

Földtudományok Doktori Iskola

A golfturizmus rendszere, a nemzetközi és hazai kereslet-
kínálat trendjei és területi vetületei

PhD értekezés

Kiss Róbert

Pécsi Tudományegyetem

Természettudományi Kar

Pécs, 2013

TARTALOMJEGYZÉK

TARTALOMJEGYZÉK	2
1. BEVEZETÉS	4
2. SZAKIRODALMI ELŐZMÉNYEK.....	6
2.1. A sportturizmus értelmezése és turizmusföldrajzon belüli rendszertani helye.....	6
2.2. Az aktív turizmus bemutatása	17
2.3. A lakóhelyek szabadidős tevékenysége – a rekreáció	19
2.4. Golfturizmus definiálása és jellemzői	23
3. CÉLKITŰZÉSEK, HIPOTÉZISEK.....	31
4. KUTATÁSI MÓDSZEREK.....	33
4.1. A szekunder módszerek, kutatások	33
4.2. A primer módszerek, kutatások.....	35
4.2.1. Nemzetközi és hazai kérdőíves megkérdezések.....	36
4.2.2. Nemzetközi és hazai mélyinterjúk készítése	42
5. EREDMÉNYEK.....	46
5.1. A golfturizmus rendszere és modellje	46
5.2. A golfturizmus helyzete, fejlődési iránya	54
5.2.1. A nemzetközi golftörténet – a golf világhódító útja	54
5.2.2. A golfturizmus globális trendjei, folyamatai	59
5.2.3. A golfturizmus keresletének tipizálása	62
5.2.4. A nemzetközi golfversenyek turisztikai jelentősége, gazdasági hatása a 2010-es Ryder Cup példáján	65
5.3. A fizikai aktivitást igénylő szabadidős tevékenységének motivációi.....	66
5.3.1. A fizikai aktivitást igénylő szabadidős tevékenységének motivációi az írek körében	67
5.3.2. A fizikai aktivitást igénylő szabadidős tevékenységének motivációi a magyarok körében	70
5.4. A golfturizmus turisztikai helyzetelemzése nemzetközi példák alapján.....	76
5.4.1. A török golfturizmus fejlődése és földrajzi környezete	76
5.4.2. A golfturizmus jellemzői Kenya tengerpartján.....	84
5.5. Hazánk golfturizmusának kínálati elemei, turisztikai helyzetelemzése.....	88
5.5.1. A magyar golf és golfturizmus történeti áttekintése.....	88
5.5.2. A magyar golfpályák földrajzi telepítő tényezői.....	94

5.5.2.1. Természetföldrajzi tényezők	95
5.5.2.2. A gazdasági tényezők.....	97
5.5.2.3. A társadalmi tényezők.....	101
5.5.3. A golfturizmus gazdasági, társadalmi-kulturális és környezeti hatásai a földrajzi környezetre.....	104
5.5.4. A magyar golfturizmus kínálati elemeinek földrajzi bemutatása	113
5.5.5. A magyar golfkínálat és fejlesztési lehetőségei.....	122
5.5.6. A golfpályákat tulajdonló, működtető magyar vállalkozások gazdasági helyzetének bemutatása	128
5.6. A magyar közvetítő szektor golfcsomagjai, ajánlatai	132
5.7. A magyar golfkereslet sajátosságai.....	135
5.7.1. A magyar golfkereslet sajátosságai a rendszertelenül golfozók körében.....	138
5.7.2. A magyar golfkereslet sajátosságai a rendszeresen golfozók körében	143
5.7.2.1. Az itthon golfozók szokásai	143
5.7.2.2. A külföldön golfozó magyarok attitűdje.....	151
5.8. A potenciális kereslet - a hazai nem golfozók szabadidős attitűdje	167
6. AZ EREDMÉNYEK ÖSSZEFOGLALÁSA	174
7. A KUTATÁS TOVÁBBI IRÁNYAI.....	182
KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS.....	183
IRODALOMJEGYZÉK.....	184
TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE	203
ÁBRÁK JEGYZÉKE.....	204
MELLÉKLETEK.....	206

1. BEVEZETÉS

Az értekezés témakörét a napjainkban is világszerte folyamatosan népszerűbbé váló golfturizmus és annak a későbbiekben részletesen vizsgált földrajzi környezete adja. Az aktív turisztikai termékek közé tartozó golf és szerző kötődése több mint egy évtizedre nyúlik vissza, még a 2000-es évek legelejére. Az akkor még működő pécsi golfpályán ismerkedett meg a sporttal, szabadidős tevékenységgel, majd egy hosszabb szünet után írországi tapasztalatoknak köszönhetően 2006-tól újra intenzívvé vált ez irányú tevékenysége, de már elsősorban a kutatásra koncentrálna.

A szerző turizmuselméleti áttekintéssel kezdi munkáját, ahol alapfogalmak, elméletek, modellek bemutatására kerül sor a sport, az aktív és a golfturizmus keretén belül. A turizmus rendszertani vizsgálódásait kiszélesítve egy modellalkotással zárja le ezt a fejezetet. A disszertáció célkitűzése egyrészt elméleti kérdéseket taglal, amikor a rendszerszemléletű gondolkodást kiterjeszti a golfturizmusra, majd a kutatás sorrendjét követő felmérések eredményeinek a rendszerezésére tesz kísérletet. A kitekintések során hazai és nemzetközi példák kerülnek turizmusföldrajzi vizsgálatok alá, amelyen belül a golfturisztikai utazásokat vizsgálja a bemutatásra kerülő golfdesztinációk példáján. Nemcsak elsődleges golfos motivációs utazásokat vet össze és nem kizárólag az otthoni rekreációs térben űzött fizikai tevékenységekkel foglalkozik, hanem nemzetközi összehasonlítást is végez az ír és a magyar lakosok között.

Kereslet-kínálat elemzésében elsőként a golfozás gyakoriságában eltérő játékosok attitűd elemzését készíti el, majd a nemzetközi szakirodalomnak megfelelően saját piac szegmentációt végez statisztikai módszerekkel.

Az értekezés kitér hazánk földrajzi környezetének elemzésére is, hangsúlyosan azokra a telepítő tényezőkre, erőforrásokra, amelyek a golfturizmus meghonosodásában szereppel bírnak.

A disszertáció a turizmus meghatározott szeletét veszi górcső alá, így koncentrálna arra az ellentmondásra, ami a golfturizmusnak a hazai turisztikai kínálatban való szerény megjelenése és annak fokozódó nemzetközi jelentősége között feszül. Addig, amíg a golfturizmus megítélése Magyarországon gyerekcipőben jár, és magán viseli a - közsismert és elfogult, a későbbiekben taglalt - sztereotípiákat, a világ fejlettebb

társadalmaiban nem ördögtől való tevékenység a golfozás. Sőt, széles körben elterjedt szabadidős kikapcsolódás, sport, sokak számára a társasági élet része, egyfajta életstílus (HALL, M. 2002).

A golf népszerűségéhez az is hozzájárul, hogy nemcsak rekreációs, hanem turisztikai célú tevékenységként is aposztrofálható, így akár a különböző desztinációk közötti, sok esetben kontinenseket is átszelő utazásoknál, elsődleges motivációként jelentkezik. Mindezt alátámasztja, hogy a golfturizmus a sportturizmuson és a rekreációs tevékenységeken belül is az egyik legdinamikusabban fejlődő fizikai tevékenység volt világszerte a 2008-as gazdasági válságig, amelynek keretein belül 56 millió fő regisztrált, és több millió nem klubhoz tartozó golfozó játszott. Az egyéni sportokat tekintve világviszonylatban a golf igen kedvelt, és a játékosok létszáma - a vészjósló és hosszan elhúzódó nemzetközi válság ellenére is - folyamatosan emelkedik. Történik mindez úgy, hogy a klasszikus angolszász golfrégiókban, mind a pályák, mind a játékosok számának lassú csökkenése tapasztalható, míg a feltörekvő piacokon előbbiek és utóbbiak száma is mérsékelten emelkedik, ami összességében pozitív irányba mozdítja el a tendenciát.

De hogyan válaszolható meg ez a kérdés hazánkban, ez a téma izgatja leginkább az értekezés készítőjét. Ezért a disszertációban szeretné megismerni a golfturizmus aktuális hazai és nemzetközi kérdéseit, trendjeit, majd elemzi a golfpiac szegmentálódását, valamint hazai és nemzetközi példák alapján fel kívánja hívni a figyelmet e turisztikai termék földrajzi környezetre gyakorolt hatásaira, a golfpályák építésének és a már meglévőknek a fenntarthatóságra és a fejlesztési alternatívákra.

A témakör kifejtésében felhasználásra kerültek a szerző egyes korábbi publikációi során készült illusztrációk, de azok az egyöntetű szemléltetés érdekében az alkalmazott ábrák, táblázatok és képek esetében egységes feliratozással, pontos forrásmegjelöléssel kívánják a jelen kutatómunkát szolgálni.

2. SZAKIRODALMI ELŐZMÉNYEK

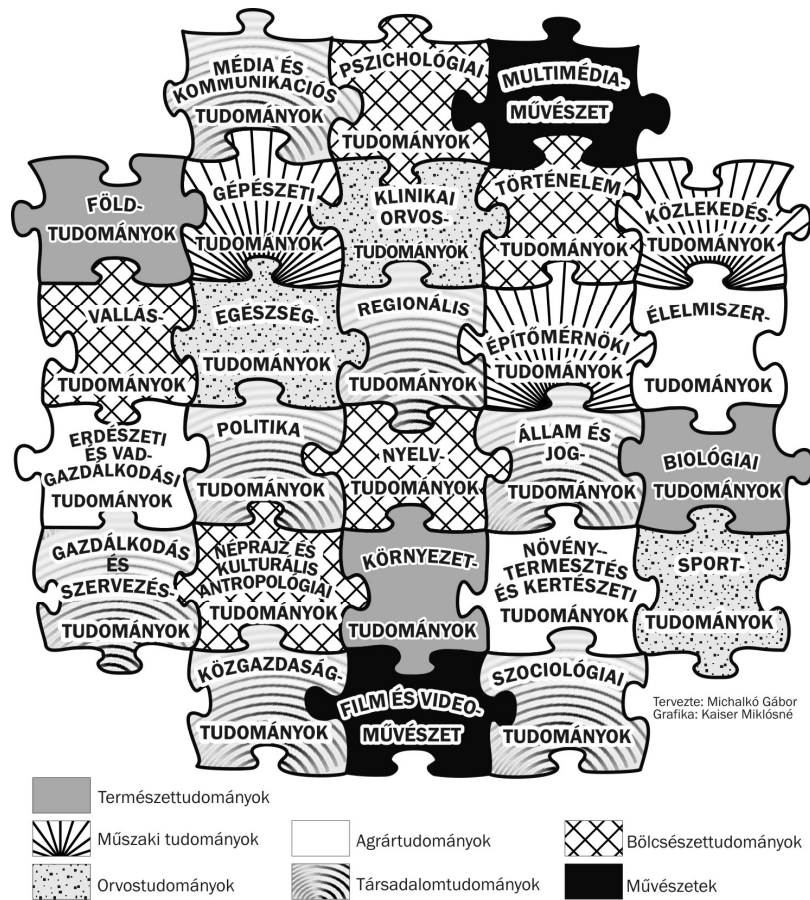
Jelen fejezetben a nemzetközi és hazai szakirodalom áttekintésére kerül sor, amely a turizmustudomány földtudományi kapcsolatainak bemutatásával indul, majd a sport és turizmus összefüggéseinek, jelesül a sportturizmus létrejöttének, jellemzőinek, fejlődésének részletezése során rálátást nyílik az aktív turizmusra. Az irodalmi háttér kitér a rekreáció kérdéskörére, majd ezt követi az értekezés konkrét kutatási tárgyát képező golfturizmus részletes bemutatása.

2.1. A sportturizmus értelmezése és turizmusföldrajzon belüli rendszertani helye

A turizmus számos hazai és nemzetközi megközelítése, a témakörben tett kutatások együttesen járultak hozzá ahhoz, hogy azt **önálló tudományként ismerték el** (MICHALKÓ G. 2007a). Az idegenforgalommal foglalkozó turizmustudomány, más néven a **turizmológia** - ahogyan azt a legújabb elméleti munka (MICHALKÓ G. 2012:19) is definiálja -, transzdiszciplináris jellemzői leginkább a turizmustudomány alapsejtjeként aposztrofált puzzle-moddal mutatható be (1. ábra.).

Az 1. ábrából egyértelműen látható a természet-, társadalom-, agrár-, orvos-, és műszaki tudományok komplex, mégis egymást jól kiegészítő, számos vonallal kapcsolódó halmaza, amelyek összeillesztve egészet adó ismeretek együttesét képezik. Az elmúlt évtizedekben megjelent, a turizmushoz köthető publikációk alapján megerősítést nyert, hogy egy önálló diszciplinává váló turizmus kutatásában leginkább a közgazdaság, a szociológia és **a földtudományok forrásai kapcsolódnak a turizmustudományhoz** (AUBERT A. 2005b). Utóbbiakat a turizmushoz köthető gazdaságföldrajzi (KOLLARIK A. – JANDALA Cs. 1991; KOLLARIK A. 1992; BÁNFALVI J. 1995), népességföldrajzi (BERÉNYI I. 1986; 1993; JURAY T. 2004; DÖVÉNYI Z. 2006), szociálgeográfiai (MICHALKÓ G. 1997), közlekedésföldrajzi (ERDŐSI F. 2005), természetföldrajzi, tájökölógiai (MEZŐSI G. 1991; KERTÉSZ Á. 2003; MARTONNÉ ERDŐS K. – BODNÁR R. 2003) geomorfológiai (LÓCZY D. – VERESS M. 2005) kutatások sokrétű megközelítése bizonyítja, így egyre több résztudománnyal egészül ki, így

például az értekezés **szempontjából is fontos** sporttudományokkal (szabadidős aktivitások vizsgálata BÁNHIDI M. 2006; 2007; 2011).



1. ábra A turizmustudomány alapsejtje, a Michalkó-féle puzzle modell

Forrás: MICHALKÓ G. 2007

A földrajz jelentőségére a turizmus rendszerében (kibocsátó és fogadó tér, valamint a közlekedési folyosó) már LEIPER, N. (1979) felhívja a figyelmet, amelyet a földrajzi térnek a kereslet számára vonzerőként, illetve termékként való megjelenése követett. Az idő-, és tér egyidejű megjelenése, valamint a fogadó és küldő régiók elkülönülése a turizmus földrajzának sajátos jegyeket magánviselő tereinek létrejöttéhez vezetett. Ezzel együtt sem egyértelmű a hazai turizmusföldrajz súlyának megítélése, míg AUBERT A. (2006) a geográfián belül rendszertanilag periférián elhelyezkedőnek ítéli meg, alkalmazott földrajztudományi transzdiszciplínaként (AUBERT A. 2011), addig MICHALKÓ G. (2007b) önállóként írja le, igaz, fennmaradását a rendszer többi tagjának eredményeitől teszi függővé. A turizmusföldrajz kutatásának eszköztára elsődlegesen az adatok, statisztikák gyűjtése, azokból a trendek, a fogadó desztinációk vonzerőinek, adottságainak feltárása, tipizálása, a keresleti-kínalati kimutatások

feldolgozása, amelyeket empirikus mérések (turizmusipar szolgáltatóinak kvalitatív, illetve a vendégek kvantitatív megkérdezése) egészítenek ki (COOPER, C. et al. 1998; AUBERT A. 2006; BONIFACE, B. – COOPER, C. 2009). Ezen felül koncentrálnak még környezeti, társadalmi-kulturális és gazdasági hatások, motivációkutatások, valamint terület-, és vidékfejlesztési kérdések vizsgálatára, illetve a turisztikai erőforrások felhasználására.

Az előbbieken bemutatott puzzle-modell előnye, hogy nemcsak a turizmus egészére nézve, hanem az egyes turisztikai termék esetében is alkalmazható, így akár a az értekezés központi részét képező golfturizmus kapcsán is megállja a helyét. Köszönhető ez annak, hogy az említett turisztikai termék kialakulásában fontos szerepet játszó tudományterületek összefüggései hasonlóan komplex, egymással szorosan összekapcsolódó diszciplínákat feltételeznek.

A sportturizmus létét a legtöbb kutató (FINLEY, M. I. - PLEKET, H. W. 1976; ZAUHAR, J. 2004, WEED, M. – BULL, C. 2009; HUDSON S. – HUDSON L. 2010) már az első ókori olimpiáktól datálja, amikor is a versenyzők és a nézők sportolási vagy pusztán a versenyeket megtekintő céllal keresték fel az egykori görög poliszt. Ez már akkor is a mai értelemben vett sportorientált elsődleges motivációra és a hozzá kapcsolódó turisztikai szolgáltatásoknak, mint **komplex turisztikai terméknek az igénybevételére utalt** (ZAUHAR J. 2004). A történelem viszontagságainak köszönhetően hosszú évszázadokig szünetelő, majd a 19. század utolsó éveitől napjainkra már emberek tízmillióit megmozgató sporteseményeknek, valamint a sportversenyeknek a turizmusra gyakorolt hatását célzó vizsgálatok - a tengerparti üdülturizmushoz képest - viszonylagosan rövid időre tekintenek vissza (MITCHELL, R. G. 1983, HINCH, T. – HIGHAM, J. E. S. 2001, HALL, C. M. – PAGE, S. J. 2002, GIBSON, H. 2006, BÁNHIDI M. 2007).

Későn született meg az a felismerés, hogy a sport célú utazások jelentősége valójában milyen nagyságrendű. Részben a versenyek, részben saját kedvtelésből történő mozgás iránti igény növekedése az 1980-as évektől a fejlett nyugati társadalmakban, mint az urbanizáció egészségre káros következményeire adott válasz jelent meg (MITCHELL, R. G. 1983). A sport, azon belül mind az élsport, mind a tömegsport térbeli terjedése az utóbbi évtizedekben felgyorsult és a sport célú, elsődleges, olykor másodlagos utazási motivációként megtett kilométerek mega

rendezvényekhez (olimpia, világ- és Európa bajnokságok stb.) éppúgy kapcsolódnak, mint öncélú, saját teljesítmény fejlesztését célzó gyakorláshoz (BÁNHIDI M. - FARKAS J. 2002). A globalizálódó sportban üzletet látó szereplőknek és a média folyamatosan növekvő figyelmének köszönhetően jelentős befektetéseket generáltak a legtöbb sportágban (HINCH, T. – HIGHAM, J. 2004). A 21. századi észak-amerikai, európai és ausztrál társadalmak jelenlegi egészség és sport iránti felfokozott érdeklődése a városi lét fizikális, erkölcsi és spirituális hatásaira erősödött meg. Mindez a szabadtéri aktív fizikai tevékenységek és a természet iránti fokozott érdeklődés során – egyrészt a nemzeti parkokban, védett természeti területeken, másrészt a lakóhelyek közeli parkerdőkben - megjelenő kereslet emelkedésében, illetve a sportolás és a rekreáció keretében gyakorolt fizikai tevékenységekben nyilvánult meg. A városi létből való szabadulás régóta a turizmus legjelentősebb motivációi közé tartozik, így maga a fizikai tevékenység vagy a sportolás az egyén potenciális nyereseményét, jutalmát jelenti, mint az egészséges élet iránti vágy beteljesülését, kizökkenve a mindennapok feszültségektől terhes állapotából. Mindez az 1990-es évekre egyrészt a sport és turizmus, másrészt a kutatók oldaláról is a területre irányította a figyelmet, ami az egyes kormányok esetében sportturizmus stratégiák készítéséhez (GIBSON, H. 2006) és mega-sportrendezvények szervezéséhez (CHALIP, L. – COSTA, C. 2006) vezetett. Ennek a gyors folyamatnak köszönhetően a WTO szerint a 20. század végéig a sportturizmus a leggyorsabban fejlődő területe volt a turizmusnak, esetenként a 8-10%-os éves forgalomnövekedést produkált.

A **sportturizmus szakirodalmi definiálása**, más tudományterületekhez hasonlóan nehézkes, **olykor ellentmondásos** (PIGEASSOU et al. 2003), hiszen **vannak, akik a teljesítményorientáltságot és az összemérhetőséget veszik alapul** (HINCH, T. – HIGHAM, J. 2001; HUDSON, S. 2003; ROBINSON, T. - GAMMON, S. 2004 - utóbbi szerzőpáros a különbséget a puha és kemény sportturista definiálásával jelzi), míg abban általános egyetértés van a kutatók között, hogy egy aktív és egy passzív részre lehet elkülöníteni azt (HALL, C. M. 1992; STANDEVEN, J. - DEKNOP, P. 1999; HINCH, T. D. – HIGHAM, J. 2001; WEED, M.E. – BULL, C. J. 2009). Harmadik jellemzőként REDMOND, G. (1990, 1991) a nosztalgiát is idesorolja, ami alapján GIBSON, H. (2006:2) így definiálja a sportturizmust: **„Olyan szabadidős utazás, amely a lakóhely ideiglenes elhagyását jelenti egy fizikai tevékenységben való részvétel (aktív sportturizmus), egy sportesemény megtekintése, vagy egy sporthoz köthető**

attrakció felkeresése miatt (nosztalgia sportturizmus)”. GIBSON, H. (2003, 2006) szerint azokat a turistákat sem célszerű kizárni, akik nem kompetitív célból, de mégis egy aktív tevékenység – így például rafting, síelés, bújárkodás - végzése céljából keresnek fel egy térséget, állandó lakhelyüket elhagyva, esetleg sportörökségek múzeumait látogatják. STANDEVEN, J. - DEKNOP, P. (1999) is az otthontól távoli, minden aktív vagy passzív formát sportturizmusnak tart, míg WEED, M.E. - BULL, C.J. (2009) inkább a tevékenységek, az emberek és a hely közötti egyedi interakciókat tekintik annak. Megint mások (NOGAWA, et al. 1996) átjárhatóságot látnak bizonyos feltételek - pl. kulturális látóivalók jelenléte – esetén, a sportturisták és a városlátogatók között, feltételezve az előbbieket kiszélesülő érdeklődését. Az alkalmazott turizmus keresleti modell használata alapján arra jutott, hogy a felkeresett turisztikai desztináció közelében elérhető látóivalók kulcsszereppel bírnak a sportturisták visszatérésében. HUDSON, S. – HUDSON, L (2010) hasonló következtetésre jutott a fenti kutatók elméleti munkáiban megfogalmazottak összegzésével, de GIBSON-nál (2006) árnyaltabban, a rekreációt sem feledve határozza meg a sportturizmust, mint a lakókönyezetétől távoli rekreációs vagy versenyzési célú sporttevékenységet, amatőr, esetleg profi szintű sportrendezvény megtekintését, illetve sport attrakciók, mint a Dicsőség Csarnoka (Hall of Fame) vagy egy vízi park meglátogatását. Ebből a megfogalmazásból is kimarad a tartózkodás időtartalmára vonatkozó meghatározás.

A sportturizmus egy korábbi megfogalmazása kapcsán KOLLARIK A. és JANDALA Cs. (1991) az amatőr sportolók és sportkedvelők többségét „túrasportolónak” (pl. síelők, evezők, vitorlázók, természetjárók) tartja, akik akár nemzetközi relációban is sportrendezvényeket látogatnak. **A keresletnek ez a megközelítése jelentős átfedést mutat a helyben történő rekreációs, és az utazással járó aktív turizmus irányába,** hiszen egy kedvtelésből történő, a teljesítményorientáltságot háttérbe szorító, fizikai aktivitással együtt járó tevékenységekre utal.

A sportturizmusban résztvevők vizsgálatát négy dimenzió alapján célszerű megközelíteni, attól függően, hogy a fogyasztók **motivációit, viselkedését és igényeit,** vagy a **kínálat összetételét** helyezik a kutatás központjába (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 1998).

A **földrajzi környezetet**, mint az **első (térbeli) dimenziót** elemezve különbséget tesznek a turisztikai tevékenységek (pl. nyaralás, üdülés, elutazás) és a lakóhely elhagyása nélküli, rekreációs, szabadidős tevékenységek között. A **második dimenzióként**, a **sporttevékenység típusa** alapján lehet említést tenni versenysportról (élsportról) és tömegsportról (utóbbi sok esetben egyenlő az amatőr sportolással, még ha az egyéni sport pl. futás). A **harmadik dimenzió a fogyasztók részvételét** vizsgálja, így lehet (fizikailag) aktív és passzív tevékenységi formákat megkülönböztetni. Végül a **negyedik dimenzió a turisták motivációira** fókuszál és attól függően, hogy az adott sport által generált utazások esetében az attrakciók önmagukban is képesek az érdeklődőket egy adott desztinációba csalogatni (elsődleges motiváció), vagy sem. Utóbbiak a másodlagos motivációk, amelyek egyedül ugyan nem képesek lakóhelyük elhagyására ösztönözni a turistákat, de erőteljesen hozzájárulnak a turisztikai kínálat bővítéséhez, a komplex turisztikai termék létrejöttéhez és az arra alapozott élményszerzéshez (KISS R. – RÁTZ T. 2007). Sok esetben fordulhat elő az utazás során több kategória egyidejű megjelenése: pl. az a turista, aki egy Arsenal FC Premier League focimeccset megnézni érkezik Londonba (versenysport, passzív részvétel, elsődleges attrakció), eközben szabadidejében elmegy futni a Hyde Parkba (tömegsport, aktív részvétel, másodlagos attrakció). A passzív sportturista leginkább élsport irányú kötődését SMITH, A. és STEWART, B. (2007) szerint, akár egy sportoló, vagy **csapat szeretete**, illetve a **nemzeti hovatartozás** (válogatott) is indukálhatja, illetve ez a hosszú kapcsolat akár egy klub vagy társaság iránti nosztalgia megjelenésével is járhat, mint erős, emocionális kötődés (FAIRLEY, S. – GAMMON, S. 2006). Ennél szélesebb megközelítést alkalmazott WANN, L. (1995), aki nyolc jellemzőt sorolt fel, mint az egyént egy sporteseményen való részvételre motiváló tény:

- **pozitív stressz,**
- **kiszabadulás a hétköznapiakból,**
- **szórakozás,**
- **esztétika** (a sportteljesítmény szépsége),
- **csatlakozás egy közösséghez,**
- **családi szükségletek** (családdal való együttlét),
- **gazdaság** (potenciális pénzbeli nyereség, fogadások),
- **önbecsülés** (személyiségfejlődés).

Már HIGHAM, J. (2006) is a sportturizmus idegenforgalmi szezonra gyakorolt kedvező hatására hívja fel a figyelmet. Egyrészt a **legkedveltebb és legnézettebb csapatsportok bajnokságai jelentős része nem a nyári főszezonhoz köthetők**, így a kevésbé frekvenciált időszakban is nagyszámú vendégforgalmat generálhatnak a szurkolók utazásai. Másrészt az **egyéni sportok versenynaptárai is hozzájárulnak a kínálati oldal színesítéséhez** bajnokságaik hosszának eltéréseivel. Harmadrészt az éghajlati és egyéb földrajzi tényezők befolyásolják a szabadtéri tevékenységeket, de **a desztináció differenciált kínálata, „sportfóliója”**, azaz az egy helyen üzhető több – akár szabadtéri, akár létesítményen belüli – sportágnak a jelenléte, **szezonhosszabbító hatással bír.**

A sportturizmust vizsgáló hazai publikációk között akadnak olyan források, amelyek a földrajzi környezetnek a sportra gyakorolt hatása mellett (BÁNHIDI M. 2000; 2006; 2007) a geográfia, a turizmus és a sport határmezsgyéjén kutattak. BÁNHIDI M. (, 2003b; 2011) a tudományok egymással való összefüggéseit, PAP N. (2008) KOZMA G. (2010) a sportrendezvényeknek az egyes országokra, illetve településekre és azok marketingjére vonatkozó kapcsolatait elemezték. Mindezen kutatások eredményeként jelent meg BÁNHIDI M. (2007) sportturizmus modellje (2. ábra), amelyben a szabadtéri sporttevékenységek legfőbb elemének a földrajzi környezetet tartja, ami KURTZMAN, J. és ZACHAR, J. (1997) szerint tovább bontható természeti, társadalmi, gazdasági és infrastrukturális környezetre.

BÁNHIDI M. (2007) **hangsúlyozza a földrajzi környezet komplexitását** (természeti, társadalmi, gazdasági - infrastrukturális) és ez alapján **vizsgálja a térben: az utazást, a sporttevékenységet és azok hatásait.** A természeti környezetet illetően összehasonlítja a különféle habitusú tájak sportturizmusra gyakorolt hatását és megállapítja, hogy a természeti környezet sportolást befolyásoló - pl. éghajlati - elemei a modell egyik, míg az egyes térségekhez, országokhoz köthető sportágak a másik oldalán jelentkeznek. Véleménye szerint a társadalmi környezetnél az egyes sportágak adják a turisztikai vonzerőt, és az infrastrukturális létesítmények azok hasznosíthatóságát, így megjelenik a sportlétesítmények szerepe és azok gazdaságos működtethetősége is. Az utazás passzivitásán, nagyon logikusan, a turisták helyváltoztatását szolgáló - járművekkel történő - szállítását érti, míg az aktív formán pedig a turista személyes fizikai részvételével történő, egyik pontból a másikba jutását (pl. gyalog, kerékpáron stb.). A modell központjába az aktív tevékenységet folytató

szervezőket (animátorok) és a passzív résztvevőket (turisták) teszi. A sportturizmus hatásait tekintve egyik oldalról a turisztikai jellegűeket: a jövedelemtermelő, munkahely-teremtő és bevételeket generálókat érdemes említeni, míg a másik oldalról a fizikai tevékenység emberre gyakorolt következményeit.



2. ábra A sportturizmus modellje

Forrás: BÁNHIDI M. 2007

A sporthoz köthető motiváció az egészségtudatos, sportos életmód, valamint az alternatív turizmus fizikai aktivitást igénylő formáinak terjedése egyre jelentősebb szerepet tölt be a szabadidős turizmuson belül (MICHALKÓ G. 2005, BÁNHIDI M. 2006). Napjainkban az egyre növekvő számú, milliókat megmozgató, nemzeti és nemzetközi sportrendezvények, bajnokságok a keresleti oldalról, míg az ugyancsak megszorodó sportcélokat szolgáló létesítmények, pályák, és múzeumok a kínálati oldalról jelzik a sportolás és az aktív szabadidős fizikai kikapcsolódás iránti igény világszintű növekedését. A sport és fizikai tevékenységek emelkedő népszerűsége annak köszönhető, hogy egyre nagyobb igény mutatkozott - különösen a fejlett világban - az egészséges életmód felé, ami az emberek mindennapi rutinját alapjaiban változtatta meg. A rendszeres mozgás és sportolás erősödése oda vezetett, hogy a rekreációs tevékenységek mellett **már az utazások alkalmával is fontos szerephez jutottak az életminőség javításával bíró fizikai aktivitások, tevékenységek** (KISS R. – RÁTZ T. 2007; AUBERT A. 2011).

Az egészséges életet segítő, amatőr sport mellett a versenysportra irányuló nagyobb figyelem is közrejátszott a sportturizmus fejlődésében, különösen a versenyek, rendezvények számának intenzív növekedésében. Ennek okai voltak:

- a sportközvetítések **technikai fejlődése** (élő rádiós, majd televíziós, műholdas adások, sportcsatornák, végül a nagy sebességű internet), (HALBERSTAM, D. 1999)
- a közvetítések nagyobb **nézettsége magára vonta egyrészt az ingatlan befektetők, beruházók, másrészt a szponzorok, hirdetőik figyelmét,**
- előbbi csoport a sportrendezvények megrendezésére alkalmas, az adott kor minden igényének kielégítésére képes **létesítmények** (pl. színházak) **létrehozásában** tevékenykedett, elsősorban privát pénzekből,
- utóbbiak **névadó támogatóként** rendezvények megszervezéséhez járultak hozzá,
- a növekvő média figyelem az **egyes sportágak támogatására** volt jótékony hatással, így a sportba ömlő dollár és euró milliárdok egyre nagyobb hírveréssel népszerűsítették (IOC 2009):
 - a sportversenyeket, bajnokságokat, illetve
 - az egyes klubokat, bajnokságokat, szövetségeket,
- a hatalmas piac ellátása mellett – marketing szempontok miatt – a **szponzori magatartás** is jelentőssé vált,
- **terjedtek a pénzdíj-orientált versenyek,**
- a prosperáló gazdaságokban megjelentek a **sportcélú befektetések,**
- a **sport divattá vált,**
- **a versenyekre fordított összegek nagysága drasztikusan növekedett,**
- milliárdos iparágga nőtte ki magát a sportruházatot és sportszereket, eszközöket létrehozó **sportszergyártók tevékenysége,**
- a **sport célú utazások száma folyamatos nőtt.**

Sokan a sport területét, mint egy üzleti lehetőséget látják napjaink globalizálódó környezetében, ami jelentős figyelmet és befektetési lehetőséget is takar (HINCH, T. – HIGHAM, J. 2004). A sportturizmus hatalmas fellendülését a közvetítésekben rejlő óriási üzlet eredményezi, amit a sporttudósítások fejlődése követett. A technikai fejlődésnek

köszönhetően kezdetben az általános sportlapok (Népsport, később: Nemzeti Sport), rádióadások és a sport csatornák (Sky Sport, ESPN, Eurosport, Sport TV stb.) jelentek meg, majd később az egyes tematikus sportlapok (Golf World 1947, Golf Digest 1951, Golf Magazine 1959). A - sok esetben fizetős - sportcsatornák, illetve neves klubok TV-csatornái kínálták a versenyekről, mérkőzésekről a híreket (HALBERTSAM, D. 1999). Ezekkel már egy-egy sportág (Setanta Golf, GolfNetwork) vagy csapat (Barca, Liverpool, és Chelsea Tv-k stb.) iránt mutatott társadalmi érdeklődés kielégítésére is koncentráltak. Az elmúlt évtizedekben a sportközvetítések látványértékében robbanásszerű változások mentek végbe kezdve az atlétikától a csapatsportokon át, a víváson, a kajak-kenun át a golfig. Golfversenyt először az USA-ban helyi szinten 1947-ben közvetítettek (US Open, St. Louis), majd 1954-től országosan.

Az utóbbi évtizedek gazdasági fejlődése a sportturizmusra is nagy hatással volt, hiszen jelentős nagyságrendű sport célú befektetés történt ebben az időszakban, a sport és a gazdasági-társadalmi erőforrások összefonódása helyi (önkormányzati), nemzeti és nemzetközi szinten is megjelent. Kiváló példa a nemzeti szintű összefogásra az un. **mega-sportrendezvények** (pl. nyári olimpiai játékok) szervezése, amikor a város-, és településfejlesztés kereteinek megfelelően egész negyedek újjáépítésével hoznak létre, a kor legmodernebb körülményeinek megfelelő sportközpontokat, versenypályákat, olimpiai városokat. A sportot kiszolgáló infrastruktúra és az intézményrendszer fejlesztése az ország (PAP N. 2008) és a városmarketing kedvelt eszköze (KOZMA G. 2003, KOZMA G. 2010), amely a turizmusmarketingben és a térségi desztináció menedzsmentben számos példát mutat a sportesemények helyszínén túl az ország és a régió bemutatkozására (HARRISON-HILL, T. – CHALIP, L. 2006). Egyes kormányok figyelmét is felkeltette a desztinációs imázs és sportrendezvény(ek)hez köthető márkanév („brand”) kialakításának lehetősége (CHALIP, L. – COSTA, C. 2006, WEED, M.E. 2006, DEERY, M. – JAGO, L. 2006), így a sportturizmus fejlesztése történhet már meglévő, jelentős turisztikai központban és az idegenforgalomból kiszorult – ipari, kereskedelmi – térségben is (SILK, M. – AMIS, J. 2006). Az 1. táblázat adatai jól szemléltetik a nagyrendezvények helyszínekiválasztásával kapcsolatos új trendet: nevezetesen az olimpiákat és a hozzá fogható mega-sportrendezvényeket csak jelentős gazdasági potenciállal és erőforrással bíró országok és városok képesek zavartalanul megrendezni (MULES, T. – DWYER, L. 2006), tekintettel arra, hogy a ráfordított

milliárdos költségek a bevételekből nem térülnek meg (CHALIP, L. – COSTA, C. 2006, 1. táblázat).

Ezért már a tervezésnél figyelni kell a sport- és egyéb létesítmények eseményeket követő hasznosítására, amelyek leginkább a helyi lakosság és a sportegyesületek számára túlnyomórészt rekreációs célú kikapcsolódás térszíneivé válnak (BÁNHIDI M. 2007).

1. táblázat Az utóbbi évek mega-sportrendezvényeit elnyert vagy megszervezett országok 1986-2016 között

Nyári olimpia	Téli olimpia	Labdarúgó VB
Brazília, Rio de Janeiro 2016	Oroszország, Szocsi 2014	Brazília 2014
Nagy-Britannia, London 2012	Kanada, Vancouver 2010	Dél-Afrika 2010
Kína, Peking 2008	Olaszország, Torino 2006	Németország 2006
Görögország, Athén 2004	USA, Salt Lake City 2002	Dél-Korea és Japán 2002
Ausztrália, Sydney 2000	Japán, Nagano 1998	Franciaország 1998
USA, Atlanta 1996	Norvégia, Lillehammer 1994	USA 1994
Spanyolország, Barcelona, 1992	Franciaország, Albertville 1992	Olaszország 1990
Dél-Korea, Szöul 1988	Kanada, Calgary 1988	Mexikó 1986

Forrás: Saját szerkesztés, 2013

A sportesemények népszerűségének egyik hozadéka a kizárólag sport-, illetve az egyéb rendezvények megszervezésére is alkalmas, vegyes használatú stadionok és sportcsarnokok építése, a korábbiak bővítése, modernizálása. A jobb kihasználtság és a gazdaságos üzemeltetés miatt napjainkban a multifunkciós létesítmények megjelenése a jellemző, mint a sportturizmus és rendezvényturizmus alap infrastruktúrája, és a kulturális turizmus másodlagos szuprastruktúrája (CHALIP, L. – COSTA, C. 2006.) A legnépszerűbb, legsikeresebb sportklubok tulajdonosai, létesítményeinek üzemeltetői a stadionjaiknak a turisztikai attrakciókká („*látogatók érdeklődésére számot tartó hely*” PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2011:26) válását kezdeményezték, a szurkolók igényei szerinti többletfunkcióval, és szolgáltatásokkal alakították ki az adott objektumokhoz tematikusan vagy klubszinten köthető múzeumok, kiállítások anyagát. PUCZKÓ L. és

RÁTZ T. (2011) szerint élményeket keresnek a turisták (szurkolók), és a sport iránt kevésbé érdeklődők is. Így lett kötelezően ajánlott program a városi, kulturális turizmus iránt érdeklődők számára Barcelonában vagy Madridban a Camp Nou vagy a Santiago Bernabeu stadionoknak - a fanatikus szurkolók számára valódi szentélyekként kezelt létesítményeknek - és a hozzájuk kapcsolódó kiállításoknak a felkeresése, amelyek Kubala László - Kocsis Sándor - Czibor Zoltán, illetve Puskás Ferenc kapcsán jelentős magyar érdeklődést is indukálnak. Ez az attrakciófejlesztés az Amerikai Egyesült Államokban ugyanúgy megtalálható, mint Európa sportközpontjaiban, így látogatható például az amerikai kosárlabda (National Basketball Association - NBA) Dicsőség Csarnoka (Hall of Fame) is (GIBSON, H. 2003). **A muzeális értékek, a sportkultúra és a sporttörténelem magas szintű bemutatása**, a látogatók motivációt illetően - a termékorientált gondolkodás alapján - már **átmenetet mutat a sportturizmusból a kulturális és örökségturizmus felé** (KISS R. - RÁTZ T. 2007). A sporttörténeti kiállítások felkeresése nevezhető a sportturizmus - nosztalgiával átszőtt (FAIRLEY, S. – GAMMON, S. 2006) - passzív irányának, ami egyrészt történhet egy mérkőzés megtekintését kísérő látogatásként, másrészt, mint elsődleges kultúrtörténeti emlék felkereséseként. Mindkettő esetben a motiváció lehet elsődleges és másodlagos is a személyes érdeklődés mértékétől függően. Az Egyesült Államokban a komplex turisztikai termékek fejlesztéseként hozták létre a részben kulturális (kiállítások), részben sport (TV-közvetítések követése), illetve gasztronómiai (sportkocsmák) és családi program helyszínékként is ismert sportturisztikai attrakciót, az ESPN ZONE-t. Óriási népszerűségnek örvendett a sportszerető közönség körében New Yorkban a Broadway-en 2010-es bezárásáig.

2.2. Az aktív turizmus bemutatása

A sportturizmus taglalásánál érdemes kitérni a magyar nyelvben használt aktív turizmus fogalmának vizsgálatára is, ami lényegében a fizikai aktivitáson, részvételen alapuló szabadidős tevékenység. **„Az aktív turizmus olyan turizmusforma, amely esetében a turista utazásának motivációja valamilyen fizikai aktivitást igénylő szabadidős vagy sporttevékenység gyakorlása”** (MAGYAR TURIZMUS RT., 2003). **Az aktív turizmus fogalmának ehhez hasonló meghatározása azonban a nemzetközi, elsősorban az angolszász szakirodalomban nem ismert, azt sokkal**

inkább szabadidős sporttevékenységekként (physical leisure activity) definiálják (KNOP, P. 1990). Bizonyítja eme állítást egy közép-európai értelmezés is (SLAK VALEK, N. – PODOVSOVNIK, E. 2012), ahol az aktivitás nem feltétlenül sportolás vagy fizikai jellegű, lehet akár kulturális látogatás is. CSAPÓ J. et al. (2010:3) ezzel szemben egy mexikói szervezet (Active-Tourism Organisation) definícióját ismerteti, amely az - itthoni megközelítéshez hasonló - aktív turizmust határoz meg. Szerintük az **„egy olyan felelős utazási forma, amely fizikai és mentális részvételt is igényel a turista részéről a fenntarthatóság, a biodiverzitás védelme és a kultúra megőrzésének kritériumait maximálisan figyelembe veszi. A turisztikai termék fontos részei a rekreáció és oktatás, a tisztelet és szemlélődés, illetve egy helyi szakértő – professzionális túravezető – aktív részvétele az adott utazás során.”**

Fenti ellentmondásokat is figyelembe véve a szerző számára az értekezés során hangsúlyosan szerepelnek a cselekvő, tevékeny folyamatok és a fizikai aktivitást igénylő szabadidős tevékenységek. Az Eredmények fejezet 5.3. alpontjai erre irányuló primer vizsgálatokat takarnak, ezért érdemes a turizmus kutatásban jelentkező aktív és sportturizmus definíciók közötti eltéréseket tisztázni. MICHALKÓ G.(2002) számára **az aktív turizmus** leginkább elfogadható megközelítése: **„minden olyan turisztikai tevékenység, amelyben az egyén élményszerzési célból fakadó fizikai terhelése a mindennapi térpályáján kívül, pénzköltéssel egybekötve valósul meg”** (2005:79). A fogyasztó az élmény megélésére törekszik (AUBERT A. 2011). Fentiek értelmében az így definiált aktív turizmushoz olyan turisztikai termékek tartoznak, mint például a vízi-, a lovas-, a horgász-, a golf- vagy a kerékpáros turizmus (MICHALKÓ G. – VIZI I. 2004; VIZI I. 2005), valamint a sí-, a vadászturizmus és a természetjárás (MICHALKÓ G. 2005), sőt az extrém- és kalandturizmus is (CSAPÓ J. et al. 2010). **„Az aktív és a sportturizmus közös vonása, hogy mindkét esetben turisztikai célú helyváltoztatásról van szó; a sportturizmus azonban abban az értelemben bővebb fogalomnak tekinthető az aktív turizmusnál, hogy a sportesemények passzív látogatását is magában foglalja”** (KISS R. – RÁTZ T. 2007:348). Ugyanakkor szükséges megjegyezni, hogy a **sportturizmus versenyorientált definíálásával szemben az aktív turizmus annyiival több a sportturizmusnál, hogy a kedvtelésből űzött, többségében rekreációs sporttevékenységeket is tartalmazza.**

A teljesség igénye nélkül **az aktív turizmus termékeinek hazai vizsgálatával általánosságban** (SONDA Ipsos 2000; VÍZI, I. 2005; MT Zrt. - M.Á.S.T. 2008; EÖRY E.

et al. megjelenés alatt) és egyes termékekre bontva több kutató is foglalkozott, így a **természetjárással** (MT ZRT.-M.Á.S.T. 2006a; HALASSY, E. 2007a; SÜTŐ L. et al. 2011), a **vízi turizmussal** (BUJDOSÓ, Z. 2002; BÁNHIDI M. 2003a; HALASSY, E. 2007b; UJVÁRY K. et al. 2009, DONKA A. 2011, ezen belül a tavakhoz köthető turisztikai tevékenységgel DÁVID, L. – BAROS Z. 2007), a **kerékpárturizmussal** (FARKAS M. – BALOGH G. 2001; TEPERICS K. – BUJDOSÓ Z. 2002), a **lovassal** (MT ZRT.-M.Á.S.T. 2006b; EÖRY E. – KISS R. 2007), és a **horgászturizmussal** (DÁVID L. 2009). A felsorolt munkák sokasága jelzi az aktív turisztikai termékek iránti növekvő szakmai érdeklődést és az emelkedő számú kutatásokat.

A aktív tevékenységek iránti megnövekedett kereslet mellett érdemes megjegyezni, hogy a turizmuspiac kínálati oldalán a szolgáltatók is felismerték, hogy minél több és komplexebb turisztikai szolgáltatás nyújtásával lehet csak egy átlag vendégnél többet költő aktív turistát a desztinációba vonzani (LETHO et al, 2004; GIBSON, H. J, 2004; SLAK VALEK, 2008).

2.3. A lakóhelyek szabadidős tevékenysége – a rekreáció

KOVÁCS T. A. (1998) a rekreációs terek megjelenését az urbánus környezet kialakulásához köti, ami a 19. század végi iparosítással jött létre, amikor a városi lakosság mindennapi fizikai tevékenysége csökkent és kialakult a szellemi munka. Ez a városi és városkörnyéki parkok, szabadidős terek felértékelődését hozta magával, amelyek egyben a társasági élet (piknikezés) és fizikai aktivitás (kerékpározás és lovaglás) térszínékként jelentek meg. **A rekreáció hazai szakirodalmi definiálása igen összetett, hiszen jelenti egyrésztől napjaink fogyasztói társadalmának egészségre káros hatásai miatt megerősödött, a sportlásra, aktív tevékenységre való igényt, ami leginkább a testi-lelki felfrissülést, felüdülést, valamint ebből fakadó jobb szellemi, fizikai teljesítmény, munkavégző-képesség elérését eredményezi. Másrésztől jelenti a szabadidő kulturális eltöltését, a szórakozást, a minőségi élet (jó közérzet, jólét) megteremtését** (DOBOZY L. – JAKABHÁZY L. 1992; KOVÁCS T. A. 1998; SZABÓ J. 2004). HUTIRAY J. és VÁRKONYI Zs. (1995) szerint mindezek többnyire **ingyenes vagy alacsony költségigényű tevékenységek, amelyek a mindennapokban és a szabadban üzhetők.** Ezen fizikai aktivitást igénylő aktivitások terjedése

világszerte jellemző, azonban **fontos különbséget tenni a sportolás tekintetében az alapján, hogy hol** (utazáskor vagy otthon a mindennapokban, illetve szabadban vagy teremben), valamint **milyen rendszerességgel** (naponta vagy rendszertelenül) **teszik**. A kikapcsolódás a földrajzi térben történhet hétvégi házaknál, üdülőterületeknél (MARTONNÉ E. K. 1992), illetve – tömegsportszerűen - városkörnyéki rekreációs központokban, zónákban (KRAFTNÉ S. G. 1993). MICHALKÓ G. (2005:77) szerint akkor lehet rekreációról beszélni, ha „**a helyi társadalom aktív, testmozgással járó szabadidős tevékenységére gondolunk, amelynek legfőbb célja, hogy az egyén önmaga egészségét és munkabíró-képességét megőrizze**”.

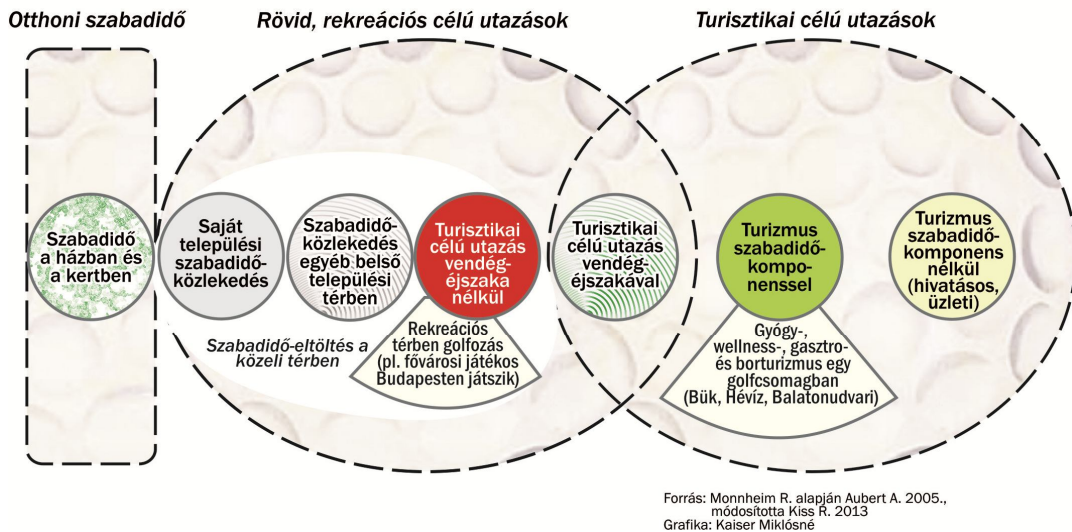
Az egyaránt környezetváltozást jelentő **turizmus és rekreáció közötti eltérés** MICHALKÓ G. (2005) szerint leginkább abban nyilvánul meg, hogy **előbbiben a maradandó élményszerzés** kerül a középpontba, míg **utóbbinál az átmeneti kikapcsolódás, aktív fizikai tevékenység**. Így a korábban példaként hozott londoni Hyde Park-i kocogás egy helybelinek rekreációs tevékenységnek minősül és pusztán felfrissülést jelent.

Mindezt a megközelítést jól támasztja alá MONNHEIM, R. AUBERT A. (2005a) által módosított ábra (3. ábra), amelyben a turisztikai és szabadidőterek földrajzi tipizálására tesznek kísérletet. Jól látható, hogy alapvetően **három térpályára lehet lebontani a földrajzi teret, egy otthoni, egy rekreációs (közeli) és egy turisztikai célú (távoli) részre**. Az első részletezése jelen vizsgálat szempontjából ugyan irreleváns, de meg kell jegyezni, hogy ezek a legrugalmasabb és leginkább költségkímélő módjai a szabadidő eltöltésének, gyakorlatilag ingyenesek.

A rekreációs célú rövid utazások alapvetően a mindennapok térpályáin belül történő, elsősorban közérzet javító, egészségmegőrző, rendszeres tevékenységeket takarnak, amelyek - többnyire - szálláshely igénybevétele nélkül történnek. A rendszeres tevékenységre rendelkezésre álló kevés idő sem engedi a szokásos élettér elhagyását a rekreáció során, ami sok esetben település határon belüli mozgást eredményez. A vizsgálat tárgyát képező golfozás esetében ez a lakóhelyen, vagy annak közvetlen környékén elérhető golfpályákat és az azokon való rendszeres játékot jelenti mindaddig, amíg ez szálláshelyfoglalás nélkül történik. Igaz, a pályák nagy területigénye miatt elképzelhető a közigazgatási határ rendszeres átlépése. Japánban, a golf egyik nemzetközi fellegvárában, az idő- és területhiány miatt óriási, több szintes,

megvilágított driving range-ek* (a *-gal jelölt golfos szakkifejezések magyarázata az értekezés 1. mellékletében, a Golfszótárban található), valamint executive* golfpályák építését eredményezte. Ehhez hasonló fejlesztésekre Budapesten is sor került, amikor három 9 szakaszos városi golfpálya épült a fogyasztópiacra települve, elsősorban a rekreációs célú golfozás helyszínéeként, másrészt a golf megismertetése, gyakorlása érdekében.

A TURISZTIKAI ÉS SZABADIDŐTEREK FÖLDRAJZI TIPIZÁLÁSA



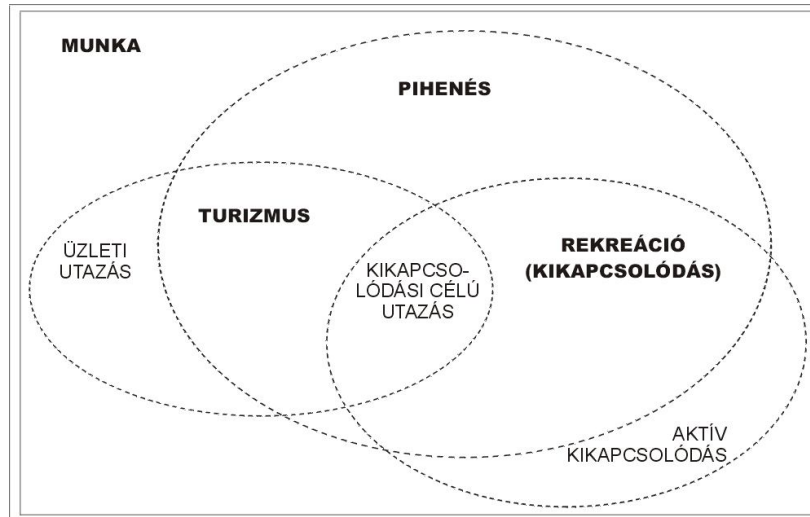
3. ábra A turisztikai és szabadidőterek földrajzi tipizálása

Forrás: MONNHEIM R. alapján AUBERT A. 2005a, módosította KISS R. 2013

MONNHEIM, R. AUBERT A. (2005a) ábrájának a golf szempontú további értelmezése a turisztikai célú utazások során is lehetséges, hiszen a golfturizmus megfelelő szabadidő komponenssel kiegészülve a sporthoz köthető más termékek igénybevételével is történhet. Hazánkban a gyógy-, wellness-, gasztro- és borturizmus egy golfcsoomagban történő kiejánlása Bük, Hévíz, Balatonudvari lehet erre jó példa, de hasonló turisztikai termékcapcsolódás jelenik meg, elsősorban a fejlett golfdesztnációk esetében, vagy a felfutóban lévő kenyai golfturizmusban, például szafari túrákkal.

Hasonló analógiát követ a turizmus, a pihenés és a rekreáció hármásának összefüggéseit vizsgáló elméletében HALL, C.M. – PAGE, S. J. (2002) (4. ábra), akik modelljükben megállapították, hogy **a munkán kívül a pihenés (aktív és passzív) szükséges központi tevékenység**. Ennek egyik, utazással együtt járó szeletét a turizmus, másik, utazástól mentes részét a rekreáció, míg a harmadik, kicsiny közös halmazát a kikapcsolódási célú jelenti. A modell annyiban hoz újat AUBERT A. (2005)

ábrájához képest, hogy az előbbi a szabadidőtereket földrajzi megközelítéssel vizsgálta, míg utóbbi a munkához és pihenéshez köthető utazásokat és azok típusait, valamint a turizmusnak, a rekreációnak, a pihenésnek az egymáshoz viszonyított kapcsolatait szemlélteti.



4. ábra A pihenés, a kikapcsolódás és a turizmus közötti kapcsolat

Forrás: HALL, C. M. – PAGE, S. J. 2002; CSAPÓ J. 2010

A rekreációról szóló nemzetközi szakirodalom azonban sokkal szélesebb körű értelmezést, de korántsem egységes megfogalmazást alkalmaz, hiszen bármilyen – a fentiekben már említett - fizikai-, sport-, szellemi-, spirituális aktivitást jelenthet, amely az egyén feltöltődését, kikapcsolódását szolgálja, jóllétét célozza, függetlenül annak a lakóhelytől való távolságától és a szálláshely-igénybevételétől (HINCH, T. et al. 2006). Csak az Amerikai Egyesült Államokban évi 400 milliárd dollárt költenek a rekreációs tevékenységre és minden második amerikai szabadidő tevékenységet üzönek tartja magát. Ez a hatalmas belföldi költés azonban széles szolgáltatói körben oszlik meg, így a különböző kölcsönzők, kereskedők, kempingek, üdülők, nemzeti parkok, védett területek, egyéb szolgáltatók együttesen részesednek a fenti összegből. Az amerikai Nemzeti Park Szolgáltatók (NPS) felügyelete alá tartozó területen (388 park, rekreációs terület, védett érték, csatamező, történelmi helyszín, emlékmű, tó-, és tengerpart stb.) 266 millió „rekreációs célú” látogatás történt 2003-ban. Mindez a parkokhoz tartozó szállásokon 3,5 millió vendégéjszakát generált, míg a kempingekben 5,7 milliót és egyéb szálláshelyen további 2,8 millió realizálódott ugyanebben az évben (GOELDNER, C. R. - RITCHIE, B.J.R. 2006). A nemzetközileg elfogadott, egységes

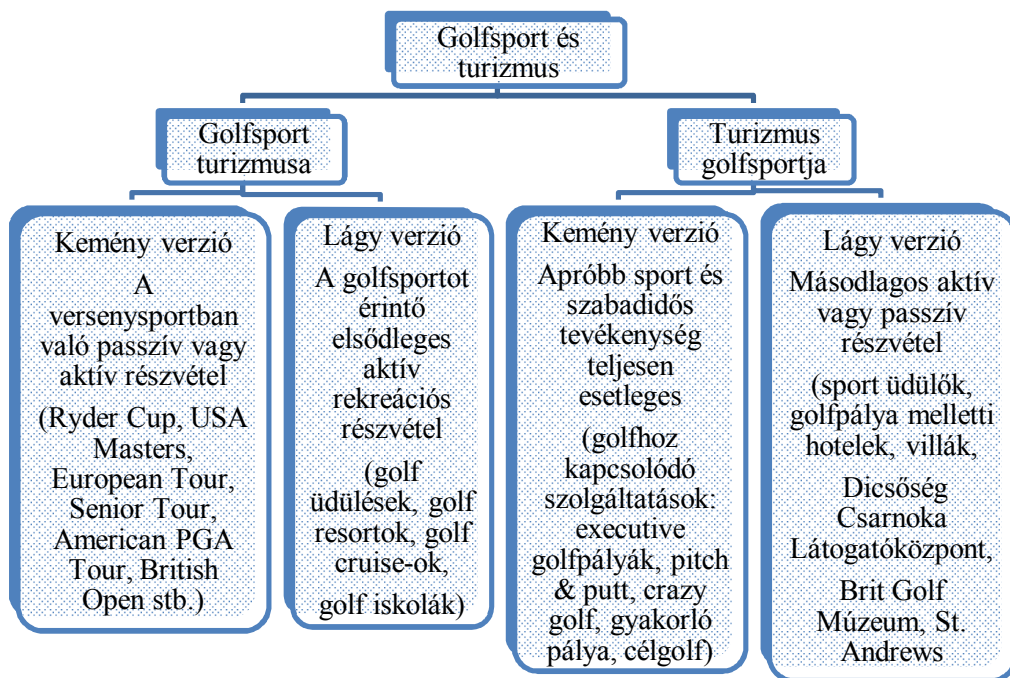
terminológia hiányában nehéz a desztinációk közötti összehasonlításokat elvégezni, ezért szerző a hazai elképzeléseket tartja iránymutatónak és annak megállapításait veszi magára nézve követendőnek.

2.4. Golfturizmus definiálása és jellemzői

A golfturizmus hazai kutatásának és térbeli feltérképezésének aktualitását az adja, hogy a világon a golf az egyik legnépszerűbb és legelterjedtebb sport, miközben hazánkban, erősen túlzó sztereotípiákra épített, misztikummal körbevett, alig ismert, külföldi eredetű szabadidős tevékenység, annak sportértékét erőteljesen megkérdőjelezve. E szemléletnek is köszönhető, hogy **a hazai tudományos életben alig vagy egyáltalán nem foglalkoztak a sportturizmusnak ezzel a niche területével**, ami a személyes érdeklődés mellett egy döntő érv volt a témaválasztást illetően. Az eddigi golfhoz és golfturizmushoz kapcsolódó, vagy azt érintő hazai publikációk leginkább **az aktív turizmushoz köthető felmérések** (SZONDA Ipsos 2000; VIZI I. 2005; EÖRY E. et al. megjelenés alatt), illetve **magyarországi golfos kereslet** (RÁTZ T. - KISS R. 2010) és **kínálat** (KISS R. - RÁTZ T 2007), valamint **a golfnak, mint olimpiai sportágnak** (BARÁTH, K. et al. 2011, BUJÁKI, P. - BARÁTH, K. 2012) témakörében végzett kutatásokra terjedtek ki. Már a fenti publikációk alacsony száma is jelzi, hogy a magyar turisztikai termékek közül a golf a kutatásokat tekintve alulreprezentált. Ezzel szemben az angolszász szakirodalmat alapul véve, számos, a golfturizmussal erőteljesen „fertőzött” desztinációban készültek a **golfos keresletet és kínálatot** (PETRICK J. F. et al. 2001; PETRICK, J.F. 2002a, 2002b ; PETRICK, J. F. – BACKMAN, S. J. 2002a, 2002b; KIM, S.S. et al. 2005; WILSON, J. - THILMANY, D. 2006; CORREIA, M. - PINTASSILGO, 2006; KIM, S.S. et al. 2008; HENNESSEY, S. M. et al. 2008), a játékosokat fogadó **infra- és szuprastruktúra elemeit** érintő felmérések, valamint **a golfturizmus egészét bemutató munkák** (HUDSON, S. – HUDSON, L. 2010). Mindezekből megerősítést nyert, hogy egyáltalán nem egy szűk, perifériára szorult sportot űzők csoportjáról, hanem egy széles - és nem mellékesen fizetőképes - réteget jelentő, a határokon túli turisztikai desztinációk között évente milliókat megmozgató keresletről van szó.

Ahogy a turizmusnak, úgy a golfnak a definiálása is nehézkes, hiszen először azt a dilemmát szükséges feloldani, amit maguk a golfozók is igen sokrétűen fogalmazznak meg. Vannak, akik sportnak, egyesek szabadidős tevékenységnek, mások egyfajta közösségi életvitelnek, életstílusnak (lifestyle), kevesen - főleg külföldiek - az egy klubhoz való tartozásnak, a közösségi lét elemének tekintik, de sokan ezek változatos arányú kombinációjának tartják. Sokféle motiváció fordul elő a golfozók indíttatását tekintve, de mindegyikben közös **az élményszerzéssel** párosuló vágy, aminek **tárgya a golf**. Legtöbbször a szabadidejük terhére űzött tevékenységnek tekintik, de jelentős azok száma is, akik hivatásturizmus keretében golfoznak.

A nemzetközi szakirodalomban a golfturizmusról elsőként önálló könyvet publikáló HUDSON, S. - HUDSON, L. (2010) szerzőpáros **szerint a golfturizmus a sportturizmus része, ami egyben a turizmus egészének egyik leggyorsabban fejlődő területe.** Addig, amíg az előbbi fogalmaknak számos példáját ismeri a hazai és a nemzetközi szakirodalom, addig a golfturizmusra vonatkozó ismerveket, kevés esetben foglalták össze (5 ábra).



5. ábra A sportturizmus és a turizmus sportja elmélet alkalmazása a golfra

Forrás: ROBINSON, T. – GAMMON, S. 2004:229, saját szerkesztés

ROBINSON, T. – GAMMON, S. (2004:229) (5. ábra) szerzőpáros volt, akik a sportturizmusra jellemző – motivációra épülő - keretekkel próbálták összegezni a

golfturizmust, amelyben **elkülönítették a golfsport turizmusát és a turizmus golfsportját**. Mindkét esetben egy-egy kemény és egy puha altípust is megjelöltek.

Amíg a **golfsport turizmusának kemény vonalas meghatározása a versenysportokban való aktív (játékos) vagy passzív (néző) részvételt jelenti** (pl. Ryder Cup, USA Masters, British Open, European Tour, American PGA Tour stb.), addig a **lágú verzió a golfsportot érintő elsődleges aktív rekreációs részvételt** (úgy mint golf resortok*, cruise-ok* és iskolák felkeresése) fogadja el.

A **turizmus golfsportjának közös jellemzője az utazás elsődleges motivációja**. Ezen belül a **kemény definíció szerint olyan látogatók, akiknek az apróbb sport és szabadidős tevékenységük** – mint második motiváció – **teljesen esetleges** (pl. gyakorló pályák, pitch and putt*, mini golf* stb.), míg a **puhább megközelítés alapján olyan turisták, akik másodlagosan aktív vagy passzív módon vesznek részt a golfban** (pl. golfpálya melletti hotelek, golfpályával rendelkező resort vagy villapark, a Dicsőség Csarnok meglátogatása stb.) (HUDSON, S. és HUDSON, L. 2010).

Hasonló négyes csoportosítást követ KISS R. és RÁTZ T. (2007), akik szerint a **golf, mint fizikai tevékenység, és mint a turisztikai kínálat része valamennyi, a sportturizmusnál ismert dimenziók mentén értelmezhető, sőt, mind a négy dimenzió minden egyes alternatívájának is megfelelhet**. A golf a fentiek alapján említett dimenziókat tekintve **egyrészt lehet szabadidős tevékenység** - leginkább magánjellegű rekreációs céllal, kisebb részt üzleti megfontolásból, hiszen az informális nyugati hivatalos kapcsolatok építésében jelentős szereppel bír a potenciális partnerekkel való közös sport. **Másrészt lehet akár a belföldi, akár a nemzetközi turizmusban a turisztikai kínálat részét képező** - elsődleges vagy másodlagos - **attrakció** is. Fentiek alapján a golf **egyszerre tekinthető versenysportnak és elit tömegsportnak valamint mind aktív, mind passzív formában vonzhat játékosokat és nézőket**. *„Bár az „elit tömegsport” kifejezés önellentmondásnak tűnhet, a golf tömegsportnak tekinthető abban az értelemben, hogy a tevékenység nem korlátozott az igazolt versenyzők szűk körére (szemben például a Forma 1-es autóversenyekkel)”* (KISS R. – RÁTZ T. 2007:349).

Szerző szerint - az eddig bemutatott fogalmakkal összhangba állítva - a **golfturizmus szálláshelyfoglalással, szabadidőben történő, az átlagturistát meghaladó költséssel társuló, az állandó lakóhely elhagyásával párosuló utazást**

jelent, amely elsődlegesen golfozási céllal valósul meg. Mindez megtörténhet golfozással (aktív fizikai tevékenység üzésével), esetleg kísérőként vagy nézőként egy golfversenyen való megjelenéssel (passzív részvétel), illetve a golfhoz kapcsolódó attrakció (világhírű golfpálya vagy múzeum stb.) felkeresésével (passzív). Utóbbi passzív tevékenységekre jó példa egy Ryder Cup verseny megtekintése vagy a golf „Mekkájának” tartott St. Andrews meglátogatása (HUDSON, S. és HUDSON, L. 2010). Sok esetben a golfozás a második otthonhoz, vagy timeshare részzel bíró, az állandó lakóhelynél kedvezőbb éghajlatú üdülőhelyen történő ingatlanbefektetéshez köthető, így a definíció alapján ebben az esetben is teljesül az állandó lakhely elhagyása, ezért az egy évet meg nem haladó tartózkodás esetén ez a típus is golfturizmusnak minősíthető, feltéve, ha az érintettek golfoznak.

A golfturizmust több szempontból is érdemes vizsgálni, így lehet:

- **a fajtáját (szabadidős vagy hivatásturizmus)**
- **a formáját (tömegetturizmus vagy alternatív turizmus)**
- **és a típusát (belföldi vagy nemzetközi).**

A golfturizmus fajtáját tekintve alapvetően a szabadidős turizmushoz köthető, hiszen világszerte több tíz millióan golfoznak rendszeresen és utaznak kedvelt sportjuknak való hódolás élményéért. A több órás, szabadban történő, erőteljes koncentrációt igénylő fizikai tevékenység a fentebb már említett aktív turizmus típusát meríti ki. A jelen értekezés tárgyát képező golfturizmussal foglalkozó korábbi kutatások elsősorban a golf szabadidős tevékenységét emelték ki, hiszen a primer kutatásokban, már csak méreteit tekintve is, a leggyakoribb játékosok a golfdesztinációkban a golfturisták, illetve a nagyvárosok környékén a klubtagok.

A golfturizmus szabadidős jellege mellett említést kell tenni arról, hogy a **golfturizmus fajtáját tekintve legalább annyira hivatásturizmus is.** A golfozás elsősorban az üzleti partnerekkel folytatott tárgyalások kiegészítő programjaként vagy a játékostársnak a klubéletbe történő invitálásaként, esetleg a tárgyalások helyszínéeként jelenik meg. Utóbbi esetben - a bíró nélküli fair play-re építő sportban – a leendő szerződő partnerrel történő golfozás segít a tárgyalófél emberi jellemének megismerésében, látva annak játékát. Az üzleti partner pályán mutatott magatartása ugyanis utal a gazdasági életben tanúsított viselkedésre is, ezért könnyen megállapítható, hogy együtt kíván-e a partnerrel dolgozni a későbbiekben, mert a

szabályokat ismerő és betartó személynek ismerte meg, vagy eltekint a közös munkától annak megbízhatatlan jelleme miatt. **A jelentős üzletek kötésének nagy része köthető sportpályákhoz, klubokhoz,** elsősorban a golfhoz, a teniszhez, squash-hoz és a bíró nélkül űzhető sportokhoz. Az elítesedés irányába mutat, hogy egyes cégeknél vezetői szinten már illik tudni golfozni vagy teniszezni, ami tulajdonképpen a vállalati kultúra része, egyfajta társadalmi összetartozás, ezért a partnerekkel való kapcsolattartás sokszor köthető sportpályákhoz, klubokhoz. Hasonló eset az egyes privát golfklubokba való meghívás, ami már önmagában is nagy megtiszteltetés egy üzleti partner számára, ahol a vendéglátó a golfszabályok ismerete mellett magának a közösségi élet normáinak alkalmazását is ellenőrizni tudja.

A golfozást nemzetközi szinten szívesen alkalmazzák jutalmazásként az egyes vállalatok, cégcsoportok **egyrészt speciális programokként, másrészt incentive csomagokként.** Az **előbbihez** elsősorban a **golf megismertetése céljából** - általában belföldön - **történő céges kitelepülés vagy céges nap(ok),** amikor egy golfklubban a vállalat - részben vagy egészben - kibérli a pályát és azon a munkatársai golftudásuktól függően vesznek részt. A golf alapjainak megismertetésétől, a gyakorló pályák (driving range*, chipping green*, putting green*) használatán keresztül, a célba ütéses versenyek (Golf Academy*) mellett a már golfozni tudók versenyéig mindenki megtalálja a saját tudásához illeszkedő programot. Ilyen rendezvényekre leginkább a klubtagok által ki nem használt hétköznapiokon kerül sor, sok esetben olyan helyszínt választva, ahol wellness és spa részleg is található azon személyek számára, akik a golfban nem találták meg örömeiket. **Utóbbihoz incentive csomagokként** luxus golf resortokat választanak helyszíneként. Ezek az ösztönző jellegű utak általában „all inclusive” programok, ahol jól megférnek egymás mellett az élmény dús csapatépítő programok - ez esetben a különböző golfversenyek -, és a hivatalos céges továbbképzés.

A vállalati **teljesítménydíjazás** Távol-Keleten – különösen Japánban, a világ második legjelentősebb golfközpontjában - alkalmazott népszerű formája, a gazdasági élet köreiben a **golfos üzleti bónuszok, ajándékok, jutalmak osztása** (HUDSON, S. - HUDSON, L. 2010). Mindezek mellett arra is van példa - amit szerző saját tapasztalatai alapján is megerősít -, hogy **egy vállalat ún. golftársaságot (golf society) tart fenn,** amely a golf egyik jellegzetességére épít - és a közösségfejlesztés, illetve az egészséges versenyszellem fenntartását segíti -, egyben kielégíti az ennek a sportnak hódoló alkalmazottak megmérettetés iránti igényét (versenysport). Ezeknél a cégeknél gyakori

a rendszeres versenyek szervezése, sok esetben egész éves versenysorozatokat tartanak, amit az év végi un. Captain's Cup zár, amely a legjelentősebb záróesemény a társaság életében.

Végezetül a hivatásturizmusnál olyan programok is előfordulnak, amelyek során **szponzorációs szerződést** köt egy cég egy klubbal, ahol az anyagi támogatásért cserébe bizonyos számú tagságot vagy kedvezményt kap a vállalat az adott időszakra, ami akár névre szóló, vagy a szponzor nevére kiállított biankó bérlet.

A golfturizmust, formáját tekintve a golf fejlődésének elindulásakor – az akkor még nem definiált – **alternatív turizmus részeként lehetett aposztrofálni**, azaz az egyének egyedi érdeklődésére számot tartó, aktív turisztikai termékként, hiszen sem nagyságrendjét, sem a kereslet mértékét illetően nem volt tömegesedés. Az egyes golf tour operátorok a golfozók részéről megjelenő egyedi igények figyelembe vételével az utazóközönség megtartására, bővítésére törekednek.

Az utóbbi évtizedekben a golf terjedésében megfigyelhető, hogy sok esetben (pl. Törökország) állami közbenjárással történik a radikális fejlesztés, és a növekedésében nagyobb szerepet kap a tömegturizmus. Különösen a kedvező éghajlatú területeken a **nyári tengerparti üdülőturizmus keresletének kielégítésére létrehozott óriási elsődleges turisztikai szuprastruktúra jobb kihasználása érdekében e szolgáltatók a holt szezonban is keresletet támaztó sportszegmensek felé fordulnak**. A tengerparti üdülőhelyeken megjelenő golfpálya építések kezdetben az alternatív turizmus keretein belül történtek, majd a beruházók, látva annak gazdasági előnyeit, jelentősebb ingatlanfejlesztésekbe kezdtek. Ennek is tulajdonítható az 1970-es és '90-es évek közötti átgondolatlan, a környezeti ártalmakkal kevésbé foglalkozó pályaépítések, amelyek a tengerparti üdülőhelyek környékén fokozták a beépítéseket. Napjaink golfos kereslete a tömegturizmus elsődleges szuprastruktúráját használja, sőt, a világ legjelentősebb és legvonzóbb golfdesztnációiban a golfturizmus tekinthető a tömegturizmus sajátos formájának, de ez erőteljes területi és időbeli koncentrációt jelent. Méretét tekintve is messze elmarad a tengerparti tömegturizmustól. Csak is azokban a desztinációkban jelenik meg (Florida, Spanyolország, Portugália), ahol kellően széles és magas minőségű a golfkínálat, de ott is rövid ideig, általában a tömegturizmus elő- és utószezonjában, illetve szezonon kívül. A napjainkban létrehozott golfpálya beruházások szigorú környezetvédelmi előírásait, követelményeit,

immár a földrajzi környezet erőforrásainak optimális, az eredeti környezetet maximálisan megkímélő átalakításokat engedélyez csak. Mindezzel párhuzamosan emelkedik a golfozók környezettudatos fogyasztása is, ezért napjainkra egyre nagyobb tömegeket mozgató, de az erőforrásokra jobban figyelő, a természeti környezet szempontjaira is tekintettel lévő nemzetközi golftársadalom van kibontakozóban. Emiatt a golfturizmust az alternatív turizmushoz kell sorolni.

A golfturizmus további vizsgálata során, annak **típusát tekintve beszélhetünk belföldi és nemzetközi golfturizmusról**, attól függően, hogy az elsődleges golfozási motivációval szervezett utazás országhatáron túl vagy azon belül történik. A földrajzi térben jelentős eltérések mutathatók az egyes térségek gazdasági, kulturális fejlettsége között, így a golfozók eltérő motivációinak köszönhetően, a nemzetközi turizmus példájához hasonlóan létrejöttek **a hagyományos küldő** (Skandinávia, Nagy-Britannia, Németország) **és fogadó golfdesztnációk** (Spanyolország, Portugália és Törökország), valamint kialakultak ezek kombinációi, ahonnan golfozók sokasága indult és érkezik (Írország, Skócia). **A belföldi golfturizmusra az egyik legjobb példa az Amerikai Egyesült Államok**, ahol az európaihoz hasonlóan éghajlati motivációval magyarázható az un. napfényes államok: Florida, Georgia, Dél-, és Észak-Karolina, Louisiana, Arizona és Kalifornia népszerűsége. Egyes déli államokban (pl. Florida) ősztől tavaszig, más északabbi államokban kora tavasztól nyár elejéig, majd kora ősztől tél elejéig tart a golfszezon. Olyannyira kedvelt ez, hogy az amerikai nyugdíjasok – a golfturizmus egyik legjelentősebb célpiaca – igen nagy számban költöznek (több hónapra, illetve akár egész évre) délre, a napfény államába, a több mint ezer golfpályával rendelkező Floridába. A belföldi golfturizmus sokszor kevésbé tűnik jelentősnek statisztikailag, ugyanakkor - kiegészülve a rekreációs céllal golfozók számával - stabilitást jelent a turizmusipar e szegletében.

A golfturizmus összegzésként megállapítható, hogy magának a golfozásnak a megítélése még a golfozók számára is sokrétű, egyszerre tekintik szabadidős tevékenységnek, sportnak, hobbinak, kikapcsolódásnak, társasági eseménynek vagy éppen életmódnak (lifestyle). **A turisztikai terméktípusok rendszerét illetően a golfturizmust egyértelműen az aktív turisztikai termékek közé kell sorolni, mint fizikai tevékenységet, feltételezve, hogy szabadidőben történik.** Mindezt alátámasztja, hogy **a világon a játékosok 97-98%-a amatőrökből áll, akik nagyobb része csak saját társaságával, saját szórakoztatása és öröme, kikapcsolódás**

gyanánt játszik. Ők adják a legjelentősebb részét a golftársadalomnak, igaz ritkábban játszanak a következő csoport tagjainál. **Az amatőrök kisebb része** néhány házi, klub, csapat, ritkábban országos vagy nemzetközi **versenyen is elindul**, ahol már a teljesítményorientáltság, a mérhetőség is megjelenik, de az korántsem a megélhetést célozza. Az amatőr versenyzők, ha ez utazással és az otthonról távol való tartózkodással párosul, már a sportturizmus definícióját (verseny- és teljesítményorientáltság) is kimerítik.

A golfozók fennmaradó 2-3%-a profi játékos és/vagy oktató, akik rendszeresen versenyeznek és ezért pénzt kapnak, így az ő sporttevékenységük már egyértelműen a megélhetést szolgálja. Egyre nő azok száma is, akik ugyan golfoznak, de jelentős profi és/vagy amatőr versenyeket tekintenek meg, így ugyan fizikailag nem aktívak, de a sportturizmus passzív részvevőiként aposztrofálhatók. Noha számuk emelkedik, de összességében még az aktív golfozáshoz képest elenyésző az arányuk.

A teljesség igénye mellett kell megemlíteni, hogy különösen a nagyvárosok környékén **a golfozást jelentős rekreációs tevékenységnek is tartják**, mert rendszeres, a mindennapi munkából való kikapcsolódást, felfrissülést jelenti a játék, a lakóhely elhagyása és szálláshely igénybevétel nélkül. A golfozás egyes klasszikus golfdesztinációkban (USA, Brit-szigetek, Japán) a hivatásturizmusban is megjelenik, de ennek aránya a szabadidős golfozáshoz képest elenyésző, és itt a golf csupán másodlagos motivációval bír.

Fentiekre építve **a tipikus golfturista, aki több golfpálya megjátszását célozza meg egy desztinációban, a szabadidős turizmushoz, azon belül az aktív turizmushoz köthető.**

Érdekességként és egyben az érvelés alátámasztásaként kell megemlíteni, hogy **a Magyar Turizmus Zrt. a prémium termékek kategóriájába sorolta be a golfturizmust, mint a hazai aktív turisztikai kínálat egyik atipikus, helyi hagyományokkal nem rendelkező, nagy nemzetközi keresletet nem támasztó, de az átlagnál magasabb költségű szegmenst.** Elsősorban kiegészítő szerepe van, amely a már a Magyarországon tartózkodók számára nyújt (másodlagos motivációként) többletszolgáltatást, kikapcsolódási lehetőséget.

3. CÉLKITŰZÉSEK, HIPOTÉZISEK

Az értekezés célja, hogy megismertesse a - Magyarországon kevésbé ismert – golfturizmus nemzetközi és hazai helyzetét, elhelyezze a turizmusiparban, feltárja a nemzetközi és a hazai turizmuspiac keresleti és kínálati oldalát, valamint a golfturisták tipizálására kísérletet tegyen.

A disszertáció a nemzetközi és hazai golfturizmus turizmus rendszertani és turizmusföldrajzi megközelítéssel történő elemzésére helyezi a hangsúlyt. Előbbi kapcsán bemutatja a golfturizmus rendszerének kölcsönhatását, utóbbiban a földrajzi környezetnek a golf terjedésére gyakorolt hatásait, továbbá vizsgálja a golfturizmusnak, mint terméknek a modellalkotását és annak termékszempléletű felépítését. Az eredmények feldolgozási sorrendjétől eltekintve az értekezés célja és a felállított hipotézisek a következők:

Elsődleges célként azt boncolgatja, hogy a golf, mint szabadidős tevékenység hogyan jelenik meg egyrészt a mindennapokban, mint a lakóterület rekreációs tevékenysége, másrészt primer utazási motivációként a nemzetközi és a hazai turizmusban. A személyes tapasztalatokat felhasználva az írek és a magyarok szabadidős tevékenységének, golfozási szokásainak a földrajzi térben (otthon és belföldi valamint külföldi utazás során) történő megjelenését, annak irányát, szezonját, illetve ahhoz kapcsolódó attitűdjét vizsgálja.

Hipotézis 1 – Az írek és a magyarok szabadidős fizikai tevékenységei között jelentős különbség mutatkozik mind az otthon végzett, mind az utazásaik során igényelt aktivitást tekintve, különösen hangsúlyos ez az eltérés a golfnak, mint szabadidős tevékenységnek a megítélésében.

Célul fogalmazódott meg annak tanulmányozása is, hogy a magyar lakosság körében egyáltalán beszélhetünk-e golfturizmusról vagy sem, illetve miként aposztrofálható és definiálható a hazai golfturizmus.

Hipotézis 2 - A magyar golfozók golfturizmusban való részvétele nemzetközi desztinációban valósul meg, a hazai komplex golfcsoomagok igénybevétele nem terjedt el, mert belföldön a fogyasztópiactól (Budapest) távol, igen kevesen játszanak, vásárolnak komplex golfcsoomagokat.

További cél a világ turizmusában egyre jelentősebb szerepet játszó turisztikai termék nemzetközi (török és kenyai golfparadicsomok, osztrák példák) felfutásának, térszíneinek, földrajzi környezetének és golfturizmust érintő fejlesztéseinek bemutatása annak érdekében, hogy összehasonlítható legyen a hazai golfpálya létesítések körülményeivel és földrajzi környezetre gyakorolt hatásokkal.

Hipotézis 3 – Hazánkban kialakult gazdasági és kulturális-társadalmi okok miatt a nemzetközi golfturizmus termékfejlesztéséhez jelentős külföldi érdeklődésre számot tartó golfcentrumok, golfdesztinációk nem létesültek annak ellenére, hogy a földrajzi környezet azt lehetővé tette volna.

A vizsgálat fontos tárgyát képezte, hogy a földrajzi környezet milyen hatást gyakorolt a golfpályák építését kardinálisan befolyásoló gazdasági, társadalmi-kulturális „telepítő” tényezőkre. Kutatja továbbá, hogy a természeti erőforrások, azon belül különös hangsúllyal az éghajlati, domborzati adottságok, milyen hatással vannak a hazai golfturizmus kialakulására, bővítésére.

Hipotézis 4 – Hazánk földrajzi környezete kiválóan alkalmas - az erőforrások optimális felhasználása esetén - a golfturizmus fejlesztésére, de erre éppen a gazdasági, társadalmi-kulturális hatások miatt a közeljövőben nem lehet számítani. Éghajlati adottságait illetően nem tud versenyre kelni a mediterrán térséggel, de versenyelőnye van az északi államokkal szemben.

A golfturizmusban végbemenő globális trendek, folyamatok bemutatása, illetve a nemzetközi irodalom által alkalmazott módszerek keresletre vonatkozó tipizálása alapján jelen értekezés célul tűzte a magyar szegmensek, klaszterek felállítását, azok jellemzőinek bemutatását.

Hipotézis 5 – A szűk hazai golfkereslet ellenére lehetséges az egymástól eltérő golfozási szokásokat alkotó csoportokat szegmentálni, azok speciális jellemzőit megállapítani, és a nemzetközi példákkal összemérni.

A hazai golfpiac elemzése szempontjából fontos feltárni azokat a gazdasági körülményeket is, amelyek a magyar golfberuházások létjogosultságát alátámasztják.

Hipotézis 6 - Van létjogosultsága a magyarországi golfberuházásoknak, a hazai golfsport és a golfozói turisztikai kereslet további fejlesztéseket indukál.

4. KUTATÁSI MÓDSZEREK

Szerző több éves vizsgálódásának tapasztalatait foglalja össze, amelynek során bemutatja minél alaposabb információ és ismeretanyagára támaszkodva a hazai és nemzetközi golfturizmust, valamint az annál szélesebb halmazt képező aktív turizmust. A kutatásai során támaszkodott a társadalomtudományokban általánosan alkalmazott módszertanra, elsősorban a fizikai környezetet vizsgálta, amelyet természettudományos megfigyelésekkel egészített ki. Így egyaránt felhasználta a primer vizsgálatokat és az azokat megelőző szekunder források elemzését. Kezdetben a hazai és nemzetközi geográfia, turizmus, sport- és közgazdaságtudomány, valamint a kapcsolódó diszciplínák szakirodalmának rendszerezésére, áttanulmányozására volt szükség, kellő forráskritikát alkalmazva (JOHN, N. - LEE-ROSS, D. 1998; FERNER, F-K. 1994), majd definíciók, elméletek, ábrák bemutatása mellett saját modell felállítására, készítésére. Ezt követte az eredeti célkitűzések felülvizsgálata, majd az elméleti ismeretekre alapozott kutatási kérdések feltevése, azokból hipotézisek alkotása, végül a primer kutatások eredményeinek elemzése, bemutatása, és azok alapján a hipotézisek elvetése, illetve igazolása. Az egymásból következő primer kutatásoknál szerző próbált a korábbiak eredményeire, következtetéseire és empirikus felmérésekre építeni, valamint az előzőekben kapott adatokat, információkat beépíteni a következő kérdőívekbe, mélyinterjúkba, megtartva egyrészt a logikai és a szakmai összefüggések közötti átjárhatóságot, másrészt az összemérhetőség lehetőségét. Mindezt a primer módszerek alkalmazása szolgálta, legyen az szélesebb csoportok kérdőíves megkérdezése vagy szűkebb szakmai csoportok képviselőinek kvalitatív interjúja. Az alábbiakban két alfejezetben kerülnek bemutatásra a vizsgálat tárgyát képező aktív és a golfturizmushoz kapcsolódó kvantitatív és kvalitatív kutatások.

4.1. A szekunder módszerek, kutatások

A doktori értekezés elsősorban a hazai források felkutatása és elemzése tekintetében a turizmushoz és sporthoz, valamint az aktív turizmushoz és rekreációhoz köthető szakirodalom áttekintésére koncentrál. Emellett törekszik a magyar és idegen

nyelven is elérhető szakcikkeknek, tanulmányoknak, publikációknak, elemzéseknek a teljes körű és részletes feldolgozására. A golfhoz kapcsolódó publikációk bemutatása elsősorban az angol nyelvű forrásokra alapoz, hiszen egyrészt a golfban használatos szavak, kifejezések is ezen a nyelven terjedtek el, másrészt a hazai szakirodalomban, tudományos szinten korábban nem foglalkoztak ennek a sportágnak a turizmusföldrajzi megközelítésével. Éppen ezért az úttörőjellegű kezdeményezés a hazai golfturizmus bemutatására tesz kísérletet.

A nemzetközi publikációk keresésében hasznos EBSCO és Science Direct programokat alkalmazva a külföldi turizmuskutatásokban ismert, a világ minden részén elfogadott, minősített folyóirataiban megjelent turizmus és sporttudományi, valamint golfturizmushoz köthető publikációk adtak jelentős segítséget az elméleti megközelítéshez.

A legfontosabb nemzetközi szakfolyóiratok a teljesség igénye nélkül: **Tourism Management, Annals of Tourism Research, Journal of Leisure Research, Journal of Sport Management, Journal of Sport Tourism, Tourism and Hospitality Research** stb. Az említett források részletes szakirodalmi feldolgozása alapján megállapítható, hogy a publikációik lefedik a földrajzi tér jelentős golfcentrumaiban szerzett tapasztalatokat. Eredményeik meggyőzik az olvasót arról, hogy a **nemzetközi szinten kutatott terület a golfturizmus, a szűkös hazai szakirodalom ellenére, így annak hazai áttekintésére, kutatására feltétlenül szükség van.**

A hazai szakfolyóiratok által ismertetett kutatások, tanulmányok és elemzések rendszeres nyomon követése voltak a másodlagos források. Ezek közül leginkább a **Földrajzi Közlemények, Turizmus Bulletin, a Magyar Sporttudományi Szemle,** illetve a földrajzzal és közgazdaságtudománnyal kapcsolatos diszciplínák szakmai folyóiratai, szakmai konferenciák tanulmánykötetei.

A témakörhöz és golfhoz köthető statisztikai adatok gyűjtéséhez több forrás is segítséget adott, így a Magyar, az Európai és az Amerikai Golf Szövetségek honlapjain található statisztikai elemzések, kimutatások, illetve a golf és egyéb szakági, sportágfejlesztési stratégiák, fejlesztési koncepciók. Értékes információk golfszakmai, befektetői és golfturisztikai előrejelzések, szakmai összevetések (benchmarking), piacelemzések és tanulmányok hasznosíthatóak a **KPMG Hungary** által üzemeltetett **Golf Business Community** weboldalon megjelenő tanulmányokból. Magának a

tanácsadó cégnek a világ golfturizmusával foglalkozó részlege éppen Budapesten működik, így az ő kimutatásaik ismerete az értekezés tárgya mellett annak földrajzi közelsége és a területre való közvetlen rálátása miatt is kötelező volt. A **Magyar Turizmus Zrt.** elsősorban az aktív turizmusra vonatkozó kutatási anyagainak, valamint a **Központi Statisztikai Hivatal (KSH)** témához köthető adatainak felhasználására is sor került. A térképes kiegészítések egyrészt korábbi saját kutatások során alkalmazott illusztrációkkal, és ábrákkal, illetve az **MTA Földrajztudományi Kutatóintézet** által készített térképek átdolgozásával segítik a szemléltetést.

4.2. A primer módszerek, kutatások

Az értekezés gerincét adó kutatássorozat során elsősorban a golf kínálati és a keresleti oldalának vizsgálata került a középpontba, így előbbiben a személyes interjúkészítés a hazai és nemzetközi terepbejárást is jelentette az utóbbi esetben a Földközi-tenger, az Atlanti-óceán turisztikai és golfdesztinációiban, golfpartjain, valamint a szomszédos országok közeli pályáin. A primer módszerek sokrétű alkalmazásával kívánta a szakmai megállapításait megalapozni a kvantitatív kutatás feldolgozása során felmerült kérdések megválaszolásakor. Szakmai eszköztárként segítségére volt a kérdőívezés, a szakmai, strukturált mélyinterjúk készítése, amelyekhez hasznosította a golfban eltöltött több éves személyes - golfozói - tapasztalatát is. Az aktív turisztikai tevékenységek kapcsán az otthoni (mindennapokban) és utazáskor elsődleges céllal űzött tevékenységekre, azok gyakoriságára, költségére, helyszínére volt kíváncsi, míg a golfturizmust vizsgáló kérdőíveknél a játék gyakoriságát, helyszínét, utazáshoz köthető költséget és szolgáltatások igénybevételét, a golfhoz kapcsolódó attitűdöt és a golfról szóló kijelentések értékelését és a szegmensek meglétét kutatta. A primer módszereket két részre kell osztani, elsőként az öt, kronológiai egymásra épülő kérdőíves felmérést, majd a nemzetközi és hazai mélyinterjúk készítését. **A nemzetközi primer kutatások 2009. januártól - 2012. novemberig tartottak** és mind a kvantitatív, mind a kvalitatív vizsgálatok térben és időben is eltértek. **A hazai primer kutatások 2009.**

szeptembertől - 2012. novemberig - immár egymással párhuzamosan haladtak, építve a nemzetközi eredményekre, tapasztalatokra.

4.2.1. Nemzetközi és hazai kérdőíves megkérdezések

A közel három éves, felmérésekkel tarkított időszak kutatómunkájának módszerei a jobb átláthatóság érdekében – időrendben haladva – kerülnek bemutatásra. Az egyes kérdőívezések sorszámozással lesznek elkülöníthetők, így későbbi 5-ös fejezetben az eredmények feldolgozásában annak áttekintésében fog segíteni (2. táblázat).

A felsejében elhangzottak szerint az általánostól, a fizikai tevékenységektől, azaz az aktív tevékenységektől, a speciális felé, a golf irányába haladt a kutatás. A golfos kutatások időrendi sorrendjében is nyomon követhető, hogy először a nem golfozók és a rendszertelenül golfozók („golfozgatók”) megkérdezésére került sor, majd ezt követte végül a rendszeresen golfozóké. Fontos még megállapítani, hogy a kérdőívek készítésénél Írországból a szerző személyesen, illetve Magyarországon részben saját, részben hallgatói lekérdezéssel jutott adatokhoz, valamint egyes hazai kutatásoknál szerzőtársakkal együtt dolgozott. Az adatok kiértékelését tekintve a kérdőívek feldolgozásánál az SPSS programmal készültek a kereszttáblák, és ahol az adatok lehetővé tették, faktor-, és klaszteranalízisre is sor került a minél részletesebb és komplexebb összefüggések feltárása érdekében (SAJTOS L. – MITEV A. 2007). A felsorolt kvantitatív kutatások összefoglalásaképpen érdemes a 2. táblázatot áttekinteni, amely felsorolja az értekezést megelőző összes kérdőíves felmérés legfontosabb paramétereit.

A golfos kérdőívek összeállításánál komoly segítség volt a szerző személyes tapasztalata, ami sok esetben az interjúk készítésénél, bővebb információszolgáltatást eredményezett. A kérdőívezésnél feltétlenül előnyt jelentett a golfozói gondolkodás ismerete, hiszen a keresleti oldal igényeit, elvárásait ismerve lehetett a kérdéseket megfogalmazni. A kérdőívek részletesen a 2-6. mellékletekben találhatók.

2. táblázat Kvantitatív kutatások 2009-2012 között

	Kutatás megnevezése	Helyszíne	Kutatás ideje	Témakör	Minta összeállítása
1.	Lakosság aktív fizikai tevékenysége (430 fős minta) (+ egy 50 fős golfozói minta) ¹ Mód: mindkettő saját lekérdezés	Írország	2009. július-augusztus	Az írek által a mindennapokban és utazáskor igénybevett aktív turisztikai termékek vizsgálata	Kényelmes mintavétel, nemek és korcsoportok szerint
2.	Lakosság aktív fizikai tevékenysége (698 fős) Mód: hallgatói lekérdezés	Magyarország	2009. szeptember-október	A magyarok által a mindennapokban és utazáskor igénybevett aktív turisztikai termékek vizsgálata	Kényelmes mintavétel, nemek és korcsoportok szerint
3.	Magyar nem golfozók (900 fős) Mód: hallgatói lekérdezés	Magyarország	2009. ősz	A nem golfozóknak a golfról kialakított véleménye	Kényelmes mintavétel
4.	Magyar „golfozgatók” (100 fős) Mód: hallgatói lekérdezés	Magyarország	2009. ősz	A „golfozgatóknak” a golfról kialakított véleménye	Kényelmes mintavétel
5.	Magyar golfozók (89 fős) Fókuszcsoporttal kitöltött, átbeszélte kérdőívvezés Mód: online, saját lekérdezés	Magyarország	2012. szeptember-október	A hazánkban rendszeresen golfozóknak a golfról kialakított véleménye	Kényelmes mintavétel, személyesen és internetes közösségi oldal segítségével
6.	Főiskolás hallgatók megkérdezése 110 fő	Magyarország	2011. ősz	A golfról alkotott információi, a sport elsajátításának lehetősége	Kényelmes mintavétel

¹A kis minta miatt nem kerül bemutatásra

Forrás: saját szerkesztés, 2013

Írországi kvantitatív kutatások

Időben leelőször **az ír lakosság fizikailag aktív szabadidős tevékenységekről szóló (1.) kérdőív** (2. melléklet) zajlott **2009. július elejétől – 2009. augusztus közepéig**. Erre Dublin közterein, elsősorban a St. Stephen's Green-en, az ír főváros legnagyobb belvárosi nyilvános parkjában került sor. **A módszer alkalmazása, ahogyan az mindegyik kutatásra jellemző volt, a válaszadók önkéntességére épült és nem reprezentatív mintavétellel történt**, maga a szerző igyekezett minden korosztályból egyenlő arányban férfiakat és nőket is megkérdezni. Ezzel együtt sem volt lehetőség a reprezentativitás megvalósíthatóságára, mert a mintavétel során, az ankétór minden igyekezete ellenére a fiatalabb korosztály enyhén túlreprezentált lett. Köszönhető ez egyrészt annak, hogy nyitottabbak voltak a kérdések megválaszolásában, másrészt a nyári vakáció nyújtotta szabadidőnek, harmadrészt annak, hogy a fiatalabb válaszadók csoportosan pihentek, piknikeztek a parkban, míg az idősebb korosztályok általában párban, a padon ülve élvezték a nagyvárosi forgatagban a természet nyújtotta kikapcsolódás lehetőségét. A felmérés készítésekor a megkérdezettek között helybeliek, a fővárosban élő külföldiek vagy éppen a városban tartózkodó turisták is voltak, így egy 430 fős mintát sikerült személyesen lekérdezni. Az eredmények feldolgozásánál majd részletesen említésre kerül e csoportok bontása és a végül feldolgozott minta nagysága.

Fentiekkel párhuzamosan **az ír golfozói szokásokról szerkesztett golfos kérdőív** a pályákon golfozók elzárkózásának köszönhetően – nehéz elérhetőség, bonyolult kérdések, hosszú kitöltés – szerző munkahelyi golf társaságának (golf society) tagjai között került megkérdezésre. Ennek a kutatásnak módszertani limitációját az adta, hogy a gazdasági, pénzügyi tanácsadásban érdekelt cégnél válaszolók egy szűk, az ír golfos kereslet felső-közép szegmensét jelentő **kis mintát (50 fő) jelentettek** és ebből az erős szakmai koncentrációból **torzított eredményeket** lehetett volna levonni. Éppen ezért **ennek a kutatásnak az eredményei közvetlenül nem is kerülnek kifejtésre** az 5. fejezetben, csupán a kérdőív szakmai-tartalmi részeit sikerült a későbbi – immár hazai – felméréseknél hasznosítani. A golfszegmensek modellalkotásában a fejlett golfdesztinációkban más szerzők által végzett korábbi kutatások, mint másodlagos források rendelkezésre álltak, így a magyar minta elemzését azok eredményeivel lehetett összevetni.

Hazai kvantitatív kutatások

A magyarországi kutatások közül a nemzetközi minta összehasonlíthatósága érdekében elsőként ugyanazt a **szabadidő aktív eltöltését vizsgáló kérdőívet (2.) alkalmazta a szerző**, az írországi mintára alapozva (3. melléklet). A vizsgálat főiskolások lekérdezésével, kényelmes mintavétellel történt a fővárosban és vidéken **2009. szeptember-október során**. Az összegyűjtött minta 698 fős volt. Ehhez a magyar lakosság aktív (sport) tevékenységét vizsgáló kutatáshoz csatlakozott - a Földtudományi Doktoriskola két doktorandusz hallgatójának témaköre, akikkel közös - a kulturális turizmus és a gyógy-, és wellness turizmus vizsgálata. Így összesen három megkérdezés zajlott párhuzamosan, de a kérdőív struktúrája és szellemisége azonos volt, fenntartva az összehasonlíthatóság lehetőségét. A kérdőívekben mindig csak az egyik területre vonatkozóan tettek fel kérdéseket, így a kvantitatív primer kutatásban végül 2.000-et meghaladó válaszadó töltötte ki azt (kb. 800 db kulturális, **698 db aktív (sport)** és 549 db gyógy- és wellness tematikájú kérdőív). A közel azonos nagyságú minta lehetővé tette az eredeti célt, az összehasonlíthatóságot (EÖRY et al. megjelenés alatt). A további cél volt a három kutatással, hogy minden kutató a saját területén az MT Zrt. korábban (2008) végzett, a magyar lakosság utazási szokásainak vizsgálatához is mérhető adatokat kapjon. A fizikai aktivitásokra vonatkozó kérdőívet 48-52%-ban férfiak és nők töltötték ki, ahol a korosztályok megoszlásában 37%-kal túlreprezentált a 18-29 éves korcsoport, ami a hallgatói kérdőívezés sajnálatos velejárója.

Szerző írországi és hazai aktív turizmus felméréseinek összehasonlítása már jelezte, hogy ugyan nem a golf a legnépszerűbb aktív tevékenység, de a következő kutatásoknál már lehetett magára a sportra irányuló kérdéssort összeállítani. Az előzetes várakozásoknak megfelelően egy igen szűk tábor jelentett Magyarországon a golfot, mint aktív tevékenységet űzők köre. Ezért **két irányba folytatódtak a felmérések: egyrésztől fókuszált a hazai nem golfozók szokásainak megismerésére (3.)**, valamint **a golfhoz köthető attitűdjükre (4. melléklet)**, **másrésztől a - több-kevesebb rendszerességgel, illetve a rendszertelenül – golfozókra („golfozgatók”) (4.)**, a játékkal sokszor felületesen érintkező játékosokra (5. melléklet). A két kérdőívezés egymással párhuzamosan történt 2009 őszén, amikor egy átfogó felmérést végzett - szerzőtársával - a golf, mint szabadidős és turisztikai tevékenység hazai helyzetének és fejlődési lehetőségeinek feltárása, valamint a nem golfozók és a golfozók keresletének és attitűdjeinek vizsgálata céljából. A kutatás célja volt megtudni annak lehetőségét, hogy

miként lehet az érdektelenséget, az információhiányt csökkenteni, és a – kezdetben – elutasító magatartást befogadóvá tenni. A kutatás szándékolt limitációja volt a minimum 10%-os golfozói részvétel, ami a játékosok össznépeségéhez viszonyítva jelentősen felülreprezentált volt (0,025%).

A magyar lakosságra vonatkozóan **nem reprezentatív felmérés 900 résztvevőjének** kiválasztására kényelmi mintavétellel került sor. A kérdőív eredményei alapján felvázolhatók a nem golfozók attitűdjeinek főbb sajátosságai, ami a golf-szolgáltatók számára hasznos következtetésekkel bír a potenciális piac megcélzásában.

A golfoz(gat)ók által kitöltött 100 fős minta, főiskolás lekérdezéssel történt és utólag, ismerve a hazai golfozók válaszadásra való hajlandóságát, kicsit túlzónak tűnik a minta nagysága. Éppen ezért, a jobb elkülönítés kedvéért ezt a kutatást a rendszertelenül és alig golfozókét, az un. „golfozgatók” elnevezéssel különbözteti meg a kutatássorozat utolsó, valóban az aktív golfjátékosokkal folytatott megkérdezéstől. Ezzel együtt is hasznos útmutatásul szolgált az utolsó kutatáshoz, különösen a kérdések mélységét és összetételét illetően. A két említett felmérésnél a szempontok ugyancsak összehasonlíthatóak voltak egymással, ami további háttér információkat szolgáltatott.

A kvantitatív kutatások sorát végül 2012-ben Magyarországon, immár a rendszeresen golfozó magyar lakosság körében folytatott kérdőíves felmérés (6. melléklet) zárta (5.), hiszen ennek a szegmensnek a megkérdezésével lehetett a legtöbb, hazánk golfozóinak attitűd vizsgálatához, a belföldre és külföldre irányuló golf-turizmusra vonatkozó információhoz jutni. A kérdőív összeállításánál a korábbi primer és szekunder tanulmányok felvetései adtak útmutatót és keretet, de a legfontosabb szegmens megvizsgálása előtt - ahogyan azt az elmélet megkívánja (JOHN, N. - LEE-ROSS, D. 1998) - egy **10 fős fókuszcsoportos megkérdezésre került sor**, annak érdekében, hogy megfelelően strukturált kérdések kerüljenek a válaszadók elé. A kérdőív áttekintésére, elemzésére a golfbíró ismerősök segítségével került sor, akik egyrészt maguk is amatőr golfozók, másrészt hazai és nemzetközi tapasztalattal felvértezett szakemberek, akiknek mindennapos rálátásuk van a magyar és a nemzetközi golfozókra. Ezért véleményükre és javaslatukra szükség volt a kérdések véglegesítése előtt.

Ebben az esetben - a nemzetközi kedvezőtlen tapasztalatokból kiindulva - a személyes megkérdezés helyett irányított, **online felmérés** következett, amely az egyes golfozók személyes ismeretsége mellett a kvalitatív kutatás során megismert golfklubok vezetői által a klubtagjaik között szétküldött link továbbításával zajlott. Mivel nincs nyilvánosan hozzáférhető lista a Magyar Golf Szövetség (MGSZ) által regisztrált golfozókról, így a reprezentativitás esélye alaposan lecsökkent. Ezért a napjainkban, hazánkban is terjedő közösségi oldalakon belül a Facebook itthoni golfos csoportjának tagjai (632 fő), valamint a kvalitatív kutatás során meginterjúvolt, 43 magyar szakember és golfklub igazgató, valamint a klubtagok között is körbeküldésre került. A kérdőívezést az őszi szezonra időzítette, mert ebben az időben a legaktívabbak a közösségi oldalon és a klubok honlapján a golfozók. Így összesen 89 értékelhető kérdőív került kitöltésre. Ez elsőre kevésnek tűnik, de ha szakemberek által a hazai aktív golfozói kört pár száz (kb. 500-1500) fő közé tett becsléséhez, majd ennek 2013. januártól hivatalosság váló, az utóbbi évhez képest drasztikus visszaesést jelentő adatához - 1419 fő - viszonyítva, a kérdőíves válaszadók részesedése 6,27%. Azaz a felmérés nagyságrendjét tekintve nevezhető akár reprezentatívnak az alapsokaság kicsiny volta miatt. Ez az állítás akkor is megállja a helyét, ha a Magyar Golfszövetség (MGSZ) 2012-ben hivatalosan regisztrált adatai alapján - 2028 aktív golfozó - számítják a válaszadók alapsokaságból való részesedését, ami ekkor is 4,38%-ot jelent. Az egy év alatt végbemenő mintegy 30%-os csökkenés méltó kifejezője a jelenlegi katasztrofális állapotoknak, de a folyamat összefüggéseknek elemzésére az eredmények fejezetben kerül sor.

Az internetes felmérés nem képezte a kutatás korlátját, mert egyrészt a klubok tagjaikkal elektronikus módon tartják a kapcsolatot (pl. hírlevél), illetve a link küldését a speciális (korosztályos - Magyar Senior Golfozók Társasága vagy szebbik nem által létrehozott – Magyar Golfozó Nők Egyesülete) golfszervezetek is megkapták, lefedve a jelentősebb golfozói szegmensek körét. Az internetes források használata elvárt egy golfozótól, különösen azoktól, akik több pályán játszanak, ezért az internet hozzáférés nem tekinthető limitációnak. A kutatások során elsődleges szempont volt, hogy legyenek olyan kérdések, amelyek mind a hazai, mind a nemzetközi desztinációk kapcsán előfordulnak, illetve olyanok is, amelyek helyzet specifikusan kerültek a golfozók elé. Az értekezés egyik gerincét adó golfozókat megcélzó **kérdőívezésnek voltak előre látható és vállalt limitációi**, így elsősorban a kérdőívek kitöltésével

szembeni ellenérzés, ami nem tette lehetővé, hogy külföldön jelentős mintájú golfozói kérdőívezést lehessen elvégezni, de a magyar részről is jelentős távolságtartás volt mérhető.

Időben ugyan megelőzte a hazai golfozók kérdőívezését egy, **a felsőoktatásban tanulók közötti felmérés (6.)**, de jelentőségét tekintve kiegészítő információval bírt. Ebben a szerző arra kereste a választ, hogy hogyan lehetne népszerűsíteni a golfot a 6-18 éves korcsoportok körében, illetve milyen információval bírnak egyáltalán a sportról? Ennek érdekében szerző mintegy 100-120 fős főiskolás véleményét kérte ki a golf népszerűsítése érdekében. Ennek rövid bemutatására is sor kerül az 5. fejezetben.

4.2.2. Nemzetközi és hazai mélyinterjúk készítése

A kvalitatív kutatások információgazdagsága, interaktivitásának előnyei és a személyesen megkérdezett szakemberek ismeretei mind a primer kutatás módszerének alkalmazását indokolták, amelyen keresztül széleskörű rálátásra tehet szert a golf iránt érdeklődő. Így szerző is igyekezett a földrajzi térben is kiterjeszteni kutatásait és megfelelni a nemzetközi tapasztalatok megszerzésének és megosztásának, elvárásainak. A megvalósításban az Erasmus Tanári Mobilitás Program volt segítségére, a törökországi Belekben (2011) és a portugál Algarve-ban (2012) klubigazgatókkal folytatott mélyinterjúk vizsgálatokat a magyarországinál jóval erőteljesebb golfozói kínálattal és kereslettel bíró desztinációkban. A nemzetközi kutatások a közép-európai térség fejlettebb golfbal bíró szomszédos országokra (Ausztria, Szlovákia) is kiterjedt, összesen 62 (19 külföldi és 43 hazai) szakemberrel.

Külföldön lefolytatott mélyinterjúk

A kérdések összeállításánál a kérdések menete és tárgya alapvetően megegyezett az összemérhetőség okán, de figyelembe vételre kerültek az egyes desztinációk közötti különbségek is. Minden esetben klubigazgatóknak készült kérdéssorok készültek, ami a kínálat-orientált megközelítést eredményezett.

Mélyinterjú készült:

- Fáilte Ireland golfért felelős termékmenedzserrel (korábbi golf tour operátor),
- 3 kenyai,
- 10 törökországi,
- 3 portugál klubigazgatóval (kettőnél több pályát üzemeltetnek),
- 1 szlovák klubvezetővel,
- 1 osztrák golfklub recepcióásával online megkeresés útján.

A törökországi primer kutatás a beleki tengerpart felfutóban lévő golfturizmus jellemzőinek vizsgálódása a nemzetközi szakirodalom áttekintésével kezdődött, majd azok alapján a kérdések összeállításával. A rövid ott tartózkodás nem adott lehetőséget jelentős mintájú kérdőívezésre, ezért a terepbejárás mellett a beleki golfklubok menedzsereivel készített mélyinterjúkat 2011 áprilisában. A megszerzett saját adatok frissítése céljából szerző 2012. elején az előző évi statisztikákat is áttanulmányozta és ezzel egészítette ki azokat. A golf kluboktól származó primer adatok így szekunder forrásokkal egészültek ki, a nemzetközi golfkutatás vezető tanácsadó cégének, a KPMG felméréseivel, illetve az IAGTO és a WTO statisztikáival.

Az algarve-i portugál interjúsorozat is a török minta alapján készült, ami a szlovák és osztrák esetben is megismétlődött. Ezeknek a kutatásoknak a limitációi, amelyek torzítást eredményezhettek a kutatásban:

- elfogultság, túlzott szubjektivitás - az első kézből származó adatok közvetlenül a menedzsmenttől érkeztek,
- az egyes golf klubok adatai jelentős eltéréseket mutattak, attól függően, hogy bírtak-e szálláshellyel vagy nem; illetve ha igen, mekkorával,
- két klubnak a megkérdezés időpontjában nem volt saját szállodája - ez metodikailag torzíthatja az általánosítást, amikor a golfpályákkal rendelkező resort-okról tesz említést,
- nem minden esetben sikerült teljes, az üdülőkomplexum egészére vonatkozó adatokat szerezni.

Hazai mélyinterjúk

Magyarországon sokkal szélesebb merítésre volt alkalma a szerzőnek, így a golfpályák beruházóit, menedzsereit, tulajdonosait, és üzemeltetőit kérdezte elsőként, majd külön interjúkat készített a golfpálya tervezőkkel, azok karbantartóival, valamint az értékesítésben dolgozókkal is. A klubigazgatókkal készített személyes interjúk egyben a hazai összes golflétesítmény bejárását is jelentették, így empirikus kutatásként kezelhető. Összesen 43 mélyinterjút készített, amelynek során megkérdezett:

- 19 hazai golfpálya (18, 9, 6 szakaszos pályák és gyakorló pályák) vezetőt, klubigazgatót (köztük 3 külföldit),
- az egyetlen golfozó geográfus professzor emeritust,
- az egyetlen magyar golf tour operátort,
- a Magyar Golfozó Nők Egyesülete elnökét,
- a Magyar Szenior Golf Társaság elnökét,
- 4 golfos szakembert, fejlesztőt,
- KPMG Golf Advisory vezetőjét,
- volt MGSZ alelnököt,
- 2 pályakarbantartót (greenkeepert),
- 3 golfoktatót (köztük egy amerikai),
- 4 junior golf utánpótlás képviselőt,
- 1 profi „golfos szülőt”,
- Hole in One golf magazin tulajdonosát,
- a Golf Tv tulajdonosát,
- a hazai golftörténet szakíróját,
- MT Zrt. aktív turizmussal foglalkozó termékmenedzserét kérdezte.

További interjúkat tervezett még, de adminisztrációs okok miatt nem sikerült, a MGSZ elnökével, illetve egy nemzeti park képviselőjével lebonyolítani. A golfpálya tulajdonosok, igazgatók számára készített mélyinterjú kérdései részletesen a 7. mellékletekben található (3. táblázat).

3. táblázat A kvalitatív kutatások 2009-2012

Kutatás megnevezése	Helyszíne	Kutatás ideje	Témakör
Mélyinterjú ír golfszakértőkkel, pl. Fáilte Ireland Golf Development Officer	Írország	2008-2009.	Az ír golfos kínálat és keresletelemzés
Mélyinterjú kenyai golfklub vezetőkkel	Kenya ¹	2010. január	A kenyai (Mogadishu) golfos kínálat és keresletelemzés
Mélyinterjú magyar golfszakértőkkel (klubtulajdonosokkal, igazgatókkal, fejlesztőkkel, PRO golfozókkal, greenkeeper*-ekkel, golf tour operátorral stb.	Magyarország	2011. április - 2012. november	A magyar golfos kínálat és keresletelemzés, valamint a golfturizmus fejlesztés
Mélyinterjú török golfszakértőkkel	Törökország	2011. április	A török golfos kínálat és keresletelemzés, valamint golfturizmus fejlesztés
Mélyinterjú portugál golfszakértőkkel	Portugália	2012. március	A portugál golfos kínálat és keresletelemzés, valamint golfturizmus fejlesztés
Mélyinterjú 1 szlovák golfszakértővel	Magyarország (Rajka)	2012. november	A szlovák golfos kínálat és keresletelemzés, valamint golfturizmus fejlesztés
Mélyinterjú 1 osztrák golfszakértővel	online ²	2012. november	Az osztrák golfos kínálat és keresletelemzés, valamint golfturizmus fejlesztés

¹Bakos Tamás szerzőtárs végezte ²Skype-on keresztül

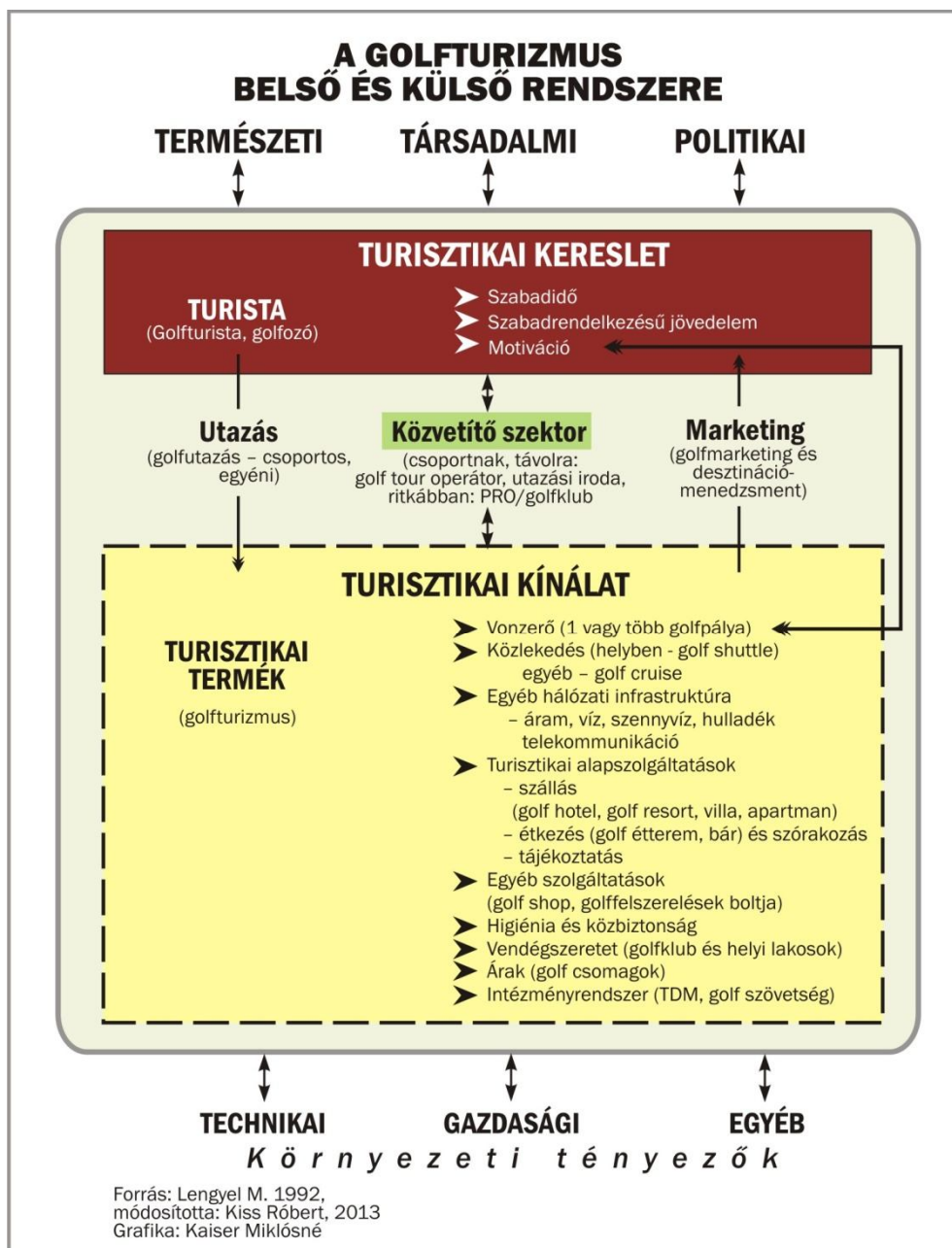
Forrás: saját szerkesztés, 2013

5. EREDMÉNYEK

5.1. A golfturizmus rendszere és modellje

A turizmus, mint a gazdaság szerves részét képező komplex jelenség és szektor, ugyanúgy leírható a piacok jellemzőivel, mint bármely iparág, jelesül a kereslet és kínálat nyílt rendszereként, amely a környezetével (természeti, gazdasági, társadalmi, politikai, technikai) kölcsönhatásban van (LENGYEL M. 1992; TASNÁDI J. 1998; 2002). A kölcsönösségnek köszönhetően egyrészt a turizmus fejlődésére hatással vannak a környezet egyes tényezői, másrészt a turizmus folyamataival az infra-, és szuprastruktúrájának alakulásával, pozitív vagy negatív módon visszahat a környezetre. Ezt az általánosan elfogadott modellt a golfturizmus piaci működését is megalapozó alapfelvetéseit LENGYEL M. (1992) „A turizmus belső és külső rendszere” című ábrájának a vizsgált turisztikai termékre átdolgozott és módosított illusztrációja, a 6. ábra mutatja. A turizmus definícióinál megállapítást nyert, hogy **maga a belső rendszer a kereslet, azaz a golfturista (golfozó) és kínálat (golfpálya) közvetítőszektor általi összeköttetése jelenti** együttesen a turisztikai piacot.

A turista (jelen esetben a golfozó) termékhez jutását a vonzerő iránti elsődleges golfos motivációja indukálja. Az utazási cél többféleképpen nyilvánulhat meg, mert a turizmuspiac egyéb szereplőinek – pl. a közvetítőknek és a turisztikai kínálatot képviselő szolgáltatóknak - a marketingtevékenysége jelentősen befolyásolja azt. Magát a vonzerőt jelentheti egy, vagy több konkrét golfpálya jellemzője (pl. azok minősége, nehézsége, híre, tervező neve, elhelyezkedése, egymáshoz való közelsége stb.), illetve akár egy egész - korábban már kipróbált, vagy csupán kedvező imázssal bíró – golfdesztináció (Belek). **A kereslet kialakulását a motiváció mellett a rendelkezésre álló szabadon elkölthető jövedelem és az elegendő szabadidő is segíti.** Mindezek mellett természeti okok is erősíthetik az utazás iránti vágyat, így a klimatikus ok kétirányú lehet, egyrészt un. taszító („push”) impulzus a télen éppen nem játszható, szezonon kívüli hazai pálya miatt, másrészt a vonzó („pull”) faktor az egész évben kedvező éghajlatú, egzotikus környezet.



6. ábra A golfturizmus belső és külső rendszere

Forrás: LENGYEL M 1992, módosította KISS R. 2013

A visszatérő fogyasztói magatartást az új, még meg nem játszott pályák kipróbálása iránti igény mellett, a kellemes és pozitív élményeket nyújtó turisztikai vonzerők újbóli megjátszásának élménye jelenti. Utóbbi előre nehezen megjósolható, előbbi viszont a környékbeli (közeli) golfpályák számával mutat erőteljes korrelációt, így versenyelőnyben vannak azok a golfdesztinációk, amelyek több szomszédos pályával rendelkeznek és tudatos turizmusfejlesztés eredményeként épültek ki, megfelelő idegenforgalmi és szuprastruktúrával, többnyire a mediterrán, esetleg szubtrópusi tengerpartok mentén. A népszerű földrajzi területeket (országok,

tartományok, partszakaszok, szigetek) angol elnevezésük alapján a **szerző az európai (mediterrán) golfturizmus ABC-desztinációinak** hívja (7. ábra). Egyrésztől azért, mert a kellemes klímájú dél-európai térségek elsősorban fogadó desztinációként jelennek meg kontinensünk peremén. Másrésztől azért, mert a Földközi-tenger angol neve (Mediterranean Sea) miatt került zárójelbe a mediterrán jelző, amivel jól kimutatható az éghajlati vonzerők kontinenseken átívelő és egyben összekötő szerepe. Szerző ezzel kívánta azt az ellentmondást feloldani, hogy Afrika az egyes, kizárólag az európai kiutazó golfturizmusra építő, desztinációi révén kerül itt említésre, így a küldő piachoz erős szállal kötődő Marokkó, Tunézia és Egyiptom golfkínálata. A mediterrán térség a golfozók szempontjából egynek tekinthető, az éghajlati adottságok közel azonosak, így a választást leginkább a golfturizmus szuprastruktúrája befolyásolja. Ugyanannak a tengerparti üdülturizmusnak a szálláshely kapacitását és további kiegészítő turisztikai szolgáltatásait igénybevevő keresletnek köszönhetően építették ezeket a golfpályákat az afrikai kontinens északi peremén. Ezt erősíti meg a KPMG „EMEA” régiós elosztása is, ami a golfdesztinációk esetében Európa, Közel-Kelet (Middle East) és Afrika együttesét egyként vizsgálja.



7. ábra Az európai (mediterrán) golfturizmus ABC-golfdesztinációi

Forrás: saját szerkesztés. 2013

A következőkben a térképen bejelölt kisebb vagy nagyobb jelentőséggel bíró golfdesztinációk kerülnek felsorolásra angol nyelvű kezdőbetűik csoportosítása alapján.

- A tengerparttal is bíró tartományként **Andalusia (Andalúzia = Costa del Sol és Costa de la Luz)**, partszakaszként a portugál **Algarve**, és a török **Antalya(-Belek)**, szomszédos fogadó kontinensként **Africa (Morocco, Tunisia, Egypt)** tömegturizmussal érintett országai (**Afrika – Marokkó, Tunézia, Egyiptom**).
- A partszakaszok és a szigetek közül a török **Belek és Bodrum(-Mugla)** a spanyol **Balearic Isles (Baléár-szigetek)**, a horvát **Brijuni Islands (Brijuni-szigetek)** és országgént **Bulgaria (Bulgária)**.
- A **Costák**, azaz a **spanyol tengerpartok** kiemelkednek közülük: a **Golf part - Costa del Sol (Golf)-**, valamint a **Costa de la Luz (Andalúzia)**, a **Costa Brava**, a **Costa Dorada (Catalonia – Katalónia)**, a **Costa Blanca**, a - portugál - **Costa Lisbon**, a – francia - **Côte d’Azur & Provance (Francia Riviéra & Provánsz)**. Előfordulnak még szigetek, így például a spanyol **Canary Islands (Kanári-szigetek)**, a francia **Corsica (Korzika)**, a görög **Corfu (Korfu)** és **Crete (Kréta)**, valamint országok is: **Croatia (Horvátország)**, és **Cyprus (Ciprus)**.

A térképet vizsgálva egyértelműen kiemelkednek a nemzetközi golfdesztnációk (Spanyolország, Portugália, Franciaország, Törökország, Ciprus, Marokkó, Egyiptom), illetve a tipikus tengerparti, a golf által fel nem fedezett területek (Korzika, Kréta, Korfu), elenyésző kínálattal, jelentős potenciált magában hordozva.

A **golfturizmus rendszerében elsődleges utazási motiváció a golf**, amit a kínálattól eltérő térben található kereslet indukál és **a nemzetközi golfban az erre specializálódott közvetítő szektor** (golf tour operátorok, utazási irodák, esetleg PRO*-k vagy golfklubok, de MICHALKÓ G. (2007) elmélete szerint a golfmédia is ide sorolható) **szervezi az utakat**, elsősorban csoportoknak, távolabbi desztinációkba. A golfturizmus alapját jelentő attrakció, a golfpálya, alapvetően egy ember alkotta, a környezethez maximálisan alkalmazkodó, a játékot annak minél jobb megjátszásával élményt adó vonzerő, amely szervesen kapcsolódik a természeti, a társadalmi és a gazdasági környezetéhez. Ez a kereslet számára az élményszerzés alfája és omegája. Magának a közvetítő szektornak a nagyságára iránymutató, hogy az 1997-ben alapított **Golf Tour Operátorok Nemzetközi Szövetsége** (International Association of Golf Tour Operators – később: IAGTO) a nemzetközi golfturizmust irányító legjelentősebb szakmai szervezetnek **már 90 országból 2057 tagja van, akik teljesen lefedik az utazási szektort**. Megtalálható közöttük 61 ország 488 akkreditált golf tour operátora

mellett golfpályák, golfhotelek, golfüdülők (resortok), légitársaságok, személyszállító cégek, turisztikai szervezetek, média és üzleti partnereik. **Az IAGTO a világ golfcsoomagjainak 85%-át értékesíti mintegy 1 milliárd UDS értékben.** A golfos igényekhez, sokszor személyre szabott programokat kell összeállítaniuk, érdekeltek abban, hogy törzsutas-hálózat alakuljon ki további golf desztinációk felkeresésére.

A golfturisztikai kínálatot számos tényező együttes megléte jelenti, ami a már említett vonzerőn kívül a jelentősebb golfdesztinációkban nemcsak az alap-, és az idegenforgalmi infrastruktúra jelenét, hanem az elsődleges és másodlagos szuprastruktúráát is igényli. Azaz a turizmust kiszolgáló **közlekedési hálózatok** (repterek, transzferek, autókölcsönzők vagy shuttle buszszolgáltatás) mellett a **minőségi szálláshelyek** (speciális golf hotelek, resortok), az **étkezési lehetőségek**, egyéb **kiegészítő szolgáltatások** (golf shopok, felszereléseket áruló boltok). Ugyancsak jelentős szerepet játszik a turisztikai kínálat marketingje, amelyet a **térségi desztinációmenedzsment** végez. A magas szolgáltatásokhoz kapcsolódóan az általános **higiéniai és biztonsági igények** mellett talán a legfontosabb tényező a **vendégszeretet** megléte mind a golfklubokon belül, mind az üdülőhely lakosainak a körében.

A külső rendszer az egymással összefüggésben lévő, a piac működését különböző mértékben befolyásoló **környezeti tényezők együttese**, amelyek állandó mozgása folyamatos alkalmazkodást igényel a rendszer közvetítőitől.

A rendszerszemléletű gondolkodást folytatva **a golfturizmusnak, mint turisztikai terméknek** a nemzetközi szakirodalomból ismert, **a turisztikai termékre jellemző 4A-val írhatóak le a legfontosabb összetevői, ami - jelen esetben - 4G-vel is helyettesíthető, hiszen mindegyik kifejezés angol nyelven ezzel a betűvel kezdődik:**

- **Attraction** (attrakció) = **Golf course/ golfpálya,**
- **Access** (megközelítés) = **Golf shuttle, Golf cruise/ golf transzfer,**
- **Accommodation** (szállás) = **Golf hotel, golf resort,**
- **Attitude** (hozzaállás) = **Gentlemen's sport/úriemberek sportja.**

Összességében egy speciális vendégkör tekintetében megállja a helyét a golfturizmus 4G-je, 4A-ja, mert:

A golfturizmus 4G-je közül elsőként a golfpályával (golf course), mint „Attrakcióval” (A) kell kezdeni, mint a legfontosabb vonzerővel. Maga a pálya iránti

érdeklődés mozgatja azon milliókat, akik ennek a játéknak hódolnak és utaznak szabadidejükben.

Ami a **második G-t** illeti, a **golf shuttle-t**, a **golf cruise-t** illeti az **„Access” (A)** nagyon fontos ismérv egy golf desztináció kiválasztásában, két oldalról is. Egyrészt magának a desztinációnak a megközelítése, így a légitársaságok (pl. az ír Aer Lingus, Ryanair) már a repülőjegy foglaláskor rákérdeznek, hogy golf táskával, mint nem szokványos csomaggal, utaznak-e. Ugyancsak a desztináció közvetlen és gyors elérhetősége számít, valamint a golfpályáknak a reptértől mért távolsága is fontos ismérv, ami 30-60 percnél távolabb nem szerencsés. Másrészt a csoportok esetében a helybeli (esetleg helyközi) transzferek (shuttle buszok) használata általános - ezt is a tour operátor foglalja a társaságnak -, ahogyan az egyéni vendégek esetében is, igaz utóbbinál a gépkocsi bérlése is megjelenik. A főleg csoportban érkező vendégek szállodákból a golfpályákra történő szállítása kardinális jelentőséggel bír. Részben azért, mert a golfturista nem szeret helyben sokat utazni, 3-5 golfpálya 30-50 percen belül legyen egymástól azért, mert a golffélethez hozzátartozó étkezések és az elfogyasztott italok miatt nem kell aggódniuk a vezetés miatt és lemondaniuk a komplett szolgáltatáscsomag igénybevételéről. A megközelítés maximálisan emeli a vendéglégedettséget, ezzel a desztináció pozitív megítélését is. Szerző kutatások során azt is tapasztalta, hogy a Dublinba óceánjáró körútjukon érkező golfozók shuttle busszal történő utaztatása ugyancsak a kényelmi oldalt erősíti. Összegzésként elmondható, hogy az Access (megközelítés) kiemelt fontosságú a golfozók számára, vagy megfelelő számára és odamegy, vagy nem és nem keresi fel.

A **harmadik G a golf hotel, mint („Accommodation) (A)**, jelenik meg, eléggé egyértelmű és a golfcsomag szerves részét képezi. Általában a pályához tartozó vagy ahhoz közeli, a már említett shuttle buszok segítik a közlekedést a pályáig.

A **negyedik G a gentleman hozzáállás („Attitude”) (A)** azért kiemelt jelentőségű, mert maga a sport és a játék is megköveteli a bíró nélküli becsületes játékot. A gentleman hozzáállás a fejlődő desztinációkban, a feltörekvő piacokon kevésbé érezteti hatását, illetve ezekben nehezebb annak meglétét, kialakulását elérni, mint egy tradíciókkal és golfkultúrával bíró nemzet esetében. Ezzel együtt is magának a golfos közösségnek a kirekesztése, mint reális veszély, a szabályok betartására ösztönzi a golfozókat. A hozzáállás azért is különösen fontos, mert a társadalmi megítélésen esett

csorba kiküszöbölhetetlensége visszavonhatatlan üzleti károkat is okozhat. Mindez elég motivációt jelent a szabályos játék megtartására.

Az elméletet követve **magát a golfot, mint sportot, a szerző** - felhasználva az azonos betűk rövidítését, mint filozófiát – **további 4G-vel definiálja az alábbiak szerint:**

- **Gorgeous/Great** – nagy(szerű) (sok esetben egyedi) élménnyel bíró
- **Game** (on) – izgalmas játék
- **Green** – a zöld
- **Grass** – fűvön

A golfsportban benne van a játék iránti szenvedély, alázat és tisztelet, ahogyan maga a golf egy bírók nélkül is **élményt** adó szabadtéri, a becsületességen alapuló olyan **játék**, ami csodálatos, **megnyugtató színek** között, és **természeti környezetben** zajlik. A golfturizmus termék szemléletét és a golf sportnak a definiálását foglalja össze a 4. táblázat.

4. táblázat A golfturizmus és a golfsport 4G-je

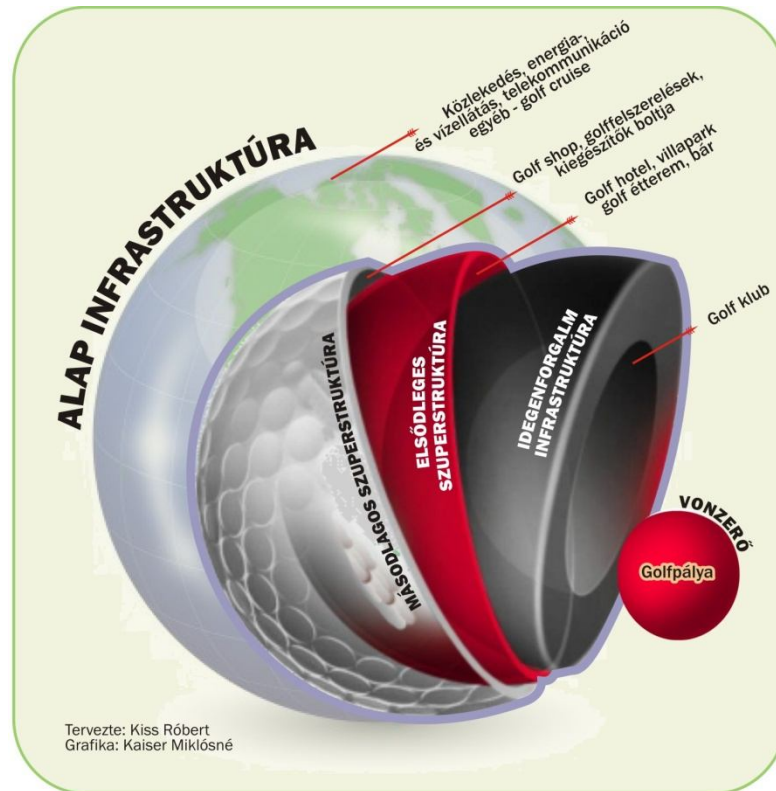
A golfturizmus 4G-je	A golfsport 4G-je
Golf course	Gorgeous/Great
Golf shuttle / cruise	Game
Golf hotel/resort	Green
Gentleman	Grass

Forrás: Saját szerkesztés, 2013

A turisztikai termék nem létezhet a tárgyi feltételek megteremtése nélkül, amelyek kialakulásában a terület-, és turizmusfejlesztés jól bevált lépéseit követi. Elsőként az alap infrastruktúra megléte, a közlekedési hálózat kiépítésével együtt teszi lehetővé a szolgáltatásfejlesztést, majd erre épülnek szuprastrukturális beruházások (JANDALA Cs. 1992; AUBERT A. – SZABÓ G. 1999; AUBERT A. 2001). Az egymást követő megvalósítási ütemek üdülőhely, resort létrejöttét eredményezik. Ez jelenti az úthálózat, közművek (villamos energia, gáz-, víz-, és csatornahálózat), a kommunikáció együttesét, mint kiindulópontot.

A golfturizmusnak, mint turisztikai terméknek és a turizmus tárgyi feltételeinek kapcsolatrendszerét a golflabda-modell mutatja (8. ábra). A modell elnevezése a Föld belső szerkezetének övezetességére, valamint egy golflabda szintén

rétegekből álló belsejére utal. Ezt a párhuzamot reprezentálja a golfturizmus kialakulásánál egymásra épülő alap-, infra- és szuprastrukturális beruházások, szolgáltatások összessége, amelyeket - a Föld mélyének képlékeny rétegeihez hasonlóan - a külső szilárd kéreg (alap infrastruktúra) fog össze.



8. ábra A golfturizmusnak, mint turisztikai terméknek és a turizmus tárgyi feltételeinek kapcsolatrendszer: a golflabda-modell alapján

Forrás: saját szerkesztés 2013

A golfturizmusra vetítve a modellt **a golfpálya, mint a legfontosabb - utazást motiváló - vonzerő hat a golfozóra**. Egy jelentős - akár ingatlan alapú - beruházás is elsőként a pálya megépítésével kezdődik. Ennek elkészültével lehet az **idegenforgalmi infrastruktúra (golfklub)** kiépüléséről beszélni, majd az **elsődleges (golfhotel, golf resort, golfbüfé)** és **másodlagos (golffelszerelések, kiegészítők boltja) szuprastrukturákról**.

A klasszikus golfdesztinációkra készített modellt azonban egyes - nem tisztán golfra specializált - térségekre, így hazánkra sem lehet teljesen alkalmazni annak kiépítetlen volta miatt.

5.2. A golfturizmus helyzete, fejlődési iránya

5.2.1. A nemzetközi golftörténet – a golf világhódító útja

A golf eredetére vonatkozó elméletek kialakulásában sok közös vonás van, hiszen a középkori vidéki és városi emberek számára a szabadidő eltöltését alapvetően egy bottal különböző módon ütögetett labda jelentette. A nemzetközileg a legelfogadottabb elméleti verzió a skót, amely szerint a 15. században a juhászok a Firth of Forth déli tengerparti homokdűnés területén, a dimbes-dombos links-en*, szabadidejükben játszották.

Az első írásbeli említés 1457-ből származik, amikor II. Jakab skót király tiltja be a sport túlzott terjedését az íjászat rovására: „*A rúglabda és a golfe pedig teljességgel nemkívánatosnak nyilváníttatik, és többé nem használtattatik.*” (NEVELL, S. et al. 2000:11). A golf skót eredetének elméletét a szerző is osztja, megjegyezve, hogy a kezdetekben elképzelhető volt más országok - elsősorban Hollandia - hasonló labdajátékának a golfra (vagy ahogyan ők hívták: kolfra) gyakorolt hatása (DOJCSÁK GY. 1994; NEVELL, S. et al. 2000; PLAYER, G. 2001; EDMUND, N. et al. 2005).

Ugyanakkor a golfhoz köthető etikett már egyértelmű skót és angol hatást tükröznek, ahogyan a fair playre épülő, bíró nélküli sportot űző, a szigorú szabályokat tisztességesen betartó úriemberek (gentleman) megjelenése is. A golf gyors terjedésében kezdetben az angol gyarmatbirodalom kiépülése játszott közre, ami a brit eredetű sportok, időtöltések más kontinenseken történő meghonosításában csúcsosodott ki. Így jelent meg a lóspórt, a lovaspóló, a krikett, a rögbi és a futball mellett a golf, valamint a hozzá szorosan kötődő etikett.

A 8. mellékletben csatolt térképen jól nyomon követhető a golfnak a 19. században meginduló és a 20. századra felgyorsuló földrajzi terjeszkedése, amit a gyarmatosítók vittek magukkal otthon megszokott szabadidős tevékenységként. A terjeszkedés dinamikája leginkább a golfklubok alapításában követhető nyomon.

Az első golfpályát Skóciában alapították 1744-ben Leithben, majd a leghíresebb 1754-ben jött létre, későbbi nevén Royal & Ancient Golf Club of St. Andrews (későbbiekben: R&A), amely mind a mai napig a golf bölcsőjének számít. Itt adták ki ugyanebben az évben a sport első szabálykönyvét, amit 1897-től az R&A Golf Szabályainak Bizottsága a növekvő igényeknek köszönhetően kétévente frissít az Amerikai Golf Szövetséggel (United States Golf Association - később: USGA) közösen, meghatározva a klub törvények feletti hatáskörét (R&A 2005; R&A 2009).

Az első Skócián kívüli pálya 1766-ban Royal Blackheathben (London közelében) nyílt, majd 1829-ben az indiai Calcuttában (The Royal Calcutta Golf Club), 1842-ben Bombayben. Európában a Brit-szigeteken kívül először a francia Pau-ban golfoztak 1856-tól, majd Új-Zélandon 1871-től (Dunedin Golf Club), Kanadában 1873-tól (Royal Montreal), Dél-Afrikában 1885-től (Fokváros - Royal Cape), Ausztráliában 1891-től (Royal Melbourne), Japánban 1901-től, Kenyában 1906-tól (Royal Nairobi Golf Club) (NEVELL, S. et al. 2000, EDMUND, N. et al. 2005).

A térkép az angolszász kultúra térbeli elterjedését mutatja, amelyben a szabadidős tevékenység kiszélesedése csak földrajzilag volt értelmezhető, mert csak a gyarmatosítók számára tette elérhetővé a labdajátékokat. A nagyobb településeken, gazdasági és igazgatási központokban, élénk klubélet folyt egészen a függetlenség elnyeréséig (KISS R. – BAKOS T. megjelenés alatt).

A történelmi és kulturális hagyományoknak köszönhetően ma is erős gyökerei vannak a golfnak a volt angol gyarmatok helyén létrejött országokban. Az Amerikai Egyesült Államok, Kanada, Ausztrália és Dél-Afrikai Köztársaság, valamint a Brit-szigetek, mint a világ legjelentősebb golfturisztikai piacai, egyben a nemzetközi turizmus keresleti és kínálati oldalán is komoly tényezők. A golfdesztinációk tipizálásánál egyértelműen a klasszikus kategóriát jelentik.

Ahogy az az 5. táblázatból is kitűnik, a világ golfpályáinak és golfozóinak közel fele az Amerikai Egyesült Államokban található, ami az egykori gazdasági erőter Európából Amerikába való áttolódására emlékeztet. Az amerikai kontinensen az 1890-es évektől gyorsult fel a golfpályák térhódítása, amely az 1920-as évekig tartott, majd negyven évvel később egy újabb boom kezdődött, aminek alapvetően két oka volt:

1. Az állam támogatta a nyilvános olcsó golfpályák építését a sport tömegesítése céljából, amit segített a könnyen elérhető, az új beruházásokat támogató banki finanszírozás.
2. A profi golfversenyek iránt megjelenő médiaérdeklődés, szponzoráció.

5. táblázat A legjelentősebb golfnagyhatalmak 2012-ben

	Ország	Golfpályák száma (db)	Golfozók száma (ezer fő)	Pálya arány a világ összeshez %
1	USA	17000	27000	50
2	Japán	2350	9000	7
3	Kanada	2300	1500	7
4	Anglia	1867	750	5
5	Ausztrália	1500	na.	4
6	Németország	716	624	2
7	Franciaország	579	418	2
8	Skócia	541	230	1
9	Kína	500	na.	1
10	Svédország	436	491	1
	Világ összesen	35.112	56000	100

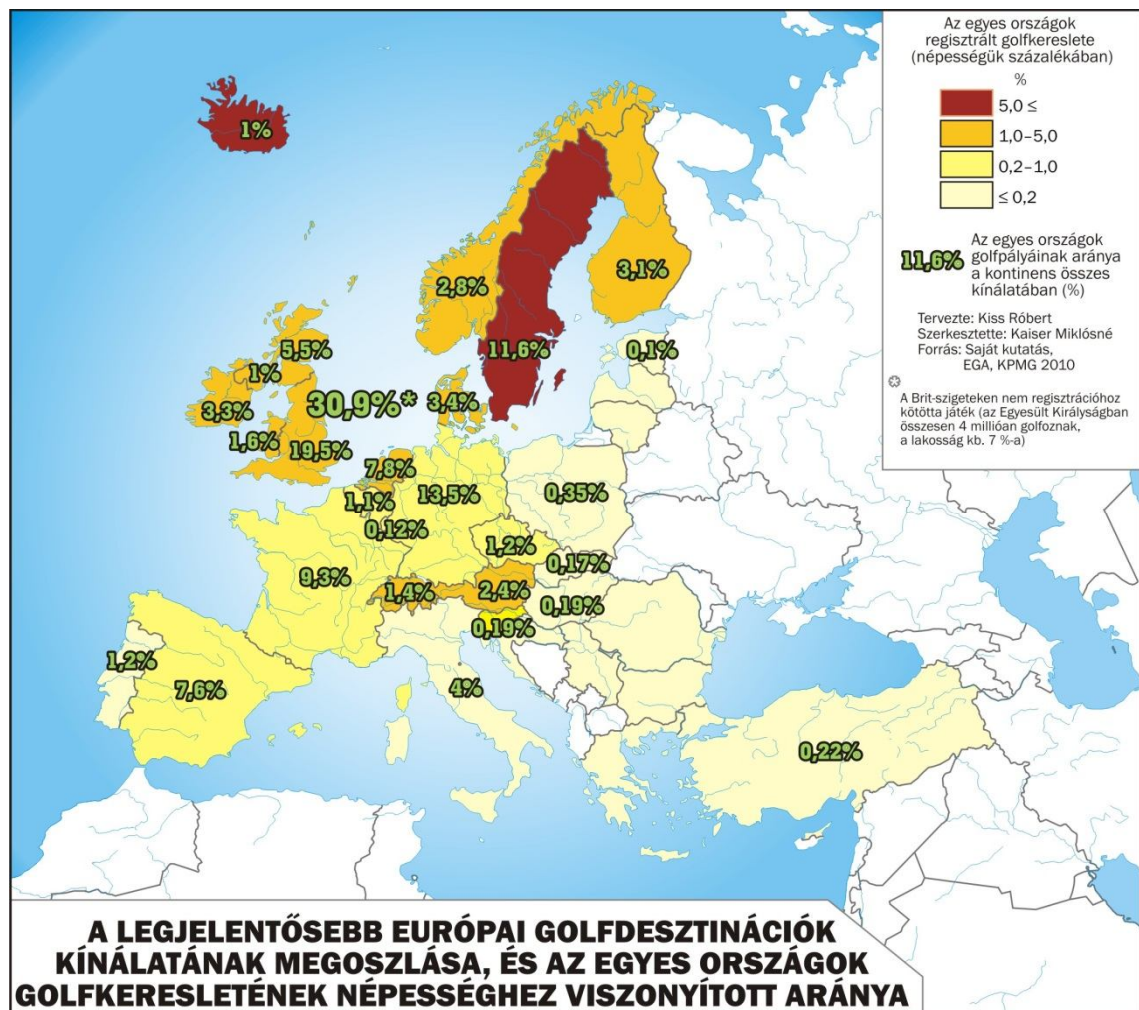
Forrás: EGA 2013

A fejlődés csúcspontját az 1990-es években érte el, amikor naponta adtak át, sokszor zárt lakóközösségeknek új, minőségi golfpályákat az országban (BEDITZ, J. F. – KASS, J. R. 2010). Ezt követően is az ingatlanfejlesztések középpontjában maradtak, felértékelődtek, mert népszerűvé váltak a pálya köré épült lakóhelyek, elsősorban a déli napos államokban, ahol a vásárlók hajlandók voltak akár 30%-os felárat is fizetni egy ilyen ingatlanért, függetlenül attól, hogy golfoztak-e vagy sem (KPMG 2008). A társasághoz és klubhoz tartozás motiválta őket. A 2000-es évektől megindult az amerikai golfozók számának máig tartó lassú csökkenése, míg Ázsiában valóságos golf boom bontakozott ki (KPMG 2010c; 2010e).

Az amerikaihoz hasonló dinamikus fejlődés Európában is megfigyelhető volt az 1980-as években, hiszen a Brit-szigetek mellé jelentős fejlesztésekkel csatlakozott Skandinávia, Német-, Francia-, és Spanyolország, mintegy 40-60%-os növekedést regisztráltak ekkor. Ezzel létrejöttek a speciális golfdesztinációk, amelyeknek több változata is megjelent a világon, így beszélhetünk ingatlan jellegű fejlesztésekről (lakóparkok USA), második otthonokról (Dél-Európa), illetve egzotikus helyen lévő

golf resortokról (Dubai) (KPMG 2010a; 2010c; 2010d; HUDSON, S. – HUDSON, L. 2010).

A mediterrán klímájú dél-európai országok – Portugália, Spanyol-, Olasz-, és Törökország - a szezon meghosszabbítását célozták a nyári üdülturizmus – főszezonon kívüli - kihasználatlan kapacitásaira csábított golfturistákkal. A turisztikai termékek kombinálása és az egész éves szezon elérésére tett kísérletek között a tengerparti fejlesztések mellett kell megemlíteni a hegyvidéki területeken a nyári időszakra vendéget hozó golfturizmus kialakítását (HUDSON, S. – CROSS, P. 2005).



9. ábra A legjelentősebb európai golfdesztinációk kínálatának megoszlása és az egyes országok golfterületének népességhez viszonyított aránya

Forrás: saját kutatás 2013, EGA, KPMG 2010

Az európai golfkínálat koncentrálódását jól mutatja a 9. ábra, amely egyértelműen a nyugati országokat jelenti (Brit-szigetek 30,9%, Németország 13,5%, Svédország 11,6%, Franciaország 9,3%, Spanyolország 7,6%, Hollandia 7,8%). Ez a

hat ország a golfpályák 80,7%-át adja. Egyben azt is szemlélteti, hogy az ország lakosságának hány százaléka golfozik hivatalosan. Ez is megerősíti, hogy a nagy népeiséggel és gazdasági teljesítménnyel rendelkező nemzeteknél, illetve a kisebb népeiségű Skandináviában meghaladhatja akár a népesség 1-5%-át. A Brit-szigetek viszonylagos gyenge mutatója annak köszönhető, hogy itt nem kell regisztrált golfozónak lenni egy golfpálya használatához, így a mért adatoknál a valóságban 1,5 millióval többen játszanak.

A golfnak a kontinensen keleti irányban folytatódott a terjedése, így jutott el az akkori Osztrák-Magyar Monarchiába is, ahol sok pálya létesült. Ezek közül számos, a birodalom felbomlását követően a mai napig fennmaradt, köszönhetően az arisztokrácia mellett létező erőteljes polgárságnak és tehetős rétegeknek, akik elegendő bázist adtak a sportnak, elsősorban az „örökös tartományokban” (Ausztria, Csehország, Szlovénia). Mindez a történelmi múlt, illetve az a tény, hogy a keleti blokk országai között egyedül Csehországban nem tiltották ezt az úri sportot, máig behozhatatlan, nagyságrendi versenyelőnyt biztosít a desztinációnak. Mindez jól kitűnik az alábbi táblázatból, amely a közép-európai golfos kereslet és kínálatát mutatja be (6. táblázat).

6. táblázat A közép-európai országok golfkereslete és kínálatja 2012-ben

	Golfpályák száma (9, 18 vagy több szakaszos)	Részesedés Európa kínálatából %	Golfozók száma (fő)
Ausztria	156	2,4	104732
Csehország	96	1,2	55547
Magyarország	15	0,19	1419
Lengyelország*	27	0,35	3008
Szlovákia	14	0,17	7200
Szlovénia	13	0,19	8762
Horvátország**	3	na	550
Szerbia	2	na	618
Románia**	4	na	551
Bulgária	7	na	639

*2012-es adat ** 2010-es adat Forrás: KPMG 2010b; EGA 2013, saját szerkesztés

Jelentős előrelépést mutat Lengyelország és Szlovákia, illetve az utóbbi években Bulgária. A lengyelek és bolgárok a pályaépítésekben, a szlovákok a golfozók toborzásában léptek jelentőset előre (KPMG 2010b). Hozzájuk képest Magyarország teljesítménye a rendszerváltást követő nekiindulás után lassuló, stagnáló, majd szűkülő tendenciát mutatott, így versenyhelyezete folyamatosan romlik, elmarad szomszédjaitól. Itt kell megjegyezni, hogy sem Ausztria, sem Csehország nagyságrendi eltérések miatt nem tekinthető versenytársnak, de erről majd későbbiekben esik még szó.

5.2.2. A golfturizmus globális trendjei, folyamatai

A nemzetközi golfturizmus kiemelkedő dinamikájú fejlődését a turizmusiparban megjelenő évi 20 milliárd dolláros fogyasztás segítette elő (SRI, 2005). Kétségtelen, hogy a hazai trendekből, tapasztalatokból, és leginkább a fenti összeghez nem mérhető árbevételekből kiindulva gyökeresen ellentétes következtetésekre lehet jutni, ezért is szükséges magát a golfturizmus trendjeit és jellemző folyamatait körbejárni (HUDSON, S. – HUDSON, L. 2010).

- **Az egészségtudatosság és az egészséges élet felértékelődése** - helyes táplálkozás, friss levegőn való golfozás, aktív életforma, a golfozást Svédországban a TB támogatja.
- **A környezettudatosság és a környezetbarát termékek iránti igény növekedése** - a természeti környezet állapotát segítő golfpályák felkeresése.
- **A vállalati és társadalmi felelősségvállalás** - elköteleződés a környezeti értékek megőrzése, a természeti erőforrások felhasználásának optimalizálása mellett.
- **Emelkedik az aktív turizmusban résztvevők száma** - a klasszikus tengerparti üdülturizmus passzív szereplői között is teret hódít a golfozás.
- **Nosztalgia megerősödése** – klasszikus golf területek iránti érdeklődés vagy egyedi szolgáltatás: pl. 30-as évekbeli felszereléssel történő játék a kanadai Heritage Golf Experience Banff Springs pályán).
- **A golfturista költési hajlandósága 30%-kal magasabb egy átlagos turistáénál** - (KÁLI Z. 2009; HUDSON, S. – HUDSON, L. 2010; KISS R. 2012b), különösen

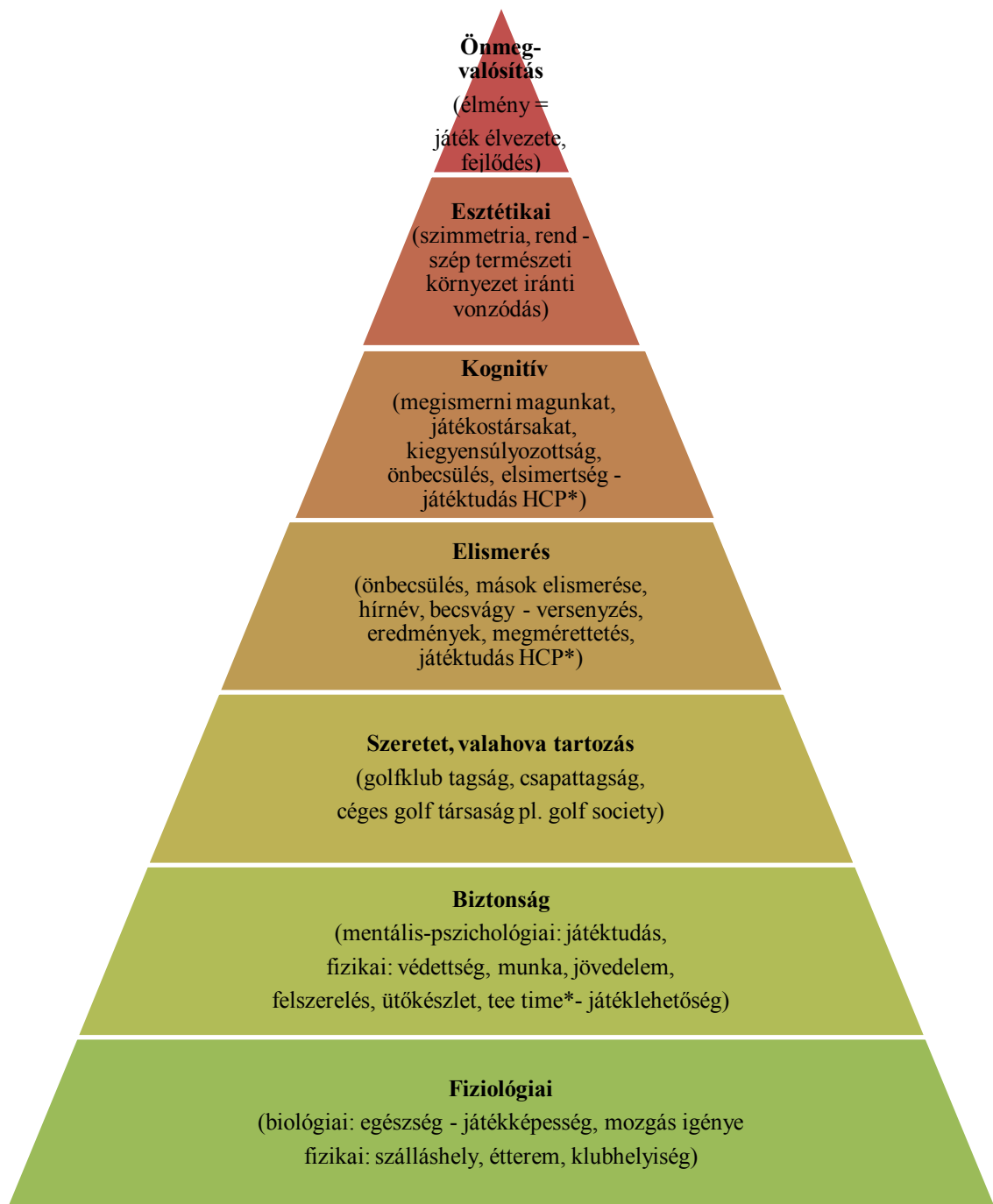
igaz ez a magasabb játéktudással bíró golfozókra, akik a golfturizmus piacán jelen lévő szolgáltatók kedvelt vendégköre (GLYPTIS, S. A. 1989).

- **Személyre szabott egyedi termékek, csomagok készítése** – rugalmasság, kreativitás a golf tour operátoroktól és szolgáltatóktól.
- **Spirituális felvilágosodás** – Dél-Kelet-Ázsiában a buddhista templomok látogathatóságáról is tájékoztatják a vallásos játékosokat.
- **Komplex szolgáltatás minőségének növelése** – nemcsak a golf, hanem a kiegészítő szolgáltatások (vendéglátás) esetében is.
- **Élményközpontúság** – nő az egyedi golfozási lehetőségek iránti érdeklődés, ami másutt nem létezik (USP létrehozása, versenyelőny biztosítása egy sajátos ötlettel pl. Legend Golf and Safari Resort Dél-Afrikai Köztársaság).
- **Az élethosszig tanulás és az új iránti érdeklődés** - vágy a megismerésre: új fizikai tevékenység, a golf elsajátítása.

A turizmuskutatókban kiemelt szereppel bír a motiváció, mint az utazásokat döntően befolyásoló tényező, ami az egyén szükségleteihez igazodik (AUBERT A. 2011). A motivációnak különböző szintjei vannak, és a klasszikus Maslow-i motivációs szükségletpiramis elvét követve érdemes annak golfos értelmezését is megvizsgálni (10. ábra).

Az ábra legalsó szintjén a fiziológiai szükségleteknek két csoportját lehet megkülönböztetni: az egyik a golfhoz tartozó biológiai szükségletek (szálláshely és étkezés, valamint a játékhoz kapcsolódó klubhelyiség), a másik az egészségorientált gondolkodás és a játékra való képesség, alkalmasság, a mozgásigény kielégítése. **A következő szint a biztonság szükségletét** jelenti, amely az előzők teljesülése esetén szintén két részre bontható, egyrészt pszichológiai szempontból a kellő és magabiztos játéktudást és zavarmentes játéklehetőséget jelent a hozzá szükséges felszereléssel, másrészt a fizikai biztonságot adó munkahely és jövedelem meglétét. A privát pályák egyik nagy előnye éppen ennek a szintnek az erejében rejlik. **A harmadik szinten a valahova tartozás** és a szeretet jelenik meg, amely egy golfklub esetén a tagsággal egyértelműen megvalósul. Ez tovább cizellálható versenyek esetén csapattagságként is. Ugyancsak jellemző és az elméletben már említésre került a céges golftársaságok (golf society-k) egy csapatépítő tréninggel felérő közösséghez tartozás igényét elégíti ki. **A**

negyedik szinten a csapat megbecsült tagjaként történő **elismerés**, kiegyensúlyozottság a jelentős, ami leginkább a golfos teljesítmény minőségével van összefüggésben.



10. ábra Maslow motivációs szükségletpiramisának értelmezése golfozói szemszögből

Forrás: MASLOW 1979, módosította KISS R. 2013

Kialakul a golfozóról a kép, ami játéktudása (HCP*) alapján mérhetővé válik, és minél magasabb szinten játszik valaki, annál nagyobb elismerésre tarthat számot, függetlenül a hétköznapi életben űzött foglalkozásától. Egy fejlett golfársadalomban a

pályán nincs különbség a sportolók között, egyedül a játéktudás számít. **A következő szinten a kognitív szükségletek** szintjén a golfozók saját és a játékostársak megismerése szerepel, amelyben jelentős hangsúlyt kap a kiegyensúlyozottság, ami egyébként a sikeres és eredményes játék alapja is. **A hatodik szinten az esztétikai szükségletek** foglalnak helyet, ami utal a golfpályákat körülvevő szép földrajzi környezetre, annak a nagyszerűségére ugyanúgy, mint egy golfklub, golfhotel vagy resort belsőépítészetére, kivitelezésére, igényességére. Mindez a környezettudatosságot és a rend iránti igényt is jelzi. **A piramis csúcsán** valósul meg az előzőeket követően maga a játék élvezete, a fejlődés iránya és a legfontosabb, az élményszerzés az önmegvalósítás részét képezi.

5.2.3. A golfturizmus keresletének tipizálása

A golfturisták kategóriáinak összehasonlításában a turisták nemzetközileg elfogadott tipologizálása segít (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 1998), ezért röviden szükséges az egyes modellek áttekintése, és erre építve a golf keresletének szegmentálása. **PLOG, S. C. (1974) az amerikai lakosságnak az újra való nyitottságát, vonzódását, motiváltságát vizsgálta az egyének személyiségvonásai alapján**, így különítve el a kockázatvállaló, szokatlanra hajlamos allocentrikus, és a megszokott tevékenységeket, az élményeket kedvelő, attól eltérni nem kívánó pszichocentrikus típusoktól. Megállapította, hogy a midcentrikus megközelítés az általános. Földrajzi térben, desztinációkban helyezte el a típusokat jelezve, hogy az utazások helyszíne tükrözi a kockázatvállalás szintjét, illetve az utazások száma befolyásolhatja az újdonság élményét. A modell hiányosságaként említették, hogy nagyon sok feltételtől (kulturális, társadalmi, vallási, nemzetiségi helyzet stb.) függ, ő csak egyetlen nemzetet vizsgált (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 1998).

COHEN, E. (1972, 1974) több faktort vizsgált, amely befolyásolja az újdonság élményét pl. motiváció, preferencia, nyitottság, valamint a szervezettség, amely alapján intézményesített (szervezett és egyéni tömezturisták) vagy nem intézményesített (felfedezők, vándorok) típusokat alkotott. Közülük **a golfozókra leginkább az egyéni tömezturista típusa húzható, aki – nagyobb távolságokba történő utazáskor – tour**

operátor szervezésével megy, egyéni igényeihez alakítva az utat, kevés kapcsolatot kiépítve a helyi lakossággal.

SMITH, S. L. J. (1989) vizsgálódásaiban hét különböző szegmenst különített el, közülük néhányánál párhuzam vonható egyes Cohen-i kategóriákkal. Ezek közül **a nem mindennapi turisták azok, amelyek az átlag golfturisták jellemzőit leginkább magukon viselik, ők azok, akik szervezett utasként olykor a helyi kultúrával ismerkednek, de könnyen visszahúzódnak a saját megszokott környezetükbe.** Ugyanakkor nem lenne teljes az áttekintés az egyéni utazást preferáló golfozók, olykor az off-beat, azaz a felfedező kategória említése nélkül, hiszen azok ismerveit is kimerítik, ami az új iránti nyitottságot és motiváltságot is jelenti.

A golfturisták tipizálását és szegmensekbe történő állítását több nemzetközi kutatás is céljául tűzte, így PETRICK, J. F. (2002b) a gyakorlati tapasztalat alapján a korábbi szokásaik és tapasztalatuk szintje alapján hat szegmenst különített el:

- **rendszeretlenül golfozók** (golfturisták alacsony tapasztalattal és tudással),
- **lojális, de rendszeretlen golfozók** (golfturisták alacsony tapasztalattal, főleg saját resortjukban),
- **gyűjtők** (golfturisták, akik számos üdülőt kerestek már fel, de egyikben sincs tapasztalatuk),
- **helyiek** (golfturisták magas tapasztalattal, de csak a vizsgált üdülőben),
- **látogatók** (golfturisták általában magas tapasztalattal, de kevés ismerettel a golfüdülőről),
- **veteránok** (golfturisták nagy tapasztalattal több üdülőben).

A WILSON, J. - THILMANY, D. (2006) Colorado államban végzett kutatása is a játék gyakorisága alapján **három klasztert állított fel:**

- **lelkessedők** – enthusiasts (leggyakrabban játszanak, legtöbb pénz hozzák és hajlamosak a továbbmaradásra, ha van egyéb tevékenység)
- **mellékesen üdülők** – affluent-resorters (szépérzékük vezérli az üdülőválasztásban, mellette más „jó dolgokat” csinálnak; a legkönnyebb odavonzani)
- **hálózatosok** – networkers (helyiek üzleti alkalomból játszanak)

Az algarve-i felmérések jellemzői (CORREIA, A. – PINTASSILGO, P. 2006) is **három szegmens kialakítását eredményezték:**

- **golfturista** (a golfpálya és a játék feltételei körül gondolkozik),
- **háztulajdonos turista** (különösen a szálláshelyet, gasztronómiát, tájképet, időjárást, árat és hozzáférést),
- **napimádó tengerparti turista** (főleg turisztikai lehetőségeket keres).

A skóciai kutatások (VISITSCOTLAND 2007) **8 különböző szegmenst különböztettek meg:**

- **golfpajtás** - golf buddy (nagyobb csoportban utazó, a társassággal játszó, szórakozó, versenyző személy, akinek a minőségi golfpálya mellett az F & B szolgáltatások is sokat jelentenek (40-70 éves férfiak)
- **golfszökevény** - golf escapees (számukra inkább a golfozás, mint kihívás a fontos, kerülnek a drága pályákat és fiatalabb férfiak 25-45 év)
- **luxus golfozó** – luxury golfer (nagyon erős az igénye a jó minőségű pályára és a luxusra pl. szállás. Inkább a párjával érkeznek, 30-50 éves, hosszabb távra utaznak)
- **golfturista** – golfing tourist (szabadidős tevékenységekre vágyó, köztük golfozó szegmens, enyhébb kihívásokat keres a pályán, kisebb csoportban évente 3-4 alkalommal utazik vegyes társaságban vagy párjával 45-70 évesek)
- **aktív golfozó** – active golfers (elsőként desztinációt, majd - látványos - golfpályát választ, a vidék megismerése is fontos; ár érzékeny csoport évi 2-3 európai úttal, 45-70 éves)
- **puritán golfozó** – (alacsony hendikeppel bíró, erőteljesen versenyorientált játékos, új és nagy kihívásokat keres; pályához közeli szállást, kis csoportban utazik, 25-40 éves komoly golfozó)
- **értékes dolgokat fellelő** - serendipity golfers (a golf csak egy a lehetséges szórakozásból; 25-50 év közötti férfiak és nők, gyakran családdal utaznak és utót bérelnek, ha látható, könnyen megközelíthető a golf az üdülés során)
- **golfozó opportunist** – golfing opportunist (az előbbitől annyiban különbözik, hogy jobban akar golfozni az üdülése alatt; bár a desztinációt nem a golf miatt választja, de a pályához közeli szállást igényel; saját ütővel játszik; jó ár-érték arányt és kevésbé nehéz pályát keres;)

HENNESSEY, S. M. et al. (2008) **három változót állítottak fel** a golfturista megértéséhez a Prince Edward-szigeteken folytatott kutatásai során:

- **a demográfiai, viselkedés és környezeti, amely az elutazás előtt vagy alatt hat rá,** (körök száma, tartózkodás hossza, első vagy visszatérő vizit, tagság stb.),
- **a motivációja** (játék, családi vakáció, VFR) **az utazásnak és a golfozásra jellemző változók** (foglalások, lejátszott szakaszok, vendégéjszakák, golfhoz kapcsolódó költségek stb.),
- **az eredmények és értékek,** amelyek az elégedettségnek megfelelően a jövőre utazásaira nézve bír fontos szereppel.

Mindezek alapján a kanadai felmérésben három kategóriát találtak a játék gyakorisága alapján:

- **rendszeretlen,**
- **mérsékelt,**
- **elhivatott golfozót.**

Összegzésként megállapítható, hogy a vizsgált szempontok, változók mélysége és száma alapján a golfkeresletet desztinációnként eltérően 3-8 szegmensre osztották, ami jelzi, hogy a fogyasztópiac nem egységes, az eltérő motiváltsággal bíró játékosok megcélzása más-más marketingkommunikációt igényel a kluboktól és szegmensre szabott golfcsomagot szükséges összeállítani.

5.2.4. A nemzetközi golfversenyek turisztikai jelentősége, gazdasági hatása a 2010-es Ryder Cup példáján

A Ryder Cup a világ legrangosabb golf csapatversenye Európa és Amerikai Egyesült Államok profi férfi játékosai között. Egy ilyen, a golf berkeiben, megaspportrendezvény megszervezésének **elnyerése óriási szakmai elismerés és presztízs egy desztinációnak, amelynek kínálata felértékelődik** (KPMG 2010i). 2006-ban, történetében először Írország, majd 2010-ben Wales kapta meg a lehetőséget, utóbbit a lakosság 74%-a támogatta, mindezt komoly stratégiai fejlesztés előzte meg (GOLF CONSULTANTS ASSOCIATION 2002). A Bristol és Cardiff között félúton az M4-es

autópálya mellett Newport-i Celtic Manor Resort-ban megrendezett esemény gazdasági hatásai jól megvilágítják a nemzetközi súlyát a versenynek.

A hat napos rendezvény során összesen Wales 82,4 millió £, Dél-Kelet Wales 74,6 millió £, míg a város 28,3 millió £ bevételre tett szert. A bevételek 68%-a származik a nézőktől, 17% a vállalkozóktól, 4% az önkéntesektől és 11 % a vendéglátásból. Összesen 250 ezer néző (passzív sportturista) látogatott ki, ennek 35%-a volt wales-i, 54%-az Egyesült Királyság további részeiből és 12% tengeren túli. A népszerűséget mutatja, hogy egy hétig vezető sporthír volt a legjelentősebb televíziók műsorában. A kilátogató szurkolók 57%-a vagy játszott már korábban a pályán, és a nem helyiek 71%-a szándékozik visszatérni, mint desztinációba. Az 1600 önkéntes száma mutatja a rendezvény nagyságát és a célt, amit annak sikeres lebonyolítása eredményezett. A verseny megrendezése különösen fontos volt a gazdasági válság utáni – a brit-szigeteken jelentkező –, a regisztrált golfozók számának visszaesésének meggátolásában (KOTLER, P. 1997; KPMG 2010h).

Jól mutatja a verseny népszerűségét, hogy az egyetlen hazai golf tour operátor a kétévente megrendezésre kerülő verseny következő időpontjára - 2014. szeptember - már most, 2013. elején, hirdeti a jegyeket (9. melléklet).

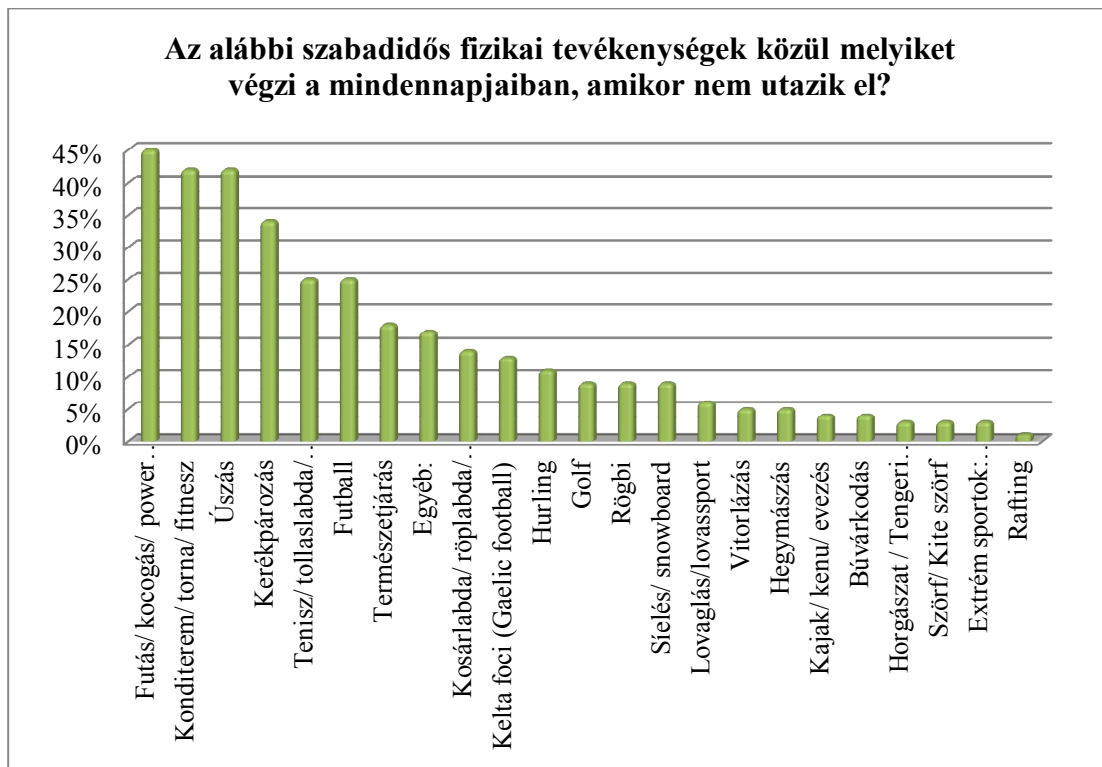
5.3. A fizikai aktivitást igénylő szabadidős tevékenységének motivációi

A következőkben korábbi nemzetközi és hazai területen készített, a fizikai tevékenységek otthon a mindennapokban és elutazáskor történő különbségeinek vizsgálatára kerül sor, amelyben külön kiemelésre kerül az értekezés vázát adó golfozás.

5.3.1.A fizikai aktivitást igénylő szabadidős tevékenységének motivációi az írek körében

Az ír lakosságot egyes vélemények szerint az egyik legaktívabbnak titulálják a kontinensen, így adódott a kérdés, hogy ez mennyire igaz a mindennapok és az utazások kapcsán. Kezdetben a kérdőíves felmérés célja egy több csoportra kiterjedő, szabadidős tevékenységek motivációinak vizsgálata volt, ahol az ír lakosság mellett az országban élő, dolgozó külföldiek és az éppen ott tartózkodó turisták motivációit egyaránt vizsgálta. Az egy hónapos időszak alatt összesen 430 kérdőívet sikerült személyesen kitölteni, amelyből 190 ír lakos (43%), 63 Írországon élő külföldi (14%) és 193 Írországon tartózkodó turista (43%) volt. Egyrészt ez a vegyes minta három, egymással össze nem mérhető nagyságrendje, másrészt ugyanabban az évben, hazánkban elvégzett hasonló, a magyar lakosság aktív szabadidős tevékenységét kutató felmérés együttesen azt igényelték, hogy **a további vizsgálatok, elemzések csak az ír válaszadók által kitöltött alapsokaságra koncentráljanak, lehetővé téve az eltérő kultúrák és nemzetek aktív fizikai teljesítményének a mindennapokban és a nyaraláskor történő összehasonlítását.** Magának az ír lakosok körében elvégzett, a szabadidős tevékenységek motivációinak kutatása részben arra is kereste a választ, hogy **van-e az aktív szabadidős tevékenységeknek motivációs szerepük a turizmusban, és ha igen, milyen?** Egyik oldalon azt is kutatta, hogy a mindennapokban milyen gyakorisággal veszik igénybe ezeket a szolgáltatásokat, tevékenységeket, míg a másik oldalon arra volt kíváncsi, hogy elsődleges utazási motivációként megjelennek-e ezen tevékenységek az ír lakosság körében.

Az írek mindennapi fizikai tevékenységei között a futás/kocogás, a konditerem/fitness és az úszás emelkedik ki leginkább alátámasztva a sportos nemzet sztereotípiát, hiszen a 190 fős minta közel fele jelölte ezeket a tevékenységeket, mint a rendszeresen végzett testedzés módját, valamint népszerű a kerékpározás és természetjárás is (11. ábra).

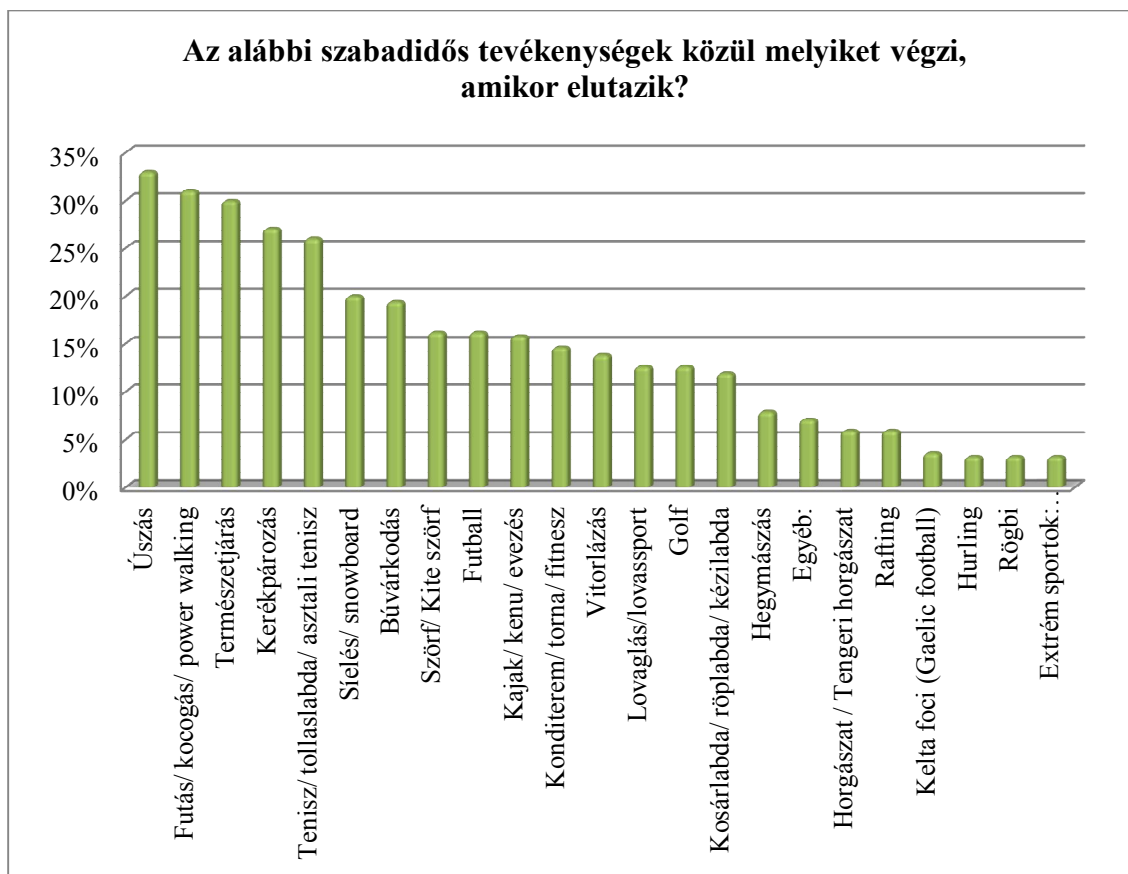


11. ábra Az írek szabadidős tevékenységének sorrendje a mindennapokban

Forrás: 2009, saját kutatás, szerkesztés

A **tenisz** mellett, a mindennapokba hagyományosan és könnyen beilleszthető rendszeres csapatsportok következnek, a megkérdezettek 15-25%-a űzi a **futball** vagy a **kosárlabda/röplabda** valamelyikét. Ugyancsak a csapatjátékok közé sorolhatók – a megkérdezettek kb. 9-13%-ának - az ún. kelta sportok (**kelta foci** - gaelic football, és a **hurling**) valamint az angolszász **rugby** és – a **leginkább egyéni sportként ismert, de csapatjátékként is űzött - golf**, amelyeket a helyi tradíció a leglátogatottabb és legnépszerűbb sportok közé emel.

Az úszás, futás/kocogás, természetjárás és kerékpározás népszerűsége ellenére a 12. ábra alapján kijelenthető, hogy az **utazást kiváltó elsődleges motivációként megjelenő spottevékenységek csupán a rangsor hatodik helytől található sielés, búvárkodás, szörfölés, vitorlázás, hegymászás**, amelyek az Ír-szigetnél sokkal kedvezőbb természetföldrajzi környezetben – magashegységek és napfényes, meleg vizű tengerek stb. - folytathatók.

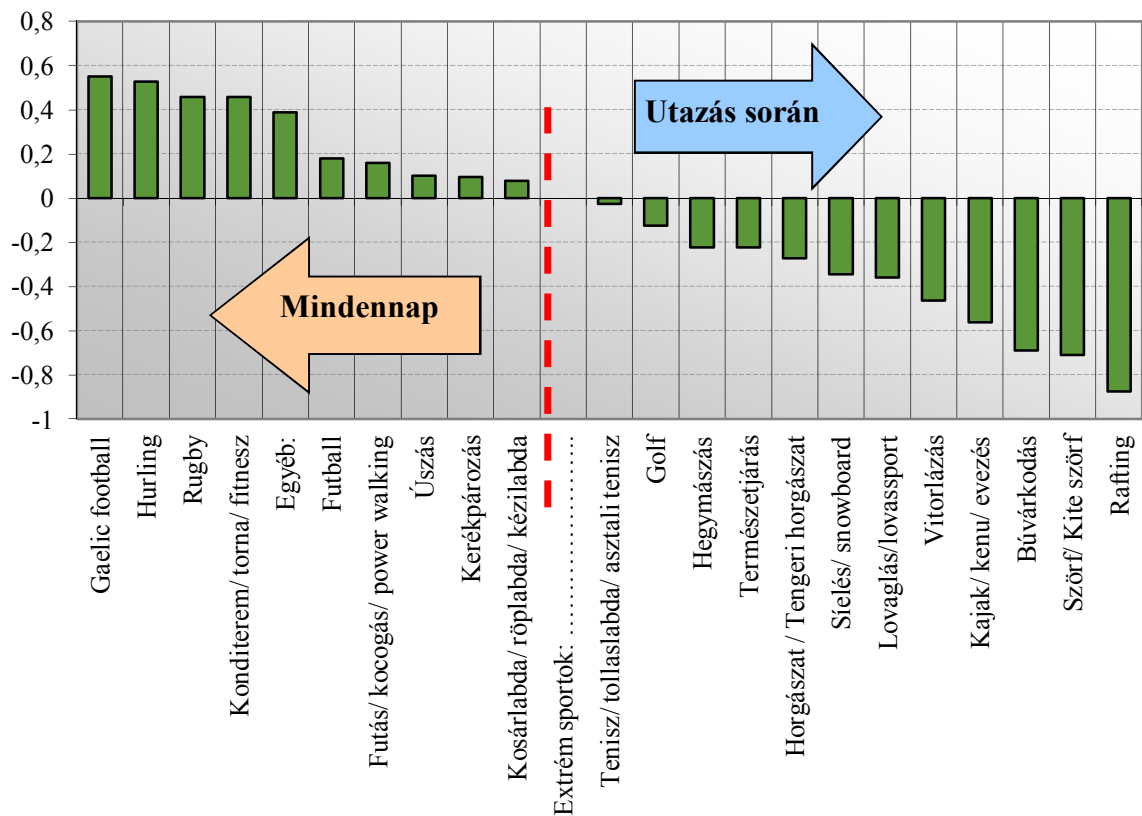


12. ábra Az írek szabadidős tevékenységének sorrendje az utazás során

Forrás: 2009, saját kutatás, szerkesztés

A golfturista utazási motivációját elsősorban nem a kínálat-hiány generálja, hiszen kiegyenlített óceáni éghajlatával az egyik klasszikus nemzetközi szinten is jelentős golfdesztnáció a világon, hanem sokkal inkább – a személyes kíváncsiság mellett – a szezonon kívüli éghajlati okok vezetnek a külföldi utakhoz. A táblázat végén szereplő hagyományos kelta csapatsportok – a **kelta foci, hurling és rögbi** igazolja a fentiekben már leírt, csak otthon végzett sporttevékenységként aposztrofálják a megkérdezettek.

A 13. ábrán jól látható, hogy a hagyományos kelta sportok otthoni, akár mindennapos üzése az egyik oldalon, mint a tradíciók ápolása, míg a speciális éghajlati, természetföldrajzi környezetet igénylő tevékenységek a másik oldalon összpontosulnak. **Az utazástól, helyváltoztatástól függetlenül a legsemlegesebb sporttevékenységek: a tenisz, a kerékpározás, az úszás és a futás/kocogás, de ide tartozik a golf is.** Ez utóbbi annak tulajdonítható, hogy **a nemzetközi golf minőségi fogadóterülete is az Ír-sziget, így kellő kínálata van, mind a helyi, mind a külföldi keresletnek.**



13. ábra Az írek fizikai aktivitása a mindennapokban és utazáskor

Forrás: 2009, saját kutatás, szerkesztés

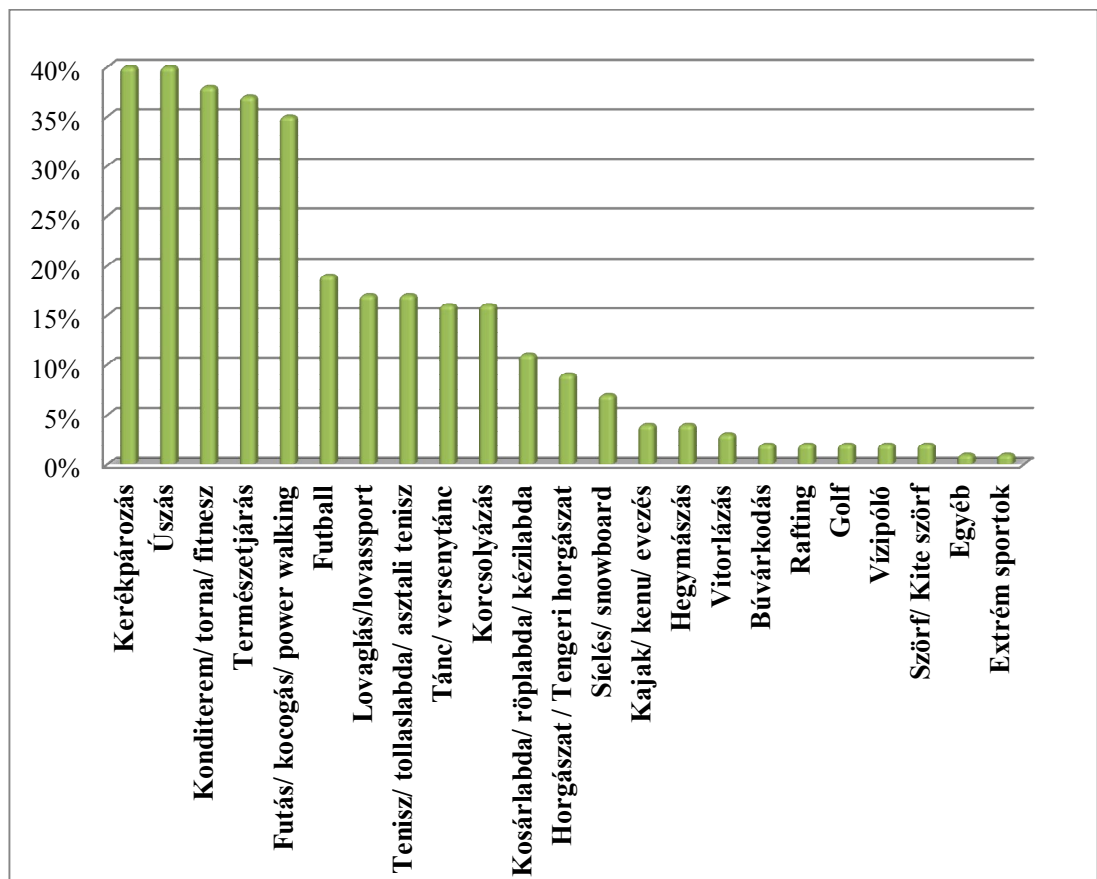
5.3.2.A fizikai aktivitást igénylő szabadidős tevékenységek motivációi a magyarok körében

A magyar lakosok körében elvégzett, a szabadidős tevékenységek motivációit kutató felmérésnek célja többirányú volt, egyrészt arra kereste a választ, hogy van-e az egyes szabadidős tevékenységeknek motivációs szerepük a turizmusban, és ha igen, mekkora? A munka elemzéséhez három különböző, de struktúráját tekintve azonos kérdőív készült, ahol a tevékenységcsoportok a kultúra, a sport, valamint a gyógy- és wellness szolgáltatások igénybevételét kutatták. Jelen értekezés terjedelmi korlátjai miatt csupán a fizikai aktivitást igénylő szabadidős tevékenységek kerülnek részletes kifejtésre.

A vizsgálat célja a fizikai tevékenységek (sport, rekreáció) gyakoriságának megállapítása a „mindennapokban”, másik feladata ugyanezen szolgáltatások igénybevételét utazási motivációként.

Amíg a kutatások alapján megállapítható volt a lakosság körében a 84%-os alkalmi sportolási arány, addig az utazások motivációiként a sporttevékenységek esetében csak az érintettek 56%-nál található meg. Ennek az lehet az oka, hogy a sportok között leginkább otthon űzött, a mindennapok rendszeres, vagy kevésbé rendszeres tevékenységeiről van szó. Megállapítható, hogy a konkrét úticél kiválasztása nem egyetlen szabadidős tevékenység alapján történik egyik vizsgált tevékenység csoport esetében sem.

Az 14. ábrán is jól nyomon követhető a jelentős anyagi beruházást nem igénylő tevékenységek túlsúlya a mindennapokban, amelyek elsősorban rekreációs, felfrissülést, egészségmegőrzést jelentő fizikai tevékenységek.

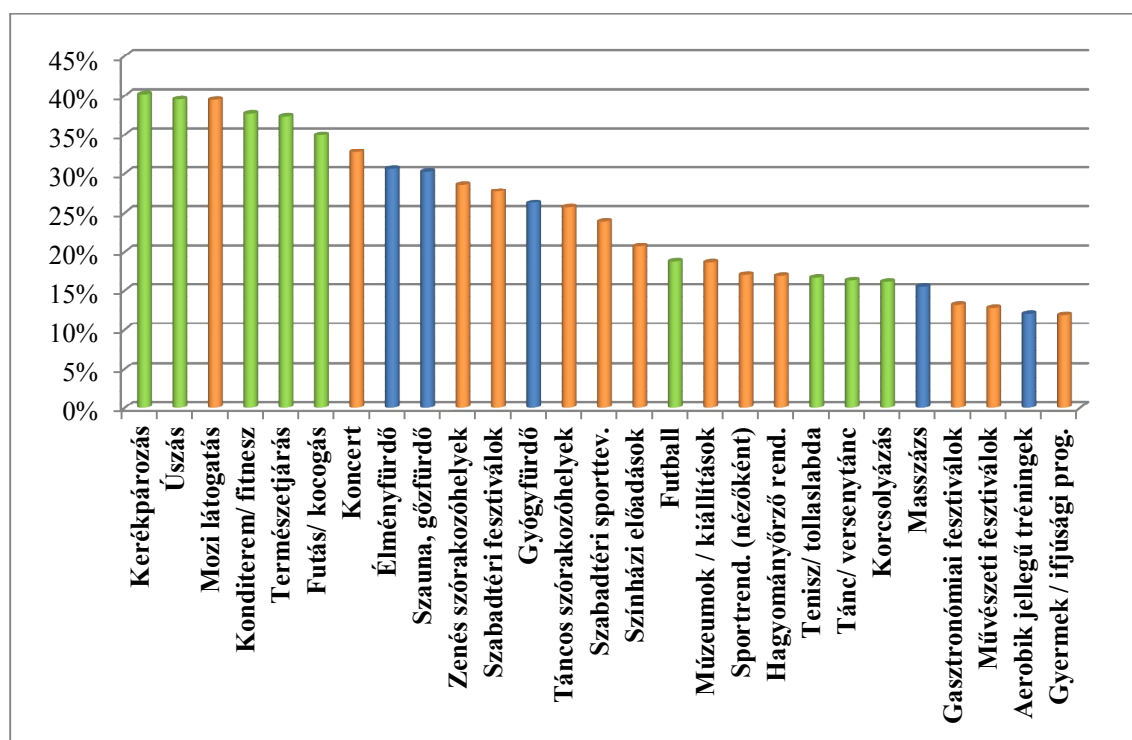


14. ábra A magyarok fizikai aktivitása a mindennapokban

Forrás: 2009, saját kutatás, szerkesztés

Az ír példához viszonyítva a kerékpározás és a természetjárás – köszönhetően a kellemesebb éghajlatnak – **jelentősebb, az úszás ugyanolyan mértékű, a konditerem/ fitness és a futás/kocogás alacsonyabb értéket kapott.** A különbség szemmel látható, a kelta sportok helyett a magyarok által kedvelt egyéni (**korcsolya**) és csapatsportok (**vízilabda**) és a **társastáncok** kerültek be a választható tevékenységek közé. **Hazánkban is a futball a legnépszerűbb csapatsport,** míg az egyéniek között a **lovaglás** messze kedveltebb rendszeres tevékenység, akárcsak – a hideg téli időjárásból adódó – korcsolya. **A golf említése a statisztikai hibahatáron mozog,** ami nem meglepő, hiszen kevesek aktív fizikai tevékenysége, ahogyan az extrém sportok, a rafting, búvárkodás és a szörf is.

A mindennapokban a lakóhelyen leggyakrabban végzett tevékenységek rangsorát a 15. ábrán jól láthatóan a sporttevékenységek vezetik (zöld színnel), annak ellenére, hogy bár összességében a kulturális tevékenységek fordulnak elő a lakosság mindennapjaiban a leggyakrabban (kb. 90% vesz részt ilyen programokon). **Az első öt helyezett** (kerékpározás, úszás, mozi látogatás, konditerem/fitnessz és természetjárás) **közé csupán egyetlen kulturális aktivitás fért be.**



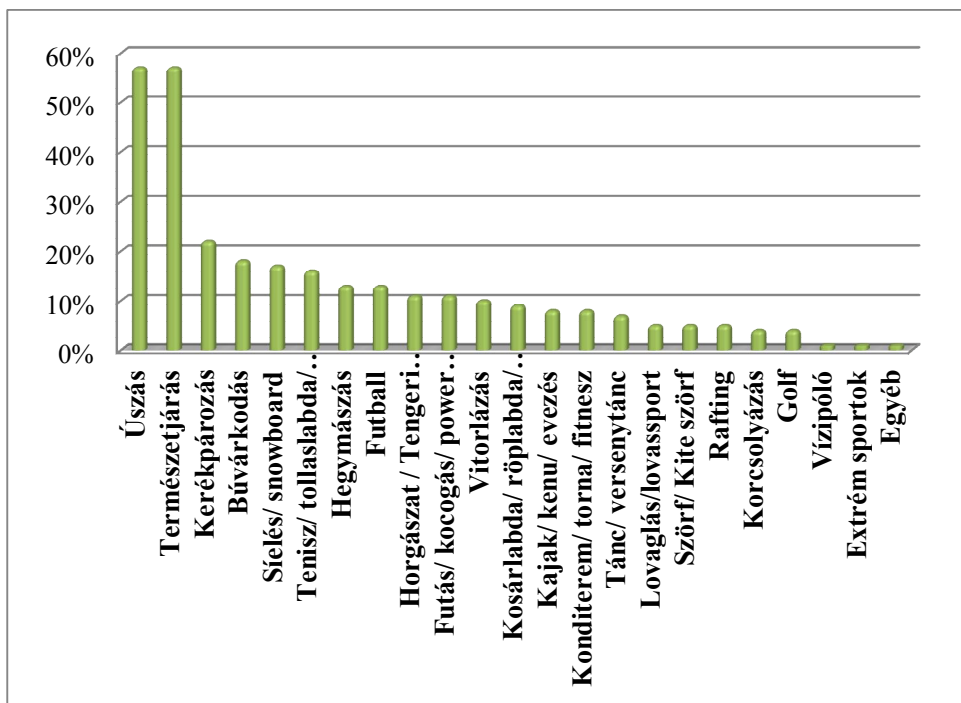
15. ábra A szabadidős tevékenységek sorrendje a mindennapokban

Forrás: EÖRY E. et al. megjelenés alatt

Az összesített rangsor első 12 helyezettjét nézve sokkal kiegyenlítettebb a kép, hiszen ebben 5 sport, 4 kulturális és 3 gyógy/wellness szolgáltatás jelenik meg, míg összesen 13 kulturális, 9 sport és 5 gyógy-wellness tevékenység került az ábrára. Mindez azt is jelenti, hogy **a sporttevékenységek között egyértelműen vannak az átlagosnál jóval népszerűbb kapcsolódási lehetőségek**, míg a többi tevékenységtípusnál a népszerűségi rangsor sokkal kiegyenlítettebb.

A **leggyakrabban előforduló fizikai aktivitások** közül egyértelműen kiemelkednek, legyen az akár a munkába járást segítő **kerékpározás**, az egészségmegőrző és rekreációs szereppel egyaránt bíró **úszás** és a **konditerem** használat, valamint a sokak által üzött, olcsó **futás/kocogás**. Ezen kívül még az országban legnépszerűbb sport a **futball**, a **tenisz/tollas**, valamint az erőteljesen időszakos **korcsolya**, de ugyancsak kedvelt a reneszánszukat élő **társastáncok** kategória.

Ami a magyarok **utazáskor igénybe vett fizikai aktivitását** mutató tevékenységeit illeti, a 16. ábra alapján jól látható, hogy a mindennapokban is alkalmazott **úszás és természetjárás** vezeti a rangsort.

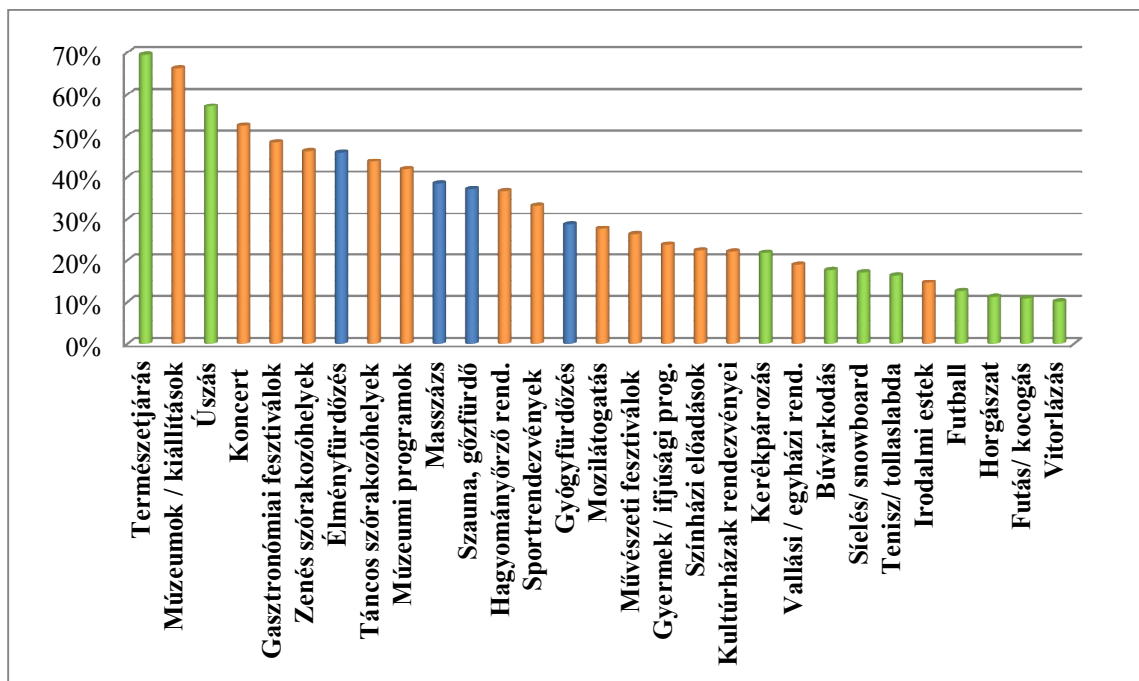


16. ábra A magyarok fizikai aktivitása az utazás során

Forrás: 2009, saját kutatás, szerkesztés

A természetjárás még tekinthető kimondottan turisztikai termékhez (ökoturizmus) kötődő tevékenységnek, de az úszás inkább a tengerhez köthető napi elfoglaltságot jelent. Az ábrából – az írásmintának megfelelően – itt is látható, hogy **nem a leggyakoribb tevékenység játszik egy utazásnál elsődleges fizikai motivációt**, hanem a harmadik helytől kezdődően folyamatosan olyan aktivitások szerepelnek, amelyek önmagukban is fontos vonzótényezők.

Az összkép is némileg változik, ha az utazások során végzett tevékenységeket kell bemutatni (17. ábra).



17. ábra Szabadidős tevékenységek az utazás során

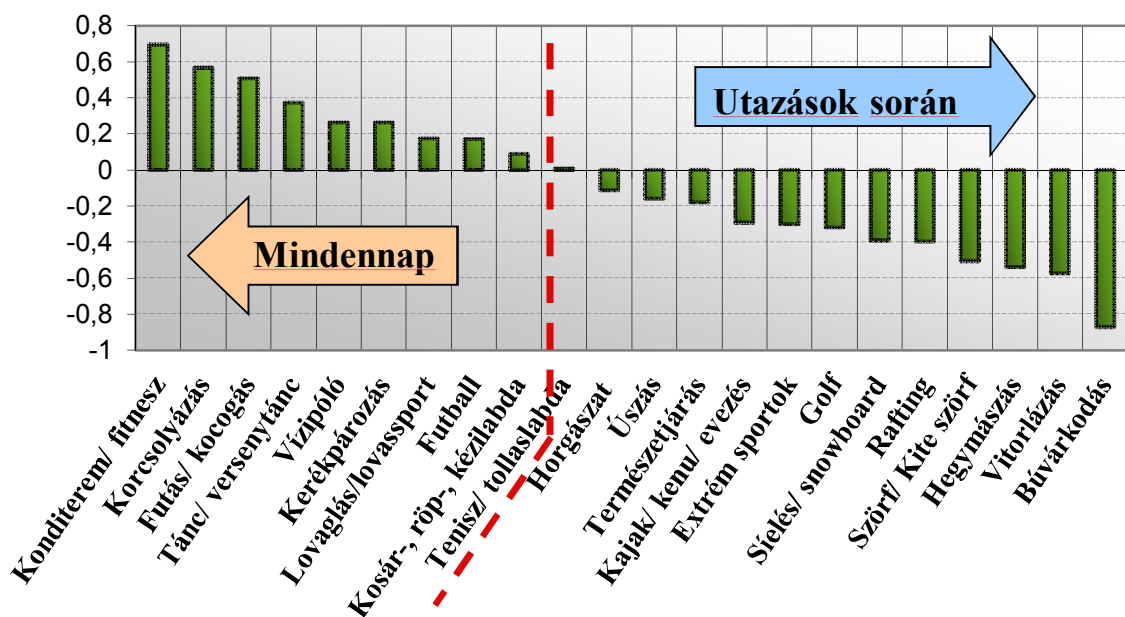
Forrás: EÖRY E. et al. megjelenés alatt

Az előzményeket ismerve nem meglepetés, hogy az utazás során végzett szabadidős tevékenységek rangsorának elején a **természetjárás**, **kirándulás**, a **múzeumlátogatás**, az **úszás** (amelyet sok esetben természetes vizekben úznek a megkérdezettek) és a **koncertlátogatás** található (17. ábra). Ezek mind-mind alátámasztják a turizmusról eddig alkotott elképzeléseket.

Addig, amíg a kulturális tevékenységek egyértelműen kiemelkednek az utazások során, hiszen 6 ilyen jellegű tevékenység került az első tízbe, addig **a mindennapok sportolási tevékenységei a rangsor elejéről az utazásokra vonatkozóan a lista utolsó harmadába kerültek, kivéve a természetjárást és az úszást.**

Érdeemes a hétköznapok és utazások aktivitása közötti összefüggésekre is kitérni a tekintetben, hogy melyek a mindennapjainkat vagy az utazásokat jellemző szabadidős tevékenységek és melyek az otthon és a másutt egyaránt végzettek.

A 18. ábra a mozgásra, a sportolásra jellemző specialitásokat állítja a középpontba, amelyből kiderül, hogy kimondottan **otthoni tevékenységnek számít a konditerem használata, a korcsolyázás, a futás/kocogás, lovaglás és a társastánc**, valamint a **csapatsportágak**. Az **elutazáskor motivációt jelentő tevékenységek** otthon egyáltalán nem vagy minimális szinten érhetőek csak el, azaz nem megszokott, ezért vonzó, egyedi élményt nyújtó tevékenységek: pl. **búvárkodás, vitorlázás, hegymászás, szörf, rafting, valamint a síelés, golf és extrém sportok**, igaz ezek aránya – egyrészt extrémebb jellegük, másrészt magasabb áraik miatt - alulmarad mind a kulturális, mint a gyógy-wellness szolgáltatások iránti érzékenységen.



18. ábra A magyarok fizikai aktivitása a mindennapokban és utazáskor

Forrás: EÖRY E. et al. megjelenés alatt

A **legkiegyensúlyozottabb tevékenységnek** – az ír példához hasonlóan - a **teniszezés** (aki teniszezik, szinte bárhol talál rá lehetőséget, hogy szenvedélyének hódolhasson, pályák szinte valamennyi kedvelt turisztikai desztinációban rendelkezésre állnak) és a **horgászat** számít.

5.4. A golfturizmus turisztikai helyzetelemzése nemzetközi példák alapján

Mielőtt a hazai golfélet és magának a sportnak a rendszere kerülne részletezésre, szükséges a külföldi példák megtekintése és megismerése, amit jelen esetben egy tipikus mediterrán desztináció, a törökországi Belek és a trópuson elterülő Kenya adja. Törökországban szerző személyesen járt, így annak bemutatása feltétlenül ide illeszkedik. A kenyai pályák bemutatása pedig arra jó példa, hogy az afrikai kontinens területén egy feltörekvő, óceánparti pályákkal és kellemesebb klímájú magasföldi területekkel, valamint jelentős golfozói hagyománnyal bíró desztináció esettanulmányszerűen kerüljön az olvasó elé. A golfturizmus különböző térszíneinek a megismerése elengedhetetlen annak megértéséhez is, hogy miért is működik egyes desztinációkban és miért nem vagy alig másokban. Esettanulmány jellegű bemutatások célja a magyar helyzetelemzés számára összehasonlítási alap megteremtése.

5.4.1. A török golfturizmus fejlődése és földrajzi környezete

A golfturizmus fejlesztésének nemzetközi illusztrálására a tradicionális mediterrán golfdesztinációk legújabb résztvevőjének a fejlett és fejlődő világban is jelentkező, ellentmondásokkal tarkított útja kerül bemutatásra, amely egyaránt magán viseli a golfturizmus gyermekbetegségeit és annak 21. századi előremutató jellemzőit, a földrajzi környezet, a természeti, társadalmi gazdasági erőforrások, a turizmusfejlesztés, valamint a környezetvédelmi és fenntarthatóság kérdéseit.

A világszerte ismert török golfparadicsom, Belek és térsége, a törökök által Akdeniz-ként („fehér”) emlegetett Földközi-tenger partján, a Torosz-hegység déli előterében Antalya-tól 30 km-re keletre, egy 50-70 km hosszú és 10-30 km széles, folyóvízi (Aksu, Köprü, Manavgat és társaik) feltöltéssel kialakult alluviális síkságon terül el (19. ábra). A felső szakaszaikon kanyonokkal tarkított, a vadvízi evezés központjaiként ismert folyók alsó szakaszukon a hordalék-lerakódás klasszikus példái. Az üledékek szemcsenagysága fokozatos csökken, ahogyan a folyó sebessége

folyamatosan gyengül az erózióbázist jelentő tenger felé haladva (BORSY Z. 1993; LOVÁSZ GY. 2000; KISS R. 2012b). A hegyek közelében még a nagyobb méretű kövek, kavicsok, onnan távolodva kerekded apró kavicsok, végül finom homok töltötte fel a területet a bőséges - elsősorban téli - csapadék utánpótlást biztosító magashegységnek köszönhetően. A folyóvízi feltöltés a termékeny síkság mellett segítette a mezőgazdaságilag értéktelen, nehezen vagy egyáltalán nem hasznosítható, mozgásban lévő homokdűnés terület létrejöttében. A közeli településeket és termőföldeket pedig a homok megkötésével kellett védeni, ezért az 1960-as évektől az állam erdőt telepített (ERKUS-ÖZTÜRK, H. 2010).

A tengerpartot északról félkörívben körülölelő, 1600-3000 méter magas, még áprilisban is hófedte karsztos mészkő vonulatoknak köszönhetően a táj teljes joggal rászolgált a „Török-Riviéra” elnevezésre. A ritkás erdőkkel borított, szurdokokkal, kanyonokkal, barlangokkal és vízesésekkel tarkított mediterrán miliő hasonlít a klasszikus névadó Cote'd Azure-hoz (MICHALKÓ G. - RÁTZ T. 2005).



19. ábra A leggyakoribb kulturális és sporttevékenységek az Antalya-öbölben

Forrás: Kundu-Belek 1995, KPMG 2010, saját kutatás, szerkesztés 2011

Antalya térségében a „pull” faktort jelentő kellemes klíma éppen ezeknek a magas hegyeknek köszönhető, hiszen egyrészt visszatartják az északi hideg szeleket,

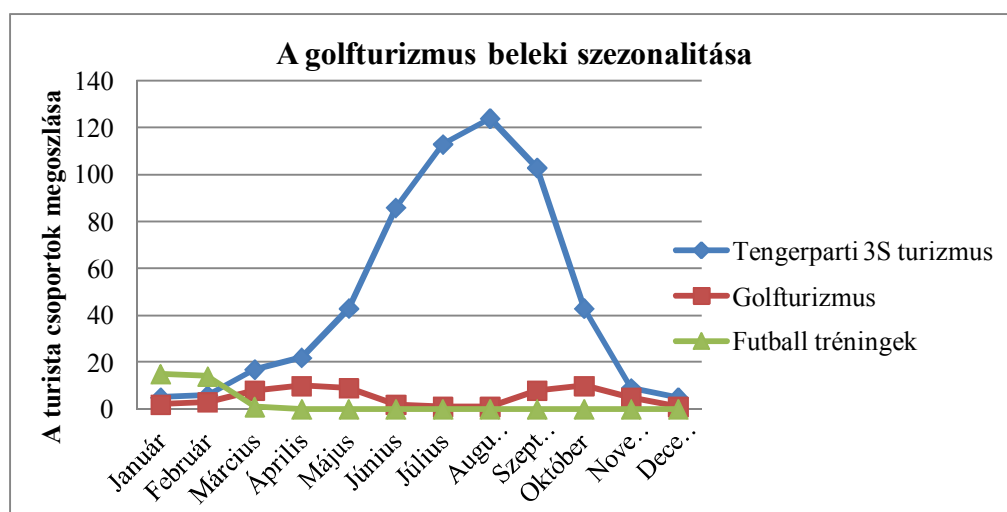
másrészt felfogják a délről érkező meleget (KOZAK, N. et al. 2008). A mediterrán éghajlatra jellemző téli csapadékbőség (PROBÁLD F. 1996) éppen elkerüli a golfozók főszeszónját. Vonzó természetföldrajzi különlegesség áprilisban a Beydaglari-hegységben (Saklikent) a síelés, és vele egy időben a tengerparton a golfozás és az úszás. A nyári időszakhoz köthető leginkább az extrém vízi sportok kedvelői által a folyók kanyonokkal tarkított felső szakaszain a vadvízi evezés (19. ábra).

A kedvező természetföldrajzi környezetnek köszönhetően az ókori civilizációk, így többek között a görög és különösen a római jelentős nyomot hagyott a mai Antalya térségében, amelyek a kulturális és örökségturizmus térszínei, ideális kirándulási célpontokat jelentve a tengerparton nyaralóknak (GYURICZA L. 2008). A helyi lakosság önellátó mezőgazdálkodása mellett (SÜLI-ZAKAR I. 2002) megjelent a turisták fogyasztására épülő termelés is, elsősorban a zöldség- és gyümölcsstermesztésben (PROBÁLD F. 1996), de reneszánszukat élik az ősi kézműipari mesterségek (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2005), valamint megjelent a tömegturizmus követelményeihez igazodó (sport)ruházati termékek előállítás is (KISS R. 2012b).

Az 1960-as években indult, több évtizedes török turizmusfejlesztésnek és a szektorra fordított jelentős beruházásoknak köszönhetően az ország második legjelentősebb iparága lett az idegenforgalom (DUMAN, T. – KOZAK, M. 2010). A török kormány kezdetben állami irányítással tengerparti üdülőturizmus (3S = Sun, Sea, Sand) létrehozásával próbált a klasszikus mediterrán tömegturizmusáról ismert országok (Görög-, Horvát-, Olasz-, és Spanyolország) méltó versenytársa lenni. Mindehhez az 1980-as évek elejétől **bevezették a nyitott kapuk politikát**, amellyel külföldi befektetőket, ingatlanfejlesztőket csábítottak az országba, így épültek ki a jelentős tengerparti minőségi szállodai kapacitások. Az export-orientált fejlesztésekként kezelt turisztikai beruházások koordinálása nemzetközi szinten is sikeres volt, hiszen Törökország a világ hetedik leglátogatottabb desztinációja lett évi kb. 27 millió külföldi érkezéssel, a turizusból származó bevételeket tekintve pedig az előkelő tizedik helyet foglalja el (22 Md \$, WTO 2010; SAVAS et al. 2010). Az Antalya környéki infrastrukturális beruházások - nemzetközi légitikötő 18,8 millió utassal (MTC 2008) - a várost az ország „turisztikai fővárosává” tették.

Noha mindez óriási fordulatot eredményezett a Földközi- és az Égei-tenger partvidék településein, egy idő után az erőteljes fejlesztések ellenére is **szembesülni**

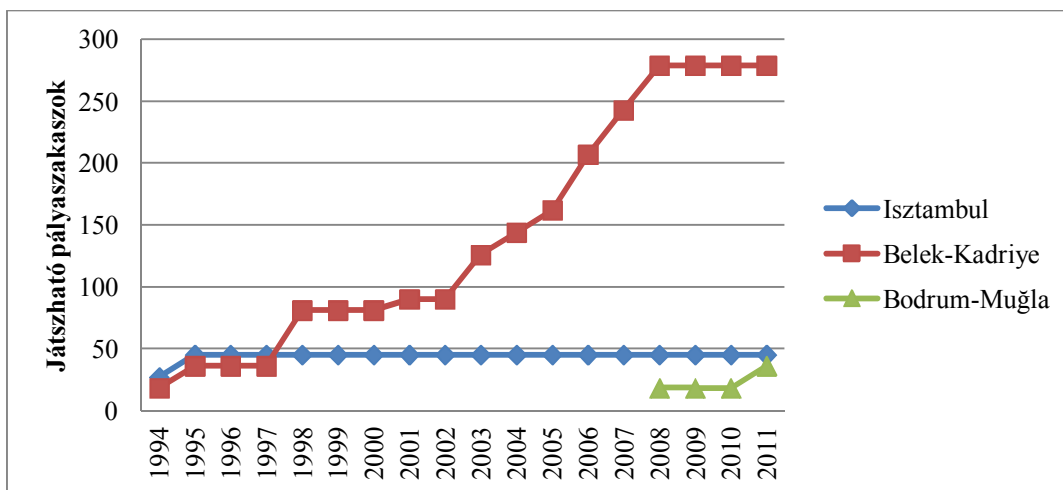
kellett a csupán 5-6 hónapos kihasználtságot biztosító elő-, fő-, és utószezon problémáival (20. ábra). A szezon kitolásának nemzetközi, elsősorban spanyol és portugál példái arra motiválták a döntéshozókat, hogy az 1990-es évek első felében az állami tulajdonban lévő tengerparti erdősített területeket a magántőke számára 49 évre bérbe adták tengerparti golf resort jellegű beruházások létesítésére (READMAN, M. 2003). Az ekkor már a tengerparton meglévő elsődleges turisztikai szuprastruktúra mellett **golfpályák, majd később további sportpályák, füves futballpályák és teniszközpontok építését szorgalmazták**, amely megoldás lehetett a szezonális csökkenésére.



20. ábra A golfturizmus beleki szezonális megoszlása

Forrás: Beleki golfklubok, saját szerkesztés 2011

Az 1994-től Belek térségében nyíló golfpályák az államilag irányított terület-, és turizmusfejlesztés kitűnő példái (21. ábra), egyben magukban hordozzák az infra-, és szuprastruktúra fejlesztés veszélyeit, a nemzetközi keresletnövekedés öngerjesztő spirálját (AUBERT A. 2007; AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI M. 2007), valamint a fenntarthatóság kérdéskörét. Az állami szerepvállalás minden jelentős kínálattal vagy kereslettel bíró golfdesztinációban tetten érhető (Svédország, Ausztria, Brit-szigetek).



21. ábra A játszható pályaszakaszok számának alakulása a török golf desztinációkban 1994-2011 között

Forrás: KPMG 2010, saját kutatás, szerkesztés 2011

A 22. ábra adatai jól illusztrálják, hogy **a golfpályák építése erőteljes földrajzi koncentrációval zajlott le a Törökországban**. Időrendben haladva a három golfközpont közül elsőként **Isztambulban**, az ország legnagyobb városában, a gazdasági-pénzügyi központ mellett, **a helyi klubtagokra alapozva létesültek pályák**, ahol a vizsgálat időszakában a golfturisták által lejátszott körök száma alig 7%, és az országban megjátszható szakaszok valamivel több, mint 10%-a található.



22. ábra A golfközpontok kialakulása Törökországban 2011-ben

Forrás: Kundu-Belek 1995, KPMG 2010, saját kutatás, szerkesztés 2011

Ezzel párhuzamosan az 1990-es évek közepétől indult el a „beleki golfpart” első pályáinak építése. A 15 török golfklubból, amely összesen 24 pályát üzemeltet az

országban, 11 klub Belek térségében létesült 19 pályával (KPMG 2011). Valódi „golfparadicsom” jött létre, hiszen **egyedülálló golfpálya koncentráció alakult ki**. A török golfpálya szakaszok 77,5%-a Belek 15-20 kilométeres partszakaszán található, ráadásul **az itt golfozók 97%-a golfturista, és csupán 3% klubtag** (KPMG 2011). Ezen felül nemcsak a klasszikus 18 lyukas pályák vannak, hanem előfordulnak 27, 36 és 45 szakaszos golfkomplexumok is (6. táblázat). A golfkínálat fennmaradó 10%-a Bodrum-Muğla térségében összpontosul, amely Belek alternatíváját jelentheti pár évtized múlva (22. ábra). Ezen az ábrán jól látható a golfturizmus térbeli koncentrálódása az ország déli üdülőterületein, ami a nemzetközi tendenciákat (Costa del Sol és Algarve) követi.

A 7. táblázatban szereplő golfpályák téli népszerűsége éghajlati adottságokkal magyarázható.

7. táblázat golfpályák számának növekedése Törökországban a kezdetektől 2011-ig

Golfklub	Golfpálya neve	Település	Lyukak száma	Megnyitás éve
Istanbul Golf Club		Isztambul	9	1895
Klassic Golf & Country C.		Isztambul	18	1994
National Golf Club	Championship Course (Academy Course)	Belek/Kadriye	18	1994 (1994)
Kemer G&C.C.		Isztambul	9	1995
Gloria Golf Club	The Old Course	Belek	18	1995
TAT International G.C.	The Forest Course The Mediterranean C. The River Course	Belek/Kadriye	18	1998 1998 1998
Robinson G.C. Nobilis		Belek	9	1998
Gloria Golf Club	The Gloria Verde Course	Belek	9	2001
Antalya Golf Club	The Pasha Course The Sultan Course	Belek/Kadriye	9	2003 2003
Gloria Golf Club	The New Course	Belek	18	2004
Kaya Eagles Golf Club		Belek/Kadriye	9	2005
Cornellia Faldo Golf Club	The King Course The Prince Course The Queen Course	Belek	18	2006 2006 2006
Sueno Golf Club	The Pines Course	Belek	18	2006
Sueno Golf Club	The Dunes Course	Belek	18	2007
Carya Golf Club		Belek/Kadriye	18	2007
Montgomerie MAXX Royal Golf Club	The Montgomerie Course	Belek/Kadriye	9	2008
Lykai Links Golf Club	The Championship C. (The Academy Course)	Belek	9	2008 2008
Vista Park Golf Resort	Milas Course Halikarnus Course	Bodrum/Mugla	9	2008 2008

Forrás: www.golfturkey.com, Kiss R. 2012a

A fő küldő területeken (Németország, Egyesült Királyság, Skandinávia) nyáron a játékosok a hazai golfklubjaikban játszanak, és csak az otthoni rossz időben, a holt szezonban indulnak el délre sportolni.

A golfturisták nagyon sokan jönnek az otthoni klubtagokkal, golfoktatóval (PRO), hogy felfrissítsék játéktudásukat, és a rossz idő elmúltával azonnal magas szinten játszhasanak. A klimatikus motiváció által generált turisztikai adatok a következőképpen számszerűsíthetők:

- **A tavaszi elő- (február-május közepe) és az őszi utószezonban (szeptember vége-december közepe) közel 125 ezer golfozó szállt meg Belekben 2010-ben, egységenként eltérően, hozzávetőlegesen 3-6 %-kal emelve a szállodák éves foglaltsági mutatóit.**
- **A golfozók által eltöltött kb. 850-900 ezer vendégéjszaka mintegy 44-54 Md Ft (170-210 millió euró „all inclusive” csomagokból származó) bevételt indukált, ami kb. 7%-a a teljes bevételnek.** Az „all inclusive” golfcsomagok népszerűsége kimondottan török specialitás, hiszen nem minden mediterrán térségben terjedt el, így Portugáliában gyakorlatilag alig létezik. Ott az apartmanok, második otthonok vásárlása köthető a golf jellegű beruházásokhoz.
- **A sportturizmus keretén belül érkező sportolók:** golfozók, labdarúgók, az egyéb csapatsportok játékosai, illetve a teniszezők **az éves vendégforgalom kb. 18%-át jelentik Belek resort-jaiban.** Ez a fejlődési irány jól alátámasztja a sport fejlődését Törökországban, ami nemzetközi sportsikerekben és versenyek rendezésében mérhető.

Mindezek az adatok **átlagosan évi 10%-os növekedést mutattak 2009-ben és 2010-ben**, ami kiemelkedőnek számít, hiszen 2008-tól a nemzetközi turizmust is sújtotta a **gazdasági válság**, ennek **ellenére** Belek a mediterrán térség leggyorsabban fejlődő golf desztinációja maradt (KPMG 2011, saját mélyinterjúk 2010). A **2011. elején kirobbant észak-afrikai politikai mozgalmak okozta bizonytalanság az előzetes várakozások ellenére nem növelte a török golf desztináció népszerűségét.** Éppen ellenkezőleg, **átlagosan mintegy 7-9%-kal visszaesett a golfozók és 13%-kal a téli időszakban érkező futball csapatok száma** (KOC, E. 2005). Európai szintű változásról van szó, hiszen a több mint 20 éve folyamatosan növekvő golfozói létszám tendenciája szakadt meg és mintegy 46 ezer regisztrált golfozóval volt kevesebb 2011-

ben a kontinensen (KPMG 2012). Összesen kilenc ország, közülük is leginkább a klasszikus golf nagyhatalmak estek vissza, míg a német ajkú területeken növekedett a regisztrált játékosok száma (8. táblázat).

Az IAGTO adatai szerint **a nemzetközi visszaesés legfontosabb oka a játék időigényessége**, az emberek inkább rövidebb elfoglaltságot választanak helyette. A **csökkenésben közrejátszik a gazdasági válság hatása**, illetve **a valuták egymáshoz viszonyított árfolyam ingadozása** is. Az IAGTO tagjainak 38%-a mintegy 10%-os kereslet csökkenésről számolt be (KPMG 2011). **A visszaesés** azonban nemcsak a golfozók számában, hanem **a lejátszott körökben és bevételekben is tetten érhető** (KPMG 2011). **A nemzetközi golfpiac nagysága 17 Md USD**, amely az összes golfozó 5-10%-a, azaz kb. 3-5,6 millió turistát jelent, ők azok, akik évente legalább egyszer golfozás szándékával nemzetközi relációban elutaznak.

8. táblázat A regisztrált golfozók számának alakulása az egyes desztinációkban 2011. évi statisztikai adatok alapján

Országok csökkenő regisztrált golfozóval	Változás száma 2010-ben	Változás %-ban (2010)	Országok növekvő regisztrált golfozóval	Változás száma 2010-ben	Változás %-ban (2010)
Egyesült Királyság és Írország*	-42.700	-3,1%	Németország	+10.800	1,8%
Svédország	-21.000	-4,1%	Hollandia	+7.600	2,2%
Spanyolország	-9.700	-2,9%	Finnország	+4.600	3,6%
			Csehország	+3.500	7,6%

*2007 óta csökken

Forrás: KPMG 2012

A beleki golfturizmus sikerességének összetevői:

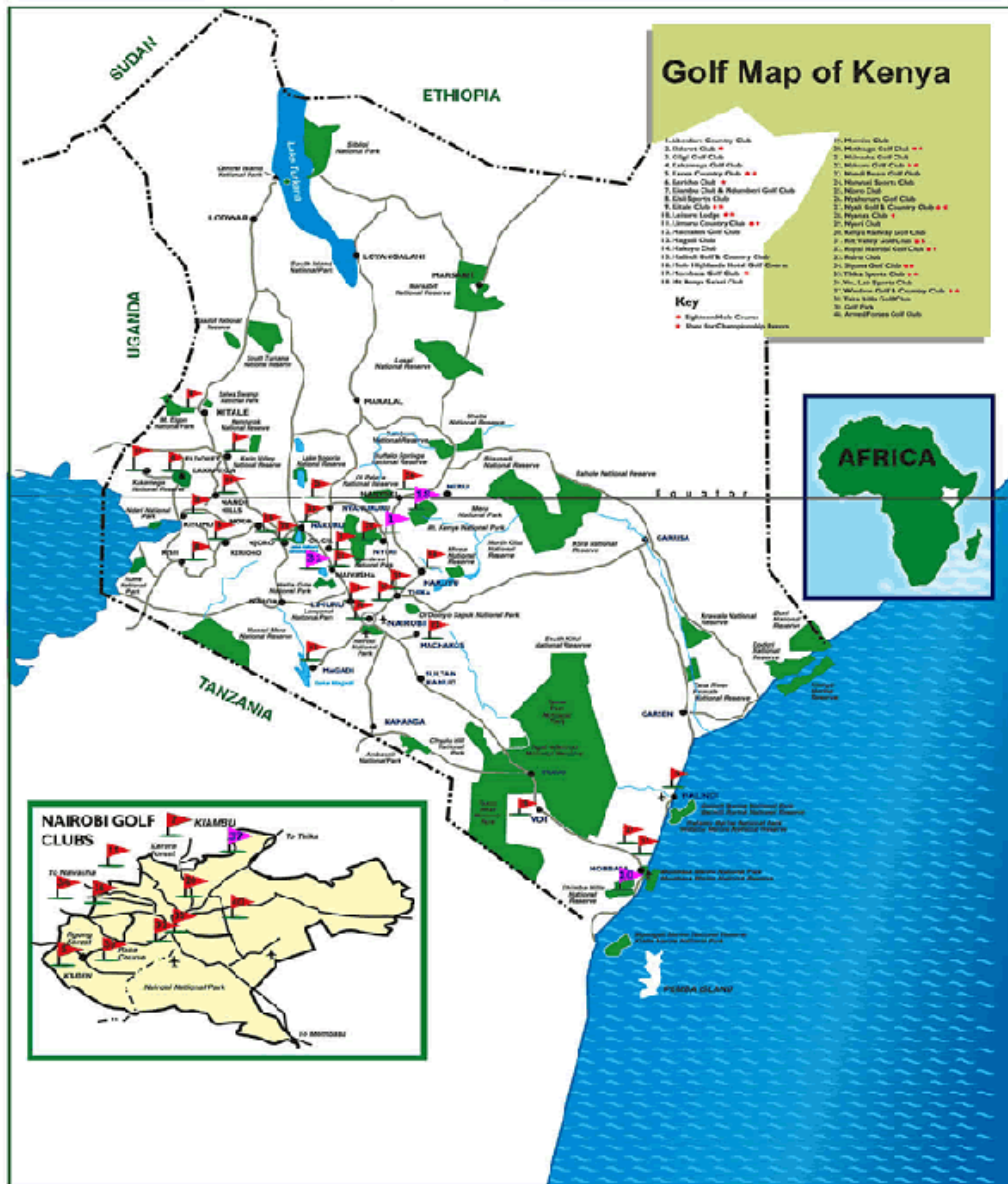
- **Már létező infrastruktúrára és turisztikai szuprastruktúrára épültek**, - csökkentette a beruházások és a marketing költségeit.
- **A világon egyedülálló területi koncentráció jellemzi az itt felépült pályákat**, mert azok egymás tőszomszédságában létesültek, szemben más nemzetközi tengerparti golfpálya-beruházásokkal (CORREIA, A. et al. 2006; PETAR, S. 2010; KISS R. – BAKOS T. megjelenés alatt). Maximálisan egybeesik a fogyasztói igényeivel, teljesebbé teszi az élményt.
- **Szezonhosszabbító „all inclusive” golf resort csomagokat ajánlanak** (golf, szállás, étkezés, transzfer), amely a jó lét és a jóllét érzését kelti a vendégekben.

- **A jól szervezett, egyénre szabott mini busz transzfer, játékos-orientált szolgáltatás.**
- **A települési-(kis)térségi marketing és turisztikai desztináció menedzsment (TDM) mintapéldája: a beleki golfklubok közösen, a kereslet igényeihez alkalmazkodva hirdetik a „golfpartot”.**
- **A „riviéra” hatás kedvező klímát biztosít.**
- **A (golf)turizmusfejlesztés állami prioritása a környezetvédelem felett – jelentős, visszafordíthatatlan környezeti átalakítások.**
- **A profi versenysport is megjelent** (Turkish Ladies Open - Ladies European Tour) egyik európai állomása, jelentős hírérték.

5.4.2. A golfturizmus jellemzői Kenya tengerpartján

A kenyai golfturizmus jelenlegi helyzete részben a brit gyarmatbirodalom terjeszkedésének – a golfozáshoz biztosították az alapvető és az infrastrukturális fejlesztéseket -, részben napjaink globális méreteket öltő fejlődésének köszönhető. Megtalálhatók benne a klasszikus gyarmati időszakot jelentő golfpályák (Royal Nairobi Golf Club 1906) és napjaink ingatlan célú befektetései (Vipingo Ridge Golf Club 2009). Ez a kettősség jól tükröződik az egykori angol koronagyarmat golftörténetében, hiszen már a 20. század legelejétől rendelkezett golfpályákkal, de azokon a függetlenségének elnyeréséig csak a gyarmatosítók játszhattak.

A Nemzetközi Golf Tour Operátorok Szövetsége (IAGTO) forrásai szerint jelenleg közel 40 golfpálya működik Kenyában, ebből tizenhárom 18-lyukú, s hat nemzetközi verseny lebonyolítására is alkalmas championship* kategóriájú. Az intenzíven növekvő kereslet hatására jelentős fejlesztések zajlanak, új pályákat építenek vagy másokat felújítanak. Mindez azt is jelzi, hogy a termék eladható, így Kenya lassan nemcsak szafari-, hanem a golfturizmusáról és ahhoz kapcsolódó minőségi kínálatáról is ismert lesz (READMAN, M. 2003). A kenyai golfpályák viszonylagos koncentrációját jól mutatja a 23. ábra.



23. ábra A kenyai golfpályák földrajzi elhelyezkedése

Forrás: Tob Golf Tour Safari, 1998

A 23. ábrán nyomon követhető a pályák földrajzi elhelyezkedése, amelyek összpontosulnak a turisztikailag frekvenciáltabb Kelet-afrikai-árokban, a tavak és a főváros környékén, a felföldön, valamint a tengerparton, alternatívát biztosítva a nemzetközi híró vadvédelmi rezervátumokat (Tsavo, Masai Mara) felkereső, illetve a tengerparti nyaralást preferáló turistáknak is. A fő célcsoportjuk azonban az elsődlegesen golf motivációval érkezők számára nyújt sajátos élményt: a magaslati (1500 m feletti) pályák esetében azok játszhatósága teljesen megváltozik, és ez kuriózum az ehhez nem szokott - főleg - európai golfozóknak (KISS R. – BAKOS T.

megjelenés alatt). Kenya trópusi szavanna éghajlata, illetve a golfpályáknak teret adó magasföldjei egész évben játszható golf desztinációt biztosítanak, ami jelentős vonzerőt gyakorol elsősorban a Brit-szigetéről érkezőknek (READMAN, M. 2003). Mindezen természeti adottságokat és fejlesztéseket tekintve, nem meglepő, hogy 2008-ban Kenya nyerte el az év „legjobb fel nem fedezett golf desztináció” címet (IAGTO 2008).

A kenyai golfturizmus fejlődésének mérföldköve az 1991-ben létrejött első hazai golf tour operátor, a Tob Kenya Golf Safari, amely közvetlen kiejánlásokkal igyekezett az ország páratlan kínálatát értékesíteni. Ezt erősítette a Kenyai Turisztikai Hivatal 2009-es promóciós tevékenysége a „Magical Kenya”, amely három területre összpontosított: egyrészt a **szafari túrákra és vadvilágra**, másrészt a **kulturális és örökségturizmusra** (helyi sajátosság, muzulmán, portugál, angol és afrikai (szuahéli) hagyományok keveredése), harmadrészt a **luxus termékek fogyasztásának** minél szélesebb körű **elterjedésére**. Utóbbiak között az egyik kínálati elem a vitorlázás, tengeri horgászat, bűvárkodás mellett a golfturizmus.

A vizsgálat tárgyát képező 3 golfpálya földrajzilag jól lehatárolható területen, Mombasában, az Indiai-óceán partján található: a 20. század legelején alapított, patinás Mombasa Golf Club (1911), az ugyancsak jelentős múlttal bíró Nyali Golf & Country Club, illetve a 2009-ben megnyílt Vipingo Ridge Golf Club. Utóbbi egy új és hatalmas golf resortként (szálláshellyel bíró golf komplexum: PRIESTLEY, G. K. – ASHWORTH, G. J. 1995) került fel az ország és a kontinens golftérképére.

- A **Mombasa Golf Club** a belváros szélén, egy szigeten helyezkedik el, nagyszerű kilátással a kikötőre és az Indiai-óceánra, szálláshely nélkül.
- A **Nyali Golf & Country Club** a várostól északra található, az 1940-es évek végétől a szomszédos partszakaszon álló Nyali Beach Hotel vendégeire alapozta forgalmát.
- A **Vipingo Ridge Golf Club**, a Mombasától 30 kilométerre északi irányban, az Indiai-óceán partjához közel fekvő, az ország legújabb és a nemzetközi elvárásoknak megfelelő golf resort-ja (9. táblázat).

9. táblázat A mombasai golfpályák összehasonlítása

	Mombasa G.C.	Nyali G.C.C.	Vipingo Ridge G.C.
Alapítás/nyitás	1911	1958	2009
Pálya típusa	nyilvános	nyilvános	nyilvános + ingatlan tulajdonosok
Szakaszok száma	9 + 9	9 + 9	18 Baobab + 18 átadás előtt
Település	Mombasa	Mombasa	30 km-re Mombasától
Építési cél	csak golf	csak golf	golf és ingatlan
Pályához kapcsolódó szállás	nincs, belvárosi fekvés miatt	nincs a szomszédos Hotel Nyali Beach miatt	apartmanok szálloda
Tagok száma	n.a.	700	198

Forrás: KISS R. –BAKOS T. megjelenés alatt

Az első két pálya építése, bővítése követi a klasszikus golfpálya beruházásokat (SHAW, V. – ALDERSON, J. 1995), azaz kezdetben olcsó, kisebb 9-lyukú pályákat építettek, majd a kereslet bővülésével, újabb kilenccel egészítették ki azokat 18 szakaszosra. A kezdeti beruházások tipikusak a tekintetben is, hogy a korábban létesült pályák esetében nem épült hozzájuk golfhotel. Az egyedüli és jelentős eltérést ettől a klasszikus fejlődési úttól a Vipingo Ridge mutatja, amely kimondottan egy új, ingatlan alapú, resort jellegű beruházás, ami a nemzetközi sztenderdek követő – championship* pálya építésével - új alapokra helyezi nemcsak a kenyai, hanem a kelet-afrikai golféletet (WON et al. 2009).

Mindhárom pálya esetében meghatározó szerepe van a hazai keresletnek - sokan érkeznek közülük a fővárosból a tengerparti pályákra -, ami jól mutatja, hogy az országon belüli golfozás is terjedőben van, és ez a jövőre nézve biztató. A kenyai golfturizmus felértékelődőben van a klasszikus golfnemzetek és a gyorsan emelkedő küldő országok között, ami összecseng a nemzetközi trendekkel (SHAW, V. – ALDERSON, J. 1995) és a korábbi kutatásokkal (KALI Z. 2009; KISS R. 2007).

Összességében a kenyai golfturizmusra a következők jellemzőek:

- A keresletet angol vagy német, 40 évnél idősebb, amatőr, férfigolfozók jelentik, akik előszeretettel játszanak több pályán, és tour operátoron keresztül érkeznek.
- **A kenyai klubok alapvetően tag-orientáltak**, akik sokat játszanak, ezért praktikus a tee time foglalás. Ebben segítenek a tour operátorok, s így a green

fee-s* (nem klubtag) vendégek, nagyobb biztonsággal kapnak időt egy forgalmas pályán is.

- A piaci versenyhelyzetben **együtműködnek a pályák**, közösen nyújtva azt, amit a golf turista igényel: több egymáshoz közeli pályát (READMAN, M. 2003).
- **A golfozók itt presztízsfogyasztók**, hiszen átlagos napi költésük €150-200/fő között mozog (KALI Z. 2009).
- **A kenyai golfturizmus is egyre versenyképesebb**, hosszú távon akár a kontinens piacvezető Dél-Afrikai Köztársasággal is felveheti a versenyt.
- Az ország tengerparti részein megjelenő **megaberuházások új minőséget**, magasabb dimenziót **hoznak a golfturizmusba**.
- A golfturizmus és a különféle **turisztikai termékek** (szafari turizmus, ökoturizmus, tengeri horgászat) **összekapcsolása jellemző**.

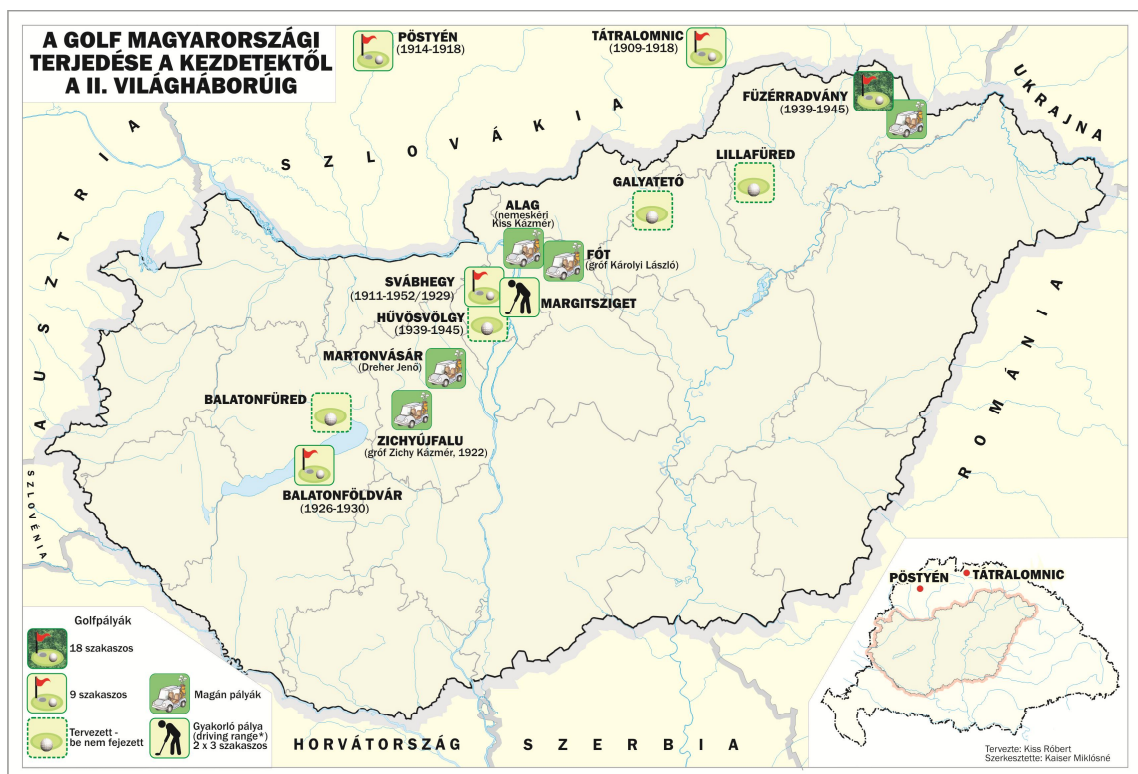
5.5. Hazánk golfturizmusának kínálati elemei, turisztikai helyzetelemzése

Az alábbi alfejezet a hazai turisztikai kínálat kialakulásának, történelmi áttekintésének elemzése után, a golfpályák létrejöttéhez szükséges erőforrásokat, telepítő tényezőket tárja fel, majd e tényezőknek a földrajzi környezetre gyakorolt hatását ismerteti. Kitér az egyes pályák földrajzi jellemzőire éppúgy, ahogyan azok fejlesztési lehetőségeire, és a pályákat, klubokat működtető vállalkozások gazdasági helyzetének bemutatására.

5.5.1. A magyar golf és golfturizmus történelmi áttekintése

A golf első hazai írásos említése 1879-re tehető, amikor Molnár Lajos az Athletikai Gyakorlatok című összefoglaló művében említi Esterházy Miksa gróf - a magyar atlétika megalapítója - megbízásából. Magának **a golf sportnak a bemutatására 1902. december 13-án került sor** az ugyancsak angolszász eredetű sport szentélyében, a lóversenypályán (SZLÁVY T. 2011). **Az első magyar golfpályán**

golfversenyt 1909-ben Tátralomnicon rendeztek, ahol akkor tenisz, sí, bob és golf klub is működött együtt. A legidősebb **önálló golf klub** (Budapesti Golf Klub, majd 1915-től Magyar Golf Klub) megnyitásakor, **1911-ben, a Svábhegyen épült 9 lyukú pálya**, a pécsi sportcsarnok névadójának, Lauber Dezsőnek köszönhetően, akit szokás a magyar golfsport megalapítójának is nevezni. A többszörös golfbajnok és számos más sportágban (tenisz, atlétika, kerékpár) is sikeres sportoló, később sportvezető - egy időben a MOB főtitkára is –, golfpálya tervezőként és építőként is jelentőset alkotott. Nevéhez fűződik több golfpálya építése, így a **pöstyéni fürdő melletti (1914)**, a **balatonföldvári (1926, 9 szakasz Karika-völgy)**, a svábhegyi golfpálya kibővítése (1929, 18 szakasz), illetve közvetlenül a II. világháború kitörése előtt (**Füzér)Radványban**, a Károlyi-kastély parkjában (1939, 18 szakasz magán pálya) (24. ábra).



24. ábra A golf magyarországi terjedése a kezdetektől a II. világháborúig

Forrás: SZLÁVY T. 2010, saját szerkesztés 2013

Ebben az időben már a fővárosi kereslet működtette a **Margitszigeten** a gyakorló pályát (pár szakasszal), valamint az angol mintát követve, a kornak megfelelően vidéki uradalmak központjaiban rövidebb, pár szakaszos, magánhasználatú

pályák is (**Martonvásár** – Dreher Jenő, **Fót** – gróf Károlyi László, **Zichyújfalu** – Gróf Zichy Kázmér **Alag** – nemeskéri Kiss Kázmér) nyíltak. Ezeken a magyar arisztokrácia a sport népszerűsítése érdekében kertjeikben, parkjaikban saját maguk és vendégeik szórakoztatására játszottak. Fentiekén kívül a golf 1930-as évekbeli térhódítását jól mutatta, hogy a **lillafüredi** (1930, 18 szakaszos a Palotaszálló közelében Hollóstetőn), a **balatonfüredi, galyatetői és hűvösvölgyi** pályák tervezése is megtörtént, de az elsőt leszámítva kivitelezésükre a világháború miatt már nem került sor (SZLÁVY T. 2011).

A fentiekből megállapítható, hogy alapvetően **két fejlesztési irányt lehet elkülöníteni a 20. század eleji hazai golfpálya építésekben: voltak turisztikai jellegű, illetve a nemesi családokhoz köthetők. Előbbiek kimondottan népszerű desztinációkban valósultak meg**, illetve oda tervezték őket, így pl. a Pöstyén fürdő (1914) vagy a balatonföldvári pályaépítés (1926), amelyek részben a Karlovy Vary (Karlsbad) és Mariánské Lázně (Marienbad) melletti monarchiabeli példákat idézték. Ezek a fejlesztések a napjainkban is megfigyelhető, a turizmus komplexitására koncentráció elképzeléseknek felelnek meg, ahol elsősorban az érkező vendégek termék- és szolgáltatáskínálat iránti bővítés igényét célozták a golfpályák építésével. **A másik jellemző fejlesztési irány a golfsportot ekkor űző arisztokrácia jeles képviselőinek kastélyai melletti parkokban épült kisebb magánpályák** (Fót és (Füzér)Radvány Károlyi-kastély), amelyek az úri közönség kiszolgálását célozta. Nemzetközi kitekintésben számos kastélyt lehet említeni (St. Andrews, Bovey Castle), amelyek mind a mai napig jelentős golfpályával rendelkeznek. A folyamat napjainkban is megfigyelhető, nevezetesen ismert kastélyok, kastélyhotelek mellé építenek minőségi bajnoki golfpályákat (championship course*), mint az írországi Dromoland és Killeen Castle vagy Adare Manor, utóbbit az „ír Augusta-nak”* is nevezik, így a kulturális és sportturizmus jól kiegészíti egymást.

A magyar golf sport a legnagyobb sikereit 1923-1939 között érte el („Aranykor” SZLÁVY T. 2011), hiszen ekkor nemzetközi sporteredményeket elérő játékosok ütögettek a magyar pályákon, a már említett Lauber Dezső mellett Gyurkovich Béla, Dr. Kovács Jenő és az Európa legjobb női golfozójának megválasztott Dr. Szilágyi Béláné (született: Hevesi Erzsébet). **Méltán nevezhető ez a korszak a mai meghatározások alapján a magyar golfturizmus legjelentősebb időszakának** is, egyszersmind **a golfsport és ahhoz kapcsolódó sportturizmus első, mind a mai napig felül nem múlt állomásának**. Nemcsak a nemzetközi bajnoki címeket szerző magyar golfozók, hanem

a nemzetközi golfélet jelentős személyiségei is megjelentek a hazai versenyeken, azaz a ki- és beutazó golfturizmus létezett. A II. világháborút követően ugyan még visszatért a játék és a klubélet, de a rendszerellenesnek bélyegzett sport üzése folyamatosan veszélybe került, ahogyan az 1939-től svábhegyi Golf Szállót is üzemeltető, Európa egyik legszebb golfpályája is. **Elsőként az Úttörővasút 1948-as, végül a szovjet radarállomás pályán való építése (1952) pecsételte meg a magyar golf helyzetét.** A 20. század első évtizedeiben, hazánkban oly népszerű és sikeres sportág a kommunizmus időszakában tiltott sport lett, így az nem volt jelen az országban az 1970-es évekig, és mindezt az 1966-69 közötti, a nemzetközi idegenforgalom igényeinek köszönhetően Vörös Csillag (korábban Golf) Szálló mellett kialakított kicsi - két greenből és három elütőből álló - golfpálya létesítése, mint „intermezzo” (SZLÁVY T. 2011) sem törte meg. **Ez volt az első momentum a hazai golftörténelemben, amikor a golf fejlesztése turisztikai érvekkel indult meg,** ráadásul egy politikai ideológiákkal keményen sújtott időszakban. **Ilyen tisztán turizmusorientált fejlesztésre azóta sem került sor.** Gáti Ferencnek a kommunista Kubában is elérhető sportra való utalása adta meg a kezdeti lökést a golf hazai újraindítására, az 1970-es végétől saját kézzel építették a golf megmaradt szerelmesei a II. világháborút követő első magyar golfpálya egyes szakaszait Kisorosziban, amely 1986-ra készült el (9 szakasszal). A nehézkes indulás további mérföldköveként **1989-ben megalakították a Magyar Golf Szövetséget,** amely 7 évi Golf Szekciós múlt után kivált a Magyar Gyeplabda Szövetségből és önálló működésbe kezdett. Nem egy, a magyar társadalomban korábban nem létező sport megerősödéséről és a hozzá kapcsolódó utazásokról van jelen esetben szó, hanem a 20. század első harmadában szebb napokat látott golf rendszerváltást követő újjáélesztéséről, a két világháború közötti években a magyar arisztokrácia úri „hóbortjai” között megjelent, nemzetközi sikerekkel büszkélkedő golfról.

A rendszerváltás által generált kedvező politikai és gazdasági változások elindították **a hazai golfpálya-beruházásokat,** annak **első hulláma az 1990-es évtizedre tehető** (10. táblázat).

Sajátos fejlődési utat járt be a hazai golf, hiszen kivétel nélkül csak 18 lyukas pályák épültek ekkor, ami egy újrainduló golfpiacon esetében nem éppen a klasszikus fejlődési út. Ahelyett, hogy elsősorban a főváros és a nagyobb városok környékén kisebb, 9 vagy 6 szakaszos pályák létesítésére koncentráltak volna a beruházók, amelyekkel a sportot lehetett volna népszerűsíteni és a golfozók tömegét kitermelni, a

nagyobb földigénnyel, pénzügyi háttérrel bíró 18 lyukas pályákat terveztek. Így jött létre 1991-ben Bükön, 1992-ben Pécsen, majd 2 év múlva Hencsén, később Alcsútdobozon és Tatán golfpálya (HUNGARIAN GOLF MAGAZIN 2008; SZLÁVY T. 2011).

10. táblázat A magyarországi golfklubok és pályák megnyitása 2012-ig

Év	Összes golfozási lehetőség	Golfpálya			Egyéb golf létesítmény (pl. gyakorlópálya - driving range)
		18 szakaszos	9 szakaszos	6/3 szakaszos	
1989	1	Kisoroszi (2003-ig)			
1990	1				
1991	2	Bük			
1992	3	Pécs (2003-ig)			
1993	3				
1994	4	Hencse			
1995	4				
1996	6	Alcsútdoboz		Hévíz	
1997	6				
1998	9	Tata	Dunakiliti	Diósd	
1999	10				Golf Tanya (Bp.3.) ²
2000	12			Monor	Petneházy (Bp.2.) ²
2001	12				
2002	13	Göd (2010-ig)			
2003	15			Szeged (2010-ig)	Békéscsaba
2004	13				
2005	14				Lajosmizse
2006	16		Highland (Bp. 22.) ²		Nyíregyháza
2007	16				
2008	19	Balatonudvari Vámospércs			Zirc (Club Szarvaskút)
2009	22	Kisoroszi	Zsira Szentlőrinc (Bp. 23.) ²		
2010	24		Balatongyörök Academy (Bp. 3.) ²		
2011	22				
2012	22 ¹		Zirc		
2012	22¹	7	7	3	5

¹A Magyar Golf Szövetségnek csak 14 klub a tagja ² fővárosi kerület

Forrás: MGSZ, 2012

A következő – nemzetközi mércével mérve is – **mérsékelt felfutás a 2000-es években következett**, amikor felismerve az egyoldalú kínálatot, a kisebb és olcsóbb gyakorlást is jelentő pályák fejlesztésére is koncentráltak már.

Megépültek az első fővárosi 9 lyukúak, és terjedt a driving range*-ek földrajzi elérhetősége is, elsősorban a nagyobb hazai városok mentén. A korábbi területi koncentráció enyhülni látszott, mert a főváros és Dunántúl központú fejlesztések után a

Dunától keletre is megjelent a golf, elsőként Gödön, egy 18 szakaszos pálya képében, majd folyamatosan a nagyobb alföldi városok melletti gyakorló pályákként. Kecskemét (Lajosmizse), Szeged, Békéscsaba, Debrecen és Nyíregyháza szomszédságában is lehetett az új szabadidős tevékenységnek hódolni, ami elvileg kedvező folyamatokat indított el.

Mindezek ellenére sem emelkedett a golf népszerűsége, valódi golfos tömegbázis nem alakulhatott ki. A gazdasági válságot megelőzően túlzottan optimista nemzetközi és hazai golfturisztikai előrejelzések készültek (SARTORI, A. 2004), amelyeknek köszönhetően a 2000-es évek második felében, zömében nemzetközi befektetők ingatlan alapú pályafejlesztéseket megindítottak. Mivel **a beruházások egybeestek a 2008-as gazdasági krízissel vagy abba maradtak** (Zalacsány, Csákberény), **vagy el sem indultak** (Bicske). A gazdasági visszaesés hatása mind a mai napig áthatja a magyar társadalom egészét és ez hangsúlyosan megnehezíti a tulajdonosoknak a pályák működtetését, hiszen eddig is igen kicsi keresletről lehetett beszélni, ami tovább szűkült a kedvezőtlen pénzügyi folyamatok hatására. Ennek egyenes következményeként klub szinten csökkenni kezdett a regisztrált golfozók száma. **Az ilyen környezetben megnyíló golfpályák jelentős hitelek felvételével, kimondottan hátrányos gazdasági környezetben bővítették a kínálati oldalt, egy olyan kicsi piacon, ahol eközben golfos kereslet alig volt.** Noha az EU-csatlakozás hatott valamennyit a golfra is, de HEGYI A. (2009) szerint néhány golfos befektetés balul sikerült, így Zalacsány (Zalaspings Golf Resort) helytelen piacfelméren alapult, Csákberény kedvezőtlen befektetési portfólión, Bicske rossz időzítésem, míg Pécssett szakértelem hiánya merült fel, amelyek – előretékintő turizmustervezéssel - mind könnyen elkerülhetőek lettek volna. A fenti döntéseknek köszönhetően később, a válság természetes következménye volt egyes golfpályák bezárása, így a pécsit (2003) később követte a szegedi és a gödi (2011), de ezzel még nem ért véget a tulajdonosok kálváriája. Számos esetben a jelentős hitelből finanszírozott beruházások közül több is pénzügyi mentőövet, illetve banki felügyeletet kapott már (Bük, Academy-Óbuda), ami a hitelező által ellenőrzött menedzsmentet jelent. Jelen helyzetben kardinális kérdés a golfozók számának radikális emelése és a pályák túlélését célzó időszak mihamarabbi lezárása, ami azonban a jó szándékon és marketingen túlmutató gazdasági folyamatoktól is függ (25. ábra).



25. ábra Magyarország golfturisztikai attrakciói

Forrás: SZLÁVY T. 2010, MGSZ 2012, saját szerkesztés 2013

Mindezen rövid történelmi áttekintésre azért volt szükség, hogy a - sokak számára meglepően sikeres és dicsőséges - sportmúlt ismert legyen, és a továbbiakban érthető a korábbi és jelenlegi nemzetközi összehasonlítás.

5.5.2. A magyar golfpályák földrajzi telepítő tényezői

Magyarország földrajzilag az északi mérsékelt égöv és Európa közepén helyezkedik el, az Atlanti-óceántól való távolsága a négy évszak kialakulását, a turizmusban a szezonáltság megjelenését eredményezi. A mérsékelt nedves kontinentális éghajlatának, a tengerek és a magas hegységek hiányának köszönhetően (PÉCZELY GY. 1979; BORSY Z. 1992; LOVÁSZ GY. 2000) **Magyarország az egy szezonú turisztikai desztinációk közé tartozik.** Ebben a kedvező környezetben a golfnak, mint sportnak, szabadidős tevékenységnek, a meghonosodásához a golfturizmusnak a megjelenéséhez természeti, gazdasági és társadalmi telepítő tényezőknek, mint feltételeknek az egyidejű teljesítése volt szükséges.

5.5.2.1. Természetföldrajzi tényezők

A már ismertetett közép-európai lokációnak köszönhetően kialakult **kedvező éghajlati adottságok** 7-8 hónapos golfszezont tesznek lehetővé áprilistól októberig (olykor akár március közepétől november közepéig, amikor a fű növekedéséhez szükséges minimális 10-12 °C alá nem esik tartósan a hőmérséklet BEARD, J. B. 2002), ami kimondottan előnyös a rövid nyári turisztikai szezonhoz képest. Ezzel **a magyar golfturizmus olyan aktív turisztikai termék, amely nemzetközi szinten is jelentős szezonhosszabbító hatással bír**, hasonlóan a vitorlássturizmushoz, ráadásul együtt egy fizetőképes és magasabb költséssel rendelkező célpiacot vonzanak. Az éghajlati adottságok Európa jelentős küldő területeinél: Brit-szigetek, Németország, Benelux-államok és Skandinávia a magyar golfszezon 1-2 hónappal hosszabb. Így versenyelőny csak a tavasz eleji, őszi végi időszakban jelentkezik, míg az európai golfszezonban kizárólag magas minőségű kínálati elemekre építő, kedvező és komplex golfcsomagok kiejánlásával lehet a jelentős kínálati és minőségi előnyt élvező desztinációkhoz képest piacot nyerni. **A klimatikus előny csak északi küldő piacok irányában és átmenetileg érvényesíthető**, hiszen az egész éves szezonnal bíró dél-európai golfcentrumokkal nem képes versenyezni hazánk.

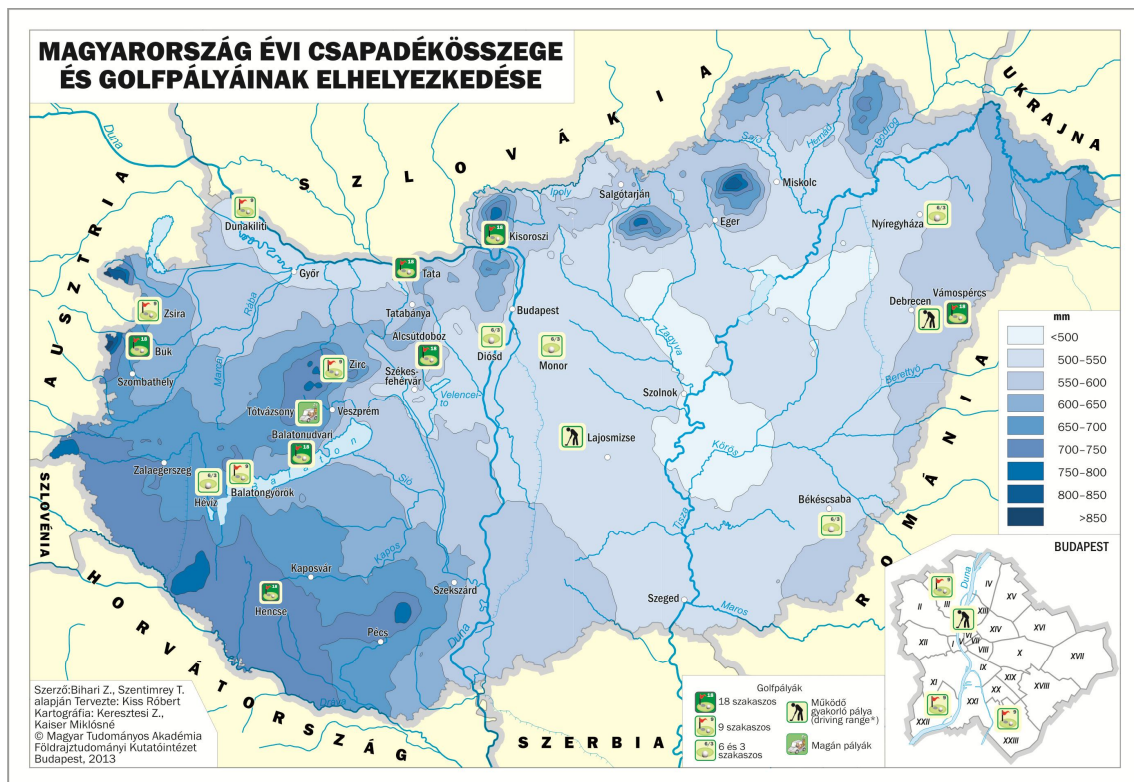
Kis kiterjedésű **országunkban egyetlen éghajlata van**, azon belül jelentős régiós eltérések a domborzattól eltekintve nincsenek, ami országon belüli golftérsegek kialakulását eredményezte volna, kizárólag természetföldrajzi jellemzők alapján. Mindezt jól illusztrálja az éghajlati elemek közül **az éves középhőmérséklet alakulása** és a golfpályák elhelyezkedése (26. ábra), így e tekintetben nem állapítható meg szoros összefüggés, ami kizárólag e két változónak az egymásra hatásából származna. **Az országon belüli hőmérsékleti eltérések olyan minimálisak, hogy nem befolyásolják a pályák földrajzi térben való megjelenését**, igaz, helyi jelentőségű eltérések, mint hazánk legmagasabb városa, a Zirc melletti pálya napi hőmérsékleti alakulásában, lehetségesek. A **napfénytartam** is említendő éghajlati elem, hiszen annak eloszlása a vegetációs periódusra van hatással. A greenkeeperek* szerint a helyi klímát, így a szárazságot tűrő fűfélék (perjefélék) alkalmasak a zöld terület optimális öntözéssel történő fenntartására (BEARD, J. B. 2002).



26. ábra Magyarország évi középhőmérséklete és golfpályáinak elhelyezkedése

Forrás: KOCSIS K. – SCHWEITZER F. 2011, SZLÁVY T. 2010, MGSZ 2012, saját szerkesztés 2013

A golfpályák elhelyezkedésére sokkal inkább hatással van egy másik éghajlati elem, a **csapadék országos (térbeli és időbeli) eloszlása**, amely hangsúlyozza a víz, mint telepítő tényező fontosságát. A 27. ábra jól mutatja, hogy egy golfpálya fenntartásának legjelentősebb természeti erőforrása, egyben a fix költségek egyik legmarkánsabbja is, a **víz**, az öntözéshez elengedhetetlen természeti erőforrás. Hazánk legszárazabb alföldi területein jelenleg nincs golfpálya, igaz, más telepítési tényezőknek köszönhetően a Kecskemét melletti városi executive* golflétesítményt éppen 2013 tavaszán kezdik építeni. Természetesen nem a víz hiánya az egyetlen ok, ami eddig az alföldi területek viszonylagos alulreprezentáltságát okozták, számos gazdasági és kulturális tényező is erősíti ezt. A csapadékvíz időbeli eloszlása hatással lehet a golfpályák elhelyezkedésére, hiszen mély fekvésű, vizenyős helyen (ártér) nem szabad építeni, ahogyan a belvíz által veszélyeztetett területen sem. A víz nemcsak éghajlati elemként, hanem felszíni vagy felszín alatti forrásként is jelentős szerepet kap a golfpályák létrehozásában, elhelyezkedésében, legyen azok folyókra, tavakra, valamint a fűrt kutakra vagy természetes forrásokra épülők.



27. ábra Magyarország évi csapadékösszege és golfpályáinak elhelyezkedése

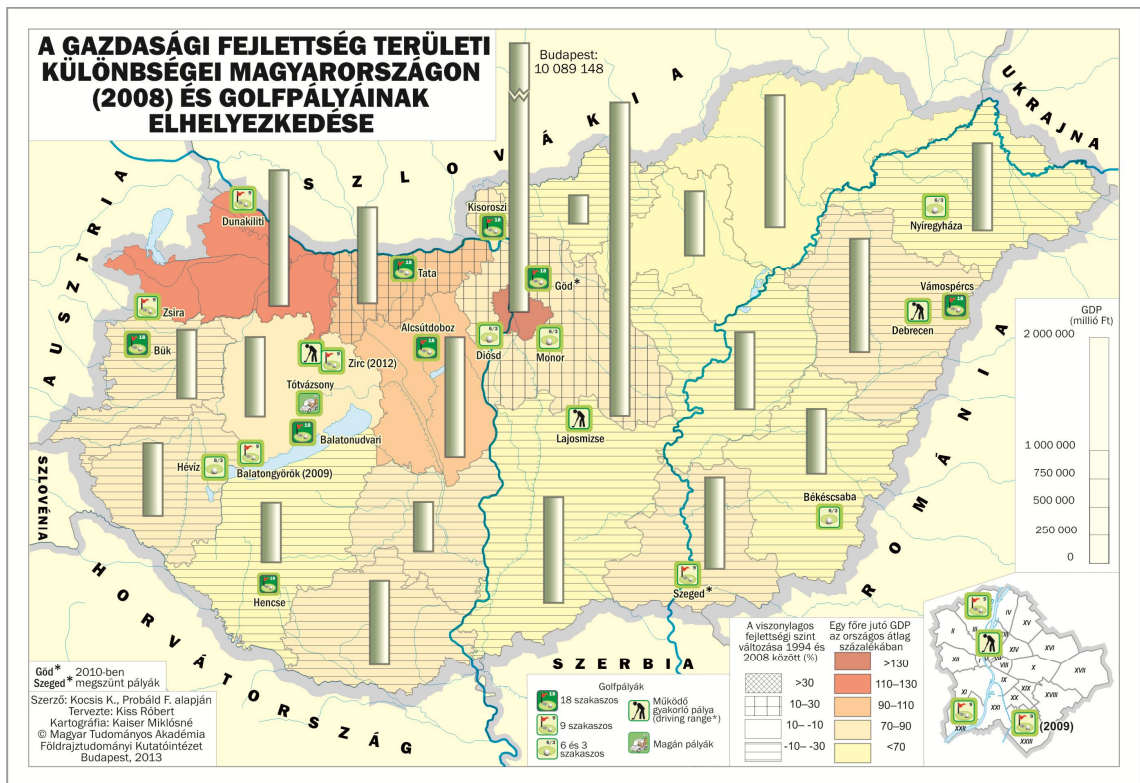
Forrás: KOCSIS K. – SCHWEITZER F. 2011, SZLÁVY T. 2010, MGSZ 2012, saját szerkesztés 2013

A **domborzat** a golfpályák építését csak annyiban befolyásolja, hogy bizonyos szintkülönbséget lehet csak tervezni, ami pályaszakaszokként kb. 30-50 méter lehet, ennél jelentősebb eltérés a játszhatóság és az élmény rovására megy. Hazánk dombvidékei és síkvidékei kitűnő háttérrel adnak erre, jó példa a Pannon-tájon megbúvó Alcsútdoboz, és a Nyírségi homokformákat követő Vámospercsi pályák karaktere, amelyek a játszhatóságukat fokozzák. A Zirci pálya szezonja pusztán domborzati okokkal magyarázva a legrövidebb, hiszen a magassági eltérések jelentősen befolyásolják az előbbi két tényező (hőmérséklet, csapadék) eloszlását, nagyságát.

5.5.2.2. A gazdasági tényezők

Az ország gazdasági fejlettségének területi különbségei jelentősen befolyásolják a golfpályák földrajzi térben való elhelyezkedését (DÁVID L. et al. 2007). A gazdasági térszerkezetben jelentkező főváros-vidék dichotómia annyiban módosul a golfban, hogy a pályák két nagy koncentrációja közül az egyik a fővárosban és környékén, a másik a

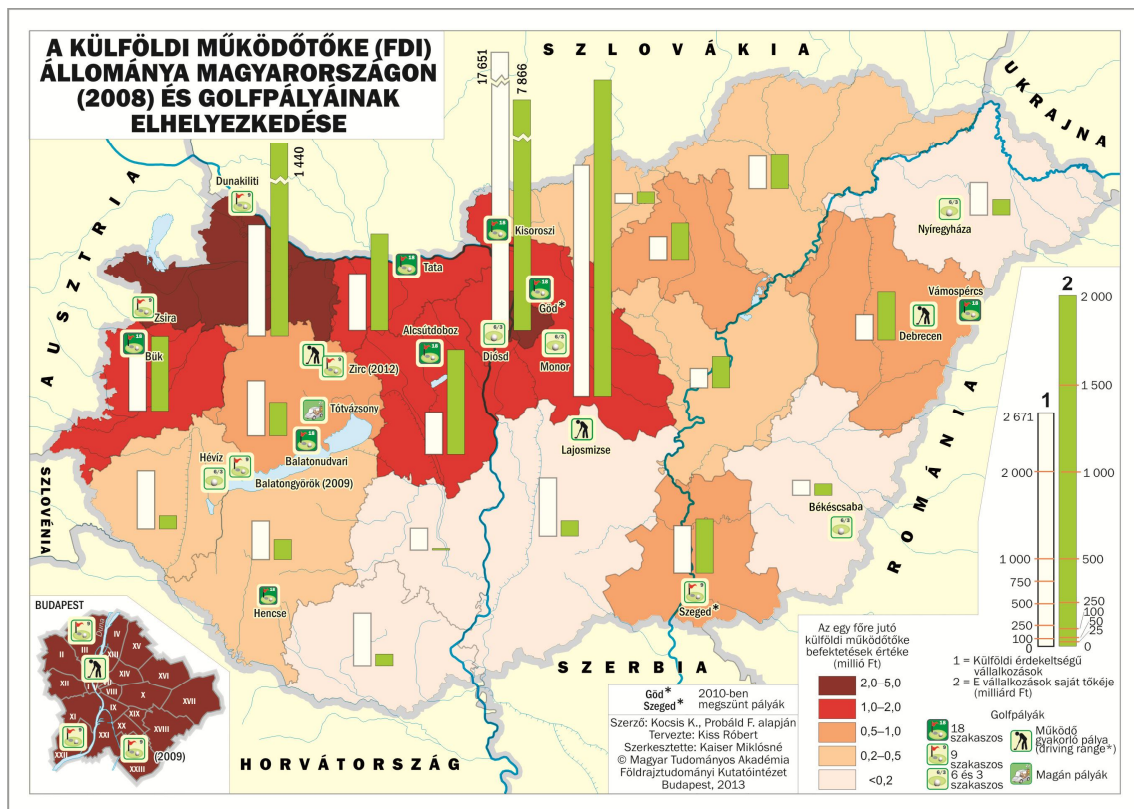
Dunántúl északi (Balatontól északra fekvő) részén található (28. ábra). Hazánk legnagyobb keresletét adó Budapest határain belül ún. városi executive* (9 szakaszos) golfpályák és gyakorló pályák találhatóak, míg környékén 18 szakaszosak. Ezeket részben magyar, részben külföldi kereslet tartja életben, előbbieket a vállalkozói és vállalatvezetői réteg, utóbbiak az itt működő nemzetközi vállalatok vezetői és diplomáciai testületek golfkedvelői.



28. ábra A gazdasági fejlettség területi különbségei Magyarországon (2008) és golfpályáinak elhelyezkedése

Forrás: KOCSIS K. – SCHWEITZER F. 2011, SZLÁVY T. 2010, MGSZ 2012, saját szerkesztés 2013

Pest megye mellett a gazdaságilag legfejlettebb megyék Győr-Moson-Sopron, Komárom-Esztergom, Fejér, valamint a nyugati és Balaton menti fekvésnek köszönhetően Vas, Zala és Veszprém. Jól látható mindez a 29. ábrán, amely még hangsúlyosabban emeli ki az 1990-es évektől a külföldi működőtőke gazdaságélénkítő szerepét, illetve területi koncentrációját. Elsősorban a földrajzi közelség, jó közlekedési kapcsolatok (logisztika: TÓTH A. 2004) és az európai magterületek felé forduló kooperációnak köszönhetően átstrukturálódott a megyék korábbi hierarchiája (PROBÁLD F. 2011).



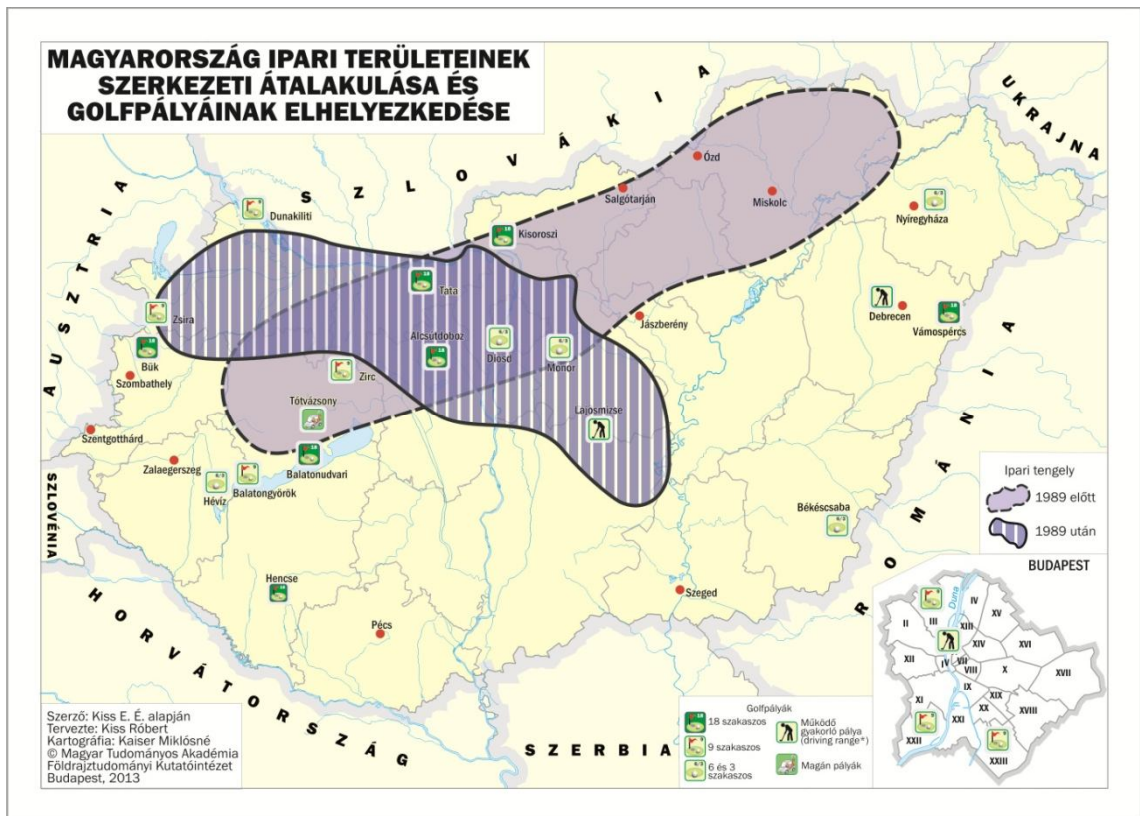
29. ábra A külföldi működő tőke (FDI) állománya Magyarországon (2008) és golfpályáinak elhelyezkedése

Forrás: KOCSIS K. – SCHWEITZER F. 2011, SZLÁVY T. 2010, MGSZ 2012, saját szerkesztés 2013

Megjelentek a multinacionális vállalatok és a gazdaságélénkítő és golfpálya „telepítő” hatásuk egyik jó példája a 2014-ben Kecskeméten nyíló, új 9 szakaszos golfpálya, egyrészt mert egy hosszú távú fejlesztési koncepció első gyermeke, amely a térségben és a Budapesten élőkre alapoz, másrészt megnyitását kimondottan a Mercedes gyár német menedzsmentjének a golfpiacon történő megjelenése indukálta. A terület-, és gazdaságfejlesztésben szerepet játszó közlekedési infrastruktúra kiépítettsége a golfturizmus számára is könnyebb elérhetőséget biztosít a fővárosiaknak, így az M7-es autópályának köszönhetően a balatoni és a zirci pályák is „közelebb” kerültek a fővároshoz, illetve az M1-es lévén a tatai, alsóútdoboz.

Az elmúlt évtizedekben a területi szerkezetváltás - a világban végbemenő változásokhoz hasonlóan - Magyarországon belül is fajsúlyos átrendeződést mutat. A rendszerváltozást megelőzően az országot középen kettészelő Dunántúli-középhegység, valamint annak folytatásában az Északi-középhegységgel jelentette a nehézipari tengelyt, amely elsősorban bányászat, kohászat és gépgyártás hármására épített (KISS É. 2011). Az elmúlt több mint húsz évben végbement gyökeres változások hatására

átrendező ipar térszerkezete, a külföldi és hazai magánvállalkozásokkal és multinacionális cégek új, jó közlekedési kapcsolatokkal bíró térségeket választottak, és egy új, a korábbi ÉK-DNY irányt egy ÉNY-DK-i váltotta fel, amely technológia alapú befektetőket vonzott a térségbe (30. ábra). Az ábrán jól nyomon követhető egyes térségek fel-, mások leértékelődése, illetve a fejlődésben élen járó régiók területének zsugorodása.

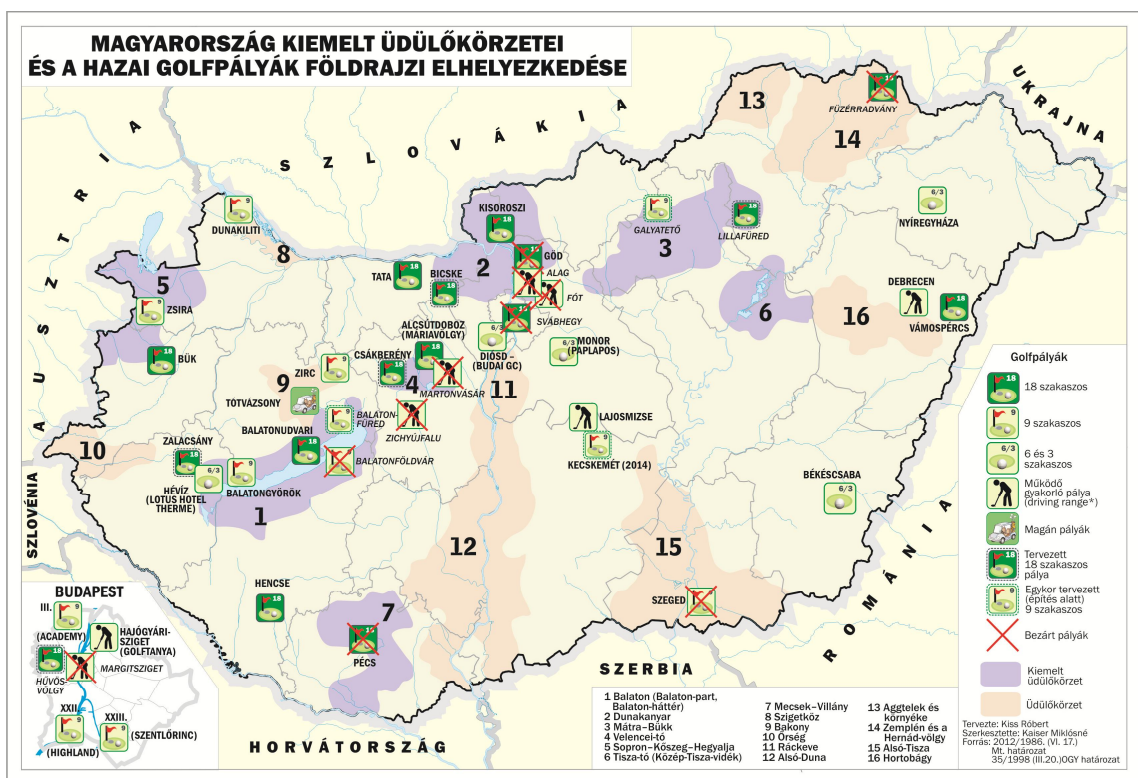


30. ábra Magyarország ipari területeinek szerkezeti átalakulása és golfpályáinak elhelyezkedése

Forrás: KOCSIS K. – SCHWEITZER F. 2011, SZLÁVY T. 2010, MGSZ 2012, saját szerkesztés 2013

A térszerkezeti változásoknak megfelelően a külföldi beruházásokban kisebb részt a turizmusba irányuló befektetések is jelen vannak, leginkább szállodai fejlesztésekről van szó. Az így beinvestált pénz töredékét jelentik a nagy tőkeigényű, lassan megtérülő önálló golfpálya fejlesztések, amelyek között 2012-ben hat külföldi tulajdonban lévő golflelétesítmény (Alcsútdoboz, Hencse, Vámspércs, Balatongyörök, Zsira, Monor) is volt, hol jobb, hol rosszabb koncepcióval. A változásokat generáló külföldi vállalkozások az újonnan létesült három régióra kiterjedő tengelyhez kapcsolhatók, ahogyan a golfpályák jelentős része is.

Magának a golfturizmusnak a turisztikailag frekventált helyekhez viszonyított helyzetét megvizsgálva megállapítható, hogy a turisztikai régiókat tekintve négy - a Budapest-Közép-Dunavidék, a Balaton, a Nyugat-, és Közép-Dunántúl - rendelkezik a golfpályák legjelentősebbjeivel (31. ábra). Talán nem véletlen, hogy ebből az első három a külföldiek által leglátogatottabb terület. Ez a térbeli koncentráció tovább bontható, így közelebből a **Balaton, Dunakanyar** és a **Sopron-Kőszeg-Hegyalja** kiemelt üdülőkörzeteket érintik, azokat, ahol a legtöbb turisztikai célú beruházás is megvalósult. A turisztikai kínálatukban a golfturizmus kiegészítő szerepet játszik.



31. ábra Magyarország kiemelt üdülőkörzetei és a hazai golfpályák földrajzi elhelyezkedése

Forrás: KOCSIS K. – SCHWEITZER F. 2011, SZLÁVY T. 2010, MGSZ 2012, saját szerkesztés 2013

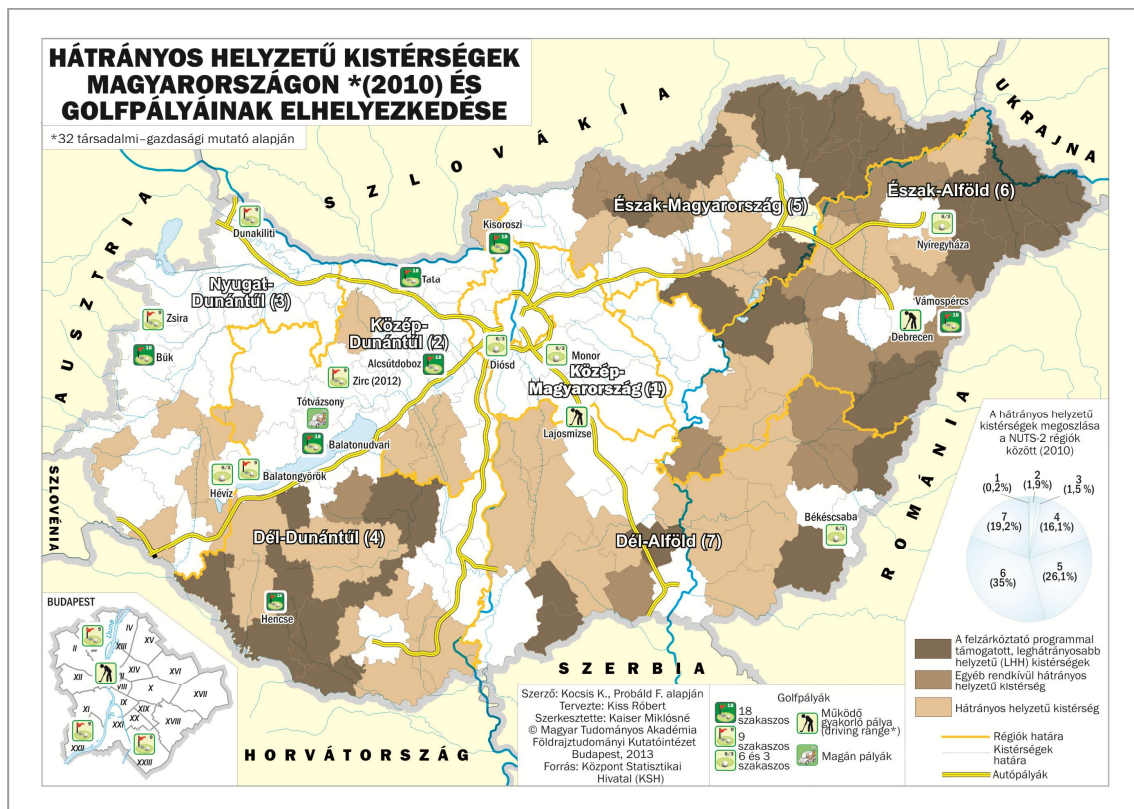
5.5.2.3. A társadalmi tényezők

A helyi lakosság és társadalom nyitottsága, pozitív vagy negatív hozzáállása jelentősen befolyásolja a terület- és turizmusfejlesztés sikerességét. Ez igaz a

golfpályák tekintetében is, hiszen egy ilyen létesítmény **telepítésének legfontosabb tényezője a lokáció. Elsősorban a már létező - és bővíthető - fogyasztópiacot jelenti,** de igényli a helyiek aktív részvételét, egyrészt a munkaerőpiacon, másrésztől fogyasztóként. Ha a fejlesztés iránya nem segíti a lakosság boldogulását, vagy kellő információ nélkül nem tud az attrakcióról, akkor ellenérzést kelthet, semlegességet, legrosszabb esetben barátságtalan környezetet gerjeszthet. A társadalmi érdektelenség egyik legjobb példája a Debrecen közelében található vámospércsi pálya, amely a kb. 250 ezres civisváros agglomerációja és a tágabb térség - pl. Nagyvárad - népessége ellenére sem volt képes egy 150 fős tagságot adni, ami ezzel a pálya üzemeltetését, fenntarthatóságát veszélyezteti 2013-ban.

Vizsgálva a **centrum-periféria kapcsolatot** és annak hatását a golfpályák elhelyezkedésére, könnyen megállapítható, hogy utóbbiak csak egy, a fennmaradásáért küzdő 18 szakaszos golfpályát tudhatnak magukénak, Hencsét. A munkanélküliséggel kiemelten sújtott, gazdaságilag jelentős inaktív és sok esetben szakképzetlen munkaerővel bíró térségek felzárkóztatása több szempontból is fontos társadalmi-gazdasági igény, kötelesség, de ebben a golfturizmusnak nincs szerepe (32. ábra). Mindez azzal magyarázható, hogy egy olyan országban, ahol a golf nem a mindennapi kultúra része, ott egy hátrányos helyzetű térségnek a felzárkóztatásában még a falusi turizmus területén is nehéz előrelépni, amely a helyi adottságokra erősen épít. Ezzel szemben a golfturizmus erős infra- és szuprastrukturális igényeit nem tudja a kistérség kielégíteni. Komoly figyelmeztetés, hogy a pécsi 18 és a szegedi 9 szakaszos pályák sem tudták fenntartani magukat jelentős gazdasági, kulturális és egyetemi régióközpontokban, amelyeket határ közeli hátrányos kistérségek vettek körül. Ugyanez a veszély jelentkezik Vámospercs 18 szakaszos létesítmény esetében is és Nyíregyháza, Debrecen és Békéscsaba is csak kisebb, rentábilisan üzemeltethető gyakorló pályákat tud jelenleg fenntartani.

Az elsősorban országos, másodsorban régiós perifériákat alkotó területek a keleti és északi országrészeket, illetve Dél-Dunántúlt érintik, térben jól elkülönülve a külföldi beruházásokban dúskáló megyéktől. Itt nemcsak az elmaradottság, hanem a sokszorosan hátrányos helyzetű lakosság mindennapjainak megélhetése is akadályozza, lassítja mind a terület-, mind a turizmusfejlesztést (DÁVID L. et al. 2004).



32. ábra Hátrányos helyzetű kistérségek Magyarországon (2010) és golfpályáinak elhelyezkedése

Forrás: KOCSIS K. – SCHWEITZER F. 2011, SZLÁVY T. 2010, MGSZ 2012, saját szerkesztés 2013

Tanulságos, hogy a déli periferiák nagyvárosai mellett létrejött golfpályák (Pécs-Szentlőrinc és Szeged) a helyi fogyasztóképes kereslet hiányában, illetve a fő küldő területektől való jelentős távolságnak köszönhetően morzsolódtak le és zártak be. Hozzájuk csatlakozik majd nagy valószínűséggel 2013-ban az imént említett Vámspércsi Boya Eagles Golf Club is, amely szintén szigetszerű fejlesztés volt, megfelelő piackutatás és tervezés hiányában, ahol a belga tulajdonos nyugati kereslet elképzelő tervei alapján fogott a beruházásba. Belgiumban egy ekkora város több golfpályát is képes eltartani, de nem ismerte a keleti, alföldi területeken élők eltérő mentalitását és az újdonság iránti nyitottság korlátozottabb voltát (TÓTH J. 2001). Pedig az utóbbi évtized turisztikai fejlesztéseit tekintve a régióknak egy szolgáltatásbővítést és új termékkínálatot, attrakciót jelentett a 18 szakaszos csodálatos golfpálya.

A **szakképzett humán erőforrás** jelenléte is részese a regionális versenyképesség kialakításának, a fejlődésnek vagy éppen annak kerékkötője (TEPERICS K. 2004). A golfberuházások humán oldal hibáira visszavezethető döntései több esetben ismétlődtek, amit segített, hogy túldimenzionálták a golfnak és a golfkultúrának az

elterjedését, ahogyan tették ezt túlzottan pozitív képet ábrázoló források (SARTORI, A. 2004; KISS R. 2006; 2007). A kedvező jövőképnek köszönhetően jelentős hibákat követtek el, amelyek részben gazdasági, részben promóciós jellegűek voltak, de készültek rosszul megalapozott koncepciók, a valóságtól elrugaszkodott tervek is.

5.5.3. A golfturizmus gazdasági, társadalmi-kulturális és környezeti hatásai a földrajzi környezetre

Az alábbi alpontban a turizmus szektor gazdasági, társadalmi-kulturális és környezeti hatásainak rövid bemutatására kerül sor, hiszen azoknak később, az eredmények fejezetben részletes kifejtése a primer kutatásokra épül, így itt csupán rövid - pár mondatos kiegészítéssel bővített - felsorolásra van mód. **Szerző elfogadja és alkalmazza a hazai szakirodalom elméleti megközelítését (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 1998), így egyrészt azt, hogy a turizmus ipart önálló iparágként kezeli, hangsúlyozva annak komplexitásra törekvését, másrészt azt, hogy a gazdasági, társadalmi-kulturális és a földrajzi környezet sok esetben elválaszthatatlanok egymástól, kiegészítik és erősítik egymást.** Így jelen alpontban az értekezés témáját jelentő golfturizmus hatásainak rövid bemutatására törekszik, elsősorban az élményszerzéshez szükséges komplex turisztikai termék szolgáltatás-mix okozta pozitív és negatív hatásokra fókuszál (HUDSON, S. – HUDSON, L. 2010). Ennek mind a hazai, mind a nemzetközi szakirodalomban jelentős teret szentelnek, hiszen a turizmus kapcsán egy olyan globális folyamatról beszélünk, amelyben 2012-től több mint 1 milliárd utazásra került sor, és a kedvező gazdasági hatások esetén további növekedést vetít előre. A nagy tömeg mozgatásának egy parányi része ugyan a nemzetközi és hazai golfturizmusban résztvevők aránya, de érdemes megvilágítani ennek pozitív és negatív hatásait. Különösen azért érdemes erre egy alpontot szánni, mert a golfpályák és egyéb golfhoz kapcsolódó beruházások építése körül számos elképzelés kering a tekintetben, hogy ez egy jelentős környezet átalakítással járó fejlesztés, amelynek éppen a környezetre gyakorolt hatásai elgondolkodtatóak, sok esetben vitát indukálnak. Először a kedvező hatások bemutatására kerül sor, majd ezt követik a kedvezőtlenek, mindkét esetben a gazdasági, a társadalmi-kulturális és környezeti hatások csoportjaira bontva,

ahogyan az a fentiekben már ismertetett források is alkalmazzák, és a gyakorlatban is elfogadott (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 1998; HUDSON, S. – HUDSON, L. 2010).

A golfturizmushoz köthető pozitív hatások

A. Gazdasági hatások

A golfturizmus hozzájárul:

- **az elsődleges helyi, regionális, nemzeti bevételek, adók, valuta adás-vétel, pénzügyi tranzakciók, valamint a másodlagos jutalékok (golfos utazásközvetítők), helyi alvállalkozók, beszállítók bevételeinek növeléséhez gazdasági, pénzügyi multiplikátor-hatással** – Láthatatlan exportként, a turizmushoz kapcsolódó szolgáltatások megnövekedett igénybevételéből származó pluszfogyasztásból, a turisztikai szolgáltatók nem a desztinációban megjelenő pénzmozgásaiból, pl. jutalékok képében.
- **a direkt és indirekt foglalkoztatási és járulék bevételekhez munkahelyteremtő pozitív hatással** - Ez egyrésztől közvetlenül a golfturizmusban domináns (pl. pályakarbantartók, recepciósök, a golfhotellek vendéglátó, és szálláshely-szolgáltatásban résztvevői és az utazásközvetítők, utazásszervezők - utóbbiak nem feltétlenül a golfdesztinációban), másrésztől közvetett módon, a golfturizmust kiszolgáló háttérparban. Így a közlekedési szolgáltatásokban (taxik, buszos cégek sofőrjei, vállalkozói), a kereskedelemben (boltosok, eladók) munkát vállalók személyében jelenik meg. Harmadrészt a turizmushoz köthető kormányzati szolgáltatásokért felelős állami alkalmazottak sokaságában ölt testet (turisztikai hivatalok, nemzeti parkok stb. szakemberei). hozzávetőlegesen 50 fő alatti munkavállaló alkalmazásából származó bevétellel
- **az infrastruktúra fejlesztéséhez** – A golfturizmus egyik jellemzője, hogy a résztvevők az egymáshoz közeli pályák felkeresését kedvelik, így a magas szintű infrastruktúra - jó minőségű közutak, közeli repterek, mobil és internetes szolgáltatások, valamint minőségi szálláshelyek mind-mind - feltétele a turisztikai termék térhódításának

- **új vállalkozások létrehozásához** – A golfturizmus megjelenése magával hozza a vállalkozói kedv bővülését és a szolgáltatások növekedését, így a speciális kereskedelmi egységeket (pl. sport és golf felszerelések), ajándék árusokat, a golf háttérparában karbantartói szervízhálózat, kertészeteket, valamint a megnövekedett fogyasztásnak köszönhetően újabb mezőgazdasági termelőket.
- **golfberuházásokhoz, pályaépítésekhez, fejlesztésekhez** – Külföldi befektetés esetén az állam kedvezményben (adókedvezmény, földbérlet stb.) részesítheti a számára fontos projekteket (pl. Spanyolország, Portugália és Törökország esetében), ahol a cél a tengerparti nyaraló desztináció szálláshely kihasználásának optimalizálást elősegítő golf úticéllá alakítása volt, ami helyi szakértelem, pénzügyi forrás és presztízshiány miatt nem volt lehetséges.
- **helyi ingatlanok értékének növeléséhez** - oly módon, hogy a golfpálya mellett, akár 30%-kal magasabb áron is hajlandók ingatlant (apartmant) vásárolni még az is, aki nem golfozik (árfelhajtó hatás még a környékbeli telek és ingatlan tulajdonosoknak is profitot eredményez.)
- **a desztinációmenedzsment kialakulásához és az imázs növeléséhez** - Egy térség megítélése és a turisztikai piacon való pozicionálása nagyban függ az ottani turisztikai termékek összetételétől, komplexitásától, az oda érkező vendégek költési szokásaitól, magatartásától. A golfturizmus egy valódi imázs növelő turisztikai termék, így annak kiépülése és megjelenése pozitív hatással van a terület megítélésére.
- **a szezonális csökkentéséhez, közömbösítéséhez a turisztikai szezon időtartalmának elő-, és utószezon alapon történő meghosszabbításához** - A golfturizmus elsődlegesen az éghajlati un. „pull” faktorra alapozott turisztikai termék, amely a klasszikus tengerparti üdülturizmushoz hasonlóan a kedvező klíma adta vonzerőre támaszkodik az otthoni rossz idő esetén. Segít kitolni a turisztikai szezon időtartalmát az elő-, és utószezon alapos meghosszabbításával.
- **a magas fajlagos költségű vendégkör vonzásához** - A golfozók az átlag turisták költségét legalább 20-30%-kal meghaladó költséssel bírnak, így szívesen látott vendégkört jelentenek, megítélésük kedvező.
- **a sportba investált tőke emelkedéséhez** - egyre jelentősebb összegek áramolnak az egyes klubokba, sportágakba, amely további befektetéseket indukálnak helyi, régiós, országos szinten. Ez a sportrendezvények esetében

mikro és makroszinten is érzékelteti hatását, kezdve a helyi eseményektől a korábban már említett jelentős mega-sportrendezvények (pl. Ryder Cup) megrendezéséig, magára a sportlétesítmények fejlesztésére is kihat.

- **golfversenyek rendezéséhez** – Ez több célú lehet: egyrészt újabb amatőr golfozók pályára, desztinációba vonzása, illetve sokkal jellemzőbb a profi játékosok érdeklődésének felkeltése, másrészt a passzív sportturizmus erősítése, ami a verseny megtekintőit (szurkolók, nézők) jelenti. A profi versenyek óriási imázs növelése a golfdesztinációnak, mert jelentős számú nézőt, szurkolót, később pedig amatőr golf játékost, vonz a térségbe.
- **az élménydúsabb sportközvetítésekhez** - A technikai fejlődés és a sportághoz kapcsolódó szponzori tevékenység következményeként immár a golfversenyek nyomon követése is lehetővé vált. Ezzel a nézők számára az élményszerzés fokozása és - a nagyobb hirdetői felületeknek köszönhetően - a sportgazdaság rentábilis működése egyszerre valósul meg.

B. Társadalmi-kulturális hatások

A golfturizmus hozzájárul:

- **a népességszám változásához** - Az oda-vissza irányú migráció megjelenésével, a terület felértékelődése és presztízsének növekedése vonzza az odatelepülőket a szektor – így a golfpályák és resortok - munkaerőigénye révén. A népesség migrációja ölthet állandó és szezonális jelleget.
- **a munkaerőpiacra ható tényezők változásához** - A munkahely szakképzettséget és nyelvtudást igényel, elmaradott térségekben helyi munkaerő foglalkoztatásával (FREDLINE, E. 2006), ami egy 18 szakaszos pálya esetében 20-30 főt jelent általában (ahol szálloda is van, pl. mediterrán térségben, ennél az objektum adottságaitól függően többet is). Nemzetközi összevetés is mutatja, hogy az olcsó munkaerő hatással van a foglalkoztatottságra. Amíg a spanyol és portugál területen 31-32 főt alkalmaznak átlagosan egy golfpályán, addig Törökországban 20%-kal többet, átlagosan 39 főt (KPMG 2010j), Észak-Afrikában még ennél is jóval többet, átlagosan 59-et. Hazánkban ez a szám 20-30 fő között mozog a szezonban.

- **helyi lakosok vezető állásba kerüléséhez** – Tévhit a helyi szakemberek érvényesülésének akadálya (pl. Belek – török menedzserek, magyar klubigazgatók)
- **az előregedő társadalom megnövekedett szabadidejének eltöltéséhez, mint urbanizációs hatáshoz** - A golf az egyik nyertese a fejlett világ előregedő társadalmának, hiszen a golf iránti legjelentősebb keresletet a kellő szabadidővel (és anyagi forrással) bíró szenior (nem feltétlenül nyugdíjas) korosztály képviseli. A sportág elterjedésének klasszikus területei tipikusan az előregedő, **urbanizálódó** társadalmak képviselői közül kerülnek ki, így a golf felfutásának egyik oka sokáig csak ezzel volt magyarázható.
- **a közösségek változásához** – A golf megjelenésével élénkül a kulturális élet, bővül az infrastruktúra és a kereskedelmi szolgáltatók száma (golffelszerelések boltjai, javító műhelyek), javul a desztináció megítélése (presztízs), megjelenik a tolerancia (más sportágak elfogadása, megismerése, kipróbálása) pl. a golf esetében
- **az egészségesebb, sportosabb játékosok számának növeléséhez és az szociális járulékok, kezelések optimálisabb felhasználásához** - A társadalom egészségi állapota komoly összefüggésben van az emberek fizikai tevékenységének mértékével, így a golf, a „kortalan” sport, nagy potenciállal bír, hiszen a benne résztvevők számára az életminőség javulását eredményezi.
- **a minőségi turizmus térhódításához** - A vendégek részéről megnyilvánuló magasabb színvonalú szolgáltatások iránti igény miatt emelkedik a nyújtottak minősége, ami egyben a munkaerő kvalifikáltságában is pozitív változást eredményez.
- **az életszínvonal emelkedéséhez** - A nők és fiatalok társadalmi mobilitásának növeléséhez és az etikus viselkedéshez A golf sajátos kultúrája, etikettje, ahogyan más sportok is jelentős személyiségfejlesztő hatással vannak a játékosokra.
- **a helyi népművészeti és kézművesipar fennmaradásához és annak ápolásához** – A megnövekedett fogyasztópiac élénkíti a helyi mesterségeket, hozzájárul annak újjáéledéséhez, felfutásához (KISS, R. 2012b).

C. Környezeti hatások

A golfturizmus hozzájárul:

- **a növényvel való fedettséghez, a szennyezőanyagok jobb megkötéséhez, a defláció és az erózió csökkenéséhez** - A zöld pázsittal, helyi növényekkel, erdős ligetekkel, tavakkal leírható golfpályák jelentős mértékben járulnak hozzá a természetes anyagok levegőbe juttatásának (pl. por felkavarása), vagy az erózióknak (talajleomosódás) a mérsékléséhez, illetve a mesterséges szennyezőanyagok (pl. közlekedés) káros kibocsátásának megkötéséhez (BEARD, J. B. 2002).
- **a törékeny parti élettereknek az urbanizációtól, mezőgazdaságtól való védelméhez** - A golfpályák építése során az ökológiailag érzékeny, különösen a tengerparti homokdűnés területek konzerválásában segítenek. A Brit-szigeteken a környezet eredeti állapotával egyező vagy ahhoz közeli links* pályák ezért is nevezetesebbek és keresettebbek.
- **az eredeti növényzet megtartásához, megerősödéséhez** - A pályakarbantartók a golfpályákon többféle növényt alkalmaznak, attól függően, hogy mennyire védett a terület. Minden esetben igyekeznek a természetes vegetációból a legtöbbet meghagyni, így a rough* és a szakaszok közötti területeken az eredeti növényzet marad, míg az elütőn, a fairway*-en és a green*-en szintén helyi fűféléket (perjék) alkalmaznak kettős céllal: egyrészt éppen a helyi flóra megtartása miatt, másrészt a szárazságtűrő jellemzőjüknek köszönhetően kevesebb öntözést igényelnek. Egyes, a hazaitól jelentősen eltérő természetföldrajzi és éghajlati körülmény között elképzelhető a növényzet drasztikusabb átalakítása, de erre kínosan ügyelnek.
- **az optimális öntözéshez és vízkivételhez vízgazdálkodáshoz** - A legmodernebb technológiák és technikák alkalmazásának köszönhetően az öntözési módszerek igen kifinomultak, időzítettek, gyakran számítógépezéreltek, így a legoptimálisabb vízkivételre kerül sor: nincs túlóntozás. Ezen felül a felesleges csapadékvizet a pályán található tárolókba vezetik, amelyek víztározó szereppel is bírnak.
- **a növényvédelem során használt kevés kemikáliához** - A rendkívül érzékeny nemzetközi és magyar előírások mellett is lokális vegyi kezelések a jellemzők

egy golfpályán, mert a beavatkozásra váró terület sosem az egész pálya, így annak hatása össze sem hasonlítható a korábban növénytermesztésre használt területeken talajba juttatott vegyi anyagokéval.

- **a mezőgazdaságilag értéktelen, ökológiailag nem jelentős földrajzi környezet átalakításához** – értékteremtő változás a művelés alá vonás.

A golfturizmushoz köthető negatív hatások

A. Gazdasági hatások

A golfturizmus hozzájárul:

- **szállodákat, golf resortokat üzemeltető láncok esetében a jövedelem és munkaerőexporthoz** - A pozitív oldalon már említett külföldre kihelyezett forrás csökkenti, a beruházásokból hazavitt profit növeli az otthoni multiplikatív hatást, különösen, ha a hazai golfozóknak kínál alternatív játéklehetőséget. A golfberuházások megtérülése – szuprastruktúra nélküli befektetés esetén – igen lassú, akár 20-30 évet is elérheti, ami a kiegészítő, lakó-ingatlan jellegű projektekkel felére, harmadára rövidíthető.
- **a magas szezonális foglalkoztatáshoz, amelynek következménye a migráció és a fluktuáció** - A foglalkoztatás növekedése főleg az egy szezonú turisztikai területen különösen hektikus, ugyanis a szezonon kívüli időszakban visszaesik a munkaerőigény (pl. telepített idegenvezetők, felszolgálók stb.). A golf esetében a téli időszakban fentiek mellett nem vagy alig kell a fűvet nyírni, így karbantartók száma sem állandó, ahogyan a golfoktatóké sem.
- **az árfelhajtó szerephez** - Ez nemcsak az ingatlanokat, hanem a bolti élelmiszereket, turisztikai szolgáltatásokat is érinti – tekintettel a magasabb költségű és minőségű golfos társadalom jelenlétére.
- **a helyi fiatalok számára elérhetetlen ingatlanárak kialakulásához** - Ez a fiatalokat megtartó szerep háttérbe szorulhat, ami hosszú távon visszaüthet a település jövőjét illetően. Ha mégis maradnak, a fogyasztási szokásaik változnak, mert a hazai terméket kínáló családi boltok helyett olcsó hipermarketekbe járnak külföldi árukat vásárolni.

- **a növekvő úthasználathoz, forgalomhoz** - A vonalas infrastruktúra kiépülését követően a tengerparti tömegturizmus megjelenésével számítható annak szezonbeli túltelítődése, amivel a szennyezőanyag-kibocsátás is emelkedik. Mindez **növeli a szennyező hatások megszüntetésének költségét és csökkenti a desztinációban szerzett élmény értékét**. Ugyanakkor a golfturizmus a főszezonon kívüli csúcsideje inkább a forgalom időbeli széthúzását, mintsem a kibocsátás kiemelkedő növekedését jelenti, hiszen shuttle buszokkal szállítják a golfozókat.
- **a regionális különbségek növekedéséhez** – a golfturizmus - ahogyan arról az előző alfejezetben szó esett - csökkenti az elmaradott települések felzárkózásának esélyét, általában a hátrányos helyzetű térségekben nem megjelenő turisztikai termék.

B. Társadalmi-kulturális hatások

A golfturizmus hozzájárul:

- **a népességszám változásához** - A tömegturizmus megjelenésének következményeként az urbanizáció negatív hatásait hozza magával (pl. bűnözés)
- **a munkaerőpiacra ható tényezők változásához** - A magas szakképzettségű munkaerő iránti igény a helyi lakosokat háttérbe szoríthatja, illetve a környéken lakó üdülő- és apartman tulajdonosok nem képesek a közügyekben a helyiekkel azonos érdekeket képviselni.
- **a szezonális munkahelyek arányának és a társadalmi egyenlőtlenségek növekedéséhez** - A hagyományos munkahelyek (pl. felszolgálók), munkaerőhiánya rossz közérzetet teremt és ellenérzést szít a turizmusban dolgozókkal és résztvevőkkel szemben.
- **a helyi társadalom átrétegződéséhez, különös tekintettel a kulturális hagyományok háttérbeszorulásához.** - A golf etikettjének megjelenése okozhat kulturális identitás zavart azzal, hogy a helyiek számára nem ismert viselkedést ír elő a klub területére. Érdekes, hogy a turizmus megjelenésének túlzott következményeként számon tartott erkölcsi normák csökkenését éppen maga a golf sajátos és szigorú etikettje akadályozza meg. Ugyanakkor a

szélsőséges vallási hagyományokkal bíró országokban a golf népszerűsége jelentéktelen.

- **az angol nyelv túlzott használatához** - Ez egyes üdülőhelyek klubjaiban háttérbe szoríthatja az anyanyelv használatát.
- **a golfklubok elitista életviteléről alkotott hit terjedéséhez** - A golfhoz és golfpályákhoz kapcsolódó sztereotípiákra és előítéletekre épített, zárt közösség képét keltik a legtöbb emberben, emiatt idegen testként gondolnak rájuk a nem golfozók.

C. Környezeti hatások

A golfturizmus hozzájárul:

- **az öntözés miatti túlzott vízhasználathoz** - A népszerű és kedvelt üdülőhelyek önmagukban is jelentős vízfogyasztók, különösen az arid és semi-arid területeken, ahol mindez jelentősen emelkedik a vendégek tízezreinek ivóvíz, valamint a golfpályák tucatjainak öntözővíz-igényével, ami komoly veszélyt jelent a lakosság szükségleteinek biztosítására (BEARD, J. B. 2002).
- **a biodiverzitás elvesztéséhez** - A nem szakmai szempontokkal megtervezett golfpályákon alkalmazható gyep túlzott, nem körültekintő használata a növény-, és állatfajok számának és összetételének drasztikus csökkenését jelentheti, ami felboríthatja a terület változatos élővilágát, fajgazdagságát, ökoszisztémáját.
- **a növényvédőszer alkalmazásából származó tavi, folyóvízi vagy tengerparti eutrofizációhoz** – Mindez reális veszély egy talajmechanikailag és geológiaiilag nem feltérképezett terület esetében.
- **a csíraölők, vegyszereknek a green*-ek zöld színének megtartásához, a rovarok és gombák kezeléséhez, és a gaz kiirtásához** - Akut probléma, különösen a szélsőségesen száraz vagy éppen nedves időjárásnak köszönhetően a különféle gombabetegségek megjelenése a gyepesített területeken (tee*, fairway* és green*), amelyek kezelése a pályakarbantartók (greenkeeper*-ek) feladata.
- **a levegő és víz szennyezéséhez** – Kétségtelenül megjelenhet, de a golfturizmus a pályák napi maximális kihasználtságnál sem hasonlítható a tengerparti nyaralásokhoz, így érdemben ennek esélye limitált. A golfpályákon az

elektromos autók használata a kötelező, sőt a fűnyíró gépek is a dízel helyett egyre inkább környezetbarát meghajtásúak.

- **a talajtömörítő hatás (játékosok, versenyek) létrejöttéhez és**
- **a környezeti károk ellentétes megítéléséhez**

Összességében a felsorolt hatások a földrajzi környezet területi különbségeinek következtében körültekintő természeti, gazdasági és társadalmi-kulturális erőforrások alkalmazással pozitívan érvényesülhetnek.

Kétségtelen, hogy léteznek a golfturizmus fejlesztésével szemben támasztott olyan gazdasági, társadalmi-kulturális és környezeti aggályok, amelyek az arra adott válaszokkal, különösen az arid és szemi-arid térségekben, negatív szemlélettel bírnak, de ez csak a természetvédők és a beruházók szempontjai alapján kialakult antagonisztikus ellentétek következménye.

5.5.4. A magyar golfturizmus kínálati elemeinek földrajzi bemutatása

A rendszerváltást követően megnyílt magyar golfpályák földrajzi elhelyezkedése és nyitásuk történeti áttekintése a 25. ábrán már megtörtént, most azoknak a rövid földrajzi jellemzésére kerül sor személyes tapasztalatokra építve. A pályák létrejöttét követő földrajzi áttekintés mellett külön összefoglaló táblázatok színesítik és segítik a 18, a 9, a 6 szakaszos, illetve a gyakorló pályákon elérhető szolgáltatások közötti tájékozódást (11-14. táblázatok). Ezekből kiderül, hogy a legnagyobb különbség a pályához tartozó szálláshely megléte vagy hiánya jelenti, ami kardinálisan hat a golfturizmus helyi kiszolgálására: Ott tud-e aludni a vendég a helyszínen vagy sem? A 11. táblázatból kiderül, hogy hazánkban kevés olyan golfozási lehetőség van, ahol meg is lehet szállni: Bük, Tata és Hencse, valamint Kisoroszi. Mivel ezek egymástól igen távol esnek, így az elsődleges szuprastrukturák a helyi pálya iránti érdeklődést tudják csak kielégíteni, a hazánkba érkező golfturizmust nem teljesen.

Az áttekintést megkönnyítendő, szerző saját fényképeivel illusztrálja a fontosabb golfpályákat, amelyeket a 10. mellékletben sorszámozott fényképek mutatnak. A hazai golfpályák közül elsőként a **Kisorosziban található Magyar Golf Club**-ot kell

említeni, mint a rendszerváltást megelőzően épített golfpálya. Az 1970-es évek végén a Szentendrei-sziget északi részén szövetkezeti parcellákon az 1980-as évekre egy 18 szakaszos golfpálya alakult ki, amely pár éves bezárást követően 2009-ben nyílt meg újból. A Duna hordalékkúpján létrejött pálya vízellátása ideális, hiszen a legfontosabb erőforrás szinte kimeríthetetlen mértékben áll rendelkezésre, olyannyira, hogy az árvízveszély az, ami olykor gondot okoz, illetve a magas vízállás esetén a terület a jelentős csapadékot nem képes elvezetni.

11. táblázat A magyarországi 18 szakaszos golfpályák, klubok szolgáltatásai 2012-ben

	Magyar Golf Club 1989	(Birdland) Greenfield Golf Club 1991	European Lakes Golf & CC 1993	Pannonia Golf & CC 1996	Old Lake Golf & CC 1998	Boya Eagles Golf & CC 2008	Royal Balaton Golf & Yach C 2008
Driving range	x	x	x	x	x	x	x
Putting green	x	x	x	x	x	x	x
Pitching, chipping green	x	x	x	x	x	x	x
Klubház	x	x	x	x	x	x	x
Pro Shop		x	x	x	x	x	x
Ütőbérlet	x	x	x	x	x	x	x
Elektro- mos autó	x	x	x	x	x	x	x
Kézi kocsi	x	x	x	x	x	x	x
Szállás	x	x	x		x		
Étkezés	x	x	x	x	x		
Wellness, fitnesz		x	x		x		
Egyéb		tenisz, horgászat, játsszótér, kerékpár- kölcsonzó		úszótó, kerékpár, játsszótér	tenisz, uszoda, strand- röplabda, játsszótér		horgászat, vadászat, lovarda

Forrás: MGSZ, saját készítés 2013

A következő létesítmény a **büki Birdland** (ma: Greenfield) **Golf & Country Club**, amelyet 1991-ben alapítottak egy kukoricatáblán. Az Alpokalján részben mélyben kavicsrétegeken, részben pannon üledéken létrejött síkvidéki golfpálya, amely földrajzi elhelyezkedése okán osztrák és szlovák vendégekre is épített. Ez az egyetlen 18 szakaszos resort-jellegű beruházás, amely nagy kapacitású (Greenfield Hotel Golf & Spa) hotellel rendelkezik és elnevezésében is utal a nyugati trendekre, a spa, wellness, gyógyvíz és a golf kapcsolatára. A játék szempontjából a Dévényi-kapuhoz közel lévő létesítmény sokszor szeles, kihívást tartogat a vendégeknek (10. melléklet 1. kép).

A **Pécs** melletti **St. Lorenz**, majd **Pécsi Golf Club** által üzemeltetett 18 szakaszos pálya egy külföldről hazatért magyarnak köszönhető, aki itthon is a saját kedvtelését szerette volna üzni, amelyet a 6-os út szomszédságában alakították ki. Első 9 szakasza (keleti rész) széles fairway-jel* rendelkező síkvidéki területet idéz, míg a másik (nyugati) 9 szakasz a vizenyösebb ligeterdőt. Kellő vízutánpótlással nem bírt, így fenntartása költséges volt. A kevés golfozó miatt 2003-ban végleg bezárt, bár történtek a pálya felújítását célzó kisebb kezdeményezések, végül nem járt sikerrel egyik sem, az Európa Kulturális Fővárosa megtisztelő cím keltette hírnév sem élesztette újjá.

Hencse 1994-es alapítása szintén egy külföldről hazatért magyarnak köszönhető, aki a kastély parkjában és a szomszédos mezőn épített 18 szakaszos pályát. Mindezt a délszláv háború alatt tette, amit a taszári amerikai SFOR/IFOR katonák, valamint a pécsi Északi Hadtest skandináv katonái előszeretettel játszottak jó minősége miatt. A speciális és állandó keresletnek köszönhetően példa nélküli volt az árpolitikája is, hiszen egy napi árat használt, mert a katonák nem a szokásos hétvégi, hanem beosztásuk alapján kapott szabadságuk során játszottak. Az új – ír – tulajdonos a külföldi katonák kivonásától kezdve küszködik, mert a közelben nincs elegendő golfozó, aki tagként eltartaná a klubot. Az elmúlt 2 évben osztrák bérlője volt (10. melléklet 2. kép).

Alcsútdoboz (Máriavölgy) **Pannonia Golf & Country Club**, hazánk egyik legsikeresebb, de még így is csak veszteséget termelő golfpályája 1994-ben épült osztrák befektetéssel. Az egykori mezőgazdasági terület a pannon tájba belesimuló völgyben terül el. Komoly nehézséget és költséget jelent a vízellátás, amivel nem spórolva hazánk legjobb minőségű golflevesítményét hozták létre az egykori nádori uradalom bivalyistállójából. A 2012 év végi tulajdonosváltás egy jelentős változást hozhat az árképzésben, mert a magyar kereslet számára is elérhetővé kívánják tenni

szolgáltatásaikat, nemcsak a külföldi cégvezetőknek, diplomatáknak (10. melléklet 3. kép).

12. táblázat A magyarországi 9 szakaszos golfpályák szolgáltatásai 2012-ben

	Duna -kiliti 1998	Highland 2006	Zsira 2009	Szentlőrinc 2009	Balaton- györök 2010	Academy 2010	Zirc 2012
Driving range		x	x	x	x	x	x
Putting green	x	x	x	x	x	x	x
Pitching, chipping green	x	x	x	x	x	x	x
Klubház	x	x	x	x	x	x	x
Pro Shop	x	x	x	x	x	x	x
Útóbérlet	x	x	x	x	x	x	x
Elektro- mos autó		x	x	x	x	x	x
Kézi kocsik	x	x	x	x	x	x	x
Szállás	x	x	x			x	x
Étkezés		x	x	x	x	x	x
Wellness, fitnesz			x			x	x
Egyéb		játszótér	9 szakaszos Par 3-as gyakorló- pálya, játszótér	9 szakaszos Par 3-as gyakorló- pálya, játszótér			tenisz, biliárd, csocsó, boros pince, játszótér, nordic walking, kerékpár- bérlet, asztali tenisz

Forrás: MGSZ, saját készítés 2013

Hévízen még 1996-ban a Lotus Therme hotellánc épített a vendégei számára 3 majd 6 lyukas gyakorló pályát, ami ugyan a nemzetközi verseny sztenderdeknek nem

felel meg, de alapvetően a szálloda vendégeit szolgálja ki. Nemzetközi jelentősége van a szabadidős pihenés alternatívájaként és nem versenyhelyszíneként tarják nyilván.

Tata Old Lake Golf & Country Club az Eszterházy család vadászbirtokán 1998-ban épült 18 szakaszos golfpálya, amely részben kastélyparkban terül el. Az itt elterülő szakaszok élménye páratlan, aminek a színvonalát emeli hazánk első kimondottan golfhoteljének átadása. E tekintetben ezt a létesítményt is lehet golf resortnak tekinteni. Az utóbbi években a gyerekek számára kalandparkkal bővült komplexum a golfozók családjának kikapcsolódási lehetőségét tette változatosabbá a wellness kiépülése mellett. Ezen a pályán rendezték meg az eddigi egyetlen profi női golfversenyt hazánkban 2004-2006 között (10. melléklet 4. kép).

Dunakiliti Princess Palace Golf szintén a Duna hordalékkúpján, a Szigetközben található újonnan épített kastély körüli, könnyű 9 lyukas pálya. Alapvetően egy kastélypark jellegű fejlesztés eredményeként épült, elsősorban külföldi keresletre támaszkodva, jelenleg szlovákok bérlik és a közeli Pozsony jelentős keresletére építenek.

Diósd Budai Golf Club egy domboldali fekvésű, városi területen létrehozott szabadidős központ, ahol a golfjáték kedvelői, a korábbinál kisebb területen próbálkozhatnak az alapokkal.

Golf Tanya, a főváros első, mind a mai napig működő gyakorló pályája az Óbudai-hajógyári szigeten (hordalékkúp) helyezkedik el, biztosított a folyamatos vízellátás, illetve megjelenik a zöldár veszélye.

Monoron a Paplajos Academy jött létre egy svájci menedzser alakította ki saját kedvtelésére a tanyája körül, amelynek üzemeltetése, és fenntartása nem az érkező vendégek fizette pályahasználati díjtól (green fee-től*) függ.

Petneházy Golf Club – gyakorló pálya egy Adyiligeti (2. kerületi) réten, gyönyörű természeti környezetben létesült.

Gödön a Pólus Palace Golf & Country Club 5 csillagos szállodával egybekötött beruházás, amely sajnálatosan a hitelek miatt bedőlt, így 2010-ben a szálloda, 2011-ben a golfpálya is megszűnt. A ma már nem működő objektum a

Dunához közel természetvédelmi területen példaértékűen kialakított, jó minőségű, népszerű golfpálya volt, amelyet időközben körbenőtt a város (10. melléklet 5-7. kép).

13. táblázat A magyarországi 6 szakaszos golfpályák szolgáltatásai 2012

	Hévíz (Lotus Therme) 1996	Diósd (Budai) 1998	Monor (Paplapos) 2000
Driving range	x	x	x
Putting green	x	x	x
Pitching, chipping green	x	x	x
Klubház	x	x	x
Pro Shop		x	
Ütőbérlet	x	x	x
Elektromos autó			
Kézi kocsi	x	x	x
Szállás	x		
Étkezés	x		
Wellness, fitness	x		
Egyéb			lovaglás

Forrás: MGSZ, saját készítés 2013

A **szegedi Alföld Golf Club** nevének megfelelően az elsőnek nyitotta meg kapuját legnagyobb földrajzi tájunk déli határszélén, amely előbb 6, majd 9 szakaszos pálya volt. Földrajzilag egy kisebb vízfolyás mentén nyílt, ami a vízellátás miatt kedvezőnek tűnt, de ezzel együtt viszonylag rövid ideig élt. A megszűnés alapvető oka az értékesítési nehézségek és a más játéklehetőségtől való távolság volt (10. melléklet 8. kép).

Békéscsabán (Viharsarok Golf Club) gyakorlópálya nyílt, ahol mind a mai napig egy kisebb objektum szolgálja a Viharsarok játékosait, amit a szárazságra hajlamos természeti környezetben nem öntöznek.

Lajosmizse Bujdosó Tanya a kecskeméti térség játék iránt érdeklődőinek ad gyakorlási lehetőséget, de továbbfejlesztése nem indokolt, mert a leendő M8-as építési

vonalaiba esik, így elbontás vár rá. Öntözése a tanya legmélyebb területén létesített tóból oldható meg, amelynek fennmaradását a 2014-től Kecskeméten megnyíló városi 9 szakaszos golfpálya határozza meg.

Budapest Highland Golf Club, az első főváros területén belüli (22. kerület) városi, executive golfpálya (2006), arra a nemzetközi gyakorlatra jó példa, amikor egy szeméttelre, rekultivációs céllal egy sportlétesítmény épül. Az átalakítás velejárójaként a növényzet növekedése a lebetonozott felszínre felhordott vékony talajrétegnek köszönhetően korlátozott a szeles, Budatétényi-fennsíkon található 9 szakaszos pályán.

Nyíregyházán a Nyírség Golf Club 2006-as létrehozása jelentős előretörést jelentett észak-keleti országrész golfkedvelőinek a sport helyi gyakorlásában. Az erdővel borított nyírségi homokra épített, erdős környezetben tipikus nyírségi miliót sugároz a vendégeknek.

A **Balatonudvariban** 2008-ban elkészült **Royal Balaton Golf & Jacht Club** a Balaton első, nemzetközi szinten is elismert minőségű golfpályája. Gyönyörű panorámával bír, egyediségét az adja, hogy van egy erdei, egy nyitott, tavakkal tűzdelt és egy bányát körbejáró szakasza, ami a legváltozatosabbá, egyben a legnehezebbé teszi a hazai piacon. A fokozottan védett természeti környezetben a létrejöttét a Balaton-felvidéki Nemzeti Park felügyelte. A pálya nehézsége miatt a magas hendikeppel* bíró játékosok között nem népszerű. Nem véletlen, hogy 2010-12 között itt került megrendezésre az Amatőr Ifjúsági Európa bajnokság (European Young Masters) (10. melléklet 9-10. kép).

Vámspércsen a Boya Eagles Golf & Country Club 2008-ban nyílt meg Kelet-Magyarország első 18 szakaszos golfközpontja, egy külföldi beruházónak köszönhetően. A Nyírség déli előterében jól kamatoztatták a homokvidék földrajzi adottságait, ami alföldi méretekben jelentős szintkülönbségekkel tarkított szakaszokat eredményezett. A homok, mint alap, ideális a víz elvezetése szempontjából, éppen ezért az öntözés elengedhetetlen (10. melléklet 11. kép).

A **Budapest** 23. kerületében 2009-ben kialakított **Szentlőrinc Golf Klub** a névadó kerület síkvidéki, könnyű gyakorló pályája, jó logisztikai kapcsolattal az M5-ös

autópályával. A sík terület lefolyása nem ideális, a jelentősebb csapadék gondot okoz, míg az öntözést kútból és tavakból próbálják megoldani.

Zsira 2009-ben került fel a hazai golftérképre, mint az alpokaljai kavicsstakaróra épült határ menti golfpálya (**Sonnengolf Golf Club 2009**), amely érdekességét az egykori vasfüggöny melletti közvetlen fekvés adja. A határ túloldalán termálfürdő és szállodák sorakoznak, így komplex, határon átnyúló szolgáltatásokat és kikapcsolódást biztosítva. Egyértelműen az osztrák keresletre építenek a külföldi tulajdonosok.

14. táblázat A magyarországi gyakorló pályák szolgáltatásai 2012

	Golf Tanya 1999	Petneházy 2000	Békéscsaba 2003	Lajosmizse 2005	Nyíregyháza 2006	Debrecen 2012
Driving range	x	x	x	x	x	x
Putting green	x	x	x	x	x	x
Pitching, chipping green	x	x		x	x	x
Klubbáz	x			x	x	x
Pro Shop	x				x	
Ütőbérlet	x		x	x	x	x
Elektromos autó						
Kézi kocsi	x			x	x	x
Szállás				x		
Étkezés				x		x
Wellness, fitness						
Egyéb						

Forrás: MGSZ, saját készítés 2013

Balatongyörökön az **Imperial Golf Club** 9 szakaszos pályájának átadásával az északi part 2. golfpályája került átadásra. A külföldi tulajdonú pálya a Szép-kilátó tőszomszédságában a leggyönyörűbb panorámával büszkélkedő golflétesítmény hazánkban. Hatványozott figyelmet kapnak a környezetvédelmi szakhatóságoktól,

hiszen a tópart közelsége miatt állandó monitor szükséges a kemikáliák hasznosítása miatt. Az öntözést részben a tóból oldják meg (10. melléklet 12. kép).

Academy Golf Club Budapest 3. kerületében egy korábbi téglagyár rekultivációjaként a Kiscelli Múzeum tőszomszédságában épült fel 2010-ben. Ez a városközponthoz legközelebbi, gyönyörű panorámával rendelkező városi pálya, amely a legtipikusabb városi, un. executive golfpálya példája. A jelentős szintkülönbségeket a csapadékvíz összegyűjtésére használják fel.

Zircen létesült 2012-ben a **Forest Hills Golf Club**, ami nevében is utal hazánk, legmagasabban fekvő városának természetföldrajzi környezetére. A Bakony fennsíkján található terület kezdetben csak driving range-ként (2008), majd 9 szakaszos, dupla elütős egyedi megoldása miatt különös élményt adó pályaként egyedüli a hazai kínálatban (A 9 szakaszt két elütőről lehet megjátszani, ami 18 eltérő szakasznak tekinthető). A korai fagyok miatt a legrövidebb szezonnal bír az országban.

Megnyitott a **Debreceni Golf Club**, amely jelenleg gyakorló pályaként funkcionál a város keleti részében.

A megépült golfpályák közül utolsóként kell említést tenni a **Tótvázsonyban** évek óta privát pályaként működő létesítményről, amelynek látogathatósága erősen korlátozott volt. A 2013-as tulajdonosváltást követően 9 szakaszos nyilvános golfpályaként lép be a hazai golféletbe a mészkőterületen épített létesítmény.

A kínálatot tovább szélesítette volna, ha megépülnek a **Zalacsányi** pálya (Zala Springs), amely a Zala-folyó meridionális völgyében kapott volna helyet a település és Kehidakustány között, alsó része a folyóig ért volna. Tervezője Robert Trent Jones Jr., ő lett volna az első, aki nemzetközileg is jegyzett designer. Ő és Christy O'Connor Jr. (Budapest Gate) kellő húzónevek, vonzerők lettek volna a jobb játékosoknak (WON et al. 2009). A **bicskei** pálya (Budapest Gate) egy jelentős víztározóval bírt volna Fejér megye északi csücskében, mint a főváros golfkapuja. A Vértes hegylábi előterében található **Csákberényben** jelentős földmunkák után állt le a projekt.

5.5.5. A magyar golfkínálat és fejlesztési lehetőségei

Az értekezés korábbi fejezeteiben bemutatott nemzetközi trendek és fejlesztési típusok angolszász, mediterrán, például török és a kenyai golfberuházások a kereslet igényeihez igazodó golfcentrumok létrehozására irányultak, ugyanakkor hazánkban a közép-európai földrajzi környezet és a kultúra sajátosságainak megfelelő fejlesztések történtek. A nemzetközi gyakorlattól eltérően a golfpálya beruházások egymástól távol kezdetben csak 18 szakaszos pályák építésében nyilvánultak meg, a természetes fejlődést jelentő rövidebb (6-9 lyukú) pályák létesítése és golf akadémiák, gyakorló pályák kialakítása helyett. A nagy terület, pénz és időigényes befektetések menedzselése szakmai végzettség hiányában, sok kívánni valót hagyott maga után. Éppen ezért a golfturizmus igényeit jelentő, egymáshoz közeli golflétesítmények kialakításában jelentős elmaradása van Magyarországnak (RÉVÉSZ T. 2010).

A hátrány különösen látványos a cseh piachoz képest, ahol ugyan nem volt tiltott a golfozás a kommunizmus alatt sem, de a rendszerváltástól a fokozatos és tudatos fejlesztés elvét követték. Golfos kínálatunk (és keresletünk) tekintetében még a csehnél is nagyobb a szakadék az osztrákokhoz képest, akikhez nem is mérhető a különbség. A fenti példák sok esetben önállóan is működő nemzetközi és hazai golfturizmust indukáltak, de tőlünk nyugatra a különböző természeti erőforrásokra épített turisztikai termékek kapcsolatát is keresték. Bebizonyosodott, hogy az egymást nagyon jól kiegészítő turisztikai termékek, akár csomagban, akár egymás kiegészítő programként ajánlhatók ki. Így a világszerte megerősödő egészségturizmus és golfturizmust több desztinációban is összekapcsolódott. A wellness-, spa- és gyógyturizmus szolgáltatásai iránt intenzíven növekvő érdeklődés (SMITH, M. – PUCZKÓ L. 2010, MICHALKÓ G. – RÁTZ T. 2011) a golfturizmusnak helyet adó tengerparti és hegyvidéki, illetve egészségturisztikai desztinációk szálláshelyein is jelen volt. Mindkét termék legjelentősebb fogyasztópiaca a szenior turizmus.

Fentiek alapján érdemes áttekinteni, hogy Magyarországon belül mennyire lehet ezt a két terméket összekapcsolni, léteznek-e olyan területek, amelyeken együttesen érdemes a golf és egészségturizmust fejleszteni. Azt feltétlenül érdemes kiemelni, hogy elsőként az egészségturizmus teljes palettájának (33. ábra) bemutatására, majd ezt követően a gyógyturizmus térképes elemzésére kerül sor (34 ábra).

Elsőként azt kell megvizsgálni, mely településeken van a két termék jelenleg kiépítve, ezt célszerű a szűkebb kínálatból a golf oldaláról megközelíteni. Két csoportot is fel lehet állítani: az egyikbe olyan települések tartoznak, ahol mind a golf, mind a termál és/vagy gyógyvíz jelen van, míg a másikba, amelynek a szomszédos (vagy közeli) településeken mindkettő megtalálható.

1. A golfpálya (golfturizmus) és az egészségturizmus (termál- és /vagy gyógyvíz, valamint wellness) egy településen belül megtalálható:

- **Bük** (gyógyfürdő, gyógyhely, gyógy- és wellness hotel, valamint golfpálya)
- **Hévíz** (gyógyfürdő és gyógyhely, gyógy- és wellness hotel, illetve 6 lyukas golfpálya – Lotus Therme Hotel),
- **Budapest** (gyógy- és termálfürdők, gyógy- és wellness hotel és három 9 szakaszos golfpálya).

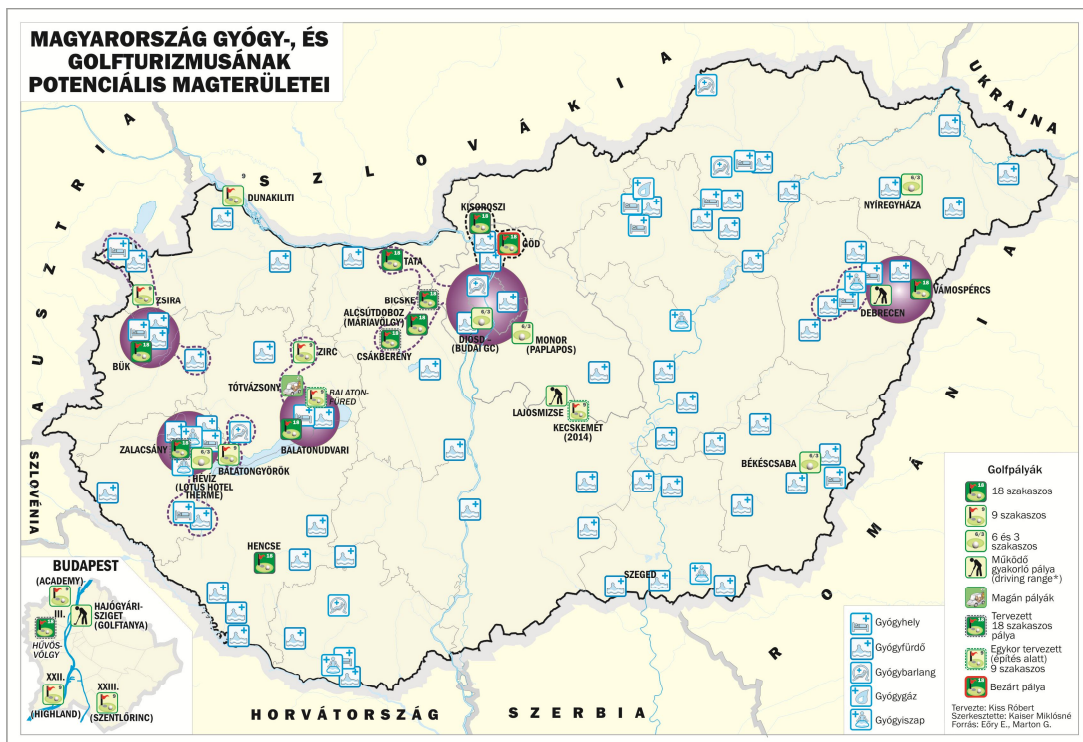
2. Ahol a szomszédos (közeli) településeken vannak a turisztikai termékek meghatározó létesítményei:

- **Balatonfüred** (gyógyfürdő és gyógyhely, gyógy- és wellness hotel) és **Balatonudvari** (golfpálya) egymáshoz közelségét az északi és déli part wellness központjaival.
- **Debrecen** (gyógyfürdő, gyógyhely, gyógy- és wellness hotel + driving range) és **Vámospércs** – (golfpálya) szintén egymás közelében lévő potenciális kitérési pont lehet e tekintetben.

Azokat a településeket, ahol az egészségturizmus (gyógy- és wellness turizmus) valamint golfturizmus már erőteljesen megjelent a térség turisztikai kínálatában, célszerű Magyarország egészség- és golfturizmusának magterületeiként nevezni és a közös keresleti szegmensek miatt erőteljesebb és célzott, az egészségtudatosságot hangsúlyozó promócióival hirdetni. A 33. és 34. ábrákon jól látszik, hogy a Balaton esetében az északi parton két körzet - a hévízi és a balatonfüredi - összenövésével a magyar tenger valóban egy egységes golfdesztinációvá válhat, amennyiben további golfpályák épülnek elsősorban ezen a parton. Hévíz Zalakarossal és Tapolcával kiegészülve nemzetközi vonzerővé válhat, különösen, ha a balatongyöröki pálya 18 szakaszosra bővül, illetve még 1-2 közeli létesül. A korábban elkezdett zalacsányi projektben – az új tulajdonosnak

így ezt az űrt a főváros fürdői pótolnák. A természeti erőforrásokra épített kínálati elemek kölcsönös promóciójával, illetve újabb, a régióban építendő pályákkal (pl. a bicskei Budapest Gate projekt megvalósításával) egy olyan háromszög jöhetne létre, amivel a főváros környéke is felkerülhetne a nemzetközi golfdesztinációk közé. Talán nem véletlen, hogy a golfturizmus fejlesztését a MT Zrt. régiói közül éppen a Közép-Dunántúlt említette az első 3 turisztikai termék között, mint prioritást.

A legkevésbé kooperációra alkalmas, a keleti országrész potenciális magterületeként a **Vámspércs-Debrecen-Hajdúszoboszló hármas**. Ebben a régióban a jelenlegi golfpálya üzemeltetését idén (2013-ban) is folytatják, aminek érdekes és különös a helyszíne, hiszen hazánk második nagyvárosának az országhatár felé eső területén, távol minden küldő piactól, egyedül van.



34. ábra Magyarország gyógy- és golfturizmusának magterületei

Forrás: EÓRY E. – MARTON G. 2012, saját szerkesztés 2013

Az egészség- és golfturizmus magterületeinek létrejötte és a jelenleg is csökkenő hazai golfozói kereslet ellentmondását fel kell oldani, elsősorban az egészségturizmusban érdekelt külföldi szegmensek számára. Az egyik célcsoport a **komplex golf + gyógyfürdőzés, golf + fogászati kezelések egészségturisztikai programcsomagok összeállításával, ami a szűkebben értelmezhető gyógyturizmus**

és **golfturizmus összefonódásával jöhet létre**, és a szenior korosztály számára lehet érdekes (34. ábra). A másik kapcsolódó fejlesztési irányt az érdeklődő fiatalok számára célszerű kialakítani **a golf + wellness programcsomagok kiajánlásával**, a prevenció és a megelőzés miatt, akik a munka utáni felfrissülést keresik az egészségturizmusban (33. ábra). Számukra nem a víz gyógyhatása, hanem a nem gyógyászati alapú, felfrissítő szolgáltatások az érdekesek. Tanácsos volna golfos csomaggal együtt kínálni ezeket, ami ugyancsak a szabadban eltöltött több órás tevékenységként a fizikai reprodukciót segítheti.

A golfturizmust kiegészítő szabadidős turisztikai termékek között kell még említeni a borturizmust és a gasztronómiát. Az említett turisztikai termékek területi összefüggéseit a 35. ábra részletezi, amelyből kiderül, hogy a golfdesztinációk, a pályakoncentrációk megléte esetén, újabb kínálati elemmel erősíthetik elsősorban a Balaton, a Közép- és Nyugat-Dunántúl, valamint Budapest környékének turisztikai kínálatát.



35. ábra Magyarország fontosabb turisztikai vonzerői és golfos kínálata

Forrás: KOCSIS K. – SCHWEITZER F. 2011, SZLÁVY T. 2010, MGSZ 2012, saját szerkesztés 2013

Összehasonlításként álljon itt a Magyar Turizmus Zrt. 2013-as Marketingtervének egyik alfejezete, amelyben az egyes turisztikai régió szakemberei rangsorolták a számukra és a küldő terület számára fontos turisztikai termékeket. A vendégeket vonzó turisztikai termékek sorrendjét egy 5-ös skálán – az iskolai osztályozást követve – értékelték, ahol a zárójelben található számok első helyen a belföldi, második helyen a külföldi turistákra vonatkoztak. Ezek szerint a golfturizmus fontosabb hazai és nemzetközi térszínei: a Balaton (2, 4), a Közép-Dunántúl (3, 3) és az Észak-Alföld (3, 4), ahol kiemeltként kezelik, míg Budapest-Közép-Dunavidék (2, 2) és Nyugat-Dunántúl (2, 2), ahol kevésbé jelentős, de számolnak a jelenlétével.

Érdemes eltűnődni a nyugaton már bevált állami szerepvállalás mikéntjéről is, ami az előregedő hazai társadalomnak a golf - és általában a szabadtéri aktív tevékenységek – irányába történő terelését jelentené. Svédországban az állam a szabadtéri sport esetében olcsó hozzáférést biztosított mindenkinek, ami azt jelentette, hogy pár száz euró értékben már éves tagságot lehetett venni. Ez a golf korosztályoktól független a népszerűségét eredményezte, amelynek köszönhetően az ország 9 milliós lakosságából kb. félmillió golfozik (5. táblázat), ennek a széles bázisnak köszönhetően a nemzetközi versenysportban is kiemelkedő tehetségekkel rendelkeznek.

Hosszú távú megoldást csak az általános iskolától megkezdett neveléssel lehet elérni, amikor is a szabadtéri aktív tevékenységek (természetjárás, kerékpározás, úszás, futás, lovaglás, golf stb.) az emberek mindennapi életének részévé válnak, de ehhez a hajlandóság mellett a diszkrecionális jövedelem mértékének növekedése is szükséges. A MGSZ által indított **junior program**nak éppen ez a célja, hogy már az általános iskolában lebontsa a golfal szembeni kulturális ellenérzéseket.

Összegezve bármely említett térség csak **akkor válhat golfdesztnációvá, ha teljesül a kereslet igényelte 3-4 pálya 30-40 percen belüli koncentrációja** (kellő idegenforgalmi szuprastruktúrával a háttérben) **kiegészül egyéb kínálati elemekkel** (pl. egészségturizmus, bor és gasztronómia), mindemellett **jelentősebb hazai kereslet is kialakul**, amely képes eltartani a hazai kínálatot.

5.5.6.A golfpályákat tulajdonló, működtető magyar vállalkozások gazdasági helyzetének bemutatása

Az értekezés nem lenne teljes, ha a magyar golfpályák tulajdonosainak anyagi helyzetéről nem adna áttekintést. A kutatómunka ezért kiterjedt a pályákat tulajdonló, üzemeltető, cégjegyzett vállalkozások által a Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálatnál közzétett mérlegbeszámolók letöltésére, az adathalmaz összesítésére, abból elemző számítások elvégzésére.

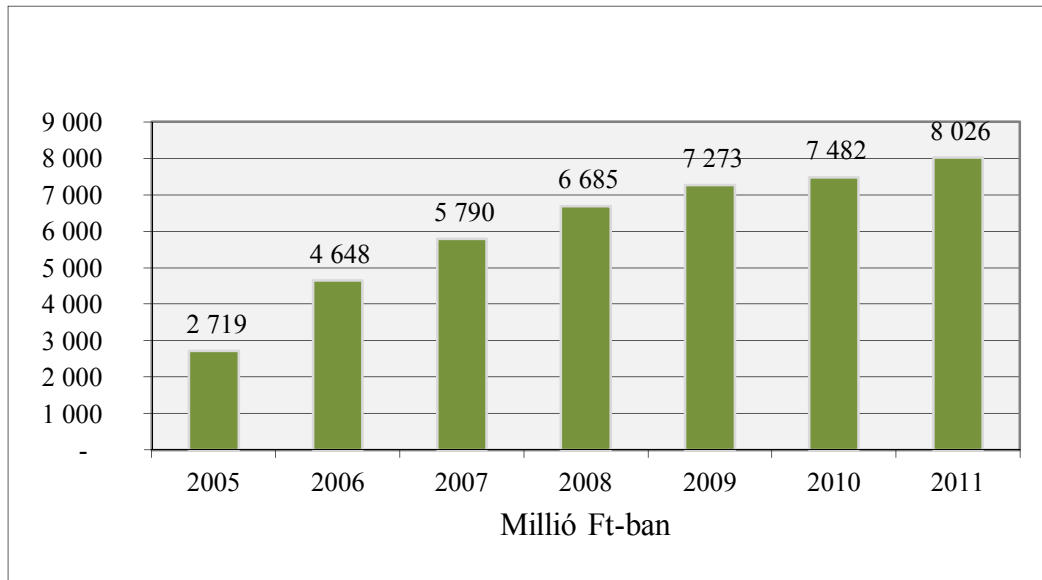
A munka során tizenkilenc cégjegyzett, golfpályát tulajdonló, működtető vállalkozás adatainak feldolgozására került sor. További három, 6 szakaszos pályát üzemeltető társaság a cégjegyzett adatbázisban nem volt megtalálható, mert más szervezeti formában működnek (klub, egyesület, közhasznú szervezet stb.). A bíróságok által jegyzett egyéb szervezetek éves beszámolóinak hiányában az elmúlt évek során nem kerültek nyilvános, mindenki által elérhető adatbázisba. A központi adatbázis hiányában az értekezés jelen fejezetében a magyarországi huszonkettő pályát üzemeltetőből tizenkilenc cégjegyzett vállalkozás mérleg adatai alapján alkothat a szerző képet a magyarországi golf objektumok anyagi helyzetéről.

A feldolgozott összesített információkat a 11-12. mellékletek 2005-től 2011-ig évenként, egyszerűsített mérleg, és egyszerűsített eredmény kimutatás formában, azon belül a következő csoportosításban tartalmazzák:

- 5 db 18 szakaszos pálya összesített adatait,
- 5 db 9 szakaszos pálya számszerű paramétereit együttesen,
- 4 db befejezetlen projektre, amelyek még nem üzemelnek, vagy próbaüzem alatt állnak,
- A felsorolt 14 db vállalkozás mindösszesen statisztikai mutatószámait,
- Továbbá 5 db olyan vállalkozás összesített mérlegbeszámoló adatait, amelyek a disszertáció készítésének időpontjában felszámolás, vagy végelszámolás alatt állnak.

Az elemzési munka számszerű adatai igazolják, hogy a megfigyelésbe bevont működő, és építés alatt álló vállalkozások 2005. évben 2.719 millió Ft összegű

befektetett eszközállománnyal rendelkeztek, amely tartós eszköz értéke 2011. év végére, a két időszak között végrehajtott beruházások eredményeképpen 8.026 millió Ft-ra emelkedett. A befektetett eszközvagyont évenkénti növekedési ütemét a tizennégy megfigyelt egységre vonatkozóan az 36. ábra adatai szemléltetik:



36. ábra Befektetett eszközvagyont alakulása évenként, nettó értéken

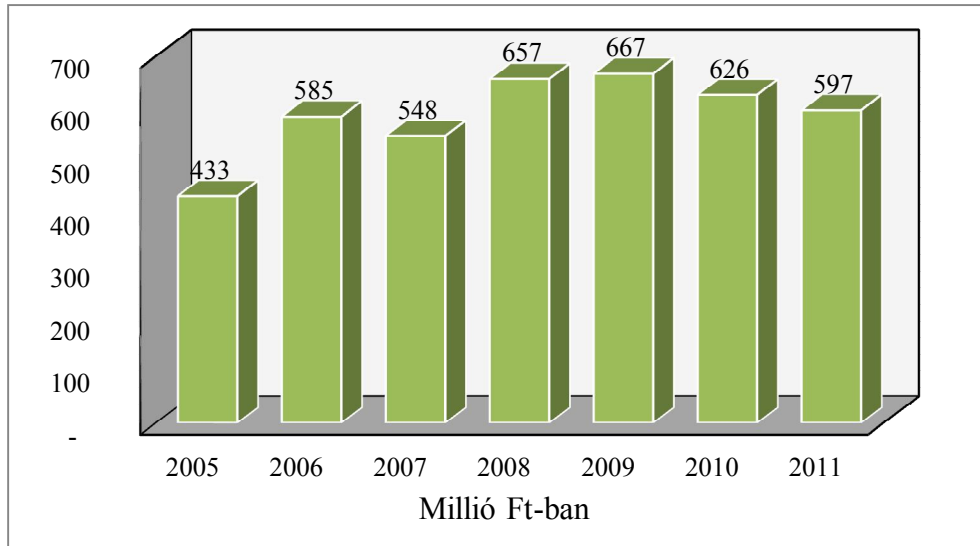
Forrás: www.e-beszamolo.kim.gov.hu 2005-2011, saját szerkesztés 2013

A mérlegbeszámolóknál nettó értéken megjelenő tartós eszköz finanszírozását részben a vállalkozások tulajdonosai jegyzett tőkeként befizetett 4.417 millió Ft-al, más részét 4.327 millió Ft összegben hosszú lejáratú hitellel biztosították.

A pályák működtetésére a vállalkozások tulajdonosai 2.880 millió Ft tőketartalék investíciót, és 418 millió Ft végleges pénzzuttatás adtak, a pénzintézetek pedig 3.620 millió Ft rövid lejáratú hitelt folyósítottak, miközben minden évben negatív eredmény képződött a társaságoknál.

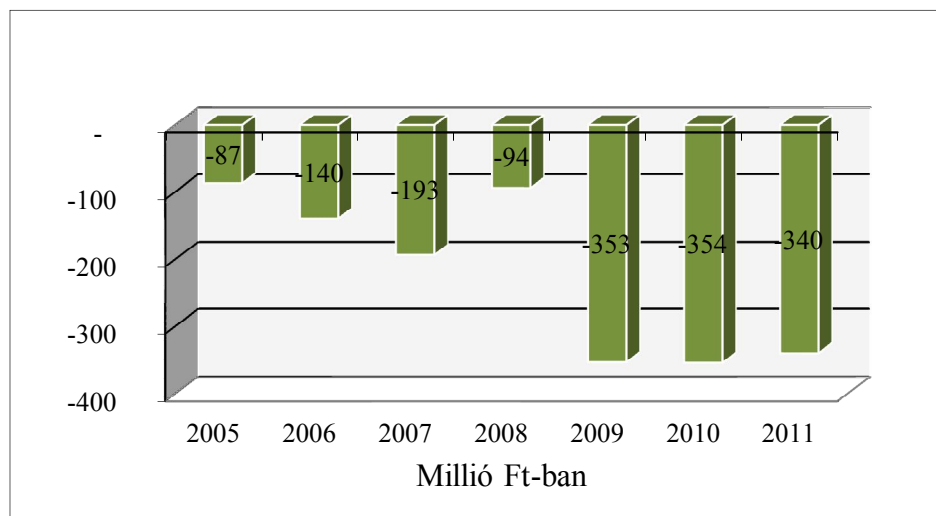
A folyamatos tőkeinvestíciók ellenére a tizennégy megfigyelt egységnél együttesen 1.453 millió Ft veszteség realizálódott. A kutatás összegzett adatai azt bizonyítják, hogy már az üzemi tevékenység eredménye szintjén megfelelő volumenű árbevételek hiánya miatt negatívum realizálódott, amelyet a pénzügyi műveletek eredménye radikális nagyságrendben tovább növelt.

A gazdálkodás árbevételének, az üzemi tevékenység eredményének, a pénzügyi műveletek eredményének évenkénti együttes számszaki adat változását a 37, 38, 39. ábrák mutatják:



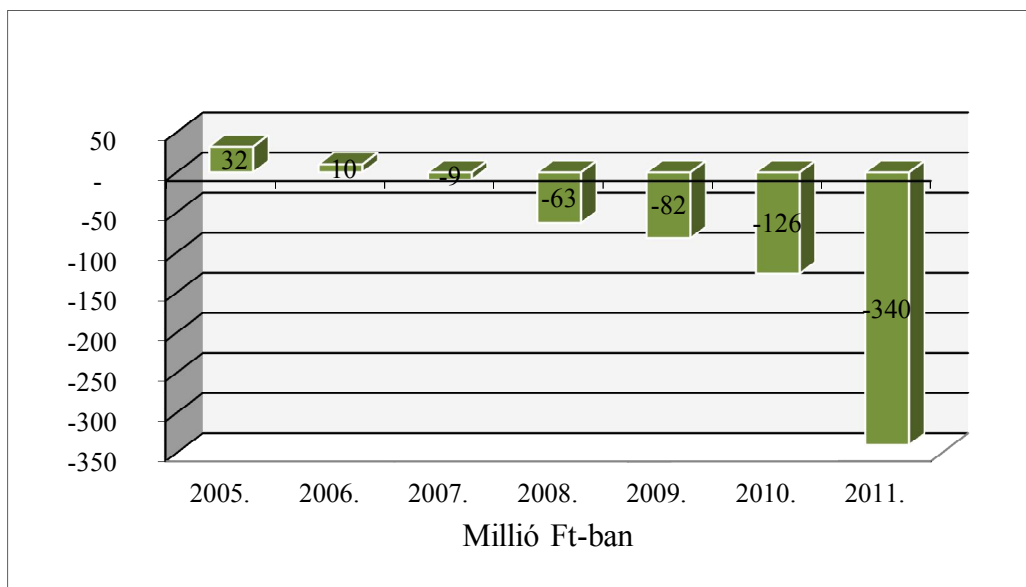
37. ábra Árbevétel alakulása évenként millió Ft-ban

Forrás: www.e-beszamolo.kim.gov.hu 2005-2011, saját szerkesztés 2013



38. ábra Az üzemi eredmény alakulása évenként

Forrás: www.e-beszamolo.kim.gov.hu 2005-2011, saját szerkesztés 2013



39. ábra A pénzügyi eredmény alakulása évenként

Forrás: www.e-beszamolo.kim.gov.hu 2005-2011, saját szerkesztés 2013

A megfigyelésbe bevont vállalkozásoknál az elemző számítások a folyamatos veszteségtermelés további emelkedő tendenciáját jelzik. Ezt a következtetést a következő alapvető tények fennállása támasztja alá:

- A társaságok eladósodási szintje {idegen tőke (6.376 millió Ft) /saját tőke (2.081 millió Ft) aránya} 2011. évben elérte a 306,4 %-ot!
- A 5. fejezetben említésre került, hogy a golfklubok regisztrált taglétszámának a várt növekedési üteme helyett 2013. évre 30 %-os csökkenés következett be, ez az árbevételek hasonló nagyságrendű további visszaesését fogja előidézni. A 37. ábra adatai már egyébként is 2009. év óta folyamatos bevétel kiesést jeleznek!
- 2011. évben az árbevételhez (597 millió Ft) viszonyítva a fenntartási költségek (958 millió Ft) 160,5 %-ot tesznek ki, az üzemi eredmény negatívuma az egyéb bevételek (21 millió Ft) hatására az árbevétel 55,0 %-a!
- A rövid lejáratú tagi tőkeinjekciók és a banki hitelek a működési költségeket nem fedezték, mint azt a 38. ábra adatai mutatják, az üzemi eredmény minden évben veszteség.
- A hitelkamat fizetési kötelezettség (353 millió Ft) 2011. évben már az árbevétel 59,1 %-át teszi ki!

- A hitelek visszafizetésére az üzemi eredmény (-339,6 millió Ft) és a pénzügyi eredmény (-340,3 millió Ft) negatív értéke miatt egyáltalán nem képződik fedezet! (38, 39. ábra)
- A vállalkozások együttes készpénz vagyona 2011. év végén 38 millió Ft, miközben a hitelállomány 5.626 millió Ft!
- Mivel egyes vállalkozások időközben banki tulajdonba kerültek, a statisztikai adatok mögött az is meghúzódhat, hogy rövid lejáratú hitelek felvételéből finanszírozták a kezdeti hosszú lejáratú hitelek törlesztését, évek múltán pedig már egyik hitelt sem tudták fedezet hiányában törleszteni.
- A vállalkozásoknál kialakult pénzügyi hiány 2009. évre 5 pályát üzemeltető társaságnak a felszámolási eljárás alá vonását, vagy a végelszámolással történő megszüntetését idézte elő.
- A megszüntető eljárás évében az érintett vállalkozások 7.228 millió Ft összegű befektetett eszköz vagyonnal rendelkeztek, a hitelállományuk 2.186 millió Ft-ot tett ki, de az összes mobilizálható pénzeszköz csak 28 millió Ft volt.

Az elemző munka összegzéseként a szerző megállapítja, hogy golfszakma anyagi helyzete tarthatatlan, mert a pályák fenntartói önerőből nem képesek a működési költségek, és a hitel terhek kigazdálkodására. Ha a golfsportban és a golfturizmusban rejlő előnyöket hazánk ki akarja használni, és a nemzetközi színvonalat e területen is el akarja érni, hathatós állami és önkormányzati segítségre van szükség, a rendezetalkotó műhelyekben kell sürgős intézkedéseket tenni.

5.6. A magyar közvetítő szektor golfcsoomagjai, ajánlatai

A nemzetközi és hazai golfturizmus rendszerszemléletű gondolkodásában a turisztikai kínálat áttekintése után és a kereslet bemutatása előtt érdemes a közvetítőszektorral is foglalkozni. Magyarország egyetlen golf tour operátora a Golf Travel Hungary számos golfcsoomagot értékesít mind a kiutazó magyarok, mind a beutazó külföldiek számára, de igény esetén belföldi ajánlatokat is készít. Az értekezés

alapvetően a magyar keresletre koncentrál, és szerző is a hazai golfozók levelező listájának tagja, így a számára érkezett 2012-es és 2013-as golfcsoomagok és golfos ajánlatok közül a legérdekesebbeket szükségesnek tartja bemutatni, annak érdekében, hogy áttekintést kapjon az olvasó arról, hogy a kiajánlott golfcsoomagokban nem is található magyar pályákat érintő ajánlat. Az ajánlatok földrajzilag szerteágazóak, és mint az a felsorolásból is kiderül a világ minden nagy golfdesztinációjába el lehet jutni. Másrészt maguknak a csomagoknak a tartalma is – desztinációtól és szezontól függően – erősen változik: nyári-téli üdülés, gyakorlás, amatőr versenyzés, passzív és aktív profi versenyen való részvétel, illetve egyéb turisztikai termékekkel együtt hirdetett ajánlatok, e tekintetben is széles kínálat közül lehet választani. Maga a forrás megjelölése jelzi az ajánlat kiértékelésének dátumát, a csomag pedig annak időtartamát, idejét. Ebből jól látható, hogy különbség mutatkozik közöttük, de több hónappal előbb kell magáról az utazásról döntést hozni.

Az áttekintést - követve a tradíciókat - elsőként a klasszikus angolszász desztinációkba irányuló golfcsoomagok közül az igazi USP-ként kezelhető, „a golf Mekkájának” tartott, és a kétévente megújuló szabályokat hozó klub, a Royal and Ancient (R&A) helyszínén, a St. Andrews-i Old és New Courses-on (pályákon) való játék lehetőségének (13. melléklet 1. csomag) bemutatásával kell kezdeni. Ez a pálya minden golfozó álma. A mellékletben bemutatott hirdetés jól illusztrálja, hogy mintegy fél évvel a játéknap előtt már csak az utolsó időpontokat (tee time*) lehetett lefoglalni. Ezen felül érdemes az ír főváros közeli (13. melléklet 2. csomag) neves pályáinak kínálatát említeni, amelyek közül a K-Club-ra külön fel kell hívni a figyelmet. Ez a golfklub 2006-ban - az ország történetében először és eddig utoljára - adott otthont a Ryder Cup-nak, a legjelentősebb nemzetközi férfi csapat világbajnokságnak. Azóta különös varázsa van az ír pályáknak, különösen a helyszínek és a főváros környéki minőségi társainak.

A következő csomaghirdetések már a mediterrán térség tipikus téli csomagjai közül, a 2012-es tavaszi golfszezonra felkészítő csoportos utak egyike Mallorcára (13. melléklet 3. csomag), míg egy másik szervezés Ciprusra és Spanyolországba (13. melléklet 4. csomag) vitt felkészülni vágyó játékosokat. Ezeket az utakat hazai PRO-k* (golfoktatók) szervezeték elsősorban az általuk tanított golfozóknak. Érdekesség gyanánt egy szilveszteri török ajánlat is bekerült (13. melléklet 5. csomag) a hirdetések közé, jelezve, hogy kiemelt időszakban a gree feek* is drágábbak, még ha csomagban is

kínálják őket. Az előző ajánlatokhoz viszonyítva egy Gran Canarián felhasználható nyári csomag (13. melléklet 6. csomag) az árak összehasonlítása miatt került be, amelyet áttekintve érezhető a szezonon kívüli árképzés.

Eddig az aktív turizmushoz köthető tevékenységekhez kínált komplex golfcsoomagot a tour operátor, a most következők viszont már az amatőr, majd a profi sport tekintetében a sportturizmus kereteit érintik. Elsőként egy írországi Amatőr Csapat Golf Világkupáról szóló hirdetést lehet megtekinteni (13. melléklet 7. csomag), ahol országok csapatainak jelentkezését várták. Ehhez hasonló, de már vegyes csapatokból álló versenyre szóló csapatmeghívás Mauritiusra, ahol profik és amatőrök együtt versenyeznek (13. melléklet 8. csomag). Ezt követően szintén amatőr versenyről szóló programot (13. melléklet 9. csomag) nyújt a szervező, aki Portugáliába, a VI. Nemzetközi Szenior Versenyre invitálja a résztvevőket, itt még fizikai aktivitást igénylő részvétellel, majd egy unikális és nagyon ritka lehetőséget ajánlanak a szervezők. A női európai profi golf versenysorozatának francia fordulóját követő napon a vállalkozó kedvűek újra megjátszhatják a pályát, ahogyan azt a profik tették korábban. Igen egyedi, „golfőrülteknek”, ínyenceknek való program a „Játssz, mint egy profi” csomag (13. melléklet 10. csomag). A kontinens legrangosabb egyéni profi férfi versenye az 1860-tól megrendezésre kerülő The Open, ami a világ 4 major torna legklasszikusabbja. A kínált csomag (13. melléklet 11. csomag) két green fee*-t (golfozást) és 2 nap nézői részvételt biztosít az igénybevevőknek Lytham St. Annes Golf Clubban, a képen az előző évi győztesrel, akit mint címvédőt invitálnak. Egy másik major torna, az amerikai PGA Championship (13. melléklet 12. csomag) megtekintésére is lehetőség nyílik, utalva a passzív sportturizmus erőteljes jelenlétére.

A profi versenyek mellett egy olyan komplex golfozási ajánlat is bemutatásra kerül, amely óceánjárók (cruise) egyik állomásán, Fidzsi-szigeteki játékot teszi lehetővé, igen egzotikus környezetben. Az egyedi utazás („Golf me Cruise”, 13. melléklet 13. csomag) egyben megerősíti a 4G golf cruise-ok létezését, amelyhez hasonló motivációjú csoporttal szerző is találkozott dublini tartózkodása során.

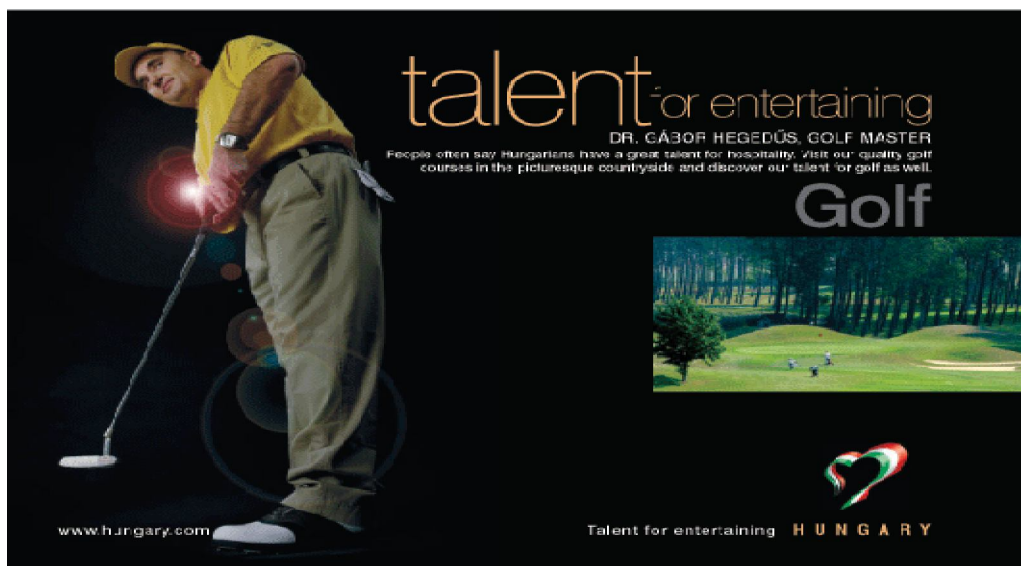
Ugyancsak a más turisztikai termékkel közös csomagokhoz sorolható a golf és a bor egy ajánlatban (13. melléklet 14. csomag), amelyre egy bordeaux-i példát hoz. A gallok körében is egyre népszerűbb sport a tradicionális francia konyha kiegészítőjeként jelenik meg, ez összecseng a hazai bor és gasztronómia golfhoz köthető programjaival.

Végezetül egy jó példa arra, hogy a vasfüggönytől keletre, egy hagyományokkal nem rendelkező ország is képes nemzetközi szintű golfverseny megtartására. Igaz, ehhez nagyban hozzájárult a tengerpart és világklasszis golfpálya, mint óriási előny, így az egykori szocialista tömb országai közül Bulgária fel tudott kerülni a profi golf versenytérképére, ahol idén szervezik meg a Volvo World Match Play bajnokságot (13. melléklet 15. csomag), ami hihetetlen elismerés egy a golfbal Magyarországhoz képest is csak most ismerkedő desztinációnak.

Összességében a bemutatásra került golfsomagokból is látszik, hogy a turizmusban alkalmazott összeállításuk megfelel a nemzetközi elvárásoknak. Alapvetően több szolgáltatást adnak - a tour operátornak köszönhetően kedvezőbb áron -, a golfozás (aktív és/vagy passzív), a szállás, étkezés (korlátozott vagy teljes ellátás), illetve a golfpályákhoz való eljutást segítő transzferek is a package részét képezik. Mindebből levonható a következtetés, hogy a magyar golfkínálat nemzetközi szinten – jelenleg - nem versenyképes.

5.7. A magyar golfkereslet sajátosságai

A nemzetközi és a hazai kereslet részletezése előtt szükséges a magyar golfimázs rövid bemutatása, hiszen az ország marketing a golfturizmushoz való hozzáállása nagyban befolyásolja a termékfejlesztést és annak célpiacokon történő eladhatóságát. Az imázs kérdés felveti a golf szerepét a nemzeti turizmusmarketing szervezetnél. Az illetékes termékmenedzser megerősítette, hogy jelenleg az aktív turisztikai termékek között számon tartott golfturizmus a hamarosan felálló prémium termékek csoportját erősíti. Nem minden előzmény nélküli ez a hozzáállás, hiszen a Magyar Turizmus Zrt. (MT Zrt.) és partnerei mindeddig egyetlen, a magyarországi golfot hirdető promóciós tevékenységének köszönhetően jelent meg a golfot népszerűsítő poszter (40. ábra), amely 2005-ben indult el.



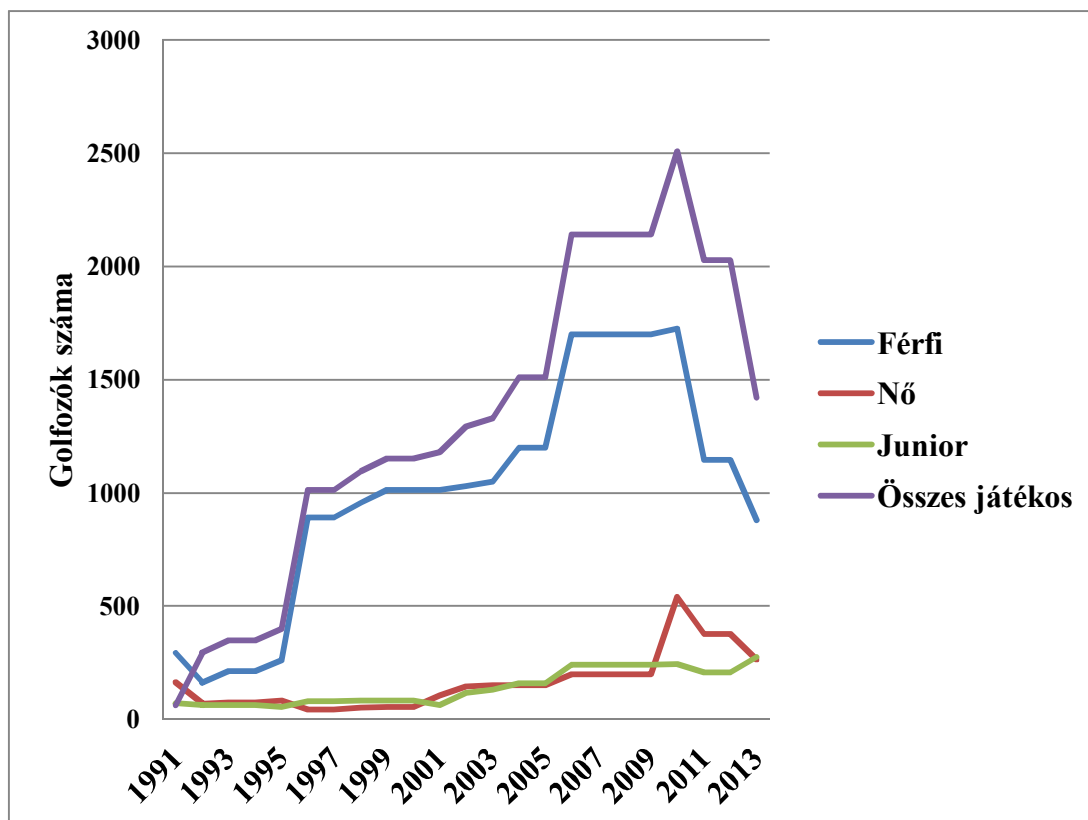
40. ábra A „Talent for entertaining” imázskampányban

Forrás: MT Zrt, 2005

A „Talent for entertaining” imázskampányban a kontinensen és azon túl is Magyarország népszerűsítéséért 11 világhírű magyar adta a nevét és arcát a 9 európai nagyváros - London, Párizs, Berlin, Amszterdam, Koppenhága, Frankfurt, Madrid, Milánó, Brüsszel - 12 repülőterén látható világító poszterekhez, valamint a világ 21 országában megjelenő sajtóhirdetésekhöz. A kampány célja Magyarország turisztikai kínálati elemeinek, értékeinek a kiemelkedő hazai tehetségekkel történő reprezentálása volt. A Magyar Turizmus Zrt. e kampánysorozatához felhasznált 10 arcból 4 magyar a sport területén ért el kiemelkedő eredményeket, köztük **Dr. Hegedűs Gábor golfozó** (MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2007). Azóta érdemi marketing tevékenység a golfturizmus tekintetében a régiók szintjén prospektusok készítésében merült ki, amely utal az aktív turisztikai termékek közötti súlytalanságára, egyben jelzi a tevékenység iránti érdektelenséget.

Az eredmények ismertetése előtt érdemes áttekinteni a magyar golfkereslet elmúlt két évtizedben végbement változását (41. ábra és 14. melléklet). A sport fejlődésében két dinamikus felívelő szakasz volt. Az első az 1990-es évek második felében, amikor a sorra nyíltak a 18 szakaszos pályák, majd egy stagnálást követően a 2000-es évek közepétől, amikor megjelentek a 9 szakaszos fővárosi létesítmények. A növekedési folyamat után látható az a drasztikus visszaesés (-30%), amelyet a kvalitatív kutatásban részt vevő szakemberek jeleztek. A beszűkülő kereslet alapvető oka elsősorban a gazdasági környezetben keresendő, másodsorban ez egy komplex folyamat

eredményeként értékelhető. Ebben a magyaroknak a nem megszokotthoz való viszonyulása, a sztereotípiákra építés, valamint a kulturális különbségek sem segítettek a tájidegen szabadidős tevékenység terjedését, népszerűsítését.



41. ábra A magyar golfereslet alakulása 1991-2013 között

Forrás: EGA 2013, saját szerkesztés 2013

A visszaesési folyamatnak további számos oka van. A legjelentősebbek között említhető a gazdasági válság, amely az egyének szintjén a golfozási szokások (gyakoriság, költség stb.) megváltozásában jelent meg. Ezzel a klubok is nehezebb helyzetbe kerültek, sok közülük a kötelezően kitermelendő hitel miatt nem tudott rugalmas, a piaci igényekhez alakított árpolitikát folytatni és a túlélésre játszik. Hozzájárult a visszaeséshez a PRO-k (oktatók) túlarazott óradíja, ami sok érdeklődőt elrettentett, illetve az egyes pályabezárások földrajzilag is tovább szűkítették a golf fizikai elérhetőségét. Ezen felül visszaestek a szponzorálások, a cégek támogatásai, így verseny, rendezvény is kevesebb van. A 2011-től készített hazai mélyinterjúk során a szakértők 500-1500 fő közé tették az aktív (regisztrált) golfozók számát. A Magyar Golfozó Nők Egyesülete 2010-es létrejöttének köszönhetően a női játékosok

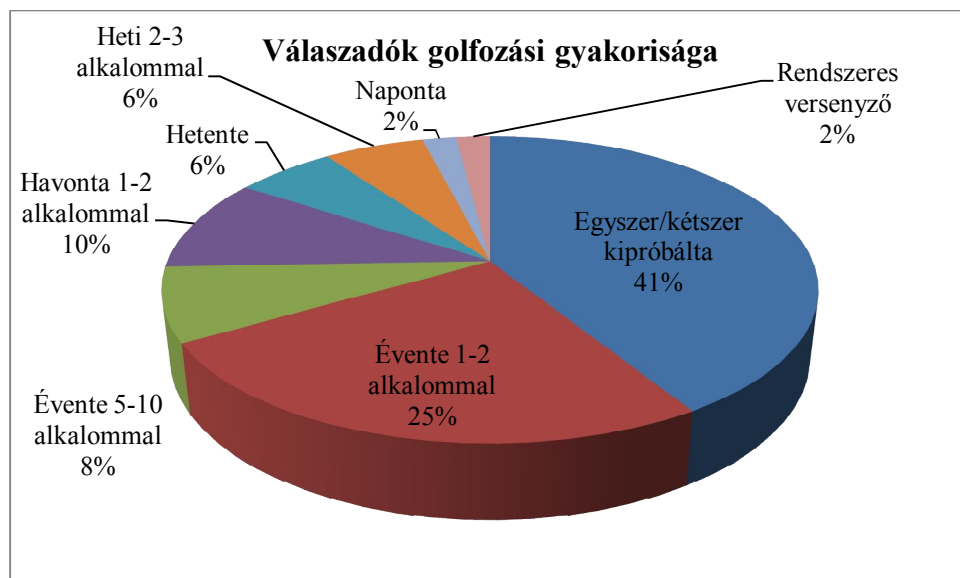
taglétszámának robbanásszerű emelkedett, majd 2011-től a hivatalos statisztikában is megjelent a fogyás (41. ábra).

Már a korábbi vizsgálódások során is aggályokat ébresztett, hogy voltak évek, amelyek között nem változott (befagyott) az egyes golfozói kategóriák képviselőinek száma, legalább is a Magyar Golf Szövetség kluboktól kapott kimutatásai (tagság) alapján. Ez nyilvánvalóan nehezen magyarázható és hihető, az adatgyűjtés komolytalanságára utal.

Ami a csökkenés mértékének regionalitását illeti, ehhez nincs elegendő és hozzáférhető adat, de az országot járva a klubigazgatók szerint mindenhol visszaesés következett be, és a hasonló nehézségek alapján kijelenthető, hogy arányaiban, a fővárosban a legjelentősebb, hiszen ott volt a legnagyobb golfozói bázis. Sajnálatosan a szövetségnél elzárkóztak az éves regisztrált golfozók adatainak kiadásától, így arra vonatkozó pontos kimutatásokat nem lehetett készíteni. Azt is meg kell jegyezni, hogy hazánkban is egyre többen vannak, akik nem regisztrált játékosok, így a hivatalos statisztikában nem jelennek meg.

5.7.1.A magyar golfkereslet sajátosságai a rendszertelenül golfozók körében

A 4. fejezetben részletezett 4. számú primer kutatásban a magyar „golfozatókkal” készített felmérésben résztvevők jelentős része ritkán játszik, erre utal a szegmens elnevezése is. A kérdőíves kutatás igazolja a hazai szabadidős aktív tevékenységnek a periférikus helyzetét (42. ábra.). A felállított 13 változóból álló kérdéskörre adott válaszok a közöttük lévő összefüggések, valamint a demográfiai eredmények azt mutatták, hogy a kényelmes mintavételnek köszönhetően a 19-29-es korosztály túlréprezentált lett (40,8%) (RÁTZ T. – KISS R. 2010), azonban ez a tény a rendszertelenül golfozók golfturisztikai magatartásáról levonható konklúziót nem befolyásolja.



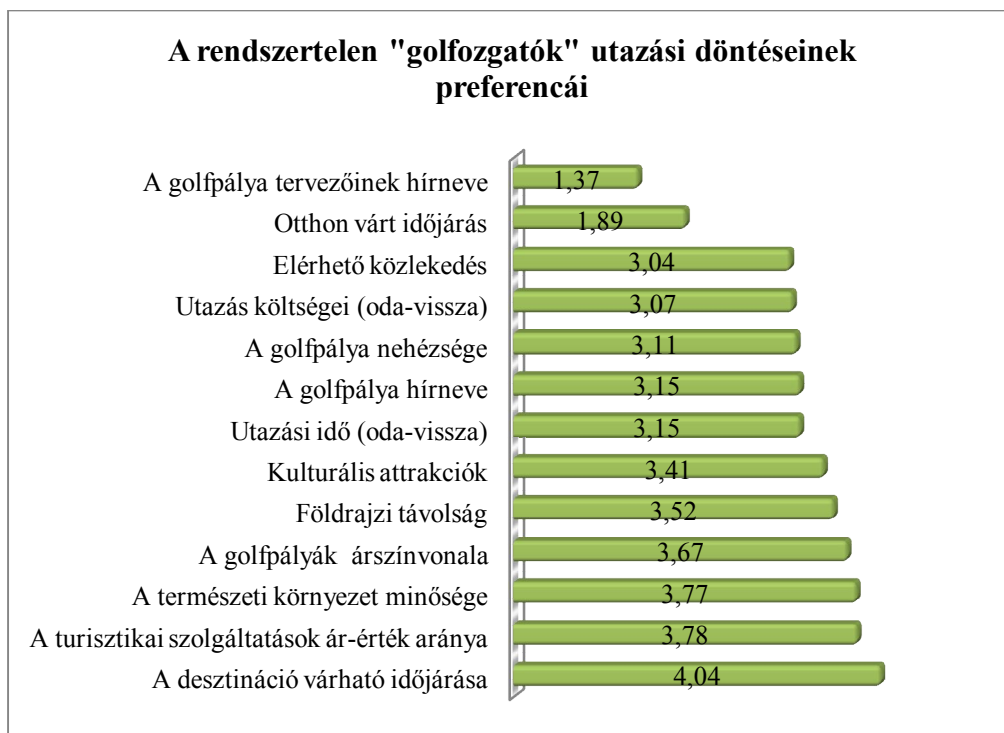
42. ábra. Válaszadók golfozási gyakorisága

Forrás: RÁTZ T. - KISS R. 2010, saját szerkesztés 2013

A magyar turizmus fő attrakciójának számító vízparti üdülések mellett felértékelődtek a tavaszi és őszi időszakokhoz is köthető aktív fizikai tevékenységek. Az erőteljesen időjárásfüggő sportokhoz képest a golf esetében a „jó idő” definiálása távol áll a tipikus nyaraló turisták elvárásától, hiszen a ködöt és villámlást leszámítva mindig játszható, így elvileg az összes térségben kifejtheti a pozitív szerepét. Nemzetközi tapasztalatok igazolják, hogy a golfturizmus egy jó eszköz a turizmustervezésben, fejlesztésben a turisztikai szezonális kiküszöbölésére, de önmagában nem oldja meg sem a balatoni, sem a fővárosi turizmus problémáit (KISS R. – RÁTZ T. 2007).

Míndezek figyelembe vételével a felmérésben résztvevőknek csupán a negyede játszik legalább havonta 1-2 alkalommal, így ez a minta nagy kihívást jelent egy lojális fogyasztói réteget kiépíteni kívánó menedzsernek.

A rendszertelenül sportolókat célszerű a későbbi megkülönböztetés miatt „golfozatókként” elnevezni, így a későbbi kutatások eredményeinek taglalásánál nem keverednek a válaszaik (43. ábra).



43. ábra A rendszertelen "golfozgatók" utazási döntései (1-5 skála középértéke)

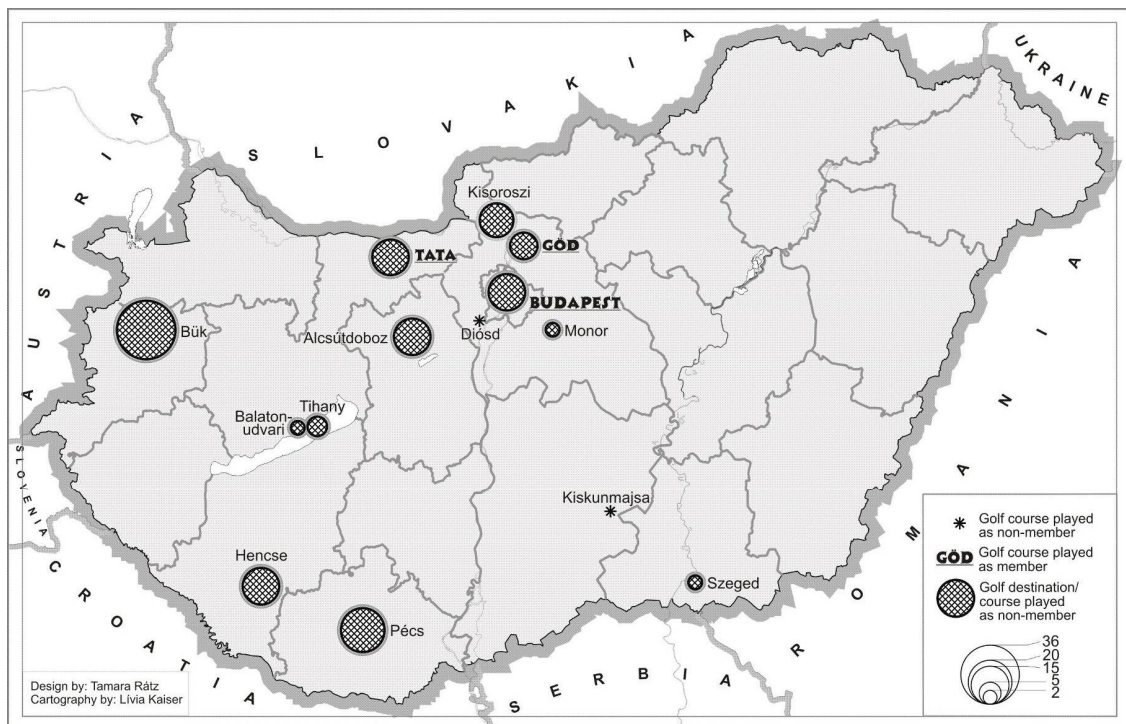
Forrás: RÁTZ T. - KISS R. 2010, saját szerkesztés 2013

A „golfozgatók” leginkább az éghajlatot, a turisztikai szolgáltatások ár-érték arányát és a természeti környezetet tartják fontosnak (43. ábra). Az általános golfozói tipológia szerint **a magyar játékosokat az árak, a pálya minősége, a tee time elérhetősége és a golfhoz kapcsolódó egyéb szolgáltatások jelentik** (HUTCHINSON, J. et al. 2009, WON, D. 2009), míg más kutatások szerint **összefüggés van az iskolai végzettség, a kor és a tartózkodás időtartama között** (BARROS, C.P. et al. 2010). A golfozás rendszerességét illetően **a golfpálya hírneve jelentős szerepet kap azok között, akik már legalább havonta egyszer játszottak**, de azokra is hatással van, akik évi 1-2 alkalommal mennek ki a pályára. Kicsit hasonló ehhez **az árszint**, ami **egyaránt befolyásolja a legkevésbé és a leggyakrabban játszó játékosokat**, előbbieket arra készíti, hogy olcsóbb pályát válasszanak, utóbbiakat arra, hogy a rendszertelen tevékenységet képes megfizetni a ritka igénybevétel miatt.

A felmérés három faktorra redukált megoldást eredményezett a következő dimenziókban: **a költségek, a desztináció általános kínálati elemei, és a golfpálya speciális jellemzői tekintetében.** Közülük a legerőteljesebb **a desztináció általános kínálati elemei** lettek (3,6-os értékkel), amit a költségek követnek (3,3): ez a feltételezett látogatásnak mind a pénzügyi, mind az időszakos költségeit jelenti. A

faktoranalízis azt sugallja, hogy a válaszadók valószínűbb, hogy általános turisztikai döntést hoznak, mintsem a golfhoz köthető minőségi szolgáltatásokat válasszák, amit megmagyaráz a válaszadók relatív alacsony golfozási gyakorisága és az a feltételes szükség, ami a nem golfozó partner esetében felmerül. Maga a golfozás nem a megkérdezettek legfontosabb szabadidős tevékenysége, így a jövő legfontosabb kérdése a desztináció menedzsereknek, hogyan kelthetik fel a sport iránti érdeklődést.

A 44. ábra jól szemlélteti, hogy a hazai golfkínálatot mennyire és hol használják a megkérdezett játékosok. A térkép, ahogyan a korábbiak is, jól visszaadja a fogyasztóiachoz (Budapest) közeli pályakonzentrációt, és azok (Göd, Tata, Kisoroszi, Alcsútdoboz), valamint a nagyobb vidéki 18 szakaszos pályák népszerűségét (RÁTZ T. – KISS R. 2007).



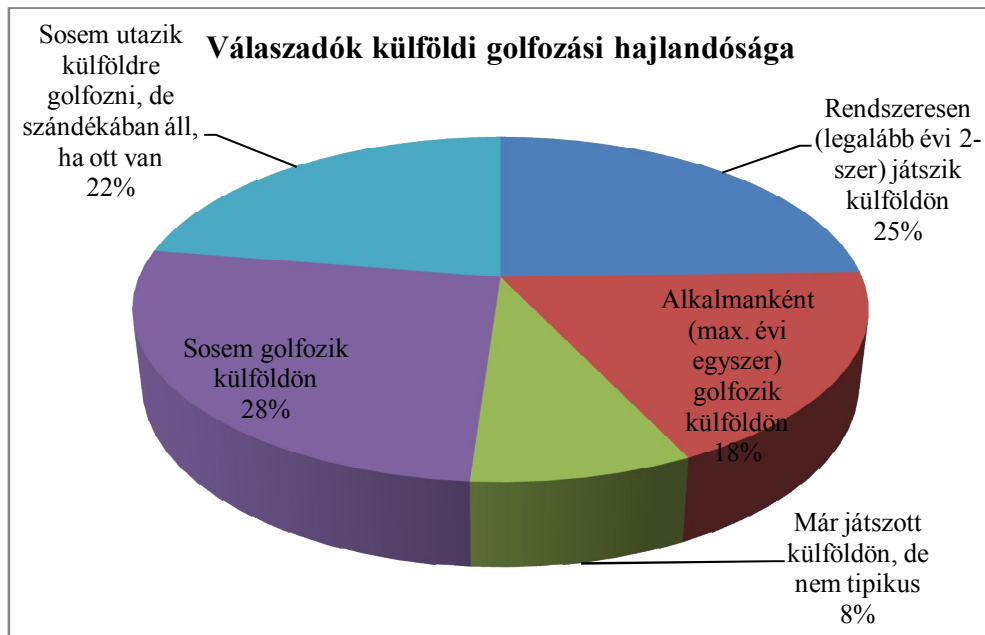
44. ábra A megkérdezett hazai golfozók által játszott magyarországi golfpályák elhelyezkedése 2009-ben

Forrás: RÁTZ T. - KISS R. 2010, saját szerkesztés 2013

Az egyik oldalon érdekes, hogy már akkor sem játszottak a vámospércsi pályán, illetve jelölést kapott az akkor már zárva lévő pécsi pálya is, a másik oldalon sajnálatos, hogy utóbbihoz csatlakozott az időközben csődbe jutott szegedi és gödi komplexum. A Tihany és Balatonudvari jelölés a topográfiai pontatlanság hiba kategóriájának

köszönhető, de jelentését tekintve az utóbbit jelöli, míg a többi helyszín, létező és működő létesítményeket takar.

A „golfozgatók” elsődleges golfos motivációval külföldön történő sportolási hajlandósága nagy volt (75%), ugyanakkor ez inkább vágy, mint valóság: kevesen éltek közülük a lehetőséggel (45. ábra).



45. ábra Válaszadók külföldi golfozási hajlandósága

Forrás: KISS R. – RÁTZ T. 2010, saját szerkesztés 2013

A golfozgatók külföldre utazási hajlandóságában – teoretikusan - négy régiót lehetett elkülöníteni. Így az **angolszász golfkultúrákat** (USA 20,5%, Skócia 6,8% és Anglia 4,5%), a **mediterrán térséget** (Spanyolország 25%, Portugália és Törökország 4,5-4,5%), a **közeli németajkú területeket** (Svájc 4,5%; Ausztria és Németország 2,3-2,3%) és az egzotikus **országokat**. Fentiek népszerűségét egyrészt az infrastrukturális adottságok és a golf tradíciója, másrészt a klimatikus okok és az izgalmas, álom úticélok alakítják (KISS R. 2007).

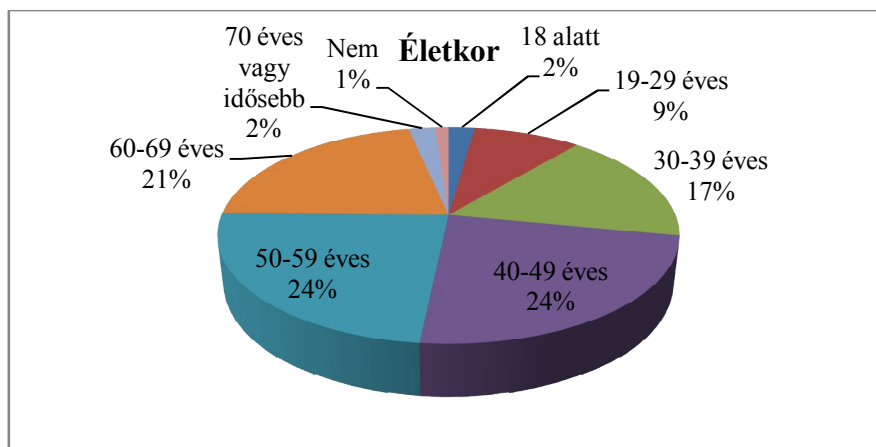
Összességében megállapítható, hogy az adatok felvételét követően derült ki, hogy sem a játék rendszerességét, sem a játéktudást illetően nem sikerült egy tipikus alapsokaságot elérni, így szükség lett egy frissebb, a rendszeresen golfozókat megszólító kutatásra, amelynek eredményei alapján lehetséges a kereslet tipizálása, illetve az itthoni és a külföldi utazások közötti eltérések vizsgálata.

5.7.2.A magyar golfkereslet sajátosságai a rendszeresen golfozók körében

A kutatások során szükségessé vált egy friss, a rendszeres golfozók véleményét tükröző primer kutatás lefolytatása, így 2012 őszén sikerült online megkérdezéssel 89 fő hazai golfozási szokásairól képet kapni. A kutatás módszertani bemutatására már a 4. fejezetben sor került, itt csak annyi kiegészítést kell tenni, hogy készült páros mintás t-próba (azok között, akik mind külföldi, mind a hazai tapasztalatokkal bírnak), valamint faktor- és klaszteranalízis, utóbbiak a 33 és 35 változó egyszerűbb csoportokba rendezését szolgálják. A cél a kereslet szegmentálásának lehetősége, golfozói típusok meghatározása volt, ezáltal azok összemérhető, hasonlíthatók legyenek a nemzetközi kutatások eredményeihez, szegmenseihez, illetve a faktoranalízis alkalmazásával feltárássra kerüljenek a golfozók attitűdjei mögötti dimenziók. Vannak-e olyan témák, dimenziók, amelyek mentén a válaszadók jellemzően a golfról vélekednek, amelyek mentén a golfozásról megalkotják a véleményüket?

5.7.2.1. Az itthon golfozók szokásai

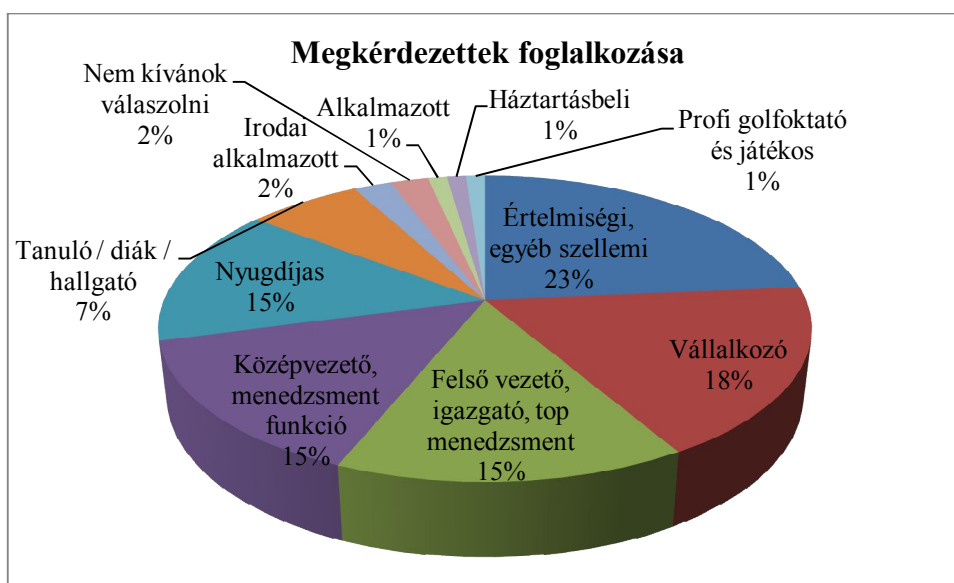
A téma feldolgozása érdekében 89 fő megkérdezésére került sor. A mintának a 80%-a volt férfi és 20%-a nő, ami közelítően megegyezik a KPMG (2010f) által közölt ország statisztikával: 69% férfi, 21% nő és 10% junior (fiú és lány). A minta életkori megoszlása igen vegyes, de az online felvételt nem befolyásolta a korosztályhoz tartozás, hiszen minden golfozó rendszeresen használja – akár munkából kifolyólag - az internetet (46. ábra).



46. ábra A magyar golfozók korosztályos megoszlása

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

Az elemzésnél ugyancsak fontos változó a megkérdezettek foglalkozása, amely közvetlenül a jövedelmekre, így a golfban való részvételre is jelentős hatással van (47. ábra).

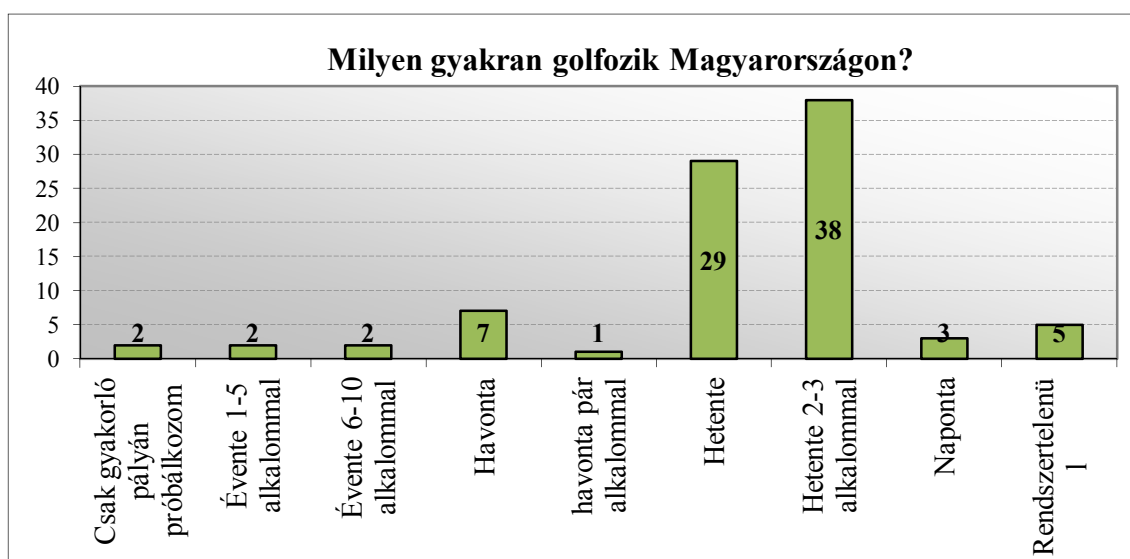


47. ábra A megkérdezettek foglalkozása

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

Ezen belül értékes demográfiai adat: a megkérdezettek 81%-a diplomás, további 7%-a felsőfokú szakirányú végzettséggel bír, ami a foglalkozási megoszlást követően talán nem meglepő. A válaszadók közel 60%-a házas, míg 13-13%-a élettárral él, vagy nőtlen/hajadon. Az összes válaszadók közül 63 fő külföldi tapasztalatokkal is bír, hiszen legalább egyszer országhatáron túli elsődleges golfozási motivációval, szervezett úton

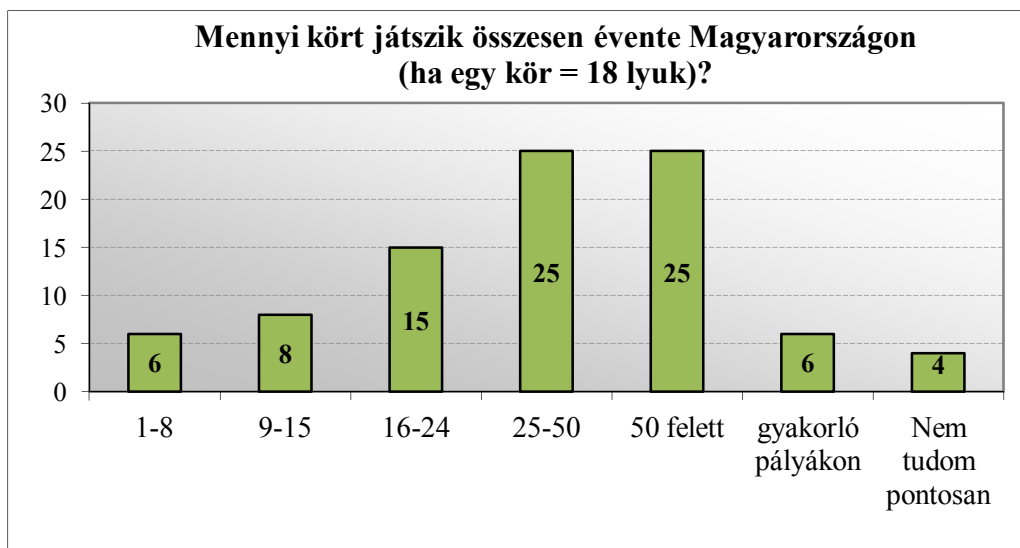
vett részt. A vizsgálatba bevont alapsokaság rálátása a magyar golféletre biztató, hiszen 70%-uk minimum 4 éve játszik, és 29%-uk már több mint egy évtizede, így az összes megkérdezett többéves játéktapasztalata releváns információval segíti az eredmények bemutatását. A szabadidős tevékenység gyakorisága a fogyasztói magatartás erejére, a sport iránti elkötelezettségre utal. A 48. ábra tanúsítja, hogy a válaszadók a rendszeres golfozók közül kerülnek ki, szemben a korábban már bemutatott kutatás rendszertelenül sportolóival. Éppen ezért megbízható az így kapott eredmény, amelyben a minimum heti rendszerességgel a pályán lévők a válaszadók 79%-át jelentik, és a vizsgált alapsokaság szakmai rálátására, véleményének valóságtartalmára utal.



48. ábra Milyen gyakran golfozik Magyarországon?

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

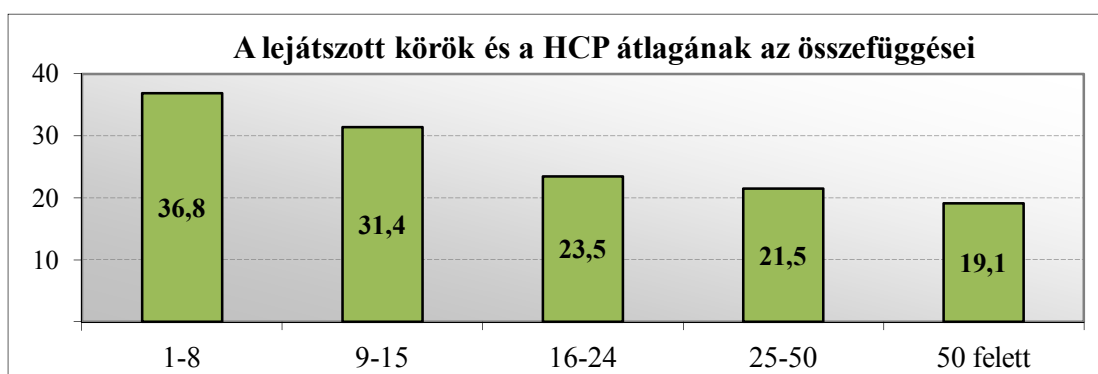
A demográfiai áttekintést követően **azon feltevés, miszerint a golfozási gyakoriság és életkor közötti összefüggés erőteljes és az idősebb játékosok jobban ráérnek, nem igazolódott be**, hiszen - az életkornál a kategóriaközéppel számolva - az látszik, hogy a minta nagy része hetente vagy gyakrabban golfozik. Ezek közül a heti 2-3 alkalommal golfozók átlagéletkora kisebb (45 év), mint a heti rendszerességgel golfozóké (54 év). A nemzetközi szakirodalom is (PETRICK, J.F. 2002b; VISITSCOTLAND 2006; HENNESSEY, S.M. 2008) a játék gyakorisága alapján ítéli meg, kategorizálja a játékosokat azok golfozásban való részvétele alapján. Így **a minimálisan évente 8 kört játszókat tekintik a nemzetközi szinten értékelhetőnek** (49. ábra). Ezen kritériumnak a vizsgált sokaság megfelel, hiszen 82 % ennél többet golfozik.



49. ábra Mennyi kört játszik évente Magyarországon (ha egy kör = 18 lyuk)?

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

Azt a korábbi felvetést, miszerint **az évente lejátszott körök és a hendikep között olyan összefüggés** mutatkozik, hogy **minél alacsonyabb a HCP, annál több kört játszik, megvalósul**. A hendikep kategóriaközepével helyettesített csoportok adataiból jól látszik, hogy szignifikáns összefüggés van egy játékos golfozási gyakoriságának növekedése és a HCP átlagának csökkenése között (50. ábra), ami majd a további, elsősorban utazáshoz kapcsolódó motivációt befolyásolja eltérő mértékben.

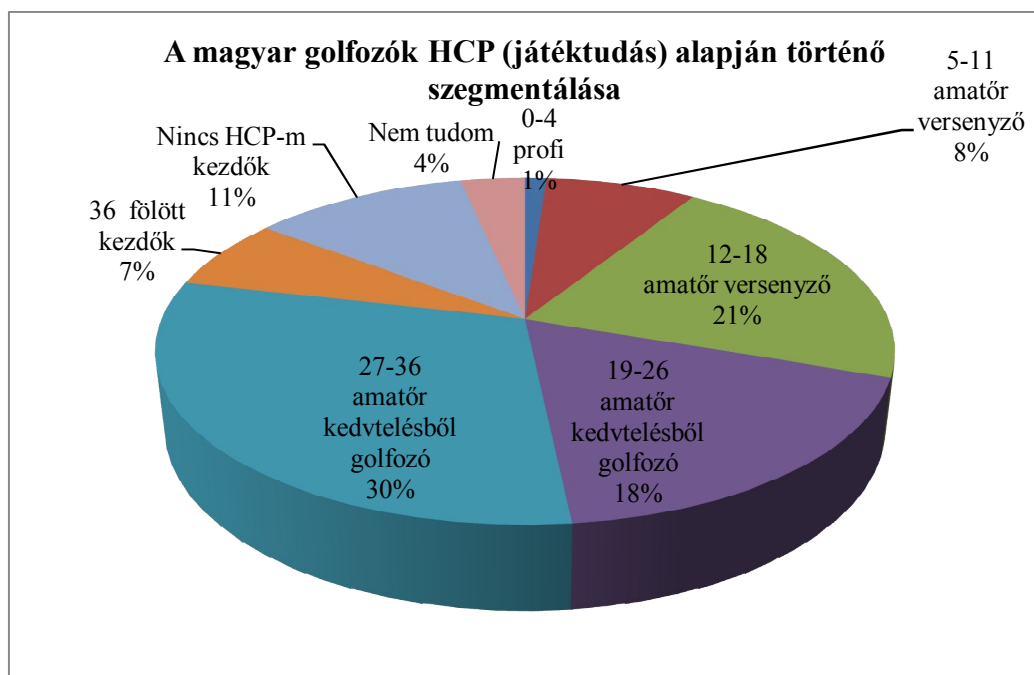


50. ábra Az évente lejátszott körök száma és a HCP átlagának összefüggései

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

Egyértelmű összefüggés mutatkozik a lejátszott körök száma és a tapasztalat során összegyűjtött játéktudás között. Az elvégzett χ^2 -próba alapján ez az összefüggés statisztikailag is szignifikáns ($\chi^2(5)=3,392, p=0,008$).

A játékosok (playing) hendikepjéből - ami azt mutatja meg, hogy az adott pálya nehézségi fokától (Score rate) függetlenül milyen szinten tud általában a játékos játszani - kiderül, hogy a játéktudás alapján jelentősen szóródnak a megkérdezettek válaszai, ami a kereslet szegmentálására is – pusztán a játéktudás alapján – lehetőséget ad. A legmagasabb szintet, azaz a legkevesebb ütéssel a pálya PAR* értéke felett a **profi** (1-4 HCP, 1%), a sportot versenyszerűen űzni képes **játékosok alkotják**, akiket a „**single HCP-es**” (11 alatti, 8%) golfozók csoportja követ (51. ábra). Utóbbiak a versenyeken rendszeresen induló, a játéktudásukat megmértető, folyamatosan fejlesztő szegmensét jelentik, akikhez hasonlóan a **12-18 HCP-s kategória játékosai** (21%) is sokszor versenyeznek ugyanilyen indokkal, igaz ők már inkább csak klubszinten teszik. Az amatőr játékosok nagy részét a **19-36 HCP feletti sportolók** teszik ki (48%), akiknél maga a golf játék élvezete, a friss levegőn és társaságban való tartózkodás és nem a versenyszerű részvétel motivál.



51. ábra A magyar golfozók HCP (játéktudás) alapján történő szegmentálása

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

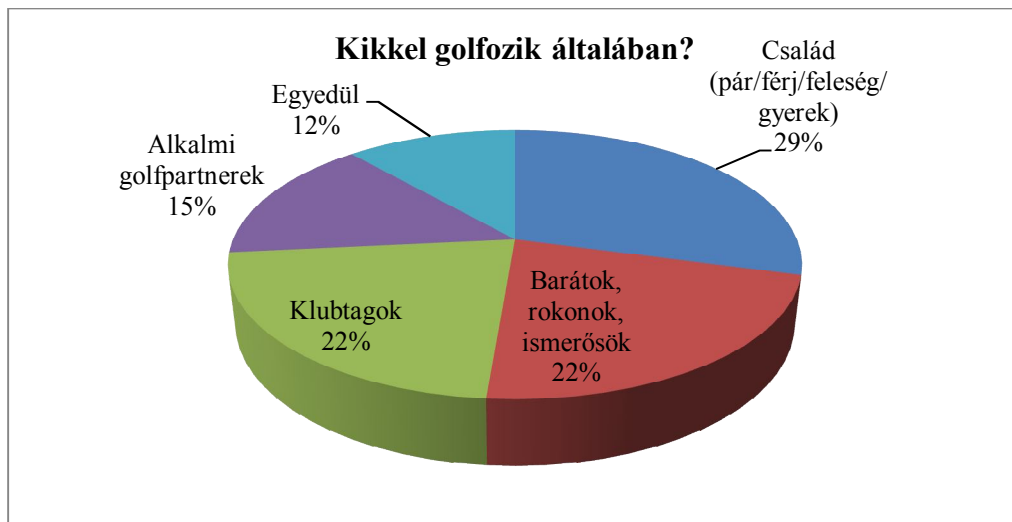
Az 51. ábra jól illusztrálja, hogy minden tizedik válaszadónak **nincs HCP-je**, ami több okra vezethető vissza. Egyrészt a játéktudást illetően még nem tették le a pályaalkalmasságát, ami igazolná, hogy az adott golfozó tudása alapján alkalmas egy golfpálya rendeltetészerű használatára (megfelelő tempóban és szinten képes golfozni, mert ez a golfozóvá válás legjelentősebb mérföldköve). Másrészt a Brit-szigetek

golfozóinak összevetésénél már említésre került, hogy azokban az országokban a klubtagság és hendikep nyilvántartás nélkül is milliók golfoznak több-kevesebb rendszerességgel, ami elkötelezettség nélküli játékot tesz lehetővé az olyan nyilvános (public course*) pályák esetében, ahol annak teljesítése nem verseny, azaz a HCP-et módosító rendezvény kapcsán, hanem saját szórakoztatás céljából történik. Harmadrészt az évente a tagklubnál vezetett EGA (European Golf Association) HCP számítás bizonyos díj fizetését írja elő, így az is elképzelhető, hogy versenyzés célja nélküli, pusztán a játék élménye miatt golfozóknak nem kell a HCP nyilvántartás, különösen, ha a lejátszott körök száma alacsony (17-19. melléklet HCP faktorelemzése).

A tisztán játéktudás alapján négy kategória állítható fel a magyar golfozók körében:

- profi játékosok (1-4 HCP),
- amatőr versenyzők (5-18),
- amatőr kedvtelésből golfozók (19-36),
- kezdők (36 vagy felette) + nincs HCP.

A társasági sportként - amit ugyan lehet egyedül is és több személlyel is játszani - ismert golfnál lényeges megvizsgálni, hogy kikkel és milyen gyakran úzik. Az 52. ábra igen vegyes megoszlást mutat, hiszen magának a sportnak a fennmaradását, megerősödését és terjedését éppen a játékostársak összetétele, sokszor azok egymáshoz viszonyított társas kapcsolata határozza meg. **A rendszeresen golfozók családtagokkal, barátokkal játszanak (51%), akik mellett még a klubtagok aránya (22%) jelentős.** Ez azért izgalmas, mert a golf terjedését a baráti társaság jelenti, amit a golfozgatók és – később látható – a nem golfozók is említenek. Ezt megerősíti, hogy egy hazai vagy külföldi golfpálya felkeresése nem a megtett kilométertől, hanem a társaságtól függ (43,8%).



52. ábra Kikkel golfozik általában

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

A golfal sokszor rokonítható hivatásturizmus, azaz az üzleti partnerekkel való játék **hazánkban még nem terjedt el, így a munkatársakkal történő rendszeres golfozás nem jellemző**, bár kétségtelenül a céges rendezvények sokszor incentive programját egy-egy golfnap adja. Azon kevés válaszadó, aki céges golfozást említett alapvetően a felső- és középvezetők köréből, illetve vállalkozókból áll, de a kis minta miatt szignifikánsnak nem nevezhető az összefüggés ($\chi^2(5)=10,427, p=0,064$).

A kérdőívben a hazai golfpálya kiválasztásának szempontjaira is ki kellett térni. Az erre vonatkozó 33 attitűdállítás alkalmasnak bizonyult egy faktorelemzés elvégzésére (KMO=0,731, Bartlett(528)=1477,2, $p=0,000$). A lefuttatott elemzés a következőkben bemutatott 10 faktort eredményezte, ami a teljes variancia 72,26%-át magyarázza (20. melléklet).

Az otthoni golfozással kapcsolatos **első faktor a golfpálya kiegészítő szolgáltatásai** (minőségi szállás, étkezés, wellness, spa, mindez csomagban és ehhez kapcsolódik a pihenés), amelyek legtöbbször helyben rendelkezésre állnak (KIM, S. S. et al. 2002).

Második faktorként a klubélet és társas élet, közösségi lét, élmény a valahova tartozást mutatja, megerősíti a golfsport társas (pl. személyiségfejlesztő) érdemeit. A Maslow-i piramis szerint ez a közösséghez való tartozást erősíti, de azt nem, hogy hazánkban az üzleti része golf. A hivatásturizmus (incentive) érdektelenségét mutatja,

ezért erősíteni kell az ilyen irányú promóciót, akciókat kell indítani, jobban bevonni a cégeket a válság ellenére.

A harmadik faktor a környék kirándulási adottságai (természeti, kulturális, szórakozóhelyek stb.) mind erőteljes ellentétet mutatnak a pálya minőségével, ami azt jelenti, hogy minél fontosabb valakinek a pálya minősége, annál valószínűbb, hogy a környék adottságai nem jelentős szempontok a pálya kiválasztásában. Az eredmény megerősíti a hazai klubigazgatók véleményét: az elsődleges golfos motivációval érkező vendégek játszani mennek, és nem érdekli őket más természeti, kulturális adottság.

A negyedik faktor a természeti környezet, mint látványértéket, tájképet jelenti érdekesnek és vonzóknak találják, de korántsem elsődlegesnek. Nincs meg az a szegmens – elképzelhetően a kicsi mintának köszönhetően -, amely a különös természeti környezetben elhelyezkedő, páratlan szépségű golfpályák felkeresését tűzte ki céljául. Ugyanakkor hazánkban a balatoni pályák elképesztően gyönyörű panorámát nyújtanak, de a gödi természetvédelmi terület „beépítése” is briliáns megoldása volt a természet megóvásának és ellenőrzött használatának.

Az ötödik faktor a pálya presztízse az egyik legérdekesebb, hiszen a válaszadó magyar golfozóknak sem a külföldi, sem a belföldi pálya esetében sem érdekes a pálya hírneve, tervezője vagy az ott rendezett profi versenyek száma, mégis egy jól elkülöníthető faktorként jelenik meg az elemzés során. Addig, amíg nemzetközi kutatásokban a jó játékosok kisebb szegmense kimondottan ez alapján választ (nevezhetők „ínyenceknek” vagy sznoboknak is), akár egy tervező minden pályáját meg kívánja játszani, addig ez a hazai golféletben nem jelentkezik. Ennek egyik valós magyarázata lehet az átlagosan magas HCP, hiszen a neves designerek pályái általában nagyobb kihívás elé állítják a golfozót, ami kellő játéktudás hiányában pont az élmény rovására mehet, ez pedig elégedetlen vásárlót eredményez, ami golfozók közötti szájhagyományán keresztül negatív képet fest majd a pályáról. Vannak olyan pályák is, amelyek HCP korláttal játszható, azaz csak azt teljesíteni képes játékosokat engednek fel, ami a fenti rossz érzés elkerülését célozza minden játékosban. Az egyik oldal nem szenved a pályán, a másik nem vár a lassabban (gyengébben) játszókra. A Robert Trent Jones Jr. (Zalasprings - Zalacsány) és a Christy O'Connor Jr. (Budapest Gate - Bicske) neves tervezők a válság előtti beruházások megvalósulása esetén ebben hozhattak volna új piaci szegmenseket az országba.

A hatodik faktor a családi golfozás, kikapcsolódás, pihenés és az otthoninál kedvezőbb klíma, mindez egy a golfot kedvelő életében gyakran jelentkező tényező. Szerencsés esetben az egész család golfozik, így a közös hobbi egy családösszetartó szabadidős tevékenység, ami a különösen a külföldi – kedvező klímájú területekre irányuló - golfos nyaralások során nyer teret.

A hetedik faktor a pálya (fizikai és anyagi) elérhetősége, ár-érték aránya, amit a golfozók számára az oda-vissza út hossza, és költsége határozza meg, ezért nemcsak a közlekedésbe ölt összeg, hanem annak időtartama is fontos. Sőt! Utóbbi, az időhiányban szenvedők számára fontosabb tényező még az anyaginál is. Az árérzékenység már korábban említésre került, ami annak fényében különös, hogy a golf a közép és a feletti osztályok sportja, de a spórolás itt is megjelenik.

A nyolcadik faktor a személyzet szerepe, a humán erőforrás szakmai és emberi felkészültsége, ami a klub, pálya csomagolását adja. Felkészült és kedves, a turista érdekeit szem előtt tartó vendéglátás nélkül nem létezik sikeres golfklub. Ez presztízzsel bíró magán pályák esetében azt is jelentheti, hogy a több száz tagot név szerint kell ismerni, valamint a fogyasztási szokásait, mintegy VIP szolgáltatásban részesíteni őket. A kérdés aktualitását a korábban előfordult sok hazai rossz tapasztalat adja.

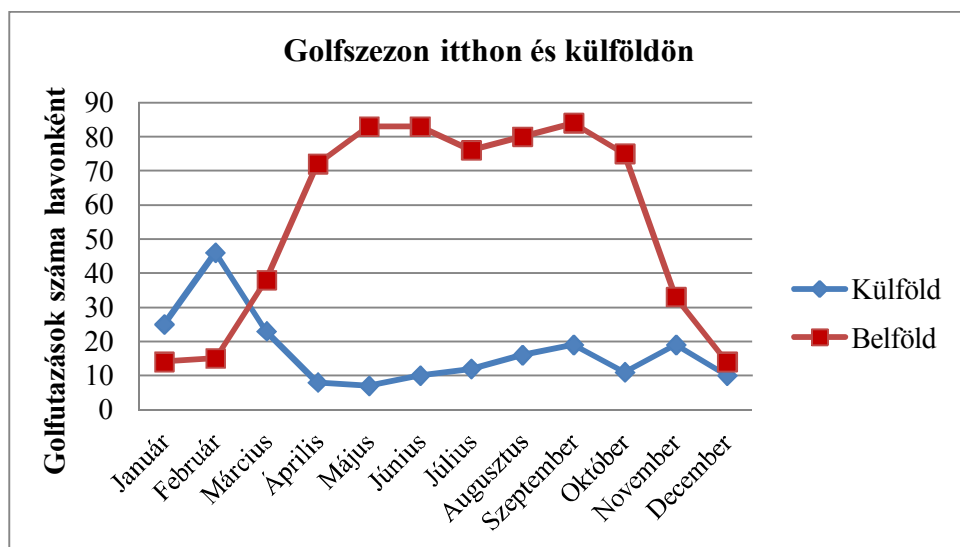
A kilencedik faktor az új pályák megismerése, megjátszása, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy a játéktudásának megfelelő pálya fontos a tagsági klubon kívül játékosok számára, az új élmény, az új pálya megjátszása miatt, ahova golfozni megy és nem azért, hogy szenvedjen a pálya nehézsége miatt.

A tizedik faktor a golfpályák nehézsége, kihívása egyszerre tartalmazza azt, hogy valakinek egyáltalán nem fontosak a közeli pályák, de a pálya nehézsége annál inkább. Nevezhető kihívásnak is (Maslow-piramis), ahol nem arra koncentrálnak, hogy hány pálya van, hanem, hogy milyen nehezek.

5.7.2.2. A külföldön golfozó magyarok attitűdje

A külföldre elsődleges golfozási szándékkal utazó magyarok alapvetően eltérő időszakban, módon és távolságba utaznak: egyrészt **a golfszezonban a közeli,**

szomszédos országokba, személygépkocsival, sűrűbben, másrészt a szezonon kívül, a messzi, elsősorban repülővel elérhető térségekbe, de ritkábban. A szomszédos utakat egyénileg, a távolságokat csoportosan szervezik, utóbbiakat szervezhetik klubok, baráti társaságok, PRO-k és golf tour operátorok egyaránt. A célországok meghatározásánál kimutatható, hogy azok, akik nem szomszédos országot, hanem távoli úticélt jelöltek meg, **télen kelnek útra, az ekkor is kedvező idővel bíró golfdesztinációkat keresik fel**, amikor otthon nem vagy csak szimulátoron lehetséges a játék (53. ábra). Ezt a szignifikáns összefüggést a válaszadók elsősorban **Spanyolországgal, Tunéziával és Törökországgal azonosították, és jól kimutatható az ottani téli szezon, ami január-március idejére, a tavaszi szezonra való felkészülés jegyében telik.**



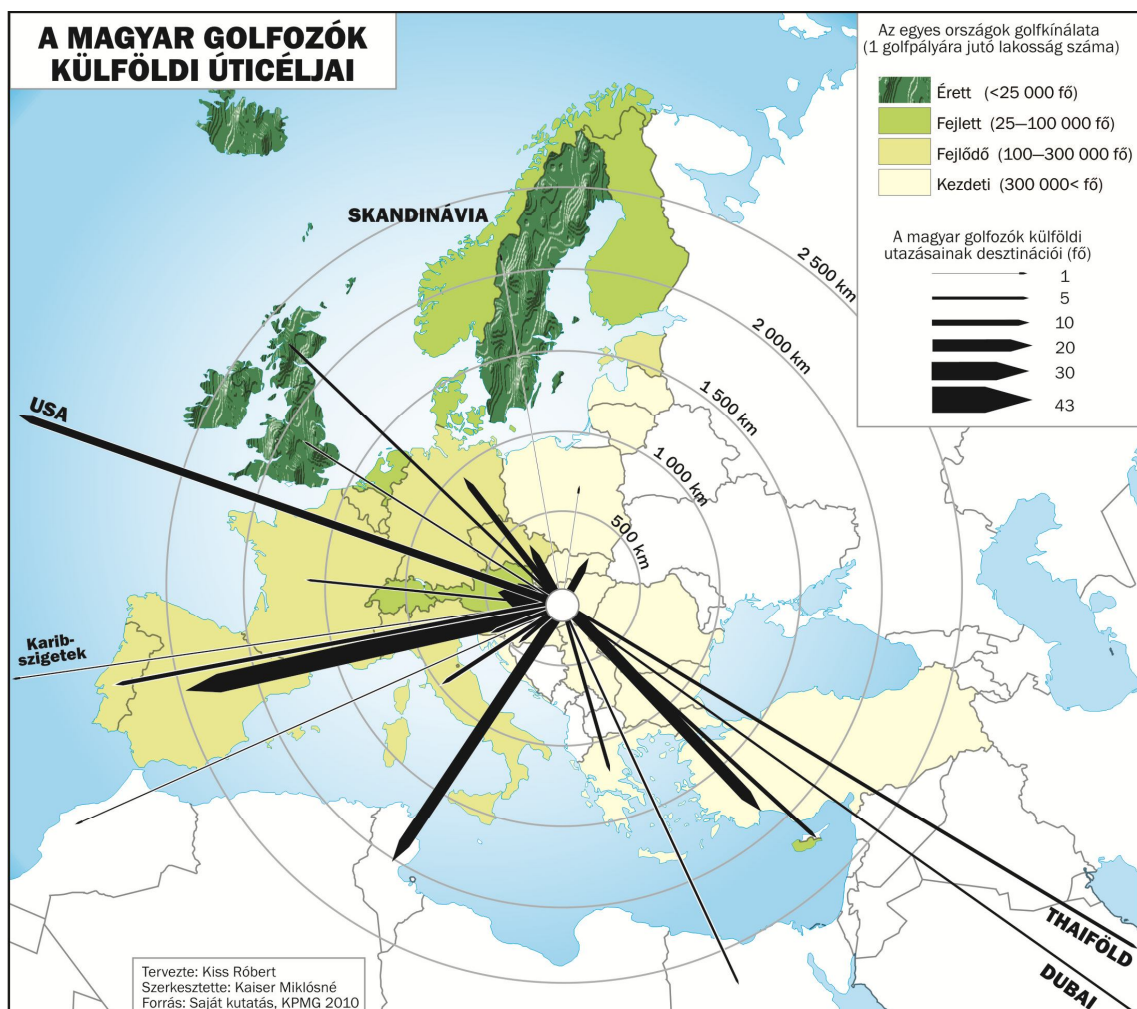
53. ábra A golfszezon itthon és külföldön

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

Ezzel szemben a tavasztól induló 7-8 hónapos hazai golfszezon sem egyenletes, hiszen tavaszi és őszi főszezon van és egy nyár közepi júliusi-augusztusi visszaesés, ami a nagy melegnek köszönhető. Mindez alátámasztja a golfnak, mint a magyar turizmus szezonját meghosszabbító terméknek az előnyét.

A 54. ábrából az is leolvasható, hogy a hazai golfozók leglátogatottabb határon túli desztinációja Ausztria, amely a közép-európai térség legkedveltebb golfcentruma jelentős kínálattal és kereslettel, de igen népszerű a legfejlettebb volt keleti blokk tagállama, Csehország, valamint szomszédja Szlovákia is. Említésre érdemes még Szlovénia, Németország és ugyancsak az egyéni utak közül az Amerikai

Egyesült Államok, Dubai és Thaiföld. Érdekes, hogy a golf hazája és a Brit-szigetek a nyári időszakban mennyire nem vonzza a magyar játékosokat, aminek oka lehet a links* pályák szeles, hűvös adottsága, illetve az egyes pályákon bevezetett minimalizált HCP, ami érinti a kérdőív kitöltőit. A nyilak azt is mutatják, hogy a magyar kereslet külföldre utazása nem függ az úticél golftársadalmának érettségétől, attól, hogy mennyien játszanak ott, csupán annak kínálatára építő golfcsomagok befolyásolják. A golftársadalmak érettsége jól visszatükrözi az egykori vasfüggöny futását, ez alól Csehország az egyedüli kivétel.



54. ábra A magyar golfozók külföldi úticélja

Forrás: KPMG 2010g, saját kutatás, szerkesztés 2013

A külföldi és belföldi golfpályákról szóló keresleti eltérések igen jelentősek, így ezeknek az áttekintése kardinális jelentőségű a hazai helyzet megállapítása, megítélése szempontjából. A kérdőívben megkérdezett 33 változó összevetéséből kiderül, hogy a legtöbb tényező esetében a magyar golfozók körében a golfpályák kiválasztásában nincs

különbség a tekintetben, hogy belföldön vagy külföldön történik (21. melléklet) a játék. A páros mintás t-próba, amely mindazon válaszadók véleményére kiterjed, **akik golfoztak már bel- és külföldön, mégis számos eltérésre, különbségre hívja fel a figyelmet.**

Elsőként **a külföldön fontosabb változók közül a közeli golfpályák számát** kell kiemelni, hiszen éppen a nagyobb pályasűrűség és gazdag, egymáshoz közeli kínálat – meg a kedvezőbb éghajlat - miatt utaznak a játékosok. Ebből egyenesen következik az **új pályák megismerése, megjátszása igényének jelentősége**, az otthon már ismert pályák (szűk kínálat) miatt ez az újdonság élményét adja. **A legjelentősebb különbséget az otthoni és a felkeresett desztináció klímája adja**, ami a (tömeg)turizmus klasszikus, klimatikus alapmotivációjára utal. Az is hangsúlyozott eltérés, hogy külföldön **inkább vásárolnak komplett golfcsomagot** a golfozók, ami a kényelmes mód, hiszen mindent, sok esetben - desztinációtól függően - all inclusive kap meg (pályahasználat, szállás, étkezést, transzfer). A fogyasztás pszichológiáját az adja, hogy nagyobb a költési hajlandóság egy külföldi úton: „ha már eljöttem, nem hagyom ki” gondolkodásmóddal. **A pályák földrajzi környezete** valamelyest fontosabb egy határon túli célterületen, ahol a tengerparti, esetleg a magashegységi pályák természetföldrajzi jellemzői a mérvadóak, hiszen az eltérő habitusú tájak és a helyi növényzet miliője is vonzerőként hat. **A kényelmi faktort** jelentik a **minőségi szálláshely, a pihenés fontossága és a csodálatos természeti környezet.** Az otthoni pályákon való versenyzés lehetősége magasabb értékét a leggyakrabban a klubversenyeken résztvevők adják.

Válaszadók között alapvetően egyetértés van a döntéshozatalban a pálya minőségét, kedvező ár-érték arányát, lakóhelytől való távolságát – külföldön ez a szálláshelyet jelenti -, az olcsó megközelítését és a pályák alkalmazottainak udvariasságát illetően. Ezeket mind pozitívan – az átlagot meghaladóan - jelölték, mint a döntésben fontos, a rendszeres golfozást alaposan befolyásoló anyagi tényezőket. A nemzetközi golfkeresleti elemzések (KPMG 2010g; 55. ábra) szerint egy játékosnak a legfontosabb döntést befolyásoló ismérv a pálya minősége, állapota, ebből kifolyólag a játszhatósága, akár fizikai szempontok alapján (pl. nincs víz alatt a pálya, nem kiégett, jól nyírt fű), akár tudását érintően (a rossz minőség a játék - élmény és az elégedettség a rovására megy). Egy jó minőségű pályán való golfozás lehetőségéért hajlamos már preferenciákról is lemondani, de ebből ritkán engednek. Érdekes, hogy a

magyar válaszadóknál ez az érték csak a második, ráadásul külföldön holtversenyben az éghajlati jellemzővel. Ezzel együtt is a **pálya minősége fontosabb, mint a többi felsorolt szempont.**



55. ábra A golfdesztnáció választás kulcstényezői a magyar golfozók körében

Forrás: KPMG 2010g

A magyar válaszadók leginkább a pálya ár-érték arányát tekintették fontosnak (15. táblázat), ami a kereslet árérzékenységét mutatja és megegyezik a klubigazgatók véleményével: mindenhol a kedvezményeket keresik a tagok, a játékosok. A nemzetközi felméréseknél - ahol a golfturizmus jelentős -, a golfcsomagokba beleértik a jó ár-érték arányt, hiszen a kínálat részéről a komplex szolgáltatáscsomagok kialakításának célja egyidejűleg több, a fogyasztó számára (ár)előnyt jelentő termék értékesítése. A magyar piaci résztvevők nem így gondolkodnak, golfcsomagot csak külföldön vásárolnak, és külön kezelik az ár-érték arány kategóriától, ami újabb marketingfeladat a golf tour operátoroknak. A válaszokból annyit meg lehet állapítani, hogy **a golfcsomag inkább a jobb golfozóknak fontos**, bár nem jelentős az összefüggés $F(3,85)=2,320$, $p=0,403$). Meglepő, hogy **átlagkeresetben nem különböznek szignifikánsan a pálya árát fontosnak és nem fontosnak tartók** ($F(3,41)=1,618$, $p=0,200$).

Az említett változók közül a golf időigényességéhez kapcsolódik **a megközelítés könnyűsége és időtartama**, amely a nemzetközi szinten is alapkérdés, egyben kulcsa a golfdesztnációk fejlesztésének: jó közlekedési kapcsolat a fő küldő területekkel,

valamint az **úticélon belül az egymáshoz közeli pálya**, ami 30-40 percen belül 3-4 pályát jelent. Ilyen koncentráció egyetlen hazai régióban sem létezik, így a legfontosabb vonzerő és az idegenforgalmi infrastruktúra megfelelő koncentrációjának hiánya alapjaiban akadályozza a klasszikus golfturizmus hazai kialakulását, tömegesedését.

15. táblázat A magyar játékosok golfpálya-választását befolyásoló tényezők

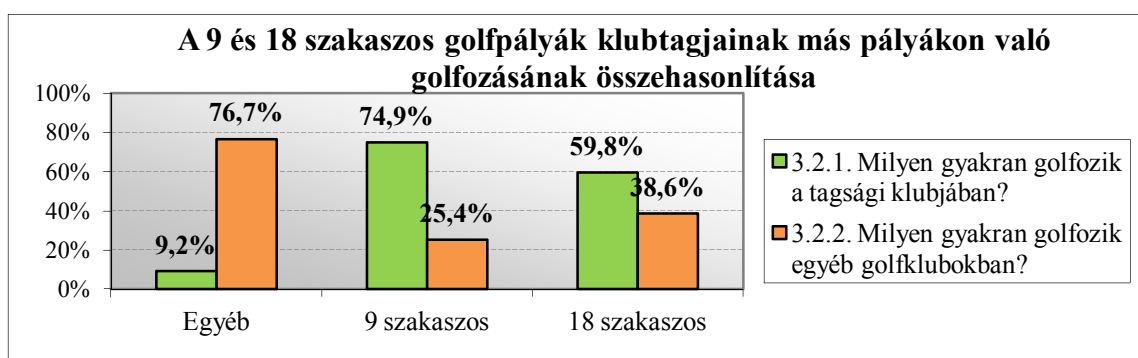
Külföldön legfontosabb változók	Érték	Belföldön a legfontosabb változók	Érték
A pálya jó árszínvonala	3,4	A pálya jó árszínvonala	3,5
A pálya minősége	3,2	A pálya minősége	3,3
Felkeresett ország éghajlata	3,2	A pálya könnyű megközelíthetősége	3,2
Új pályák megjátszása	3,1	A pálya alkalmazottainak udvariassága	3,2
Csodálatos természeti környezet	3,1	A pálya alkalmazottainak szakképzettsége	3,0
A pálya könnyű megközelíthetősége	3,0	A pálya olcsó megközelítése	2,9
A pálya olcsó megközelíthetősége	3,0	A pálya nehézsége	2,8
Pihenés, üdülés	3,0	Csodálatos természeti környezet	2,8

Forrás: saját kutatás

A rendszeresen golfozók ugyancsak **egyformán, de az átlagot el nem érően vélekedtek: a pálya tervezőjéről, hírnevéről, az ott rendezett profi versenyekről, valamint a környékbeli szórakozási, kirándulási lehetőségekről, saját ingatlanról, a nemzetközi játékosokkal való golfozásról, a golf rendezvényen való részvételről és üzleti úton szabadidőpartnerrel történő játékról.** A magyar golfozók új pályák iránti érdeklődése az otthoni kevés, már ismert lehetőség miatt alakult ki, így a jelentős számú kínálat egyrészt háttérbe szorítja a neves tervezők által épített, általában nehezebb pályáktól való tartózkodást, másrészt a játéktudás azon szintje is hiányzik, amely egy profi tervező pályájának egyedi ízét, trükkjeinek felismerését teszi lehetővé egy átlagos golfozó számára. A presztízs értéke csak akkor van egy ilyen pálya teljesítésének, amikor a játszhatóság és a vele párhuzamba állítható játéktudás együttesen pozitív élményt ad a játékosnak, azaz nem veszített sok labdát, nem rontott a HCP-jén, nem tartotta fel a mögötte induló játékosokat (flight*). **Az amatőr golfban a könnyebb, nagyobb és több élményt nyújtó pályák népszerűsége emelkedett** az utóbbi időszakban, így a profi golfhoz köthető helyszínek kimaradnak a csoportos golfutazásokból. Ugyanakkor még nézőként, a **sportturizmus passzív résztvevőjeként sem szokás a magyar golfozóknak külföldi versenyeket személyesen felkeresni.**

Jellemző, hogy a golfozó elsődleges céllal játszani megy, és a másodlagos motivációk nem kötődnek sem a kiránduláshoz, sem a környék felfedezéséhez, hanem sokkal inkább a spa, wellness használatához, illetve a gasztronómiai és borkóstolós rendezvényekhez. **A játékosok nem a (golf)sport tanulásáért mennek külföldre,** sokkal inkább játszani és élvezni a meglévő tudásukat. A golfrendezvények iránti érdeklődés - helyszíntől függetlenül - átlag alatti értéket kapott, ahogyan az üzleti partnerekkel való játék is. Ez utóbbi megerősíti, hogy a magyar golfozónál **a golf még nem tartozik az üzleti élet és kultúra szabadidős tevékenységei körébe,** az emberek inkább családi, baráti körben, illetve klubtagokkal játszanak.

A csak külföldön golfozóknak feltett kérdések közül az úti cél presztízse kevésbé, míg **az elérhető tee-time*-ok** fontos értékelést kaptak. Utóbbiak azért is érthetőek, hiszen egy-egy golfcsomag összeállításának része a játék kezdési időpontjának ismerete, **nem várakozni, hanem minél többet játszani utazik a golfozó.** A klubtagság tekintetében addig, amíg a **9 szakaszos pályájú klubok tagjai jellemzően saját létesítményükön játszanak, addig a 18 lyukasok esetében zömében más golfkomplexumokba mennek, ami szignifikáns** ($F(2,86)=20,162, p=0,000$) (56. ábra).



56. ábra A 9 és 18 szakaszos pályák klubtagjainak más pályákon való golfozásának összehasonlítása

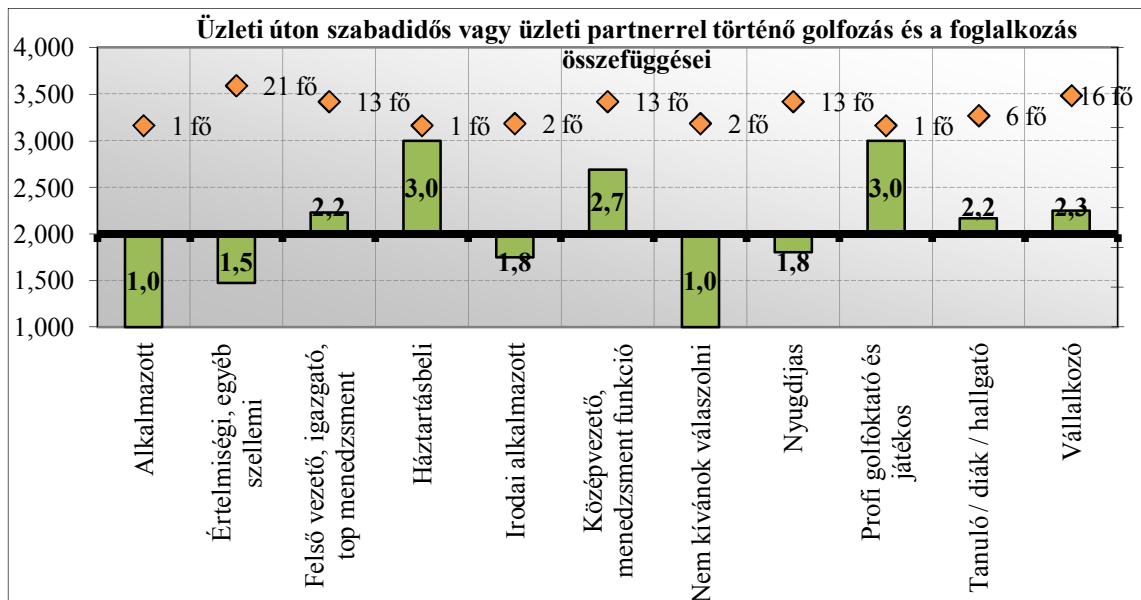
Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

Ennek az a magyarázata, hogy egy 9 szakaszos pályán golfozó még többet gyakorol, a driving range-et éppen kinötte, de a pályára már kimehet. Egy golfozó játéktudásának átlagos fejlődése az életkor előrehaladtával – képletesen - az ismert „termék életciklus görbéhez” is hasonlítható. A kezdeti bevezető szakasz a driving range (ütésgyakorlás), a növekedés a 9 szakaszos (gyakorlás és pályahasználat), az

érettség 18 (pályahasználat kevesebb gyakorlással), majd a hanyatlás, elhúzódás a 9 szakaszos, végül a pitch & putt* pálya lesz (rövid szakasz – kb. 30-90m - két ütővel). Utóbbiból jelenleg egy létezik a zsirai golfpályán.

Ami a rendszeres játékot illeti, ha valaki 10-nél több kört játszik, akkor az átlagos jövedelme magasabb, de az összefüggés nem szignifikáns, mert kicsi a minta. **A külföldi tartózkodásuk során 1-4 kört játszóknál általában egy hétnél rövidebb időt tartózkodnak külföldön, míg, akik több mint 10 kört, azok minimum egy hétig. Az eltérés statisztikailag szignifikáns ($\chi^2(4)=21,934$, $p=0,000$).** Ez az eredmény megegyezik a kvalitatív kutatások során elhangzottakkal, hiszen egy átlagos golfcsoport egy hetes, ez alatt a játékosok 4-6 kört játszanak 3-4 közeli golfpályán. Ugyanezt a gondolatmenetet követve, **ha valaki 1-2 pályát játszik, az is jellemzően 7 napnál kevesebbet tölt kint, míg, aki 5-nél több pályát, az legalább egy napig marad, de jellemzően egy hétnél tovább. Az eltérés statisztikailag jelentős ($\chi^2(4)=18,425$, $p=0,001$).**

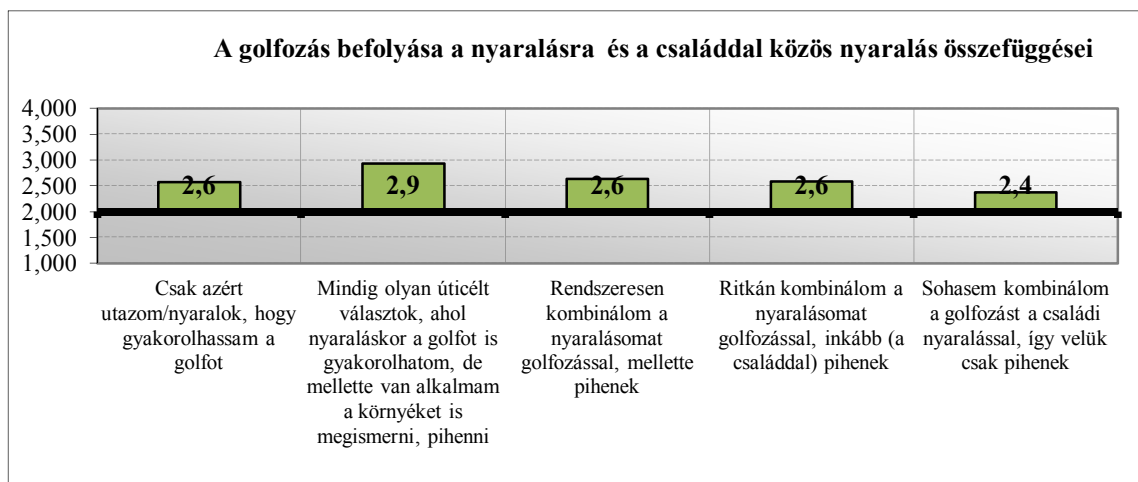
Az a sztereotípa, miszerint a golf az üzleti életnek is jelentős részét képezi, nemzetközileg igen elterjedt, így ennek hazai igazolásakor azt is meg kellett vizsgálni, hogy van-e az üzleti utak során szabadidős vagy üzleti partnerekkel golfozás és ez a köthető-e foglalkozáshoz (57. ábra).



57. ábra Üzleti úton szabadidős vagy üzleti partnerrel történő golfozás és a foglalkozás összefüggései

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

Hazánkban egyáltalán nem nevezhető gyakorinak a jelenség, talán a középvezetőknel jelenik meg, amit nagyobb mintánál bizonyosabban lehetne állítani. A külföldi golfozásokor a szállásoknál megszokott minőséghez való ragaszkodást úgy lehet értelmezni, hogy azok, akik 4 vagy 5 csillagos hoteleket választanak, a határon túl is inkább oda mennek, míg a rokonra, barátira, saját nyaralóra szavazók hasonlóan tesznek külföldön is. Azon golfozók, akik itthon 3 csillagos hotelt választanak, azok külföldön – pusztán vásárláspszichológia miatt - esetleg 4, 5 csillagost, míg a külföldön 3 csillagos hotelt foglalók itthon is azt teszik. **Az összefüggés azonban az elvégzett próba ellenére sem mondható kiemelkedőnek, mert a kategóriák igen nagy száma torzítja a próba értékét ($\chi^2(20)=140,75$, $p=0,000$).** A desztináció kiválasztásánál **nincs összefüggés a családi nyaralás és a golf fontossága között a nyaralási célpont kiválasztásában** (58. ábra).



58. ábra A golfozás befolyása a nyaralásra és a családdal közös nyaralás összefüggései

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

A külföldi golfozási attitűdökkel kapcsolatban megfogalmazott 33 állítás alkalmasnak bizonyult egy faktorelemzés elvégzésére (KMO=0,544, Bartlett(595)=1140,4, $p=0,000$). A vizsgálat 11 faktort eredményezett, ami a teljes variancia 73,44%-át magyarázza, és **a hazai pályaválasztási attitűdökön lefuttatott faktorokhoz hasonló eredményeket hozott** (22. melléklet). **A külföldön is golfozó magyarok esetében készített faktorelemzés nagyon hasonló az előbbihez számos esetben: a természeti környezet, a személyzet, a pályapresztízs, az elérhetőség, a környékbeli lehetőségek faktorokat illetően a magyarok belföldi szokásaihoz képest, ezért az alábbiakban csak a faktor eltérések kerülnek röviden bemutatásra.**

Az első, a kiegészítő szolgáltatások, ahol annyi a változás az otthonihoz képest, hogy a pályához szálláshely, étkezési lehetőség és wellness, spa szolgáltatásokat a hangulatos klubélet és a barátok, rokonok meghívása adja. Előbbi a nemzetközi atmoszféra, utóbbi a külföldre csoportosan utazás miatt kerül előtérbe.

A második, a nemzetközi verseny, ami a külföldön való versenyzés és golfozókkal való játék lehetőségét mutatja, illetve a golfrendezvényen való részvételt.

A harmadik, az üzleti út és PRO és a golftanulás, ez az olyan utakra utal, amit a magyar golfklubok profi oktatói a szezon előtt külföldön szerveznek.

A negyedik az új pályák megismerése, felkeresése, amelyek kiegészültek a tee- time-okkal.

Az ötödik a földrajzi környezet, ami komplett golfcsoomagokkal egészül ki.

A hatodik, a nehézség, ez jelentheti magának a pályának a megjátszását, illetve a kedvező ár-érték arányát.

Végezetül **a természeti környezet** esetében az objektívitas kedvéért meg kell jegyezni, hogy a pályák egyediségét adó unikális (tengerparti, sivatagi, tó- vagy folyóparti, vulkán közeli stb.) fekvés jelentős távolságra van Magyarországtól, így annak felkeresése költségigényes.

A rendszeresen golfozók felmérésének a 9. kérdésében vonatkozó 25 attitűdállítás alkalmasnak bizonyult egy faktorelemzés elvégzésére (KMO=0,600, Bartlett(300)=645,46, p=0,000). **A lefuttatott vizsgálat a következőkben bemutatott 9 faktort eredményezte**, ami a teljes variancia 66,73%-át magyarázza (15-16. melléklet).

Az első, a környezettudatosság, ami új trendként jelent meg a golfturizmus palettáján, illetve a magyar golfozók korábban is hangsúlyozták a természeti erőforrások fontosságát, az optimális öntözés szükségét, a kemikáliák és a pályák növényzetének a környezetre nem káros megjelenését.

A második, a golfturizmus, ahol a megadott állítások elvetésre kerültek, jelezve az alig létező golfturizmus mértékét, a nemzetközi élvonaltól való infrastrukturális elmaradást és klimatikus hátrányt.

A harmadik, az egészségtudatosság, ahogyan az már korábban is, most is a tevékenység rendszeres üzésének pozitív hatásait mutatja.

A negyedik, a golf a gazdagok sportja, amivel nem értenek egyet a játékosok, bár nem tartják olcsónak, de nem drágább a síelésnél, teniszezésnél.

Az ötödik a lemaradó hazai golfélet, amely mutatja a hazai golf minimális ismertségét, a tendenciák rossz irányban haladnak jelen gazdasági környezetben, szűkül a golfozói bázis, ami rossz előjel a pályák tulajdonosai számára.

Hatodiként az új pályák építésében egyetértés mutatkozik, hogy a jelenlegi kereslethez elegendő a hazai kínálat, ugyanakkor a fejlesztéseket 18 szakaszos, nagy költségigényű pályák építésében látják, amelyeknek létesítése és fenntartása az elmúlt időszak bizonyította, nem életképes ilyen kicsi piac mellett. Ez szembe megy a golfstratégiában foglaltakkal (HEGYI A. 2009).

A hetedik, a gazdasági hatás, amiből megerősítést nyer a felvetés, hogy a golfozók költési indexe magasabb egy átlag turistáénál, amelynek pozitív hozadéka van.

A nyolcadik, a golfsport, amiben a jövőre vonatkozóan a nők és a fiatalok bevonásának lehetőségét látják, illetve a golfnak a mindennapi munkából való kikapcsolódásban betöltött szerepét.

A kilencedik, a golf sajátos kulturális közege, ami azért önmagában álló faktor, mert ennek jelenléte vagy hiánya jelentős közérzetet befolyásoló egy verseny során, a fairplay játék megléte révén.

A magyarok golfról alkotott véleménye és a hazai golfozás közös faktoranalízise a korábban már bemutatott eredmények összesítése, így annak külön elemzése nem szükséges, az összefoglaló információkat a 19. melléklet tartalmazza.

Mivel alapvető cél egy golfozói fogyasztói szegmentáció létrehozása, amely a HCP pontok alapján képzett csoportosításnál kifinomultabb, ezért a kérdőív eredményeiből klaszterelemzést kellett készíteni. Ehhez az előzőekben bemutatott faktorelemzések eredményei és demográfiai változók paraméterei is alkalmazásra kerültek (23. melléklet).

A következőkben a golfdesztináció választás, valamint a golfról adott általános véleményekről kapott faktoranalízisek eredményeire épített klaszterelemzés, amelynek nem a játéktudáson (HCP) alapuló piacszegmentálás, kategorizálás a célja, hanem a magyar golfozók egyes csoportjainak a golfozói tudás, szokások és tulajdonságok, valamint egyes demográfiai változók alapján történő közös jellemzőkkel bíró csoportok felállítása. Jelen esetben öt klasztert lehet képezni a megadott változókból, ahol az alábbi szempontok kerültek az elemzés középpontjába: játéktudás (HCP), mióta és milyen gyakorisággal golfozik, válaszadó neme, kora, foglalkozása, végzettsége, családi állapota, egy főre jutó jövedelme. Az így képzett klaszterek jól visszaadták a kvalitatív kutatás alapján kirajzolódott fogyasztói csoportokat, amelyeket az alábbiakban mutatok be részletesebben.

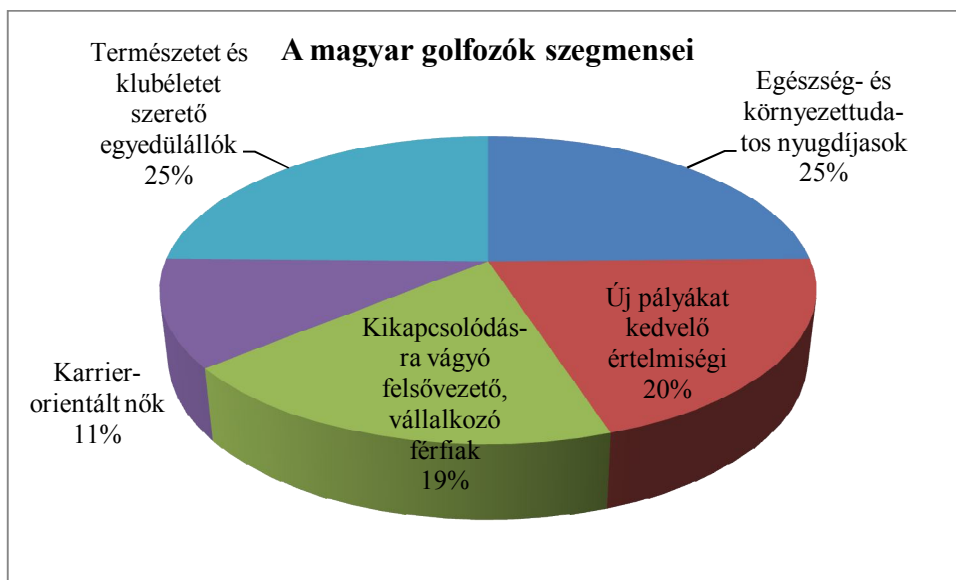
Az első csoport (N=22) az egészség- és környezettudatos, nyugdíjas (60-69 éves), házas, férfiak, akik topmenedzserként, felső vezetőként dolgoztak/-nak. A felmérésben szereplő kategóriák közül a leghosszabb golfozói (11-20 éves) tapasztalattal, igen sűrűn (heti 2-3 alkalommal), igen eltérő játéktudással játszanak és (egyedülként az öt csoportból) kíváncsiak a környék turisztikai adottságaira is. Utóbbinak magyarázata lehet, hogy idősebbek, így egy-egy játék után inkább van idejük a környéket is felfedezni, illetve a nyugdíjas lét segíti a részvételt. Ezen felül felelősséget éreznek a természeti erőforrások optimális felhasználására, figyelemmel vannak a környezet terhelhetőségére és ennek megfelelő fogyasztói magatartást vesznek fel.

A második csoportot (N=18), a pályapresztízst és új pályákat kedvelő értelmiségiek alkotják, akik 4-10 éves tapasztalatukat rendszeres játékkal (hetente) tartják fent, 50-59 éves korosztályhoz tartoznak és házasok. Játéktudás alapján amatőr szintű, már nem csak kezdő (27-36 vagy 19-26 HCP-s), több diplomás golfozók, ahol a csoport nemek közötti megoszlása követi az alapsokaságét. Számukra az új pályák létesítése, mint a golf fejlődésének iránya jelentkezik.

A harmadik csoport (N=17) a kikapcsolódásra vágyó felsővezető, vállalkozó férfiak közül kerül ki, akik átlagosan 4-10 éve játszanak, minimum heti rendszerességgel, olykor ennél sűrűbben, a 40-49 éves korosztályhoz tartoznak és házasok, főiskolai, egyetemi végzettséggel, kezdő játéktudással (27-36-os HCP). A csoportot nagyrészt Magyarországnak a környezetéhez képest lemaradó golffélete és a

klubok személyzete szakmai felkészültségének és kedvességének megléte érdekli, így részben a társas élmény keresése és a kiegészítő szolgáltatások igénye jellemzik.

A negyedik csoport (N=10) a karrier-orientált nőkből áll, akik mind nemrég kezdtek golfozni (1-3 éve), így a kezdők közül kerülnek ki (felerészt 27-36, illetve 36 feletti HCP-vel rendelkeznek), akik hetente 2-3 alkalommal játszanak. Leginkább a 30-39 éves korosztály tagjait képviselik, középszintű, szellemi munkával foglalkoznak, főiskolai vagy egyetemi végzettséggel bíró szinglik (de magas volt a házasság és nem kívánok válaszolni aránya is). Az üzleti és társasági életük szerves részét képezi a golfozókkal eltöltött idő, a tartalmas, hangulatos klubélet, a társas élmény keresése (szinglik), fontos számukra a személyzet felkészültsége, kedvessége, ahogyan a pálya presztízse, az ezzel járó üzleti előny és a pálya elérhetősége is. Meglátásuk szerint a golf a gazdagok sportja.



59. ábra A magyar golfozók szegmensei

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2013

Az ötödik csoport (N=22) a természetet és klubéletet kedvelő egyedülállók jelentik, akik 1-10 éve, heti 2-3 alkalommal golfoznak, fiatal és középkorú (19-49 év közötti korosztályok) egyedülálló férfiak, középiskolai vagy főiskolai, egyetemi végzettséggel, megbízható (19-26 HCP-vel) golftudással. A természet és a klubélet mellett jelentőséget tulajdonítanak az egészségtudatosságnak is. A kutatás során megállapított öt golfozói szegmens egymáshoz viszonyított aránya jelzi, hogy a

természeti környezetet és a környezettudatosságot valamennyire fontosnak tartók a kereslet 50%-át jelentik (59. ábra).

A nemzetközi minták összevetésében közös vonás, hogy a rendszeresség nagyon sok esetben befolyásolja a golfozói csoportokhoz való tartozást (játéktudás, klubéletben való részvétel, elfoglaltság, jövedelmi helyzet), amelyet még további demográfiai változók színesítenek. A nemzetközi kutatások mintáit tekintve a kapott eredmények leginkább a VISITSCOTLAND (2007) felméréséhez hasonlíthatók azok tartalmi jellemzőit tekintve. Mindig lesznek olyanok, akik nem érzik, hogy bármelyik fent említett klaszterekhez tartoznak, ezzel együtt is a golfszakértőkkel végzett kvalitatív felmérések eredményeivel összecseng a kapott eredmény.

A teljesség igénye miatt kell megjegyezni, hogy **a kutatás azt a célját nem érte el, hogy a válaszadók jövedelme alapján alátámassza vagy elvesse: a golf csak a gazdagok sportja.** Ugyan a 4. csoportban ez megjelenik, de ez egyrészt köszönhető annak, hogy hazánkban az anonim és önkéntes felmérésekben az anyagi jellegű kérdésekre adott válaszadásra minimális a hajlandóság, másrészt azt sugallja, hogy annak bevallása esetleg erősítené azt a szemléletet, hogy csak a tehetősek golfoznak. Ezért egyéb empirikus módszerek (mélyinterjúk) igénybevételével állapítható meg, hogy a középrétegektől felfelé keresendő-e a golfozók potenciális piaca.

A kérdés további tisztázása érdekében célszerűnek mutatkozott a gazdagok sportjának tartott golf elsajátításához szükséges költségek összehasonlítása más sportágakkal. Ez alapján lehetséges megválaszolni, mennyiben valós az állítás, valóban megerősíti-e a kérdőívben kapott nemleges választ? Az alapfelvetés: **Mennyibe kerül egy átlagos képességű, ügyességű, általános iskolás (legalább 6 éves) gyerek amatőr hobbikedvelő sportolóvá történő nevelése az adott sportágban Magyarországon?** A kérdéssel felvetés is alapvetően hipotetikus, hiszen egyrészt nincs két egyforma ügyességű, tehetségű, hozzáállású ember, így már a kérdés is torzít, másrészt abban is különböznek a sportok, hogy mi szükséges annak elsajátításához? Ehhez elsődlegesen a torzításmentesség biztosítása kell, egy olyan objektív összehasonlítás készítése, amely az egyes sportágak „felhasználó” szint elérésnek éves költségét méri össze (24. melléklet). Jelen felmérés egy általános iskolás gyerek tanítását (akár nyári tábor keretében), rendszeres (heti 2-3 alkalom) mozgás gyakorlását tartalmazza, illetve ezt kívánja éves kitekintésben bontani, de ennek is korlátjai vannak. Cél a tömegek

(tízezrek) által űzött, a golfhoz hasonlítható és mérhető sportok felsorolása. Ugyanakkor nem szándékozta az összes Magyarországon elérhető sportágat megvizsgálni, így a felmérés e tekintetben sem teljes. A vizsgálat eredményeinek értékeléséhez a következőket kell figyelembe venni:

- Különbséget kell tenni a csapat és egyéni sportok összevetésekor, hiszen a golfot mindkét módon lehet játszani. A továbbiakban egyéni sportként kerül értelmezésre.
- Ugyanazon sportágon belül is eltérő árképzés van, valamint a sport fizikai elérhetősége (lehetőség) is területenként különbözik, ez árnyalja a felmérés pontosságát.
- Az árak sokszínűségét a teremportok esetén a napszak is meghatározza: munkaidőben olcsóbb, az előtt és után drágább.
- A versenyekre való eljutás költsége, az utaztatás, a nevezési díjak stb. nem került bele a számításba.
- A klubhoz, egyesülethez való tartozás igen, hiszen sok sportnál ez alapfeltétel.
- Egy klubon belül is előfordulnak különböző bérletek.
- Az objektivitást erősítendő: egy adott desztinációban kerülnek összehasonlításra a különböző sportágak árai, Budapesten.
- Ez alól egyes technikai sportok kivételek lehetnek, de azok fajlagos költségigénye miatt majdnem mindegy a lokáció.
- Az elsajátítást követően már önállóan tud-e játszani a játékos.
- Mennyi további gyakorlásra van szükség a fejlődés érdekében (gyakorló órára van még szükség).

Amíg a golfsport elsajátítása a felsorolt szempontok alapján egy főre vetítve 260-380 ezer Forintos költséget jelent évente, addig a 24. mellékletben részletezettek szerint az egyes sportágakban ez a költség a következő:

A **tenisz**, a „fehér sport”, egykor az elit labdajátékként tartották számon és a teniszpályák, központok épülése ellenére ma is az egyik legdrágább „úri” sport, bár jelentős az amatőrök száma. Éves összes öltése 270-450 ezer Ft. Probléma: pálya foglaltsága, partner és idő hiánya.

A kb. 300-500 ezer magyar által űzött **síelés** a hó biztonság szempontjából külföldön lehetséges elsősorban, így az utazási költség extra kiadás. Általában egy hét,

hosszú hétvége, ami a téli időszakban maximum kétszer ismétlődik, sioktatással kiegészülve összesen 360-560 ezer Ft éves kiadás. Probléma: erős szezonális kb. 3 hónap.

A **squash** pályán való játék élvezetéhez is kell az oktatás, illetve a játszótárs. A felszerelés speciális (fehér talpú) cipő, ütő. Éves összes költsége 115-180 ezer Ft. Probléma: pálya foglaltsága, partner hiánya.

A **lovaglás**, attól függően, hogy saját lóval vagy a nélkül történik, költséges sport. Saját ló nélkül számított éves költség 150 ezer Ft, saját ló fenntartásával, lovaglásával 720-860 ezer forintba kerülhet. Probléma: költségigényesség, ló és pálya foglaltság. Pozitívum: minden nap lehet saját ló esetén lovagolni.

A 24. melléklet megtekintésekor meg kell jegyezni, hogy nem szerepel benne futás, úszás, kerékpározás, amelyek leggyakrabban a mindennapi rekreációban öltenek testet, illetve annak oktatására egyáltalán vagy csak minimálisan kell költeni, így összehasonlíthatatlanul olcsóbb azok üzése.

A **golf**, mint sportág éves kiadása 260-380 ezer Ft összegben számítható. Ha ezt az összeget összevetjük a fentiekben és a 24. mellékletben részletezett adatokkal, akkor erősen megkérdőjeleződik az exkluzivitás.

A pályák fizikai elérhetősége, közeli megléte, illetve azok hiánya dönti el, hogy felmerül-e a rendszeres sportoláshoz szükséges oda és visszajutás költsége. Így ha a város szélén található a pálya csak személygépkocsival vagy tömegközlekedéssel nehezen közelíthető meg, az plusz idő és pénz, amivel számolni kell. Arról nem is beszélve, hogy egy-egy pálya vonzáskörzete kilométerekben mérhető, így sok esetben egyetlen lehetőség van. Ami igazán megdrágítja a sportot, az a 18 szakasz lejátszásához szükséges idő, a 4-6 óra. Ez valóban sok, és a fejlett golfdesztnációkban ezt felismerve építenek napjainkban driving range-eket, pitch & putt* és városi (executive*) golfpályákat közvetlenül a fogyasztópiachoz, hogy a rövidebb játékokat (és a rövid játékot*) nyújtó lehetőségek 1-3 órás golfozás élményt nyújtsanak. Ez a golf új termék megközelítése, ami szembe megy a lassú, sok sétát igénylő nyugdíjas sport képével.

A golf egyfajta gyűjtő sport is, hiszen a kiöregedő élsportolók közül sokan kezdték el a játékot, akár versenyszerűen is folytatták. golf a „kortalan” sportként, nemtől, játéktudástól függetlenül, egyedülállóknak is tud kikapcsolódást, pályahasználatot biztosítani.

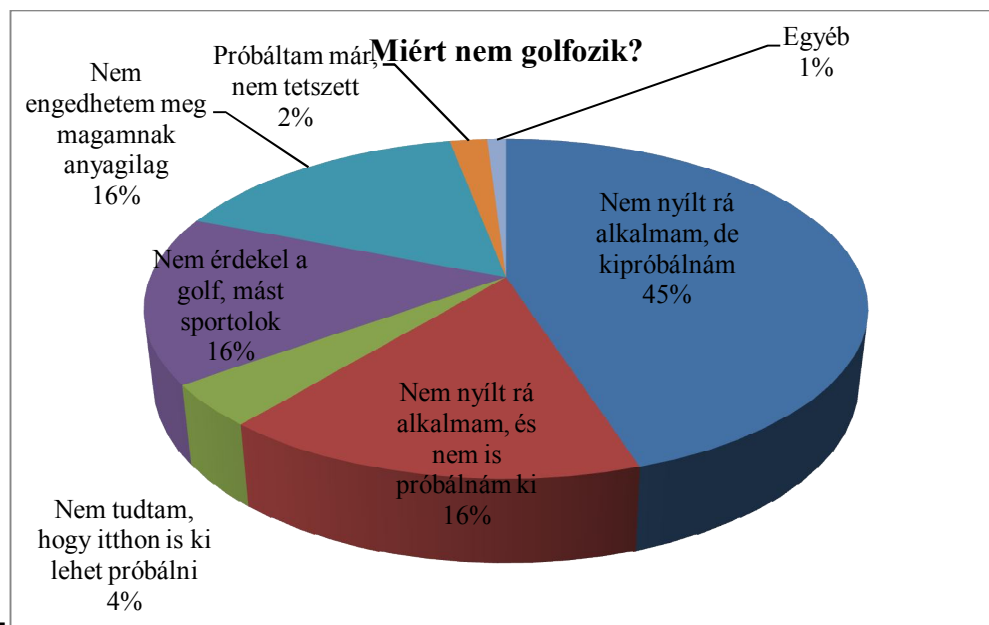
Arról sem szabad elfeledkezni, hogy a nehéz gazdasági környezetben minden sport drága, luxus, hiszen a havi több tízezres számlát 1-2 gyerek esetében igen nehéz

egy átlagos magyar háztartás költségvetéséből kigazdálkodni. A korábbi felmérésből is kiderül és most megerősítést nyert, hogy a rendszeres rekreációs tevékenységeket végzők esetében, igyekeznek a lehető legtöbbet megtartani belőle, ami a legkevésbé költségigényes és sportpályához köthető sportok előretörését jelenti, de emellett sokan nem tehetik meg a rendszeres sportolást.

5.8. A potenciális kereslet - a hazai nem golfozók szabadidős attitűdje

Az eddigi kutatások is megerősítették a keresleti oldal igen szűkös létét, így az a felvetés került előtérbe, hogy vajon van-e további potenciál, kereslet a jelenleg nem golfozók körében, van-e további merítési lehetőség a piac szélesítésére, újabb fogyasztók megnyerésére? Ennek érdekében került sor a 4. fejezetben említett 3. kérdőívezésre, amelyből egyértelműen kiderül, hogy milyen a lakosság nem golfozó részének a sporthoz viszonyított attitűdje.

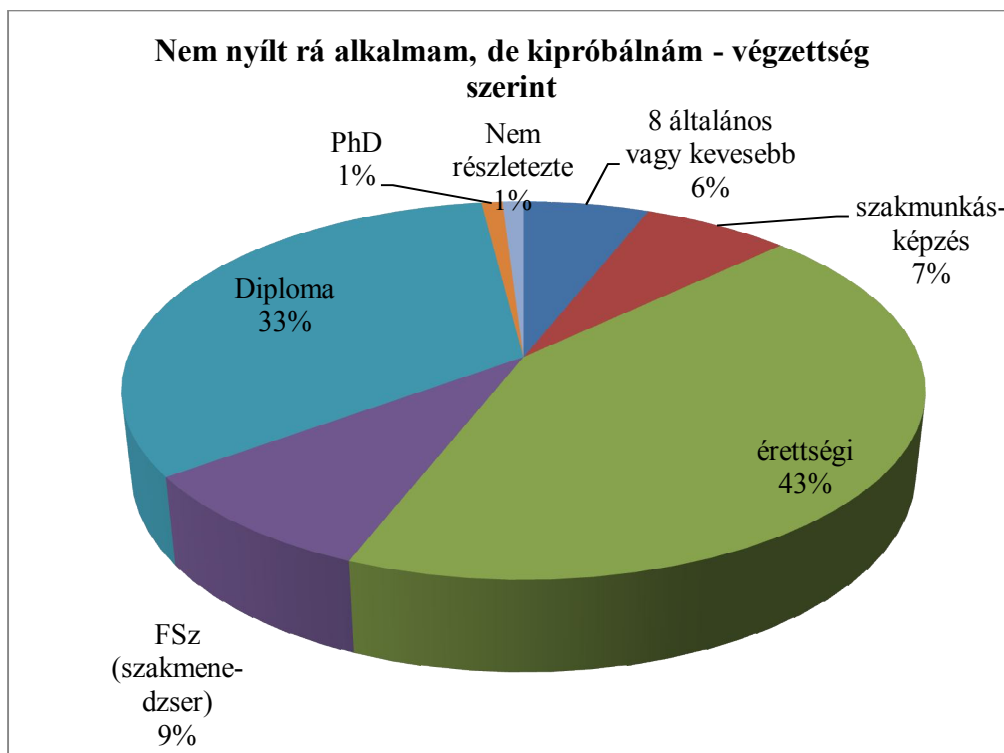
A hazai nem golfozók kérdőíves megkérdezésének első, és a további kutatások szempontjából igen biztató eredménye az volt, hogy a válaszadók 45%-a egyáltalán nem mutat elutasító magatartást a golfozással kapcsolatosan (nem nyílt még rá alkalma, de kipróbálná – 60. ábra). Ehhez a csoporthoz még további kb. 20% (4+16%), igaz kevésbé megbízható válaszadó van, aki információ, illetve kellő anyagiak hiányában nem próbálta még ki a golfot, de bennük is ott rejlik a potenciál. Előbbiek feltétlen és utóbbiak lehetőség szerinti megcélzása számszerű emelkedést hozhat a hazai golfozók számában. Nyilván utóbbiak csak hosszú távon és kisebb valószínűséggel vonhatók csak be a célzott promócióba, de az, hogy csupán 34%-os a golfozást elutasító válaszadók aránya, optimizmusra adhat okot a magyar pályák vezetőinek.



60. ábra Miért nem golfozik?(%)

Forrás: KISS R. – RÁTZ T. 2012, saját szerkesztés 2013

A „Miért nem golfozik?” kérdést a válaszadók végzettsége jelentősen befolyásolja a golfozás iránti érdeklődés szintjét (60. ábra). A magasabb végzettségűek befogadóbb magatartást tanúsítanak, mint az alacsonyabb végzettségűek, ami egybecseng a turizmus más területein tapasztaltakkal, ahol a magasabb végzettséghez szintén nyitottabb, érdeklődőbb attitűd társítható. A „nem nyílt rá alkalmam, de kipróbálnám” kategóriára (61. ábra) pozitívan válaszolók között a felsőfokú végzettséggel rendelkezők 41%-kal és az érettségizők 43%-kal jelentős súlyt képviselnek, mint golf iránti potenciális kereslet. Az újdonság iránti érdeklődés motivációja egyértelműen mutatja, a golfpályák menedzsereinek továbbra is a magasabb végzettségűek felé kell nyitniuk, és számukra szükséges ingyenes nyílt napokat, valamint a golfot népszerűsítő rendezvényt szervezni, hirdetni.



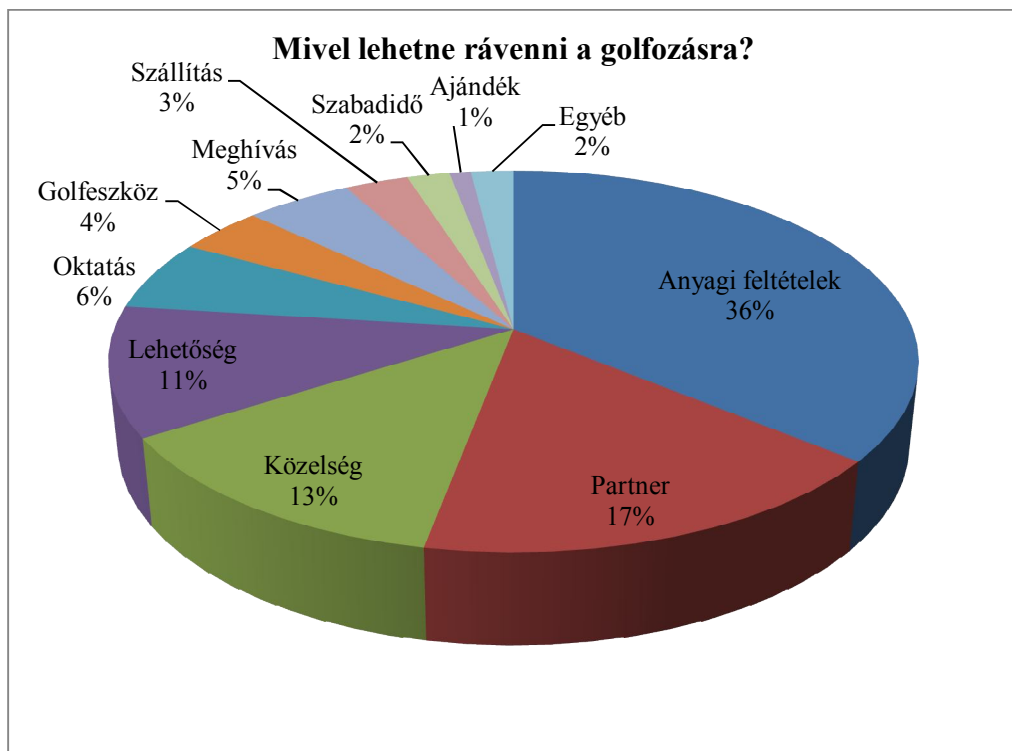
61. ábra „Nem nyílt rá alkalmam, de kipróbálnám” – a válaszadók végzettségének megoszlása szerint (%)

Forrás: KISS R. – RÁTZ T. 2012, saját szerkesztés 2013

Bízható, hogy a válaszadók az 61. ábrán megfigyelhető arányokban befogadók egy, a magyar környezetben idegennek tűnő szabadidős tevékenységgel szemben. A potenciális kereslet elemzését tovább részletezve megállapítható, hogy az érettségizettek minimum 42%-a próbálná ki a golfot, míg a felsőfokú végzettséggel bíróknak több, mint a felét (55-67%) érdekelné egy ilyen lehetőség. Mindemellett az anyagi kiadásokat sem tartják annyira jelentősnek, riasztónak, mint az alacsonyabb végzettségű válaszadók, ami a keresetek közötti különbségre, az elkölthető diszkrecionális jövedelem eltérő nagyságára is utal. Míg a golfozás potenciális fizetőképes keresletét a közeljövőben ők jelentik, a legelutasítottabb kategóriát a 8 általánossal rendelkezők alkotják, akiknek 53,73%-a egyáltalán nem bírható rá a golfozásra.

A meglévő anyagi különbségek mellett annak eldöntésére, hogy a golfot valóban drága sportnak ismerik-e megkérdezték, a „Mivel lehetne rávenni a golfozásra?” kérdésre adott válaszok adnak részletes magyarázatot (62. ábra). Ebből megerősítést nyer, hogy a válaszadók 36%-a valamilyen anyagi feltételhez köti a sportot, drágának tartja a golfozást, igaz, közülük sokan jelezték, hogy ingyenes vagy kedvezményes bemutatók, rendezvények, golfiskolák keretében szívesen elsajátítanák a sportág

fortélyait. Számukra a kedvezmények biztosítása a prioritás, köszönhetően a jelenlegi árak taszító hatásának, s utóbbiak csökkentése mellett nagyobb népszerűség és kereslet generálható számos célcsoportban. Ezért is volna érdemes újra-, és átgondolni egyes szolgáltatások ár kalkulációját a hazai golfklubokban. Természetesen a kapott eredményeknek az sem kedvezett, hogy a gazdasági válság idején, a megszorító csomagok között került sor a felmérésre, így mindezek alapján nyilvánvaló, hogy napjainkban kevesen engedhetik meg maguknak a rendszeres golfozást. Igaz, ez a helyzet más sportágakra is negatív hatással van, de azok vizsgálatát ez a munka nem vállalja fel.



62. ábra Mivel lehetne rávenni a golfozásra?

Forrás: KISS R. – RÁTZ T. 2012, saját szerkesztés 2013

A kedvezőtlen eredmény részben betudható a nem golfozók között kialakult túlzott sztereotípiának, hiszen vannak más, hazánkban a golfnál rövidebb szezonnal bíró, de ugyancsak jelentős ráfordítást igénylő sportok, mint például a tenisz, a lovaglás, a síelés stb. vagy a nem kevés anyagi háttérrel igénylő technikai (motor)sportok. Ilyen összevetésben a golf ár-érték aránya már nem is olyan kedvezőtlen, hiszen 8 hónapon keresztül, társaságban és egyedül is játszható sportról, szabadidős tevékenységről van szó.

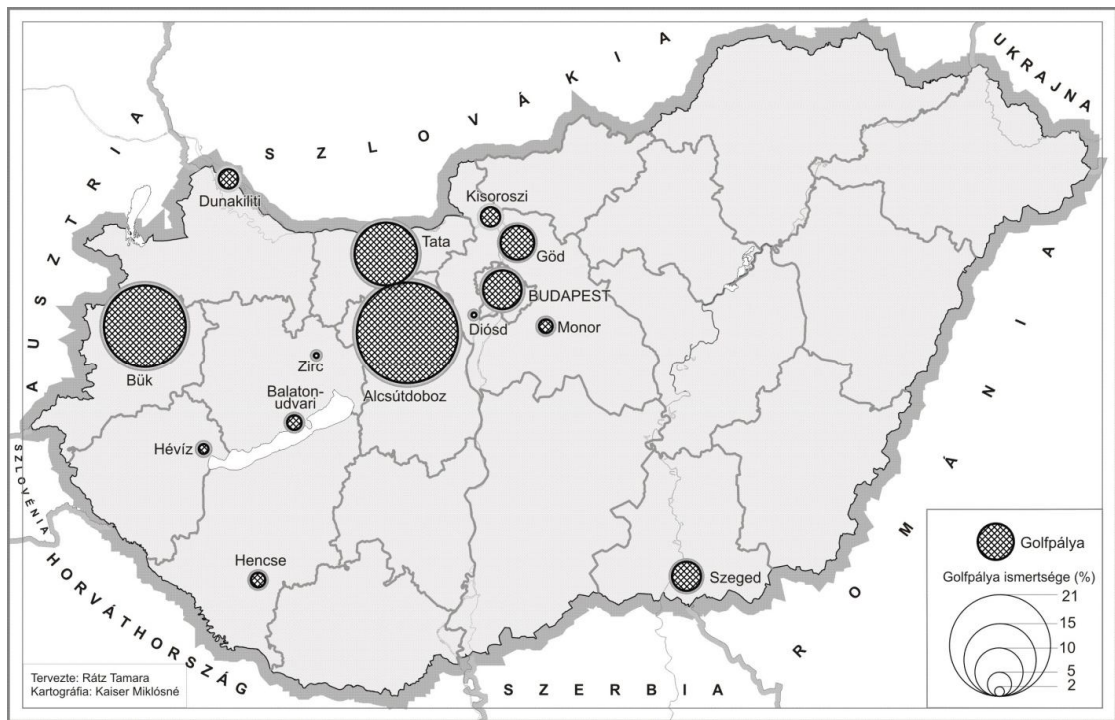
A második legfontosabb, a golfozásra motiváló tényező a megkérdezetteknek a „partner” (17%), a társaság, ami korántsem véletlen (62. ábra). Egyrészt a fejlettebb nyugati társadalmakban a golf egy társasági esemény, az egy klubhoz való tartozás élménye és kellemes szabadidő eltöltés, másrészt sokszor az üzleti élet része. Mindezek mellett a golf olyan sportág, ahol egyszerre játszhatnak egymással különböző korú, nemű és szinten játszó sportolók, valamint nem elhanyagolható a barátok, rokonok ráhatása a golfozás megszerettetésében, a társaság kibővítésében.

Válaszadók a rábeszélhetőség területén harmadik legfontosabb tényezőjeként értékelték a földrajzi „közelséget” (13%), ami arra utal, hogy számos megkérdezett térségében nincs könnyen elérhető golfpálya, és válaszadók ezért sem próbálták még a sportot. Valóban, térben igen szűkösön lehatárolhatók a golfpályák: Budapest és Észak-Dunántúl központtal (RÁTZ T.-KISS R. 2010), és nyilván csak további golfpályák nyitása segítheti elő a megközelítés megítélésének változását, bár a jelenleg is működő 18 lyukas pályáink taglétszáma még mindig nem érte el a maximálist – sok esetben még az optimálist sem.

A fenti véleményt erősíti a negyedik leggyakoribb válasz a „lehetőség” is (11%), amelyet sok megkérdezett jelölt meg. Ez a kevésbé konkrét szóhasználat több tényezőre is utal, így a pálya meglétére, közelségére, a megfelelő anyagi lehetőségre, valamint a rendelkezésre álló szabadidőre. További, a golfot népszerűsítő, a válaszadók kisebb részét a sporthoz közelebb vivő tényező a „golfoktatás” és a „golf eszközök” biztosítása (együttesen 10%), amelyek részét képezik a hagyományos golfbemutatóknak, és különösen a magasabb végzettségűek számára lehetnek vonzóak.

Ami a golfpályák földrajzi térben történő elhelyezését illeti, a kérdőívet kitöltőknek három, hazai vagy nemzetközi golfpályát kellett felsorolniuk az egyik kérdésre válaszolva. A 900 nem golfozó esetében összesen 308-an adtak meg legalább egy, golfpályával rendelkező települést, ami a megkérdezettek 30,8%-a, míg minden tizedik válaszadó tudott kettőt vagy annál többet megadni. Figyelemreméltó, hogy mindösszesen csak 24-szer említettek külföldi helyszínt (7,8%), amiből arra lehet következtetni, hogy inkább a hazai golfozási lehetőségeket ismerik a nem golfozó magyarok, mint a külföldieket, mert utóbbiakat részben ismert golf desztinációkhoz (USA, Spanyolország, Anglia), részben korábbi nyaralásuk helyszíneire (Marokkó,

Törökország) kötik. Válaszadók összesen 398-szor kapcsoltak hazai földrajzi neveket golfozási lehetőségekhez, ami jelzi, a kérdésre válaszoló nem golfozók körében ismertek azon hazai települések, amelyek golfpályáknak, golfozási lehetőségeknek adnak otthont (63. ábra). Noha a válaszadók egy-egy pályát – a közigazgatási határ ismeretének hiányában - több településhez is rendeltek, de ezen eltérések kiszűrését követően egyértelműen megállapítható, a térképen bejelölt településeken lehet golfozni.



63. ábra A hazai nem golfozók által ismert magyarországi golfozási lehetőségek elhelyezkedése

Forrás: KISS R. – RÁTZ T. 2012, saját szerkesztés 2013

„A golfozók legjellemzőbb tulajdonságai” kérdésre adott válaszoknál a nem golfozók leginkább a türelmet (34%) tartják egy golfjátékos első számú jellemzőjének, majd ehhez a kellő ügyesség és érzék (19%) és kitartás (11%) valamint állóképesség (10%) is társul, holott egy fizikai erőfeszítést nem igénylő, könnyű sportnak, szabadidős tevékenységnek tartják a golfot.

Fontos tényező a koncentrálóképeség (9%), ami minden sportnak a sajátja, illetve a térlátás (5%), utóbbival sokan arra céloztak, hogy milyen fontos szerepe van a játék és a pálya ismeretének, a térbeli helymeghatározásnak. Mindezek alapján egyrészt kiderült, hogy a nem golfozók is pontosan tisztában vannak a sport nehézségeivel, másrészt - s ez a meglepőbb - csak az előbb felsorolt jellemzőket követi az anyagi jólét

(5%), azaz a golfozó megítélésében már koránt sem játszik olyan számottevően a „drága golf” sztereotípiája, és ezzel részben meg is dől a drága sportként aposztrofált előítélet. Fentiekén kívül még a sport és a természet szeretete jellemzi a golfozót, illetve rendelkezik erre fordítható szabadidővel.

A 4. fejezetben ismertetett, **a főiskolás hallgatók körében elvégzett** - a Milyen információval bír a golfról? Miben látja saját korosztályában való népszerűsítését? témakörben lefolytatott - **felmérés eredménye jelentős átfedést mutat a nem golfozókéval**, így annak részletezésére itt kerül sor. **A golf ismeretlenségét illetően legfontosabb problémaként az információ hiányt hangsúlyozzák**, ami egyik oldalról magáról a golfról, mint sportról, másik oldalról annak fizikai elérhetőségéről, jelenlétéről szól. Sokan jelezték utóbbit, hogy ugyan ismeretanyaguk van a legközelebbi golfpályák lokációjáról, de vagy messze van tőlük, így rendszeres elérhetősége nem kivitelezhető vagy nincs a mobilitásukban segítő gépjármű.

Az ingyenes, népszerűsítő golfnapokat, hétvégéket preferálnák, illetve a sport alapjainak és filozófiájának gyors és olcsó megismerését, hogy az alapján döntést hozhassanak a sport iránti érdeklődés elmélyüléséről.

Véleményük szerint a Magyar Golf Szövetség (MGSZ) hatékonyabb tevékenysége, illetve a klubok környékbeli aktivizálása nélkül nem lesz előrelépés, míg a válaszadók közel fele abban értett egyet, hogy az ország általános és a személyes gazdasági helyzetük javulása nélkül nem tudják megengedni a részvételt. Az általános iskolai junior golfprogram ugyan elindult, de a SNAG általános iskolai golf program hatékonyságát - a felhasználás módját illetően - sok szakember maga is megkérdőjelezi.

A legfontosabb vélemény azonban azt a klubigazgatók által is ismert és nehezen áthidalható problémát igazolta vissza, hogy **a fiataloknak leginkább idejük nincs a 20-as éveik elején a golf tevékenységre**, hiszen a - sokszor egymással párhuzamosan történő - tanulmányaik és a munkába állásuk mellett a kialakult baráti társaságukkal, családjukkal töltik az időt, abba nem fér új, időigényes fizikai tevékenység. Így őket majd 30-as éveik során, az egzisztenciájuk megteremtését követően lehet, érdemes újból megcélozni. Azt azonban hangsúlyozták, hogy ha valakivel gyerekkorban sikerül a golfot (vagy bármely sportot) megkedveltetni, akkor hatványozottan nagyobb az esély a golfozáshoz való visszatérésre. Ebben csak segít, ha a család egyik tagjai is ezt a sportot űzi.

6. AZ EREDMÉNYEK ÖSSZEFOGLALÁSA

A nemzetközi turizmus méltán egyre népszerűbb, a világban jelentős átrendeződésen átmenő turisztikai terméke a golfturizmus külföldi és hazai történetének, helyzetének, fejlődésének és trendjeinek a bemutatása, valamint annak a turizmus rendszerében és a turizmusföldrajzban történő elhelyezése adták az elméleti alapokat ahhoz, hogy a gyakorlati szempontokat is alkalmazó kutatásokon keresztül képet alkothasson a területről. Az értekezés nemcsak célul tűzte ki, de végre is hajtotta a nemzetközi és a hazai golfturizmus turizmus rendszertani és turizmusföldrajzi megközelítéssel történő elterjedésének elemzését. A célkitűzéseknek megfelelően végrehajtott kutatási munka eredményei az alábbiak szerint összegezhetők.

1. Az ír és a magyar aktív turizmus

A negyedik fejezetben részletezett 1. és 2. számú kérdőíves kutatás a továbbiak megalapozójaként igyekezett általános megállapításokat tenni az aktív fizikai tevékenységek ír és magyar sajátosságaira, különbségeire. Ezekből levont következtetések kiinduló pontként szolgáltak a specializáltabb golfos tevékenységről, így összességben megállapítható, hogy a tradicionális sporttevékenységek mellett az írek utazási motivációit elsősorban nem a fizikai aktivitás jelenti. Ez alól részben a golfturista a kivétel, aki a hazai bőséges kínálatnak köszönhetően a golfszezonban nincs rászorulva országhatáron túli utazásra. Ez utóbbi annak tulajdonítható, hogy a nemzetközi golf, minőségi fogadóterülete is az Ír-sziget, a hagyományos links és a belső területek parkland pályáinak kellő kínálata van, mind a helyi, mind a külföldi kereslet számára. Az - elvileg - egész évben játszható ír pályák vonzereje a téli időszakban - a hűvös időnek köszönhető élmény elmaradásának - lecsökken és ezzel párhuzamosan felértékelődnek a mediterrán térség, elsősorban Spanyolország és Portugália nyújtotta kedvező éghajlattal bíró golfdesztinációi.

A magyarok esetében bebizonyosodott, hogy a golf elsősorban az utazásokhoz köthető fizikai tevékenységek közé tartozik, ami egyrészt a külföldi minőségi kínálatnak és klimatikus adottságoknak köszönhető, másrészt a hazai kevés számú pályának, ami ugyan elegendő a jelenlegi kereslethez, de a változatosságot, az új pályák adta élményt nem helyettesítik, illetve szezonálisan behatárolt a játék lehetősége. A golf beleillik az

elutazáskor motivációt jelentő tevékenységek sorába, amelyek otthon egyáltalán nem vagy minimális szinten érhetőek csak el, pl. búvárkodás, vitorlázás, hegymászás, szörf, rafting, valamint a síelés és extrém sportok közé. Ezeknek leginkább földrajzi okai vannak, hiszen hazánk nem rendelkezik kedvező klímájú, tiszta vizű tengerparttal, és hó biztos magas hegyvidékekkel. A golfnak, mint fizikai tevékenységnek a mindennapokban történő említése a mintában elenyésző, ahogyan a golfozók számának a lakosságoz viszonyított aránya sem mérhető az írhez.

Megerősítést nyert, hogy a mindennapi fizikai aktivitás alapvetően a rekreációs célú tevékenységeket jelenti mindkét nemzet tekintetében, függetlenül a speciális helyi sportoktól (pl. kelta sportok). Nem hagyja el az otthon megszokott szabadidős, rekreációs teret, rendszeresen ott kapcsolódik ki (16. táblázat).

16. táblázat Az írek és magyarok mindennapokban és utazás során űzött leggyakoribb fizikai tevékenységei

	Írek mindennap	Írek utazás során	Magyarok mindennap	Magyarok utazás során
1	kelta foci	rafting	konditerem/fitnesz	búvárkodás
2	hurling	szörf/kite sz.	korcsolyázás	vitorlázás
3	rugby	búvárkodás	futás/kocogás	hegymászás
4	konditerem/fitnesz	kajak-kenu	tánc/versenytánc	szörf/kite sz.
5	egyéb	vitorlázás	vízipóló	rafting
6	futball	lovaglás	kerékpározás	síelés/snowboard
	futás/kocogás	síelés/snowboard	lovaglás	golf

Forrás: saját kutatás, szerkesztés 2009

A kutatómunka céljaként meghatározott fizikai tevékenységre irányuló vizsgálat eredményei az ír és magyar vonatkozásban visszaigazolják azt, hogy jelentős különbség van a két nemzet, mind az otthon, mind az utazás során végzett szabadidős tevékenységei között, ezért a hipotézis felvetése helytálló.

2. A magyarok külföldi és belföldi golf- és szolgáltatáscsomag vásárlása

A magyarok hazai és külföldi golfutazásainak gyakorisága és a felkeresett desztinációi alapján megállapítást nyert, hogy külföldön fontosabb változók: a közeli golfpályák száma, az új pályák megismerése, megjátszásának igénye. A legnagyobb különbséget az otthoni és a meglátogatott desztináció klímája adja, ebben az esetben inkább vásárolnak komplett golfcsomagot (ebbe beleértik a pályák földrajzi környezetét, a kényelmi faktort - minőségi szálláshelyet, a pihenés fontosságát). A

válaszadók az átlagot meghaladóan pozitívan jelölték - desztinációtól függetlenül - a pálya minőségét, kedvező ár-érték arányát, lakóhelytől való távolságát, az olcsó megközelítést és a pályák alkalmazottainak udvariasságát, ami ár-érzékeny szegmenst sejtet. Egyformán, de az átlagot el nem érően gondoltak a pálya tervezőjére, hírnevére, az ott rendezett profi versenyekre, valamint a környékbeli szórakozási, kirándulási lehetőségekre, saját ingatlanra, hiszen az átlagos játéktudás alapján ezek a különbségek nem érzékelhetők, illetve megerősítést nyert, hogy a golfozók csak a játék élményéért utaznak.

A külföldi golfutazásoknak a földrajzi térben való kiterjedését a 54. ábrán található nyilak mutatják, nevezetesen a kontinens kínálatának mely része vonzza leginkább a kiutazó magyar golfozókat. Szembeötlő a jelentősebb déli golfcentrumok és a szomszédos országok iránti kereslet nagysága, valamint a tradicionális golfdesztinációk (Brit-szigetek) gyér látogatottsága. Nincs összefüggés a felkeresett országok és azok regisztrált golfozóinak a lakossághoz viszonyított arányához, sokkal inkább a kínálat ár-érték arányához.

Mindezek alapján a magyar golfozók nemzetközi golfturizmusban való részvétele beigazolódott, egyre erősödik az, hogy a távoli utak esetében többnyire golf tour operátorokon keresztül golfcsomagokat vásárolnak. A közeli külföldi utak során hosszú hétvégés programokat szerveznek maguknak. Ugyanakkor a belföldi tevékenységük nem sorolható a turizmus alapvető fogalmába, hiszen egyrészt szálláshelyigénylés nélkül utaznak és térnek vissza, másrészt nem mérhető a hazai golfturizmus számokban. A belföldi golfozók komplex golfcsomagokat nem vásárolnak, igaz túl sok nincs is belőlük, így elmondható, hogy a hipotézis helytállósága bizonyított.

3. A turisztikai termékfejlesztések

A világon sokféle tapasztalható kedvező nemzetközi folyamatok ismeretében kétely merülhet fel a témakör hazai boncolgatásának szükségessége miatt, minek vizsgálni egy működő rendszert, de a lassú növekedés és a 2013-as drasztikus visszaesés jó indok a válságba került golfturizmus fejlesztésének rövid áttekintésére. Ebben megállapítást nyert, hogy a termékfejlesztésben nem volt központi irányelv, segítség, még csak támogatás sem, így a különböző háttérrel rendelkező magán

vállalkozások olykor autodidakta módon küzdöttek, küzdenek a megoldandó feladatokkal. Az értekezésben bemutatott példák is alátámasztják, hogy a sikeres golfdesztinációk világszerte állami, önkormányzati támogatást, segítséget kaptak, amivel a fejlődés elindulhatott, majd a kialakult golfturizmus önfenntartó lett.

A MGSZ által elkészített országos golf stratégia a legjobb indulat ellenére is olykor utópisztikus elképzeléseket és túl optimista növekedést prognosztizált, amelynek megvalósulása irreális volt, különösen a 2008-as évtől kezdve. A szakértelem hiánya a legjobb szándékú beruházások esetében is komoly nehézségeket, golfpálya bezárásokat okozott (Pécs, Szeged, Göd stb.). Az e tárgykörben folytatott vizsgálatok eredményeit összegezve megállapítható, hogy elszigetelt, az országban szétszóródó területeken hoztak létre golfpályákat, eltérve a szerves fejlődést és utánpótlást kínáló növekedést segítő nemzetközi gyakorlattól. Magyarország a két világháború között elért golfsikerei ellenére is az elmaradott keleti blokk országai közé tartozott. A golfakadémiák és az átgondolt fejlesztések hiányában a hazai golfkínálat mennyiségi, és sok esetben minőségi problémákat hordoz magában, ezért jelentős nemzetközi szintű érdeklődéssel a közeljövőben sem számolhat a turisztikai szakma.

Ugyanakkor a szomszédos Ausztria példáját követve, egyrészt a kisebb (6-9 szakaszos), olcsóbb városi pályák, másrészt a termál- gyógyvizek mellett épült szabadidős és golfközpontok adaptálása egyes idegenforgalmilag frekventált régiókban golf- és gyógyturizmus magterületeinek kialakulását eredményezték. A Balaton északi partján a hévízi (Zalakarossal, Tapolcával) és a balatonfüredi térség (Balatonudvari, Tótvázsony és Zirc) kiépülésére van a legnagyobb esély, ezek jövőbeli összenövésével a magyar tenger valóban egy egységes golfdesztinációvá válhat. További magterületek még a nyugat-magyarországi Sopron-Balf-Zsira-Bük-Sárvár-tengely, Budapest és a tőle nyugatra elhelyezkedő, már működő golfpályák (Tata, Alcsútdoboz). Az előző magterületekhez képest Vámspércs-Debrecen-Hajdúszoboszló esetében van a legkisebb esély hasonló golfközpont kialakulására. A felsoroltak továbbépítése a golfturizmus szempontjából összehangolt létesítmény- és szolgáltatásfejlesztést igényel, ahogyan az 1994-től Belek térségében is megtörtént.

Annak megértésére, hogy miért ezek a potenciális magterületek azok, amelyek eddig kialakultak, illetve a jövőben tovább fejlődhetnek, bővíthetnek, a 29. ábra adatai adnak magyarázatot. Ebből egyértelműen megállapítható, hogy hazánkban szoros

összefüggés van a golfpályák elhelyezkedése, sűrűsége és az adott régió fejlettsége, az oda beáramló külföldi tőke nagysága között. Bizonyítja ezt az, hogy a golfkereslet jelentős részét a multinacionális vállalatok külföldi menedzserei, valamint a Budapestre akkreditált diplomaták alkotják mind a mai napig.

A magyaroknak a hazai kultúrától (a megszokottól) eltérő, újdonság iránti ódzkodása/távolságtartása párosulva a golfról kialakult sztereotípiákkal és a golfpályák földrajzi elérhetőségének erőteljes korlátozottságával jelentős társadalmi-kulturális ellenérzést generál a sportág terjedését, fejlődését tekintve. Ráadásul Európában a sport tömegbázisát jelentő szenior korú játékosok jövedelmi viszonyai távol állnak a hazaitól, a nők és a junior játékosok aránya is elmarad a nyugati átlagtól, így sem a társadalmi bázisa, sem a turisztikai termékfejlesztésben játszott szerepe nem segítette a jelentős golfcentrumok kialakulását.

A fentiek alapján megállapítható, hogy a termékfejlesztéshez kapcsolódó hipotézis igaz, mert a hazai golffejlesztések elmaradásáért elsősorban a gazdasági és a társadalmi-kulturális tényezők a felelősek.

4. A földrajzi környezet hatása a golfturizmusra és szezonitására

Hazánk földrajzi fekvése determinálja annak éghajlatát, növényzetét, talajtani, vízrajzi adottságait. Mindközül az első az, ami a turizmus legjelentősebb motiválója a világon, így nem kivétel ez alól azon golfozó sem, aki rossz idő esetén számára kedvező turisztikai desztinációkban kíván kedvelt sportjának, szabadidős kikapcsolódásának hódolni. Az értekezésben bemutatásra kerültek azok a természeti, gazdasági, társadalmi tényezők, erőforrások, amelyek jelenléte erőteljesen befolyásolja a golfturizmus megjelenését.

Nemzetközi példák alapján sikerült Magyarország földrajzi adottságait elhelyezni, és képet adni a versenyképesség nemzetközi szintjéről, amely objektívan hat, mert az északi országok felé alternatív desztinációként értékesíthetők a kínálati adottságaink.

Bebizonyosodott, hogy egy jól fejlett, felkapott golfdesztinációnak jelentős állami szerepvállalás mellett lehet csak esélye, amelyhez kapcsolódnia kell kedvező éghajlatnak (pl. mediterrán). Említésre kerültek a beleki példán keresztül a tengerparti

üdülőturizmus szezonálisát meghosszabbítandó fejlesztések, amelyek a téli üres szálláskapacitások hasznosítását más sporttevékenységeknek a (golf, futball, tenisz) térségbe csábításával oldották meg. A földrajzi környezet különbségeinek hatására a hazai golfozók január-március hónapokban utaznak játszani a mediterrán térségbe, amely számukra gyakorlást nyújt az otthoni április-november közötti golfszezonra. Összességében ugyan hazánk földrajzi adottságai kedvezőnek mondhatók, hiszen egy 7-8 hónapos golfszezont tud biztosítani, szemben más hazai turisztikai termékekkel, de ezzel együtt sem képes konkurálni a déli országok nyújtotta golfos lehetőségekkel.

Áttekintve hazánk földrajzi környezete által a golf számára kínált természeti, társadalmi, gazdasági környezetet, megállapítható, hogy mindközül jelen pillanatban a természeti az, amely páratlan lehetőségekkel kecsegtet. Ennek az erőforrásnak a kedvező hatását azonban a gazdasági és a társadalmi környezet nem képes kihasználni, ezért jelenleg Magyarország nem alkalmas egy új sport, kikapcsolódás és életstílus befogadására.

5. A golfturisták tipizálása és szegmentálása

A nemzetközi szakirodalomnak megfelelően az értekezés kísérletet tett a hazai golfozók szegmentálására. A keresleti oldal vizsgálata nem ismeretlen a szerzőnek, azonban az elmúlt években sikerült egymással összefüggő, és egymás eredményeire épülő kutatássorozatot készíteni, amely végül, a nemzetközi szakirodalmat felhasználva saját csoportok felállítását eredményezte. A statisztikai sokaságnak pusztán a hendikep (HCP) alapján történő kategóriák képzése helyett nem csupán a golfozói tudás, hanem a szokások és tulajdonságok (pl. játék gyakoriság), valamint egyes demográfiai változók is felhasználásra kerültek. Ezek alapján a szerző a golfturisták következő szegmenseit állapította meg (59. ábra):

- az egészség- és környezettudatos, nyugdíjasok tábora,
- a pályapresztízst és új pályákat kedvelő értelmiségiek,
- a kikapcsolódásra vágyó felsővezető, vállalkozó férfiak,
- a karrier-orientált nők,
- a természetet és klubéletet kedvelő egyedülállók.

A kapott szegmensek más országok golfozói csoportjaival összemérhetőek, igaz, az egymástól jelentősen eltérő mintanagyság és sokaság, valamint az eltérő desztinációk miatt csupán a VISITSCOTLAND (2007) esetében került említésre a szegmensek hasonlósága.

A szűk hazai piac ellenére a felmérés eredményei alapján összességében megállapítható, hogy a hipotézis helytálló, a kitűzött cél megvalósult az öt, egymástól határozottan elkülönülő szegmensnek köszönhetően, amelynek ismerete a klubigazgatók számára is hasznosítható információ.

6. A hazai golfpiaclétjogosultsága

A hazai golfpályák építői, kevés kivételtől eltekintve, kellő piacelemzés és információ nélkül kezdtek a fejlesztésekbe, amelyek sem a nemzetközi trendeket nem követték, sem a hazai piac igényeihez nem igazodtak. Az országos golfstratégia hiányában borítékolható volt a kereslethez nem igazodott kínálat egyoldalúsága. A magyar golfklubok és pályák jelenlegi helyzete kísértetiesen hasonlít a hazai szállodaépítési boom eredményéhez, ahol a hitelek visszaszálltak a forrást biztosító pénzügyesekre, így a legnagyobb golfpálya tulajdonosok a bankok.

Mint ahogyan az a golfpályákat üzemeltető vállalkozások mérlegbeszámolóiból kiderült, a meglévő golfpályát üzemeltető vállalkozások anyagi gondokkal küszködnek, jelentős vagyoni értékkel megszüntetési eljárás alatt állnak, miközben továbbra is a földrajzi térben elszórt és nem egymáshoz közeli pályaeépítések történnek. A statisztikai adatokkal összegzett gazdasági helyzetkép és a trendek alapján kalkulálható pénzügyi mutatók együttesen bizonyítják, hogy a golfszakma anyagi helyzete tarthatatlan. A fejlesztési kiadások nincsenek összhangban a rendelkezésre álló saját tőkeerővel, a hitelek fedezetei nem termelődnek meg az alacsony bevételek miatt, ezért további pályamegszüntetések prognosztizálhatók. A felszámolás alatt álló objektumoknak esélye sincs az újrakezdésre, mert nincs a fizetőképesség helyreállítására alkalmas program a golfszakmát illetően.

Összegezve megállapítható, hogy a hipotézis nem helytálló, a magyarországi golfberuházásoknak elsősorban az elszigetelt magterületek miatt és az ehhez kapcsolódó pénzügyi helyzet alapján nincs létjogosultsága. Komplex és szakszerű

projektek kellenének, állami, önkormányzati szerepvállalás mellett ahhoz, hogy egyáltalán nemzetközi szintű golfturizmusról beszélhessünk hazánkban.

A hipotézisekre kapott válaszok mellett érdemes arra a kérdésre is választ adni: **Miért is nem működik hazánkban a golfturizmus (miközben hozzánk közeli területeken igen)?**

A kutatómunka során tapasztaltak alapján elmondható, hogy a hazai golfturizmus (a már működő kiutazó mellett) több tényező együttes jelenléte miatt nem működik, és a közeljövőben nem is tud hatékony eredményeket felmutatni sem a versenysport, sem a tömegturizmus területén, amennyiben legalább a következő legfőbb problémák megoldásra nem kerülnek:

1. A nemzetközi gyakorlattól eltérően nincs állami és önkormányzati szerepvállalás, nincs központi stratégia sem a beruházások, sem az egészségügyi finanszírozás területén
2. Információhiány és tévhitek akadályozzák a golf turisztikai termékként történő hasznosítását, ebből eredően nincs megfelelő mennyiségben fizetőképes kereslet
3. Az MGSZ, a klubok, az egyes régiók elkülönült gazdasági és társadalmi érdekeik miatt nem képesek egymást támogató együttműködés megteremtésére
4. Hiányzik a szakmai háttér, a golfturizmus infrastrukturális alapjainak megteremtése
5. Nem működik a golfturizmusban a turizmus marketing, nincs kiterjedt szponzori háttér
6. Egymástól elszigetelt, nagy távolságokra létesült, vagy éppen épülő pályák nem alkalmasak a hazai golf szakma nemzetközi rangra emelésére.

7. A KUTATÁS TOVÁBBI IRÁNYAI

A magyar golfturizmus tekintetében folytatott eddigi kutatások megerősítik azt az elgondolást, hogy számos kapcsolódó területet is vizsgálni célszerű, hiszen a kereslet-kínálat viszonyán kívül sok kérdésben lehet még előrelépni.

Ezek közül elsőként az önkormányzati, állami szerepvállalásban, ami a golfstratégia alapján a nagyvárosokban kiépítésre kerülő gyakorlópálya-hálózattal, pl. ingyenes földterület apportként történő bevitelével sportpályák építésére. Ugyancsak felénk irányuló kutatás volna a sport célú beruházások támogatása, ami ilyen executive pályák esetében nyilvános használatot jelent.

Célszerű volna megvizsgálni egy menedzser szemléletű MGSZ átalakításának lehetőségét, amely valóban házigazdája, és népszerűsítője lenne a sportnak, konkretizálná az olimpiai sporttá válás adta reális előnyöket, különös hangsúllyal az utánpótlás helyzetére.

Érdemes volna a magyar golfklubok közötti együttműködések lehetőségét áttekinteni abból a szempontból, hogyan lehetne hatékonyabbá tenni azt a golfturizmus területén. Egyrészt a golfklubok és a golf tour operátorok, másrészt a golfkínálat és az elsődleges, másodlagos szuprastruktúra résztvevői között, ami együttesen a külföldi csoportok komplex golfcsoomagjainak a létrehozásával nagyobb lehetőséget adna a háttérbeszorult turisztikai termék népszerűsítésében. Szükséges lenne az egyes térségek (golfdesztnációk) marketingje kapcsán annak kutatása, hogyan jelenik meg a golf a klubok és az egyes térségek promóciójában, illetve van-e kezdeményezés a közös golfdesztnációként való megjelenésekre? A nemzetközi példákban sikeresen alkalmazott egységes és együttes térségi desztinációs marketinggel (TDM) lehet-e hazánkban is eredményeket elérni, éppen a golfturista speciális igényei miatt, akik a több pálya megjátszása iránti igényükkel kikényszerítik a kooperációt.

A magyar turizmusszektor golf-orientált gondolkodásának kialakíthatóságát és a golfturizmusnak más turisztikai termékekhez kapcsolódó, kiegészítő jellegét, ami egy magas piaci költségű csoportot ismert, érdemes volna tovább tanulmányozni.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretném megragadni az alkalmat, hogy a személyes köszönetnyilvánítás mellett írásban is kifejezzem hálámat azon embereknek, akik nélkül nem sikerülhetett volna ezt az értekezést megírni.

Mindenekelőtt témavezetőmnek Dr. Aubert Antalnak, a PTE TTK Földrajzi Intézet, Intézetvezetőjének, aki kiállt az alapötletem, a hozzá kapcsolódó elképzeléseim mellett, és kutatómunkámban szakmai észrevételeivel támogatott.

Néhai Dr. Tóth József korábbi és Dr. Dövényi Zoltán jelenlegi Földtudományi Doktori Iskola vezetőinek, akik lehetővé tették tanulmányaim megkezdését és biztosították az intézmény oktatói által közvetített szellemiséget és kutatási eredmények megismerését. Köszönettel tartozom továbbá a PTE TTK FI munkatársainak, oktatóinak és azon Ph.D. koordinátoroknak, tanulmányi ügyeket intézőknek, akik a technikai részletek ügyintézésében voltak segítségemre.

Köszönetemet fejezem ki a Kodolányi János Főiskola (KJF) Turizmus Tanszékén dogozó kollégáimnak, akik inspiráltak, baráti légkört teremtettek a doktori értekezés elkészítésében. Közülük is elsősorban Dr. Rátz Tamarának, a KJF Turizmus Tanszék vezetőjének, aki megismertetett a hazai és nemzetközi publikálásokkal és a közös kutatások során mentorommá lett, valamint Dr. Michalkó Gábornak, aki hasznos tanácsaival és meglátásaival segített a munkám földrajzos szemléletének megtartásában.

A grafikák elkészítéséért elsősorban Kaiser Miklósnénak tatozom hálával, illetve a Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutatóintézetének, egyes ábráknak a disszertációmhoz való felhasználása engedélyezéséért.

Ezúton is megköszönöm a primer módszerek alkalmazása során azon szakembereknek, illetve válaszadóknak a segítségét, akik véleményükkel, hozzászólásukkal megteremtették a kutatás adatbázisát.

Végül, de nem utolsó sorban mérhetetlen köszönettel tartozom barátaimnak, és családomnak, közülük is leginkább szüleimnek, akik – mint minden másban, az életben - a doktori fokozatszerzésben is messzemenőig és feltétel nélkül támogattak és türelmükkel, megértésükkel hozzájárultak az értekezés elkészültéhez.

IRODALOMJEGYZÉK

AUBERT A. 2011: *Turizmus trendek és térszerkezet Magyarországon*. Publikon Kiadó, Pécs 143p.

AUBERT A. (szerk.) 2007: *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei*. Bornus Nyomda, Pécs, 391p.

AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI M. 2007: *A nemzetközi és a hazai turizmus területi folyamatai, piaci tendenciái a globalizáció korában*. Földrajzi Közlemények, 55/3. pp. 119-131.

AUBERT A. 2006: *A turizmusföldrajz rendszertani helye és főbb kérdései a földrajztudományban*. Földrajzi Értesítő, (3-4): pp. 333-354.

AUBERT A. (szerk.) 2005b: *Magyarország idegenforgalma szakkönyv és atlasz*. – Cartographia Kiadó, Budapest, 64p.

AUBERT A. 2005: *A turizmus földrajza*. In: Tóth J. (szerk.): *Általános társadalomföldrajz II*. Dialog Campus Kiadó, Budapest-Pécs, pp.143-152.

AUBERT A. 2001: *A turizmus és a területfejlesztés stratégiai kapcsolata Magyarországon*. Turizmus Bulletin, 5/ 1. pp. 44-49.

AUBERT A. – SZABÓ G. 1999: *Differenciált turizmusfejlesztés Baranya megye példáján - Megyei Önkormányzat és a turizmus*. Turizmus Bulletin, 3/3. pp. 24-30.

BÁNFALVI J. 1995: *Magyarország idegenforgalmi földrajza*. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft. Budapest

BÁNHIDI M. 2011: *Sportföldrajz*. Dialóg Campus, Budapest, 213p.

BÁNHIDI M. 2007: *Sporttudomány és turizmus*. Magyar Sporttudományi Szemle, Budapest, 8/30. pp. 32-39.

BÁNHIDI M. 2006: *A sport szerepe a turizmusban*. In.: Lőrincz I. (Szerk.): *Apáczai Napok 2006 – „Hagyomány és Fejlődés” Nemzetközi Tudományos Konferencia*

Tanulmánykötet II. Nyugat-Magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Kar, Győr, pp. 250-262.

BÁNHIDI M. (szerk.) 2003a: *A vízi és vizekmenti turizmus alapjai*. – Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskolai Kar 170p.

BÁNHIDI M. 2003b: *Sportföldrajz tudományos megalapozása Magyarországon*. Magyar Sporttudományi Szemle, 3/2. pp. 44-50.

BÁNHIDI M. - FARKAS J. 2002: *A sportföldrajz alapjai*. In.: Tóth J. (ed.) Általános társadalomföldrajz II. Dialóg Campus Kiadó, Pécs, pp. 248-267.

BÁNHIDI M. 2000: *A földrajzi környezet befolyásoló szerepe különböző országok sporteredményességében*. Ph.D. disszertáció, Pécs

BARÁTH K. – SZÉLES J. – KÁLMÁN E. 2011: *A magyar golf stratégiai és operatív terveinek változása az olimpiára készülve*. Magyar Sporttudományi Szemle. 12/46. pp.22

BARROS, C. P. – BUTLER, R. – CORREIRA, A. 2010: *The length of stay of golf tourism: A survival analysis*. Tourism Management, 31/1. pp. 13-21.

BEARD, J. B. 2002: *Turf Management for Golf Courses*. Ann Arbor Press, Chelsea, Michigan, USA, 793p.

BEDITZ, J. F. – KASS, J. R. 2010: *Golf Participation in America, 2010-2020*. National Golf Federation. <http://cgmaterials.com/pdf/GolfPartic.pdf> Utoljára letöltve: 2013.03.03.

BERÉNYI I. 1993: *A társadalomföldrajz alapvonásai*. In Vuics T. (szerk.): Társadalomföldrajzi Szöveggyűjtemény, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, pp. 29-53.

BERÉNYI I. 1986: *A települések természeti környezetének értékelése az idegenforgalom szempontjából*. Idegenforgalmi Közlemények 3. pp. 3-9.

BONIFACE, B. – COOPER, C. 2009: *Worldwide Destinations – The Geography of Travel and Tourism* (5th ed.). Butterworth-Heinemann, Oxford, UK, 644p.

- BORSY Z. (szerk.) 1993: *Általános természetföldrajz*. - Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. 832p.
- BUJÁKI P. – BARÁTH K. 2012: *GOLF- a kortalan olimpiai játék*. Agora - A BGF KVIK Tudományos Folyóirata, Budapest, 8. pp. 51-68.
- BUJDOSÓ Z. 2002: *A vízitúrák típusai Magyarországon*. In.: Dávid L. (szerk.) *Aktív turizmus, Lifelong Learning Füzetek, DIDAKT*, Debrecen, pp. 84-95.
- CHALIP, L. – COSTA, C. 2006: *Building Sport Event Tourism into the Destination Brand: Foundations for the General Theory*. In: Gibson, H. *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routhledge, New York
- COHEN, E. 1974: *Who is a Tourist? A Conceptual Clarification*. *Sociological Review*, 22/4. pp. 527-555.
- COHEN, E. 1972: *Toward a Sociology of International Tourism*. *Social Research*, 39/1. pp. 164-182.
- COOPER, C. - FLETCHER, J. – GILBERT, D. - WANHILL, S. 1998: *Tourism Principles and Practice*. Prentice Hall, London 530p.
- CORREIA, A. – PINTASSILGO, P. 2006: *'The golf players' motivations: the Algarve case'*. *Tourism and Hospitality Research*. 6/3: pp. 227-238.
- CORREIA, A. - VIDERIRA, N.- ALVES, I. - RAMIRES, C. - SUBTIL, R. - MARTINS, M. V. (2006): *Tourism golf scenarios: The Algarve Case*. - *Tourism and Hospitality Research*, (6)3, pp. 179-196.
- CSAPÓ J. – SAVELLA O. – REMENYIK B. 2010: *Aktív turizmus*. In.: Michalkó G. (szerk.) 2011: *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. PTE, Pécs, 266p.
- DÁVID L. 2009: *Fenntartható horgász-, vadász-, és víziturizmus*. – Gyöngyös, 159p.
- DÁVID L. – BAROS Z. 2007: *A tavak turisztikai célú hasznosítása az éghajlatváltozás tükrében*. *Földrajzi Közlemények*, 131/ 2. pp. 171-186.

- DÁVID L. – JANCSIK A. – RÁTZ T. 2007: *Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása.* Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, 289p.
- DÁVID L. – BUJDOSÓ Z. – PATKÓS Cs. 2004: *A turizmus hatásai és jelentősége a területfejlesztésben.* In: Süli-Zakar I. A terület és településfejlesztés alapjai. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, pp. 433-453.
- DEERY, M. – JAGO, L. 2006: *The Management of Sport Tourism.* In: Gibson, H. Sport Tourism: Concepts and Theories. Routhledge, New York, pp. 246-258.
- DOBOZY L. – JAKABHÁZY L. 1992: *Sportrekreáció.* Magyar Testnevelési Egyetem, Budapest, 212p.
- DOJCSÁK Gy. 1994: *Golf alapismeretek.* Kiadó: Cservák László, Budapest, 124p.
- DOJCSÁK Gy. 1992: *Golf etikett és szótár.* Kiadó: Dojcsák Győző, Budapest, 58p.
- DONKA A. 2011: *A vizitúrázás célterületeinek differenciált vizsgálata.* In.: Lőrincz, I. (Szerk.): Apáczai Napok 2011 – „A gazdasági és társadalmi átalakulás perspektívái Magyarországon” Nemzetközi Tudományos Konferencia Tanulmánykötet. Nyugat-Magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Kar, Győr, pp. 63-69.
- DÖVÉNYI Z. 2006: *Adalékok a kultúrtáj és a népesség kapcsolatához Magyarországon.* In: Kiss É. (szerk.) A népességtől a természeti erőforrásokig. Nyugat-Magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar, Sopron, pp. 47-54.
- DUMAN, T. - KOZAK, M. 2010: *The Turkish Tourism Product: Differentiation and Competitiveness.* Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research. 21. 1. pp. 89-106.
- EDMUND, N. – HOWARD, J. – NEWELL, S. – PEDLER, D. – SIMMONS, R. 2005: *Golf.* Dorling Kindersley Ltd., London, 400p.
- EÓRY E. – MARTON G. 2012: *Az egészségturizmus Magyarországon.* In: Aubert A. (szerk.) Magyarország idegenforgalma szakkönyv és atlasz. – Cartographia Kiadó, Budapest, pp. 20-25.

- EÖRY E. – HERZ Á. – KISS R. (megjelenés alatt): *A szabadidős tevékenységek motivációs szerepe az utazásokban*. In.: (szerk.): Geográfia – 2010 – Pécs, V. Magyar Földrajzi Konferencia, Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- EÖRY, E. – KISS, R. 2007: *The supply side of Hungarian equestrian tourism in Western Hungary*. In.: Lőrincz, I. (szerk.): Apáczai Napok 2006 – „Hagyomány és Fejlődés” Nemzetközi Tudományos Konferencia Tanulmánykötet I. Nyugat-Magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Kar, Győr, pp. 375-381.
- ERDŐSI F. 2005: *Magyarország közlekedés és távközlési földrajza*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs
- ERKUS-ÖZTÜRK, H. 2010: *Planning of Tourism Development: The Case of Antalya*. - *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 21. 1. pp. 107-121.
- EUROBAROMETER Brüsszel 2009: *A gazdasági válság hatása az EU lakosainak utazási szokásaira*. Turizmus Bulletin 13/2. 64p.
- EUROPEAN GOLF ASSOCIATION 1991-2013 adatai, www.ega-golf.ch
- FAIRLEY, S. – GAMMON, S. 2006: *Something Lived, Something Learned: Nostalgia's Expanding Role in Sport Tourism*. In: Gibson, H. *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routledge, New York, pp. 50-65.
- FARKAS M. – BALOGH G. 2001: *Két keréssel kevesebb, számtalan eredménnyel több! – A kerékpáros turizmus Magyarországon*. Turizmus Bulletin, 5/2. pp. 26-34.
- FERNER, F-K. 1994: *Idegenforgalmi marketing*. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 190p.
- FINLEY, M. I. - PLEKET, H. W. 1976: *The Olympic Games*. Edinburgh. R and R Clark.
- FREDLINE, E. 2006: *Host and Guest Relations and Sport Tourism*. In: Gibson, H. *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routledge, New York, pp.131-147.
- GAMMON, S. – ROBINSON, T. 2003: *Sport and Tourism: A Conceptual Framework*. *Journal of Sport Tourism*, 8/1. pp. 21-26.

GIBSON, H. 2006: *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routledge, New York, 274p.

GIBSON, H. 2004: *Moving beyond the „what is and who” of sport tourism to understanding „why”*. Journal of Sport & Tourism, 9/3. pp. 247-265.

GIBSON, H. 2003: *Sport Tourism: An Introduction to the Special Issue*. Journal of Sport Management 17/3. pp. 205-213.

GLYPTIS, S. A. 1989: *Leisure and Patterns of Time Use*. Paper presented at the Leisure Studies Association Annual Conference, Bournemouth, England

GOELDNER, C. R. - RITCHIE, B. J. R. 2006: *Principles, Practice, Philosophies*. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey, 589p.

GOLF CONSULTANTS ASSOCIATION 2002: *A Proposed Strategy for Golf Tourism in Wales*. Prepared by Members of The Golf Consultants Association for The Wales Tourist Board. Utolsó letöltés: 2007. július 5.

http://walesonshow.com/WTB_Golf_Strategy_July_2002_Eng.pdf

GYURICZA L. 2008: *A turizmus nemzetközi földrajza*. - Dialóg Campus, Pécs. 319p.

HALASSY E. 2007a: *A magyar lakosság nemzeti parkokkal, természetjárással és lovas turizmussal kapcsolatos attitűdjei, utazási szokásai és utazási tervei 2006-ban* – Turizmus Bulletin, 11/1-2. pp. 33-43.

HALASSY, E. 2007b: *A magyar lakosság és a vízi, a vízparti, valamint a gyógy- és wellness-turizmus kapcsolata*. Turizmus Bulletin, 11/4. pp. 2-12.

HALBERSTAM, D. 1999: *Playing for Keeps: Michael Jordan and the World He Made*. New York: Random House

HALL, C. M. – PAGE, S. J. 2002: *The Geography of tourism and recreation*. – Routledge, London, New York, 399p.

HALL, C. M. 1992: *Adventure, Sport and Health Tourism*. In: Weiler, B. – Hall, C.M. (eds.) *Special Interest Tourism*. Bellhaven Press, London, pp. 141-158.

- HARRISON-HILL, T. – CHALIP, L. 2006: *Business Studies: Concepts and Paradigms Marketing Sport Tourism: Creating Synergy between Sport and Destination*. In: Gibson, H. *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routledge, New York, pp. 170-188.
- HEGYI, A. 2009: *Golfpálya fejlesztés – alternatív irányzat*. Magyar Golf Szövetség, Elérhető: http://www.hungolf.hu/anyagok2010/golf_forum_golfpalya_prezik_2010.pdf Utoljára letöltve: 2010.06.30.
- HENNESSEY, S. M. – MACDONALD, R. – MACEACHERN, M. 2008: *A Framework for Understanding Golfing Visitors to a Destination*. *Journal of Sports & Tourism*, 13/1. pp. 5-35.
- HIGHAM, J. 2006: *Sport Tourism as an Attraction for Managing Seasonality*. In: Gibson, H. *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routledge, New York, pp. 106-130.
- HINCH, T. – JACKSON, E. J. – HUDSON, S. – WALKER, G. 2006: *Understanding Sport Tourism: Socio-cultural Perspectives Leisure Constraint Theory and Sport Tourism*. In: Gibson, H. *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routledge, New York, pp. 10-31.
- HINCH, T.. – HIGHAM, J. 2004: *Sport Tourism Development*. The International Channel View Publications, Clevedon, UK, 254 p.
- HINCH, T. – HIGHAM, J. 2001: *Sport Tourism: A Framework for Research*. *The International Journal of Tourism Research*, 3/1. pp. 45-58.
- HUDSON, S. – HUDSON, L. 2010: *Golf Tourism*. Goodfellow Publishing Ltd., Oxford, 286p.
- HUDSON, S. – CROSS, P. 2005: *Winter sports destinations: dealing with seasonality*. In: Higham, J. (szerk.): *Sport Tourism Destinations*. Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 190 – 201.
- HUDSON, S. 2003: *Sport and Adventure Tourism*. Haworth Hospitality Press Inc. Binghamton, NY., 327p.
- HUNGARIAN GOLF MAGAZIN 2008: *Kincses kalendárium 2008*. Hungarian Golf Magazin, 434 p.

- HUTCHINSON, J. – LAI, F. – WANG, Y. 2009: *Understanding the relationships of quality, value, equity, satisfaction and behavioral intentions among golf travelers*. *Tourism Management*, 30/2. pp. 298-308.
- HUTIRAY J. - VÁRKONYI Zs. 1995: *Szabadidő, turizmus, rekreáció*. *Kereskedelmi Szemle*, 36./11. pp. 25-30.
- IAGTO 2008: *Kenya has been awarded IAGTO 'Best Undiscovered Golf Destination 2008'*
Elérhető: <http://www.iagto.com/public/awards/2009/PR5.aspx> [Utolsó letöltés: 2010. november 30.]
- IOC (2009): *Golf and Rugby join 2016 Olympic Programme*. Available: <http://www.olympic.org/en/content/Media/?currentArticlesPageIPP=10¤tArticlesPage=10&CalendarTab=0&articleNewsGroup=-1&articleId=73405> (Utolsó letöltés 2010.06.27.)
- JANDALA Cs. 1992: *A turizmus közgazdasági elemzésének módszerei*. *Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző*, Budapest, 139p.
- JOHN, N. - LEE-ROSS, D. 1998: *Research Methods in Service Industry Management*. Cassell, London, 196p.
- JURAY T. 2004: *A demográfiai változások hatásai a turizmus folyamataira napjainkban*. II. Magyar Földrajzi Konferencia (CD-ROM)
- KALI, Z 2009: *A golf perspektívái a közép-kelet-európai régióban*, KPMG, Budapest
Elérhető: <http://golf.itthon.hu/aktualitasok/golf-expo-szakmai-napjan> [Utolsó letöltés: 2010. november 30.]
- KERTÉSZ Á. 2003: *Tájökológia*. Holnap Kiadó, Budapest
- KIM, S. S. – KIM, J. H. – RITCHIE, B. W. 2008: *Segmenting overseas golf tourist by the concept of specialization*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25/2. pp. 199-217.
- KIM, S. S. – CHUN, H. – PETRICK, J. F. 2005: *Positioning analysis of overseas golf tour destinations by Korean golf tourists*. *Tourism Management*, 26. pp. 205-917.
- KIM, S. S. – CLEMENZ, C. –WEAVER, P. 2002: *Segmenting by Their Attitudes Toward Food and Beverage Service Available During Play*. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9/3-4. pp. 67-82.

- KISS É. 2011: *Ipar*. In.: Kocsis K. – Schweitzer F. (szerk.) Magyarország térképekben. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, pp. 176-188.
- KISS R. – BAKOS, T. megjelenés alatt: *A golfturizmus kínálati elemeinek vizsgálata Kenyában, Mombasa térségében*. In.: (szerk.): Geográfia – 2010 – Pécs, V. Magyar Földrajzi Konferencia, Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- KISS R. 2012a: *Golf and Tourism in the Belek Region*. Journal of Tourism Challenges and Trends, Bucharest. 5/1. pp. 21-41.
- KISS R. 2012b: *A golfturizmus fejlesztésének hatásai a földrajzi környezetre a törökországi Belek térségében*. Földrajzi Közlemények, 136/2. pp. 152-164.
- KISS R. 2007: *Létezik-e golfturizmus és golfkultúra hazánkban?* In: Aubert, A. (szerk.): “Fejlesztés és képzés a turizmusban” II. Országos Turisztikai Konferencia (CD - ISBN-978-963-642-119-9), Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- KISS R. - RÁTZ, T. 2012: *Miért nem golfozunk? A golf mint rekreációs és aktív turisztikai tevékenység látens kereslete Magyarországon*, In.: Aubert A. – Gyuricza L. – Huszti Zs. (szerk.): „A kultúra turizmusa – a turizmus kultúrája”, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet és Illyés Gyula Gazdaságtudományi és Turisztikai Intézet, Pécs, pp. 257-268.
- KISS R. – RÁTZ, T. 2007: *Golf és turizmus – a magyarországi golfpályák összehasonlító elemzése*. In.: Lőrincz, I. (szerk.): Apáczai Napok 2006 – „Hagyomány és Fejlődés” Nemzetközi Tudományos Konferencia Tanulmánykötet I. Nyugat-Magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Kar, Győr, pp.347-364.
- KISS R. 2006: *Do we have golf culture in Hungary?* In: Rátz, T. – Sárdi, Cs. (ed.): (Inter)cultural Aspects of Tourism Development, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, pp. 185-198.
- KNOP, P. 1990: *Sport for all and active tourism*. World-Leisure and Recreation, 32/3. pp. 30-36.
- KOC, E. 2005: *New product development in the Turkish tourism market: the case of football tourism*. - Journal of Sport Tourism 10/3. pp. 165-173.

- KOCSIS K. – SCHWEITZER F. 2011: *Magyarország térképekben*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, 248.p.
- KOLLARIK A. 1992: *Turizmus nemzetközi földrajza*. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző, Budapest, 217p.
- KOLLARIK A. – JANDALA Cs. 1991: *A turizmus földrajzi alapjai*. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző, Budapest, 205p.
- KOTLER, P. 1997: *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- KOVÁCS T. A. 1998: *A rekreáció fogalma, értelmezése I*. Magyar Sporttudományi Szemle, 6/2. pp. 9-13.
- KOZAK, N. - UYSAL, M. - BIRKAN, I. 2008: *An Analysis of Cities Based on Tourism Supply and Climatic Conditions in Turkey*. - *Tourism Geographies*. 10/1. pp. 81-97.
- KOZMA, G. 2010: *A sport szerepe az önkormányzatok marketingtevékenységében*. Földrajzi Közlemények, 134/4. pp. 431-441.
- KOZMA, G. 2003: *Terület- és településmarketing*. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debreceni Egyetem, 169p.
- KPMG 2012: *Golf participation in Europe 2011*. Utolsó letöltés: 2012.02.10. www.golfbusinesscommunity.com/article/golf_participation_in_europe_2011
- KPMG 2011: *Golf Insight 2010*. Utolsó letöltés: 2012.02.10. https://www.golfbusinesscommunity.com/article/golf_travel_insights_2010
- KPMG 2010a: *A Blueprint for Successful Golf Course Development*. Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com
- KPMG 2010b: *Country Snapshot: Poland*. Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com
- KPMG 2010c: *Country Snapshot: United Arab Emirates*. Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com

- KPMG 2010d: *Golf and the Economic Downturn. A survey of golf courses owners and operators in Europe, Middle East and Africa*. Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com
- KPMG 2010e: *Golf Benchmark Survey 2010. Regional Report: Benchmark indicators and performance of golf courses in Japan*. Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com
- KPMG 2010f: *Golf participation in Europe 2010*. Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com
- KPMG 2010g: *Golf Travel Insights 2010*. Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com
- KPMG 2010h: *Still on the road to recovery – Golf course performances in EMA in 2010*. Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com
- KPMG 2010i: *The Business of Professional Tournament Golf - Insight into tournament golf, talent management and sponsorship*. Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com
- KPMG 2010j: *Golf Benchmark Survey 2010* Utolsó letöltés: 2011.03.13. www.golfbenchmark.com
- KPMG 2008: *The Value of Golf to Europe, Middle East and Africa*. KPMG Advisory, Utoljára letöltve 2012.08.24. www.golfbenchmark.com
- KRAFTNÉ S. G. 1993: *A városkörnyéki rekreációs övezetek kialakulása és környezeti problémái*. Secimina Geographica, 3. pp.35-41.
- KURTZMAN J. – ZACHAR, J. 1997: *A wave in time: The sport tourism phenomena*. Journal of Sport Tourism, 4. pp. 5-20.
- LEIPER, N 1979: *The framework of tourism*. Annals of Tourism Research, 6/4. pp. 390-407.
- LENGYEL M. 1992: *A turizmus általános elmélete*. VIVA Reklámügynökség, Budapest

- LETHO, X. Y. – CAI, L. A. – O’LEARY, J. T. – HUAN, T. C. 2004: *Tourism shopping preferences and expenditure behaviours: The case of the Taiwanese outbound market.* Journal of Vacation Marketing, 10/4. pp. 320-332.
- LÓCZY D. – VERESS M. 2005: *Geomorfológia I., Földfelszíni folyamatok és formák.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs
- LOVÁSZ GY. 2000: *Általános vízföldrajz.* - University Press, Pécs, 233p.
- MAGYAR GOLF SZÖVETSÉG ADATAI; Utolsó letöltés: 2013.03.13. www.hungolf.hu
- MAGYAR TURIZMUS RT. 2007: *Tematikus szakmai háttéranyag sport turizmus.* www.itthon.hu [2013.03.04.]
- MAGYAR TURIZMUS ZRT. – M.Á.S.T. Piac és Közvéleménykutató Kft. 2008: *A magyar lakosság utazási szokásai, 2008.* Turizmus Bulletin 13/2. pp. 3-22.
- MAGYAR TURIZMUS ZRT. – M.Á.S.T. Piac és Közvéleménykutató Kft. 2006a: *A magyar lakosság természetjárással kapcsolatos attitűdjei.* Budapest.
- MAGYAR TURIZMUS ZRT. – M.Á.S.T. Piac és Közvéleménykutató Kft. 2006b: *A magyar lakosság lovasturizmussal kapcsolatos attitűdjei.* Budapest.
- MAGYAR TURIZMUS RT. 2003: *Turizmus Magyarországon 1990-2002.* Utolsó letöltés: 2010.07.15. www.itthon.hu
- MARTONNÉ E. K. – BODNÁR R. 2003: *A turizmus és környezet kölcsönhatásai a Tisza-tó példáján.* In: Csorba P. (szerk.) *Környezetvédelmi mozaikok.* Debreceni Egyetem. Tájvédelmi és Környezetföldrajzi Tanszék, Debrecen, pp.307-326.
- MARTONNÉ E. K. 1992: *A miskolciak városkörnyéki rekreációja.* Földrajzi Közlemények, 40. 3-4. pp.143-162.
- MEZŐSI G. 1991: *Kísérletek a táj esztétikai értékének meghatározására.* Földrajzi Értesítő 40/3-4. pp.251-264.
- MICHALKÓ G. 2012: *Turizmológia.* Akadémiai Kiadó, Budapest, 266p.

- MICHALKÓ G. – RÁTZ T. 2011: *Egészségturizmus és életminőség Magyarországon – Fejezetek az egészség, az utazás és a jól(l)ét magyarországi összefüggéseiről*. MTA FKI. Budapest, 179p.
- MICHALKÓ G. 2007a: *A turizmuselmélet alapjai*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, 224p.
- MICHALKÓ G. 2007b: *Magyarország modern turizmusföldrajza*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, 288p.
- MICHALKÓ G. 2005: *Turizmusföldrajz és humánökológia*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, 216p.
- MICHALKÓ, G. – RÁTZ, T. 2005: *A mediterrán turisztikai miliő*. – Turizmus Bulletin. 9/2, pp. 28-35.
- MICHALKÓ G. – VIZI I. 2004: *Az aktív turizmus alapjai*. – In: Bánhidi M (szerk.) *A vízi és vizek menti turizmus alapjai*. Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola, 2003. pp. 20-27.
- MICHALKÓ G. 2002: *Az aktív turizmus elméleti megközelítése*. In. Dávid L. (Szerk.) *Aktív turizmus*, Didakt Kiadó, Debrecen. pp. 5-16.
- MICHALKÓ, G. 2001: *Turizmus és területfejlesztés*. In. Beluszky P. – Kovács Z. (szerk.) *A terület és településfejlesztés kézikönyve*. CEBA Kiadó, Budapest, pp.113-120.
- MICHALKÓ G. 1997: *Budapest idegenforgalmának szociálgeográfiai vizsgálata*. Kandidátusi értekezés, Budapest
- MINISTRY OF CULTURE AND TOURISM (MCT) 2008: *TOP 20 International and Domestic Tourist Arrivals in Turkish Cities*.
- MITCHELL, R. G. 1983: *Mountain Experience: The Psychology and Sociology of Adventure*. Chicago, The University of Chicago Press.
- MULES, T. – DWYER, L. 2006: *Public Sector support for Sport Tourism Events: The Role of Cost-benefit Analysis*. In: Gibson, H. *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routledge, New York, pp. 206-223.

- MUNDRUCZÓ Gy. – GRAHAM, S. 1996: *Turizmus elmélet és gyakorlat*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 193p.
- NEWELL, S. – FOSTON, P. – ATHA, A. 2000: *A golf nagykönyve*. Alexandra Kiadó, 256p.
- NOGAWA, H. – YAMAGUCHI, Y. – HAGI, Y. (1996): *An empirical research study on Japanese sport tourism sport for all events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event*. Journal of Travel Research. 35. 46-54.
- PAP N. 2008: *A pekingi olimpia jelentősége a kínai turizmusban*. Turizmus Bulletin, 12/1. pp. 14-20.
- PÉCZELY GY. 1979: *Éghajlattan*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 336p.
- PETAR, S. 2010: *The development of tourism through the construction of golf courses*. Acta Turistica Nova. 1. pp. 1-21.
- PETRICK, J.F. 2002a: *Experience use history as a segmentation tool to examine golf travellers' satisfaction, perceived value and repurchase intentions*. Journal of Vacation Marketing. 8/4. pp. 332-342.
- PETRICK, J.F. 2002b: *An Examination of Golf Vacationers' Novelty*, Annals of Tourism Research, 29/. pp. 384-400.
- PETRICK, J. F. – BACKMAN, S. J. 2002a: *'An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travellers' intentions to revisit'*. Journal of Travel Research. 41. pp. 38-45.
- PETRICK, J. F. – BACKMAN, S. J. 2002b: *'An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travellers' satisfaction'*. Journal of Travel Research. 40. pp. 252-258.
- PETRICK, J. F. – BACKMAN, S. J. – BIXLER, R. – NORMAN, W. C. 2001: *Analysis of Golfer Motivations and Constraints by Experience Use History*. Journal of Leisure Research, 33/1. pp. 56-70.
- PIGEASSOU, C. – BUI-XUAN G. – GLEYSE, J. 2003: *Epistemological Issues on Sport Tourism: Challenge for a New Scientific Field*. Journal of Sport Tourism, 8/1. pp. 27-34.

- PLAYER, G. 2001: *A golfozó nagy kézikönyve*. New Holland Publisher Ltd., London, 160p.
- PLOG, S. C. 1974: *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity?* Cornell Hotel and Restaurant Quarterly. 14/4: pp.55-58.
- PRIESTLEY, G. K. – ASHWORTH, G. J. 1995: *Sports Tourism: the Case of Golf*. Tourism and Spatial Transformations. Wallingford: CAB Publishing
- PROBÁLD F. 2011: *A gazdaság általános jellemzői*. In.: Kocsis, K. –Schweitzer F. (szerk.) Magyarország térképekben. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, pp. 139-147.
- PROBÁLD F. 1996: *Afrika és a Közel-Kelet földrajza*. - ELTE Eötvös Kiadó, Budapest. 391p.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2011: *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 343p.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 2005: *A turizmus hatásai*; Aula Kiadó, Budapest, 496p.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 1998: *A turizmus hatásai*; Aula Kiadó, Budapest, 490p.
- RÁTZ T. - KISS R. 2010: *The Attitudes and Activities of Hungarian Golfers: An Analysis of Domestic Demand*. In.: S. Dombay – Zs. Magyar-Sáska (eds.): III. International Conference „The Role of Tourism in Territorial Development”, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, pp. 291-305.
- RÁTZ T. – KISS R. 2007: *A golfozás, mint aktív turisztikai tevékenység Magyarországon*. Magyar Sporttudományi Szemle, 7/27. pp. 22-26.
- READMAN, M. 2003: *Golf Tourism*. In.: Hudson, S. (Ed.): Sport and Adventure Tourism. The Haworth Press, New York. pp. 165-202.
- REDMOND, G. 1991: *Changing styles of Sports Tourism: Industry/Consumer Interaction in Canada, the USA and Europe*. In: Sinclair, M. –Stabler, M. (eds.), The Tourism Industry: An International Analysis. CAB International, Wallingford, pp.107-120.

REDMOND, G. 1990: *Point of increasing contact: sport and tourism in the modern world*. In: A. Thomlinson (ed.), *Sport in Society: Policy, Politics and Culture*. Eastbourne: Leisure Studies Association, pp.158-167.

RÉVÉSZ T. 2010: *Golfmenedzsment*. 2010

ROBINSON, T. – GAMMON, S. 2004: *Sports Tourism: An Introduction*. London Thompson Learning

SAJTOS L. – MITEV A. 2007: *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó, Auckland-Budapest, 402p.

SARTORI, A. 2004: *A golfturizmus előrejelzése és fejlesztési lehetőségei Kelet-Közép-Európában és Oroszországban*. KPMG, Budapest

SAVAS, B. - BESKAYA, A. - SAMILOGLU, F. 2010: *Analyzing the impact of international tourism on economic growth in Turkey*. - ZKU Journal of Social Sciences. 6. 12. pp. 121-136.

SHAW, V. – ALDERSON, J. 1995: *The marketing of new golf developments in the UK and Ireland*, Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science, 1/3. pp. 53-67.

SILK, M. – AMIS, J. 2006: *Sport Tourism, Cityscapes and Cultural Politics*. In: Gibson, H. *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routledge, New York

SLAK VALEK, N. – PODOVSOVNIK, E. 2012: *Understanding internet use among passive and active tourists. Is there a need for a different web approach?* Innovative issues and approaches in social sciences, 5/1. pp. 88-106.

SLAK VALEK, N. 2008: *The suitability of tourism supply of destination for the sport-active tourist demand – the Slovenian Case*. Doctoral dissertation, University of Ljubljana

SMITH, A. – STEWART, B. (2007): *The Travelling Fan: Understanding the Mechanism of Sport Fan Consumption in a Sport Tourism Setting*. Journal of Sport & Tourism 12/3-4. pp. 155-181.

SMITH, M. – PUCZKÓ L. 2010: *Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 427p.

- SMITH, S.L.J. 1989: *Defining tourism: a supply side view*. Annals of Tourism Research, 15/2. pp. 179-190.
- SRI INTERNATIONAL 2005: *The 2005 Golf Economy Report*. Utoljára letöltve: 2012.08.24. www.sri.com
- STANDEVEN, J. - DEKNOP, P. 1999: *Sport Tourism*. Champaign, IL.: Human Kinetics
- SÜLI-ZAKAR I. 2002: *A világ mezőgazdasága*. - In. TÓTH J. (szerk.): Általános társadalomföldrajz I. – Dialóg Campus, Pécs 486p.
- SÜTŐ L. – SZEPESI J. – NOVÁK T. – DÁVID L. 2011: *Tourism hiking programs as a possibility of involving the public into Earth scientific education*. Acta Geoturistica, 2/1. pp. 23-28.
- SZABÓ J. 2004: *Rekreáció. Az elmélet és a gyakorlat alapjai*. JGYF Kiadó, Szeged, 180p.
- SZLÁVY, T. 2011: *100 éves a magyar golf – 1911-2011*. Magyar Golf Szövetség, Budapest, 64p.
- SZONDA Ipsos 2000: *A felnőtt lakosság véleménye az aktív üdülési és kulturális tevékenységekről*. Turizmus Bulletin 4/4. pp. 38-41.
- TASNÁDI J. 2002: *A turizmus rendszere*. Aula Kiadó, Budapest, 280p.
- TASNÁDI J. 1998: *A turizmus rendszere*. Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola, Szolnok
- TEPERICS, K. 2004: *A humán erőforrások szerepe a területfejlesztésben*. In.: Süli-Zakar I. (szerk.) A terület- és településfejlesztés alapjai, Dialóg Campus, Budapest-Pécs, pp.395-412.
- TEPERICS, K. – BUJDOSÓ Z. 2002: *A kerékpártúrák típusai Magyarországon*. In.: Dávid L. (szerk.) Aktív turizmus, Lifelong Learning Füzetek, DIDAKT, Debrecen, pp. 96-112.
- THE ROYAL & ANCIENT 2010-2011 2009: *Decisions on the rules of golf*. Octopus Publishing Group Ltd., London, 714p.
- THE ROYAL & ANCIENT 2006-2007 2005: *Decisions on the rules of golf*. Publishing Group Ltd, London, 724p.

TOB GOLF TOUR SAFARI 2010: *Golf Map of Kenya*. Elérhető: http://www.kenya-golf-safaris.com/html/golfmap_kenya.html [Utolsó letöltés: 2010. november 30.]

TÓTH A. 2004: *A logisztika, a logisztikai központok szerepe a terület- és településfejlesztésben*. In.: Süli-Zakar I. (szerk.) *A terület- és településfejlesztés alapjai*, Dialog Campus, Budapest-Pécs, pp. 413-432.

TÓTH J. 2001: *Általános népességföldrajz*. in: Tóth J. (szerk.): *Általános társadalomföldrajz. I.* Dialog Campus Kiadó, Budapest-Pécs, pp. 275-294.

UJVÁRY K. – FÜSTÜS G. – DÁVID L. – BUJDOSÓ Z. 2009: *A vízi turizmus definíciója és tipizálása*. In (szerk: Dávid L.): *Fenntartható horgász-, vadász- és víziturizmus, Turizmus-vendéglátás BA alapszak tankönyvei 1*, Károly Róbert Főiskola. Gyöngyös, pp. 18-24.

VISITSCOTLAND 2007: *Golf Visitor Survey Year End 2007*. Sports Marketing Survey

VIZI I. 2005: *A magyar lakosság aktív turizmussal kapcsolatos preferenciái és az aktív turisztikai tevékenységek intenzitása*. *Turizmus Bulletin* 9/4. pp. 30-40.

WANN L 1995: *Preliminary validation of the sport fan motivation scale*. *Journal of sport and Social Issues* 19/11. pp. 377-396.

WEED, M.E. – BULL, C.J. 2009: *Sports Tourism – Participant, policy and providers* (2nd ed.). Butterworth-Heinemann, Oxford. UK, 351p.

WEED, M.E. 2006: *A Grounded Theory of the Policy Process for Sport and Tourism*. In. Gibson, H. *Sport Tourism: Concepts and Theories*. Routledge, New York, pp. 224-245.

WILSON, J. - THILMANY, D. 2006: *Golfers in Colorado: the role of golf in recreational and tourism lifestyle and expenditures*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20/3-4. pp. 127-144.

WON, D. – HWANG, S. – KLEIBER, D. 2009: *How Do Golfers Choose a Course? A Conjoint Analysis of Influencing Factors*. *Journal of Park and Recreation Administration*, 27/2. pp. 1-16.

WILSON, J. - THILMANY, D. 2006: '*Golfers in Colorado: the role of golf in recreational and tourism lifestyle and expenditures*'. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 20/3/4. pp. 127-144.

WTO and UNSTAT 1994: *Recommendation on Tourism Statistics*. WTO, Madrid; and United Nations, New York.

ZAUHAR, J. 2004: *Historical Perspectives of Sports Tourism*. *Journal of Sport Tourism*, 9/1. pp. 5-101.

További internetes források:

www.e-beszamolo.kim.gov.hu

www.golfutazasok.hu

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat Az utóbbi évek mega-sportrendezvényeit elnyert vagy megszervezett országok 1986-2016 között.....	16
2. táblázat Kvantitatív kutatások 2009-2012 között.....	37
3. táblázat A kvalitatív kutatások 2009-2012	45
4. táblázat A golfturizmus és a golfsport 4G-je.....	52
5. táblázat A legjelentősebb golfnagyhatalmak 2012-ben.....	56
6. táblázat A közép-európai országok golfkereslete és kínálata 2012-ben.....	58
7. táblázat golfpályák számának növekedése Törökországban a kezdetektől 2011-ig	81
8. táblázat A regisztrált golfozók számának alakulása az egyes desztinációkban 2011. évi statisztikai adatok alapján.....	83
9. táblázat A mombasai golfpályák összehasonlítása.....	87
10. táblázat A magyarországi golfklubok és pályák megnyitása 2012-ig	92
11. táblázat A magyarországi 18 szakaszos golfpályák, klubok szolgáltatásai 2012-ben.....	114
12. táblázat A magyarországi 9 szakaszos golfpályák szolgáltatásai 2012-ben	116
13. táblázat A magyarországi 6 szakaszos golfpályák szolgáltatásai 2012.....	118
14. táblázat A magyarországi gyakorlópályák szolgáltatásai 2012	120
15. táblázat A magyar játékosok golfpálya-választását befolyásoló tényezők	156
16. táblázat Az írek és magyarok mindennapokban és utazás során üzött leggyakoribb fizikai tevékenységei	175

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra A turizmustudomány alapsejtje, a Michalkó-féle puzzle modell	7
2. ábra A sportturizmus modellje.....	13
3. ábra A turisztikai és szabadidőterek földrajzi tipizálása	21
4. ábra A pihenés, a kikapcsolódás és a turizmus közötti kapcsolat	22
5. ábra A sportturizmus és a turizmus sportja elmélet alkalmazása a golfra	24
6. ábra A golf turizmus belső és külső rendszere.....	47
7. ábra Az európai (mediterrán) golf turizmus ABC-golfdesztinációi.....	48
8. ábra A golf turizmusnak, mint turisztikai terméknek és a turizmus tárgyi feltételeinek kapcsolatrendszer: a golf labda-modell alapján	53
9. ábra A legjelentősebb európai golfdesztinációk kínálatának megoszlása és az egyes országok golfkeresletének népességhez viszonyított aránya.....	57
10. ábra Maslow motivációs szükségletpiramisának értelmezése golfozói szemszögből	61
11. ábra Az írek szabadidős tevékenységének sorrendje a mindennapokban.....	68
12. ábra Az írek szabadidős tevékenységének sorrendje az utazás során	69
13. ábra Az írek fizikai aktivitása a mindennapokban és utazáskor.....	70
14. ábra A magyarok fizikai aktivitása a mindennapokban.....	71
15. ábra A szabadidős tevékenységek sorrendje a mindennapokban.....	72
16. ábra A magyarok fizikai aktivitása az utazás során	73
17. ábra Szabadidős tevékenységek az utazás során.....	74
18. ábra A magyarok fizikai aktivitása a mindennapokban és utazáskor	75
19. ábra A leggyakoribb kulturális és sporttevékenységek az Antalya-öbölben	77
20. ábra A golf turizmus beleki szezonálisitása	79
21. ábra A játszható pályaszakaszok számának alakulása a török golf desztinációkban 1994- 2011 között.....	80
22. ábra A golfközpontok kialakulása Törökországban 2011-ben.....	80
23. ábra A kenyai golfpályák földrajzi elhelyezkedése.....	85
24. ábra A golf magyarországi terjedése a kezdetektől a II. világháborúig.....	89
25. ábra Magyarország golf turisztikai attrakciói	94
26. ábra Magyarország évi középhőmérséklete és golfpályáinak elhelyezkedése.....	96
27. ábra Magyarország évi csapadékösszege és golfpályáinak elhelyezkedése	97
28. ábra A gazdasági fejlettség területi különbségei Magyarországon (2008) és golfpályáinak elhelyezkedése.....	98
29. ábra A külföldi működő tőke (FDI) állománya Magyarországon (2008) és golfpályáinak elhelyezkedése.....	99
30. ábra Magyarország ipari területeinek szerkezeti átalakulása és golfpályáinak elhelyezkedése	100
31. ábra Magyarország kiemelt üdülőkörzetei és a hazai golfpályák földrajzi elhelyezkedése.	101
32. ábra Hátrányos helyzetű kistérségek Magyarországon (2010) és golfpályáinak elhelyezkedése.....	103
33. ábra Magyarország egészség- és golf turizmusának magterületei	124
34. ábra Magyarország gyógy- és golf turizmusának magterületei	125
35. ábra Magyarország fontosabb turisztikai vonzerői és golfos kínálata.....	126
36. ábra Befektetett eszközvagyron alakulása évenként, nettó értéken.....	129
37. ábra Árbevétel alakulása évenként millió Ft-ban.....	130

38. ábra Az üzemi eredmény alakulása évenként	130
39. ábra A pénzügyi eredmény alakulása évenként	131
40. ábra A „Talent for entertaining” imázskampányban	136
41. ábra A magyar golfkereslet alakulása 1991-2013 között	137
42. ábra. Válaszadók golfozási gyakorisága	139
43. ábra A rendszertelen “golfozgatók” utazási döntései (1-5 skála középértéke)	140
44. ábra A megkérdezett hazai golfozók által játszott magyarországi golfpályák elhelyezkedése 2009-ben.....	141
45. ábra Válaszadók külföldi golfozási hajlandósága	142
46. ábra A magyar golfozók korosztályos megoszlása	144
47. ábra A megkérdezettek foglalkozása.....	144
48. ábra Milyen gyakran golfozik Magyarországon?.....	145
49. ábra Mennyi kört játszik évente Magyarországon (ha egy kör = 18 lyuk)?	146
50. ábra Az évente lejátszott körök száma és a HCP átlagának összefüggései	146
51. ábra A magyar golfozók HCP (játéktudás) alapján történő szegmentálása	147
52. ábra Kikkel golfozik általában.....	149
53. ábra A golfszezon itthon és külföldön.....	152
54. ábra A magyar golfozók külföldi úticélja	153
55. ábra A golfdesztináció választás kulcstényezői a magyar golfozók körében	155
56. ábra A 9 és 18 szakaszos pályák klubtagjainak más pályákon való golfozásának összehasonlítása.....	157
57. ábra Üzleti úton szabadidős vagy üzleti partnerrel történő golfozás és a foglalkozás összefüggései.....	158
58. ábra A golfozás befolyása a nyaralásra és a családdal közös nyaralás összefüggései.....	159
59. ábra A magyar golfozók szegmensei.....	163
60. ábra Miért nem golfozik?(%).....	168
61. ábra „Nem nyílt rá alkalmam, de kipróbálnám” – a válaszadók végzettségének megoszlása szerint (%)	169
62. ábra Mivel lehetne rávenni a golfozásra?	170
63. ábra A hazai nem golfozók által ismert magyarországi golfozási lehetőségek elhelyezkedése	172

MELLÉKLETEK

1. melléklet Golfszótár	207
2. melléklet Aktív ír szabadidős kérdőív 2009. nyara.....	210
3. melléklet Aktív magyar szabadidős kérdőív 2009. november	216
4. melléklet Nem golfozók kérdőíve.....	223
5. melléklet Rendszertelenül golfozók - „Golfozgatók” kérdőíve	227
6. melléklet A Magyarországon golfozók attitűd vizsgálata	233
7. melléklet Interjú hazánk golfturizmusáról, golféletéről klubvezetők, golfpálya menedzserek, igazgatók	246
8. melléklet A golf terjedése a világon – a Brit Gyarmatbirodalomban 1919-ig.....	250
9. melléklet Golf Travel Hungary – Ryder Cup 2014. szeptember 24-29. golfcsoomag.....	251
10. melléklet A magyar golfturizmus kínálati elemei fényképekben 2011-2012-ben	254
11. melléklet Összesített mérleg és eredménykimutatás adatok 14 (működő és befejezetlen projektek által) golfpályát üzemeltető vállalkozásra.....	260
12. melléklet Összesített mérleg és eredménykimutatás adatok a megszüntetési eljárás alatt álló pályát üzemeltető 5 vállalkozásra	262
13. melléklet 1. csomag: Golf Travel Hungary - Utolérhetetlen St. Andrews-i ajánlat 2013-ra .	264
14. melléklet A magyar golfkereslet alakulása 1991-2013 között.....	282
15. melléklet Magyarok golfról alkotott véleménye	283
16. melléklet Magyarok golfról alkotott véleménye és a hazai golfozási szokások közös faktor analízise.....	284
17. melléklet Külföldön golfozó magyarok hendikep alapú csoportosítása.....	285
18. melléklet Magyarországon golfozó magyarok hendikep alapú csoportosítása	286
19. melléklet A magyarok golfról alkotott véleménye hendikep csoport alapján.....	287
20. melléklet Az otthoni golfozás faktor analízise.....	288
21. melléklet Az otthoni és a külföldön történő golfozás összehasonlítása páros t-próbával....	289
22. melléklet Magyarok külföldön történő golfozási szokása	290
23. melléklet Magyar golfozók játéktudás és demográfiai változók alapján történő tipizálása.	291
24. melléklet Az egyéni sportok elsajátításának éves költségei juniorok számára (ezer Ft) 2012-ben.....	292

Ahogy arról BROMHEAD, J. (2009) is említést tesz munkájában az értekezés tárgyának külön nyelvezete van, így szerző fontosnak látta a nem golfozó olvasók számára is közérthetővé tenni az idegen szakkifejezéseket, amelyeket óhatatlanul alkalmaz egy a golfban jártas kutató. Az értekezésben *-gal jelöl golf szakkifejezések az alábbiakban abc-sorrendben kerülnek kifejtésre, amely összeállítás DOJCSÁK Győző (1992), Professzor emeritus, geográfus és geológus munkája alapján készült.

Augusta National Golf Club - az egyik leghíresebb amerikai golfpálya, és az egyetlen a világon, ahol évente kerül megrendezésre a Masters, a sport négy kiemelt versenyének egyike.

Championship course – nemzetközi versenyekre alkalmas golfpálya

Chipping green – olyan gyakorlópálya, ahol a green-re történő rövid ütést (chip) lehet finomítani. Általában a klubházhoz közel található, amelyre a környékéről lehet ütni. Ez is 2 milliméteresre nyírt füves terület megfelelő számú lyukkal.

Chipping (chippelés) - a rövid játék egyik fajtája, amikor a greenhez nagyon közel a pitching vagy sand wedge (nagy dőlésű kb. 38-42 fokos ütő) használatával a lyukhoz emeli a labdát.

Driving range – gyakorló pálya, egy 100 méter széles, 250-300 méter hosszú terület, ahol a játékosok elsősorban a hosszú játékokat, az elütéseket finomíthatják tetszés szerinti távolságban, akár 250 méterig.

Executive golfpálya – rövid, városi golfpálya, amely könnyen teljesíthető, könnyű, ezért élményt nyújt. Alternatív megoldás a kevés szabadidővel rendelkező játékosoknak, akiknek így a golfélmény megmarad kb. 1-3 órás játékkal.

Fairway – az elütőtől a lyukhoz vezető legjobb része a szakasznak, ahol a fű rövidebbre van nyírva és itt landolnak a jól kivitelezett ütések, amelyek így a pontos játékot jutalmazták.

Flight – az egy csoportban, maximum 4 fő. játszót nevezik így.

Golf Academy – olyan könnyű, a golfozás elsajátítását segítő többféle gyakorló pálya kombinációja, amely elsősorban oktatási, gyakorlási centrum. Célja a golfozók kinevelése.

Golf cruise – olyan hajóút, amely golfozással kombinálják, így a játékos a kikötéskor egy közeli golfpályán kapcsolódik ki.

Golf resort – golfüdülő, olyan nyaralóhely, komplexum, ahol egy vagy több 18 szakaszos golfpálya is a játékosok rendelkezésére áll.

Greenfee/Green fee – pályahasználati díj, egy az adott klubban nem tag játékos a pályán való golfozásért fizetett összege.

Green – a pálya azon része, amely simára (2-3 mm) van nyírva és itt található a lyuk. Ezen a felületen már csak gurítani szabad a labdát.

Greenkeeper – a golfpálya karbantartója, aki a pálya minőségéért, állapotáért, játszhatóságáért szakmailag felel. Általában egy klubban van egy head greenkeeper (fő karbantartó) és beosztottjai, a greenkeeper-ek.

Handicap (HCP) (Hendikep - HCP) – egy amatőr játékos játéktudását kifejező szám: ennyivel több ütést használhat fel a pálya megjátszásához, mint amennyi a pálya par*-ja, azaz alapütés száma. A handicap versenyeken a handicap-számot levonják az összes ütésszámból, ez adja meg a végső eredményt; pl. egy 18 HCP-s játékos minden szakaszon egy többletütést üthet. Ezzel teljesítménye összemérhető más játéktudású golfozókéval, így különböző szinten golfozók is együtt játszhatnak.

Links – tengerparti, homokdűnés területen épült, bozótossal körbevett golfpálya, amely tipikusan a Brit-szigeteken terjedt el és az elnevezés Skóciából származik

Par – Egy szakasz vagy pálya par értéke azt mutatja, mennyi ütéssel képes egy jó játékos a szakaszt vagy a pályát megjátszani.

Parkland pálya – Nem tengerparti golfpálya, amely a belső területeken épült: jól ápolt, sok fával, zölddel szegélyezve.

Pitch & putt – olyan pálya, ahol a rövid játékot lehet gyakorolni két ütővel (pitching wedge és putter).

Pitching – a rövid játék egyik fajtája, amikor a greenhez közel (100 méteren belülről) a pitching wedge (nagy dőlésű kb. 38-42 fokos ütő) használatával a lyukhoz emeli a labdát.

PRO – Egyrészt jelenti azt a profi játékost, aki megélhetésként űzi a sportot, másrészt jelenti a pályához tartozó profi golf oktatót, aki segíti a golfozók játékának, és ütéseinek fejlesztését

Public course – nemcsak a klubtagok által játszható nyilvános pálya, ahol a greenfee megfizetésével a **Pay & Play**, azaz a „Fizess, és játssz” elv érvényesül.

Putting green – olyan gyakorlást segítő terület, amely a rövid játékot segíti, ahol a green-en történő gurítást (putt) lehet finomítani. Általában a klubházhoz közel található, a 2 milliméteresre nyírt füves terület megfelelő számú lyukkal.

Rough – a fairway-t körülvevő kevésbé (semi rough) vagy egyáltalán nem nyírt terület, amely a pontatlan játékot sújtja, nehezíti.

Rövid játék – (short game) a greenhez közeli pontos ütések jelenti, elsősorban a pitching és chipping (chippelés).

Tee (Teeing ground) – elütőhely, ahonnan a játékos az adott szakaszt kezdi. Általában külön van profi, férfi, szenior, női és junior elütő a pályától függően.

Tee time – a játék kezdési időpontja, ami esetenként 7-12 perces időközönkénti indulást jelent a flight*-oknak egy forgalmas időszakban.

Questionnaire for personal leisure activities / physical exercises

(Anonym survey for a PhD study)

A. General part about leisure activities/physical exercises

1. Do you do any leisure activities /physical exercises occasionally /on regularly base?
(Please circle the right code.) (1) Yes (2) Never

2. Do you travel for the purpose of leisure activities / physical exercises?

(Please circle the right code.) (1) Yes (2) Never

If you answered No for both questions, please pop to the B. Demography part (Page4)

If you answered Yes for any of the above questions, please continue with the next one.

3. Which is applicable for you generally? I do leisure activities, exercise(s) *(Please circle...)*

(1) once a month (2) twice a month (3) once a week (4) 2-3 times a week
 (5) only on weekends (6) daily (7) other..... (8) Don't know

4. Who accompanies you when exercising? *(Please, circle more than one if applicable.)*

(1) Family/Relatives (2) Friends (3) Colleagues (4) Occasional people
 (5) Alone (6) Other: (7) Don't know

5. When you are living at home, which leisure activities/physical exercises do you do?
(Please, tick more than one if applicable.)

	Leisure activities	Yes		Leisure activities	Yes
1	Horse riding		13	Gym	
2	Hiking		14	Soccer	
3	Running/ Jogging/Power walking		15	Basketball/Volleyball/Handball	
4	Angling/ Sea fishing		16	Gaelic football	
5	Sailing		17	Hurling	
6	Surfing/Kite surfing		18	Rugby	
7	Kayaking/Canoeing		19	Diving/ Snorkelling	
8	Rafting		20	Climbing	
9	Swimming		21	Extreme sports like:	

10	Tennis/ Badminton/ Table tennis		22	Skiing/Skating/Snow boarding	
11	Golfing		23	Other:	
12	Cycling		24	Don't know	

6. Does your leisure activities have any influence on which destination you choose for holidays? *(Please choose the option that best describes your relationship with leisure activities during your vacation.)*

- (1) I never travel to do my leisure activities in a tourist destination
- (2) I never combine leisure activities with my family holidays
- (3) I rarely mix my holidays with leisure activities
- (4) I regularly mix leisure activities during my holidays
- (5) I always choose regions where I can do my leisure activities during my holidays
- (6) I only ever travel to do my leisure activities
- (7) Other.....
- (8) Don't know

7. If you go on a holiday, which leisure activities, physical exercises do you do? *(Please, tick more than one if applicable.)*

	Leisure activities	Yes		Leisure activities	Yes
1	Horse riding		13	Gym	
2	Hiking		14	Soccer	
3	Running/ Jogging/Power walking		15	Basketball/Volleyball/Handball	
4	Angling/ Sea fishing		16	Gaelic football	
5	Sailing		17	Hurling	
6	Surfing/Kite surfing		18	Rugby	
7	Kayaking/Canoeing		19	Diving/ Snorkelling	
8	Rafting		20	Climbing	
9	Swimming		21	Extreme sports like:	
10	Tennis/ Badminton/ Table tennis		22	Skiing/Skating/Snow boarding	
11	Golfing		23	Other:	
12	Cycling		24	Don't know	

8. Please circle the importance of the below listed factors according to how strong they influence your choice of leisure destination? (Importance: 1= Most important 3=Moderate, 5=Less important, Ø =Don't know.)

Factors	Importance
1. Easy access to the destination/region	1 2 3 4 5 Ø
2. Good price/value rate	1 2 3 4 5 Ø
3. Climate	1 2 3 4 5 Ø
4. Natural environment	1 2 3 4 5 Ø
5. Special offers & tourist packages	1 2 3 4 5 Ø
6. Quality accommodation & food	1 2 3 4 5 Ø
7. Friendly staff*	1 2 3 4 5 Ø
8. Other nearby facilities for physical exercises	1 2 3 4 5 Ø
9. Alternative programmes for family members (spa, beauty parlour, hairdresser, crèche, etc.)	1 2 3 4 5 Ø
10. Shopping facilities	1 2 3 4 5 Ø
11. Local/Nearby cultural attractions	1 2 3 4 5 Ø
12. Local/Nearby city with loads of pubs, restaurants, night clubs	1 2 3 4 5 Ø
13. Other:	1 2 3 4 5 Ø

9.1. In which Irish province & city/settlement do you live? (Please, use the number of the province from the below table and give the name of your city.)

Number of province: City/Settlement:

I'm not from Ireland, but

9.2 In which other province(s) of Ireland have you exercised? (Please, tick more than one if applicable.)

No.	Province	Yes	No.	Province	Yes
1	Leinster		4	Ulster	
2	Munster		5	Nowhere else	
3	Connacht		6	Do not know	

10.1. In which other overseas destinations did you travel with the purpose of doing leisure activities or exercising? (Please, tick more than one if applicable.)

	Countries/ Region		Countries/Region
1	Germany	11	Benelux States/Countries
2	Austria	12	Eastern Europe
3	Switzerland	13	Asia
4	Scandinavia	14	Africa
5	UK	15	Australia & Pacific
6	Spain	16	Caribbean
7	Portugal	17	USA/Canada
8	France	18	Latin America
9	Greece	19	Other:
10	Italy	20	Neither

11. 1. Does the economic downturn influence your leisure activities/ physical exercises? (Please circle the right code.) (1) Yes *go to question 11.1.2*

(2) No *go to question 11.1.3*

11.1.2. If yes, how? (Please, circle more than one if applicable.)

- (1) Too expensive, so I gave up my leisure activities completely
- (2) Reduced them significantly, but still exercising
- (3) Choosing cheaper options
- (4) Choosing closer options
- (5) Rather stay home
- (6) Spend less on supplies, equipments
- (7) Having more time for leisure activities
- (8) Other:
- (9) Do not know

11.1.3. If not, why? (Please, circle more than one if applicable.)

- (1) Do not exercise so frequently, so no need to reduce it
- (2) Just as before I have no time for leisure activities
- (3) Because I receive a discount regardless
- (4) Can afford to keep the level of my leisure activities

(5) Other.....

(6) Do not know

12. Rate your preferences ranging 1-5 which Eastern European countries would you like to visit in the near future to engage in your favourite past time? (Please circle the right code: 1= Most preferred visit, 3= Average excitement of visiting, 5= least preferred to visit, Ø =Don't know.)

	Country	Willingness of visiting the destination		Country	Willingness of visiting the destination
1	Poland	1 2 3 4 5 Ø	10	Romania	1 2 3 4 5 Ø
2	Czech Republic	1 2 3 4 5 Ø	11	Bulgaria	1 2 3 4 5 Ø
3	Hungary	1 2 3 4 5 Ø	12	Estonia	1 2 3 4 5 Ø
4	Slovakia	1 2 3 4 5 Ø	13	Latvia	1 2 3 4 5 Ø
5	Slovenia	1 2 3 4 5 Ø	14	Lithuania	1 2 3 4 5 Ø
6	Croatia	1 2 3 4 5 Ø	15	The Ukraine	1 2 3 4 5 Ø
7	Monte Negro	1 2 3 4 5 Ø	16	Russia	1 2 3 4 5 Ø
8	Serbia	1 2 3 4 5 Ø	17	Neither	1 2 3 4 5 Ø
9	Albania	1 2 3 4 5 Ø	18	Other:.....	1 2 3 4 5 Ø

13. Please choose 1-4 countries from above table and put beside them your most favourite or most famous leisure activities, if there is any. (Please use the categories from Question 7.)

Country	Leisure activity 1	Leisure activity 2	Leisure activity 3
1.			
2.			
3.			
4.			
5. I have no interest			
6. I do not know			

14. How much did you spend on average on your favourite leisure activities...

14.1. before the economic downturn per annum? (Please circle the right code.)

- (1) Nothing (2) €1-200 (3) €201-400 (4) €401-1000
 (5) €1001-2000 (6) €2001-5000 (7) 5001- (8) Don't know

14.2. after the economic downturn per annum? *(Please circle the right code.)*

- (1) Nothing (2) €1-200 (3) €201-400 (4) €401-1000
(5) €1001-2000 (6) €2001-5000 (7) 5001- (8) Don't know
(9) Don't know exactly, but less than before (10) Don't know, but more than before

15. How much do you spend on travelling to and back to the venue/destination of your leisure activities? *(Please circle the right code.)*

- (1) €0-50 (2) €51-100 (3) €101-150 (4) €151-200 (5) €201-

16. Which method of transport do you prefer to travel to the venue/destination of your favourite leisure activities? *(Please circle the right codes.)*

- (1) Car (own/rented) (2) Airplane (3) Bus (4) Train
(5) Combined like(6) Other: (7) Do not travel

B. Demographics

17. What is your gender? (1) Male (2) Female

18. How old are you? *(Please circle the right code.)*

- (1) >18 (2) 18-29 (3) 30-39
*(4) 40-49 (5) 50-59 (6) 60 <

19. What is your nationality? *(Please circle the right code.)*

- (1) Irish (2) English (3) American (4) Spanish (5) French (6) Italian (7) German (8) Polish (9) Other:

20. What is your highest educational qualification? *(Please circle the right code.)*

- (1) Primary level (2) Secondary level (3) Third level (4) Post Grad (5) Other:.....

21. What type of profession are you in? *(Please circle the right code.)*

- (1) Manager (2) Clerical (3) Self employed/Entrepreneur (4) Skilled Worker
(5) Unskilled Worker (6) Pensioner/Retired (7) Student (8) Other:

22. Regarding to your financial status which category do you fall into?

- (1) > €20,000 (2) €20,001-35,000 (3) €35,001-50,000 (4) €50,001-75,000 (5) €75,001+
(6) Do not want to answer this question (7) Don't know

Szabadidős tevékenységekre vonatkozó kérdőív

Az alábbi kérdőív a Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszék megbízásából készül.

A. Általános szabadidős fizikai aktivitásra/tevékenységre vonatkozó rész

1. Végzett valaha bármilyen fizikai aktivitást a szabadidejében? *(Kérem, jelölje be a helyes választ!)* (1) Igen (2) Nem

2. Szokott utazni valamilyen fizikai aktivitással/tevékenységgel járó szabadidő eltöltése céljával? *(Kérem, jelölje be a helyes választ!)* (1) Igen (2) Nem

Ha mindkét kérdésre Nem-mel válaszolt, kérem, ugorjon a B. Demográfiai részre (4. oldal)

Ha legalább az egyikre Igen-nel válaszolt, kérem, folytassa a kérdőív kitöltését!

3. Az alábbi szabadidős fizikai tevékenységek közül melyiket végzi, a mindennapokban, amikor nem utazik el? *(Kérem, jelölje be a helyes válasz(oka)t!)*

	Szabadidős tevékenység		Szabadidős tevékenység
1	Lovaglás/lovassport	13	Konditerem/ torna/ fitnessz
2	Természetjárás	14	Futball
3	Futás/ kocogás/ power walking	15	Kosárlabda/ röplabda/ kézilabda
4	Horgászat / Tengeri horgászat	16	Tánc/ versenytánc
5	Vitorlázás	17	Vízipóló
6	Szörf/ Kite szörf	18	Korcsolyázás
7	Kajak/ kenu/ evezés	19	Búvárkodás
8	Rafting	20	Hegymászás
9	Úszás	21	Extrém sportok:
10	Tenisz/ tollaslabda/ asztali tenisz	22	Síelés/ snowboard
11	Golf	23	Egyéb:
12	Kerékpározás	24	Nem tudom

4. Az előzőekben bejelölt fizikai aktivitás(ok)/ tevékenység(ek) közül válassza ki a 3 leggyakoribbat és jelezze, milyen gyakran űzi azokat? 4.1:-..... 4.2:-..... 4.3:-..... (Kérem, írja be először a tevékenység számát, majd a gyakoriság kódját!

Pl. 4.1: 15 – 4 vagy 4.2: 9 - 3 vagy 4.3: 12 - 5)

- (1) Havonta egyszer (2) Havonta kétszer (3) Hetente (4) Hetente 2-3-szor
 (5) Csak hétfégenként (6) Naponta (7) Egyéb:

5. Kivel űzi a fent kiemelt szabadidős tevékenységét/sportot az alábbiak közül?

5.1:-..... 5.2:-..... 5.3:-..... (Kérem, írja be először a tevékenység számát, majd a helyes válasz(oka)t!)

- (1) Család (2) Barátok (3) Kollegák (4) Alkalmi partner/sporttárs
 (5) Egyedül (6) Egyéb: (7) Nem tudom

6. Az Ön által végzett szabadidős tevékenységének van valamilyen hatása az úti célja kiválasztásában? (Kérem, válassza az Önre leginkább jellemző meghatározást!)

- (1) Sohasem azért nyaralok, hogy gyakorolhassam a szabadidős tevékenységeimet
 (2) Sohasem kombinálom a szabadidős tevékenységeimet a családi nyaralással
 (3) Ritkán keverem a nyaralásomat szabadidős tevékenységgel
 (4) Rendszeresen keverem a nyaralásomat szabadidős tevékenységeimmel
 (5) Mindig olyan úticélt választok, ahol nyaraláskor gyakorolhatom a szabadidős tevékenységemet
 (6) Csak azért utazom/nyaralok, hogy gyakorolhassam a szabadidős tevékenységemet
 (7) Egyéb: (8) Nem tudom

7. Az alábbi szabadidős fizikai tevékenységek közül melyiket végzi, amikor elutazik nyaralni? (Kérem, karikázza be a helyes válasz(oka)t!)

	Szabadidős tevékenység		Szabadidős tevékenység
1	Lovaglás/ lovassport	13	Konditerem/ torna/ fitnessz
2	Természetjárás	14	Futball
3	Futás/ kocogás/ power walking	15	Kosárlabda/ röplabda/ kézilabda
4	Horgászat / Tengeri horgászat	16	Tánc/ Versenytánc
5	Vitorlázás	17	Vízipóló

6	Szörf/ Kite szörf	18	Korcsolyázás
7	Kajak/kenu/evezés	19	Búvárkodás
8	Rafting	20	Hegymászás
9	Úszás	21	Extrém sportok:
10	Tenisz/ tollaslabda/ asztali tenisz	22	Síelés/ snowboard
11	Golf	23	Egyéb:
12	Kerékpározás	24	Nem tudom

8. Az előzőekben bejelölt fizikai aktivitás(ok)/ tevékenység(ek) közül válassza ki a 3 leggyakoribbat és jelezze, milyen gyakran űzi azokat? 8.1:-..... 8.2:-..... 8.3:-..... (Kérem, írja be először a tevékenység számát, majd a gyakoriság kódját!

Pl. 8.1: 5 – 2 vagy 8.2: 9 - 5 vagy 8.3: 11 - 2)

- (1) Havonta egyszer (2) Havonta kétszer (3) Hetente (4) Hetente 2-3-szor
(5) Csak hétfőnként (6) Naponta (7) Egyéb:

9. Kivel űzi a fent kiemelt szabadidős tevékenységét/sportot az alábbiak közül?

9.1:-..... 9.2:-..... 9.3:-..... (Kérem, írja be először a tevékenység számát, majd a helyes válasz(oka)t!)

- (1) Család (2) Barátok (3) Kollegák (4) Alkalmi partner/sporttárs
(5) Egyedül (6) Egyéb: (7) Nem tudom

10. Karikázza be az alábbi tényezőket, hogy azok mennyire befolyásolják az úticél kiválasztását? (Fontosság: 1= Legkevésbé fontos 3= Átlagos 5= Legfontosabb Ø = Nem tudom)

Tényezők	Fontosság
1. A desztináció/régió könnyű megközelíthetősége	1 2 3 4 5 Ø
2. Jó ár-érték arány	1 2 3 4 5 Ø
3. Éghajlat	1 2 3 4 5 Ø
4. Természeti környezet	1 2 3 4 5 Ø
5. Speciális ajánlatok & turisztikai csomagok	1 2 3 4 5 Ø
6. Minőségi szálláshely és étkezés	1 2 3 4 5 Ø
7. Barátságos személyzet	1 2 3 4 5 Ø

8. Egyéb közeli szabadidős szolgáltatások	1	2	3	4	5	Ø
9. Alternatív programok a családtagoknak (gyógyfürdő, szépségszalon, fodrászat, gyermekjátsszó, -megőrző stb.)	1	2	3	4	5	Ø
10. Vásárlási lehetőségek	1	2	3	4	5	Ø
11. Helyi/közeli kulturális attrakció	1	2	3	4	5	Ø
12. Helyi/közeli város jelentős éjszakai s*zórakozóhelyekkel	1	2	3	4	5	Ø
13. Egyik sem a fentiek közül	1	2	3	4	5	Ø
14. Nem tudom	1	2	3	4	5	Ø

11. Melyik megyében és településen él? *(Írja be a település és a megye nevét! Budapest esetében írja be a kerületet is!)*

Település: **Megye:**

12.1. Hova utazott szabadidős tevékenységének üzése céljából? *(Kérem, jelölje be a helyes választ!)*

(1) Belföldre (2) Külföldre (3) Mindkettő (4) Egyik sem (5) Nem tudom

12.2 Ha külföldre utazott, akkor melyik országba, régióba tette?

(Jelölje be azokat, ahova így jutott el! Gondoljon az 3. vagy 7. kérdés tevékenységeire!)

	Ország / Régió		Ország / Régió
1	Németország	9	Görögország
2	Ausztria	10	Olaszország
3	Svájc	11	Benelux államok pl:
4	Skandinávia, pl.	12	Kelet-Közép-Európa pl.
5	Egyesült Királyság	13	Ázsia pl.
6	Spanyolország	14	Tengerentúl pl.
7	Portugália	15	Egyéb:
8	Franciaország	16	Egyik sem

13.1. Befolyásolja-e az Ön szabadidős tevékenységét a gazdasági válság? *(Jelölje be a helyes választ!)*

(1) Igen
(2) Nem

Ha igen, menjen a 13.2. kérdésre
Ha nem, menjen a 13.3. kérdésre

13.2. Ha igen, hogyan? *(Jelölje be a megfelelő válaszokat!)*

- (1) Túl drága lett, így teljesen felhagytam vele
- (2) Jelentősen lecsökkentve, de még csinálom
- (3) Olcsóbb megoldást választottam
- (4) Közelebbi megoldást választottam
- (5) Inkább otthon maradok
- (6) Kevesebbet költök felszerelésekre
- (7) Több időm van a szabadidős tevékenységeimre
- (8) Egyéb:
- (9) Nem tudom

13.3. Ha nem, miért? *(Jelölje be a megfelelő válaszokat!)*

- (1) Nem gyakoroltam sokat, így nem kellett csökkenteni
- (2) Ahogy korábban, úgy most sincs időm rá
- (3) Mert így is kapok kedvezményt
- (4) Mert meg tudom engedni magamnak
- (5) Egyéb:
- (6) Nem tudom

14. Osztályozza 1-5-ig a kelet-közép-európai országokat abból a szempontból, hogy mennyire szeretné azokban a közeljövőben a kedvenc szabadidős tevékenységeit űzni? *(Jelölje az egyes országoknál a megfelelő szándékot! 1= Egyáltalán nem kívánt úti cél 3=Átlagos úti cél 5= Leginkább kívánt úti cél Ø =Nem tudom)*

	Ország	Utazási szándék		Ország	Utazási szándék
1	Lengyelország	1 2 3 4 5 Ø	10	Románia	1 2 3 4 5 Ø
2	Csehország	1 2 3 4 5 Ø	11	Bulgária	1 2 3 4 5 Ø
3	Ausztria	1 2 3 4 5 Ø	12	Észtország	1 2 3 4 5 Ø
4	Szlovákia	1 2 3 4 5 Ø	13	Lettország	1 2 3 4 5 Ø
5	Szlovénia	1 2 3 4 5 Ø	14	Litvánia	1 2 3 4 5 Ø

6	Horvátország	1 2 3 4 5 Ø	15	Ukrajna	1 2 3 4 5 Ø
7	Montenegró	1 2 3 4 5 Ø	16	Oroszország	1 2 3 4 5 Ø
8	Szerbia	1 2 3 4 5 Ø	17	Egyik sem	1 2 3 4 5 Ø
9	Albánia	1 2 3 4 5 Ø	18	Egyéb:	1 2 3 4 5 Ø

15. Válasszon tetszőlegesen 1-4 országot az előző táblázatból és írja le, hogy milyen szabadidős tevékenységet szeretne ott csinálni! (Használja az 3. és a 7. kérdések kategóriáit!)

Ország	Szabadidős tevékenység	Szabadidős tevékenység	Szabadidős tevékenység
1.			
2.			
3.			
4.			
5. Egyik sem			
6. Nem tudom			

16. Mennyit költött átlagosan fizikai aktivitással járó szabadidős tevékenységre havonta (Ft) (Jelölje be a megfelelő összeg sorszámát!)

16.1. a gazdasági válság ELŐTT?

- (1) Semmit sem (2) 1-5.000 (3) 5.001-10.000 (4) 10.001-20.000 (5) 20.001-35.000
(6) 35.001-50.000 (7) 50.001-100.000 (8) 100.000 fölött (9) Nem tudom

16.2. a gazdasági válság UTÁN?

- (1) Semmit sem (2) 1-5.000 (3) 5.001-10.000 (4) 10.001-20.000 (5) 20.001-35.000
(6) 35.001-50.000 (7) 50.001-100.000 (8) 100.000 fölött (9) Nem tudom
(10) Nem tudom pontosan, de kevesebbet, mint előtte (11) Nem tudom, de többet, mint előtte

17. Gondoljon a legutóbbi nyaralására, ahol fizikai tevékenységet/aktivitást végzett. Mennyit költött ekkor a teljes utazásra (Ft)? Mindezt hány felnőttel(fő) és gyerekekkel(fő) tette? (Jelölje be a megfelelő összeg sorszámát!)

- (1) Semmit sem (2) 1-5.000 (3) 5.001-10.000 (4) 10.001-20.000 (5) 20.001-35.000
(6) 35.001-50.000 (7) 50.001-100.000 (8) 101.000-300.000 (9) 300.000 fölött (10) Nem tudom

Kérdezőbiztos neve:

Sorszám:

Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszék

Kérdőív

A kérdőív célja a golfozói szokások meglétének vizsgálata, s az ahhoz kapcsolódó utazási és szabadidő-eltöltési szokások felmérése a hazai **NEM GOLFOZÓ** lakosság körében.

A válaszadás önkéntes alapon és név nélkül történik.

Kérjük, hogy az egyes kérdésekre az ott megadott módon válaszoljon.

1.1. Miért nem golfozik? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát!

- (1) Mert nem nyílt rá alkalmam, de ha lenne, kipróbálnám.
- (2) Mert nem nyílt rá alkalmam, de akkor sem próbálnám ki, ha lehetőségem lenne rá.
- (3) Nem tudta, hogy itthon is ki lehet próbálni.
- (4) Nem érdekel a golf, mást sportolok, éspedig:
- (5) Nem engedhetem meg magamnak anyagilag.
- (6) Próbáltam már, de nem tetszett.
- (7) Egyéb, éspedig:

1.2. Rá lehet-e venni, hogy kipróbálja a golfozást? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát!

- (1) Igen
- (2) Nem

1.3. Amennyiben igen, mivel?.....

1.4. Amennyiben nem, miért nem? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát!
Több válaszlehetőséget is megjelölhet.

- (1) Túl drága sport
- (2) Túl sznob sport
- (3) A barátaim/ismerőseim sem golfoznak
- (4) Nincs a lakóhelyem közelében golfpálya
- (5) Túl sok időt venne igénybe a játék
- (6) A golf számomra túl lassú, unalmas sport
- (7) A golf inkább nálam idősebbeknek való sport
- (8) A golf inkább nálam fiatalabbaknak való sport
- (9) A golf férfiaknak való sport (és én nem vagyok az)
- (10) A golf üzletembereknek való sport (és én nem vagyok az)
- (11) Nem hiszem, hogy jól érezném magam egy golfpályán
- (12) Egyéb, éspedig:

2. Hajlandó lenne-e golfrendezvényen részt venni? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát! Több válaszlehetőséget is megjelölhet.

- (1) Igen, golfversenyen
- (2) Igen, golfbemutatón (promóciós rendezvényen)
- (3) Igen, golfoktatáson
- (4) Igen, golfpályán tartott céges rendezvényen
- (5) Igen, egyéb golfrendezvényen, éspedig:
- (6) Nem vennék részt golfrendezvényem.

3. Ismer-e olyan hazai vagy külföldi települést, amely a golfpályájáról, golfrendezvényeiről nevezetes? Amennyiben igen, kérem, sorolja fel őket.

- (1) (2) (3)

4.1. 2009-ben elutazott-e az állandó lakóhelyén kívülre bármilyen fizikai aktivitással járó szabadidő-eltöltés céljából? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát!

- (1) Igen (2) Nem

4.2. Amennyiben elutazott, milyen tevékenység céljából tette? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát! Több válaszlehetőséget is megjelölhet.

- | | |
|--------------------------------|--|
| (1) Lovaglás | (2) Természetjárás |
| (3) Horgászat | (4) Vitorlázás |
| (5) Kajak-kenuzás | (6) Egyéb vízi sport, éspedig: |
| (7) Ejtőernyőzés | (8) Egyéb extrém sport, éspedig: |
| (9) Téli sport, éspedig: | (10) Egyéb tevékenység, éspedig: |

4.3. Amennyiben elutazott, belföldi vagy külföldi úticélt választott? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát és írja be a kipontozott helyre a felkeresett település, ország nevét!

- (1) Belföldi úticélt, éspedig: települést
(2) Külföldi úticélt, éspedig: települést országot

5. Véleménye szerint milyen eredetű sport a golf? Kérem, válaszát írja a kipontozott vonalra. (1) (2) Nem tudom

6. Véleménye szerint milyen tulajdonságokkal, jellemzőkkel kell egy golfozónak rendelkeznie? Kérem, válaszát írja a kipontozott vonalra.

- (1) (2)
(3) (4)

7. Véleménye szerint melyik hónap/hónapok a legalkalmasabbak golfozásra?

Kérem, karikázza be a megfelelő válasz számát. Több válaszlehetőséget is kiválaszthat.

- | | | | |
|----------------|--------------|---------------|---------------|
| (1) Január | (2) Február | (3) Március | (4) Árpilis |
| (5) Május | (6) Június | (7) Július | (8) Augusztus |
| (9) Szeptember | (10) Október | (11) November | (12) December |

8. Kérem, olvassa el az alábbi golfra vonatkozó állításokat, és a táblázat megfelelő oszlopában jelölje X-el, hogy mennyire tükrözik az Ön véleményét az egyes állítások.

- (1) Egyáltalán nem ért egyet az állítással (2) Nem ért egyet az állítással
 (3) Részben egyetért, részben nem (4) Egyetért az állítással
 (5) Tökéletesen egyetért az állítással (0) Nem tudja eldönteni (egyetért v. sem)

Állítás	1	2	3	4	5	0
A golf ismertsége hazánkban alacsony						
A golf csak a gazdagok sportja						
A golf nagyon drága sport						
A golf nem drágább, mint más sportok pl.: síelés						
A golf sajátos kulturális közeget, viselkedést igényel						
A golf népszerűsége hazánkban alacsony						
A magyarok fogékonyak a golf sajátos kultúrájára						
Hazánkban meghonosodott már a sajátos golf kultúra						
Magyarország turisztikai kínálatában a golf turizmus nagyon fontos						
Sok külföldi golfozó érkezik Magyarországra						
A hazai golfos kínálat elegendő a kereslethez viszonyítva						
További pályák építése szükséges a sportág fellendítésére						
Hazánk igazi golf paradicsom lehet a közeljövőben						
Egy golfpálya üzemeltetése önmagában is gazdaságos, mert fizetőképes keresletre épít						
Kedvező éghajlati adottságainkkal komoly vetélytársa lehetünk a golfturizmusban akár Spanyolorzágnak is						
Egy golfpályához mindig tartozik szálláshely						
A golf lehetőséget ad a műveletlen területek profitot is hozó hasznosítására						
A golfpályák mesterséges jellege lehangoló látványt nyújt						
Jelentős vízigénye (öntözés) káros a golfpályák túlzott elterjedése						
A speciális fű háttérbe szorítja az őshonos fajokat, ezért nem tanácsos golfpályákat építeni						

9. Kérem, sorolja fel azokat a felszereléseket, kellékeket, amelyek Ön szerint nélkülözhetetlen összetevői a golfozásnak! Kérem, válaszát írja a kipontozott vonalra.

- (1) (2)
(3) (4)
(5) (6)

10. Válaszadó lakhelyének irányítószáma:

11. Válaszadó neme? (1) Férfi (2) Nő

12. Válaszadó életkora: év

13. Válaszadó iskolai végzettsége:

14. Véleménye szerint az alábbi jövedelmi kategóriák közül Ön melyikbe sorolható be? Kérem, karikázza be a megfelelő válasz számát. Több válaszlehetőséget is kiválaszthat.

- (1) A hazai átlagnál alacsonyabb jövedelmű (2) Átlagos jövedelmű
(3) A hazai átlagnál magasabb jövedelmű

5. melléklet Rendszertelenül golfozók - „Golfozgatók” kérdőíve

Kérdezőbiztos neve:

Sorszám:

Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszék

Kérdőív

A kérdőív célja a golfozói szokások meglétének vizsgálata, s az ahhoz kapcsolódó utazási és szabadidő-eltöltési szokások felmérése a hazai **GOLFOZÓ** lakosság körében.

A válaszadás önkéntes alapon és név nélkül történik.

Kérjük, hogy az egyes kérdésekre az ott megadott módon válaszoljon.

1. Milyen gyakorisággal golfozik? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát.

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| (1) Egyszer-kétszer próbáltam már | (2) Évente 1-2 alkalommal játszom |
| (3) Évente 5-10 alkalommal játszom | (4) Havonta 1-2 alkalommal játszom |
| (5) Hetente 1 alkalommal golfozom | (6) Hetente 2-3 alkalommal játszom |
| (7) Naponta golfozom | (8) Rendszeresen versenyzem |
| (9) Egyéb, éspedig: | |

2. Milyen keretek között golfozik? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát.

- | | |
|----------------------------------|---------------------|
| (1) Klubtagként | (klubja neve: |
| (2) Vendégként más klubokban | (helyszín: |
| (3) Mindkettő | |
| (4) Mennyi a 'handicap'-je? | (HCP) |

3. 2009-ben részt vett-e valamilyen golfhoz kapcsolható programon, rendezvényen, eseményen? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát.

- | | |
|---|---------|
| (1) Igen, a lakóhelyemen | (3) Nem |
| (2) Igen, a lakóhelyemen kívüli településen | |

3.1. Amennyiben igen, milyen típusú rendezvényen vett részt? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát. Több válaszlehetőséget is megjelölhet.

- | | |
|--------------------------------------|----------------------------|
| (1) Golfverseny | (2) Golfbemutató (reklám) |
| (3) Céges rendezvény | (4) Golfoktatás/golfiskola |
| (5) Egyéb rendezvény, éspedig: | |

4. Ismer-e olyan hazai vagy külföldi települést, amely golfpályájáról, szolgáltatásairól, rendezvényeiről nevezetes? Amennyiben igen, kérem, sorolja fel őket.

- (1)
- (2)
- (3)

5. 2009 folyamán elutazott-e az állandó lakóhelyén kívülre bármilyen **fizikai aktivitással** járó szabadidő-eltöltés céljából? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát.

- (1) Igen
- (2) Nem

5.1. **Amennyiben elutazott, milyen tevékenység céljából tette?** Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát. Több választ is megjelölhet.

- (1) Lovaglás
- (2) Természetjárás
- (3) Horgászat
- (4) Vitorlázás
- (5) Kajak-kenuzás
- (6) Egyéb vízi sport, éspedig
- (7) Ejtőernyőzés
- (8) Egyéb extrém sport, éspedig:
- (9) Téli sport, éspedig:
- (10) Egyéb tevékenység, éspedig:

5.2. **Amennyiben elutazott, belföldi vagy külföldi úticélt választott?** Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát és írja be a kipontozott helyre a felkeresett település, ország nevét.

- (1) Belföldi úticélt, éspedig: települést
- (2) Külföldi úticélt, éspedig: települést országot

Ha 2009 folyamán nem utazott el belföldre vagy külföldre azzal a céllal, hogy ott golfozzon, a 7. kérdéssel folytassa a kérdőív kitöltését!

6.1. **Amennyiben elutazott golfozni, kivel vagy kikkel utazott?** Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát.

- (1) Egyedül
- (2) Házastárssal, partnerrel, barátal/barátnővel
- (3) Családdal (házastárssal/partnerrel és gyerekekkel/gyerekekkel)
- (4) Baráti társasággal
- (5) Munkatársakkal
- (6) Egyéb, éspedig:

6.2. Amennyiben elutazott golfozni, milyen célból utazott? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát. Több választ is megjelölhet.

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| (1) Versenyzés | (2) Pihenés, kikapcsolódás, üdülés |
| (3) Golf-rendezvényen való részvétel | (4) A sport megismerése, elsajátítása |
| (5) Üzleti út | (6) Új pályák megismerése |
| (7) Kellemebb éghajlat élvezete | (8) Csodálatos táj, környezet élvez. |
| (9) Barátok, rokonok meghívása | (10) Egyéb, éspedig: |

6.3. Amennyiben elutazott golfozni, milyen hosszú időre hagyta el állandó lakóhelyét? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát.

- | | |
|--|--------------------------|
| (1) Kevesebb, mint 24 óra (nem éjszakázott a felkeresett helyen) | |
| (2) 1 éjszaka | (3) 2 éjszaka |
| (4) 3 éjszaka | (5) Több, mint 3 éjszaka |

6.4. Amennyiben elutazott golfozni, és legalább egy éjszakát eltöltött a felkeresett helye, milyen szálláshelyet vett igénybe? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát.

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| (1) Panzió, motel | (2) 1 vagy 2 csillagos szálloda |
| (3) 3 csillagos szálloda | (4) 4 vagy 5 csillagos szálloda |
| (5) Kemping | (6) Falusi szálláshely |
| (7) Fizetővendéglátás | (8) Rokonosnál, barátoknál szállt meg |
| (9) Saját nyaraló, hétvégi ház | (10) Egyéb, éspedig: |

6.5. Amennyiben elutazott golfozni, körülbelül mennyit költött összesen az utazásra, ott tartózkodásra, étkezésre stb. (ha nem egyedül utazott, kérem, egy főre vetítve adja meg az összeget)?

Körülbelül..... Ft-ot

6.6. Amennyiben elutazott golfozni, ki volt az, aki általában kiválasztotta az üdülés, sportolás során meglátogatott területet? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát.

- (1) Ön személyesen
- (2) Az Ön párja (házas-vagy élettársa, barátja, barátnője)
- (3) Az Ön családjának más tagja (szülő, gyermek, nagybácsi, stb.)
- (4) Ön és a párja együtt
- (5) Ön és más családtagja együtt
- (6) Az egész család együtt
- (7) Más, éspedig:

6.7. Amennyiben elutazott golfozni, honnan szerzett tudomást a felkeresett pályáról? Kérem, karikázza be a helyes válasz sorszámát. Több válaszlehetőséget is kiválaszthat.

- (1) Internet (2) Tv, rádió
 (3) Újsághirdetés (4) Prospektus
 (5) Utazási iroda (6) Barátok elmondás alapján
 (7) Egyéb, éspedig:

6.8. Amennyiben elutazott golfozni és Ön is részt vett az úti célról való döntésben, az alábbi szempontok milyen szerepet játszottak az úti cél kiválasztásánál? Az egyes szempontok fontosságát 1-5-ig terjedő skálán mérve jelölje választát X-el a táblázatban (5=nagyon fontos, 1=egyáltalán nem fontos).

Tényező	1	2	3	4	5
A golfpálya hírneve					
A golfpálya nehézsége					
A golfpálya tervezőjének hírneve					
A golfpálya árszínvonala					
Földrajzi közelség					
Oda- és visszautazás költsége					
Oda- és visszautazás időtartama					
Az oda- és visszautazás során igénybe vehető közlekedési eszköz					
A célterületen várható időjárás az üdülés időtartama alatt					
Az Ön lakhelyén várható időjárás az üdülés időtartama alatt					
A turisztikai szolgáltatások minőség/ára a célterületen					
A célterület kulturális látnivalói					
A célterület természeti környezetének állapota					
Egyéb, éspedig:					

7. Golfozóként rá lehet(ne) venni, hogy külföldre utazzon? Kérem, karikázza be a megfelelő választ.

- (1) Igen, rendszeresen (évente legalább 2 alkalommal)
 (2) Igen, alkalmanként (évente legfeljebb 1 alkalommal vagy ritkábban)
 (3) Előfordult már, de nem jellemző
 (4) Nem, soha nem utaznék csak azért külföldre, hogy ott golfozhassak
 (5) Kizárólag golfozási céllal ne szoktam külföldre utazni, de ha valamilyen más célból külföldön vagyok, akkor szoktam játszani is

7.1. Ha a 7. kérdésre (1)-es vagy (2)-es választ adott, mely ország(ok)ba szándékozna utazni? Sorolja fel a legfontosabbakat.

.....

8. Véleménye szerint milyen eredetű sport a golf? Válaszát írja be a kipontozott vonalra!

(1) (2) Nem tudom

9. Kérem, sorolja fel azokat a felszereléseket, kellékeket, amelyek Ön szerint nélkülözhetetlen összetevői a golfozásnak.

(1) (2)
 (3) (4)
 (5) (6)

10. Véleménye szerint milyen tulajdonságokkal kell egy golfozónak rendelkeznie?

(1) (2)
 (3) (4)

11. Melyik hónapban/hónapokban golfozott/golfozna? (Kérem, karikázza be a megfelelő válasz sorszámát. Több válaszlehetőséget is kiválaszthat.)

(1) Január (2) Február (3) Március (4) Április
 (5) Május (6) Június (7) Július (8) Augusztus
 (9) Szeptember (10) Október (11) November (12) December

12. A játék során általában milyen szolgáltatásokat vesz igénybe a golfpályákon/klubokban?

(1) Ütőbérlés (2) Kézi/golf kocsi bérlése
 (3) Gyakorló pálya (4) PRO/oktatás
 (5) Golf shop/Ajándékbolt (6) Klubház (Öltöző, zuhanyzó)
 (7) Étkezési szolgáltatás (8) Szálláshely szolgáltatás
 (9) Wellness (10) Tenisz
 (11) Lovaglás (12) Egyéb sport, éspedig:

13. Kérem, olvassa el az alábbi golfra vonatkozó állításokat, és a táblázat megfelelő oszlopába, jelölje X-el, hogy mennyire tükrözik az Ön véleményét az egyes állítások.

1) Egyáltalán nem ért egyet az állítással 2) Nem ért egyet az állítással
 3) Részben egyetért, részben nem 4) Egyetért az állítással
 5) Tökéletesen egyetért az állítással 0) Nem tudja eldönteni, hogy egyetért vagy sem

Állítás	1	2	3	4	5	0
A golf ismertsége hazánkban alacsony						
A golf csak a gazdagok sportja						
A golf nagyon drága sport						
A golf nem drágább, mint más sportok pl.: sielés						
A golf sajátos kulturális közeget, viselkedést igényel						

A golf népszerűsége hazánkban alacsony						
A magyarok fogékonyak a golf sajátos kultúrájára						
Hazánkban meghonosodott már a sajátos golf kultúra						
Magyarország turisztikai kínálatában a golf turizmus nagyon fontos						
Sok külföldi golfozó érkezik Magyarországra						
A hazai golfos kínálat elegendő a kereslethez viszonyítva						
További pályák építése szükséges a sportág fellendítésére						
Hazánk igazi golf paradicsom lehet a közeljövőben						
Egy golfpálya üzemeltetése önmagában is gazdaságos, mert fizetőképes keresletre épít						
Kedvező éghajlati adottságainkkal komoly vetélytárs lehetünk a golfturizmusban akár Spanyolországnak is						
Egy golfpályához mindig tartozik szálláshely						
A golf lehetőséget ad a műveletlen területek profitot is hozó hasznosítására						
A golfpályák mesterséges jellege lehangoló látványt nyújt						
Jelentős vízigénye (öntözés) káros a golfpályák túlzott elterjedése						
A speciális fű háttérbe szorítja az őshonos fajokat, ezért nem tanácsos golfpályákat építeni						

14. Válaszadó lakhelyének irányítószáma:

15. Válaszadó neme? 1) Férfi 2) Nő

16. Válaszadó életkora: év

17. Válaszadó iskolai végzettsége:

18. Véleménye szerint az alábbi jövedelmi kategóriák közül Ön melyikbe sorolható be? Kérem, karikázza be a megfelelő válasz számát. Több válaszlehetőséget is kiválaszthat.

- (1) A hazai átlagnál alacsonyabb jövedelmű(2) Átlagos jövedelmű
(3) A hazai átlagnál magasabb jövedelmű

6. melléklet A Magyarországon golfozók attitűd vizsgálata

Tisztelt Golfozó, kedves Golfbarát!

Jelen kérdőív célja a golfozói szokások vizsgálata, az ahhoz kapcsolódó utazási és szabadidő-eltöltési szokások felmérése, valamint a hazai golfturizmus bemutatása a Magyarországon élő golfozók körében, ami a golfturizmus témában írott doktori értekezésem egyik kvantitatív kutatását képezi.

Kérdéseim pontos megválaszolásához kérem a hazai golf társadalom, a kedves Golfbarátok és a Te segítségével! A válaszadás önkéntes alapon, név nélkül történik és nem kell személyes adatot megadni. A kérdőív kitöltése kb. 20-25 percet vehet igénybe, az Ön/Te golfos tapasztalataitól/tapasztalataitól függően. A kitöltést segítő, gyorsítandó a kérdések megválaszolásánál csupán klikkelni kell.

Köszönöm türelmét/türelmed, hogy kérdőív kitöltésével a kutatásom eredményességét segítette/segítetted!

Amennyiben módja/módod van golfozó ismerősei(d), barátai(d) között jelen kérdőívet népszerűsíteni a szélesebb mintavétel miatt, azt nagyon megköszönöm!

Kiss Róbert PhD-hallgató (PTE TTK Földtudományi Doktoriskola), főiskolai adjunktus
Kodolányi János Főiskola

E-mail: robert_kiss_kodo@yahoo.com, robertkiss@kodolanyi.hu

Mobil: +36-20-9548-465

* Required

1. Mióta golfozik? * Kérem, jelölje a helyes választ!

1.	most (idén) kezdtem	4.	11-20 éve
2.	1-3 éve	5.	több mint 20 éve
3.	4-10 éve		

2.1.1. Milyen gyakran golfozik Magyarországon? * Kérem, jelölje a helyes választ!

1.	Naponta	6.	Évente 1-5 alkalommal
2.	Hetente 2-3 alkalommal	7.	Rendszeretlenül
3.	Hetente	8.	Csak gyakorló pályán próbálkozom
4.	Havonta	9.	Egyéb:
5.	Évente 6-10 alkalommal		

2.1.2. Mennyi kört játszik összesen évente Magyarországon (ha egy kör = 18 lyuk)?

* Kérem, jelölje a helyes választ! (Ha 9 szakaszos pályán játszik egy kört, azt tekintse fél körnek.)

1.	Jelenleg nem játszom még golf pályán, csak a gyakorló pályákon	5.	25-50
2.	1-8	6.	50 felett
3.	9-15	7.	Nem tudom pontosan
4.	16-24	8.	Egyéb:

2.2. Kivel/kikkel golfozik általában? * Több választ is megjelölhet!

1.	Család (pár/férj/feleség/gyerek)	5.	Alkalmi golfpartnerek
2.	Barátok, rokonok, ismerősök	6.	Egyedül
3.	Munkatársak	7.	Egyéb:
4.	Klubtagok		

2.3. Milyen a Handicap-je (playing HCP)? * Kérem, jelölje a helyes választ!

1.	0-4	5.	27-36
2.	5-11	6.	36 fölött
3.	12-18	7.	Nincs HCP-m
4.	19-26	8.	Egyéb:

3.1. Melyik hazai golfklub tagja? * Kérem, válassza ki a tagklubját!

1.	Birdland Golf and Country Club	9.	Highland Golf Club
2.	Bolya Eagles Golf and Country Club	10.	St. Lőrinc Golf Club
3.	European Lakes Golf and Country Club	11.	Sonnengolf Golf Club
4.	Magyar Golf Club	12.	Budai Golf Club
5.	Old Lake Golf Club	13.	Kék Duna Golf Club
6.	Pannonia Golf and Country Club	14.	Nem vagyok klubtag
7.	Royal Balaton Golf and Yacht Club	15.	Egyéb:
8.	Academy Golf Club		

3.2.1. Milyen gyakran golfozik a tagsági klubjában? * Jelölje meg az összes goflozást tekintve hány százalékot játszik a tagpályán! Ha sehol sem tag, akkor ide 0%-ot írjon és a következő kérdésre 3.2.2. 100%-ot!

1.	100%	7.	40%
2.	90%	8.	30%
3.	80%	9.	20%
4.	70%	10.	10%
5.	60%	11.	0%
6.	50%		

3.2.2. Milyen gyakran golfozik egyéb golfklubokban? * Jelölje meg, hogy az összes goflozást tekintve hány százalékot játszik egyéb golfpályákon! Ha sehol sem tag, akkor ide 100%-ot írjon!

1.	100%	7.	40%
2.	90%	8.	30%
3.	80%	9.	20%
4.	70%	10.	10%
5.	60%	11.	0%
6.	50%		

4. Golfozik KÜLFÖLDÖN is? * Akkor írjon IGEN-t, ha már legalább egyszer golfozott külföldön!

1.	Igen	2.	Nem
----	------	----	-----

4.1. Melyik ország(ok)ban golfozik KÜLFÖLDÖN? * Kérem, jelölje azokat az országokat, ahol a legtöbbet golfozik! Több választ is megjelölhet!

1.	Ausztria	18.	Wales
2.	Németország	19.	Észak-Írország
3.	Svájc	20.	Írország
4.	Lengyelország	21.	Skandinávia
5.	Csehország	22.	Egyiptom
6.	Szlovákia	23.	Tunézia
7.	Szlovénia	24.	Marokkó
8.	Horvátország	25.	Dubai
9.	Spanyolország	26.	Thaiföld
10.	Portugália	27.	Dél-Afrikai Köztársaság
11.	Franciaország	28.	Kenya
12.	Olaszország	29.	USA
13.	Görögország	30.	Karib-szigetek
14.	Ciprus	31.	Japán
15.	Törökország	32.	Korea
16.	Anglia	33.	Egyéb:
17.	Skócia		

4.2. Milyen gyakran golfozik KÜLFÖLDÖN? * Kérem, jelölje a leggyakrabban alkalmat!

1.	Naponta	5.	Évente 3-4 alkalommal
2.	Hetente 2-3- alkalommal	6.	Évente kétszer
3.	Hetente	7.	Évente egyszer
4.	Havonta	8.	Ritkábban

4.3.1. Mennyi kört játszik KÜLFÖLDI tartózkodása során (ha egy kör = 18 lyuk)? * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	1	7.	7
2.	2	8.	8
3.	3	9.	9
4.	4	10.	10 vagy fölötte
5.	5	11.	Csak az ütéseimet gyakorolni megyek külföldre, pályára nem megyek ki
6.	6		

4.3.2. Mennyi pályán játszik KÜLFÖLDI tartózkodása során? *Kérem, jelölje meg a megfelelő választ!

1.	1	7.	7
2.	2	8.	8
3.	3	9.	9
4.	4	10.	10 vagy fölötté
5.	5	11.	Csak az ütéseimet gyakorolni megyek külföldre, pályára nem megyek ki
6.	6		

4.4. Milyen messzire hajlandó közúton elutazni egy KÜLFÖLDI pálya miatt? * Kérem, válaszában a leghosszabb távolságot jelölje!

1.	50 km-en belül	5.	201-250 km
2.	51-100 km	6.	251-300 km
3.	101-150 km	7.	301 km felett
4.	151-200 km	8.	Nem kilométer, hanem társaság-, és versenyfüggő

4.5. Honnan szerez/szerzett információt a KÜLFÖLDI pályákról? * Jelölje az információforrást! Több válasz is lehetséges!

1.	Saját tapasztalat, kapcsolat	6.	Média (golf újság, magazin, TV)
2.	Klubtagok, barátok	7.	Internet
3.	Saját golfklub	8.	Üzleti partner
4.	PRO	9.	Egyéb:
5.	Utazási iroda, golf tour operátor		

5.1. Amennyiben KÜLFÖLDRE utazott golfozni, az alábbi állítások közül melyik és mennyire befolyásolta döntésében? *

Kérem, jelölje a megadott állításokat aszerint, hogy mennyire fontos az utazás eldöntésében! 1 - Egyáltalán nem fontos 2 - kevésé fontos 3 - fontos 4 - nagyon fontos 5 - Nem tudom/Nem válaszolok

1.	1. A pálya minősége (green, fairway, tee)	1 2 3 4 5
2.	2. A felkeresett országban/ területen található közeli pályák száma	1 2 3 4 5
3.	3. A pálya kedvező ár-érték aránya	1 2 3 4 5
4.	4. A pálya tervezője (pl. Robert Trent Jones Sr. és Jr., Jack Niklaus, Montgomerie, Faldo stb.)	1 2 3 4 5
5.	5. Pálya hírneve, tradíciója (pl. St. Andrews, Royal Troon, Royal Birkdale, Augusta, Pebble Beach, Portmarnock, Valderrama stb.)	1 2 3 4 5
6.	6. A pályán rendezett profi versenyek (pl. Ryder Cup, Solheim Cup, Open, PGA, ET, LET)	1 2 3 4 5
7.	7. A pálya nehézsége	1 2 3 4 5
8.	8. Új pályák megismerése, megjátszása	1 2 3 4 5
9.	9. A felkeresett ország/terület kedvezőbb éghajlata	1 2 3 4 5
10.	10. Komplet golfcsomag (golf, szállás, étkezés + kevés utána járás, profi szervezés stb.)	1 2 3 4 5

11.	11. A pályák földrajzi környezete (pl. tó- vagy tengerpart, hegyvidék, sivatag, üdülőhely stb.)	1 2 3 4 5
12.	12. A pályák lakóhelytől való távolsága (könnyű, gyors megközelítése)	1 2 3 4 5
13.	13. A pályák olcsó megközelítése	1 2 3 4 5
14.	14. A pályákhoz tartozó/ajánlott szálláshely minősége	1 2 3 4 5
15.	15. A pályákhoz tartozó/ajánlott étterem minősége (helyi gasztronómiai specialitások)	1 2 3 4 5
16.	16. A pályákhoz tartozó/ajánlott wellness és spa szolgáltatások minősége	1 2 3 4 5
17.	17. Hangulatos klubélet, jó szórakozás	1 2 3 4 5
18.	18. A pálya/pályák alkalmazottainak szakmai felkészültsége (recepció, greenkeeper, felszolgálók, golf shop, PRO stb.)	1 2 3 4 5
19.	19. A pálya/pályák alkalmazottainak udvariassága, kedvessége vendégszeretete	1 2 3 4 5
20.	20. Pihenés, kikapcsolódás, üdülés	1 2 3 4 5
21.	21. Csodálatos, változatos természeti környezet	1 2 3 4 5
22.	22. Páratlan, drámai tájkép, egyedi látvány	1 2 3 4 5
23.	23. A környékbeli szórakozási lehetőségek (bárok, pub-ok)	1 2 3 4 5
24.	24. A környékbeli kirándulási lehetőségek (városlátogatás, kulturális látnivalók, örökségek)	1 2 3 4 5
25.	25. A környékbeli kirándulási lehetőségek (egyéb szabadidős tevékenységek)	1 2 3 4 5
26.	26. A környékbeli saját ingatlan (apartman, villa)	1 2 3 4 5
27.	27. (Nemzetközi) versenyeken játékosként való részvétel	1 2 3 4 5
28.	28. Nemzetközi játékosokkal való játék	1 2 3 4 5
29.	29. A sport tanulása, gyakorlása (PRO-val)	1 2 3 4 5
30.	30. Golf rendezvényen való részvétel (pl. céges)	1 2 3 4 5
31.	31. Üzleti út + szabadidős vagy üzleti partnerrel történő golfozás	1 2 3 4 5
32.	32. Barátok, rokonok meghívása	1 2 3 4 5
33.	33. Családdal közös nyaralás (golfozás)	1 2 3 4 5
34.	34. Az úticél golfos presztízse	1 2 3 4 5
35.	35. Elérhető tee-time-ok	1 2 3 4 5

5.2. Amennyiben KÜLFÖLDRE utazott golfozni az elmúlt évben, milyen hosszú időre hagyta el az állandó lakóhelyét? * Több választ is megjelölhet!

1.	Kevesebb, mint 24 óra - nem éjszakázott a felkeresett helyen	5.	4-7 éjszaka
2.	1 éjszaka	6.	Több mint egy hét
3.	2 éjszaka	7.	Egyéb:
4.	3 éjszaka		

5.3. Amennyiben KÜLFÖLDRE utazott golfozni az elmúlt évben és ott legalább 1 éjszakát eltöltött, milyen szálláshelyet vett igénybe? * Több választ is megjelölhet!

1.	Csak egy napra "ugrottam ki" golfozni külföldre, így nem szálltam meg	8.	Saját nyaraló, hétvégi ház
2.	4 vagy 5 csillagos hotel	9.	Ifjúsági szállás

3.	3 csillagos hotel	10.	Kemping
4.	1 vagy 2 csillagos hotel	11.	Falusi szálláshely
5.	Panzió, motel	12.	Rokonok, barátok
6.	Fizetővendéglátás (Zimmer frei)	13.	Üdülőház
7.	Apartman (bérelt, nem feltétlenül a golfpályához tartozó)	14.	Egyéb:

5.4.1. Amennyiben KÜLFÖLDRE utazott golfozni az elmúlt évben, mennyit költött összesen EURO/fő/nap (greenfee, szállás, étkezés, stb.)? * Ha nem egyedül utazott, akkor 1 főre vetítve adja meg a napi összeget!

1.	kevesebb mint €50/nap	6.	€251-300 /nap/fő
2.	€51-100 /nap/fő	7.	Több mint €300
3.	€100-150 /nap/fő	8.	Nem tudom/Nem kívánok válaszolni
4.	€151-200 /nap/fő	9.	Egyéb:
5.	€201-250 /nap/fő		

5.4.2. Amennyiben KÜLFÖLDRE utazott golfozni az elmúlt évben, és KOMPLETT GOLF CSOMAGOT vett, mennyit költött összesen EURO/fő?

Kérem, írja be az összeget, azt, hogy mit tartalmazott és az ott töltött éjszakák számát! (Pl. € 835 = 4 greenfee, félpanziós ellátás, 5 éjszaka szállás) Ha nem vett ilyent, lépjen tovább az 5.5. kérdésre!

.....

5.5. Sorolja fel jellemzően melyik hónap(ok)ban golfozott/golfozik KÜLFÖLDÖN?

* Melyik hónapokban utazik el LEGINKÁBB külföldre golfozni? Többet is választhat!

1.	Január	7.	Július
2.	Február	8.	Augusztus
3.	Március	9.	Szeptember
4.	Április	10.	Október
5.	Május	11.	November
6.	Június	12.	December

5.6. Golfozása során milyen szolgáltatásokat vesz/vett igénybe KÜLFÖLDÖN a golfpályákon/klubokban? * Több választ is megjelölhet!

1.	Nem vettem igénybe egyik szolgáltatást sem	7.	Klubház (öltöző, zuhanyzó)
2.	Ütőbérlés	8.	Étkezési szolgáltatás
3.	Kézi/golf kocsi (trolley/cart/buggy) bérlése	9.	Szálláshely szolgáltatás
4.	Gyakorló pálya / driving range	10.	Wellness, spa
5.	PRO / golf oktatás	11.	Egyéb:
6.	Golf shop, ajándékbolt		

6.1. Az alábbiakban felsorolt állítások közül osztályozza, hogy Ön számára mennyire fontosak az egyes szempontok egy HAZAI golfpálya kiválasztásakor! *
Kérem, jelölje 1-4-ig terjedő skálán, hogy mennyire fontos Önnek az adott állítás! Ha nem tudja eldönteni jelölje 5-sel = Nem tudja!

1 Egyáltalán nem fontos; 2 Kevésbé fontos; 3 Fontos; 4 Nagyon fontos; 5 Nem tudom / Nem válaszol

1.	A pálya minősége	1 2 3 4 5
2.	A közeli/szomszédos pályák száma	1 2 3 4 5
3.	A pálya árszínvonala / jó ár-érték aránya	1 2 3 4 5
4.	A pálya tervezője	1 2 3 4 5
5.	A pálya hírneve, tradíciója	1 2 3 4 5
6.	A pályán rendezett profi/amatőr versenyek (pl. LET, EYM, Senior Eb stb.)	1 2 3 4 5
7.	A pálya nehézsége	1 2 3 4 5
8.	Új pálya megismerése, megjátszása	1 2 3 4 5
9.	Az otthoninál kellemesebb klíma	1 2 3 4 5
10.	Speciális, komplett golfsomag (golf, szállás, étkezés + szervezés stb.), ajánlat	1 2 3 4 5
11.	A pálya földrajzi elhelyezkedése (pl. tópart, hegyvidék, üdülőhely, főváros közelsége)	1 2 3 4 5
12.	A pálya könnyű, gyors megközelíthetősége (földrajzi közelsége)	1 2 3 4 5
13.	A pálya olcsó megközelíthetősége	1 2 3 4 5
14.	A pályához tartozó/ajánlott szálláshely minősége	1 2 3 4 5
15.	A pályához tartozó/ajánlott étterem minősége (helyi gasztronómiai specialitások)	1 2 3 4 5
16.	A pályához tartozó/ajánlott wellness és spa szolgáltatások	1 2 3 4 5
17.	Hangulatos, közismert klubélet	1 2 3 4 5
18.	A pálya/pályák alkalmazottainak szakmai felkészültsége (recepció, greenkeeper, felszolgálók, golf shop, PRO stb.)	1 2 3 4 5
19.	A pálya/pályák alkalmazottainak udvariassága, kedvessége	1 2 3 4 5
20.	Pihenés, kikapcsolódás, üdülés	1 2 3 4 5
21.	Csodálatos természeti környezet	1 2 3 4 5
22.	Páratlan látvány, kilátás	1 2 3 4 5
23.	A környékbeli szórakozási lehetőségek (szórakozóhelyek, pub, bár stb.)	1 2 3 4 5
24.	A környékbeli kirándulási lehetőségek (városlátogatás, kulturális látnivalók, örökségek)	1 2 3 4 5
25.	A környékbeli kirándulási lehetőségek (egyéb szabadidős tevékenységek)	1 2 3 4 5
26.	Környékbeli ingatlan (apartman, villa, nyaraló stb.)	1 2 3 4 5
27.	Versenyzési lehetőség (nemzetközi - hazai)	1 2 3 4 5
28.	Külföldi játékosokkal való játék	1 2 3 4 5
29.	A sport tanulása, gyakorlása (pl. PRO-val)	1 2 3 4 5
30.	Golf rendezvényen való részvétel (pl. céges)	1 2 3 4 5
31.	Üzleti út + szabadidős vagy üzleti partnerrel történő golfozás	1 2 3 4 5
32.	Barátok, rokonok meghívása	1 2 3 4 5
33.	Családi nyaralás golfozással	1 2 3 4 5

6.2.1. Milyen típusú golf versenye(ke)n, torná(ko)n vett részt ITTHON vagy KÜLFÖLDÖN az elmúlt évben? * Több választ is megjelölhet!

1.	Nem vettem részt versenyen sem játékosként, sem nézőként	9.	Játékosként országos bajnokság, kupa (junior, felnőtt, szenior)
2.	Nézőként vettem csak részt hazai versenyen	10.	Játékosként országos csapatbajnokság
3.	Nézőként vettem részt külföldi amatőr versenyen	11.	Játékosként nemzetközi nyílt amatőr verseny ITTHON (Hungarian Open)
4.	Nézőként vettem részt külföldi profi versenyen	12.	Játékosként nemzetközi amatőr verseny KÜLFÖLDÖN
5.	Kísérőként, csapatvezetőként vettem részt ITTHON	13.	Játékosként nemzetközi profi verseny KÜLFÖLDÖN
6.	Kísérőként, csapatvezetőként vettem részt KÜLFÖLDÖN	14.	Játékosként Pro-am verseny
7.	Játékosként házi (klub) verseny	15.	Céges golfverseny
8.	Játékosként ranglista verseny (szövetségi)	16.	Egyéb:

6.2.2. Összesen hány golf versenyt tekintett meg nézőként KÜLFÖLDÖN? * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	Egyet sem tekintettem meg nézőként	5.	4-6
2.	1	6.	7-10
3.	2	7.	Több mint 10
4.	3		

6.3.1. Összesen mennyi vendégéjszakát töltött MAGYARORSZÁGON golfozás miatt az elmúlt évben? (Állandó lakhelyét ... éjszakára elhagyta) * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	Egyet sem. Ugyan Magyarországon lakom, de külföldön golfozom	6.	2 éjszakát
2.	Egyet sem, mert nem utaztam/utazom golfozási szándékkal	7.	3 éjszakát
3.	Egyet sem, mert mindig hazamentem a versenyt, rendezvényt követően	8.	4-7 éjszakát
4.	Egyet sem, mert a közeli nyaralómban, apartmanomban aludtam	9.	8-14 nap
5.	1 éjszakát	10.	Több mint két hét

6.3.2. Amennyiben az elmúlt évben elutazott golfozni MAGYARORSZÁGON és ott legalább 1 éjszakát eltöltött, milyen szálláshelyet vett igénybe? * Több választ is megjelölhet!

1.	Még nem utaztam el golfozni itthon	8.	Ifjúsági szállás
2.	5 vagy 4 csillagos hotel	9.	Apartment (nem feltétlenül a golfpályához tartozó)
3.	3 csillagos hotel	10.	Fizetővendéglátás

4.	1 vagy 2 csillagos hotel	11.	Falusi szálláshely
5.	Kemping	12.	Rokonok, barátok
6.	Panzió, motel	13.	Saját nyaraló, hétvégi ház
7.	Üdülőház	14.	Egyéb:

6.4. Milyen messzire hajlandó közúton elutazni egy hazai golfpálya miatt? *

Kérem, válaszában a leghosszabb távolságot jelölje!

1.	50 km-en belül	5.	201-250 km
2.	51-100 km	6.	251-300 km
3.	101-150 km	7.	300 km felett
4.	151-200 km	8.	Nem kilométer, hanem társaság-, és versenyfüggő

6.5. Amennyiben az elmúlt évben elutazott golfozni MAGYARORSZÁGON a tagklubján kívül, átlagosan mennyit költött összesen Ft/fő/nap? (pl. golf-greenfee, nevezési díj, szállás, étkezés stb.) * a nem egyedül utazott, 1 főre vetítve adja meg az összeget! Ha nem utazott el, akkor azt jelölje be!

1.	Nem utaztam el itthon golfozni	6.	50.001-75.000 Ft/nap
2.	10.000 Ft alatt/nap	7.	75.001-100.000 Ft/nap
3.	10.001-20.000 Ft/nap	8.	100.000 Ft felett /nap
4.	20.001-35.000 Ft/nap	9.	Nem tudom/ Nem kívánok válaszolni
5.	35.001-50.000 Ft/nap	10.	Egyéb:

6.6. Jellemzően melyik hónap(ok)ban golfozott/golfozik ITTHON? * Többet is választhat! Ha nem utazott el golfozni, akkor azt írja be!

1.	Január	8.	Augusztus
2.	Február	9.	Szeptember
3.	Március	10.	Október
4.	Április	11.	November
5.	Május	12.	December
6.	Június	13.	Egyik sem, nem golfozom itthon
7.	Július		

6.7. Golfozása során milyen szolgáltatásokat vesz igénybe a magyar golfpályákon/klubokban? *

Több választ is megjelölhet!

1.	Nem veszem egyiket sem igénybe	7.	Klubház (öltöző, zuhanyzó)
2.	Ütőbérlés	8.	Étkezési szolgáltatás
3.	Kézi/golf kocsi (cart/buggy) bérlése	9.	Szálláshely szolgáltatás
4.	Gyakorló pálya / driving range, putting green	10.	Wellness és spa szolgáltatás
5.	PRO / golf oktatás	11.	Egyéb:
6.	Golf shop, ajándék		

6.8. Mennyiben befolyásolja a golf a KÜLFÖLDI vagy BELFÖLDI nyaralás úti céljának kiválasztását? *

Kérem, válassza az Önre leginkább jellemző meghatározást!

1.	Sohasem utazom/nyaralok, és golfozni sem járok	6.	Csak azért utazom/nyaralok, hogy gyakorolhassam a golfot
2.	Sohasem kombinálom a golfozást a családi nyaralással, így velük csak pihenek	7.	Csak nézőként, szurkolóként, kísérőként utazom golfversenyekre nyaralásom során
3.	Ritkán kombinálom a nyaralásomat golfozással, inkább (a családdal) pihenek	8.	Nem tudom
4.	Rendszeresen kombinálom a nyaralásomat golfozással, mellette pihenek	9.	Egyéb:
5.	Mindig olyan úticélt választok, ahol nyaraláskor a golfot is gyakorolhatom, de mellette van alkalmam a környéket is megismerni, pihenni		

7. Érintette a gazdasági válság a golfozási szokását? * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

Ha IGEN-nek felelt, akkor folytassa a 7.1.-es, ha NEM-mel felelt, akkor a 7.2-es kérdéssel!

1.	Igen	2.	Nem
----	------	----	-----

7.1. Ha a 7-es kérdésre IGEN-nel felelt, akkor a gazdasági válság az alábbiak szerint érintette a golfozási szokásomat: Több válaszlehetőséget is kiválaszthat!

1.	Feladtam, csak nézem a golfot	9.	Kevesebb greenfee-t játszom
2.	Jelentősen csökkentettem a játékok számát	10.	Kevesebb golf kiegészítőt vásárolok
3.	Olcsóbb pályákat választok	11.	Kevesebbet versenyzem
4.	Közelebbi pályákat választok	12.	Csak a klubomban játszom
5.	Nem játszom külföldön	13.	Nem fizetek tagságot
6.	Rövidebben tartózkodom ott	14.	Többet játszom
7.	Nem alszom a golf pálya mellett/közelében	15.	Egyéb:
8.	Nem kérek ellátást		

7.2. Ha a 7-es kérdésre NEM-mel felelt, akkor a gazdasági válság az alábbi okok miatt nem befolyásolta golfozásom: Több válaszlehetőséget is kiválaszthat!

1.	Nem játszottam annyit, hogy csökkentsem	6.	Megengedhetem magamnak a golfozást ezen a szinten
2.	Nincs időm többet játszani	7.	Nyugdíjasként már nem érint a válság, annyit játszom, amennyit akarok

3.	Eddig is csak a klubban játszottam	8.	Nem tudom, csak így érzem
4.	Külföldi golf bérletem/ golfklubtagságom van	9.	Egyéb:
5.	Csak céges (társasági) rendezvényeken, eseményeken játszom		

8. Golfozáson kívül elutazott-e (az állandó lakóhelyén kívülre) az alábbi fizikai aktivitással járó szabadidő-eltöltés(ek) céljából az elmúlt egy évben? *

Kérem, jelölje, hogy mely tevékenységek miatt utazott el! Több választ is megjelölhet!

1.	Lovaglás	9.	Tenisz
2.	Természetjárás	10.	Labdás csapat sportok
3.	Horgászat	11.	Síelés, snowboard
4.	Vitorlázás	12.	Egyéb téli sport
5.	Kerékpározás	13.	Extrém sportok
6.	Kajak-kenu	14.	Nem utaztam el ilyen célból
7.	Rafting	15.	Egyéb:
8.	Egyéb vízi sport		

9. Az alábbiakban a golfal kapcsolatos állításokat soroltunk fel. Kérem, osztályozza a felsorolt állításokat, hogy mennyire tükrözik az Ön véleményét! *

Kérem, jelölje 1-4-ig terjedő skálán, hogy mennyire ért egyet az adott állítással! Ha nem tudja eldönteni, jelölje az 5-öst!

1 Egyáltalán nem ért egyet; 2 Részben ért egyet; 3 Egyetért; 4 Tökéletesen egyetért; 5. Nem tudja

1.	A golf ismertsége, elfogadottsága és népszerűsége hazánkban gyerekcipőben jár	1 2 3 4 5
2.	A golf a gazdagok sportja	1 2 3 4 5
3.	A golf nem drágább, mint más sportok, pl. síelés, tenisz, lovaglás	1 2 3 4 5
4.	Golfozóként többet költök, mint városlátogatásaim, tengerparti nyaralásaim során	1 2 3 4 5
5.	A golf és a klubélet sajátos kulturális közeget, és etikettet igényel	1 2 3 4 5
6.	A magyarok fogékonyak a golf sajátos kultúrájára, hiszen hazánkban már meghonosodott a golf etikett	1 2 3 4 5
7.	Magyarország turisztikai kínálatában a golfturizmus igen fontos elem	1 2 3 4 5
8.	A golf hosszú szezonja miatt sok külföldi golfozó érkezik Magyarországra játszani	1 2 3 4 5
9.	Hazánkban a golf fejlődése elmaradt a szomszédos országokéhoz képest	1 2 3 4 5
10.	A hazai golfpályák száma (kínálat) elegendő a jelenlegi golfozókéhoz (kereslethez) viszonyítva	1 2 3 4 5
11.	További - elsősorban - driving range-ek, Par 3-as és rövid 6, 9 lyukas, ill. executive golfpályák építése szükséges a golf terjedéséhez hazánkban	1 2 3 4 5
12.	További 18 lyukas golfpályák építése szükséges a sportág fellendítéséhez	1 2 3 4 5
13.	A sportág jövője szempontjából fontos a nők, a juniorok és a	1 2 3 4 5

	szeniorok számának növelése	
14.	Kedvező éghajlati adottságainkkal komoly vetélytársai lehetünk, akár Spanyolországnak is	1 2 3 4 5
15.	A golf a művelésből kivont területek profitot is hozó hasznosítására ad lehetőséget	1 2 3 4 5
16.	A golfpálya környezete lehangoló látványt nyújt annak mesterséges jellegével	1 2 3 4 5
17.	Jelentős vízigény (öntözés) miatt a golfpályák nem fenntarthatóak hazánkban, jelenlétük káros	1 2 3 4 5
18.	A speciális fű háttérbe szorítja az őshonos fajokat, ezért nem tanácsos golfpályákat építeni	1 2 3 4 5
19.	A sok vegyszer és kemikália alkalmazása káros hatással van a természeti környezetre	1 2 3 4 5
20.	Hazánk társadalom- és természetföldrajzi adottságai nem mindenhol teszik lehetővé golfpályák építését, nyitását.	1 2 3 4 5
21.	A golf az izületeket kímélő, egészséges "gyűjtősport", minden korosztálynak ajánlható	1 2 3 4 5
22.	A rendszeres golfozás segíti az egészséges életmód kialakítását, társadalmi jelentősége ezért is jelentős	1 2 3 4 5
23.	A hazai golfpályák és klubok is az üzleti élet fontos térszínei, mert jelentős gazdasági kapcsolatok kötődnek itt	1 2 3 4 5
24.	A golf fejlesztése kizárólag magán forrásokból kell megvalósuljon, az államnak, önkormányzatoknak nincs szerepük ebben	1 2 3 4 5
25.	A golf tökéletesen alkalmas a mindennapok monotonijából való kiszakadásra, ráadásul új emberekkel is megismertet	1 2 3 4 5

D.1. A válaszadó lakhelye - település (és irányítószáma) * Kérem, írja be a település nevét és Budapest esetén az irányítószámot!

.....

D.2. A válaszadó neme: * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	Férfi	2.	Nő
----	-------	----	----

D.3. Válaszadó kora * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	14 évnél fiatalabb	6.	50-59 éves
2.	14-18 éves	7.	60-69 éves
3.	19-29 éves	8.	70 éves vagy idősebb
4.	30-39 éves	9.	Nem kívánok válaszolni
5.	40-49 éves		

D.4. Mi az Ön állampolgársága? * Kérem, jelölje a megfelelő választ! Ha nem magyar, de magyarul törlötte ki a kérdőívet, kérem adja meg nemzetiségét!

1.	Magyar	2.	Egyéb:
----	--------	----	-----------------

D.5. Mi az Ön foglalkozása? * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	Felső vezető, igazgató, top menedzsment	8.	Nyugdíjas
2.	Középvezető, menedzsment funkció	9.	Munkanélküli
3.	Értelmiség, egyéb szellemi	10.	Háztartásbeli
4.	Irodai alkalmazott	11.	GYES, GYED
5.	Mezőgazdasági foglalkoztatott	12.	Tanuló / diák / hallgató
6.	Szakmunkás, segédmunkás	13.	Egyéb:
7.	Vállalkozó	14.	Nem kívánok válaszolni

D.6. Mi az Ön legmagasabb végzettsége? * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	Kevesebb, mint 8 általános	6.	Főiskola, egyetem
2.	8 általános	7.	Posztgraduális (több diploma)
3.	Szakmunkásképző (érettségi nélkül)	8.	Tudományos fokozat (PhD, DLA stb.)
4.	Középiskola (szakközép vagy gimnázium) (érettségivel)	9.	Nem kívánok válaszolni
5.	Felsőfokú szakirány (OKJ)	10.	Egyéb:

D.7. Mi az Ön családi állapota? * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	nőtlen/hajadon	5.	özvegy
2.	házas	6.	nem kívánok válaszolni
3.	elvált	7.	Egyéb:
4.	élettársi kapcsolat		

D.8. Önt is beleértve hány főből áll a háztartása az állandó lakhelyén? * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	1 fő	5.	5 fő
2.	2 fő	6.	5-nél több fő
3.	3 fő	7.	Nem kívánok válaszolni
4.	4 fő	8.	Egyéb:

D.9. Mennyi az EGY FŐRE jutó havi nettó jövedelem az Ön(ök) háztartásában? * Kérem, jelölje a megfelelő választ!

1.	0-50 ezer Ft	6.	250 ezer ezer Ft
2.	51-100 ezer Ft	7.	Nem kívánok válaszolni
3.	101-150 ezer Ft	8.	Nincs önálló jövedelemem
4.	150-200 ezer Ft	9.	Egyéb:
5.	201-250 ezer Ft		

7. melléklet Interjú hazánk golfturizmusáról, golféletéről klubvezetők, golfpálya menedzserek, igazgatók

Általános kérdések (ezek területenként különbözhetnek)

1. Általános kérdések a golfról

1. Saját szavaival meg tudná fogalmazni, hogy mi az a golf?
2. Minek tartja a golfot, sportnak, hobbinak vagy szabadidős tevékenységnek?
3. Milyenek látja a hazai golf életet? Mi a véleménye a magyar golftársadalomról?
4. Milyenek találja a golfklubokat és azok együttműködését?
5. Milyenek értékeli szakmailag a golfpályák tulajdonosi körét? Kell a szakmai háttér? Miért?
6. Milyenek találja a Magyar Golf Szövetség szerepét, lehetőségeit?
7. Hogyan jellemezné a golfozási lehetőségeket jelenleg és milyenek képzele el kb. 10 év múlva? Szükséges-e, s ha igen, hol és milyen jellegű golf pályákat építeni hazánkban? Milyenek találja a közeljövő hazai golfstratégiáját?
8. Milyen fejlesztések szükségesek a közeljövőben?
9. Milyen új trendek jelentkeznek a golfban? (feltéve, ha vannak ilyenek)
10. Mit ért golfturizmus alatt?
11. Véleménye szerint van-e (belföldi, külföldi) golfturizmus hazánkban?
 - 11.1. Ha igen, melyek a jellemzői?
 - 11.2. Ha nincs, miért nincs?
12. Külföldiek jönnek-e elsődleges golfozási motivációval?
13. Magyarok utaznak-e külföldre elsődleges golfos motivációval?
14. Véleménye szerint egy golfpálya önmagában eladható? Ha nem, mi kell ahhoz, hogy rentábilis legyen?
15. Tud olyan nyilvántartásról, ami a golfozásnak köszönhetően hazánkban realizálódó külföldi (és magyar) golfturisták és az általuk eltöltött vendégéjszakák számát mutatja? Hogyan alakulnak az adatok az elmúlt évtizedben?
16. Az eddig létrejött golfpálya-beruházások közül melyek a legsikeresebbek és miért?
17. Mitől függ egy pálya sikeressége?
18. A hazai golfversenyek milyen szereppel bírnak a golfozók utazásában? Csak saját pályán vagy más pályákon versenyeznek? Mennyit költ egy alkalommal egy versenyző?
19. Egyetért azzal a sztereotípiával, hogy „A golf a gazdagok sportja”? Mit lehet/kell tenni ellene?

2. Golfpálya (Kínálat):

1. Mióta dolgozik a golf területén? S mióta itt?
2. Milyen speciális végzettség, ismeret szükségeltetik egy golfpálya menedzseléséhez?
3. Mi volt a befektető célja, koncepciója pálya építésével? (Csak golfpálya és szálloda beruházás? Vagy ingatlan jellegű?)
4. Készült-e megvalósíthatósági tanulmány, piacelemzés?
5. Tekinthetjük a fejlesztést egy „golf resort“ beruházásnak vagy inkább egy Country Club-nak?
6. Kapott adókedvezményt a beruházás?
7. Magyar tulajdonosa van a komplexumnak?
8. A gazdasági válság mennyiben változtatta meg a pálya kihasználtságát? És a hotelét (ha van)? Mi volt az eredeti ROI?
9. Mi a jelenlegi helyzet a golfpályával (és a hotellel)? Hogyan üzemel?
10. Milyen volt a tagoktól és a green fee-ből és versenyekből, szponzorokból származó bevételek aránya?
11. Milyen szolgáltatások voltak elérhetők a golfpályán?
12. Milyen egyéb sportolási, szabadidős tevékenységeket biztosított a pálya? Kik veszik igénybe? (A golfozók vagy kísérőik)?
13. Milyen versenyeket rendeztek?
14. Mit szerettek a golfozók a pályában? Mi a specialitása? Mi vonzza ide a turistákat? Melyek a fő előnyei?
15. Hogyan és hol propagálják, hirdetik a pályát a golfpiacokon?
16. Melyik disztribúciós csatornákat használták?
17. Hol szállnak meg a vendégeik? Vannak golfhottelek? Mi jellemzi őket?
18. Meg tudná becsülni milyen nagyságrendűek ezek a mutatók hazánkban egy évre vetítve (vendégszám és vendégéjszakák száma külföldi-belföldi megoszlásban)?
19. Milyen egyéb golfos statisztikákat, forrásokat ismer?
20. Milyen a nemzetközi összehasonlításban hazánk kínálata?
21. Kik a legfőbb versenytársaink? Miben tudnak többet, mást?

3. Golfozók, vendégek (kereslet):

1. Milyennek találja a hazai golfos keresletet? (Kik adják a vendégkört: magyar-külföldi, fővárosi-vidéki, férfi-nő, idős-fiatal, tehetős-átlag polgár, szakképzett-szakképzetlen stb.)?
2. Ha tipizálni kellene, hogyan írná le a hazánkba látogató külföldi golfturistát?

- 3.Hogyan jellemezné a magyar golfozót?
- 4.Melyik állítás a valós? A magyar golfozó turista-e, mintsem golfturista?
- 5.Milyen egyéb sportot, szabadidős elfoglaltságot űznek a golfozók a golfpályákon, környékén?
- 6.Mi hozhat fellendülést a golf hazai terjedésében, népszerűsítésében?
7. Honnan jöttek a golfozók?
- 8.Milyen volt a: Nemzetiségük? Koruk? Nemük? Végzettségük? Foglalkozásuk?
9. Kivel játszottak?
- 10.Golfsomagot vettek? Hogyan foglalták le?
- 11.Meg tudja becsülni hány golfozójuk volt egy évben? Havi bontásban?
- 12.Meg tudja becsülni mennyi volt a golfozók által eltöltött vendégéjszakák száma?
- 13.Mekkora kihasználtságot eredményezett ez? Honnan jött a többi vendég? Hány vendéget fogadott a szálloda? Átlagos tartózkodás?
14. A golfturisták hány napot töltöttek itt átlagosan?
15. Mennyi kört játszottak átlag?
16. Mennyit költöttek Ft /fő/nap? Mennyi az átlagos golfos költsége?
17. Milyen költségi megoszlásuk volt? (golf, utazás, szállás, étkezés, bérlet, egyéb)?
18. Együtt működnek golfpályákkal és hotelekkel? Igen: Melyekkel? Nem: Miért nem?

4 Turizmus marketing (turizmusipar)

- 1-2.Hogyan értékesíti a golf pályát? Hogyan értékesítik a golfot a turistáknak / helyi lakosságnak, esetleg csomagban árulják más termékekkel együtt?
- 3.Használják golf tour operátorokat?
- 4.Mekkora a piac? Kikből áll?
- 5.Mit gondol: a hazai kínálat elegendő a jelenlegi hazai és nemzetközi kereslethez?
6. Hogyan értékelné a golfot, mint turisztikai terméket hazánkban?
7. Mely hazai régiókban és miért ott terjedt el a golf? Hol volna szükség még további pályákra?
8. Mely országok hazánk fő versenytársai? Hogyan tudunk versenyezni velük?
9. Milyen a golf szezonálisága?
- 10.Volt-e változás az árképzésben?
11. Van visszacsatolásuk a vendégektől? Mit tapasztaltak?
- 12.Mely turisztikai termékek segíthetik a golfturizmus terjedését? Milyen szereplő ezért felelős?
- 13.Milyen a golf társadalmi támogatottsága és a médiában elfoglalt szerepe? Lehetőségek?

5. Foglalkoztatás

- 1.Mennyi munkahelyet biztosított a komplexum? Külön a hotel (recepció, F&B, housekeeping, back office stb.)? Külön a pálya?
- 2.Milyen hatással volt a munkanélküliségre a fejlesztés?

6. Földrajzi környezet

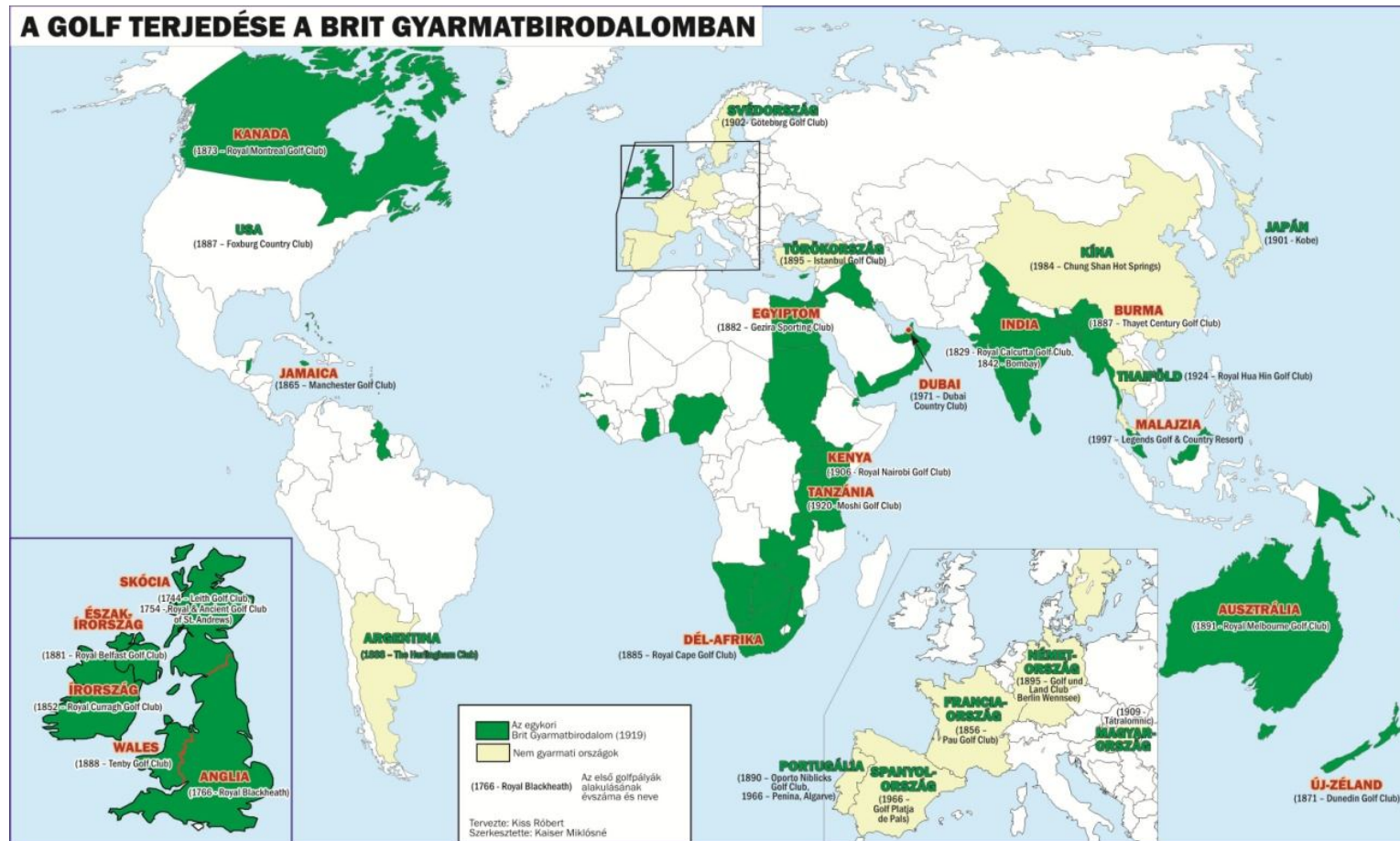
- 1.Mennyire volt nehéz a természeti értékek miatt a pályát megépíteni? Volt szakmai ellenérv?
- 2.Milyen volt a helyi lakosság viszonya a golf beruházás során?
- 3.Honnan érkezik a víz? Van elég?
- 4.Jó ötlet volt a golfpálya építése? Indokolja miért igen vagy nem!

7. Pálya karban tartás (green keeping), üzemeltetés

- 1.Mi volt a terület a pálya megépítése előtt?
2. Milyen talaj és vízháztartású terület volt?
3. Bármilyen nehézség fellépett az építkezés során?
4. Milyen fűvet használnak ezen a klímán?
5. Milyen nagyságrendű öntözővizet használtak naponta (liter/nap)?
- 6.Elegendő vízutánpótlásuk van?
- 7.Fenntartható módon üzemeltethetők további golfpályák?
8. Melyek a legfontosabb költségek, amelyek a golfpálya fenntartását jelentik?
9. Van-e talajmechanikai rajza, vízrajzi térképe a pályának?

Van-e létjogosultsága, s ha igen, kivel (szövetség, klub, média) érdemes egy átfogó, a rendszeresen golfozók körében végzett részletes kérdőíves felmérésnek?

8 melléklet A golf terjedése a világon – a Brit Gyarmatbirodalomban 1919-ig



Forrás: NEVELL, S. et al. 2000, EDMUND, N. 2005, SZLÁVY T 2010, saját szerkesztés 2013

9. melléklet Golf Travel Hungary – Ryder Cup 2014. szeptember 24-29. golfcsomag

Drukkoljunk együtt a helyszínen az európai csapatnak.

Nem jól látható az email? Kattints [ide](#).

Ryder Cup 2014 csomagok úgy alakíthatóak, ahogy szeretnétek!



1 Edinburgh Ryder Cup Csomag

2 2014. szeptember 24-től

Program:

2014. szeptember 24. - érkezés,
szállás a Channings Hotelben, a 48 szobás hotel mindössze pár percre Edinburgh
belvárosától

2014. szeptember 25-28. - a verseny megtekintése

2014. szeptember 29. - elutazás

Ez az alap csomag, természetesen kiegészíthető környékbeli pályákon való játékkal, a North Berwick, Gullane,
Muirfield, The Glen, Dunbar és még másokon.

Vagy további lehetőségek a St Andrews, Troon, Turnberry, The Highlands, Aberdeen régiókban.

Csomag:

5 éjszaka kétágyas szobában reggelivel
Standard Ryder Cup jegy, ami érvényes az utolsó gyakorlónapra, a megnyitóra, a 3
versenynapra és a záró rendezvényre
Repülőtéri és verseny transzferek
Jegy a Ryder Cup Celebration Dinner-re, ami szerda vagy csütörtök este kerül
megrendezésre (étel+ital)
Ryder Cup ajándékok

Ár:

2550 €/fő

Amennyiben ez a hotel betelne, úgy más hotelekben is tudunk, amennyiben időben történik a jelentkezés, helyet
biztosítani, némi felárral.

Repülőjegyek 100 €-tól.

További lehetőségek skóciában a www.golfutazasok.hu oldalon



További információk és jelentkezés:

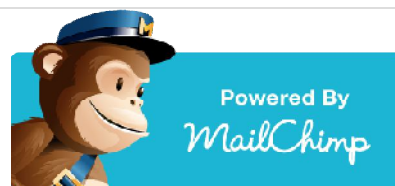
Golf Travel Hungary kft.
1064 Budapest
Vörösmarty u. 36.

kbatta@golfutazasok.hu
+36 1 33 222 13

www.golfutazasok.hu
www.ballesterosgolf.com
Regisztrációs szám: U-000869



Sent to robert_kiss_kodo@yahoo.com — *why did I get this?*
[unsubscribe from this list](#) | [update subscription preferences](#)
Golf Travel Hungary · Vörösmarty 36. · Budapest, Budapest
1064



Forrás: Golf Travel Hungary 2013, érkezett 2013. 02. 13.

10. melléklet A magyar golfturizmus kínálati elemei fényképekben 2011-2012-ben

1.kép Bük – Greenfield Hotel Golf & Spa (Birdland Golf & Country Club) - a klubház madártávlatból



Forrás: www.google.com/search, 2012

2.kép Hencse - European Lakes Golf & Country Club - A „félsziget” – a legizgalmasabb szakasz



Forrás: Saját fénykép, 2011

3.kép Alcsútdoboz - Pannonia Golf & Country Club - Madártávlatból



Forrás: www.google.com/search, 2012

4.kép Tata – Old Lake Golf & Country Club – Klubház és a putting green



Forrás: Saját fénykép, 2011

5.kép Göd 1.- Princess Palace Golf & Country Club - Az egykori siker sztori – elhagyatott főépülete



Forrás: Saját fénykép, 2011

6.kép Göd – Korábbi green egy éve gazdátlanul...



Forrás: Saját fénykép, 2011

7.kép Göd – Az egykori driving range...



Forrás: Saját fénykép, 2011

8.kép Szeged – Alföld Golf Club – Ami megmaradt...



Forrás: Saját fénykép, 2011

9.kép Balatonudvari – Royal Balaton Golf & Yacht Club – tavi panoráma az örvényesi templomtornyokkal



Forrás: Saját fénykép, 2011

10.kép Balatonudvari – Madártávlatból a Tihanyi-félszigettel



Forrás: www.google.com/search, 2012

11.kép Vámospércs – Boya Eagles Golf & Country Club – Tipikus homokformákkal tűzdelt izgalmas pálya



Forrás: <http://www.boya-eagles-golf.hu>, 2012

12.kép Balatonyörök – Imperial Golf Club - (Szép)kilátás a Badaacsonyra



Forrás: Saját fénykép, 2011

11. melléklet Összesített mérleg és eredménykimutatás adatok 14 (működő és befejezetlen projektek által) golfpályát üzemeltető vállalkozásra

							1. oldal
EGYSZERŰSÍTETT MÉRLEG (E Ft-ban)							
Megnevezés/ ÉV	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Befektetett eszközök	2 719 103	4 647 947	5 790 185	6 684 622	7 273 139	7 482 141	8 026 380
IMMATER.JAVAK	107 490	107 203	104 655	104 888	152 876	151 633	150 702
TÁRGYI ESZKÖZÖK	2 574 643	4 530 374	5 685 510	6 575 440	7 120 243	7 330 488	7 875 408
BEFEKT. PÜ.ESZK.	36 970	10 370	20	4 294	20	20	270
Forgóeszközök	1 120 791	294 420	278 557	302 909	247 469	246 510	236 197
KÉSZLETEK	9 232	4 667	8 655	14 792	9 751	12 755	15 440
KÖVETELÉSEK	1 032 252	222 307	164 535	236 528	169 189	185 883	182 858
ÉRTÉKPAPÍROK	180	0	0	0	0	0	0
PÉNZESZKÖZÖK	79 127	67 446	105 367	51 589	68 529	47 872	37 899
Aktív időbeli elhat.	60 434	2 839	62 219	110 370	23 752	57 574	194 016
ESZKÖZÖK ÖSSZ.	3 900 328	4 945 206	6 130 961	7 097 901	7 544 360	7 786 225	8 456 593
Saját tőke	957 238	974 292	1 144 824	1 088 924	1 285 975	1 572 487	2 081 138
JEGYZETT TŐKE	1 118 750	1 422 250	1 584 820	1 661 350	2 190 850	2 283 950	1 962 350
TŐKETARTALÉK	14 971	14 971	174 693	156 982	183 099	300 495	293 132
EREDMÉNYTART.	-465 518	-479 628	-563 931	-726 330	-861 623	-1 101 043	-844 140
LEKÖTÖTT TAR.	202 925	1 463	12 101	11 638	62 959	101 054	242 216
ÉRTÉKEL.TART.	100 000	100 000	100 000	100 000	150 000	425 250	1 036 424
MÉRLEG SZ. ER.	-13 890	-84 764	-162 859	-114 716	-439 310	-437 219	-608 844
Céltartalékok	0	0	0	0	3 943	26 529	64 752
Hátrasorolt kö.	247 501	450 010	359 483	350 263	404 953	345 471	332 656
Kötelezettségek	2 660 336	3 442 215	4 436 126	5 353 302	5 509 132	5 508 830	5 626 306
HOSSZÚ LEJ. KÖT.	349 303	723 664	2 302 776	2 955 635	3 306 414	2 848 605	4 327 141
RÖVID LEJ. KÖT.	2 311 033	2 718 551	2 133 350	2 397 667	2 202 718	2 660 225	1 299 165
Passzív időbeli elhat.	35 253	78 689	190 528	305 412	340 357	332 908	351 741
FORRÁSOK ÖSSZ.	3 900 328	4 945 206	6 130 961	7 097 901	7 544 360	7 786 225	8 456 593

EGYSZERŰSÍTETT EREDMÉNYKIMUTATÁS (E Ft-ban)

Megnevezés/ ÉV	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Értékesítés nettó árbevétele	433 497	585 452	548 324	657 113	667 115	626 447	597 435
Egyéb bevételek	15 492	22 664	50 420	106 386	18 455	12 919	20 602
AKTÍVÁLT SJ.TE.	8 587	0	0	60 264	21 941	0	0
Anyagjellegű ráfordítás	328 036	487 855	491 916	524 276	602 441	531 786	517 258
Személyi jellegű ráfordítás	108 166	121 703	155 479	206 165	202 833	214 036	203 634
Értécsökkenési leírás	90 966	99 373	106 779	141 818	164 731	176 701	178 520
Egyéb ráfordítás	17 006	39 615	37 700	45 126	91 178	70 731	58 255
ÜZEMI (ÜZLETI) TEV.EREDMÉNYE	-86 598	-140 430	-193 130	-93 622	-353 672	-353 888	-339 630
Pü.műveletek bevétele	48 636	27 959	10 514	5 557	12 310	3 206	13 134
Pü.műveletek ráfordítása	16 350	18 320	19 360	68 555	94 761	129 504	353 397
PÜ.MŰVELETEK EREDMÉNYE	32 286	9 639	-8 846	-62 998	-82 451	-126 298	-340 263
SZOKÁSOS VÁLLALK. ER.	-54 312	-130 791	-201 976	-156 620	-436 123	-480 186	-679 893
Rendkívüli bevételek	144 234	47 789	53 034	48 280	3 733	46 733	72 785
Rendkívüli ráfordítások	103 356	540	12 246	174	6 037	1 861	925
RENDKÍVÜLI EREDMÉNY	40 878	47 249	40 788	48 106	-2 304	44 872	71 860
ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	-13 434	-83 542	-161 188	-108 514	-438 427	-435 314	-608 033
Adófizetési kötelezettség	456	1 222	1 671	6 202	883	1 905	811
ADÓZOTT EREDMÉNY	-13 890	-84 764	-162 859	-114 716	-439 310	-437 219	-608 844
MÉRLEG SZERINTI ER.	-13 890	-84 764	-162 859	-114 716	-439 310	-437 219	-608 844

A fenti mérleg és eredménykimutatás összesített adatok tartalmazzák az alábbi projektek mérlegbeszámolóinak együttes adatait:

1. 18 szakaszos működő pályák
2. 9 szakaszos működő pályák
3. Elkezdett projektek, amelyek befejezetlen beruházás, vagy próbaüzem állapotában álló befektetések

12. melléklet Összesített mérleg és eredménykimutatás adatok a megszüntetési eljárás alatt álló pályát üzemeltető 5 vállalkozásra

							1. oldal
EGYSZERŰSÍTETT MÉRLEG (E Ft-ban)							
Megnevezés/ ÉV	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Befektetett eszközök	0	0	6 982 656	7 223 707	7 227 910	0	0
IMMATER.JAVAK			82 385	52 493	52 403		
TÁRGYI ESZKÖZÖK			6 796 739	7 063 887	7 066 288		
BEFEKT. PÜ.ESZK.			103 532	107 327	109 219		
Forgóeszközök	0	0	205 718	186 771	169 545	0	0
KÉSZLETEK			16 760	21 146	10 787		
KÖVETELÉSEK			172 371	132 359	131 004		
ÉRTÉKPAPÍROK	0	0	0	0	0	0	0
PÉNZESZKÖZÖK			16 587	33 266	27 754		
Aktív időbeli elhat.			19 149	7 210	7 489		
ESZKÖZÖK ÖSSZ.	0	0	7 207 523	7 417 688	7 404 944	0	0
Saját tőke	0	0	5 056 971	5 142 034	5 134 459	0	0
JEGYZETT TŐKE			2 371 650	2 454 650	2 454 650		
TŐKETARTALÉK			2 579 950	2 586 950	2 586 950		
EREDMÉNYTART.			23 653	54 124	34 818		
LEKÖTÖTT TAR.			78 006	51 246	51 246		
ÉRTÉKEL.TART.			0	0	0		
MÉRLEG SZ. ER.			3 712	-4 936	6 795		
Céltartalékok			0	0	0		
Hátrasorolt kö.			0	0	220		
Kötelezettségek	0	0	2 089 747	2 191 637	2 186 339	0	0
HOSSZÚ LEJ. KÖT.			1 478 421	1 790 323	1 786 783		
RÖVID LEJ. KÖT.			611 326	401 314	399 556		
Passzív időbeli elhat			60 805	84 017	83 926		
FORRÁSOK ÖSSZ.	0	0	7 207 523	7 417 688	7 404 944	0	0

EGYSZERŰSÍTETT EREDMÉNYKIMUTATÁS (E Ft-ban)

Megnevezés/ ÉV	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Értékesítés nettó árbev			787 196	672 011	662 531		
Egyéb bevételek			9 035	6 875	3 937		
AKTÍVÁLT SJ.TE.			12 245	16 068	14 051		
Anyagiellégű ráfordítás			510 303	367 006	342 787		
Személyi jellegű ráfordít			127 601	116 681	108 846		
Értécsökkenési leírás			171 954	174 813	176 423		
Egyéb ráfordítás			39 337	25 867	26 696		
ÜZEMI (ÜZLETI) TEV.EREDMÉNYE	0	0	-40 719	10 587	25 767	0	0
Pü.műveletek bevétele			55 525	10 925	1 249		
Pü.műveletek ráfordítás			17 461	25 753	20 245		
PÜ.MŰVELETEK EREDMÉNYE	0	0	38 064	-14 828	-18 996	0	0
SZOKÁSOS VÁLLALK. ER.	0	0	-2 655	-4 241	6 771	0	0
Rendkívüli bevételek			7 433	1 215	1 215		
Rendkívüli ráfordítások			10	700	0		
RENDKÍVÜLI EREDM	0	0	7 423	515	1 215	0	0
ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	0	0	4 768	-3 726	7 986	0	0
Adófizetési kötelezetts			1 056	1 210	1 191		
ADÓZOTT EREDMÉNY	0	0	3 712	-4 936	6 795	0	0
MÉRLEG SZERINTI ER.	0	0	3 712	-4 936	6 795	0	0

A mérleg és eredménykimutatás adatok az alábbi felszámolás, végelszámolás alatt álló pályák beszámolóí alapján készültek:

Felszámolás, végelszámolás kezdő napja:

1.	2010.12.14	Pólus Palace Zrt "f.a." Göd 2004 évi átalakulásától 2009. évekből kiemelve 2007.-2009. évek
2.	2011.01.25	BIRLAND GOLF Kft "f.a." Bük KIM adatbázisban 2006-2009 évekre fellelhető beszámolókból 2007.-2009. évek
3.	2011.04.20	"CSÁKBERÉNY GOLF RESORT" Zrt "f.a." 2007.05.15. alakulásától 2010. évek beszámolóiból 2007.-2009. évek
4.	2012.06.30	Simonközi Kft "v.a." Szeged 2001.-2012. évek időszakából kiemelve 2007.-2009. évek
5.	2012.04.25	Zala Golf Kft "v.a." Zalacsány 2007.06.11. alakulásától 2012. évek időszakából kiemelve 2007.-2009. évek

13. melléklet 1. csomag: Golf Travel Hungary - Utólérhetetlen St. Andrews-i ajánlat 2013-ra



St. ANDREWS SPECIAL
Skócia
2013. április 9-14.
JELENTKEZÉSI HATÁRIDŐ 2012. SZEPTEMBER 2.

5 ÉJSZAKA KÉTÁGYAS SZOBÁBAN
REGGELIVEL A RUSACKS HOTELBEN****
4 GREEN FEE
REPÜLŐTÉRI ÉS GOLF TRANSZFEREK
ÁR: 1280 £

Április 9. - Érkezés
Április 10. - Golf a St. Andrews New pályán
Április 11. - Golf a St. Andrews Old pályán (GARANTÁLT TEE TIME)
Április 12. - Golf az Elie pályán
Április 13. - Golf a Kingsbarns pályán
Április 14. - Elutazás

Repülőjegyek 150£-től a Jet2 járataira Budapest-Edinburg-Budapest útvonalra

 8TH AND 15TH HOLES AT KINGSBARN'S GOLF LINKS

Jelentkezés: Batta Krisztinánál a kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon.
További információk és szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett 2012.11.23.

2. csomag: Golf Travel Hungary - Klasszikus Dublin környéki golftúra



Í R O R S Z Á G — D U B L I N

Carton House Golf & Spa Resort

Montgomery és O'Meara pályákkal

5 éjszaka kétágyas szobában ír reggelivel
3 green fee
Bérelt autó

Ár:
665 euro/fő



The K Club Hotel Spa & CC

Palmer Ryder Cup és Smurfit pályákkal

3 éjszaka kétágyas szobában reggelivel
2 green fee, driving range és spa használat

Ár:
440 euro/fő



Druids Glen Resort

Druids Glen és Druids Heath pályákkal

6 éjszaka kétágyas szobában reggelivel
4 green fee

Ár:
695 euro/fő



További információk: Batta Krisztinánál a kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32.

Szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett 2012. 05.11.

3. csomag: Golf Travel Hungary – Mallorcai téli golfcsoomag 2012

ADULTS ONLY
Click here

IBEROSTAR.COM

NICKLAUS
DESIGN

Golf Park
MALLORCA

Royal Cupido Iberostar Hotel ****

Playa de Palma, Mallorca

IBEROSTAR
Royal Cupido

HOTEL

Az ajánlat:
7 éjszaka szállás kétágyas szobában félpanzióval
7 napi green fee a Golf Puntiro pályán

Ár:
2012. január 2-20. - 430 euro/fő
2012. január 21-február 16. - 460 euro/fő
2012. február 17-március 19. - 490 euro/fő
2012. március 20 - április 14. - 520 euro/fő

Repülőjegy és bérelt autó kérésre.

Jelentkezés: Batta Krisztinánál a kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32.
További információk és szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2011, érkezett 2011. 12. 17.

4. csomag: Golf Travel Hungary – 2012-es szezonra felkészítő ciprusi és spanyolországi csoportos utak a hazai PRO-kal



CSOPORTOS UTAK PRO-K VEZETÉSÉVEL

ÉSZAK-CIPRUS
KORINEUM GOLF & CC

ÚJ! ERROL BHALAI - 2012. JANUÁR 20-28.
—
FEHÉR ZSOLT - 2012. FEBRUÁR 10– MÁRCIUS 3.
Az első turnust betelt!



BŐVEBB INFORMÁCIÓ A

**[http://
www.golfutazasok.hu
/hu/pro-es-csapata](http://www.golfutazasok.hu/hu/pro-es-csapata)**

OLDALON

SPANYOLORSZÁG - HUELVA
ISLANTILLA GOLF RESORT

LEHOCZKY GÁBOR - 2012. FEBRUÁR 16– MÁRCIUS 1.
Utolsó hét betelt!
—
SÁRKÖZI RICHÁRD - 2012. FEBRUÁR 16-MÁRCIUS 1.



Jelentkezés: Batta Krisztinánál a kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32.
További információk és szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2011, érkezett 2011. 12. 23.

5. csomag: Golf Travel Hungary – 2012-es szilveszteri ajánlat a törökországi Belekbe



SZILVESZTERI AJÁNLAT

ULTRA ALL INCLUSIVE 7 ÉJSZAKA SZÁLLÁS A LYKIA WORLD ANTALYA HOTELBEN

KORLÁTLAN GREEN FEE-VEL A

LYKIA LINKS PÁLYÁN

530 EURO

NINCS EGYÁGYAS FELÁR

AZ AJÁNLAT CSAK DECEMBER 26-31-I ÉRKEZÉSEK ESETÉBEN ÉRVÉNYES!

TRANSZFEREK ÉS REPÜLŐJEGY, ILLETVE TOVÁBBI INFORMÁCIÓK AZ ALÁBBI ELÉRHETŐSÉGEKEN.

kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32.
szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett 2012.01.02.

6. csomag: Golf Travel Hungary – 2012-es nyári Golf Pass (golfbérlet) Gran Canarián

 <p>Real Club de Golf de Las Palmas Decano de España 1891</p>	 <p>LOPESAN MELONERAS GOLF COSTA MELONERAS - GRAN CANARIA - ESPAÑA</p>	 <p>El Cortijo l'mtheclub</p>	 <p>MASPALOMAS GOLF GRAN CANARIA</p>	 <p>ANFI TAURO GOLF Gran Canaria</p>	 <p>SALOBRE GOLF & RESORT GRAN CANARIA CAMPO SUR</p>	 <p>SALOBRE GOLF & RESORT GRAN CANARIA CAMPO NORTE</p>
--	---	---	---	---	---	---

GRAN CANARIA GOLF PASS

5 GREEN FEE = 270 EURO

Bármelyik pályát/pályákat választva bármilyen kombinációban, hétvégén is május 1– szeptember 30-ig.



kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32.
szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett: 2012.01.18.

7. csomag: Golf Travel Hungary – Jelentkezés az Amatőr Golf Világkupára Írország 2012. június 10-15.



AMATEUR TEAM
WORLD CUP OF GOLF
IRELAND, JUNE 2012

AMATŐR CSAPAT GOLF VILÁGKUPA - 2012. JÚNIUS 10-15., ÍRORSZÁG—KERRY

Hölgyek és Urak külön versenyben vesznek részt 4 fős csapatokban
4 játéknappal folyamán, a csapatok kettéválasztva játszanak és a 4 nap alatt a legtöbb pontot elérő csapat a győztes

Csomagajánlatok a

<http://www.golfutazasok.hu/hu/csomag/amateur-team-world-cup-of-golf> oldalon

A „HUNGARY₁” CSAPAT MÁR ALAKULÓBAN, VÁRJUK AZ EGYÉNI JELENTKEZÉSEKET IS!

A GOLF TRAVEL HUNGARY A RENDEZVÉNY MAGYARORSZÁGI HIVATALOS ÜGYNÖKE

Jelentkezés: kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32.
szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett 2012. 02. 14.

8. csomag: Golf Travel Hungary – Jelentkezés a 2012-es Mauritiusi PRO-AM (profi-amatőr) csapatversenyre



**A LOUIS LOEDERER
LE TOUOSSROK PRO-AM**

AZ EURÓPAI PGA-EL
EGYÜTTMŰKÖDÉSSEN

**LOUIS LOEDERER
CHAMPAGNE**

Le Touessrok Golf Course



GOLF A PARADICSOMBAN

"Le Touessrok is truly spectacular -
a must play if you are in Mauritius."
Colin Montgomerie OBE

THE PGA OF EUROPE Sanctioned
Golf Travel IMG

VERSENY JÁTÉKFORMÁJA

A Louis Loederer Le Touessrok Pro-Am maximum 20 csapat nevezését fogadja (1 pro + 3 amatőr) akik 54 szakaszon keresztül stableford alapon. A 4 játékosból a legjobb 2 eredménye számít minden szakaszon. A profik saját versenyükben 54 szakaszon stroke play-t játszanak. Maximum hcp uraknak 28, hölgyeknek 36.

PROGRAM:

- Kedd, március 20.
 - Erkezés és regisztráció a Le Touessrok Hotelben
- Szerda, március 21.
 - Hivatalos gyakorló kör a Le Touessrok Golfpályán, majd welcome koktél a Le Touessrok Hotelben
- Csütörtök, március 22.
 - Első versenynap a Le Touessrok Golfpályán
- Péntek, március 23.
 - Második versenynap a Le Touessrok Golfpályán
- Szombat, március 24.
 - Utolsó versenynap a Le Touessrok Golfpályán és Gála vacsora a Le Touessrokban
- Vasárnap, március 25.
 - Szabad

NYEREMÉNYEK:

- Profik 15 000 euro (15 csapatot alapul véve)
- Amatőröknek fantasztikus nyeremények

PRO-AM CSOMAGOK:

- 5 éjszaka a Le Touessrok hotelben félpanzióval 1750 euro/ fő kétágyas szobában, nem golfozó 1150 euro, egyágyas 2000 euro/fő
- 7 éjszaka a Le Touessrok hotelben félpanzióval 2100 euro/ fő kétágyas szobában, nem golfozó 1550 euro, egyágyas 2250 euro/fő
- 4 green fee a Le Touessrok pályán
- Welcome koktél és gála vacsora
- Repülőtéri transzferek

Pro-k (és feleség/partnere) szállása ingyenes félpanzióval, amennyiben saját 3 fős csapattal érkeznek.

Jelentkezés és további felvilágosítás:
Batta Krisztina
Golf Travel Hungary
kbatta@golftutazasok.hu
Tel.: 06 20 8007080





Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett 2012. 01. 26.

9. csomag: Golf Travel Hungary – VI. Nemzetközi Szenior Verseny Portugália 2012. március 7-11.

 <p>ONYRIA MARINHA EDITION HOTEL & THALASSO CASCAIS LISBOA PORTUGAL CASCAIS DREAMED BY ONYRIA</p>	 <p>VI Portugal Senior International Golf Tournament 2012 Lisbon, Portugal March 7th to 11th</p>	 <p>HOTEL QUINTA DA MARINHA RESORT *****</p>
VI. PORTUGÁL SZENIOR INTERNATIONAL 2012. MÁRCIUS 7-11.		
Részvevők: 50. életévüket betöltött hölgyek (1961) 55. életévüket betöltött urak (1956) Master Szenior: Hölgyek 65, urak 70 fölött	Csomag tartalma: 4 éjszaka reggelivel 3 napos verseny az Aroeira I, Penha Longa és a Quinta da Marinha pályákon Ebéd csomag mindhárom versenynapra Díjátadó gálavacsora a hotelben 5 napra bérelt autó (VW Polo vagy hasonló)	Ár: Quinta da Marinha Hotel***** Golfozó ár kétágyas szobában €598 Egyágyas ár €930 További éjszaka kétágyas szobában €61 További éjszaka egyágyas szobában €122 Nem golfozó kétágyas szobában €435
Versenyforma: Nettó Stableford, férfi és női kategóriákban is 2 kategória alapján	Repülőjegyek a TAP Budapest- Lisszabon-Budapest járatára 190 euro-tól ingyenes golfáska szállítással	Onyria Marinha Edition Hotel***** Golfozó ár kétágyas szobában €745 Egyágyas ár €1.125 További éjszaka kétágyas szobában €98 További éjszaka egyágyas szobában €170 Nem golfozó kétágyas szobában €580
Díjak: 1., 2. és 3. Nettó minden kategóriában 1., 2. és 3. Bruttó 1. Master-Szenior		
További információk és jelentkezés: kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32. Szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869		

Forrás: Golf Travel Hungary 2011, érkezett 2011. 11. 11.

10. csomag: Golf Travel Hungary – Evian Masters LET 2012 – „Játsz, mint egy profi” csomag



Evian Masters 2012

Játsz, mint egy pro...

A profi női versenyt követően elütők,
pin pozíciók változtatása nélkül egy napra az
amatőröké a pálya.

További információk: Batta Krisztinánál a kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32.
Szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett 2012. 05. 18.

11. csomag: Golf Travel Hungary – Golfozás és a (British) Open megtekintése 2012 Lytham St. Annes



The Open Championship

LYTHAM St Annes

2012. július 18-23.



Július 18-23. - 5 ÉJSZAKA KÉTÁGYAS SZOBÁBAN REGGELIVEL A VINCENT HOTELBEN

Július 19-20. - 2 GREEN FEE - Southport & Ainsdale GC és a Formby GC

Július 21-22. - BELÉPŐ 2 NAPRA AZ OPEN CHAMPIONSHIPRE

BÉRELT AUTÓ

ÁR: 1290 £

Repülőjegyek 200£-től Budapest-Liverpool-Budapest útvonalra átszállással



Jelentkezés: Batta Krisztinánál a kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32.

További információk és szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett 2012. 02. 22.

12. csomag: Golf Travel Hungary – Ajánlat a 2012-es PGA Championship megtekintésére

The banner features a circular logo on the left with a tree and the text "2012 PGA CHAMPIONSHIP", "KIAWAH", and "The Ocean Course". The main title "2012 PGA CHAMPIONSHIP" is in large white letters on a dark background. Below it, the dates and location "August 6 - 12, 2012 | The Ocean Course, Kiawah Island, South Carolina, U.S.A." are written in white. The central image shows a golf course with a clubhouse and the ocean. Text on the right reads "THE OCEAN COURSE AT Kiawah Island. GOLF RESORT". In the bottom left, it says "Charleston where history lives". A row of five golfer photos is at the bottom, with "PHOTOS COURTESY OF THE PGA OF AMERICA." below them. The website "www.golfutazasok.hu" is at the bottom in white on a dark background.

2012 PGA CHAMPIONSHIP
KIAWAH
The Ocean Course

2012 PGA CHAMPIONSHIP

August 6 - 12, 2012 | The Ocean Course, Kiawah Island, South Carolina, U.S.A.

THE OCEAN COURSE AT
Kiawah Island.
GOLF RESORT

Charleston
where history lives

PHOTOS COURTESY OF THE PGA OF AMERICA.

www.golfutazasok.hu

Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett 2012. 05. 30.

13. csomag: Golf Travel Hungary – Fidzsi „Golf me Cruise” csomag (Óceánjáró + golf Fidzsi-szigeteken)



FIJI „GOLF ME CRUISE” - 2012. szeptember 11-18.

www.golfutazasok.hu/hu/desztinaciok/Fiji

Captain Cook Cruises™
Fiji's Cruise Line

További információk: Batta Krisztinánál a kbatta@golfutazasok.hu email címen, a 06 20 8007080 telefonszámon vagy a Golf Travel Hungary irodájában a VIII. Orczy út 32.
Szerződési feltételek a www.golfutazasok.hu oldalon. Regisztrációs szám: U-000869

Forrás: Golf Travel Hungary 2012, érkezett 2012. 06. 07.

14. csomag: Golf Travel Hungary – Golf & Bor Fesztivál a Château des Vigiers-ben

Golf & Bor fesztivál a Bordeaux-i Chateau des Vigiers Golf & Country Clubban, ahol a hangsúly a pihenésen, golfon és a Bergerac, Duras & Saint-Emilion-i borokon van!
2013. július 27.- augusztus 4.

Nem látszik az email? Kattints [IDE](#)



3 Golf & Bor Fesztivál

8 éjszaka szállás reggelivel kétágyas szobában

4 versenynapra **green fee**

Nevezési díj

"Longest Drive" és "Nearest to the Pin" **versenyek** minden nap

Ingyenes range **labdák**

Több mint **1000 üveg bor**, melyek nyereményként kerülnek szétosztásra

Minden versenynap után **eredmény hirdetés** és díjátadó

Gálavacsora az utolsó versenynapot követően szombat este, zenés esti mulatsággal

Borkóstoló falatkákkal minden egyes versenynapot követően, melyek a **Saint-Emilion Village** és a **Château of**

Monbazillac borokat mutatják be

Putting **verseny** minden versenynapon

90 perces kozmetikai kezelés a **nem golfozóknak**, wellness használattal

Ár:

A Luxe Château-ben 1460 euro/fő
A Superior Relais-ben 1220 euro/fő

Bérelt autó és repülőjegyek kérésre. Jelentkezési határidő 2013. június 15.





Copyright © 2013 Golf Travel Hungary Kft., Minden jog fenntartva!

Címünk:

1064 Budapest, Vörösmarty u. 36.

Tel/Fax: 36 1 33 222 13

További információk és jelentkezés:

Batta Krisztina

kbatta@golfutazasok.hu

www.golfutazasok.hu

Regisztrációs szám: U-000869



Powered By MailChimp



VOLVO MATCH PLAY CHAMPIONSHIP-RE

jegyek kaphatók!

PROGRAM

2013. május 13-15. - gyakorló napok és Pro-Am

**2013. május 16-19. - első két nap csoport, majd
egyéni versenyek, 19-én délután a döntő**

Napi jegyek: 25 euro

4 napos jegy: 50 euro

CSOMAGOK

5 vagy 7 éjszaka szállás reggelivel a Grand Hermitage Hotelben*****

1 green fee a BlackSeaRama vagy Lighthouse pályán

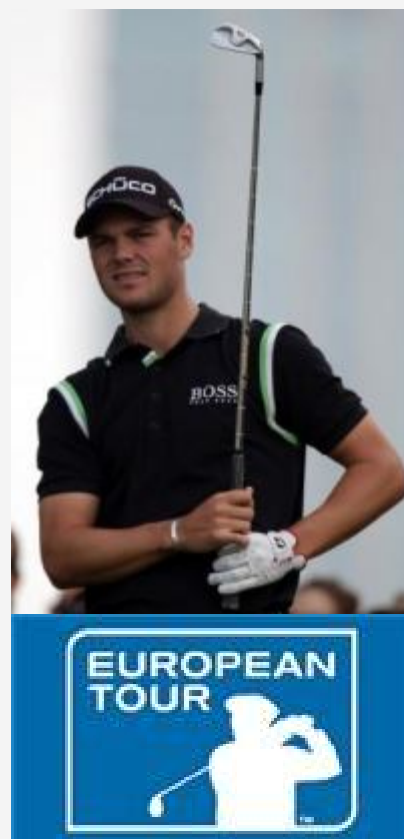
Repülőtéri transzferek 4 napi transzfer a versenyre (május16-19.)

ÁRAK

5 éjszakás csomagok 480 euro-tó

7 éjszakás csomagok 640 euro-tól (itt már 2 green fee-vel)

8 főtől 30% engedmény



Forrás: Golf Travel Hungary 2013, érkezett 2013. 03. 12.

14. melléklet A magyar golfkereslet alakulása 1991-2013 között

Év	Golfpálya	Játékosok	Férfi	Nő	Junior
2013	15	1.419	880	263	276
2012	14	2.028	1.145	376	207
2011	13	2.028	1.145	376	207
2010	13	2.509	1.726	540	243
2009	12	2.140	1.700	200	240
2008	12	2.140	1.700	200	240
2007	12	2.140	1.700	200	240
2006	7	2.140	1.700	200	240
2005	7	1.510	1.200	150	160
2004	7	1.510	1.200	150	160
2003	6	1.330	1.050	150	130
2002	6	1.293	1.031	144	118
2001	6	1.180	1.012	106	62
2000	6	1.152	1.012	56	84
1999	6	1.152	1.012	56	84
1998	5	1.095	958	53	84
1997	4	1.013	891	43	79
1996	4	1.013	891	43	79
1995	4	400	262	83	55
1994	3	350	212	75	63
1993	3	350	212	75	63
1992	1	295	163	70	62
1991	1	295	163	70	62

Forrás: EGA, 2013

15. melléklet Magyarok golfról alkotott véleménye

FAKTOR ELEMZÉS - Rotated Component Matrix ^a									
	Component								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
[18. Aszcipialis fű háttérbe szorítja az őshonos fajokat, ezért nem tanácsos golfpályákat	.900						.115		.102
[16. Agolfpálya környezete lehangoló látványt nyújt annak mesterséges jellegével]	.864								
[17. Jelentős vízgény (öntözés) miatt a golfpályák nem fenntarthatók hazánkban, jelenlétük	.860			.102					
[19. Asok vegyszer és kemikália alkalmazása káros hatással van a természeti környezetre]	.505		-.213	.248				.274	-.162
[24. Agolf fejlesztése kizárólag magán forrásokból kell megvalósuljon, az államnak,	.369		-.220		-.125		-.265		.354
[8. Agolf hosszú szezonya miatt sok külföldi golfozó érkezik Magyarországra játszani]	.171	.809		.164				-.157	
[14. Kedvező éghajlati adottságainkkal komoly vetélytársai lehetünk, akár Spanyolországnak is		.676	-.108			.108	.123	.260	-.166
[6. A magyarok fogékonyak a golf sajátos kultúrájára, hiszen hazánkban már meghonosodott a		.625	-.175	-.264	-.294	-.102		.134	.284
[7. Magyarországi turisztikai kínálatában a golf turizmus igen fontos elem]		.546	.180	-.123		-.128	-.366		.361
[21. Agolf az izületeket kímélő, egészséges "gyűjtősport", minden korosztálynak ajánlható]			.777		.143			.148	-.106
[22. A rendszeres golfozás segíti az egészséges életmód kialakítását, társadalmi jelentősége	-.106	-.136	.682		.246	-.104	.124	.335	
[11. További - elsősorban - driving range-ek, Par 3-as és rövid 6, 9 lyukas, ill. executive			.649			.415	-.262	-.206	
[15. Agolf a művelésből kivont területek profitot is hozó hasznosítására ad lehetőségeit]	-.195	.333	.478	.147	-.167	.142	.280		.175
[20. Hazánk társadalmi- és természetföldrajzi adottságai nem mindenhol teszik lehetővé				.758	.199	-.102	-.146	.117	.129
[3. Agolf nem drágább, mint más sportok, pl. síelés, tenisz, lovaglás]			-.240		.686	.295	-.319		
[2. Agolf a gazdagok sportja]	.141		-.233		.675	-.147		.252	
[1. Agolf ismertsége, elfogadottsága és népszerűsége hazánkban gyerekcipőben jár]			-.226		.766				
[9. Hazánkban a golf fejlődése elmaradt a szomszédos országokéhoz képest]	-.141		.293		.665			-.107	
[10. Ahazai golfpályák száma (kínálat) elegendő a jelenlegi golfozókéhoz (kereslethez)	.144	.158		.119	.184	-.780			
[12. További 18 lyukas golfpályák építése szükséges a sportág fellendüléséhez]		.295	.124		.193	.713			.130
[4. Golfozóként többet kötök, mint városlátogatásaim, tengerparti nyaralásaim során]	.171		.171	.177	.123		.793		.132
[23. Ahazai golfpályák és klubok is az üzleti élet fontos térszénei, mert jelentős gazdasági		.196			-.300			.702	.184
[25. Agolf időkéletesen alkalmas a mindennapok monotonijából való kiszakadásra, ráadásul	-.199		.162		.296	.202	-.401	.496	
[13. Asportág jövője szempontjából fontos a nők, a juniorok és a szeniorok számának	.183		.111		.136	.416		.472	-.460
[5. Agolf és a klubélet sajátos kulturális közeget, és etikettet igényel]	.120			.139		.191	.169	.156	.762

	Környezettudatosság
	Golf turizmus
	Egészségtudatosság
	A golf a gazdagok sportja
	Lemaradó hazai golfélet
	Új pályák építése
	Gazdasági előny
	Golf sport
	Klubélet

KMO and Bartlett's Test			Total Variance Explained									
Kaiser-Meyer-Olkin	Approx.	.600	Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared		
				Total	Variance	e %	Total	Variance	e %	Total	Variance	e %
Bartlett's	df	645,460	1	3,578	14,313	14,313	3,578	14,313	14,313	2,972	11,888	11,888
Test of	Sig.	.300	2	2,692	10,769	25,083	2,692	10,769	25,083	2,281	9,126	21,014
Sphericity		.000	3	2,478	9,911	34,994	2,478	9,911	34,994	2,085	8,341	29,355
			4	1,957	7,829	42,823	1,957	7,829	42,823	1,804	7,215	36,571
			5	1,455	5,819	48,643	1,455	5,819	48,643	1,694	6,777	43,348
			6	1,271	5,085	53,728	1,271	5,085	53,728	1,656	6,625	49,973
			7	1,151	4,606	58,333	1,151	4,606	58,333	1,443	5,772	55,745
			8	1,077	4,307	62,640	1,077	4,307	62,640	1,408	5,631	61,376
			9	1,023	4,092	66,732	1,023	4,092	66,732	1,339	5,356	66,732
			10	.958	3,832	70,564						
			11	.951	3,803	74,367						
			12	.884	3,535	77,902						
			13	.786	3,145	81,048						
			14	.632	2,527	83,574						
			15	.578	2,311	85,885						
			16	.551	2,204	88,089						
			17	.524	2,095	90,184						
			18	.470	1,880	92,064						
			19	.428	1,711	93,776						
			20	.378	1,512	95,287						
			21	.351	1,406	96,693						
			22	.306	1,224	97,917						
			23	.233	.932	98,849						
			24	.171	.682	99,531						
			25	.117	.469	100,000						

16. melléklet Magyarok golfról alkotott véleménye és a hazai golfozási szokások közös faktor analízise

	Rotated Component Matrix ^a																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
[15. A pályához tartozó/járniolt életterem minősége (helyi gasztronómiai specialitások)]	.817					.110						.140	.110	-.285	-.197				
[16. A pályához tartozó/járniolt szálláshelyminősége]	.795			.157					-.107										
[17. A pályához tartozó/járniolt wellness és spa szolgáltatások]	.791			.158															
[18. Speciális, komplett golfcsomag (golf, szállás, étkezés + szervezés stb.), ajánlat]	.633	.120		.274	.368	-.188			.103		.144								
[19. Pihenés, kikacsolódás, üdülés]	.492	.115		.274	.368	-.188			.103		.144								
[20. Pihenési lehetőségek (nemzetközi - hazai)]				.274	.368	-.188			.103		.144								
[21. Hángulatos, közismert klubélet]				.170	.174				.287	.164									
[22. Golf rendezvényen való részvétel (pl. céges)]				.165	.174				.315	.155									
[23. A hazai golfpályák és klubok is az üzleti élet fontos térszínei, mert jelentős gazdasági kapcsolatok				-.127	.232				-.164	-.134									
[24. Kultúri játékokkal való játék]				.635	.294	.221	.221												
[25. Barátok, rokonok meghívása]				.454	.457	.140			.235										
[26. Speciális fu háttérbe szorítja az őshonos fajokat, ezért nem tanácsos golfpályákat építeni]				.105	.894			.106											
[27. Jelentős vízgény (öntözés) miatt a golfpályák nem fenntarthatók hazánkban, jelentéktelen káros]				.819															
[28. A golfpálya környezete lehanyagolt látványt nyújt annak mesterséges jellegével]				.107	.444	.295	.173		.264										
[29. A sok vegyszer és kemikália alkalmazása káros hatással van a termései környezetre]																			
[30. Környékbebeli kirándulási lehetőségek (egyéb szabadidős tevékenységek)]				.399															
[31. Környékbebeli kirándulási lehetőségek (városlátogatás, kulturális látnivalók, örökségek)]				.511	.144	.671			.308										
[32. Környékbebeli ingatlan (apartman, villa, nyaraló stb.)]				.180	.233	.147	.650		.131										
[33. Környékbebeli szórakozási lehetőségek (szórakozóhelyek, pub, bár stb.)]				.452	.190	.553	.197	.167											
[34. Pártnazi látvány, kiállítás]				.104			.865	.125	.124										
[35. Csodálatos természet környezet]				.172	.130	.156	.795												
[36. Agroturizmus szorítja ki a túrázókat, ezért sok külföldi golfozó érkezik Magyarországra [látzani]					.169	.709		.107	.169										
[37. Magyarország turisztikai kínálatában a golf turizmus igen fontos elem]				.105	.169			.238											
[38. Amagyarok fogékonyak a golf sajátos kultúrájára, hiszen hazánkban már meghonosodott a golf etikett]				.287															
[39. Kedvező éghajlati adottságokkal komoly versélyt lehetünk, akár Spanyolországnak is]				.278															
[40. A pályán rendezett profiamatőr versenyek (pl. LET, EYM, Szenior Eb stb.)]				.142			.320	.705											
[41. A pályák tervezése]				.362			.260	.100	.586	.167									
[42. A pályák hímzése, tradíciója]				.182	.304		.211	.459											
[43. A sport tanulása, gyakorlása (pl. PRO-val)]				-.176	-.118		-.263	-.107											
[44. Hazánkban a golf fejlődése elmaradt a szomszédos országokéhoz képest]																			
[45. Agolf és a klubélet sajátos kulturális közeget, és etikett/igényt]																			
[46. A golf az időseket kímélő, egészséges "gyógyóport", minden korosztálynak ajánlható]																			
[47. További - elsősorban - driving range-ek, Par-3-as és rövid 6, 9 lyukak, ill. executive golfpályák építése]																			
[48. A rendszeres golfozás segít az erős és egészséges életmód kialakítását, társadalmi jelentősége ezáltal is]																			
[49. Agolf a m. üvelesből kivont területek profitot is hozó hasznos (ésára ad lehetőséget)]																			
[50. Agolf kiképzésen alkalmas a mindennapok monotonitásától való kiszakadásra, ráadásul új emberekkel]																			
[51. A pályák netezésére]																			
[52. A pályák földrajzi elhelyezkedése (pl. tópart, hegyvidék, üdülőhely, főváros közelsége)]																			
[53. A pályák környék, gyors megközelíthetősége (földrajzi közelsége)]																			
[54. A golfpályák alkalmazásainak szakmai felkészültsége (recepció, greenkeeper, felszolgálók, golf shop,																			
[55. Agolf nem drágább, mint más sportok, pl. síelés, tenisz, lovaglás]																			
[56. Agolf a gazdaság sportja]																			
[57. A pályák olcsó megközelíthetősége]																			
[58. Az otthoni kellemesebb klíma]																			
[59. A pályák áránál / jó ár-érték arány]																			
[60. Csak a hazai golfpályák száma (kínálat) elegendő a jelenlegi golfozókhöz (kereslethez) viszonyítva]																			
[61. További 18 lyukas golfpályák építése szükséges a sportág fellendítéséhez]																			
[62. Új pályák megépítése, megújítása]																			
[63. Hazánk társadalmi- és természeti (földrajzi) adottságai nem mindentől teszik lehetővé golfpályák építését,																			
[64. Agolf ismertsége, elfogadottsága és népszerűsége hazánkban gyerekeknél jár]																			
[65. A közlekedési módok (pl. autó, busz, vonat) közelsége]																			
[66. A sportág jövője szempontjából fontos a női, a juniorok és a szeniorok számának növelése]																			
[67. A golfotként többet kell tekinteni, mint városlátogatásaim, tengerparti nyaralásaim során]																			
[68. Agolf fejlesztése kizárólag magán forrásokból kell megvalósuljon, az államnak önkormányzatoknak																			

17. melléklet Külföldön golfozó magyarok hendikep alapú csoportosítása

HCP		[2.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[3.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[4.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[5.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[6.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[7.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[8.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[9.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[10.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[11.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[12.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[13.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[14.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[15.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[16.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[17.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[18.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[19.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[20.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[21.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[22.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[23.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[24.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[25.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[26.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[27.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[28.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[29.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[30.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[31.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[32.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[33.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[34.A] Kétszeres Erdélyi Kupa	[35.A] Kétszeres Erdélyi Kupa				
Mean	3125	1500	2500	2500	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000		
Stdev	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500
Deviation	3118	3227	3384	1727	1955	1882	2818	3184	3394	2688	2773	3205	2955	2750	2205	2183	255	285	282	288	2300	1818	2227	195	1931	1818	1908	1773	1705	1877	2162	2638	1773	2684	1773	2684	1773	2684	
Mean	3125	1500	2500	2500	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	
Stdev	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500
Deviation	3118	3227	3384	1727	1955	1882	2818	3184	3394	2688	2773	3205	2955	2750	2205	2183	255	285	282	288	2300	1818	2227	195	1931	1818	1908	1773	1705	1877	2162	2638	1773	2684	1773	2684	1773	2684	
Mean	3125	1500	2500	2500	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Stdev	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500
Deviation	3118	3227	3384	1727	1955	1882	2818	3184	3394	2688	2773	3205	2955	2750	2205	2183	255	285	282	288	2300	1818	2227	195	1931	1818	1908	1773	1705	1877	2162	2638	1773	2684	1773	2684	1773	2684	
Mean	3125	1500	2500	2500	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Stdev	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500	5774	7500
Deviation	3118	3227	3384	1727	1955	1882	2818	3184	3394	2688	2773	3205	2955	2750	2205	2183	255	285	282	288	2300	1818	2227	195	1931	1818	1908	1773	1705	1877	2162	2638	1773	2684	1773	2684	1773	2684	

21. melléklet Az otthoni és a külföldön történő golfozás összehasonlítása páros t-próbával

Paired Samples Test																						
		Paired Differences								t	df	Sig. (2-tailed)										
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence																	
					Lower	Upper																
Pair 1	5.1.	-.0952	.6212	.0783	-.2517	.0612	-1.217	62	.228													
Pair 2	5.1.	.8492	1,2003	.1512	.5469	1,1515	5,616	62	.000													Külföldön fontosabb a közeli pályák száma
Pair 3	5.1.	-.0952	.5947	.0749	-.2450	.0545	-1,271	62	.208													
Pair 4	5.1.	-.0952	.6341	.0799	-.0645	.2549	1,192	62	.238													
Pair 5	5.1.	.0635	.8637	.1088	-.1540	.2810	.584	62	.562													
Pair 6	5.1.	-.2222	1,0111	.1274	-.4769	.0324	-1,744	62	.086													
Pair 7	5.1.	-.1508	.7810	.0984	-.3475	.0459	-1,533	62	.130													
Pair 8	5.1.	.3254	.8527	.1074	.1106	.5401	3,029	62	.004													Külföldön fontosabb az új pályák megismerése
Pair 9	5.1.	.9206	1,1472	.1445	.6317	1,2096	6,369	62	.000													Külföldön fontosabb az éghajlat
Pair 10	5.1.	.7540	.9196	.1159	.5224	.9856	6,507	62	.000													Külföldön fontosabb a komplett golfsomag
Pair 11	5.1.	.1587	1,1737	.1479	-.1369	.4543	1,073	62	.287													
Pair 12	5.1.	-.1111	.9732	.1226	-.3562	.1340	-.906	62	.368													
Pair 13	5.1.	.0317	.7771	.0979	-.1640	.2274	.324	62	.747													
Pair 14	5.1.	.6905	1,0334	.1302	.4302	.9507	5,303	62	.000													Külföldön fontosabb a szálláshely minősége
Pair 15	5.1.	.2063	.7050	.0888	.0288	.3839	2,323	62	.023													Külföldön fontosabb az étterem minősége

Paired Samples Test																							
		Paired Differences								t	df	Sig. (2-tailed)											
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence																		
					Lower	Upper																	
Pair 1	5.1.	.3254	.7249	.0913	.1428	.5080	3,563	62	.001													Külföldön fontosabb a wellness minősége	
Pair 2	5.1.	-.2143	.9101	.1147	-.4435	.0149	-1,869	62	.066														
Pair 3	5.1.	-.3175	.7946	.1001	-.5176	-.1173	-3,171	62	.002														Külföldön kevésbé fontos a személyzet szakmai felkészültsége
Pair 4	5.1.	-.2143	.6763	.0852	-.3846	-.0440	-2,515	62	.015														Külföldön kevésbé fontos a személyzet udvariassága
Pair 5	5.1.	.5317	.8370	.1055	.3209	.7425	5,042	62	.000														Külföldön fontosabb a kikapcsolódás
Pair 6	5.1.	.3571	.7208	.0908	.1756	.5387	3,933	62	.000														Külföldön fontosabb a természeti környezet
Pair 7	5.1.	.1429	.7643	.0963	-.0496	.3353	1,484	62	.143														
Pair 8	5.1.	.2381	.9412	.1186	.0010	.4751	2,008	62	.049														Külföldön fontosabb a szórakozás
Pair 9	5.1.	.4206	.7471	.0941	.2325	.6088	4,469	62	.000														Külföldön fontosabb a városnézés
Pair 10	5.1.	.3492	.7164	.0903	.1688	.5296	3,869	62	.000														Külföldön fontosabb a kirándulás
Pair 11	5.1.	-.1429	.8397	.1058	-.3543	.0686	-1,350	62	.182														
Pair 12	5.1.	-.5794	.9846	.1240	-.8273	-.3314	-4,671	62	.000														Külföldön kevésbé fontos a versenyzési lehetőség
Pair 13	5.1.	.0000	.7460	.0940	-.1879	.1879	.000	62	1,000														
Pair 14	5.1.	-.1111	.9937	.1252	-.3614	.1392	-.888	62	.378														
Pair 15	5.1.	-.1032	.8760	.1104	-.3238	.1174	-.935	62	.354														
Pair 16	5.1.	-.0238	.8054	.1015	-.2266	.1790	-.235	62	.815														
Pair 17	5.1.	-.1508	.6935	.0874	-.3254	.0239	-1,726	62	.089														
Pair 18	5.1.	.2381	.8513	.1072	.0237	.4525	2,220	62	.030														Külföldön fontosabb az családdal közös nyaralás

22. melléklet Magyarok külföldön történő golfozási szokása

FAKTOR ELEMZÉS - Rotated Component Matrix ^a											
	Component										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
[16. A pályához tartozó/ajánlott wellness és spa szolgáltatások minősége]	.835		.141	.117	.126					.232	
[15. A pályához tartozó/ajánlott étterem minősége (helyi gasztronómiai specialitások)]	.706		.239		.161		.202	.265		.134	
[14. A pályához tartozó/ajánlott szálláshely minősége]	.558			-.413	.175	-.102	.334	.365	.112		
[17. Hangulatos klubélet, jó szórakozás]	.553	.110		.431		.306	.153			.147	-.248
[32. Barátok, rokonok meghívása]	.408	.332	.264		.303					-.209	
[22. Páratlan, drámai tájkép, egyedül látvány]		.823	.111		.109			.107		.164	.163
[21. Csodálatos, változatos természeti környezet]		.802	.190	-.178	.148		.117	.134		.115	-.104
[31. Üzleti út + szabadidős vagy üzleti partnerrel történő golfozás]			.814	.268					.115		
[29. A sport tanulása, gyakorlása (PRO-val)]	.326	.153	.685	.213			.265				
[34. Az utcétel golfos presztízse]	.148	.279	.647			.189	.169	-.225	.269	.203	
[27. (Nemzetköz) versenyeken játékosként való részvétel]		-.194	.176	.823				-.128	.180		
[28. Nemzetközi játékosokkal való játék]			.334	.680	-.166	-.176	.235		.292		
[30. Golf rendezvényen való részvétel (pl. céges)]	.248	.169	.487	.560	.211						
[26. A környékbeli saját ingatlan (apartman, villa)]	.118	-.102	.379	.507	.369			.387		-.169	
[25. A környékbeli kirándulási lehetőségek (egyéb szabadidős tevékenységek)]	.241	.135	.117		.839						
[24. A környékbeli kirándulási lehetőségek (városlátogatás, kulturális látványok, örökségek)]	.137	.122			.817						.164
[1. Apátya minősége (green, fairway, tee)]	.286	.289			-.526	-.101		.129	.203		.354
[13. A pályák olcsó megközelítése]	-.125					.863					.113
[12. A pályák lakóhelytől való távolsága (könnyű, gyors megközelítése)]	.251	-.173	.171	-.116		.591	.133	.369		.224	
[23. A környékbeli szórakozási lehetőségek (bárok, pub-ok)]	.296	.511		.127		.516	.128				-.312
[33. Családdal közös nyaralás (golfozás)]	.243	.103	.220		.400	-.459	.136	.157	-.107	.180	.366
[19. A pálya/pályák alkalmazottainak udvariassága, kedvessége vendégszeretete]			.129		.126		.899	.118		.101	
[18. A pálya/pályák alkalmazottainak szakmai felkészültsége (recepció, greenkeeper, felszolgálók, golf shop, PRO)]	.340					.195	.743		.102		-.203
[20. Pihenés, kikacsolódás, üdülés]	.203	.301		.343	-.109	.384	.229			.218	-.288
[2. A felkeresett országban/ területen található közeli pályák száma]	.132	.137			.157		.757				.123
[8. Új pályák megismerése, megjárása]	.128	.311	-.110	.176		-.216	.125	.616		.280	
[35. Elérhető tee-time-ok]			.185	-.151	-.149	.362	.341	.518	.231	-.121	
[9. A felkeresett ország/terület kedvezőbb éghajlata]	.186	-.229	.235	-.282		.120	-.241	.353	.179	.296	-.261
[4. Apátya tervezője (pl. Robert Trent Jones Sr. és Jr., Jack Niklaus, Montgomerie, Faldo stb.)]		.437	.237	.220			.138		.868		
[6. Apátyan rendezett profi versenyek (pl. Ryder Cup, Solheim Cup, Open, PGA ET, LET)]		.617	.160						.666		
[5. Pátya hímve, tradíciója (pl. St. Andrews, Royal Troon, Royal Birkdale, Augusta, Pebble Beach, Portmarnock,)]	.155	.246						.111		.774	.119
[11. A pályák földrajzi környezete (pl. tó- vagy tengerpart, hegyvidék, sivatag, üdülőhely stb.)]	.348		.103		.249	-.123	.186		.139	.567	.155
[10. Komplet golfsomag (golf, szállás, étkezés + kevés utána járás, profi szervezés stb.)]								-.149	.143	.158	.196
[7. Apátya nehézsége]										.705	
[3. Apátya kedvező ár-érték aránya]	.119			-.179		.576	.159	-.181	-.154	-.102	.585

KMO and Bartlett's Test				Total Variance Explained										
Kaiser-Meyer-Olkin	Bartlett's Approx.	Test of Sphericity	df	Sig.	Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared		
						Total	Variance	e %	Total	Variance	e %	Total	Variance	e %
	.544		595	.000	1	7,037	20,105	20,105	7,037	20,105	20,105	2,974	8,498	8,498
	1140,446				2	3,212	9,176	29,281	3,212	9,176	29,281	2,972	8,493	16,991
					3	2,852	8,149	37,430	2,852	8,149	37,430	2,599	7,426	24,417
					4	2,532	7,235	44,665	2,532	7,235	44,665	2,545	7,271	31,688
					5	1,918	5,481	50,146	1,918	5,481	50,146	2,497	7,133	38,821
					6	1,697	4,849	54,995	1,697	4,849	54,995	2,396	6,845	45,666
					7	1,522	4,350	59,345	1,522	4,350	59,345	2,249	6,425	52,091
					8	1,419	4,055	63,400	1,419	4,055	63,400	2,166	6,189	58,280
					9	1,313	3,751	67,151	1,313	3,751	67,151	2,084	5,955	64,236
					10	1,151	3,288	70,439	1,151	3,288	70,439	1,618	4,623	68,859
					11	1,052	3,006	73,444	1,052	3,006	73,444	1,605	4,586	73,444
					12	.943	2,694	76,138						
					13	.924	2,641	78,780						
					14	.809	2,312	81,092						
					15	.711	2,033	83,125						
					16	.672	1,921	85,045						
					17	.630	1,800	86,846						
					18	.537	1,535	88,381						
					19	.516	1,476	89,857						
					20	.494	1,412	91,269						
					21	.407	1,162	92,431						
					22	.374	1,069	93,500						
					23	.351	1,004	94,505						
					24	.328	.938	95,442						
					25	.281	.803	96,245						
					26	.244	.698	96,943						
					27	.220	.628	97,571						
					28	.180	.515	98,086						
					29	.159	.453	98,539						
					30	.143	.409	98,947						
					31	.101	.290	99,237						
					32	.087	.247	99,484						
					33	.081	.231	99,715						
					34	.058	.166	99,882						
					35	.041	.118	100,000						

23. melléklet Magyar golfozók játéktudás és demográfiai változók alapján történő tipizálása

Report																				
TwoStep Cluster Number	Kiegészítő szolgáltatások	Társas élélmény	Könyvek egyéb lehetőségei	Természeti környezet	Pályaszí	Pályaszí	Plenítés	Pályá elérhetőség	Személyzet	Új pályá	Nehezítés	Környezeti társaság	Gazdasági előny	Egészségtudatosság	Agólia gazdagok sportja	Lemaradó hazai golfléte	Új pályák építése	Golfturizmus	Üzleti előny	Klubélet
1	Mean	-0,022327	-0,145661	5785760	-3906167	-1604070	-0,191370	-1,449262	-4,708996	-2,250879	-0,0836570	5520946	1,983872	2726797	-0,0517596	-3,0658572	-1,936024	0,721957	-3,161980	-0,001360
	N	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
	Std.	1,07334149	87635313	94130287	79626801	99847144	82078424	1,06418238	79491227	85051641	60806190	1,48846089	1,07501749	86373479	95475662	1,09168712	84701655	1,06448369	90176767	73568915
	Deviation																			
2	Mean	1,228504	-2,777791	-3,603146	-3,215700	4469666	-1,637207	1,296491	0,493369	4829125	-2,783324	-10,35609	10,58678	-0,013889	-1,189245	-0,972966	3049035	0,685029	18,29966	0,188120
	N	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
	Std.	73042541	1,02603958	98164427	1,05149109	1,10372783	1,22352387	72138544	75675918	85245621	7,6687573	1,01692130	8,8629708	9,8021837	1,10636759	1,07058889	8,7705701	8,8973496	1,05594059	97,992651
	Deviation																			
3	Mean	2979069	-3,992637	0,146725	0,722047	-0,0653137	3,443965	-3,44265	3,174138	0,414876	-0,066123	-1,123099	-1,171769	-6,419568	-1,053755	6,627257	13,04863	0,464364	-0,0188516	-6,252154
	N	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
	Std.	1,22140243	98276387	83117194	7,9635598	9,465593	6,1023443	82044598	121357541	97443283	3,220563	5,5237298	8,5579191	7,5779094	1,00608828	6,0499672	1,15628266	9,2888201	9,0586075	9,4417561
	Deviation																			
4	Mean	1,256296	5,327069	-0,066367	-0,095679	4844964	0,714956	3,977211	4,994934	2,171416	2,135943	-2,327959	1,721425	-0,051033	4,090084	-2,385464	3,889108	-1,462495	6,465588	2,772416
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Std.	1,10316710	1,02751577	1,12073825	1,18412894	7,4454639	6,9711402	12,4886087	1,48599771	1,17442676	1,34996125	4,7088940	1,6882851	87325836	1,21576789	9,9517749	1,14559566	1,07100395	8,6224507	1,09359601
	Deviation																			
5	Mean	-3,254864	3,082223	-2,557943	6,022739	-3,750653	-1,455322	1,238833	-0,417837	-3,007816	2,673137	-2,747220	-2,727071	2,477480	0,42115	0,708783	-33,34720	-0,994673	-1,127725	4,018465
	N	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
	Std.	88079845	97562160	96197299	97168966	90870107	1,29186959	1,0983189	7,6806692	1,09209913	1,02714763	6,0560211	6,8245873	1,19383099	8,8255200	9,0047244	97363215	1,10546828	1,0884050	1,07415403
	Deviation																			
Total	Mean	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
	Std.	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000
	Deviation																			

24. melléklet Az egyéni sportok elsajátításának éves költségei juniorok számára (ezer Ft) 2012-ben

	Golf	Tenisz	Sielés	Squash	Lovaglás (saját ló nélkül/ saját lóval)
Tagsági díj*	x	x	x	x	x
Felszerelés	50-100	35-100	150-250	25-60	60/300-410
Tanfolyam, tábor	3 x 30 + 40	15 + 50	25 + 50	20-30 + 40	70
Óradíj, pályabérlés	9 szakasz 5-10/2-4 óra 18 szakasz 10-24/5-6 óra	tagságtól függ, 3-4	20-50/hét	2-4	2-4
Bokszbérlés, abrak	x	x	x	x	x/300+30-50
Szállás, étkezés	x	x	100-150/hét	x	x
Oktatás/óra / + 10	8-15 / + 80-150	3-6/ + 30-60	20-40/hét / + 40-60	3-5/ + 30-50	2-4/ + 20-40
Gyakorlás/alkalom	2-3 (range labda) x 10	1-2 (labda) x 10	ittthon nap jegy 5 x 10	x	x
A sport előnye (játszhatóság)	játéktudásra, nemre, korra tekintet nélkül, minden időjárásban**, egyedül, kevésbé sérülésveszélyes	télen-nyáron, jó kapcsolatteremtő, salak ízületkímélő,	gyönyörű környezet, tiszta levegő	bármikor játszható, intenzív mozgás, könnyen tanulható nem teniszező is tudja	egész évben lovagolható a saját ló, más élőlény irányítása, terápia
A sport hátránya (játszhatóság)	legdrágább az óradíj és a range labda, télen fagyponat alatt nem	hasonló tudású, nemű, korú játékosnak kell, esőben, szélben, egyedül nem, sérülésveszély	időjáráshoz kötött (hó biztonság) nincs itthon – utazni kell, sérülésveszély	hasonló tudású, nemű, korú játékosnak kell, egyedül nem, sérülésveszély	költségigényesség, ló és pálya foglaltság, sérülésveszély
Szezon hossza (hónap)	8 (télen szimulátor) 03.15. - 11.15.	egész évben (télen teremben)	3-5 hónap (télen) december-február	egész évben (csak teremben)	egész évben
Összesen (ezer Ft)	260-380	270-450	360-560	115-180	150/720-860

*kezdőknél még nincs **csak villámláskor kell felfüggeszteni

Forrás: saját szerkesztés 2012