**A LOVASTURIZMUS MARKETING TEVÉKENYSÉGE ÉS ANNAK FINANSZÍROZÁSA,
A MÁTYUS UDVARHÁZ BEMUTATÁSÁN KERESZTÜL**

Evaluation of marketing and financing activities in the equestrian turism
(Case study: Mátyus Udvarház)

Készítette: DANSZKY DÓRA, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Kg,

Marketing és Pénzügy – Számvitel szak

Témavezető: Dr. Pitlik László, TATA Kiválósági Központ és Informatika Intézet

A témaválasztásom azért esett a lovasturizmusra, mert a napjaink gazdaságának egy fejlődő ágazatának látom a turizmust. Az idegenforgalom jelentősége megnőtt az utóbbi tíz év során. A lovasturizmus már régóta – hozzávetőlegesen a múlt század közepétől - kibontakozóban van, hol jobb, hol rosszabb napokat megélve.

Kutatómunkám során a piaci szereplők több oldalról történő vizsgálatát láttam célravezetőnek. Első lépésként tájékozódni próbáltam, miként és milyen információkhoz jutok a lovasturizmussal kapcsolatban. Az internet tűnt a legjobb és leghasználhatóbb adatforrásnak. Emellett interjúkat és kérdőíveket is készítettem. Kutatási munkámban 40 lovardát minősítettem saját megfigyeléseim alapján, 15 lovarda vezetőjét kerestem meg személyes interjúimmal, hogy az ő értékelésüket és véleményüket is halljam a témám kapcsán. Ezután 100 fős kérdőíves lekérdezést végeztem, javarészt a fogyasztói oldalon, ahol fogyasztási szokásaikat, utazási szokásaikat és igényeiket próbáltam meghatározni.

Kutatásom eredményeként megállapítottam, hogy Magyarország adottságai óriási előnyt nyújtanak a lovasturizmus területén. A lehetőségek megvannak, de nem használják őket ki megfelelően. A szolgáltatói oldal fejlesztésekre szorul, ha fel akarja venni a versenyt a turizmus más ágazataival. Ehhez országos reklámra lenne szükség, és marketing tevékenységre. A fogyasztók igényei megnőttek, ahhoz képest, amiket a szolgáltatói átlag ki tud elégíteni.

A finanszírozási tevékenységben az állami támogatásoknak nincs jelentős szerepe, a létesítmények java magánkézben van. Országosan 10 véletlenszerűen kiválasztott létesítménynek 3 éves pénzügyi tevékenységét hasonlítottam egymáshoz és vizsgáltam hasonlóságelemzéssel annak érdekében, hogy a vizsgálatba bevont lovardák SWOT elemzését egymáshoz képest elvégezhessem. Ezen elemzések alapján minden egyes lovarda tanácsot kaphat arról, mely mutatószámai milyen mértékben és irányban térnek el az egymás gazdálkodása alapján számított ideális szintektől.