

TÚLÉLÉS A LOVAS TURIZMUSBAN

OROSZ ZSUZSANNA
GALGÓCZY-NÉMETH ANDREA

Összefoglalás

A lovas turizmus témájának feldolgozására, személyes érdeklődésem és kíváncsiságom ösztönzött. Meg akartam tudni és érteni, hogy hogyan is működnek a lovas turisztikai vállalkozások, és hogy ténylegesen megéri-e ebbe az ágazatba pénzt fektetni. Sokat hallunk mostanában a lovas turizmusról, a Magyar Lovas Szövetségről és céljaikról. Arról viszont semmilyen információt nem kapunk, hogy igazából vállalkozói szinten megéri-e ilyen típusú vállalkozást üzemeltetni, milyen a helyzetük, és hogy milyen nehézségekkel küzdenek, meg a mindennapokban.

A lovas turizmus, magában nagyon kevés statisztikai adatgyűjtésben szerepel, és azok a statisztikák sem nevezhetők frissnek. Így tanulmányomban olvasható adatok nagy részben saját kutatómunkám eredményei. Igyekeztem tapasztalataim, és kapcsolataim felhasználásával teljes képet alkotni erről a szektorról, így nem csupán a magyar viszonyokat vizsgáltam, hanem a külföldieket is.

Kutatásom során fény derült arra, hogy a vállalkozások nehéz helyzetben vannak, küzdenek a fennmaradásért. Emellett az is nyilvánvalóvá vált számomra, hogy nagy lehet a lovas turizmus gazdasági jelentősége. Az ehhez tartozó ágazat sok másikkal szoros kapcsolatban áll. Igen nagy szerepe van még a lovas rendezvényeknek, egyre nagyobb tömegeket vonzanak, így a rendezvény helyszínéül szolgáló település és kistérség számára gazdasági fellendülést jelentenek. Ahhoz, hogy ezek a pozitív hatások továbbra is érvényesüljenek, a lovas vállalkozásoknak működniük kell. Ez azoknak sikerül, akik kellően szakképzettek, nyitottak, azt az értékrendet sugározzák, amit a vendégek elvárnak, továbbá a szolgáltatásuk minősége és sokszínűsége kiemelkedő. Ez az ágazat egy hobbira és arra a vágyra épül, hogy az emberek különleges kapcsolatot alakítsanak ki ezekkel a kivételes állatokkal. Ennek okán figyelembe kell venni azt, hogy a keresletet nagyban befolyásolja a diszkrecionális jövedelem változása. A szezonális csökkentése érdekében a jelenleginél szorosabb összefogás más lovardákkal, szállodákkal, utazásszervezőkkel, rendezvény szervezőkkel, nemzeti parkokkal, akár szaküzletekkel, elkerülhetetlen. Figyelembe kell venniük, hogy egy átlagos lovarda nem tud olyan attrakciót létrehozni, amely 60-70 km-nél messzebből is folyamatosan vonzza az embereket.

Szerencsére sok olyan vállalkozás van, amelyek jól vagy rosszabbul, de megküzdenek a folyamatosan változó körülményekkel.

Kulcsszavak: lovas turizmus, nyereségesség, vállalkozás, gazdaságosság,

Surviving in the equine tourism

Abstract

I was motivated by my own interest, to write about equine tourism. I wanted to understand how ventures work in this sector of the tourism, and if it is worth to invest money into this sector. Nowadays we hear many things in connection with equine tourism, and the aims of the Hungarian Equestrian Federation. Despite of that we don't have information how things work at the level of the ventures and small businesses. Is it worth to found this kind of businesses or not? What kind of difficulties they have in everyday life?

Statistics are containing just a few information about equine tourism. Furthermore those statistics were made many years ago. So the dates and statistics that you can read in my essay are the result of my own research. I was about to show a realistic picture of this sector. I used my experiences and connection. That's why I examined Hungarian and foreign conditions too. During my research it became clear to me that the ventures and small businesses have to fight for survival. Besides this also true that the equine tourism has a great economic potential. The equine tourism has very tight relationship to other economical sectors. Events in connection horses or riding have a big role. Bigger and bigger masses are moving because of these events. This means extra income for cities and villages, and gives the chance of prosperity. These effects could be realizable, if the equestrian businesses are able to work. Those people will be successful who are opened, good skilled, and who can give that values that guests expect. Furthermore multifarious services and the good quality of these services are essential. The basic of this sector is a hobby. This means, people are searching for special feelings, in connection with horses or other animals. This is the thing that we can never forget, because this sector strongly influenced by the discretionary income. In order to reduce seasonality a stronger collaboration is necessary between businesses from different sectors. We have to pay attention to a fact that a riding school can not give such a big attraction which makes people to go there continuously, if they live farther than 60-70 km.

Fortunately there are many businesses which (well or worse) pick up the fight against the constantly changing circumstances.

Keywords: equine tourism, business, venture,

Bevezetés

Sok forrásból hallhattunk már a ló és ember kapcsolatáról, történelméről, annak helyéről a mai világunkban. Szintén egyre többet hallhatunk a feledésbe merült magyar lovas hagyományokról és lovas kultúránkról.

A Magyar Lovas Szövetség célja a lovas tömegbázis növelése, az ágazat presztízsének javítása és a lovas turizmus színvonalának emelése. [Lovas Nemzet [2010] november] Lázár Vilmos és Dallos Gyula vezetésével a szövetség hatékonyabban működik, mint valaha. Ezt bizonyítja a 2010. október 20-án tartott konferencia a Parlamentben, ahol az Új Nemzeti Lovasprogram került bemutatásra nagy sikerrel.

A lovas iparág egésze számottevő és növekszik a Nyugat-európai térség gazdaságában is. Ez oda vezethető vissza, hogy a lovaságzatban dolgozók túlnyomórészt hozzáértő szakemberek. Nyugat-Európában egy istálló üzemeltetése kiszámítható jövedelmet jelent, amatőr, fél profi és versenyszinten is. [HÄGGBLÖM et al. 2005] Magyarországon miért nem ez a jellemző? A lovas turizmus több iparaggal is szorosan összefügg, nagy piacot és jelentős számú munkahelyet jelent. A feltételek adottak, sőt Hazánknak vannak hagyományai, amire lehet alapozni.

A lovas ágazatban hatalmas a fejlődési lehetőség, hiszen viszonylag rövid idő alatt moderált befektetéssel elérhető az Európai színvonal, ami önmagában megtöbbszörözi az ágazat gazdasági jelentőségét. Ezt hazánkban sok ember akarja kihasználni, ám rengeteg esetben hiányzik a szakértelem mind lovaglás és lótarás terén, mind turisztikai szolgáltatás és gazdasági tevékenység végzése terén. Megfelelő hozzáállás hiányában sikeres és színvonalas szolgáltatás nem végezhető, mégpedig azért mert a lovas vállalkozás sok és kemény munkát igényel, nagymértékű elszántsággal. Még az ilyen hozzáállással és tudással rendelkezőknek is nagy kihívás egy ilyen vállalkozás működtetése, ugyanis a fix költségek nagyon magasak és általában a lovak nem tudják megtermelni azt amibe kerülnek. Kizárólag azoknak lenne szabad pályázatot nyerni, akik értik, mit ad a ló és lovaglás az embereknek, és tisztában vannak a nehéz gazdasági, pénzügyi, működtetési helyzettel. Egyre magasabb szintű élményt kell nyújtani, a szolgáltatások árai azonban nem követik ezt a színvonal növekedést.

Tanulmányom egyaránt alapul primer és szekunder kutatásokon. Igyekeztem a gazdasági tényezőket előtérbe helyezni, számításokkal igazolni és megérteni a pénzügyi nehézségeket. A végkövetkeztetésem ezek összehasonlításán alapszik.

Anyag és módszer

A szekunder kutatásom nagyrészt interneten keresztül történt és többnyire angol nyelvű kutatások, értékelő beszámolók váltak elérhetővé számomra. Ezt szomorúnak tartom, mert magyar nyelven ezeknek a töredéke sem létezik, sem nyomtatott sem elektronikus formában, így a Magyarországra vonatkozó hiteles információk összegyűjtése jelentette a nagyobb kihívást. Több dokumentumot is találtam, amely úgy gondoltam témába vágó, azonban sokban ugyanazokat a mondatokat véltem felfedezni. A magyar lovas társadalom fogyasztói magatartásáról egy a www.lovasok.hu által készített kérdőív elemzése alapján tudtam véleményem szerint átfogó képet alkotni.

A primer kutatásom, a legfőképpen interjúkon és terepszemlén alapszik. Továbbá készítettem egy lovas vállalkozásokra vonatkozó kérdőívet, mellyel igyekeztem újabb információkhoz hozzájutni. Mivel a kérdőívem egy szűk réteget célt meg, a vállalkozásokat telefonos kapcsolatfelvétel útján kértem arra, hogy segítsék a munkámat az online kérdőívem kitöltésével. Interjú készült egy lovasiskola tulajdonosával, egy Németországbeli lovarda tulajdonosával, majd terepszemlén vettem részt a Tamarix Lovasudvarban. Tanulmányom az interjúknak köszönhetően sokat változott a kezdeti elképzelésekhez képest. Felfedeztem általános pénzügyi problémákat, és egyéb tényezőket, amelyek nagymértékben befolyásolják a vállalkozás sikerét. Meglepően, ezek nagyrészt nem a versenytársakban keresendők.

Eredmények

Németországban a Német Lovas Szövetség 2005-ös adataival szeretnék utalni a lovaságazat potenciális lehetőségeire. 2005-ben A és B (kezdő) kategóriákban 3266 versenyt rendeztek. Az aukciók összforgalma 39 millió euró volt, több mint 2700 állat került árverezésre. Egy hátasló átlagára 20 000 euró volt. Németországban több mint 7500 lovagló- vagy hajtóegyesület létezik, ezek gyűjtik össze azt a hozzávetőleg 1,6 millió lovas, akik valamilyen szakágat rendszeresen űzik. Ezen felül körülbelül 11 millió fő van, akik valamilyen formában érdekeltek a lovas világban. A lovasok, fogathajtók tenyésztők évente 2,6 milliárd eurót adnak ki folyó költségként. Óvatos becslés szerint az ágazat összforgalma 5 milliárd euró. ^{Itt a lovas} sport fontos gazdasági ágazat is. [HEUSCHMANN 2011]

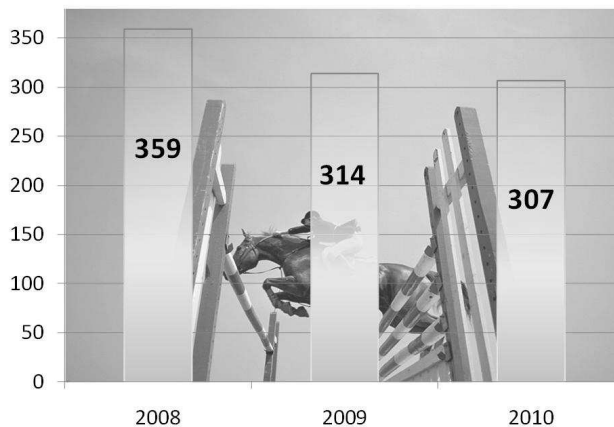
A legfontosabb kérdés: kik alkotják a fizetőképes keresletet?

Napjainkban a válság kisebb-nagyobb hullámokban időről-időre visszatér. Ez nagy hatással van az emberek anyagi helyzetére, így a turizmusra is. Turizmusban csak az vesz részt, aki rendelkezik megfelelő mennyiségű szabadidővel, diszkrecionális jövedelemmel és megvan az utazáshoz

szükséges motivációja. A lovas turizmusban kiemelten fontos a szabadon elkölthető jövedelem mértéke.

A lovaságzatban különösen fontosak továbbá a ló- és lovasversenyek, mert ezek alkotják legfőképp a lovas turizmust. Ez az a lovas turizmus, ami a legelterjedtebb, és aminek jelentős a gazdasági szerepe. Hazánkban a lovas rendezvények egyre jelentősebbek és egyre magasabb színvonalúak. Ez pozitív hatással van a magyarok lóhoz való hozzáállására, évről évre bővül az érdeklődők köre. A ló visszakerül a mindennapi életbe, egy-egy ilyen esemény alkalmával több tízezres tömegek mozdulnak meg.

Ma a magyar lovassportban jelentős azoknak a lovasoknak a száma, akik kedvtelésből versenyeznek. Ha csak egy amatőr versenyt nézünk kisebb környékbeli lovardák között, ott is megjelennek a helyi és más vállalkozók, büfékocsival sörsátorral, bazárral, és mindig sor kerül valamilyen bemutatóra, esetleg fellépésre. Több napos rendezvény esetén javul a szálláshelyek kihasználtsága, a helyi szolgáltatók megjelennek a helyszínen, a helyi attrakciók nagyobb közönséghez jutnak el, visszatérő vendégeket szerezhet magának a település. Ezáltal javulnak a település turisztikai mutatószámai, így egy-egy ilyen rendezvény új lendületet adhat a településeknek, gazdasági szempontból.



Forrás: Saját szerkesztés a díjugrató szakág 2010-es beszámolója alapján, aktuális adatok 2011.09.08.-ig.

1.ábra **A Magyarországon megrendezett díjugrató versenyek száma (db) 2008-2010 években**

Magyarország lovas turizmusára jellemző, hogy több gyenge pontja is van jelenleg. Ezeket a szakmához közel állók jól ismerik, Ez kitűnik a Lovas Szövetség programjából és a Lovas Stratégiából, mivel mindegyik ezekre a

gyengeségekre koncentrálok. Tanulmányomban a versenyképes és jövedelmező lovas turisztikai szolgáltatás formáját keresem.

A kérdőívem szűk rétegnek szól, ezért telefonos kapcsolatfelvétel útján kértem a lovardatulajdonosokat, segítsenek azzal, hogy kitöltik. Ezen hívások során volt egy-két segítőkész tulajdonos, akik pár mondatban illetve szóban előre összefoglalták a véleményüket, ezek így hangzottak:

„Siralmas!”

„A lovardák 50%-a csődbe fog menni. Azok, akik nem a magas szinten nyújtanak szolgáltatást, illetve a nem központi helyen fekvők.”

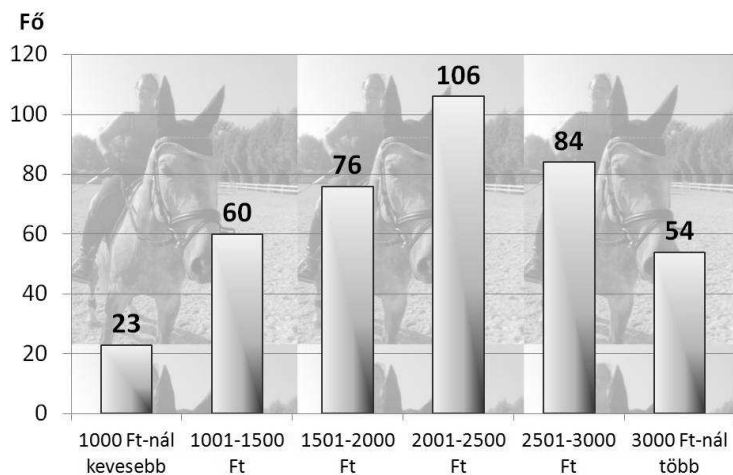
„A legnehezebb vállalkozás, a lovas vállalkozás.”

Szerencsére pozitív ellenpélda is akad. Ezek azok a lovasudvarok, amelyek luxust kínálnak a lovaknak és gazdáinak, pl.: saját ló megfigyelése webkamerán keresztül, továbbá rendelkeznek étteremmel, panzióval.

A lovas turizmus gazdaságilag jelentős, hiszen van nagyszámú érdeklődő, olyanok, akik rendelkeznek megfelelő diszkrecionális jövedelemmel, hogy fenntartsák a számukra megfelelő szolgáltatást nyújtó lovas turisztikai vállalkozásokat.

A Magyar Turizmus Zrt. 2006-ban készített egy általános felmérést, amelyből látható, hogy milyen a magyarok hozzáállása a lovakhoz, és hogy mit gondolnak a lovaglásról. A kutatásból kiderült, hogy népszerűnek tartják a lovaglást. Szerintem pozitív, hogy a válaszadók többsége nem tartja sznobsnak a lovaglást 84,5 % egyetértett azzal, hogy, "Magyarország híres a lovassportjáról". A bevezetésben már említettem, hogy engedélyt kaptam a www.lovasok.hu weboldal által terjesztett kérdőív értékelésére és tanulmányomban való bemutatására.² [BARDÓCKY 2010] A kérdőívet összesen 469 ember töltötte ki. A válaszadók 83% nő. A válaszadók életkora 8 évestől a 60 évesig terjed, ez azt jelenti, hogy hazánkban nem csak múltja, jelene hanem jövője is van a lovas turizmusnak. A válaszadók 78%-a megfizethetőnek tartja a neki megfelelő lovardában a lovaglást. Arra a kérdésre, hogy mennyire kerül a számukra megfelelő lovardában egy óra lovasoktatás, a leggyakoribb válasz az volt, hogy 2001-2500 Ft között. Csupán 54-en válaszolták azt, hogy 3000 Ft-nál többet is hajlandók fizetni egy óráért. 23-an viszont 1000 Ft alatti összeget tart realitásnak óránként. 66 fő nem adott meg konkrét összeget. Így a válaszadók 74%-a nem költene 3000 Ft-nál többet lovaglásra óránként.

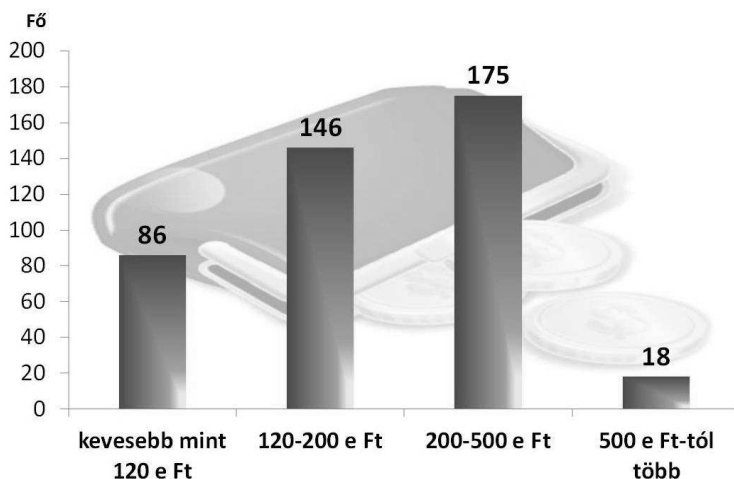
² A kérdőív szerkesztője: Bardóczy Eszter



Forrás: Saját szerkesztés

2.ábra **Mennyibe kerül az Önnek megfelelő lovardában egy óra lovaglás?**

A 3. ábráról leolvashatjuk, hogy erre a kérdésre 425 fő adott választ. Pozitívum, hogy a legtöbben nettó 200 000 Ft feletti jövedelemmel rendelkeznek. Ettől az összeghatártól képesek az emberek, megfizetni azt a minimális óradíjat, ami szükséges a vállalkozások fennmaradásához.



Forrás: Saját szerkesztés

3.ábra **Megkérdezettek háztartásának havi nettó összjövedelm**

Sajnálatos, hogy a válaszadók 54 %-nak a havi nettó összjövedelme nem éri el a 200 000Ft-ot. Ennek viszont az a vonzata, hogy a lovas vállalkozások nehéz helyzetbe kerülnek árképzés szempontjából.

Minden vállalkozás sikerességét a bevétel és kiadás mértéke, illetve aránya határozza meg. Az első legkézenfekvőbb költség a lovak tartásának költsége. Ez magában foglalja a szemes- és szálatakarmányt, vizet, az ellátáshoz szükséges emberi munka órabérét, továbbá a közüzemi díjakat. A második legfontosabb állandó költség a munkabér. Ha csak azt az időt veszem figyelembe, amit a lovasz azzal tölt, hogy a lovat kivigye a legelőre, behozza, ellátja, kitakarítja a bokszot, és egyéb ilyen teendők lovaglás nélkül átlagosan kitesznek 1óra hosszát lovanként. (A táblázatomban nem jelenítettem meg a közüzemi díjakat.)

1. táblázat: A felmerülő költségek összesítve Ft-ban, 2011-es adatok szerint

	1 nap /Ft	1 hónap /Ft
<i>Takarmány</i>	879	26370
<i>Munkadíj (nettó)</i>	500	15000
<i>Állatorvos</i>	-	5000
<i>Körmölés vagy Patkolás (átlagosan)</i>	-	2667
	-	4667
Körmöléssel összesen	-	49037
Patkolással összesen	-	51037

Forrás: Saját szerkesztés, a gyűjtött adatokból

Egy olyan hónapban, amikor kevesebb az időszakos költség egy ló tartása kb 50000 Ft-ba kerül. Miből származik a lovas turisztikai vállalkozások bevétele?

- lovagoltatás: átlagosan egy óra 3000 Ft, fél óra 1800 Ft
- lovastábor: naponta 5000 Ft
- lovatúra: egy hét 160000 Ft
- bértartás: 50000 Ft

Ezek az árak átlagárak. Az árak az adott lovasudvarban megforduló vendégkörhöz igazodnak.

A sikeres vállalkozás alapfeltétele, hogy egy lónak egy hónapban meg kell termelnie a saját tartásának megfelelő összeget és az alkalmazottak munkabérét is pl. lovasz, lovasoktató. Az előbb meghatározott árak szerint,

egy lónak egy hónapban legalább 28 alkalommal kell fél órát dolgoznia, vagy 17 alkalommal, olyan lovasokkal, akik egy óra hosszat lovagolnak (a valóságban ezek kombinációja a jellemző). Ezzel a saját tartásának megfelelő összeget termeli meg.

Egy jó fizikumú ló egy nap 2-2,5 óra munkát bír el. Ez egy napra kb 6600-7800 Ft az én árainkkal. Havonta ha 26 napot dolgozik, 171600-202800 Ft-t tud megtermelni. Csak akkor valósul meg, amennyiben minden napra jut annyi lovas, hogy ugyan az az állat 2-2,5 órát dolgozzon. Ez 4-5 lovast jelent napi szinten. Itt a maximális kihasználtsággal és egy lóval számoltam. Ez a kulcs! A számítás igazolja, hogy egy ló meg tudná termelni a tartási költségének sokszorosát, ha van kellő számú vendég.

A lovak meg tudják termelni a havonta rájuk fordított összeget, azonban a bővítés itt nem jár együtt automatikus bevételnövekedéssel. A bértartás során nyereség nem keletkezik, éppen csak annyi a bevétel, hogy a vendég ló a tartása nem teher.

Amivel a vállalkozás az eredményességét tudja növelni az a költségek csökkentése, illetve a bevételek növelése, vagy új szolgáltatás(ok) bevezetésével. Az a lovas vállalkozás van előnyben, amely rendelkezik saját termőfölddel így önellátó. Azzal, hogy saját takarmánnyal látja el a lovakat, a takarmány értéke megsokszorozódik a számára, a lovak munkája által, és az egyik legjelentősebb költségszektor esik ki. A másik költség, amelyet le lehet faragni, az a munkabér, ha családi vállalkozás formájában működtetik a lovardát. Egy sikeres lovastábor tud egy kis -időszakosan jelentkező-többletbevételt termelni. Számolni kell azonban azzal a kockázattal, hogy az egyhetes lovastábor végére a lovak nagy igénybevétele miatt lesérülhetnek, így kiesnek akár hetekre a munkából és esetleg az állatorvosi költségek megnőnek.

A kérdőívemre a mai napig (2011.09.15.) 5 lovarda válaszolt. Mindegyik vállalkozást *megélhetési céllal* működtetik. Egy olyan vállalkozás van, amelynek a tevékenységi köre 100%-ban a lovasoktatásra szorítkozik, a kérdőívből kiderült, hogy e lovarda esetében a maximális kapacitáskihasználtság mellett is csak a lovak tartására elég a bevétel. Több válaszban is szerepelt, hogy minden többletbevételt visszaforgatnak a felszerelésekre és infrastrukturális fejlesztésre. A fennmaradó összeg biztosítja a megélhetést. A lovas vállalkozásoknál ez a leggyakoribb.

A másik 4 lovarda *többféle szolgáltatást* is nyújt. A lovasoktatás mellett, bértartás, takarmányértékesítés, szállásadás, táboroztatás, versenyeztetés, túraszervezés, és rendezvény szervezés. Mindenki másban látja vállalkozása sikerességét. Van, aki a kiegészítő bevételi forrásokkal, a nagy földterülettel, és a minőségi szolgáltatással tud jól működni. A különböző szolgáltatásokból

szármató bevétel alakulása vállalkozásonként különböző. Közös a vállalkozásokban, hogy mindegyik kizárólag *saját erőből* jött létre! Egy másik lovarda jól választott piaci szegmenset, így nyereséges a működésük (szállásadás és táboroztatás), elmondásuk szerint a kiajánlásuk is nagyon jó.

Az *alkalmazottak száma* 1-3 fő között jellemző. Van olyan vállalkozás, amely idénymunka jelleggel alkalmaz több embert.

A veszteségesség indoklásaként olyan válasz is érkezett, hogy az ágazat gazdasági okok miatt összeomlott.

Következtetések

A fentiek alapján látható, hogy a lovaságazat és lovas turizmus kardélen táncol, és a vállalkozók keményen küzdenek a fennmaradásért. Hogyan marad mégis fenn ez a törékeny egyensúly? Hogyan képesek a vállalkozások életben maradni? A válasz, hogy kemény munkával, sok kreativitással, tudással, józanésszel és szerencsével. A vállalkozások hónapról hónapra léteznek. Az a tapasztalatom, hogy azok a vállalkozások sikeresebben, amelyek több lábon állnak, esetleg több más vállalkozást is működtetnek. Természetesen minden vállalkozás egyedi. Nem lehet biztosan működő „receptje”, mert túl sok a változó, nem csak éves szinten, hanem hónapról hónapra. Még a gazdaságok méret meghatározása is külön kihívás. Kevés lónak kevesebb a költsége, de sok lovas sem lehet velük vállalni. Sok lóhoz pedig több munkásra van szükség, és több takarmány is kell, így még több lovasnak kell jönnie, hogy meglegyen a megfelelő bevétel. Ugyan ez a helyzet, ha egy kimagasló infrastruktúrával rendelkező lovardát nézünk. Ilyenkor általában a havi és óradíjak magasabbak, ám sokkal több pénzre is van szükségük a színvonal fenntartásához. Ahhoz hogy létezni tudjanak az optimális bevételt (7000 Ft) napi szinten kell biztosítani. A turisztikai vállalkozások közötti összefogás tudná javítani az esélyeket. Akár egy nagyobb rendezvényre érkező lovak befogadása jelenthet többletbevételt.

A nehézségek nem kizárólag hazánkban észlelhetőek. Németország híres a lovaságazatáról, a lovassportjáról. Sajnálatos módon a vállalkozások létezését nem csupán a kereslet csökkenése, a takarmány drágulása, vagy a drága német munkaerő, szolgáltatás (állatorvos, kovács) nehezíti, hanem az adók és kötelező biztosítások díjai is pl. minden bértartott ló után befolyt összegből 19%-t adó terhel. Minden lóra külön biztosítást kell kötni, arra az esetre ha kárt tesz egy ember testi épségében (mert leesik róla valaki), vagy ha kárt tesz más tulajdonában, és így tovább. A biztosítás azért kötelező és fontos, mert bármi történik, könnyen a bíróságon végződhet az ügy, kártérítési perrel. Itt még az sem számít, ha a lovas, vagy a szülő aláírta a saját felelősségről

szóló nyilatkozatot. Mivel a biztosító nem mindig fizet, ezért gyakran több társaságnál is kötnek biztosítást egy állatra. Az, hogy a kártérítés igen magas összeget is elérhet, negatív hatást gyakorol erre az ágazatra.

Mégis mi az, ami működteti ezt a fajta turizmust és az egész ágazatot? A ló iránti szeretet, különösen vendégek részéről, ezen túl azoknak az élményeknek az átélése, és tapasztalatok megszerzése, amit a ló és a vele való kapcsolat nyújthat.

A kutatási munkám során fény derült arra, hogy lehet nyereséges a lovas turisztikai vállalkozás, azonban ez csak és kizárólag a vállalkozón múlik. Hogyan tud alkalmazkodni az adott igényekhez, gazdasági helyzetéhez. Milyen minőségű szolgáltatás(oka)t nyújt, mennyi állandó illetve visszatérő vendéget tud megszerezni magának. Ezen oknál fogva minden vállalkozás egyedi. Általában két dolog közös bennük, nagy részük csak saját erőből jött létre, és a nyereség (ha van) pont a megélhetésre és a szükséges fejlesztési, javítási illetve karbantartási munkára elegendő. Az egyensúly törekeny, a nyereség, vagy veszteség mértéke akár hónapról hónapra drasztikusan változhat, külső tényezők hatására.

A javaslatom az együttműködés. Tanulmányomban már többször említettem ezt, mint segítséget a vállalkozásoknak. Ezek az együttműködések természetesen kölcsönösen előnyösek a résztvevők számára, a cél, hogy minden hónapban meg legyen a szükséges vendégszám. Ennek érdekében hasznos lehet még a tapasztalatcsere. A különböző turisztikai szolgáltatást nyújtó vállalkozások, egymás kiegészítőit alkothatják, aminek következtében komplexebb turisztikai terméket tudnak előállítani. Az így létrehozott attrakciók, vagy újabb programok képesek lehetnek arra, hogy valamilyen szinten állandósítsák a havi szükséges bevétel egy részét, amely már sok vállalkozás esetében biztos pontot jelent és így az ágazat működését is biztosítja.

Köszönetnyilvánítás

Szeretném megköszönni a sok segítséget és információt, amit kaptam interjú alanyaimtól, barátaimtól ebben a témában. Köszönettel tartozom továbbá konzulensemnek, Galgóczy-Németh Andreának és a www.lovasok.hu csapatának, különösen Maus Andrásnak és Bardóczky Eszternek.

Forrásjegyzék:

- [1.] Bardócky E. [2010] www.lovasok.hu Kérdőíve: Fogysztói magtartás a hazai lovasok körében
- [2.] Heuschmann G. [2011] – Ne árts!, Mezőgazda Kiadó,
- [3.] Lovas Nemzet [2010] november
- [4.] Magyar Turizmus Zrt. [2010] 2010. évi jelentés előzetes adatok
- [5.] Magyar Turizmus Zrt. [2006] A magyar lakosság hozzáállása a lovas turizmushoz,
- [6.] Häggblom, M. – Rantamäki-Lahtinen, L. – Vihinen, H. [2005] Equine sector comparison between the Netherlands, Sweden and Finland, MTT Agrifood Reseach Finland

Szerzők:

Orosz Zsuzsanna

Turizmus-vendéglátás szak,
IV. Évfolyam,
Turizmus és Területfejlesztési Tanszék,
Károly Róbert Főiskola,
orosz.zsuzsanna@index.hu

Galgóczy-Németh Andrea

adjunktus
Turizmus és Területfejlesztési Tanszék
Károly Róbert Főiskola
anemeth@karolyrobert.hu