

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра географії та туризму

Ресстраційний № _____

Кваліфікаційна робота
Порівняльний аналіз веб-сайтів оздоровчих туристичних комплексів
Закарпатської області (Україна) та області Саболч-Сатмар-Берег (Угорщина):
відмінні та спільні риси, можливості розвитку

Лендєл Іштван Степанович

Студент IV-го курсу

Освітня програма 242 Туризм

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена Вченою радою ЗУІ

Протокол №8 /2022 р.

Науковий керівник: **ШАШ ЕНИКИ ЛЮДВИКІВНА**

PhD, доцент

Завідувач кафедри географії та туризму :**МОЛНАР ЙОСИП ЙОЖЕФОВИЧ**

кандидат географічних наук., доцент

Робота захищена на оцінку _____, «__» _____ 2023 року

Протокол № _____ / 2023

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

Кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВЕБ-САЙТІВ ОЗДОРОВЧИХ ТУРИСТИЧНИХ
КОМПЛЕКСІВ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ (УКРАЇНА) ТА ОБЛАСТІ
САБОЛЧ-САТМАР-БЕРЕГ (УГОРЩИНА): ВІДМІННІ ТА СПІЛЬНІ РИСИ,
МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ**

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Виконав: студент IV-го курсу
ЛЕНДЄЛ ШТВАН СТЕПАНОВИЧ
Освітня програма 242 Туризм

Науковий керівник: **ШАШ ЕНИКИ ЛЮДВИКІВНА**
PhD, доцент

Рецензент: **ТОВТ АТТІЛА АТІЛЛОВИЧ,**
старший викладач

Берегове – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	8
1. РОЗДІЛ. ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ	10
1.1. Визначення оздоровчого туризму	11
1.2. Основні поняття оздоровчого туризму	12
1.3. Оздоровчий туризм у туристичній системі	14
2. РОЗДІЛ. РОЛЬ ІНТЕРНЕТУ В ОЗДОРОВЧОМУ ТУРИЗМІ	15
2.1. Інтернет і туризм.....	15
2.2. Інтернет-маркетинг та інновації в оздоровчому туризмі.....	17
2.3. Роль веб-сайтів та онлайн-платформ в оздоровчому туризмі	19
3.РОЗДІЛ. РОЛЬ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ НА ЗАКАРПАТТІ ТА САБОЛЧ-САТМАР-БЕРЕГ	23
3.1. Оздоровчий туризм на Закарпатті	23
3.2. Оздоровчий туризму в Саболч-Сатмар-Берег.....	25
3.3. Опис об'єктів дослідження.....	27
3.3.1 Заклади лікувально-оздоровчого туризму на Закарпатті.....	27
3.3.2 Заклади оздоровчого туризму в Саболч-Сатмар-Берег.....	33
4. РОЗДІЛ. МЕТОДИ ТА ПРЕЗЕНТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ	39
4.1. Методи дослідження.....	39
4.2. Аналіз веб-сайтів закладів оздоровчого туризму Закарпаття та області Саболч-Сатмар-Берег	42
4.2.1 Порівняння дизайну веб-сайтів	42
4.2.2. Система меню та наявність корисної інформації на веб-сайті	43
4.2.3. Представлення на веб-сайті послуг велнесу та охорони здоров'я	46
4.2.4. Наявність іноземних мов	50
4.2.5. Присутність у соціальних мережах	52
4.2.6. Інформація про ціни	54
4.2.7. Додаткові функції.....	57
V. РОЗДІЛ. ВИСНОВКИ	58
РЕЗЮМЕ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	63
ДОДАТКИ	66
СПИСОК ФІГУР ТА СПИСОК ТАБЛИЦЬ	68

ПДСУМОК УКРАЇНСЬКОЮ (РЕЗЮМЕ).....	70
ЗАЯВА	72

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola
Földtudományi és Turizmus Tanszék

Kárpátalja (Ukrajna) és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye (Magyarország)
egészségturisztikai egységei honlapjának összehasonlító elemzése: eltérések,
hasonlóságok, fejlődési lehetőségek
Szakdolgozat
Képzési szint: alapképzés

Készítette: Lengyel István
IV. évfolyamos hallgató
Képzési program: 242 Turizmus

Témavezető: Dr. Sass Enikő
PhD,docens

Recenzens: Tóth Attila
adjunktus

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	8
1. FEJEZET. EGÉSZSÉGTURIZMUS	10
1.1. Az egészségturizmus definíciója	11
1.2. Az egészségturizmus alapfogalmai	12
1.3. Az egészségturizmus a turizmus rendszerében.....	13
2. FEJEZET. AZ INTERNET SZEREPE AZ EGÉSZSÉGTURIZMUSBAN	14
2.1. Az internet és a turizmus	15
2.2. Online marketing és innovációk az egészségturizmusban.....	15
2.3. Weboldalak és az online platformok szerepe az egészségturizmusban	17
3. FEJEZET. AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS SZEREPE KÁRPÁTALJÁN ÉS SZABOLCS- SZATMÁR-BEREG VÁRMEGYÉBEN	19
3.1. Az egészségturizmus Kárpátalján	23
3.2. Az egészségturizmus Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyében	23
3.3 A vizsgált egységek bemutatása	25
3.3.1. Egészségturisztikai egységek Kárpátalján	27
3.3.2. Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye egészségturisztikai egységei.....	27
4. FEJEZET. A KUTATÁSI MÓDSZEREK ÉS EREDMÉNYEK BEMUTATÁSA	33
4.1. Kutatási módszerek.....	39
4.2. Kárpátalja és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye egészségturisztikai egységei honlapjainak elemzése	42
4.2.1. A honlapok arculatának összehasonlítása	42
4.2.2. A menürendszer és a hasznos információk jelenléte a honlapon.....	43
4.2.3. Wellness és gyógyszolgáltatások feltüntetése a honlapokon.....	46
4.2.4. Nyelvek elérhetősége	50
4.2.5. Jelenlét a közösségi hálón	52
4.2.6. Árinformáció	54
4.2.7. Kiegészítő funkciók	57
KÖVETKEZTETÉSEK	58
ÖSSZEGZÉS	61
FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE	63
MELLÉKLETEK	66
ÁBRÁK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE	68

UKRÁN NYELVŰ ÖSSZEFOGZÁS (PE3IOME)	70
NYILATKOZAT.....	72

BEVEZETÉS

Napjainkban az egészségturizmus különböző formái egyre jelentősebbé válnak a nemzetközi turizmusban. Ezzel együtt felértékelődött az egészség megőrzése is, és az utazások célpontjai között is egyre több egészségturisztikai létesítmény szerepel.

Magyarország a világ egyik legnagyobb gyógy- és termálvízkészlettel rendelkező országa. Az Észak-alföldi régióban elhelyezkedő Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye jelentős termál- és gyógyvízkészletekkel rendelkezik. Ukrajnában, a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyével határos Kárpátalja rendelkezik jelentős gyógyforrásokkal. Az itt található számos szanatórium és egészségturisztikai létesítmény azt mutatja, hogy az egészségturizmus fontos részét képezi a terület gazdaságának. Az elmúlt években egyre több turista számára vált fontossá az egészség, így az egészségturizmus iránti érdeklődés az említett két területen is növekvő tendenciát kezdett mutatni. A növekvő igény kielégítése és az egészségturizmus infra- és szuprastruktúrájának korszerűsítése érdekében mind a két megyében jelentős fejlesztések indultak meg. Az emberek érdeklődésének megnövekedése az egészségturizmus iránt azt eredményezte, hogy egyre inkább szélesedik a termékek és szolgáltatások palettája, és olyan területeken is fellendült a turizmus, amelyek eddig ismeretlenek voltak.

Az egészségturizmus fellendüléséhez részben az internet, pontosabban a turisztikai célú weblapok megjelenése is hozzájárult. Míg eleinte talán ritkaságnak számított, mára már egy turisztikai létesítmény marketingjéből sem hiányozhat egy informatív honlap és az állandó internetes jelenlét. Kárpátalja egészségturisztikai egységeinek reklámozása az online felületeken az elmúlt néhány évben kezdett csak fejlődni. Azonban Szabolcs-Szatmár-Bereg megye hasonló létesítményei már régebben felismerték a marketing fontosságát, ezért fejlődésbeli különbségek figyelhetők meg. Ahhoz, hogy a két különböző országhoz tartozó, de mégis szomszédos terület egészségturisztikai egységei által létrehozott és üzemeltetett honlapok közötti különbségek könnyebben értelmezhetők legyenek, ezért időszerűnek láttam a téma vizsgálatát. Ennek érdekében választottam a *Kárpátalja (Ukrajna) és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye (Magyarország) egészségturisztikai egységei honlapjának összehasonlító elemzése: eltérések, hasonlóságok, fejlődési lehetőségek* címet szakdolgozatom témájaként. A munkám célja, hogy összehasonlítva a két térség honlapjait és elemezve azokat, egy átfogó képet kapjak arról, hogy ezek a honlapok mennyire informatívak, átláthatóak és hasznosak a potenciális látogatók számára.

A tanulmányom az egészségturizmus köré épül fel, ezért az első fejezetben kifejtem az egészségturizmus definícióját, alapfogalmait, helyzetét a turizmus rendszerében. A második

fejezet arról szól, hogy milyen szerepe van az internetnek napjainkban a turizmusban, továbbá miért fontos az, hogy egy egészségturisztikai egységnek legyen saját weboldala. A harmadik fejezetben, az egészségturizmus szerepéről írok Kárpátalján és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyében, illetve, bemutatom részletesebben azokat a rekreációs létesítményeket, amelyeket megvizsgáltam a tanulmány során. A negyedik fejezet pedig a kutatási eredményekről és az összehasonlító elemzés bemutatásáról szól. A részletes elemzés után, a következtetések és a fejlődési lehetőségek bemutatására kerül sor.

1. FEJEZET

EGÉSZSÉGTURIZMUS

1.1 Az egészségturizmus definíciója

Mai felgyorsult életünkben nagyon fontos szerepet játszik a mentális és fizikai egészségünk megőrzése. A turizmus termálvizekre és fürdőkre épülő ágának fejlődése is dinamikus. Ez köszönhető az egészséges életmódnak, az egyre tudatosabb, prevenciót előtérbe helyező látásmódnak, illetve a bővülő szolgáltatásoknak és rehabilitációs lehetőségeknek is. Ezzel együtt emelkedik az ágazat szolgáltatásait igénybe vevők aránya is.

Az egészségturizmus összetett fogalom, meghatározására számos kísérlet született. Általánosságban leginkább elmondható, hogy az egészségturizmus a turizmusnak azon területét jelenti, ahol a turista utazásának fő motivációja az egészségi állapotának javítása vagy megőrzése, tehát a gyógyulás vagy a megelőzés (Michalkó-Rátz 2011). Sokáig csak gyógykezelésekre alapuló utazásokat értették alatta, termál- és gyógyturizmusnak nevezték és más turisztikai ágazatok, mint például, az aktív turizmus részeként tekintettek rá.

A Turisztikai Szervezetek Nemzetközi Uniója 1973-as meghatározása alapján az egészségturizmus az egy ország természeti erőforrásait, különösen a gyógyvizeket és éghajlati adottságokat hasznosító létesítmények kiaknázása (Smith–Puczkó 2010). Az Európai Fürdőszövetség meghatározása szerint, az egészségturizmus olyan üdülőterületekre történő pihentető utazást jelent, amely során egészségfejlesztő ajánlatokat és módszereket lehet igénybe venni egy gyógyfürdőben. (Kirschner 2005)

Magyarországon az egészségturizmus meghatározása 2005-ben, a II. Nemzeti Fejlesztési Terv előkészítése során alakult ki, mely szerint az egészségturizmus a turizmusnak azon területe, melyben az utazás fő motivációja az egészségi állapot javítása, tehát a gyógyulás és rehabilitáció, illetve annak megőrzése, azaz a testi és szellemi regenerálódás, a prevenció, amelyek során az állandó lakók és munkahelyüktől távol lévő résztvevők turisztikai szolgáltatásokat vesznek igénybe. (Aquaprofit 2006)

Mind a gyógyturizmusban, mind a wellnessben vonzerő a víz, melynek nemcsak fizikai tulajdonságai (nyomása, felhajtó ereje), de a benne lévő anyagok felszívódása, illetve belélegzése is elősegítheti néhány betegség leküzdését, segíthet a szervezet működésének javításán. Következő tulajdonsága, hogy a vízben való tartózkodás, mozgás nyugtatólag hat az emberi pszichikumra, s kellemes élményeket is kínál. Tulajdonképpen a turista döntésén múlik,

hogy milyen turizmusfajtát, illetve a turizmusfajták mely kombinációit választja: a gyógyturizmust, a termálturizmust, vagy ezek sport tevékenységgel vagy hobbi aktivitással kombinált fajtáit. (Tasnádi 1998)

Az egészségturizmus természetesen ma már nemcsak és nem elsősorban a vízről és a vízhez kapcsolódó kezelésekről szól, fogalma különböző környezetben és országokban különböző dolgokat jelent. A gyógyvízben pihenés egy európai ősrégi szokás, azonban az ázsiai emberek is előszeretettel alkalmazzák ezt a módszert a kikapcsolódásnak. Azonban az ázsiaiak számára számos spirituális tevékenység (jóga, meditáció) is a rekreáció része. Az európai emberek inkább a masszázst helyezik előtérbe a fürdőzés mellett. (Smith-Puczkó 2010)

Ha az egészségturizmus csupán a fürdőzésről szólna, akkor azt is mondhatnánk, hogy a tengerparti nyaralások lehetnek az ilyen pihenés legjobb és leghatásosabb módszere. Azonban az egészségturizmus lényege nemcsak az, hogy testünk egészségét fenntartsuk vagy javítsunk rajta, hanem az, hogy a fizikai jóléten felül a lelki kikapcsolódásunkért is tevékenykedjünk. Ezért a turisták céltudatosan vesznek igénybe valamilyen pihentető tevékenységet, például: fitness, jóga, különböző masszázssok. Akik pedig nem, azok élvezik a víz pihentető hatását.

1.2 Az egészségturizmus alapfogalmai

Az egészségturizmus két legfőbb válfaja a gyógyturizmus és a wellnessturizmus. A gyógyturizmust inkább az idősebb korosztály, míg a wellnessturizmust a fiatalabbak veszik igénybe.

A gyógyturizmusban a fő motívum a gyógyulás és rehabilitáció. Ennek során az emberek elsődleges célja, hogy egészségügyi kezeléseket igényeljenek. Szabadidejükben azonban turisztikai szolgáltatásokat is igénybe vesznek. Tehát a gyógyturizmus elsősorban a fő hangsúlyt a gyógytényezőkre helyezi, amelyeket kiegészítenek a turisztikai szolgáltatások. A gyógyturizmus általában orvosi rendelvényre, többnyire az egészségbiztosító finanszírozásával igénybevett szolgáltatásai mellett egyre jelentősebb a saját finanszírozás is. A gyógyturizmusban az átlagos tartózkodási idő a turizmus hagyományos ágazatainál magasabb a kúra alapú gyógykezelések miatt. (Molnár-Dávid 2012)

A wellnessturizmus, mely kifejezés az Amerikai Egyesült Államokból származik, jellemzője, hogy a turisták fő motivációja az egészség megőrzése, megteremtése, a feltöltődés, kényeztetés. A wellness mozgalom az 1980-as évek közepén érte el Európát. A wellnessturizmus lényege a testi, lelki egyensúly megteremtése, hozzásegíti az embereket ahhoz, hogy boldogabbak legyenek és jól érezzék magukat a bőrükben. Ezek érdekében a wellness kínálata prevenció programokat tartalmaz. Ugyanakkor a jó közérzethez

elengedhetetlen a vonzó környezet és a szórakozás, ezért fontos, hogy ezeket a tényezőket figyelembe véve valósuljanak meg az egészségügyi szolgáltatások nyújtása és a tudás átadása. A wellness az emberek saját akaratukból veszik igénybe egészségük megőrzése céljából saját költségeikre, de akár magán biztosítók által az egészségügyi programokat tartalmazó csomagokat. (Michalkó-Rátz 2011)

A wellness-nek két válfaját különböztetjük meg, ezek az aktív és a passzív wellness. Az aktív wellness a vendég mozgását feltételezi a pihenés alatt, míg a passzív nem tartalmazza a mozgást. Az aktív wellness szereplői a mozgást mindennapi életük és természetesen utazásaik során is fontosnak tartják. Igénylik az ehhez kapcsolódó szolgáltatásokat. A passzív wellness preferálók a kényeztető szolgáltatásokat (élményelemek, masszázsok, beauty stb.) keresik. A wellness turizmusban az átlagos tartózkodási idő 2-4 nap, a szolgáltatásokat jellemzően hosszú hétvégéken, évente több alkalommal veszik igénybe az általában magasabb fizetőképességű vendégek. (Molnár-Dávid 2012)

A wellness turizmus az egészségturizmus drágább kategóriájához tartozik. A 4-5 csillagos szállodák nyújtják ezeket a szolgáltatásokat. A desztinációtól függően változnak az árak, valamint az igénybe vevő szolgáltatásokat is meg kell fizetni, melyek nem a legolcsóbb kategóriába tartoznak. (Michalkó-Rátz 2011)

A másik, az egészségturizmus viszonylag új trendjének tekinthető a medical wellness, amely beépíti a wellness kezelésekre a legkorszerűbb egészségügyi vívmányokat. A medical wellness fogalmát sokan sokféleképpen értelmezik. 2007 januárjában, Berlinben került megrendezésre a Medical Wellness Kongresszus, ahol a turisztikai, az egészségügyi és a gazdasági szakértők igyekeztek egységes definíciót alkotni. Eszerint a meghatározás szerint a medical wellness kifejezés alatt olyan tudományosan igazolt egészségügyi szolgáltatásokat értünk, amelyek az életminőség és az egészség tartós javulását segítik elő, az egészségtudatos életforma támogatását szorgalmazva. (Molnár-Dávid 2012)

A medical wellness, mint turisztikai termék fejlődése visszatükrözi az egyébként a hétköznapi fogyasztási piacon is érvényesülő trendet, miszerint egyre több termék, például szépségápolási cikkek, tisztítószer, élelmiszerek, stb., fejlesztése alapul tudományos kutatási eredményeken. A wellness szolgáltatásokhoz képest, itt nagyobb szerepe van az orvosi kontrollnak. (Mayer-Priszing 2010)

A nemzetközi egészségturisztikai piac fejlődését jelentősen befolyásolják az olyan globális termékfejlesztési trendek is, mint például a spa és wellness szállodák elterjedése, illetve az általánosan ismert és népszerű kezelések, például szauna, masszázs, szépségkezelések, megjelenítése a szolgáltatás kínálatban, helyszíntől függetlenül. (Smith-Puczkó 2010)

A spa az egészségturizmust kiszolgáló létesítmények összessége, amely egyébként a wellnessel szorosan összekapcsolódik. A spa európai értelmezése alapján rendszerint gyógyfürdő, ahol gyógyvízzel és különböző terápiákkal gyógyítják ki a betegeket, vagy segítenek egészségük megőrzésében. Egyszerűbben: víz által való regenerálódás. Ezeknek a létesítményeknek a jellemzőjük a wellness biztosítása, fizikai és szellemi szükségletek kielégítésével. Némelyik spa egyéni profillal rendelkezik, mások pedig egyénileg alakítják szolgáltatásaikat a vendég igényeihez. (Michalkó-Rátz 2011)

A fürdőmarketing szempontjából megemlíthetjük, hogy a Global Wellness Institute a termál- és gyógyfürdő létesítményeket a szolgáltatások jellege alapján három csoportba sorolja. Megkülönbözteti a wellness, a rekreációs és a gyógyászati célú fürdőket. Mindegyik típusnak megvan a saját jellemzője, ahogyan azt az 1. táblázat is szemlélteti.

1. táblázat: Termál és gyógyfürdők csoportosítása

Forrás: Saját szerkeszté, a Global Wellness Institute 2018 alapján

Fürdő típusa	Típusjellemzők
Wellness	Termálvíz, uszodai létesítmények, akvaparkok
Rekreáció	Termál és gyógyvízzel rendelkező fürdők és spák
Gyógyászat	Gyógyhelyek, fürdőszanatóriumok

Az egészségturizmus célcsoportja összességében az egészséges és beteg ember, azonban három másik csoportra oszthatók a vendégek, az életkor és a szolgáltatás jellege alapján, tehát minden szolgáltatáshoz más célcsoport köthető, ahogyan az a 2. táblázatban is fel van tüntetve.

2. táblázat: Az egészségturizmus célcsoportjai

Forrás: Saját szerkesztés, Budai-Székács 2004, Árpási 2012 alapján

Célcsoport	Wellness szolgáltatások	Rekreáció	Gyógyászat
18-35 év	egészségtudatos fiatalok	szórakozást keresők fiatal párok	Műtét utáni rehabilitáció
35-55 év	egészségmegőrző középkorúak	családisközépkorúak	
55+	egészségtudatos idősek	nagyszülők unokákkal	gyógyulni vágyók

Az első csoport, a 18 és 35 év közöttiek, ide tartoznak az egészségtudatos fiatalok, a szórakozást keresők, illetve a fiatal párok. A második csoportba a 35 és 55 év közöttiek tartoznak, akik az egészségmegőrző és családi középkorúak. A harmadik csoport az 55 év

felettiek, akik az egészségtudatos idősök, esetleg nagyszülők unokákkal. Ha a gyógyászatot vesszük figyelembe, akkor az első két csoport megegyezik, tehát ezek többnyire valamilyen műtét, vagy kezelés utáni rehabilitáció miatt veszik igénybe ezt a szolgáltatást. A harmadik csoport tagjai pedig azért, mert gyógyulni szeretnének. (Árpási 2012)

1.3 Az egészségturizmus a turizmus rendszerében

Annak érdekében, hogy megértsük azt, hogy az egészségturizmusnak a turizmus rendszerén belüli pozicionálás mennyire nem egyszerű feladat, elsősorban fontos meghatározni, hogy mi is a keresleti és a kínálati oldal, és ezeknek milyenek a kölcsönhatásaik.

Az egészségturizmus iránt nemzetközi szinten nő a kereslet, melyet számos tényező generál. Az egészségturizmus kínálati alrendszerét alapvetően a tárgyi- és személyi feltételek, továbbá a szervezeti rendszer határozza meg. A versenyképes kínálat kialakításához mindezek megléte alapvető feltétel. A tárgyi feltételek közül a legfontosabb természetesen a már többször említett természetes gyógytényezők, tehát termál- és gyógyvizek. Ezeket a tényezőket fontos, hogy megfelelő szolgáltatások egészítsék ki, amelynek alapja az egészségügyi szaktudás. A szellemi infrastruktúra, tehát a humán erőforrás szintén azok a tényezők közé sorolható, amelyek elengedhetetlenek az egészségturizmusban. Az utolsó kínálatot befolyásoló tényező a szervezeti rendszer. Annak érdekében, hogy egy jól működő egészségturizmust hozzunk létre, elsősorban ki kell alakítanunk, egy országos szinten egységes, egymással összehangolt szervezeti rendszert.

A kereslet, turista személyében, aki valamilyen motiváció és szükséglet alapján keresi fel az általunk felkínált terméket és a turizmusnak az ő igényeit, szükségleteit kell kielégítenie. Különösen igaz ez az egészségturizmusra, ahol ráadásul az utazó egészsége a tét. Ebből következően a keresletet elsősorban egy konkrét betegség gyógyításának igénye motiválja, a döntést befolyásoló tényezők között mindent megelőz az orvos, illetve az ismerősök ajánlása, amit a gyógyhely jó híre, illetve a korábbi kedvező tapasztalat követ. (Molnár-Dávid 2012)

A kínálat bővülése egyedülálló módon ment végbe és zajlik napjainkban is. A wellness-szállodák számának növekedése elképesztő mértékű, miközben a gyógyhotellek száma sokéves, lassú növekedés után az elmúlt években enyhe visszaesést mutat. Magyarország egészségturizmusáról elmondható, hogy a turisztikai termék a legtöbb, komoly vendégforgalmú fürdővárosban megfelelően összeállt, azaz mind infrastrukturálisan (fürdő, szálloda, étterem, üzletek, egyéb szolgáltatások, közlekedés), mind humán szempontból (felkészült szakemberek) és nagyon sok helyen kifejezetten európai színvonalú. (Ruszinkó-Donka 2019)

2. FEJEZET

AZ INTERNET SZEREPE AZ EGÉSZSÉGTURIZMUSBAN

2.1 Az internet és a turizmus

„A turizmus és az e-business gyümölcsöző kombináció.”

Bár ma már kevésbé vitatható állításnak tűnik, az eredeti megfogalmazás és a mondat származási ideje meglepetéseket tartogat. Ezt az állítást több mint egy évtizeddel ezelőtt Bill Gates fogalmazta meg, amikor megálmodta az "Expedia" nevű online utazási irodát, amely ma a legnagyobb forgalmat generálja.

Az indoklása az volt, hogy nincs más olyan iparág, mint a turizmus, amely ennyire valós idejű információkat igényelne, és amelynek fogyasztói annyira vágyakoznak arra, hogy személyesen is részt vegyenek a folyamatban. (Sziva-Nemeslaki 2016)

Az azóta eltelt évtized történései bizonyították, hogy állítása igaz. Napjainkban az internetet szinte már az életünk minden területén használjuk, így a turizmusban is. Az internet és a turizmus tökéletesen összeillik egymással, hiszen ahhoz, hogy az utazásunkat megfelelően tudjuk megtervezni rengeteg információt kell összegyűjtenünk és figyelembe kell vennünk a más turisták által kialakított véleményt is a célterületről. A másik oldalról pedig a szolgáltatóknak is rengeteg segítséget nyújt az internet, hiszen manapság már elengedhetetlen, hogy egy turisztikai létesítménynek ne legyen hivatalos internetes oldala.

Az internet fejlődésének eredményeként, minden iparágban és szolgáltató szektorban nagymértékű változás következett be. A turizmus, a szolgáltató szektor részét képezi, így az internet megjelenése erre a területre is nagy hatással volt.

Az internet segítségével sok információ könnyen elérhető lett, legyen szó: szállodai szobafoglalásról, repülőjegyről vagy bármely más szolgáltatásról. A turisztikai piac átrendeződött és a közvetítői szerep nagymértékben visszaesett, hiszen ma már magunk is meg tudjuk szervezni az utazásunkat.

Az internet fejlődése több szakaszra osztható. Az első időszak az 1990-1995 közötti időszakra tehető, amikor az internet használata még szubkultúrának számított. A működtetés maga jelentett kihívást ebben az időszakban. A második korszak az 1995-2000 közötti időszakra esik, amikor lassan terjedt el az internet. Bár egyre népszerűbbé vált, még mindig drága volt és főként az egyetemi fiatalság használta. Az információkeresés mellett a chat és a szórakoztató oldalak látogatása is előtérbe került.

A harmadik fázis az 2000-2004 közötti időszakra jellemző. Az internet költségei csökkentek, és egyre több ember számára vált elérhetővé a szélessávú internet. Ebben az időszakban a digitális kultúra virágzásnak indult, és elterjedtek a kamerák, mobiltelefonok, nyomtatók és szkennerek használata. A negyedik korszak 2004-től napjainkig tart. A szélessávú felhasználók száma dinamikusan nőtt, és a növekedés üteme egyre gyorsabb. A mobil- és vezeték nélküli technológiák fejlődése nagy hatással volt a turizmusra, míg a sávszélesség és a feltöltési sebesség gyors fejlődése lehetővé tette korlátlan internetelérést. Ebben az időszakban terjedtek el a közösségi oldalak, mint például az iwiw, Facebook, Twitter, YouTube és Wikipédia. Magyarországon az első hivatalosan megjelent online ingyenes szolgáltatást nyújtó oldal a Sztaki angol-magyar, magyar-angol szótár hivatalos oldala volt. (Hajnal 2012)

Napjainkban az utazás előkészítésében az internet kiemelkedő szerepet tölt be, mivel az utazni vágyók ma már online tájékozódnak a szálláshelyekről. Elsősorban az úgynevezett utazási gyűjtőportálokat részesítik előnyben, ahol számtalan szálláshely megtalálható. Ezekon a portálokon megtekinthetik a szálláshely értékelését, valamint az ott szereplő bejegyzések és vélemények szintén hozzájárulnak a választáshoz.

A digitális turizmus már nemcsak figyelembe veszi a turisták igényeit, hanem részévé válik az attrakciónak is. Digitális eszközök segítségével bekapcsolódik a folyamatokba, részt vesz a termék kialakításában, és befolyásolja az árazást is. Az értékesítés online térbe helyeződik át, ahol jegyeket és foglalásokat is digitálisan vásárolhatunk. Ezzel együtt a marketing és a kommunikáció is az online felületen zajlik, egyre személyre szabottabb környezetben.

A másik oldalról elmondhatjuk, hogy a szolgáltatók munkáját különféle programok könnyítik meg. Az árazás is online történik, szoftverek és előzetes kalkulációk segítségével személyre szabottan alakulnak ki az árak. A foglalási és nyilvántartási rendszerek más eszközökkel (pl. számlázó, weboldal stb.) vannak összekapcsolva. A folyamatmenedzsment is a digitális térben zajlik, amely lehetővé teszi a jól optimalizált és követhető folyamatokat, valamint megkönnyíti a munkát és csökkenti a kockázatokat. (Sziva–Nemeslaki 2016)

Az internet tehát fontos "kommunikációs csatorna" a kereslet és a kínálat között a modern turizmusban. Az internet segítségével lehetőség nyílik az idegenforgalmi ágazat valamennyi szereplőjé számára, hogy sikeresen népszerűsítsék és értékesítsék szolgáltatásaikat és termékeiket, és hogy az alábbiakkal összhangban járjanak el a modern fogyasztók vágyainak és igényeinek megfelelően.

Továbbá a modern utazási irodák üzletágában is hatékonyak bizonyult az internet, az utazások promóciójában és értékesítésében, így a termékek és szolgáltatások forgalmazása már nem a nyomtatott katalógusok és broszúrák mennyiségétől függ. (Ivica 2013)

2.2 Online marketing és innovációk az egészségturizmusban

A világ egészségturizmusa az elmúlt évtizedben alapvetően megváltozott, átalakult a kereslet és a kínálat üzleti modellje is. Az embereknek igénye van az egészségturizmusban való részvételre, viszont az azon belüli választható szolgáltatások eltérőek lehetnek. Valamennyi régi és potenciális vendég számára azonban döntő fontosságú ugyanakkor a változatosság, a különlegesség, a jó minőségű, színvonalas, de ugyanakkor árban kedvező termék, tehát jó ár-érték arány, illetve a személyre szabott szolgáltatások megléte is.

Az egészségturizmus tehát jó és egyre jobb üzlet, ám ennek létrejöttéhez és további fejlődéséhez a figyelem középpontjába a vendéget helyező, marketing szemlélet elengedhetetlen. Azoknak a turisztikai vállalkozásoknak, amelyek ilyen szemléletmód alapján tevékenykednek, és kínálatuk a vevők folyamatosan változó igényeinek próbálnak megfelelni, azok a versenytársakhoz viszonyítva jobban érdekeltek a turisták között.

Az internetre lépni kívánó vállalatoknak szükségük van egy marketingtervre, amely segít a cégük igényeinek megfelelő, általános célkitűzések szerinti tevékenységben. Az online marketing más módszereket igényel az üzenetek megfogalmazásában és terjesztésében, eltér a hagyományos marketingtől.

Az online marketing rendkívül fontos szerepet játszik a turizmusban, hiszen eszközeivel nagy befolyást gyakorol az utazók döntéseire és lehetőséget teremt az interaktív kapcsolatépítésre mind a turisztikai szolgáltatók célcsoportjával, mind az üzleti partnerekkel. Költséghatékonyan segít az információáramlásban (turisztikai termékek, szolgáltatások), jelentős mértékben hozzájárulva a közvetlen értékesítés növekedéséhez. Egy jól kidolgozott marketingkoncepció jelentős versenyelőnyt is nyújthat a vállalkozásnak. (Grotte 2020)

Az online marketing sikeres turisztikai alkalmazásának első szabálya az, hogy az idegenforgalmi szolgáltatók turisztikai termékek létrehozásánál, az utasok új utazásvásárlási szokásaihoz, azaz a kereslethez kell, hogy alkalmazkodjanak, és ne a kínálat, vagyis a termék legyen a meghatározó. Az internet térhódításának következtében az eddigi, Jerome McCarthy-féle (4P) marketing eszköztár is átalakult. Ez a rendszer főleg az eladó szempontjából mutatta be a különféle marketingeszközöket, illetve azt, hogy ezek az eszközök segítségével hogyan lehet hatást gyakorolni a vevőkre.

Az internet megjelenésével és előtérbe kerülésével tehát egy új marketingmixet kell alkalmazni, ami azt jelenti hogy az online környezetben a 4P-modell elemein változtatni kell, mivel már nem lehet figyelmen kívül hagyni a technológiát és a vevőkapcsolatot.

Az online marketing egyik legfontosabb eszköze a promóció, mivel az internetes hirdetések esetében ma már mindenről pontos adatot lehet szerezni, és ezzel felmérhető az is, hogy mennyire volt sikeres a hirdetésünk. A leggyakrabban elhangzó online marketing tulajdonság a célozhatóság. A célközönség megtalálása és hatékony reklámozása segít abban, hogy elérjük potenciális vásárlóinkat (Bányai-Novák 2011)

Az internetes hirdetéseknek köszönhetően változások figyelhetők meg az árak alakulása terén. Az új értékesítési csatornák révén költségsökkentés valósulhat meg. Ehhez elegendő egy számítógép és internetkapcsolat, hogy egy versenyképes online vállalkozást működtessünk, elkerülve a közvetítő kereskedőt. A csökkent költségek pedig közvetlenül hatnak az árakra, így kialakulhat az ún. speciális árképzés, amely csak a valós igénybevett szolgáltatásokért történő fizetést jelenti. (Hajnal 2012)

Az internet segítségével a vevők ismeretei a termékek, szolgáltatások áairól folyamatosan és gyorsan bővülnek. Mielőtt valaki elutazna vagy egy idegenforgalmi terméket vásárolna, az adott termékről informálódik és a szolgáltatást előállító vagy értékesítő cégek ajánlatait gyorsan össze tudja hasonlítani.

A fogyasztók nem csak az utazási irodáknál érdeklődhetnek az árakról, az árinformációk könnyen elérhetőek az értékesítési felületen, és az utazók az úgynevezett összehasonlító motorok segítségével könnyen megtalálhatják számukra legkedvezőbb ajánlatokat. Az idegenforgalomban egy további újítás a dinamikus árképzés és a dynamic packaging, amely lehetővé teszi az online foglalások során, hogy az utasok az igényeiknek, szabadidejüknek és rendelkezésre álló jövedelmüknek megfelelően egyedi túrákat állítsanak össze az internetes portálokon.

Az ár összehasonlítás lehetőségét nem csak a vevők használják ki, hanem a vállalkozás is felmérheti a piaci konkurencia árait. Az internet segítségével könnyen megállapítható az, hogy mi a legfelső korlát az árak tekintetében, amit a vásárlók hajlandóak megfizetni. Könnyen felmérhetőek a változó piaci igények és ezáltal lehetőség van megváltoztatni az árakat a vásárlók elvárásainak megfelelően. Rugalmasan alakíthatóak az árak a kereslet-kínálat igényeinek megfelelően, így nagyobb profíthoz juthat az adott vállalat. (Eszes-Bányai 2002)

Ennek hatására a cégek a szituációt felismerve, a fogyasztók pénztárcájához mérve alakítják ki az általuk kínált termék árát, tehát az utas által megadott árszinthez próbálják megtalálni az utazó számára megfelelő közlekedési eszközt, szálláshelyet, stb.

A piac rohamos fejlődése és bővülésének eredménye a világméretű verseny kialakulása. Az újabb fogadó területek bekapcsolódásával a tradicionális fogadó területek súlya és szerepe megváltozott. A versenyelőnyt hosszú távon az innovatív minőségorientált fejlesztés garantálhatja csak. Ezért érdemes megemlíteni az innováció szerepét is a turizmusban. Az innováció terminológiájának meghatározása Schumpeter (1939) nevéhez fűződik, aki szerint az innováció új termék létrehozását, új termelési eljárás bevezetését, új piacokra történő nyitást, új nyersanyagforrásokat, új ipari szervezet létrehozását jelenti.

Az innovativitásnak három területét azonosították: a marketingújításokra való fogékonyságot, az újdonságokra való fogékonyságot és az árinnovációkat. Általánosságban elmondható, hogy a fürdővendégek kevésbé innovatívak, különösen igaz ez az idősebb (55 év feletti) vendégekre és az idősebb egyedülállókra. A fiatalok és a kisgyerekes családok, illetve a középkorú párok számára fontos az innováció, a szolgáltatás kiválasztásakor döntő szempont a termék vagy szolgáltatás területén nyújtott újítások, digitális innovációk. (Keller-Printz 2020)

2.3 Weboldalak és az online platformok szerepe a turizmusban

Az internet manapság egy teljesen nyitott és rugalmas rendszer. Bárki készíthet saját honlapot, bejegyzéseket írhat, hirdetéseket tölthet fel. Másik oldalról nézve pedig, ahogyan azt már említettem, ha valaki esetleg valamit be szeretne szerezni, akkor most már könnyedén, kímőzdulás nélkül, otthonról megnézi a világhálón az árakat és a véleményeket a termékről.

Ez visszafelé is igaz, mert azok, akik eladni szeretnének, azoknak is elengedhetetlen az online jelenlét. Az online jelenlét azt jelenti, hogy rendelkezik saját honlappal is. A saját honlap előnye először is, hogy olyan reklámfelületeket biztosít, amely a nap 24 órájában elérhető a világ bármely pontjáról. Eleinte, nagyon nagy ritkaságnak számított, ha valaki rendelkezett saját honlappal, de az elmúlt évtizedben rengeteget nőtt a szerepe.

Az internet gyors fejlődésének köszönhetően a turizmus szektor is átrendeződött. Új trendek, új szokások, új tájékozottabb vevők jelentek meg; s éppen ennek köszönhetően alakult ki az igény a teljeskörű tájékoztatás, a könnyen elérhető és megbízható információk iránt. A turisztikai vállalatok számára az internet lehetőséget kínál arra, hogy információt nyújtson és turisztikai szolgáltatások megrendelését, lefoglalását biztosítsa a turisták számára, relatíve alacsony áron; ugyanakkor az internet kommunikációs csatornaként is szolgál a turisztikai szolgáltatók, közvetítők és fogyasztók között. (Chulwon 2004)

Tehát az értékesítési felület főleg az idegenforgalmi létesítmény saját, személyre szabott honlapját tartalmazza. Az oldal elsődleges célja általános képet nyújtani a szálláshelyről

és képviselőt biztosítani a vendégek irányába. Itt találhatóak a fontosabb információk, mint a pontos cím, elérhetőség, szobák és a szálláshely leírása, valamint a kategóriája a szálláshelynek. Egy kereskedelmi szálláshely, oldalának nincsenek kötelező elemei, de fontos hangsúlyozni azt, hogy elsősorban a feladata, az információ közvetítés.

Egy jó honlap ismertetője, hogy használható és felhasználóbarát felülettel rendelkezik. Emellett fontos, hogy tájékoztatást kapjunk arról, hogy ki a szálláshely üzemeltetője. Szállodák esetében kiemelkedő szerepet játszik a megfelelő, gyors, egyszerű és átlátható keresőprogram.

A saját szálloda honlapja ezen kívül számos egyéb előnyt is nyújthat, például részletes információkat közölhetünk a szolgáltatásokról, valamint olyan információkat is feltüntethetünk, amiket a potenciális vendég talán nem is keresne, de felkelti az érdeklődését. Az oldalt könnyen és gyorsan frissíthetjük. Ez azért fontos, mivel így alkalmazkodhatunk a változó fogyasztói igényekhez. Az oldal a nap bármely szakaszában, tehát bármikor elérhető, és emellett értékesítési felületként is szolgál. Ráadásul alacsony költséggel létrehozható és fenntartható felépítése. (Bányai-Novák 2011)

Az online értékesítési lánc egyértelmű győzteseinek ugyanakkor az online utazási irodák tűnnek. Az ezredfordulón megjelenő, új formációk tipikusan azok a vállalkozások, amelyek egyértelműen az internetre alapozták működésüket. Ezeknek az utazási irodáknak a története szorosan összekötődik a légi társaságokkal és azok történelmével, fejlődésével.

Sok éven keresztül a repülőjegy foglalása nagyon nehéz feladat volt. A 40-es években kialakult a légi közlekedés, amely egy kényelmes és megfizethető közlekedési lehetőség volt, ezért egyre többen kezdtek el repülőjegyeket vásárolni, azonban ez problémát jelentett azok számára, akiknek a vevőket kellett kiszolgálniuk.

Ennek megoldására, 1957-ben egy automatizált foglalási eszköz kifejlesztését kezdeményezték, amelynek alapja a SAGE volt, az amerikai légierő számára kifejlesztett földi irányítású szoftver. 1964-ben az IBM megépítette a PanAMAC-ot, amely egy repülési és szállásfoglalási rendszer volt. Ezt követően, az 1970-es évek elején az Egyesült Államokban szinte az összes fuvarozó elindította foglalási rendszereit, amelyek lehetővé tették a légitársaságok számára a foglalások feldolgozását.

Az utazási irodáknál a probléma azonban fennmaradt és továbbra is teljesen kézi jellegűek maradtak. Ez azt jelentette, hogy a megrendeléskor az utazási irodának fel kellett hívnia a légitársaságot, hogy ellenőrizze állnak-e szabad férőhelyek rendelkezésre. 1976-ban ennek megoldására több reptér is megkezdte az utazási irodák számára a hozzáférést foglalási rendszereikhez.

Nagy lehetőségeket látva az online foglalás terén, a SABER 1996-ban megalapította saját online utazási irodáját. A Travelocity lett az első weboldal, amely lehetővé tette a fogyasztók számára, hogy a weboldalukon keresztül foglaljanak jegyet.

Az online közvetítők a turizmus piacának megjelenésekor jelentek meg, amikor az internet hatalmas lelkesedést váltott ki az iparág meghatározó szereplőiben, elsősorban a légitársaságokban és a szállodaláncokban. Ugyanakkor még ezek a nagyvállalatok sem teljesen értették, hogyan kezeljék az új platformot.

Az online közvetítők hamarosan az utazásközvetítő piac vezető szereplőivé váltak. Az első online utazási irodák hatalmas sikert értek el, mivel a gazdasági erőforrásaik lehetővé tették, hogy erős márkát építsenek, és tanácsadóként működjenek a vevők számára, ami az ezredforduló internetes piacának egyik kulcsa volt.

Az online irodák – kiindulva az adottságból, hogy jelentős tőkével rendelkeznek - olyan stratégiát alkalmaznak, amely alkalmazkodik az online világ dinamikájához: erős márkát építenek, ismertséget és forgalmat szereznek, erős tárgyalási pozíciót alakítanak ki a vevők és beszállítók körében, folyamatosan figyelik a vevői igényeket és a beszállítói gyengeségeket, és kihasználják azokat. (Sziva-Nemeslaki 2016)

Tehát elmondhatjuk azt, hogy az internet napjainkban rendkívül fontos szerepet játszik az utazások előkészítésében. Az utazni vágyók ma már online tájékozódnak a szálláshelyekről. Az utazási gyűjtőportálok jelentik azt az opciót, amelyet a legtöbbször részesítenek előnyben, mivel számtalan szálláshellyel rendelkeznek, tehát az elsődleges választást jelentik számukra, és ezáltal itt kedvükre válogathatnak az utazni vágyók. Ezek a portálok lehetővé teszik a szálláshelyek értékelésének megtekintését, valamint a bejegyzések és kommentek alapján segítenek a legjobb szálláshely kiválasztásában.

A digitális turizmus már nem csak figyelembe veszi a turisták igényeit, hanem aktívan részt vesz a folyamatokban, a digitális eszközök segítségével. A digitális turizmus befolyásolja a termék kialakítását és az árazást is. Az értékesítés online térbe helyeződik át, és a marketing és kommunikáció is egyre inkább ezen a felületen zajlik, egyre személyre szabottabb módon.

A hagyományos marketing stratégiák már nem elégségesek, mivel minden évtizedben megjelenik egy új technológia, amely alapjaiban változtatja meg az üzleti életet. Az új közösségi hálózatokon alapuló marketing irányvonal kialakult, amely kihasználja a közösségi hálózatok egyedülálló szolgáltatásait és előnyeit. Azon vállalatok, amelyek képesek az új technológiákat elsőként beépíteni működésükbe, továbbra is sikeresen működnek. A forradalmi újítást maga az internet jelentette, napjainkban pedig a közösségi háló az, amely innovációnak

számít. A közösségi hálók közül a Facebook, az Instagram, a Twitter azok, melyeket a legtöbben látogatnak. (Hajnal 2012)

3. FEJEZET

AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS SZEREPE KÁRPÁTALJÁN ÉS SZABOLCS-SZATMÁR-BEREG VÁRMEGYÉBEN

Kárpátalja és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye között számos kapcsolat és közös vonás van. Az első és egyik legfontosabb közös vonás, hogy mindkét régió Magyarországhoz tartozott az Osztrák-Magyar-Monarchia idején, de ma a két területet az ukrán-magyar államhatár kettéválasztja, ennek ellenére Kárpátalján napjainkban is jelentős magyar kisebbség él.

A két megye egyik legfontosabb turisztikai erőssége természeti erőforrásaiból adódik. Az egészségturizmus szerepe Kárpátalján és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyében az utóbbi években egyre növekszik. Mindkét régióban számos lehetőség kínálkozik az egészséges életmódhoz és a wellnesshez kapcsolódó szolgáltatások tekintetében. Kárpátalja Ukrajna délnyugati részén helyezkedik el, ahol számos ásványvízforrás és termásvíz található. Ezek a természeti adottságok lehetővé teszik az egészségturisztikai létesítmények fejlesztését. Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye Magyarország keleti határa mentén található, szintén számos természeti adottsággal rendelkezik, így nem véletlen, hogy ezeket az adottságokat az egészségturizmusban nagyon jól tudják hasznosítani. (Ex Ante Tanácsadó Iroda 2009)

3.1 Az egészségturizmus Kárpátalján

A természet különleges vonzerején – főként a termál- és ásványvízforrásokon – alapszik Kárpátalja egészségturizmusa, amely infrastruktúrájának megteremtésében és az ágazat által is hasznosítható ásványkincsek felkutatásában meghatározó szerepet játszott a szovjet időszak. Ukrajna függetlenné válása óta az ágazathoz tartozó infrastrukturális bázist igyekeztek megújítani, korszerűsíteni és bővíteni. Az egészségturizmus Kárpátalján is egy gyűjtőfogalom lett, amelybe beletartozik a gyógy- és wellness-turizmus is. (Berghauer-Sass 2019)

A gyógyturizmust elsődlegesen gyógyászati céllal veszik igénybe az emberek, amelynek keretében adott szervrendszerre kúraszerű kezeléseket kapnak. A wellness-turizmus az élményorientált turisztikai formákhoz jobban hasonlít, elsősorban a megelőzést szolgálja, az egészség kérdését holisztikusan közelíti meg. Az egészségturizmus gyógyvízre, több napos, hetes kúrákra és egészségügyi kezelésekre alapozott hagyományos formája a XIX. századi Közép-Európában alakult ki. (Boros et al. 2012)

Kárpátalja síkvidékén kiemelkedően magas a geotermális gradiens, ami lehetővé teszi a gazdaságos kiaknázást a körülbelül 1000 méteres mélységben található jelentős termálvízkészleteknek (Sztepcsik 2003).

A Kárpátaljai Geológiai Expedíció 1970-től kezdve összesen 29 darab, 827 és 1500 méter mélységű termálvíz-furatot készített a megye területén, amelyek közül mindössze három esetben nem találtak vizet. Összességében a Kárpátaljai süllyedék határain belül 26 részlegen fedeztek fel különböző ásványtartalmú és hőmérsékletű termálvizet (Tarpai 2013).

Azonban a rendszerváltást követő években Kárpátalja egészségturizmusa folyamatos hanyatlást tapasztalt. A belső kereslet hiánya, a túlzottan magas árak és az alacsony színvonal miatt versenyképtelenné váltak a megye gyógyüdülési intézményei. Azonban az utóbbi évek gazdasági fejlődése pozitív eredményeket hozott az egészségturizmus számára, és újra növekszik a turisták és gyógyulni vágyók érdeklődése a gyógyüdülési intézmények iránt (Berghauer 2009)

Az utóbbi években jelentős változások történtek a gyógyüdülési intézmények tulajdonviszonyaiban Kárpátalján. Az intézetek privatizációja zajlott 2002 és 2004 között. 2000-ben a megyében található 65 rekreációs és gyógyüdülési intézményből mindössze kettő volt magánszemélyek tulajdonában, 50 intézmény a kollektív szektorhoz, 13 pedig az állami szektorhoz tartozott. Azonban 2004-ben a nyilvántartott 68 gyógyüdülési intézményből 52 magánkézbe került, míg csak 11 maradt állami és 5 kommunális tulajdonban. A vezető egészségturisztikai intézmények közé tartozó szanatóriumok közül a nagy forgalmú intézmények szintén magánszemélyek tulajdonába kerültek. Érdekes az, hogy Kárpátalja egészségturisztikai létesítményei közül egy sem került külföldi tulajdonba (Berghauer 2006).

Az egészségturizmus alapját képező intézmények, azaz a speciális szálláshelyek száma Kárpátalján a 90-es évek elejétől kezdve folyamatos növekedést mutatott, azonban ennek a dinamikája megtört 2008-ban. Jelenleg a speciális szálláshelyek száma a legalacsonyabb szintre csökkent, amely 2017-ben 42 egységet tett ki. Ezek közé tartoztak 16 szanatórium, 2 gyermekszanatórium, 1 kezelőház, 3 gyermekintézet (egész évben működő egészségügyi és gyermekközpont), 3 pihenőház, 1 pihenőhely, 14 rekreációs központ és egyéb szabadidős létesítmény, valamint 2 egészségügyi intézmény rövid tartózkodásra. A gyógyturizmust kiszolgáló intézmények 2017-ben 42,9%-át szanatóriumok alkották (Berghauer-Sass 2019)

A jelenlegi helyzet szerint Kárpátalján két gyógy- és rekreációs övezet egészségturisztikai intézményei dominálják az egészségturizmus forgalmát, ami a megye egészének 60-70%-át teszi ki. A legfontosabb gyógyüdülők Szolyva és Munkács területén találhatóak. A gyógyulni vágyók túlnyomó többsége belföldi turista, és a létesítmények külföldi ismertsége alacsony,

főleg Nyugat-Európában. Jelenleg a legtöbb kárpátaljai gyógyüdülési intézmény nem felel meg az egészségturisztikai iparág által támasztott új kihívásoknak. Ugyanakkor pozitív adat, hogy Kárpátalja gyógyüdülési intézményeinek száma Ukrajna egészében az első helyen áll. Az elmúlt évszázad közepén épült szanatóriumok és gyógyüdülők nyugat-európai piacra való kinyitásának egyik előfeltétele az, hogy Kárpátalja fejlessze gyógyturizmusát az egészségturizmus irányába, és képes legyen különböző wellness- és egyéb szolgáltatásokat nyújtani (Tarpai 2013).

3.2 Az egészségturizmus Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyében

Magyarország a gyógyvizek „paradicsomának” tekinthető, a világ ötödik leggazdagabb termálvízkészlettel rendelkező országa is egyben. Az itt található gyógyhelyek legnagyobb része termálvízre, néhány jelentős fürdőnk viszont langyos vízre alapozott, illetve vannak hideg vizű gyógyfürdőink is. A gyógyturizmus fókuszában a gyógyüdülőhelyek állnak. Ez a szektor jellemzően nem szezonális, mivel a turisták egész évben élvezik a szolgáltatásait. (Papp 2017).

Ennek oka, hogy a Kárpát-medence különböző földrajzi adottságokkal rendelkezik, például 147 minősített gyógyvízzel, 39 gyógyfürdővel, 13 gyógyhellyel, 47 gyógyszállóval, 46 wellness-szállóval, 5 gyógybarlanggal és 1 mofettával. Átlagosan 15-20 méterenként növekszik a hőmérséklet, ebből arra következtethetünk, hogy jóval kisebb mélységből tudnak hévizet nyerni. Tehát az ország ennek hatására, ezekből a vizekből nagyobb mennyiséget birtokol. (Sebák 2018)

Magyarországon, az észak-alföldi turisztikai régió, amelynek Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye is a részét alkotja, jelentős termál- és gyógyvízkinccsel rendelkezik. A régióban jelentős termál- és gyógyvízforrások állnak rendelkezésre, amelyek a régióban található több mint 500 hévízkút közül 209-ben található, amelyek 35 °C-nál melegebb vizet nyújtanak. Az elmúlt öt évben jelentős fejlesztések indultak az egészségturizmus fejlesztése érdekében a régió megyéiben. Új élményfürdőket hoztak létre, amelyek wellness és gyógyászati ellátást is nyújtanak, emellett a meglévő fürdőházak szolgáltatásainak színvonalát is javították. A hajdúszoboszlói, debreceni, nyíregyházi és cserkeszölői fürdőhelyek kiemelkedően népszerűek mind a külföldi, mind a belföldi látogatók körében. 2012-ben az észak-alföldi településeken 3 gyógyszálloda és 9 wellness-szálloda működött. A wellness-szállodák népszerűsége folyamatosan növekszik, ami jól mutatja, hogy ezek a létesítmények bővülnek és fejlődnek. (KSH-Központi Statisztikai Hivatal 2013)

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye bővelkedik termálvízben, a 800-1000 méter mélységű kutakból 55-65 °C-os hévíz hozható a felszínre, mely jelentős egészségturisztikai potenciállal rendelkezik. Továbbá, a megye területének 90%-án 40-60°C-os hőforrások találhatóak. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) alapján 2010-ben Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye összesen 15 fürdővel rendelkezett, amelyből 8 állandóan üzemelő fürdő és 7 idényszerűen üzemelő. Ha ezeket a fürdőket tovább csoportosítjuk típusuk alapján, akkor a 15 fürdőből: 3 gyógyfürdő, 6 termálfürdő, 3 élményfürdő és 3 egyéb típusú fürdő. A 2021-es évre a fürdők száma már 18 volt, amelyből már 13 állandóan üzemelő és 5 idényszerűen üzemelő fürdő. A 18 fürdő csoportosítása a típusok alapján pedig a következő: 6 gyógyfürdő, 7 termálfürdő, 3 élményfürdő és 2 egyéb típusú fürdő. (KSH-Központi Statisztikai Hivatal 2021)

A megyében a legszínvonalasabb gyógyturisztikai lehetőségekkel a megyeszékhely, Nyíregyháza rendelkezik. Közülük is kiemelkedik a Sóstó Gyógyfürdő, mely nemzetközi jelentőségű fürdők. (Helmeczi 2021) A Nyíregyháza-Sóstón található Fürdőház, Élményfürdő és Parkfürdő medencéit gyógyászati célokra alkalmas, „elismert gyógyvíz” minősítésű, sóstói termálkutak forrásai látják el.

További jelentős gyógyfürdő a megyében Vásárosnaményban található. Vásárosnamény egyébként, Szabolcs-Szatmár-Bereg megye egyik legjobb turisztikai adottságokkal rendelkező települése, a Felső-Tisza vidék jelentős üdülőhelye, homokfövenyes szabad-strandját a – gergelyugornyai Tisza-partot – nyaranta több tízezren keresik fel. A folyó város felőli oldalán 2007-ben (végre) megnyitották a korszerű Szilva Termál- és Wellnessfürdőt, amely illeszkedik az ország egész területén átadott élményfürdők sorába. (Bácskainé 2008)

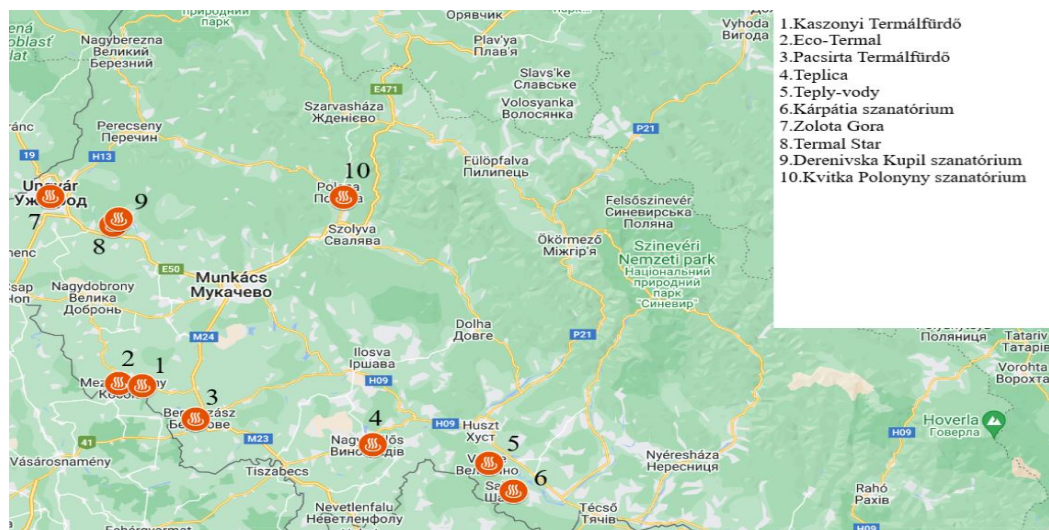
Fehérgyarmaton is található egészségturisztikai létesítmény. Azonban nem csak gyógyfürdő, hanem a gyógyulni vágyó látogatók számára rehabilitációs jellegű szolgáltatásokat is kínál a helyi kórház. Mátészalkán viszont a mátészalkai Városi Uszoda és Strandfürdő wellness szolgáltatásokkal és termálvízzel várja a látogatókat. A jövőben, a megye idegenforgalmi fejlesztései között szerepel újabb gyógyfürdők nyitása a térségben, jelenleg még egy településen, Máriapócon is terveznek gyógyfürdők kiépítését.

3.3 A vizsgált egészségturisztikai egységek bemutatása

3.3.1 Egészségturisztikai egységek Kárpátalján

Kárpátalja turizmusában, ahogyan azt már említettem, jelentős szerepe van az egészségturizmusnak. Az itt folytatott Geológiai Expedíció során, 26 részlegen tártak fel

különböző ásványtartalmú és hőmérsékletű szubtermális és termálvizet. Ungvár, Nagyszőlős környékén kalcium- és nátrium-hidrogénkarbonátos, 20–75 °C-os termálvizek, a Beregvidéken szénsavas, nitrátos, jódos-brómos, nátrium-kloridos, 600–1100 méteres mélységben található, 36–61 °C-os termálvizek fordulnak elő. Beregvidék rendelkezik a legmelegebb vizű és a legnagyobb számú termálvizes fürdővel. Azonban több olyan szanatórium van Kárpátalján, mint például a Saján és a Szinyák, amelyek a termálvizet csak mellék vagy másodrendű szolgáltatásként alkalmazzák, mivel az itt található ásványvízforrásokra épülnek a szolgáltatásaik. Veléte nem annyira ismert, de mégis jelentős település a Huszti járásban, amely szintén termálfürdővel büszkélkedhet.



1. ábra: Az egészségturisztikai létesítmények elhelyezkedése (Kárpátalja)

Forrás: Google Earth, Saját szerkesztés

Az általam vizsgált egészségturisztikai egységek elsődleges terméke a termálvíz, és ehhez kapcsolódnak más szolgáltatások. Az Ungvári és Nagyszőlős környékén található termálfürdők közül a „Teplica” és a „Zolota Gora”, Beregvidékről a „Kaszonyi termálfürdő”, „Eco-Termal” illetve a „Pacsirta”, Velétéről a „Tepli-Vody”, Alsószlatináról a „Termal Star” és a „Derenivska Kupi”, Polena településről a „Kvitka Polonyny”, és végül Sajánról a „Kárpátia szanatórium” az általam vizsgált komplexumok. Az elhelyezkedésüket az 1. ábrán mutatom be.

Az Ungvári járásban elhelyezkedő Börvinges településen található a **Zolota Gora** egészségturisztikai komplexum. A létesítmény területén található egy fényűző szálloda és a hozzá tartozó rekreációs komplexum. A szálloda különlegessége a helyi termálforrásokhoz való hozzáférés, amelyek gyógyító vizét a hidroterápiás kezelésekhez használják. Ez a víz egyedülállónak számít, mivel kémiai összetétele nagyon hasonlít a világ legnépszerűbb gyógyfürdőinek vizéhez.

Egyedi kémiai összetétele és hőmérséklete miatt a kútvizet a forró nátrium-hidrokarbonátos nátriumos, közepes ásványianyag-tartalmú víznek minősítik. A gyógyfürdő termálvize pozitív hatással van az emésztőrendszerre, segít a hasnyálmirigy-gyulladás, vastagbélgyulladás és egyéb bélrendszeri rendellenességek esetén. A szállodakomplexum infrastruktúrája képes kielégíteni a vendégek minden igényét és garantálja a minőségi nyaralást. A termálvíz kémiai összetétele: nátrium, hidrokarbonátok, kovasav. A "Zolota Hora" termálfürdő 4 termálmedencét kínál vendégeinek.(www.zolota-gora.com)



2. ábra : Zolota Gora komplexum

Forrás: www.zolota-gora.com

A Beregszászi járásában található Mezőkaszony faluban található **Kaszonyi termálfürdő**, amely évente turisták ezreit vonzza ide, akik a testi és lelki kikapcsolódásra vágnak. Az itt található hidrogén-szulfidos termálvíz rendkívüli tulajdonságokkal rendelkezik. Régóta élő, gyógyító víznek tartják, mivel gazdag ásványi, biológiailag aktív anyagokban: vasban, nátriumban, káliumban, jódban, fluorban. A vegyületeknek ez a kombinációja csak a világ néhány részén található meg: Új-Zélandon, Izlandon és Beregszászban. Az itt található kút mélysége közel 1200 méter. A víz, amely 24%-ban ásványi anyagokat tartalmaz, a kitermeléskor meghaladja a +55°C-os hőmérsékletet, amikor eléri a +41°C-ot, a medencékbe vezetik azt.

A kaszonyi termálfürdő gyógyvizét ajánlatos alkalmazni a következő megbetegedések esetén: ízületi betegségek, szív- és érrendszer betegségei, vérkeringési és idegrendszeri rendellenességek esetén. A komplexum része és nevezetessége a királyi szaunák : Sókamra, Gyógynövény szauna, Római szauna, Török szauna, Magyar szauna. Különlegessége az is, hogy a területen 7 medence is megtalálható. (www.kosino.ua)



3. ábra: Kaszonyi termálfürdő

Forrás: www.kosino.ua

A másik nevezetes Beregvidéki termálfürdő a **Pacsirta**. Az itt található termálvizet mindenféle technikai vagy kémiai kezelés nélkül, közvetlenül egy 1150 méter mélységű kútból töltik fel, megőrizve a forró forrás minden gyógyító tulajdonságát. A termálmedencék vize a torkolatnál 56-58°C-os, így nem igényel különösebb fűtést, hanem kellemes hőmérsékletre hűl le. A földből frissen kitermelt termálvíz átlátszó, de amikor oxigénnel lép kölcsönhatásba, barnává, rozsdássá válik. A termálvíz sajátos szaga a hidrogén-szulfid jelenlétének köszönhető, amely a felszínre kerülve oxidálódik és azonnal bomlik. A víz kloridokat, bikarbonátokat, szulfátokat, nátrium-káliumot, kalciumot, magnéziumot tartalmaz. A területen 4 medence található: a fő fedett medence (vízhőmérséklete 31-33 °C), amely hidromasszázsral, gejzírrel és két vízeséssel, valamint egy jacuzzival (42-45 °C) rendelkezik, 2 kültéri termálmedence (gyermekeknek és felnőtteknek), illetve egy kültéri normál hőmérsékletű. Az itteni termálmedencék meglátogatása azoknak ajánlott, akiknek kezelésre van szükségük, vagy akiknek egészségük javítására van szükségük, és a következő problémákkal küzdenek: A mozgásszervi betegségek, a szív- és érrendszer betegségei, az idegrendszer betegségei. Ezenkívül a gyógyító forró forrásokkal ellátott termálmedence hasznos lesz a túlsúlyosak és a cukorbetegség számára. (www.zhayvoronok.net)

Az utolsó Beregvidéki egészségügyi létesítmény a Kaszonyban található „Eco-Termal”, amely 2016-ban nyitotta meg kapuit a látogatók előtt. A komplexumban található gyógyító termálvíz összetételét tekintve egyedülálló. A termálvizet 1200 méter mélységből nyerik, amely a földkéreg különböző ásványi rétegein áthaladva számos nyomelemmel és ásványi anyaggal telített. A balneológiai következtetés alapján az egészségügyi komplexum termálvize alkalmas a mozgásszervi, perifériás idegrendszer, perifériás erek betegségeinek

kezelésére. A komplexum egy édesvízi és egy termálmedencével rendelkezik, amelyek víz hőmérséklete 37-42 C° fokosak. (www.eco-termal.com)

A Velétén található **Teply Vody** komplexum nem annyira ismert mivel nem rég fedezték fel. A Teply Vody története körülbelül két évtizeddel ezelőtt kezdődött. 1990-ben az Oleksynets-hegy alatt található termálforrás mellett épült fel a Teply Vody turisztikai komplexum. Azonnal nagyon népszerűvé vált a helyi lakosság körében. A forrás gyógyító tulajdonságai annyira lenyűgözőek voltak, hogy az emberek nemcsak a körzetből és a régióból, hanem egész Ukrajnából is elkezdtek látogatni.



4. ábra: Teply Vody komplexum

Forrás: www.teply-vody.com.ua

A Velétei termálvizet egy körülbelül 1000 méter mélységű kútból nyerik ki, amelynek hőmérséklete meghaladja a 36 °C-ot. A forró források sokat és nyomelemeket tartalmaznak és összetételük változó. Van például nátrium-klorid és bór-brómos víz magas jódtartalommal. A termálvíz ásványianyag-tartalma körülbelül 100 gramm/liter. A termálfürdők használata ajánlott: a váz- és izomrendszer betegségei, a szív- és érrendszer betegségei, az idegrendszer betegségei, a légzőrendszer betegségei kezelésére. A területen 3 termálvízű medence, 2 ásványvízzel feltöltött és 5 édesvízi medence található. (www.teply-vody.com.ua)

Az következő általam vizsgált egészségügyi komplexum a **Teplica** volt. Kárpátalja egyik legfestőibb szegletében található - a Fekete-hegy lábánál, a hangulatos Nagyszőlős városának szélén. A szanatórium első ránézésre, a többi hasonló létesítményhez képest régimódinak tűnhet, azonban orvosi létesítményeit 2004-2005-ben teljesen felújították. Közel egy kilométeres mélységből érkezik a gyógyvíz, és 39 °C-os a kilépő hőmérséklete.

Az Ukrán Orvosi Rehabilitációs és Balneológiai Kutatóintézet által végzett vizsgálatok megállapították, hogy a víz kémiai összetétele bór-karbonát bróm-szilícium-szilícium-mirigy-klorid-nátrium-klorid enyhén savas, nagyfokú ásványi anyagokkal rendelkező víz. Ez a termálvíz elsősorban a mozgásszervi betegségek kezelésére szolgál. A termálvíz nyugtató hatással van a szervezetre, normalizálja az izom- és érrendszeri tónust, csökkenti a vérnyomást, javítja a vizeletürítést; fájdalomcsillapító, gyulladáscsökkentő, értágító tulajdonságokkal rendelkezik, és segít az immunrendszer erősítésében. (www.teplyca.com)

A két Alsószlatinai egészségturisztikai komplexum közül az első a **Termal Star**. A Thermal-Star legfőbb értéke természetesen a kárpátaljai gyógyító termálvíz. Az üdülőhely infrastruktúrájához modern felszereléssel ellátott balneológiai termék, 135 szoba, saját, SPA-részleg és szauna tartozik. A szanatóriumban megtalálható ásványvizet 640 méter mély kútból nyerik és alkalmazva jótékonyan hat a mozgásszervi, ideg- és szívérrendszerre, valamint erősíti az immunrendszert, javítja a vérkeringést. Egy medence található a szanatórium területén, amelyben 34-35 C° ásványvíz található. (www.termal-star.com)



5. ábra: Derenivska Kupil komplexum

Forrás: www.derenivska-kupil.ua

A másik Alsószlatinai egészségturisztikai komplexum a **Derenivska Kupil** egy nevezetes szanatórium. A szanatóriumban a wellness-kezelések egész sora Európában egyedülálló, artézi kútból nyert termálvízre épül. Az itt található víz olyan ásványi anyagokkal telített, mint a szilícium és a bór, amelyek hozzájárulnak a szív- és érrendszer, a légzőrendszer, az endokrin és az idegrendszer javításához. Szintén található itt egy SPA komplexum, amely az egészség javítására és a testi szépségre irányuló kezelések hatalmas szolgáltatási palettáját

kínálja. A területen három medence található, egy termálmedence, egy nyitott medence és egy aqua-wellness medence. (www.derenisvka-kupil.ua)

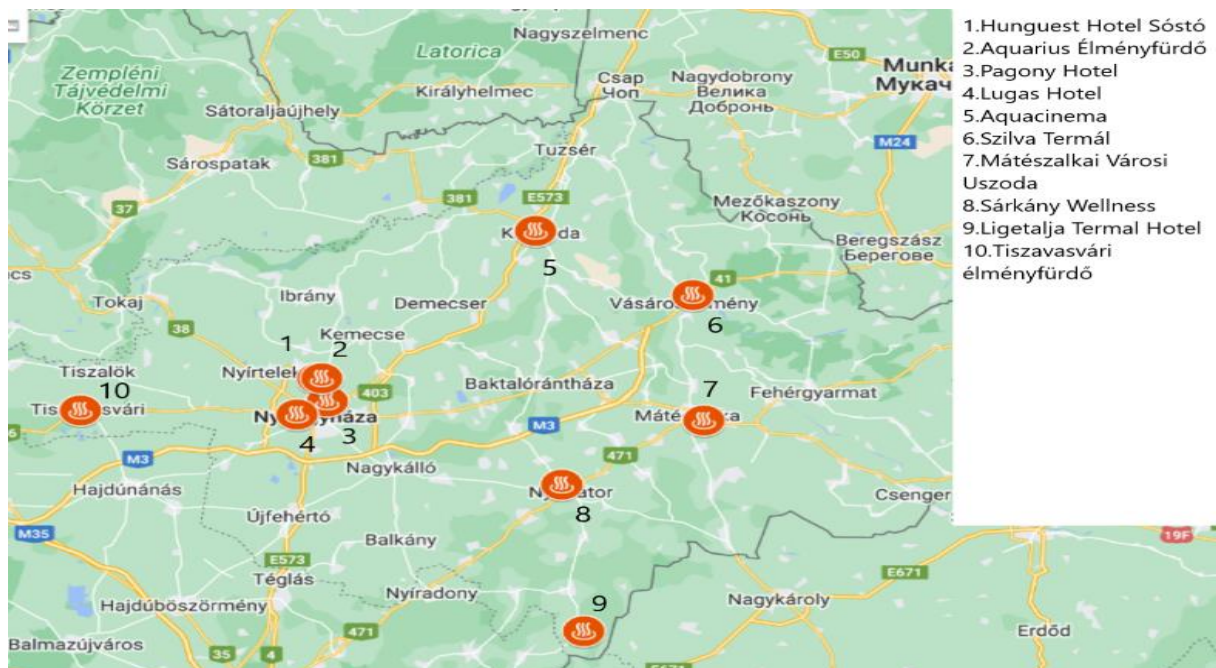
A következő egészségturisztikai komplexum a **Kvitka Polonyny** szanatórium, amely Polenán található. Ez egy egyedülálló komplexum, ahol a kezelés háromféle ásványvízre épül. A Kvitka Polonyny szanatórium fontos jellemzője, hogy az ételeket diétázóknak tervezték, tehát a szanatórium látogatói kiválaszthatják a számukra legmegfelelőbb étkezési lehetőséget. A szanatórium különböző máj, nyelőcső és más szervek betegségeinek kezelésére építi szolgáltatásait. Ezenkívül egy zárt medencével és SPA centrummal várja a vendégeit. (www.kvitkapolonyny.com)

Az utolsó általam vizsgált kárpátaljai egészségturisztikai komplexum a **Kárpátia** szanatórium, amely Sajánban található. A legmagasabb szintű akkreditációval rendelkezik és a Kárpátok egyik legjobb gyógyhelyeként ismerik el. A „Karpatia” szanatórium az emésztőrendszer, a légutak, az anyagcserezavarok, a húgyúti rendellenességek és az allergiák betegségeit kezeli. Az egészségjavító és megelőző eljárások mellett a szanatórium rendelkezik még szintén egy SPA centrummal és egy zárt medencével. (www.karpatia.com.ua)

3.3.2. Szabolcs-Szatmár-Bereg egészségturisztikai egységei

Egészségturisztikai szempontból a régió területi koncentrálttságot mutat. Nyíregyháza a hazai piac mellett, a nemzetközi elsősorban a kelet és közép-európai piacon betöltött szerepe erősödik a folyamatosan bővülő szolgáltatáskínálat által. Helyi jelentőségű gyógytényezővel rendelkező településeknek a fürdölétesítményei található a régióban. Ezek a helyi jelentőségű létesítmények, vagy termálpotenciállal rendelkező települések a turizmus, ezen belül az egészségturizmus kitörési pontnak, a helyi gazdaság megalapozó erőforrásnak tekintik a jövőre nézve.

Magyarország termálvíz kútjainak 16%-a (213 db) a régióban található. Szabolcs-Szatmár-Beregben pedig 24 ilyen kút van. Az ezekre épült létesítmények, amelyeket vizsgáltam, elhelyezkedésüket a 6. ábrán mutatom be. A gyógyászati hasznosítás azonban ennél már jóval szerényebb. Az utóbbi évek támogatási forrásainak köszönhetően számos létesítmény komplex fejlesztéseket hajtott végre, melynek eredményeképpen a többfunkciós (egyszerre gyógy-, termál, strand vagy élmény) jellegű fürdők turisztikában betöltött szerepe erősödik. Az élményfürdők kivételével minden létesítmény rendelkezik termál gyógymedencével. (www.polgariszemle.hu)



1. Hunguest Hotel Sóstó
2. Aquarius Élményfürdő
3. Pagony Hotel
4. Lugas Hotel
5. Aquacinema
6. Szilva Termál
7. Mátészalkai Városi Uszoda
8. Sárkány Wellness
9. Ligetalja Termal Hotel
10. Tiszavasvári élményfürdő

6. ábra: Az egészségturisztikai létesítmények elhelyezkedése (SzSzB)

Forrás: Google Earth, saját szerkesztés

Az összes Szabolcs-Szatmár-Beregi termál- és élményfürdő közül a legkiemelkedőbb a Nyíregyházán található **Aquarius Élményfürdő** 2005-ben nyitotta meg kapuit, 2012-ben országos gyógyfürdő minősítést kapott, míg 2013. augusztusában az ország 16. gyógyhelyeként került bejegyzésre. Természetes gyógyvíz mellett a mikroklímája is egészségrontó körülményektől – lég, vízszennyezettség, zajszint mértéke – mentes. Az itt található kutak nátrium-kloridos, tehát sós, és hidrogén-karbonátos, jódos, brómos vizet szolgáltatnak.



7. ábra: Aquarius Nyíregyháza

Forrás: www.aquariusspa.hu

A fürdők vízzel való megtöltését mélyfúrású kutak kivitelezője és azok hatásának első felfedezője Pávai Vajna Ferenc volt, aki Hajdúszoboszlót is nevéssé tette. A jódos, brómos és a sok oldott só-tartalmazó gyógyvíz, amely 49-52 °C hőmérsékletű, mozgásszervi, reumatikus, ízületi betegségek, gerincbetegségek, utókezelés, rehabilitáció esetén javasolt. A komplexum 7 medencéje biztosítja a vendégek számára a kikapcsolódást. (www.aquariusspa.hu)

A Nyíregyházi élményfürdőhöz hasonló népszerűséggel rendelkezik a kisvárdai **Aquacinema gyógy és wellnessfürdő**, többnyire aquaparkja miatt, de a termásvízi és gyógyászati részlege is jelentős. A fürdő nagy múltra tekint vissza, 1971-ben már fürödtek a fürdő vizében. 1978-ben a vizet gyógyvízzé nyilvánították. Bebizonyosodott a hidrogén-karbonátos összetétel kedvező hatása a gyomorműködésre, mozgásszervi, nőgyógyászati problémákra, gyulladásos megbetegedésekre, baleseti, műtéti utógondozás kezelésére.



8. ábra: Aquacinema gyógy és wellnessfürdő
Forrás: www.aquacinema.hu

A 602 méteres mélységből feltörő gyógyvízzel ma 4 kültéri és 1 beltéri medencét töltenek meg. 2018-ban újították fel és került hozzá az aquapark is. A földből jövő termál hidrogén karbonátos víz, mely jó hatással van a reumatikus, mozgásszervi, gyomor és egyéb panaszok esetén. Az ország egyik legnagyobb, 14 pályából álló, 5 emeletes csúszdaparkja várja az adrenalin kedvelőket és a kalandvágyó gyerekeket. A komplexum látogatásakor 4 termálmedencében gyógyulhatunk. Ezeknek az átlaghőmérséklete 30 és 38 °C fok között van, így saját igényünknek megfelelően választhatják ki az ideálisat számunkra a látogatók. A relaxáló környezetben helyet kapott finn panoráma szauna, infrasauna, gőzfürdő és pihenő szoba is. Egy merülőmedence és egy Kneipp-taposó is része a fürdőegységnek. (www.aquacinema.hu)

A következő egészségturisztikai létesítmény, amelyet be szeretnék mutatni szintén Nyíregyházán található, ez a **Pagony Hotel**. A hotel a Nyíregyháza közvetlen szomszédságában található, az 55 hektáros Pagony Rekreációs és Szabadidőparkban. A szálloda wellness szolgáltatásokat kínál fel a vendégei számára. A SPA részleg élménymedencével, szaunával, gőzkabinnal van felszerelve, és masszázs szolgáltatásokkal kiegészítve. Az intézmény célja, hogy egy gyönyörű környezetben megvalósulhasson egy egészségtudatos közeli életmód mind a passzív, mind az aktív wellness és rekreáció résztvevői számára. (www.hotelpagony.hu)

Penészleken található a **Ligetalja Termal Hotel**, amely egy horgászto mellett helyezkedik el számos kikapcsolódási lehetőséget kínál a látogatói számára. A szállodában 21 igényes szoba található. A terület termálvize, amely 1150 méterről tör fel, vizsgálatokkal igazol gyógyhatású, hidrogén-karbonátos, magas sótartalmú víz. Jótékony hatással van a csontokra és ízületekre. A termálfürdő félig zárt és félig fedett, és egy finn szauna is tartozik hozzá, illetve olyan kiegészítő szolgáltatásokat is felkínálnak, mint például a masszázs, vagy speciális tengeri kozmetikumokkal végzett test- és arckezelések. A létesítmény területén található még egy strandmedence. (www.ligetaljatermalhotel.hu)



9. ábra: Ligetalja Termal Hotel
Forrás: www.ligetaljatermalhotel.hu

A Nyíregyházi **Lugas Hotel** egy csendes kertvárosi környezetben helyezkedik el. A három csillagos besorolású komplexum első osztályú szolgáltatásokat kínál a vendégei számára. A vendégeik testi és lelki regenerálódására és feltöltődésére ajánlják a wellness részlegüket, amely egy élménymedencét, finn szaunákat, pezsgőfürdőket, illetve relaxáló masszázs szolgáltatásokkal várja a vendégeket. (www.lugashotel.com)

Nyíregyházán , a Sóstón található a Hunguest Hotels lánc legújabb egysége, a **Hunguest Hotel Sóstó**. Ez a komplexum egy 123 szobás, négy csillagos superior szálloda, és a megyeszékhely legkomplexebb szolgáltatását nyújtó létesítmény is egyben. A komplexum az Aquarius Élmenyfürdő mellett található, amely a stranddal együtt összesen 22 medencével és számos szolgáltatással várja a vendégeit. A fürdőkomplexum vendégei a termálszolgáltatásokat igénybe véve pihenhetnek, kültéri és beltéri gyógyvízű medencékben, szaunával kiegészítve. A kezelések közül itt megtalálhatóak: balneoterápiás, fürdőgyógyászati és fizioterápiás kezelések.(www.hunguesthotels.hu)

A Vásárosnaményban található **Szilva Termál** egyike a legelső gyógyvízzel rendelkező élmenyfürdőknek Magyarországon. A fedett rész egész évben, a nyitott a nyári szezonban vehető igénybe. A fürdőt tápláló 45 fokos termálvíz nagy mennyiségben tartalmaz nátriumot, kloridot és szulfátot és 2014-ben gyógyvízzé is nyilvánították.



10. ábra: Szilva Termal
Forrás: www.wellnesstrips.hu

A Szilvátfürdőben található wellness és gyógyfürdőben a termálmedence 36-38 °C-os hőmérsékletű, és nyakzuhany, talp- és derékmasszázs élmenyelemekkel is rendelkezik. Az úszás szerelmesei számára pedig egy 26-28 °C-os, átlagosan 120 cm mély, feszített víztükrű úszómedence biztosít kikapcsolódást. A kisebbek szórakozását a 34-36 °C-os vízi óvoda jelenti, ahol különböző vízi élmenyelemek és csúszdák találhatóak. Azok, akik a szabadban szeretnek fürödni, egy fedett átjárón keresztül léphetnek ki a 30-32 °C-os kültéri élmenymedencébe, ahol vízsugarak, pezsgőágyak és buzgárok várják őket. (www.szilvafurdo.hu)

Következő helyszínünk a Nyírbátorban található **Sárkány Wellness és Gyógyfürdő**, amely 2010-ben nyitotta meg kapuit. Ez a fürdő rendkívül népszerűvé vált a hatékony és gyógyászati célokra is alkalmas Báthory gyógyvíznek köszönhetően. A gyógyvizes medencékben a Nyírbátorban feltörő kalcium-magnézium hidrogén-karbonátos (Báthory) gyógyvizet használják, amelynek oldott sótartalma összesen 1526 mg/l. Évek óta tapasztalják, hogy ez a termásvíz alkalmas a reumatikus és mozgásszervi megbetegedések kezelésére.

A gyógyfürdő egész évben két medencével várja a vendégeket, míg a gyógyászati részlegben egy medence áll rendelkezésre. A belső térben két finn szauna, infra szauna, gőzfürdő és sógenerátor is megtalálható.(www.termalfurdok.com)



11. ábra: Sárkány Wellness és Gyógyfürdő

Forrás: www.termalfurdok.hu

A **Tiszavasvári** élményfürdő nagy múlttal, termál és gyógyvíz készlettel rendelkezik. A Tiszavasvári Strandfürdő gyógyvize alkáli-hidrogén-karbonátos hévíz, mely európai és hazai gyógyvízkincsnek, megyei értéknek számít. Magyarországon a fürdőkultúra igen nagy múltra tekint vissza, így ez a strandfürdő is már eléggé látogatott volt a 80-90-es években, többek között gyógyvíz forrása miatt.

A fürdő gyógyvize 1175 méter mélyről tör a felszínre 65°C-os hőmérséklettel. Kiváló hatással van a mozgásszervi, reumatikus és nőgyógyászati, valamint bőrgyógyászati betegségekre, emellett gyulladás csökkentő, értágító és anyagcsere javító hatásokkal is bír. A strand területén 7 medence található, ebből 2 termásvízzel van feltöltve, illetve létesítésre került egy 11 méter magas, 103 méter hosszú anakonda csúszda, ami a strandfürdő büszkeségévé vált. Híres a wellness szolgáltatásairól is. 2015-ben egy élményelemekkel felszerelt medencét

létesítettek, melyben dögönyöző, sodrófolyosó és buzgárpád is található. A wellness szolgáltatások nem csak szezonálisan, egész évben igénybe vehetők. (www.tvgyogyfurdo.hu)

A **Mátészalkai Városi Uszoda** az utolsó a sorban, az általam megvizsgált egészségturisztikai létesítmények közül. A gyönyörű környezetben található komplexum több medencével, wellness szolgáltatásokkal és gyógyhatású termálvízzel várja a vendégeit. A fürdő termálvize gyógyvíz minősítésű, „Szatmár Kincse” néven van gyógyvízzé nyilvánítva. A 1040 méter mélyről feltörő 58 fokos víz a termálmedencékben 36 fokos. A termálvíz összetétele nátrium-hidrogénkarbonát, és alkalmas mozgásszervi megbetegedések, a gerinc és az ízületek megbetegedéseinek kezelésére. (www.szalkaviz.com)

4. FEJEZET

A KUTATÁSI MÓDSZEREK ÉS A KUTATÁSI EREDMÉNYEK BEMUTATÁSA

4.1. A kutatás módszertana

A kutatás során azt vizsgáltam, hogy Kárpátalja és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye egészségturisztikai egységeinek honlapjai mennyire hasznosak, informatívak, átláthatók, azok számára, akik pihenni vagy gyógyulni szeretnének, ahogyan már erre a bevezetésnél is kitértem. Továbbá azt, hogy összehasonlítva ezeket a honlapokat, milyen eltérések, hasonlóságok figyelhetők meg.

A szállodai honlapok összehasonlításához és elemzéséhez valamilyen perspektíva szükséges, ami alapján ki tudunk alakítani egy nekünk megfelelő szempontrendszert. A munkám során egy 60 kérdésből álló szempontrendszert alkalmaztam (1. sz. melléklet), amely segítségével összehasonlítottam az általam vizsgált egészségturisztikai egységek honlapjainak tulajdonságait.

Egy szállodai honlaponál, vagy az én esetemben egészségturisztikai létesítmény honlapjánál a látogató gyakorlatilag minden esetben a nyitóoldalra érkezik, ezért ez az első elemzési szempont. A honlap nyitóoldalát meglátva kialakul bennünk egy első benyomás amelyet több tényező is befolyásolhat. Ezek a befolyásoló tényezők az elrendezés, a megjelenés, a design és a színvilág, vagyis, hogy milyen a honlap megjelenése, kinézete. A kezdőlap megítélése alapján a potenciális látogató eldönti, hogy marad-e a weboldalon. Ha konkrét céllal érkezett a vendég az oldalra, akkor a következő, amit figyelembe vesz, az a menürendszer és annak átláthatósága, kezelhetősége. Itt lényeges az, hogy mennyire könnyen érhetőek el a fontosabb információk, illetve az is, hogy az oldal összetett vagy könnyen kezelhető. A nyitóoldalon és a többi oldalon található képek, szöveg és egyéb multimédiás tartalmak áttekintését is a vizsgálandó elemek közé soroltam. Ide tartoznak még a fényképgaléria menüpont megléte és a virtuális túrák is. Az én elemzési szempontom alapján egy honlap megjelenése lehet korszerű, sok multimédiás tartalommal, vagy egyszerű megjelenésű, informatív honlap.

Az egyik legmértvadóbb elemzési szempont egy egészségturisztikai létesítmény honlapjánál az, hogy van-e információ a fürdővízről, annak összetételéről, hatásairól, illetve arról kinek és milyen betegség kezelésére ajánlott. Természetesen ilyen létesítményeknél a potenciális vendég érdekelt abban, hogy vannak-e gyógy- és wellness szolgáltatások. Tehát a

vizsgálati elemek közé soroltam azt is, hogy a honlapon vannak-e feltüntetve gyógy- és wellness szolgáltatások, illetve fel vannak-e sorolva, van-e róluk leírás és multimédiás tartalom.

A nyitóoldalra a menürendszeren kívül további külön funkciókat is szoktak beépíteni. Ilyen például a nyelvválasztási funkció, amelyet szintén a vizsgálandó szempontokhoz soroltam. Itt úgy gondoltam, hogy célszerű figyelembe venni a választható nyelvek mennyiségét.

A szállodák és egyéb létesítmények közösségi oldalakon való jelenléte manapság egy alapvető dolog. A közösségi portáljaikat és az oldalait ezek a létesítmények általában a nyitóoldalon reklámozzák. Illetve érdemes azt megnézni, hogy milyen szerepet játszanak ezek az oldalak a honlapon, tehát hogy ösztönöz-e eléggé arra az oldal, hogy meglátogassuk a közösségi platformjukat, vagy nem törődnek a közösségi hálón való részvétellel. A leginkább az tudja tükrözni ezt, hogy mennyi látogatójuk és feliratkozójuk van. A honlapot szintén szokták alkalmazni, mint reklámfelület, és ezáltal növelni a szálloda presztizsét. Ezeket a reklámokat a honlap sajtó vagy média elnevezésű menüpontokba helyezik. Szintén itt tudjuk megvizsgálni azt is, hogy a kapcsolat és az elérhetőség menüpont megtalálható-e a weboldalon és elegendő információt nyújt-e számunkra. Úgy gondolom, hogy ez is egy kihagyhatatlan szempont, mivel az emberek nagyrésze már rendelkezik mobillal és sokan csak a telefonon interneteznek, emiatt fontos az, hogy legyen egy gyors kapcsolatfelvételi lehetőség a honlapon.

Annak érdekében, hogy az összehasonlítás és jellemzés megfelelő legyen, a szempontrendszerembe soroltam a honlapnak azokat az elemeit is, amelyek úgy gondolom, hogy a leginkább befolyásolják a turistákat és látogatókat abban, hogy a jövőben felkeresik-e az adott létesítményt. Ezek a szempontok pedig nevezetesen az árak, részletesebben a jegyárak, esetleges kedvezmények és kuponok megjelenése a honlapon.

Az utolsó szempontok között a kiegészítő funkciók vizsgálata állt. Az egyes létesítmények időjárás előrejelzéssel, a szálloda környezetének bemutatásával, turistatípekkel és térképpel, utazástervezővel ösztönzik a vendégeket és a látogatókat arra, hogy őket válasszák. Ezen kívül megvizsgáltam még egy viszonylag új, és egyelőre kevés honlapon elérhető, a gyengén látókat segítő funkciót.

Ezeket a szempontrendszereket követve 10 – 10 kárpátaljai és Szabolcs- Szatmár-Bereg vármegyei egészségturisztikai létesítmény honlapját vizsgáltam meg. Ezeket a honlapokat egy táblázatba foglaltam (3.táblázat), amelyben megtalálhatóak a létesítményekhez vezető linkek is. A szempontrendszernek köszönhetően sikerült a weboldalakat összehasonlítani. A kapott adatok alapján a kutatási részben 7 fontosabb szempont alapján részletesen elemezni, amelyek a következők: a weboldal arculata, információ jelenléte a honlapon, wellness és

gyógyszolgáltatások feltüntetése a honlapokon, nyelvek elérhetősége, jelenlét a közösségi hálón, árinformáció, kiegészítő funkciók.

3. táblázat: A munka során megvizsgált kárpátjai és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapok

Forrás: Saját szerkesztés

Kárpátjai honlapok			
Ssz.	Név	Település	Weboldal
7	„Derenivska Kupil”	Alsószlatina	www.derenivska-kupil.ua
8	„Eco-Termal”	Kaszony	www.eco-termal.com
10	„Kárpátia”	Saján	www.karpatia.com.ua
9	„Kvitka Polonyny”	Polena	www.kvitkapolonyny.com
5	„Pacsirta”	Beregszász	www.zhayvoronok.net
2	„Teplica”	Nagyszőlős	www.teplyca.com.ua
1	„Tepli-vody”	Veléte	www.tepli-vody.com.ua
6	„Termal Star”	Alsószlatina	www.termal-star.com
3	„Zolota Gora”	Ungvár	www.zolota-gora.com
4	Kaszonyi Termálfürdő	Kaszony	www.kosino.ua
Ssz	Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapok		
	Név	Település	Weboldal
4	„Aquacinema”	Kisvárdá	www.aquacinema.hu
3	„Aquarius Élményfürdő”	Nyíregyháza	www.aquariusspa.hu
8	„Hunguest Hotel”	Nyíregyháza	www.hunguesthotels.hu
7	„Ligetelja Termál Hotel”	Penészlek	www.ligeteljatermalhotel.hu
9	„Lugas Hotel”	Nyíregyháza	www.lugashotel.hu
6	„Pagony Hotel”	Nyíregyháza	www.hotelpagony.hu
2	„Sárkány Wellness”	Nyírbátor	www.sarkanyfurdo.hu
1	„Szilva Termál”	Vásárosnamény	www.szilvafurdo.hu
5	„Tiszavasvári termálfürdő”	Tiszavasvári	www.tvgyogyfurdo.hu
10	Mátészalkai Városi Uszoda	Mátészalka	www.szalkaviz.com

4.2. Kárpátalja és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye egészségturisztikai egységei honlapjainak elemzése

Ebben a fejezetben az általam összeállított összehasonlított szempontok alapján kialakított hét kérdés szerint elemeztem a honlapokat. Az elemzést követően feldolgoztam a kapott adatokat és következtetéseket vontam le belőlük. A kutatásom során alkalmazott szempontrendszer alapján egy honlap megjelenése lehet korszerű vagy egyszerű megjelenésű, informatív honlap.

4.2.1. A honlapok arculatának összehasonlítása

Az előző fejezetben megemlítettem azt, hogy milyen fontos szerepe van egy nyitóoldalnak és a honlap arculatának egy létesítmény weboldalánál, mivel nagymértékben meghatározza a honlapról kialakult első benyomást.

A Kárpátaljai honlapok arculata többségében korszerűen van kialakítva. Ez azt jelenti, hogy ezek a honlapok két, esetleg három szintet alkalmaznak a honlap készítésénél, ezzel sugározva egy egységes megjelenést. A Teplica szanatórium honlapján kívül mindegyik korszerűen van kialakítva. Jó példának erre, a Kárpátaljai honlapok közül a Derenivska Kupil honlapját tudnám megemlíteni. Ennél a honlaponál figyelhető meg az elegáns design, minimalisztikus színhasználattal összehangolva. Többnyire a fehér színt alkalmazzák, illetve a honlap háttérén figyelhető meg a komplexumról elkészült fotó. A honlap tetején egy fehér sáv van elkülönítve igényesen, ott csak a létesítmény logója, illetve a menürendszer, az elérhetőségek és a kapcsolatok ikonjai láthatók. A nyitóoldalon a felület nagyrészt a létesítmény szolgáltatásai és a róla készült képek teszik ki. A képek igényesek, a látogató számára az eleganciát és a prémium hatást sugallják. Az oldalon megtalálható még egy különálló galéria is, amelyben további média tartalmakat találhatunk a létesítményről.

A másik szempont alapján, tehát az egyszerű megjelenésű, informatív honlap jellemzővel, a kárpátaljai honlapok közül a Teplica szanatórium weboldala rendelkezik. Itt ahelyett, hogy valamilyen színkombinációt alkalmaznának, csak szimplán a fehér színt alkalmazzák. A végső hatás itt a korszerű desig helyett jellegtelen, tehát egyszerű. A honlap tetején található fejlécen csak bal oldalon van elhelyezve a logó és jobb oldalt pedig a menürendszer ikonja. A nyitóoldalon a létesítményről található egy néhány kép, illetve itt vannak a szolgáltatások felsorolva. Ezen a honlapon nem található különálló galéria sem.

A kutatási módszereim között megemlítettem azt is, hogy ennél a szempontnál vizsgáltam, hogy van-e virtuális túra a honlapokon. A kárpátaljai honlapok közül, három létesítménynél van jelen ez a funkció, mégpedig a Kaszonyi termálfürdőnél, a Pacsirta termálfürdőnél, és a Termal-Star szanatóriumnál. A virtuális túra során megtekinthetjük a létesítmények területét, medencéket, az éttermet és szaunákat.

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye honlapjainál fele-fele arányban oszlanak meg a létesítmények, ha a weboldalak arculatát és a nyitó oldalát figyeljük meg. A kárpátaljai weboldalaktól azonban a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapoknál másképp értelmezhető a korszerű jellemző, mivel itt nem az eleganciát sugározza a honlap.

A vizsgált honlapok közül a korszerű megjelenéssel rendelkező honlapok közé, a Sárkány Wellness, Aquarius Élményfürdő, Aquacinema, Ligetlaja Termal Hotel, Pagony Hotel weboldalait tudnám sorolni. Ezek közül az Aquacinema weboldalát tudnám kiemelni. Ez egy korszerű weboldal, nagyon sok média tartalommal. Itt a minimalisztikus színhasználat helyett, nagyon sok színt alkalmaznak. A honlap tetején a kárpátaljai honlapoknál megszokott fehér sáv helyett egy képet találhatunk a létesítményről, a bal felső sarokban a logó helyett a menürendszer ikonja található, a logó pedig középen helyezkedik el. A nyitó oldalon a látogató a szolgáltatásokkal találkozhat, és az azt bemutató képekkel, ezeket a képeket egy különálló galériával bővítették ki a honlap létrehozásakor.

Azonban, a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye többi honlapjánál, tehát a Silva Termal, Tiszavasvári termálfürdő, Lugas Hotel, Hunguest Hotel, Mátészalkai Városi Uszoda honlapjainál, sokszor figyelhettem meg azt, hogy csak egyszerű és letisztult színeket választanak. Úgy gondolom, hogy jó példa erre a Szilva Termálfürdő honlapja. Ennél a honlapnál megfigyelhető, hogy csak a fehér színt alkalmazzák, és nem törekedtek arra, hogy a weboldal arculata felkeltse a látogató figyelmét. A felső sávban csak a logó található, a nyitóoldalon pedig a bemutatkozó szövegen kívül nincs semmi információ, és csak egy néhány kép található, illetve itt sem találoztam különálló galériával.

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapok közül virtuális túrát egyiknél sem véltem felfedezni. Érdekesség azonban az, hogy a Szilva Termálfürdő honlapján találkozhatunk egyedül hasonlóval, mégpedig egy „Webséta” megnevezésű funkcióval.

4.2.2. A menürendszer és a hasznos információk jelenléte a honlapon

A nyitóoldalon az első benyomás és az első észrevételek után a következő elemzési szempont a menürendszer, és annak megvizsgálása, illetve az, hogy vannak-e hasznos információk a honlapon.

A menürendszerek kialakítása kétféleképpen történhet egy honlapon. Az első esetben a honlap létrehozásakor egy fejléces menürendszert alakítanak ki, ami azt jelenti, hogy a menüpontok a honlap felső sávjában egymás mellett vannak elhelyezve. Úgy gondolom, hogy ez egy jó módszer annak érdekében, hogy egy jól kezelhető menürendszert hozzunk létre. A másik esetben, az oszlopos menürendszert alkalmazzák, ahol a menüpontok az oldal valamelyik szélén egymás alatt sorakoznak. Egyes esetekben kombinálni is lehet a kettőt, tehát ilyenkor fejléces és valamelyik oldalán a honlapnak pedig oszlopos menü is szerepel. A menüpontok elhelyezésének a honlap arculatában betöltött szerepe helyett inkább a jó kezelhetőséget kell szolgálnia.

A megvizsgált kárpátaljai honlapok többnyire a menüpontok fejléces elhelyezését részesítik előnyben. Az oszlopos menürendszer csak a Tepli Vody és a Pacsirta honlapjainál figyelhető meg. A Derenivska Kupil honlapja a kombinált elhelyezést alkalmazta menüpontoknak, itt a lap tetején és a honlap jobb oldalán is vannak elhelyezve menüpontok.

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapoknál ennek az ellentétjét figyelhetjük meg. Itt az oszlopos menürendszer van alkalmazva a legtöbb honlapnál. Kivételt képez a Sárkány Wellness honlapja, mivel itt a fejléces elhelyezést alkalmazták, illetve a Hunguest Hotel Sóstó honlapja, mivel itt a kombinált elhelyezése figyelhető meg a menüpontoknak.

Ha egy menürendszer jól felépített, akkor annak köszönhetően a vendég könnyedén eljuthat a keresett információkhoz. A következő szempont tehát az, hogy van-e információ a honlapokon a termálvízről vagy ásványvízről, annak összetételéről, hatásairól, illetve arról hogy kinek és milyen betegségek kezelésére ajánlott. Fontos az is, hogy milyen az információ elrendezése és milyen arányban található meg a honlapon. Úgy gondolom, hogy ez azért fontos szempont, mert hiába van szép arculata és jól felépített menürendszere egy honlapnak, amely eljuttatja a kívánt oldalra a látogatót, ha ott nem talál elegendő információt. Egy látogató a honlapon nem olvassa át az összes információt, amely megtalálható rajta, hanem csak átfutja a szemével, ezért fontos az, hogy ha a látogatót minden menüpontban ugyanaz a felépítés fogadja, ezáltal kevesebbet keresgél és hamarabb jut el a fontos részekhez.

A Kárpátaljai honlapokra jellemző, hogy az információk könnyen elérhetőek. Ezalatt azt értem, hogy a honlapok nyitóoldalán szinte minden információt megtalálhatunk a létesítményről. Erre jó példa lehet, a Pacsirta termálfürdő honlapja, mivel arányosan van kialakítva, egy felépítést követve, tehát egymás után haladva van feltüntetve a létesítmény bemutatása, a szolgáltatások és a hozzájuk kapcsolódó média tartalmak, a termálvíz leírása és összetétele, illetve a lap végén a kapcsolat és egy térkép a létesítmény elhelyezkedéséről. Ezzel szemben két honlapot tudok felhozni példának. Az első, a Zolota Gora honlapja, ahol szinte

semmi információt nem találhatunk meg. Nincsenek leírások a komplexum szolgáltatásairól, és nincsenek hozzáfűzve média tartalmak sem, tehát ebben az esetben túl kevés információt véltem felfedezni. A másik példa a Kvitka Polonyny honlapja. Ebben az esetben viszont túl sok szöveg található meg a nyitóoldalon, illetve a többi oldalon is nagy mennyiségű szöveg van.

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapokon az figyelhető meg, hogy a nyitóoldalakon sok kis kép szerepel elszórva és ezáltal egyik sem ragadja meg az olvasó figyelmét. Ezen a honlapok közül az Aquariusspa honlapot tudnám kiemelni, mivel itt minden menüpont alatt ugyanaz a séma figyelhető meg, tehát nagyon jó arányban vannak elosztva a média tartalmak és fontos információ. Szintén megtalálható itt is a gyógyvíz összetétele, a szolgáltatásokról minden információ, illetve a hozzájuk tartozó képek is. A Hotel Pagony és a Lugas Hotel honlapjainál figyelhető meg az, hogy túl kevés információt közölnek a látogatók felé, illetve túl nagy méretű képeket alkalmaznak. Ezzel szemben a Sárkány Wellness honlapján viszont túl sok az információ mennyisége, és túl kicsi a kép, ami nem ragadja meg az olvasó figyelmét, illetve a túl hosszú szövegben elvesznek a fontosabb információk.

Itt vizsgáltam az oldalak kezelhetőségét is. Tulajdonképpen azt, hogy mennyire könnyen kezelhető a weboldal, e szempont alapján egy honlap lehet kezelésben könnyű és összetett. Az kezelésben összetett honlap alatt azt értem, hogy nagyon nehéz megtalálni a látogatóknak azt az információt amit ők keresnek. Sok oldalnál figyelhető meg az, hogy a menürendszer ikonja vagy menüpontjai, nagyon szélén vannak elhelyezve, vagy beleolvadnak a honlap háttérébe és emiatt nehéz azokat észrevenni. Az oldal kezelhetőségét elősegítő funkció lehet a belső kereső, ahol a látogató címszavakra rákeresve rátalál a szükséges oldalra.

A kárpátaljai honlapokra jellemző, hogy kezelésben egyszerűek. Két honlapot emelnék ki, amelyek összetettek a kezelésükben. Az első a Teplica honlapja, mivel itt a nyitóoldalon is nagyon szétszórtan találhatjuk meg a fontosabb információkat, de ezt még megnehezíti az is, hogy túl sok menüpontja van. A másik hasonló honlap, a Karpatia. Erre a weboldalra jellemző, hogy túl zsúfoltan vannak az információk, illetve szintén az is, hogy túl sok a menüpont, amelyek között nehéz megtalálni azt, ami a turistánk számára szükséges. Az első esetben segítség lehet a látogatóknak a belső kereső funkció, amely a lap tetején található.

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye honlapjaira is szintén jellemző, hogy egyszerűek a kezelésükben. A kárpátaljai honlapokhoz hasonlóan, itt is két esetben találkozhatunk nehézségekkel. Az első honlap, amelyik kezelésében összetett, az Aquarius. Ebben az esetben is az figyelhető meg, hogy túl sok menüpont van, illetve a szolgáltatások is szétszórtan találhatók meg a honlapon. A másik ilyen honlap, a Ligetalja Termal Hotel, amelyen nagyon sok képet találhatunk, de nehezen találhatók meg a fontosabb információk. Ezen honlapok

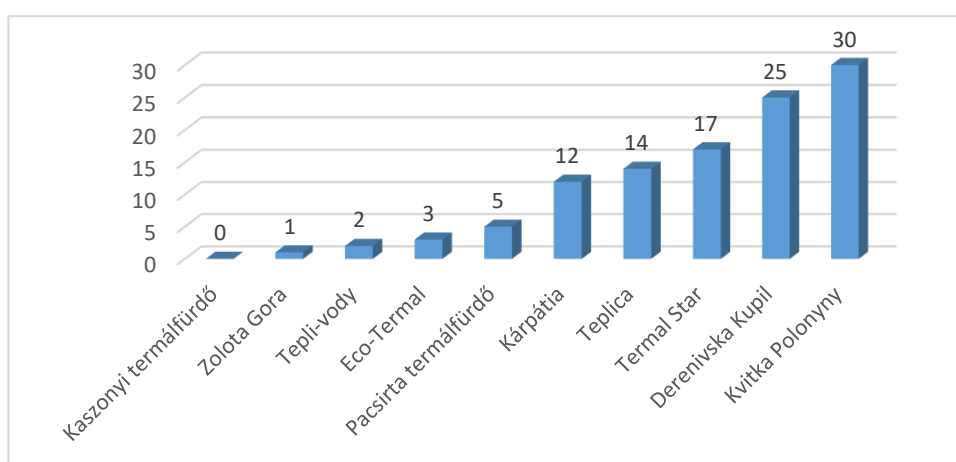
egyikénél sem találok a keresést elősegítő funkcióval, a belső keresővel. Érdekes, hogy ez a funkció a kárpátaljai honlapokon tízből nyolc arányban megtalálható, azonban a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapoknál csak tízből két honlapon.

4.2.3. Wellness és gyógyszolgáltatások feltüntetése a honlapokon

Egy egészségturisztikai létesítmény honlapján, úgy gondolom nélkülözhetetlen az, hogy fel legyenek tüntetve az elérhető gyógy- és wellness szolgáltatások. Tehát ennél a szempontnál azt elemeztem, hogy a honlapokon mennyi és milyen gyógy- és wellness szolgáltatást mutatnak be, és ahol volt megfelelő információ, diagramokkal szemléltettem az elemzés eredményeit.

Kárpátalja híres gyógyszolgáltatásairól, ezért ez az első elemzési szempont. Az általam megvizsgált tíz kárpátaljai honlap közül kilenc mutatja be gyógyszolgáltatásait. Mindegyik közül kiemelném a Kvitka Polonyny szanatórium honlapját, mivel itt több mint 30 gyógyszolgáltatás van bemutatva, leírással és képekkel együtt. A gyógyszolgáltatások számát figyelembe véve, ezt a honlapot követik a Derenivska Kupil 25, és a Termal Star 17 feltüntetett szolgáltatással. A Teplica honlapján 14, a Kárpátai honlapján 12 szolgáltatás van. A legkevesebb gyógyszolgáltatást a Pacsirta (5), az Eco-Termal(3), a Tepli Vody (2) és a Zolota Gora (1) honlapjain figyelhetjük meg. A Kaszonyi Termálfürdő honlapján pedig nincs bemutatva egy gyógyszolgáltatás sem, ahogyan azt a 12. ábra szemlélteti.

A kárpátaljai honlapokon általánosan a következő gyógyszolgáltatások találhatóak meg: balneológiai, ásványvízes, fürdők, masszázs, fizio- és egyéb terápiák, diagnosztikák és különböző vizsgálatok.

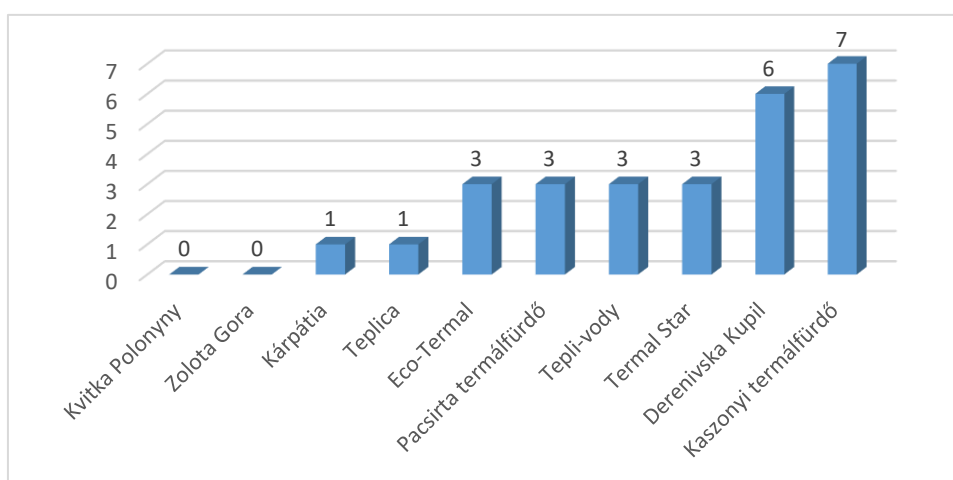


12. ábra: Gyógyszolgáltatások száma a honlapokon (Kárpátalja)

Forrás: Saját szerkesztés

A következő a wellness szolgáltatások, amely szintén egy nagyon fontos szempont. Úgy gondolom, hogy azok a potenciális vendégek is figyelembe veszik a wellness szolgáltatások mennyiségét a honlapon, akik gyógykezeléseket szeretnének igénybe venni, mivel a relaxáció is nagyon fontos a gyógykezelések, vagy akár a rehabilitáció során.

A kutatás során kiderült, hogy a kárpátaljai honlapokon a gyógyszerkezelésekhez hasonlóan a wellness szolgáltatásokat is többségében feltüntetik, számszerűen nyolc honlap mutatja be a wellness szolgáltatásait. Kiemelném az összes honlap közül a Kaszonyi termálfürdőt, mivel ez a létesítmény mutatja be a legtöbb, szám szerint 7 szolgáltatást a látogatói számára a weboldalon. A Derenivska Kupil ennél a szempontnál is szintén kiemelkedő, itt 6 wellness szolgáltatást találhatunk a honlapon. Azonos számokkal rendelkeznek a Pacsirta termálfürdő, Teplí Vody, Termal Star, Eco Termal honlapjai, itt 3 wellness szolgáltatás van bemutatva. A Teplica és a Kárpátia honlapjain pedig 1-1 ilyen típusú szolgáltatás van. A wellness szolgáltatásokról nem találtam információt a Zolota Gora és a Kvitka Polonyny honlapjain. A kapott adatokat a 12. ábrán szemléltetem. A legtöbb honlapon általánosan a következő wellness szolgáltatások vannak feltüntetve: termálfürdők, szaunák, jakuzzik, sószoza, masszázsok.



13. ábra: Wellness szolgáltatások száma a honlapokon (Kárpátalja)

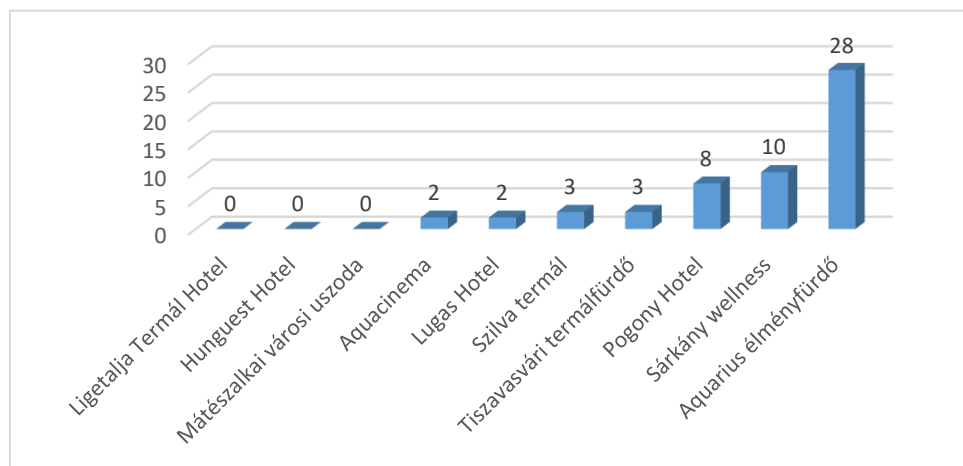
Forrás: Saját szerkesztés

A kárpátaljai honlapokhoz hasonlóan a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye honlapjai is többségében tartalmaznak gyógyszerkezeléseket. Itt az arány kisebb, mivel tíz honlap közül csak hét, amelyen gyógyszerkezelésekkel találkozhatunk.

Ahogy a 3. fejezetben is említettem, Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye megyeközpontja, tehát Nyíregyháza rendelkezik a legnagyobb gyógyturisztikai potenciállal. Ez megfigyelhető a honlapokon található gyógyszerkezelések számán is. A Nyíregyházán

meztalálható egészségturisztikai létesítmények közül is magasan kiemelkedik a gyógyszolgáltatások száma szerint az „Aquarius”, mivel itt 28 szolgáltatás bemutatásával, részletes leírásával találkozhatunk. A Sárkány Wellness a második a sorban 10 szolgáltatással, a Pagony Hotel pedig a harmadik, 8 szolgáltatással. Azonos számú gyógyszolgáltatással rendelkezik a Szilva Termal (3) és a Tiszavasvári termálfürdő (3), illetve az Aquacinema (2) és a Lugas Hotel (2). A Ligetalja Termal Hotel, a Hunguest Hotel, Mátészalkai Városi Uszoda honlapjain nem található információ a gyógykezelésekről. Az elemzés során kapott adatokat a 13. ábrán szemléltetem.

Általánosan itt is ugyanazok a gyógyszolgáltatások figyelhetők meg, mint a kárpátaljai létesítményeknél, tehát a következők: balneológiai, különböző masszázs típusok, fizio- és egyéb terápiák. Úgy gondolom, hogy érdekesség az, hogy a gyógyszolgáltatások típusai részben megegyeznek a kárpátaljai és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye honlapjain, azonban mennyiségük alapján nagy különbség figyelhető meg.

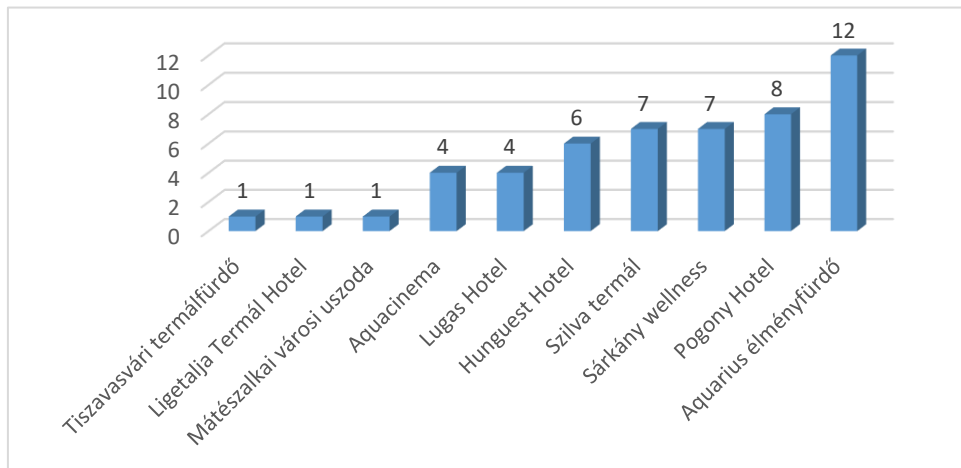


14. ábra: Gyógyszolgáltatások száma a honlapokon (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)

Forrás: Saját szerkesztés

Ezzel szemben, ha a wellness szolgáltatásokat elemezzük a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapoknál, akkor itt már nagyobb hasonlóság figyelhető meg a kárpátaljai honlapokkal, itt azonban mindegyik honlapon fel vannak tüntetve ezek a típusú szolgáltatások. A legtöbb wellness szolgáltatással, szám szerint 12-vel, itt is mint a gyógyszolgáltatásoknál, az Aquarius Élményfürdő büszkélkedhet. A második, 8 wellness szolgáltatással a Pagony Hotel. Azonosan 7 wellness szolgáltatás található meg a Szilva Termal és a Sárkány Wellness honlapjain. 6 szolgáltatással őket követi a Hunguest Hotel. A legkevesebb wellness szolgáltatás az Aquacinema(4), Lugas Hotel (4), illetve a Tiszavasvári termálfürdő (1), Ligetalja Termal

Hotel (1), Mátészalkai Városi uszoda(1) honlapjain található. Ezeket az adatokat összesítve a 14. ábrán mutatom be. Általánosan itt is hasonló wellness szolgáltatások vannak a honlapokon, mint a kárpátaljai weboldalakon. Tehát a következők: termálfürdők, szaunák, jakuzzik, sószoba, masszázások, fürdők, különböző relaxációs masszázások.



15. ábra: Wellness szolgáltatások száma a honlapokon (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)

Forrás: Saját szerkesztés

Érdeemes megemlíteni azt, hogy ezt a szempontrendszert követve, a kutatásnak ebből a részéből kiderült, hogy míg a kárpátaljai honlapok többnyire a gyógyszer szolgáltatásokat mutatják be hangsúlyosan, addig a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye honlapjain inkább a wellness szolgáltatások bemutatására koncentrálnak.

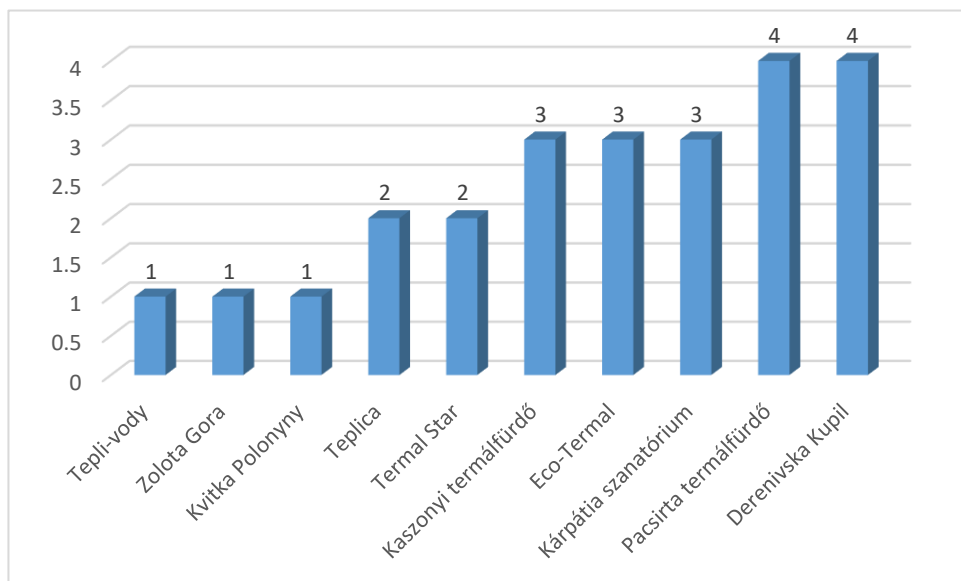
Úgy gondolom, hogy ennek az egyik oka az lehet, hogy Kárpátalján nagyobb hangsúlyt helyeznek az egészségügyi turizmusra és ennek eredményeként a gyógyszer szolgáltatásokra is, illetve a kereslet az ilyen típusú egészségturisztikai létesítményekre (pl. szanatóriumokra) is nagyobb. A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei létesítmények inkább az Európai szintű kínálatot próbálják fejleszteni, tehát az ilyen létesítmények profiljukként a wellness szolgáltatásokat részesítik előnyben a gyógyszer szolgáltatások előtt.

Jó példa lehet erre Kárpátaljáról is, a Kaszonyi termálfürdő, amely szintén egy nagyon fejlett komplexum és az Európai színvonalat képviseli. Ennek a létesítménynek a weboldalán egyáltalán nem figyelhető meg leírás a gyógyszer szolgáltatásokról, vagy valamilyen hasonló tartalom, mivel a fő irányzata az a termálvíz alkalmazása, és a hozzá kapcsolódó wellness szolgáltatások kialakítása.

4.2.4. Nyelvek elérhetősége

Napjainkban, egy egészségturisztikai létesítmény honlapján, úgy gondolom, hogy alapkövetelmény a több nyelven is elérhető honlap, tehát a nyelvválasztási funkció. A kutatásom során érdekes volt összehasonlítani azt, hogy hány és milyen nyelveken érhető el a honlapok.

A kutatásom során rájöttem arra, hogy a kárpátaljai honlapokra jellemző az, hogy szinte mindegyik közülük alkalmaz más nyelvet az ukránon kívül. A vizsgált létesítményeknél általánosságban elmondható az, hogy azokon az oldalakon, ahol több nyelven is megtalálható az információ, az angol és az orosz nyelvek lehetősége szinte mindegyiknél jelen van. A kárpátaljai honlapok közül a legtöbb nyelven megtalálható információval a Derenivska Kupil és a Pacsirta weboldalai rendelkeznek. Itt az ukrán nyelven kívül még kiválaszthatjuk az angolt, az orosz és a Pacsirtánál a magyart, míg a Derenivska Kupil honlapján a szlovák nyelvet választhatjuk ki. Továbbá három létesítmény rendelkezik 3 nyelvi opcióval, tehát 2-vel az ukránon kívül, ezek a Kaszonyi termálfürdő, az Eco-Termal és a Kárpátia. Itt az ukránon kívül angol vagy orosz, a Kaszonyi termálfürdőnél pedig a német nyelv szerepel kiegészítő nyelvként az angol mellett. További kettő létesítmény honlapján – a Teplica és Termal-Star –, fedezhető fel még egy kiegészítő nyelv az ukránon kívül, amelyik mind a kettőnél az orosz. A Tepli Vody, Kvitka Polonyny, Zolota Gora honlapjai pedig csak ukrán nyelven tekinthetők meg. Az elemzés során kapott adatokat, a 15. ábrán szemléltetem.

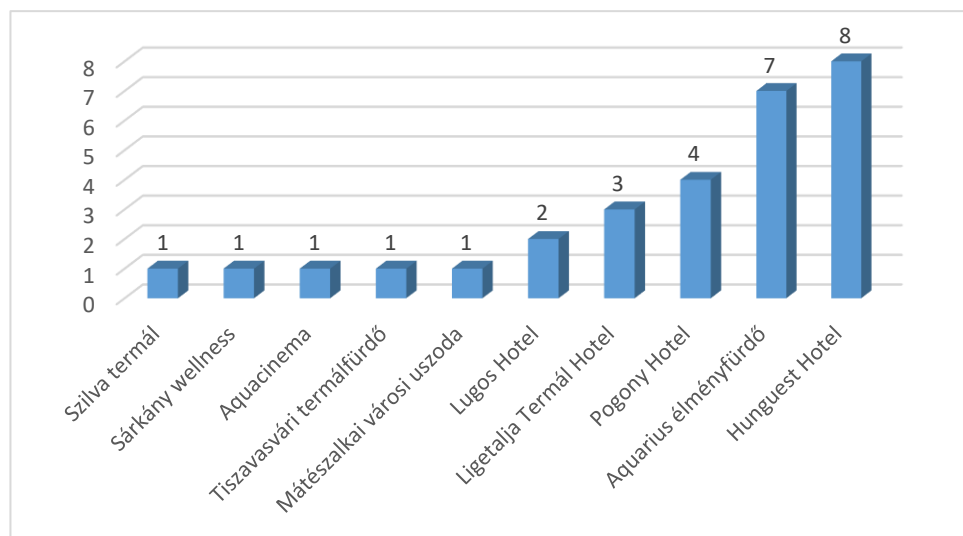


16. ábra: Nyelvek elérhetősége a honlapokon (Kárpátalja)

Forrás: Saját szerkesztés

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapok elemzését követően rájöttem, hogy itt a vizsgált honlapok közül, csak 5 weboldalon talákoztam nyelvválasztási funkcióval. Ahogyan azt, a 16. ábrán láthatjuk, a legtöbb választható nyelvvel a Hunguest Hotel rendelkezik, itt a magyaron kívül még 7 nyelven tudunk találni információkat. Ezt megmagyarázza az, hogy ez a létesítmény része egy nemzetközi szállodaláncnak. Ezen a honlapon a választható nyelvek a következők: ukrán, orosz, angol, német, cseh, román és lengyel. A másik létesítmény, amely kiemelkedik, az Aquarius Élményfürdő, amelynek honlapján a magyaron kívül még 6 nyelvet választhatunk. Az előzőhöz hasonlóan ugyanazok a nyelvek találhatók meg itt, annyi különbséggel, hogy az orosz nyelv helyett szlovákot választhatunk.

További 3 létesítmény honlapján van nyelvválasztási funkció, mégpedig a Pagony Hotel, ahol a magyaron kívül kiválaszthatjuk az angol, orosz és román nyelvet, a Ligetalja Termal Hotel, ahol angolul és németül találhatunk információkat, és a Lugos Hotel angol kiegészítő nyelvvel. Az általam vizsgált másik 5 honlapon nem található nyelvválasztási funkció.



17. ábra: Nyelvek elérhetősége a honlapokon (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)

Forrás: Saját szerkesztés

Az elemzés során megfigyeltem azt is, hogy a kárpátaljai honlapok és a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapok is egyforma arányban, pontosabban tíz egészségügyi turisztikai egység közül nyolcnál a jobb felső sarokban található a nyelvválasztási funkció. A kivételt képező létesítmények honlapjain a lap alján vagy a logó környékén helyezték el ezt a kiegészítő funkciót. Véleményem szerint ez nem túl felhasználóbarát megoldás, mivel ha egy külföldi potenciális vendég keresi a neki megfelelő információt, először meg kell keresni ezt a funkciót.

A bal felső sarokban megtalálható logóhoz hasonlóan, a nyelvválasztási funkciónak a jobb felső sarok az elfogadott helye.

4.2.5. Jelenlét a közösségi hálón

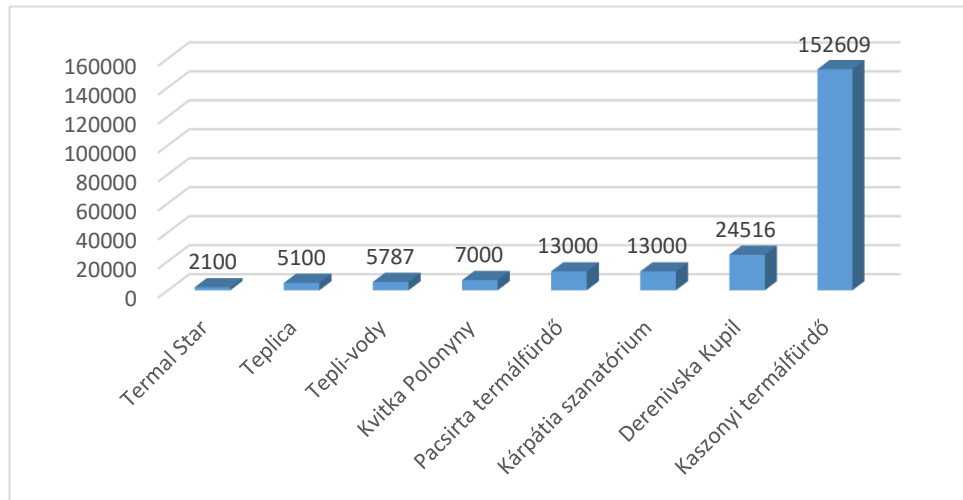
Az online marketing mára már nélkülözhetetlen eleme a turizmusnak. A közösségi háló alkalmazása pedig napjainkban innovációnak számít. A reklámok, hírek és egyéb promóciók, mind egy turisztikai létesítmény presztízsének növelését segítik elől.

Ebben a részében a kutatásomnak, azt vizsgáltam, hogy a honlapok mennyire aktívak a közösségi felületeken, alkalmaznak-e reklámokat, illetve azt, hogy található-e az oldalakon feliratkozás a hírlevélre. Ez egy remek marketingeszköz, mivel néhány esetben a látogató, ha fel is lép az oldalra, de átnézve azt elkattinthat és nem tér vissza többet. A hírlevél segítségével azonban megtarthatjuk a vendéget, mivel e-mailben tájékoztatja a létesítmény az aktuális akciókról, csomagokról és árakról. A szálloda iránti bizalmat növelheti még egy vélemény oldal létrehozása is. Így az új vendégek elolvashatják a már ott jártak tapasztalatait, élményeit és tanácsait.

A kutatásom során megfigyelhettem, hogy úgy a kárpátaljai, mint a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye honlapjainál tízből nyolc feltüntette a nyitóoldalán a közösségi oldalainak az ikonját, ami egy nagyon jó aránynak számít. Átlagosságban a leggyakoribb közösségi oldal, amely megtalálható, az a Facebook. Ez tulajdonképp egyen szempontja is a kutatásomnak, mivel az alapján, hogy a létesítmények facebook oldalán mennyi feliratkozó van, levonható két következtetés is. Először is az, hogy mennyire aktív ez a létesítmény a közösségi hálón, hiszen minél több érdekességet osztasz meg a saját oldaladon, amely felhívja rád az olvasók figyelmét, annál nagyobb az esélye annak, hogy egy potenciális látogató épp elolvassa azt. A másik levonható következtetés pedig az, hogy a feliratkozók száma alapján, elmondható, hogy mennyire ismert egy létesítmény. Mivel többnyire azok iratkoznak fel egy ilyen oldalra, akik már egyszer voltak a vendégei a komplexumnak.

A kárpátaljai honlapokról elmondható az, hogy a közösségi hálón való részvétel még egy nem teljesen elterjedt dolog. Ezek közül a honlapok közül magasan kiemelkedik a Kaszonyi termálfürdő facebook oldala, mivel 152 000 feliratkozója van. A másik szintén kiemelkedő honlap a Derenivska Kupil, 24 516 feliratkozóval. További 2 honlap rendelkezik még 13 000 feliratkozóval, mégpedig a Pacsirta termálfürdő és a Kárpátia. Őket követik a Kvitka Polonyny (7 000), a Teply-vody (5 787), Teplica (5 100), Termal Star (2 100) honlapjai. Két létesítmény

nem rendelkezik közösségi oldallal, ezek a Eco-Termal és a Zolota Gora. Az adatokat a 18. ábrán mutatom be.



18. ábra: A feliratkozók száma egységenként (Kárpátalja)

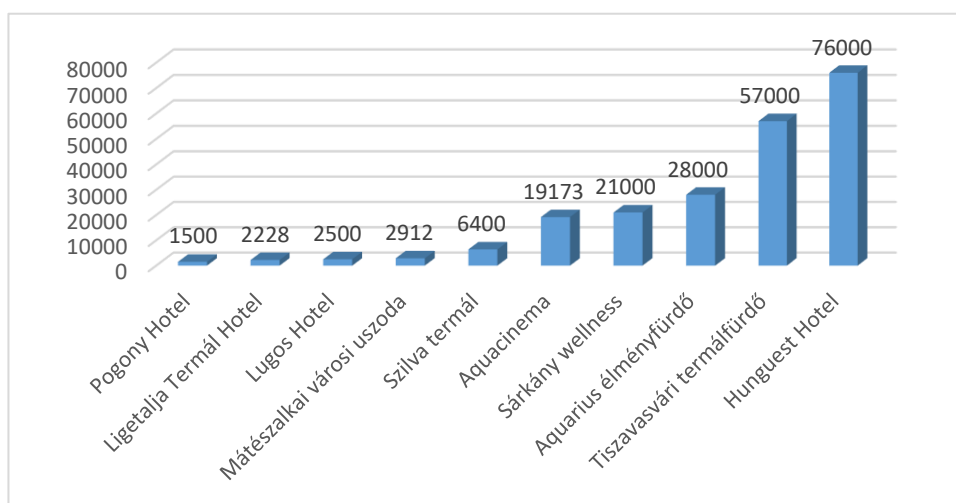
Forrás: Saját szerkesztés

Mivel a Kaszonıi termálfürdő a legkiemelkedőbb, ezért a további két szempont alapján ezt a honlapot fogom elemezni. A kimagasló szám, a már ott járt vendégek mellett, annak köszönhető, hogy ez a létesítmény megpróbálja kihasználni a marketingeszközök minden lehetőségét, és folyamatosan hirdetéseket oszt meg a közösségi oldalon. A honlapon megtalálható reklámok a komplexum akcióit és programjait hirdetik. Megtalálható a vélemény oldal is, ahol a potenciális vendégek több ezer visszajelzést olvashatnak a létesítményről. Természetesen kapcsolatfelvételre is van lehetőség. A létesítmény honlapján található felső sávban a menüpontok felett, illetve a honlap nyitóoldalának a legalján, fel van tüntetve a recepció telefonszáma, amelyre rákattintva azonnal hívás indítható. Ez szintén egy jó kiegészítı funkció azok számára, akik a mobilos verzióját olvassák a honlapnak. A weboldalon hiányosság az, hogy nem található feliratkozási lehetőség a hírlevélre.

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye egészségturisztikai egységek honlapjait elemezve a megadott szempontok alapján megfigyeltem azt, hogy a kárpátaljai honlapokkal szemben, itt mindegyik létesítmény rendelkezik egy saját oldallal a közösségi hálón. Itt a leggyakrabban használt közösségi oldal szintén a Facebook. Ahogyan azt a 19. ábrán is szemléltetem, az általam megvizsgált honlapok közül a legkiemelkedőbb a Hunguest Hotel 76 000 feliratkozóval. Ez szintén annak köszönhető, ahogy azt az elızı kutatási szempontnál is megemlítettem, hogy a Hunguest Hotel egy nemzetközi szállodalánc része, tehát sokan ismerik. Ezt a létesítményt követi a Tiszavasvári termálfürdő 57 000 feliratkozóval. Bár kisebb

arányban, de az Aquarius Élmenyfürdő is kiemelkedik a 28 000, a Sárkány Wellness a 21 000 és az Aquacinema a 19 173 feliratkozóval. A Szilva Termal ugyan nem annyira mint az előzők, de szintén kiemelkedik 6 400 feliratkozóval. Az utolsó négy létesítmény is rendelkezik feliratkozókkal, de nem annyira kiemelkedő mennyiséggel, mégpedig a Mátészalkai Városi Uszoda 2 912, a Lugas Hotel és a Ligetalja Termal Hotel azonosan 2 500, és végül a Pagony Hotel 1 500 feliratkozóval.

A további szempontok alapján, mint a kárpátaljai honlapoknál, itt is a legkiemelkedőbbet elemeztem, amely a Hunguest Hotel. A honlapon szintén, az előzőhöz hasonlóan megtalálhatók reklámok, amelyek a szálloda akcióit és eseményeit hirdetik. Nagy előny az is, hogy ebben az esetben van lehetőség feliratkozni a hírlevélre. Ez azt mutatja, hogy a komplexum törekszik arra, hogy megtartsa vendégeit és mindig informálja azokat. A kapcsolatot a szállodával itt is szintén a weboldalon keresztül is fel lehet venni, rákattintva a menüpontok mellett elhelyezett ikonra. Az egyetlen hátránya a honlapnak, hogy nincs véleményoldala.



19. ábra: A feliratkozók száma egységenként (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)

Forrás: Saját szerkesztés

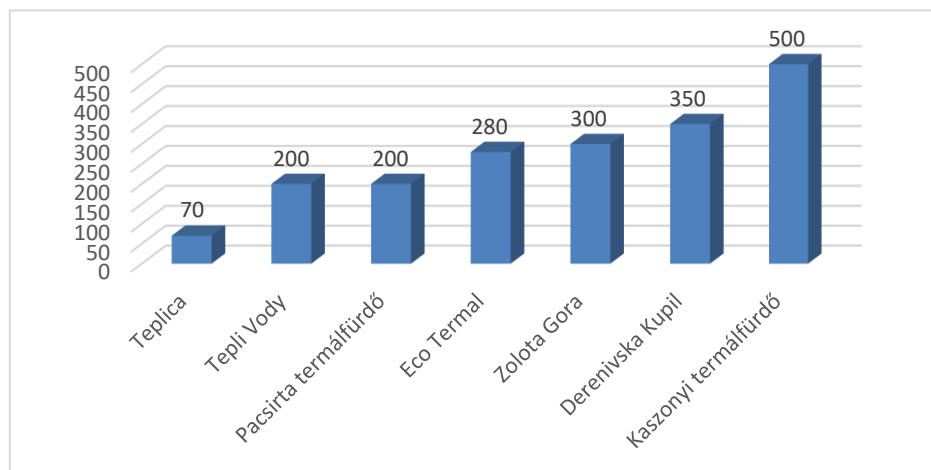
4.2.6. Árinformáció

Az egyik legmérvadóbb elemzési szempont a honlapoknál az, hogy megtalálhatók-e az információk a létesítmény árairól, kedvezményeiről és csomagjairól. Mivel én az egészségturisztikai létesítmények honlapjait elemeztem, ezért úgy gondolom, hogy a legfontosabb árinformációk a belépők és a szolgáltatások árai. Nagyon furcsa tapasztalat volt számomra, hogy a kutatásom során nem mindegyik honlapon található meg információk az

árakról. Ez tulajdonképpen annak az eredménye, hogy az általam megvizsgált egységek között vannak szállodák is, amelyeknél a gyógy-és wellness szolgáltatások csak kiegészítésként jelennek meg. Ennek ellenére mindkét megyében azonosan, tízből hét arányban oszlik meg azoknak a honlapoknak a száma, amelyek feltüntették az áraikat.

Az általam felállított szempontok alapján, az árinformációk kategóriában azt vizsgáltam, hogy mennyibe kerülnek a belépők. A legolcsóbb és legdrágább tarifákat hasonlítottam össze, majd a kapott adatokat összegeztem. Fontos megemlítenem azt, hogy különbség van a kárpátaljai és a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapoknál abban, hogy amíg az elsőnél a belépőjegy árak két órás látogatásra szólnak, addig a másodiknál a napi bérlet árát tüntetik fel.

A kárpátaljai honlapoknál, amelyeken találunk információkat az árakról, a legolcsóbb belépőjeggyel a Teplica szanatórium honlapján találkozhatunk, amelynek értéke mindössze 70 hrvnyva. Ezzel szemben a legdrágább belépőjegy árakkal a Kaszonyi Termálfürdő rendelkezik, amely 500 hrvnyva és a Derenivska Kupil 350 hrvnyva két órára. Árban őket követi az Eco-Termal, aki 280 hrvnyáért hirdeti a belépőjegyek árát. A Tepli Vody és a Pacsirta termálfürdő honlapjain azonos összeggel találkozhatunk, amely 200 hrvnyva (17. ábra).



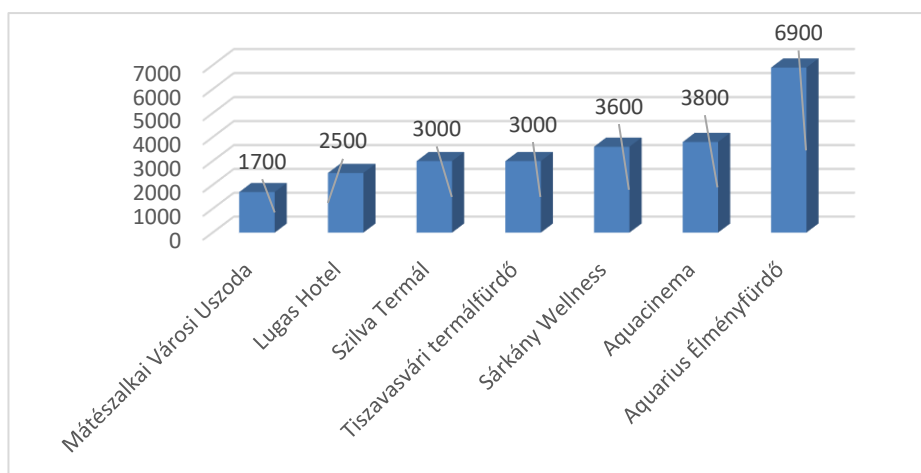
20. ábra: A belépőjegyek ára (hrvnyva) egységenként (Kárpátalja)

Forrás: Saját szerkesztés

A következő elemzési szempont az volt, hogy megtalálhatóak-e kedvezményre vonatkozó információk a honlapokon. A kárpátaljai honlapokat vizsgálva megfigyeltem azt, hogy a kedvezmények többnyire csoportoknak szólnak. A többi kedvezmény általában a fogyatékkal élők és a nyugdíjasok felé irányulnak, illetve megtalálhatóak még hosszútávú tartózkodási kedvezmények és fizetési kedvezmények is. Érdekes az, hogy az összes

megvizsgált honlap közül csak a „Pacsirta termálfürdő” honlapján találkozhatunk kedvezményt a diákok számára, illetve nagyon méltányos, hogy itt van egy 50%-os kedvezmény még a Beregszászi lakosok számára is.

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei honlapok elemzése során, az imént megadott szempontok alapján, arra a következtetésre jutottam, hogy azon honlapok közül, amelyeken megtalálhatók az információk a belépőjegy árakról, a legolcsóbb a Mátészalkai Városi Uszoda. Ezen a honlapon mindössze 1 700 forint értékben hirdetik a napi bérlet árát. Ezzel szemben a legdrágább az Aquarius Élményfürdő, ahol viszont 7 000 forint a napijegy. Az Aquacinema a második legdrágább árat hirdeti, 3 800 forint egy napi bérlet, nem sokkal tér el tőle a Sárkány Wellness sem, itt 3 600 forint. Azonos árakkal talákoztam a Szilva Termál és a Tiszvasvasvári Termálfürdő honlapjain, ahol 3 000 forintba kerül egy napi bérlet. A Lugas Hotel a második legolcsóbb, itt 2 500 forint egy bérlet ára (18.ábra).



21. ábra: A belépőjegyek ára (forint) egységenként (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)

Forrás: Saját szerkesztés

Ami a kedvezményeket illeti, az általam megvizsgált honlapok mindegyikén fel vannak tüntetve valamilyen kedvezmény. Ezek többnyire hasonlóak a kárpátaljai honlapokon találtakhoz, tehát itt is a fogyatékkal élők és a nyugdíjasok felé irányulnak, illetve itt is megtalálhatók a hosszabb tartózkodási kedvezmények. A kárpátaljai honlapokkal ellentétben, itt mindegyik létesítmény kedvezményei között megtalálható a diákoknak szóló kedvezmény.

4.2.7. Kiegészítő funkciók

A vizsgálat alapját szolgáló szempontrendszer utolsó kérdései közé tartoznak, a kiegészítő funkciók elemzését szolgáló kérdések. Ahogyan a kutatási módszertanban is említettem, a kiegészítő funkciók lehetnek például: látnivalók bemutatása, a desztinációról feltöltött információk, térképek stb. Ezeknek a plusz, apró elemeknek a feladata pedig az, hogy segítsék a választását a turistának a létesítmények között.

A kutatásom során megfigyeltem, hogy a kárpátaljai honlapokon a kiegészítő funkciók csak a térképre és az útvonaltervezőre korlátozódik, de ezek is nagyon csekély arányban vannak jelen a honlapokon. A kárpátaljai tíz vizsgált weboldal közül összesen csak 3 weboldalon találkoztam ezekkel az útvonaltervezőkkel, mégpedig az Ecot Termal, a Kvitka Polonyny és a Pacsirta termálfürdő honlapjain. Ezen kívül egyéb kiegészítő funkció nincs jelen a vizsgált honlapokon.

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye egészségturisztikai egységei honlapjain kicsit jobb arányban található kiegészítő funkciók. Az útvonaltervező funkció 5 weboldalon figyelhető meg, az Aquarius, Aquacinema, Hunguest Hotel, Tiszavasvári Termálfürdő és a Pagony Hotel honlapjain. Ugyan ezeken a honlapokon a térkép, mint kiegészítő funkció is megtalálható. Szintén ugyan ezeken a honlapokon megtalálható az időjárás is, mint kiegészítő funkció. A többi honlapon, az elemzés során, nem találkoztam egyéb kiegészítő funkcióval.

5. FEJEZET

KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatásom során az általam felállított szempontrendszer alapján elemeztem tíz-tíz egészségügyi honlapot Kárpátalján és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyében. A kutatásom célja az volt, hogy a honlapokat megvizsgálva, összesítsem a kapott adatokat és következtetéseket vonjak le arról, hogy milyen hasonlóságok és eltérések figyelhetők meg ezeknél a honlapoknál, illetve egy átfogó képet kapjak arról, hogy az ezekben a megyékben található egészségügyi egységek honlapjai mennyire hasznosak és informatívak a vendégek számára. Továbbá nem titkolt szándékom, hogy a kapott eredmények által fejlesztési irányokat határozzak meg a két terület egészségügyi egységei honlapjai számára.

Hasonlóságok: A honlapok elemzése után jól látszik, hogy azonos színvonalon mozognak a két megye egészségügyi egységei, a fő váza mindegyik oldalnak azonos, tehát ugyanúgy adják át az információt a vendégek számára. A honlapok mindkét esetben könnyen kezelhetők. A főbb hasonlóságok megfigyelhetők például a nyelvi funkciók terén, mivel mind a két esetben a honlapok többsége rendelkezik más nyelvű fordítással is. Annak ellenére, hogy két különálló ország megyéinek egységeit vizsgáltam, általánosságban azonos idegen nyelvek találhatók meg a honlapokon. Szintén megfigyeltem az árakra vonatkozó információkat is, konkrétan a belépőjegyek árát. Ebben az esetben, hasonló adatok találhatók meg a két megye honlapjain, kisebb eltérésekkel.

A gyógy- és wellness szolgáltatásokkal kapcsolatos vizsgálati eredményeket meg tudom említeni a hasonlóságok és az eltérések között is. Az ugyan igaz, hogy ha ezeket a szolgáltatásokat figyelembe vesszük, akkor az egységeknél nem túl nagy eltérés figyelhető meg, tehát mind a két esetben szinte ugyanazokat a szolgáltatásokat kínálják fel a vendégeknek, de ezzel szemben a kárpátaljai honlapok inkább a gyógykezelések feltűntetését, míg a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye honlapjai a wellness szolgáltatások bemutatását részesítik előnyben. Ennek az eredménynek a tisztánlátásához viszont az is hozzá tartozik, hogy a kárpátaljai vizsgálati egységek között szerepelnek a gyógykezelésekre, gyógyításra jobban összpontosító szanatóriumok is, a magyarországi oldalon pedig inkább wellness hotelek és fürdők jelennek meg.

Eltérések: A kutatási munkából kiderült az, hogy eltérések nagyobb mennyiségben figyelhetők meg a vizsgált egységeknél, mint hasonlóságok. A legelső eltérést már az arculat megvizsgálásakor megfigyelhettem, hiszen a kárpátaljai honlapok erre nagyobb hangsúlyt fordítanak. A két megye egységeinek arculata közötti különbség az, hogy míg a kárpátaljai

honlapok több szint alkalmaznak és elegáns design-t, addig a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye honlapjai a minimalisztikus, többnyire fehér színt alkalmazzák. Eltérések figyelhetők meg a menürendszer elhelyezésében is, mivel az első esetben a fejléces elhelyezés van többnyire alkalmazva, a másodikban pedig az oszlopos.

Az információk jelenléte is eltér a két megye megvizsgált egészségügyi egységek honlapjai között. A kárpátaljai honlapokon egyszerűbben és könnyebben találhatjuk meg az információkat és jó arányban vannak feltüntetve a szöveghez képest a hozzá tartozó illusztrációk, ezzel szemben a szabolcs-szatmár-beregi honlapokon az információkra szétszórtság jellemző, sok kis méretű képpel kiegészítve.

Az utolsó általam megfigyelt eltérés pedig az, hogy a kárpátaljai honlapok nem olyan nagy mennyiségben vannak jelen a közösségi hálón, mint a szabolcs-szatmár-beregi honlapok, erre az aspektusra az utóbbi fordít nagyobb hangsúlyt.

Fejlesztési lehetőségek: A honlapok elemzése után érdemes összeszedni azt, hogy mi is az optimális weboldal, és ehhez törekedni a fejlesztésekben. Egy egészségügyi létesítmény honlapjának lényege, hogy minél több információt és szolgáltatást tudjon bemutatni, és minél hatékonyabban közölni a fogyasztóval. Ez az első fejlesztési lehetőség, amely szükséges az általam megvizsgált honlapoknál mindkét megyében. Nagyon sok honlapon találkozunk hibákkal az információ közlésében, például néhány honlapon túl sok a szöveg, ezzel szemben néhányánál viszont túl kevés. Az információ könnyebb elérhetősége is nagyon fontos, a kutatásom során néha több ideig is kerestem, azt az információt, ami számomra szükséges volt.

A Kárpátaljai honlapok fejlesztési lehetőség lehetne az, hogy ha nagyobb arányban jelenne meg a magyar nyelv, mint választható nyelvi opció a honlapokon, a szomszédos országokra és az onnan érkező potenciális látogatókra való tekintettel, hasonlóan a magyar honlapokhoz, ahol több esetben is megfigyelhető az ukrán nyelv, a választható nyelvi opciók közül.

A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye honlapjainál fejlesztési lehetőségként a weboldalak arculatának javítását ajánlanám, mivel ahogy a munkám során többször is említettem, ez lehet a záloga annak, hogy a látogató a honlapon marad.

Egy másik apróság, amivel tökéletesíteni lehetne a honlapokat, az a gyengén látók számára kialakított menüpont, amely az oldalak hitelességét javítaná. Sajnos ezzel a kiegészítő funkcióval egyik általam megvizsgált honlapon sem találkoztam.

Az online marketing világában, nem áll meg az internetes fejlődés. Tudni kell lépést tartani a fogyasztókkal, mert folyamatosan újabb és újabb szolgáltatások jelennek meg,

amelyek beépülnek a honlapokra. Ezek elsősorban kiegészítő funkcióként kerülnek be a weboldalakra. Ez a másik fejlesztési ötlet, mivel a kutatásom során vizsgált honlapokon egyik esetben sem talákoztam túl sok kiegészítő funkcióval, erre kellene több figyelmet fordítani.

ÖSSZEGZÉS

Szakedolgozatom témája „*Kárpátalja (Ukrajna) és Szabolcs- Szatmár-Bereg vármegye (Magyarország) egészségturisztikai egységei honlapjának összehasonlító elemzése: eltérések, hasonlóságok, fejlődési lehetőségek*” volt.

Az egészségturizmus az utóbbi években egyre népszerűbb, és számos ország számára fontos gazdasági ágazattá válik. Területe folyamatosan növekszik és fejlődik, és az egészségturisztikai szolgáltatások iránti kereslet is növekvő tendenciát mutat. Ukrajnában és Magyarországon is jelentős szerepet játszik a turisztikai iparban. Ezért fontos, hogy az egészségturisztikai régiók, mint például Kárpátalja és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye, folyamatosan fejlesszék szolgáltatásaikat és megfeleljenek a turisták elvárásainak.

Napjainkban az online marketing meghatározó szerepet játszik az egészségturizmus területén is, hiszen az emberek nagy része ma már az interneten keres információt az utazással kapcsolatos döntései előtt. Az online marketing lehetővé teszi az egészségturisztikai vállalkozások számára, hogy hatékonyan elérjék és vonzzák az érdeklődőket, segítségével az egészségturisztikai vállalkozások képesek bemutatni a szolgáltatásaikat és azok előnyeit.

A kutatás során Kárpátalján és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye területén elhelyezkedő 10-10 egészségturisztikai egység honlapját elemeztünk az általunk összeállított 60 kérdéses szempontrendszer alapján. Az egészségturisztikai egységek honlapjainak összehasonlító elemzése segít azonosítani az eltéréseket és a hasonlóságokat a két terület között. Ez lehetővé teszi, hogy mindkét terület fejlesztési lehetőségeit és hiányosságait felismerjük, és javaslatokat tegyünk a fejlesztésükre.

Az egészségturisztikai egységek honlapjának összehasonlító elemzése során arra a következtetésre jutottunk, hogy számos hasonlóságot és eltérést lehet felfedezni a vizsgált területek egészségturisztikai egységeinek honlapjain. Mindkét régióban fontos szerepet játszanak a termál-és gyógyfürdők, de a kínálatukban különbségek is vannak. Kárpátalja egészségturisztikai egységeinek honlapjain a termálvíz mellett kiemelkedő szerepet kapnak az alternatív terápiás lehetőségek, míg Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyében nagyobb hangsúlyt kapnak a wellness és szépségápolási szolgáltatások. A kárpátaljai egységek honlapjai kevésbé modernnek, azonban ízlésesekek és informatívak. Ezzel szemben a Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye egészségturisztikai egységeinek honlapjain könnyebben elérhetőek az árak.

Az eltérések közé tartozik továbbá az online jelenlét, a marketing és az árpolitika. A kárpátaljai egységek honlapjain kevésbé van hangsúly a marketingen, az árak pedig általában

alacsonyabbak, mint Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyében. A magyar régióban erősebb az online jelenlét, és a honlapokon részletesebben találhatóak meg a szolgáltatások és az árak.

Összességében, mindkét régióban van még lehetőség a fejlődésre, a kárpátaljai honlapoknak többet kellene foglalkozniuk a közösségi halókon való megjelenéssel és magával az online marketinggel. A Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye területén található egészségturisztikai egységek honlapjainak, pedig koncentrálniuk kell az új, kiegészítő funkciókra. Nagyon fontos az is, hogy lépést tartsanak a hirtelen fejlődő technikával, és bekapcsolódjanak az új vívmányok nyújtotta lehetőségekbe.

FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE

1. Árpási Z. 2012: Wellness turisztikai szolgáltatások fejlesztésének lehetőségei a Dél-alföldi régióban. PhD-értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő.
2. Aquaprofit Zrt. 2006: Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia 2007-2013, (készült az ÖTM Turisztikai Szakállamtitkárság megbízásából), Budapest
3. Bácskainé P. E. 2008: Szatmár-Bereg turisztikai alapú területfejlesztése. Nyíregyháza
4. Bányai E., Novák P. 2011: Online üzlet és marketing. Akadémia Kiadó Zrt, Budapest
5. Berghauer S. 2006: Gyógyturizmus Kárpátalján. V. PTE TTK FDI, Pécs,
6. Berghauer S. 2009: A turizmus mint kitörési pont Kárpátalján. Doktori értekezés, Pécs
7. Berghauer S., Sass E. 2019: A kárpátaljai magyarság turizmusfejlesztési stratégiája. Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, Beregszász
8. Boros Sz., Mondok A., Várhelyi T. 2012: Az egészségturizmus szolgáltatásai és menedzsmentje. Szolnoki Főiskola, Szolnok
9. Budai Z., Székács O. 2004: A magyar egészségturisztikai kínálat alakítása a különböző célcsoportok igényei szerint. PTE TTK Földrajzi Intézet, Pécs, 137–144.
10. Chulwon K. 2004: E-tourism: an innovative approach for the small and medium-sized tourism enterprises (SMITES) in Korea. College of Hotel & Tourism Management, Kyunghee University, Korea
11. Eszes I., Bányai E. 2002: Online marketing. Műszaki kiadó, Budapest
12. Ex Ante Tanácsadó Iroda Kft. 2009: Kárpátalja Megye és Szabolcs-Szatmár-Bereg Megye teljes körű turisztikai vonzerő leltára. Egységes határrégiós turisztikai kínálatfejlesztés
13. Global Wellness Institute 2018: Global Wellness Economy Monitor
14. Grotte J. 2020: Az internet használat a magyarországi szabadidős utazások megszervezése során. In: Studia Doctorandorum Alumnae: Válogatás a DOSz Alumni Osztály tagjainak doktori munkáiból. Doktoranduszok Országos Szövetsége, Budapest
15. Hajnal H. 2012: A turisztikai szolgáltatások online megjelenítésének eszközei. Gödöllő
16. Helmeczi G. 2021: A Sóstó-gyógyfürdők Zrt. kínálata az idősödő generációnak. Magyar Gerontológia 13 évfolyam 40. szám. Debreceni Egyetem
17. Ivica B. 2013: The role and importance of the internet in contemporary tourism in travel agencies business. Vukovar, Croatia
18. Keller V., Printz M.E. 2020: A marketinginnovációk szerepe a termál- és gyógyfürdők (spa) szektorában. Polgári Szemle, 16. évf. 4–6. szám

19. Kirschner C. 2005: Glossar Europäischer Heilbäderverband. European Spas Association, Bad Homburg.
20. Mayer P., Priszinger K. 2010: Tourism As Solution - Perceived Risks Influencing Participation in Health-Related Tourism. Journal of Tourism Challenges and Trends 3.2
21. Michalkó G., Rátz T. 2011: Egészségturizmus és életminőség Magyarországon. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest
22. Molnár Cs., Dávid L. 2012: Az egészségturizmus alapjai. Károly Róbert Főiskola, Turizmus és Területfejlesztési Tanszék, Gyöngyös
23. Papp I. 2017: Szálloda- és vendéglátásmenedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest.
24. Ruzinkó Á., Donka A. 2019: Az egészségturizmus értelmezése a turizmus változó rendszerében. Turizmus Bulletin XIX. évfolyam 2.szám
25. Sebák R. 2018: Gyógyszalodák a turizmusba. Észak-Magyarország két gyógyfürdőjének összehasonlítása. Miskolci egyetem
26. Smith M., Puczkó L. 2010: Egészségturizmus. Gyógyászat, wellness, holisztika. Akadémiai kiadó, Budapest
27. Sziva I., Nemeslaki A. 2016: Utazás E-Világban Internet és versenyképesség a turizmusban. Információs Társadalomért Alapítvány, INFOTA Kutatóintézet, Budapest
28. Sztrepesztuk Sz. (Степчук С.) 2003: Закарпаття (Kárpátalja). Поліграфцентр „Ліра”, Ужгород
29. Tarpai J. 2013: A természeti és társadalmi erőforrások szerepe Kárpátalja turizmusfejlesztésében és hatása a területfejlesztésre. Doktori értekezés, Pécs
30. Tasnádi J. 1998: A turizmus szerepe a természet-és a kulturális örökség megőrzésében, A Magyar Turizmus Rt. Kutatási és Fejlesztési Igazgatóságának szakmai folyóirata, Budapest

Internetes források

31. <https://polgariszemle.hu/archivum/54-2010-augusztus-6-efolyam-4-szam/394-fokuszban-az-egeszsegturizmus-lehetseges-kitoeresi-pont-az-eszak-alfoldi-regioban>
(Letöltés dátuma : 03.12.2022)
32. <https://www.szilvafurdo.hu/hu/> (Letöltés dátuma: 03.12.2022)
33. <http://sarkanyfurdo.hu/hu/sarkany-gyogyfurdo/gyogyfuerdo> (Letöltés dátuma: 03.12.2022)
34. <https://www.aquariusspa.hu/aquarius-elmanyfurdo> (Letöltés dátuma: 04.12.2022)
35. <https://aquacinema.hu/wellness> (Letöltés dátuma: 04.12.2022)
36. <http://www.tvgyogyfurdo.hu/rolunk> (Letöltés dátuma: 04.12.2022)
37. <https://hotelpagony.hu/wellness> (Letöltés dátuma: 20.04.2023)

38. <https://ligetaljatermalhotel.hu/> (Letöltés dátuma: 21.04.2023)
39. https://www.hunguesthotels.hu/hu/hotel/nyiregyhaza/hunguest_hotel_sosto/hotel_sosto/
(Letöltés dátuma: 22.04.2023)
40. <https://www.lugashotel.com/hu/wellness> (Letöltés dátuma: 25.04.2023)
41. <http://www.szalkaviz.com/uszoda.php> (Letöltés dátuma: 25.04.2023)
42. <https://termalfurdok.com/nyirbatori-sarkany-wellness-es-gyogyfurdo/> (Letöltés dátuma: 26.03.2023)
43. <http://tepli-vody.com.ua/about-us/> (Letöltés dátuma: 07.12.2022)
44. <https://teplyca.com.ua/uk/treatment/mineral-and-thermal-water/> (Letöltés dátuma: 07.12.2022)
45. <https://www.zolota-gora.com/the-thermal-pools-ua/> (Letöltés dátuma: 09.12.2022)
46. <https://kosino.ua/> (Letöltés dátuma: 09.12.2022)
47. <https://zhayvoronok.net/hu/termal-medencek/> (Letöltés dátuma : 09.12.2022)
48. <https://termal-star.com/medicine/harakterystyka-vody/> (Letöltés dátuma: 27.04.2023)
49. <https://derenivska-kupil.ua/akvazony/> (Letöltés dátuma : 27.04.2023)
50. <https://www.eco-termal.com/> (Letöltés dátuma : 27.04.2023)
51. <https://kvitkapolonyny.com/likuvannia/> (Letöltés dátuma : 30.04.2023)
52. <https://karpatia.com.ua/shayanska-voda/> (Letöltés dátuma : 30.04.2023)
53. <https://www.google.com/earth/index.html> (Letöltés dátuma : 05.05.2023)
54. https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0038.html (Letöltés dátuma : 05.05.2023)
55. https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_fur001c.html (Letöltés dátuma : 05.05.2023)

MELLÉKLETEK

1. számú melléklet: A kutatáshoz kialakított szempontok kérdései

1	Az egészségturisztikai egység neve
2	Hol található (Ország)
3	Hol található (település)
4	Van-e hivatalos honlapja az egészségturisztikai egységnek? (IGEN/NEM)
5	Van-e nyitvatartásra vonatkozó információ? (IGEN/NEM)
6	Van-e a jegyárakra vonatkozó információ? (IGEN/NEM)
7	Jegyárakra vonatkozó információk, esetleges kedvezmények:
8	Van-e a kapcsolatra/elérhetőségre vonatkozó információ? (IGEN/NEM)
9	Van-e az egészségturisztikai egységről leírás, rövid bemutatás? (IGEN/NEM)
10	Közzé teszik-e a fürdővíz összetételét? (IGEN/NEM)
11	Van-e információ a fürdővíz hatásáról, arról, kinek, milyen betegség kezelésére ajánlott? (IGEN/NEM)
12	Fel vannak-e tüntetve a gyógyszer szolgáltatások? (IGEN/NEM)
13	Mely szolgáltatások ezek? (SOROLD FEL!)
14	Fel vannak-e tüntetve a wellness-szolgáltatások? (IGEN/NEM) Hány szolgáltatás van?
15	Mely szolgáltatások ezek? (SOROLD FEL!)
16	Mennyire könnyen érhető el az oldal?
17	Mennyire könnyen érhetőek el a fontosabb információk?
18	Honlapcím
19	Mennyire könnyen kezelhető az oldal?
20	Milyen a honlap megjelenése, kinézete?
21	Vannak-e a honlapon hírek?
22	Az utolsó hír dátuma (az oldal vizsgálásának napjához képest 1 nap/hét/hónap)
23	Hírlevélre fel lehet-e iratkozni?
24	Szakmai anyagok vannak-e a honlapon?
25	Idegen nyelvű információk: Angol?
26	Magyar?
27	Orosz?
28	Ukrán?
29	Egyéb?

30	Programajánló, ajánlatok?
31	Eseménynaptár?
32	Fénykép van-e az egészségturisztikai intézmény elsejéről?
33	Videó van-e az egészségturisztikai intézmény elsejéről?
34	Fénykép van-e az egészségturisztikai intézmény környezetéről?
35	Közösségi megosztás, WEB 2.0 (face, twitter stb.) kapcsolat van-e?
36	Reklámok? (banner formájában)
37	Egyéb reklámok?
38	Van-e szálláslehetőség az intézményben (IGEN/NEM)?
39	Vendéglátóhelyek ajánlása? Kapcsolat megadása a vendéglátóhelyekkel?
40	Ismertető a desztinációról? Beszámoló?
41	Ismertető a desztináció környékéről?
42	Elnyert pályázatok?
43	Időjárás?
44	Térkép?
45	Útvonaltervező?
46	Gyengénlátók böngészését megkönnyítik-e?
47	Honlapstatisztikák?
48	Linkkapcsolatok? (más honlapokkal, turisztikai szolgáltatókkal, várossal, TDM szervezettel)
49	Véleményoldal? Blog?
50	Frissítés gyakorisága?
51	Web 2.0 - face - aktív, mennyi látogató?
52	Saját újság, saját online kiadvány
53	Tourinform kapcsolat
54	Hasznos információk
55	Csomagajánlat
56	Online kérdező
57	Utazástervező
58	Kedvezményes kártya
59	Ajánlatkérés (24-36 órán belül)
60	Virtuális túra, élő kamerafelvétel, webkamera

ÁBRÁK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

ÁBRÁK

1. ábra: Az egészségturisztikai létesítmények elhelyezkedése (Kárpátalja)
2. ábra: Zolota Gora komplexum
3. ábra: Kaszonyi Termálfürdő
4. ábra: Teply Vody komplexum
5. ábra: Derenivska Kupil komplexum
6. ábra: Az egészségturisztikai létesítmények elhelyezkedése (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)
7. ábra: Aquarius Elmenyfürdő
8. ábra: Aquacinema gyógy és wellnessfürdő
9. ábra: Ligetalja Termal Hotel
10. ábra: Szilva Termal
11. ábra: Sárkány Wellness és Gyógyfürdő
12. ábra: Gyógyszolgáltatások száma a honlapokon (Kárpátalja)
13. ábra: Wellness szolgáltatások száma a honlapokon (Kárpátalja)
14. ábra: Gyógyszolgáltatások száma a honlapokon (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)
15. ábra: Wellness szolgáltatások száma a honlapokon (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)
16. ábra: Nyelvek elérhetősége a honlapokon (Kárpátalja)
17. ábra: Nyelvek elérhetősége a honlapokon (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)
18. ábra: A felíratkozók száma egységenként (Kárpátalja)
19. ábra: A felíratkozók száma egységenként (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye)
20. ábra: A belépőjegyek ára egységenként (Kárpátalja)
21. ábra: A belépőjegyek ára egységenként (Szabolcs-Szatmár-Bereg)

TÁBLÁZATOK

1. táblázat: Termál és gyógyfürdők csoportosítása
2. táblázat: Az egészségturizmus célcsoportjai
3. táblázat: A munka során megvizsgált kárpátaljai és szabolcs-szatmár-bereg vármegyei honlapok

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretnék köszönetet mondani témavezetőmnek, Dr. Sass Enikőnek, hogy irányítása alatt dolgozhattam, a sok segítségért, bizalmáért, amelyek hozzájárultak ennek a szakdolgozatnak a létrejöttéhez. Köszönet továbbá a tanulmányom ideje alatt kapott tanácsokért türelemért, és azért is, hogy bármilyen kérdésem volt, mindig fordulhattam hozzá.

Végül szeretnék köszönetet mondani a II. Rákóczi Ferenc Magyar Főiskolának, a Földtudományi és Turizmus Tanszéknek és minden tanárnak, akik szakmai tudásukkal hozzájárultak a tanulmányaimhoz.

UKRÁN NYELVŰ ÖSSZEFOGZÉS (PEZIOME)

Тема моєї дипломної роботи - "Порівняльний аналіз веб-сайтів суб'єктів лікувально-оздоровчого туризму Закарпаття (Україна) та Саболч-Сатмар-Березької області (Угорщина): відмінності, схожість, можливості розвитку".

Оздоровчий туризм набуває все більшої популярності в останні роки і стає важливим сектором економіки для багатьох країн. Його сфера постійно зростає і розвивається, а попит на послуги оздоровчого туризму також збільшується. Як в Україні, так і в Угорщині він відіграє значну роль у туристичній галузі. Тому важливо, щоб регіони оздоровчого туризму, такі як Закарпаття та Саболч-Сатмар-Березька область, постійно вдосконалювали свої послуги і відповідали очікуванням туристів.

Інтернет-маркетинг також відіграє важливу роль у сфері оздоровчого туризму, оскільки значна частина людей сьогодні шукає інформацію в Інтернеті перед тим, як прийняти рішення про подорож. Інтернет-маркетинг дозволяє підприємствам оздоровчого туризму ефективно охоплювати та залучати відвідувачів, даючи можливість представити свої послуги та їх переваги.

У дослідженні було проаналізовано 10-10 веб-сайтів у Закарпатській та Саболч-Сатмар-Березькій областях на основі складеного нами набору з 60 питань. Порівняльний аналіз веб-сайтів суб'єктів лікувально-оздоровчого туризму допомагає виявити відмінності та схожість між двома областями. Це дозволить нам визначити можливості та прогалини для покращення в обох областях та надати рекомендації щодо їх розвитку.

Проведений порівняльний аналіз веб-сайтів суб'єктів лікувально-оздоровчого туризму дозволив зробити висновок, що між ними можна виявити низку подібностей та відмінностей. В обох регіонах важливу роль відіграють термальні курорти та термальні купальні, але є також відмінності в асортименті послуг, які вони пропонують. Окрім термальних вод, на карпатському веб-сайті помітну роль відіграють альтернативні методи лікування, тоді як на веб-сайті Саболч-Сатмар-Березької області більше уваги приділяється оздоровчим та косметичним послугам. Веб-сайти карпатських підрозділів менш сучасні, але привабливі та інформативні, на відміну від веб-сайтів Саболч-Сатмар-Березької області, які є більш доступними для користувачів.

Відмінності також стосуються присутності в Інтернеті, маркетингу та цінової політики. На веб-сайті Закарпаття менше уваги приділяється маркетингу, а ціни, як правило, нижчі, ніж у Саболч-Сатмар-Березькій області. В угорському регіоні онлайн-

присутність сильніша, а веб-сайти надають більш детальну інформацію про послуги та ціни.

Загалом, в обох регіонах є простір для вдосконалення: карпатським веб-сайтам потрібно більше уваги приділяти соціальним мережам та онлайн-маркетингу, а саболч-сатмар-берегським - новим, додатковим функціям. Також дуже важливо йти в ногу з технологіями, що швидко розвиваються, і використовувати можливості, які пропонують нові технології.

NYILATKOZAT

Alulírott Lengyel István, ezennel felelősségem tudatában nyilatkozom és aláírással igazolom, hogy szakdolgozatom saját, önálló munkám eredménye; az abban hivatkozott nyomtatott és elektronikus szakirodalom felhasználása a szerzői jogok és a szakdolgozatírás szabályainak megfelelően készült.

Kijelentem, hogy a plágium fogalmát megismertem és ahol mások eredményeit vagy gondolatait idéztem azt minden esetben azonosítható módon feltüntettem, a dolgozatban közölt ábrák és képek közlése mások szerzői jogait nem sértik.

Ім'я користувача:
приховано налаштуваннями конфіденційності

ID перевірки:
1015149529

Дата перевірки:
19.05.2023 20:10:11 CEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
21.05.2023 13:22:56 CEST

ID користувача:
100011756

Назва документа: Лендел Іштван Степанович

Кількість сторінок: 73 Кількість слів: 17641 Кількість символів: 144006 Розмір файлу: 2.75 MB ID файлу: 1014830343

21.5% Схожість

Найбільша схожість: 3.79% з Інтернет-джерелом (https://miau.my-x.hu/miau/171/hh_bizonyitas.pdf)

21.4% Джерела з Інтернету

838

Сторінка 75

3.63% Джерела з Бібліотеки

128

Сторінка 82

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

6