

# Nyitottság és felelősség

10.21486/recreation.2012.2.2.1

A szabadidő aktív eltöltése fontos lehetőségét jelenti a szervezet regenerálódásának, a munkára való felkészülésnek. Opaschowsky felosztása szerint a rekreációs szükségletek kielégítése az egyik út a testi, lelki, szellemi egyensúly megtartásához. A számos sportlehetőség mellett ide köthető a rekreációs szükséglet alapján jelentkező lovasági motivációk kielégítése is. Kutatásunk során a Nemzeti Lovas Program megszületésének küszöbén arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a fiatal – egyetemista – korosztály mit tud a lovasági lehetőségekről, milyenek a korábbi tapasztalataik, mennyire illeszkedik ez a lehetőség szabadidős szokásaikba, illetve hogyan értékelik az ágazatot. A kérdések megválaszolásához alkalmazott piackutatás formája kérdőíves megkérdezés, zárt, nyitott és feleletválasztós kérdések kombinációjával. A kapott válaszokat statisztikailag kiértékeljük és a releváns adatokat diagramon ábrázoltuk. Összességében elmondható, hogy jelenleg messze nem tekinthető általánosnak a lovas turizmus kínálatának kiaknázása a fiatalok körében. A nyitottság a potenciális vendégkör esetében azonban fennáll a lovas turizmusban való részvétel felé. Óriási tehát a felelőssége az oktatással foglalkozó intézményeknek az általános iskolától kezdődően a tudatformálás tekintetében. És legalább ekkora felelőssége van az államnak, valamint a vállalkozásoknak a feltételek, a szükséges infrastruktúra biztosítása vonatkozásában, hogy hazánk a célkitűzések szerint ténylegesen lovasbarát turisztikai desztinációvá válhasson.

**Kulcsszavak:** lovas turizmus, „lovasbarát”, kutatás, turisztikai célterület.

Szerző:  
**DR. DARABOS FERENC**  
**DR. PONGRÁCZ LÁSZLÓ**  
**TASNÁDI GERGELY**

A szabadidő aktív eltöltése fontos lehetőségét jelenti a szervezet regenerálódásának, a munkára való felkészülésnek. Opaschowsky (1976) felosztása szerint a rekreációs szükségletek kielégítése az egyik út a testi, lelki, szellemi egyensúly megtartásához. A számos sportlehetőség mellett ide köthető a rekreációs szükséglet alapján jelentkező lovasági motivációk kielégítése is.

A WTO által 1989-ben kiadott definíció szerint minden, a lakóhelyen kívüli szabadidős tevékenység a turisztikai kategóriába tartozik. Ennek megfelelően beszélhetünk egy speciális, úgynevezett helyi, vonzáskörzeti turizmusról is, melyhez azonban statisztikailag nem feltétlenül „tapad” vendégéjszaka, viszont egyéb szolgálta-





**A Rekreacio.eu kérdez, aki válaszol prof. Dr. Rózsa Imre a Kék Lagúna Egészségközpont orvosigazgatója**

1. Milyen élettani hatása lehet a lovaglásnak az iskoláskorú gyermekekre, a fejlődésükre? A külső környezetünkre kisgyermekkorától nagyon fogékonyak vagyunk. Az ilyenkor ért hatások, tapasztalatok egész életünk során meghatározóak lehetnek. A lovaglás jótékony fizikai hatásai: hat az egyensúlyérzékre • izomerősítő hatású • javul a keringés, légzés • a reflexek gyorsulnak • a mozgás és fizikai terhelés jobb étvágyat is okoz. Szociális hatása: barátság alakul ki a lovagló gyerekek között • ló és lovasa között szintén „barátság” szövődik. Pszichológiai hatás: önbizalom növekedés (egy-egy jól elvégzett feladat után) • felelősségérzet (törődés a lóval) • az önfegyelem kialakulása • a lovaglás jó közérzetet biztosít.
2. A felnőttek számára miért ajánlott a lovaglás? Testi, pszichés okok? A felnőtteknél szintén hasonló okok miatt, mint a gyerekeknél (fizikai, szociális, pszichológiai hatások) ajánlott a lovaglás. A testi okoknál (a felnőtt korban jellemző kevés mozgás, elhízás) figyelembe kell venni, hogy a lovaglás során jelentős kalóriát égetünk el. A lépésben való lovaglás úgy mozgatja az izmokat, mint ha sétálnánk. Az átlagos lovaglás során percenként 5 kalóriát égetünk el.

*„...bár jelenleg messze nem tekinthető általánosnak a lovas turizmus kínálatának kiaknázása a fiatalok körében, azonban jelentős hajlandóságot mutatnak a pozitív irányú változtatásra. A válaszokból kiderült tehát, hogy az egyetemista korosztály alapvetően nyitott a programokon való részvételre...”*



tások igénybevétele igen. Ilyen tág értelemben kívánunk a lovas turizmus mint szabadidős tevékenység kérdésével foglalkozni.

A hagyományos értelemben vett lovas turista kétféle lehet: vagy a lovaglásért utazó, vagy olyan aktív üdülő, aki igénybe vesz lovas szolgáltatást is. A lovas turizmus számos ponton kapcsolódik továbbá a falusi turizmushoz, kerékpáros- és vízi turizmushoz, a vidéki programokhoz stb., ezért lényeges a szerepe például a vidékfejlesztésben. Kutatásunk során a Nemzeti Lovas Program megszületésének küszöbén arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a fiatal, egyetemista korosztály mit tud a lovaglási lehetőségekről, milyenek a korábbi tapasztalataik, mennyire illeszkedik ez a lehetőség a szabadidős szokásaikba, hogyan értékelik az ágazatot.

**A LOVAS TURIZMUS JELENTŐSÉGE, HIPOTÉZISEK**

A Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégia a 2007–2013-ig terjedő időszakban foglalja össze a főbb feladatokat, ezekhez illeszkedik, ezekre épül az új ágazati program. A Kincsem Nemzeti Lovas Program swot elemzésében szerepel, hogy a fiatalok nincsenek kellően motiválva a szabadidő aktív eltöltésével és az egészséges életmóddal kapcsolatban. Kutatásunkban ezt a tételt is meg kívánjuk erősíteni, vagy cáfolni.

A programban az a gazdasági alátámasztás is megállapítást nyer, hogy: „a lovas ágazat Európában mintegy 100 Mrd EUR forgalmat generál évente”. Incze Réka és Hevessy Gábor „A lovas turizmus helyzete és lehetőségei az észak-alföldi régióban” című –

az Agrárgazdaság, Vidékfejlesztés és Informatika Nemzetközi Konferencián 2007-ben elhangzott – előadásukban kifejtették, hogy 2005-ben országos szinten a lovas szolgáltatással is rendelkező panziókban az összes vendégéjszaka 17,9 százalékát töltötték turisták, ami 3,3 milliárd forintos bevételt jelentett. Ez az összeg a hazai kereskedelmi szálláshelybevétel 1,54 százaléka.

A keresleti oldalt tovább vizsgálva, a termékfejlesztési stratégia az alábbi megállapításokat teszi a lovas turizmusról: „Korábban fő küldő országainknak Svájc és Németország számítottak, napjainkban azonban az utóbbiból érkező vendégek száma jelentősen visszaesett, helyette (2002 óta) Anglia vette át a vezető szerepet. Nagy piac lehet még Skandinávia, sorrendben Svédország, Finnország, Norvégia, Dánia. Szóba jöhetnek továbbá az említett országokon kívül a volt szovjet tagköztársaságok is, mely piacok nagy potenciált jelenthetnek országunk számára.

A belföldi kereslet vonatkozásában a stratégiából kiderül: „A belföldi vendégek körében rengeteg a kezdő lovas és a gyerek. Egyelőre ezen célcsoport kiszolgálására kell törekedni, belőlük kell teljes körű lovas turistát képezni. Új célcsoport lehet ezen kívül az úgynevezett elitréteg, azonban ezen réteg lovaglási kedvének élénkítéséhez nélkülözhetetlen egy találó marketingkampány”. Tasnádi Gergely és Pongrácz László iskoláskorúak és szülei körében végzett felmérésének 2011-ben közölt eredményei is hasonlóra utalnak. Eszerint a gyerekek fele szívesen lovagolna, 80 százalékuk úgy gondolja, hogy meg tudna tanulni lovagolni és akár még iskolai oktatás keretében is nyitottak lennének a

lovaglás tanulására. A keresleti oldal szempontjából tehát a fiatal korosztály, a kezdő lovasok – elsősorban belföldi konstellációban – kiemelt célcsoportot jelentenek. Ezért is esett választásunk ennek a szegmensnek – ezen belül az egyetemisták véleményének és szokásainak – a részletesebb vizsgálatára. Hipotézisünkben úgy véltük, hogy a lovas turizmus piacának vonatkozásában van potenciál ezekben a társadalmi rétegekben.

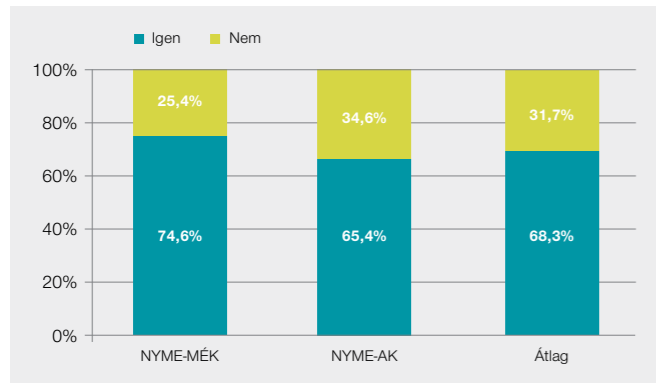
**A KUTATÁS MÓDSZERTANA**

A Nyugat-magyarországi Egyetem győri Apáczai Csere János Kar Turizmus Intézete, valamint a mosonmagyaróvári Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar közös piackutatást végzett 2012 februárjában. A kutatás címe „Az ifjúsági vendégkör ágazati motivációinak vizsgálata” volt. Arra voltunk kíváncsiak, hogy a lovas turizmus vonatkozásában milyen tapasztalatokkal és milyen igényekkel rendelkeznek fiataljaink. A megkérdezett első- és másodéves turizmus-vendéglátás, rekreáció, valamint állattenyésztő mérnök, mezőgazdasági mérnök, környezetgazdálkodási agrármérnök, gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök, növénytermesztő mérnök és élelmiszer-mérnök szakos hallgatók száma a két karon összesen 360 fő (Győr: 246, Mosonmagyaróvár 114) volt. A piackutatás formája kérdőíves megkérdezés volt – zárt, nyitott és feleletválasztós kérdések kombinációjával. A kapott válaszok statisztikai kiértékelése után a releváns adatokat táblázatban, illetve diagramon ábráztuk. A kérdések tartalmi szempontból a lovaglási tapasztalat meglétére, a fejlődésre való

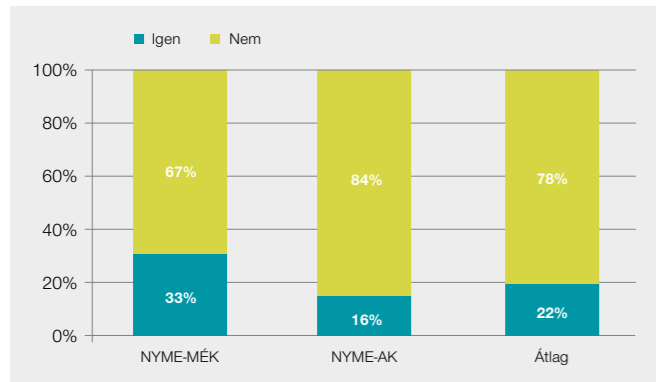


**Abstract:** The active way of spending the free time is an important chance for the body to relax and to prepare for work. According to Opaschowsky's division, to satisfy the recreational need is one way to keep the balance between the physical and spiritual factors. Among the different sport facilities, horse riding is one of the recreational needs. In our experiment we were interested what the higher education students know about the riding possibilities, what their previous experiences are, how much this possibility suit their free time habits and how they evaluate the branch. The forms of market research were the combination of questionnaires, cloze and open questions. The answers received were evaluated by statistic programme and the relevant data was shown on diagrammes. To sum up, horse riding is not very common among the youth but they are open to positive changes. Our experiment has proved that the riding habits of the Youth have not developed yet. However, they are open to be involved in riding tourism. So the responsibility of educational institutes is big, beginning with primary schools. And even the state and the entrepreneurs have responsibility to insure conditions, infrastructures to make Hungary a „horse friend” touristic destination.

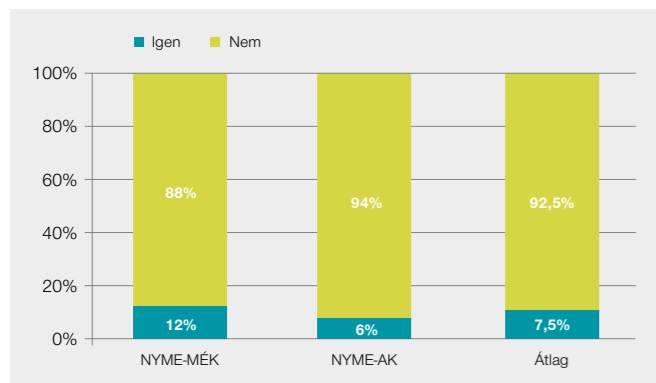
**Key words:** Equestrian Tourism, „horse friend”, research, touristic destination.



1 A már lovagló és nem lovagló hallgatók aránya a két karon (n<sub>NYME-MÉK</sub>=114, n<sub>NYME-AK</sub>=246)



2 A lovas szolgáltatás igénybevételének alakulása belföldön (n<sub>NYME-MÉK</sub>=114, n<sub>NYME-AK</sub>=246)



3 A lovas szolgáltatás igénybevételének alakulása külföldön (n<sub>NYME-MÉK</sub>=114, n<sub>NYME-AK</sub>=246)

nyitottságra, a lovaglással összefüggő utazási szokásokra, valamint a jövőben igénybe vevendő szolgáltatásokra és az ágazat gazdasági jelentőségének megítélésére utaltak. Tanulmányunkban a diagramok összesített, százalékos adatokat tartalmaznak, de az elemzésben kitérünk a két képzési terület eltérő jellegéből adódó esetlegesen eltérő válaszok magyarázatára is.

## AZ IFJÚSÁGI VENDÉGKÖR ÁGAZATI MOTIVÁCIÓINAK VIZSGÁLATA CÍMŰ PIAC-KUTATÁS EREDMÉNYEINEK ÉRTÉKELÉSE

Munkánk során megállapítást nyert, hogy a megkérdezett minta átlagosan 68,3 százaléka már lovagolt életében 1. A 2/3-os arány önmagában biztatónak mondható, de a mosonmagyaróvári karon az arány eléri a 74,6 százalékot.

A hallgatók nyitottak a lovaglás alapjainak elsajátítására, illetőleg a meglévő tudás továbbfejlesztésére. Mindkét karon hasonlóan magas, 65 százalékos pozitív hozzáállást tapasztaltunk. A vizsgált minta jelentős többsége tehát motivált, tudásának gyakorlati javítása érdekében szeretne jobban lovagolni; ami ismét pozitív tényező.

A fenti eredményekből kiindulva érdekes lehet, hogy a motiváltság mennyire párosul korábbi, turizmushoz köthető konkrét lovaglási tapasztalatokhoz. Ennek megfelelően megkérdeztük a hallgatókat bel- és külföldi vonatkozó turisztikai tapasztalataikról

2 3. A két adatot összevetve jól látható, hogy a belföldi lovas turizmushoz köthető programokon való részvétel több mint duplája a külföldinek. Azonban mindkét összesített érték rendkívül alacsony; belföldi programon való részvétel 22%, a külföldi 7,5%. Megfigyelhető azonban, hogy az agrár irányultságú fiatalok mintegy 1/3 arányban (33%), a turisztikai irányultságúak azonban csak 1/6 arányban (16%) vettek igénybe lovas szolgáltatást belföldi üdülésük keretében. Külföldi vonatkozásban 12% és 6% a fenti aránypár. Az erősebb affinitás minden bizonnyal az agrár-képzési irányultságnak tulajdonítható.

A nyílt végű kérdésekben az üdülési szokások indoklását vártuk. A belföldi lovas turizmus vonatkozásában a nemleges részvétel okai között a lehetőségek ismeretének hiánya, valamint a motivációhiány szerepeltek. Külföldi vonatkozásban szintén a lehetőségek ismeretének hiánya jelent meg az indoklások többségénél. Ezen túlmenően a magas ár, a motivációhiány és a külföldi utazások hiánya volt olvasható legtöbbször. A pozitív válaszok mindkét irányultság esetén a motivációval és a programcsomag ismeretével indokolhatóak.

A megkérdezett fiatalok belföldön iskolai program keretében, lovas kocsikázás alkalmával és lovardaprogramokon vettek részt leggyakrabban. Az igénybe vett szállástípusok széles spektrumúak a hoteltől a falusi szálláshelyen át a rokonlátogatásig. Külföldi vonatkozásban szintén a lovas kocsikázás és a speciális lovardaprogramok a legnépszerűbbek. Az igénybe vett szállástípusok szintén széles spektrumúak.

Feleletválasztó kérdéseink a jövőbeli szolgáltatásokról érdeklődtek. Pozitív eredmény, hogy a fiatalok csak elhanyagolható számban nem vennének igénybe a jövőben lovas szolgáltatást. A legnépszerűbb programok viszont a túralovaglás vezetővel, valamint a kocsizás/hintózás programok. Kedvelt lenne még a vadászlovaglás és az egyéni tereplovaglás. A legtöbben lovas panziót vagy falusi szálláshelyet, rokonkapcsolatot, illetőleg hotel-szolgáltatást párosítanának a programok mellé.



A megkérdezettek gazdasági szempontból 1-től 5-ig terjedő skálán átlagosan 3,15-re értékelték a lovas turizmus szerepét, ami hazai viszonylatban – különös tekintettel a bevezetőben leírtakra – mindenképpen túlzottnak mondható, de ugyanakkor egy létező potenciált támaszt alá.

## A KUTATÁS KÖVETKEZTETÉSEI

Összességében tehát elmondható, hogy bár jelenleg messze nem tekinthető általánosnak a lovas turizmus kínálatának kiaknázása a fiatalok körében, azonban jelentős hajlandóságot mutatnak a pozitív irányú változtatásra. A válaszokból kiderült tehát, hogy az egyetemista korosztály alapvetően nyitott a programokon való részvételre, így egyik meghatározó keresleti bázisát jelenti a jövőbeli termékfejlesztő tevékenységnek.

A bel- és külföldi lovas programokon való jelenlegi alacsony részvétel okai között elsősorban az információhiány, a figyelem felkeltésének hiánya szerepel.

A tudatformálás, motiválás tekintetében így óriási a felelőssége az oktatással foglalkozó intézményeknek az általános iskolától kezdődően. És legalább ekkora felelőssége van az államnak, valamint a vállalkozásoknak a feltételek, illetve az infrastruktúra biztosítása vonatkozásában, hogy hazánk a célkitűzések szerint ténylegesen lovasbarát turisztikai desztinációvá válhasson. ■

## SZAKIRODALOM:

- » Opaschowski, H.: Pädagogik der Freizeit. Bad Heilbrunn, 1976. 287 old.
- » Incze Réka – Hevessy Gábor: A lovas turizmus helyzete és lehetőségei az észak-alföldi régióban – Agrárgazdaság, Vidékfejlesztés és Informatika Nemzetközi Konferencia, konferencia-előadás, Debrecen, 2007.
- » Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium: Kincsem – Nemzeti Lovas Program, munkaanyag 46 p.
- » Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégia 2007–2013 Magyar Turizmus Zrt., Termék Csoport, Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Szövetség 77 p.
- » Tasnádi Gergely és Pongrácz László (2011): A szabadidős lovaglás helyzete napjainkban Magyarországon. VIII. Országos Sporttudományi Konferencia. Győr, 2011. május 18–20. Magyar Sporttudományi Szemle. 12. 2011/2. 15 p.
- » World Tourism Organization: The Hague Declaration on Tourism, WTO, Madrid, 1989.