jelentőségének felismerése, elmélyítése (<http://www.elmenybirtok.hu>)

Kiemelt attrakciónak minősül az országban, ahol a korra jellemző mesterségek bemutatása mellett középkori színház, madárröptető stadion és lovagi tornapálya is helyet kap.

Az örökségparkok mellett – témájukban a kultúrához kapcsolódva – két, az előzőktől eltérő létesítmény terv is szerepel: Gastroland projekt (Szob), Mesepark (Esztergom), melyek megvalósításáról jelenleg nincsenek információink.

Az aquapark fejlesztések a jövőben – a kiépített kapacitások figyelembe vételével – ott indokoltak, ahol jelentős, még kihasználatlan potenciál van jelen. A meglévő aquaparkok hatókörükben – a kisebb vonzerővel rendelkező élményfürdőkkel kiegészülve – az ország területének jelentős részét lefedik, így már csak szinte kizárólag a Dél-dunántúli régió kínál és igényel ilyen típusú befektetést.

Az Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia (2007) kiemeli a „Meglévő országos és regionális jelentőségű turisztikai szolgáltatók fejlesztése” című prioritásban, hogy a létesítmények alkalmasak legyenek magas gyógyászati és rekreációs szolgáltatások nyújtására, valamint tematizált és komplex szolgáltatáscsomagokat hozzanak létre. A jövőbeli fejlesztések irányát befolyásolja, hogy nem javasolt a szezonálisan működő új komplexumok fejlesztése. A budapesti Aquaworld és a szegedi Napfényfürdő Aquapolis már ennek a követelménynek eleget téve épültek meg.

6. KALANDPARKOK A TURIZMUSBAN

A kalandparkok a tematikus parkok speciális típusát képezik, melyek az elmúlt években töretlen népszerűségnek örvendenek. Klasszikus értelmezésük alapján a kalandsportokat hozzák közelebb az egyén mindennapjaiba. Kialakulásukban az elmúlt évtizedek fejlett társadalmaira jellemző társadalmi-gazdasági és életstílusbeli változások játszottak döntő szerepet. *A kalandsportok és annak „szelídített” változatai, a kalandparkok iránti keresletet a tömegturizmussal telítődött turisták új, és a korábbtól eltérő élmények keresése is növeli* (MICHALKÓ G. – ILLÉS S. – VIZI I. 2007).

A kalandparkok működésének alapját a természeti környezetben elhelyezett mesterséges attrakciók jelentik. Olyan tematikus parknak minősül, mely szorosan kapcsolódik a földrajzi – azon belül kiemelten a természeti – környezethez, mintegy szimbiózist alkotva azzal. *A kalandparkok autentikus környezete a dombsági-hegységi területek, melynek a domborzati viszonyai, formakincse szükséges a játékok kiépítéséhez, illetve a park által képviselt miliő biztosításához.* Bár találhatóunk síkvidéki területen is kalandparkok létrehozására vonatkozó törekvéseket, de ez számos játékelem adaptálását nem teszi lehetővé, melyekhez bizonyos lejtőmeredekség szükséges.

A tematikus parkokhoz hasonlóan a kalandparkok is egy speciális turisztikai miliő kialakítására törekzenek, melyben minden játékelemnek és kapcsolódó szolgáltatásnak illeszkednie kell a központi témához, mert ennek hiányában a környezet hitelessége sérül. Olyan mesterséges turisztikai miliő kialakítása a cél, melyben a látogatók a természet által állított akadályokat kívánják leküzdeni, önmaguk határait és teljesítőképességét kipróbálni.

Népszerűségének megfelelően a kalandsportok irodalma egyre bővül. A kalandsportok lényegét a több megközelítésből lehet megmagyarázni, így motivációs (WEBER. K. 2001), vagy akár élettani hatás mentén. A következő megközelítésekkel találkozhatunk a legtöbb esetben:

- adrenalin-kockázatkeresés,
- emberi kíváncsiság – leleményesség próbája,
- új, különleges élmény átélésének vágya,
- gyors technológiai fejlődés.

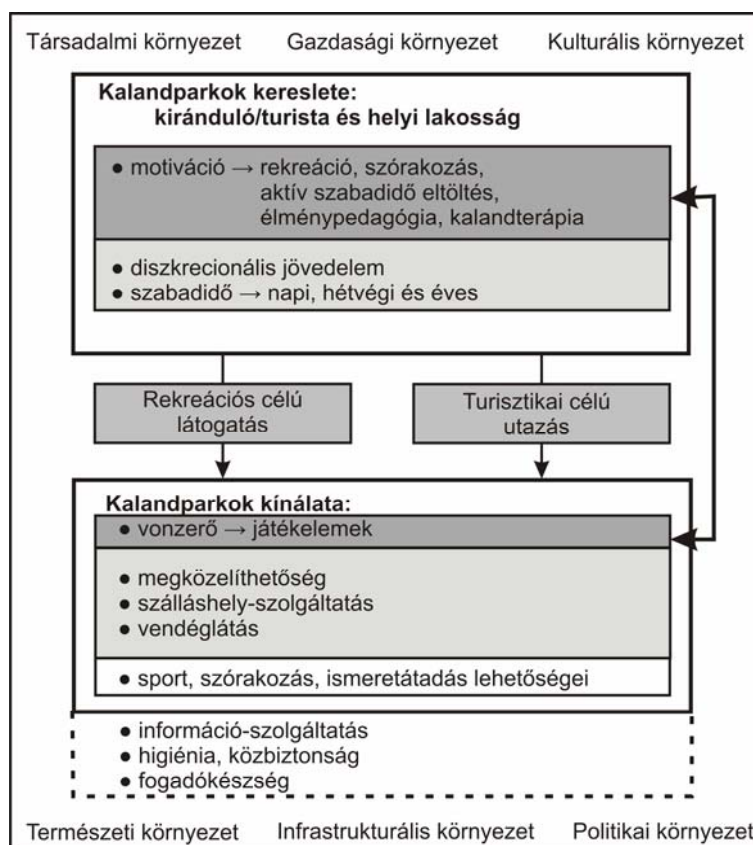
6.1. Kalandparkok a turizmus rendszerében

A kalandparkok rendszertanilag a tematikus parkok mintájára jöttek létre, annak speciális típusát képezik, a kalandsportok és a témaparkok ötvözetének tekintetűek. A kalandturizmus napjaink idegenforgalmának leggyorsabban, legdinamikusabban növekvő szektora, becslések szerint az éves növekedési üteme megközelíti a 15%-ot (WILLIAMS, P. – SOUTAR, G.N. 2009, BUCKLEY, R.C. 2007, Travel Industry Association 2005). KEELING, A. (2003) alapján az európai utazási csomagok negyede tartalmaz a kalandsportokkal kapcsolatba hozható programokat. A kalandsportok parkokban történő megjelenése az alábbi okokkal magyarázható:

- filozófiájában hasonló a kalandsportokhoz természetes körülmények között,
- biztonságosabb és könnyebben megközelíthető helyszínek,
- különböző nehézségű pályákkal, játékelemekkel különböző felkészültséggel érkező látogatók számára is élményt nyújt,
- több sportágat egy térben összegez,
- olcsóbb, mint az egyes sportágak kipróbálása,
- elsősorban a sportág megismertetésére alkalmas.

A kalandparkok egyszerre töltenek be rekreációs és turisztikai szerepet (11. ábra). A különböző játékelemek alkalmazása lehetővé teszi több piaci célcsoport elérését és az idegenforgalmi alkalmazáson túlnyúlva rekreációs lehetőséget kínálnak. További szolgáltatások kialakításával az oktatás-nevelésben, illetve közösségépítésben is megjelennek. A kalandparkok turizmus rendszerbeli elhelyezése érdekében LENGYEL M. (1992) turizmus rendszere modelljét módosítottuk a keresleti és a kínálati oldalon egyaránt. A keresleti oldalon a turisztikai funkción túl a rekreációs funkciót is feltűntettük, mely egyben a parkok speciális szerepére is rámutat. A kínálati oldalon a park, mint termék felépítésének struktúráját vettem figyelembe, ahol az egyes elemek közötti logikai kapcsolat és azok egymásra épülése is beépítésre került a modellbe.

11. ábra: Kalandparkok a turizmus rendszerében



Forrás: Lengyel (1992) alapján módosítva a szerző

A kalandparkok megjelenésére a keresleti igények mellett a kínálati oldalon technikai fejlődésre volt szükség, mely befolyásolta a szabadidős-aktivitások lehetőségét. A gyorsuló munkatempó, a növekvő munkaintenzitás és az egyénnel szembeni elvárások a szabadidő eltöltésének módjára is kihat. Az évezred végére a fejlett országokban megfigyelhető egészségtudatosság a szabadidő szocioterápiás funkciójára is utal (FRITZ, P. 1994).

A parkok extern hatása, hogy lehetővé teszi a szabadidő értelmes és tartalmas eltöltését. Az aktív és fizikailag, illetve szellemileg is kihívást jelentő játékelemek olyan élményt és izgalmat nyújt, mely csökkentheti bizonyos deviáns magatartásformák előfordulását (például vandalizmus, agresszív viselkedés). Ennek hatására csökkenhetnek a bűnözés és rendfenntartás költségei és a társadalom közérzete javulhat. Az aktív szabadidő-eltöltés ilyen jellegű hatása elsősorban a fiatalok körében lehet jelentős (ANDRÁS K. 2006).

A kalandparkok népszerűsége és piaci sikere más termék- és szolgáltatásfejlesztés irányát is befolyásolja, így például a szállodai kínálat-portfolióban egy-egy esetben már szerepel kisebb léptékű kötélpályák kialakítása. Elsősorban a kisgyermekes családokra és a corporate vendégkör tréningekre specializálódó szállodákban jellemzőek az ilyen típusú fejlesztések.

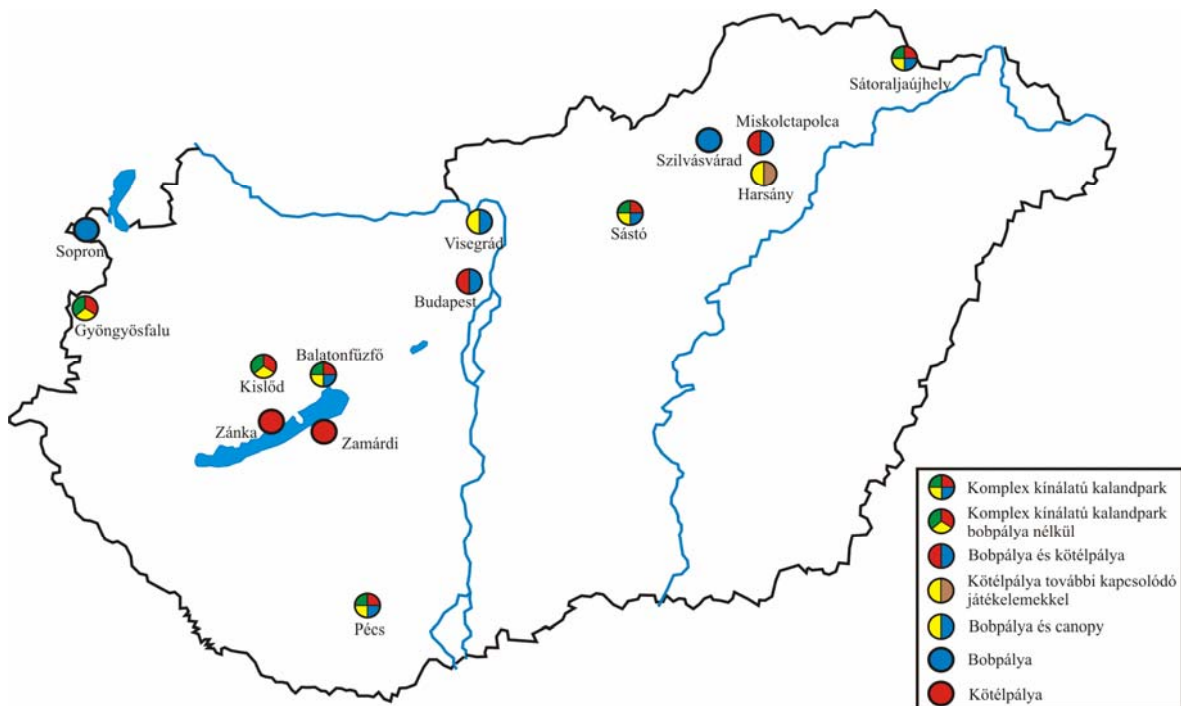
6.2. Kalandparkok kínálatának hazai jellemzői

A hazai turisztikai piacon a kalandparkok megjelenése a 2000-es évekre tehető, amikor nemzetközi példák alapján nyitottak meg ilyen létesítmények. Egy-egy jellemző játékelem – kiemelten a nyári bob – már korábban megtalálható volt, de komplex, széles attrakció- és szolgáltatáskörrel rendelkező egységek csak a 2000-es évek elejétől jöttek létre. Megjelenésükben a telephelyválasztás során az alábbi szempontok domináltak:

- fizetőképes kereslet – fogyasztópiac – megléte,
- a kívánt milió kialakítását lehetővé tevő természeti környezet,
- könnyen megközelíthető térség.

A fenti telepítő tényezők következtében jelenleg még erősen koncentrált a kalandparkok jelenléte Magyarországon. Az 12. ábra rámutat arra, hogy a természeti környezet adottságai közül a domborzat jellege erősen befolyásolja a parkok építésének helyszínét.

12. ábra: Kalandparkok Magyarországon



Forrás: saját szerkesztés

A mai parkok mind középhegyeségi tájhoz kapcsolódnak, mely egyben a kívánt milió kialakításának is ideális keretet teremt. A megközelíthetőségi szempontok mellett a térség turisztikai pozíciója illetve a nagyvárosok/agglomerációs zónák közelsége is meghatározó. A

komplex kínálattal rendelkező parkok a szuburbán zónákba, míg az egyszerű – egy-két játékelemből álló – parkok idegenforgalmilag kiemelt övezetekhez kapcsolódnak. A nagyobb parkok így egy folyamatosan jelenlévő vendégkört tudnak elérni, mely a szükséges folyamatos fejlesztések, megújulások finanszírozási forrását is biztosítja.

A disszertáció *13. táblázata* rámutat arra, hogy szinte az ország valamennyi NUTS 2 régiójában kiírásra kerültek az ÚMFT-én belül kalandpark beruházásokra vonatkozó felhívások. A 2007-2008-as akcióévben támogatásban részesített projektek egy része már megvalósult, így a dolgozat témájának szempontjából kiemelt Sátoraljaújhelyi Kalandpark. A park a Zempléni Turisztikai Centrum kialakításának részeként két év alatt közel egy milliárd forintból épült fel, melynek 50%-a a pályázati támogatás. A fejlesztés helyszíne a várostól nyugatra található Magas-hegy, ahol az önkormányzat az alábbi egységekből álló központot alakított ki:

- téli-nyári bobpálya (1570 m-es hosszúságával a legnagyobb Magyarországon),
- kalandpark,
- műanyag lesiklopálya (9 300 m² alapterület) és 200 m hosszú csúszda,
- libegő (meglévő, új kezelőállomás),
- központi fogadóépület,
- tanösvény, játszótér, fedett pihenők,
- a központ elérhetőségét biztosító út kétsávossá szélesítése és a parkoló kapacitás bővítése.

Az NFÜ adatai alapján az eredmény indikátorok a beruházások hatása közvetlenül a munkahelyteremtésen (11 fő) túl a látogatók számának növekedésében nyilvánulhat meg (a bázis évekhez képest 4-5-szörös emelkedés, 160 ezer főre) a jövőben. A közvetlenül túl a közvetett hatások további gazdaságfejlesztő erőt fejthetnek ki, leginkább abban az esetben, amennyiben több napra tudja a térség megkötni a látogatókat.

A *kalandparkok kínálatának termékmagját* a játékelemek jelentik, melyek az attrakciót szolgáltatják. A játékelemek között a klasszikus tematikus parkoktól eltérően a látogatók aktív részvételét is igénylő ride-ok vannak. A parkok profiljától, piacorientációjától függő, hogy milyen típusú játékelemekkel találkozhatunk. Magyarországon az alábbi filozófiákat képviselik a működő létesítmények, melyek a megcélzott keresleti szegmensre is utalnak:

- extrém sportok,
- családbarát,

- több generáció kiszolgálása,
- baráti társaságok fogadása,
- természetközelség,
- aktív szabadidő-eltöltés,
- élményorientáció,
- üzleti szegmensek kiszolgálása.

A *kalandparkok kínálatának és termékének centrumában* a fentiek alapján az adrenalin- és kockázatkeresés, az emberi kíváncsiság és leleményesség próbája, az új és különleges élmények átélésének vágya áll. A 15. táblázat összefoglalóan mutatja be a játékelemeket, melyek között mechanikus, motorizált, illetve látványra épülő is megtalálható. Magyarországon ez utóbbi még kevés figyelmet kap, holott elsősorban a kisgyermekkel érkező családok esetében, illetve két játékelem közötti pihenésre mindenképpen szükségesek az ilyen jellegű terek is.

15. táblázat: A kalandparkok játékelem típusai

Játékelem típusa	Kalandparkok játékelemei
Mechanikus	Kalandpálya/kötélpálya Tiroli csúszda Bob Mászófal
Motorizált	Quad
Látványra épülő	Állatbemutató/simogató Kert, park
Bemutató helyszínei	Szabadtéri színpad
Sportolási lehetőségek	Lovaglás Golf Íjászat Paintball

Forrás: Dzeng, R.J. – Lee, H.Y. 2007 alapján saját szerkesztés

Az egyes játékelem típusok más célcsoportok és korcsoportoknak ajánlottak, illetve nyújtanak élményt, így a vendégkör összetételének, valamint a vendégelégedettség központi elemei. A játékelemeknek és a park által kialakított arculatnak illeszkedni kell egymáshoz, támogatniuk kell egymást.

6.3. Kalandparkok keresletének hazai jellemzői

A kalandparkok keresletére az összetettség jellemző, mely a sokszínű kínálati struktúra és specializáltság következménye. A parkok egy része egy-egy játékelemre specializálódik, így ott a kereslet egy adott csoportjának megjelenése a jellemző. Ezzel szemben a nagyobb – általában tőkeerősebb létesítmények – komplexebb kínálati portfóliójuk révén differenciált keresletorientációt valósítanak meg. A 15. táblázat a kalandparkok szereplőit a kínálatuk összetettsége alapján is bemutatja, mely párhuzamba vonható a keresleti piacuk jellemzőivel.

A keresleti oldal szegmentálása a klasszikus módszereken és hagyományos szempontokon (BAUER A. – BERÁCS P. 2006) túl az életstílus, az attitűd és a fogyasztás jellemzői alapján történik (TÖRÖCSIK M. 2006, 2007).

A kalandparkok klasszikus keresleti szegmensei az alábbiakban összegezhető:

- osztálykirándulások,
- corporate látogatók,
- családok,
- baráti társaságok.

Amennyiben a fenti csoportok kalandpark felkeresési motivációját vizsgáljuk, akkor a kiváltó szükségleteknek megfelelően más motiváció tárható fel. Az alábbi táblázatban kívántuk összegezni ezeket a *szükséglet-motiváció párokat, melyekhez kiindulásként a kibővített Maslow-i modellt használtuk fel.*

16. táblázat: A kalandparkok felkeresésének motivációja a főbb célcsoportok esetében

Piaci szegmens	Kalandpark felkeresésének motivációja	Maslow-i szükséglet hierarchia szintjei	
Osztálykirándulások	Tudás-, ismeretszerzés, szemléletformálás, élménypedagógia	Tudás-, ismeretszerzés	Önmegvalósítás, teljesítőképességünk határaink megismerése
Corporate látogatók	Közösségformálás	Érvényesülés, szakmai előremenetel, siker és ismertség a hivatásban	
Családok	Szórakozás, aktív kikapcsolódás, szemléletformálás	Szórakozás, kikapcsolódás	
Baráti társaságok	Szórakozás, aktív kikapcsolódás		

Forrás: Aubert A. – Jónás-Berki M. 2009

A 16. táblázat alapján jól látható, hogy az egyes célcsoportok más okból kifolyólag keresik fel a parkokat. A sikeres működés és érvényesülés egyik bázisa az egyediség megteremtése, mely a park által felvállalt profilban is definiált. A filozófiát a játékelemeknek is támogatniuk kell, a megcélzott célcsoport igényeinek megfelelő kínálati portfóliót kell kialakítani. Egyes komplex kínálattal rendelkező – vagy annak irányába fejlesztő – parkoknál mérlegelni kell az egyes, egymástól jelentősen eltérő célcsoportok kapcsolatát. Továbbá, elsősorban urbánus térségekben a turisták/kirándulók mellett a helyi lakosok is rendszeresen látogathatják a parkot, mely fontos szempont lehet az üzemeltetés és fejlesztés területén.

A tematikus parkok többsége szezonális nyitvatartású, néhány fedett létesítmény kivételével. A szezonális nyitvatartást nem csak az időjárás, hanem a vendégforgalom időbeni koncentrációja is indokolja. Amennyiben a látogatók egy jelentősebb része a helyi lakosságból kerül ki, akkor bizonyos módszerekkel visszatérő/elkötelezett vendégkör alakítható ki, mely a látogatóforgalom időbeni koncentrációjának oldására is alkalmas.

A kereslet szezonális kezelésére több eszköz áll rendelkezésre, melyek alkalmazásában kétség kívül a nagyobb városok mellé, illetve urbánus térségekbe települt parkok vannak előnyben, ahol rekreációs funkciót is betöltenek a parkok. Így például az rendszeresen megrendezésre kerülő, családokat és/vagy baráti társaságokat megszólító programok révén a helyi lakosság mozgatható meg, míg hétköznapokon az általános iskolásoknak szervezett programokkal a hétközbeni látogatószám ingadozás mérsékelhető.

Mindezen eszközök hatékony alkalmazása sem elegendő a folyamatos nyitva tartás finanszírozására. Az átmeneti időszakokban a hétvégi nyitva tartás jellemző, amikor péntektől vasárnapig látogatható a park, mely kedvező időjárás esetében március elejétől egészen november végéig alkalmazható.

6.4. A kalandparkok integratív funkciói

A kalandparkok integráló szerepének vizsgálata a keresleti, kínálati jellemzők, működési modellek alapján került elemzésre. Megállapítható, hogy az összetett szerkezetnek, funkcióknak köszönhetően a parkok integratív jellege több dimenzió mentén értelmezhető.

6.4.1. Kalandpark, mint a turista – helyi lakosság találkozási pontja

A turizmus a különböző kultúrák, közösségek kapcsolatteremtését, egymás megértését és elfogadását segíti. A tömegturizmus mind több központjában azonban ez a szerep sérül a helyi

lakosok, humán erőforrás hiányában. Több európai tengerparti- vagy síközpont mesterségesen jött létre, így ott hiányzik a helyi közösség vagy kultúra, mely a desztináció egyediségének bázisát adhatja. A kalandparkok által kínált szórakozási, kikapcsolódási lehetőségek mind a turistákat, mind a helyi lakosokat megszólítják. A parkok tipikusan azok a létesítmények, melyeknek mindkét célcsoport igényeire fel kell készülnie, illetve figyelembe kell venniük a két csoport találkozásának lehetséges következményeit is. A komplex kínálattal rendelkező létesítményeknél egy harmadik, az előző kettőtől jellemzőiben és igényeiben is eltérő harmadik célcsoport is megtalálható, az üzleti – corporate – vendégkör.

A turisztikai és a rekreációs céllal érkezők fogyasztási szokásai között akár jelentősebb eltérések is tapasztalhatók, mely a kereslet oldaláról toleranciát, a park oldaláról az eltérő vendégkör üzemeltetésre gyakorolt hatásának vizsgálatát kívánja meg. A helyi lakosok közül kikerülő vendégek általában évente több alkalommal, visszatérő vendégként keresik fel a parkot. Ezzel szemben a kirándulóként/turistaként érkezők között elsősorban első látogatókat találunk, akiknél a visszatérés ritkább. Mivel kevesebb ismerettel keresik fel a létesítményt, ezért több információra és tájékoztatásra van szükségük. A tartózkodási időben és a játékhasználatban is felfedezhető különbség. A helyiek egy-egy játékért is felkeresik a parkot, de rövidebb ideig tartózkodnak a helyszínen. Kiegészítő, kapcsolódó szolgáltatásokat kevésbé igényelnek. A turistaként/kirándulóként érkezőknél akár egésznapos program lehet a park felkeresése. Játékhasználatuk kiegyenlített, átlagosan 5-6, de gyakori, hogy ennél is több játékot vesznek igénybe (17. táblázat).

17. táblázat: A kalandparkok potenciális elsődleges célcsoportjainak fogyasztási jellemzői

Helyi lakosság	Kirándulók/turisták szabadidős turizmus keretében	Corporate vendégkör
<ul style="list-style-type: none"> • Rövidebb tartózkodási idő, • Koncentrált játékhasználat, • Rendezvények, • Alacsonyabb mértékű kapcsolódó szolgáltatás igénybevétel, • Visszatérő/elkötelezett látogatók, • Egyéni és csoportos látogatók 	<ul style="list-style-type: none"> • Hosszabb tartózkodási idő (nap, fél nap), • Kiegyenlített játékhasználat, • Kapcsolódó szolgáltatások iránti igény magasabb, • Első, de gyakran tapasztalt látogatók, • Egyéni és csoportos látogatók 	<ul style="list-style-type: none"> • Hosszabb tartózkodási idő (nap/fél nap), • Park „kibérlése” vállalati napok keretében, • Rendezvények, • Szervezett programok, • Magas minőségű kapcsolódó szolgáltatások igénye, • Első és visszatérő vendégek, • Csoportos látogatók

Forrás: saját szerkesztés

A célcsoportok párhuzamos jelenléte a kalandparkokban mind a fejlesztés, mind az üzemeltetés feladatait is befolyásolja. Így a szolgáltatásportfolió, a kapcsolódó szolgáltatások körének összeállítását, de a jegyrendszer kialakítását egyaránt. Magyarországon több turisztikai szolgáltatónál is megjelent a csomagár és a szolgáltatásonkénti árazás közötti választás dilemmája. A kalandparkoknál is ehhez hasonlóan egymástól eltérő véleményeket, megoldásokat találunk. A parkok egy része a „pay-one-fee”¹⁸ rendszer bevezetése mellett döntött, míg mások a szolgáltatásonkénti külön díj alkalmazását választotta, de találunk a hazai piacon az előbbi kettő előnyeit ötvöző komplex megoldásokat is.

Az üzleti vendégkör speciális igényei akár ellentéteket is gerjeszthet a corporate és a szabadidős vendégkör között, mert egy-egy nagyobb vállalati rendezvény esetében akár az egész park kibérlését is igénylik, így abban az időszakban más látogatót nem tudnak fogadni. Ilyen esetben költség/haszon elemzés elvégzése nyújthat segítséget a döntésben.

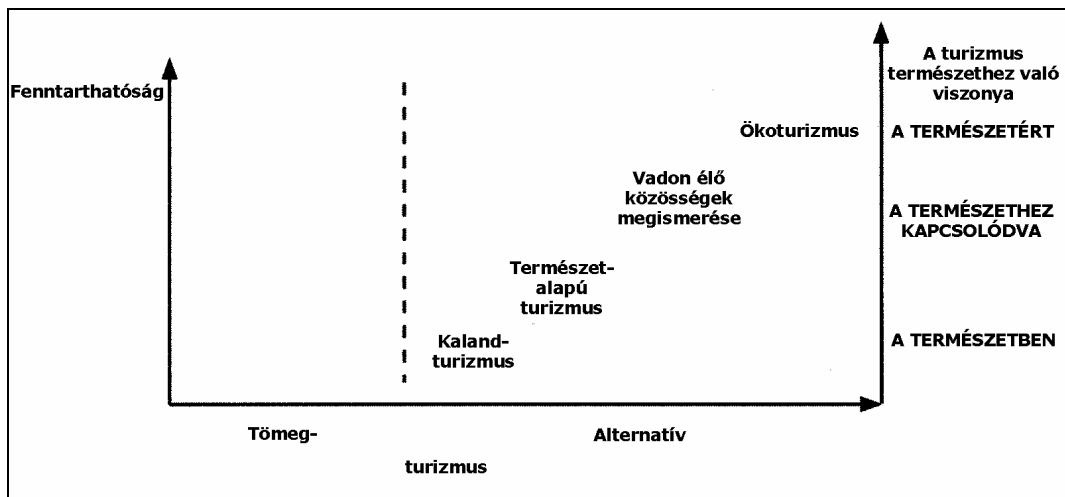
6.4.2. Tömegetturizmus – fenntarthatóság, természetközelség

A kalandparkok a tematikus parkok speciális típusát alkotják. A klasszikus tematikus parkok a tömegetturizmus képviselői, sztenderdizált kínálatukkal, stabil termékminőség biztosításával, nagy befogadóképességgel és szinte minden igényt kielégítő kapcsolódó szolgáltatásokkal váltak rendkívül népszerűvé. Elsősorban a tengerentúli, illetve néhány nyugat-európai nagy szórakoztató parkra igaz, hogy gigantikus méretű globalizált létesítmények. De az elmúlt években mind több olyan park is létrejött, melynek témája a helyi/ország kulturális örökségét dolgozza fel vagy a természeti környezet adottságaira építenek. Ez utóbbi esetben az alapfilozófia már eltávolodik a tömegetturizmusra jellemző földrajzi környezettől való elszakadástól.

A kalandparkok a tömegetturizmus filozófiáján túllépve a természeti környezet adottságait használva épülnek fel (13. ábra). A park és a természeti környezet között kettős kapcsolat áll fenn, mert egyrészt a park használja, beépíti a természeti adottságokat a termékbe, de egyben kiszolgáltatottja is a változásoknak, így természetes érdeke a proaktív természetvédelem.

¹⁸ A park belépőjegyének megfizetése valamennyi játékelem többszöri használatára jogosulttá teszi a látogatót.

13. ábra: A természeti környezet, az alternatív turizmusfajták és a fenntarthatóság kapcsolata



Forrás: Newsome, D. – Moore, S. A. – Dowling, R.K. 2002

A létesítmények egyben olyan domborzati adottságokat is igényelnek, melyben az imitált miliő kialakítása megtörténhet. A legfontosabb természetföldrajzi szempontok közé sorolható a lejtőkiettség, lejtőszög, növényzet, mely a játékelemek kiválasztásában és telepítésében is meghatározó tényező, bár a technológia lehetőséget teremt ma már bizonyos adottságok kiváltására, de ezek általában költséges megoldások, másrészt a kívánt miliő is nehezebben/hiányosan alakítható ki.

6.4.3. Park, mint attrakció és desztináció

A turizmus rendszerében az attrakció és a desztináció egymástól eltérő funkciójú, nagyságú és jellegű területi szintet jelöl. Általában a vonzerők és az azokra épített attrakciók kapcsolódó szolgáltatásokkal együttesen alkotják a desztinációkat.

A tematikus parkok speciális típusaként a kalandparkok is az attrakció és a desztináció fogalmát egyesíthetik (egyesítik) magukban. Nagyon kevés az olyan turisztikai attrakció, mely hasonló jellemvonásokkal bír. A parkok esetében a vonzerőt képező téma és az azt megelevenítő játékelemek a kapcsolódó szolgáltatások széles körével kiegészülve alkalmasak arra, hogy akár desztináció funkcióját is betöltsék. A kalandparkok közül elsősorban a komplex kínálattal rendelkezőknél van meg ennek a lehetősége. Míg az erősen specializált, egy-egy keresleti szegmensre koncentrázó létesítményeknél is jellemző lehet a minden igényt kielégítő szolgáltatásstruktúra, mert a piac egy szűk – niche – területére orientálódnak. Ilyenek lehetnek a kizárólag üzleti vendégkört megcélzó kalandparkok.

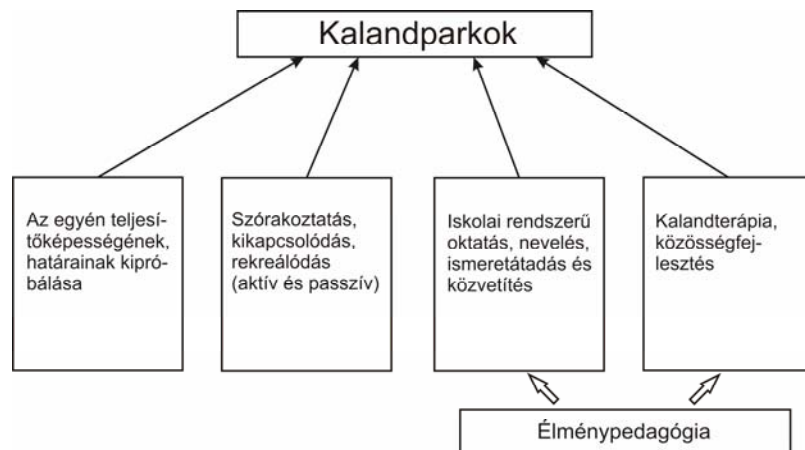
Az attrakció és a desztináció funkcióját betöltő parkok környezetükre pozitív és negatív hatást egyaránt kifejthetnek. Így például az átfogó szolgáltatásstruktúra kialakítását a park üzemeltetői nem minden esetben végzik teljes egészében maguk, hanem megbízhatnak más vállalkozást az üzemeltetéssel. A kiszervezendő tevékenységek meghatározása során mérlegelni kell, hogy az egyes szolgáltatásoknál milyen speciális képesség vagy erőforrás szükséges, illetve komparatív analízis lefolytatása révén feltárhatók azok a területek, ahol relatív előnnyel rendelkezik a parkot működtető. Legjellemzőbb outsourcingolt szolgáltatás a vendéglátás, valamint a magas bekerülési értékű és költséges fenntartású játékelemek. A fentiek alapján megállapítható, hogy a szolgáltatásstruktúra kiépítése jövedelem- és foglalkoztatás-multiplikátort eredményez. Ezzel szemben negatív hatásként azonosítható, ha a látogatók kizárólag a park felkeresése céljából érkeznek a térségbe, és az mint önálló – minden igényt kielégítő – desztináció intenzív és koncentrált élményszerzésével elvonja a figyelmet a célterület más vonzerőiről, attrakcióról. Ebben az esetben a turizmus általános térség- és településfejlesztő ereje is csak korlátozottan érvényesül. *Magyarországon általában kínálatbővítő attrakcióként tartjuk számon őket, ahol az elsődleges motivációval érkezők aránya még alacsony látogatók között. A parkok, mint kínálatbővítő és a keresleti trendeknek megfelelő attrakciók hatékonyan járulnak hozzá a versenyképes turisztikai desztinációk kialakításához.*

6.4.4. Szórakoztatás – oktatás, nevelés – közösségformálás

A kalandparkok alapfunkciója a szórakoztatás, mely a klasszikus szórakoztató parkokon túlnyúlva további kiegészítő funkciókkal gazdagodhat. A parkok profilválasztása és keresletorientációja révén azonban ez a hagyományos funkció háttérbe szorulhat, helyét más veheti át. Legtöbbször azonban a klasszikus és az új funkciók egymással párhuzamosan vannak jelen, optimális esetben egymást kiegészítve, támogatva. A funkciók összefüggő és integratív rendszere alapozza meg a szükséglethierarchiával való kapcsolatrendszerrel és sajátos pozícióval a turisztikai attrakciók között.

A kalandparkok klasszikus funkciója a szórakoztatás, az aktív – mind fizikai és szellemi – kikapcsolódás. A parkok játékelemei más és más korosztály által használhatóak, általában fizikai, de szellemi kihívást is támasztva a látogatóknak. Mindegyik esetében közös jellemző, hogy *bizonyos készségek fejlesztésére és ismeretátadásra alkalmasak, mely a további funkciókat is eredezteti.* Ezek a funkciók nem csak a turizmus, hanem a rekreáció keretei között érvényesülnek, mely a parkok telephely-választása során is érvényesül (14. ábra).

14. ábra: A kalandparkok funkciói



Forrás: saját szerkesztés

A parkok játékelemei bizonyos helyzeteket, tereket imitálnak, melyek a valóságban csak a társadalom szűk rétege számára érhetőek el, míg a parkokban ilyen helyszínek mesterséges előállítása történik meg. Az elérhetőség mellett a biztonságot is garantálják, mely a való életben szintén nem realizálható. A különböző nehézségű pályák kialakítása több játékelem esetében lehetséges, mely eltérő korosztályok és felkészültséggel érkező látogatók számára is biztosítja a kihívást és a feladat sikeres teljesítéséből fakadó élményszerzést.

A kiegészítő funkciók közül kettőt kívánunk az alábbiakban ismertetni, melyet kevés turisztikai attrakció tud egyidejűleg kiszolgálni. Mindkettőnek az alapjait az élménypedagógiában, a tapasztalati tanulásban kell keresni.

Oktatás, nevelés, élménypedagógia

Az élménypedagógia humanisztikus megközelítése az emberek fejlesztésének, támogatásának, mely a készségek, képességek fejlesztésére helyezi a hangsúlyt. A tapasztalati oktatás kifejezést az angol nyelvterületen használják, megegyezik a német nyelvterületen használt élménypedagógiával. A tapasztalati oktatás AEE¹⁹ által elfogadott definíciója:

„A tapasztalati oktatás (élménypedagógia) egy olyan filozófia és módszertan, amelyet az oktató célirányosan, közvetlen tapasztalással és irányított reflexióval alkalmaz a tanuló tudás növelése, készségeinek fejlesztése és értékeinek tisztázása céljából.”

¹⁹ Association for Experiential Education – Tapasztalati Oktatás Szövetség

A tapasztalati oktatás célja az akadémikus tudás megszerzése helyett a személyiség és az érettség fejlesztése az aktív tapasztalatszerzésen keresztül. Hahn vizsgálatai alapján bizonyos tapasztalatok önmagukban is különböző szociális készségek fejlődését eredményezik, így az együttműködést, toleranciát, segítőkészséget (RÖHRS, H. – TUNSTALL-BEHRENS, H. 1970). Ezek mindegyikének fejlesztésére alkalmasak a játékelemek, melyek között több olyant is találunk, ahol csak párban – vagy kisebb csoportban – együttműködve lehet teljesíteni a feladatot. Az általános iskolai oktatásban a természethez kapcsolódó ismeretanyag helyi elsajátítására a több parkban is megtalálható erdei iskolák alkalmasak.

Kalandterápia, csapatépítés

A kalandparkokban alkalmazható *kalandterápia* is az *élménypedagógia* része, ahol a természetes közeg a terápia helyszíne. Az outdoor élménypedagógia Kurt Hahn nevéhez fűződik, aki 1920-ban Németországban alapította meg a Salem Schule elnevezésű iskoláját. Hahn az általa kifejlesztett módszer legfontosabb elemeinek az életszerű szituációk, a saját tapasztalatok, az egyén személyiségének és mentális képességeinek fejlődése, mások jobb megismerése és csapatmunka hatékonyságának növelését tartotta (RÖHRS, H. – TUNSTALL-BEHRENS, H. 1970).

Az outdoor tréningek kialakulását vizsgálva egy másik ág is felfedhető. A második világháborúban a brit légierő, a Royal Airforce pilótáinak képzésébe illesztettek ilyen típusú elemeket, melyek segítségével felkészítették őket lehetséges helyzetek kivédésére. Az angolszász világban később a polgári életben is megtalálta a szerepét. Magyarországon az első outdoor tréninget 1994-ben tartották.

A kalandterápia a tapasztalati tanulás módszerét adaptálja, és a természeti környezetben végzett fizikai jellegű gyakorlatokban alkalmazza. A résztvevők szabadtéri – outdoor – gyakorlatok megoldása során tapasztalatot szereznek, melyekből a feladatok elvégzését követően történő megbeszélés alapján valós életre tanulságokat fogalmaznak meg. A módszer további lényeges eleme, hogy a hagyományos környezeten kívüli helyszínen kerül sor a feladatok elvégzésére. KROEHNERT, G. (2004) kiemeli, hogy a szabadtéri tréning mind a csapatcentrikus, mind az egyéni fejlesztési tevékenységet elősegíti.

A magas kötélpályák az outdoor élménypedagógia kedvelt és gyakran használt eszközei, természetes vagy mesterséges közegbe ágyazva. Ezek a kötélpályák szinte valamennyi kalandparkban megtalálhatóak, valamint speciális, csak kötélpályák rendszeréből álló létesítmények is jelen vannak a piacon.

Ezek mindegyikének fejlesztésére alkalmasak a játékelemek, melyek között több olyant is találunk, ahol csak párban – vagy kisebb csoportban – együttműködve lehet teljesíteni a feladatot. A szabadtéri tréningek a csapatépítésen túl további fontos funkciókkal, mely az alábbi pontokban összegezhető (a zárójelben található arányok a funkciók megjelenésének %-os arányát fejezik ki a szabadtéri tréningek során):

- csapatépítés (90%),
- önbecsülés (50%),
- vezetés (40%),
- problémamegoldás (20%),
- döntéshozatal (15%),
- közösségi tulajdon érzésének elősegítése (2%).

A szabadtéri tréningek hosszabb távon elősegítik a magasabb szintű csapattevékenységet és az élvezetesebb munkakörnyezet kialakítását. Míg rövid távon a csoporttagok egyénileg és csoportosan is reagálnak a gyakorlatokra, mely a csoportközi kommunikációt fejleszti. KROEHNERT, G. (2004) az alábbiakban foglalja össze az outdoor tevékenységek legfőbb hozadékait:

- növelik az egyén személyes önbizalmának érzését,
- növelik a csapat önbizalmának érzését,
- növelik a kölcsönös bizalmat a csoporton belül,
- javítják a csapatmunkát,
- javítják a kommunikációt,
- javítják az interperszonális készségeket,
- fejlesztik és javítják az ügyességet és a fizikai koordinációt,
- fejlesztik és növelik az elégedettség érzését a másokkal való együttlét során.

A szabadtéri tanulás illetve tréningek a feladatok kockázatossága szempontjából is osztályozhatók, így megkülönböztetjük a magas, a közepes és az alacsony kockázatúról (18. táblázat).

18. táblázat: A szabadtéri tréningek típusai a feladat kockázatossága alapján

Feladat típusa	Definíciója	Fejlesztett készség	Példa
Alacsony kockázat	A résztvevők nem kerülnek a szemmagasságnál magasabbra a földtől, szinte teljesen balesetmentes.	Csapatmunka, problémamegoldás, döntéshozatal, kommunikációs készségek javítása	Bizalmi séta, pókháló, aknamező
Közepes kockázat	A résztvevők nem kerülnek a szemmagasságnál magasabbra, de kockázatos a feladat elvégzése az egyénre vagy csapatára nézve	Csapatmunka és egyénfejlesztés	
Magas kockázat	A résztvevők szemmagasságnál magasabbra kerülnek, így sérülés lehetősége fennáll.	Egyén fejlesztése	Tájékozódás, vadvízi evezés, kötélpályák

Forrás: Kroehnert, G. 2004

6.4.5. Szuburbán rekreációs funkciók

A szuburbán térségekben elhelyezkedő kalandparkok egyszerre turisztikai és rekreációs terek. Kialakulásukban a társadalmi-gazdasági változások játszanak szerepet. A parkok a rekreáció fogalmában a sportrekreáció, míg a turizmus területén az aktív turizmus fogalmához kapcsolódnak.

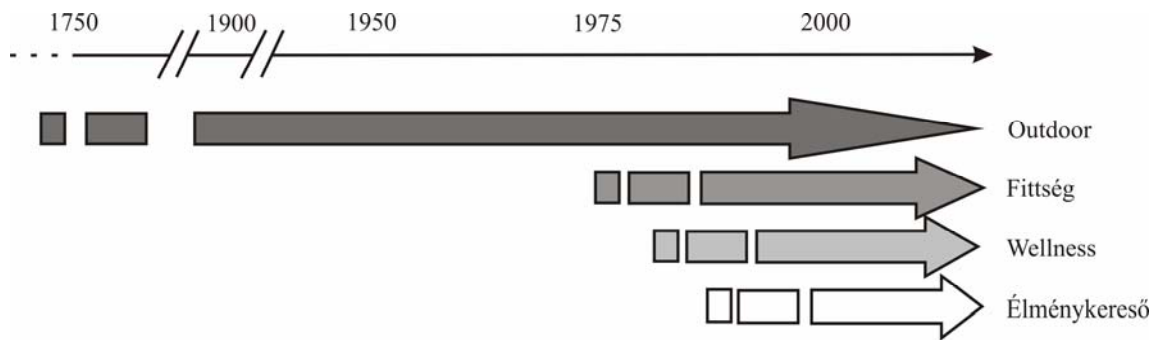
A fordista társadalomban a pihenés szerepe volt fontos, mert az anyagi javak megszerzése főképp nehéz fizikai munkával volt lehetséges. Mára a munka jellegének megváltozásával, a gazdasági fejlődés negatív társadalmi hatásai teremtették meg a rekreáció kialakulásának alapjait és fejlődésének mozgatórugóit elsőként a fejlett nyugat-európai országokban (SZABÓ J. 2006).

A rekreáció a 20. századra az életmód szerves részévé vált, melynek létesítményei, helyszínei a mindenkori keresleti igényeknek megfelelően változnak. A fizikai rekreáció a kor szükségleteinek, divat elvárásainak, illetve az irányító-szakemberek felkészültségének és beállítódásának megfelelően az alábbi irányokba fejlődött (KOVÁCS T. 2007):

- természetbe vágódás,
- egészségindíttatás, és wellness,
- élménykereső,
- teljesítményelvű.

Az egyes irányzatok kialakulását az alábbi ábra mutatja be, mely kiegészül az 1800-as évek második felében megjelenő teljesítményelvű versenysporttal. A legfiatalabb, vagyis az élménykereső irányzathoz kapcsolódik a kuriózum-sportokhoz köthető rekreációs forma, mely átvezet a kalandparkok felé. (15. ábra)

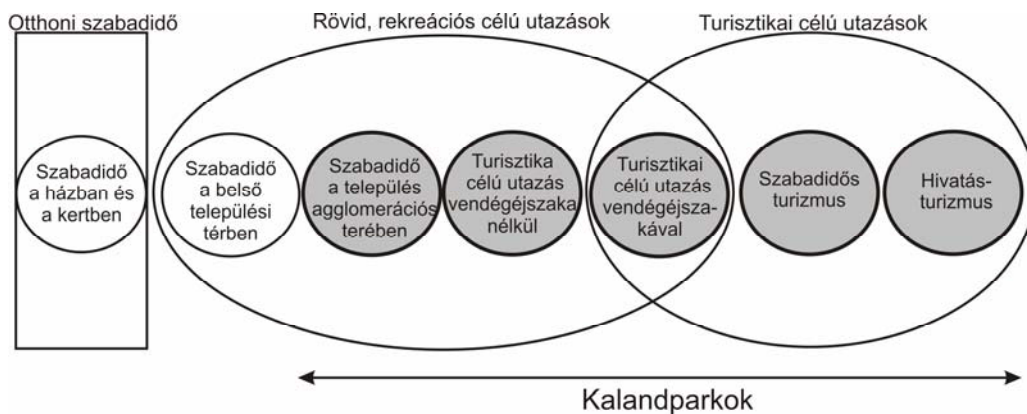
15. ábra: A rekreációs irányzatok „kor-képe”



Forrás: Kovács T. 2007

A kalandparkok speciális szerepét – illetve annak térbeli konzekvenciáit – a 16. ábra is mutatja, mely rávilágít arra, hogy a parkok mind a turisztikai, mind a rekreációs terek közé sorolhatóak. A parkok tereinek széleskörű használhatóságát a turizmuson belül a szabadidős és hivatásturizmus tereihez történő besorolhatóság is megalapozza. Klasszikusan a szabadidős turizmus kapcsolható hozzá, de a csoportformálás és -építés helyszínéeként a tisztán hivatásturizmus helyszínei között is megemlíthető.

16. ábra Kalandparkok a turisztikai és a szabadidőterek földrajzi tipizálásában



Forrás: Monheim 1979 és Aubert A. 2005 után módosítva Jónás-Berki M. 2009

A kalandparkok Magyarország szuburbán térségeiben, illetve idegenforgalmi centrumtérségeiben találhatóak. Hazánkban 33 urbánus kistérség található, melyek közül 25 a Dunántúlon, a további nyolc az

Alföldön és az Északi-középhegységben helyezkedik el. A fejlettség típusa alapján legnagyobb arányban dinamikusan fejlődők (például balatoni, pécsi, szombathelyi, soproni), míg fejlődők az alföldi nagyvárosok körzetében lévők, felzárkózók az egykori iparvárosok vonzásában kialakult terek. Térszervező erőként a központi településeket kell kiemelni, de rekreációs funkciót a környező települések is kaphatnak (AUBERT A. 2008). Az urbanus térségekben megjelenő rekreációs folyamatokat elősegíti a kistérségek gazdasági stabilitása, a fizetőképes kereslet megléte.

Az 1960-as évektől merül fel az urbanizációs folyamatok megerősödésével, a szabadidő növekedésével, a lakosság életszínvonalának erősödésével párhuzamosan a szabadidő tartalmas eltöltésének igénye (AUBERT A. 2008). Társadalmi szintű szükségletté válik, megindult a városi és városkörnyéki rekreációs terek kialakulása. Ezek a szabadidős terek területi-települési alapon is lehatárolhatóak, így beszélhetünk

- Települési rekreációs zónákról, illetve
- Településkörnyéki rekreációs zónákról, aktív terekről (CSATÁRI B. 2004).

A dolgozatban vizsgált kalandparkok bár mindkét zónában jelen lehetnek, de legtöbb esetben a településkörnyéki övezethez kapcsolódnak, mert általában itt áll rendelkezésre olyan kiterjedésű és domborzati adottságú terület, mely a park kialakításához szükséges. Az agglomerációs, agglomerálódó térségek és település-együttesek központi települései a fizetőképes kereslet alapját képezik.

Magyarország több település-együttesében, városok külső zónáiban tervezik az évtizedek óta elhagyatott – korábban közparkként vagy külszíni bányaként üzemelő – terek kalandparkként történő rehabilitációját. A parkok így a barnaövek megújítására is alkalmasak, a funkcióváltás révén a helyi közösség és térsége életminőségének, korszerű turisztikai és rekreációs kínálata révén a társadalmi és gazdasági helyzetének javítását egyaránt szolgálja.

Összefoglalva elmondhatjuk, hogy a kalandparkok a hagyományos tematikus parkoknál jelentősen összetettebb felépítésűek, mely megnyilvánul a játékelem összetételükben, funkciójukban, célcsoportjaikban.

7. KALANDPARKOK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

A jelenleg működő tematikus kaland- és élményparkok hazánkban koncentráltan jöttek létre. Telepítő tényezői közé tartozik a kedvező természetföldrajzi adottságok mellett a közelség a turisztikai magterületekhez, a potenciális kereslethez. A hazai kalandparkok a következő helyszíneken létesültek:

- *Budapest és környékén,*
 - Téli-Nyári Bobpálya, Visegrád,
 - FunExtreme Canopy, Visegrád,
 - Challengeland Kalandpálya, Budapest,
 - Bobpálya, Budapest,
- *Északi-középhegységben,*
 - Kalandtúra Park, Miskolctapolca,
 - Miskolc Bob, Miskolctapolca,
 - Oxygen Adrenalin Kalandpark és Mátra Bob, Sástó,
 - Zemplén Kalandpark, Sátoraljaújhely,
 - X-trém Bob, Szilvásvárad,
 - Szabadidő- és Kalandpark, Harsány,
- *Balaton,*
 - Balatoni Bob, Balatonfűzfő,
 - Serpa Kalandpark, Balatonfűzfő,
 - Zánkalandpark, Zánka,
 - Sobri Jóska Kalandpark, Kislőd,
 - Zamárdi Kalandpark, Zamárdi,
- *Mecsek,*
 - Mecsextrém Park, Pécs-Árpádtető,
- *Kőszeg és Sopron környéke,*
 - Holdfényliget, Gyöngyösfalu,
 - Bobpálya, Sopron.

A parkok között találunk komplex kínálati struktúrát képviselő létesítményeket és mindössze egy játékelemmel jelen lévő egységeket egyaránt. Országos szinten továbbra is korlátozottan és koncentráltan vannak jelen.

8.1. A vizsgálatba bevont parkok kiválasztásának szempontrendszere

A dolgozatban a tematikus parkok egyik speciális típusával, a kalandparkok piacát kívántam bemutatni és értékelni, melyet primer kutatásra alapozva végeztem el. Céljaim között szerepelt, hogy a legjelentősebb – egymás versenytársainak tekinthető, egymással összehasonlítható – parkokat vonjam be az elemzésbe. A parkok kiválasztásának menete, annak kritériumrendszere a *2.2 fejezetben* került bemutatásra. A meghatározott feltételeknek az alábbi parkok feleltek meg és vállalták a kutatásban való részvételt:

- Oxygen Adrenalin Kalandpark és Mátra Bob, Sástó,
- Serpa Kalandpark, Balatonfűzfő,
- Holdfényliget, Gyöngyösfalu,
- Mecsextrém Park, Pécs-Árpádtető.

Az alábbiakban a parkok ismertetését, illetve az eredmények kiértékelését végeztem el.

8.2. A vizsgálatban szereplő hazai kalandparkok bemutatása

A fejezetben a vizsgálatba bevont kalandparkokat kívánom bemutatni, mely során a létesítmények környezetét elemzem röviden.

Holdfény Liget

A Holdfényliget park a Nyugat-dunántúli régióban, Szombathely és Kőszeg között található, Gyöngyösfalun. A parkot 2006-ban nyitották meg, a hely adottságait és lehetőségeit figyelembe véve. Olyan többgenerációs kalandpark kialakítása történt meg, mely minden korosztály számára megfelelő programokat, kikapcsolódási lehetőségeket kínál. A park szervesen illeszkedik mind a Nyugat-dunántúli régió turizmusfejlesztési stratégiájához, mely az egészség- és a kulturális mellett az ökoturizmust jelöli meg, mint hosszú távú fejlesztési irányvonalat, mind az aktuális keresleti tendenciákhoz.

Mecsextrém Park

Az egyik legelső kalandpark Magyarországon, a Mecsextrém Park, a Dél-dunántúli régióban, Pécsen található. Kialakításának koncepciója, a megvalósításának színvonala európai szintű. A park tulajdonosa a Mecseki Erdészeti Zrt., melynek egy egykori telephelyén építették fel a parkot. Az alapötlet az volt, hogy egy létesítményen belül minél több korosztály és fogyasztói szegmens számára természetközeli, aktív szórakozási és kikapcsolódási lehetőséget biztosítson. A park szerves egészet alkot, a játékelemek külön-külön is megállják a helyüket: a kötélpálya és a nyári bob is olyan különlegesség, amely még nem olyan gyakori hazánkban, bár egyre többen vállalkoznak hasonló pályák építésére. Az állandó játékokon kívül a park egyéb rendezvényeknek, koncerteknek, csapatépítő tréningeknek is otthont ad.

A park koncepciója, profilja rendkívül jól illeszkedik a térség turisztikai portfóliójába, mert egy addigi hiányterületre épült. A természeti környezetre, adottságokra alapozva aktív turisztikai termék jött létre, mely Pécs kulturális idegenforgalmi központ imázsát kiegészíti.

Oxygén Adrenalin Kalandpark és Mátra Bob

Az Oxygén Adrenalin Kalandparkot 2006-ban nyitották meg a sástói kőbánya területén Mátrafüred és Mátraháza között. Első játékeleme a téli-nyári bob volt, mely 2007-ben további játékokkal bővült. Az Észak-magyarországi régió idegenforgalmi potenciálját elsősorban a változatos természeti-táji adottságok, építészeti emlékek, kulturális, népművészeti hagyományok, termálvizek és a turisztikai rendezvények jelentik (Észak-Magyarország Régió Turizmusfejlesztési Stratégiája, 2006). A Mátra térség adottságai lehetővé teszik egyéb, aktív tevékenységekhez sorolható sportágak fejlesztését. A park Budapestről közúton – az M3-as autópályán – közel egy óra alatt elérhető, mely a vendégforgalom volumenére, összetételére és egyben annak időbeni eloszlására is közvetlenül fejt ki hatását. A kalandpark adottságai mellett ez is megteremti a lehetőségét a szinte egész éves nyitvatartásnak.

Serpa Kalandpark és Balaton Bob

A Balatonfüzfőn található Serpa Kalandpark a balatoni régió egyetlen jelentősebb, komplex turisztikai kínálattal rendelkező aktív turizmushoz kapcsolódó tematikus parkja. Napjainkban a város Veszprém megye egyik fontos sportközpontja, Balaton-partjának, országos hírű uszodájának, szabadtéri sportlétesítményeinek köszönhetően.

A Balaton turisztikai piacának kínálati oldalán a komplex termékfejlesztések hiányoznak. A hosszú távon is fenntartható, pozitív irányú gazdasági-társadalmi hatások kiváltására képes turizmus működtetése érdekében a szolgáltatások fejlesztésére, összehangolására van szükség. Az elmúlt évek turisztikai fejlesztései nagyrészt spontánul és szétszórtan jöttek létre, nem tudtak/tudnak hozzájárulni új imázs megteremtéséhez. A kedvezőtlenebb, esős nyári főszezonok forgalmának csökkenése figyelmeztet arra, hogy a nyári fürdőzésre alapozott tömegturizmus nem nyújthat biztos háttérrel a régiónak. A Balatonra elkészült turizmusfejlesztési tervek (például Balatoni Turizmusfejlesztési Konceptió és Program 2005) rámutatnak arra, hogy továbbra is a desztinációs szinten összehangolt turisztikai termékek hiányoznak. A kulturális és természeti örökséghez kapcsolódó helyszínek mellett az aktivitást célzó létesítmények máig korlátozottan állnak rendelkezésre. További problémát okoz, hogy a családdal – gyerekekkel – érkezők kevés aktivitást lehetőségét nyújtó, akár egésznapos elfoglaltságot jelentő programot találnak.

A Serpa Kalandpark a Balaton-partján, magterületen található egyetlen komplex kínálati struktúrával rendelkező kalandpark. Helyi versenytársa pár éve még nem volt, azonban 2010-re már több helyen is létesültek kötélpálya-parkok.

8.3. A hazai kalandparkok működésének összehasonlító elemzése

A magyarországi kalandparkok működésének jellemzőinek vizsgálatába azokat a kalandparkokat vontam be, melyek komplex kínálati struktúrával összehasonlítható tevékenységet folytatnak. A tevékenység elemzés versenyanalízis egyben, melyet a hazai közvetlen versenytársak vizsgálatára korlátoztam le.

Az összehasonlító elemzés során a következő dimenziók mentén vizsgáltam meg a parkok tevékenységét:

- kialakítás,
- működtetési, üzemeltetési jellemzők,
- megközelíthetőséget,
- keresleti jellemzők,
- a parkok játékelem-portfóliója,
- a park által kínált szolgáltatásokat, kapcsolódó infrastruktúrát,
- a parkok jövője.

8.3.1. A kalandparkok kialakítása

Kalandparkok új létesítményekként – kvázi zöld- vagy barnamezős –, illetve tevékenységi kör bővítésével vagy meglévő attrakciók továbbfejlesztésével jöhetnek létre (1. kérdés). A vizsgált kalandparkok közül a Holdfényliget és a Serpa kalandpark új létesítménynek minősül, míg a sástói Oxigén Adrenalin Park „barnamezős” beruházás eredménye, mely egy korábbi kőbánya területén épült meg. A Mecsextrém Park a Mecseki Erdészeti Zrt. tevékenységi körének bővítésével jött létre.

Témaválasztásuk, illetve maga a kalandpark gondolata (2. kérdés) saját ötlet mellett meglévő, jól működő – benchmark – példán alapulhat. Minden esetben a saját ötletek és elképzelések voltak az elsődlegesek, melyet az elsősorban külföldön működő parkok megfelelő megoldásai is befolyásoltak.

Kalandparkok tervezése, kialakítása olyan összetett feladat, melyben mindenekelőtt biztonsági, természetvédelmi, turisztikai attrakció- és látogatómenedzsment szempontokat egyaránt mérlegelni kell. A tervezésre specializálódva külföldön és hazánkban is most jönnek létre olyan cégek, melyek kalandparkok létesítését a tervezés a kezdeti fázisaitól az engedélyek beszerzésén túl egészen a kivitelezésig vállalják. A vizsgált kalandparkok kialakítása során még nem álltak rendelkezésre ilyen szolgáltatók, így minden esetben belső szervezeti egység végezte ezt (3. kérdés).

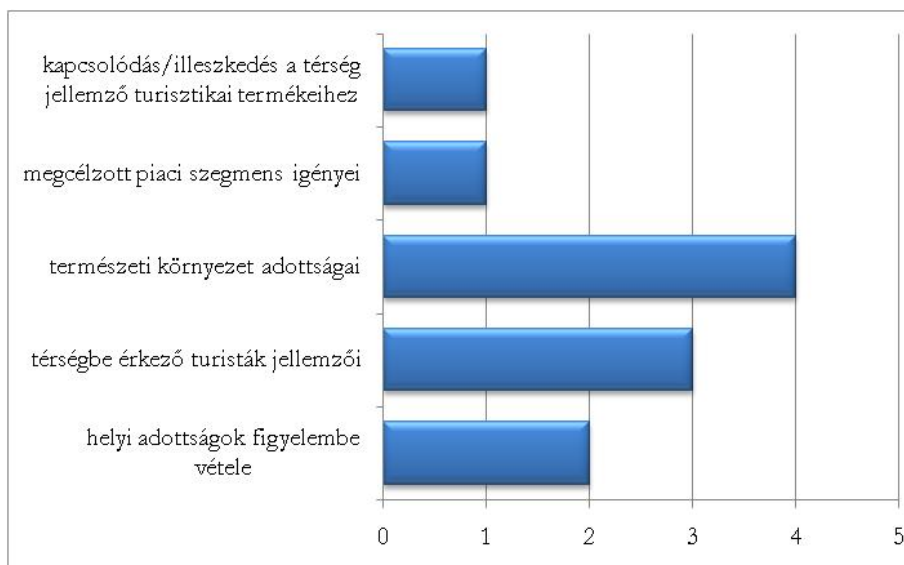
Az első kalandparkok építése időszakában a beruházásra pályázati lehetőségek nem álltak rendelkezésre, ezért saját, tisztán önerős mellett vegyes – banki – finanszírozás keretében épültek azok meg (4. kérdés). A későbbiekben, kiemelten az ÚMFT időszakában már pályázati források is bevonhatóak. A vizsgált parkok közül a Mecsextrém és a Serpa Kalandpark kizárólag a tulajdonosok saját tőkéjéből létesült, míg az Oxigén Adrenalin Park esetében a saját erőt banki forrás, a Holdfény Ligetnél a saját erőt és a banki forrást 33%-os intenzitású vissza nem térítendő pályázati támogatás egészíti ki.

Az attrakciótervezés során a turisztikai terméktervezés általános kérdései is felmerültek (5. kérdés). A kalandparkok és a természeti környezet között fennálló közvetlen kapcsolatot a kérdésre adott válaszok is megerősítik, mert minden esetben szerepelt a „*természeti környezet adottsága?*” a három kiválasztott legfontosabb tervezési szempont között. A térségbe érkező

turisták jellemzői szintén alapvetően befolyásolták a döntést, de a „helyi adottságok” figyelembe vételét két park külön is kiemelte (17. ábra).

17. ábra: A park kialakítása során figyelembe vett legfontosabb szempontok

(3 leggyakrabban említett)



Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

A hazai kalandparkok térbeli elhelyezkedésének vizsgálata során szabályszerűség figyelhető meg. A védett természeti környezet mellett a turisztikai magterületekhez, illetve a potenciális kereslethez való közelség is fontos szempontnak minősül. A vizsgálatba bevont négy létesítmény közül a pécsi és a gyöngyösfalui található hazai nagy- és középváros agglomerációjában, a másik kettő turisztikai centrumokhoz kapcsolódik. Ezek közül a balatonfűzfői a belföldi turizmusban kiemelt szerepet betöltő Balaton-part északkeleti részén, a sástói a Mátra Mátraháza-Mátrafüred közötti útvonalon. Így a pécsit kivéve a komplex kínálatú parkok rurális térben, de idegenforgalmi centrumhoz közel jöttek létre.

8.3.2. A kalandparkok működési, üzemeltetési jellemzői

Térhasználat

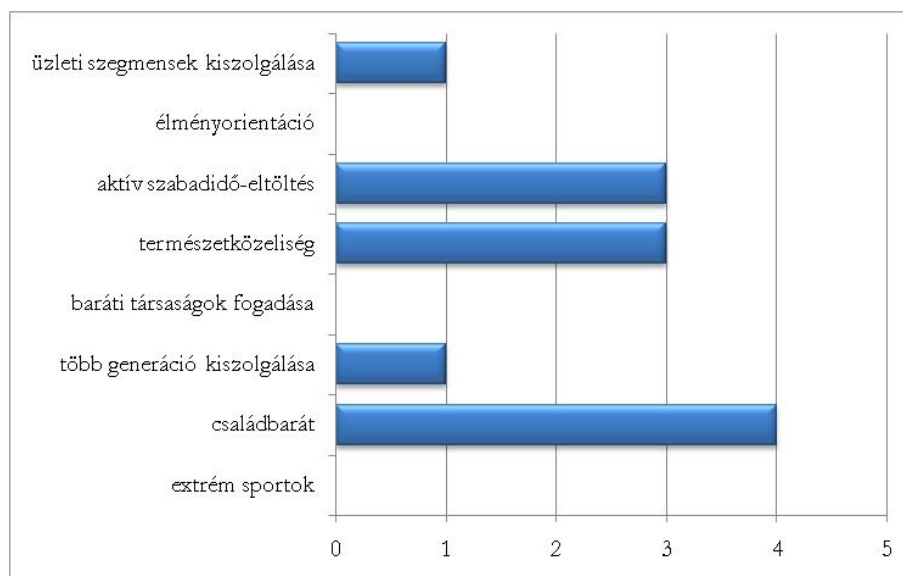
A tematikus parkok jellemzője a jelentős méretű alapterület igény (6. kérdés). A kalandparkokban a zsúfoltság helyett a kevésbé intenzív térhasználat a tipikus, mely a későbbi bővítések során is előnyös lehet. A vizsgált kalandparkok 14–35 hektár közötti területen működnek, melyből 3–13 hektár a játékelemek által közvetlenül használt terület.

A park látogatóinak jelentős része közúton személygépkocsival vagy autóbusszal érkezik, ezért az infrastrukturális alapfeltételek között szerepel parkoló kialakítása (6. kérdés). A legjelentősebb parkolói kapacitással a sástói Oxigén Adrenalin Park rendelkezik, ahol a 800 férőhelyes személygépkocsi mellett mintegy 30 busznak tudnak helyet biztosítani. A többi parkban is mintegy 100 a személygépkocsi és 6–10 az autóbusz parkolóhelyi kapacitás.

Filozófia

A parkok által felvállalt és kommunikált filozófia hosszú távon a működés és fejlesztések kereteit jelölik ki (10. kérdés). A kérdőív összeállítása során áttekintettem a parkok honlapjain a bevezetésben és a küldetésben feltüntetett célokat, ezekből alakítottam ki a potenciális válaszlehetőségeket. A válaszok alapján valamennyi park családbarátnak tartja magát, mely egyben a legfőbb célcsoportra is utal. A második helyet az aktív szabadidő eltöltés és a természetközelség kapta, egyben visszacsatolásként és megerősítve a trendeket, másrészt az alapadottságokat és szemléletmódot. Ez a filozófia alapvetően elkülöníti a kalandparkokat a tematikus parkok klasszikus típusaitól. Az élményorientáció és az extrém sportok meglepő módon egy jelölést sem kapott, holott az első a parkok működésének alapja és egyben célja. Ezzel szemben az extrém sportok, mint filozófia hiánya arra utal, hogy a kalandparkok célja nem az extrémítás felé mutató sportok kipróbálása, hanem annak „szelídített” változatai révén önmagunk határainak felmérése (18. ábra).

18. ábra: A park működési filozófiája (3 leggyakrabban említett)



Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

Nyitvatartás

A kalandparkok játékelemei a többi tematikus parktípushoz hasonlóan szabadterben találhatóak, ezért ebben az esetben is a szezonális nyitvatartás a jellemző (8. kérdés, 19. táblázat). A legrövidebb ideig a balatonfüzfői Serpa Kalandpark tart nyitva, míg a leghosszabb ideig a sástói, amely egész évben üzemel. Ez utóbbi esetében a bobpálya és a függőhíd látogatható télen is. A balatonfüzfői kivételével valamennyi park nyitvatartási időn túl is kinyit, amennyiben erre igény merül fel. Legtöbbször ilyen kéréssel céges vagy iskolai csoportok keresik fel őket.

19. táblázat: A kalandparkok nyitvatartásának jellemzői

Park	Nyitvatartási idő (nap/év)	Nyitvatartási idő		Nyitvatartási időn túl is	Ha igen, kiknek
		Nyitás	Zárás		
Holdfény Liget	240	április 1.	november 30.	igen	céges csoportok, téli sportok
Mecsextrém Park	160	március 15.	november 15.	igen	iskolai és céges csoportok
Oxygen Adrenalin Park	340	január 1.	december 31.	igen	céges csoportok
Serpa Kalandpark	150	április 1.	október 30.	nem	-

Forrás: A kérdőív adatai alapján szerkesztette Jónás-Berki M. 2010

A nyitvatartási időt elsődlegesen az időjárás mellett a kereslet szezonálitása befolyásolja. A nagy-/középvárosok közelében található parkoknál a kereslet egyenletesebben oszlik el, míg a turisztikai centrumokhoz kapcsolódó parkokat a látogatóforgalom szezonálitását jobban érinti.

Árképzés

A tematikus parkok ár kialakításának klasszikusan alkalmazott módszere a napi belépőjegy alkalmazása, mely a szolgáltatások mindegyikének használatára feljogosít. Az árdifferenciálás általában életkor- illetve az együtt érkezők száma alapján történik. A hazai kalandpark kínálat áttekintése során ennél lényegesen bonyolultabb megoldásokkal találkozhatunk. Az életkor és az együtt érkezők száma mellett szezonális árazás is jellemző, de van, ahol kombinált módszert is alkalmaznak.

Az 1997-ben bevezetésre került üdülési csekkrendszerben a kalandparkok is felismerték a lehetőséget, mely a turisztikai szektor e szereplőinél is érezhető változásokat, forgalomnövekedést és a látogatóforgalom struktúrájában változásokat hozott. Üdülési csekket

elfogadó helyek közé tartoznak a vizsgált helyszínek közül a Mecsextrém Park és a Holdfényliget. A parkok belépői mellett a vendéglátóegységek is elfogadják az üdülési csekket. A pécsi Mecsextrém Parkban üzemelő étterem is üdülési csekk elfogadóhely. A hálózathoz történő csatlakozás a vendégforgalomban látványos növekedést eredményezett. Elsősorban a családok és a baráti társasággal érkezők használják fel ott az üdülési csekkjüket.

A kalandparkok többsége csak az év bizonyos időszakában, általában kora tavasztól késő őszig – az időjárás függvényében – tart nyitva. Szabadtéri létesítmények révén látogatottságukat az időjárás erőteljesen befolyásolja. Ebben az esetben a differenciált árazás sem oldja meg a problémát, helyette más típusú módszerek alkalmazása lehet célravezető. A kalandparkok a belépőjegyek értékesítésébe szerződő szálláshelyeket is bevonnak, akik a parktól megvásárolt jegyet csomagajánlataikba beépítik. Kedvezőtlen időjárás esetén is nagyobb valószínűséggel vállalkoznak a szálláshely csomagajánlatát igénybe vevő turisták a park felkeresésére, mert a belépőjegy árát már – ugyan közvetve – kifizették.

A szezonális árképzés alkalmazása a turisztikai szektorban általánosan alkalmazott módszer, a kereslet időbeni koncentrációjának csökkentésére, a kiegyensúlyozottabb kapacitásterhelés érdekében használják. Hazánk turizmusának hosszú ideig egyik legfőbb problémája a főidény domináns súlya volt, mely még bizonyos régiókban jelenleg is megfigyelhető. A szezonális árazás alkalmazása a kalandparkoknál mégis rendkívül ritka, mert zömében szezonálisan tartanak nyitva.

A hazai parkok árképzésében a játékelemekre szóló jegyek az elterjedtek. Egy jegy általában az adott elem sikeres teljesítésére jogosít fel, illetve bizonyos időtartamot tölthetnek el a látogatók az adott helyszínen. Legtöbbször a gyermek/diák és felnőtt jegyeket is árusítanak.

8.3.3. A hazai kalandparkok megközelíthetősége

A turizmus rendszerének működéséhez nem elegendő a keresleti oldalon a motivált, szabadidővel és diszkrecionális jövedelemmel rendelkező turista, a kínálati oldalon a vonzerő/attrakció megléte. A turistának el kell jutnia a helyszínre, a közlekedési lehetőségeknek biztosítaniuk kell a helyszín elérhetőségét. Egy-egy attrakció/desztináció szempontjából a turisztikai termék, létesítmény jellegéhez, a kereslet igényeihez illeszkedő közlekedési eszközre van szükség. Napjainkban rövidtávon a személygépkocsi, hosszútávon – a nemzetközi turizmusban – a repülőgép játssza a legjelentősebb szerepet, míg a vonat, az autóbusz és a hajó kiegészítő szerepű, főképp bizonyos piaci szegmensek esetében. Az utazási

döntésben, a célterület kiválasztásában a helyszín megközelíthetőségének szerepe növekvő trendet mutat. A közlekedési eszköz kiválasztásában az ár mellett a gyorsaság, a megbízhatóság és kényelem a legfontosabb tényezők.

Egy ország, desztináció nemzetközi és belföldi turizmusba való sikeres bekapcsolódásának egyik legfontosabb alapfeltétele a megfelelő sűrűségű és minőségű közút- és vasúthálózat valamint repülőtéri fogadóképesség és repülőgéppark megléte (TASNÁDI J. 2002). A tematikus parkok megközelíthetősége, elérhetősége vizsgálatában azon a közlekedési infrastruktúra kiépítettségét hangsúlyosan kell figyelembe venni, amely az adott helyszín és piaci szegmens szempontjából releváns. Így a kalandparkok megközelíthetőségénél a következő célcsoportok igényeinek való megfelelés vizsgálata szükséges:

- iskolai csoportok, osztályok,
- családok,
- baráti társaságok,
- cégek.

A kalandparkok felkeresése során a hazai viszonyoknak megfelelően mind a négy célcsoport tagjai a közúti közlekedést helyezik előtérbe. Az iskolai osztályok az autóbuszos, a családok, baráti társaságok és a cégek a személygépkocsival történő elérését preferálják (9. és 15. kérdés).

Az iskolai csoportok közlekedési eszköz használata sem egyértelmű. Azok az osztályok, amelyek valamely közeli településről egynapos látogatást tesznek a parkba, azok valószínűleg menetrendszerinti autóbusszal érkeznek, de a többnapos kirándulást tevők már általában bérelt járművel közlekednek. A családokra, baráti társaságokra és céges csoportokat egyértelműen a személykocsi használata jellemző, mely parkolók kialakítását feltételezi.

A vizsgált kalandparkok szinte mindegyike közúton könnyen és gyorsan elérhető, melyet a parkok által adott válaszok is igazolnak. Mindössze a Holdfény Liget vezetői értékelték közepesnek a közúti megközelíthetőségüket (9. és 14. kérdés).

8.3.4. A kalandparkok keresletének jellemzői

A disszertációban a parkok működésének jellegzetességeire kívántuk a hangsúlyt helyezni, nem volt célunk összehasonlító vendégkör elemzést végezni. Közvetett módon kívántunk információhoz jutni a parkok látogatóiról.

A kalandparkok közül a legnagyobb létesítmények – a sástói Oxigén Adrenalin, a pécsi Mecsextrém és a gyöngyösfalui Holdfény Liget – elsődleges vonzerőként értékelték magukat, azaz önmagukban is rendelkeznek utazási döntés kiváltására alkalmas vonzerővel (12. kérdés). A balatonfűzfői Serpa Kalandpark volt az egyedüli, mely magát, mint másodlagos vonzerő definiálta. A Balaton-partján található kalandpark elsődlegesen a tóhoz érkező látogatókra épít. A park a közvetlenül mellette található bobpályával szerves egységet alkot, mely kiemeli a balaton-parti többi kalandpálya közül.

A kalandparkok kereslete a következő főbb szegmensekre tagolható, mely esetenként kiegészülhet egy-egy speciális szegmensessel:

- gyerekekkel érkező családok,
- baráti társaságok,
- osztálykiránduláson résztvevők,
- munkahelyi közösségek, céges csoportok.

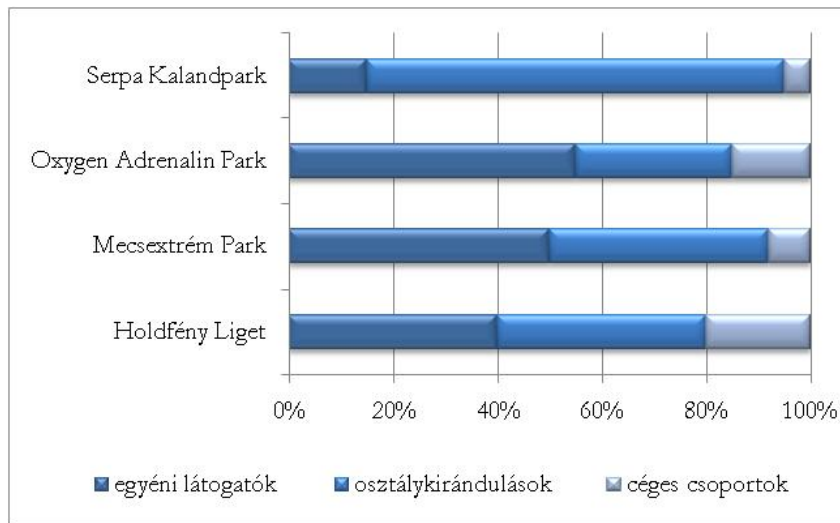
A gyerekekkel érkező családok legalább három csoportra bonthatók:

- a hat év alatti kisgyerekekkel,
- hat és tizennégy év közötti gyerekekkel, és a
- tizennégy és tizennyolc év közötti gyerekekkel érkezőkre.

A hat éves életkor azért jelent határt, mert a kalandparkokban megtalálható játékok, játékelemek használata során ez az életkor jelenti az alsó határt. Több játék már óvodás kortól kipróbálható, számos készség fejlesztését szolgálja. A különböző korosztályoknak és fizikai jellemzőkkel rendelkezőknek eltérő nehézségű pályák alakíthatóak ki.

A fő célcsoportok eltérő arányban vannak jelen az egyes létesítményekben a látogatószám (19. ábra) és az árbevétel (20. ábra) alapján. (16. és 17. kérdés) Az egyéni vendégkör legmagasabb arányban a sástói parkban van jelen, arányuk meghaladja a látogatói összlétszám 50%-át. A Mecsextrém Parkban a látogatók fele kerül ki ebből a célcsoportból, míg a gyöngyösfalui Holdfény Ligetben a vendégek 40%-a. Legkisebb az egyéni vendégkör a balatonfűzfői Serpa Parkban, mindössze a látogatók 15%-át teszik ki. Az osztálykirándulások a második legjelentősebb célcsoportot képezik a parkokban, ez alól kivételt képez a Serpa Kalandpark, ahol a vendégek száma alapján az első helyen vannak. Az üzleti vendégkör fontos szerepet kap a parkok vendégkörében, bár kiemelésük nem minden esetben indokolt.

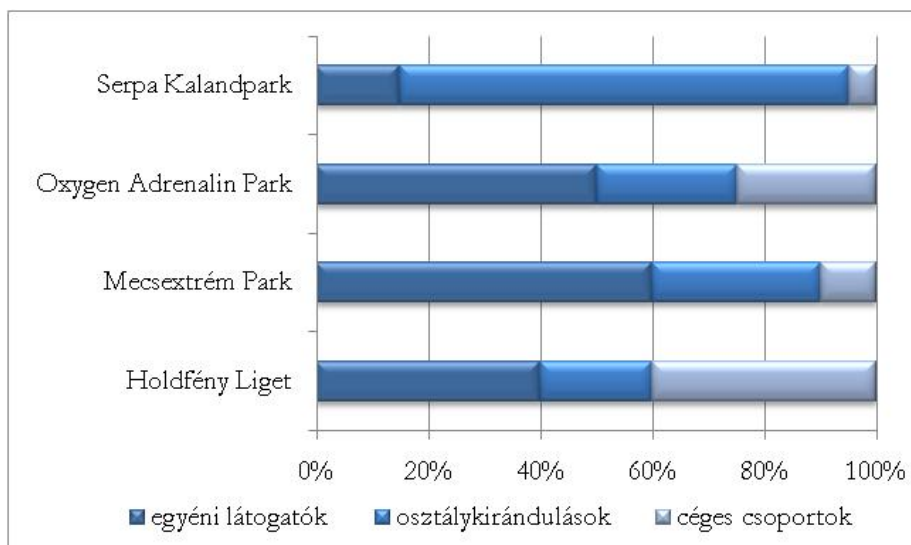
19. ábra: Kalandparkok keresletének összetétele a látogatók számának aránya alapján



Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

Az egyes célcsoportok árbevételhez való hozzájárulását mutatja a 20. ábra, mely arra is rávilágít, hogy habár az egyéni vendégkör a legnehezebben elérhető, de árbevétel-hozzájárulásuk alapján szinte mindenütt vezető. Ezzel szemben az előzetes elvárásokkal ellentétben az üzleti vendégkör nem feltétlenül költ többet fajlagosan, mint az egyéniek. Továbbá a parkok vezetői azt is kiemelték, hogy sokkal több szervezést és figyelmet igényelnek, mint a többi vendégek.

20. ábra: Kalandparkok keresletének összetétele a bevételek aránya alapján



Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

A vendéglégedettség ma más ágazatokhoz hasonlóan központi kategóriája a turizmusnak is. A hosszú távon is sikeres működés feltétele, hogy a fogyasztók – látogatók – elégedetten távozzanak, mert így sokkal könnyebben és sokkal kevesebb erőforrás lekötésével lehetséges visszatérésre rábírní őket. A vendégkör visszatérési hajlandóságát ma különböző módszerekkel lehet mérni, melyekkel a parkok is élnek. Legkönnyebben azoknál a célcsoportoknál mérhető, ahol előzetes bejelentkezésre van szükség, így az osztálykirándulásoknál és a corporate vendégkörnél. A vizsgált parkok szinte mindegyike 50–80% közé teszi a visszatérő vendégeik arányát, mely a turisztikai attrakciók között jó értéknek minősül (19. kérdés). Kritikus területnek számít a CRM²⁰, mert a turizmusban törzsvendégkört sokkal nehezebb és költségesebb kialakítani, mint más ágazatokban. Tovább nehezíti a szolgáltatók helyzetét, hogy a 20. század utolsó évtizedei óta tapasztalható nemzetközi és hazai trendek is fogyasztói – vendég – lojalitás gyengülését mutatják. Az attrakciók között leggyorsabb az ügyfélérték-mérés és menedzsment rendszer kidolgozása a profitorientált tulajdonosi háttérrel rendelkező vállalatoknál. Tipikusan ide sorolandók a tematikus parkok, melyek ebből a szempontból is speciálisnak tekinthetőek a turizmus rendszerében. A tematikus parkoknak jelentős visszatérő – törzsvendégkör – kialakítása érdekében folyamatos megújulásra van szükségük, mely az egyik legjelentősebb kihívása modelljüknek. Mindemellert a működésük jelentős költség – fix és változó egyaránt – felmerülésével jár, melyet a további beruházások tovább növelnek. Így a nyereséges üzemeltetés érdekében a vállalati teljesítménnyel szembeni követelmények még szigorúbb ellenőrzést és költség/haszon elemzést várnak el a tulajdonosok.

A vizsgált parkokban a látogatók *visszatérési hajlandóságának növelése* érdekében különböző módszereket alkalmaznak (20. kérdés). *A rendszer alapkövetelménye az elégedett fogyasztó*, egy stabil minőségi szint folyamatos biztosítása, de ez önmagában attrakciók esetében nem elegendő.

- A parkok legtöbbször alkalmazott módszere – egyben működési kényszer is – a *folyamatos megújulás*, mely elsősorban a játékelemeket érinti. A játékelemekért – illetve az azok által közvetített élményért – keresik fel a látogatók a kalandparkokat. Azonban a játékelemeknek is más klasszikus termékekhez hasonlóan életgörbével rendelkeznek, melyből egyben a park életgörbéje is származik. A park és az egyes játékelemek párhuzamba hozhatók a közgazdaságtanban általánosan használt BCG-mátrix-szal, illetve annak elemeivel. A park is akkor tud hosszú távon fenntartható módon működni, ha folyamatosan vannak bevezetésre váró játékelemei, melyek idővel népszerűvé

²⁰ CRM: ügyfélkapcsolat-menedzsment

válnak. A begyakorlásból fakadóan alacsonyabb költséggel üzemeltethetőek, míg fajlagosan magasabb bevétel érvényesíthető. Minden vizsgált park legfontosabb visszatérést generáló eszközének tekinti a megújuló játékelemeket. Ilyennek tekinthető például a Mecsextrém Park esetében az X-jump, mely egy év alatt az egyik legkedveltebb játékká vált a parkban.

- A visszatérési hajlandóság növelésének további eszközei közé tartozik a marketing kommunikáció eszköztára, így a parkot meglátogató vendégek folyamatos *tájékoztatása* az aktuális eseményekről. Általában elektronikus hírlevél segítségével történik, melyre a látogatók iratkoznak fel, és további fontos információt is nyújtanak a létesítményeknek a vendégkörükről.
- A harmadik legfontosabb módszer a kedvezmények nyújtása, mely első látogatásokat is generálhat.

8.3.5. A vizsgált kalandparkok játékelem portfóliója

A park összehasonlítás egyik dimenziója a kínált játékelemek voltak (21. *kérdés*), melyek legjelentősebben befolyásolják a parkok látogatóinak összetételét (pl. motiváció, életkor, együttérkezők). A vizsgálatba a komplex kínálatú – legalább három azonos játékelemet felvonultató – parkokat vontam be. A 2. *sorszámú melléklet* tartalmazza a hazai kalandpark játékelem portfólióját. A hazai kalandparkok mellett a nyári bob pályákat is feltüntettük, mert azok több esetben is kalandparkok mellett üzemelnek.

A vizsgált parkok átlagosan 8 különböző játékelemet kínálnak, a négy parkban három azonosat találhatunk, ezek

- drótkötélszuszda (canopy),
- akadálypálya,
- íjászat.

További két játékelem három parkban is jelen van, így a mászótorony és a quadpálya.

A parkok legkedveltebb játékelemei (22. *kérdés*) közé tartozik a bob és a közös elemek között szereplő akadálypálya és drótkötélszuszda (20. *táblázat*). Az akadálypálya valójában nem egy játékelemet jelent, mert a parkok mindegyikében több korosztály és nehézségi fok, valamint funkció szerint kialakított pályarendszer áll a látogatók rendelkezésére.

20. táblázat: Legkedveltebb játékelemek a vizsgálatba bevont kalandparkokban

	Holdfény Liget	Mecsextrém Park	Oxygen Adrenalin Park	Serpa Kalandpark
1.	akadálypálya	bob	bob	kalandpálya
2.	kisvasút	akadálypálya	függőhíd	
3.	evezés	gokart	akadálypálya	
4.	quad	mászófal	eurobungy	
5.	íj	canopy	canopy	

Forrás: A kérdőíves felmérés adatai alapján

A játékelemek használatát a belépőjegy-rendszer kialakításával mesterségesen is befolyásolni lehet, mely például a Mecsextrém Parkban figyelhető meg (21. táblázat). A parkban a két legnépszerűbb játék az erdei bob és az alpesi kötélpálya (akadálypálya), mely mind a két jegytípust igénybe vevők esetében megegyezik. A meganyulat használók átlagosan több játékot próbálnak ki, emellett egy játékelemet többször is teljesítenek. A játékokat intenzívebben, egymás után akár többször is teljesítik. A bobot használók leggyakrabban még további hat játékot is kipróbáltak.

21. táblázat: Játékok használatának különbsége a Mecsextrém Parkban

Meganyúl		Nyúljegy	
1.	Erdei bob	1.	Erdei bob
2.	Alpesi kötélpálya	2.	Alpesi kötélpálya
3.	Technikai quad	3.	Tiroli csúszda
4.	Mászófal és gokart	4.	Mászófal és gokart
5.	Tiroli csúszda	5.	Technikai quad és gumiasztal

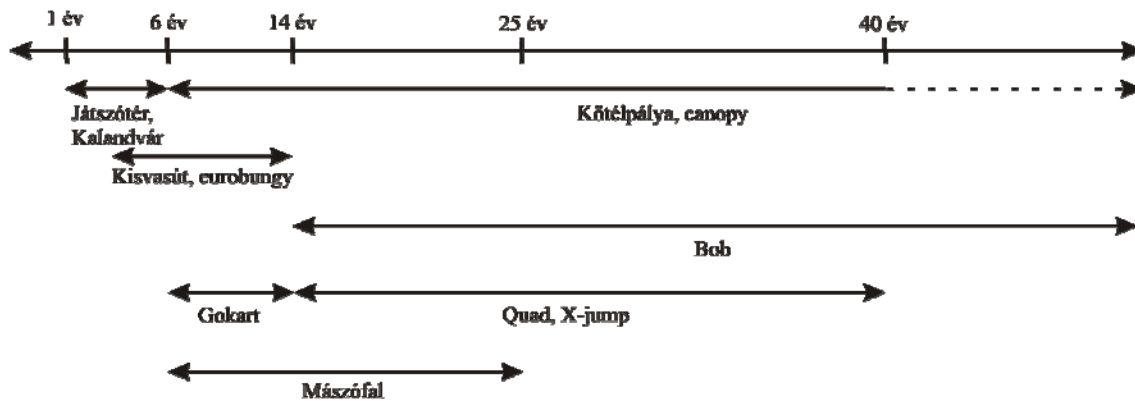
Forrás: A kérdőíves felmérés adatai alapján

A parkok játékelem összetétele a kereslet korosztályok szerinti megoszlását is befolyásolja, illetve rámutat arra, hogy mely szegmenseket tekintik preferálnak a z adott parkban (23. kérdés). Az egyes játékelemek, bár általában több korosztályt is megszólítanak, de legtöbb esetben meghatározható az a korcsoport, akik számára a legtöbb élményt tudják nyújtani (21. ábra). A korosztályhatárok kijelölése során a KSH által alkalmazott intervallumokat a kérdőív tesztelése során módosítottuk, a kalandparkok által javasolt határokat építettük be a kutatásba.

A kérdőíves felmérés adatai alapján egyértelműen látható, hogy a legkedveltebb játékelemek közé tartozó kötélpálya alkalmazható a legszélesebb körben. A több, eltérő nehézségi szintű pálya kiépítésével a legfiatalabbakat kivéve – meghatározott testmagasságot elérve – valamennyi korosztály számára, fizikai felkészültségük figyelembe vételével szinte mindenki számára élményt nyújtó játékelem alakítható ki. Ezzel is indokolható az a hazánkban

is megfigyelhető trend, hogy kizárólag kötélpályákból álló létesítmények nyílnak meg, például Challenge Land (Budapest), Zamárdi Kalandpark (Zamárdi).

21. ábra: A legtöbb élményt nyújtó játékelemek a kalandparkok egyes korosztályai esetében



Forrás: A kérdőíves felmérés adatai alapján

8.3.6. A kalandparkok által kínált kapcsolódó szolgáltatások

A kalandparkok által kínált attrakciók, ride-ok önmagukban nem elegendőek a vendéglégedettség elnyeréséhez, ha hiányoznak a kapcsolódó szolgáltatások, melyek a hosszabb időtartamú tartózkodást teszik lehetővé. A turizmushoz közvetlenül kapcsolódó szolgáltatások – elsődleges szuprastruktúra elemei – a legtöbb parkban megjelentek.

A kapcsolódó szolgáltatások alatt a vendéglátást és a szálláshely szolgáltatás mellett a rendezvényszervezést kell kiemelni. Ma már a legtöbb helyszínen működik a park saját üzemeltetésében vagy vállalkozó bevonásával vendéglátó egység. Ez legtöbbször büfé, vagy a melegkonyhás üzlettípusok közül étterem, vendéglő.

Vendéglátás jellemzői a kalandparkokban

A vendéglátás azon túl, hogy a vendéglégedettség kialakításában kulcsszerepet tölt be, növeli a tartózkodási időt és mindemellett további bevételeket generál.

A vendéglátó egységek továbbá imázs formáló szerepet is kapnak, az általuk kínált ételek és italok mennyiben erősítik a kalandpark küldetésében megfogalmazottakat és mennyiben felelnek meg a látogatók által elvártaknak.

A vendéglátásban egyedi kínálatot a négy felmért helyszínből két helyszín nyújt:

- A Mecsextrémében Tepsifüles étterme elnevezésében, kínált ételekben és italokban harmonikusan illeszkedik egyrészt a tulajdonosi háttérhez, másrészt a park által megfogalmazott küldetéshez. Ennek ellenére egy kalandparkban elhelyezett a'la carte étterem első pillanatra idegenül hat. Az ételkínálat kialakításában figyelembe vették azoknak – várhatóan az egyéni látogatók döntő többségének – igényeit is, akik csak rövid idő szándékoznak étkezéssel eltölteni. A mozgás, aktivitás filozófiájával ellentétes is például egy háromfogásos, a klasszikus magyar konyha szellemében elfogyasztott ebéd vagy vacsora. Az a'la carte mellett minden nap menüt is kínálnak, mely az osztálykiránduláson résztvevő csoportoknak vagy az iskolai nyári szünetben minden héten szervezett táborokban résztvevő gyermekek ellátására is alkalmas. Míg a széles választékot kínáló étterem a céges tréning, rendezvények, családi napok számára lehet optimális. Az étterem kritikus pontja a alacsony kapacitása lehet, mely 40 fő és további 40 fő a teraszon tud helyet foglalni. Figyelembe véve a park látogatóinak számát és annak növekedését, ezt hosszabb távon bővíteni kell, vagy további egységeket kell kialakítani. Nagyobb rendezvények alkalmával a rendezvénysátor is megoldást nyújt, de azt kedvezőtlen időjárás esetén szintén csak korlátozottan lehet használni és nem nyújt olyan kényelmet a vendégeknek, mint egy épületben elhelyezkedő étterem. Az éttermen kívül a parkban további két büfé is üzemel. Az étterem üdülési csekk elfogadóhely, a hálózathoz történő csatlakozás a vendégforgalom látványos növekedést eredményezett. Elsősorban a családok és a baráti társasággal érkezők használják fel ott az üdülési csekkjüket.
- A gyöngyösfalui Holdfényliget a másik helyszín, mely egyedi kínálatot képvisel. Itt a klasszikus büfé vagy étterem helyett grillkonyha és teabár várja a vendégeket. Nagyobb rendezvények, így például céges összejövetelek vagy akár lakodalmak helyszínének ajánlják, mely színpaddal, grillkonyhával, italbárral felszerelt. Azonban szintén időjárásfüggő a használhatósága. A Holdfényliget vendéglátó helyszíneinek másik kuriózuma a park területén elhelyezett szalonnasütők/grillező helyek, melyek bérleti díj fejében használhatóak. Népszerűségüket mutatja, hogy már előre le kell foglalni őket.

A vendéglátás jelenlegi helyzetét vizsgálva megállapítható, hogy kalandparkjainkban még kezdetleges állapotban van, holott további bevételeket generál és a vendég-megelégedettség kialakításában kiemelt szerepet tölt be.

Szálláshely, mint kapcsolódó szolgáltatás a hazai kalandparkokban

Az Egyesült Államokban a tematikus parkok felkeresése több nap időtartamú is lehet. Vendégeiket magas minőségi kategóriába tartozó, a tematikus park témájához illeszkedő arculatú szálláshelyek várják. Nyugat-Európában is megfigyelhető, hogy több napossá hosszabbodik a tartózkodási idő. Ez a trend a parkok méretének és a kínált szolgáltatások számának növekedésével magyarázható. A látogatók ki akarják használni a park által nyújtott lehetőségeket, melyre sok esetben az egy nap már nem elegendő.

A gazdasági szervezetek tevékenységének célja a hosszú távon fenntartható működés kereteinek biztosítása. Ezért dönteniük kell – bár ez rövid- illetve középtávú döntést jelent – a kereslet igényeinek történő megfelelés vagy az óvatosság elvének alkalmazásával, a kis lépésekben történő fejlesztés mellett. A fogadóképesség növelése szálláshely létesítésével nagyságrendbeli költség- és kockáztnövekedést jelent. Abban az esetben, ha a létesítmény olyan településen, vagy annak közvetlen közelében található, mely megfelelő minőségi és mennyiségi szálláskapacitással rendelkezik, kevésbé kiélezett a probléma. Ott, azonban, ahol ezen a területen hiány mutatkozik, szálláshelyek létesítése a park fejlesztésének és bővítésének szűk keresztmetszetévé válhat.

Ha a hazai kalandparkok területi elhelyezkedését vizsgáljuk, megfigyelhető, hogy olyan térségekben jöttek létre, melyek a turisztikai magterületekhez közel helyezkednek el. Ez utóbbi igazolja az előbbi fejezetben megfogalmazott hipotézisünket. A néhány kivétel kapcsolódó szolgáltatásait elemezve látható, hogy először ezeken a helyszíneken hoztak létre szálláshelyet is a kalandparkhoz közvetlenül kapcsolva. Ide sorolhatjuk Sástót vagy Gyöngyösfalut, ahol panzió, illetve kemping áll a vendégek rendelkezésére.

A kalandparkot felkereső látogatót alapvetően befolyásolja a rendelkezésre álló szálláshely típusa, minősítése is. A kalandparkok kínálata által megcélzott látogatók igen eltérő fogyasztói csoportok, a legkülönbözőbb elvárásokkal, igényekkel. A kalandparkok látogatói között három–négy egymástól markánsan elkülönülő csoportot mindenképpen szükséges megemlíteni, így: az iskolai csoportok, osztálykiránduláson résztvevő diákjait és az utazást szervező tanáraikat, az egyénileg utazók köréből kiemelten a kisgyermekes családokat, valamint a baráti társasággal érkező extrém sportokat kedvelő fiatalokat, és nem utolsósorban a vállalati tréningek résztvevőit. Ha csak ezt a három–négy szegmenst vesszük figyelembe, már akkor

látható, hogy alapvetően eltérnek preferenciáik, más-más követelményeket fogalmazznak meg, melyeket a vendégül látó helyszíneknek mind teljesíteniük kell.

Ezért tehát a szálláshelyfejlesztést a park jelenlegi látogatói és jövőbeli stratégiai fejlesztési irányok figyelembevételével kell kialakítani.

8.3.7. A parkok jövője

A kalandparkok az egyik legújabb szereplői a hazai turisztikai piacnak, az egyik legdinamikusabban növekvő attrakciótípust alkotják. Bár a turisztikai termékek életgörbéjét hosszabbnak azonosítják a kutatók, de itt is felgyorsul a piac, mely egyrészt a külső környezet és kapcsolatrendszer folyamatos értékelésére, másrészt a tervezés jelentőségének növekedésére hívja fel a figyelmet.

A jövő szempontjából az alábbi három vizsgálati szempontot emeltem ki a kutatás során (26-27. kérdés):

- külső kapcsolatrendszer,
- hosszú távú fejlesztési irányvonalak,
- kockázati faktorok azonosítása.

Külső kapcsolatrendszer

A vállalkozások sikeressége, illetve fennmaradásának kritikus eleme a külső környezettel kialakított kapcsolatrendszer. A működéshez szükséges erőforrásokat a külső környezet szolgáltatja, míg maga a termék fogyasztói is a külső környezetből származnak.

A tematikus parkok modelljének egyik kritikus és vitatott pontja a külső kapcsolatrendszer kialakítása a helyi/térségi turisztikai szolgáltatókkal. A turizmus oly sokszor kiemelt multiplikátor hatásának érvényesüléséhez a népszerű attrakciókon túl minden igényt kielégítő szolgáltatói kínálat szükséges. A tematikus parkok nemzetközi modelljében ezeket a szolgáltatásokat a parkok maguk vállalják fel, így a legnagyobb esetében terméktársítás is megfigyelhető, így például Nyugat-Európában az aktív turizmushoz sorolt golfturizmus. Magyarországon a parkok nem rendelkeznek olyan nagyságrendű pénzügyi erőforrásokkal, melyek lehetővé tennék ilyen összetett szolgáltatási skála kialakítását. A helyi és térségi szereplőkkel intenzívebb kapcsolatban állnak, mely egyben nagyobb egymásra utaltságot is jelent. A partneri kör másik csoportját az elosztási csatorna részét képező szervezetek alkotják,

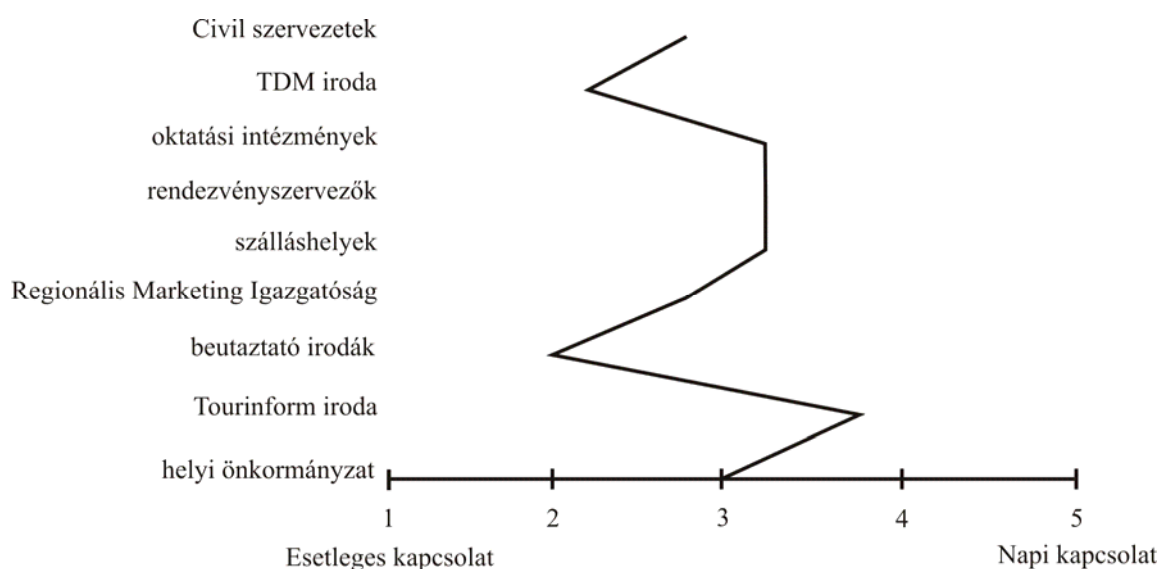
így a rendezvényszervezők, a beutaztató irodák és a regionális marketing igazgatóságok (22. ábra).

A hazai turisztikai szektor új szereplőinek tekinthetők a turisztikai desztináció-menedzsment (TDM) szervezetek, melyek a helyi/térségi szereplőket összefogva a település/térség hatékonyabb piaci érvényesülése érdekében végzik tevékenységüket. A jelenleg formálódó TDM szervezet tagjai között megtaláljuk a kalandparkokat, ám a felmérés és az interjúk alapján egyértelművé vált, hogy azok jelenleg még nem érzik a hálózathoz tartozás előnyeit.

A parkok – mint turisztikai attrakciók – a piac keresleti oldalának elérése érdekében eltérő csatornákat használhatnak, melyet a turizmusban elosztási csatornának nevezünk (LENGYEL M. 2004). A parkok direkt és közvetett módszerű kapcsolatteremtésre egyaránt törekednek. A közvetett modellben az utazási irodák – kiemelten beutaztatók – közreműködésével jön létre az összeköttetés, ám a gyakorlatban mégis ez a legkevésbé jellemző. Ennek oka valószínűleg abban keresendő, hogy a parkok keresletében a belföldi vendégek aránya domináns, akik belföldi utazásuk során utazásszervező és utazásközvetítő szolgáltatását nem igénylik. A közvetett kapcsolat kialakításában azonban a közvetítő szektor mellett a turisztikai piac más szolgáltatói által történő közvetítés is jellemző (pl. szálláshelyek). A parkok a környék, illetve a 2–3 órás távolságra lévő idegenforgalmi központokban elhelyezkedő szálláshelyekkel is kapcsolatot létesítettek. A szálláshelyek utazási csomagjaikba építhetik be a kalandparkot, mely megfelelő vendégszám esetében a stabil vendégkört növeli a parkokban. A szálláshelyek mellett a rendezvényszervezők szintén bekapcsolódnak az értékesítésbe, mely az üzleti vendégkör igényei szerint alakítja ki a programcsomagot. Az üzleti szegmensre alapozva több tréningek szervezésére szakosodott vállalkozás is létrejött hazánkban. Logikus lenne arra számítani, hogy a parkok – mint ideális tréning helyszínek – szoros kapcsolatban állnak ilyen szervezőkkel. A megkérdezett létesítményeknél azonban nem igazolódott be ez a hipotézisünk, mert valójában csak esetleges – egy-egy megkeresésre szól – a kapcsolat.

A direkt kapcsolatteremtésben a regionális marketing igazgatóságok mellett a Tourinform irodák segítik a parkokat, melyek a kiállításokon való részvételben vagy regionális/térségi/helyi prospektusokban további lehetőséget kínálnak a megjelenésre.

22. ábra: A kalandparkok külső kapcsolatrendszere



Forrás: A kérdőíves felmérés adatai alapján saját szerkesztés

Hosszú távú fejlesztési irányvonalak

A hosszú távon is fenntartható működés alapja olyan termékek/szolgáltatások kialakítása, melyek tényleges keresleti igényeket elégítenek ki. Az idegenforgalomban még inkább szem előtt kell tartani a fenti állítást, mely egyben a közép- és hosszú távú tervezés jelentőségét is növeli. Míg a piac egyik oldalán gyorsan változó kereslet a jellemző, addig a kínálati oldalon mind inkább komplex és az elvárt minőségnek megfelelő terméket várnak el a fogyasztók. A folyamatos minőség biztosításához, a kereslet érdeklődésének biztosításához rendszeres beruházások, az attrakciók bizonyos időközönkénti megújulására van szükség. A kalandparkok ennek érdekében különböző stratégiákat dolgoztak ki, melyek

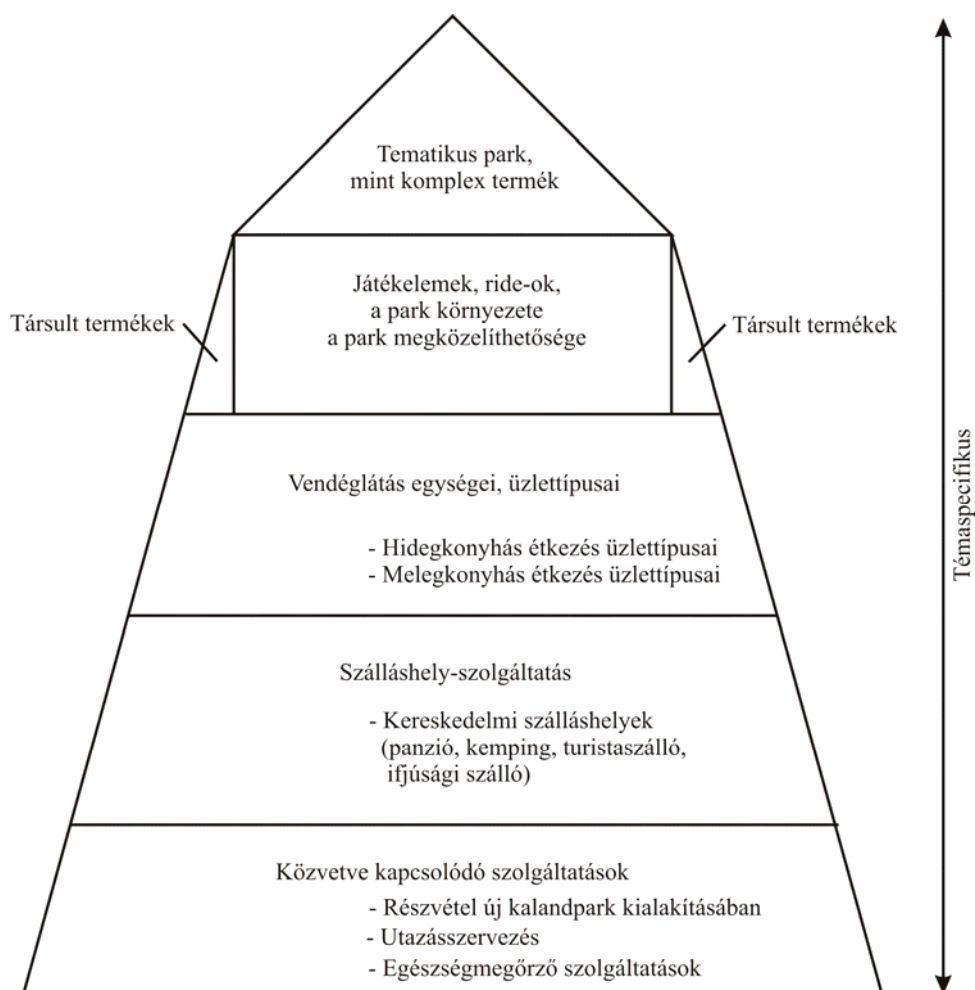
A hosszú távú stratégiai fejlesztési irányok között valamennyi park az első helyre sorolta a folyamatos megújulás követelményét. Ennek legegyszerűbb módja az évenkénti új játékelemek bevezetése. Valamennyi parknál megfigyelhető ez a törekvés, mely azon túl, hogy új – első – látogatókat eredményez, a parkot már korábban felkereső vendégeket is újabb visszatérésre ösztönzi. Részben ennek köszönhető a visszatérő vendégek 50–80% közötti aránya. A meglévő mellett az új játékelemek új célcsoport megnyerését is megalapozhatják. Valamennyi létesítmény a második helyen jelölte meg a piacbővítés fontosságát a stratégiában. Az új játékelemek kiválasztása során a legpreferáltabb – jelen vagy jövőbeni – szegmens igényeit veszik figyelembe, míg korlátként a pénzügyi erőforrásokon túl a rendelkezésre álló területnagyságot, illetve a természeti adottságokat kell kiemelni.

A stratégiai fejlesztési irányok között a kapcsolódó szolgáltatások bővítése, meglévő minőségének fejlesztése is szerepel, mely a szálláshelyekre és a vendéglátásra koncentrálódik. A

szálláshely tekintetében valamennyi park turistaszálló létesítését tervezi, mely az egyéni látogatók mellett az iskolai csoportoknak is optimális megoldás. Az üzleti vendégeknek azonban a szálloda kategória felelne meg, de az árbevétel alapú látogató-összetétel már megkérdőjelezi ennek megtérülését. Több park egybehangzóan állítja, hogy az egyéni látogatók fajlagos költsége megközelíti az üzleti vendégekéét, így nem biztos, hogy indokolt az ilyen jellegű fejlesztés. A *vendéglátás* minimális szintje valamennyi parkban megoldott, ennek minőségi fejlesztése illetve kapacitásának bővítése szintén jövőbeni tervek között szerepel.

A közvetve kapcsolódó szolgáltatások köre szerteágazó a parkok profiljától függően. A jövőbeni tervek között legtöbb esetben az utazásszervezés szerepel, mely a kiutaztatás mellett a beutaztatásra is irányul. A kiutaztatói tevékenység jellemzően a kalandsportokhoz kapcsolódó, míg a beutaztatás az iskolai csoportok részére szervezett utazási csomagot jelent. A 23. ábra mutatja be logikai sorrendben és egymásra építve a fenti fejlesztési irányokat.

23. ábra: A tematikus park (kalandpark) attrakciófejlesztésének modellje



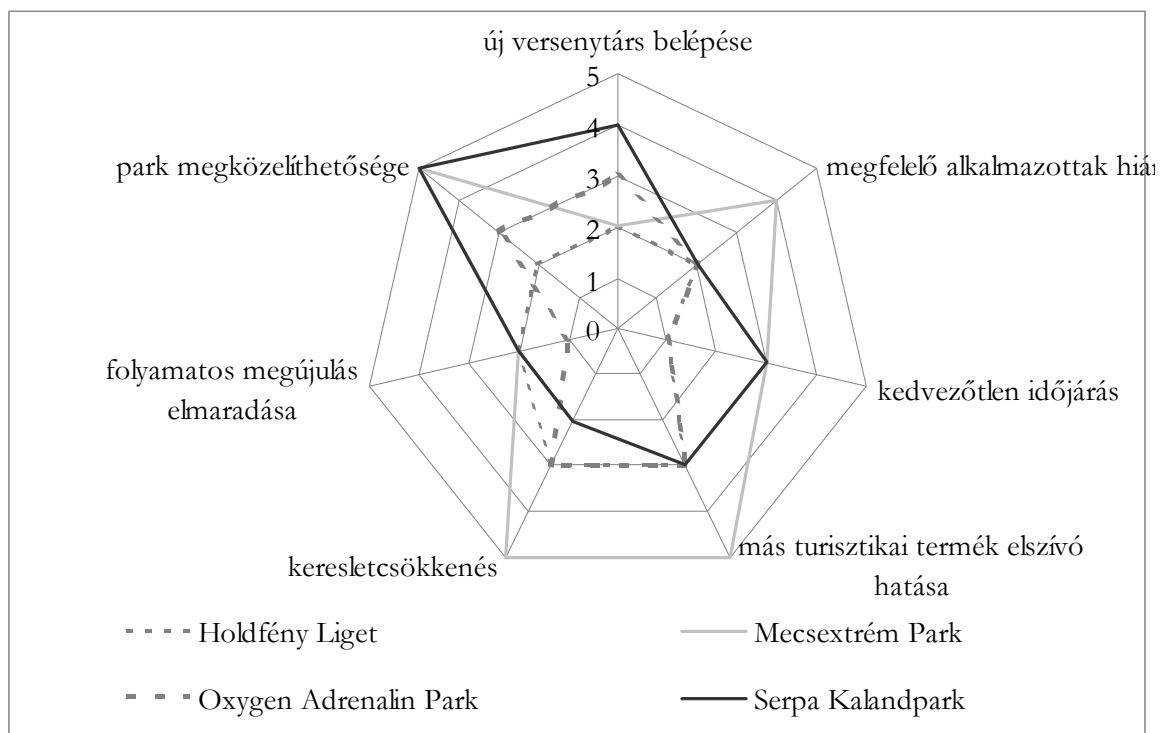
Forrás: saját szerkesztés

A parkok hosszú távú fejlesztési irányai között az attrakciófejlesztés és a kiegészítő szolgáltatások minőségi és mennyiségi fejlesztése szerepel. A parkok egybehangzó véleménye alapján megállapítható, hogy a játékelemek folyamatos megújítása önmagában nem elegendő, a vendéglátás és a szálláshely-szolgáltatás profilhoz és a kereslet elvárásaihoz kapcsolódó szintjének kialakítása szükséges.

Kockázati faktorok a parkok működésének fenntarthatóságában

Mind a rövid, közép és hosszú távú tervezés során értelmezni és értékelni kell azokat a *kockázati faktorokat*, melyek veszélyeztethetik a működés biztonságát és fenntarthatóságát (24. ábra). Az ábra azokat a tényezőket tartalmazza, melyek minden park esetében valós kockázati elemként minősítettek. A vélemények egyes esetekben megegyeznek, de egymástól jelentősen el is térhetnek. Itt is beigazolódik, hogy a működésük eredményességében a legjelentősebb kockázatot a folyamatos megújulás elmaradása veszélyezteti, mely a visszatérő vendégek és az első látogatók számában is csökkenéshez vezetne. Valamennyi park az első vagy második helyre sorolta a kockázati rangsorban.

24. ábra: Kockázati faktorok a parkok működésének fenntarthatóságában



Forrás: A kérdőíves felmérés adatai alapján saját szerkesztés

Összességében a második helyre tehetjük a kedvezőtlen időjárásnak a veszélyét, de a válaszok nagyon eltérnek egymástól. Olyan külső adottságról van szó, melyen a vezetés nem tud változtatni, legfeljebb alkalmazkodni tud hozzá. Míg a gyöngyösfalui és a sástói park az első helyre, addig a pécsi és balatonfűzfői a közepes veszélyek közé rangsorolta. Ennek magyarázata a park külső környezetében és keresleti jellemzőiben keresendő. A fűzfői park az idegenforgalmi főidényhez, a Balaton forgalmához igazodva április elejétől október végéig tart nyitva. A Mecsextrém Pécssett található, széles kínálati skála aktív turisztikai eleme, ahol a kedvezőtlen időjárás a park látogatóit kevésbé riasztja el, az előre bejelentett csoportok ilyen körülmények esetén is felkeresik a parkot. Hasonló trend jellemzi a szállodák számára előzetesen értékesített belépőjegyeket, melyeket a szálláshelyek csomagajánlataikba építenek be.

A turisztikai szektor és egy-egy létesítmény sikere a humán erőforrás minőségi és mennyiségi jellemzőivel közvetlen kapcsolatban áll. A kérdőíves felmérés eredményei alapján megállapítható, hogy az állandó alkalmazottakon túl további átlagosan 30 fő szezonális foglalkoztatására van szükség a zökkenőmentes működtetés érdekében. A kérdőíves felmérés is ezt igazolta, mert a megfelelő alkalmazottak hiányát a parkok átlagosan a harmadik helyre sorolták. Mindössze a pécsi park vezetése nyilatkozott úgy, hogy nem okoz problémát a szükséges létszám folyamatos biztosítása, mely Pécs, mint oktatási központ funkciójával is magyarázható.

A kockázati elemek között a negyedik helyen szerepel az új versenytárs belépése a piacra. A parkok egy rendkívül gyorsan növekvő és népszerű terméknek minősülnek az attrakciók között, mely a piac vonzerejét és a piacra belépők/belépni szándékozók számát növeli. Ez viszont versenyhelyzetet és annak éleződését okozza. Mindezek mellett bár a hazai piac növekedési fázisban található, ám bizonyos térségekben már egy-egy koncentráció figyelhető meg. A parkok hatókörét regionálisnak, komplex termékstruktúra esetén országosnak minősíthetjük. Így ma egy-egy térségben már a kínálat telítődését figyelhetjük meg, például az Északi-középhegység Bükk-térségében vagy a Balaton keleti medencéjében.

9. ÖSSZEFOGLALÁS

A disszertációban a turizmus új típusú attrakciói közül a tematikus parkok működésének, illetve ennek egyik speciális típusának, a kalandparkok elméleti modelljének megalapozását tűztem ki célul. Jelen fejezetben a vizsgálat főbb megállapításait, eredményeit kívánom összegezni.

Turisztikai erőforrások, vonzerők, attrakciók és desztinációk fogalma és kapcsolatrendszer

A turizmus rendszerének, a turisztikai termékek alapját a vonzerők képezik, melyek speciális esetben univerzális vonzerőt is szolgáltathatnak a fogadótérségek számára. *Az egyes fogalmak, alkotóelemek közötti interdependens kapcsolat jelentősége, az egymásra építkezés szükségessége a tematikus parkok kialakításának, sikeres működésének alapelve lesz.* Megállapításaim alapján az erőforrások turisztikai szempontú átfogó értékelésének minden termék- és fogadóképesség-fejlesztés alapját kell képeznie, mely a fenntartható turizmus kialakításának is a bázisát jelenti. *Véleményem szerint a vonzerő és az attrakció fogalmát el kell választani egymástól, ehelyett a folyamatszémleletet preferálom, melyben első lépés a vonzerő megléte, míg a transzformációs – fejlesztési – folyamat eredménye az attrakció. A desztinációk esetében a térszémleletű megközelítést tartom megalapozottnak, mely szerint egy adott térben összekapcsolódó turisztikai kínálatok összessége.* Míg az elméleti modellekben a fenti fogalmak szétválaszthatóak, addig a valóságban ezek gyakran átfedik egymást.

A tematikus parkok számos speciális jellemzővel bírnak, melyek a turizmus rendszer alapfogalmainak újragondolását kívánják meg. *A tematikus parkok olyan turisztikai attrakciók, melyeknél a vonzerő, mint alapadottság megfoghatatlan. A vonzerőt a téma és azt feldolgozó játékelemek és ride-ok testesítik meg. Önmagában vonzerő attrakció nélkül ebben az esetben nem létezik, mely az egyik speciális jellemzőjük.* A parkok turizmuselmélet szempontjából másik fontos tulajdonságuk, hogy *önálló desztinációt képezhetnek,* mely akár több napos programlehetőséget is kínál a látogatók számára. Ez elsősorban az amerikai parkok jellemzője, de Európában és hazánkban is szinte minden létesítmény képes legalább egy egész napra lekötni a látogatókat. A park többi szolgáltatásának profilját is ez a téma határozza meg, ezért a témaválasztás hosszú távon a park működésének alapját jelenti. Önmagában a játékelemek nem elegendők a sikeres működtetéshez, kapcsolódó szolgáltatások szükségesek a látogatók teljeskörű kiszolgálásához, melynek egy következő lépcsőfoka lehet a valódi desztinációként történő megjelenésük. *Összességében a tematikus parkok a vonzerő, attrakció és desztináció fogalmát egyszerre képviselik, mely egyben kihívás is a létesítmények tervezői és üzemeltetői számára.*

Tematikus parkok a turizmusban

A disszertáció témájául választott tematikus attrakciók az egyik legjelentősebb termékfejlesztési irányvonalat képviselik a világ turizmusában. A számuk folyamatos növekedése mellett termékválasztékuk is bővül, *a parkok kínálata is jelentősen átalakult, mely legszemléletesebben az új típusok megjelenésében és elterjedésében figyelhető meg. Így a klasszikus szórakoztató parkok mellett megjelentek előbb a nyitott majd a fedett aquaparkok, később az örökség- és a kalandparkok. Az újgenerációs parkok kialakulását keresleti oldalon a motivációs struktúra átalakulása generálta és segítette.* A parkok fejlődési pályájának speciális jellemvonása, hogy a nagyméretű parkok létrejötte időben megelőzte a kisebbeket. A legnagyobb parkok a tömegturizmus keresletéhez kapcsolódnak, mely egyben biztosítja hosszú éveken és évtizedeken át a milliós nagyságrendű vendégforgalmat. Emellett Nyugat-Európa legnagyobb kiterjedésű és népességű országaiban található meg a legkedveltebb parkokat, melyek a helyi keresletre épültek.

Hosszú ideig a tematikus parkokat azon ember alkotta attrakciók közé soroltuk, melyek a legmesterségesebbeknek minősülnek, mert a földrajzi tértől függetlenül szinte bárhol megépíthetők a világon, még a témaválasztásuk is univerzális lehet. Ez az állítás ma a Disneylandek és annak követői esetében valóban igaz, de az új típusok a helyi adottságokhoz annál gyakrabban nyúlnak vissza, illetve arra építik a terméket. *Megállapítható, hogy témaválasztásukban ugyan kevésbé függenek a helyi erőforrásoktól, ám telephelyválasztásuk során a helyi természeti-társadalmi-gazdasági környezet annál fontosabb szerepet kap. Másrészt a parkok egyedi kínálatát a helyi adottságokra alapozott termékfejlesztés teremti meg.*

A tematikus parkok piacára máig a koncentráltág jellemző, bár az elmúlt időszakban kisebb parkok kialakításának is tanúi lehetünk. A klasszikus szórakoztató- és annak vizes változatát jelentő aquaparkokra továbbra is a nagy méret jellemző, addig az örökség-, de legfőképp a kalandparkoknál a kisebb méretűek megjelenése is megfigyelhető. *Ez a folyamat véleményem szerint azáltal magyarázható, hogy a szórakoztató- és aquaparkok tőke- és folyamatos tőkepótlás/visszaforgatás igénye a legnagyobb, míg a megtérülés követelménye szigorú, mert általában magántőke áll a háttérben.*

A tematikus parkok összetett vonzerő- és motivációs struktúrája teszi azt lehetővé, hogy a szórakoztatás, mint központi funkció mellett több járulékos funkciót lehet kiemelni, melyek az egyes parkok megkülönböztetett státuszát biztosítják. *A Maslow-i szükséglet-hierarchia magasabb szintjei felé tolódik el a parkok gyors bővülése, bár a látogatók száma alapján továbbra is a tömegturizmusra és az alapszükségletek kielégítésére koncentráló létesítmények helyezkednek el az első helyen. A tematikus parkok legújabb típusai közül az örökség- és a kalandparkok a szórakoztatás mellett a felsőbb szükséglet-szinteket célozzák meg.* A posztfordista turizmus változásaira

– például a keresletorientáció fokozódására – a kínálati oldalon a fejlesztések irányainak változtatásával reagálnak. *A tematikus parkok különböző típusai az eltérő szükséglet-hierarchia szintek igényeit célozzák meg, így akár az alsóbb, de akár a felsőbb szinteket.* A helyi adottságokból fakadó témaválasztás és az azt feldolgozó attrakciómenedzsment alkalmazásának módszerei mind az alapszükséglettel érkezők, de a komplexebb, magasabb követelményeket támaztó turisták számára is kielégítő szolgáltatást kínálhatnak. *Logikai kapcsolat figyelhető meg a megcélzott hierarchiaszint és tematikus parkok kialakításának időbeli sorrendisége között.*

Magyarországon a tematikus parkok piaca még fejletlen, kevés szereplője van, megjelenésüket a pénzügyi erőforrások hiánya mellett a társadalmi értékrendszer és életmód változásának a megkésettsége is hosszú ideig hátráltatta. Hazánk a társadalmi-gazdasági fejlődés, az értékrendszer és a fogyasztási cikkek vonatkozásában jelenleg a „gazdasági csoda” és „a posztmateriális társadalom” közötti átmenet jegyeit mutatja, ám sajátosan gazdasági csoda nélkül. Ezzel szemben a pályázati rendszerek a *szabadidő és turizmus vonatkozásában a nyugat-európai minták alapján az élménytársadalomra jellemző fejlesztési irányokat támogat.* Így mind a rekreáció, mind a turizmus vonatkozásában a kereslet a tematikus kínálatok felé fordul el. Hazánkban legismertebbek az aquaparkok, melyek vízi szórakoztatóparkként működnek. Mára hazánkban szinte valamennyi régióban működik aquapark vagy tervezik létesítését. Pályázati támogatási rendszerek már a 2000-es évek eleje óta ösztönözték kialakításukat. Az aquaparkok mellett ma legnagyobb számban kalandparkokat találunk hazánkban, melyek a disszertáció szűkebb témáját is képezték. Legkisebb számban örökségparkok van jelen ma Magyarországon, az első valódi örökségpark megnyitása most van folyamatban. A parkok szektorának fejlődését hátráltatta és részben ma is hátráltatja a hazai turizmusra jellemző tőkeszegénység, az alacsony fizetőképes kereslet, a támogatások hiánya.

A kalandparkok működésének modelljének és annak gyakorlati megvalósulásának vizsgálata

A tematikus parkok – köztük a kalandparkok – speciális helyzetűek a turizmus rendszerében. Egyrészt az *attrakció és a desztináció szerepét egyidőben képesek betölteni*. Ez leginkább a nagyobb létesítményekre érvényes, de szinte minden kalandpark képes a látogatóknak egésznapos programot kínálni. *A parkok desztinációvá válását a kapcsolódó szolgáltatások mind gyorsabban bővülő köre alapozza meg, mely komplex termékcsoomag kialakítását teszi lehetővé*. A jelentősebb turisztikai vásárlóerővel és tőkeerős turisztikai szolgáltatókkal rendelkező gazdaságokban a kalandparkok desztinációvá válása megfigyelhető, míg *hazánkban ez a folyamat még csak most indult meg*.

A parkok vizsgálata során a Lengyel M. (1992) nevéhez fűződő *turizmus rendszere modell* a *kalandparkok termékjellemzőivel* került módosításra. A *keresleti oldalon* parkok a turisztikai célú látogatók mellett a rekreáció funkciójával is kiegészítettük, míg a *kínálati oldalon* a termék egyes elemeinek struktúráját is ábrázoltuk. *Az így kapott modell a parkokat helyezi a középpontba, a parkok szemszögéből történik a rendszer felvázolása. Ez az új szemléletmód lehetővé teszi, hogy komplex megközelítés alapján vizsgáljuk meg a parkok és a földrajzi környezet kapcsolatrendszerét*. A kalandparkok a mesterséges vonzerők közé sorolandók, de kialakításukat és működésüket a földrajzi tér természeti-társadalmi-gazdasági szférájának speciális struktúrája alapozza meg. A kérdőíves felmérés egyértelműen bizonyítja, hogy a *kalandparkok legfontosabb telepítési tényezője a természeti környezet*, mely azonban önmagában nem bizonyul elegendőnek a fenntartható működéshez. Így a társadalmi és gazdasági adottságok, fejlettség bizonyos szintje és jellege váltja ki a parkok megjelenését. A pályázati támogatási rendszer kiépítése a parkok területileg egyenletesebb jelenlétét is szolgálja, egyben új szereplők megjelenését is ösztönzi a tulajdonosok között. A parkokat a nemzetközi minták és a kedvező hazai fogadtatás hívta életre, korábban pályázati forrás nem volt elérhető fejlesztésükre. Így a korábbi időszakokban a tisztán piaci viszonyok érvényesülése is rentábilissá tette létesítésüket és működésüket, ám erőteljes területi koncentrálttsággal. A pályázati támogatások révén azokban a térségekben is megjelenhetnek a kalandparkok, melyekben a természeti adottságok fennállása mellett az önerő hiánya akadályozta elterjedésüket. Véleményem szerint azonban ebben az esetben a működés fenntarthatóságának és megtérülésének vizsgálata elsődleges szemponttá válik, mert a támogatás kizárólag a létesítmények kiépítésére szól.

A kalandparkok legfontosabb jellemzőjének tartom, mely legnagyobb előnyük egyben a *kínálati rugalmasságukat*, mely lehetővé teszi, hogy több célcsoport számára minőségi, komplex és élményteli szolgáltatásokat nyújtsanak. A tömegetturizmust képviselő klasszikus tematikus parkokkal szemben szemléletükben, működésük filozófiájában *elmozdulnak az alternatív turizmus felé*, melyet az esettanulmányban feldolgozott kalandparkok válaszai is

tükröznek. A dolgozatban bemutatott integratív funkciók rámutatnak arra, hogy egy magasabb fejlettségi szintet képviselnek a hagyományos parkokkal szemben, mely egyben sikerességük és népszerűségük alapjait is képezik. A kalandparkok *integráló szerepének* vizsgálata során a keresleti, kínálati jellemzőiket, működési modellje alapján került elemzésre. Megállapítható, hogy az összetett szerkezetnek, funkcióknak köszönhetően a parkok integratív jellege több dimenzió mentén értelmezhető:

- *kalandpark, mint a turista – helyi lakosság találkozási pontja,*
- *tömegturizmus és fenntarthatóság, természetközelség,*
- *park, mint turisztikai attrakció és desztináció,*
- *szórakoztatás, oktatás és nevelés, közösségformálás,*
- *szuburbán rekreációs funkciók.*

A *kalandparkok kereslete* hazánkban is összetett, mely a kínálati komplexitás és/vagy specializáltság következménye. A parkok egy része egy-egy játékelemre összpontosít, ahol a kereslet egy adott csoportjának megjelenése a jellemző, míg a nagyobb, komplexebb kínálati portfóliójuk révén differenciált keresletorientációt valósítanak meg. A kalandparkok *klasszikus keresleti szegmensei az osztálykirándulások, üzleti vendégek (corporate látogatók), családok, baráti társaságok (4. táblázat).* A filozófiát a játékelemeknek is támogatniuk kell, a megcélzott célcsoport igényeinek megfelelő kínálati portfóliót kell kialakítani. Elsősorban urbánus térségekben a turisták/kirándulók mellett a helyi lakosok is rendszeresen látogathatják a parkot, mely fontos szempont lehet az üzemeltetés és fejlesztés területén. A célcsoportok párhuzamos jelenléte a kalandparkokban mind a fejlesztés, mind az üzemeltetés feladatait és szempontrendszerét befolyásolja, így például a szolgáltatásportfóliót, a kapcsolódó szolgáltatások körét.

Kalandparkok fogalom-, modellalkotása és tipizálása

A tematikus parkokra vonatkozó elméleti megközelítések és a disszertációban induktív módszerrel feldolgozásra kerülő esettanulmányok alapján a kalandparkokra vonatkozó *fogalom- és modellalkotásra*, valamint a *hazai kalandparkok tipizálására* vállalkoztam.

Fogalomalkotás

A tematikus parkok alatt a Puczko L. – Rátz T. (2002) által hivatkozott Medlik, S. (1996) értelmezését tekintettem kiindulópontnak, míg a kalandparkoknál az elméleti és a gyakorlati megvalósulásuk, jellemző jegyeik alapján az alábbi definíciót javaslom: *a kalandparkok olyan természeti adottságokra építkező tematikus parkok, melyek a turisztikai funkción túl rekreációs funkciókat is betölthetnek, magasabb szükséglet-hierarchia szinteket megcélözva. A park olyan játékelemekből épül fel,*

melyek a látogatói aktivitást feltételezik, ezen keresztül valósítva meg eredeti céljukat, az élményen alapuló kikapcsolódást és ismeretszerzést.

Modellalkotás

A kalandparkok modellépítésének alapja a terméket alkotó egyes elemek lesznek, melyekben közös elem a témaspecifikum, mely szervesen összeköti a szolgáltatásokat és valódi desztinációvá fejlesztheti a parkot. A 12. ábra mutatja be logikai sorrendben és egymásra építve a fejlesztési irányokat.

Összegzésként a 22. táblázatban kívántam összefoglalni a tematikus és a kalandparkok legfontosabb jellemzőit és a két típus között fennálló legjelentősebb különbségeket.

22. táblázat: A tematikus parkok és a hazai kalandparkok jellemzőinek összefoglalása

Ismérvek	Tematikus parkok	Kalandparkok
Funkció	szórakoztatás, kikapcsolódás	szórakoztatás, kikapcsolódáson túl oktatás, ismeretterjesztés
Kapcsolódó szükséglet-hierarchia szint	alapvető, biológiai szükségletek	az alapvető biológiai szükségleteken túl magasabb szintű pszichológiai szükségletek
Vonzó	ride-ok, játékelemek	Játékelemek
Látogatás jellege	Passzív	aktivitás vár el a látogatótól
Vonzó alapja	mesterséges, a földrajzi tértől független	természeti adottság
Jegyrendszer	one-day-fee	differenciált árképzés (napi és játékelemenkénti jegy kombinálása)
Nyitva tartás	Szezonális	Szezonális
Turisztikai funkciója	attrakció és desztináció	Attrakció

Forrás: saját szerkesztés

Kalandparkok tipizálása a földrajzi tér és a kínálat komplexitása alapján

A kalandparkok működése és annak elméleti modelljének felvázolása után, a levonható következtetések disszertáció szempontjából egyik legfontosabb eredménye *a tértípusok és a kalandparkok kínálati összetettsége alapján történő tipizálás*, mely alapján az alábbi típusok azonosíthatók:

- komplex kínálati összetételű, nagy- és középvárosi térhez kapcsolódó parkok,
- komplex kínálati összetételű, természeti környezet bázisú idegenforgalmi centrumokhoz kapcsolódó parkok,
- egy-egy játékelemre specializálódó nagy- és középvárosi szabadidőparkok,

- egy-egy játékelemre specializálódó, idegenforgalmi centrumokhoz kapcsolódó parkok.

A fentiek alapján megállapítható, hogy a hazai kalandparkok a nagy- és középvárosok mellett az idegenforgalmi központokhoz kötődnek, mely a működési környezetüket és jellemzőiket is meghatározzák (például jegyrendszer kialakítása, játékelemek összetétele, nyitvatartás, célcsoportok).

- *A komplex kínálati összetétellel rendelkező, nagy- és középvárosi térhez kapcsolódó parkok* egyszerre töltenek be turisztikai és rekreációs funkciót. A keresletük alapját a városok lakossága képezi, akik egy- vagy akár pár órára is felkeresik a parkot, az év során több alkalommal. A többi helyszínnél lényegesen alacsonyabb szezonálitást kell kezelniük. A városokhoz kapcsolódó turisztikai infra- és szuprastruktúra kiépítettsége, a kedvezőbb közlekedési elérhetősége szintén a termék alapját képezi. A hazai kalandparkok közül a típushoz sorolható a pécsi Mecsextrém mellett Magyarország legújabb kalandparkja Sátoraljaújhelyen.
- *A komplex kínálati összetétellel rendelkező, természeti környezet bázisú idegenforgalmi centrumokhoz kapcsolódó parkok* az ország egy-egy jelentős turisztikai desztinációjához kapcsolódnak. Az előző típushoz hasonlóan komplex kínálat kialakítására kerül sor, mely meghatározott célcsoportok – általában családok, többgenerációs utazások – igényei szerint kerül összeállításra. A keresleti bázisa a parkoknak a turistákra és kirándulókra épül. A parktípus domináns profillal rendelkező hazai példái a disszertációban vizsgált gyöngyösfalui Holdfény Liget, a sástói Oxygen Adrenalin Park.
- *Az egy-egy játékelemre specializálódó nagy- és középvárosi szabadidő parkok* a helyi lakosság bázisára épülnek, a szabadidő eltöltésére, rekreációs lehetőséget biztosítanak. A legkedveltebb játékelem a kalandpálya, mely különböző nehézségi szintjei és pályái eltérő fizikai és állóképességgel rendelkezők számára is megfelelnek. Ez a parktípus a rekreáció kapcsolódik, mint a turizmushoz, bár a városok turisztikai kínálatát gazdagítják. Ehhez a parktípushoz sorolom a tervezett kaposvári fejlesztést vagy a már működők közül a budapesti Challengeland kalandpályát.

- Az egy-egy játékelemre specializálódó, idegenforgalmi centrumokhoz kapcsolódó parkok a turistaforgalomra épülnek, de kiegészítő szerepűek lehetnek az utazási döntésben, a helyszínválasztásban. A programkínálat színesítésével a látogatói élmény kialakításában kapnak szerepet. Jellemző játékeleme/ride-ja a bob illetve a kalandpálya, esetleg a mászófal. Az ilyen típusú parkok legnagyobb gyengesége, hogy működésük összekapcsolódik a desztináció vendégforgalmával, annak alakulásába nem vagy csak korlátozottan tudnak beavatkozni. Több jellemző példát is találunk erre a típusra Magyarországon, jellemzően a Balatonhoz vagy a Bükk-hegységhez kötődnek. Így például Zánka mellett Zamárdi vagy Miskolctapolca lehet példa erre a típusra.

A típusalkotás alapján megállapítható, hogy a hazai kalandparkok még nem érték el azt a fejlettségi szintet, mely a desztinációvá válást jelenti. A legnagyobb, komplex kínálatú parkok az utazási döntéshozatalban már elsődleges vonzerőként szerepelnek, a tervezett fejlesztéseik révén megvalósulhat az önálló desztinációként történő megjelenésük a turisztikai piacon.

10. A KUTATÁS LEHETSÉGES HASZNOSÍTÁSA ÉS TOVÁBBI IRÁNYAI

A hazai turizmusföldrajzi vizsgálatok kiindulópontja jellemzően egy-egy település, térség, régió, melyben az idegenforgalmi adottságok elemzésére koncentrálnak a szerzők. A korábbi kutatások így hosszú ideig megmaradtak a leíró kutatások szintjén. A termékszintű vizsgálatok a legjelentősebb terméktípusokra készültek, így legnagyobb számban az egészség- és a kulturális turizmusra. *A tematikus parkok és tágabban értelmezve a tematikus attrakciók kínálatának felmérése mellett a keresletük primer vizsgálata is szükséges.* Több, a vizsgálatba bevont park is jelezte támogatását az ilyen jellegű kutatásoknak.

A kutatás folytatásaként a *tematikus parkok valamennyi típusának vizsgálatát* tervezzük, így a *disszertáció harmadik logikai egységét alkotó elméleti működési modellt az aquaparkokra és az örökségparkokra ki kívánjuk terjeszteni.* Így lehetővé válik az egyik legnépszerűbb termékfejlesztési irány átfogó, hazánk egészére kiterjedő értékelése. *Hosszú távú célként a tematikus attrakciók hazai megjelenésének és fejlődésének vizsgálata is megfogalmazódott.*

A kutatás jövőbeli irányai között nevesíthetjük a *turisztikai erőforrások és a parkok kialakításának, működtetésének kapcsolatrendszerét.* A turizmus legfőbb pozitív hatásaként a foglalkoztatás- és jövedelemmultiplikátor érvényesülését szoktuk kiemelni, mely a területkiegyenlítő hatás alapja. Ezzel szemben ma már több tanulmány is rámutat arra, hogy ez a mechanizmus több – leginkább a tőkeintenzív – termékek esetében megkérdőjelezhető. Egy átfogó kutatás keretében tervezzük, hogy az egyes terméktípusok területkiegyenlítő hatását megvizsgáljuk és modellezzük a turisztikai erőforrás igény alapján őket.

A disszertáció potenciális hasznosítási területe természetesen maga a felsőoktatás is, ahol két B-szintű szak – Földrajz BSc és Turizmus-vendéglátás BA – keretében is hasznosítható a kutatási folyamat maga és annak elméleti, gyakorlati eredményei. Napjaink felsőfokú oktatásának egyik gyengeségként az elmélet túlsúlyát emelik ki. A megoldást egyrészt az alkalmazott kutatási eredmények disszeminációjában látjuk, mely a gyakorlati problémák és esettanulmányok oktatásba történő beemelése révén a hallgatók látókörét növeli, versenyképesebb tudás, ismeretek és képességek kialakítását támogatja.

11. KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretném megragadni a személyes találkozáson túl írott formában is a lehetőséget, hogy köszönetemet fejezzem ki mindazoknak, akik segítettek, támogattak a munkámban és a dolgozat elkészítésében.

Legelőször témavezetőmnek, Dr. Aubert Antal tanszékvezető, egyetemi docensnek szeretném köszönetemet kifejezni, aki közel tíz éve kíséri, támogatja, egyengeti pályafutásomat. Szakmai kompetenciái mellett külön szeretném kiemelni közvetlensége, lelkiismeretessége mellett emberségét. Sokat tanulhattam, és remélem még tanulhatok Tőle a szakmáról, az emberekről, az életről, köszönöm...

Köszönetet szeretnék mondani Dr. Tóth József professzor úrnak, a PTE rector emeritusának, a Földtudományok Doktori Iskola korábbi vezetőjének, hogy biztosította számomra a doktori képzésben való részvétel lehetőségét. Előadásai, szemléletmódja mindig iránymutatásként szolgáltak és szolgálnak az új generációk számára. Ezúton szeretném megköszönni Dr. Dövényi Zoltán intézetigazgató úrnak és a Földtudományok Doktori Iskola vezetőjének is a támogatását.

Köszönöm kollégáimnak, különösen Csapó Jánosnak, Gelányi Nórának, Marton Gergelynek a szakmai támogatást, bátorítást, észrevételeket és azt a baráti légkört, melyben elkészülhetett ez a dolgozat.

Végül, de nem utolsó sorban családomnak szeretném kifejezni köszönetemet az odaadó szeretetért, végtelen türelmükért és megértésükért, mellyel nagyban hozzájárultak munkám eredményes végzéséhez.

12. FELHASZNÁLT IRODALOM

- ANDRÁS, K. 2006: *A szabadidősport gazdaságtana*. Műhelytanulmányok 75. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest, 58 p.
- AQUAPROFIT: Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia 2007. Budapest, 172 p.
- AUBERT A. – MISZLER M. – SZABÓ G. 2000: *Baranya megye turizmusmarketing terve*. JPTE TTK Földrajzi Intézet Turizmus Tanszék, Pécs, pp. 50–53.
- AUBERT A. 2002: *A turizmus földrajza*. In: Tóth J. (szerk.): Általános társadalomföldrajz II. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, pp. 143–152.
- AUBERT A. 2006: *A turizmusföldrajz rendszertani helye és főbb kérdései a földrajztudományban*. – Földrajzi Értesítő, 3-4. szám, pp. 333–354.
- AUBERT, A. (szerk.) 2006: *Magyarország Idegenforgalma szakkönyv és atlasz*. Cartographia Kiadó, Budapest, 12 p.
- AUBERT A. (szerk.) 2007: *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei*. PTE TTK FI, Pécs, 391 p.
- AUBERT A. – BERKI M. 2007: *A nemzetközi és a hazai turizmus területi folyamatai, piaci tendenciái a globalizáció korában*. – Földrajzi Közlemények, 3. szám, pp. 119–133.
- AUBERT, A. 2008: *Az urbanizációs folyamatok és a rekreációs életterek összefüggései Magyarországon*. In: Csorba P. – Fazekas I. (szerk.): Táj kutatás – Tájökológia. Meridián Alapítvány, Debrecen, pp. 447–457.
- AUBERT A. – BERKI M. – SZABÓ G. 2008: *A turisztikai magterületek kutatása és regionális jellemzői*. In: Szabó V. – Orosz Z. – Nagy R. – Fazekas I. (szerk.): IV. Magyar Földrajzi Konferenciakötet, DE, Debrecen, pp. 492–498.
- AUBERT, A. – SZABÓ, G. 2008: *Tourism Geographical Interpretation as Complex Spatial Categories*. In: Lóczy D. – Tóth J. – Trócsányi A. (szerk.): Progress in Geography in the European Capital of Culture 2010. Institute of Geography, University Pécs, Pécs, pp. 149–160.
- AUBERT A. – BERKI M. – MÉSZÁROS B. – SARKADI E. 2009: *A helyi TDM modell adaptálásának differenciált megközelítése*. In: Hanusz Á. (szerk.): Turisztikai desztináció – „Desztinációs menedzsment”. Nyíregyháza Város és Nyíregyházi Főiskola Természettudományi és Informatikai Kar, Turizmus- és Földrajztudományi Intézet, Nyíregyháza pp. 3–17.
- AUBERT, A. – BERKI, M. 2009: *Harmonization questions of tourism programming in Hungary*. In: The Role of Tourism in Territorial Development 2009, Gheorgheni, pp. 25–70.
- BABBIE, E. 1999: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 704 p.
- BAUER, A. – BERÁCS, J. 2006: *Marketing*. Aula Kiadó, Budapest, 660 p.

- BAUMGARTNER, CHR. 1999: *Auswirkungen und Bewertung – der Versuch einer Relativierung. Beiträge zu einer Entscheidungshilfe in der Planungsphase.* – Integra No. 4. pp. 34–36.
- BÉLAVÁRY ZS. – HERLICSKA K. 2005: *A kalandsportok megjelenése a turizmusban.* IV. Országos Sporttudományi Kongresszus, Budapest, megjelenés alatt
- BELUSZKY P. 1982: *Hittétel vagy a gazdasági földrajz alapkategóriája – avagy léteznek-e komplex gazdasági körzetek.* – Földrajzi Értesítő 2–3. szám, pp. 315–324.
- BERKI M. – CSAPÓ J. 2008: *The Geographical Basis for the Development of Thematic Routes.* Megjelenés alatt, közlésre elfogadva
- BIEGER, TH. 1997: *Management von Destinationen und Tourismusorganisationen.* Oldenbourg Verlag, München-Wien, 395 p.
- BRAUN, B. – MILMAN, A. 1994: *Demand Relations in the Central Florida Theme Park Industry.* – Annals of Tourism Research, No. 1. pp. 150–152.
- BUCKLEY, R. C. 2007: *Adventure Tourism Products: Price, Duration, Size, Skill, Remoteness.* – Tourism Management, No. 6. pp. 1428–1433.
- BUDAI Z. – SZÉKÁCS O. 2001: *A magyar egészségturisztikai kínálat alakítása a különböző célcsoportok igényei szerint.* – Turizmus Bulletin, 4. szám, pp. 3–6.
- BUDAI Z. 2001: *Előszó a Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Programjához.* – Turizmus Bulletin, 1. szám, pp. 2–5.
- BUHALIS, D – LAWS, E (eds.) 2001: *Tourism Distribution Channels – Practices, Issues and Transformations.* Continuum Publishing, London and New York, 376 p.
- BUHALIS, D. – LAW, R., 2008: *Progress in Tourism Management: Twenty years on and 10 years after the internet: The State of eTourism Research.* – Tourism Management, No. 4. pp. 603–623.
- BUHALIS, D. 2000: *Marketing, the competitive destination of the future.* – Tourism Management, No. 1. pp. 97–116.
- BUTLER, R.W. 1980: *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources.* – Canadian Geographer, No. 24. pp. 5–12.
- BUTLER, R.W. 2000: *Tourism and environment: a geographical perspective.* – Tourism Geographies, No. 3. pp. 337–358.
- COY, J. 2008: *Adventure Sports.* – Water Leisure & Lodging, World Waterparks Association különkiadványa, pp. 42–45.
- CROUCH, G. I. – RICHIE, J.R.B. 1999: *Tourism, competitiveness and social prosperity.* – Journal of Business Research, No. 44. pp. 137–152.
- CSATÁRI, B. 2004: *A magyarországi vidékiségről, annak kritériumairól és krízisjelenségeiről.* Területi Statisztika, 6. szám, pp. 532–543.
- DÁVID L. – JANCSIK A. – RÁTZ T. 2007: *Turisztikai erőforrások. A természeti és a kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása.* Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest, 289 p.

- DIETVORST, A. 1995: *Tourist Behaviour and the Importance of Time-Space Analysis*, In: Asworth G.J. – Dietvorst, A.G.J. (eds.): *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning*, CAB International, Wallingford, pp. 163–181.
- DZENG, R.J. – LEE, H.Y. 2007: *Activity and value orientated decision support for the development planning of a theme park*. – *Expert Systems with Applications*. No. 33. pp. 923–935.
- EBERT, W. 1998: *Vergnügungsparks: „Das ist ja besser als eine Weltreise!“ – Entwicklung und Zukunft grossflächiger Vergnügungsparks*. In: HENNINGS, G. – MÜLLER, S. (Hrsg.): *Kunstwelten – Künstliche Erlebniswelten und Planung*. Dortmund Beiträge zur Raumplanung. Band 85. Dortmund, pp. 59–77.
- ENYEDI GY. 2000: *Globalizáció és a magyar területi fejlődés*. – *Tér és Társadalom*, 1. szám, pp. 1–10.
- *Észak-Magyarországi Régió Turizmusfejlesztési Stratégiája 2007–2014*. Miskolc, 117 p.
- FARKAS F. – HADINGER B. – SZÚCS P. 2007: *A menedzsment alapjai*. PTE KTK, Pécs, 165 p.
- FLAVIN, M. 2004: *Kurt Hahn's School & Legacy*. Middle Atlantic Press, Moorestown, 163 p.
- FODNESS, D. – MILNER, L. 1992: *A Perceptual Mapping Approach to Theme Park Visitor Segmentation*. – *Tourism Management*, No. 1. pp. 95–101.
- FORMÁDI K. – MAYER P. 2005: *Bevezetés a turizmusba*. Pannon Egyetem, Veszprém, 256 p.
- FRITZ, P. 2006: *Mozgásos rekreáció*. Bába Kiadó, Szeged, pp. 17–21.
- GYURICZA L. 2008: *A turizmus nemzetközi földrajza*. Dialóg-Campus Kiadó, Budapest-Pécs, 320 p.
- HALL, M.C. 2005: *Rural wine and food tourism cluster network development*. In: Hall, D. – Kirkpatrick, I. – Mitchell, M. (eds.): *Rural tourism and sustainable business*. Channel View Publications, Clevedon Hall, pp. 149–164.
- HARRIS, R. – HOWARD, J. 1996: *Dictionary of Travel, Tourism & Hospitality Terms*. Hospitality Press, Elsternwick, 223 p.
- HETTNER, A. 1902: *Die Wirtschaftlichen Typen der Ansiedlungen*. Geographische Zeitschrift, Wiesbaden. pp. 92–100.
- HOLLOWAY, CH. – TAYLOR, N. 2007: *The Business of Tourism*. Prentice Hall, Harlow, pp. 236–241.
- HORVÁTH E. 1999: *A turizmus mint élményszolgáltatás*. – *Magyar Tudomány*, 11. szám, pp. 1372–1376.
- HUDSON, R. – TOWNSEND, A. 1992: *Tourism employment and policy choices for local government*. – *Environment and Planning*. No. 6. pp. 821–832.
- INKPEN, G. 1998: *Information Technology for Travel and Tourism*. Addison Wesley Longman, Essex UK, 387 p.
- JANKÓ F. 2002: *A hely szelleme, a településimage és településmarketing*. – *Tér és Társadalom*, 4. szám, pp. 39–62.

- KAGELMANN, H.J. 1993: *Themenparks*. In: Hahn, H. – Kagelmann, H. J. (Hrsg.): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*, Quintessenz Verlag, München, pp. 407–415.
- KASPAR, C. 1991: *Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*. Verlag Paul Haupt, Bern-Stuttgart, 176 p.
- KEELING, A. 2003: *Getting into action – The UK adventure tourism market*. – Insights, No. 14. English Tourism Council, London, pp. 83–94.
- KENG, K. 1993: *Evaluating the Attractiveness of a New Theme Park: A Cross-Cultural Comparison*. – Tourism Management, No. 3. pp. 202–210.
- KNAFOU, R. 1997: *Atlas du tourisme. – Encyclopédie de géographie*. Economica, Paris, pp. 893–906.
- KOLLARIK A. 1990: *Az idegenforgalom nemzetközi tendenciái, Magyarország idegenforgalmi adottságai*. Aula Kiadó, Budapest, pp. 100–113.
- KÓRODI M. 2002: *Esettanulmányok a vidéki turizmus témaköréből*. Vendéglátóipari–Szállodai-Turisztikai esettanulmányok. Szolnoki Főiskola, Szolnok, pp. 25–29.
- KOTLER, M. 2002: *Marketingmenedzsment*. KJK Kerszöv, Budapest, pp. 475–490.
- KOVÁCS P. 2004: *Turizmusmarketing elméletben és gyakorlatban*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, pp. 53–56.
- KOVÁCS T. 2007: *A rekreáció főbb irányzatai*. Civilizációs kihívások, rekreációs válaszok. Magyar Sporttudományi Szemle, 2. szám, pp. 3–12.
- KOZMA G. 2002: *Terület- és településmarketing*. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, pp. 105–114.
- KROEHNERT, G. 2004: *Szabadtéri tréninggyakorlatok*. Z-Press Kiadó, Miskolc, pp. 9–23.
- KSH 2009: *Jelentés a turizmus 2008. évi teljesítményéről*. Budapest, 70 p.
- LÁSZLÓ M. 2008: *Kultúra és területfejlesztés*. In: Pap N. (szerk.): Pécs – Európa Kulturális Fővárosa 2010-ben. Imedias Kiadó, Pécs, pp. 8–12.
- LENGYEL I. – RECHNITZER J. 2002: *A hazai építőipar versenyképességének javítása: klaszterek szerepe a gazdaságfejlesztésben*. Régió Art Kiadó, Győr, pp. 99–125.
- LENGYEL M. 1992: *Turizmus általános elmélete*. VIVA Reklámügynökség, Budapest, 212 p.
- LENGYEL M. 2004: *Turizmus általános elmélete*. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája – Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Intézet, Budapest, 528 p.
- LENGYEL M. 2008: *TDM Működési Kézikönyv*. HFF, Budapest, 216 p.
- LEVITT, TH. 1980: *Marketing Success through Differentiation – of Anything*. – Harvard Business Review, Vol. 2. pp. 83–91.
- LOHMANN, M. 2004: *New Demand Factors in Tourism*. European Tourism Forum, Budapest, 10 p.
- LUMSDON, L. 1997: *Tourism Marketing*. Thomson Business Press, London, pp. 138–152.

- MAGYAR TURIZMUS ZRT 2009: *A Vizek Éve 2008 kampányév hatékonysága.* – Turizmus Bulletin, 2. szám. pp. 23–31.
- MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2005: *A szenior korosztály utazási szokásai.* Jelentés, Budapest, 2 p.
- MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2006: *A turizmus trendjei Európában.* – Turizmus Bulletin. 4. szám, pp. 66–68.
- MASLOW, A. 2003: *A lét pszichológiája felé.* Ursus Libris, Budapest, 380 p.
- MCCLUNG, G. 1991: *Theme Park Selection: Factors Influencing Attendance.* – Tourism Management, Vol. 2. pp 132–140.
- MEDLIK S. 1996: *Dictionary of Travel, Tourism & Hospitality.* Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 360 p.
- MESTER T. 2008: *Ifjúsági turizmus Magyarországon I.* – Turizmus Bulletin 2. szám, pp. 2–13.
- MESTER T. 2009: *Ifjúsági turizmus Magyarországon II.* – Turizmus Bulletin 1 szám, pp. 3–13.
- MICHALKÓ G. – ILLÉS S. – VIZI I. 2007: *Az új turisták feltételezett niche-jeinek területi különbségei Magyarországon.* – Földrajzi Értesítő, 3–4. szám, pp. 271–289.
- MICHALKÓ G. – RÁTZ T. – TÓTH G. – KINCSES Á. 2009: *A gyógyfürdővel rendelkező magyarországi települések életminőségének vizsgálata.* – Területi Statisztika, 2. szám, pp. 170–185.
- MICHALKÓ G. 2004: *A turizmuselmélet alapjai.* Turizmus Akadémia 1. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, pp. 47–53. 67–81.
- MICHALKÓ G. 2007: *Magyarország modern turizmusföldrajza.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, 284 p.
- MICHALKÓ G. 2008: *A turisztikai tér társadalom-földrajzi értelmezésének új dimenziói.* MTA doktori dolgozat
- MICHALKÓ, G. – KISS, K. – KOVÁCS, B. – SÜLYÖK, J. 2009: *The impact of tourism on subjective quality of life among Hungarian population.* – Hungarian Geographical Bulletin, Vol. 2. pp. 121–136.
- MIDDLETON, V.T.C. 1988: *Marketing and Travel and Tourism.* Heinemann P. P. Ltd, London, 273 p.
- MIDDLETON, V.T.C. 1994: *Marketing and Travel and Tourism.* Heinemann P. P. Ltd, London, 393 p.
- MILMAN, A. 1991: *The Role of Theme Parks As a Leisure Activity for Local Communities.* – Journal of Travel Research, No. 3. pp. 11–16.
- MILMAN, A. 2001: *The Future of the Theme Park and Attraction Industry: A Management Perspective.* – Journal of Travel Research, No. 2. pp. 139–147.
- MONHEIM, 1979:
- MOUTINHO, L. 1988: *Amusement Park Visitor Behaviour. Scottish Attitudes.* – Tourism Management, No. 4. pp. 291–300.

- MTH 2005: *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005–2013*. Budapest, 239 p.
- NEWSOME D. – MOORE S. A. – DOWLING R. K. 2002: *Natural Area Tourism*. Channel View Publications. Clevedon, 340. p.
- NOVELLI, M – SCHMITZ, B. – SPENCER, T. 2005: *Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience*. – *Tourism Management*, Vol. 6. pp. 1141–1152.
- OPASCHOWSKI, H. 1980: *Probleme im Umgang mit der Freizeit*. BAT Institute, Hamburg, pp. 7–8.
- OPASCHOWSKI, H. 1983: *Arbeit, Freizeit, Lebenssinn?* Leske Verlag, Opladen, 198 p.
- PAGE, S.J. 2007: *Tourism Management*. Butterworth–Heinemann, London, 473 p.
- PEARCE, D. G. 1997a: *Competitive destination analysis in southeast Asia*. – *Journal of Travel Research*, Vol. 35. No. 4. pp. 16–25.
- PEARCE, D. G. 1997b: *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*, Springer-Verlag, New York,
- PINE, B. J. – GILMORE, J.H. 1998: *Welcome to the Experience Economy*. – *Harvard Business Review*, No. 7-8. pp. 97–105.
- PORTER, M. 1998: *Clusters and the New Economics of Competition*. – *Harvard Business Review*, No. 6. pp. 77–90.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2002a: *A tematikus park mint turisztikai attrakció*. – *Turizmus Bulletin*, 1. szám, pp. 6–15.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2002b: *Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában, avagy kulturális utak a turizmusban*. – *Turizmus Bulletin*, 3. szám, pp. 3–11.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2005: *A turizmus hatásai*. Aula Kiadó, Budapest, 496 p.
- PUCZKÓ L. 2009: *Tematikus vonzerő háttéranyag a DDOP pályázati kiírásaihoz*. DDRFÜ, Pécs, 18 p.
- PUCZKÓ, L. - RÁTZ, T. 2000: *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei*. Geomédia, Budapest, 399 p.
- RICHIE, J.R.B. – CROUCH, G. I. 2003: *The Competitive Destination. – A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing, Cambridge, 272 p.
- ROJEK, C. – URRY, J. 1997: *Indexing, Dragging and the Social Construction of Tourist Sights*. *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. Routledge, London, pp. 52–74.
- RÖHRS, H. – TUNSTALL-BEHRENS, H. (eds.) 1970: *Kurt Hahn. A life span in education and politics*. Routledge, London, 268 p.
- SASSER, W. E. 1976: *Match Demand and Supply in Service Industries*. – *Harvard Business Review*, No. 11–12. pp. 133–140.
- SCHERRIEB, H.R. 1998: *Freizeitparks und Freizeitzentren – Ziele und Aufgaben für touristische Leistungsträger*. In: Haedrich, G. (Hrsg.): *Tourismus-Management*, de Gruyter, Berlin pp. 679–698.
- SIX FLAG Co. 2008: *Annual Report 2007*.

- SIX FLAGS Co. 2005: *Annual Report 2004*.
- SMITH, S.L.J. 1989: *Tourism Analysis*. Longman Scientific & Technical, Essex, pp. 17–39.
- SMITH, S.L.J. 1995: *Tourism Analysis: A Handbook*. Longman, Harlow, 336 p.
- SPENCER, E.P. 1995: *Euro Disney – What Happened? What Next?* – Journal of International Marketing, Vol. 3., pp. 103–114.
- STEINECKE, A. 2009: *Themenwelten im Tourismus*. Oldenbourg Verlag, München, 349 p.
- STEINGRUBER, W. 2004: *Erhebungsmethoden in der Geographie der Freizeit und des Tourismus*. In: Becker, C. – Hopfinger, J. – Steinecke, A.: *Geographie der Freizeit und des Tourismus*. Oldenbourg Verlag, München, pp. 138–148.
- SÜLYÖK J. 2007: *A szegmentáció, mint a turisztikai marketing sikertényezője*. – Turizmus Bulletin 4. sz. pp. 46–54.
- SWARBROOKE, J. – HORNER, S. 2001: *Business Travel and Tourism*. Butterworth Heinemann, Oxford, pp. 287–293.
- SWARBROOKE, J. 1995: *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing, London, pp. 253–341.
- SWARBROOKE, J. 2002: *The Development and Management of Visitors Attractions*. Butterworth-Heinemann, Oxford, 403 p.
- SZABÓ, A. 2006: *Rekreáció. Az elmélet és a gyakorlat alapjai*. JGYF Kiadó, Szeged, 180 p.
- TASNÁDI J. 2002: *A turizmus rendszere*. Aula Kiadó, Budapest, 360 p.
- TÓTH J. 1981: *A település hálózat és a környezet kölcsönhatásának néhány elméleti és gyakorlati kérdése*. – Földrajzi Értesítő 2-3. szám, pp. 267–291
- TÓTH J. (szerk.) 2002: *Általános társadalomföldrajz I*. Dialóg-Campus Kiadó, Pécs-Budapest, 486 p.
- TÖRÖCSIK M. 2006: *Fogyasztói magatartástrendek*. Akadémia Kiadó, Budapest, 369 p.
- TÖRÖCSIK M. 2007: *Vásárlási magatartás. Ember az élmény és a feladat között*. Akadémia Kiadó, Budapest, 320 p.
- TÖRÖK P. 2002: *E-turizmus: Az internet és az e-business szerepének növekedése a turizmusban*. – Turizmus Bulletin, 1. szám, pp. 16–22.
- Travel Industry Association (2005): *Adventure Travel Report*. Travel Industry Association of America, (Letölthető: www.tia.org)
- Új Magyarország Fejlesztési Terv 2007–2013. 196 p.
- Új Magyarország Vidékfejlesztési Program 2007–2013. 229 p.
- UNWTO 2006: *Tourism Highlights 2006.*, Madrid 12 p.
- UNWTO 2010: *Tourism Highlights 2009*. Madrid, 15 p.
- URRY, 1995: *Consuming Places*. Routledge, London, 249 p.

- WALL, G. 1997: *Sustainable tourism-unsustainable development*. In: Pigram, J. – Wahab, S. (eds.): *Tourism development and growth: the challenge of sustainability*. Routledge, London, pp. 33–49.
- WALSH-HERON, J. – STEVENS, T. 1990: *The Management of Visitor Attractions and Events*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, 128 p.
- WEAVER, D. 2008: *Sustainable tourism*. Butterworth Heinemann, Oxford, pp. 91–109.
- WEBER, K. 2001: *Outdoor Adventure Tourism: A review of Reseach Approches*. – *Annals of Tourism Research*, Vol. 21. No. 2. pp. 360–377.
- WILLIAMS, P. – SOUTAR, G. N. 2009: *Value, Satisfaction and Behavioral Intentions in an Advanture Tourism Context*. – *Annals of Tourism Research* Vol. 36. No. 3. pp. 413–438.
- WYLSON, P. – WYLSON, A. 1994: *Theme parks, leisure centers, zoos and aquaria*. Longman Building Studies, Harlow, 208. p.

Internetes források:

<http://www.elmenyirtok.hu/index.php?modul=balmenu&kod=9> (A letöltés dátuma: 2008. október 16.)

www.mecsextrem.hu (A letöltés dátuma: 2010. március 01.)

kalandpark.adrenalin-park.hu (A letöltés dátuma: 2010. március 01.)

holdfenyliget.hu (A letöltés dátuma: 2010. március 01.)

www.serpakalandpark.hu (A letöltés dátuma: 2010. március 01.)

www.vidampark.hu (A letöltés dátuma: 2010. március 01.)

13. MELLÉKLETEK

1. sz. melléklet

Jónás-Berki Mónika
PTE TTK FI Turizmus Tanszék
PhD-disszertációt megalapozó kérdőív
Témája: Tematikus parkok a turizmusban

2009. _____ Kitöltés dátuma: _____

Kitöltés helyszíne:

A válaszadó neve:

A válaszadó elérhetősége:

A park megnevezése:

Tisztelt Válaszadó!

A PTE Természettudomány Kar Turizmus Tanszékén a tematikus parkok témakörében készítem doktori disszertációm, melynek az egyik fejezete a hazai kalandparkok működésével, jellemzőivel foglalkozik. Ehhez a munkához szükségem lenne a kalandparkok működésével, helyzetével kapcsolatos információkra, ebben kérem az Ön, illetve a munkatársai segítségét, mellyel nagyban hozzájárulna a dolgozat hitelességéhez.

A dolgozat elkészülte után a kalandparkokra vonatkozó rész összefoglalóját minden, a kérdőívet kitöltő park részére meg tudom küldeni, ezzel a munkával tudnám megköszönni szíves segítségét.

A park tervezésével, kialakításával kapcsolatos kérdések

1. A park

- tevékenységi kör bővítésének eredménye,
- már meglévő attrakció továbbfejlesztése, létesítmény kínálatbővítése,
- új létesítmény kialakítása.

2. A park ötletének, témájának kidolgozása

- saját témaválasztáson alapul,
- meglévő pozitív példa átvétele, adaptációja történt,
 - belföldi minta,
 - külföldi példa,
- egyéb: _____

3. A park tervezését

- Belső szervezeti egység végezte,
- Külső tanácsadó cég bevonásával valósult meg.

A park tervezése során volt olyan terület/tevékenység, melynek megszervezése jelentős nehézséget okozott?

.....
.....
.....
.....
.....

4. Milyen forrásból valósult meg a beruházás?

- Kizárólag saját erő,
- Saját erő és banki finanszírozás,
- Pályázat, vissza nem térítendő támogatás és saját erő, melyben a pályázati intenzitás értéke
 - 0–10%
 - 11–30%
 - 31–50%
 - 51–70%
 - 71–90%
 - 90–100%,
- Saját erő, banki finanszírozás és pályázati támogatás, melyben a pályázati intenzitás értéke
 - 0–10%
 - 11–30%
 - 31–50%
 - 51–70%
 - 71–90%
 - 90–100%.

5. A park kialakítása során mennyire tartják fontosnak a következő szempontokat? (Maximálisan 3 jelölhető meg!)

- A helyi adottságok figyelembe vétele
- A megcélzott piaci szegmens igényei
- A térségbe érkező turisták jellemzői
- Kapcsolódás/illeszkedés a térség jellemző turisztikai termékeihez
- Illeszkedés az ország turizmusfejlesztési prioritásaihoz
- Természeti környezet adottságai

A park működtetése

6. Mekkora a park kiterjedése?

Az összes használt terület: _____ ha (m²)
Ebből a játékelemek által igényelt terület: _____ ha (m²)

A parkoló kapacitása: _____ személyautók (db),
_____ autóbuszok részére (db).

7. Az alkalmazottak létszáma a parkban: _____ fő,
 Ebből az animátorok száma: _____ fő,
 Ebből a parkfenntartással (karbantartás, takarítás) foglalkozók száma: _____ fő,
 Ebből az adminisztratív alkalmazottak száma: _____ fő.
 Ebből a vezetői, programszervezői, marketing, értékesítési munkakörben
 dolgozók száma: _____ fő
 Egyéb: _____ fő.
- Állandó foglalkoztatottak száma: _____ fő,
 Ideiglenesen foglalkoztatottak száma: _____ fő.

8. A park nyitvatartási ideje: _____ nap/év
 Jellemző-e a szezonális nyitva tartás: igen nem
 Nyitva tartás (hónap, nap): _____ (hó, nap) – _____ (hó,
 nap)
 Amennyiben igény van rá, akkor a nyitvatartási időn kívül is (pl. december) is
 megnyitják a parkot? igen nem
 Amennyiben megnyitják, akkor jellemzően kik kérik?
 iskolai csoportok,
 céges látogatók,
 ünnepekhez kapcsolódó rendezvények,
 egyéb: _____

9. Milyen közlekedési eszközökkel közelíthető meg a park, kérem értékelje ennek minőségét (1 (rossz) -5
 (kitűnő))!
 közút _____
 vasút _____
 helyi autóbusszal _____
 helyközi járással _____

10. Mely filozófiát képviseli a kalandpark? (maximálisan 3 jelölhető meg)

- Extrém sportok
 Családbarát
 Több generáció kiszolgálása
 Baráti társaságok fogadása
 Természetközelség
 Aktív szabadidő-eltöltés
 Élményorientáció
 Üzleti szegmensek kiszolgálása
 Egyéb: _____

11. Melyek azok a tényezők, mely a legnagyobb kockázatot jelentik az eredményes működtetés
 szempontjából? (1(egyáltalán nem) – 5 (legjelentősebb kockázati faktor))

- Új versenytársak (kalandparkok) belépése
 Megfelelő szakmai felkészültséggel és szemlélettel rendelkező alkalmazottak hiánya
 Kedvezőtlen időjárás
 Más turisztikai termék elszívó hatása
 Fogyasztók igényeinek változása, a kereslet csökkenése a kalandparkok iránt
 Folyamatos megújulás elmaradása, hiánya
 A park megközelíthetősége

A park keresletének jellemzői

12. Tapasztalatai alapján látogatóik utazási döntésében a park felkeresése

- Elsődleges motiváció,
- Másodlagos motiváció
 - amennyiben másodlagos, akkor tapasztalatai alapján mi volt a fő utazási motiváció: _____
- Keresleti szegmenstől függően,
 - elsődleges motiváció a következő célcsoport(ok)nál:

 - másodlagos (kiegészítő) motiváció a következő célcsoport(ok)nál:

13. Igény esetén ki lehet bérelni az egész parkot (pl. céges családi napok stb.)?

igen

nem

Amennyiben igen, akkor mennyire jellemző az ilyen kereslet?

1 (egyáltalán nem) 2 3 4 5 (havi rendszerességgel)

Eleget tesznek-e ilyen kérésnek (park „kibérlése” – más látogatók számára zárva tart a park)?

igen

nem

14. A park elérhetősége milyen mértékben befolyásolja a keresletet?
(1 (egyáltalán nem) – 5 (kiemelkedő mértékben))

- Egyéni kereslet _____
- Osztálykirándulásokat, _____
- Céges csoportokat. _____

15. Az egyes célcsoportok jellemzően melyik közlekedési eszközt veszik igénybe?

- Egyéni kereslet _____
- Osztálykirándulásokat, _____
- Céges csoportok. _____

16. *Látogatóik a vendégszám alapján*

- _____ % az iskolás csoportok részaránya,
_____ % az egyéni érkezők részaránya,
_____ % a céges csoportok aránya.

17. *Látogatóik az árbevétel alapján*

- _____ % az iskolás csoportok részaránya,
_____ % az egyéni érkezők részaránya,
_____ % a céges csoportok aránya.

18. *Környezetében lévő szállásbelyek mennyiben felelnek meg a látogatók igényének (1 (egyáltalán nem, 5 maximálisan)*

Iskolai csoportok: _____
Céges csoportok: _____
Egyéni látogatók: _____

19. *Milyen mértékű a látogatóik visszatérési hajlandósága?*

- 80% feletti
 50–80%
 20–50%
 20% alatti

20. *Milyen módszerekkel ösztönzik visszatérésre látogatóikat? (Több válasz megjelölhető)*

- Folyamatos tájékoztatás az aktuális programokról, kedvezményes lehetőségekről
 Kedvezmények
 Évről évre új játékelemek
 egyéb: _____

A park attrakciói, játékelemek

21. *Kérem jelölje meg, hogy a parkban mely játékelemek elérhetőek!*

- Bob
 Mászótorony/fal
 Drótkötélcsúszda
 Kalandösvény/akadálypálya
 Íjászat
 Quadpálya
 Paintball
 Zorb
 Kalandvár
 Gokart
 X-jump
 Játsszóház
 Trambulín
 egyéb _____

22. Kérem emelje ki, hogy véleménye szerint mely attrakciók a legkedveltebbek a parkban!

- 1: _____
2: _____
3: _____
4: _____
5: _____

23. Kérem sorolja be, hogy a következő korosztályok számára mely játékelemek a legajánlottabb (legtöbb élményt nyújtják) Kérem, hogy mindegyik esetben 3 játékelemet jelöljön meg.

1–6 év között:

7–14 év között:

15–25 év között:

26–40 év között:

41 év felett:

Az alábbi célcsoportok melyik játékelemet használják leggyakrabban?

Iskolai csoportok: 1. _____
2. _____
3. _____

Céges tréningek: 1. _____
2. _____
3. _____

Egyéni látogatók: 1. _____
2. _____
3. _____

Marketing kommunikáció

24. Milyen csatornákat használ a látogatók elérésében? Milyen arányt képviselnek a marketingkommunikációs költségvetésükben?

- internetes honlapok _____ %
 prospektusok _____ %
 térképek _____ %
 útbaigazító táblák: _____ %
 televízió műsorok _____ %
 útikönyvek _____ %
 sajtó _____ %
 rádióműsor _____ %
 tourinform iroda _____ %
 utazási kiállítás _____ %
 egyéb _____ %

25. Mely célcsoportokat tartja az elsődlegesnek? Elérése érdekében milyen marketing kommunikációs eszközöket, csatornákat használnak?

- 1: _____

2: _____

3: _____

A park jövője

26. Kérem értékelje, hogy milyen szerepűnek értékeli az alábbi külső szereplőkkel fenntartott kapcsolatot! (1 (esetleges, csekély jelentőségű) – 5 (rendszeres, jelentős kapcsolat))

- Helyi önkormányzat
- Tourinform iroda
- Beutaztató irodák
- Magyar Turizmus Zrt. Regionális Marketing Igazgatósága
- Szálláshelyek
- Rendezvényszervező iroda
- Oktatási intézmények
- TDM iroda
- Civil szervezetek, egyesületek

27. Milyen további fejlesztési irányvonalat tart lehetségesnek? Kérem a megjelölt irányokat rangsorolja (1 – legfontosabb, 5 – legkevésbé fontos)

- Vendéglátóhely létesítése

- Meglévő vendéglátóhely színvonalának, kapacitásának növelése, _____
- Szálláshely létesítése,

 - Panzió
 - Kemping
 - Ifjúsági szálló
 - Turista szálló
 - Szálloda
 - Egyéb
- Attrakciók, játékelemek bővítése

- Új piaci szegmens megcélzása

 - Kisgyermekes családok
 - Többgenerációs
 - Fiatal korosztály (18–35 év)
 - Cégek
 - Osztálykirándulás
 - Nyári táboroztatás
- Utazásszervezés

- Egyéb, éspedig

Az üzemeltetőre vonatkozó kérdések

Az üzemeltető szervezet cégformája

- Egyéni vállalkozó
- Betéti társaság
- Kft.
- Zrt
- Egyéb:

Fő tevékenységi kör:

Alapítás éve:

Foglalkoztatottak éves átlagos statisztikai létszáma: fő

Székhely (település):

Köszönöm, hogy válaszaival segítette kutatásomat!

2. sz. melléklet: A hazai kalandparkok által kínált legfontosabb játékelemek

	Bob	Mászótorony	Drótkötélcsúszda	Kalandösvény / erdei akadálypálya	Íjászat	Quadpálya	Paintball	Zorb	Kalandvár	Gokart	Speciális kínálat
Oxygen Adrenalin Kalandpark és Mátra Bob (Sástó)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					Vietnami híd, 360° hinta
Serpa Kalandpark (Balatonfűzfő)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>						
Mecsextrém Park (Pécs-Árpádtető)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	„láthatatlan kiállítás” mozgássérültek fogadása tanösvény és erdei iskola lovaglás
Holdfény Liget (Gyöngyösfalu)			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					kisvona t evezés MTB pálya
Zemplén Kalandpark (Sátoraljaújhely)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							műanyag sípálya libegő tanösvény
Sobri Jóska Kalandpark (Kislőd)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		MTB pálya lovaglás horgászat focipálya postakocsi járat
Zamárdi Kalandpark (Zamárdi)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							
Szabadidő- és Kalandpark Harsány (Harsány)				<input checked="" type="checkbox"/>							lovaskocsizás csónakázás
Challengeland Kalandpálya (Budapest)				<input checked="" type="checkbox"/>							
Kalandtúra Park (Miskolctapolca)				<input checked="" type="checkbox"/>							

	Bob	Mászótorony	Drótkötélcsőszda	Kalandösvény / erdei akadálypálya	Íjászat	Quadpálya	Paintball	Zorb	Kalandvár	Gokart	Speciális kínálat
Zánkalandpark (Zánka)				<input checked="" type="checkbox"/>							
FunExtrém Canopy (Visegrád)			<input checked="" type="checkbox"/>								
Balatoni Bob (Balatonfűzfő)	<input checked="" type="checkbox"/>										
X-trém Bob (Szilvásvárad)	<input checked="" type="checkbox"/>										
Miskolci Bobpálya (Miskolc)	<input checked="" type="checkbox"/>										
Bobpálya (Budapest)	<input checked="" type="checkbox"/>										
Téli-Nyári Bobpálya (Visegrád)	<input checked="" type="checkbox"/>										
Bobpálya (Sopron)	<input checked="" type="checkbox"/>										

* tervezett szolgáltatás