



Nyugat-magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Kar

XIII. APÁCZAI – NAPOK

2009. október 15-16

Absztraktok

általunk alkalmazott árak szinten tarthatóak vagy emelhetőek. Természetesen kezdetben nagyobb beruházást igényel, hiszen az eljárás alkalmazásához speciális gépek szükségesek. A megfelelő finanszírozási konstrukció megtalálása után viszont ez rövid- vagy középtávon is megtéríthető.

Kulcsszavak: sous vide vendéglátás költséghatékonyság vákuum főzés

#### **Ponác György Márk**

Nyugat-magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Kar

#### **Feasibility study in the Hungarian tourism industry**

Enterprises and institutions are facing continuously growing requirements when applying for EU grants or bank loans. As part of this requirements, prior to make a complete business plan package, it is expected to compile a feasibility study. European Union grant schemes' regulations contain also special requirements on feasibility studies. This document can be defined as a controlled process for identifying problems and opportunities, describing situations, determining aims, defining outcomes and evaluating the costs and benefits associated with different alternatives for realizing a project. In Hungary, the use of this technical tool for decision making and applying for grants, is spreading. In order to ensure the quality of the feasibility studies, the paper describes methods of compilation, including rules, common traps, milestones and suggestions for contents. Special features of tourism business need specific solutions in cost-benefit analysis and proofing the actual project viability, which are described also with many practical recommendations.

Kulcsszavak: feasibility study, EU grant, application package, tourism industry, Hungary

#### **Printz-Markó Erzsébet**

Nyugat-magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Kar

#### **Innováció az egészségturizmusban**

Napjaink egyik legdinamikusabban fejlődő turisztikai ágazata az egészségturizmus. Részben azért, mert felismerték az emberek, hogy rohanó világunkban időt kell fordítaniuk saját magukra is, fel kell tölteniük energiáival. Másrészt - kínálati szempontból a gazdaság felfedezte az egészségturizmusban rejlő lehetőségeket. Magyarországon az egészségturisztikai termékek piacra vezetése 2000. második felében a Széchenyi Tervvel elkezdődött. Az egészségturizmus magyarországi térhódításához nagyban hozzájárul az is, hogy az ország turisztikai marketingjéért felelős Magyar Turizmus Zrt. a 2003-as évet az egészségturizmus, 2008-at pedig a Vizek évének szentelte, illetve 2011-ben is az egészségturizmusra fókuszál majd. Tanulmányomban szeretném kifejezni az egészségturizmus témakörének jelentőségét, trendjeit és hazánk egészségturizmusának kitérési lehetőségeit. A nemzetközi trendeknek magyarországi párosítását a meglévő szakirodalmak és egy 100 főből álló kérdőív alapján végzem el, felkutatva ezzel az egészségturizmus termékeit.

Kulcsszavak: egészségturizmus, innováció, trend, termékfejlesztés, „kitérési lehetőség”

#### **Tóth - Kardos Krisztina**

Széchenyi István Egyetem, Győr, RGDI

#### **Az európai légitársaságok változása - "fapadosok" térhódítása.**

Magyarországon a rendszerváltás előtt a repülés luxusnak számított, csak kevesek engedhették meg maguknak. A légitársasági piac liberalizációjának és a versenykorlátozások fokozatos enyhítésének köszönhetően, a légi utak választékának bővülése, a repülés színvonalának javulása, és az árak csökkenése volt megfigyelhető. Mára a repülés mindenki számára elérhetővé vált, melyben óriási szerepe volt az úgynevezett fapados légitársaságok megjelenésének. Kialakult egy teljesen újszerű üzleti modell, mely rendkívül olcsó árakkal és új desztinációkkal szólítja meg utasait. Ma már a forgalom majdnem 30%-át a diszkont légitársaságok tudhatják magukénak. A hagyományos légitársaságoknak is újra kellett gondolni stratégiájukat, útvonalhálózatukat, a légi piac teljes átrendeződése révén. Természetesen ezt a folyamatot felgyorsítja az a gazdasági folyamat, mely korábban a magas kerozináraknak, jelenleg pedig a gazdasági