

Gyógy? Wellness? Spa?- Terminológiai útvesztő az egészségturizmusban

© DOBA Szilvia, © ZSIGMOND Edit
Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest
doba.szilvia@pszfz.bgf.hu, zsigmondeit@pszfz.bgf.hu

Az elmúlt években a turizmus kutatásában jelentős szerepet töltenek be a versenyképességről szóló tanulmányok. Ugyanakkor egyetlen kutatócsoport sem foglalkozott még koncentráltan a gyógyfürdők versenyképességével és emiatt erre még nem áll rendelkezésünkre egy kész, jól felépített módszertan a magyar- vagy külföldi szakirodalomban. A témához kapcsolódóan a magyar kutatások közül csak néhány foglalkozik gyógyüdülőkkel (Michalkó et al., 2009), vagy koncentráltan ezek hatásaira egy tervezet alapján (Széchenyi Terv). Így folyó kutatásunk, reményeink szerint, áttörőnek számít majd mind a nemzetközi, mind a hazai turisztikai publikációk és a turisztikai versenyképességi kutatások területén.

Kutatásunk során a magyar turizmus húzóágazata, az egészség- és gyógyturizmus versenyképességi tényezőivel foglalkozunk. Ez a turizmus olyan ága, amiben Magyarország gazdasági fejlesztésére kiemelkedő potenciál rejtőzik (Magyar Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia, 2005). Tekintettel jelentőségére, kutatásunk kezdeti szakaszában elsőrendű feladatnak tartjuk, hogy megkíséreljük az egészségturizmusra általánosan elfogadható meghatározás megfogalmazását.

Kutatómunkánk eredményeit majd a kutatás saját internetes oldalán tesszük közzé, így ezek hozzáférhetővé válnak mindazon tudományos kutatók, oktatók, egyetemi hallgatók, és szakmabeliek számára, akik az egészségturizmus területén tevékenykednek.

Jelen tanulmányunk célja e kutatás induló feladatának, az egészség- és gyógyturizmus magyar-, német és angol nyelvterületen használatos terminológiájának vizsgálata és összehasonlítása.¹

„Az egészségturizmus 2013-ig a magyar turisztikai szektor elsődleges kiemelt terméke” – áll a 2005-2013 közötti időszakra szóló Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában. Az ebben megfogalmazott célkitűzés e termék belföldi és nemzetközi versenypozíciójának javítása. A Stratégiában kifejtett koncepció megvalósításának előfeltétele azonban az egészségturisztikai létesítmények profiljának pontos meghatározása, az általuk nyújtott komplex szolgáltatások tematizálása. Ehhez felétlenül szükséges az egészségturizmushoz kapcsolódó fogalmak exakt definiálása. A magyar versenypozíció javításához elegendő lenne a hazai fogalomhasználat vizsgálata, de mivel az ágazat komoly külföldi kihívásokkal néz szembe, ezért szükséges a német és angolszász területeken használt terminológia alapos ismerete. Ez két okból is elengedhetetlen egészségturizmusunk versenyképességének szempontjából. Egyrészt ezek a területek jelentik Magyarországot fő turisztikai küldő területeit, másrészt a külföldi versenytársak egészségturisztikai terminológiájának feltérképezése fontos kiindulópontja saját kínálatunk kialakításának.

Napjainkban a turisztikai piacon „túlkinálat” a jellemző, és a turisztikai desztinációk közötti verseny és a vendégek kegyeinek megnyeréséért folytatott konkurenciaharc

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

folyamatosan erősödik. A fogadóterületek nemzeti és nemzetközi versenyében csak azok sikeresek, amelyek a feltárt és kiválasztott célszegmens preferenciáit és a legsikeresebb nemzetközi desztinációk tapasztalatait a középpontba állító innovatív, minőségi turisztikai termékfejlesztést egyértelmű és konzekvens pozicionálási és differenciálási stratégiával ötvözik. A fokozatosan globalizálódó turisztikai versenyben a szereplők nem nélkülözhetik a marketingkommunikációt, amelynek sikere nagymértékben függ attól, hogy a piacon világos és egyértelműen besorolható termékek és turisztikai fogadóterületek jelenjenek meg. Ez azért is fontos, mert ahhoz, hogy egy desztinációt, egy turisztikai terméket a potenciális turisták egyáltalán a vásárlói döntésben figyelembe vegyenek, mindenképpen egy jól felismerhető, világos hasznot (élményt, vonzerőt) ígérő terméket bemutató marketingkommunikációra van szükség. De ezen túl az is elengedhetetlen, hogy a leendő vendég értse a szolgáltató által a marketingkommunikációban használt terminológiát (Horkay, 2003).

Ahogy azt a bevezetőben már említettük, jelen tanulmány célja megvizsgálni és összehasonlítani, hogy mit értünk mi Magyarországon, a szolgáltatást nyújtó célterületen az egészségturizmus fogalma alatt, és hogyan értelmezik ugyanezt a fogalmat a legfontosabb küldő országok potenciális egészségturistái.

Az összehasonlítást nehezíti, hogy Magyarországon is sokféle definíció létezik a fenti fogalomra nézve. Választásunk szerint a következő két definiálási rendszert kívánjuk a jelen tanulmányunkban alapul venni:

- Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia (a továbbiakban Stratégia) terminológiája;
- Gyógyszerészeti és Egészségügyi Minőség- és Szervezetfejlesztési Intézet rendszere (továbbiakban GYEMSZI).

Az Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia szolgál szakmai vonatkozású prioritási és intézkedési rendszerek stratégiai pontjait meghatározó eszközrendszerként, amely koncepcionális iránymutatásként funkcionál.

Az egészségturizmus fogalomrendszere a Stratégia alapján

A Stratégia 2005-ben, a II. Nemzeti Fejlesztési Terv előkészítése során az Egészségügyi Minisztérium és a Magyar Turisztikai Hivatal között létrejött konszenzus alapján definiálta az egészségturizmus rendkívül összetett, magyar sajátosságokkal teli terminológiáját. E szerint az *egészségturizmus* a turizmusnak azon területét jelenti, ahol a turista utazásának fő motivációja az egészségi állapotának javítása és/vagy megőrzése, tehát a *gyógyulás* és/vagy a megelőzés és ennek megfelelően a célterületen tartózkodása alatt *igénybe* is vesz *egészségturisztikai szolgáltatás(oka)t*.

Ebből adódóan az egészségturizmuson belül két alszektor különíthető el, a gyógyturizmus és a wellness turizmus. E két pillér mellett kibontakozott irányzat a medical-wellness. A *gyógyturizmus* tipikusan természeti gyógytényezőre (gyógyvíz, gyógybarlang, gyógyiszap, mikroklíma) épül. A fő hangsúly a gyógyászaton van, amelyet turisztikai szolgáltatások és vonzerők egészítenek ki. Elsősorban krónikus betegek, rehabilitációra szoruló, gyógyulni vágyók veszik igénybe ezeket az elsősorban egészségügyi kezeléseket. Magyarországon és külföldön egyaránt általában orvosi rendelvényre, többnyire támogatás formájában veszik igénybe a vendégek az adott szolgáltatásokat, de egyre jelentősebb a saját finanszírozás is.

A *medical (gyógyászati) turizmus*, mint különálló terület is megemlítésre kerül a Stratégiában. Itt fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy a Stratégia készítői e fogalmat még a gyógyturizmushoz kapcsolták, hangsúlyozva azonban, hogy ez nem gyógyhelyi jellegű, természetes gyógytényezőkkel folytatott kezelésekre épül, hanem turisztikai szolgáltatások igénybevételével párosulva műtéti, fogászati, szépséztíplasztikai, lézeres beavatkozásokat jelent.

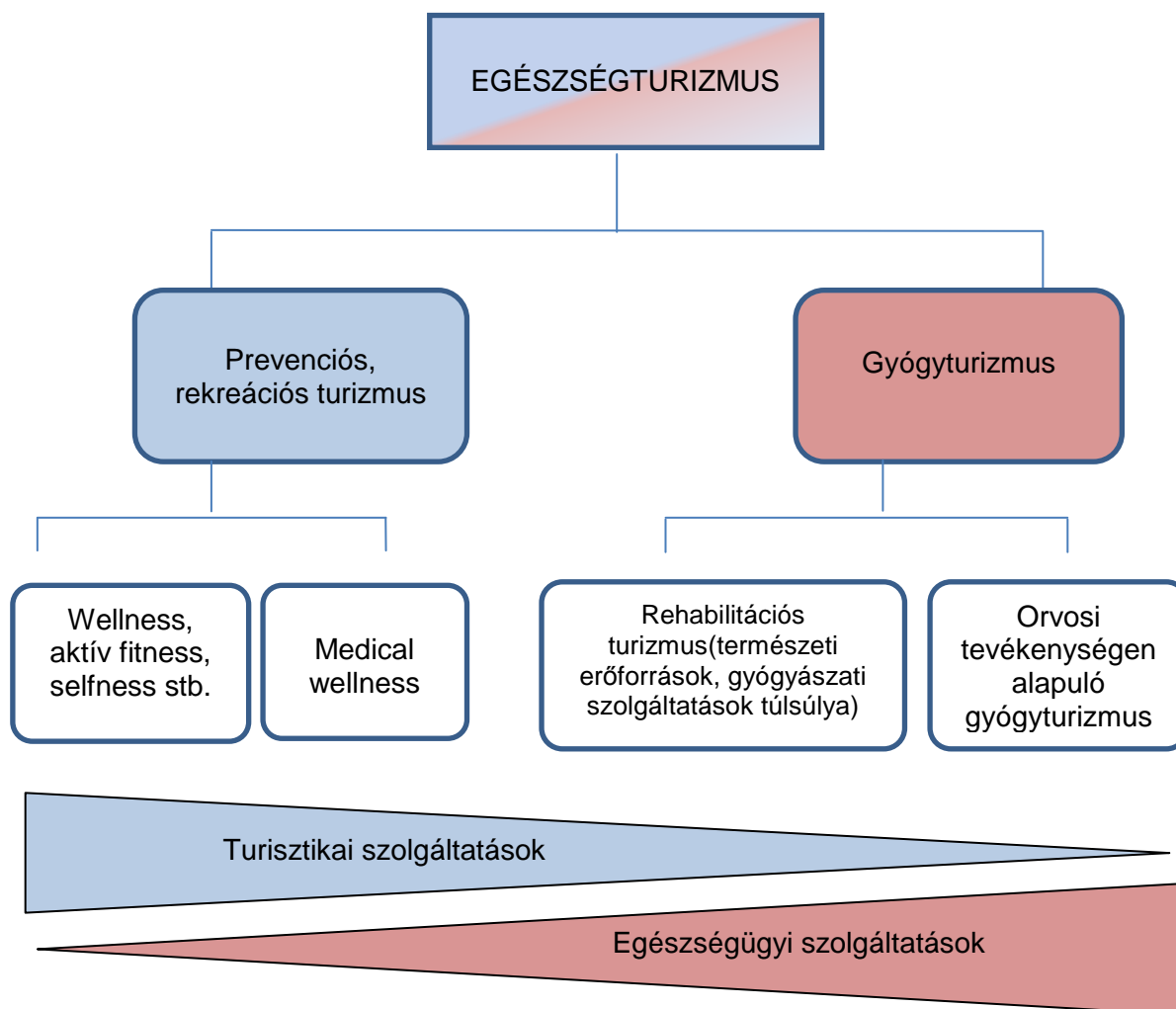
A *wellness-turizmus* célja az egészségmegőrzés, amelynek során az egészséges emberek szabad idejükben, saját költségükön vagy kiegészítő/magánbiztosítók finanszírozásával egészségügyi elemeket is tartalmazó, komplex egészségmegőrzési, prevenciós programokat nyújtó turisztikai szolgáltatáscsomagot vesznek igénybe elsősorban kényeztető jelleggel, vonzó környezetben, szórakoztató módon. A wellness turizmus vendégei számára fontos az egészség átfogóan értelmezett (mentális, fizikai, biológiai) összhangjának megteremtése, megőrzése. Mindez az életstílus megváltoztatásával, a betegség megelőzésével, és az egészség megőrzésével áll összefüggésben. Megkülönböztetünk aktív (sport) és passzív (szépségprogramok) wellness-t.

A *medical-wellness* az egészségturizmus legújabb területe. Jellegzetessége, hogy szinergikusan ötvözi az orvostudományt és a wellness-t, ezáltal a stratégia nem különálló ágként kezeli. A medical-wellness szemléletmód alapvető fontosságot tulajdonít a vendégek előzetes állapotfelmérésének, ennek megfelelően az egyénileg leginkább ajánlott szolgáltatások kiválasztásának és az egészséges életmódhoz kapcsolódó tájékoztatásnak – orvosi háttérrel alátámasztva – betegségekben szenvedő és/vagy betegséget orvos-szakmai alapon megelőzni kívánó vendég számára.

Az egészségturizmus fogalomrendszere az ESKI értelmezésében

A korábban Egészségügyi Stratégiai Kutatóintézet, ma már Gyógyszerészeti és Egészségügyi Minőség- és Szervezetfejlesztési Intézet (GYEMSZI) tanulmányai elsősorban egészségügyi összefüggéseiben vizsgálják az egészségturizmus területét. Az 1. számú ábrán az egészségturizmus egyes területeinek összefüggése látható, az Intézet felfogásában.

1. ábra. Az egészségturizmus területeinek összefüggése



Forrás:

http://www.eski.hu/new3/gyogyturizmus/zip_doc_2009/gyogyturizmus%20magyar%20strat%2020090831.pdf [2012.12.27.]

A GYEMSZI honlapján található fogalomtár alapján az „egészségturizmus az egészséggel kapcsolatos olyan szándékos mobilitás összefoglaló kifejezése, ahol a helyváltogatás célja a gyógyulás (gyógykezelés), rehabilitáció, vagy az egészségfejlesztés (wellness, rekreáció stb.), és ehhez – különböző mértékben – turisztikai szolgáltatás is társul. (Mint összefoglaló kifejezés, a nemzetközi szóhasználatban kevésbé használt).”²

Ellentétben a Stratégia terminológiájával, itt az egészségturizmus két alszektora a következőképpen jelenik meg: gyógyturizmus és prevenziós, rekreációs turizmus. De ha megvizsgáljuk a definíciók tartalmát, az egyezőségek mellett alapvető különbséget is felfedezhetünk. A gyógyturizmus itt is „az egészségi állapot konkrét javítása (gyógyulás, panaszok csökkentése, állapot stabilizálása, elvesztett képességek visszaszerzése/pótlása) céljából igénybevett, egészségügyi (ideértve egyaránt az orvosi szolgáltatásokat és a gyógyászati ellátásokat is) ellátásokra alapozódó egészségturizmus” (ugyanott), ami azonban a Stratégia

² <http://fogalomtar.eski.hu/index.php/Eg%C3%A9szs%C3%A9gturizmus> [2012.12.27.]

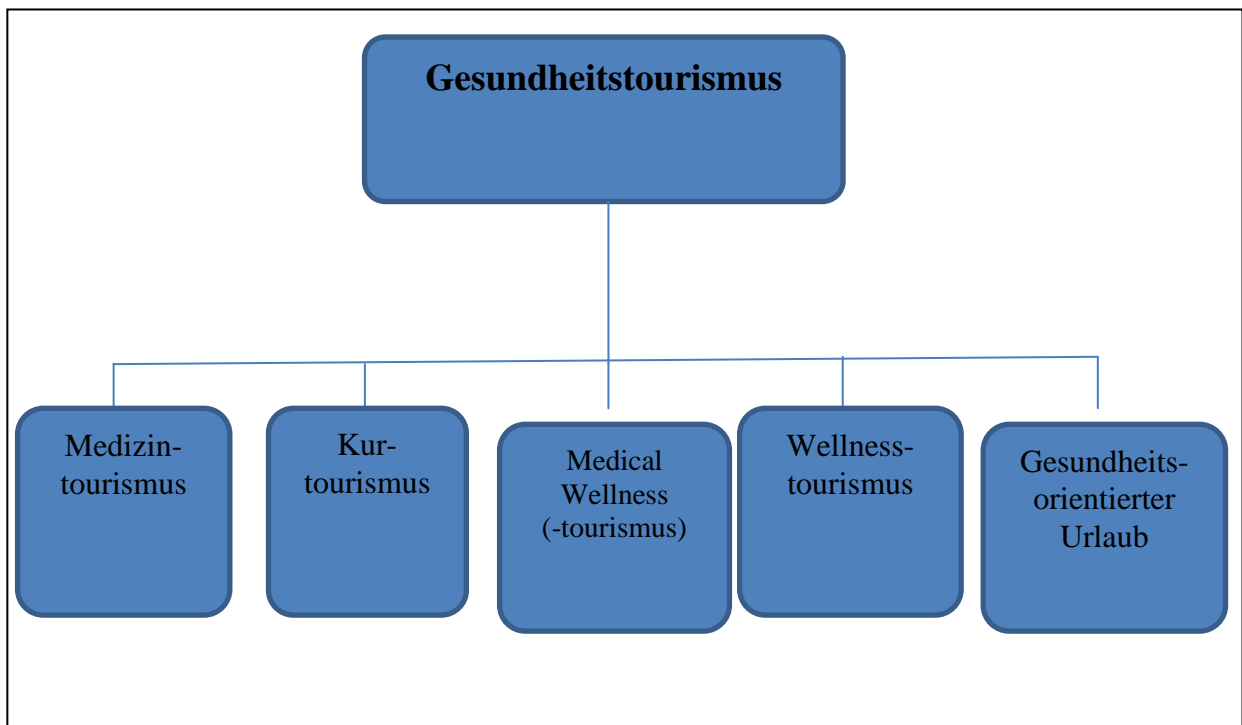
megfogalmazásával ellentétben nem kötődik természeti gyógytényezőhöz. Másrészt, míg a Stratégiában különálló területként kerül megemlítésre a medical (gyógyászati) turizmus, addig ugyanez a GYEMSZI-nél a gyógyturizmus fogalomkörébe tartozó, nem önálló szektor.

A *wellness turizmus* – a Stratégia alapján az egészségturizmus másik alszektora – a GYEMSZI fogalomtárában nem jelenik meg külön kategóriaként. Helyette a *rekreációs turizmus* definícióján belül kerül csak megemlítésre a wellness: „a rekreációs turizmus az egészségi állapot általános javítása, karbantartása céljából igénybevett komplex szolgáltatás, amely az egészségfejlesztő szolgáltatások (pl.: wellness, fitness) mellett tartalmazhat egészségügyi szolgáltatásokat is (pl.: gyógy-masszázs)” (ugyanott). Mindkét vizsgált forrás az egészségturizmus külön területeként és szinte azonos tartalommal jeleníti meg a *medical wellnesst*.

A GYEMSZI egészségturizmus definíciójában megjegyzi, hogy mint összefoglaló kifejezés, a nemzetközi szóhasználatban kevésbé alkalmazott fogalom. Azonban a német terminológia vizsgálata ezt cáfolja. A *Gesundheitstourismus* kifejezés számos, a témával foglalkozó szerző és szakmai szervezet munkáiban megjelenik (Deutscher Heilbäderverband, Deutscher Tourismusverband, Deutscher Wellnessverband, Deutscher Medical Wellness Verband; Böhm, Lanz Kaufmann, Rulle, Illing, stb.). A következőkben megvizsgáljuk, hogy a német szakirodalom mit ért az egészségturizmus és annak részterületei alatt.

Abban a német szerzők is egyetértenek, hogy az egészségturizmusnak sokféle definíciója létezik és nem egységes a felosztása sem. De a magyar és a német terminológia összehasonlítása érdekében a számos értelmezés közül a dolgozat terjedelme miatt is csak egy bemutatására van lehetőségünk. Böhm 2007-es modellje az egészségturizmus alábbi felosztását tartalmazza.

2. ábra. Az egészségturisztikai piac felosztása Böhm társítása alapján



Forrás: BÖHM, K.(2007): Servicequalität im Gesundheitstourismus. Erfolgsfaktor für die deutschen Heilbäder und Kurorte. Saarbrücken. In: Rulle-Hoffmann-Kraft: Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus, Erich Schmidt Verlag, 2010, S. 6

Rulle (2003) szerint az egészségturizmus (*Gesundheitstourismus*) a turizmus egyik részterülete, ahol az utazás speciális motivációja a jó közérzet – mind fizikális és pszichés tekintetben – helyreállítása és megtartása a desztinációban igénybe vett egészségügyi szolgáltatások által (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010).

A *Medizintourismus* vagy *Patiententourismus* Rulle (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010) szerint azoknak a pácienseknek az országhatárokat átlépő mozgása, akik különböző okokból külföldön orvosi szolgáltatásokat vesznek igénybe. Nálunk ez a kategória megfelel a medical (gyógyászati) turizmusnak.

A klasszikus „Kur”a Deutscher Tourismusverband és a Deutscher Heilbaderverband szerint a gyógykezelés terápiás folyamata különleges eszközökkel és módszerekkel gyógyfürdőkben és jellegzetes strukturális jegyekkel rendelkező gyógyhelyeken (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010). A *Kurtourismus* esetében tehát a beteg ember utazásának célja egy ilyen kúrán való részvétel. KAUFMANN a definícióhoz hozzáfűzi még, hogy ezeket a „kúrákat” orvos rendelvényre és az egészségpénztár finanszírozásával veszik igénybe a páciensek, elsősorban másodlagos és harmadlagos prevencióként (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010).

A *Wellnesstourismus*, mint az egészségturizmus alkategóriája KAUFMANN szerint olyan utazást jelent, ahol a turista fő motivációja egészségének megőrzése és fejlesztése. Az egészséges turista ezeket egy erre specializálódott hotelben egyénre szabottan, megfelelő szakmai kompetenciával egy olyan szolgáltatás-csomagban kapja meg, amely a következőket tartalmazza: fitnesz/testápolás, egészséges táplálkozás, lazítás, szellemi aktivitás/képzés (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010).

A *Medical Wellness* fogalmának a német szakirodalomban nincs egységes meghatározása. A Deutscher Medical Wellness Verband (DMWV) definíciója alapján a Medical Wellness egy olyan többdimenziós, dinamikus, szisztematikus folyamatot jelent, amely az egészségre vonatkozó, személyre szabottan próbálja a jó közérzet aktívan helyreállítani, mindezt tudományos, egészségjavító, illetve orvosi tényezők segítségével.[...] A kitűzött célt, mely az egyes tényezők és szükségletek, továbbá a szubjektív egészség, a felépülés és a jó közérzet kiegyensúlyozását jelenti, legtöbb esetben olyan orvosi eljárásokkal próbálják meg elérni, amelyeket többnyire professzionális Wellness-centrumokban, klinikákon, vagy hotelszerűen berendezett intézményekben kínálnak, tudományosan megalapozott gyógyászati részlegekben, megfelelő orvosi háttérrel.

A leginkább elterjedt definíciója a *Medical Wellness* fogalmának a 2007-ben, Berlinben tartott első Medical Wellness Kongresszuson elfogadott meghatározás, mely szerint a Medical Wellness olyan egészségtudományos eljárásokat foglal magában, amelyek az életminőség és a szubjektív egészségérzet tartós javításához járulnak hozzá személyre szóló prevencióval, egészség-támogatással, valamint az egészségtudatos életstílusra való motiváció nyújtásával (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010).

A *Gesundheitsurlaub*, mint az egészségturizmus Böhm szerinti felosztásának utolsó részterülete inkább az üdülő-turizmus formájaként értelmezhető, mert bár a vendégek felhasználnak néhány wellness-turizmushoz kapcsolható ajánlatot, de az utazásuk fő motivációja nem a gyógyulás (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010).

A turizmus világjelenség, s nemzetközi volta miatt a fő közvetítő nyelve kétségtelen, hogy az angol. Emiatt sok turisztikai szakkifejezést már a nemzeti nyelvek, így a magyar is befogadtak, ami legtöbbször azt jelenti, hogy írásmódjukban

idomultak az adott nyelv szabályaihoz. A magyarban ilyenek az aktív- és passzív turizmus, gasztronómiai turizmus, rurális turizmus.

A továbbiakban a szűken vett kutatási témánkhoz kapcsolódóan szeretnénk rámutatni az angol nyelvhasználat sajátosságaira, a magyar nyelvre történő fordítás nehézségeire, időnként következetlenségeire az alapszókincs néhány példáján keresztül. Annak szemléltetésére, hogy milyen nehéz eligazodni a vonatkozó terminológia világában álljon az egészségturizmusra a következő angol nyelvű meghatározás, amely szinonimaként kezeli a *health tourism* és a *medical tourism* kifejezéseket:

Az egyik legalapvetőbb probléma az angol nyelvű terminológia [1] használatában a *medical tourism* és a *medicinal tourism* megkülönböztetése és helyes értelmezése. Az első kifejezés meglehetősen komolyan hangzik, mivel intenzív klinikai vagy kórházi kezelésekre, sőt műtétekre utal, így igazából "orvosi turizmusként" értelmezhető magyarul. A hozzáférhetőség, jó hírnév és a kedvező árak számítanak a legnyomósabb indokoknak az egészségturizmus ezen speciális ágának igénybevételére. Elsősorban a plasztikai műtétek és fogászati kezelésekre tartoznak ide.

Ezzel szemben, a "medicinal tourism" egy "puhább" fogalom, ami kevésbé komoly beavatkozásokat, fürdők által biztosított, legtöbbször természetes anyagokat felhasználó gyógyászati kezeléseket feltételez. Ennek a magyar megfelelője leginkább a "gyógyturizmus" lehetne.

A *health tourism* és a *wellness tourism* kifejezéseket az angol köznyelvi használatban gyakran szinonimaként kezelik, de ezek inkább "ernyőfogalmak", melyek különbözőképpen értelmezhetők, s nem feltétlenül foglalnak magukba gyógyvizes (*medicinal/healing waters* - ebben a kontextusban a "medical" nem használható -, vagy még *hot/warm springs*) kezeléseket. Logikusan, mindkettő turisztikai jellegű utazást jelent egészség helyreállító vagy javító céllal attól függően, hogy már egy fennálló betegségtől kíván megszabadulni valaki, vagy csupán megelőző célzattal utazik a kiszemelt desztinációba. Ha mégis szeretnénk egyértelműen különbséget tenni a 'health' és a 'wellness' szavak jelentés tartalma között, akkor elmondható, hogy míg az első meglehetősen "orthodox" koncepciót képvisel, addig a manapság oly népszerűvé vált második fogalom alternatív kezelésekre, illetve holisztikus megközelítésre is utal, magába foglalja a lelki és a mentális egészséget is.

A magyar nyelvbe még be nem épült terminusok a *wellness-turizmus*, *spa turizmus* és a *selfness turizmus*. Ezek lexéma értékű szavak, állandósult jelentésű szókapcsolatok amelyek egyébként a turisztikai szaknyelvi szókincsre jellemzőek, azonban írásmódjukban nem idomultak még a magyar szavakhoz. A kifejezések első tagjának teljesen hiányzik a magyar nyelvi megfelelője (Terestyényi, 2011).

Érdekes közelebbről megvizsgálni a "spa" szó eredetét és használatát. Az egyik feltevés szerint a "salus per aquam" akronímából származik, bár ezt cáfolja az, hogy az akronímák keletkezése és használata tipikusan XX. századi jelenség. A másik elképzelés szerint a római kori fürdőjéről híressé vált híressé belgiumi város Spa (Spaw) nevéből származtatják, amelyet a középkortól kezdték el fürdővel rendelkező településekre használni. Napjainkban is olyan település megnevezésére használjuk, amely gazdasági tevékenységét a helyben feltárt gyógyvizek hasznosítására alapozza. A "spa" ilyen jellegű használata indokoltabb, mint egyes hotelek esetében, amelyek saját maguk megnevezésére főnévként használják inkább, mint jelzőként "Spa Hotel".

Az angol nyelvű terminológia nem igazán következetes és egyértelmű használatára utal a “thermal holidays” gyógyüdülés értelemben történő használata Smith és Puczkó könyvében (2009). Ugyanakkor a meghatározás kiválóan rámutat a nemzetenkénti kulturális eltérésekre, sajátosságokra: a gyógyüdülések (thermal holidays!) Ausztria, Magyarország, Szlovákia, Csehország és Olaszország tradicionális gyógyüdülőhelyeire (spa resorts) koncentrálnak. Az itt alkalmazott kezelések magukba foglalják a gyógy- és termálvízben (thermal and mineral waters!) történő fürdözést, iszappakolást és a masszázst, amelyek egyaránt használnak különböző egészségi problémák (medical problems) enyhítésére, vagy csak lazítás, a stresszoldás céljára.

A sajátos spa desztinációk (spa destinations) azok a legtöbbször luxus, sőt egzotikus úti célok, amelyek fitness tevékenységek, életmód- és egészséges táplálkozási tanácsadás, valamint a test- és általában a szépségápolás egész sorával kínálnak all-inclusive programokat. Ezekben a helyeken a fő hangsúly a látogatók számára tartós előnyök, fokozottabb energia, jobb megjelenés, nagyobb koncentráció képesség, megnövekedett kreativitás biztosításán van (Smith & Puczkó, 2009). Ilyen úti célok leginkább az ázsiai- és a karib térségekben találhatók.

Ahogy az témafelvetésünkben előre bocsátottuk, a turizmus területén a versenytársak egészségturisztikai terminológiájának feltérképezése fontos kiindulópontja a kínálat kialakításának, akár Magyarországon, akár német, illetve angol nyelvterületen.

Összegezve, magyar viszonylatban a turizmus középpontjában a célszegmens preferenciáit és a legsikeresebb nemzetközi desztinációk tapasztalatait biztosító innovatív, és kvalitatív turisztikai termékfejlesztés áll, amely hozzájárul az egészségturizmus - ahol a fő motiváció az egészségi állapot javítása, a betegségek kialakulásának megőrzése egészségturisztikai szolgáltatások segítségével – fejlesztéséhez is.

A magyar terminológia az egészségturizmuson belül két alszektort különít el, a gyógyturizmust és a wellness turizmust. Míg az első célja az önerőből történő, valamint az egészségpénztár által finanszírozott gyógyítás biztosítása, addig a második az egészségmegőrzés fő motivációjául az egészség megőrzését és fejlesztését jelöli ki. A német szakszókincs sokkal árnyaltabb, az egészségturizmust és annak részterületeit emeli ki. Kutatásunkban az egészségturisztikai piac felosztásakor BÖHM 2007-es modelljére kívántunk támaszkodni.

Az angol terminus technikusok közül szinonim értelmezés merül fel a health tourism és a wellness tourism kifejezések között, a különbség csupán a megelőzés illetve a helyreállítás céljából adódó turisztikai jellegű utazásban ütközik ki, valamint a második fogalom újszerű formája az alternatív funkciók, a holisztikus megközelítés megjelenése.

Irodalomjegyzék

HORKAY N. (2003): Turisztikai márka és márkapolitika a desztináció-menedzsmentben, I.. rész. *Turizmus Bulletin*, (1).

http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/03_01/markapolitika.pdf [2012.12.27.]

MICHALKÓ G., RÁTZ T., TÓTH G., & KINCSES Á. (2009): A gyógyfürdővel rendelkező magyarországi települések életminőségének vizsgálata. *Területi Statisztika*, 12 (2), 170-185.

RULLE, M., HOFFMANN, W., & KRAFT, K. (2010): *Erfolgstrategien im Gesundheitstourismus. Analyse zur Erwartung und Zufriedenheit von Gästen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG.

SMITH, M., & PUCZKÓ, L. (2009): *Health and Wellness Tourism*. Oxford: Elsevier

TERESTYÉNYI, E. (2011): *A modern turizmus terminológiája. Vizsgálat angol és Magyar nyelvű korpusz alapján*. Ph.D. értekezés. Veszprém: Veszprémi Egyetem.