

Városi tér- és funkcióhasználat

Empirikus kutatás Hévíz városán keresztül vizsgálva

Készítette: Ferenczi Edit

Samu Tamás

Konzulensek: Szabó Julianna

Varga Imre

Tudományos Diákköri Konferencia 2014

Budapest Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Építészmérnöki kar

Településkutató szekció

Tartalomjegyzék

1.	Bevezetés.....	3
2.	Irodalmi áttekintés.....	4
2.1.	Helyi – vendég kapcsolat, turizmus hatása.....	4
2.2.	Hasonló kutatás	6
3.	Megvalósult kutatás.....	7
3.1.	Kutatás körülményei.....	7
3.1.1.	Hévíz város.....	7
3.2.	Munkahipotéziseink:	8
3.3.	Empirikus kutatás	8
3.4.	Módszertan, a város térbeli használatának lekövetése	8
3.4.1.	Interjúk	9
3.4.2.	Mentális térkép	10
3.4.3.	Kérdőív	10
3.5.	Eredmények és értékelések:	11
3.5.1.	Megkérdezettek demográfiai adatai:	11
3.5.1.1.	Helyiek:	11
3.5.1.2.	Vendégek:.....	13
3.5.2.	Közlekedés:	14
3.5.3.	Vendéglátás	16
3.5.4.	Élelmiszervásárlási szokások:	20
3.5.5.	Helyiek szokásai a szabadidő eltöltésével kapcsolatba	25
3.5.6.	Látványosságok megtekintése a vendégek által	31
3.5.7.	Sportolási szokások	32
3.5.8.	A lakosság fürdőzési szokásai	33
3.5.9.	Régiókra lebontott térképek vizsgálata:	36
4.	Hévíz problémái összefoglalva:	38
5.	Összegzés, eredmény:	39
6.	Továbbélése a kutatásnak	40
7.	Hivatkozások.....	41
8.	Nyilatkozat	42

Ábrajegyzék

1. ábra: Hévíz lakosságának korfája.....	11
2. ábra: A hévízi megkérdezett lakosság korfája.....	12
3. ábra: A megkérdezett lakosság munkavállalása	12
4. ábra: Megkérdezett vendégek korfája	13
5. ábra: Megkérdezettek közlekedési módjai	15
6. ábra: Megkérdezett lakosság vendéglátó ipari egység használata.....	16
7. ábra: Vendégek étkezési szokásai	16
8. ábra: Helyiek és vendégek étteremhasználata	17
9. ábra: Helyiek és vendégek kávézó-, cukrászdahasználata.....	18
10. ábra: Helyiek és vendégek bár- és borozóhasználata	18
11. ábra: Helyiek és vendégek törzshelyei	19
12. ábra: Élelmiszervásárlás I.	20
13. ábra: Élelmiszervásárlás II.	21
14. ábra: Helyiek által hiányolt szolgáltatások.....	23
15. ábra: Más városba járás céljai.....	24
16. ábra: Más városba járás okai	24
17. ábra: Helyiek közösségbe járása.....	25
18. ábra: Fesztiválok látogatottsága a helyiek által	26
19. ábra: Előadások, kiállítások helyiek által való látogatottsága	26
20. ábra: Helyiek által használt szórakozóhelyek.....	27
21. ábra: Vendégek szabadidő-eltöltése I.	28
22. ábra: Vendégek szabadidő-eltöltése II.....	29
23. ábra: Nevezetességek látogatottsága	31
24. ábra: Helyiek és vendégek sportolási szokásaik.....	32
25. ábra: Helyiek fürdőzési szokásai	33
26. ábra: Helyiek által látogatott fürdőhelyek I.	33
27. ábra: Helyiek által látogatott fürdőhelyek II.	34
28. ábra: A Tó nem-használatának okai	34
29. ábra: A Kifolyót használók kor szerinti megoszlása	35

1. Bevezetés

Dolgozatunkban a város térbeli használatának témakörét választottuk, melyet egy gyakorlati példán keresztül vizsgáltunk Hévízen, annak speciális adottságait szem előtt tartva. Célunknak tűztük ki a városhasználati preferenciák; városi területhasználat; kereskedelmi, vendéglátó ipari és kikapcsolódási célpontok feltérképezését, a térbeli összefüggések megrajzolását. Kíváncsiak voltunk, hogy egy üdülővárost mennyire használják eltérően a helyiek és az oda látogató vendégek. Továbbá, hogy vannak-e külön lehatárolható területek a helyi lakosságnak, illetve a vendégeknek, amennyiben igen, mekkora az átfedés köztük, mennyire mozog együtt, egy területen a két csoport.

Amint fentebb már szó volt róla, a kutatás célpontjaként Hévíz városát választottuk. A város jellegét tekintve érdekes vizsgálandó tényező volt, hogy a fő profilját a gyógyturizmus adja, ennek következtében az organikusan kialakult városi funkciók eloszlása és árszínvonala is ehhez alkalmazkodott, s a helyi lakosság nagy része is a fürdőkultúra, gyógykezelés, wellness, fitnesz, szépségápolás területén dolgozik. Mivel a város elsődleges célpontjai az idősek és mozgásszervi betegséggel rendelkezők, felmerül a kérdés, hogy milyen lehetőségek nyílnak az itt letelepülő fiataloknak, kisgyerekes családoknak.

Témaválasztásunkat az is indokolja, hogy ugyan a városi élet minősége, a városi funkciók és terek használata, illetve összességében a városok használata egyre inkább kutatott téma a kortárs építészet és városépítészet területén, az alkalmazott módszertan már mondhatni kialakult, több vizsgálati javaslattal (Gehl 1987, 2000; Lynch 1960), a témában készült - főleg magyar- kutatások száma még mindig rendkívül alacsony. Ezen kutatások többsége is inkább annak a témakörét tárja fel, hogy milyen pozitív és negatív hatása van a turizmusnak, turistáknak egy város és a helyi lakosok életére, nem vizsgálva az így kialakuló városhasználati különbségeket. Ez mindenképp meglepő tény, figyelembe véve, hogy a magyar lakosság 69,4%-a¹ városban lakik, illetve a globális adatok is magas számot mutatnak az urbanizáció területén. „A városoknak pedig elengedhetetlen „kelléke” annak lakossága, hiszen ők építik, alakítják, formálják változó igényeiknek és lehetőségeinek megfelelően a teret”²

¹ KSH adat; www.ksh.hu; 2011

² TRÓCSÁNYI András – STEFÁN Klára: A pécsi fiatalok városképe és reprezentációja mentális térképek alapján; Budapest; 2009; 1. o.

A helyszín választása egyértelmű volt számunkra, mivel a BME Urbanisztika tanszékén már évek óta megvalósuló településkutató táborának idén Hévíz városa adott helyet és látott el minket a szükséges információkkal és eszközökkel a kutatás problémamentes lebonyolítása érdekében.

Az empirikus kutatás során a piackutatás egyes módszertani megoldásait alkalmaztuk. Ennek során egy kétszintű felmérés történt, melynek első lépéseként egy feltáró jellegű kvalitatív megkérdezést, második szintként egy leíró jellegű kvantitatív megkérdezést alkalmaztunk.

2. Irodalmi áttekintés

A dolgozat célkitűzése a városi funkciók, szolgáltatások, terek használatának térbeli bemutatása, térképezése két egymástól elkülönülő célcsoport, a turisták és a helyi lakosok irányából. A következő fejezetben át kívánjuk tekinteni a megjelent hazai és nemzetközi irodalom hasonló témában íródott tanulmányait, hogy egy átfogóbb képet kaphassunk a téma módszertanáról, problémáiról, a megfigyelt csoportok viselkedésmintáiról, egymáshoz fűződő viszonyáról.

2.1. Helyi – vendég kapcsolat, turizmus hatása

Amint már feljebb írtuk, a témában kevés jelentősebb kutatás született eddig. A meglévő irodalom nagy része is inkább a turizmus pozitív és negatív hatásait tárgyalja. Ezért elsőként ennek a témakörnek a releváns eredményeit szeretnénk bemutatni röviden.

A turizmus egy nyílt rendszernek tekinthető, mely a környezete több elemével, így a politika, gazdaság, technológia, természeti környezet, kultúra és társadalommal is kölcsönhatásban áll.³ A kapcsolatban kölcsönös függések rendszere alakul ki, aminek a hatásai nem feltétlenül egyenlő nagyságúak, s kimenetelük is egyaránt lehetnek pozitív illetve negatív hatásúak. Bevételek hozhatnak a városnak és annak lakosai számára, viszont járadékos terhei jelentenek az úthálózatnak, az energiaforrásoknak, megjelenik a szemetelés, a zaj és a tömeg, mint zavaró tényezők.⁴ Erre mutat rá Rácz Tamara is phd. disszertációjában, mi szerint a helyiek életmódja, értékrendje, kultúrája, szokása, hozzáállása, de még a demográfiai

³ RÁTZ Tamara: A turizmus társadalmi-kulturális hatásai, Ph.D. Disszertáció; Budapest; 1999; 15. o.

⁴ Hévíz város integrált városfejlesztési stratégiája; 2008

megoszlás is jelentősen befolyásolhatja a turisták által megélt élményeket. Hozzá kell tenni ehhez, hogy a helyi lakosság attitűdjét is hasonlóan számos tényező befolyásolja, a turisták viselkedésén és demográfiai adatain felül fontos lehet a lakosság turisztikától való függése is. A helyi lakosok és az oda érkező vendégek igényei és attitűdjei gyakran eltérőek, amit a városi irányításnak figyelembe kell vennie, viszont lehetséges, hogy a két tényező nem tér el egymástól jelentősen, vagy akár meg is egyeznek, s ekkor a fejlesztések, rendezések, városigazgatás mindenkit ugyanúgy kell, hogy érintsen.⁵ Ezek a kölcsönös hatások rövid, illetve hosszú távon is befolyásolják a turizmus szektor sikerességét a vizsgált területeken.⁶ Ezért is érdemes vizsgálni a két csoport viselkedését, mivel az ő aktív térhasználatukból olyan következtetéseket vonhatunk le, melyek a jövőbeni fejlesztések alapjait képezhetik.⁷

A dolgozatban egy másik, számunkra releváns témát is vizsgál, mi szerint a turisták viselkedése, aktivitása és a mi esetünkben a városhasználata korrelál a látogatott település attrakciójának karakterével és a területre látogató turisták típusaival. Az aktivitás mértéke együtt mozog a keresett élmény megszerzésének időintervallumával.⁸ Ezekből arra tudunk következtetni, hogy a Hévízre érkező gyógyulni vágyó vendégek nem feltétlenül tartják fontosnak a város felfedezését, inkább a passzív kikapcsolódást veszik előtérbe. Ennek következtében a vendégek körében egy térbeli koncentráció valósul meg a keresett attrakció közelében. A városközpont, illetve a látványosság – esetünkben a gyógyfürdő – közelében veszik igénybe a vendéglátói szolgáltatásokat, mennek el boltba, így kialakítva a városnak egy turisztikai zónáját. Összességében a terület- és városhasználat minden bizonnyal egyenlőtlen, ugyanis míg a turista szabadidejét tölti a desztinációban, addig a lakosság dolgozik, ebből fakadóan eltérő a viselkedésük (Sutton, 1967). Ám ez nem csak területi különbség, mivel a turista üdülése során hajlandó megfizetni a magasabb árakat, míg azt a helyi nem engedheti meg magának. Problémát jelenthet a turizmusra specializálódott településeken, (pl.: Hévíz, Szentendre) hogy az egész város termékeinek és szolgáltatásainak a felhozatala, árszabása alkalmazkodik a célcsoport pénzügyi helyzetéhez, aminek negatív hatása a helyi lakosság tekintetében egyértelmű. A boltok és egyéb szolgáltatási egységek

⁵ Hévíz város integrált városfejlesztési stratégiája; 2008

⁶ RÁTZ Tamara: A turizmus társadalmi-kulturális hatásai, Ph.D. Disszertáció; Budapest; 1999; 37-38.o.

⁷ http://old.foldrajz.ttk.pte.hu/tarsadalom/otka/pdf/Mentalis_terkep_terhasznalat.pdf

⁸ RÁTZ Tamara: A turizmus társadalmi-kulturális hatásai, Ph.D. Disszertáció; Budapest; 1999; 34. o.

nyitva tartása is a vendégek ritmusát követik le és ezek hangulata is sugallja a vendégek prioritizálását.⁹

A helyi lakosok vizsgálata során felmerült a szomszédsági rendszerek (Perry 1928, Gibbert 1947) elmélete is, mint kutatási irány. Ennek során több jeles városépítész elméletet állított fel egy jól működő város képének kialakítására. Ennek során a különböző vizsgálatok eltérő nagyságú, de hasonló tulajdonságokkal rendelkező szomszédságokból építette fel a preferált város modelljét. Ezeket a modelleket hasonlítottuk össze a Hévízen kialakult szomszédságok, területi egységek helyzetével, viszont a kutatásunkból az derült ki, hogy a legtöbb esetben a teljes település egy szomszédságként működik, ami az alacsony népességből és a kis alapterületből következik. Az alapul vett tanulmányok is egy egységet több ezres fővel alakított ki. Egyetlen egység volt hasonló a mintául vett szomszédságokhoz, a déli lakótelep, így elvetettük ennek az elméletnek a használatát.

2.2. Hasonló kutatás

Gyula város rendelkezik egy kutatási tanulmánnyal 2008-ból, melyben a helyi lakosságot kérdezték meg a város idegenforgalmáról.¹⁰ Kérdőíves interjút folytattak a civil lakosság körében, az interjúalanyok száma 300 fő, mely a lakosság csupán egy százaléka. Mélyinterjút is folytattak 50 személlyel, ez viszont magas szám. Ezen kutatás azért volt fontos számunkra, mert vizsgálati tárgyai közé tartozott többek között Gyula fő vonzerejének, mint Várfürdő, Vár, Várszínház; turisztikai szuprastruktúrája; a kulturális látnivalók, illetve, hogy a helyiek mennyire élnek a turisztikai és kulturális programlehetőségekkel. Ezeket mi is vizsgáltuk. A tanulmányban közlik a kérdést, majd demonstrálják a válaszokat, mely egy 1-től 4-ig terjedő skála tulajdonképpen, amely azért kedvező, mert nem lehet egy középső értéket rögtön megjelölni. A válaszokat összehasonlítják az öt évvel korábbi válaszokkal. A kutatás azért hasznos, mert egy olyan réteg véleményét tükrözi, mely állandó használója a városnak; föltárja a turizmus pozitívumait, negatívumait; bemutatja a fejlesztésekről kialakult véleményeket, mely fejlesztéseket támogatná. Ezáltal egy olyan dolgozat készült el, amely azt

⁹ PELLE Csilla és a Szeresd Szentendrét Egyesület tagjai: Városmarketing és kereskedelem; 2007; 2. o.

¹⁰ ART COPY STÚDIÓ- GIMMICK KFT: Közvélemény-kutatás Gyula város idegenforgalmáról, I. Kutatási tanulmány: a helyi lakosság véleménye, javaslata; Gyula; 2008

igyekszik feltárni, hogyan lehet igazgatni egy várost úgy, hogy az a lakosságra és az idegenforgalomra nézve is kedvező legyen. A civil mellett a szakértői véleményeket is felvonultatja.

3. Megvalósult kutatás

3.1. Kutatás körülményei

Az adatfelvétel Hévíz városában 2014 augusztus 24 és augusztus 29 közötti héten történt meg jó időjárási körülmények között. Jellemzően napos, száraz, meleg idő volt, néhány csapadékosabb nappal. Ez befolyásolta a kérdőívezésben elérhető emberek tömegét is. A vizsgálat típusa: leíró, probléma-megfogalmazó jellegű volt. A kérdőívezést közterületeken, illetve a helyi lakosok házaiba becsöngetve végeztük ketten, a város eltérő pontjain. A megkérdezés fogadtatása a hét során sokat változott, a kezdeti barátságos hangulatot később negatív hozzászólások és attitűd váltotta fel. Összességében így is eredményesnek ítéljük meg az egy hét alatt begyűjtött adat mennyiségét.

3.1.1. Hévíz város

Hévíz a Nyugat-Dunántúli Régió kiemelt városa, a Balaton nyugati medencéjében helyezkedik el, Keszthely szomszédságában. A 2007. őszén alakult 8 települést magában foglaló Hévízi Kistérség központja. A lakosság népszáma 2014. január 1-én 4663 fő volt.¹¹ A világ legnagyobb meleg vizes karsztavához történelmi hagyományokon alapuló gyógyászat és fürdőkultúra kapcsolódik. A város elsődlegesen a gyógyászati szolgáltatásokra épít, bár egyre emelkedik a szépségápolás, a wellness és medical turizmus jelenléte is. Napjainkban a Tófürdőbe belépőt váltók száma meghaladja az évi egymilliót (2010-es adat).¹² A városban a szállásadás, vendéglátás, gazdasági és személyi szolgáltatás révén teremtett munkahelyeknek köszönhetően kedvező a foglalkoztatási helyzet és alacsony a munkanélküliség. A 2001. évi népszámlálás adatai szerint több mint kétszer annyian dolgoztak a városban, mint ahány foglalkoztatott itt élt.

¹¹ KSH adat, www.ksh.hu

¹² HAJNAL Klára – KÖBLI Ádám: Hévíz turizmusának fejlődési irányai 17; Modern Geográfia; 2014; 19. o.

A település a városi funkciók közül a közösségi-, kulturális funkciót csak korlátozott mértékben látja el. Hévízen jelenleg döntően az idősebb korosztály számára biztosítottak a szabadidő színvonalas eltöltését szolgáló programlehetőségek, a fiatalok kulturális-, közösségi igényei kielégítetlenek. Valódi kulturális-közösségi minőségben a város által kielégítetlen szükségleteket leginkább a szomszédos Keszthely látja el.¹³

Hévíz városa az összes vendégforgalom tekintetében jelenleg a 2. legnépszerűbb magyarországi város, csak Budapest előzi meg a rangsorban. Leginkább német, orosz és ukrán vendégkör van jelen, de kínai turisták száma is jelentősen megnőtt, igaz ők csak átutazók. Turistákkal megsokszorozódik a város lakossága.

3.2. Munkahipotéziseink:

- 1: A helyi lakosok és a turisták a város eltérő részeit használják.
- 2: A két vizsgált csoportnak kialakultak kedvelt helyeik a városon belül.
- 3: A fiataloknak nincsenek szórakozási lehetőségeik Hévízen belül.
- 4: A helyiek bizonyos szolgáltatásokkal kapcsolatos igényei nincsenek megfelelően kielégítve.
- 5: A hévíziek az árak miatt a környező településeken vásárolnak.

3.3. Empirikus kutatás

Hévíz város térbeli használatának feltérképezéséhez, illetve a megalapozó városi szintű információk megszerzése érdekében primer és szekunder forrásokból gyűjtöttünk adatokat. Ezt tovább részletezve a primer kutatás is több részből állt össze, kvalitatív és kvantitatív vizsgálati egységekből

3.4. Módszertan, a város térbeli használatának lekövetése

A város térbeli használatának kutatása során nem állhatunk meg a hagyományos (város)építészeti eszköztárnál, egyéb társtudományok bevált empirikus módszereit felhasználva vizsgáltuk a két számunkra érdekes csoportot. A statisztikai és szociológiai tudományterületek klasszikus eszköztára sok lehetőséget nyújt a város vizsgálatára, mind a

¹³ Hévíz város integrált városfejlesztési stratégiája; 2008; 19. o.

kvantitatív, mind pedig a kvalitatív adatfelvétel irányából. Ezeket a klasszikus módszereket kiegészítve próbáltuk ki a már említett modern várostervezésben alkalmazott technikákat, melyeket Jan Gehl már számos esetben sikerrel alkalmazott. Illetve a Kevin Lynch által kidolgozott mental mapping (Lynch, K. 1960) módszerét. Ilyenek például a *counting*, *mapping*, *tracing*, *tracking*,...

Az adatfelvétel során törekedtünk a tényezők objektív és racionális gyűjtésére, ezért a kutatásunk bázisaként a kérdőívezést, mint kvantitatív gyűjtést választottunk meg. Annak érdekében, hogy a kérdőíveinket pontosítsuk és egy megalapozó képünk legyen Hévíz városáról, az ottani életről, eseményekről kvalitatív adatokat is gyűjtöttünk strukturálatlan és strukturált interjúk keretében.

3.4.1. Interjúk

Az interjúk első számú célja kutatásunkban az volt, hogy jobban megismerkedjünk a helyi lakosokkal és az ők gondolataival, problémáival, a helyi irányítással, az aktuális és fontosabb eseményekkel, átlássuk, hogy milyen a város élete. Tehát a későbbi kvantitatív kutatás megalapozása volt a cél. A mélyinterjúk másik fontos célja a későbbi eredmények, illetve a kvantitatív felmérés által meg nem válaszolt kérdésekre a válaszadás. A mélyinterjúk előtt, egy alapvető tudás megszerzése érdekében egy egész napot szántunk a helyszín bejárására, élmények gyűjtésére, a helyiekkel való strukturálatlan interjúk, beszélgetések lefolytatására. Ezt követően a begyűjtött tapasztalatok alapján egy kérdéssort állítottunk össze, mely a helyi tudásunk elmélyítésére irányult. Ezekből a kérdésekből alakult ki az a strukturált, megtervezett interjú vezérfonál, amit a helyi szakértőknek tettünk fel. Ebben a forgatókönyvben olyan témákra voltunk kíváncsiak, amelyek befolyásolhatják a vendégek és helyiek viselkedését, területhasználatát, egymással megvalósuló kapcsolatukat. Interjúkat folytattunk le a város életét irányító, illetve azt meghatározó hivatali és privát személyekkel. Így a polgármesterrel, a város rehabilitációval foglalkozó helyi szervvel, a turisztikai desztináció menedzsment képviselőjével, a helyi rendezvények szervezésével foglalkozó személyekkel. Ezen felül a helyi kulturális egységek üzemeltetőivel, a könyvtárossal, múzeumi jegyeladóval. Az interjúk érdekessége, hogy ezen személyek többsége helybeli, így személyes irányban is hasznos adatokkal tudtak szolgálni a témánknak. Az interjúk során hangfelvétel nem készült, így rövid jegyzeteket készítettünk a válaszaikról. Összességében pozitívan értékeljük a lefolytatott beszélgetéseket, melyek hasznos információkkal láttak el minket a további munkához.

3.4.2. Mentális térkép

A téma további feltárása érdekében kipróbáltuk a mentális térkép módszerét is. Ennek során arra kértük meg a Hévízre látogató vendégeket, hogy egy vaktérképen rajzolják be az általuk látogatott és ismert helyeket, ezzel bemutatva azt, hogy milyen kép alakul ki a fejükben Hévízről, a helyi ismeretekről. A kutatást egy időben próbáltuk az első kérdőívekkel, annak érdekében, hogy az ebből kiszűrt információkkal tovább tudjuk gazdagítani a kérdőívünket, pontosabban tudjuk a kérdéseinket megfogalmazni. A próba során 5 térképet rajzoltattunk a város különböző pontjain. Egységesen azt tapasztaltunk, hogy a módszer nagyon lassan halad, mivel a megkérdezett személyek idegenkedtek a rajzolástól, írástól. Sokat kellett bátorítani őket a vonalak megrajzolása érdekében. A másik probléma inkább a helyszín karakteréből adódott, az ide látogatók nagy része idős személy és többségük látásukra panaszkodva nem akart részt venni a játékos feladatban. A módszer lassú volta miatt végül elvetettük alkalmazását.

3.4.3. Kérdőív

A kérdőívek kialakítása során támaszkodtunk a már eddig leírt tapasztalatainkra, emellett törekedtünk a problémák objektivizálására és a zárt kérdések alkalmazására. Ez a folyamat egy brainstorming keretében valósult meg, melybe bevontuk a mentorainkat és a többi diáktársunkat, akik részt vettek a kutató táborban. A kérdőíveket az előzetes mentorainkkal történt egyeztetés után személyesen nyomtatott formában töltöttük ki a megkérdezettek elmondása alapján (PAPI módszer). A végleges kérdőívben a vendégek számára összesen 17, a helyieknek pedig 23 kérdést tettünk fel, melyek többsége a vizsgálandó témára kérdezett rá, néhány magyarázó válasszal kiegészítve, hogy jobban megérthessük a viselkedésüket. A kérdőívezést a négy napig folytattuk, ennek során 91 helyit és ugyancsak 91 vendéget tudtunk megkérdezni. A kérdezés során törekedtünk egy homogén eloszlás irányában, viszont a válaszadási hajlandóság gyakran fluktuált. Megfigyelt technikai tapasztalat volt az, hogy a női kérdezőbiztos preferálták az alanyok, a férfivel szemben. Az ő esetében többen voltak hajlandók beszédbe elegyedni, ami a számokban is meglátszott. A válaszok csaknem 3/5-t gyűjtötte be a női kérdezőbiztos. A helyiek saját házánál történt megkérdezések esetében ez az adat még kiemelkedőbb számokat mutat. A megkérdezéseket a nap folyamán reggel 9 és este 7 között folytattuk le az időjárástól függetlenül. Szerencsére, amint már fentebb írtuk a hét nagyobb részén napos idő fogadott minket. A kérdezés során a vendégeket főleg a belvárosban értük el, míg a helyi lakosokat a város körül több ponton is fel

tudtuk keresni. A kérdőíveket 2. mellékletként csatoltuk. A következőkben bemutatjuk a kutatás eredményeit.

3.5. Eredmények és értékelések:

A diagramok azt mutatják, hogy az összes megkérdezett hány százaléka válaszolt az adott kérdésre igennel.

A területi alapú tervezés érdekében Hévíz Városát az alábbi városrészekre osztottuk: ¹⁴

1. Városközponti terület
2. Hévíz Gyógytó és környező belterület
3. Központi lakóövezet
4. Északi lakóövezet és Egregy
5. Déli lakóövezet

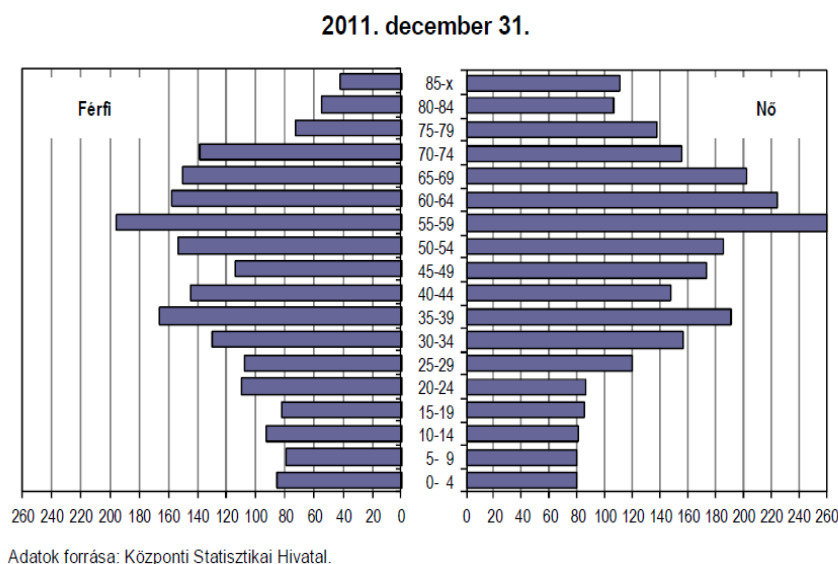
3.5.1. Megkérdezettek demográfiai adatai:

3.5.1.1. Helyiek:

Kérdőívünket 91 hévízi lakossal sikerült kitöltenünk.

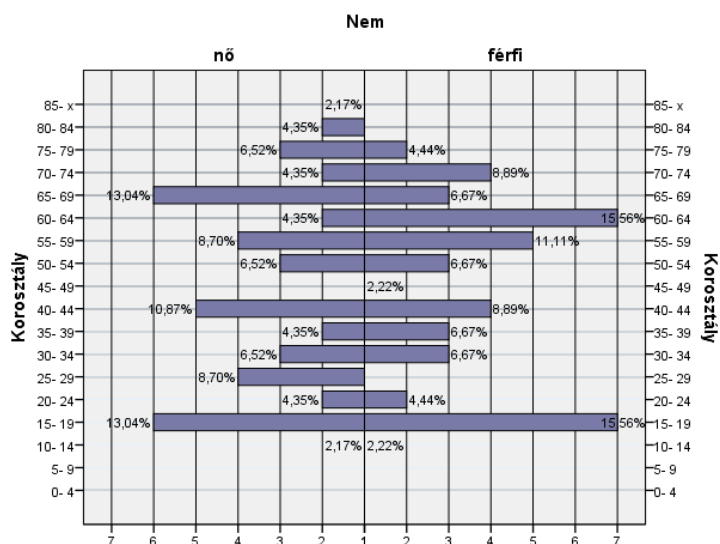
Demográfiai adataikat az 1-3. ábra szemlélteti. A kérdőívek felvételének helyszíneiről térképet melléktünk. (1. térkép)

Jelenleg 4685 fő él Hévízen (2014. január 1.).¹⁵

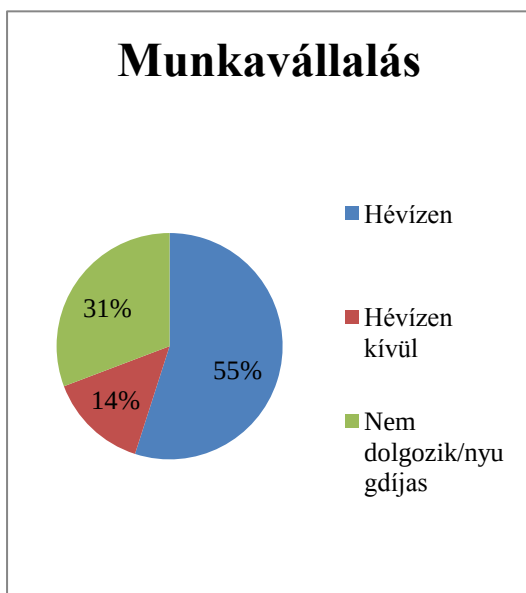


1. ábra: Hévíz lakosságának korfája ¹

¹⁴ Hévíz Integrált Városfejlesztési Stratégiája; 2008



2. ábra: A hévízi megkérdezett lakosság korfája



3. ábra: A megkérdezett lakosság munkavállalása

A népesség gyarapodásának ellenére a város előregedő társadalommal rendelkezik a magas migrációnak és az alacsony születések számának köszönhetően. Elsősorban a pihenésre vágyó 55 év feletti és nyugdíjasok költöznek ide.

Származásukat tekintve 87 helyit tudtunk a vizsgálni, ők

árultak el minden adatot. Mindössze 28 tősgyökeres hévízivel találkoztunk. A betelepülők közül hatan nevezték meg ide költözésük okát: ketten rokonok, hárman munka miatt jött ide, egy fő pedig korábbi nyaralóját választotta lakhelyéül. Legtöbben Keszthelyről települtek át, melyet Budapest követ.

Adatfelvétel során sok fiataalt kérdeztünk meg. Ki szeretnék volna deríteni, hogy ők milyen perspektívákat látnak, milyen lehetőségeik vannak egy olyan városban, amely tele van idős emberrel mind a helyieket, mind az idelátogatókat tekintve.

A megkérdezettek 69%-a volt munkavállaló, közülük 79,71% Hévízen dolgozik. A nem-dolgozók viszonylag nagy száma abból adódik, hogy az átlagéletkor magas, sok a nyugdíjas.

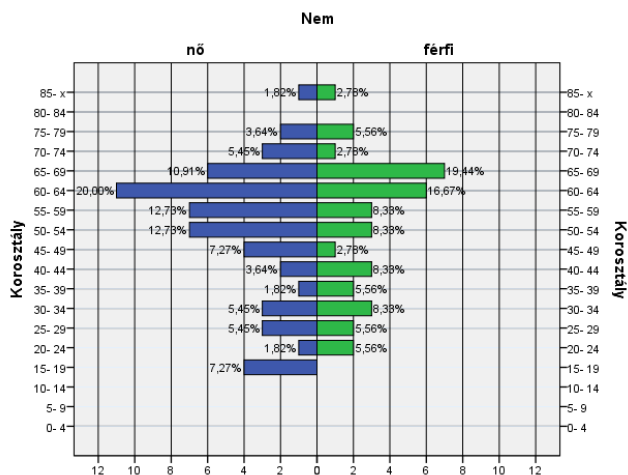
¹⁵ KSH adatok alapján, 2014

3.5.1.2. Vendégek:

A vendégeket tekintve csak a magyar turistákkal foglalkoztunk. Hévíz látogatói többnyire beteg, gyógyulni vágyó idős emberek, így a megkérdezettek is elsősorban közülük kerültek ki. A válaszadók 85,7%-a nem először jár Hévízen, többségüket tekintve hosszú évek óta ide járnak nyaranta.

A legtöbben szállodában szállnak meg, őket a kórházban éjszakázók követik. Amennyiben kórházi kezelésben vesznek részt, három hetet töltenek a városban, ez idő alatt a kórház látja el őket teljes körűen.

A várost leginkább személyes, gyalogos bejárás útján ismerik meg, vagy korábbi itteni nyaralásuk során gyűjtött tapasztalat útján. A táblázatban látható 168,9 százalékat a többszörös választási lehetőség adja.



4. ábra: Megkérdezett vendégek korfája

Járt-e már a városban	Gyakoriság	%
nem	13	14,3
igen	78	85,7
Összesen	91	100

1. táblázat: Járt-e a vendég korábban

Hogyan ismeri meg a várost?	Válaszok	
	Darab	%
személyes bejárás	64	71,10%
korábbi tapasztalat	51	56,70%
internet	14	15,60%
térkép	9	10,00%
ismerősajánlása	9	10,00%
infóközpont	5	5,60%
Összesen	152	168,90%

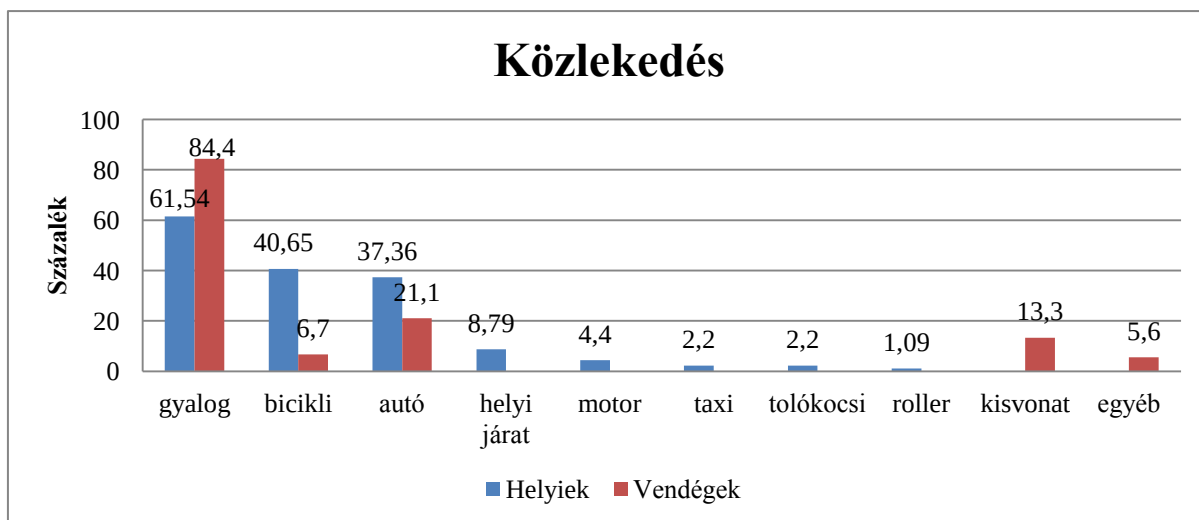
2. táblázat: Mi alapján ismeri meg a várost vendégként?

Szállás	Gyakoriság	%
szálloda	32	35,2
kórház	18	19,8
apartman	14	15,4
magánszállás	8	8,8
nem alszik itt	6	6,6
nyaraló	5	5,5
panzió	3	3,3
szanatórium	2	2,2
barát	1	1,1
Keszthely	1	1,1
rokon	1	1,1
Összesen	91	100

3. táblázat: Milyen jellegű szálláshelyen tartózkodik, mint vendég?

3.5.2. Közlekedés:

Mind a két csoport tagjai gyalog járnak leginkább, mely valószínűleg a kis távolságoknak tudhatók be, azonban itt meg kell jegyezni, hogy komoly szintkülönbséggel kell számolni. Ezt követően az eszközhasználatban szétválík a két csoport. A helyiek magas százalékban bicikliznek vagy járnak autóval. A vendégek keveset használják a biciklit, holott sok szálloda és magánszálláshely kínál kölcsönzési lehetőséget. Emellett a városban megtalálható a közösségi biciklirendszer is, melyet 2014. szeptemberig bárki ingyenesen igénybe vehetett pár egyszerű lépést követően. A város számos pontján létezik hozzájuk biciklitároló. 2005-ben elkészült a 3,8 kilométer hosszúságú Hévíz-Keszthely összekötő



5. ábra: Megkérdezettek közlekedési módjai

kerékpárút, mely a Balatoni Körúthoz közvetlenül is csatlakozik. A város területét érintő szakasz ebből 0,33 km.¹⁶

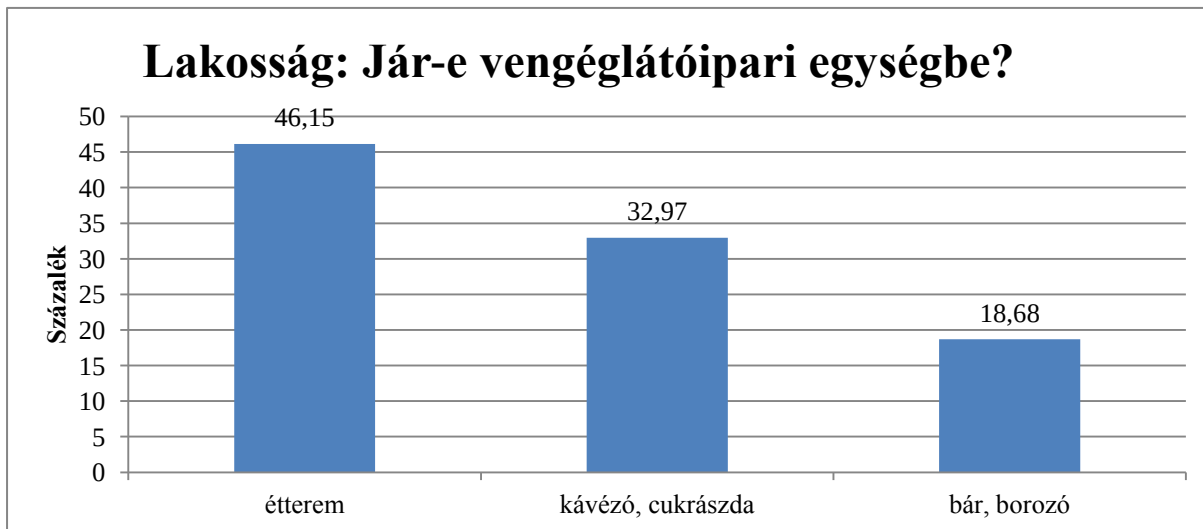
Autót inkább a helyiek használják, mint a vendégek. A személygépkocsik használatát az indokolhatja, hogy a hévíziek gyakran hagyják el a várost különböző szolgáltatások miatt. Erről a későbbiekben még lesz szó. Az autót használók a kevés parkolóhelyről, az autót nem használók a sok autóról panaszkodtak. 384 db férőhelyet biztosít a nagyparkoló a gépjárműveknek, emellett a városi közutakon összesen 374 darab fizető parkolóhely van. A városban védett övezet a Rákóczi Ferenc és a Kölcsey Ferenc utca, melyekbe behajtás, várakozás, a megállapított forgalmi rend szerint történik. A helyi járat rendszere nem túl kielégítő, kevés járat közlekedik. A város nagysága nem indokolja önálló helyi járatú autóbuszok közlekedését, így a különböző távolsági járatok érintik a város egyes megállóhelyeit.¹⁷ Ami a helyieknek a volán járat, az a vendégeknek a döttó.

A vendégek többnyire csak a belvárosban közlekednek, néha-néha az egregyi borozókhoz mennek fel, náluk azért nem jelent meg a gyalogláson kívül magas számban más közlekedési forma.

¹⁶ Hévíz Integrált Városfejlesztési Stratégiája; 2008; 35. o.

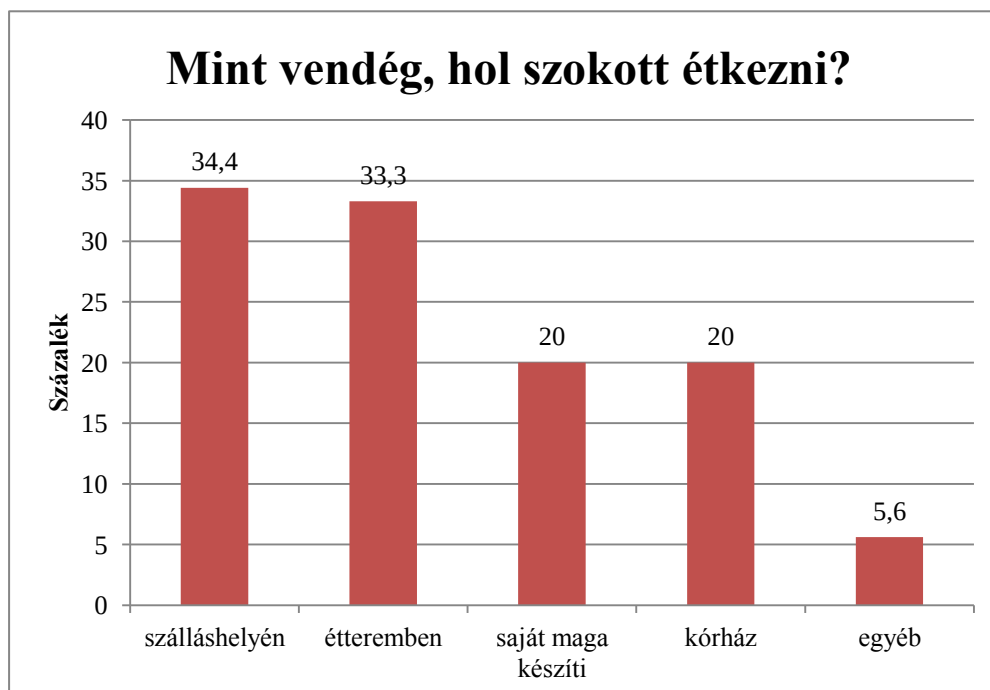
¹⁷ <http://www.heviz.hu/heviz-info/helyi-kozlekedes>

3.5.3. Vendéglátás



6. ábra: Megkérdezett lakosság vendéglátó ipari egység használata

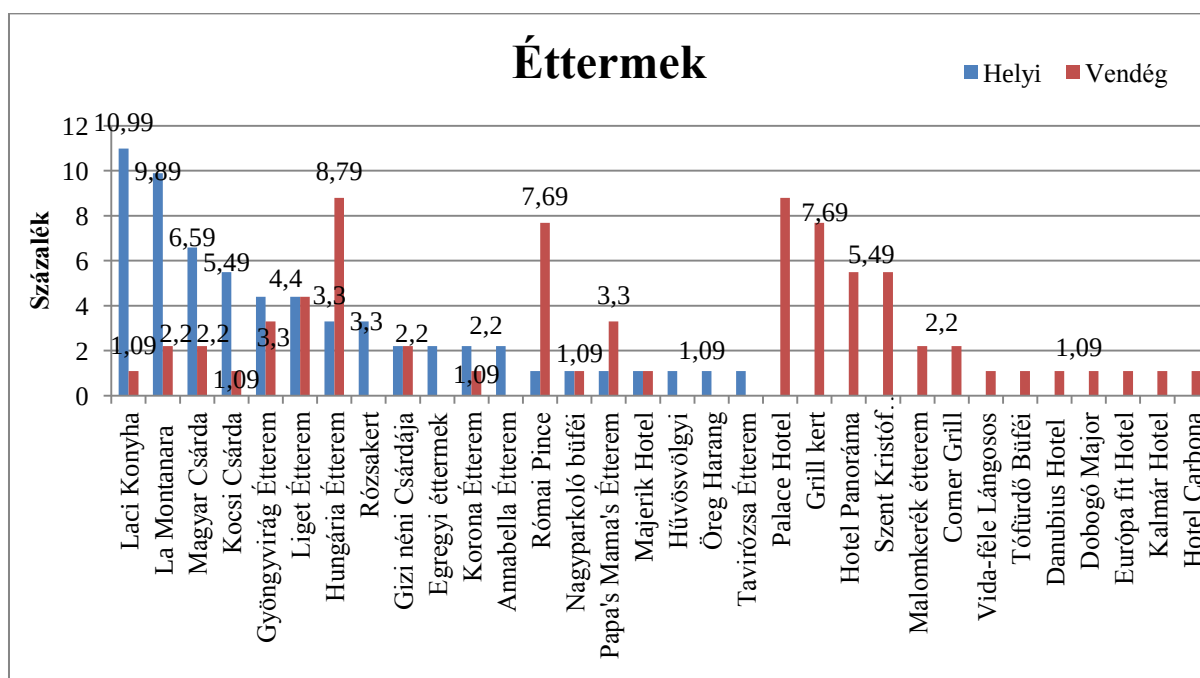
Azon kérdéseinkre, hogy a helyiek járnak-e vendéglátó ipari egységbe, azt a választ kaptuk, hogy 27,47%-uk semmilyen típusú vendéglátó egységet nem vesz igénybe. Gyakran hallottuk panaszként, hogy az árszínvonal elég magas, budapesti vagy afölötti, a turisták pénztárcájára van szabva.



7. ábra: Vendégek étkezési szokásai

A 2. és 3. térképet vizsgálva láthatjuk, hogy a helyiek a város több részét is használják vendéglátóipari egységek tekintetében, jelen vannak a belvárosban, a Szent András utcai körforgalomnál lévő vendéglátó együttesnél és a déli lakótelepnél is. Egregyet azonban nem használják sűrűn, sem az oda vezető Zrínyi utcát, pedig számos borozó, söröző található ott, a hegyen pedig számtalan étterem várja az oda betérőket.

A vendégek vonatkozásában nem beszélhetünk jelentős távolodásról a belvárostól. A Szent András utcai együttesnél ők is megjelennek, szerepelnek a térképen, de csak csekély mértékben (1-4 főre utal a pont). A déli lakótelepen lévő Magyar csárdát is csupán két személy jelölte meg. Egregy használata rájuk sem jellemző, de a helyieknél jóval többen járnak oda. Elsősorban a Római pince miatt keresik fel, továbbá a közelben lévő Gizi néni Csárdájába járnak szívesen. (8. ábra)

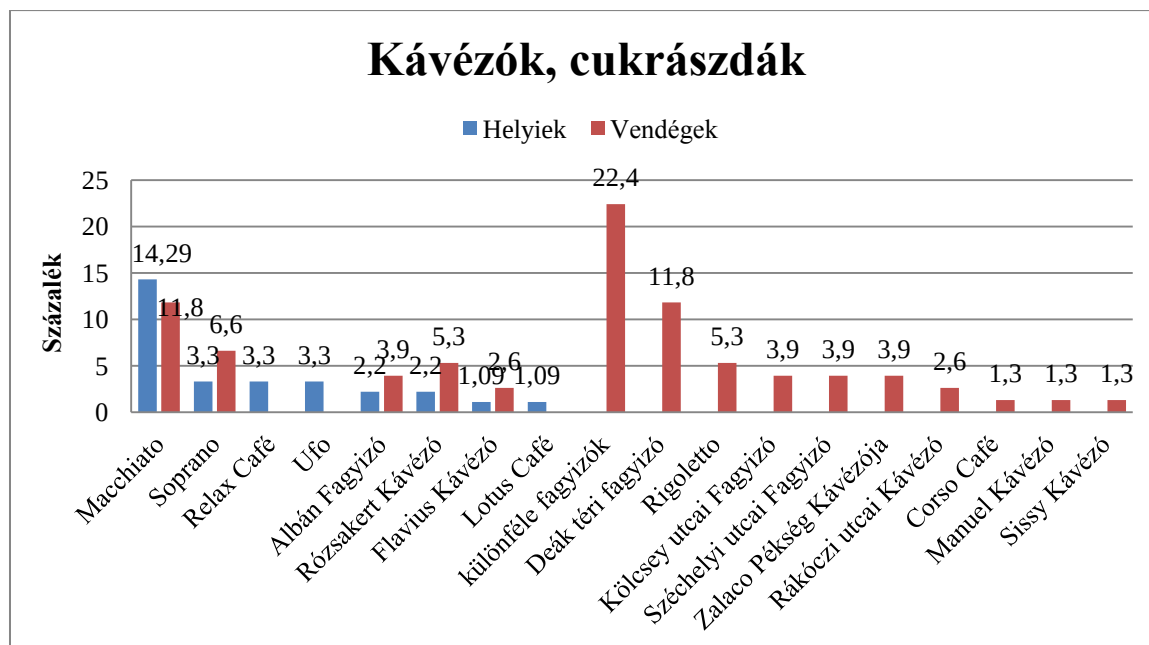


8. ábra: Helyiek és vendégek étteremhasználata

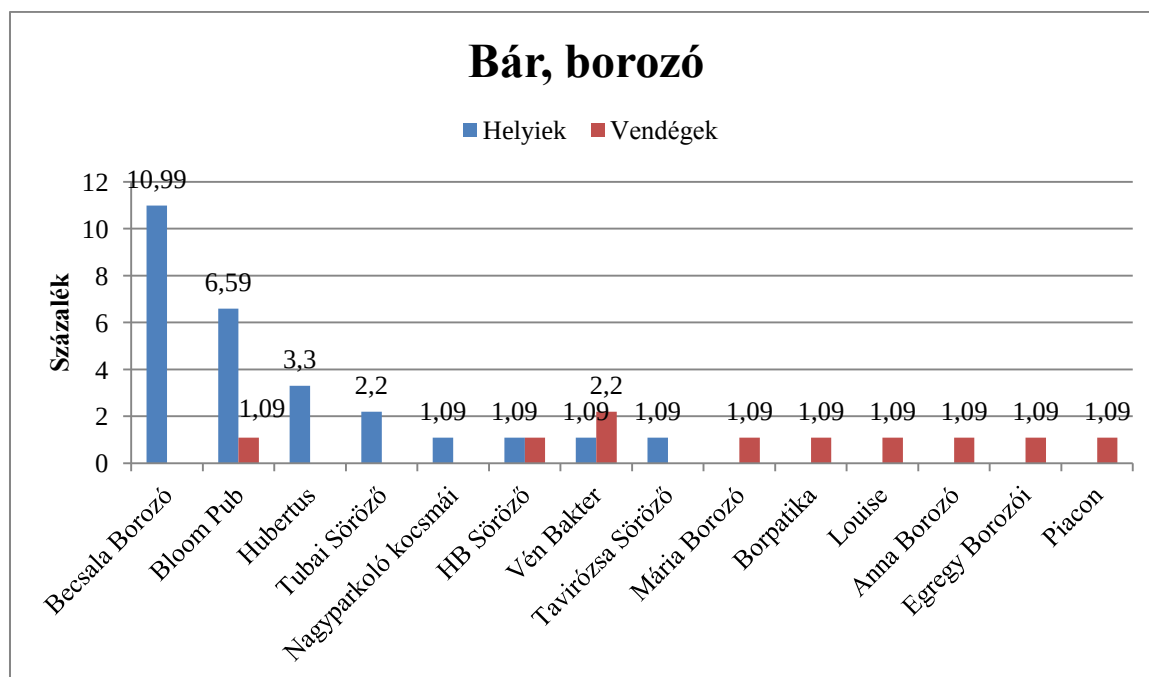
Éttermek közül a helyieket nézve: a nagyon kedvelt Laci Konyha és a Kocsi Csárda a városközpontban található, míg a La Montanara kifejezetten a város szélén, a Szent András utcai körforgalomnál, a Magyar Csárda pedig a város déli részén helyet foglaló déli lakótelepen.

A vendégeket vizsgálva a leggyakoribb helyek, a Római Pincét kivéve, mind a belvárosban találhatók.

A 8. ábrán láthatjuk, hogy nagyrészt eltérő helyekre járnak a helyiek és a vendégek, egyezés a Gyöngyvirág és Liget étteremnél, Gizi néni Csárdájánál, a Nagyparkoló büféjénél és a Majerik Hotelnél jelentkezik.



9. ábra: Helyiek és vendégek kávézó-, cukrászdahasználata

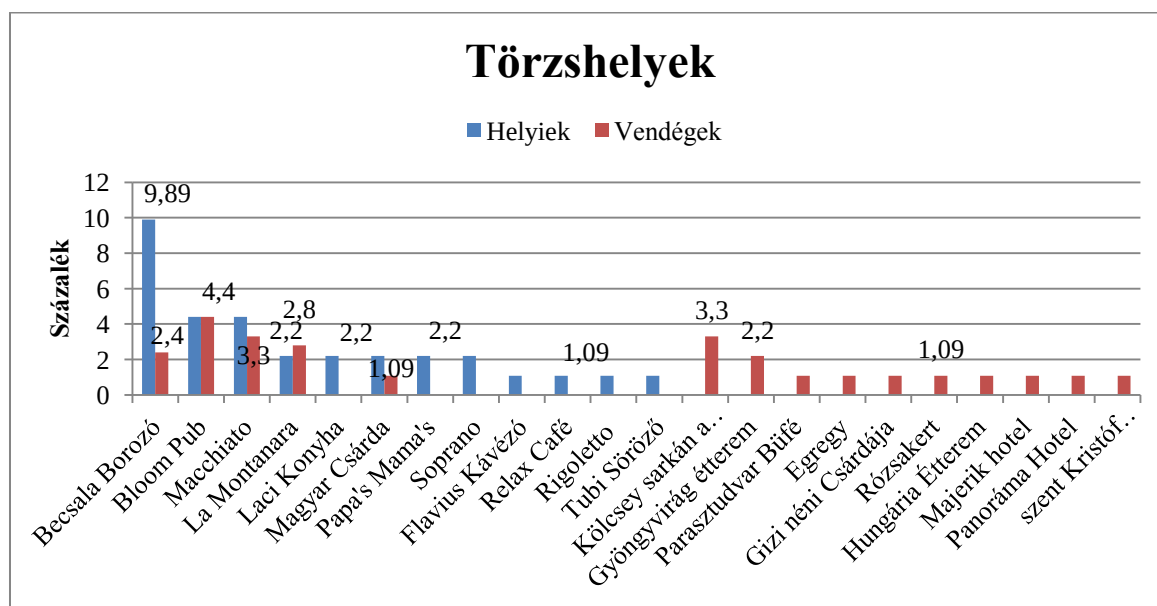


10. ábra: Helyiek és vendégek bár- és borozóhasználata

A 9. ábráról leolvasható, hogy a vendégek többet használják a kávézókat, cukrászdákat a helyiekkel összevetve. A 2. és 3. térképen pedig az látható, hogy mind a két csoport csak a belvárost használja e célból. A Macchiato nevű hely volt a legnépszerűbb mind a helyiek, mind a vendégek körében. A kávézót a sétálóutca fogják közre. Hallomás alapján mindig tele van helyiekkel. A város Önkormányzatánál dolgozó szakemberek szerint a Rózsakert is kiemelkedő látogatottságú helynek ígérkezett az elején, ám a parkolási probléma szabotálta a lehetőséget.

Borozókba és bárókba viszont inkább a helyiek járnak. Itt is elmondható, hogy a helyiek minden városrészt felkeresnek borozók miatt. A vendégek csak a belvárosba koncentrálnak, egy-egy fő járt Egregyen illetve a Szent András utcai körforgalomnál lévő Bloom Pubban.

A bároknál, borozóknál a Becsala Borozó bizonyult a legfrekvenciáltabbnak a helyieket illetően, amely ez a déli lakótelepen található, itt hozzá kell tennünk, hogy maga a borozó is volt kérdőív-felvételi helyszín, amely hozzájárulhatott az eredmények alakulásához. Azonban volt egy olyan személy is, akit az utcán kérdezve adta ezt a választ. Szintén magasan látogatott hely a Bloom Pub.



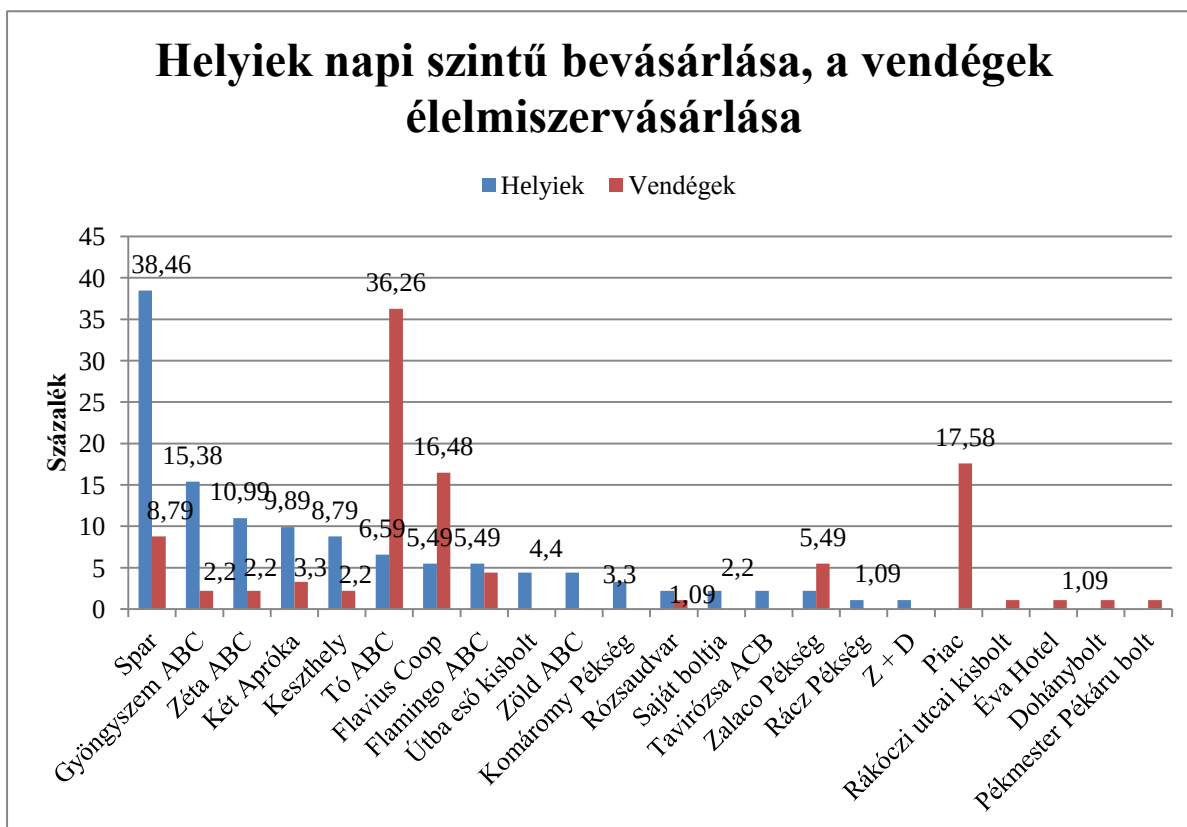
11. ábra: Helyiek és vendégek törzshelyei

Összességében megfigyelhetjük, hogy sok, gyakran látogatott hely található a Lakótelep környezetében. IVS forrás szerint a Tavirózsa utca kifejezetten a helyieké: sokkal olcsóbb, mint a város többi része, található itt használtruha kereskedés, számítástechnikai bolt, lottózó; a borozó helyiekkel tele van mindig. A közterület használatával kapcsolatos

kérdésünkre sokan adták azt a választ, hogy szívesen vannak a Park utcai játszótéren, mely szintén a lakótelepen található.

Ugyanilyen sűrűsödés látható a Szent András utcai körforgalomnál is a vendéglátó ipari egységek tekintetében.

3.5.4. Élelmiszervásárlási szokások:



12. ábra: Élelmiszervásárlás I.

Napi bevásárlást tekintve a helyieknél a Spar a legnépszerűbb, ide több mint kétszer annyian járnak, mint az azt követő Gyöngyszem ABC-be, mely a Felsőpáhokhoz közelebb eső, Szent András utcai körforgalomnál van. A 4. térkép azt mutatja, hogy a helyiek –a Spart leszámítva - nem koncentrálnak egy környékre sem, szétszóródva láthatjuk rajta a pontokat. Ennek valószínűleg az az oka, hogy mindenki lakóhelyéhez közeli boltot választ, ezt többen meg is jegyezték. Azt is észrevehetjük, hogy a Nagyparkoló tér, Kölcsey utca és Rákóczi utca

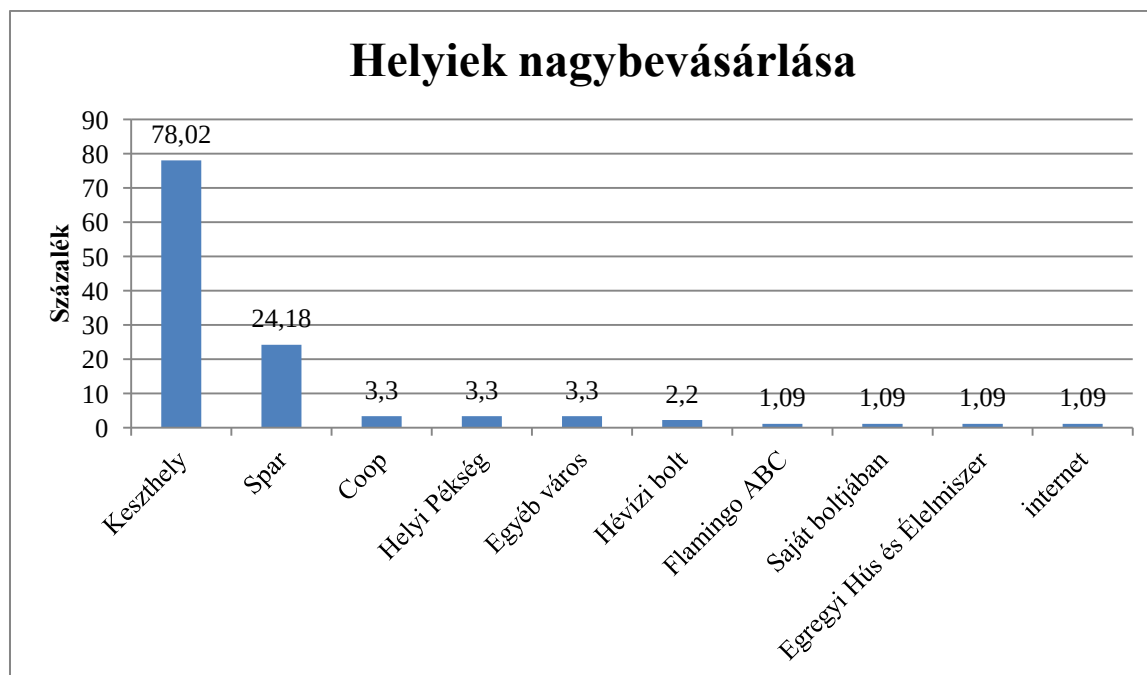
üzleteit egyáltalán nem használják a helyiek. A hévíziek egyáltalán nem járnak piacra, drágának találják.

A vendégek kedvenc boltja a Petőfi utcában található Tó ABC, ennek oka az lehet, hogy ez van közvetlenül a legfőbb sétálóutca mellett, ide kitérő nélkül be tudnak térni. A helyiekkel ellentétben a vendégek szívesen járnak a piacra: 38,46%-uk már járt ott. Azok közül, akik még nem jártak ott, egyenlő arányban tervezik azt, hogy elmennek, mint azt, hogy nem.

További felkapott hely a Flavius üzletházban található Coop, mely a nagyparkoló jelenlétének köszönhető. Itt lehet a legközelebb parkolni a sétálóutcákhoz, melyek a forgalom elől le vannak zárva, 5 db buszparkoló is található itt, emellett számtalan vendéglátóipari egység is, mely vonzza a turistákat, azaz a környék aktív használatban van a látogatók által.

A látogatók 65,8%-a vásárolt már a sétálóutcák üzleteiben, ezek általában ruhaneműk, cipők vagy ajándéktárgyak.

A 4. és 5. térképen, illetve a 12. ábrán is jól látható, hogy a helyiek és a vendégek által használt üzletek nem egyeznek meg. Míg a helyiek tulajdonképpen az egész várost használják kisebb bevásárlásokra, addig a vendégek nem hagyják el ez okból a belvárost, a Spar az egyetlen hely, ahová ők is elmennek. A Spar a város szélén található, amely azért érdekes, mert a 8 fő közül, aki megjelölte, csak 3 járt autóval Hévízen, a többiek gyalog.



13. ábra: Élelmiszervásárlás II.

A helyiek a nagybevásárlást leginkább Keszthelyen ejtik meg. Ott nagyobb a kínálat, olcsóbbak a termékek, és a nagyobb áruházak miatt mindent egy helyen be tudnak szerezni. Azok, akik Hévízen maradnak vásárolni, a Sparba járnak. A nagybevásárlást tekintve a többi hely elhanyagolható mértékben látogatott. Hévízen nem található egyetlen bolt sem, mely kifejezetten a helyieknek szólna, a vendégek igényeit igyekeznek kielégíteni. Áraikat magasan tartják, hiszen a külföldi, elsősorban orosz, ukrán, német vendég hajlandó azt megfizetni. A kereskedők egyre inkább a vendégekre figyelnek, az ő igényeiket kívánják kielégíteni, ez által a kínálat beszűkül, az árak magasan vannak, nyitva tartás is hozzájuk van igazítva. Egyik paraméter sem elégíti ki a helyieket, ez az oka annak, hogy a lakosság nagy része Keszthelyen vásárol, helyben csak minimálisan.

A szentendrei vizsgálat szerint ott fordított a helyzet. Vannak, akik Budapestről mennek át Szentendrére, ugyanis ott kellemes a hangulat, különleges kínálat, jó minőség, hozzáértő kiszolgálás várja őket.¹⁸

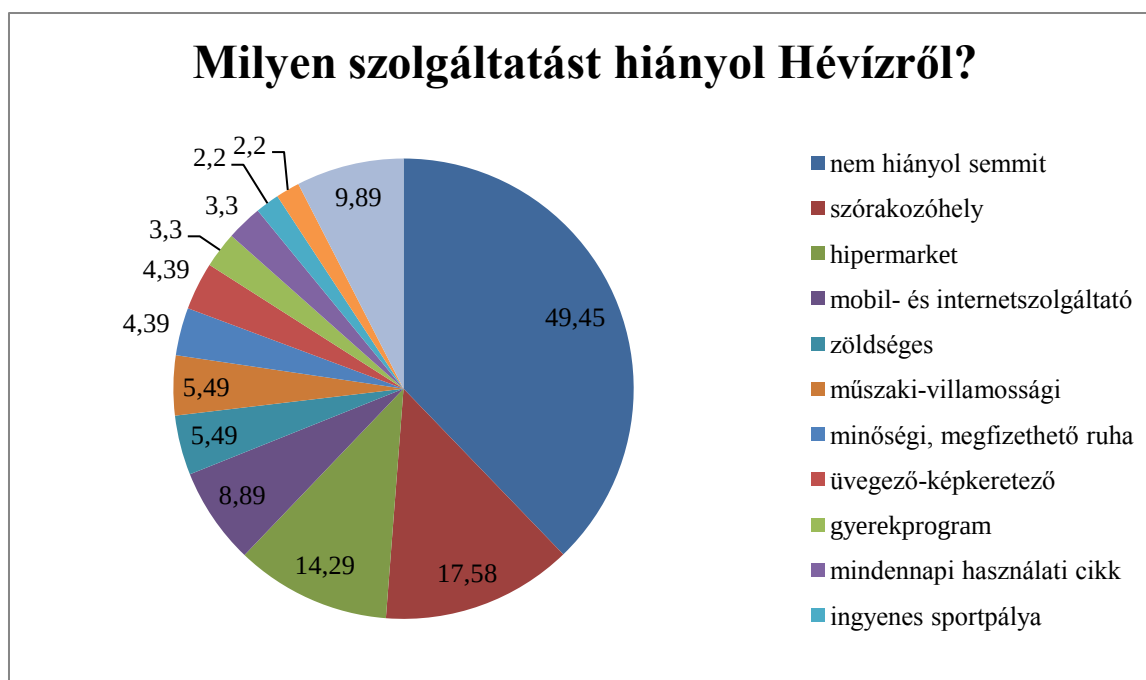
A gyulai kutatással összevetve: mind a két városban megjelenik az igény egy nagy bevásárló áruház és a hosszabb nyitvatartási idő iránt.¹⁹

Az árak szubjektív mértéket egy 1-től 4-ig terjedő skálán mértük. A lakók inkább drágának tartják a várost, mint kedvező árunak: 80,21% az inkább drága/ nagyon drága kategóriát választotta.

A helyieket megkérdeztük arról is, hogy milyen szolgáltatásokat, kereskedelmi egységeket hiányolnak a városból.

¹⁸ PELLE Csilla és a Szeresd Szentendrét Egyesület tagjai: Városmarketing és kereskedelem; Szentendre; 2007; 5. o.

¹⁹ ART COPY STÚDIÓ- GIMMICK KFT: Közvélemény-kutatás Gyula város idegenforgalmáról, I. Kutatási tanulmány: a helyi lakosság véleménye, javaslata; Gyula; 2008



14. ábra: Helyiek által hiányolt szolgáltatások

49,45%-a nem hiányol egyetlen boltot, szolgáltatást sem. A leggyakrabban felhozott hiány a szórakozóhelyek hiánya. Erre a fiatalok, kamaszok miatt is égető szükség lenne. Elmondásuk alapján egy lépcsőforduló az, ahol leginkább töltik szabadidejüket. Kérdőívünk egy másik kérdésére adott válasz alapján még a Bloom Pubba járnak a fiatalok. Az idősebb korosztály számára a Flavius Üzletházban található Louise nyújt táncolási lehetőséget, de ez inkább az ötven fölötti korosztály számára tetszetős. A fiataloknak megoldást nyújtott volna a Rózsakert komplexum felújítása, de a fejlesztés nem volt sikeres a parkolási nehézségek miatt.

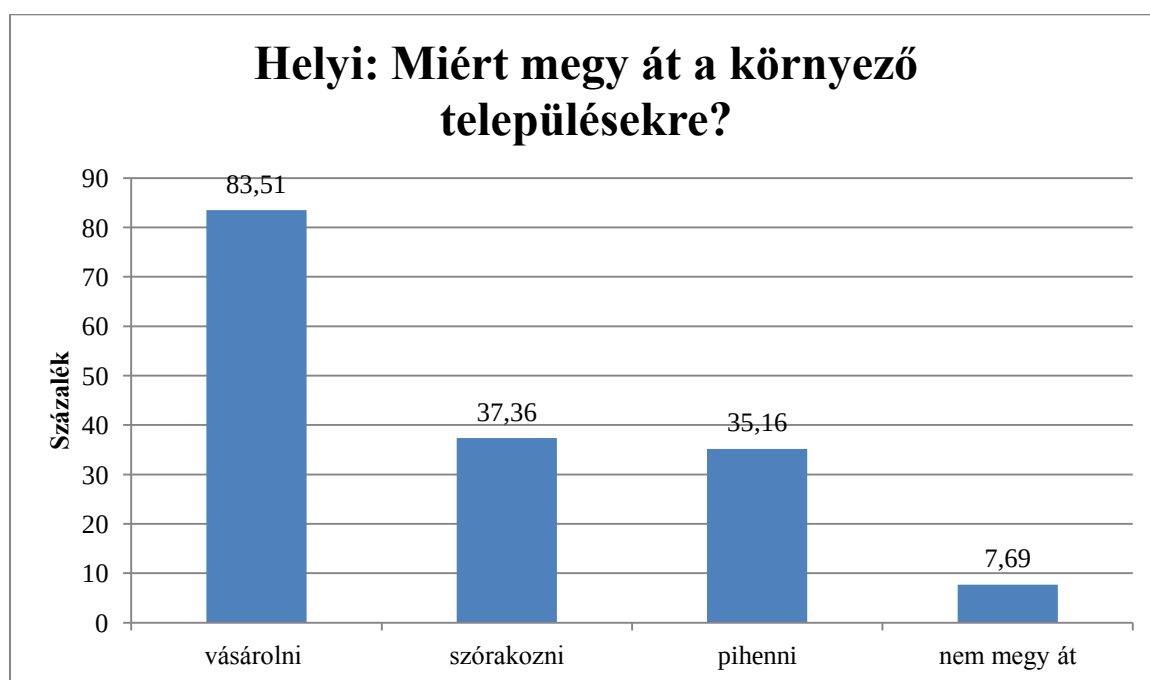
Másik jelentős igény egy nagy bevásárló központ iránt mutatkozott. Egy olyan helyet hiányolnak, ahol mindent egy tető alatt be lehet szerezni.

Magas számban jelezték a mobil- és internet szolgáltatók iránti igényüket is, annak ellenére, hogy a városban található mobil- és internetszolgáltató, három is: a Rákóczi utca 17. szám alatt a MobileHall Telekommunikációs cikket forgalmazó bolt, valamint az AJSA-KÜHNE KFT, mely címe: Kölcsey utca 4. A épület 4. ajtó, a harmadik az Erzsébet királyné utca 6. szám alatt található.

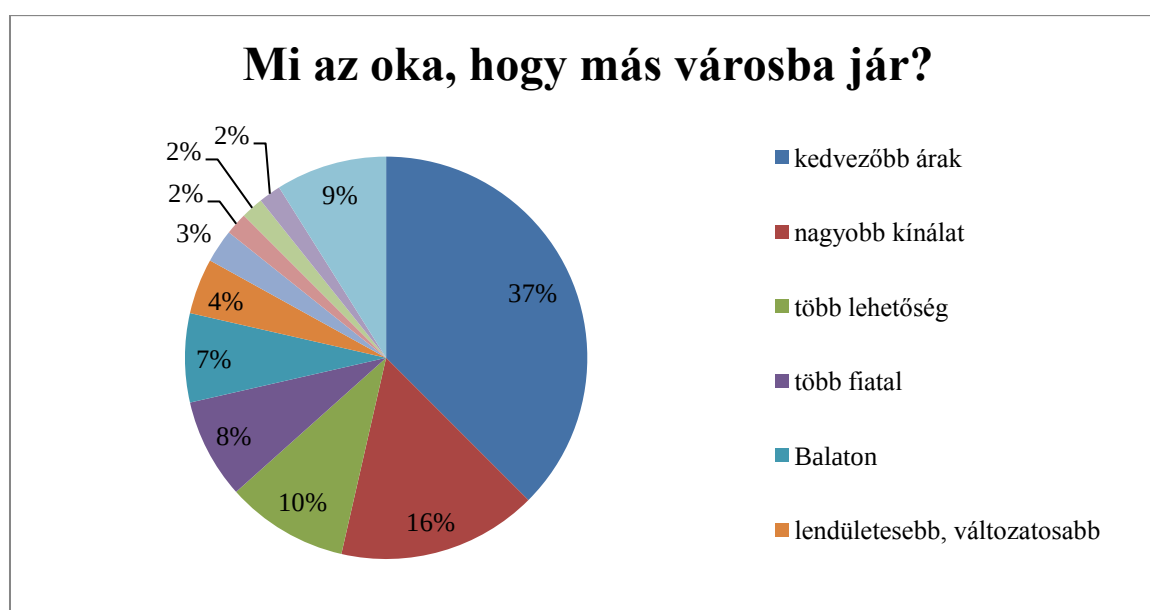
Az emberek a helyben kapható zöldséget drágának találják, ezért szeretnék egy árban nekik való zöldségest is.

Szintén probléma a ruhavásárlás. Az ültetek csaknem egyharmada ruházati bolt, azonban ezek vagy magas áron kínálják a termékeket vagy pedig rossz minőségű, kínai darabokról van szó.

Ennél a kérdésnél ugyan az uszoda nem hangzott el, mint hiány, mégis, mikor kötetlenül beszélgettünk a helyiekkel, többen felhozták, hogy milyen jó lenne egy. Ugyan így többször előkerült az iskolai tornaterem problémaköre is. Mind a két intézményre készült fejlesztési terv, melyek a 2014-2020-as fejlesztések kiemelt programjai közé tartoznak.



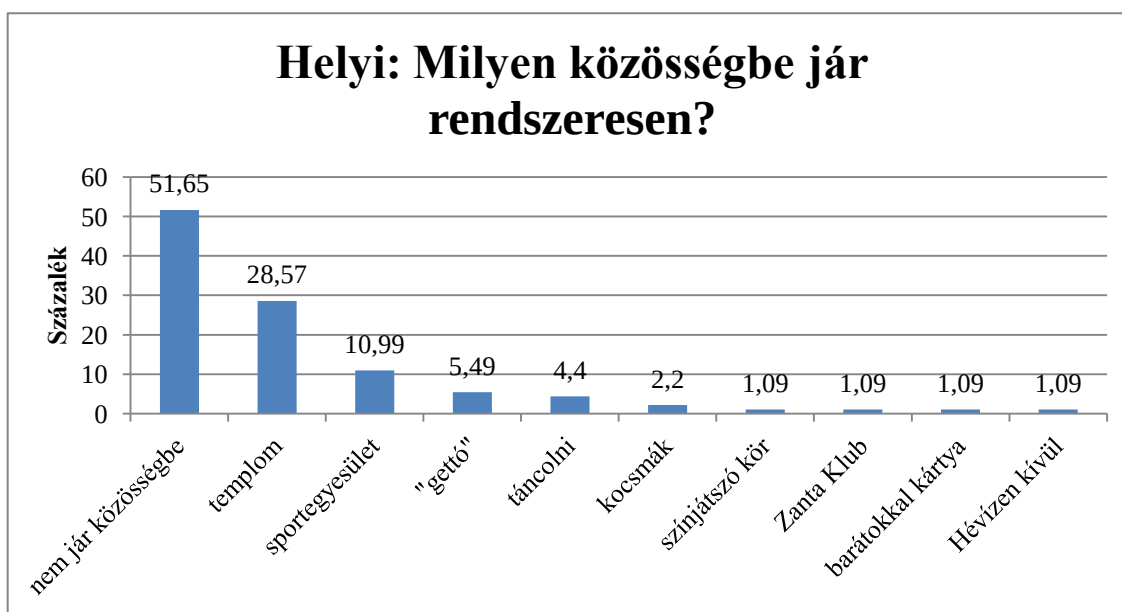
15. ábra: Más városba járás céljai



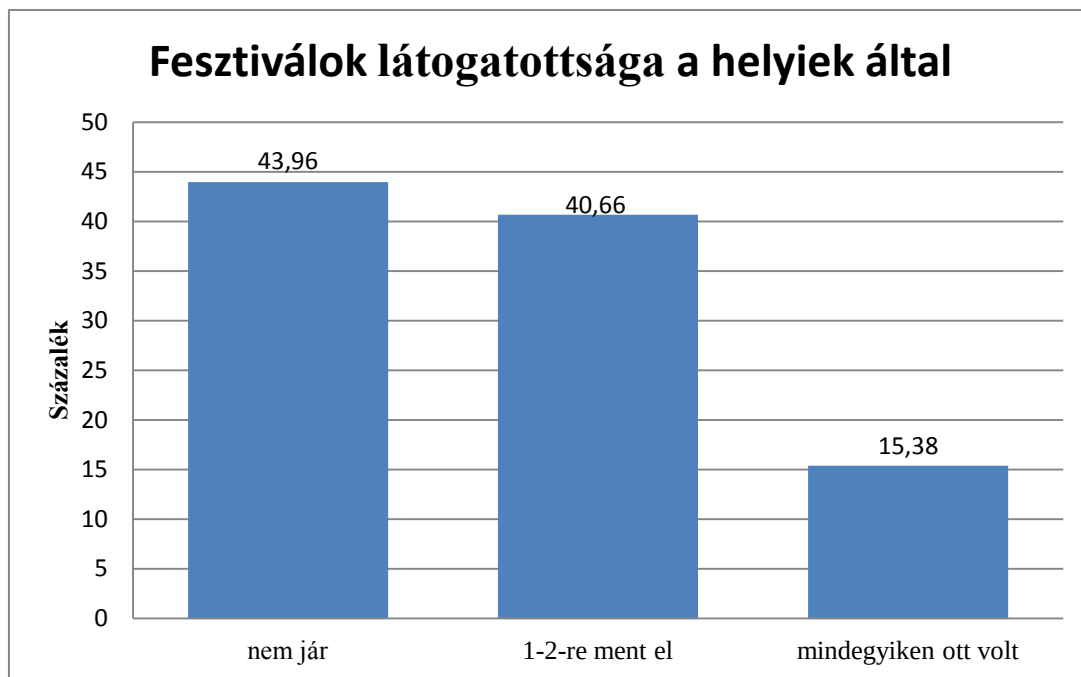
16. ábra: Más városba járás okai

Mindössze 7 fő (7,69%) nem megy át a környező településekre, sem kereskedelmi, szolgáltatásbeli, kikapcsolódási vagy egyéb okok miatt. 83,51% leginkább vásárlás céljából hagyja el Hévízet. Más városok leginkább a kedvezőbb árakkal, nagyobb választékukkal vonzzák a hévízieket, illetve sokkal fiatalosabbnak, lendületesebbnek, változatosabbnak tartják. Szélesebb az kínálati spektrum, több szórakozási lehetőség, kevesebb turista. A Balaton jelenléte is igen vonzó.

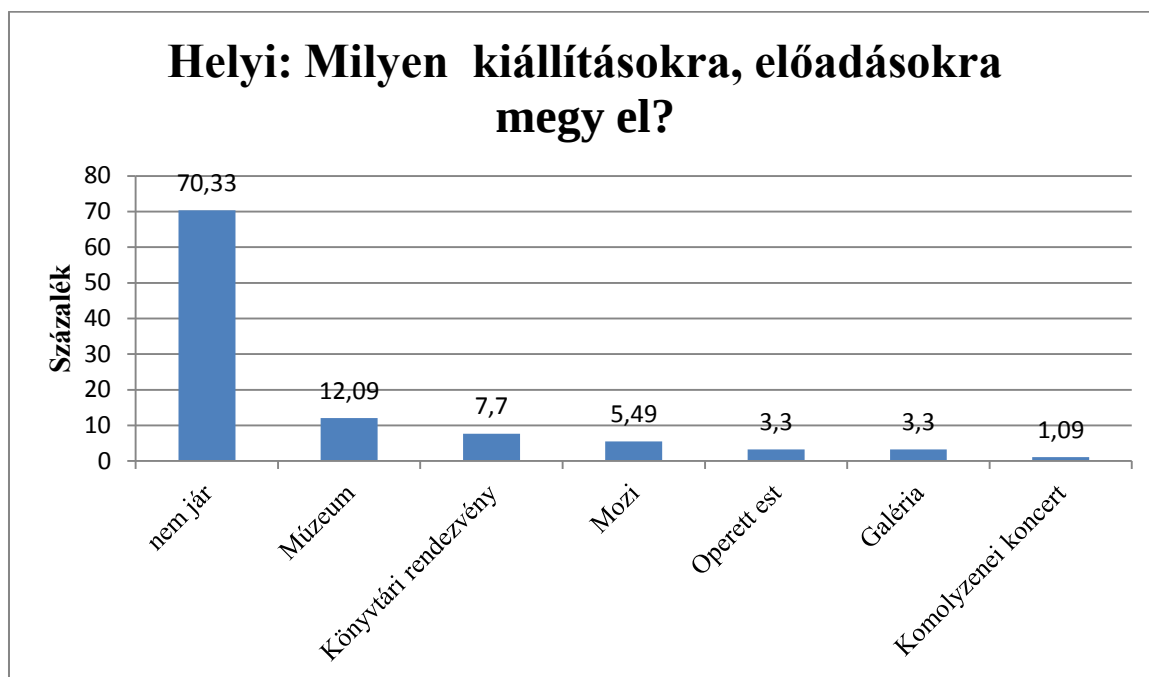
3.5.5. Helyiek szokásai a szabadidő eltöltésével kapcsolatban



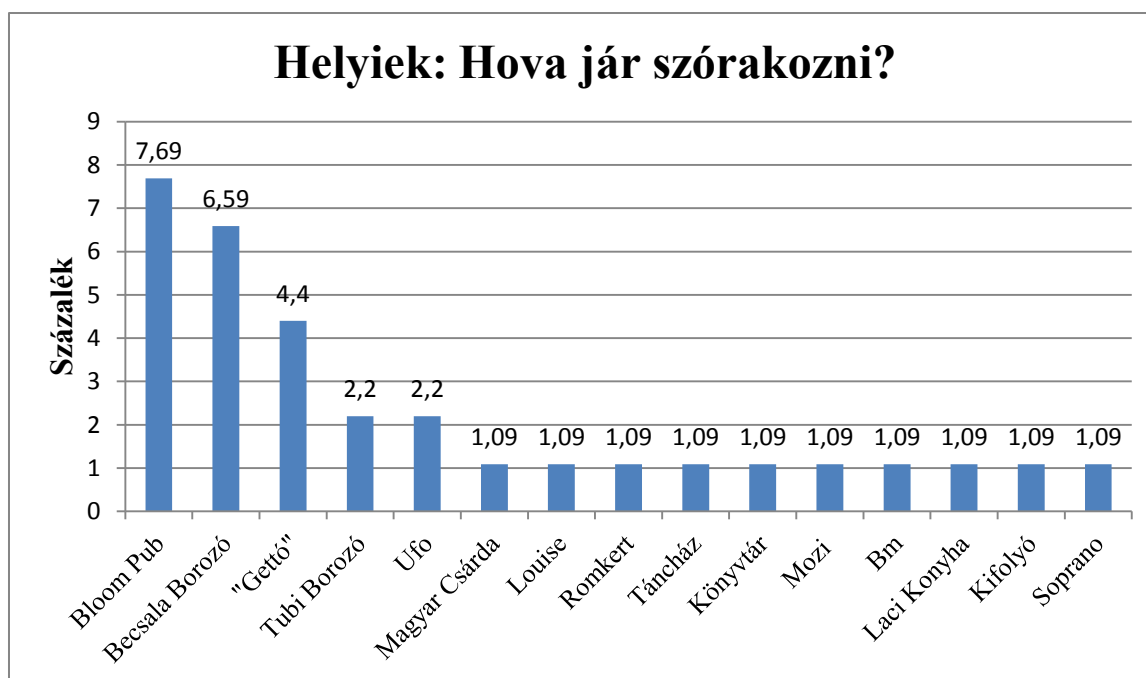
17. ábra: Helyiek közösségbe járása



18. ábra: Fesztiválok látogatottsága a helyiek által



19. ábra: Előadások, kiállítások helyiek által való látogatottsága



20. ábra: Helyiek által használt szórakozóhelyek

A helyiek szabadidő eltöltésének módjainál azt vizsgáltuk, hogy járnak-e rendszeresen közösségbe; hová járnak szórakozni és milyen előadásokra, kiállításokra mennek el.

A válaszadók 51,6%-a nem jár rendszeresen semmilyen közösségbe.

A lakosság 28,6% jár rendszeresen templomba, mindnyájan a római katolikus templomot jelölték meg.

Öt fiatal (5,5%) nevezte meg rendszeres találkozó helyül az úgynevezett gettót, amely a Rózsa köz végén található lépcsősort jelöli szóhasználatukban.

A Múzeum leginkább a Munkácsy kiállítás miatt vonzotta a helyieket.

A legkedveltebb szórakozóhelynek a Bloom Pub bizonyult. Ide leginkább a fiatalok járnak, a 7 válaszadóból, aki megjelölte a helyet 6 db volt 21 év alatti, egy személy pedig 30 éves.

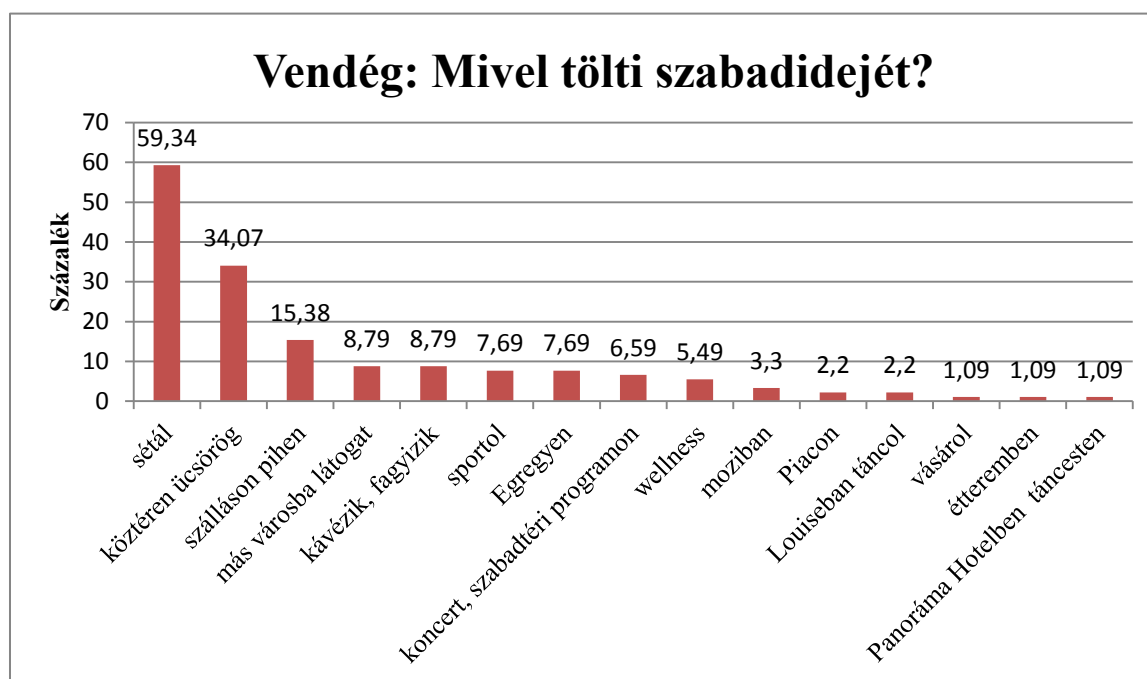
Szabadidő eltöltésére a helyiek elsősorban a belvárosba mennek, köszönhetően annak, hogy ott van a legtöbb lehetőség. Ahogyan azt a 6. térkép is mutatja, a Szentlélek templom vonzza a legtöbb lakost, ide járnak rendszeresen közösségbe. Kiemelkedő intézmény még a Fontana Filmszínház, illetve a Festetics György Művelődési Központ, Városi Könyvtár és Muzeális Gyűjtemény, ahová a kiállítások és előadások miatt járnak.

A szórakozó- és találkozóhelyek térbelileg szétszórta a helyieket nézve, ugyanúgy, mint az összes funkciót tekintve. Két mag alakult ki: az egyik a Szentlélek templom, a másik a Fortuna Filmszínház. Az utóbbi annak köszönheti gyakori látogatottságát, hogy több rendezvénynek is helyet ad: mozi, múzeum, táncház, operett est, stb.

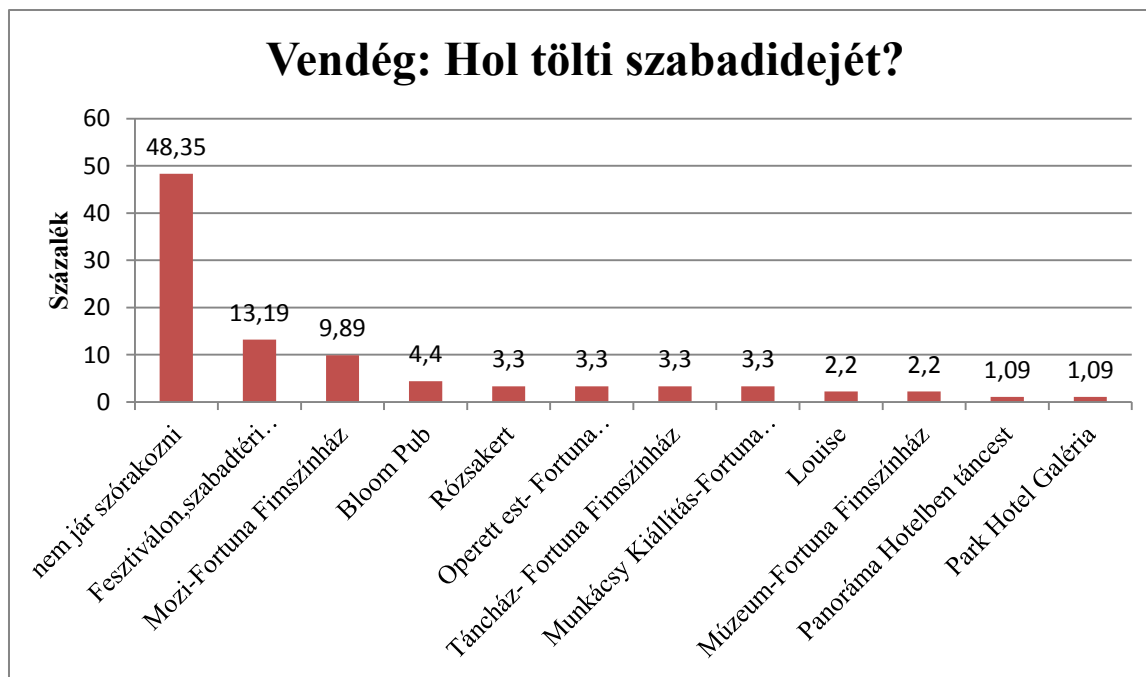
Az IVS (2008) szerint az Aquamarin Szálloda a helyi kulturális élet egyik központja, ám ez a kérdőívek során nem került elő egyetlen alkalommal sem.

A hévíziek nem használják aktívan a várost, sem közösség, sem szórakozás céljából, holott csupán a könyvtár-művelődési ház kínál számtalan lehetőséget: Természetgyógyász klub, Modern tánc szakkör, Női torna szakkör, Néptánc szakkör, Irodalmi olvasóköri, Stratégiai Terepasztal Játék Klub, Színjátszóköri, Életmentő klub, Médiaklub, Életmód Szakkör, Filmklub, Jógaklub, Divatklub.

Mozi délután négy órától folyamatosan vetít, akár 3D-ben is, a jegyár 500Ft és 1200Ft között van. A programajánló naptár tele van rendezvényekkel, nyáron számtalan a szabadtéri program, mégis szükség van arra egy olyan programkínálatra, mely nem csak a turistákra, nem csak az idősekre összpontosít, hanem a fiatalokra és a helyiekre is koncentrál.



21. ábra: Vendégek szabadidő-eltöltése I.



22. ábra: Vendégek szabadidő-eltöltése II.

A vendégek leginkább sétálnak, vagy köztéren pihennek szabadidejükben. Kifejezetten szórakozni nem nagyon járnak el, akik igen, azok mind a sétálóövezetbe mennek, négy fő mozdult ki ebből a zónából, ők a Szent András utcai körforgalomhoz mentek. Az ő térbeli mozgásukat a 7. térkép mutatja.

„A Festetics György Művelődési Központ illetve további szereplők

komoly erőfeszítéseket tesznek színvonalas produkciók megszervezése érdekében, viszont a művelődési központ épülete nagyobb rendezvények lebonyolítására nem alkalmas... Hévíz tehát nem rendelkezik olyan helyszínnel, amely lehetővé tenné zárt

térben, nagyobb tömegeket megmozgatni képes, belépődíj ellenében látogatható

rendezvények szervezését. E hiányosságot kiküszöbölendő tervezzük egy multifunkciós

kulturális, rendezvény,- és konferenciaközpont építését, amely megfelelő teret

biztosítana nemzetközi szintű, akár egyedi vonzerőként is értelmezhető rendezvények

számára.”²⁰

Hévízet össze lehet vetni egy hasonló profilú fürdővárossal, Gyulával rendezvényaktivitás szempontjából.²¹

A felmérés adatai szerint a gyulaiak többsége a hangulatos, zenés, látványos, ingyenes, családi rendezvényeket szereti; a komolyzenei programokat az értelmiségiek kedvelik, míg a könnyűzenei

²⁰ HÜBNER TERVEZŐ KFT.: Hévíz város Településfejlesztési Konceptiója, Egyeztetési dokumentáció; Pécs ; 2014; 22.o.

²¹ ART COPY STÚDIÓ- GIMMICK KFT: Közvélemény-kutatás Gyula város idegenforgalmáról, I. Kutatási tanulmány: a helyi lakosság véleménye, javaslata; Gyula; 2008; 19-21.o.

koncerteket elsősorban a fiatalabbak látogatják.

Az ottani megkérdezettek 23 %-a nem volt és nem is tervezi a programokon való részvételt.

A sportrendezvényeket, versenyeket az interjúalanyok 18 %-a látogatta (salakmotor verseny, labdarúgó, kézilabda-mérkőzések, Agility Kupa, repülőmodellező-és sakkverseny).

Az alábbi "kulturális" intézményeket látogatta, illetve a jövőben tervezi a látogatást:

(A fürdőkultúrát és a sportot az általános kultúra részeként fogtuk fel.)

Intézmény	Látogatta %	Tervezi a látogatást %
Várfürdő	55	12
Vármúzeum	52	24
Erkel Művelődési Ház	47	15
Mogyoróssy Könyvtár	39	18
Gyulavári Kastély	32	21
Városi Tornacsarnok	28	9
Várszínház (Kamaraterem)	24	6
Tourinform-iroda	23	11
Kohán Képtár	21	6
Dürer-terem	20	5
Tanyamúzeum	18	20
Erkel-emplékház	17	12
Ladics-ház	14	8
Mozi	13	14
Városi Képtár	12	16

A Várfürdő, a Vármúzeum a leglátogatottabb intézmény. Az intézményeket nem látogatta, de nem is tervezi a látogatást 21 %!

„A gyulaiak kulturális-rendezvényaktivitásának optimista feltételezését a felmérés nem igazolta.

A kulturális passzivitás okai: információhiány, rossz anyagi helyzet, érdektelenség, más irányú lekötöttség (jövedelem kiegészítés, hobby), kényelem és betegség.”²²

Az okok Hévízen is hasonlóak lehetnek.

²² ART COPY STÚDIÓ- GIMMICK KFT: Közvélemény-kutatás Gyula város idegenforgalmáról, I. Kutatási tanulmány: a helyi lakosság véleménye, javaslata; Gyula; 2008; 38. o.

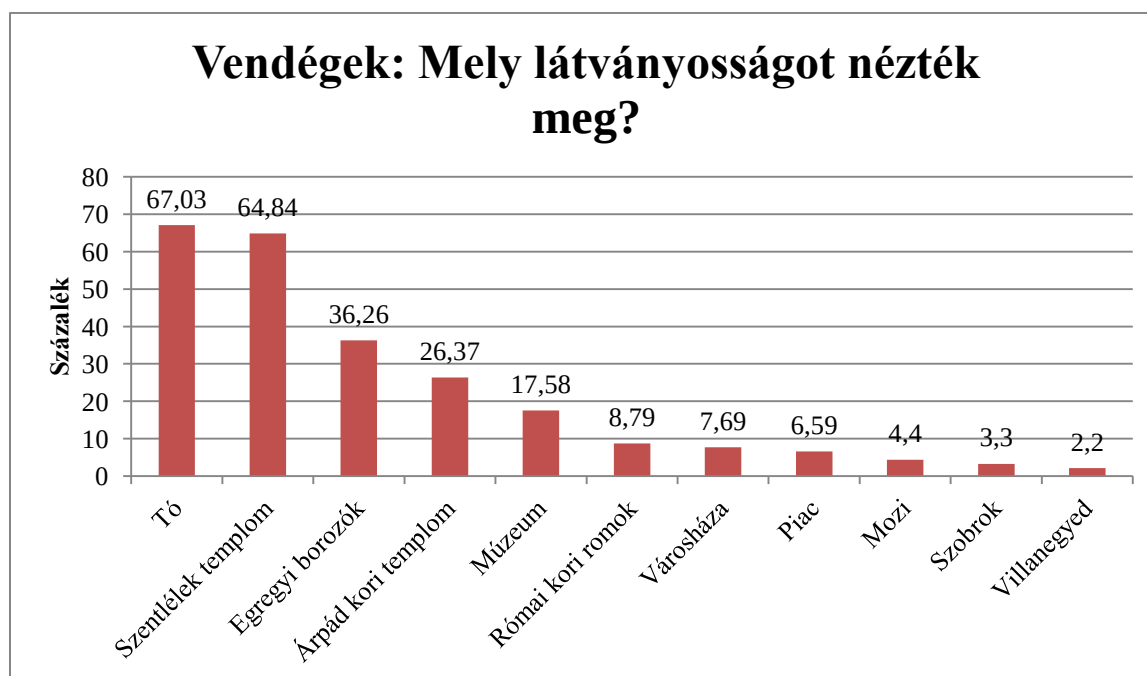
Közterület-használat:

Helyieket kérdeztük a közterület használatukkal kapcsolatban: a megkérdezettek 43,96%-a semmilyen formában nem használ közterületeket, parkokat, egyéb városi tereket kikapcsolódás, pihenés céljából. Sokan időhiányra panaszkodtak.

76,92% azt nyilatkozta, hogy nem ismer turistáktól mentes helyet, valószínűleg ez is hozzájárul, hogy szívesebben maradnak otthon.

Ha megnézzük a 8. térképet láthatjuk, hogy a helyiek által leggyakrabban látogatott városrészek mégis a Tó mellé koncentrálódnak, a Schulhof sétány, a Véderdő és a Kiserdő. Az előzőekhez képest fele annyian, de így is a többihez képest gyakran, látogatnak a Senior edzőpark és környékére (lakótelep), illetve az egregyi hegyre, és annak határán álló Római romokhoz.

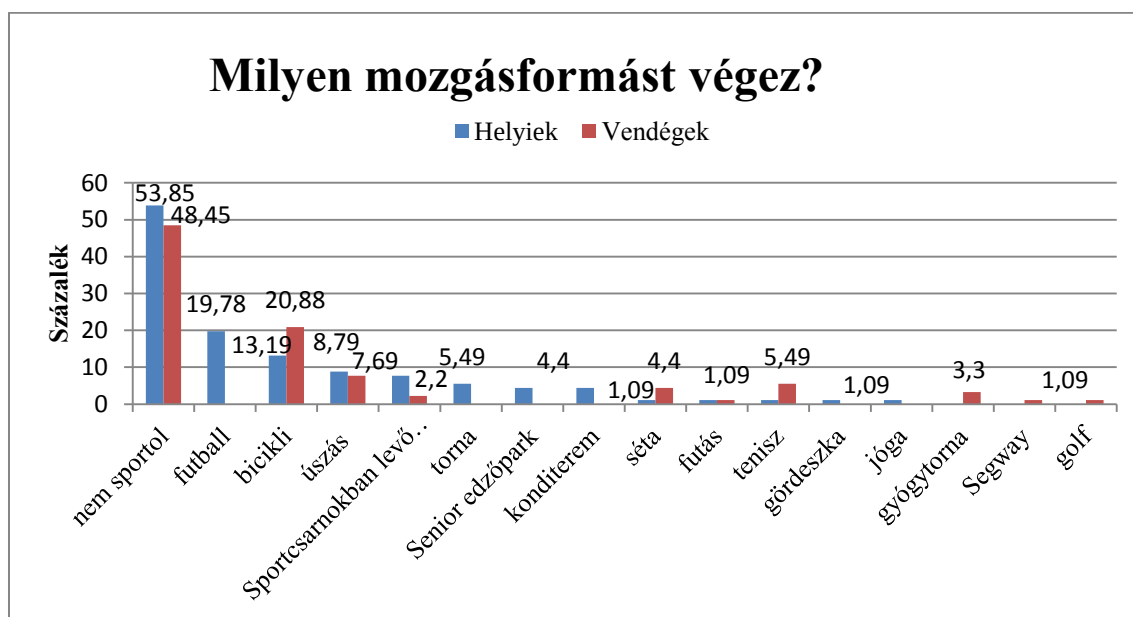
3.5.6. Látványosságok megtekintése a vendégek által



23. ábra: Nevezetességek látogatottsága

Látványosság közül csupán az evangélikus/református templomot; a római katona sírját; a volt római katolikus Nagyboldogasszony Templomot, mai Teréz Anya Idősek otthonát és a Jézus Szíve Templomát nem említette senki. A nevezetességek térbeli helyzete és látogatottsága a 9. térképen jelenik meg.

3.5.7. Sportolási szokások



24. ábra: Helyiek és vendégek sportolási szokásaik

Sportoló helyiek	
korosztály	fő
0-19év	9
20-29év	4
30-39év	5
40-49év	2
50-59év	6
60-69év	6
70-79év	1

Bizonyos sportlehetőségek helyhez kötöttek, melyek a városban adóttak. A 10. térképen láthatjuk, hogy sok helyen megfordulnak a lakók.

A korosztályonkénti csoportosításból láthatjuk (4. táblázat), hogy az idősek közül is vannak, akik aktívan sportolnak.

Itt is kiemelem, hogy a helyiek nagy szükségét érzik egy uszodának az iskolás gyerekek számára, mely szerepel is a kiemelt fejlesztési tervekben a 2014-2020-as évre vonatkozóan egy új tornateremmel együtt.

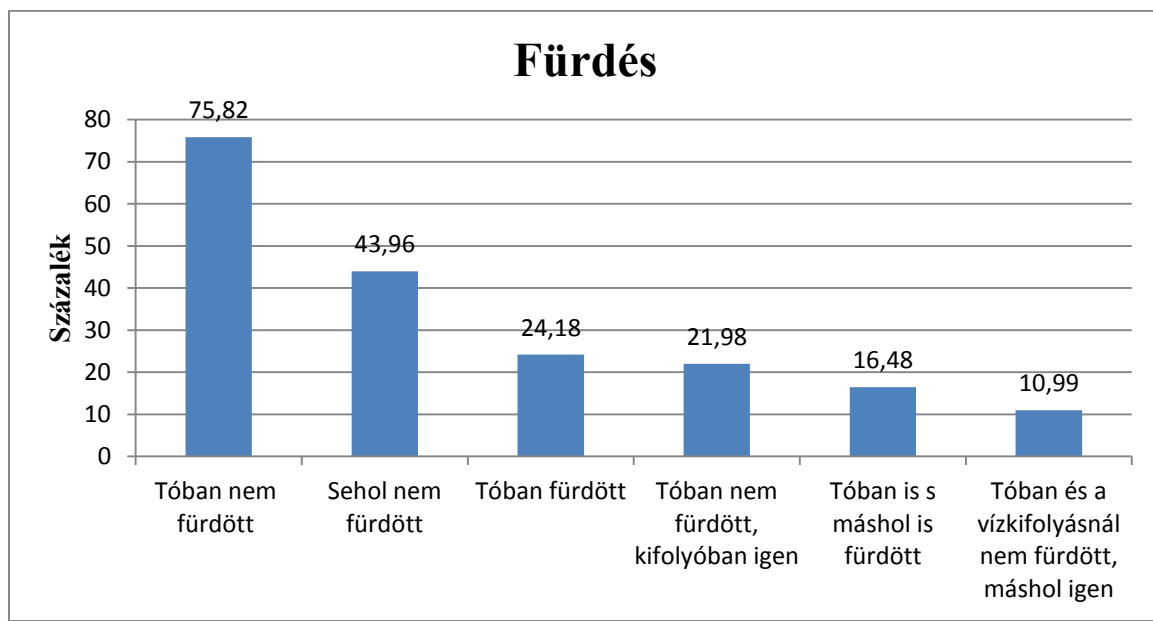
A vendégek jóval kevesebb helyre járnak sportolni (lásd: 11. térkép), azonban a déli lakótelepnél lévő pályákat ők is használják. Őket vizsgálva a 25. ábrán magas százalékban látható a bicikli,

4. táblázat: Sportoló helyiek kor megoszlása

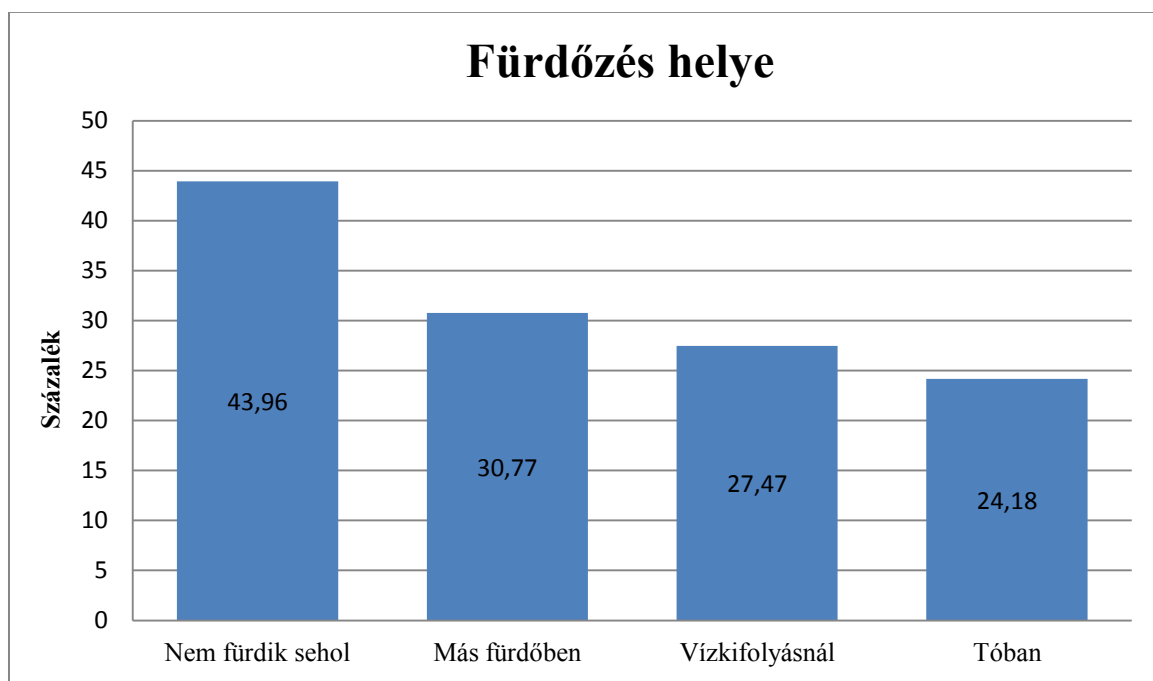
holott ez a közlekedésben nem jelenik meg, azt viszont szem előtt kell tartani, hogy ez a sportra vonatkozik. Számos szálloda kínál biciklit a vendégeinek.

Egregy kimarad a sportolási helyszíneket tekintve, de a 2014-2020-as kiemelt fejlesztési tervek között szerepel egy multifunkciós sportcentrum létesítése.

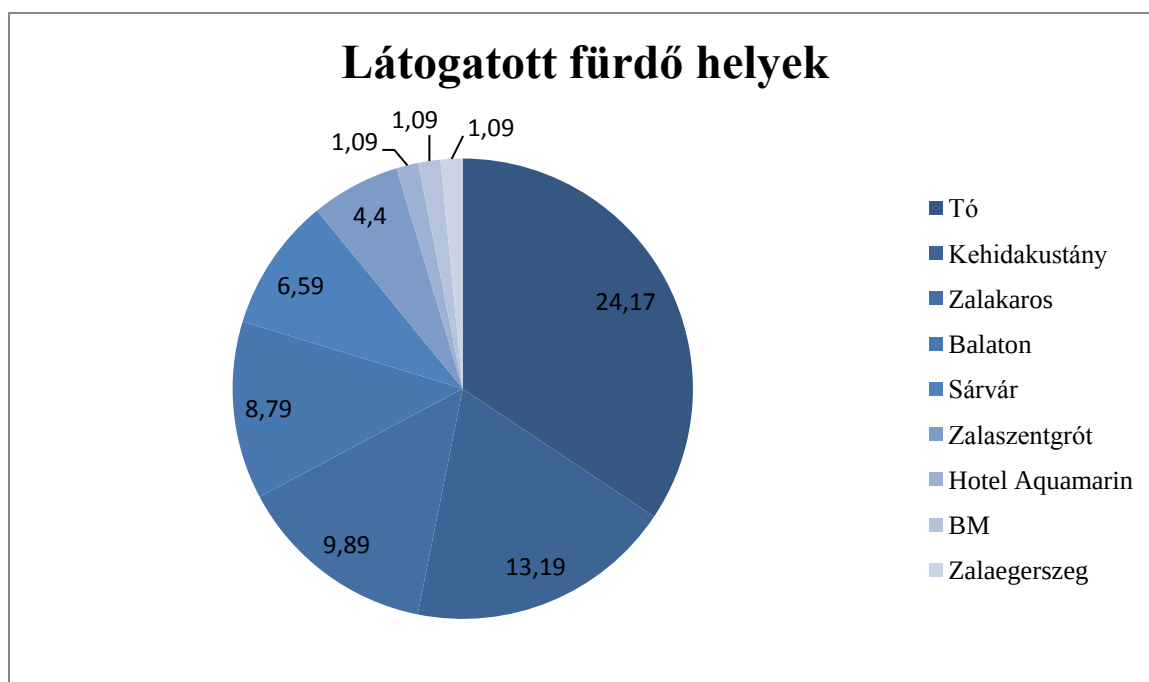
3.5.8. A lakosság fürdőzési szokásai



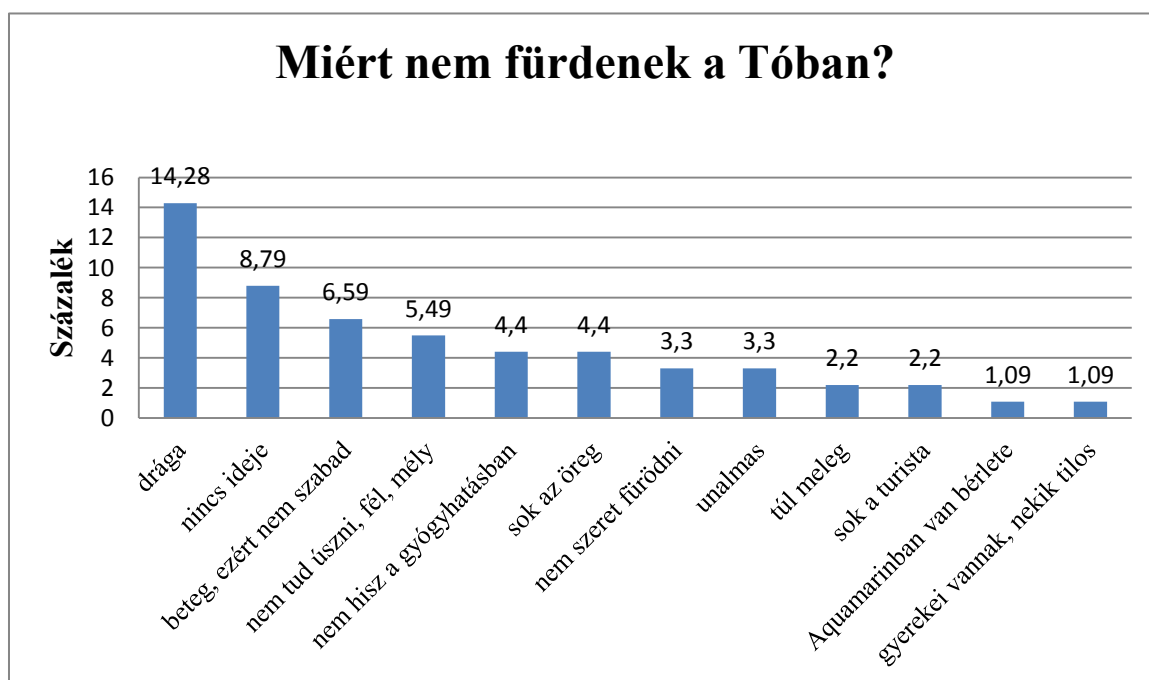
25. ábra: Helyiek fürdőzési szokásai



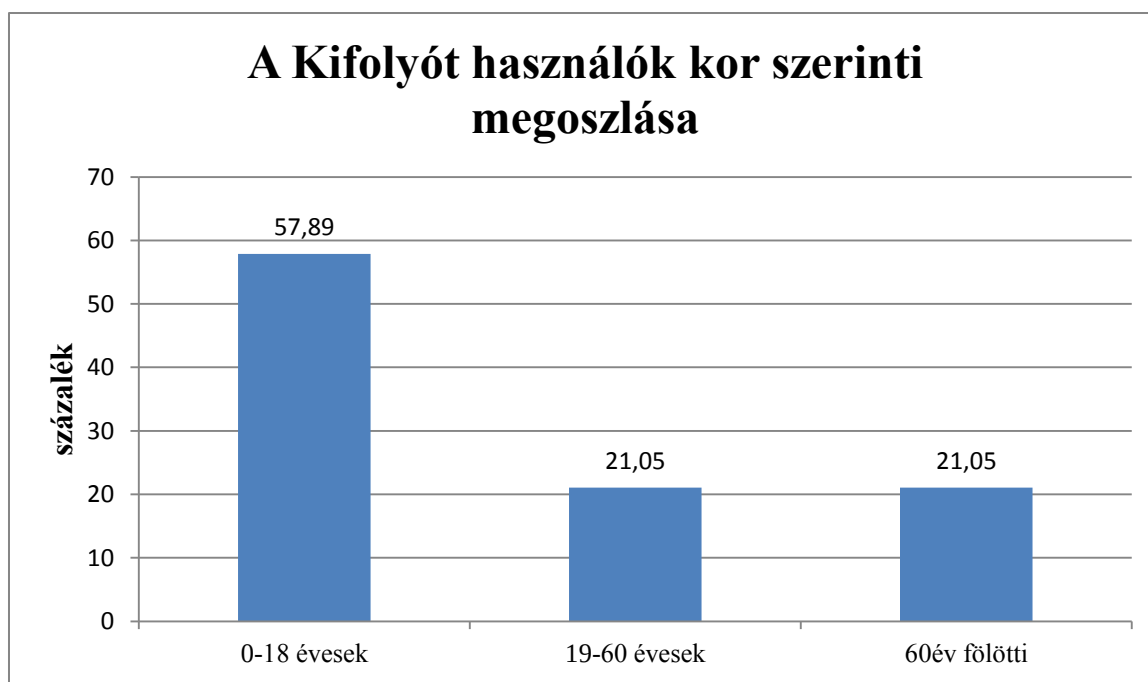
26. ábra: Helyiek által látogatott fürdőhelyek I.



27. ábra: Helyiek által látogatott fürdőhelyek II.



28. ábra: A Tó nem-használatának okai



29. ábra: A Kifolyót használók kor szerinti megoszlása

A lakosság 75,82%-a nem szokott a Tóban fürödni, 43,96% máshol sem.

A vízkifolyás a Tótól délre, a kemping után található. Ott található egy zsilip, azon túl szoktak fürödni a helyiek. A víz hőmérséklete télen-nyáron húsz fok fölött van, mélysége 140 cm. A kifolyót leginkább a 21 év és az alattiak használják, arra viszont mindenki panaszkodik, hogy bűdös, viszont a turisták nem járnak ide és ingyenes.

A hévízi Tón kívül Kehidakustány a legnépszerűbb fürdőhely a megkérdezettek körében, ezt követi Zalakaros, Balaton, Sárvár és Zalaszentgrót, de említették a Hotel Aquamarin uszodáját, a Bm-et illetve Zalaegerszeget is.

Kehidakustány és Zalakaros népszerűsége valószínűleg az élményfürdő mivoltának köszönhető, ezt azon válaszok is alátámasztják, melyek szerint a Tóban csak egyféle hőfokú, meleg víz van, unalmas, gyermekekkel nem látogatható. Emellett sokan betegségüknél fogva nem is fürödhetnek a gyógyvízben.

Ezen problémák orvosolására a 2014-2020-as kiemelt fejlesztési tervekben szerepel egy élményfürdő létrehozása is.

A hévízi fürdő ellen legtöbbször a magas árat hozták fel. A hévíziek kifogásolták azt is, hogy a Fürdő nem nyújt kedvezményt a helyiek számára, ellenben a Hotel Aquamarinba évi 28.500Ft-ért válthatnak belépőt korlátlan belépéssel. A tavalyi év végén nagyjából 150 fő rendelkezett ilyen bérlettel.

A panasznak utána járva azt találtuk, hogy igenis léteznek kedvezményes jegyek:

Hévízi állandó lakos 2014. (3 órás), igazolvánnyal 1 500,- Ft

Ez 1100Ft kedvezményt jelent a vendégekkel szemben.

2014. évi hévízi bérlet (1 éves) 49 000,- Ft

2014. évi keszthelyi, sümegi és zalaszentgróti járási Tófürdő bérlet (1 éves) 49 000,-Ft

Felmerül a kérdés, hogy a helyiek erről miért nem tudnak?

Az ár után az időhiány és a mély víz merült fel ellenérvként.

3.5.9. Régiókra lebontott térképek vizsgálata:

Helyiek:

Ezen térképek készítésekor csak az adott régióban élő emberek válaszait tüntettük fel. Ez 19 fő. Arra voltunk kíváncsiak, hogy az adott övezetet mennyire hagyják el különféle szolgáltatásokért.

A déli lakótelepet vizsgálva már a helyszínen feltűnt, hogy tele van élettel, lehetőséggel a lakosság számára. Egy igazi lakótelepi környezet, hangulat alakult ki: ott vannak az emberek otthona, kedvező árú vendéglátóhelyek, boltok, iskola, több sportpálya, játszótér stb.

A 11. ábrán szereplő Becsala Borozó is itt található, amint említettük, az árak nagyon alacsonyak, itt egy kisfröccsöt már 100Ft-ért ihat, aki betér.

Láthatjuk a térképeken, hogy a sportért nem hagyják el a körzetet, amely érthető is, hiszen itt található a város összes közösségi sportpályája. Boltok tekintetében is elmondható, hogy itt vásárolnak elsősorban. Sokan használják a Spart szélesebb kínálata és vonzóbb árai miatt. A Széchenyi utcán is található pár megjelölt bolt, ezekbe valószínűleg munkából hazafelé térnek be.

Vendéglátó egységek használatát tekintve elmondható, hogy 16 fő jár ilyen jellegű helyekre, sokan közülük a lakótelepen található Becsala Borozóba, ám hajlandóak a belvárosig is menni, illetve a központi városrészben található Bloom Pubba is. Szembeötlő, hogy az Északi/Egregyi városrészeket abszolút nem használják.

A Központi részt tekintve nem vonhatunk le nagy következtetéseket, ugyanis mindössze hat fő sikerült innen megkérdeznünk. Ők idős, a várost passzívan használó lakosai voltak Hévíznek.

A belvárosi részből még kevesebb alanyt sikerült megkérdeznünk, mindössze három főt. Ha őket tekintjük, azt láthatjuk, hogy vásárlás és vendéglátó egységek miatt a belvárosban maradnak, sportolást illetően viszont, értelemszerűen, a déli lakóparkba mennek.

Sem a központi részben, sem a belvárosban lakók nem keresik fel Egregyet.

Az Északi, Egregyi városrészben élők közül 46 emberrel sikerült a kérdőívünket kitöltetnünk. Náluk azt láthatjuk, hogy ez az a rész, melyet leginkább elhagynak a lakók, ha szeretnék igénybe venni a város adta szolgáltató- és kereskedelmi egységeket, akár a déli területekre is lemennek, ha vendéglátó ipari egységekről vagy sportolási lehetőségekről van szó. A belvárosi éttermeket, kávézókat is aktívan használják.

Boltokat vizsgálva azt mondhatjuk, hogy mivel a lakosság nagy része Hévízen csak apróbb bevásárlásokat ejt meg, ezért használja a régióban lévő boltokat, de ugyanúgy betér a Széchenyi utcán lévő kis üzletekbe, de egészen lemegy a város déli határán álló Sparba is. Gyakran látogatott a Gyöngyszem ABC, mely a Központi városrészben található.

Összegezve elmondható, hogy a belvárosba mindenhol ellátogatnak, mivel oda rengeteg üzlet és vendéglátóegység koncentrálódik, van miből választani, sport miatt lemennek délre, mert arra ott van lehetőség, de igazából a saját régióban maradván is kellemesen el tudnának lenni. Ez alól kivételt képez az Északi/Egregyi városrész: a lakosság a saját régióját elhagyva, inkább a nagyobb, távolabban lévő helyekre is ellátogat egy-egy lehetőségért. A másik oldalról pedig elmondható, hogy a többi városrészből nem keresik fel az Északi/Egregyi régiót. Véleményünk szerint ennek az az oka, hogy a többi városrészben mindent megkapnak. Ott töltött időnk során azt tapasztaltunk, mintha a Széchenyi utca egy választó vonal lenne a várost tekintve, főleg térérzékelés szempontjából. Magára a hegyre a többi távolságot tekintve hosszabb feljutni, itt ütközik ki, hogy nincs egy jól működő tömegközlekedési hálózat kiépítve.

Ha a 2008-as és 2014-es térképeken a régiók felosztásában változás figyelhető meg: korábban a Nagyparkoló tér nem a Belvároshoz, hanem a Tóhoz tartozott. Az integráció megalapozott volt, ugyanis a nagyparkolót valóban a belváros részeként használják a turisták, sokan ülnek be az itt található büfékbe, éttermekbe, vagy egyszerűen csak ülnek a padokon. A buszmegálló ide való áthelyezése is növelni fogja az itt tartózkodók létszámát, sok embernek a Hévízen töltött időszakának kezdetét jelenti.

A vendégeket tekintve is megcsináltuk a régióként való felosztást, ezt kevesebb érdekes ténnyel szolgált. Amit fontos megemlíteni, hogy amíg a helyiek nem mennek Egregyig, addig a turisták általánosságban megteszik, közben egy-egy boltba be is térnek. Ez alól kivételek a belvárosban megszállók. Ennek magyarázata az lehet, hogy itt találhatók a

drága szállodák, melyek a vendégek teljes körű igényeit kielégítik. Másik szembeötlő dolog, hogy a déli szállodákból is hajlandó Egregybe is elmenni, egyéb esetben a belvárosba megy, a déli körzetet nem használja.

Ha a pontok számát és nagyságát illetve a korábban felsorakoztatott diagramokat vizsgáljuk, elmondható, hogy a vendégek javarészt a belvárost használják minden tekintetben. Ezt indokolja, hogy Hévíz ez tematikus turistaváros, aki ide jön, elsősorban a Tó és a gyógy szolgáltatások miatt teszi. Az idelátogatók inkább az idősebb korosztály tagjai, akiknek mozgásszervi betegségeik vannak, ezért nem bolyonganak a városban, hanem kifejezetten a belvárost használják, akinek egészsége, ereje engedi, Egregybe ellátogat.

Elkészítettük korcsoport alapján is a térképeket mind a helyiek, mind a vendégek tekintetében külön vizsgálva az ételmeiszerüzleteket, sportolási lehetőségeket, vendéglátó ipari egységeket, de összefüggés nem volt leolvasható róluk.

4. Hévíz problémái összefoglalva:

Hévíz társadalma előregedőben van, egyre kevesebb a gyerek, fiatal, holott Hévíznek szüksége lenne rájuk: két óvodája, egy általános és egy középiskolája van a városnak, amiket meg kell tölteni gyerekekkel. A probléma megoldására született ötlet: fecskelakások létesítése, azonban ez nem valósult meg. A lakosság népszáma lassan nő, elsősorban 55 év felettiek telepednek le, a 18 éven aluliaké csökken.²³

Anyagilag úgy éri meg a leginkább az embereknek, ha Hévízen vállalkoznak, de máshol élnek. Rengetegen vannak, akik a környező településeken laknak, de Hévízen dolgoznak, vagy ide járnak oktatási intézménybe.

A város nem fordít elég gondot a fiatalokra, nem szervez kifejezetten nekik programot, csupán az iskolán keresztül. Nincsen számukra szórakozó hely sem. A Rózsakert-program sem valósult meg. A turizmust szeretné a város fejleszteni, de azt is az idősebb korosztályra orientálódva. Ígérték a lakótelepen egy fiatal fitnesspark létrehozását.

A város nem szervez programot kifejezetten a helyieknek, csak a turistáknak, a boltok is az idelátogatókra specializálódnak, mind termékek terén, mind árfekvésben.

²³ Hévíz Integrált Városfejlesztési Stratégiája; 2008; 18. o.

A helybeliek az orosz turistákat igénytelennek tartják, sokat szemetelnek, miattuk mentek fel az árak, ők keresik a márkás, drága, magyaroknak megfizethetetlen árukat. Sok helyen csak orosz nyelvű feliratok vannak.

Másik jelentős probléma a szállodák all-inclusive kínálatával van. Sok turista ki sem mozdul onnan, mert mindent megkap, amire csak szüksége van: étel, ital, szórakozás, de még fürödni is tudnak ugyanabban a gyógyvízben, mely a Tóban is található. Ezáltal a városi vendéglátó és kereskedelmi egységek forgalma csökken. Erről az egregyi borozók tulajdonosai panaszkodtak sokat, a turista oda már nem megy el, messze van, nincs megoldott tömegközlekedés, sem reklám.

5. Összegzés, eredmény:

Hipotéziseink voltak:

Első hipotézisünk szerint a helyi lakosok és a turisták a város eltérő részeit használják. Válaszunk: a helyiek és a vendégek a város eltérő részeit használják, átfedés a belvárosban tapasztalható.

Arra jutottuk, hogy míg a vendégek a belvárosban maradnak nyaralásuk során (vannak közülük páran, akik Egregyre ellátogatnak), addig a helyiek Egregyre és az egész Északi városrészt kerülik. Akik ott laknak azok sem használják igazán a saját területüket, viszont a város minden egyéb részét aktívan használják. A kérdés ott válik érdekessé, hogy akkor a helyiek több mint 70%-a miért mondta azt, hogy a turisták mindenhol jelen vannak, nem lehet előlük elvonulni, csak a saját kertbe.

A második hipotézis szerint a két vizsgált csoportnak kialakultak kedvelt helyeik a városon belül.

A vendéglátó ipari egységek tekintetében a kérdőív nem ad egyértelmű választ, azonban számtalan helyen hallottuk, hogy a Macchiato a helyiek kedvelt törzshelye, ha valaki eljár, az oda jár.

Boltokat figyelembe véve azonban egyértelműen kijelenthető, hogy a helyiek a Spart preferálják, a vendégek a Tó ABC-t.

Harmadik: A fiataloknak nincsenek szórakozási lehetőségeik Hévízen belül.

Ezzel továbbra is egyetértünk, a kérdőívek adatai alátámasztják. Hévíz nagyon az idős vendégeknek kedvez e tekintetben, a város vezetősége azonban nem is szeretne nagyon változtatni. Az interjúk során azt a választ kaptuk, hogy nem szabad zavarni az idős, gyógyulni vágyókat, hiszen ez a nyugalom vonzza a vendégeket. Emiatt zártak be a szórakozóhelyek, amelyek jelenleg is üzemelnek, azok is korán bezárnak.

Negyedik: A helyiek bizonyos szolgáltatásokkal kapcsolatos igényei nincsenek megfelelően kielégítve.

Valóban éreznek hiányosságokat, de a nagy bevásárlóközpontot leszámítva mindre találtunk fejlesztése tervet.

Végül: A hévíziek az árak miatt a környező településeken vásárolnak.

Egyértelműen igaz.

Hévizet tekintve nem beszélhetünk nagy távolságokról, egy kis alapterületű településről van szó. Azt azonban hozzá kell tennünk, hogy magassági különbségek igen csak tapasztalhatók, melyek a mozgásszervi betegséggel rendelkező idős emberek számára kihívást jelenthetnek. A vendégek és a helyiek mozgását figyelembe véve valószínűsíthető, hogy érdemes lenne egy észak-déli irányú tömegközlekedést kiépíteni. Ezáltal elképzelhető, hogy több ember venné rá magát, hogy a város északi csücskében található egregyi borútra is ellátogasson.

6. Továbbélése a kutatásnak

Első sorban jelen kutatás nem terjedt ki a turizmus társadalmi-kulturális hatásainak objektív mérésére, hanem alapvetően a helyi lakosság észleléseire összpontosított (szakértői vélemények feldolgozása mellett). Le kellene futatni egy olyan kérdőívet, mely javarészt azonos kérdéseket tesz fel a két vizsgált csoportnak, illetve szükség lenne egy, Hévíz lakosságát jobban reprezentáló mintavételre. Ezt a gondolatot folytatva a kutatás időbeliségét is folytatni lehetne, s célszerű lenne a fejlesztések megvalósulása után is közvélemény-kutatást tartani.

Továbbá érdemes lehet alkalmazni a Kevin Lynch által fejlesztett városi érzékelés-módszerét, annak szemüvegén keresztül nézni Hévíz szerkezetét, a település mintázatait.

7. Hivatkozások

- KSH adat, www.ksh.hu
- ART COPY STÚDIÓ- GIMMICK KFT: Közvélemény-kutatás Gyula város idegenforgalmáról, I. Kutatási tanulmány: a helyi lakosság véleménye, javaslata; Gyula; 2008
- PELLE CS. ÉS A SZERESD SZENTENDRÉT EGYESÜLET TAGJAI: Városmarketing és kereskedelem; Szentendre; 2007
- RÁTZ Tamara: A turizmus társadalmi-kulturális hatásai, Ph.D. Disszertáció; Budapest; 1999
- HAJNAL Klára – KÖBLI Ádám: Hévíz turizmusának fejlődési irányai 17; Modern Geográfia; 2014/III. pp. 17-36. ISSN: 2062-1655;
- HÜBNER TERVEZŐ KFT.: Hévíz város Településfejlesztési koncepcióját és szerkezeti tervét megalapozó vizsgálat, Egyeztetési dokumentáció; Pécs ; 2014
- HÜBNER TERVEZŐ KFT.: Hévíz város Településfejlesztési Koncepciója, Egyeztetési dokumentáció; Pécs ; 2014
- Hévíz város integrált városfejlesztési stratégiája; 2008
- TRÓCSÁNYI András – STEFÁN Klára. 2009. A pécsi fiatalok városképe és reprezentációja mentális térképek alapján; PTE TTK FDI, IDResearch Kft/ Publikon Kiadó, Pécs, pp. 127-138.
- UNWTO; <http://www.un.org/esa/sustdev/natlinfo>

8. Nyilatkozat

A Tudományos Diákköri Dolgozat szerzői nyilatkoznak arról, hogy a dolgozat saját munkánk, a felhasznált irodalmat korrekt módon kezeltük és a munkára vonatkozó jogszabályokat betartottuk.

Kiegészítő dokumentum:

Melléklet I.: Térképek

Melléklet II.: Kérdőívek