

A gyógy- és termálfürdők versenyképességi indexének pénzügyi aspektusai

© **Bozóti András**
KRTI KTK PTE, Pécs
andras.bozoti@gmail.com

Tanulmányom célja, hogy eddigi kutatás során feltárt egészségturisztikai potenciállal – gyógy- és termálfürdővel – rendelkező települések versenyképessége és a gyógytényezőkre alapozott gyógyfürdők üzemeltető vállalatának gazdasági helyzete közötti kapcsolatot kutassam. Vizsgálni kell a forráshoz jutás folyamatát, a pályázatok elnyerésének módját és az ebben rejlő hatékonyság-fokozó lehetőségeket. Átfogó tényező vizsgálattal egy specifikus versenyképességi index létrehozása a kutatás végső célja, amely segítségével a gyógy- és termálfürdővel rendelkező települések versenyképessége mérhető, összehasonlítható, s ennek eredményeképp a „legjobb gyakorlat” felállítható, illetve a dinamikus változásoknak megfelelően kialakítható.

Napjainkban egyre fontosabb szerepe van annak, hogy az egyre bonyolultabbá váló makro-környezeti viszonyok között miként lehet az előrelépés motorját, a gazdaságot fejleszteni, különösen regionális szinten. A regionális gazdasági növekedés ugyanis az elmúlt években, évtizedekben egyre inkább kulcskérdéssé vált Európában, az intézkedések és a döntéshozatal szintje a szubszidiaritás elve alapján regionális szintre került. Ahhoz, hogy a magyar régiókat fejleszteni lehessen fontos meghatározni azt, hogy milyen tényezők szükségesek egy régió fejlődésének elősegítéséhez? Egyáltalán miért kell egy régió gazdasági fejlettségét vizsgálni? Fontos a régiók fejlesztése, mivel az EU-s pályázatokat regionális célokra lehet elnyerni.

Az egészségturizmus helyi- és nemzetgazdaság-élénkítő hatásokkal rendelkezik. A választott témát több szempont szerint értékeljük, mivel önmagában az egészségturizmus is egy meglehetősen összetett kérdéskörhöz kapcsolódik, átszövi az egész gazdaságot, illetve sokrétű, széles termékkínálattal rendelkezik. Az egészségturisztikai fejlesztések értékelésének is számos aspektusa van: mind gazdasági, mind társadalmi és környezeti fenntarthatóságot is figyelembe kell venni.

A téma aktualitását igazolja, hogy az elmúlt évtizedben jelentős fejlesztéseket tapasztalhattunk az egészségturizmus rendszerében Magyarországon. Az egészségturizmus a regionális területfejlesztés egyik legfontosabb hazai eszközévé nőtte ki magát (Michalkó & Rátz, 2010). Sikerességének egyik alapvető oka az emberek szemléletének megváltozása, hisz egyre fontosabbá válik az egészség megőrzése, illetve a már kialakult betegségek mielőbbi leküzdése, ami elengedhetetlenül szükséges az egyéni munkatermelékenység, a motiváció erősödéséhez, a fizikai és az intellektuális fejlődéshez (Kocziszky, 2004).

Jelen tanulmányom alapját egy folyó OTKA-projekt¹ – amelyben aktívan részt veszek – eredményei alapozták meg és a kutatás során már eddig feltárt, valamint a jövőben feltárandó összefüggések ösztönöztek a téma továbbfejlesztésére. Úgy gondolom, hogy amennyiben sikerülne meghatározni azt, hogy *mi szükséges egy versenyképes gyógy- és termálfürdővel rendelkező település fejlesztéséhez* – ezen

¹ A publikáció az OTKA 106283 sz. támogatott kutatási projekt keretében készült, Bakucz Márta (bakucz@ktk.pte.hu) kutatásvezetővel történt konzultáció alapján.

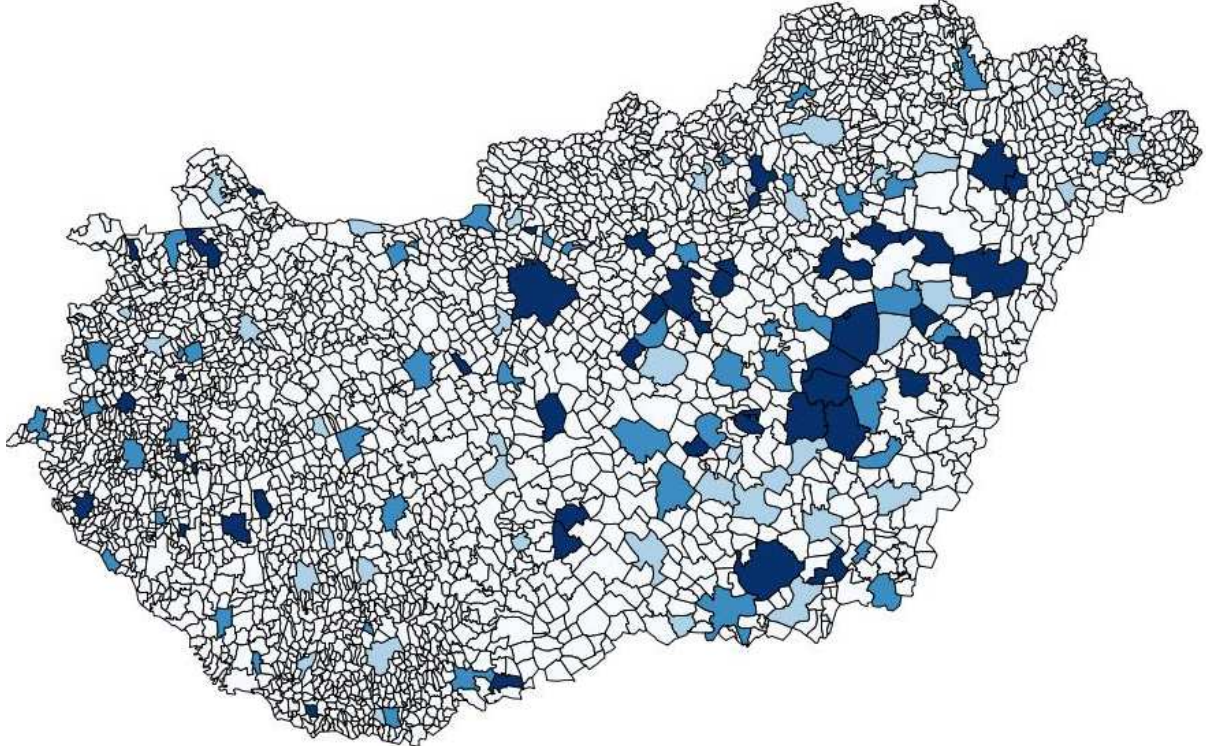
keresztül pedig a *spin off* hatást figyelembe véve az adott település egész régiójának fejlesztéséhez –, akkor a jelenlegi nehéz gazdasági helyzetben kapaszkodót lehet nyújtani az önkormányzatok számára a települések gazdasági életének javuló pályára állításához.

Magyarország nagyon gazdag termálfvizekben, az ország 70%-a alatt található termálfvíz-kategóriába sorolható természetes vízforrás, amelyeket az egyre korszerűbbé váló fúrési technológiák révén sikerül elérni és fürdőt telepíteni rájuk. A termálforrások között azonban nagyon sok eleget tesz egyúttal a gyógyvízzé válás kémiai-biológiai feltételeinek is, ami Magyarországot Európa-szerte kedvező, szinte egyedülálló helyzetbe hozza, nemzeti jövedelmet teremtve ezáltal, a folyó fizetési mérleg hiányának minél nagyobb részének fedezésére.

Folyó kutatásunk kiemelten vizsgál két régiót, a Nyugat-dunántúli és a Dél-dunántúli régió gyógy- illetve termálfürdővel rendelkező településeit. Ennek az oka az, hogy a térségi elhelyezkedés hatását is tényezőként vizsgáljuk egy *turista forgalom szempontjából centrális* és egy *periférikus* elhelyezkedésű régió kapcsán. A kutatás későbbi szakaszában a versenyképesség mérése érdekében nemzetközi kitekintésre és összehasonlításra is módot keresünk. Vizsgálni fogjuk terveink szerint a szomszédos osztrák régiót, Burgenlandot, valamint Szlovénia gyógyfürdőkkel rendelkező keleti területeit. Azáltal, hogy a szomszédos régiókat vizsgálunk, eltérő országokban, megalapozhatjuk további kutatások célkitűzéseit. Célunk megvizsgálni azt, hogy ezen régiók gyógy- és termálfürdőinek üzemeltetői milyen gazdasági helyzetben vannak. Milyenek a tulajdonviszonyok, milyen arányban találhatóak önkormányzati illetve magán kézben és ez hogyan hat a sikerességükre, eredményességükre? Ehhez azonban elengedhetetlen feltérképezni az adott régió összes gyógy- és termálfürdőjét a megfelelő kategorizálással együtt, ami a szakmai források következetlensége miatt korántsem olyan egyszerű feladat, mint elsőre tűnhet.

Nagyon nehéz korrekt, realisztikus és a lehető legkevésbé támadható módon értelmezni ezt az összetett kérdéskört – a gyógyfürdővel rendelkező településnek, s magának a fürdővállalatnak a versenyképességét – és mérésére indexet képezni. Azonban ha ez sikerül, az jelentősen fellendíthetné, *térségi szempontból kiegyensúlyozottabbá tenné a magyarországi gyógyturizmust*. Az alábbi térképen (1. ábra) a magyar gyógy- és termálfürdővel rendelkező településeket láthatjuk:

Magyarország gyógy és/vagy termálfürdővel rendelkező települései



Forrás: Kovács Áron szerkesztése, 2012

Sötétkék szín jelzi a gyógyfürdővel rendelkező településeket, középkek a gyógy- és termálfürdővel rendelkezőket, a világoskék pedig a termálfürdővel rendelkező településeket jelöli. Az is fontos tényező, hogy a vizsgálatba vont vállalatok általában nem a nagyvállalatok közé tartoznak, így mindenképp a kis- és középvállalatokra vonatkozó elméleti megfontolásokat kell alapul venni (Szerb, 2010). Jelen tanulmányomban ennek csak egy részével, a pénzügyi mutatószámmal foglalkozom részletesebben. Kutatási hipotéziseim is erre vonatkoznak:

H1: A vállalatok zöme eladósodott és adósságkezelési problémáik vannak.

H2: A fürdővállalatok nagy része megfelelő likviditású a nehézségek ellenére is.

A választott téma helye a szakirodalomban

A gazdaság nagyon sok területén végeztek már más kutatók versenyképességi felméréseket, hoztak létre különböző mutatószámokat bonyolult modellezési technikák segítségével, amivel lehetővé tették az összehasonlíthatóságot. Számos tanulmány született vállalati versenyképességi vizsgálatok témakörében, többek között *Hoványi Gábor* (1999) versenyképességi vizsgálata, de említhetjük *Chikán Attila* és *Gelei Andrea* (2007) versenyképességről szóló tanulmányát is. Korábban már kutatott területnek számít az országok monetáris politikájának a vállalatok versenyképességére gyakorolt hatása is (Ábel & Halpern, 1997), *viszont konkrétan fürdőket üzemeltető vállalatok versenyképessége és az általuk működtetett fürdők sikeressége közötti összefüggésre nem találunk korábbi kutatásokat a magyar szakirodalomban.*

A versenyképesség méréséhez azonban először meg kell határoznunk, hogy pontosan milyen vállalatokra gondolhatunk, és kiket vonunk be a vizsgálat körébe.

Ehhez elengedhetetlenül szükséges tisztázni bizonyos alapfogalmakat. A turisztikai célállomás (vagy más néven: desztináció) versenyképessége egy meglehetősen bonyolult fogalom: fontos, hogy megfelelően tudjuk definiálni egy helyként, amely meghatározott természetes vonzerővel, rá épülő infrastrukturális háttérrel rendelkezik. Minden egyes desztináció különleges ambícióval rendelkezik céljaik megvalósítására, így néhány szerző létrehozott vagy adaptált különböző modelleket a turisztikai célállomások versenyképességének mérésére. Az elemzésre használt eszközök egyike, amely mérni képes a turisztikai desztinációk versenyképességét az Porter öttényezős modellje, ami figyelembe veszi az erőforrásokat, keresleti viszonyokat, kapcsolódó iparágakat, vállalati stratégiát, struktúrát, és a versenytársakat az adott szektorban (Bálan, Balaur & Veghes, 2009). A turizmuson belül azonban megkülönböztetünk különböző ágakat, melyek egyike az egészségturizmus. A turizmus ezen ágának versenyképességét azért is érdemes kutatni, mivel Magyarország Európa-szerte szinte páratlan adottságokkal rendelkezik. Még kiaknázatlan gyógy- és termásvíz-készleteink vannak, amiknek feltárását illetve a jelenleg hasznosított vízkészlet jobb kihasználását és az ebből fakadó gazdasági előnyök maximalizálását kell célul kitűzni.

Kutatásom során arra jutottam, hogy a tudományterület fogalomhasználata sem egységes. Ha egy artézi víz a felszínre tör, akkor annak kémiai összetételét megvizsgálva először ásványvízzé lehet minősíteni, aminek feltétele bizonyos mennyiségű oldott ásványi anyagok jelenléte a rétegvízben. Nálunk ez a mennyiség 1000 mg/l, az EU-s elvárások alapján azonban csak 500 mg/l (Zborovján, 2002). Ha azonban ezek az ásványi anyagok olyan együttes összetételt biztosítanak, ami az ásványvizet bizonyíthatóan gyógyító hatással ruházza fel, akkor már minősített gyógyvízről beszélhetünk. Fontos azonban leszögezni, hogy az ásványvíz illetve a gyógyvíz kémiai összetevők alapján értelmezhető fogalom és nem keverhető össze a termásvíz elnevezéssel. Tapasztalatom szerint sok forrás szinonimaként kezeli ezeket a kategóriákat, pedig az előző kettővel ellentétben a termásvíz nem kémiai összetevőkkel hozható kapcsolatba, hanem hőmérséklettel. Termásvíznek tekintjük azokat a természetes vízforrásokat, amelyeknek felszíni hőmérséklete meghaladja a 30 fokot. Ez a kategorizálás azonban korántsem egységes, más szerzők szerint² csak a 35 fok feletti vizet tekinthetjük termálnak, míg Európában a 20 Celsius-fok feletti víz is termásvíz kategóriát képvisel.

Az egészségturizmus alapvetően gyógytényezőkre épül, melyek közül elsődlegesen a gyógyvizet kell kiemelni, de ilyen tényező lehet a gyógyiszap, vagy a gyógybarlang is. Az egészségturizmus meghatározása sem egységes. Alapvető jellemzője, hogy a turista elsődleges utazási motivációja egészségének megőrzése, vagy már kialakult, különböző betegségeinek kezeltetése (Molnár, 2010). Attól függően, hogy az említett két fő motiváció melyikéről beszélhetünk, megkülönböztetjük a rekreációs turizmust és a gyógyturizmust, mint az egészségturizmus két legfontosabb alrendszerét (Siskáné Szilasi, 2011).

Jelen tanulmányban és kutatásunkban is mindkét kategóriának központi jelentősége van. Rekreációs turizmus alatt egy olyan komplex csomagot értünk, amely tartalmaz wellness- és fitness elemeket is azért, hogy az ezt igénybe vevő vendégek egészségi állapotukat szinten tudják tartani.³ Az egészségturizmus másik ága a gyógyturizmus (KPMG Consulting, 2002). Erről akkor beszélhetünk, amikor a szolgáltatásokat igénybe vevők motivációja a gyógyulni vágyás, egészségi állapotuk

² <http://magazin.carbona.hu/gyogyfurdo-vagy-termalfurdo/>

³ <http://fogalomtar.eski.hu/index.php/Eg%C3%A9szs%C3%A9gturizmus>

javítása célzott orvosi kezelések segítségével.⁴ Az egészségturizmus fogalma országonként is eltérő, éppen ezért nem egyszerű nemzetközi összehasonlítást tenni, azonban az OTKA-kutatás keretén belül ezt is megvalósítani igyekszünk. Az amerikai megközelítés az egészségturizmussal kapcsolatban például egyfajta kiszervezési tevékenységgel is párosul (Marlow & Sullivan, 2007), ugyanis az USA-beli kórházak Latin-Amerikába kiszervezik bizonyos egészségmegőrző részlegeiket költségcsökkentő megfontolásokból. A filozófiáját tekintve azonban elsősorban a testi és lelki egyensúly megvalósítása a cél (Herrick, 2007). Ezzel szemben a német megközelítés elsősorban a településfejlesztés szempontjából értékeli az egészségturizmus szerepét, vagyis mint egy olyan eszközt veszi számba, ami hozzájárulhat települések előrelépéséhez az ott tartózkodó (és gyógyulni vágyó) vendégek jelenléte nyomán (Kaspar, 1996). A foglalkoztatottsági szint is egyre magasabb lesz ebben az ágazatban.

A turizmus versenyképessége során számos tényezőt azonosítottak már különböző kutatásokban, ezeknek szintéziséből szeretnénk egy újat, speciálisan egészségturisztikai modellt létrehozni Poon (1993). elemzésében a turizmus húzóágazat jellegét emeli ki, ezzel szemben Dwyer et al. (2000) a valutaárfolyamok figyelembe vételére hívja fel a figyelmet, Hassan (2000) a kínálati rugalmasságot emeli ki, de említhetjük Heath (2000) alulról építkező ház-modelljét is. Az eddigi legrészletesebb modellt Crouch és Ritchie (1999) dolgozták ki. A fenti szerzők kutatási törekvéseiben természetesen jó néhány átfedés is található, azonban most csak egy-egy olyan sajátos aspektust emeltem ki, ami megkülönbözteti kutatásukat a többitől.

Az egészségturizmus egyre növekvő jelentőségét már elemezték a magyar gazdaság szemszögéből is (Bakucz, Klesch & Lampert, 2010), amiben a Dél-dunántúli régióban végrehajtott legfontosabb egészségturisztikai fejlesztéseket, illetve a jövőben végrehajtandó beruházásokat vizsgálták, valamint kiemelték a tervezés és az együttműködés fontosságát a lehetőségekhez mért maximális vendégszám elérése érdekében. Egy adott régió egészségturisztikai versenyképességének mérése szempontjából elengedhetetlenül fontos az a tény is, hogy a turisztikai desztinációs szervezetek (TDM-szervezetek) struktúrája egyre inkább egy modern menedzsment és működési rendszerként értékelődött át (Tózsér, 2010). Ebből következik, hogy a menedzsment-kérdések egyre inkább előtérbe kerülnek, és a hatékonyabb irányítás is növelheti a régiók versenyképességét, ehhez azonban szakértők bevonására lenne szükség. Jancsik András (2008) szerint mind a kínálati, mind a keresleti oldalon változások figyelhetők meg, ami szintén hatással lehet az elemzésünkre. A kínálati oldallal kapcsolatban vizsgálni kell többek között a közlekedés költségeinek csökkenését, új desztinációk felemelkedését, mivel olyan újfajta sajátosságok is vonzerőkké válhatnak, amikre korábban nem gondolhattunk. Ezzel azonban már részben megérkeztünk a kínálati oldalhoz, ugyanis az utazási célok megváltozása, valamint a turisták ismeretszintjének növekedése is hozzájárul az elemzések módosulásához. Lőrincz Katalin (2007) kimondottan egészségturisztikai kutatást végzett, az egészségturizmus legfontosabb fejlesztési irányait vizsgálva. Ezek közül a gyógy- és termálvizek használatának megkülönböztetését, többgenerációs programokat, komplex szolgáltatásokat és a regionális kereslet élénkítését emelem ki.

⁴ <http://naturastart.shp.hu/hpc/web.php?a=naturastart&o=1163692837>

A versenyképességi index tervezett felépítése, módszertani megfontolások

Ahogy a korábbi fejezetekben utaltam rá, célunk egy versenyképességi index létrehozása, specifikusan az egészségturizmussal kapcsolatban. Az egészségturizmus *multidiszciplináris* tudomány, épp ezért számos területről szükséges ismeretekkel és adatokkal rendelkezni a téma teljes körű megvilágítása érdekében. Alapvetően turisztikai ismeretek kellene természetesen, de ezt kiegészítik pénzügyi-számviteli adatok is, a végeredmény bemutatásához pedig a statisztikai ismeretek nélkülözhetetlenek. Az adatgyűjtés azonban elég nehézkes, ugyanis a gyógy- és termálfürdők üzemeltetői teljesítményükről igen kevés adatot szolgáltatnak, de a pénzügyi megközelítéseket ez nem érinti számottevően, inkább a kutatás egészére lesz hatása.

A versenyképességi index három fő aspektusból épül fel (King & Lee, 2006). Úgy vélem, hogy a befolyásoló erők és a tényezők ezen hármas felosztása eredményezheti a leghatékonyabb és legkörültekintőbb elemzést. *Első csoportba* a turisztikai desztináció erőforrásait és vonzerejét meghatározó tényezőket soroltuk. Ezek közül legfontosabbak a természeti erőforrások, a kulturális tényezők, az adott helyen megtalálható különleges, speciális vonzerők. A természeti erőforrások esetén a tájészletikai sajátosságokat vesszük figyelembe, az adott területen található gyógy- vagy termálvíz minőségét, mennyiségét, valamint a klimatikus sajátosságokat. A kulturális szempontok esetében a helyi hagyományokra, tradicionális szokásokra helyezük a hangsúlyt, ami szintén hozzájárulhat egy terület versenyképességéhez, bár csak közvetve kerülhet kapcsolatba az egészségturizmussal. A speciális vonzerők esetében pedig évente megrendezendő események, fesztiválok jelenlétét vizsgáljuk. Azonban napjainkban egyre inkább elmondható az, hogy változott a *kereslet*, az emberek egyre inkább a komplex szolgáltatásokat helyezik előtérbe és a turisták egyre több információ birtokába kerülnek már utazásuk előtt, a célállomás kiválasztásakor, ezért mindenképp fontos felmérni. Ilyen kiegészítő jellegű, de fontos tényezők lehetnek a szálláshely-kínálat, vendéglátás színvonala, a gasztronómiai különlegességek, valamint az utazás, megközelíthetőség, továbbá az általános tisztaság és biztonság. Utóbbinak különösen fontos szerepe van az egészségturizmusból, a vizek minőségének folyamatos ellenőrzése indokolt. A szálláshelyek értékelésével kapcsolatban a kapacitásokat kell vizsgálni, az ehhez kapcsolódó árakat, a szállodák besorolását, az egyéb szálláshelyek kínálatát, s ezzel párhuzamosan az ételkínálat változatosságát. A megközelíthetőség szintén fontos szempont, a magyar fürdők esetén mindenütt vizsgálni fogjuk a főútvonalakon és vasúthálózaton keresztül történő megközelíthetőséget.

Második tényezőcsoport a turisztikai desztináció környezetének sajátosságai. Ide nagyrészt makro-folyamatokat sorolhatunk pl. gazdasági növekedés, szocio-kulturális változások, iparágak közötti interakciók, keresleti tényezők, közösségi részvétel és a helyi lakosok attitűdje. A gazdasági növekedés vizsgálatánál a turisztikai ágazat GDP-hez történő hozzájárulásának számítására gondolhatunk elsősorban. Azonban a szociális változások is részben kapcsolódnak ehhez: a demográfiai változások, az elöregedő társadalom és az ennek következtében változó kereslet, az emberek gondolkodásmódjának változása, az, hogy egyre szélesebb réteg számára alapvető az egészségtudatos életmód. Fontos megvizsgálni az utazásokat is, céljuk, időtartamuk szempontjából, amit az eltöltött vendégéjszakákkal lehet mérni. A keresleti kondíciók vizsgálatánál mindenképp említést érdemel a

nemzetközi- és ezzel egy időben a hazai turisztikai piac növekedése, ami előrevetíthet bizonyos tendenciákat, jövőre vonatkozó becsléseket. A helyi lakosság attitűdjének vizsgálata egy nehezebb pont a kutatásban. Itt több dologra is gondolhatunk: a hozzáállásuk, viszonyulásuk az egészségturisztikai fejlesztésekhez, aktív részvételük a tervezési folyamatokban stb.

Harmadik, egyben utolsó *tényezőcsoportunk* pedig a turisztikai desztináció stratégiáját képezi. Ide sorolhatók mindazon tényezők, amelyek kimondottan egy-egy célállomásra vonatkoznak, tehát az előző csoporttal szemben itt inkább a mikro-szemlélet érvényesül. Fel kell mérni a kutatás során a desztináció marketing tevékenységét. Vizsgálni kell, hogyan pozicionálják magukat a gyógy- és termálfürdők, mi az egyedi értékesítési ajánlatuk (USP-unique selling proposition), milyen stratégiát folytatnak, s milyen imázst alakítottak ki magukról. A humán erőforrás-menedzselésével kapcsolatban fontos kérdés, hogy milyen arányban alkalmaznak szakképzett alkalmazottakat a különböző pozíciókban, gondolva a vállalati vezetőktől kezdve egészen a masszörökig. Ennek az a magyarázata, hogy nagyon személyre szabott szolgáltatásokról beszélhetünk, ahol az alkalmazottakkal történő kontaktus nagy befolyásoló erővel bír és eldöntheti, hogy visszatérnek-e az emberek még az adott gyógyfürdőbe, vagy sem. A szolgáltatások minőségét és a szolgáltatások körét is meg kell vizsgálni, mi a fürdő profilja? Milyen szolgáltatásokat kínál? Ezt ki lehet egészíteni egy vendéglégedettségi vizsgálattal. Ugyancsak vizsgálni kell a TDM-szervezetek szerepét a célállomások működésében, a stratégiai tervezést és fejlesztést, valamint az árképzést is. Górcső alá kell venni a vezetési-vállalatvezetési struktúrákat, mi a jellemző a szektorra, vannak-e eltérések régióként, továbbá milyen távlati tervek, előirányzott fejlesztései vannak a fürdőknek. Az árakat célszerű szolgáltatásonként párhuzamosan a versenytárs-fürdők között összegyűjteni és összehasonlítani, így képet kaphatunk az egyes szolgáltatások értékesítéséről. Végül, de nem utolsó sorban az üzemeltető vállalatok értékelését is el kell végezni, hogy mint gazdálkodó egységek milyen tevékenységre képesek.

Az egészségturisztikai kutatások kvantitatív elemzéséhez elengedhetetlenül fontos a megfelelő módszertan kiválasztása. Léteznek leíró, szociológiai jellegű statisztikai módszerek is, amelyek megfelelően alkalmazhatók az egészségturizmus elemzésével kapcsolatban, azonban vannak sokkal szofisztikáltabb megoldások is, amelyeket parametrizáló módszereknek nevezünk (Túróczy & Kóródi, 2011). Felhasználásuk a turizmus elemzésére alkalmas, a sokváltozós jelenség miatt azonban többnyire számítógépes programozási háttérrel igényel, a képletek bonyolultsága miatt a függvényképzés nehézkes (Kóródi, 2011). A korreláció-vizsgálat és a regressziós modellek létrehozása, valamint a faktoranalízis is releváns lehet. Főleg abban a tekintetben kell a kiválasztott módszert az egészségturizmushoz illeszteni, hogy milyen adatokat használunk fel, mi alapján határozzuk meg a költségeket és a hasznokat, a nettó jelenértéket? *Csak a beruházásra koncentrálnak és az abból fakadó közvetlen megtérülésre? Vagy számításba vesszük a településre, régióra gyakorolt hatást is? De ezt hogyan tudjuk számszerűsíteni?*

A választott módszertan függvényében ezek a változók még alakulhatnak. Nyilván, ha egy regressziós modellben, vagy ökonometriai összefüggésekben gondolkodunk, akkor adott esetben elképzelhető, hogy túl sok változót igyekszünk modellbe ágyazni. A jó modell jellemzője az, hogy elég nagy a magyarázó ereje de még érthető összefüggések leolvasására nyújt lehetőséget. Amennyiben ilyen irányba visszük tovább a kutatást, akkor természetesen vizsgálni kell az egyes

faktorok közötti korrelációkat, alkalmazni kell *stepwise regressziót*⁵, hogy mérlegelni tudjuk az egyes változók magyarázó-erőhöz történő hozzájárulását és kihagyásuknak kockázatát a modellből. Ebben az esetben faktoranalízist is alkalmazunk, illetve bizonyos vonatkozásokban klasztereket is képezhetünk, például az üzemeltető vállalatokból jelenlegi működésük szempontjából.

A Delphi-kutatást is meghatározó irányvonalnak és jelentős opciónak tekintjük, amennyiben nem csak a jelenlegi helyzet értékelésére szorítkozunk, hanem hosszabb távú előrejelzéseket is szeretnénk tenni. Ehhez a kutatási terület szakértőinek lekérdezésére lesz szükség a kutatási munka későbbi szakaszában, a jövőbeli legfontosabb témák, tendenciák, további kutatási lehetőségek és szükségességek meghatározására (Linstone & Turoff, 2002).

A Dél-dunántúli régió gyógyfürdőt üzemeltető vállalatainak rövid elemzése

A vállalatok működésének pontos felméréséhez egy komplex mutatószámok rendszerre (Takács, 2008) van szükség és több évet felölelő perióduson keresztüli vizsgálatra. A vállalatok pénzügyi hatékonysága jelentősen befolyásolhatja a fürdők versenyképességét. Jelen tanulmányban az általam legfontosabbnak tartott néhány mutatószám értékelését mutatom be. *20 dél-dunántúli fürdővállalatot vizsgáltam* és az alábbi következtetésekre jutottam beszámolóik elemzéséből:

- *A tőkeellátottságot és a kötelezettségek arányát* célszerű párhuzamosan vizsgálni. Mindössze négy vállalatról mondható el, hogy vagyonának több mint a fele saját tőkeként áll rendelkezésre. Ugyanakkor nyolc fürdő esetében mutatható ki, hogy a kötelezettségek aránya meghaladja az 50%-ot, ezek a vállalatok jelentős adósságállománnyal rendelkeznek. Fontos megemlíteni, hogy a vissza nem térítendő pályázati pénzeket, állami támogatásokat a passzív időbeli elhatárolások között szerepeltetik a cégek, jelentős tehát ez a vagyonrész minden vizsgált cégnél. A tőkefeszültség mutató értéke 8 cégnél haladja meg az 1-et, ami azt jelenti, hogy több kötelezettségük van, mint saját tőkéjük.
- *Adósságállományt* 16 cégnél találhatunk, a mutató 1-hez közeli értéket mutat három cégnél, ahol ez komoly finanszírozási problémákat okozhat.
- A cégek fizetőképességének vizsgálatához az *egyszerű likviditási rátát* használtam. Ennek értéke akkor jó, ha 1 felett van és a folyó tartozásokat a vállalat követeléseit fedezni tudják. Mindössze 6 cégnél ideális a mutató értéke, a többiekénél fokozott vizsgálat alkalmazandó a gyengébb likviditás okának megértéséhez, egy cégnél pedig kiugróan magas értéket tapasztaltam. Ennek „finomított” változatához, a *hitelfedezeti mutató* meghatározásához azonban kevés adat állt rendelkezésünkre, mivel a vizsgálat körébe vont cégek közt akadt jó néhány, akik egyszerűsített éves beszámolót készítenek, így a mérlegük sem annyira részletező. 11 cégnél tudtam vizsgálni a hitelfedezeti mutató alakulását, ezek közt háromnál tapasztaltam kedvező (1 feletti) értéket, a másik 8-nál problémákat tapasztalhatunk, melyek további feltárássra szorulnak.

⁵ Olyan regressziós eljárás, ami a változókat magyarázó erejük sorrendjében, lépésenként építi be a modellbe.

- Jövedelmezőségi szempontokat vizsgálva az *árbevétel-arányos üzleti eredmény* és az *árbevétel-arányos adózás előtti eredmény* került a vizsgálódás fókuszába. Előbbiről elmondható, hogy négy céget leszámítva mindenütt 10% alatt maradt a mutató értéke, ami azt jelenti, hogy az üzemi tevékenységből eredő költségek levonása után már csak 10%-a realizálódik az árbevételnek. Az árbevétel-arányos adózás előtti eredménnyel kapcsolatban elmondhatjuk, hogy erőteljes korrelációt mutat az előbbi kategóriával, itt is négy céget találunk, akiknél 10% felett alakul az érték. Ennek az az oka, hogy pénzügyi tevékenységet jelentős volumenben nem végeznek a cégek, így nem torzítja olyan mértékben a jövedelmezőségüket.
- A ROA és a ROE mutatók a megtérülést nem eredménykategóriához mérik, hanem a vállalat összes eszközállományához, illetve saját tőkéjéhez. Ezen mutatók tekintetében elég nagy szórást tapasztalhatunk az értékek között, a ROA mutatóból 1 feletti értéket is találunk, ami azt jelenti, hogy az árbevétel meghaladja az összes eszközállományt, két cég esetében láthatjuk ezt, további háromnál pedig 0,7 feletti értéket láthatunk. Az értékek zöme 0,3-0,4 között szóródik. A ROE értékek között jóval több 1 feletti értéket láthatunk (szám szerint 8-at) és nagyobb abszolút értékűeket is (11,7 a csúcs), ugyanis ez szűkebb kategóriához, a saját tőkéhez méri az árbevételt. További 5 cég esetén a ROE értéke meghaladja a 0,5-t, a maradék cégeknél 0,3 alatt mozog.

Összességében elmondható, hogy a vállalatok elemzése kapcsán vegyesen találunk eladósodott, illetve főleg saját pénzből gazdálkodó céget, de a cégek mintegy harmadánál likviditási problémák lépnek fel. A jövedelmezőségi kérdés szinte mindenkinél komoly probléma, bár erre vonatkozóan nincs is egyértelmű határszám, ami felett az értéket jónak mondhatjuk, de a tendencia látszik, hogy nem elég nagy az árbevétel, hogy a költségek fedezésén túl nyereséget biztosítson, sőt kirívó esetekben három fűrdőnél a költségeket sem egyenlíti ki. A hipotézisekről elmondhatjuk, hogy 20 vállalatból 16-nál találunk adósságállományt. Ez önmagában azonban még nem okoz eladósodottságot: itt most a kötelezettségek arányának 50% feletti értékére gondolhatunk, ami nyolc fűrdőt érint a 20-ból, tehát a H1 részben elfogadottnak tekinthetjük, hiszen ez csak 40%-a az összes fűrdőnek. A H2 hipotézist is el kell vetnünk, miszerint megfelelő a cégek likviditása, itt épp ellenkező arányt fedezhetünk fel. 20 vállalatból 14-nek a kívánt érték alatt marad a likviditási mutatója, ami 70%-os arányt jelent. Végző következtetésként elmondható, hogy a komplex vizsgálatra javasolt fűrdővállalatok gazdasági helyzete nem stabil, komoly problémák várnak megoldásra.

Irodalomjegyzék

- ÁBEL I., & HALPERN L. (1997): *A versenyképességet befolyásoló tényezők a monetáris politikában*. Zárótanulmányok Z19. kötet. Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Vállalatgazdaságtan Tanszék. http://edok.lib.uni-corvinus.hu/259/1/Z19_Abel_Halpern.pdf [2013.01.19.]
- BAKUCZ M., KLESCH G., & LAMPERTH J. (2010): Regional Factors in Tourist Flows and Competitiveness in Health Tourism in Hungary. In *Economic Development and Perspectives of SEE Region in the Global Recession Context, 5th International Conference. Proceedings: Book of Extended Abstracts* (pp. 193-195). Sarajevo, October 14-15, 2010. Sarajevo: University of Sarajevo, School of Economics and Business.
- BĀLAN, D., BALAURE, V., & VEGHES, C. (2009): Travel and tourism competitiveness of the world's top tourism destinations: an exploratory assessment. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 11 (2), 979-987.
- CHIKÁN A., & GELEI A. (2007): Vállalati versenyképesség – a vevői érték és a képességalapú megközelítés összekapcsolása. *Vezetéstudomány*, 38 (3), 2-11.
- CROUCH, G. I., & RITCHIE, J. R. B. (1999): Tourism, competitiveness and social prosperity. *Journal of Business Research*, 44, 137-152.
- DWYER, L., FORSYTH, P., & RAO, P. (2000): The price competitiveness of travel and tourism: A comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 21 (1), 9-22.
- HASSAN, S. (2000): Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38 (3), 239-245.
- HEATH, E. (2000): Key trends and challenges in destination marketing: The need for a new paradigm. In Ruddy, J., & Flanagan, S. (Eds.): *Tourism Destination Marketing: Gaining the Competitive Edge* (pp. 123-135). Dublin: Tourism Research Centre, Dublin Institute of Technology.
- HERRICK, D. (2007): *Medical Tourism, Global Competition in Health Care*. Dallas: NCPA Policy Report.
- HOVÁNYI G. (1999): A vállalati versenyképesség makrogazdasági és globális háttere. Michael Porter két modelljének továbbfejlesztése. *Közgazdasági Szemle*, 46 (11), 1013-1029.
- JANCSIK A. (2008): *Versenyképesség és annak továbbfejlesztési lehetőségei a turisztikai célterületeken. Menedzsment a XXI. században*. Veszprém: Pannon Egyetem.
- KASPAR, C. (1996): Gesundheitstourismus im Trend. In *Jahrbuch der Schweizer Tourismuswirtschaft* (pp. 53-61). St. Gallen: Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft.
- KING, B., & LEE, C-F. (2006): Assessing Destination Competitiveness: An Application to the hot Springs Tourism Sector. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 3 (3), 179-197.
- KOCZISZKY Gy. (2004): Egészségügyi klaszter(ek) kialakításának lehetőségei az Észak-magyarországi régióban. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 1 (2), 3-32.
- KÓRÓDI M. (2011): *Turizmus kutatások módszertana*. Pécs: PTE-KTK.
- KPMG Consulting (2002): Az egészségturizmus marketingkonceptiója. *Turizmus Bulletin*, 6 (2). http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/02_02/Sz3.htm [2013.01.19.]
- LINSTONE, H. A., & TUROFF, M. (Eds.) (2002): *The Delphi Method – Techniques and Applications*. <http://is.njit.edu/pubs/delphibook/> [2013.01.19.]
- LŐRINCZ K. (2007): *A hazai turisztikai régiókban megvalósuló termékfejlesztés problematikája az egészségturizmus példáján*. PhD konferencia. Budapest: ELTE.
- MARLOW, J., & SULLIVAN, P. (2007): *Medical Tourism: The Ultimate Outsourcing*. United States: AON Consulting Forum.
- MICHALKÓ G., & RÁTZ T. (2010): Hungarian Spa destinations in the tourism-oriented property market. *Földrajzi Értesítő – Hungarian Geographical Bulletin*, 59 (2), 131-146.
- MOLNÁR Cs. (2010): A turisztikai fejlesztések hatásai különös tekintettel Kelet-Magyarországra. *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok*, 5 (1-2), 120-125.
- POON, A. (1993): *Tourism, Technology and Competitive Strategy*. Wallingford: CAB International.

- SISKÁNÉ SZILASI B. (2011): Borsod-Abaúj-Zemplén megye egészségturisztikai potenciáljának vizsgálata. *A Miskolci Egyetem Közleménye, A sorozat, Bányászat*, 81, 201-210.
- SZERB L. (2010): A magyar mikro-, kis- és középvállalatok versenyképességének mérése és vizsgálata. *Vezetéstudomány*, 49 (12), 20-25.
- TAKÁCS A. (2008): *Beszámolóképzés és -elemzés*, Pécs: PTE-KTK.
- TŐZSÉR A. (2010): *Competitive Tourism Destination: developing a new model of tourism competitiveness*. PhD. thesis booklet. Miskolc: Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar.
- TÚRÓCZI I., & KÓRÓDI M. (2011): *Turizmus kutatások módszertana*. Pécs: PTE-KTK.
- ZBOROVJÁN Ferencné (2002): *Fizioterápiás ismeretek gyógymasszőrök számára*. Győr.

Internetes források

- <http://vizterapia.bioenergetikus.hu/>
<http://magazin.carbona.hu/gyogyfurdo-vagy-termalfurdo/>
<http://www.imtj.com/articles/2011/the-future-of-spa-tourism-30107/>