

Városi tér- és funkcióhasználat

Empirikus kutatás Hévíz városán keresztül vizsgálva

Készítette: Ferenczi Edit

Samu Tamás

Konzulensek: Szabó Julianna

Varga Imre

Tudományos Diákköri Konferencia 2014

Budapest Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Építésztechnológiai kar

Településkutató szekció

Contents

1. Bevezetés	4
2. Irodalmi áttekintés	5
2.1. Helyi – vendég kapcsolat, turizmus hatása	5
2.2. Hasonló kutatás.....	7
3. Megvalósult kutatás	8
3.1. Kutatás körülményei	8
3.1.1. Hévíz város	8
3.2. Munkahipotéziseink:	9
3.3. Empirikus kutatás	10
3.4. Módszertan, a város térbeli használatának lekövetése	10
3.4.1. Interjúk	10
3.4.2. Mentális térkép	11
3.4.3. Kérdőív	11
3.5. Eredmények és értékelések:	12
3.5.1. Megkérdezettek demográfiai adatai:.....	13
3.5.1.1. Helyiek:.....	13
3.5.1.2. Vendégek:	14
3.5.2. Közlekedés:.....	16
3.5.3. Vendéglátás.....	17
3.5.4. Élelmiszer vásárlási szokások:	21
3.5.5. Helyiek szokásai a szabadidő eltöltésével kapcsolatban.....	26
3.5.6. Látványosságok megtekintése a helyiek által	33
3.5.7. Sportolási szokások	33
3.5.8. A lakosság fürdőzési szokásai.....	34
3.5.9. Régiókra lebontott térképek vizsgálata:	38
4. Hévíz problémái összefoglalva:	40
5. Összegzés, eredmény:.....	41
6. Továbbélése a kutatásnak.....	42
7. Hivatkozások	44
8. Mellékletek.....	45
9. Nyilatkozat	92

1. Bevezetés

Dolgozatunkban a város térbeli használatának témakörét választottuk, melyet egy gyakorlati példán keresztül vizsgáltunk Hévízen, annak speciális adottságait szem előtt tartva. Célunknak tűztük ki a városhasználati preferenciák; városi területhasználat; kereskedelmi, vendéglátó ipari és kikapcsolódási célpontok feltérképezését, a térbeli összefüggések megrajzolását. Kíváncsiak voltunk, hogy egy üdülővárost mennyire használják eltérően a helyiek és az oda látogató vendégek. Továbbá, hogy vannak-e külön lehatárolható területek a helyi lakosságnak, illetve a vendégeknek, amennyiben igen, mekkora az átfedés köztük, mennyire mozog együtt, egy területen a két csoport.

Amint fentebb már szó volt róla, a kutatás célpontjaként Hévíz városát választottuk. A város jellegét tekintve érdekes vizsgálandó tényező volt, hogy a fő profilját a gyógyturizmus adja, ennek következtében az organikusan kialakult városi funkciók eloszlása és árszínvonala is ehhez alkalmazkodott, s a helyi lakosság nagy része is a fürdőkultúra, gyógykezelés, wellness, fitnesz, szépségápolás területén dolgozik. Mivel a város elsődleges célpontjai az idősök és mozgásszervi betegséggel rendelkezők, felmerül a kérdés, hogy milyen lehetőségek nyílnak az itt letelepülő fiataloknak, kisgyerekes családoknak.

Témaválasztásunkat az is indokolja, hogy ugyan a városi élet minősége, a városi funkciók és terek használata, illetve összességében a városok használata egyre inkább kutatott téma a kortárs építészet és városépítészet területén, az alkalmazott módszertan már mondhatni kialakult, több vizsgálati javaslattal (Gehl 1987, 2000; Lynch 1960), a témában készült- főleg magyar- kutatások száma még mindig rendkívül alacsony. Ezen kutatások többsége is inkább annak a témakörét tárja fel, hogy milyen pozitív és negatív hatása van a turizmusnak, turistáknak egy város és a helyi lakosok életére, nem vizsgálva az így kialakuló városhasználati különbségeket. Ez mindenképp meglepő tény, figyelembe véve, hogy a magyar lakosság 69,4%-a¹ városban lakik, illetve a globális adatok is magas számot mutatnak az urbanizáció területén. „A városoknak pedig elengedhetetlen „kelléke” annak lakossága, hiszen ők építik, alakítják, formálják változó igényeiknek és lehetőségeinek megfelelően a teret”²

¹ KSH adat; www.ksh.hu; 2011

² TRÓCSÁNYI A. – STEFÁN K.: A pécsi fiatalok városképe és reprezentációja mentális térképek alapján; Budapest; 2009; 1.o.

A helyszín választása egyértelmű volt számunkra, mivel a BME Urbanisztika tanszékén már évek óta megvalósuló településkutató táborának idén Hévíz városa adott helyet és látott el minket a szükséges információkkal és eszközökkel a kutatás problémamentes lebonyolítása érdekében.

Az empirikus kutatás során a piackutatás egyes módszertani megoldásait alkalmaztuk. Ennek során egy kétszintű felmérés történt, melynek első lépéseként egy feltáró jellegű kvalitatív megkérdezést, második szintjeként egy leíró jellegű kvantitatív megkérdezést alkalmaztunk.

2. Irodalmi áttekintés

A dolgozat célkitűzése a városi funkciók, szolgáltatások, terek használatának térbeli bemutatása, térképezése két egymástól elkülönülő célcsoport, a turisták és a helyi lakosok irányából. A következő fejezetben át kívánjuk tekinteni a megjelent hazai és nemzetközi irodalom hasonló témában íródott tanulmányait, hogy egy átfogóbb képet kaphassunk a téma módszertanáról, problémáiról, a megfigyelt csoportok viselkedésmintáiról, egymáshoz fűződő viszonyáról.

2.1. Helyi – vendég kapcsolat, turizmus hatása

Amint már feljebb írtuk, a témában kevés jelentősebb kutatás született eddig. A meglévő irodalom nagy része is inkább a turizmus pozitív és negatív hatásait tárgyalja. Ezért elsőként ennek a témakörnek a releváns eredményeit szeretnénk bemutatni röviden.

A turizmus egy nyílt rendszernek tekinthető, mely a környezete több elemével, így a politika, gazdaság, technológia, természeti környezet, kultúra és társadalommal is kölcsönhatásban áll³ A kapcsolatban kölcsönös függések rendszere alakul ki, aminek a hatásai nem feltétlenül egyenlő nagyságúak, s kimenetelük is egyaránt lehetnek pozitív illetve negatív hatásúak. Bevételek hozhatnak a városnak és annak lakosai számára, viszont járadékos terhei jelentenek az úthálózatnak, az energiaforrásoknak, megjelenik a személtelés, a zaj és a tömeg, mint zavaró tényezők.⁴ Erre mutat rá Rácz Tamara is phd.

³ RÁTZ T.: A turizmus társadalmi-kulturális hatásai, Ph.D. Disszertáció; Budapest; 1999;15.o.

⁴ Hévíz város integrált városfejlesztési stratégiája; 2008

disszertációjában, mi szerint a helyiek életmódja, értékrendje, kultúrája, szokása, hozzáállása, de még a demográfiai megoszlás is jelentősen befolyásolhatja a turisták által megélt élményeket. Hozzá kell tenni ehhez, hogy a helyi lakosság attitűdjét is hasonlóan számos tényező befolyásolja, a turisták viselkedésén és demográfiai adatain felül fontos lehet a lakosság turisztikától való függése is. A helyi lakosok és az oda érkező vendégek igényei és attitűdjei gyakran eltérőek, amit a városi irányításnak figyelembe kell vennie, viszont lehetséges, hogy a két tényező nem tér el egymástól jelentősen, vagy akár meg is egyeznek, s ekkor a fejlesztések, rendezések, városigazgatás mindenkit ugyanúgy kell, hogy érintsen.⁵Ezek a kölcsönös hatások rövid, illetve hosszú távon is befolyásolják a turizmus szektor sikerességét a vizsgált területeken.⁶Ezért is érdemes vizsgálni a két csoport viselkedését, mivel az ő aktív térhasználatukból olyan következtetéseket vonhatunk le, melyek a jövőbeni fejlesztések alapjait képezhetik.⁷

A dolgozatban egy másik, számunkra releváns témát is vizsgál, mi szerint a turisták viselkedése, aktivitása és a mi esetünkben a városhasználata korrelál a látogatott település attrakciójának karakterével és a területre látogató turisták típusaival. Az aktivitás mértéke együtt mozog a keresett élmény megszerzésének időintervallumával.⁸Ezekből arra tudunk következtetni, hogy a Hévízre érkező gyógyulni vágyó vendégek nem feltétlenül tartják fontosnak a város felfedezését, inkább a passzív kikapcsolódást veszik előtérbe. Ennek következtében a vendégek körében egy térbeli koncentráció valósul meg a keresett attrakció közelében. A városközpont, illetve a látványosság – esetünkben a gyógyfürdő – közelében veszik igénybe a vendéglátói szolgáltatásokat, mennek el boltba, így kialakítva a városnak egy turisztikai zónáját. Összességében a terület és városhasználat minden bizonnyal egyenlőtlen, ugyanis míg a turista

⁵ Hévíz város integrált városfejlesztési stratégiája; 2008

⁶ RÁTZ T.: A turizmus társadalmi-kulturális hatásai, Ph.D. Disszertáció; Budapest; 1999;37-38.o.

⁷ (http://old.foldrajz.ttk.pte.hu/tarsadalom/otka/pdf/Mentalis_terkep_terhasznalat.pdf)

⁸ RÁTZ T.: A turizmus társadalmi-kulturális hatásai, Ph.D. Disszertáció; Budapest; 1999;34.o.

szabadidejét tölti a desztinációban, addig a lakosság dolgozik, ebből fakadóan eltérő a viselkedésük (Sutton 1967) De ez nem csak területi különbség, mivel a turista üdülése során hajlandó megfizetni a magasabb árakat, míg azt a helyi nem engedheti meg magának. Problémát jelenthet a turizmusra specializálódott településeken, (pl.: Hévíz, Szentendre) hogy az egész város termékeinek és szolgáltatásainak a felhozatala, árszabása alkalmazkodik a célcsoport pénzügyi helyzetéhez, aminek negatív hatása a helyi lakosság tekintetében egyértelmű. A boltok és egyéb szolgáltatási egységek nyitva tartása is a vendégek ritmusát követik le és ezek hangulata is sugallja a vendégek prioritizálását.⁹

A helyi lakosok vizsgálata során felmerült a szomszédsági rendszerek (Perry 1928, Gibbert 1947) elmélete is, mint kutatási irány. Ennek során több jeles városépítész elméletet állított fel egy jól működő város képének kialakítására. Ennek során a különböző vizsgálatok eltérő nagyságú, de hasonló tulajdonságokkal rendelkező szomszédságokból építette fel a preferált város modelljét. Ezeket a modelleket hasonlítottuk össze a Hévízen kialakult szomszédságok, területi egységek helyzetével. Viszont a kutatásunkból az derült ki, hogy a legtöbb esetben a teljes település egy szomszédságként működik, ami az alacsony népességből és a kis alapterületből következik. Az alapul vett tanulmányok is egy egységet több ezres fővel alakított ki. Egyetlen egység volt hasonló a mintául vett szomszédságokhoz, a déli lakótelep, így elvetettük ennek az elméletnek a használatát.

2.2. Hasonló kutatás

Gyula város rendelkezik egy kutatási tanulmánnyal 2008-ból, melyben a helyi lakosságot kérdezték meg a város idegenforgalmáról.¹⁰ Kérdőíves interjút folytattak a civil lakosság körében, az interjúalanyok száma 300 fő, mely a lakosság csupán egy százaléka. Mélyinterjúkat is folytattak 50 személlyel, ez viszont magas szám. Ezen kutatás azért volt fontos számunkra, mert vizsgálati tárgyai közé tartozott többek között

⁹. Városmarketing és kereskedelem *Pelle Csilla és a Szeresd Szentendrét Egyesület tagjai 2007, 2. o.*

¹⁰ART COPY STÚDIÓ- GIMMICK KFT: Közvélemény-kutatás Gyula város idegenforgalmáról, I. Kutatási tanulmány: a helyi lakosság véleménye, javaslata; Gyula; 2008

Gyula fő vonzerejének, mint Várfürdő, Vár, Várszínház; turisztikai szuprastruktúrája; a kulturális látnivalók, illetve, hogy a helyiek mennyire élnek a turisztikai és kulturális programlehetőségekkel. Ezeket mi is vizsgáltuk. A tanulmányban közlik a kérdést, majd demonstrálják a válaszokat, mely egy 1-től 4-ig terjedő skála tulajdonképpen, amely azért kedvező, mert nem lehet egy középső értéket rögtön megjelölni. A válaszokat összehasonlítják az öt évvel korábbi válaszokkal. A kutatás azért hasznos, mert egy olyan réteg véleményét tükrözi, mely állandó használója a városnak; feltárja a turizmus pozitívumait, negatívumait; bemutatja a fejlesztésekről kialakult véleményeket, mely fejlesztéseket támogatná. Ezáltal egy olyan dolgozat készült el, amely azt igyekszik feltárni, hogyan lehet igazgatni egy várost úgy, hogy az a lakosságra és az idegenforgalomra nézve is kedvező legyen. A civil mellett a szakértői véleményeket is felvonultatja.

3. Megvalósult kutatás

3.1. Kutatás körülményei

Az adatfelvétel Hévíz városában 2014 augusztus 24 és augusztus 29 közötti héten történt meg jó időjárási körülmények között. Jellemzően napos, száraz, meleg idő volt, néhány csapadékosabb nappal. Ez befolyásolta a kérdőívezésben elérhető emberek tömegét is. A vizsgálat típusa: leíró, probléma-megfogalmazó jellegű volt. A kérdőívezést közterületeken, illetve a helyi lakosok házaiba becsöngetve végeztük ketten, a város eltérő pontjain. A megkérdezés fogadtatása a hét során sokat változott, a kezdeti barátságos hangulatot később negatív hozzászólások és attitűd váltotta fel. Összességében így is eredményesnek ítéljük meg az egy hét alatt begyűjtött adat mennyiségét.

3.1.1. Hévíz város

Hévíz a Nyugat-Dunántúli Régió kiemelt városa, a Balaton nyugati medencéjében helyezkedik el, Keszthely szomszédságában. A 2007. őszén alakult 8 települést magában foglaló Hévízi Kistérség központja. A lakosság népszáma 2014. január 1-én 4663 fő volt.¹¹ A világ legnagyobb meleg vizes karszttavához történelmi hagyományokon alapuló gyógyászat és fürdőkultúra kapcsolódik. A város elsődlegesen

¹¹ KSH adat, www.ksh.hu

a gyógyászati szolgáltatásokra épít, bár egyre emelkedik a szépségápolás, a wellness és medical turizmus jelenléte is. Napjainkban a Tófürdőbe belépőt váltók száma meghaladja az évi egymillió (2010-es adat).¹² A városban a szállásadás, vendéglátás, gazdasági és személyi szolgáltatás révén teremtett munkahelyeknek köszönhetően kedvező a foglalkoztatási helyzet és alacsony a munkanélküliség. A 2001. évi népszámlálás adatai szerint több mint kétszer annyian dolgoztak a városban, mint ahány foglalkoztatott itt élt.

A település a városi funkciók közül a közösségi-, kulturális funkciót csak korlátozott mértékben látja el. Hévízen jelenleg döntően az idősebb korosztály számára biztosítottak a szabadidő színvonalas eltöltését szolgáló programlehetőségek, a fiatalok kulturális-, közösségi igényei kielégítetlenek. Valódi kulturális-közösségi minőségben a város által kielégítetlen szükségleteket leginkább a szomszédos Keszthely látja el.¹³

Hévíz városa az összes vendégforgalom tekintetében jelenleg a 2. legnépszerűbb magyarországi város, csak Budapest előzi meg a rangsorban. Hévíz városa az összes vendégforgalom tekintetében jelenleg a 2. legnépszerűbb magyarországi város, csak Budapest előzi meg a rangsorban. Leginkább német, orosz és ukrán vendégkör van jelen, de kínai turisták száma is jelentősen megnőtt, igaz ők csak átutazók. Turistákkal megsokszorozódik a város lakossága.

3.2. Munkahipotéziseink:

- 1: A helyi lakosok és a turisták a város eltérő részeit használják.
- 2: A két vizsgált csoportnak kialakultak kedvelt helyeik a városon belül.
- 3: A fiataloknak nincsenek szórakozási lehetőségeik Hévízen belül.
- 4: A helyiek bizonyos szolgáltatásokkal kapcsolatos igényei nincsenek megfelelően kielégítve.
- 5: A hévíziek az árak miatt a környező településeken vásárolnak.

¹² HAJNAL K. – KÖBLI Á.: Hévíz turizmusának fejlődési irányai 17; Modern Geográfia; 2014; 19.o.

¹³ Hévíz város integrált városfejlesztési stratégiája; 2008; 19.o.

3.3. Empirikus kutatás

Hévíz város térbeli használatának feltérképezéséhez, illetve a megalapozó városi szintű információk megszerzése érdekében primer és szekunder forrásokból gyűjtöttünk adatokat. Ezt tovább részletezve a primer kutatás is több részből állt össze, kvalitatív és kvantitatív vizsgálati egységekből

3.4. Módszertan, a város térbeli használatának lekövetése

A város térbeli használatának kutatása során nem állhatunk meg a hagyományos (város)építészeti eszköztárnál, egyéb társtudományok bevált empirikus módszereit felhasználva vizsgáltuk a két számunkra érdekes csoportot. A statisztikai és szociológiai tudományterületek klasszikus eszköztára sok lehetőséget nyújt a város vizsgálatára, mind a kvantitatív, mind pedig a kvalitatív adatfelvétel irányából. Ezeket a klasszikus módszereket kiegészítve próbáltuk ki a már említett modern várostervezésben alkalmazott technikákat, melyeket Jan Gehl már számos esetben sikerrel alkalmazott. Illetve a Kevin Lynch által kidolgozott mental mapping (Lynch, K. 1960) módszerét. Ilyenek például a *counting*, *mapping*, *tracing*, *tracking*,...

Az adatfelvétel során törekedtünk a tényezők objektív és racionális gyűjtésére, ezért a kutatásunk bázisaként a kérdőívezést, mint kvantitatív gyűjtést választottunk meg. Annak érdekében, hogy a kérdőíveinket pontosítsuk és egy megalapozó képünk legyen Hévíz városáról, az ottani életéről, eseményekről kvalitatív adatokat is gyűjtöttünk strukturálatlan és trukturált interjúk keretében.

3.4.1. Interjúk

Az interjúk első számú célja kutatásunkban az volt, hogy jobban megismerkedjünk a helyi lakosokkal és az ők gondolataival, problémáival, a helyi irányítással, az aktuális és fontosabb eseményekkel, átlássuk, hogy milyen a város élete. Tehát a későbbi kvantitatív kutatás megalapozása volt a cél. A mélyinterjúk másik fontos célja a későbbi eredmények, illetve a kvantitatív felmérés által meg nem válaszolt kérdésekre a válaszadás. A mélyinterjúk előtt, egy alapvető tudás megszerzése érdekében egy egész napot szántunk a helyszín bejárására, élmények gyűjtésére, a helyiekkel való strukturálatlan interjúk, beszélgetések lefolytatására. Ezt követően a begyűjtött tapasztalatok alapján egy kérdéssort állítottunk össze, mely a helyi tudásunk elmélyítésére irányult. Ezekből a kérdésekből alakult ki az a strukturált, megtervezett

interjú vezérfonál, amit a helyi szakértőknek tettünk fel. Ebben a forgatókönyvben olyan témákra voltunk kíváncsiak, amelyek befolyásolhatják a vendégek és helyiek viselkedését, területhasználatát, egymással megvalósuló kapcsolatukat. Interjúkat folytattunk le a város életét irányító, illetve azt meghatározó hivatali és privát személyekkel. Így a polgármesterrel, a város rehabilitációval foglalkozó helyi szervvel, a turisztikai desztináció menedzsment képviselőjével, a helyi rendezvények szervezésével foglalkozó személyekkel. Ezen felül a helyi kulturális egységek üzemeltetőivel, a könyvtárossal, múzeumi jegyeladóval. Az interjúk érdekessége, hogy ezen személyek többsége helybeli, így személyes irányban is hasznos adatokkal tudtak szolgálni a témánknak. Az interjúk során hangfelvétel nem készült, így rövid jegyzeteket készítettünk a válaszaikról. Összességében pozitívan értékeljük a lefolytatott beszélgetéseket, melyek hasznos információkkal láttak el minket a további munkához

3.4.2. Mentális térkép

A téma további feltárása érdekében kipróbáltuk a mentális térkép módszerét is. Ennek során arra kértük meg a Hévívre látogató vendégeket, hogy egy vaktérképen rajzolják be az általuk látogatott és ismert helyeket, ezzel bemutatva azt, hogy milyen kép alakul ki a fejükben Hévírről, a helyi ismeretekről. A kutatást egy időben próbáltuk az első kérdőívekkel, annak érdekében, hogy az ebből kiszűrt információkkal tovább tudjuk gazdagítani a kérdőívünket, pontosabban tudjuk a kérdéseinket megfogalmazni. A próba során 5 térképet rajzoltattunk a város különböző pontjain. Egységesen azt tapasztaltunk, hogy a módszer nagyon lassan halad, mivel a megkérdezett személyek idegenkedtek a rajzolástól, írástól. Sokat kellett bátorítani őket a vonalak megrajzolása érdekében. A másik probléma inkább a helyszín karakteréből adódott, az ide látogatók nagy része idős személy és többségük látásukra panaszkodva nem akart részt venni a játékos feladatban. A módszer lassú volta miatt végül elvetettük alkalmazását.

3.4.3. Kérdőív

A kérdőívek kialakítása során támaszkodtunk a már eddig leírt tapasztalatainkra, emellett törekedtünk a problémák objektivizálására és a zárt kérdések alkalmazására. Ez a folyamat egy brainstorming keretében valósult meg, melybe bevontuk a mentorainkat és a többi diáktársunkat, akik részt vettek a kutató táborban. A kérdőíveket az előzetes mentorainkkal történt egyeztetés után személyesen nyomtatott formában töltöttük ki a

megkérdezettek elmondása alapján (PAPI módszer). A végleges kérdőívben a vendégek számára összesen 17, a helyieknek pedig 23 kérdést tettünk fel, melyek többsége a vizsgálendő témára kérdezett rá, néhány magyarázó válasszal kiegészítve, hogy jobban megérthessük a viselkedésüket. A kérdőívezést a négy napig folytattuk, ennek során 91 helyit és ugyancsak 91 vendéget tudtunk megkérdezni. A kérdezés során törekedtünk egy homogén eloszlás irányában, viszont a válaszadási hajlandóság gyakran fluktuált. Megfigyelt technikai tapasztalat volt az, hogy a női kérdezőbiztost preferálták az alanyok, a férfivel szemben. Az ő esetében többen voltak hajlandók beszédbe elegyedni, ami a számokban is meglátszott. A válaszok csaknem 3/5-t gyűjtötte be a női kérdezőbiztos. A helyiek saját házánál történt megkérdezések esetében ez az adat még kiemelkedőbb számokat mutat. A megkérdezéseket a nap folyamán reggel 9 és este 7 között folytattuk le az időjárástól függetlenül. Szerencsére, amint már fentebb írtuk a hét nagyobb részén napos idő fogadott minket. A kérdezés során a vendégeket főleg a belvárosban értük el, míg a helyi lakosokat a város körül több ponton is fel tudtuk keresni. A kérdőíveket a 2. mellékletben csatoltuk. A következőkben bemutatjuk a kutatás eredményeit.

3.5. Eredmények és értékelések:

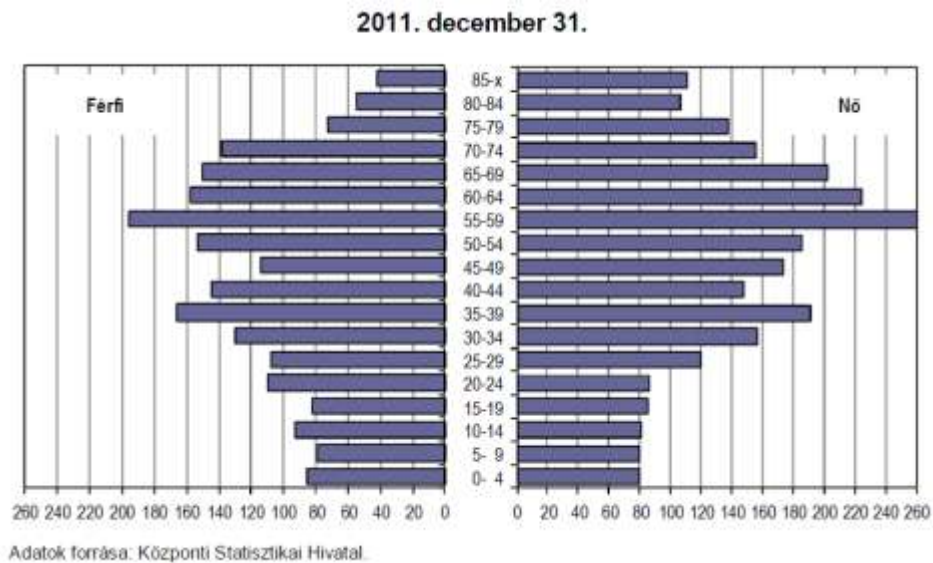
A diagramok azt mutatják, hogy az összes megkérdezett hány százaléka válaszolt az adott kérdésre igennel.

A területi alapú tervezés érdekében Hévíz Városát az alábbi városrészekre osztottuk: ¹⁴

1. Városközponti terület
2. Hévíz Gyógytó és környező belterület
3. Központi lakóövezet
4. Északi lakóövezet és Egregy
5. Déli lakóövezet

¹⁴ Hévíz Integrált Városfejlesztési Stratégiája; 2008

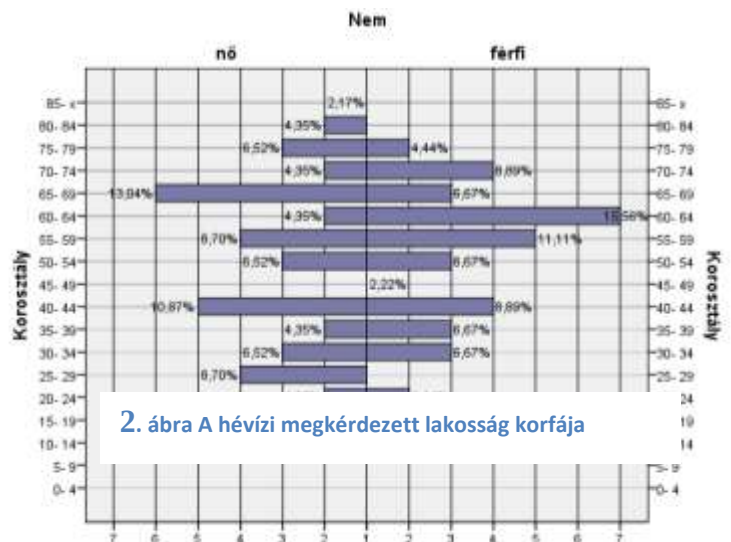
3.5.1. Megkérdezettek demográfiai adatai:



3.5.1.1. Helyiek:

Kérdőívünket 91 hévízi lakossal sikerült kitöltetnünk. Demográfiai adataikat az 1-3. ábra szemlélteti. A kérdőívek felvételének helyszíneiről térképet mellékelünk. 1. térkép.

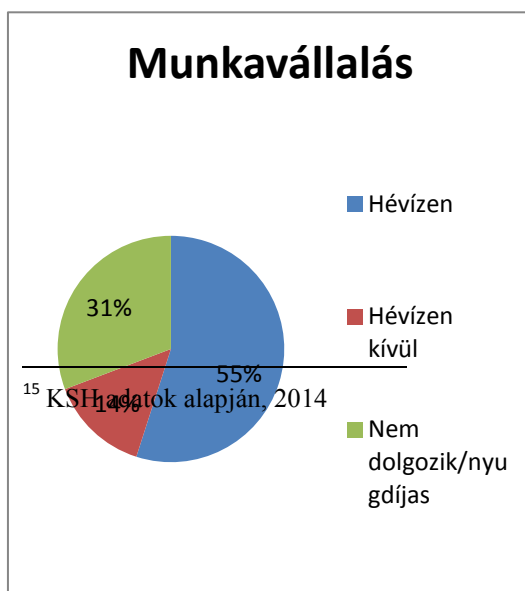
Jelenleg 4685 fő él Hévízen (2014. január 1.).¹⁵ A népesség gyarapodásának ellenére a város előregedő társadalommal rendelkezik a magas migrációnak és az alacsony születések számának köszönhetően. Elsősorban a pihenésre vágyó 55



1. ábra Hévíz lakosságának korfája¹

év feletti és nyugdíjasok költöznek ide.

Származásukat tekintve 87 helyit tudtunk a vizsgálni, ők árultak el minden adatot. Mindössze 28 tősgyökeres hévízivel találkoztunk. A betelepülők közül hatan



nevezték meg ide költözésük okát: ketten rokonok, hárman munka miatt jött ide, egy fő pedig korábbi nyaralóját választotta lakhelyéül. Legtöbben Keszthelyről települtek át, melyet Budapest követ.

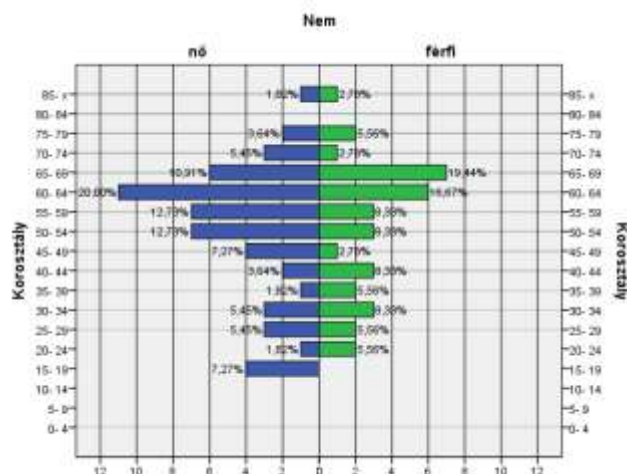
Adatfelvétel során sok fiataalt kérdeztünk meg. Ki szeretnék volna deríteni, hogy ők milyen perspektívákat látnak, milyen lehetőségek vannak egy olyan városban, amely tele van idős emberrel mind a helyiek, mind az idelátogatókat tekintve.

3. ábra A megkérdezett lakosság munkavállalása

A megkérdezettek 69%-a volt munkavállaló, közülük 79,71% Hévízen dolgozik. A nem-dolgozók viszonylag nagy száma abból adódik, hogy az átlagéletkor magas, sok a nyugdíjas.

3.5.1.2. Vendégek:

A vendégeket tekintve csak a magyar turistákkal foglalkoztunk. Hévíz látogatói többnyire beteg, gyógyulni vágyó idős emberek, így a megkérdezettek is elsősorban közülük kerültek ki. A válaszadók 85,7%-a nem először jár Hévízen, többségüket tekintve hosszú évek óta ide járnak nyaranta.



4. ábra Megkérdezett vendégek korfája

A legtöbbben szállodában szállnak meg, őket a kórházban éjszakázók követik. Amennyiben kórházi kezelésben vesznek részt, három hetet töltenek a városban, ez idő alatt a kórház látja el őket teljes körűen.

A várost leginkább személyes, gyalogos bejárás útján ismerik meg, vagy korábbi itteni nyaralásuk során gyűjtött tapasztalat útján. A 168,9 össz. százalékot a többszörös választási lehetőség adja.

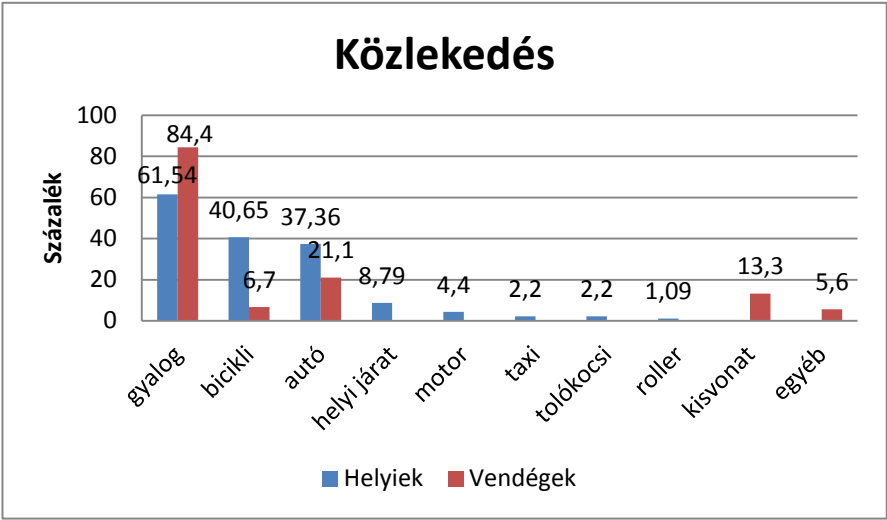
Járt-e már a városban	Gyakoriság	%
nem	13	14,3
igen	78	85,7
Összesen	91	100

1. táblázat Járt-e a vendég l

Hogyan ismeri meg a várost?	Válaszok	
	Darab	%
személyes bejárás	64	71,10%
korábbi tapasztalat	51	56,70%
internet	14	15,60%
térkép	9	10,00%
ismerősajánlása	9	10,00%
infóközpont	5	5,60%
Összesen	152	168,90%

Szállás	Gyakoriság	%
szálloda	32	35,2
kórház	18	19,8
apartman	14	15,4
magánszállás	8	8,8
nem alszik itt	6	6,6
nyaraló	5	5,5
panzió	3	3,3
szanatórium	2	2,2
barát	1	1,1
Keszthely	1	1,1
rokon	1	1,1
Összesen	91	100

3. táblázat Milyen jellegű szálláshelyen tartózkodik, mint vendég?



3.5.2. Közlekedés:

Mind a két csoport tagjai gyalog járnak leginkább, mely valószínűleg a kis távolságoknak tudhatók be, azonban itt meg

kell jegyezni, hogy komoly szintkülönbséggel kell számolni.

5. ábra Megkérdezettek közlekedési módjai

Ezt követően az eszközhasználatban szétválík a két csoport. A helyiek magas százalékban bicikliznek vagy járnak autóval. A vendégek keveset használják a biciklit, holott sok szálloda és magánszálláshely kínál kölcsönzési lehetőséget. Emellett a városban megtalálható a közösségi biciklirendszer is, melyet 2014. szeptemberig bárki ingyenesen igénybe vehetett pár egyszerű lépést követően. A város számos pontján létezik hozzájuk biciklitároló. 2005-ben elkészült a 3,8 kilométer hosszúságú Hévíz-Keszthely összekötő kerékpárút, mely a Balatoni Körúthoz közvetlenül is csatlakozik. A város területét érintő szakasz ebből 0,33 km.¹⁶

Autót inkább a helyiek használják, mint a vendégek. A személygépkocsik használatát az indokolhatja, hogy a hévíziek gyakran hagyják el a várost különböző szolgáltatások miatt, erről a későbbiekben még lesz szó. Az autót használók a kevés parkolóhelyről, az autót nem használók a sok autóról panaszkodtak. 384 db férőhelyet biztosít a nagyparkoló a gépjárműveknek, emellett a városi közutakon összesen 374 darab fizető parkolóhely van. A városban védett övezet a Rákóczi Ferenc és a Kölcsey Ferenc utca, melyekbe behajtás, várakozás, a megállapított forgalmi rend szerint történik. A helyi járat rendszere nem túl kielégítő, kevés járat közlekedik. A város

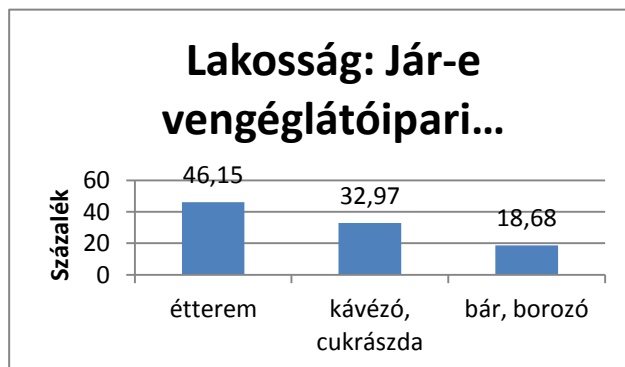
¹⁶ Hévíz Integrált Városfejlesztési Stratégiája; 2008; 35.o.

nagysága nem indokolja önálló helyi járatú autóbuszok közlekedését, így a különböző távolsági járatok érintik a város egyes megállóhelyeit.¹⁷ Ami a helyieknek a volán járat, az a vendégeknek a döttő.

A vendégek többnyire csak a belvárosban közlekednek, néha-néha az egregyi borozókhoz mennek fel, náluk azért nem jelent meg a gyalogláson kívül magas számban más közlekedési forma.

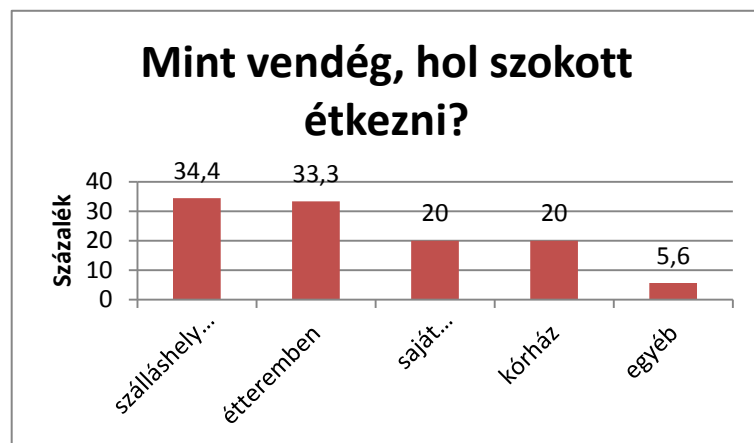
3.5.3. Vendéglátás

Azon kérdéseinkre, hogy a helyiek járnak-e vendéglátó ipari egységbe, azt a választ kaptuk, hogy 27,47%-uk semmilyen típusú vendéglátó egységet nem vesz igénybe. Gyakran



hallottuk panaszként, hogy az árszínvonal elég magas, budapesti vagy afölötti, a turisták pénztárcájára van szabva.

6. ábra Megkérdezett lakosság vendéglátó ipari egység használata



7. ábra Vendégek étkezési szokásai

A 2. és 3. térképet vizsgálva láthatjuk, hogy a helyiek a város több részét is használják vendéglátó ipari egységek tekintetében, jelen vannak a belvárosban, a Szent András utcai körforgalomnál lévő

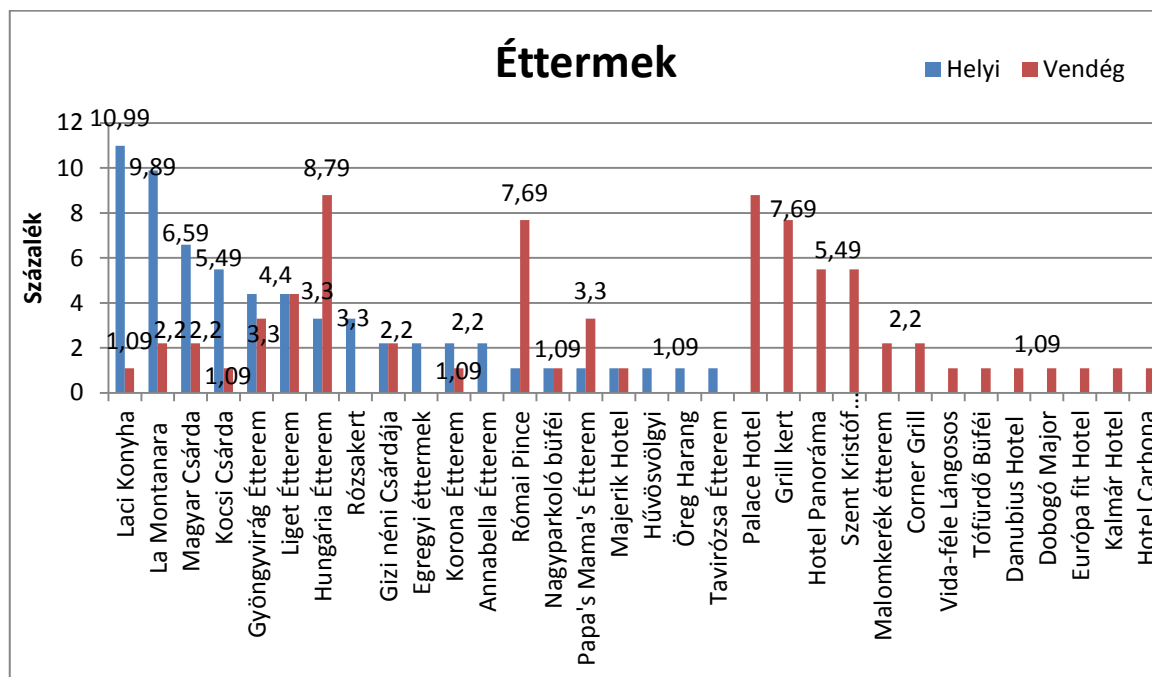
vendéglátó együttesnél és a déli lakótelepnél is. Egregyet azonban nem

használgják sűrűn, sem az oda vezető Zrínyi utcát, pedig számos borozó, söröző található ott, a hegyen pedig számtalan étterem várja az oda betérőket.

A vendégek vonatkozásában nem beszélhetünk jelentős távolodásról a belvárostól. A Szent András utcai együttesnél ők is megjelennek, szerepelnek a térképen, de csak csekély mértékben (1-4 főre utal a pont). A déli lakótelepen lévő

¹⁷ <http://www.heviz.hu/heviz-info/helyi-kozlekedes>

Magyar csárdát is csupán két személy jelölte meg. Egregy használata rájuk sem jellemző, de a helyieknél jóval többen járnak oda. Elsősorban a Római pince miatt keresik fel, továbbá a közelben lévő Gizi néni Csárdájába járnak szívesen. (8. ábra)

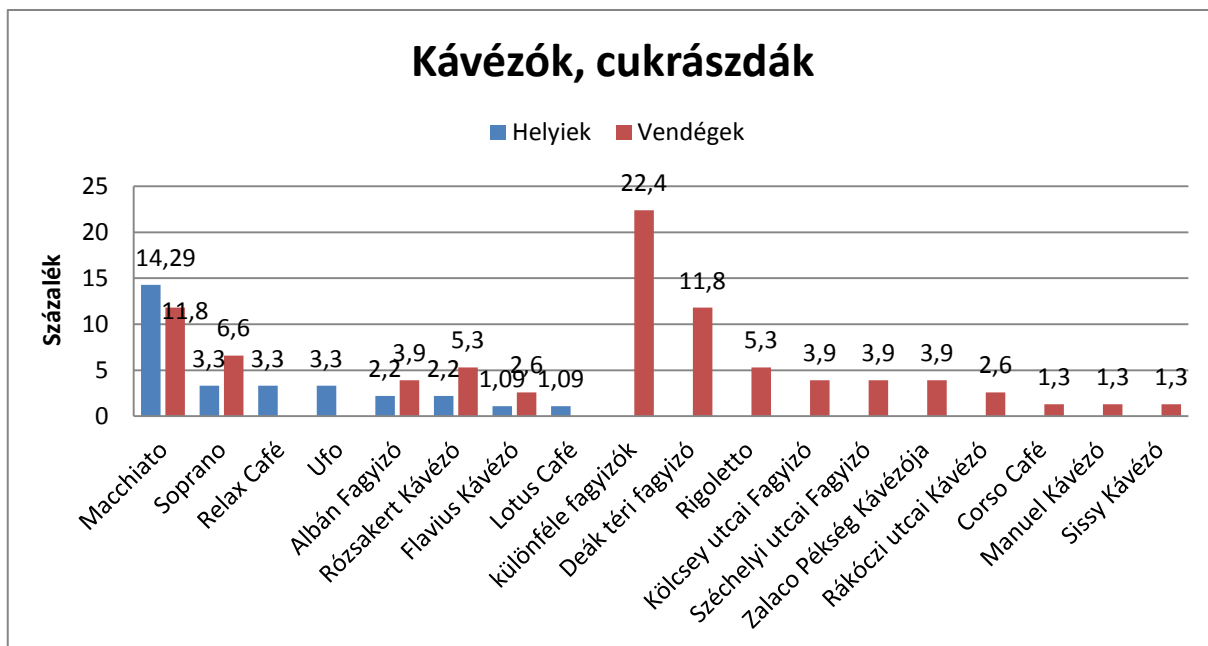


8. ábra Helyiek és vendégek étteremhasználata

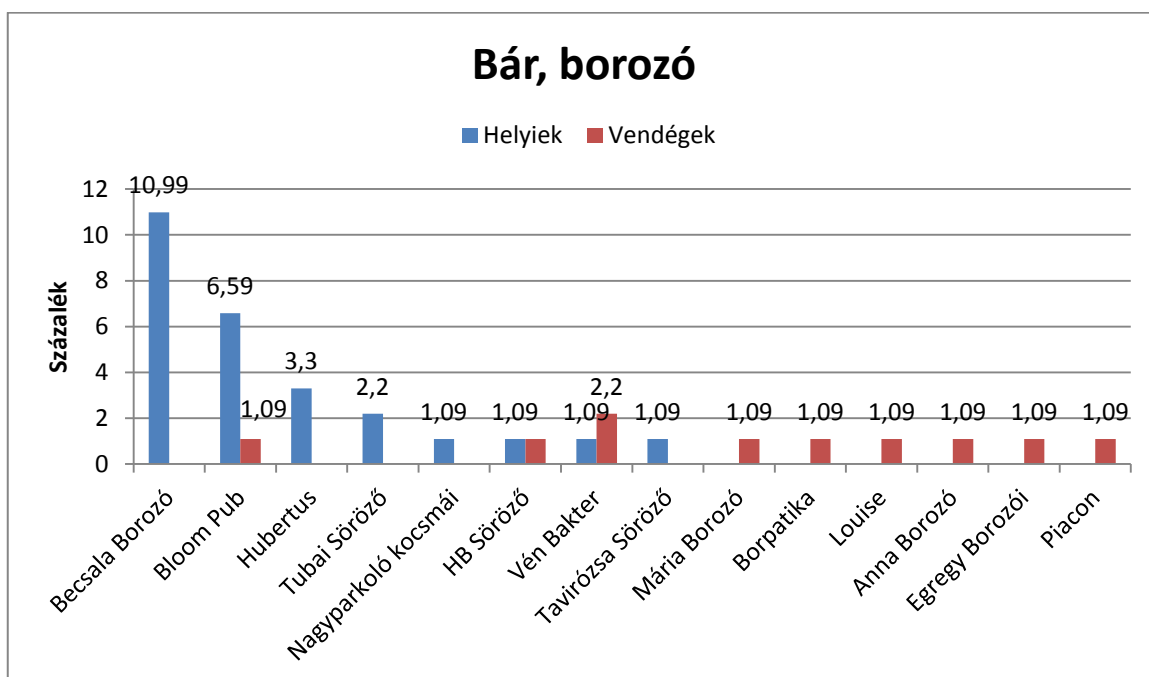
Éttermek közül a helyieket nézve: a nagyon kedvelt Laci Konyha és a Kocsi Csárda a városközpontban található, míg a La Montanara kifejezetten a város szélén, a Szent András utcai körforgalomnál, a Magyar Csárda pedig a város déli részén helyet foglaló déli lakótelepen.

A vendégeket vizsgálva a leggyakoribb helyek, a Római Pincét kivéve, mind a belvárosban találhatók.

A 8. ábrán láthatjuk, hogy nagyrészt eltérő helyekre járnak a helyiek és a vendégek, egyezés a Gyöngyvirág és Liget étteremnél, Gizi néni Csárdájánál, a Nagyparkoló büféinél és a Majerik Hotelnél jelentkezik.



9. ábra Helyiek és vendégek kávézó-, cukrászdahasználata



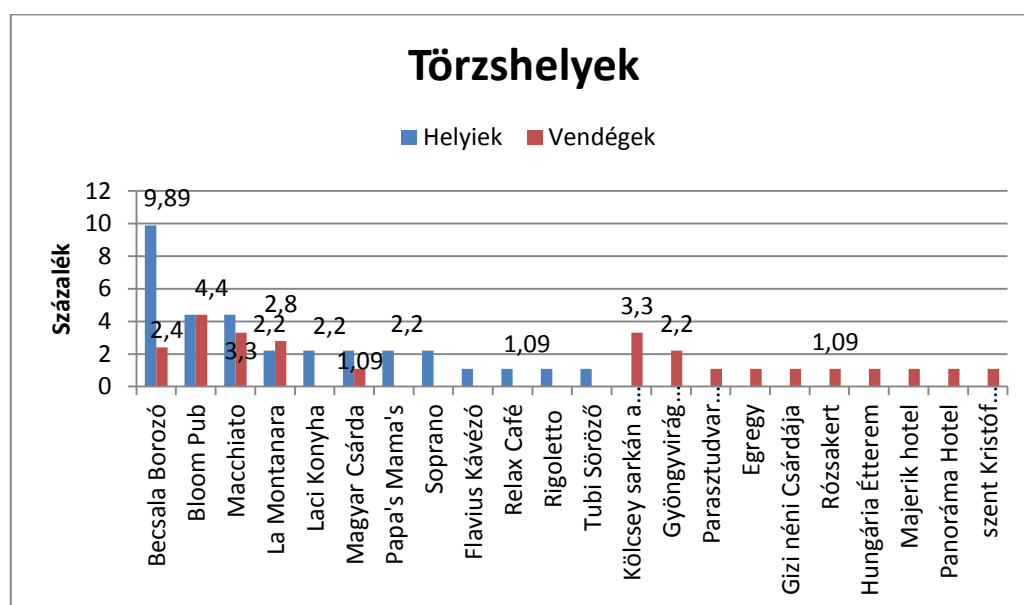
10. ábra Helyiek és vendégek bár- és borozóhasználata

A 9. ábráról leolvasható, hogy a vendégek többet használják a kávézókat, cukrászdákat a helyiekkel összevetve. A 2. és 3. térképen pedig az látható, hogy mind a két csoport csak a belvárost használja e célból. A Macchiato nevű hely volt a legnépszerűbb mind a helyiek, mind a vendégek körében. A kávézót a sétálóutcák fogják közre. Hallomás alapján mindig tele van helyiekkel. A város Önkormányzatánál

dolgozó szakemberek szerint a Rózsakert is kiemelkedő látogatottságú helynek ígérkezett az elején, ám a parkolási probléma szabotálta a lehetőséget.

Borozókba és bárokba viszont inkább a helyiek járnak. Itt is elmondható elmondható, hogy a helyiek minden városrészt felkeresnek borozók miatt. A vendégek csak a belvárosba koncentrálódnak, egy-egy fő járt Egregyen illetve a Szent András utcai körforgalomnál lévő Bloom Pubban.

A bároknál, borozóknál a Becsala Borozó bizonyult a legfrekvenciáltabbnak a helyieket illetően, amely ez a déli lakótelepen található, itt hozzá kell tennünk, hogy maga a borozó is volt kérdőív-felvételi helyszín, amely hozzájárulhatott az eredmények alakulásához. Azonban volt egy olyan személy is, akit az utcán kérdezve adta ezt a választ. Szintén magasan látogatott hely a Bloom Pub.

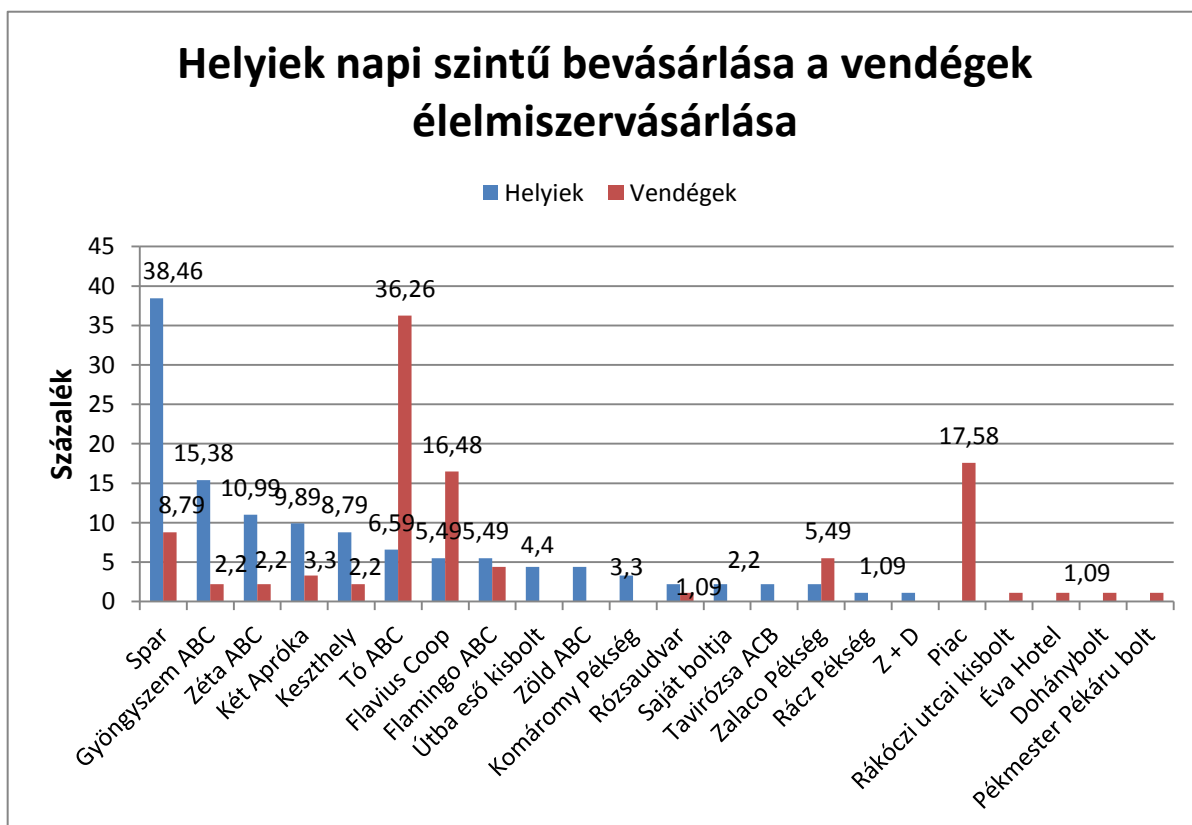


11. ábra Helyiek és vendégek törzshelyei

Összességében megfigyelhetjük, hogy sok, gyakran látogatott hely található a Lakótelep környezetében. IVS forrás szerint a Tavirózsa utca kifejezetten a helyieké: sokkal olcsóbb, mint a város többi része, található itt használtruha kereskedés, számítástechnikai bolt, lottózó, a borozó helyiekkel tele van mindig. A közterület használatával kapcsolatos kérdéseinkre sokan adták azt a választ, hogy szívesen vannak a Park utcai játszótéren, mely szintén a lakótelepen található.

Ugyanilyen sűrűsödés látható a Szent András utcai körforgalomnál is a vendéglátó ipari egységek tekintetében.

3.5.4. Élelmiszer vásárlási szokások:



12. ábra Élelmiszervásárlás I.

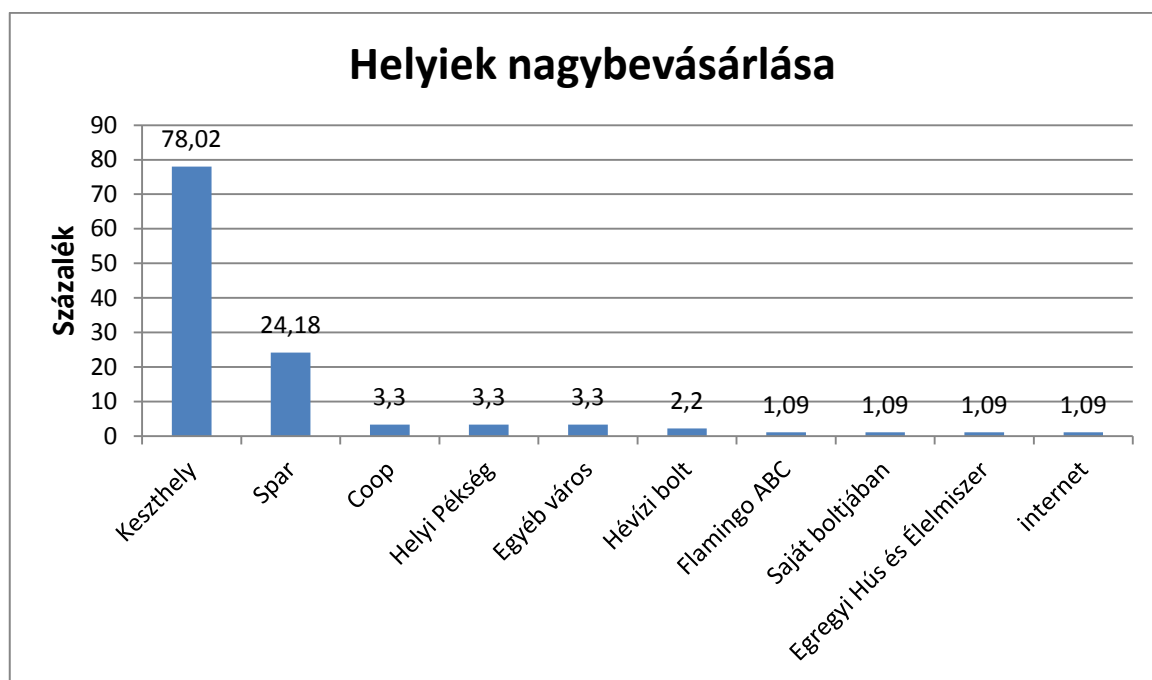
Napi bevásárlást tekintve a helyieknél a Spar a legnépszerűbb, ide több mint kétszer annyian járnak, mint az azt követő Gyöngyszem ABC-be, mely a Felsőpáhokhoz közelebb eső, szent András utcai körforgalomnál van. A 4. térkép azt mutatja, hogy a helyiek –a Spart leszámítva - nem koncentrálnak egy környékre sem, szétszóródva láthatjuk rajta a pontokat. Ennek valószínűleg az az oka, hogy mindenki lakóhelyéhez közeli boltot választ, ezt többen meg is jegyezték. Azt is észrevehetjük, hogy a Nagyparkoló tér, Kölcsey utca és Rákóczi utca üzleteit egyáltalán nem használják a helyiek. A hévíziek egyáltalán nem járnak piacra, drágának találják.

A vendégek kedvenc boltja a Petőfi utcában található Tó ABC, ennek oka az lehet, hogy ez van közvetlenül a legfőbb sétálóutca mellett, ide kitérő nélkül be tudnak térni. A helyiekkel ellentétben a vendégek szívesen járnak a piacra. 38,46% már járt ott. Azok közül, akik még nem jártak ott, egyenlő arányban tervezik azt, hogy elmennek, mint azt, hogy nem.

További felkapott hely a Flavius üzletházban található Coop, mely a nagyparkoló jelenlétének köszönhető. Itt lehet a legközelebb parkolni a sétálóutcákhoz, melyek a forgalom elől le vannak zárva, 5 db buszparkoló is található itt, emellett számtalan vendéglátó ipari egység is, mely vonzza a turistákat, azaz a környék aktív használatban van a látogatók által.

A látogatók 65,8%-a vásárolt már a sétálóutcák üzleteiben, ezek általában ruhaneműk, cipők vagy ajándéktárgyak.

A 4. és 5. térképen, illetve a 12. ábrán is jól látható, hogy a helyiek és a vendégek által használt üzletek nem egyeznek meg. Míg a helyiek tulajdonképpen az egész várost használják kisebb bevásárlásokra, addig a vendégek nem hagyják el ez okból a belvárost, a Spar az egyetlen hely, ahová ők is elmennek. A Spar a város szélén található, amely azért érdekes, mert a 8 fő közül, aki megjelölte, csak 3 járt autóval Hévízen, a többiek gyalog.



13. ábra Élelmiszervásárlás II.

A helyiek a nagybevásárlást leginkább Keszthelyen ejtik meg. Ott nagyobb a kínálat, olcsóbbak a termékek, és a nagyobb áruházak miatt mindent egy helyen be tudnak szerezni. Azok, akik Hévízen maradnak vásárolni, a Sparba járnak. A nagybevásárlást tekintve a többi hely elhanyagolható mértékben látogatott. Hévízen nem található egyetlen bolt sem, mely kifejezetten a helyieknek szólna, a vendégek igényeit igyekeznek kielégíteni. Áraikat magasan tartják, hiszen a külföldi, elsősorban

orosz, ukrán, német, vendég hajlandó azt megfizetni. A kereskedők egyre inkább a vendégekre figyelnek, az ő igényeiket kívánják kielégíteni, ez által a kínálat beszűkül, az árak magasak vannak, nyitva tartás is hozzájuk van igazítva. Egyik paraméter sem elégíti ki a helyieket, ez az oka annak, hogy a lakosság nagy része Keszthelyen vásárol, helyben csak minimálisan.

A szentendrei vizsgálat szerint ott fordított a helyzet. Vannak, akik Budapestről mennek át Szentendrére, ugyanis ott kellemes a hangulat, különleges kínálat, jó minőség, hozzáértő kiszolgálás várja őket.¹⁸

A gyulai kutatással összevetve: mind a két városban megjelenik az igény egy nagy bevásárló áruház és a hosszabb nyitvatartási idő iránt.¹⁹



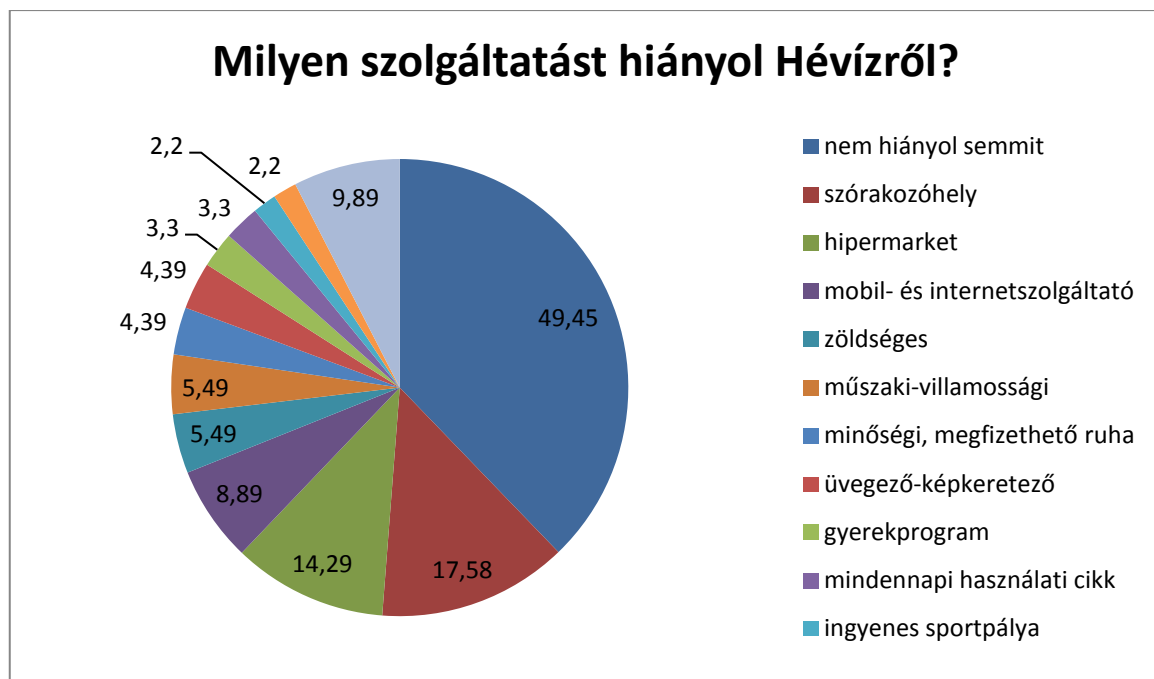
14. ábra Hévíz árszínvonal megítélése

¹⁸PELLE CS. ÉS A SZERESD SZENTENDRÉT EGYESÜLET TAGJAI
Városmarketing és kereskedelem; Szentendre; 2007; 5.o.

¹⁹ ART COPY STÚDIÓ- GIMMICK KFT: Közvélemény-kutatás Gyula város idegenforgalmáról, I. Kutatási tanulmány: a helyi lakosság véleménye, javaslata; Gyula; 2008

Az árak szubjektív mértéket egy 1-től 4-ig terjedő skálán mértük. A lakók inkább drágának tartják a várost, mint kedvező árunak: 80,21% az inkább drága/ nagyon drága kategóriát választotta.

A helyieket megkérdeztük arról is, hogy milyen szolgáltatásokat, kereskedelmi egységeket hiányolnak a városból.



15. ábra Helyiek által hiányolt szolgáltatások

49,45%-a nem hiányol egyetlen boltot, szolgáltatást sem. A leggyakrabban felhozott hiány a szórakozóhelyek hiánya. Erre a fiatalok, kamaszok miatt is égető szükség lenne. Elmondásuk alapján egy lépcsőforduló az, ahol leginkább töltik szabadidejüket. Kérdőívünk egy, másik kérdésére adott válasz alapján még a Bloom Pubba járnak a fiatalok. Az idősebb korosztály számára a Flavius Üzletházban található Louise nyújt táncolási lehetőséget, de ez inkább az ötven fölötti korosztály számára tetszetős. A fiataloknak megoldást nyújtott volna a Rózsakert komplexum felújítása, de a fejlesztés nem volt sikeres a parkolási nehézségek miatt.

Másik jelentős igény egy nagy bevásárló központ iránt mutatkozott. Egy olyan helyet hiányolnak, ahol mindent egy tető alatt be lehet szerezni.

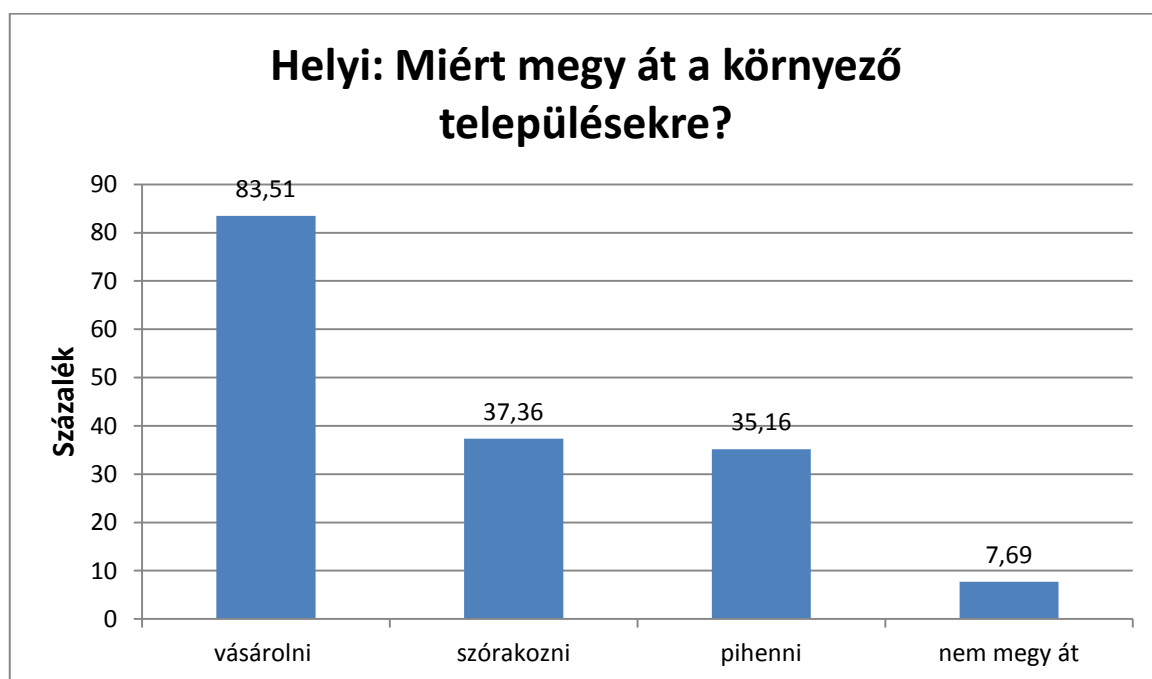
Magas számban jelezték a mobil- és internet szolgáltatók iránti igényüket is, annak ellenére, hogy a városban található mobil- és internetszolgáltató, három is: a Rákóczi utca 17. szám alatt a MobileHall Telekommunikációs cikket forgalmazó

bolt, valamint az AJSA-KÜHNE KFT, mely címe: Kölcsey utca 4.A épület 4. ajtó, a harmadik az Erzsébet királyné utca 6. szám alatt található.

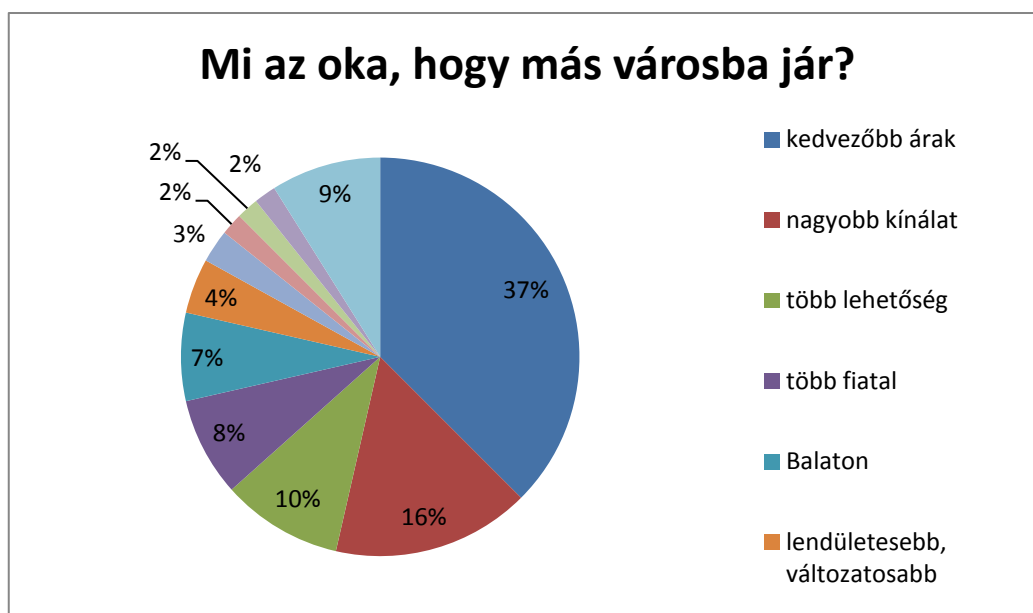
Az emberek a helyben kapható zöldséget drágának találják, ezért szeretnék egy árban nekik való zöldségest is.

Szintén probléma a ruhavásárlás. Az ültetek csaknem egyharmada ruházati bolt, azonban ezek vagy magas áron kínálják a termékeket vagy pedig rossz minőségű, kínai darabokról van szó.

Ennél a kérdésnél ugyan az uszoda nem hangzott el, mint hiány, mégis, mikor kötetlenül beszélgettünk a helyiekkel, többen felhozták, hogy milyen jó lenne egy. Ugyan így többször előkerült az iskolai tornaterem problémaköre is. Mind a két intézményre készült fejlesztési terv, melyek a 2014-2020-as fejlesztések kiemelt programjai közé tartoznak.



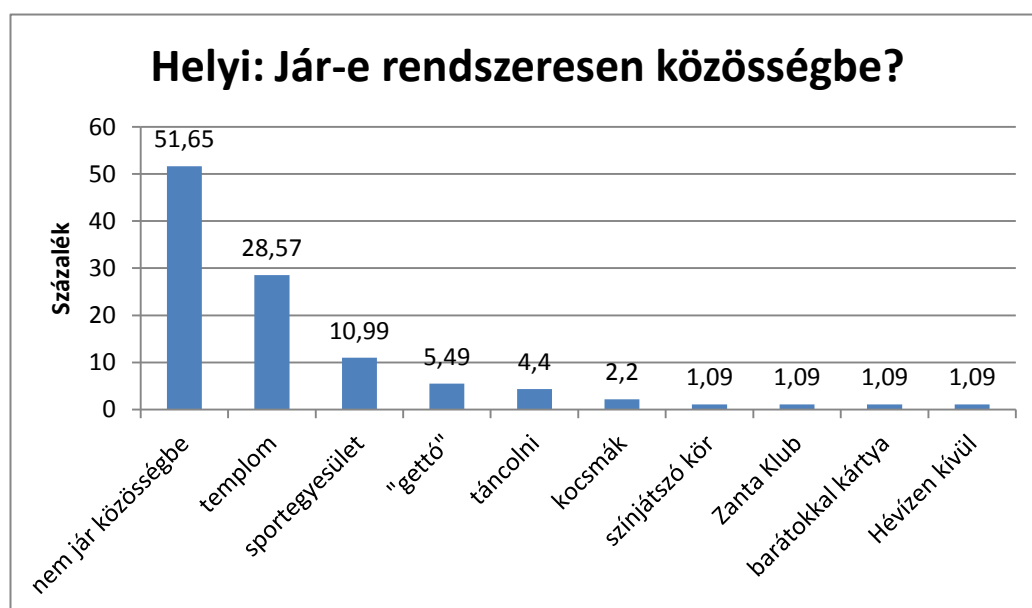
16. ábra Más városba járás céljai



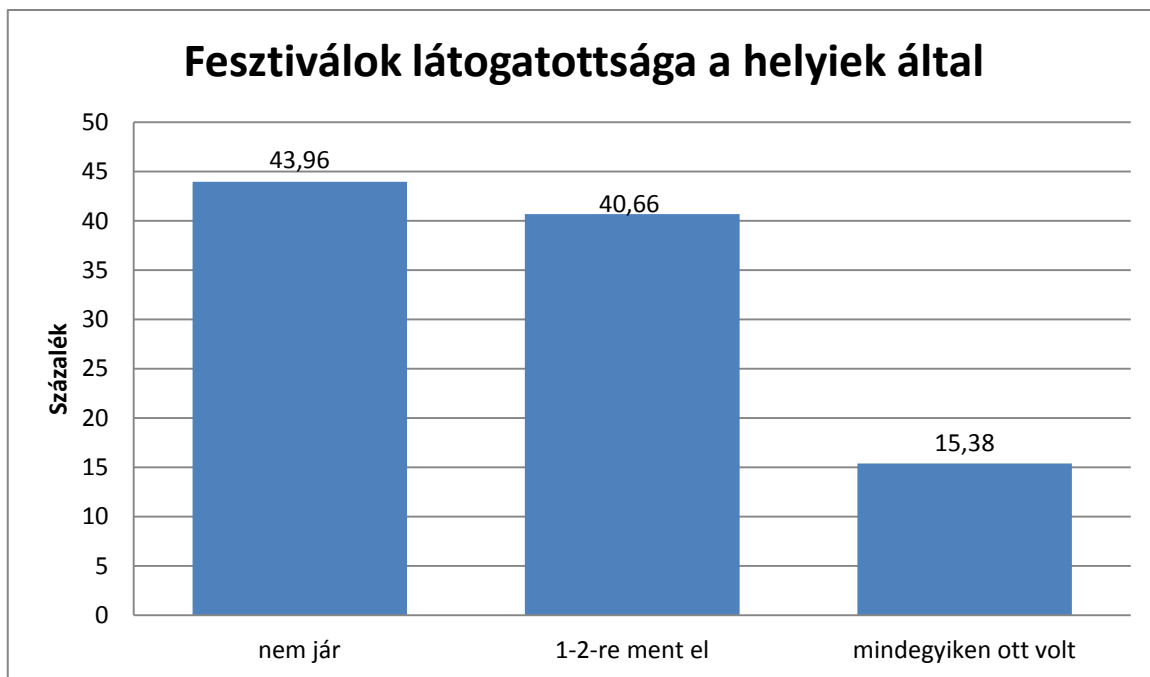
17. ábra Más vároaba járás okai

Mindössze 7 fő (7,69%) nem megy át a környező településekre, sem kereskedelmi, szolgáltatásbeli, kikapcsolódási vagy egyéb okok miatt. 83,51% leginkább vásárlás céljából hagyja el Hévízet. Más városok leginkább a kedvezőbb árakkal, nagyobb választékukkal vonzzák a hévízieket, illetve sokkal fiatalosabbnak, lendületesebbnek, változatosabbnak tartják. Szélesebb az kínálati spektrum, több szórakozási lehetőség, kevesebb turista. A Balaton jelenléte is igen vonzó.

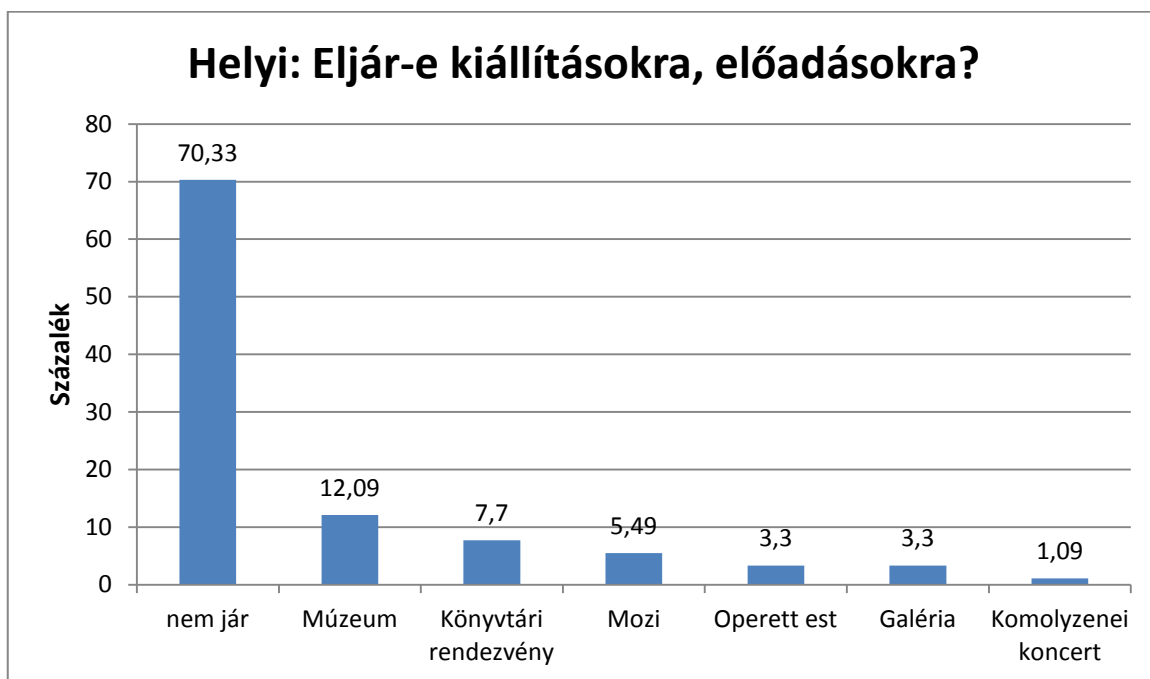
3.5.5. Helyiek szokásai a szabadidő eltöltésével kapcsolatban



18. ábra Helyiek közösségbe járása



19. ábra Fesztiválok látogatottsága a helyiek által



20. ábra Előadások, kiállítások helyiek által való látogatottsága



21. ábra Helyiek által használt szórakozóhelyek

A helyiek szabadidő eltöltésének módjainál azt vizsgáltuk, hogy járnak-e rendszeresen közösségbe, hová járnak szórakozni és milyen előadásokra, kiállításokra járnak el.

A válaszadók 51,6%-a nem jár rendszeresen semmilyen közösségbe.

A lakosság 28,6% jár rendszeresen templomba, mindnyájan a római katolikus templomot jelölték meg.

Öt fiatal (5,5%) nevezte meg rendszeres találkozó helyül az úgynevezett gettót, amely a Rózsa köz végén található lépcsősort jelöli szóhasználatukban.

A Múzeum leginkább a Munkácsy kiállítás miatt vonzotta a helyieket.

A legkedveltebb szórakozóhelynek a Bloom Pub bizonyult. Ide leginkább a fiatalok járnak, a 7 válasz adóból, aki megjelölte a helyet 6 db volt 21 év alatti, egy személy pedig 30 éves.

Szabadidő eltöltésére a helyiek elsősorban a belvárosba mennek, köszönhetően annak, hogy ott van a legtöbb lehetőség. Ahogyan azt a 6. térkép is mutatja, a Szentlélek templom vonzza a legtöbb lakost, ide járnak rendszeresen közösségbe. Kiemelkedő intézmény még a Fontana Filmszínház, illetve a Festetics György Művelődési Központ, Városi Könyvtár és Muzeális Gyűjtemény, ahová a kiállítások és előadások miatt járnak.

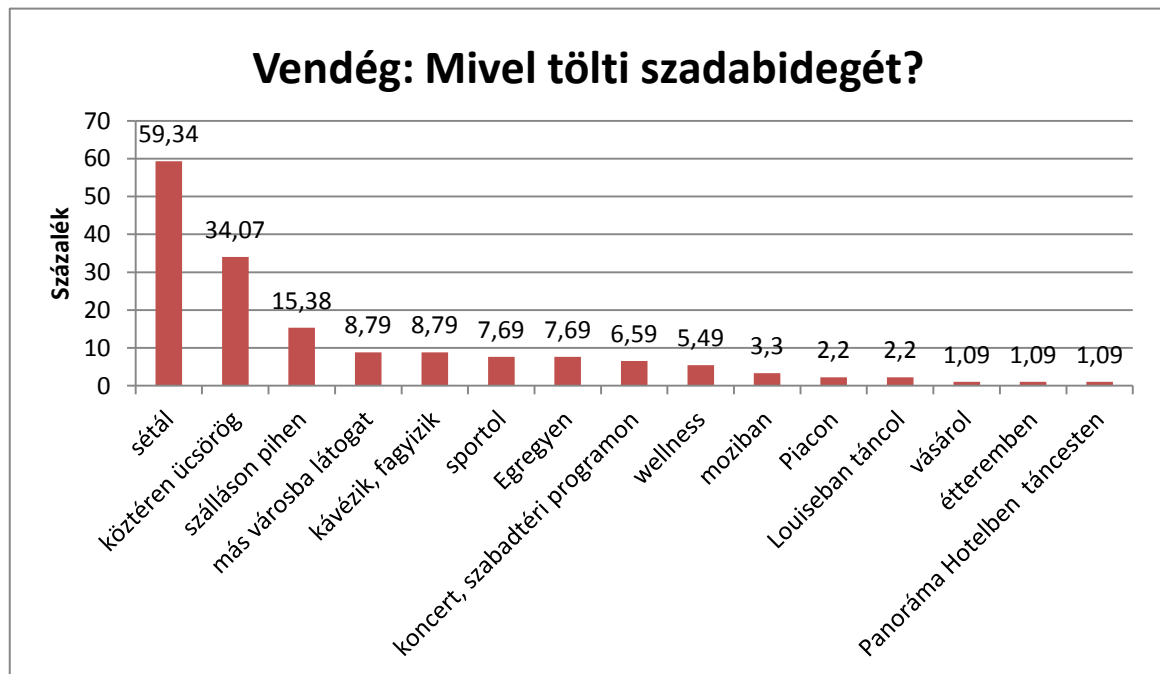
A szórakozó- és találkozóhelyek térbelileg szétszórta a helyieket nézve, ugyanúgy, mint az össze funkciót tekintve. Két mag alakult ki: az egyik a Szentlélek templom, a másik a Fortuna

Filmszínház. Az utóbbi annak köszönheti gyakori látogatottságát, hogy több rendezvénynek is helyet ad: mozi, múzeum, táncház, operett est, stb.

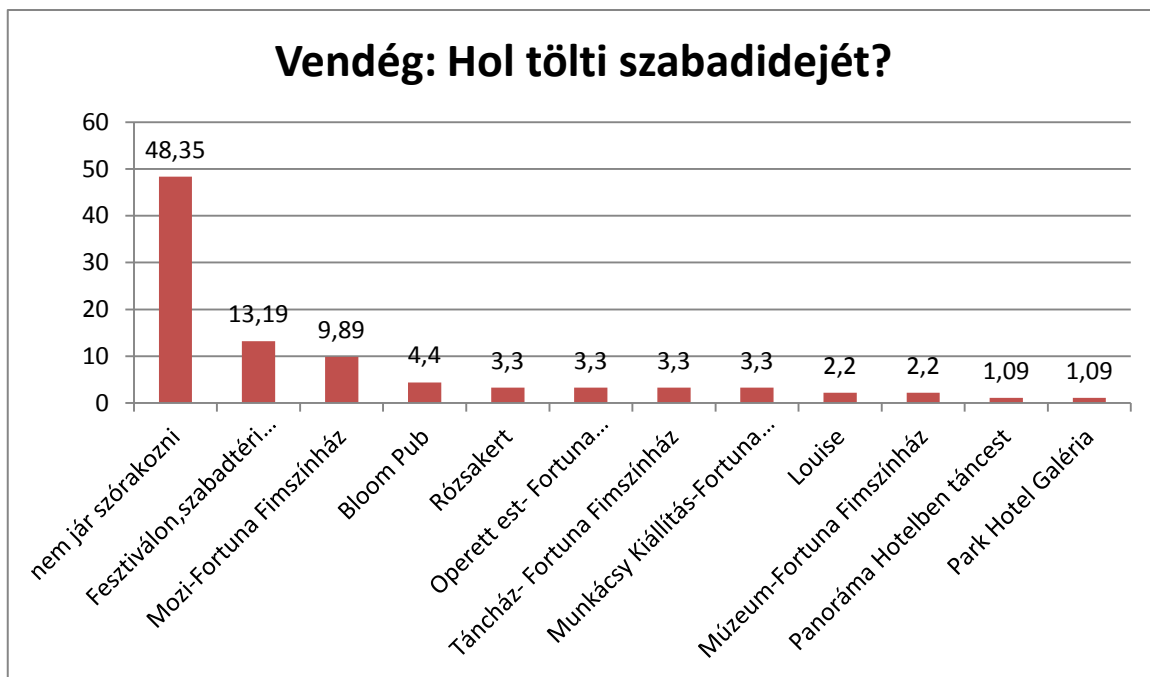
Az IVS (2008) szerint az Aquamarin Szálloda a helyi kulturális élet egyik központja, ám ez a kérdőívek során nem került elő egyetlen alkalommal sem.

A hévíziek nem használják aktívan a várost, sem közösség, sem szórakozás céljából, holott csupán a könyvtár-művelődési ház kínál számtalan lehetőséget: Természetgyógyász klub, Modern tánc szakkör, Női torna szakkör, Néptánc szakkör, Irodalmi olvasókör, Stratégiai Terepasztal Játék Klub, Színjátzóklub, Életmentő klub, Médiaklub, Életmód Szakkör, Filmklub, Jógaklub, Divatklub.

Mozi délután négy órától folyamatosan vetít, akár 3D-ben is, a jegyár 500Ft és 1200Ft között van. a programajánló naptár tele van rendezvényekkel, nyáron számtalan a szabadtéri program, mégis szükség van arra egy olyan programkínálatra, mely nem csak a turistákra, nem csak az idősekre összpontosít, hanem a fiatalokra és a helyiekre is koncentrálni.



22. ábra Vendégek szabadidő-eltöltése I.



23. ábra Vendégek szabadidő-eltöltése II.

A vendégek leginkább sétálnak, vagy köztéren pihennek szabadidejükben. Kifejezetten szórakozni nem nagyon járnak el, akik igen, azok mind a sétálóövezetbe mennek, négy fő mozdult ki ebből a zónából, ők a Szent András utcai körforgalomhoz mentek. Az ő térbeli mozgásukat a 7. térkép mutatja.

„A Festetics György Művelődési Központ illetve további szereplők

komoly erőfeszítéseket tesznek színvonalas produkciók megszervezése érdekében, viszont

a művelődési központ épülete nagyobb rendezvények lebonyolítására nem alkalmas... Hévíz tehát nem rendelkezik olyan helyszínnel, amely lehetővé tenné zárt

térben, nagyobb tömegeket megmozgatni képes, belépődíj ellenében látogatható

rendezvények szervezését. E hiányosságot kiküszöbölendő tervezzük egy multifunkciós

kulturális, rendezvény-, és konferenciaközpont építését, amely megfelelő teret

biztosítana nemzetközi szintű, akár egyedi vonzerőként is értelmezhető rendezvények

számára.”²⁰

Hévizet össze lehet vetni egy hasonló profilú fürdővárossal, Gyulával rendezvényaktivitás szempontjából, mely egy kis kitérő dolgozatunkban:

A GYULAIK KULTURÁLIS-RENDEZVÉNYAKTIVITÁSA²¹

²⁰HÜBNER TERVEZŐ KFT.: Hévíz város Településfejlesztési Konceptiója, Egyeztetési dokumentáció; Pécs ; 2014; 22.o.

(A turisztikai attrakciók látogatottsága)

A köztéri zenés rendezvényeket a vendégek, a helyiek egyaránt kedvelik.

A felmérés adatai szerint a helyiek többsége a hangulatos, zenés, látványos, ingyenes, családi rendezvényeket szereti. A Gyulai Virágok Vasárnapja, a Körös-völgyi Sokadalom minden réteget vonz. A komolyzenei programok látogatói az értelmiségiek, a könnyűzenei koncerteket elsősorban a fiatalabbak szeretik.

A megkérdezett gyulaiak az alábbi rendezvényeket látogatták, illetve tervezik látogatni

(A "látogatta" válaszok előfordulási arányában kialakult sorrend)

Rendezvény	Látogatta %	Tervezi a látogatást %
Gyulai Virágok Vasárnapja	52	16
Körös-völgyi Sokadalom	48	9
Végvári Esték	41	-
Gyula Napok	38	5
Várszínházi előadások	36	6
Pálinka Fesztivál	35	3
Reneszánsz Karnevál	32	12
Minden Magyarok Néptáncfesztiválja	29	11
Várkerti Vigasságok	19	4
Tarhonya Fesztivál	18	6
Gyulai Zenei Napok	17	6
Erkel Művészeti Nap	16	3
Karácsonyi koncert	15	4

/A fenti rendezvényeket nem látogatta, de nem is tervezi 23 %./

A sportrendezvényeket, versenyeket az interjúalanyok 18 %-a látogatta (salakmotor verseny, labdarúgó, kézilabda-mérkőzések, Agility Kupa, repülőmodellező-és sakkverseny).

Az intézmények látogatottsága

(A "látogatta" válaszok előfordulási arányában kialakult sorrend)

Az alábbi "kulturális" intézményeket látogatta, illetve a jövőben tervezi a látogatást:

(A fürdőkultúrát és a sportot az általános kultúra részeként fogtuk fel.)

Intézmény	Látogatta	Tervezi a látogatást
-----------	-----------	----------------------

	%	%
Várfürdő	55	12
Vármúzeum	52	24
Erkel Művelődési Ház	47	15
Mogyoróssy Könyvtár	39	18
Gyulavári Kastély	32	21
Városi Tornacsarnok	28	9
Várszínház (Kamaraterem)	24	6
Tourinform-iroda	23	11
Kohán Képtár	21	6
Dürer-terem	20	5
Tanyamúzeum	18	20
Erkel-emplékház	17	12
Ladics-ház	14	8
Mozi	13	14
Városi Képtár	12	16

A Várfürdő, a Vármúzeum a leglátogatottabb intézmény. Az adatokból arra következtethetünk, hogy a jövőben sokan el szeretnének menni a Gyulavári Kastélyba, a Vármúzeumba, a Tanyamúzeumba és a Mogyoróssy Könyvtárba.

Az intézményeket nem látogatta, de nem is tervezi a látogatást 21 %!

„A gyulaiak kulturális-rendezvényaktivitásának optimista feltételezését a felmérés nem igazolta.

A kulturális passzivitás okai: információhiány, rossz anyagi helyzet, érdektelenség, más irányú lekötöttség (jövedelem kiegészítés, hobby), kényelem és betegség.”²²

Az okok Hévízen is hasonlóak lehetnek.

Közterület-használat:

Helyieket kérdeztük a közterület használatukkal kapcsolatban: a megkérdezettek 43,96%-a semmilyen formában nem használ közterületeket, parkokat, egyéb városi tereket kikapcsolódás, pihenés céljából. Sokan időhiányra panaszkodtak.

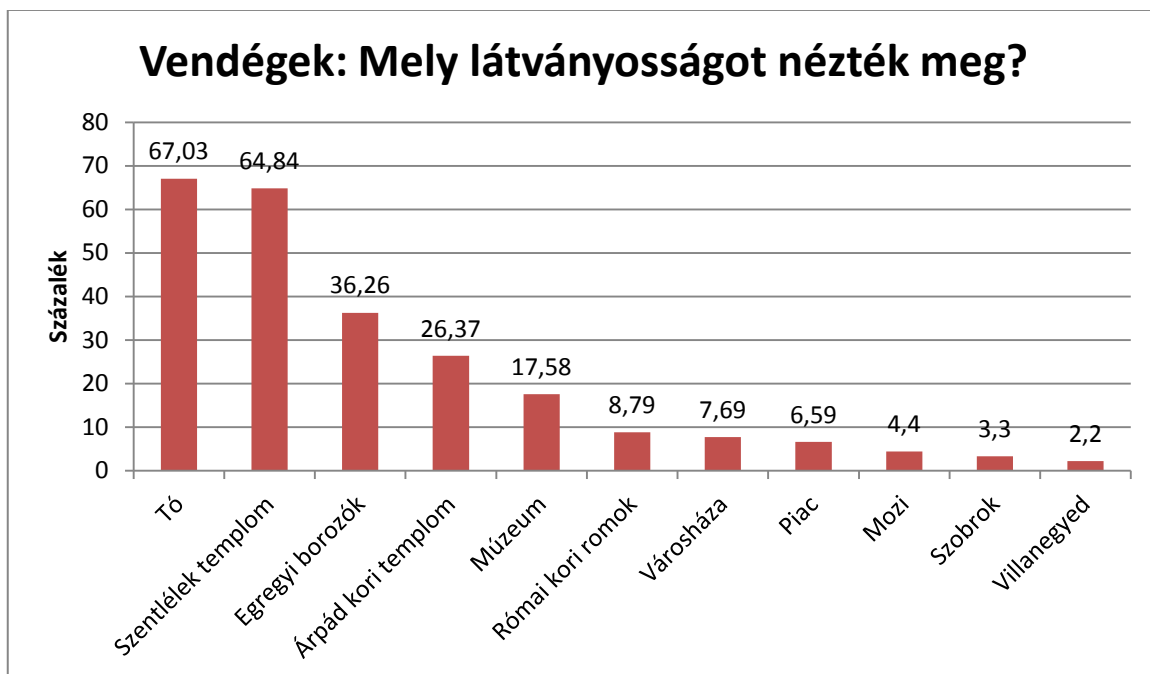
76,92% azt nyilatkozta, hogy nem ismer turistáktól mentes helyet, valószínűleg ez is hozzájárul, hogy szívesebben maradnak otthon.

Ha megnézzük a 8. térképet láthatjuk, hogy a helyiek által leggyakrabban látogatott városrészek mégis a Tó mellé koncentrálódnak, a Schulhof sétány, a Véderdő és a Kiserdő. Az előzőekhez képest fele annyian, de így is a többihez képest gyakran,

²² ART COPY STÚDIÓ- GIMMICK KFT: Közvélemény-kutatás Gyula város idegenforgalmáról, I. Kutatási tanulmány: a helyi lakosság véleménye, javaslata; Gyula; 2008; 38.o.

látogatnak a Senior edzőpark és környékére (lakótelep), illetve az egregyi hegyre, és annak határán álló Római romokhoz.

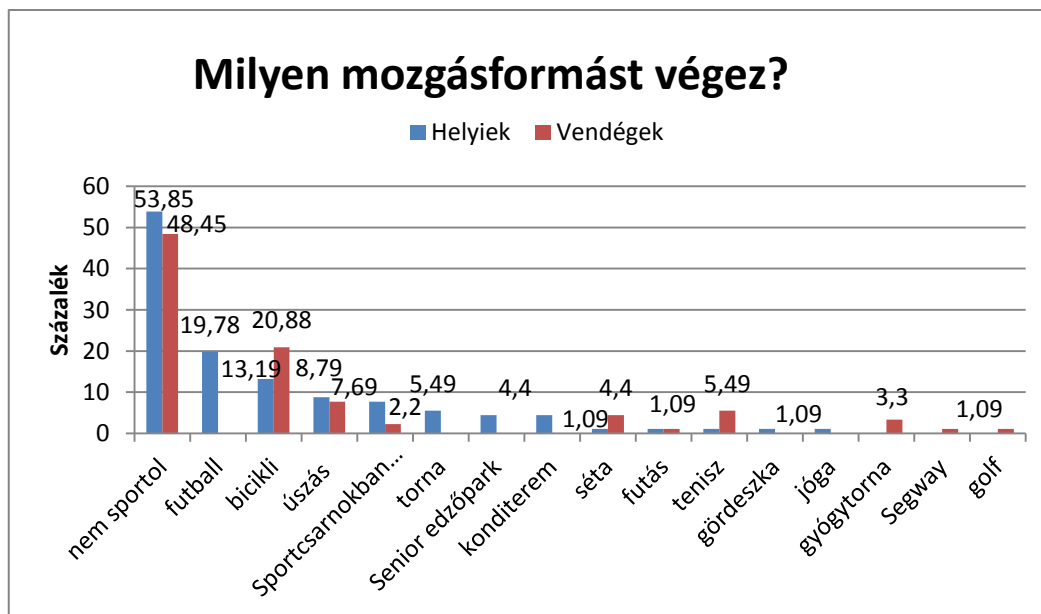
3.5.6. Látványosságok megtekintése a helyiek által



24. ábra Nevezetességek látogatottsága

Látványosság közül csupán az evangélikus/református templomot; a római katona sírját; a volt római katolikus Nagyboldogasszony Templomot, mai Teréz Anya Idősek otthonát és a Jézus Szíve Templomát nem említette senki. A nevezetességek térbeli helyzete és látogatottsága a 9. térképen jelenik meg.

3.5.7. Sportolási szokások



25. ábra Helyiek és vendégek sportolási szokásai

Sportoló helyiek	
korosztály	fő
0-19év	9
20-29év	4
30-39év	5
40-49év	2
50-59év	6
60-69év	6
70-79év	1

4. táblázat Sportoló helyiek kor megoszlása

Bizonyos sportlehetőségek helyhez kötöttek, melyek a városban adóttak. A 10. térképen láthatjuk, hogy sok helyen megfordulnak a lakók.

A korosztályonkénti csoportosításból láthatjuk (4.táblázat), hogy az idősök közül is vannak, akik aktívan sportolnak.

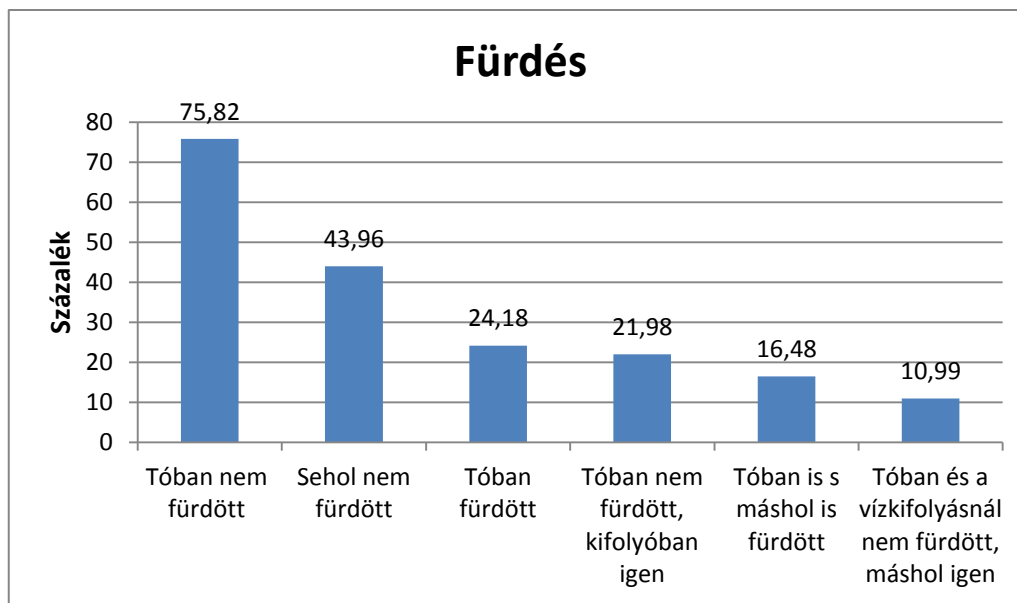
Itt is kiemelem, hogy a helyiek nagy szükségét érzik egy uszodának az iskolás gyerekek számára, mely szerepel is a kiemelt fejlesztési tervekben a 2014-2020-as évre vonatkozóan egy új tornateremmel együtt.

A vendégek jóval kevesebb helyre járnak sportolni (lásd: 11. térkép), azonban a déli lakótelepnél lévő pályákat ők is használják. Őket vizsgálva a 25.ábrán magas százalékban látható a bicikli, holott ez a közlekedésben nem jelenik meg, azt viszont szem előtt kell tartani, hogy ez a sportra vonatkozik.

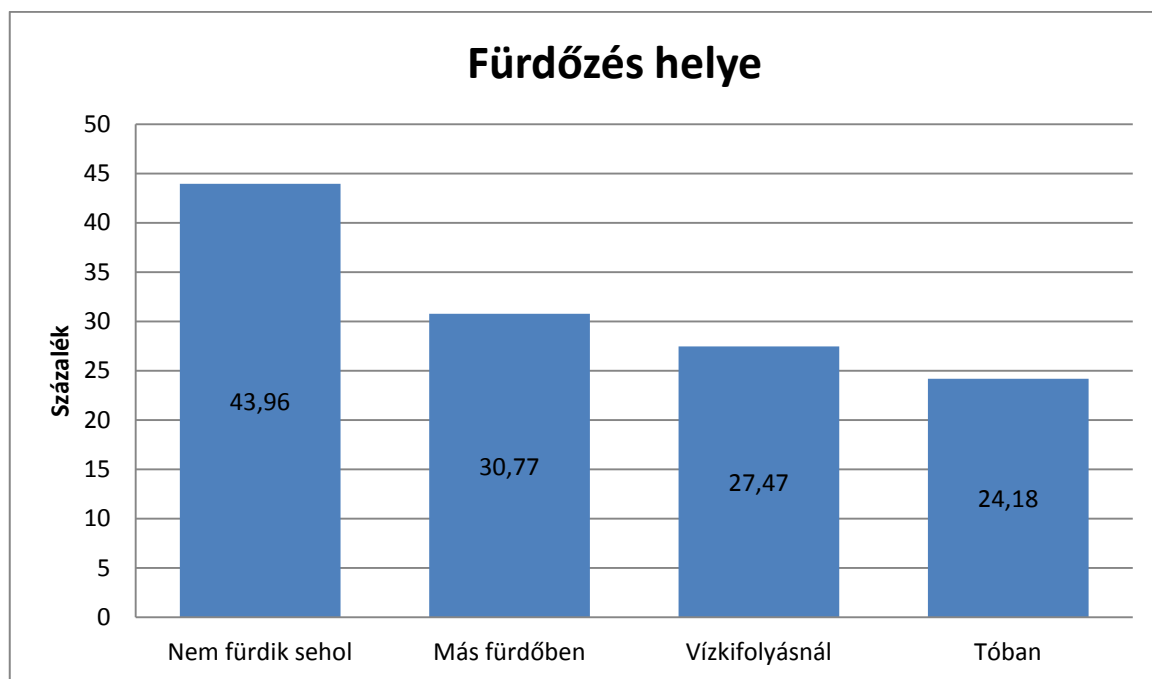
Számos szálloda kínál biciklit a vendégeinek.

Egeregny kimarad a sportolási helyszíneket tekintve, de a 2014-2020-as kiemelt fejlesztési tervek között szerepel egy multifunkciós sportcentrum létesítése.

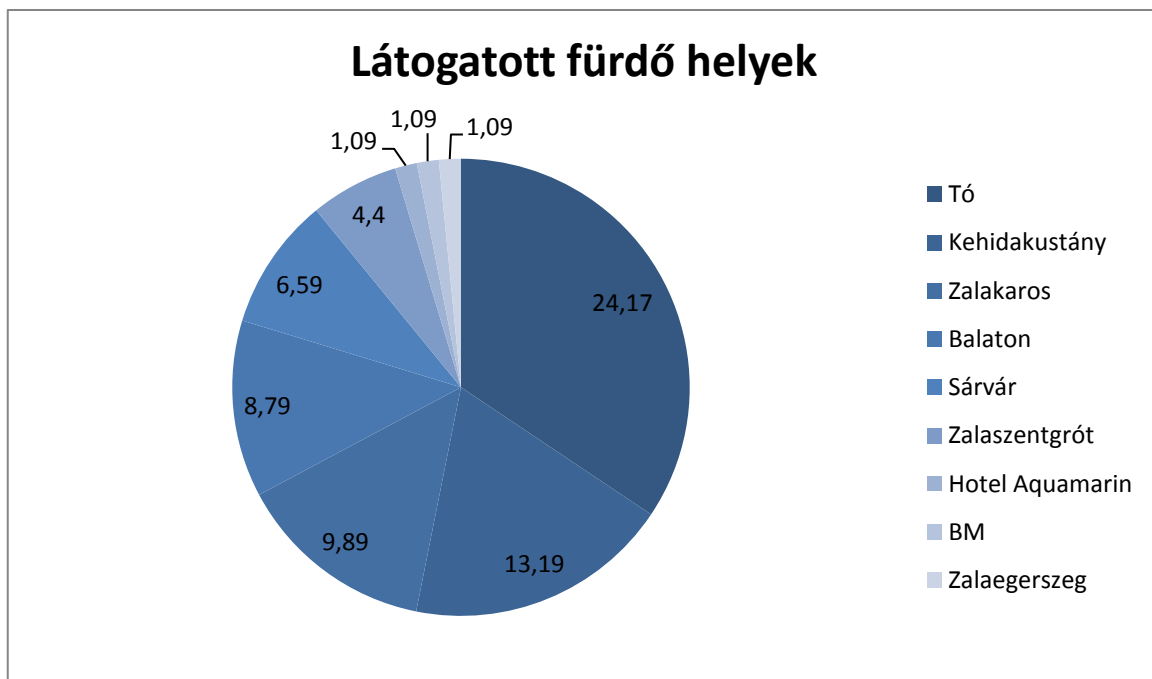
3.5.8. A lakosság fürdőzési szokásai



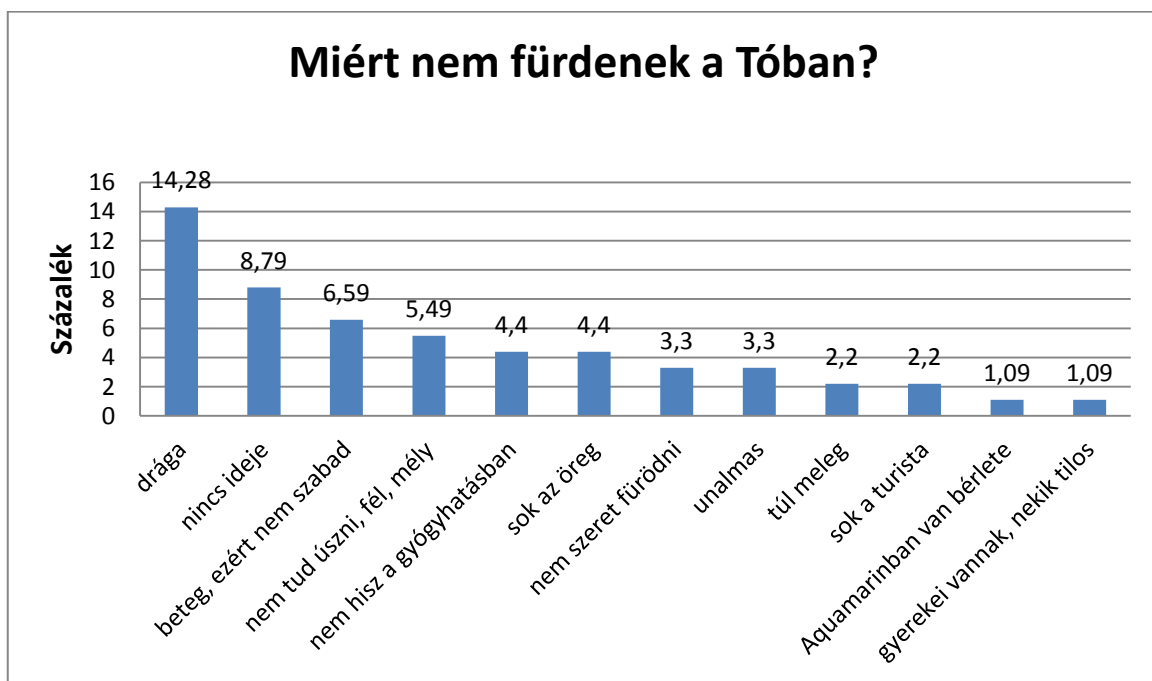
26. ábra Helyiek fürdőzési szokásai



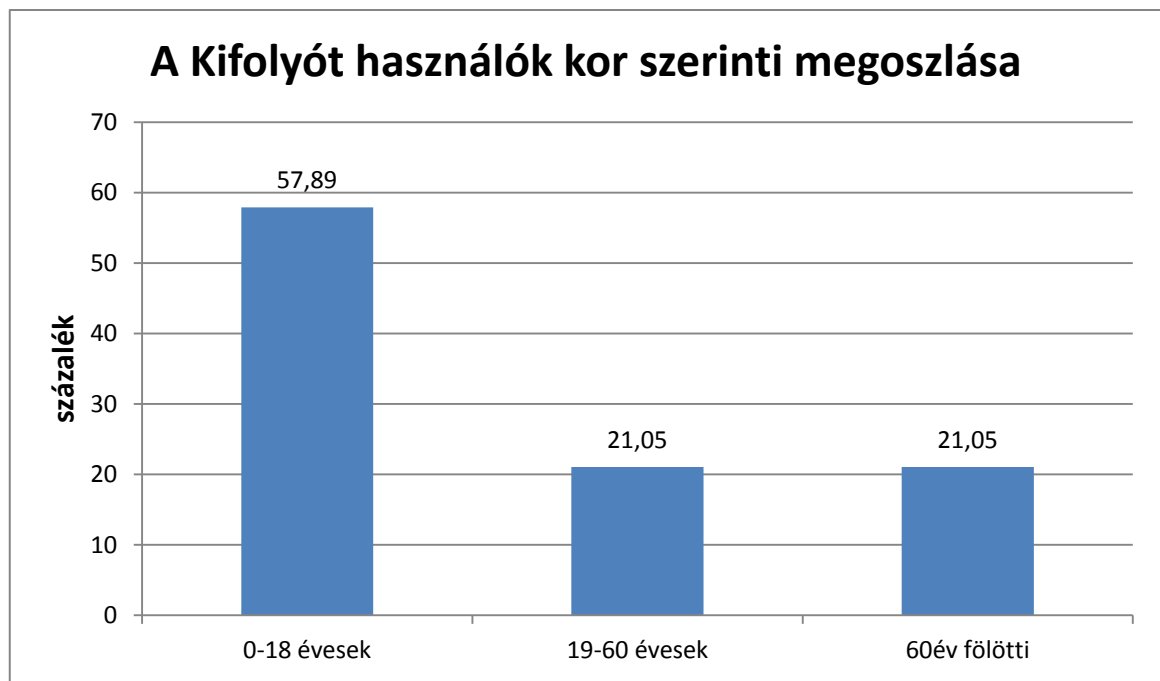
27. ábra Helyiek által látogatott fürdőhelyek I.



28. ábra Helyiek által látogatott fürdőhelyek II.



29. ábra A Tó nem-használatának okai



30. ábra A Kifolyót használók kor szerinti megoszlása

A lakosság 75,82%-a nem szokott a Tóban fürödni, 43,96% máshol sem.

A vízkifolyás a Tótól délre, a kemping után található. Ott található egy zsilip, azon túl szoktak fürödni a helyiek. A víz hőmérséklete télen-nyáron húsz fok fölött van, mélysége 140 cm. A kifolyót leginkább a 21 év és az alattiak használják, arra viszont mindenki panaszkodik, hogy bűdös, viszont a turisták nem járnak ide és ingyenes.

A hévízi Tón kívül Kehidakustány a legnépszerűbb fürdőhely a megkérdezettek körében, ezt követi Zalakaros, Balaton, Sárvár és Zalaszentgrót, de említették a Hotel Aquamarin uszodáját, a Bm-et illetve Zalaegerszeget is.

Kehidakustány és Zalakaros népszerűsége valószínűleg az élményfürdő mivoltának köszönhető, ezt azon válaszok is alátámasztják, melyek szerint a Tóban csak egyféle hőfokú, meleg víz van, unalmas, gyermekekkel nem látogatható. Emellett sokan betegségüknél fogva nem is fürödhetnek a gyógyvízben.

Ezen problémák orvosolására a 2014-2020-as kiemelt fejlesztési tervekben szerepel egy élményfürdő létrehozása is.

A hévízi fürdő ellen legtöbben a magas árat hozták fel. A hévíziek kifogásolták azt is, hogy a Fürdő nem nyújt kedvezményt a helyiek számára, ellenben a Hotel Aquamarinba évi 28.500Ft-ért válthatnak belépőt korlátlan belépéssel. A tavalyi év

végén nagyjából 150 fő rendelkezett ilyen bérlettel. A panasznak utána járva azt találtuk, hogy igenis léteznek kedvezményes jegyek:

Hévízi állandó lakos 2014. (3 órás), igazolvánnyal 1 500,- Ft

Ez 1100Ft kedvezményt jelent a vendégekkel szemben.

2014. évi hévízi bérlet (1 éves) 49 000,- Ft

2014. évi keszthelyi, sümegi és zalaszentgróti járási Tófürdő bérlet (1 éves) 49 000,- Ft

Felmerül a kérdés, hogy a helyiek erről miért nem tudnak?

Az ár után az időhiány és a mély víz merült fel ellenérvként.

3.5.9. Régiókra lebontott térképek vizsgálata:

Helyiek:

Ezen térképek készítésekor csak az adott régióban élő emberek válaszait tüntettük fel. Ez 19 fő. Arra voltunk kíváncsiak, hogy az adott övezetet mennyire hagyják el különféle szolgáltatásokért.

A déli lakótelepet vizsgálva már a helyszínen feltűnt, hogy tele van élettel, lehetőséggel a lakosság számára. Egy igazi lakótelepi környezet, hangulat alakult ki: ott vannak az emberek otthona, kedvező árú vendéglátóhelyek, boltok, iskola, több sportpálya, játszótér stb.

A 11. ábrán szereplő Becsala Borozó is itt található, amint említettük, az árak nagyon alacsonyak, itt egy kisfröccsöt már 100Ft-ért ihat, aki betér.

Láthatjuk a térképeken, hogy a sportért nem hagyják el a körzetet, amely érthető is, hiszen itt található a város összes közösségi sportpályája. Boltok tekintetében is elmondható, hogy itt vásárolnak elsősorban. Sokan használják a Spart szélesebb kínálata és vonzóbb árai miatt. A Széchenyi utcán is található pár megjelölt bolt, ezekbe valószínűleg munkából hazafelé térnek be.

Vendéglátó egységek használatát tekintve elmondható, hogy 16 fő jár ilyen jellegű helyekre, sokan közülük a lakótelepen található Becsala Borozóba, ám hajlandóak a belvárosig is menni, illetve a központi városrészben található Bloom Pubba is. Szembeötlő, hogy az Északi/Egregyi városrészeket abszolút nem használják.

A Központi részt tekintve nem vonhatunk le nagy következtetéseket, ugyanis mindössze hat fő sikerült innen megkérdeznünk. Ők idős, a várost passzívan használó lakosai voltak Hévíznek.

A belvárosi részből még kevesebb alanyt sikerült megkérdeznünk, mindössze három főt. Ha őket tekintjük, azt láthatjuk, hogy vásárlás és vendéglátó egységek miatt a belvárosban maradnak, sportolást illetően viszont, értelemszerűen, a déli lakóparkba mennek.

Sem a központi részben, sem a belvárosban lakók nem keresik fel Egregyet.

Az Északi, Egregyi városrészben élők közül 46 emberrel sikerült a kérdőívünket kitöltenünk. Náluk azt láthatjuk, hogy ez az a rész, melyet leginkább elhagynak a lakók, ha szeretnék igénybe venni a város adta szolgáltató- és kereskedelmi egységeket, akár a déli területekre is lemennek, ha vendéglátó ipari egységekről vagy sportolási lehetőségekről van szó. A belvárosi éttermeket, kávézókat is aktívan használják.

Boltokat vizsgálva azt mondhatjuk, hogy mivel a lakosság nagy része Hévízen csak apróbb bevásárlásokat ejt meg, ezért használja a régióban lévő boltokat, de ugyanúgy betér a Széchenyi utcán lévő kis üzletekbe, de egészen lemegy a város déli határán álló Sparba is. Gyakran látogatott a Gyöngyszem ABC, mely a Központi városrészben található.

Összegezve elmondható, hogy a belvárosba mindenhol ellátogatnak, mivel oda rengeteg üzlet és vendéglátó egység koncentrálódik, van miből választani, sport miatt lemennek délre, mert arra ott van lehetőség, de igazából a saját régióban maradván is kellemben el tudnának lenni. Ez alól kivételt képez az Északi-Egregyi régió: a lakosság a saját régióját elhagyva, inkább a nagyobb távolabban lévő helyekre is ellátogat egy-egy lehetőségért. A másik oldalról meg elmondható, hogy a többi régióból nem keresik fel az Északi/ Egregyi régiót. Véleményünk szerint ennek az az oka, hogy a többi városrészben mindent megkapnak. Ott töltött időnk során azt tapasztaltunk, mintha a Széchenyi utca egy választó vonal lenne a várost tekintve, főleg térérzékelés szempontjából. Magára a hegyre a többi távolságot tekintve hosszabb feljutni, itt ütközik ki, hogy nincs egy jól működő tömegközlekedési hálózat kiépítve.

Ha a 2008-as és 2014-es térképeken a régiók felosztásában változás figyelhető meg: korábban a Nagyparkoló tér nem a Belváros-régióhoz, hanem a Tóhoz tartozott. Az integráció megalapozott volt, ugyanis a nagyparkolót valóban a belváros részeként használják a turisták, sokan ülnek be az itt található büfékbe, éttermekbe, vagy egyszerűen csak ülnek a padokon. A buszmegálló ide való áthelyezése is növelni fogja az itt tartózkodók létszámát, sok embernek a Hévízen töltött időszakának kezdetét jelenti.

A vendégeket tekintve is megcsináltuk a régióként való felosztást, ezt kevesebb érdekes ténnyel szolgált. Amit fontos megemlíteni, hogy amíg a helyiek nem mennek Egregyig, addig a turisták általánosságban megteszik, közben egy-egy boltba be is térnek. Ez alól kivételek a belvárosban megszállók. Ennek magyarázata az lehet, hogy itt található a drága szállodák, melyek a vendégek teljes körű igényeit kielégítik. Másik szembeötlő dolog, hogy a déli szállodákból is hajlandó Egregybe is elmenni, egyéb esetben a belvárosba megy, a déli körzetet nem használja.

Ha a pontok számát és nagyságát illetve a korábban felsorakoztatott diagramokat vizsgáljuk, elmondható, hogy a vendégek javarészt a belvárost használják minden tekintetben. Ezt indokolja, hogy Hévíz ez tematikus turistaváros, aki ide jön, elsősorban a Tó és a gyógy szolgáltatások miatt teszi. az idelátogatók inkább az idősebb korosztály tagjai, akiknek mozgásszervi betegségeik vannak, ezért nem bolyonganak a városban, hanem kifejezetten a belvárost használják, akinek egészsége, ereje engedi, Egregybe ellátogat.

Elkészítettük korcsoport alapján is a térképeket mind a helyiek, mind a vendégek tekintetében külön vizsgálva az ételmezszerüzleteket, sportolási lehetőségeket, vendéglátó ipari egységeket, de összefüggés nem volt leolvasható róluk.

4. Hévíz problémái összefoglalva:

Hévíz társadalma előregedőben van, egyre kevesebb a gyerek, fiatal, holott Hévíznek szüksége lenne rájuk: két óvodája, egy általános és egy középiskolája van a városnak, amiket meg kell tölteni gyerekekkel. A probléma megoldására született ötlet: fecskelakások létesítése, azonban ez nem valósult meg. A lakosság népszáma lassan nő, elsősorban 55 év felettiek telepednek le, a 18 éven aluliaké csökken.²³

Anyagilag úgy éri meg a leginkább az embereknek, ha Hévízen vállalkoznak, de máshol élnek. Rengetegen vannak, akik a környező településeken laknak, de Hévízen dolgoznak, vagy ide járnak oktatási intézménybe.

A város nem fordít elég gondot a fiatalokra, nem szervez kifejezetten nekik programot, csupán az iskolán keresztül. Nincsen számukra szórakozó hely sem. A rózsakert-

²³ Hévíz Integrált Városfejlesztési Stratégiája; 2008; 18.o.

program sem valósult meg. A turizmust szeretné a város fejleszteni, de azt is az idősebb korosztályra orientálódva. ígérték a lakótelepen ez fiatal fitness park létrehozását.

A város nem szervez programot kifejezetten a helyieknek, csak a turistáknak, a boltok is az idelátogatókra specializálódnak, mind termékek terén, mind árfekvésben.

A helybeliek az orosz turistákat igénytelennek tartják, sokat szemetelnek, miattuk mentek fel az árak, ők keresik a márkás, drága, magyaroknak megfizethetetlen árukat. Sok helyen csak orosz nyelvű feliratok vannak.

Másik jelentős probléma a szállodák all-inclusive kínálatával van. Sok turista ki sem mozdul onnan, mert mindent megkap, amire csak szüksége van: étel, ital, szórakozás, de még fürödni is tudnak ugyan abban a gyógyvízben, mely a Tóban is található. Ezáltal a városi vendéglátó és kereskedelmi egységek forgalma csökken. Erről az egregyi borozók tulajdonosai panaszkodtak sokat, a turista oda már nem megy el, messze van, nincs megoldott **tömegközlekedés, sem reklám.**

5. Összegzés, eredmény:

Hipotéziseink voltak:

Első hipotézisünk szerint a helyi lakosok és a turisták a város eltérő részeit használják. Válaszunk: a helyiek és a vendégek a város eltérő részeit használják, átfedés a belvárosban tapasztalható.

Arra jutottuk, hogy míg a vendégek a belvárosban maradnak nyaralásuk során, de vannak közülük páran, akik Egregyre ellátogatnak, addig a helyiek Egregyre és az egész Északi régióba nem mennek. Akik ott laknak azok sem használják igazán a saját területüket, viszont a város minden egyéb régióját aktívan használják. A kérdés ott válik érdekessé, hogy akkor a helyiek több mint 70%-a miért mondta azt, hogy a turisták mindenhol jelen vannak, nem lehet előlük elvonulni, csak a saját kertbe.

A második hipotézis szerint a két vizsgált csoportnak kialakultak kedvelt helyeik a városon belül.

A vendéglátó ipari egységek tekintetében a kérdőív nem ad egyértelmű választ, azonban számtalan helyen hallottuk, hogy a Macchiato a helyiek kedvelt törzshelye, ha valaki eljár, az oda jár.

Boltokat figyelembe véve azonban egyértelműen kijelenthető, hogy a helyiek a Spart preferálják, a vendégek a Tó ABC-t.

Harmadik: A fiataloknak nincsenek szórakozási lehetőségeik Hévízen belül.

Ezzel továbbra is egyetértünk, a kérdőívek adatai alátámasztják. Hévíz nagyon az idős vendégeknek kedvez e tekintetben, a város vezetősége azonban nem is szeretne nagyon változtatni. Az interjúk során azt a választ kaptuk, hogy nem szabad zavarni az idős, gyógyulni vágyókat, hiszen ez a nyugalom vonzza a vendégeket. Emiatt zártak be a szórakozóhelyek, amelyek jelenleg is üzemelnek, azok is korán bezárnak.

Negyedik: A helyiek bizonyos szolgáltatásokkal kapcsolatos igényei nincsenek megfelelően kielégítve.

Valóban éreznek hiányosságokat, de a nagy bevásárlóközpontot leszámítva mindre találtunk fejlesztése tervet.

Végül: A hévíziek az árak miatt a környező településeken vásárolnak.

Egyértelműen igaz.

Hévizet tekintve nem beszélhetünk nagy távolságokról, egy kis alapterületű településről van szó. Azt azonban hozzá kell tennünk, hogy magassági különbségek igen csak tapasztalhatók, melyek a mozgásszervi betegséggel rendelkező idős emberek számára kihívást jelenthetnek. A vendégek és a helyiek mozgását figyelembe véve valószínűsíthető, hogy érdemes lenne egy észak-déli irányú tömegközlekedést kiépíteni. Ezáltal elképzelhető, hogy több ember venné rá magát, hogy a város északi csücskében található egregyi borútra is ellátogasson.

6. Továbbélése a kutatásnak

Első sorban jelen kutatás nem terjedt ki a turizmus társadalmi-kulturális hatásainak objektív mérésére, hanem alapvetően a helyi lakosság észleléseire összpontosított (szakértői vélemények feldolgozása mellett). Le kellene futatni egy olyan kérdőívet, mely java részt azonos kérdéseket tesz fel a két vizsgált csoportnak, illetve szükség lenne egy, Hévíz lakosságát jobban reprezentáló mintavételre. Ezt a gondolatot folytatva a kutatás időbeliségét is folytatni lehetne, s célszerű lenne a fejlesztések megvalósulása után is közvélemény-kutatást tartani.

Továbbá érdemes lehet alkalmazni a Kevin Lynch által fejlesztett városi érzékelés-módszerét, annak szemüvegén keresztül nézni Hévíz szerkezetét, a település mintázatait.

7. Hivatkozások

KSH adat, www.ksh.hu

ART COPY STÚDIÓ- GIMMICK KFT: Közvélemény-kutatás Gyula város idegenforgalmáról, I. Kutatási tanulmány: a helyi lakosság véleménye, javaslata; Gyula; 2008

PELLE CS. ÉS A SZERESD SZENTENDRÉT EGYESÜLET TAGJAI
Városmarketing és kereskedelem; Szentendre; 2007

RÁTZ T.: A turizmus társadalmi-kulturális hatásai, Ph.D. Disszertáció; Budapest; 1999

HAJNAL K. – KÖBLI Á.: Hévíz turizmusának fejlődési irányai 17; Modern Geográfia
2014/III. pp. 17-36. ISSN: 2062-1655;

HÜBNER TERVEZŐ KFT.: Hévíz város Településfejlesztési koncepcióját és szerkezeti tervét megalapozó vizsgálat, Egyeztetési dokumentáció; Pécs ; 2014

HÜBNER TERVEZŐ KFT.: Hévíz város Településfejlesztési Koncepciója, Egyeztetési dokumentáció; Pécs ; 2014

Hévíz város integrált városfejlesztési stratégiája; 2008

TRÓCSÁNYI A. – STEFÁN K. 2009. A pécsi fiatalok városképe és reprezentációja mentális

térképek alapján In: Tóth J. – M. Császár Zs. – Hasanovic-Kolutác A. (szerk.):

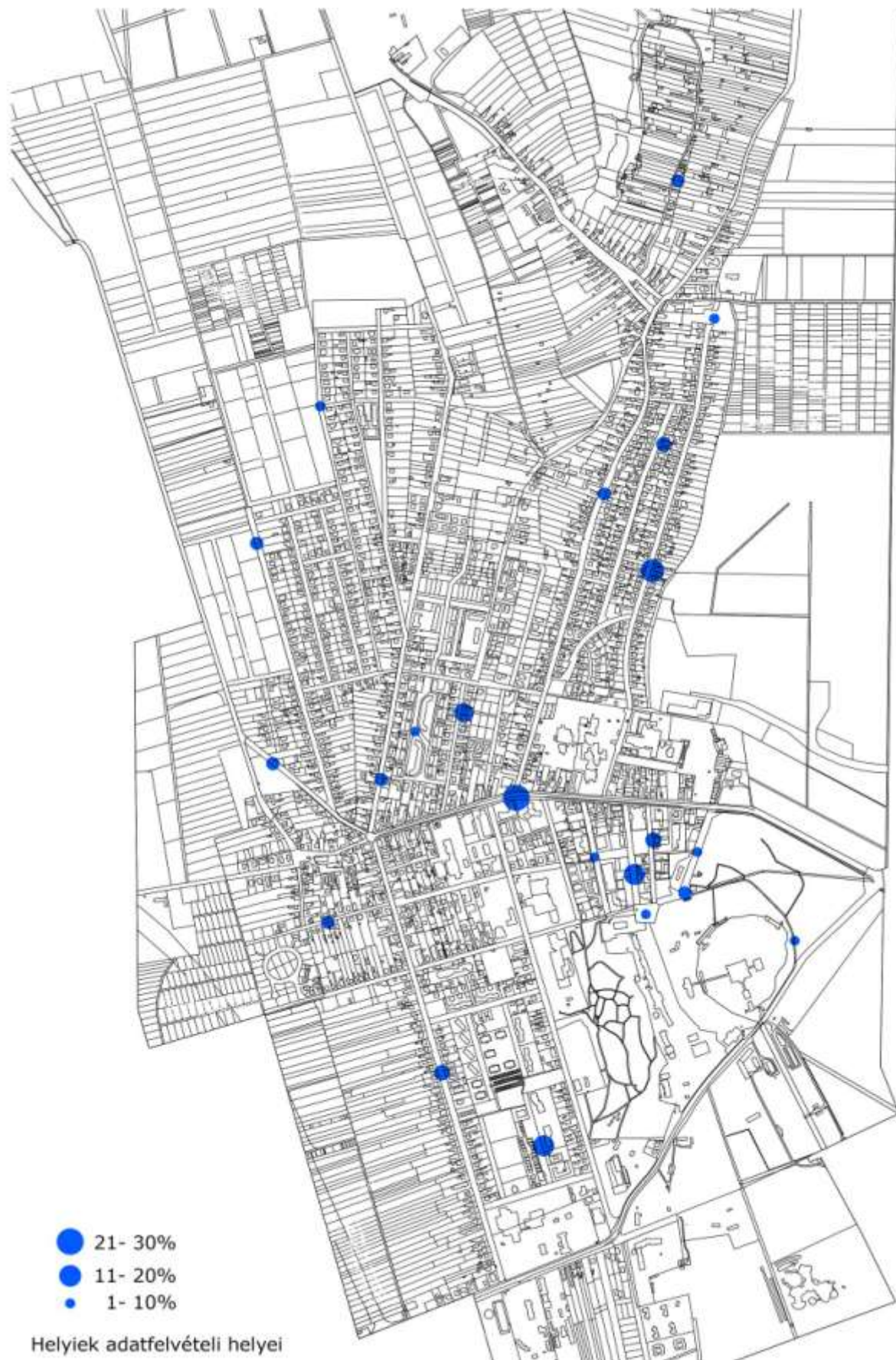
Társadalomföldrajzi kutatások makro-mezo és mikrotérségekben, PTE TTK FDI, IDResearch

Kft/Publikon Kiadó, Pécs, pp. 127-138.

UNWTO;

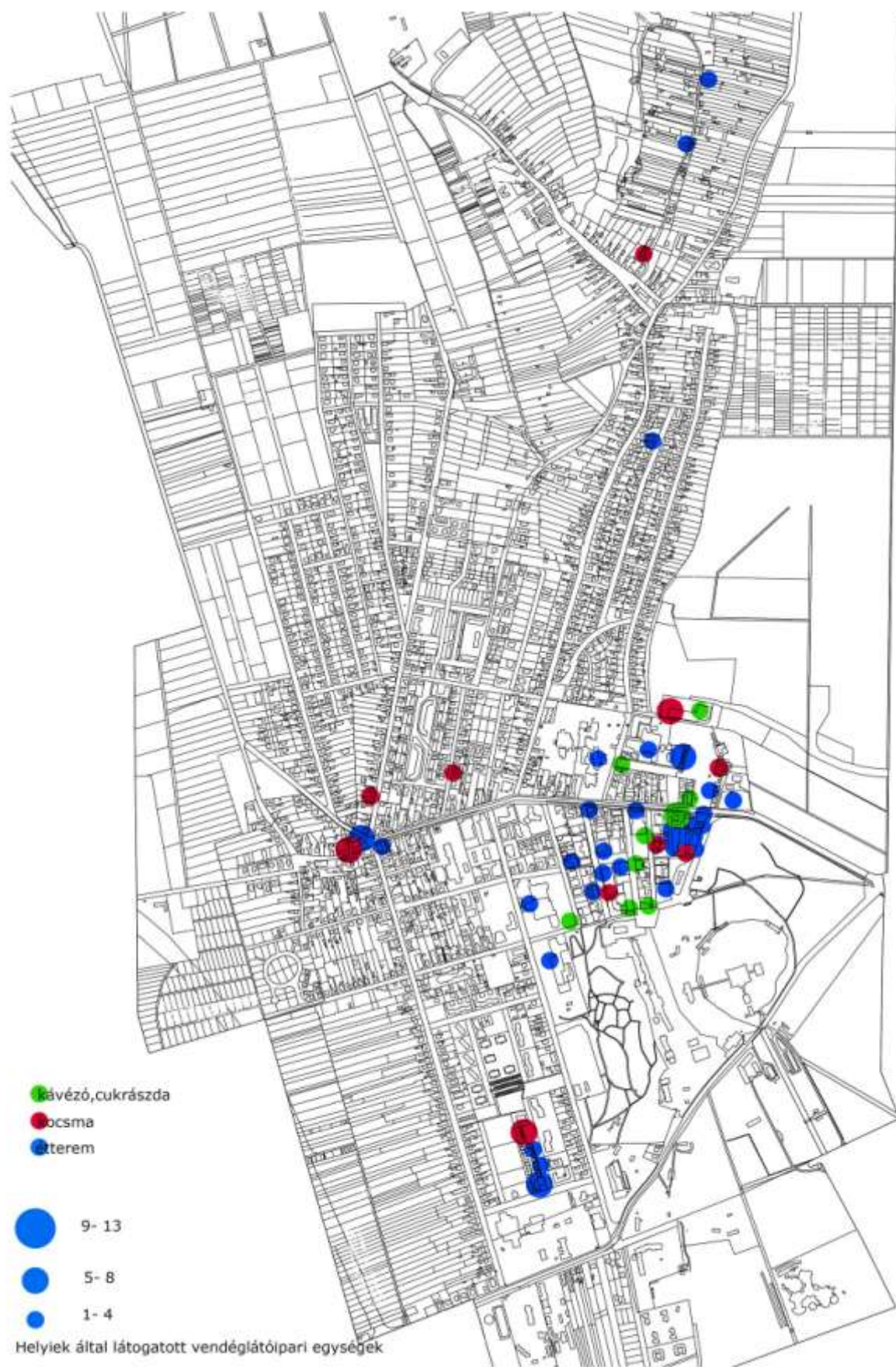
http://www.un.org/esa/sustdev/natlinfo/indicators/methodology_sheets/demographics/ratio_localresidents_tourists.pdf; 2014

8. Mellékletek: 1. térképek



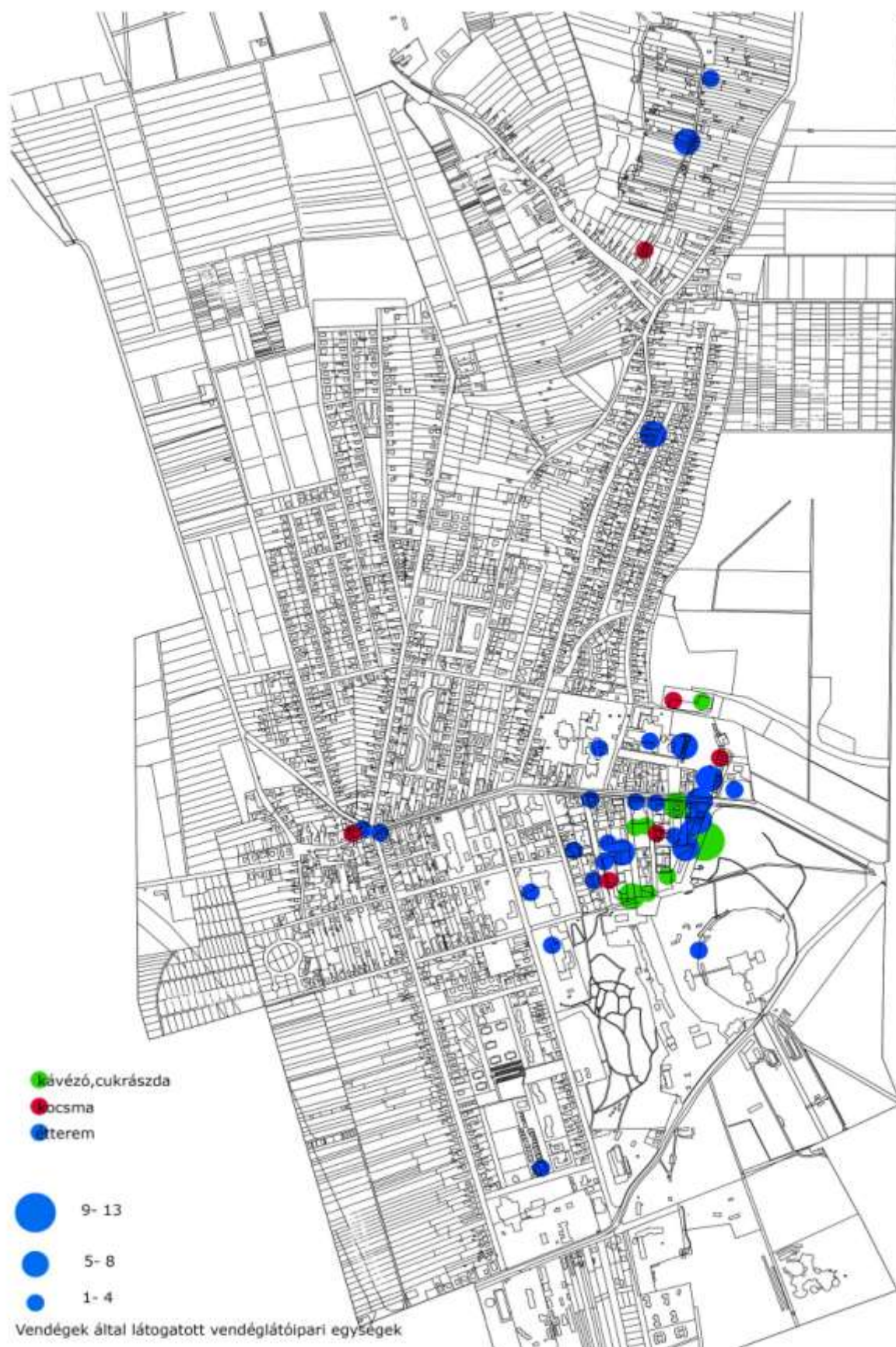
9.

10. 1. térkép Helyiek adatfelvételi helyei



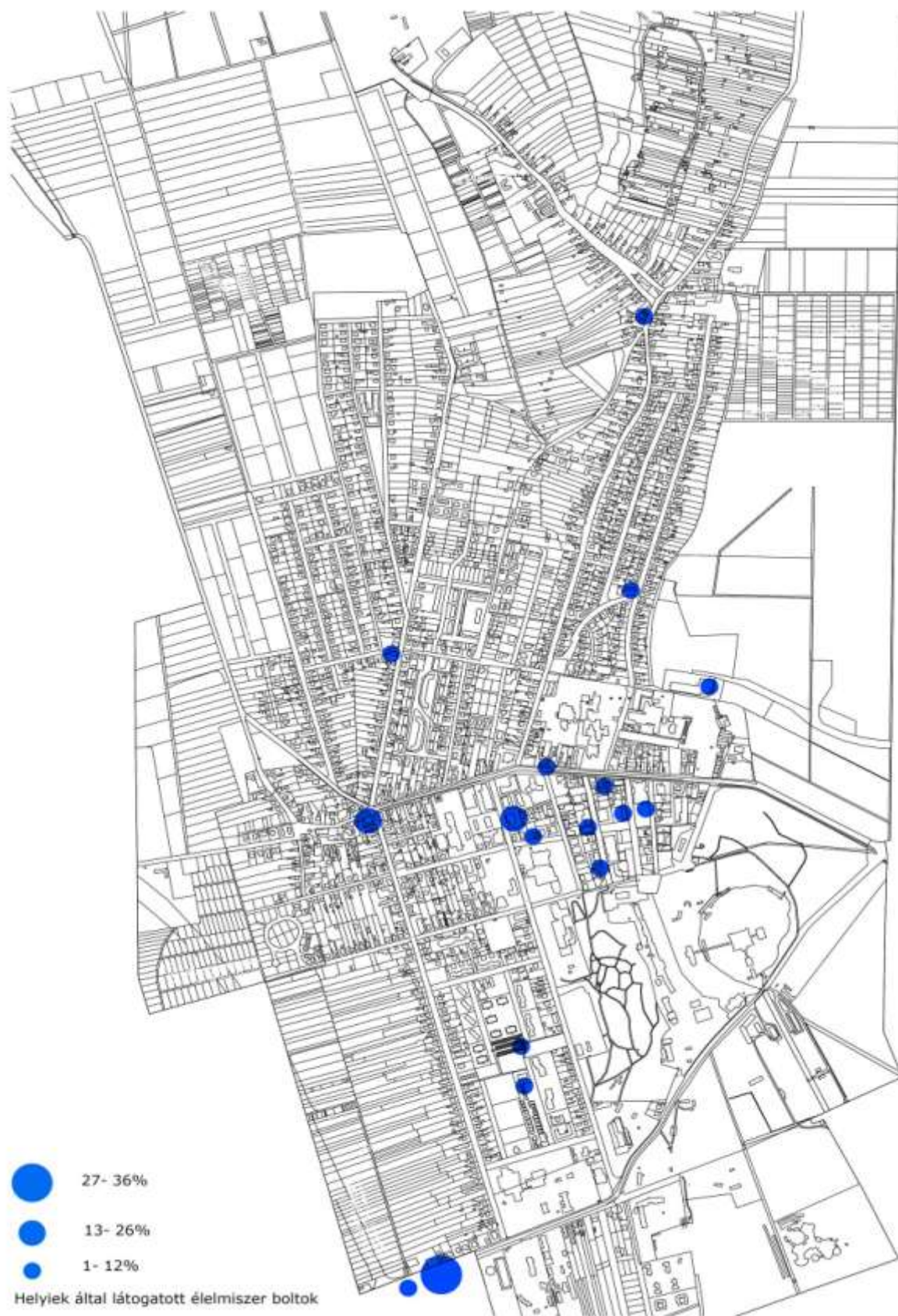
11.

12. 2. térkép Helyiek vendéglátó ipari egység használata



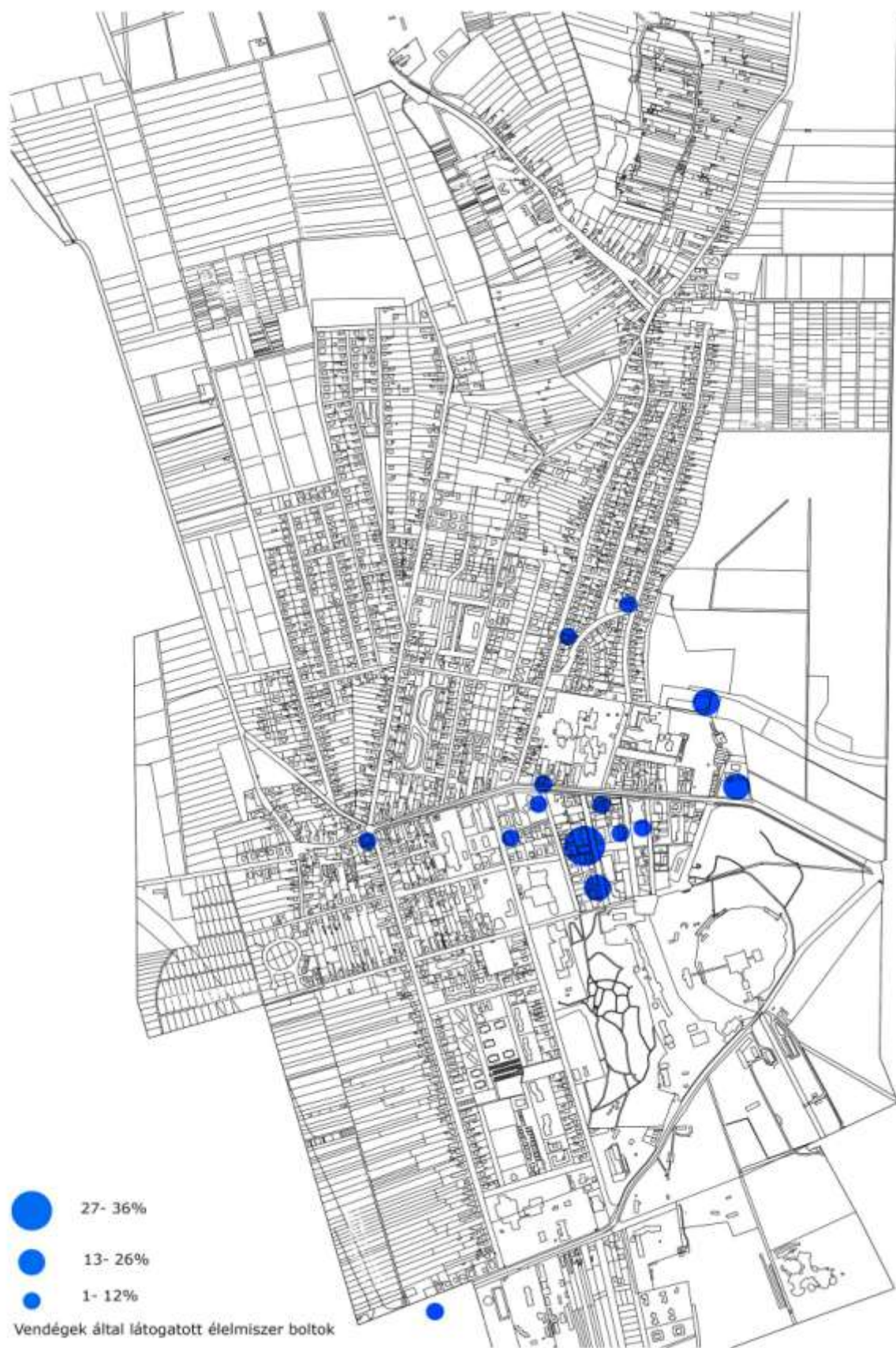
13.

14. 3. térkép Vendégek vendéglátó ipari egység használata



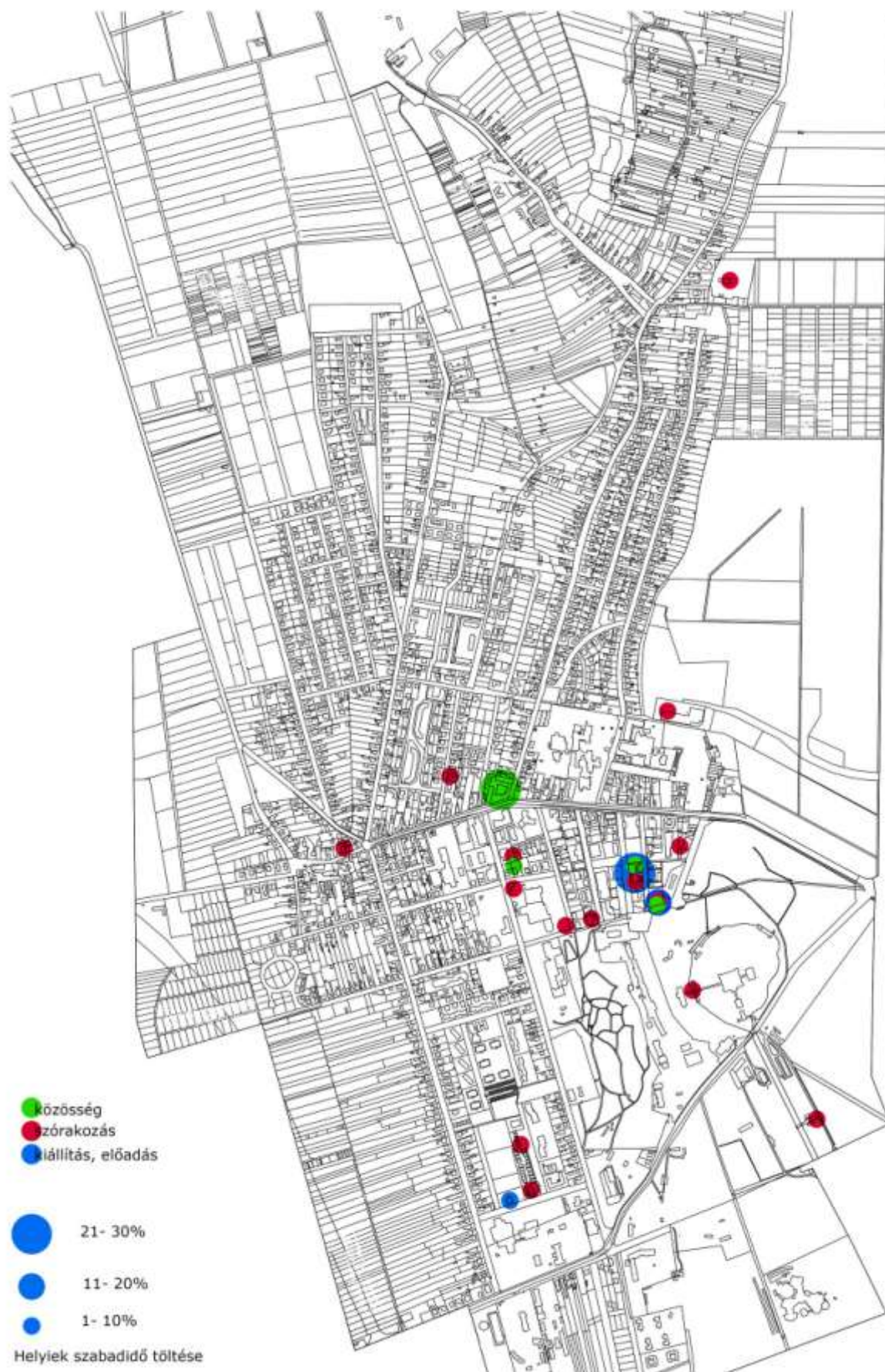
15.

16. 4. térkép Helyiek élelmiszerüzlet használata



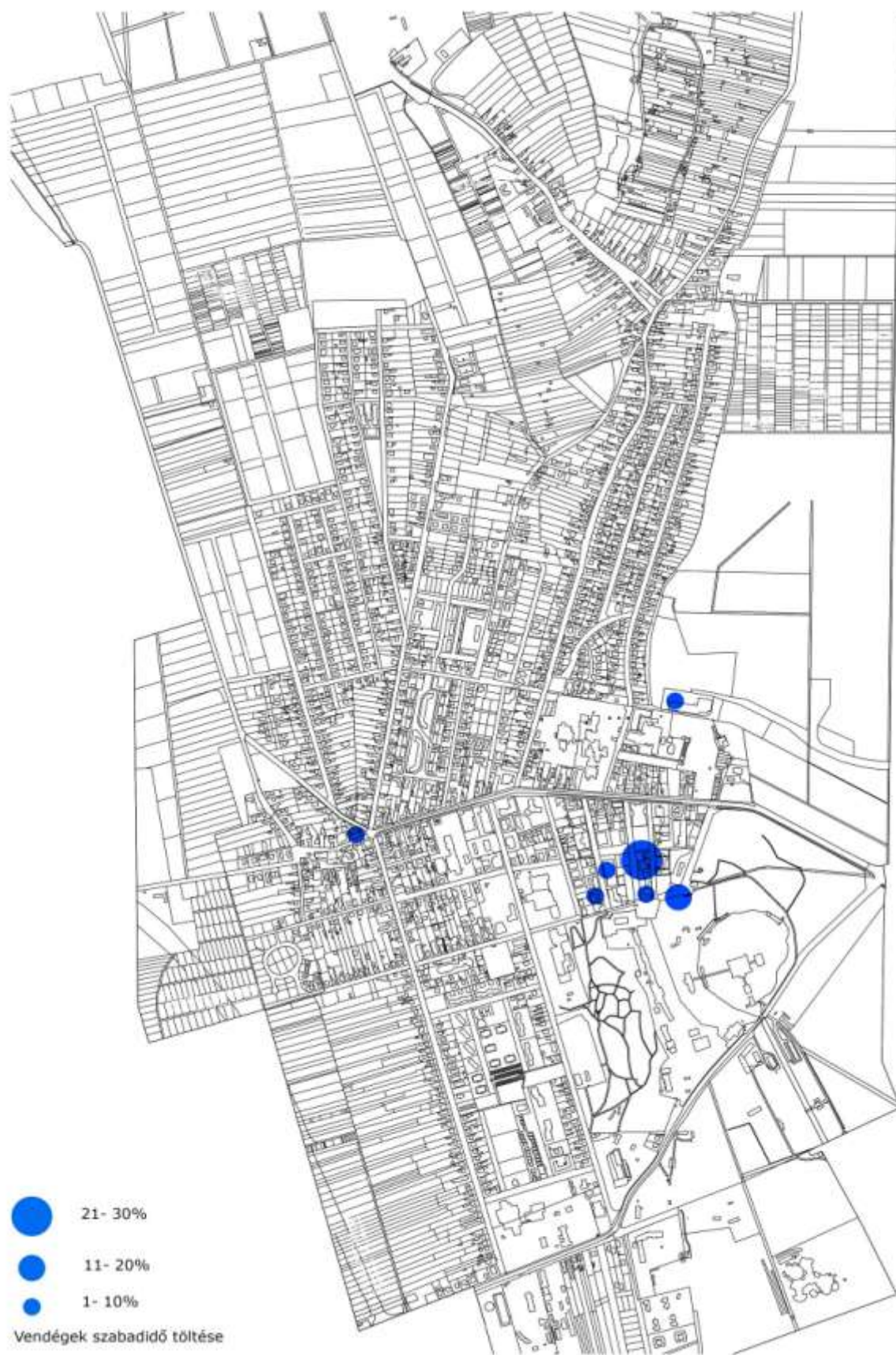
17.

18. 5. térkép Vendégek élelmiszerüzlet használata



19.

6. térkép Helyiek szabadidő eltöltése

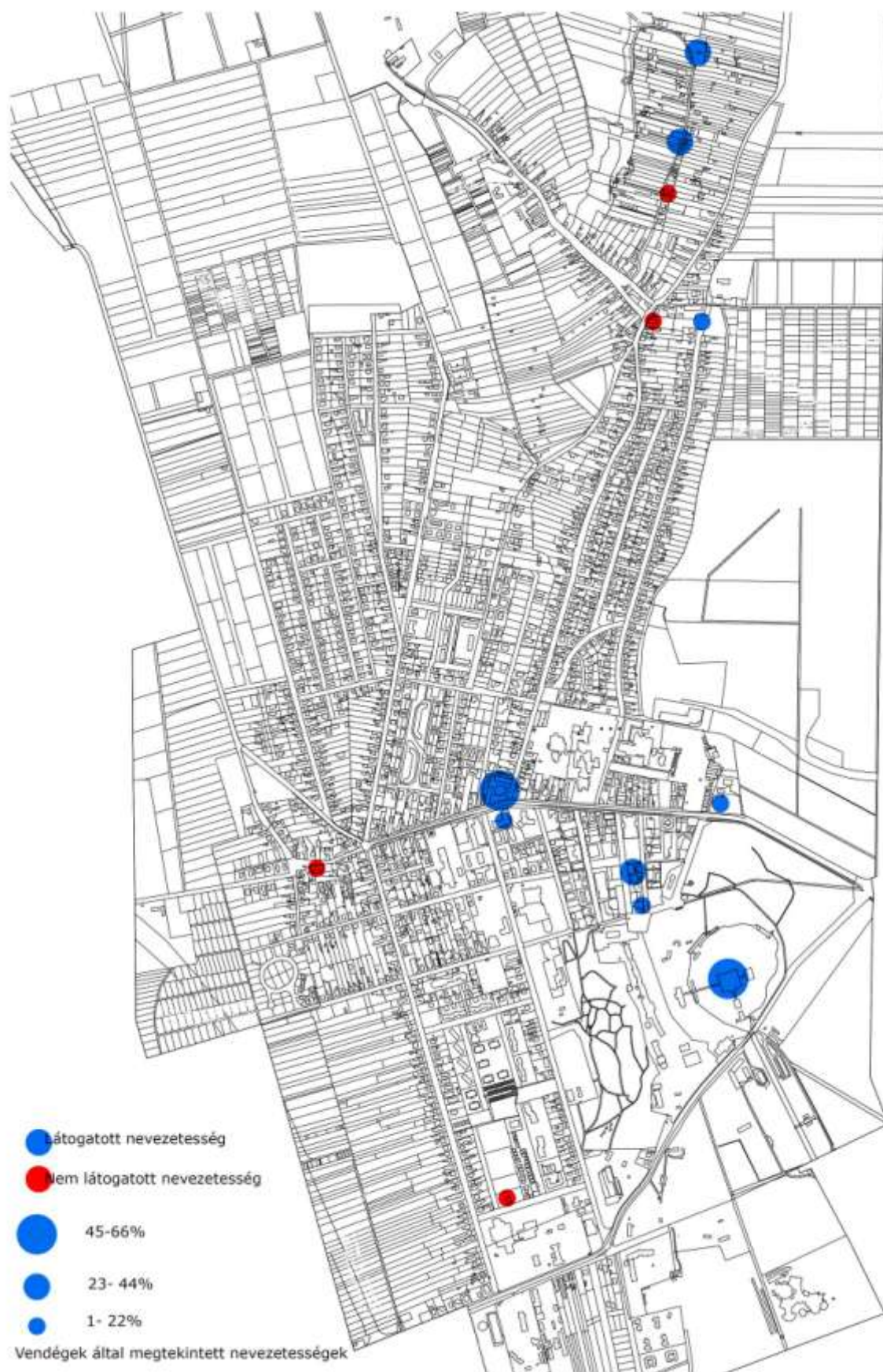


20.

7. térkép Vendégek szabadidő eltöltése

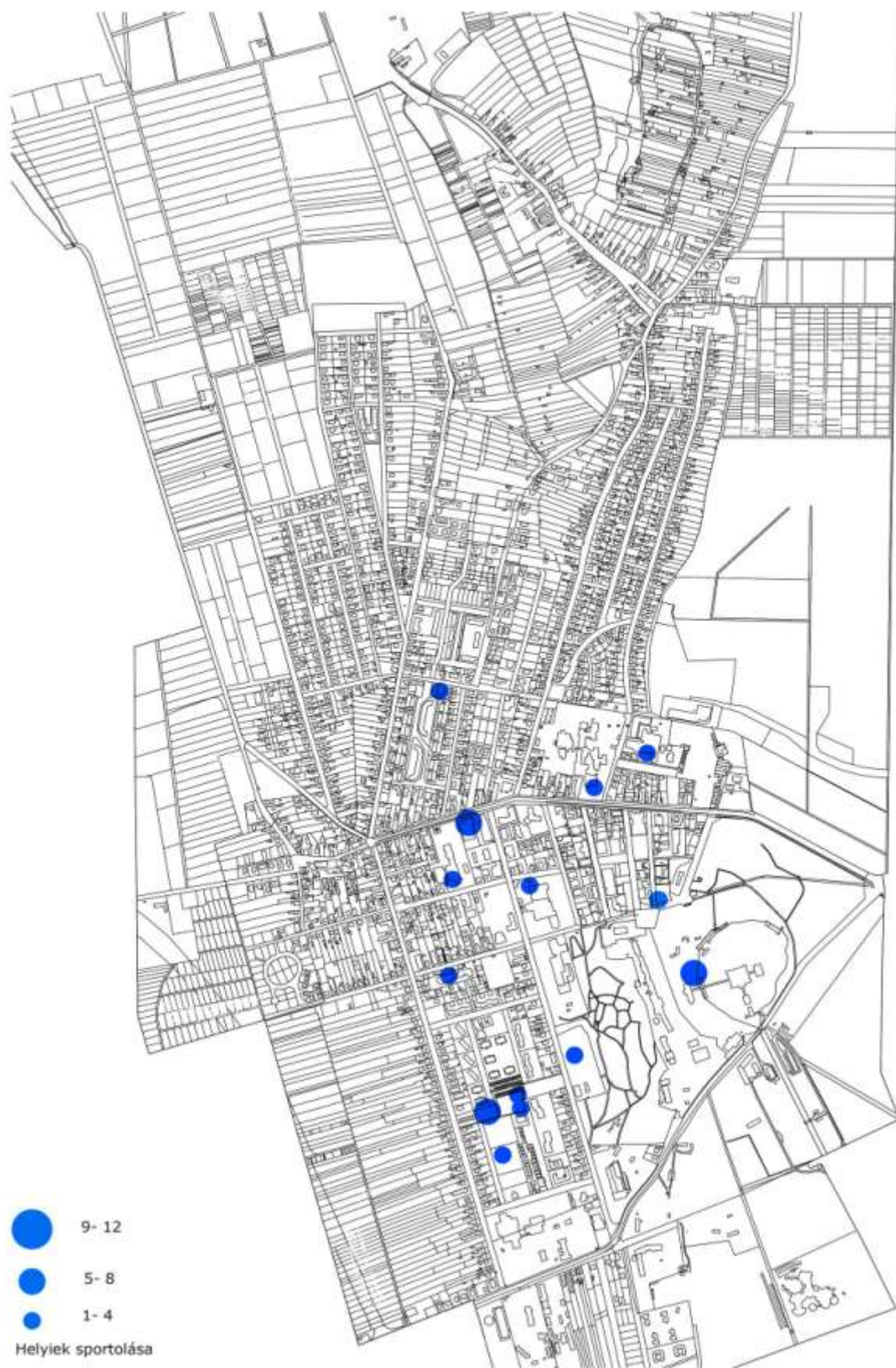


21. 8. térkép Helyiek közterület használata



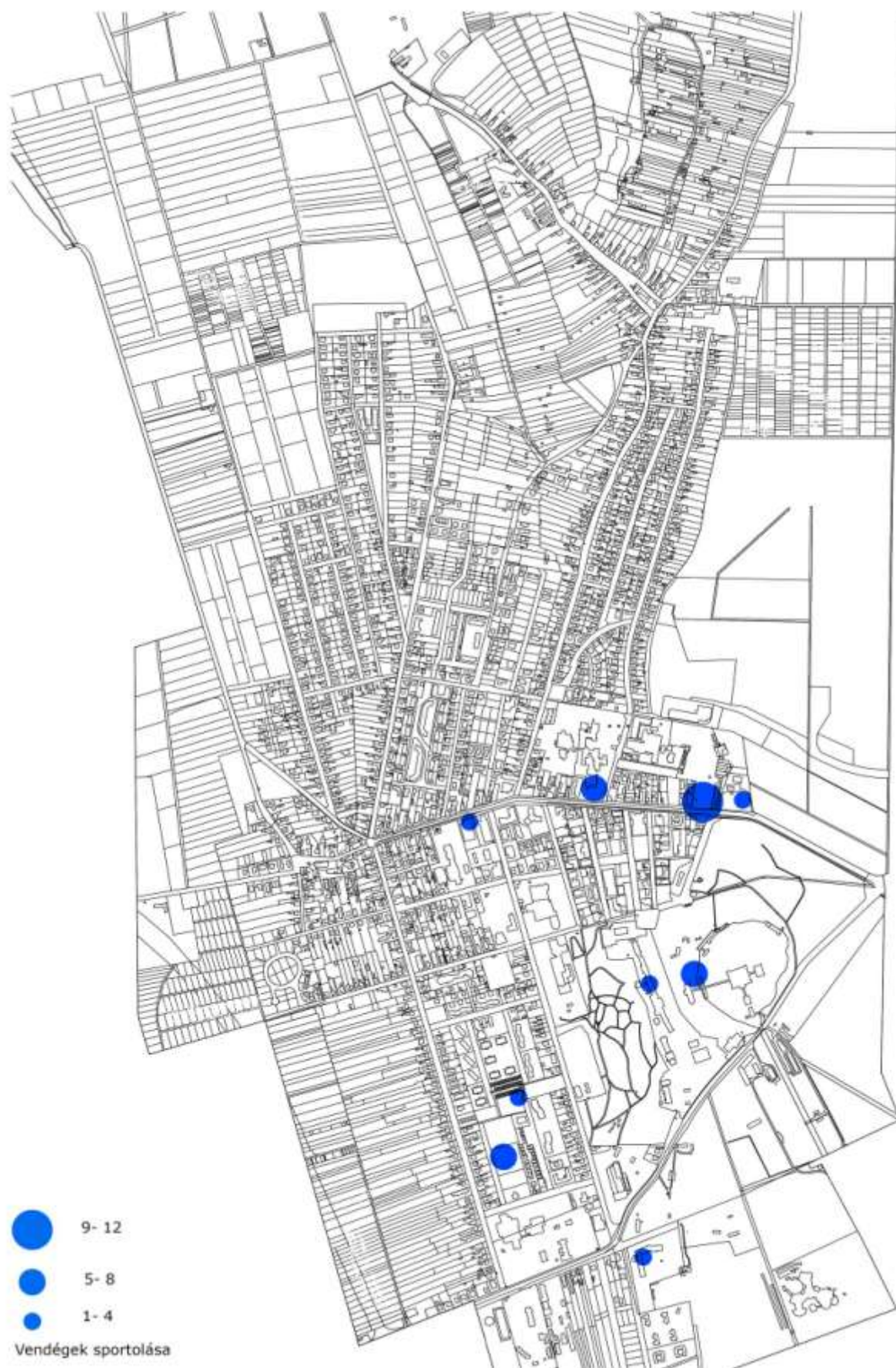
22.

23. 9. térkép Vendégek által megtekintett nevezetesség



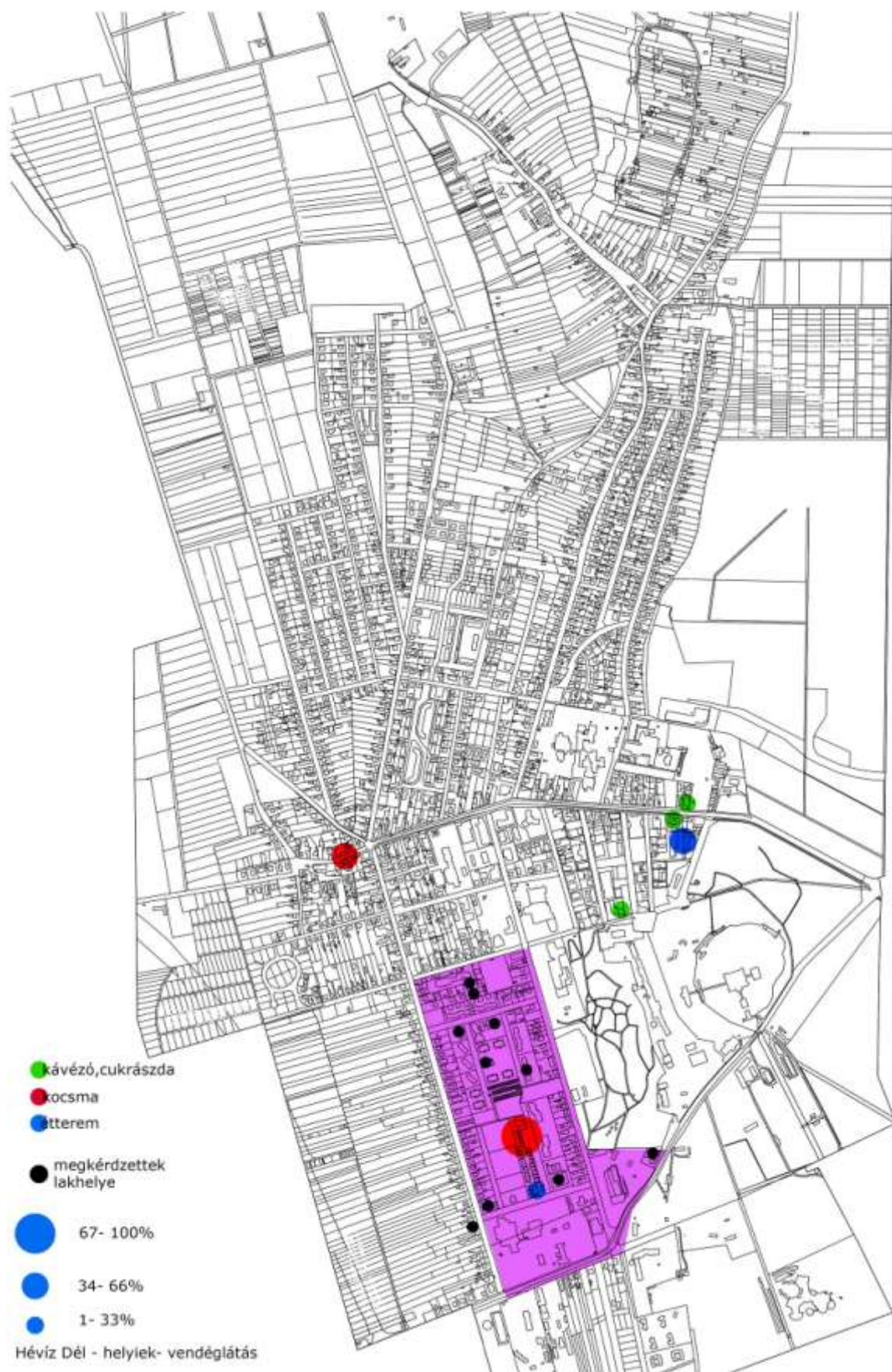
24.

25. 10. térkép Helyiek sportolásának helyszínei



26.

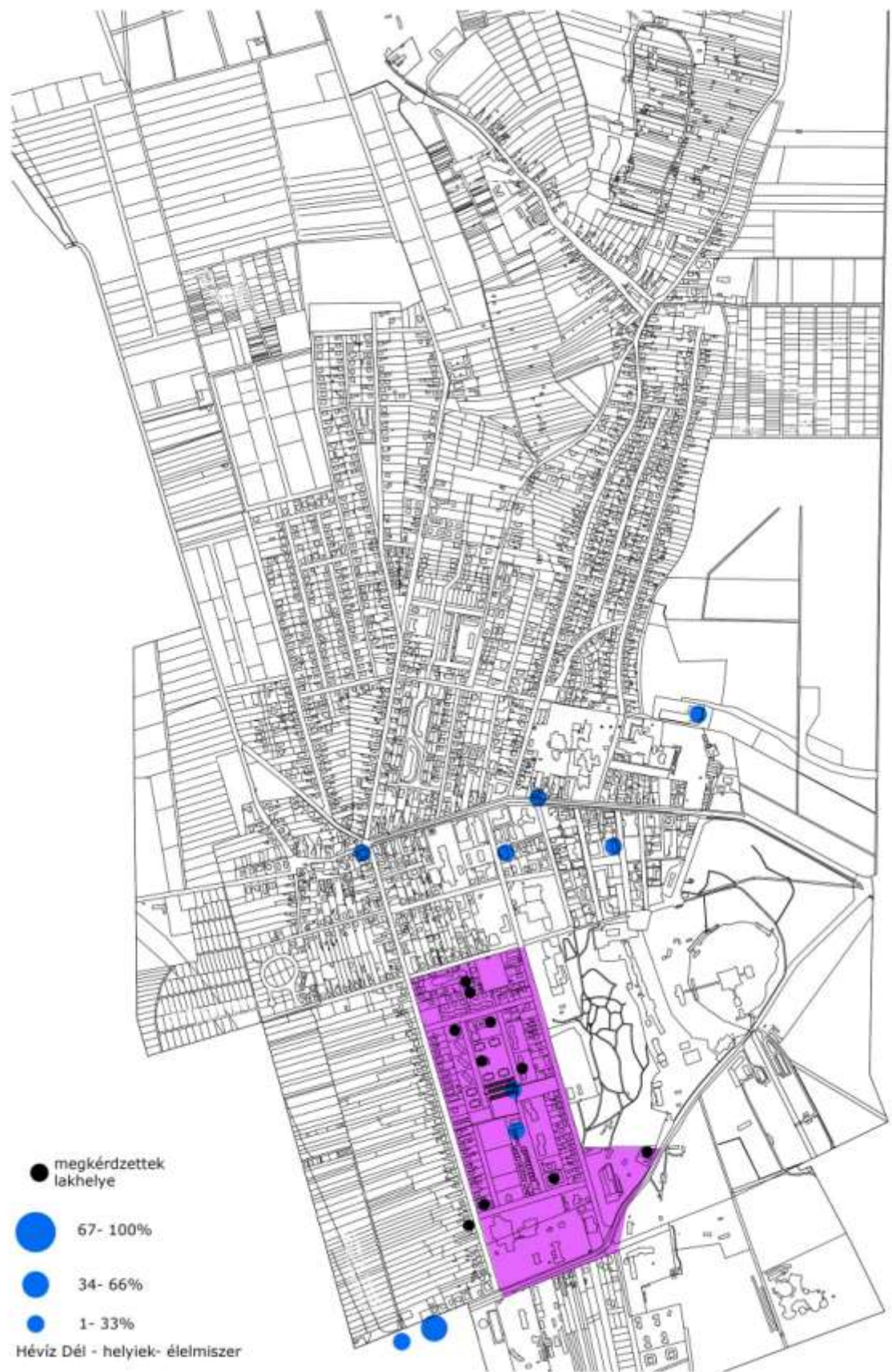
27. 11. térkép Vendégek sportolásának helyszínei



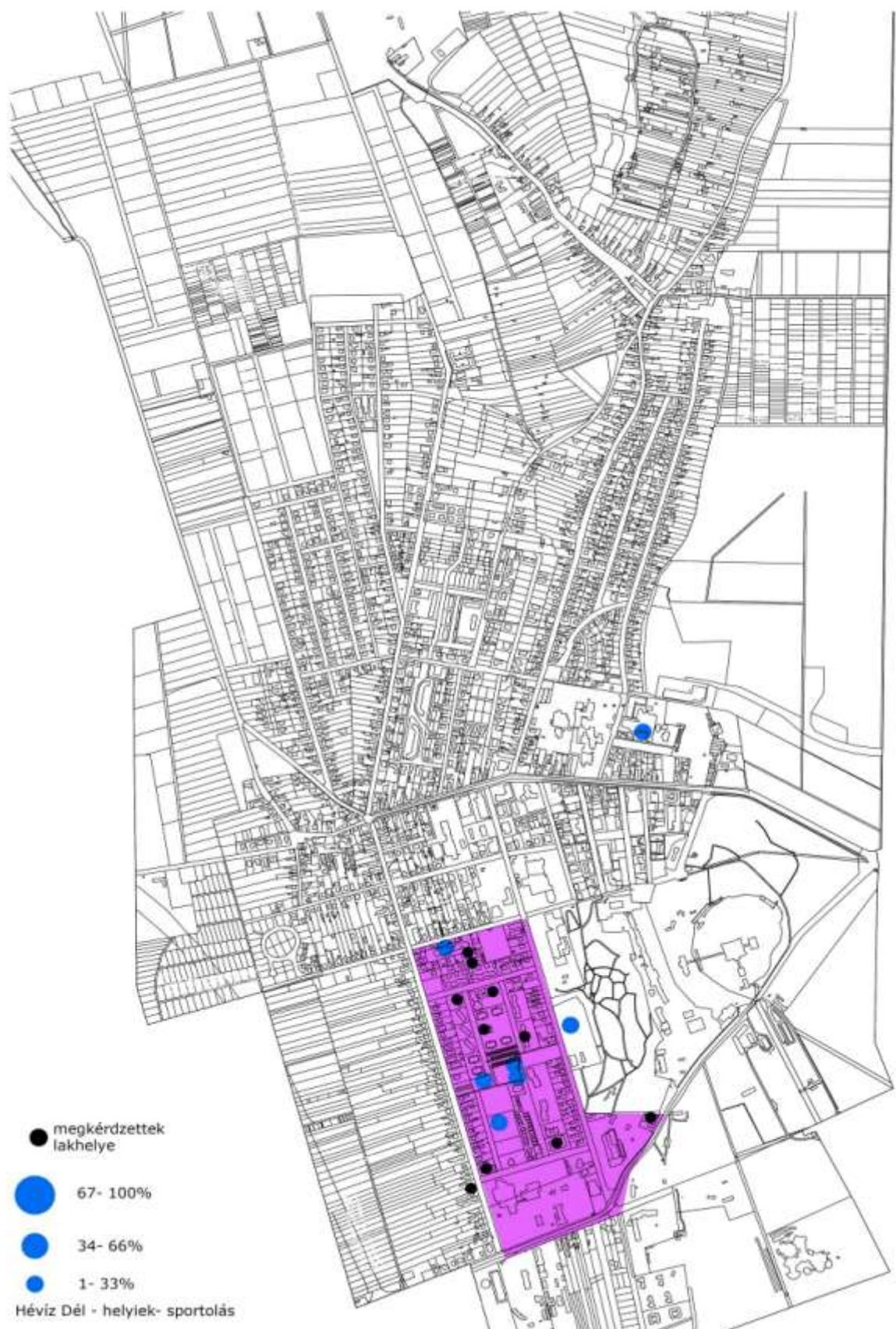
28.

29. 12. térkép Déli régióban élők vendéglátó ipari egység használata

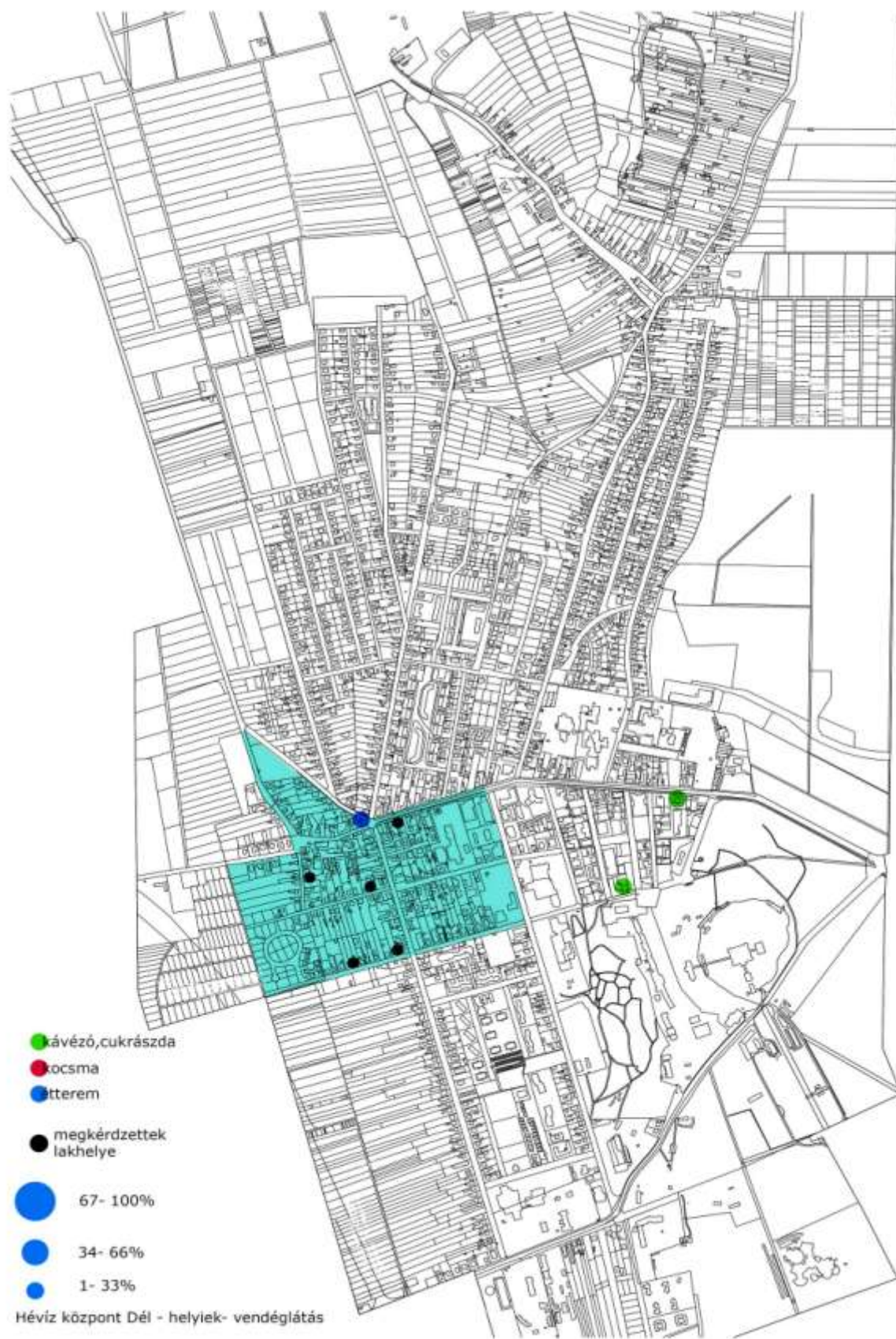
30.



31. 13. térkép Déli régióban élő helyiek élelmiszervásárlási helyszínei



33. 14. térkép Déli régióban élő helyiek sportolási helyszínei



34.

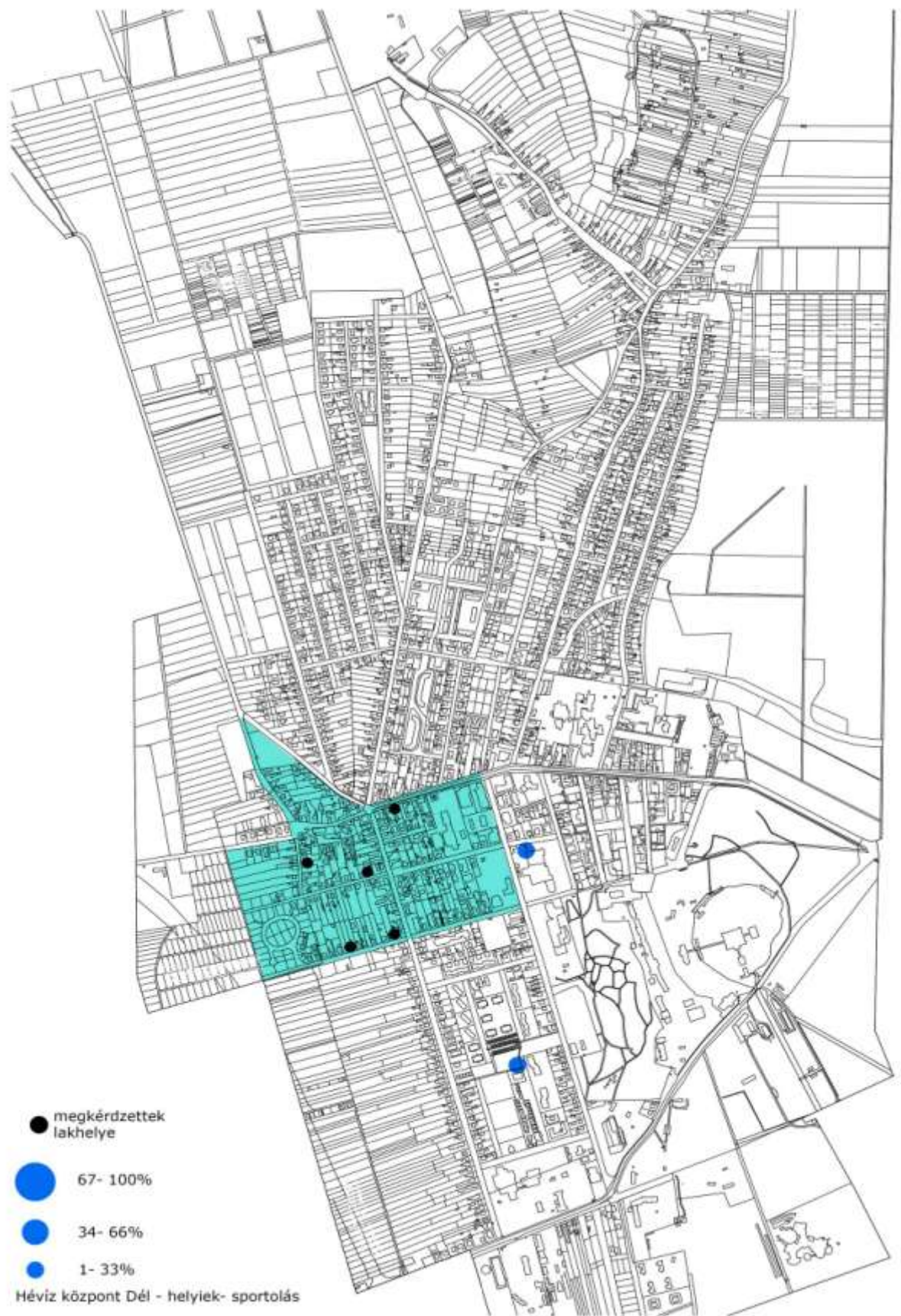
35. 15. térkép Központi városrészben élő helyiek vendéglátó ipari egység használata



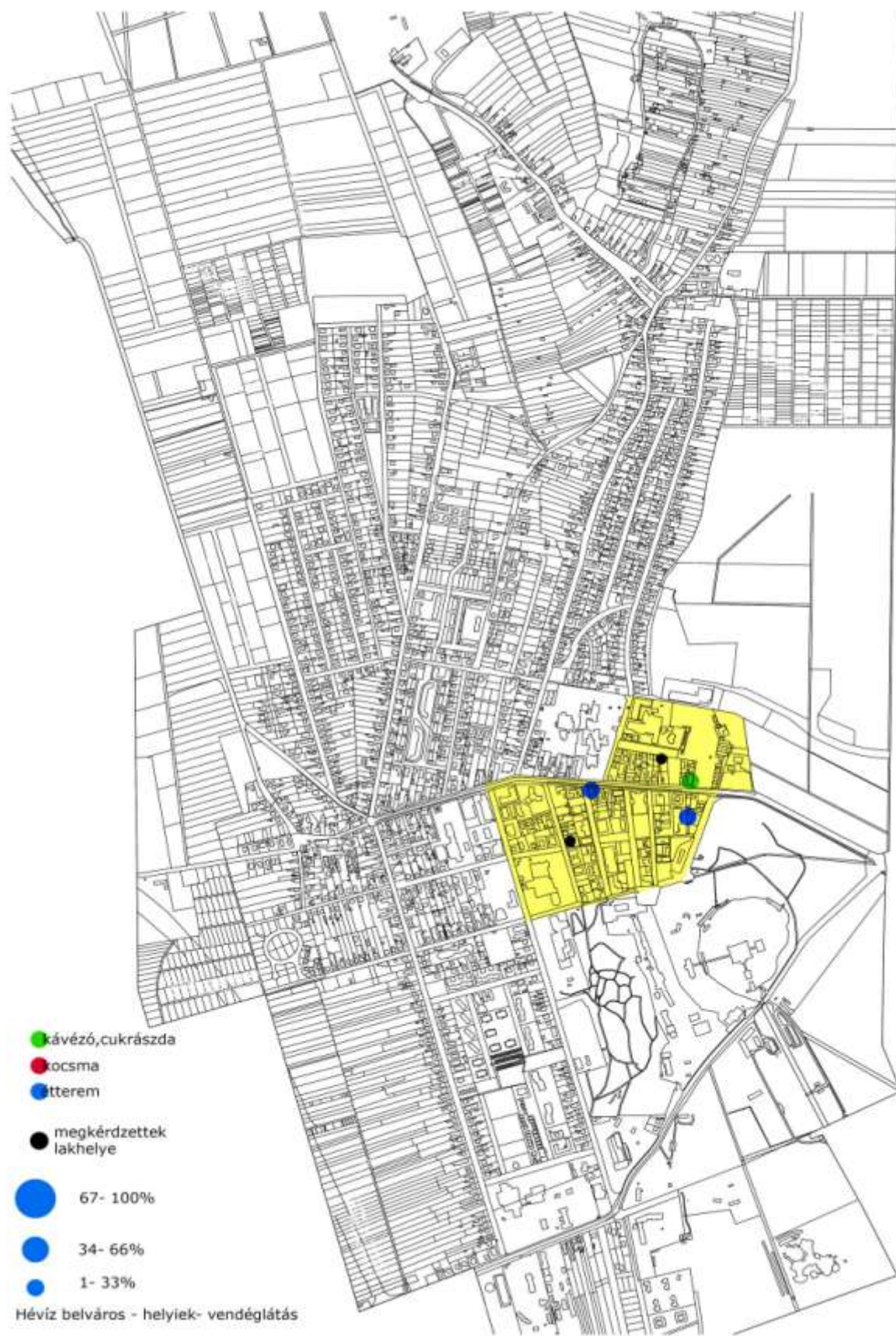
36.

37. 16. térkép Központi régióban élő helyiek élelmiszervásárlási helyei

38.

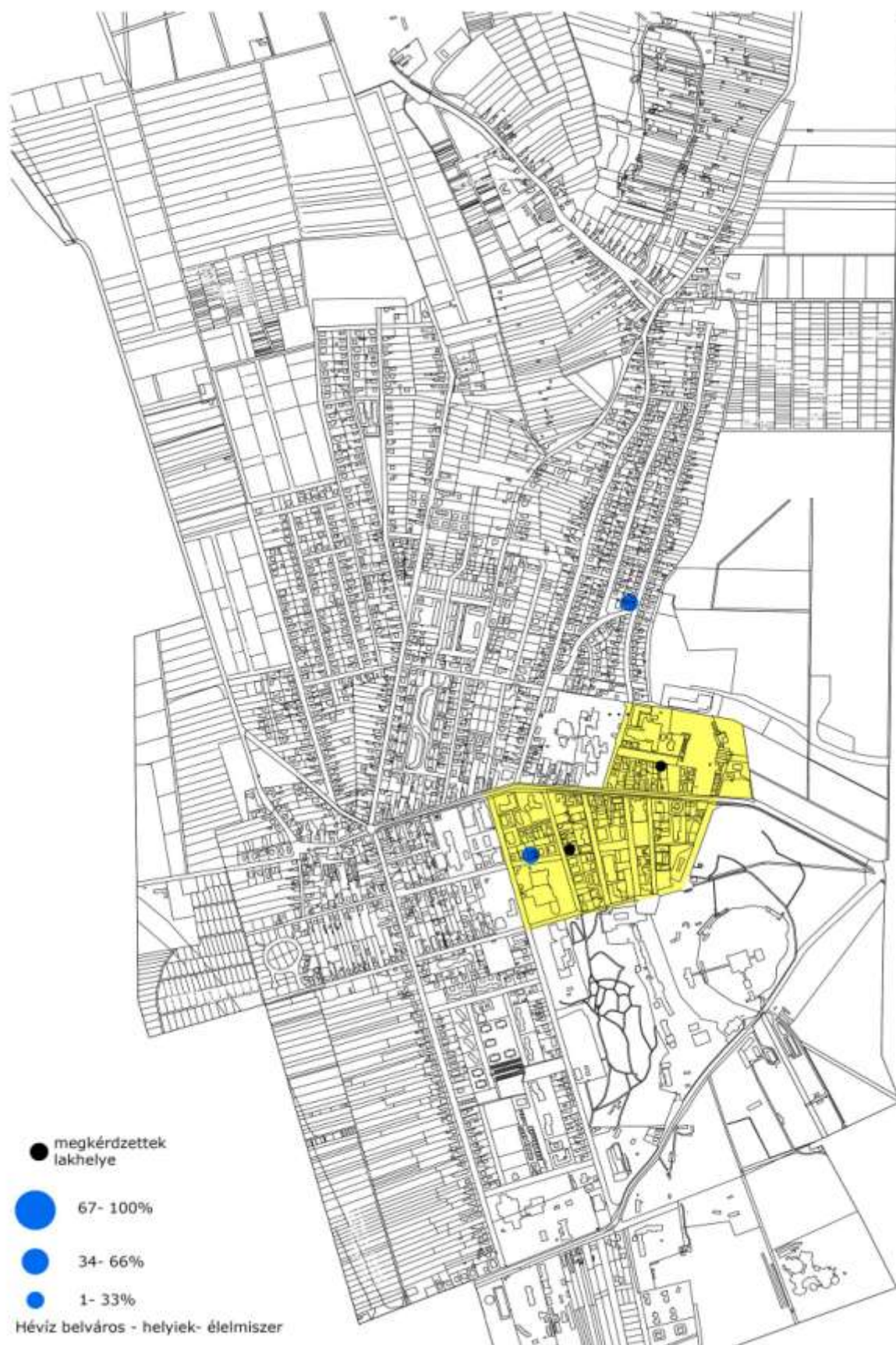


39. 17. térkép Központi régióban élő helyiek sportolási helyszínei



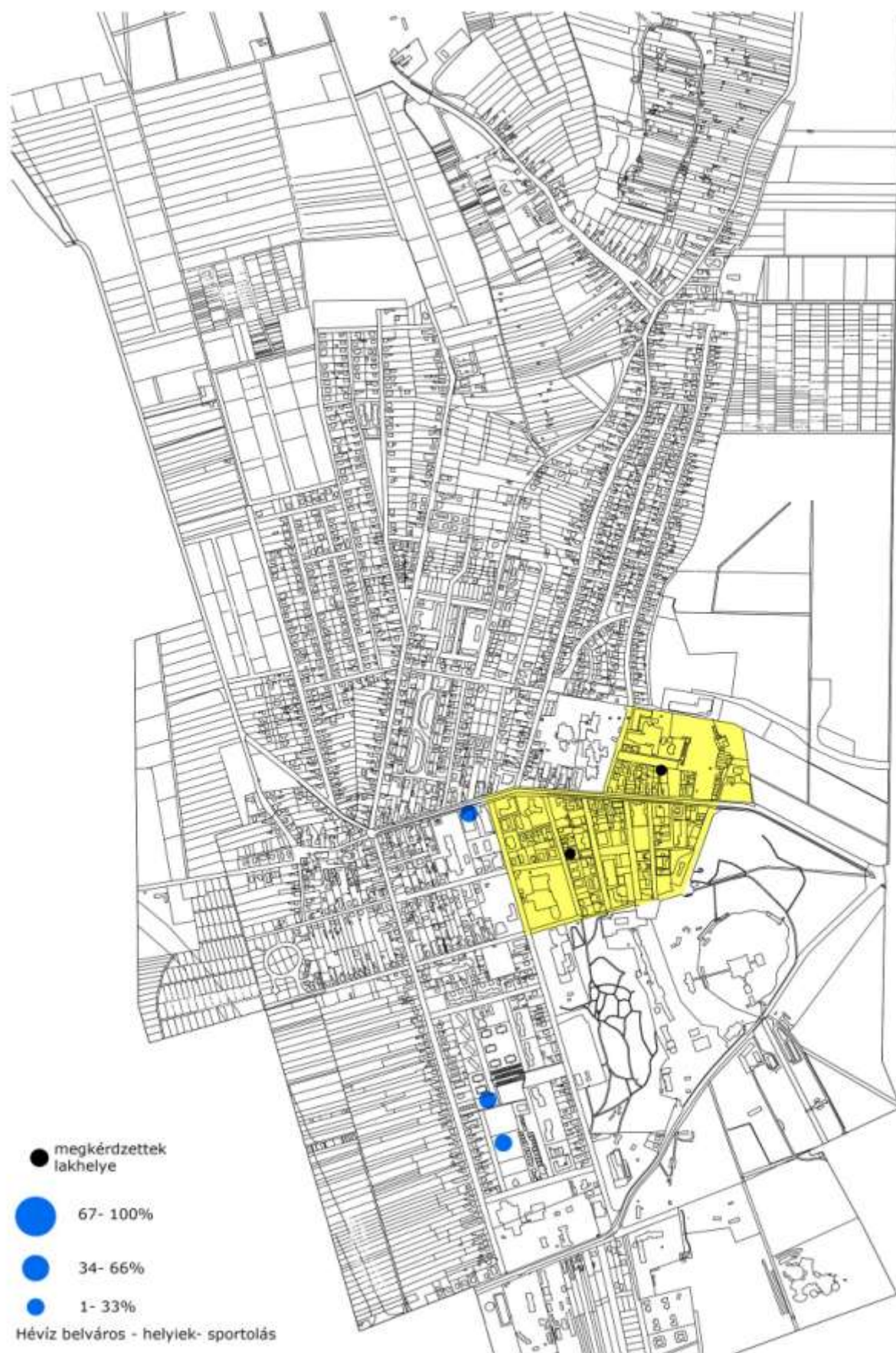
40.

41. 18. térkép Belvárosban élő helyiek vendéglátó ipari egység használata



42.

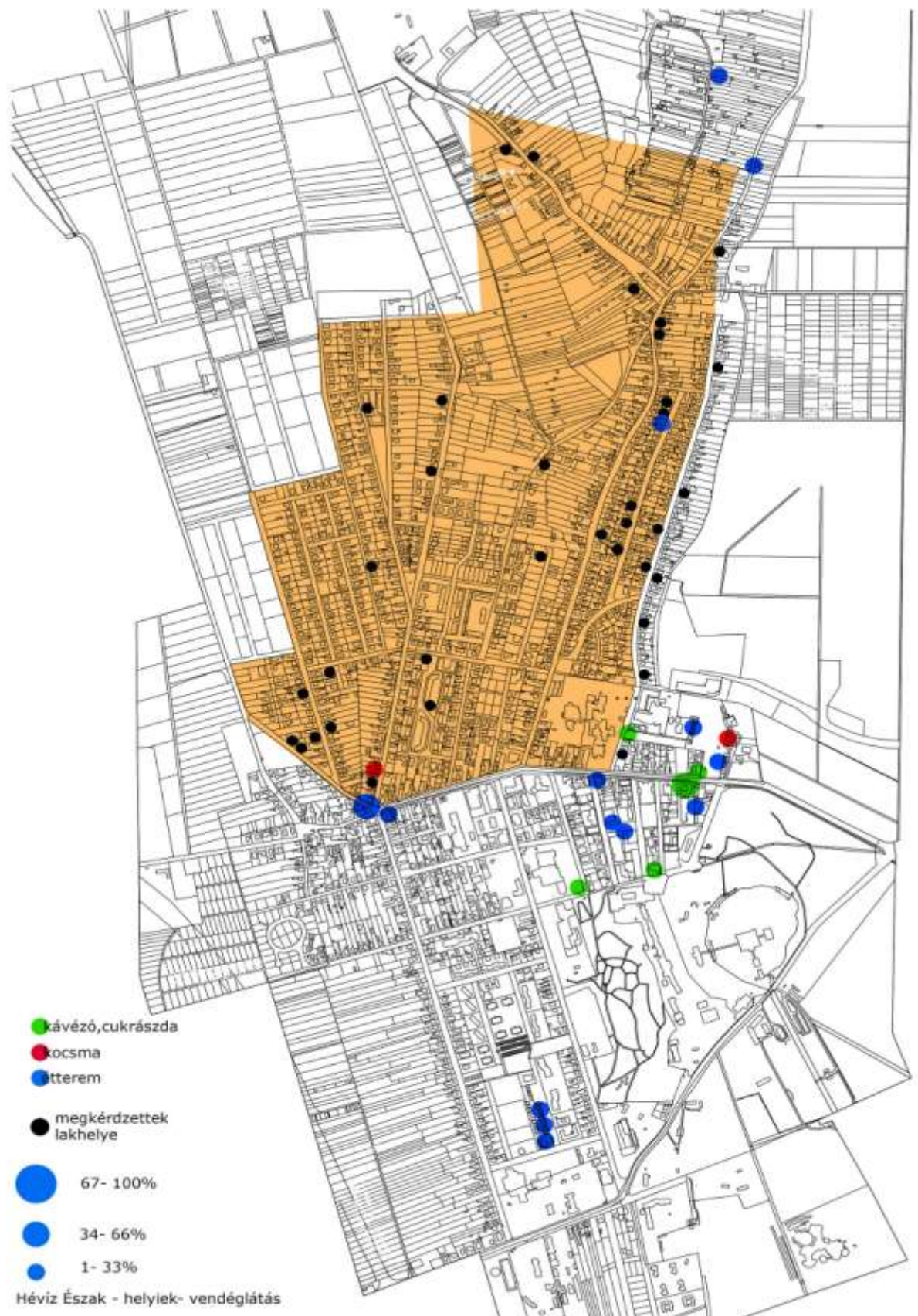
43. 19. térkép Belvárosban élő helyiek élelmiszervásárlási helyszínei



44.

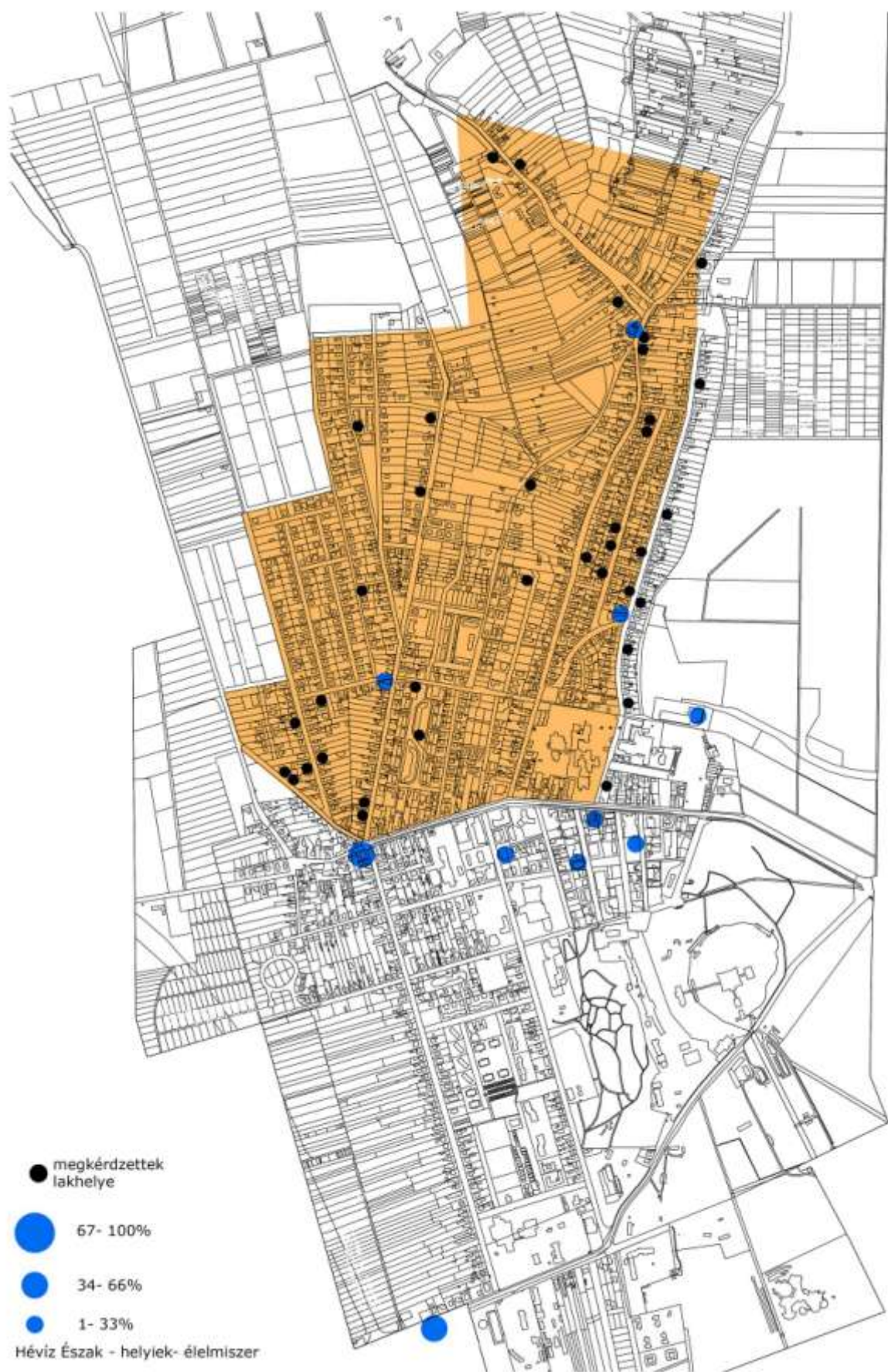
45. 18. térkép Belvárosban élő helyiek sportolási helyszínei

46.



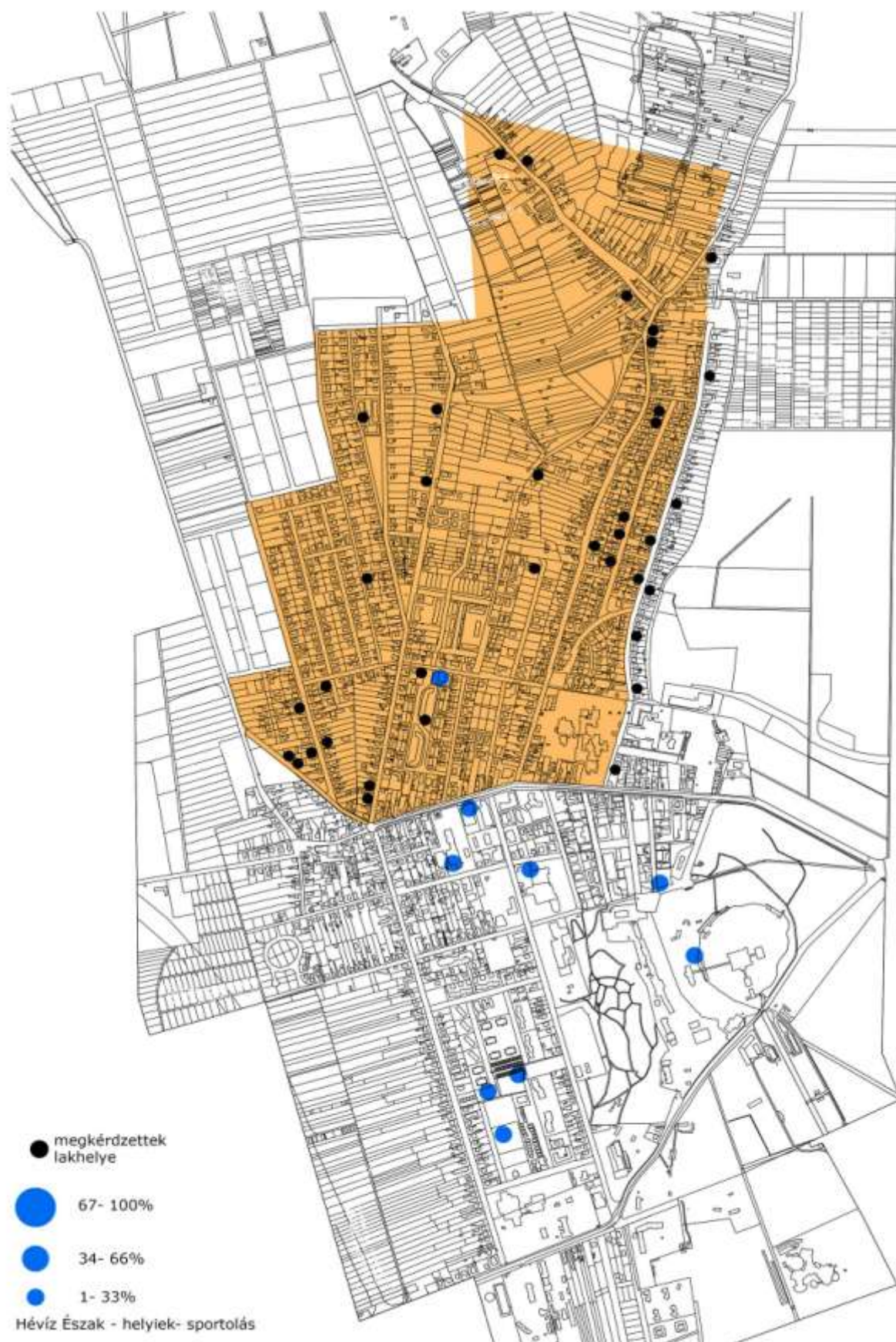
47.

48. 19. térkép Északi/ Egregyi régióban élők vendéglátó ipari egységek használata



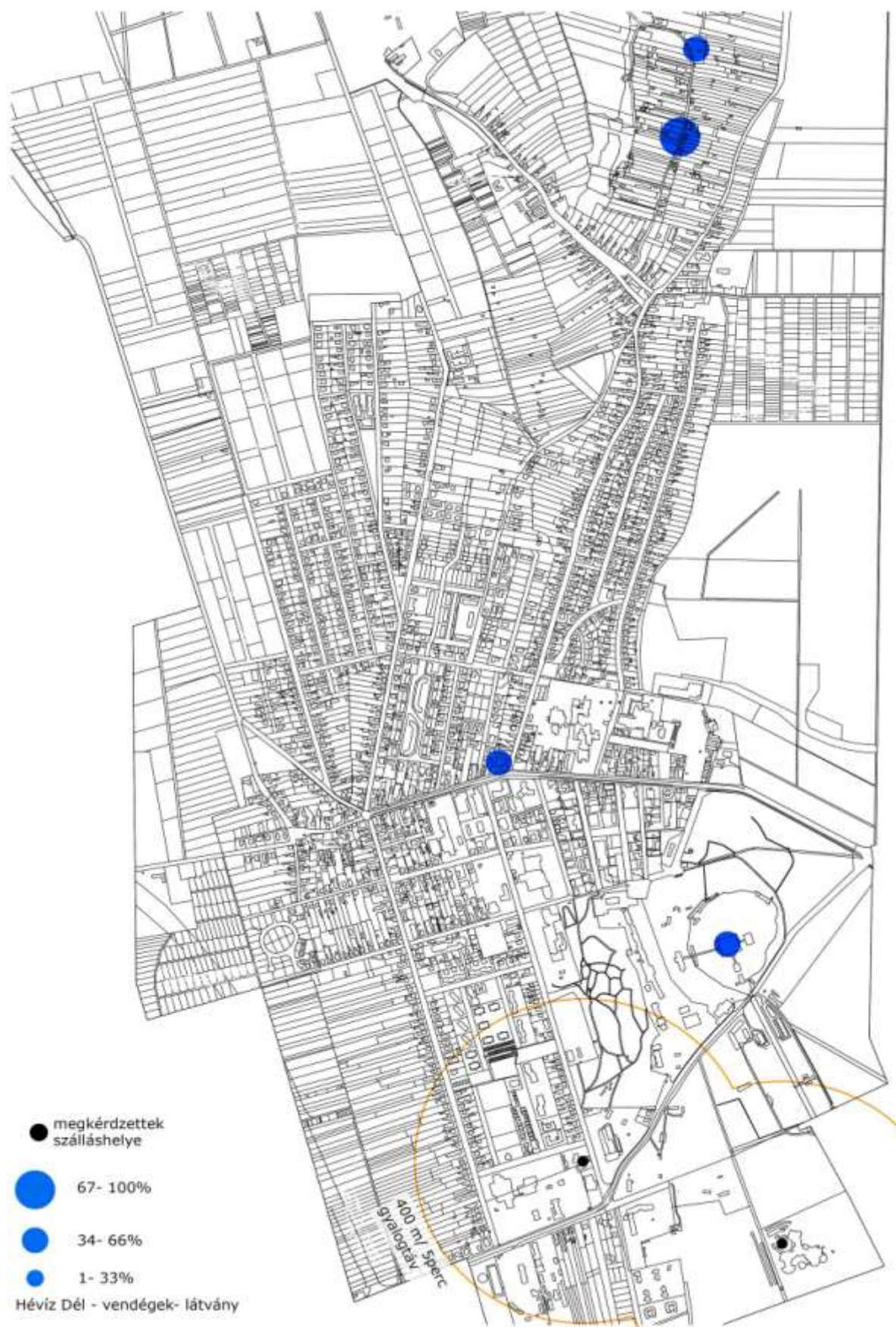
49.

50. 20. térkép Északi/ Egri régióban élő helyiek élelmiszervásárlási helyszínei



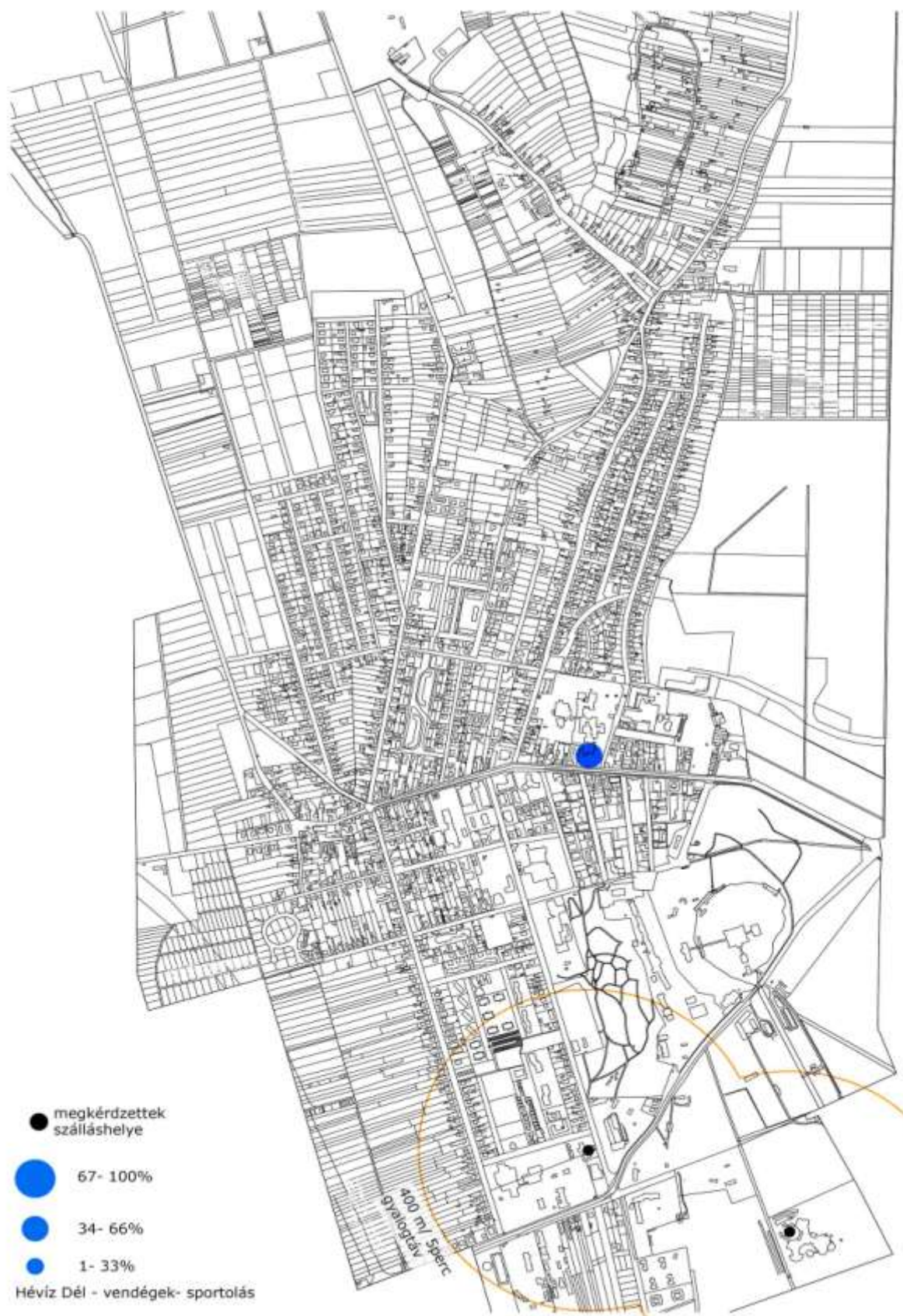
51.

52. 21. térkép Északi/Egregyi régióban élő helyiek sportolási helyszínei



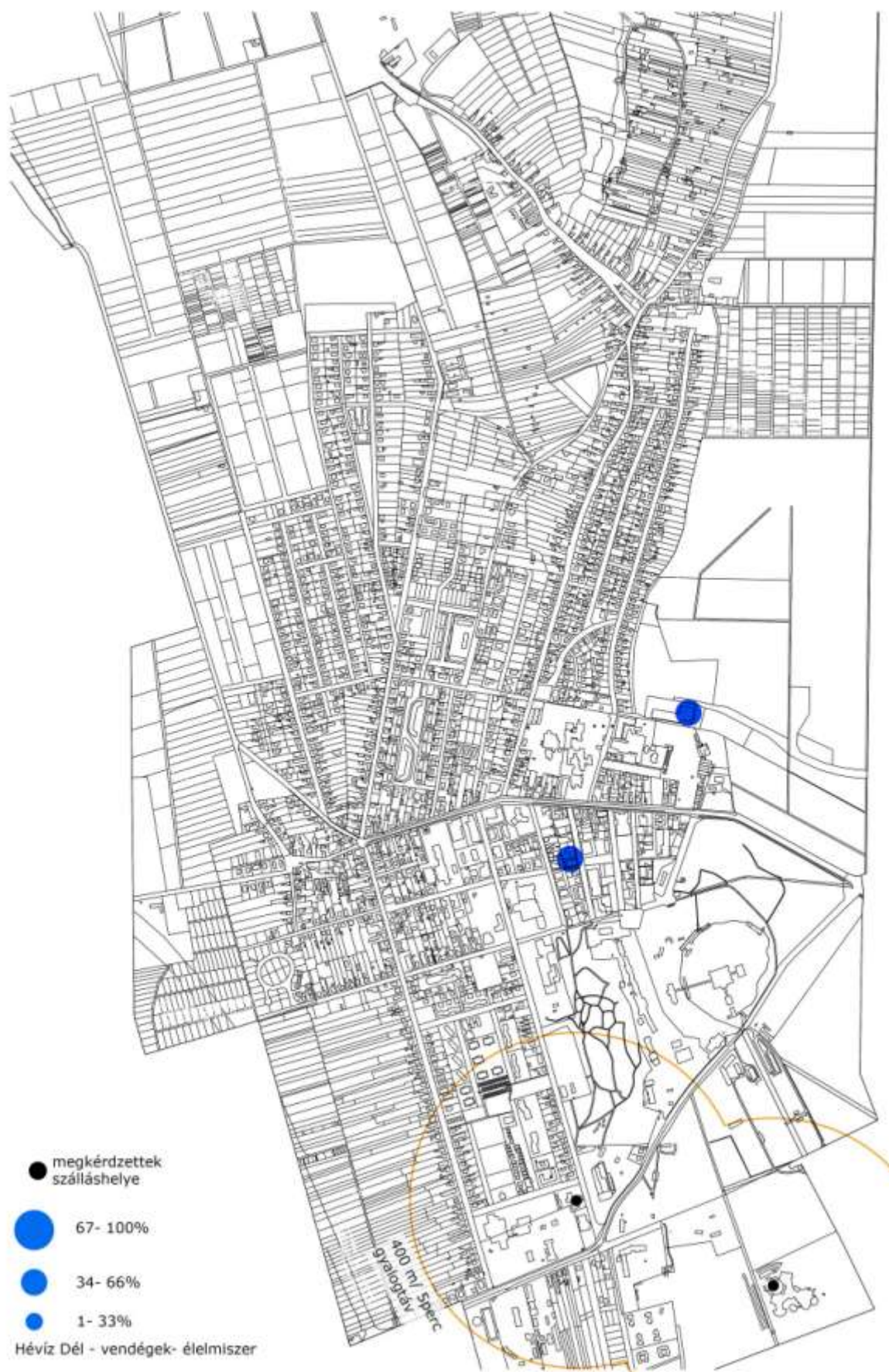
53.

54. 22. térkép Délen megszálló vendégek vendéglátó ipari egység használata

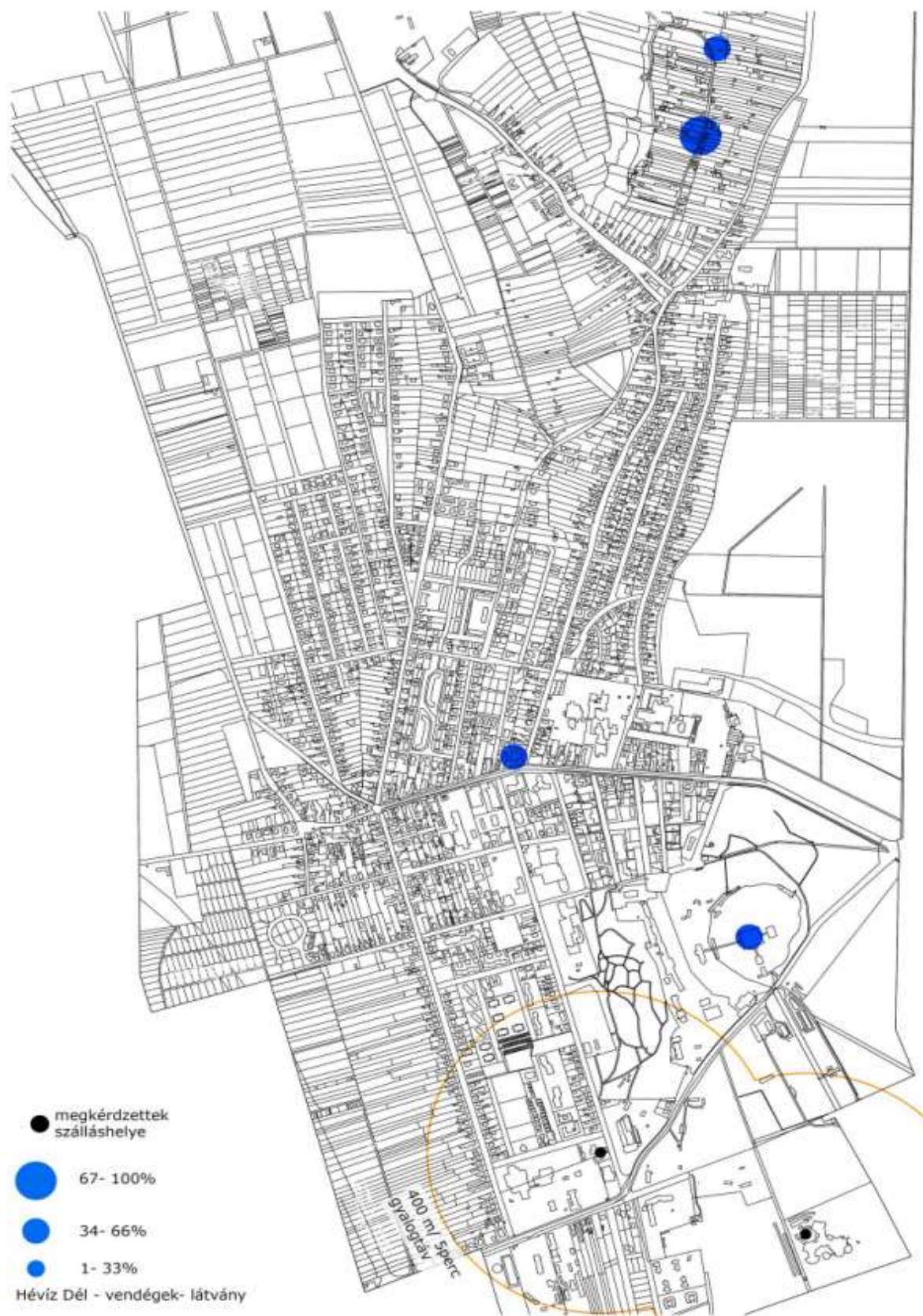


55.

22. térkép Délen megszálló vendégek sportolási helyszínei



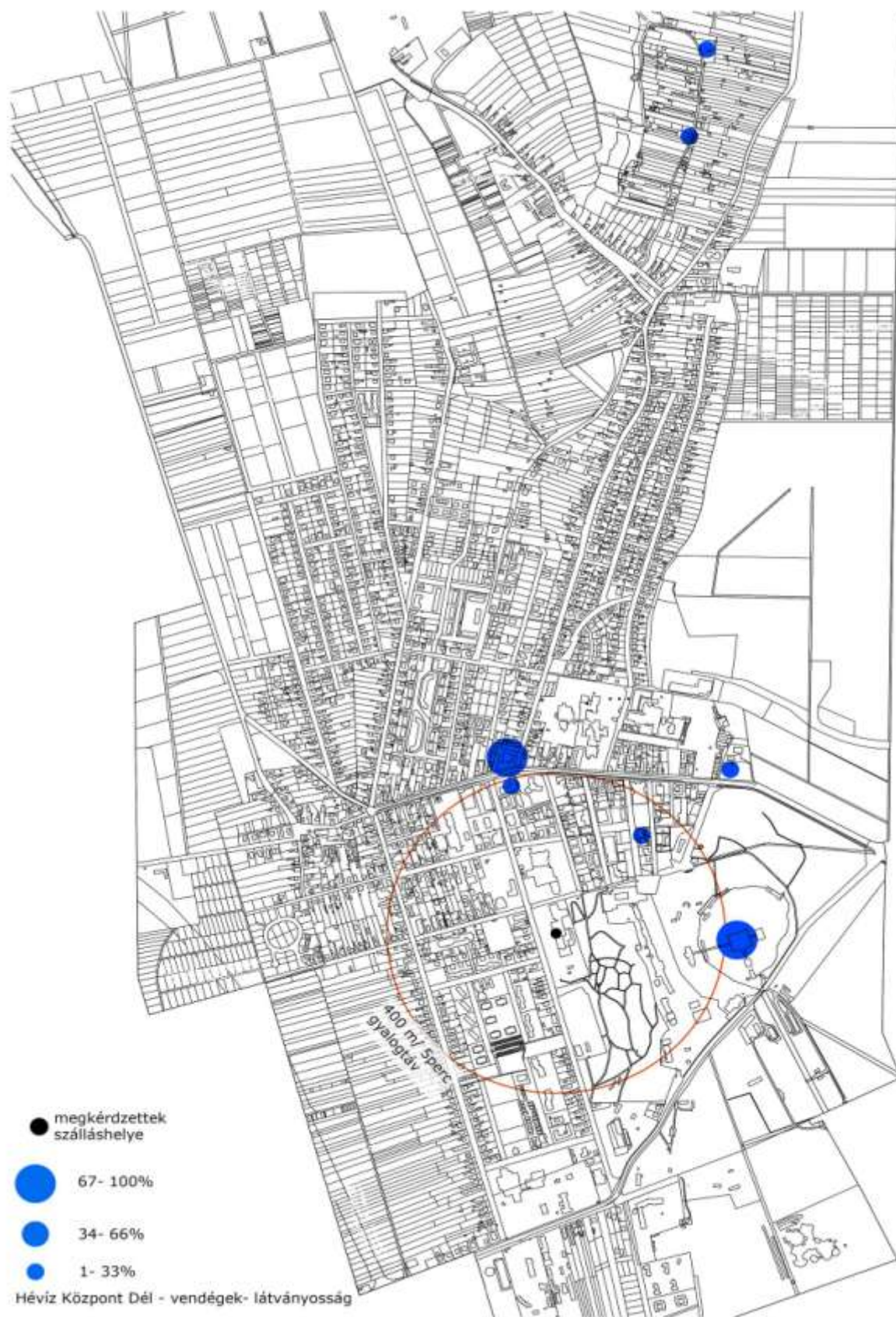
56. 23. térkép Délen megszálló vendégek ételkészítési helyszínei



57.

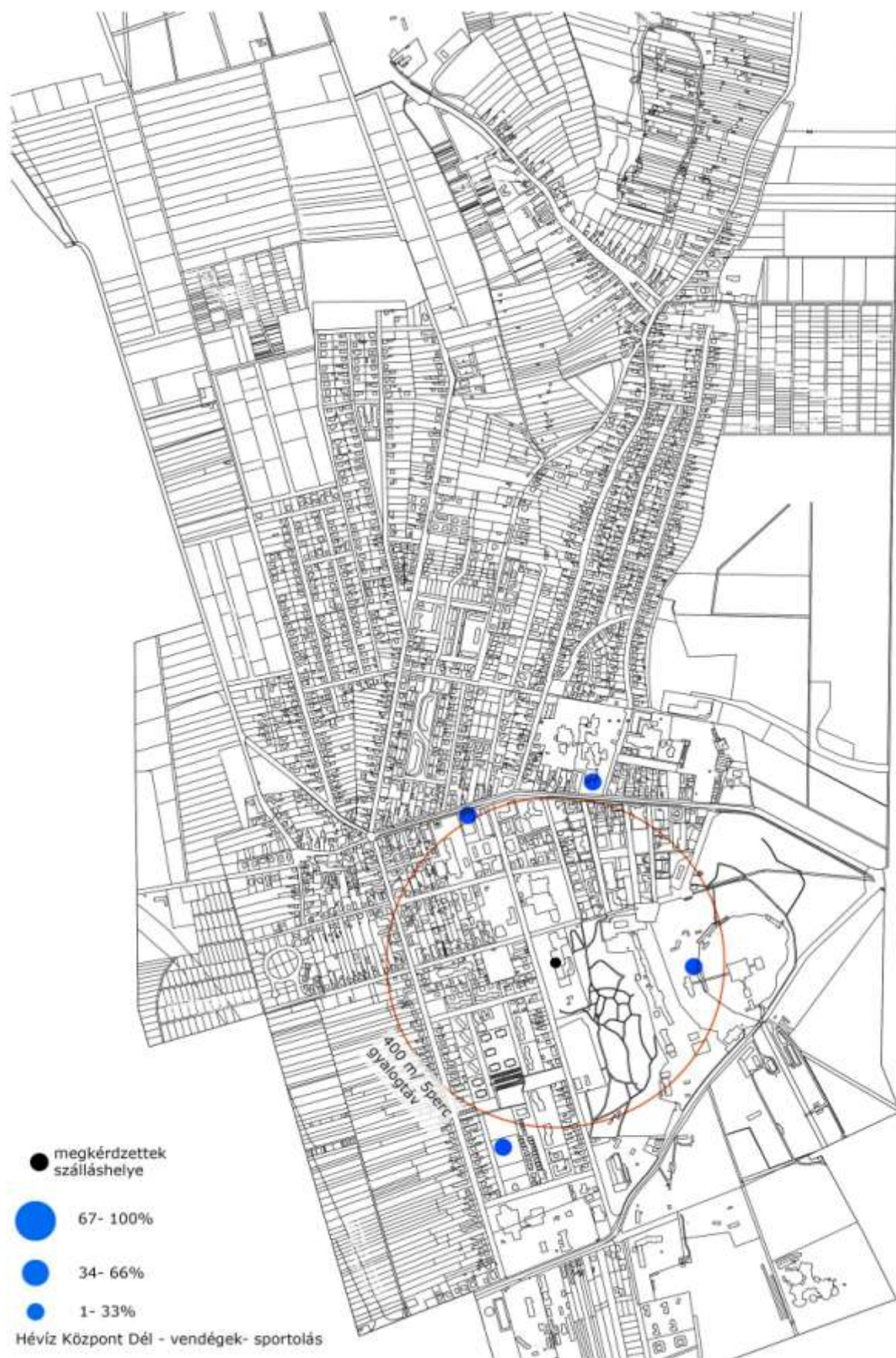
58. 24. térkép Délen megszálló vendégek által megtekintett nevezetességek

59.



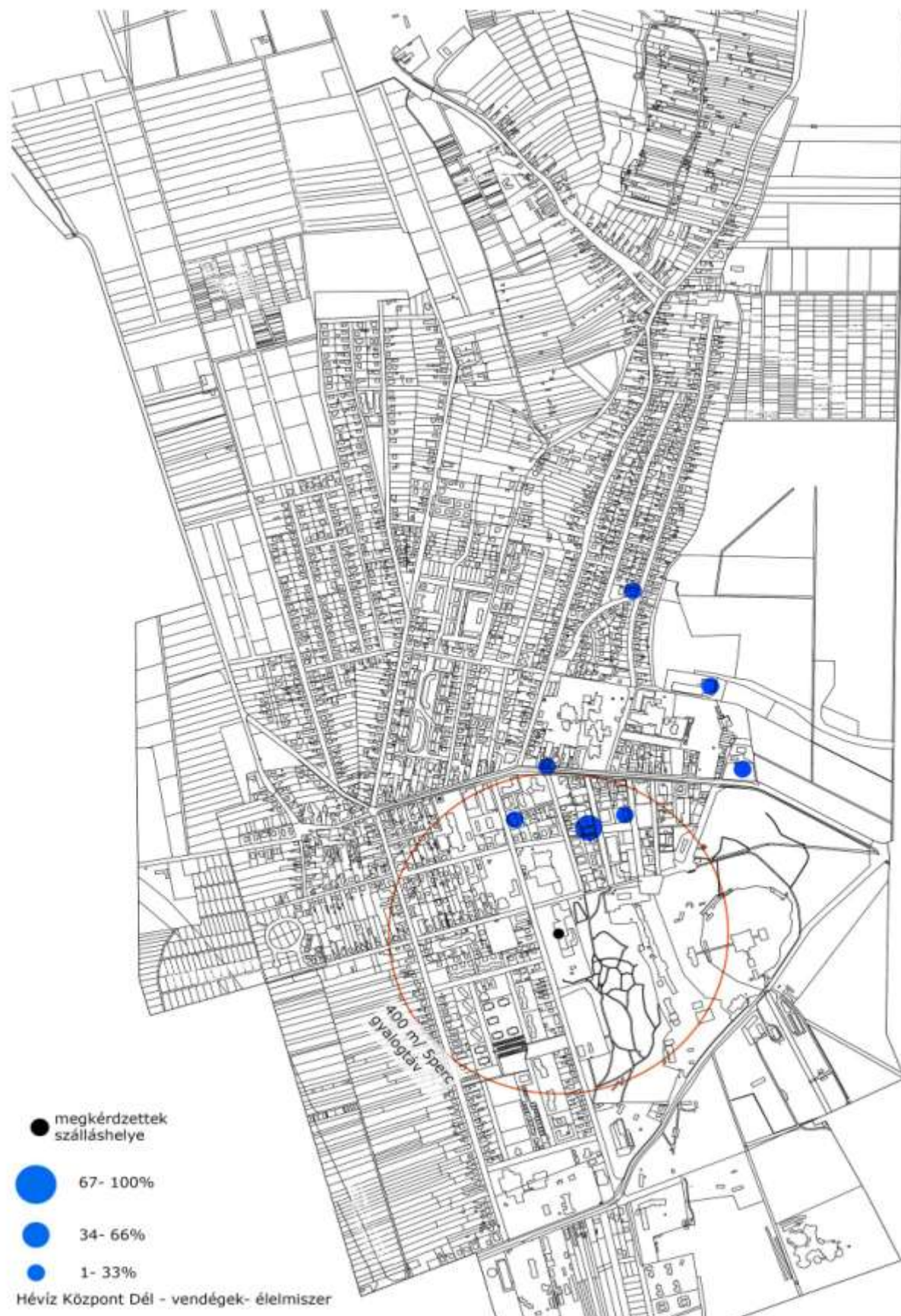
60.

61. 25. térkép Központi régióban megszálló vendégek által megtekintett nevezetességek



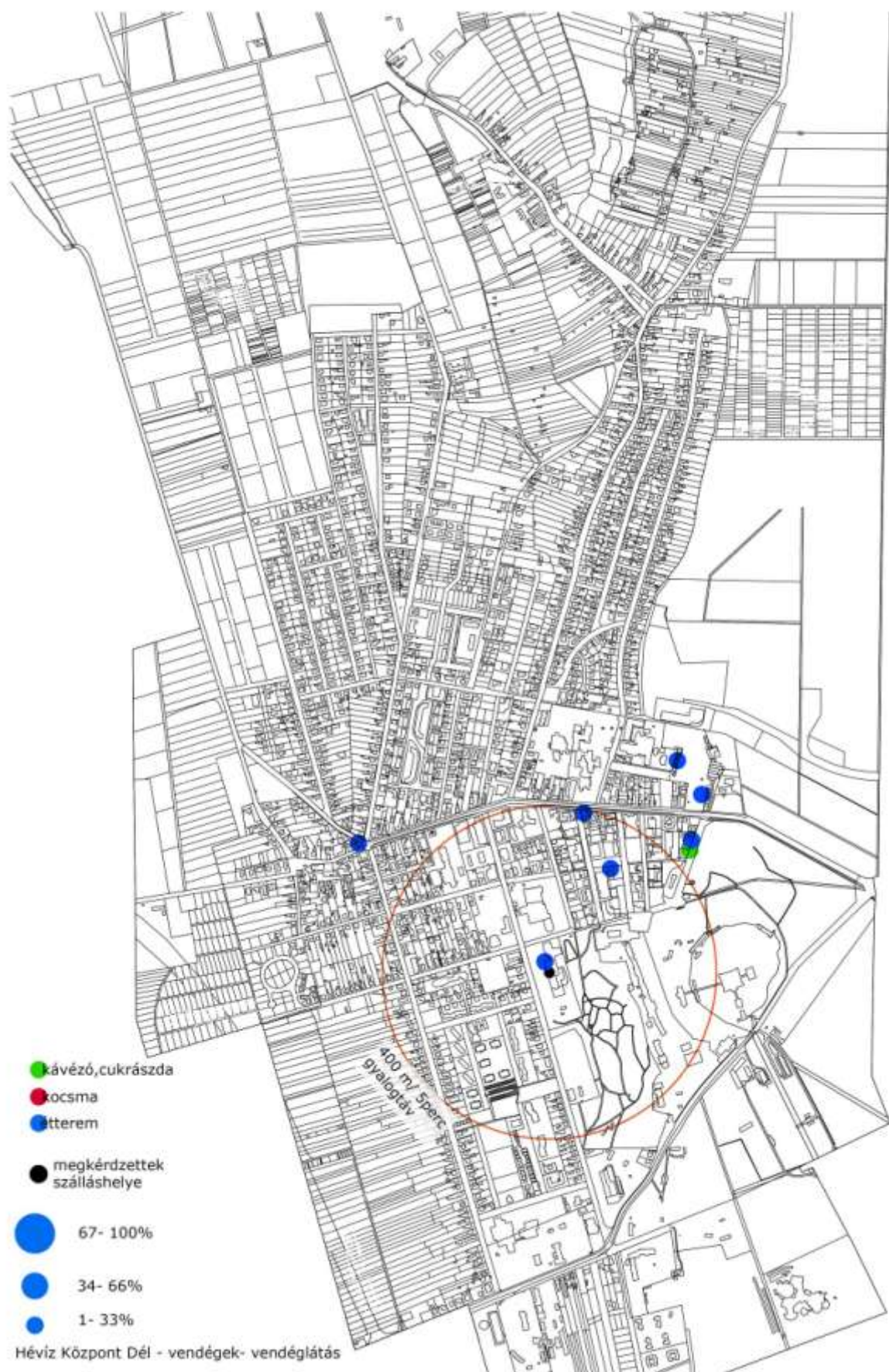
62.

63. 26. térkép Központi régióban megszálló vendégek sportolási helyszínei



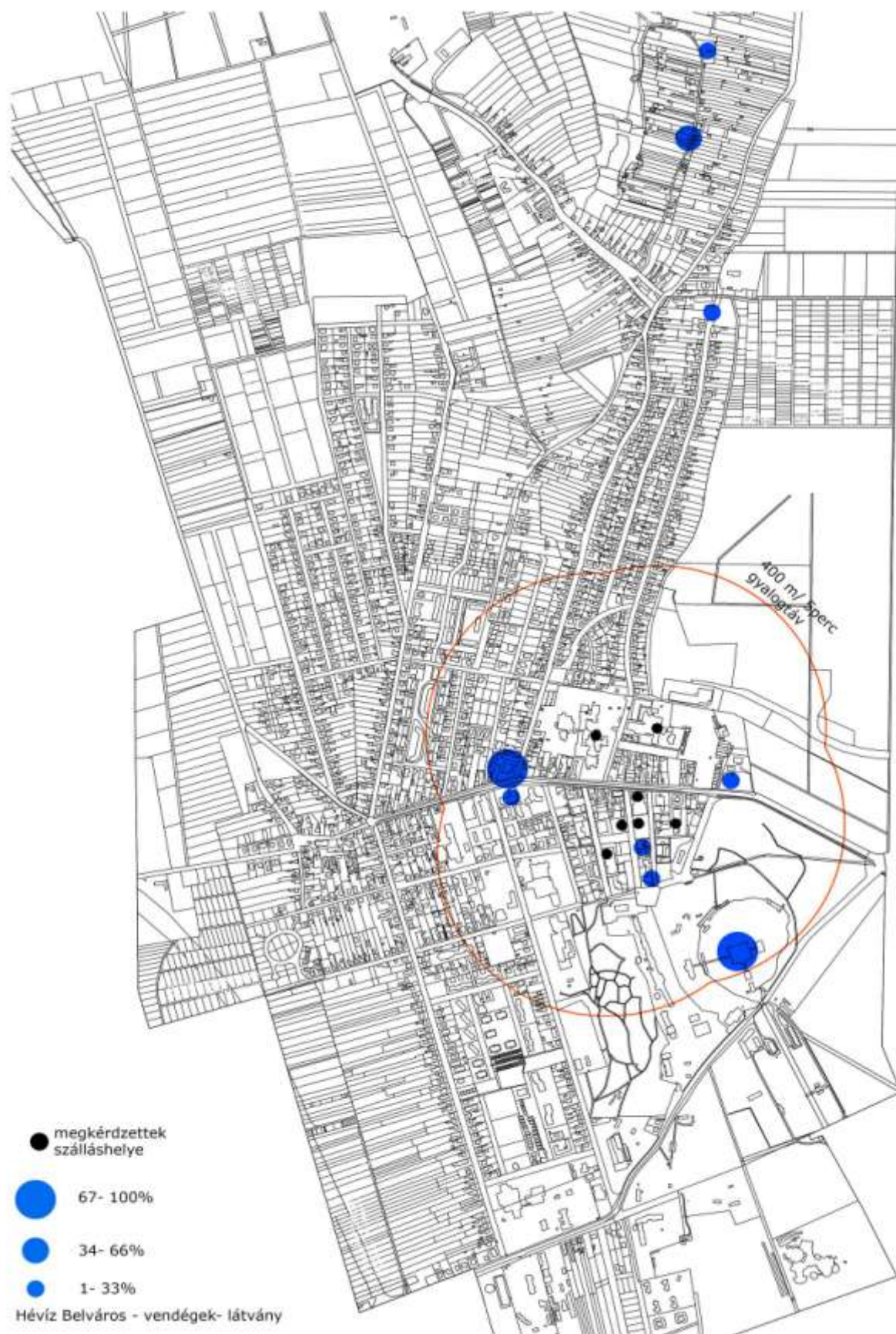
64.

65. 27. térkép Központban megszálló vendégek ételiszervásárlásának helyszínei



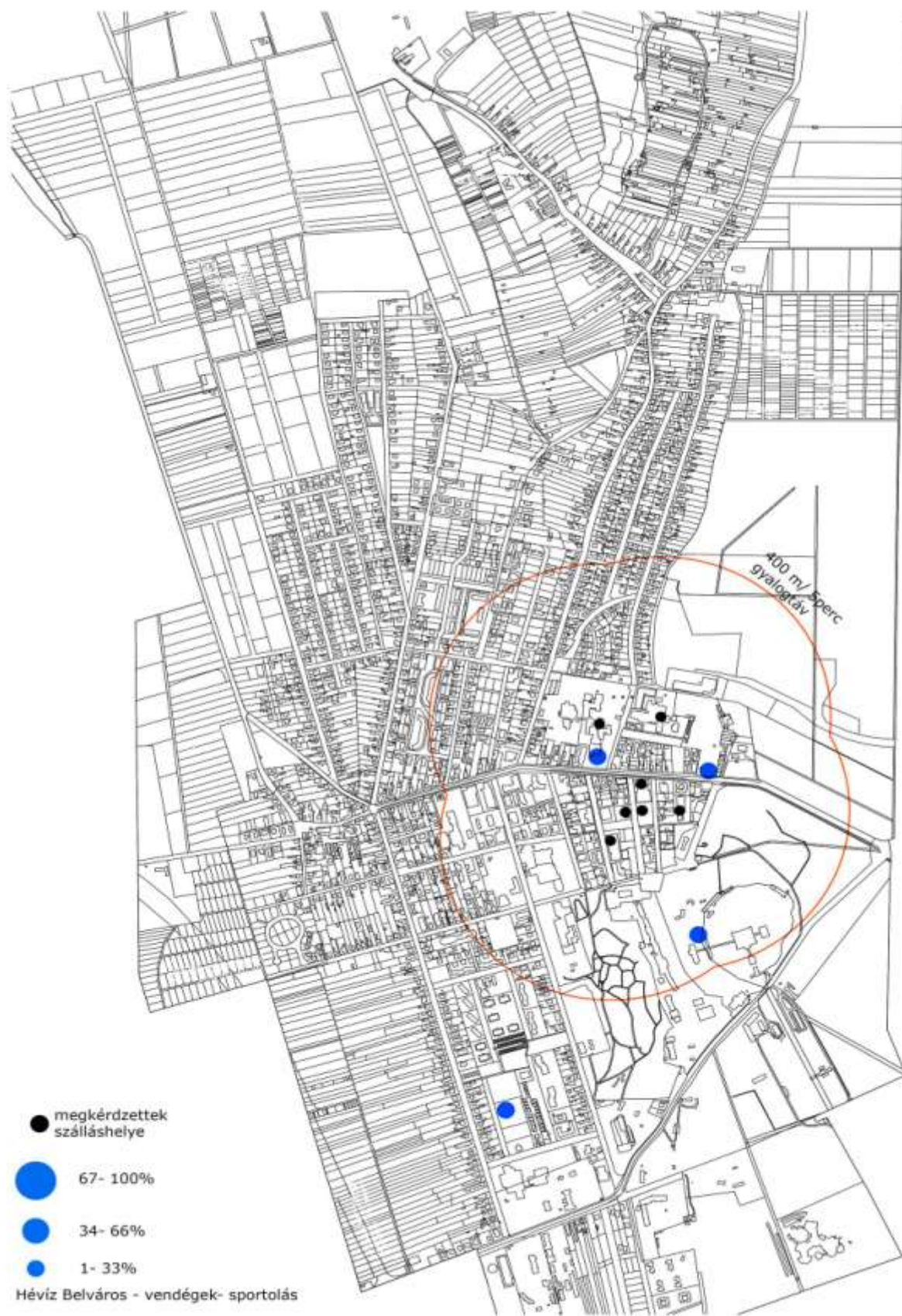
66.

67. 28. térkép Központban megszálló vendégek vendéglátó ipari egység használata



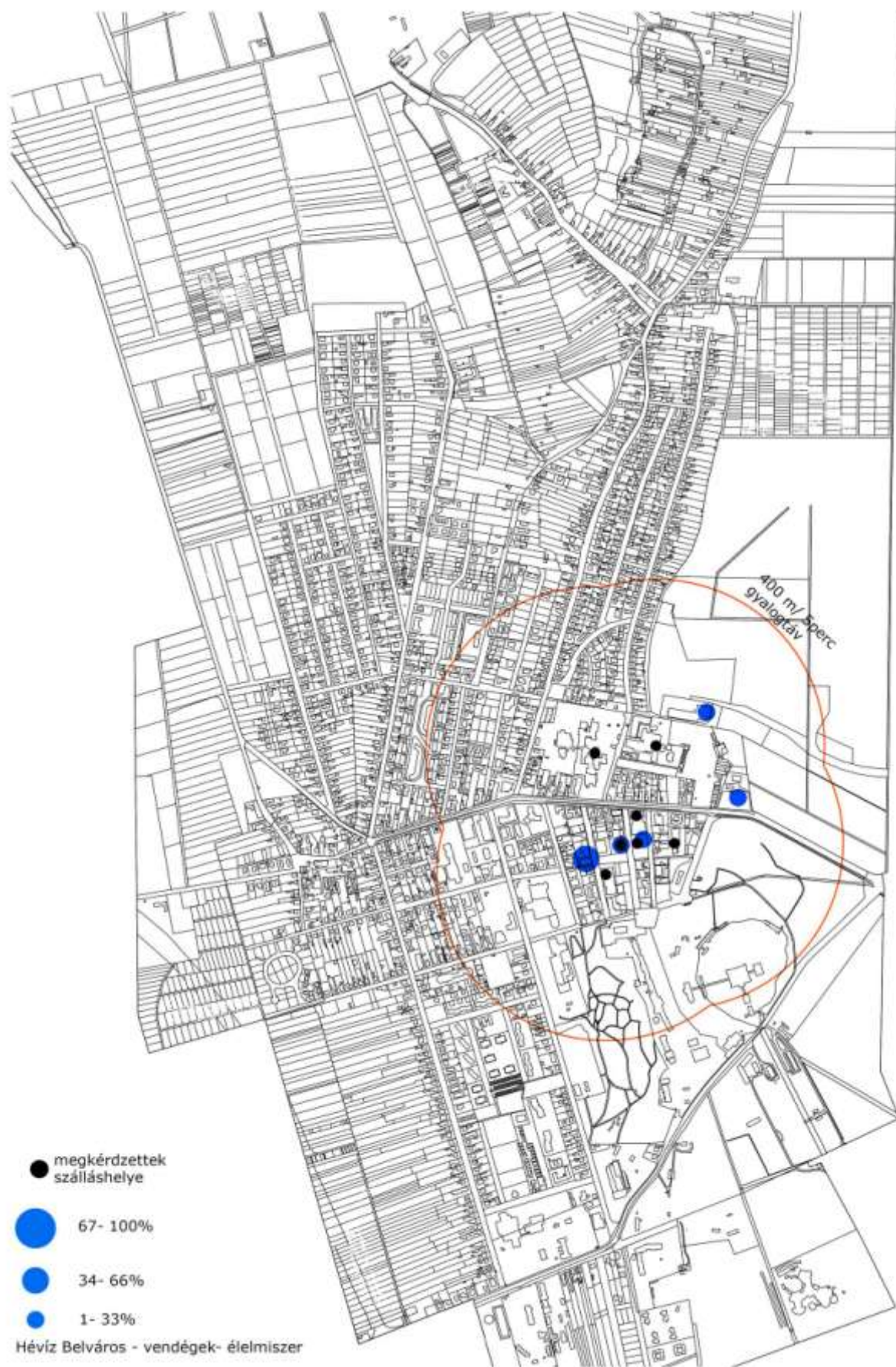
68.

69. 29. térkép Belvárosban megszálló vendégek által megtekintett nevezetességek



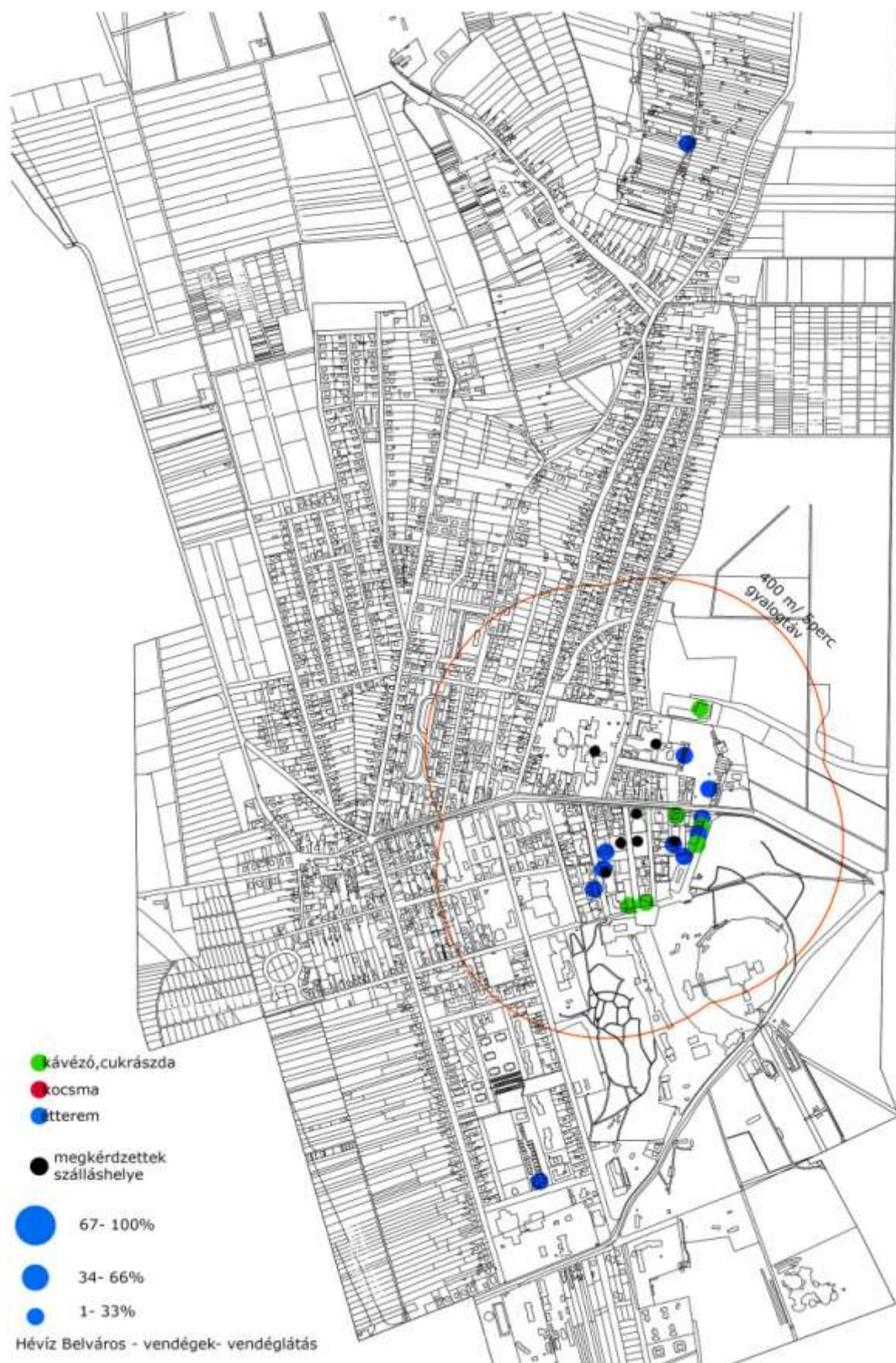
70.

71. 30. térkép Belvárosban megszállt vendégek sportolási helyszínei



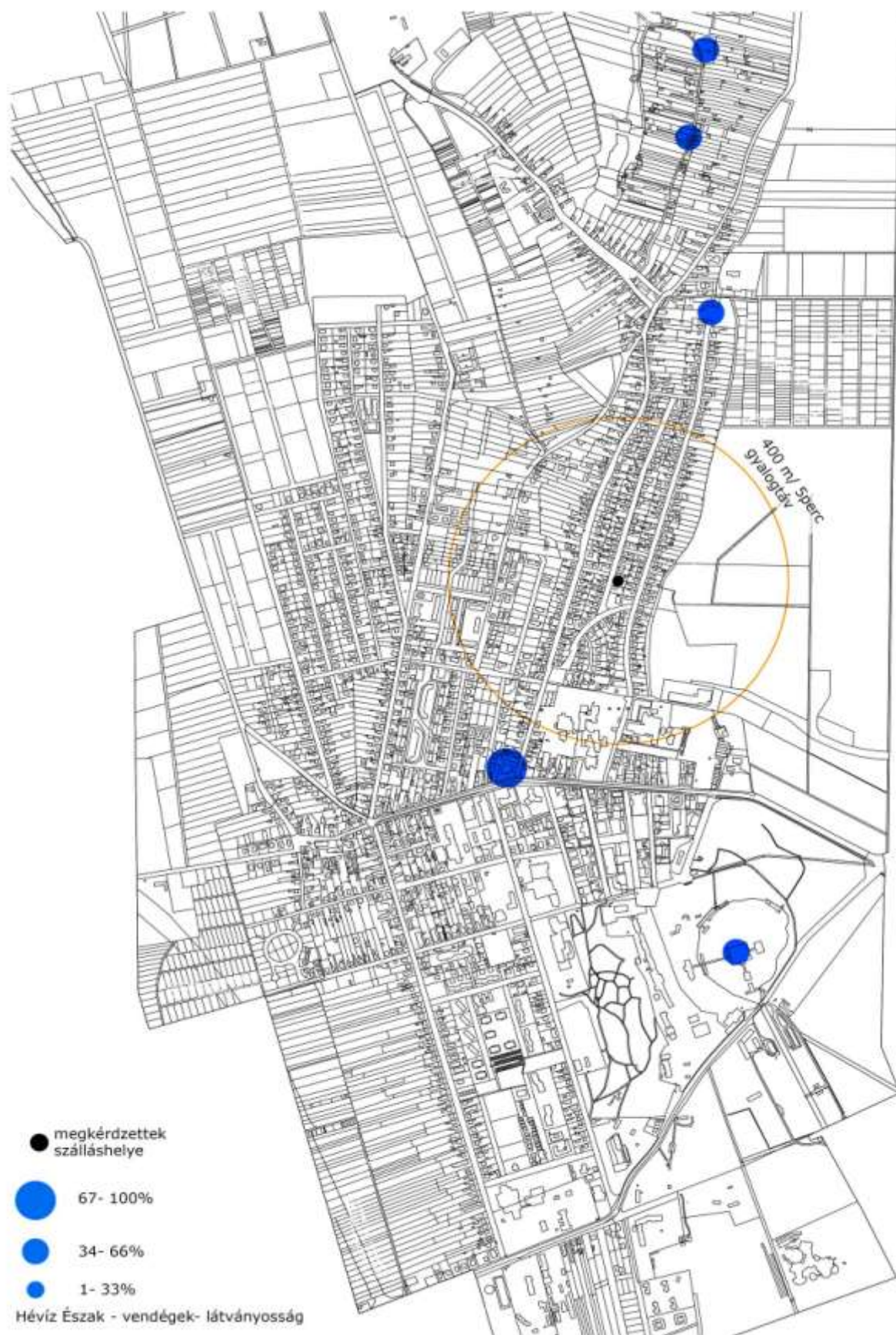
72.

73. 31. térkép Belvárosban megszállt vendégek ételmeztervásárlási helyszínei



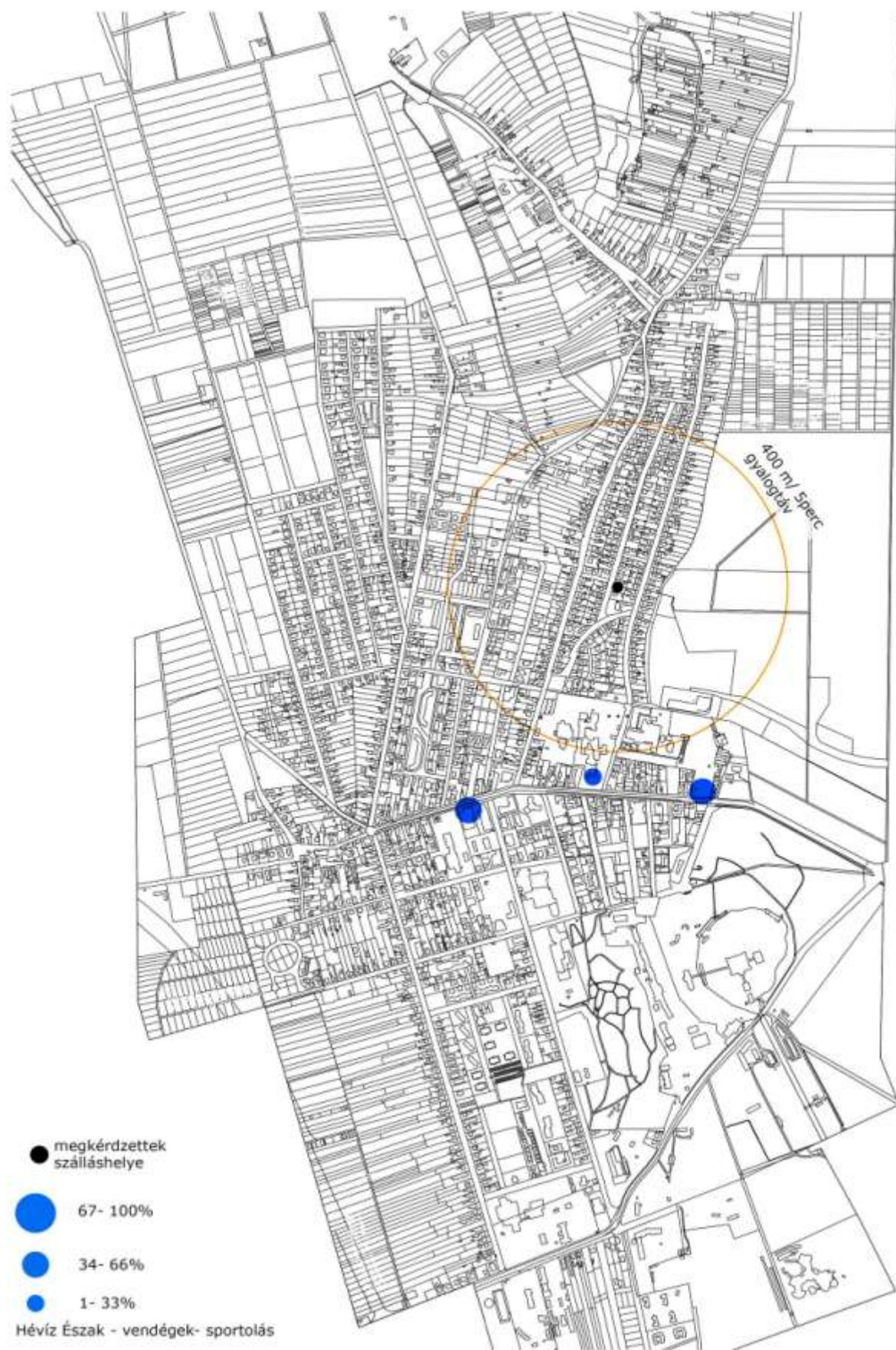
74.

75. 32. térkép Belvárosban megszállt vendégek vendéglátó ipari egység használata



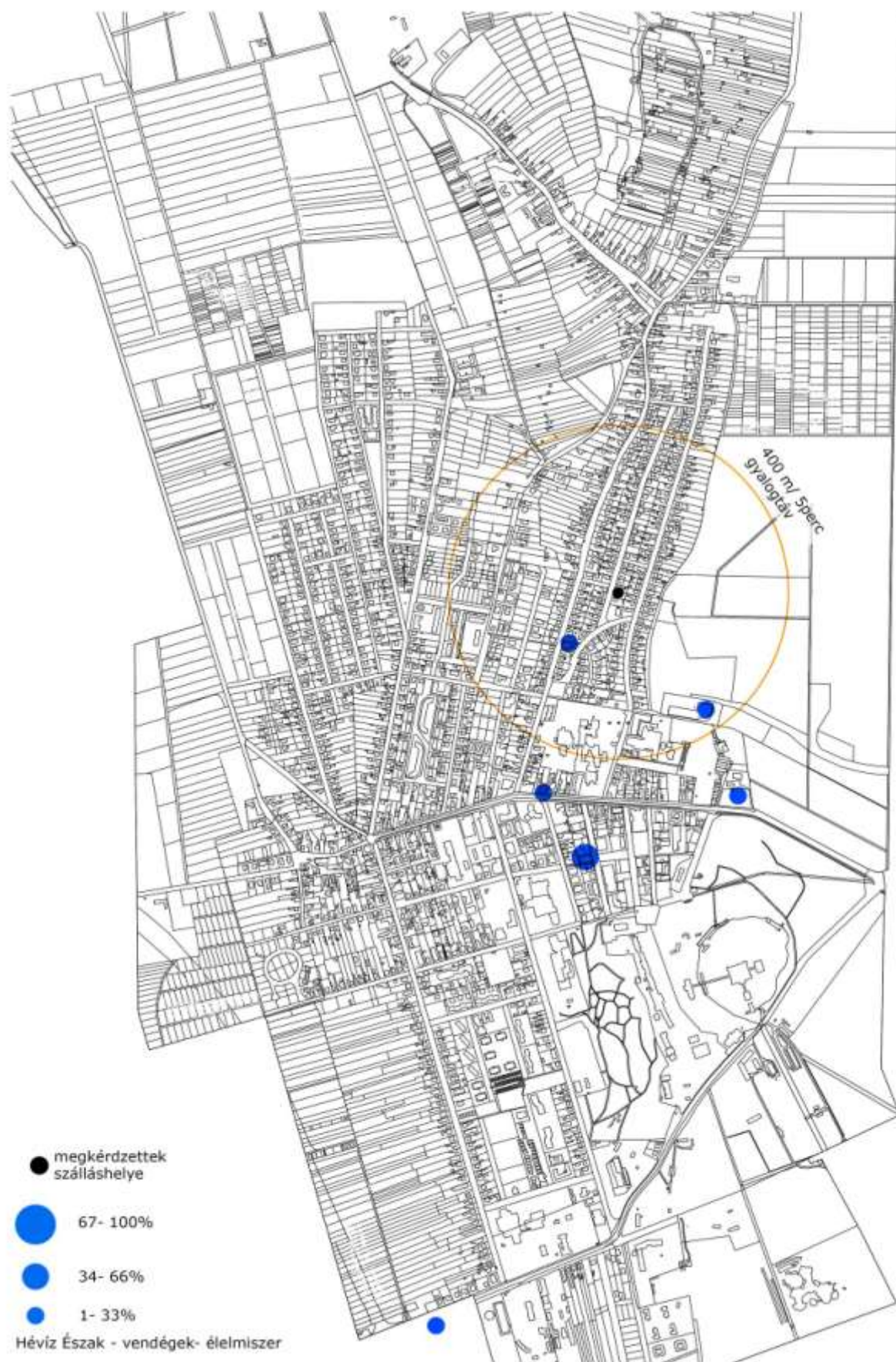
76.

77. 33. térkép Észak/Egry régióban megszállt vendégek által megtekintett nevezetességek



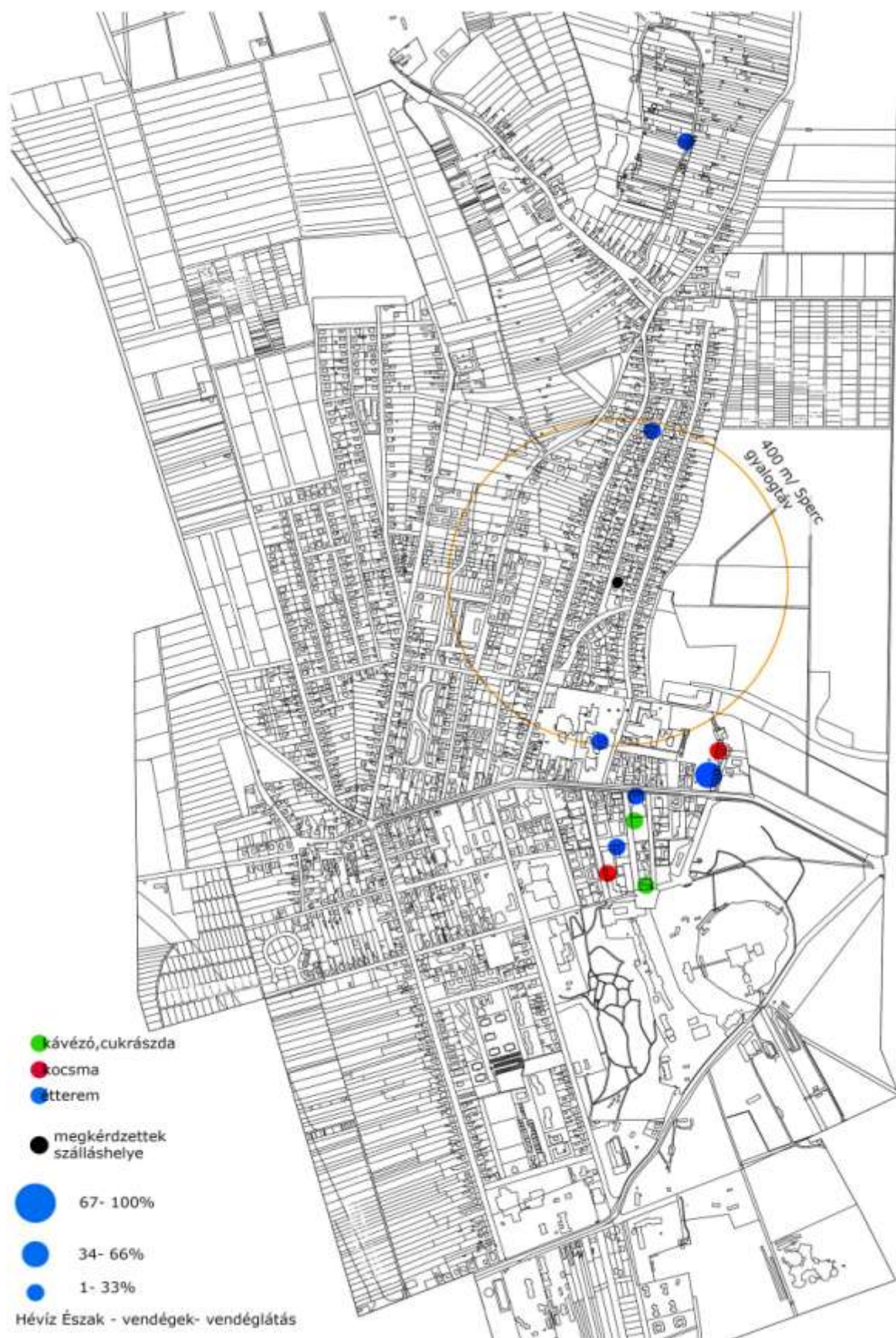
78.

79. 34. térkép Északi/ Egregy régióban megszállt vendégek sportolási helyszínei



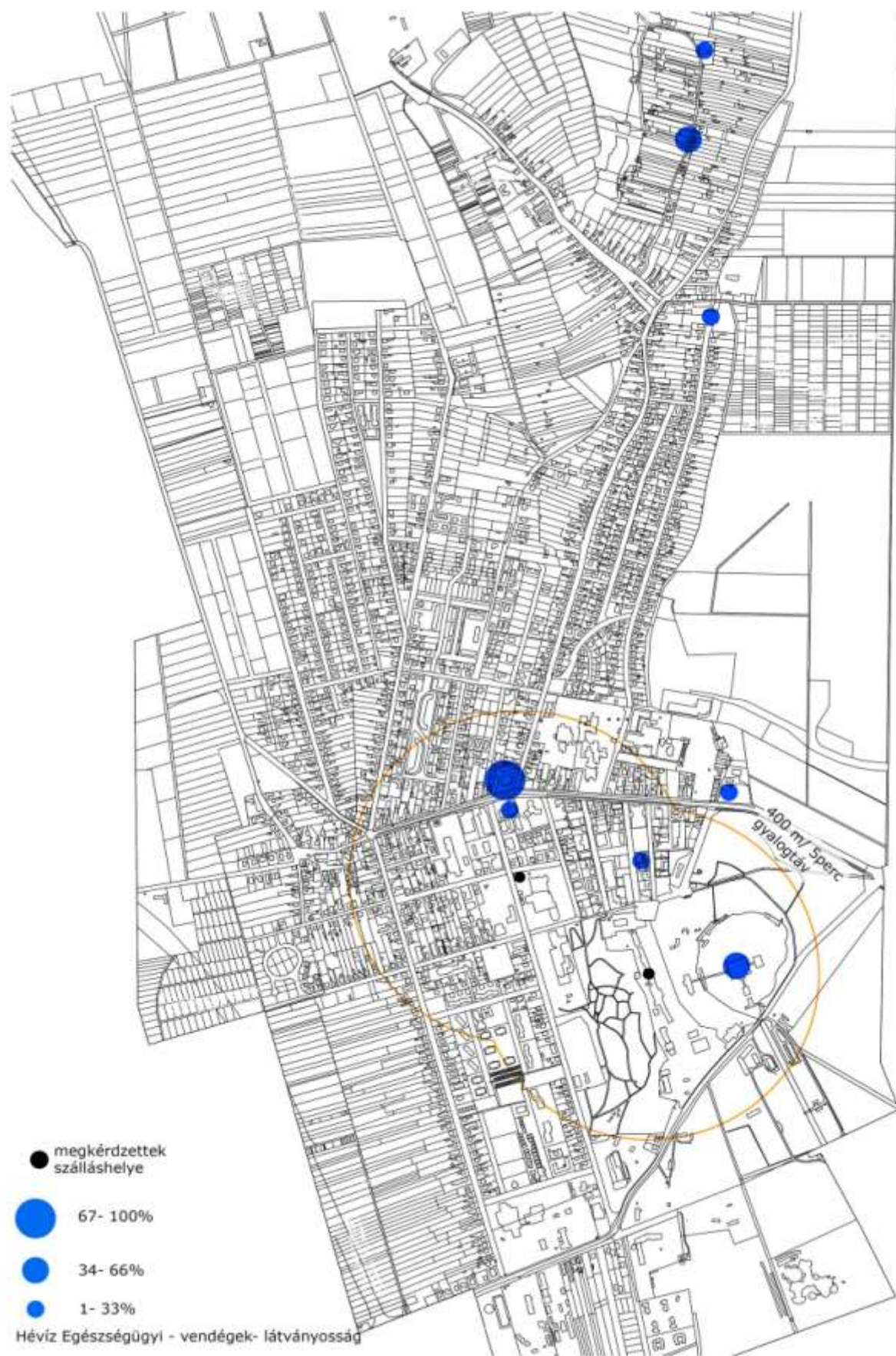
80.

81. 35. térkép Északi/ Egri régióban megszállt vendégek étel-miszervásárlási szokásai



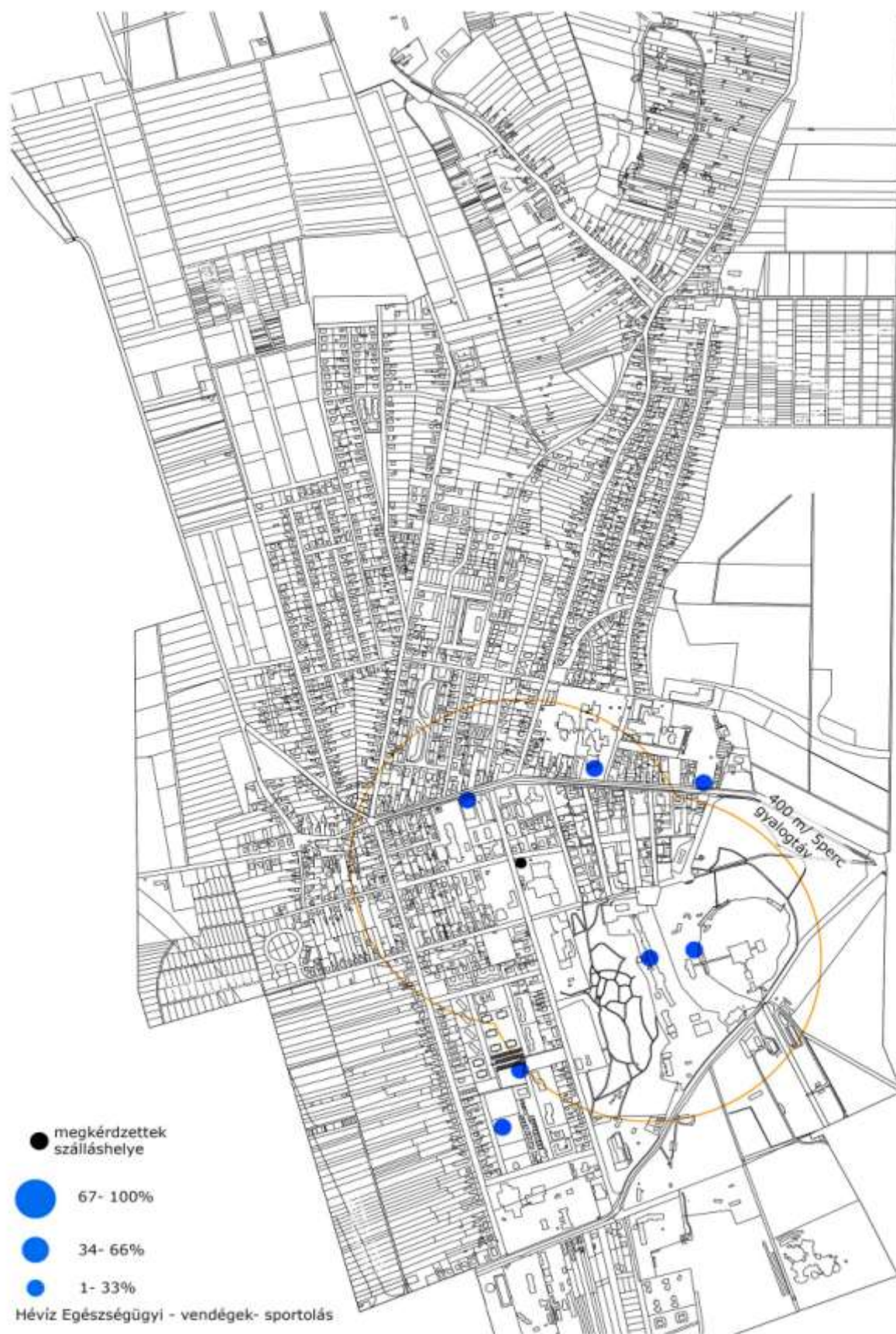
82.

83. 36. térkép Északi/Egri régióban megszállt vendégek vendéglátó ipari egység használata



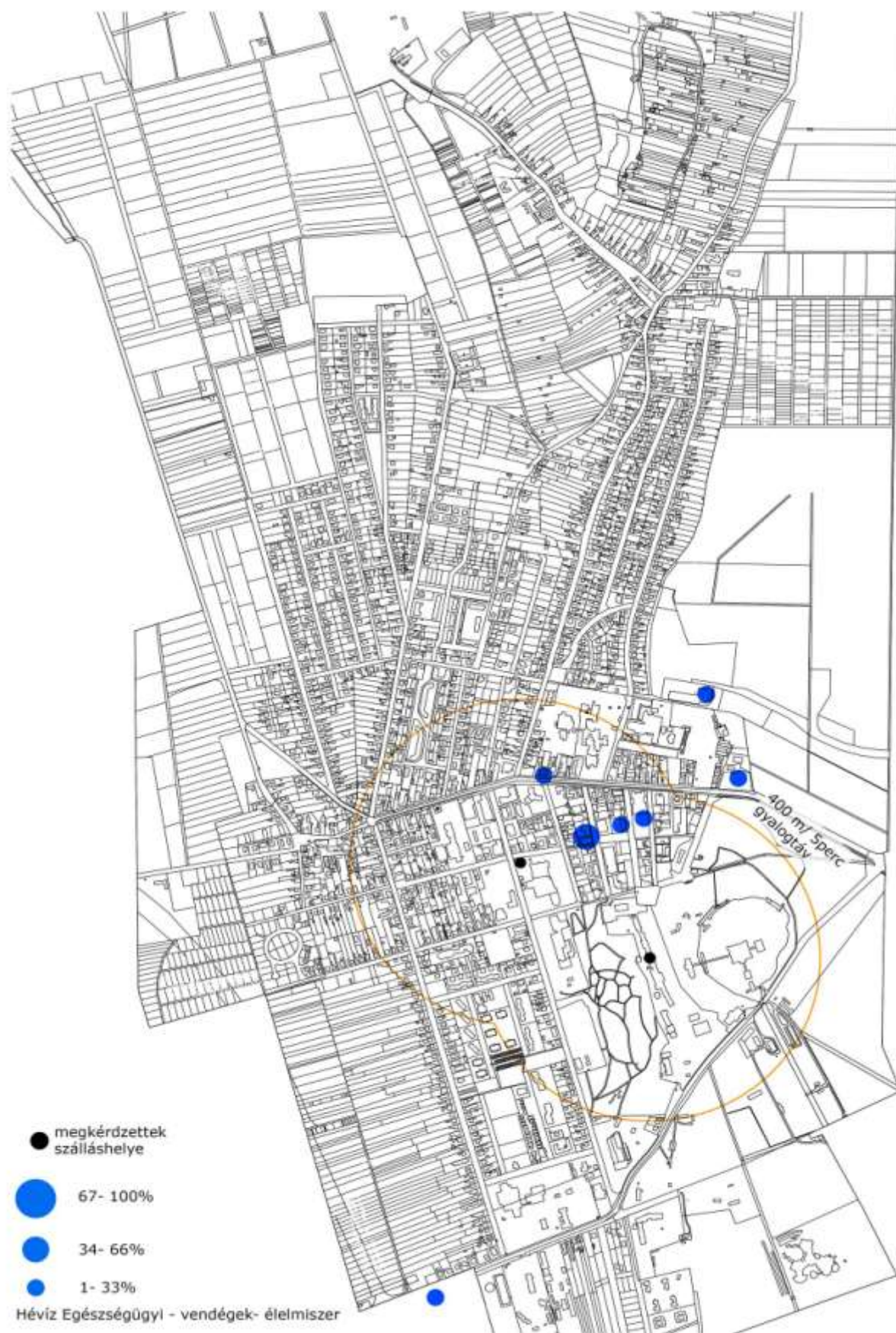
84.

85. 37. térkép Egészségügyi intézményben megszálló vendégek által megtekintett nevezetességek



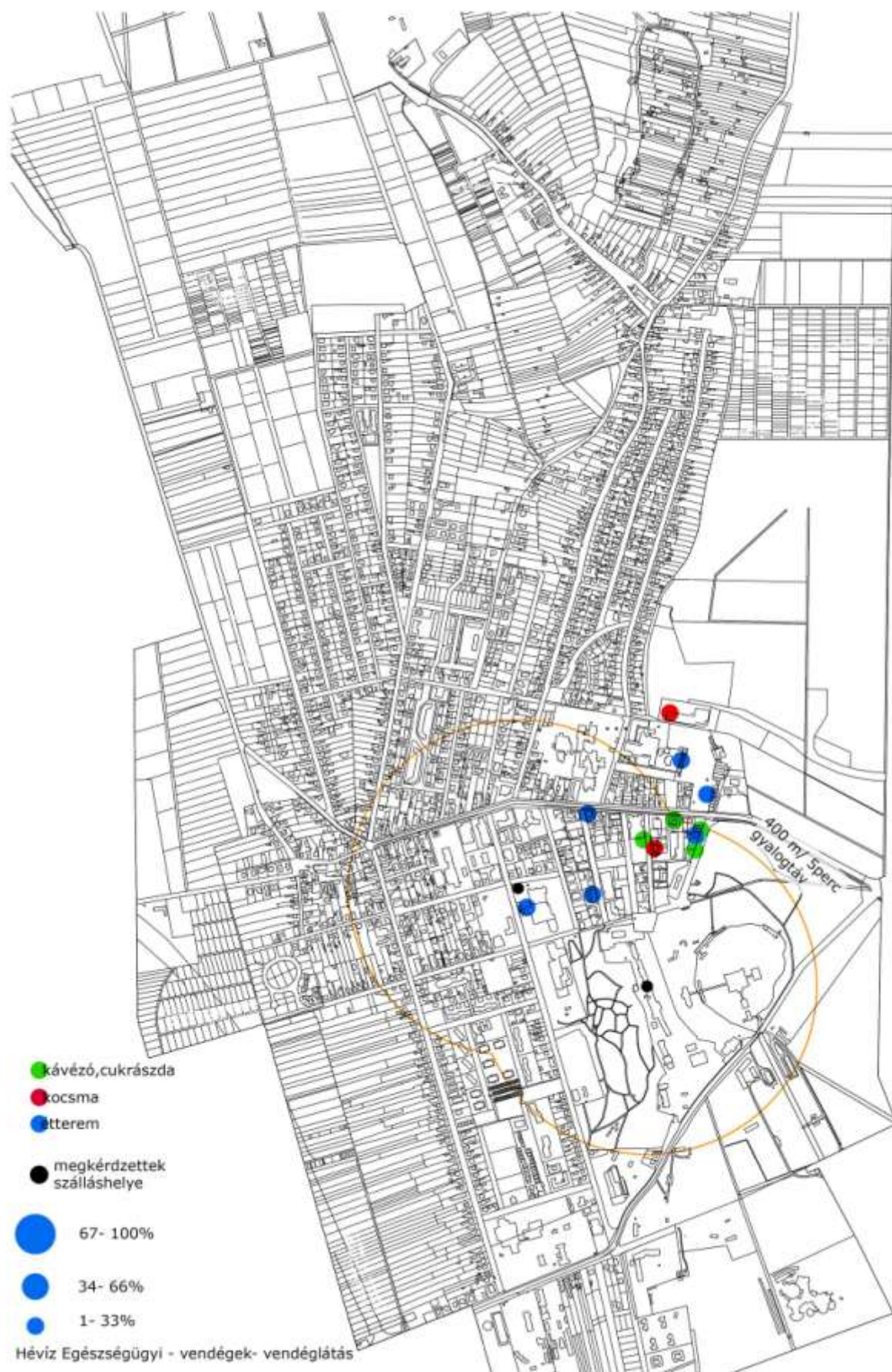
86.

87. 38. térkép Egészségügyi intézményben megszállt vendégek sportolási helyszínei



88.

89. 39. térkép egészségügyi intézményben megszálló vendégek ételiszervásárlási helyei



90.

91. 40. térkép Egészségügyi intézményben megszálló vendégek vendéglátó ipari egység használata

Mellékletek 2.

Vendégeknek

- | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|------------|--|
| 1. Neme: | nő | férfi | | | | | | |
| 2. Korosztály: | 20-as | 30-as | 40-es | 50-es | 60-as | 70-es | 80-as | |
| 3. Sorolja be magát: | helyi | | vendég | | | | | |
| 4. Járt-e már korábban Hévízen? | | | nem | | igen | | ennyiszer: | |

Ha 2. a.) igaz:

5. Mennyi ideje tartózkodik a városban?

6. Milyen jellegű szálláshelyen tartózkodik?

apartman szálloda magánszálláshely nyaraló nem alszik itt

egyéb:

- ## 7. Hol étkezik?

szálloda	városi étterem	saját készítésű	egyéb:
----------	----------------	-----------------	--------

8. Mivel közlekedik a városban?

autó bicikli kisvonat gyalog egyéb:

9. Milyen nevezetességeket nézett meg?Melyeket tervezi?

10. Mely vendéglátó ipari egységeket használta?(név szerint, ha tudja)-

11. Vásárolt-e már a sétáló utcák üzleteiben? Ha igen, mit?

12. Élelmiszert várárol-e, hol ?Piacot használta már, szeretné?

13. Mi alapján ismeri meg a várost?

térkép

személyes bejárás

információs központ

ismerős ajánlása

internet

korábbi

tapasztalat

14. Hol tölti a szabadidejét, amikor nem fürdőzik?

15. Hol lehet még szórakozni? Milyen ilyen jellegű helyeket ismer?

16. Hol talált sportolási lehetőséget a városban, amennyiben sportol?

17. Vannak-e törzshelyei, vagy mindig új helyet próbál ki?

Helyieknek

- [illegible]

34. Ha nem, miért? A környéki fürdőkhöz?

35. Fürdött-e a kifolyónál nyáron?

36. A nagybevásárlást hol ejtik meg?

37. A napi bevásárlást?

38. Mely helyeknek szóló szolgáltatásokat, boltokat hiányol a városból?

39. Mennyire tartja drágának a várost? (1): olcsó; (2) nem annyira drága, (3) inkább drága, (4): nagyon drága

1 2 3 4

40. Átmennek-e bármiért környező településekre, akár bevásárolni, szórakozni, kikapcsolódni, vagy a kedvezőbb árak miatt? Ha igen, mi motiválja önöket?

92. Nyilatkozat

A Tudományos Diákköri Dolgozat szerzői nyilatkoznak arról, hogy a dolgozat saját munkánk, a felhasznált irodalmat korrekt módon kezeltük és a munkára vonatkozó jogszabályokat betartottuk