MAGYAR KEMPINGSZÖVETSÉG
7625 Pécs, Hunyadi u. 19.
info@camping.hu
camping.hu

2026.

Szabad ég, új élmények, új lehetőségek

REZILIENCIA, DIVERZIFIKÁCIÓ, ÉRTÉKTEREMTÉS - A MAGYAR KEMPINGTURIZMUS FEJLESZTÉSI STRATÉGIÁJA

SZERZŐK: DR. VARGA KATALIN, ÁMAN JUDIT ESZTER, DR. WARTIG LÁSZLÓ, TAKÁCS TIMEA

KÖZREMŰKÖDŐK: RÁCZ-SZABÓNÉ BÁNYAI ZSÓFIA, TAKÁCS JUDIT, ANTAL LÁSZLÓ, BICSÉRDI BORBÁLA

REZILIENCIA, DIVERZIFIKÁCIÓ, ÉRTÉKTEREMTÉS - A MAGYAR KEMPINGTURIZMUS FEJLESZTÉSI STRATÉGIÁJA

Tartalom

A kempingturizmus stratégiai keretrendszere 4

1.) A kempingturizmus helyzete 4

2.) A kempingek makrogazdasági jelentősége 9

3.) Kempingturizmus stratégiai keretrendszere 12

Az iparág üzleti modellje, az integrált értékláncok szükségessége 12

A befektetővonzó képesség jelentősége és lehetőségei a kempingturizmus számára 13

4.) A Magyar Kempingszövetség szerepe az iparági üzleti modell mozgatórugóinak és feltételeinek megteremtésében 15

5.) Szezonalitás 17

Mellékletek: Szakterületi stratégiák 19

1. sz. Melléklet: A szakterületi stratégiák közös célrendszere 19

2. sz. Melléklet: Intézményi és szabályozási keretek területe 21

Partneri együttműködések, szövetségek szerepe 21

A kemping fogalma 21

Rugalmas szabályozás, egységes eljárási keretek 22

Adminisztratív terhek racionalizása 26

Minősítési rendszer 27

Lakókocsi Megállóhely (stellplatz) kérdés 27

Vadkempingezés 37

Munkaerő és szezonalitás 38

3. sz. Melléklet: Adatszolgáltatás, adatalapú működés és monitoring 42

Stratégiai kiindulópont 42

A kapacitás- és teljesítménymérés korlátai 42

A KSH és az NTAK tényleges szerepe 43

Benchmarking és üzleti visszacsatolás 44

A Magyar Kempingszövetség ágazati hozzáférése 45
A megvalósítás reális sorrendje 45
Az eredményesség értelmezése 46
A kempingturizmus adatrendszerének fejlesztési és felelősségi kerete 52
4. sz. Melléklet: A magyar kempingturizmus piacfejlesztési és marketingstratégiája 56
Ágazati növekedés mint stratégiai cél 56
A közös marketing gazdasági határa 56
Belföldi piac: a kategória mérlegelési körének bővítése 57
Külföldi piacok: szelektív növekedés 58
Közös reputáció és szakmai presztízs 59
Digitális piaci infrastruktúra és kommunikáció 60
A megvalósítás operatív és finanszírozási modellje 61
Az MTÜ-vel való együttműködés szakmai keretei 64
Teljesítménymérés és az első végrehajtási ciklus 65
5. sz. Melléklet: Tagi érték növelése, tagság bővítése és aktivizálása 67
A tagság gazdasági értéke 67
Tagi tájékoztatás 67
A tagok bevonása és aktivizálása 68
A tagság bővítése 68
Lehetséges nyitás az üdülőháztelepek és a megállóhelyek felé 69
A megvalósítás reális keretei 70
6. sz. Melléklet: Tudásmenedzsment, oktatás és szakmai tudásmegosztás 71
Stratégiai cél és szövetségi szerep 71
Üzemeltetői képzés 72
Felsőoktatási és szakképzési együttműködés 73
Jó gyakorlatok és szakmai támogatás 74
Eredményesség és hosszú távú hatás 75

7. sz. Melléklet: Digitalizáció, automatizáció 76
A digitalizáció stratégiai jelentősége 76
Információminőség és digitális láthatóság 76
Online foglalhatóság és közvetlen értékesítés 77
Automatizáció és üzemeltetési tehermentesítés 77
Adatkezelés és döntéstámogatás 78
Reputációkezelés és többnyelvű digitális jelenlét 78
Differenciált fejlődés és digitális minimumszint 79
Digitalizáció, munkaerő és szolgáltatási minőség 80
A fejlesztés fő szakmai irányai 80
Szabályozási és működési feltételek 80
A megvalósítás felelősségi keretei 81
8. sz. Melléklet: Adózás, állami támogatások rendszere 82
Helyzetértékelés és célkitűzések 82
A turizmus finanszírozási rendszerének fejlesztése 82
Javasolt támogatási alapelvek 83
Javasolt támogatási célok és intenzitások 85
A kempingek sajátosságainak érvényesítése a turisztikai támogatásokban 87
Nyomon követés és eredményességmérés 87
9. sz. Melléklet: Inkluzív turizmus a kempingágazatban 89
Stratégiai kiindulópont 89
A kempingkínálat hozzáférhetőségi szerkezete 90
Beruházási, támogatási és szabályozási feltételek 91
Piaci megjelenés és vendégtájékoztatás 92
A Magyar Kempingszövetség ágazati feladata 92
Beépülés a szakterületi stratégiák végrehajtásába 93
A megvalósítás sorrendje és eredményessége 94

A kempingturizmus stratégiai keretrendszere

1.) A kempingturizmus helyzete

A kempingturizmus Európában jelentős, dinamikusan növekvő és egyre differenciáltabb turisztikai szegmens. Az Eurostat adatai szerint 2025-ben az Európai Unió kempingjeiben, lakóautóparkjaiban és lakókocsiparkjaiban 413 millió vendégéjszaka keletkezett, ami az uniós turisztikai szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák 13,4%-át jelentette. A szegmens forgalma 2015-höz képest 28,5%-kal emelkedett, meghaladva a turizmus más fő szálláshelyi kategóriáinak növekedési ütemét.[1] A kempingturizmus ennek alapján nem szűk rétegigényt kiszolgáló szálláshelyi kategória, hanem számottevő kereslettel és önálló fejlődési pályával rendelkező turisztikai piac.

A magyar kempingturizmus adottságai kedvezőek. A Balaton, a Tisza-tó, a folyóparti térségek, a termálrégiók, a nemzeti parkok, az aktív turisztikai útvonalak és a fejlődő kerékpáros infrastruktúra többféle kempingtermék kialakítását teszik lehetővé. A belföldi családi kereslet, valamint Magyarország közép-európai fekvése és közúti elérhetősége a nemzetközi lakóautós és lakókocsis forgalom szempontjából is értékes kiindulópont. Ugyanakkor figyelmet kell fordítani a keleti és a nyugati országrész kempingjei között tapasztalható különbségekre, amelyek a szolgáltatások minőségében, a szakmai tudásban, az információkhoz való hozzáférésben és az érdekérvényesítő képességben egyaránt megmutatkoznak.

Ezek az adottságok ugyanakkor önmagukban még nem jelentenek versenyelőnyt. Gazdasági értékük akkor realizálható, ha megfelelő minőségű és elérhető kínálat, korszerű infrastruktúra, digitális foglalhatóság, következetes minőségbiztosítás, megfelelő szakmai tudás és a térségi turisztikai szolgáltatásokkal való tényleges együttműködés kapcsolódik hozzájuk. **A fejlesztési lehetőség adottság, a piaci teljesítmény azonban az ágazat szereplőinek és intézményeinek összehangolt működésén múlik.**

[1] Eurostat – Nature calling: interest in camping & caravanning grows , 2026. április 2.

A Magyar Kempingszövetség a kemping és az üdülőháztelep tulajdonosokat/üzemeltetőket egyaránt képviseli, a két hasonló idegenforgalmi ágazat jellegzetességeit, igényeit ezért összevontan kell kezelni.

A KSH 2025-ös adatai szerint Magyarország turisztikai szálláshelyein összesen 47,174 millió vendégéjszaka keletkezett, amelyből a kempingek 2,048 millió, az üdölőháztelepek pedig 791 ezer vendégéjszakával részesedtek. A kempingek aránya így megközelítette a teljes hazai szálláshelyi vendégforgalom 4,4%-át, a két szegmens együtt pedig eléri a 6%-át.[2] 2025. július 31-én a KSH alapján 285 kemping 67.113 férőhellyel, 197 üdölőháztelep pedig 12.983 férőhellyel működött Magyarországon. Pusztán a számokat tekintve ez a kettő együtt kiteszi a magyar szállodai férőhelyek 159.478 fős kapacitásának 50%-át.[3]

A magyar helyzet értékeléséhez sajnos **nem áll rendelkezésre megbízható adat.** A hivatalos statisztikák fontos kiindulópontot biztosítanak, de **a magyar kempingpiac teljes mérete és belső szerkezete ezek alapján csak korlátozottan értékelhető.** Ennek **oka** többek között a lakóautós megállóhelyek szabályozási és besorolási helyzete, a más szálláshelytípusokhoz kapcsolódó vagy járulékosan kialakított kempingjellegű kapacitások jelenléte, a szálláshely- és kapacitásfogalmak eltérő alkalmazása, a fekete vagy szürke zónában működő szolgáltatók jelenléte, valamint az aggregált országos és térségi adatokhoz való korlátozott ágazati hozzáférés.

Az NTAK részletesebb és gyorsabb adatvagyona elvileg lehetővé teheti a kempingágazat működésének pontosabb követését. A KSH adataival azonos időpontra, működési státuszra és szálláshely-definícióra vonatkozó, nyilvánosan elérhető NTAK-adat azonban jelenleg nem áll rendelkezésre, a Magyar Kempingszövetség pedig nem rendelkezik intézményesített hozzáféréssel az aggregált országos kempingágazati adatokhoz. A két rendszer adatai ezért jelenleg nem vethetők össze megbízhatóan. **Az eltérések feltárása és értelmezése módszertani együttműködést, egységes fogalmakat és rendezett ágazati hozzáférést igényel.**

Az európai kempingpiac fejlődése Magyarország számára fontos viszonyítási pont. Azokban az országokban, ahol a kempingturizmus jelentős gazdasági súlyt ért el, jellemzően fejlettebb a minőségi infrastruktúra, erősebb az online foglalási és értékesítési háttér, láthatóbb a nemzetközi kommunikáció, és egyértelműbb a kempingek önálló turisztikai termékként való pozicionálása. A

[2] Központi Statisztikai Hivatal (KSH): „27.1.1.18. A turisztikai szálláshelyek vendégforgalma és az eltöltött vendégéjszakák száma szállástípusonként”, STADAT, https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0084.html
[3] Központi Statisztikai Hivatal (KSH): 27.1.1.17. A turisztikai szálláshelyek kapacitása szállástípusonként, július 31., STADAT, https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0083.html

magyar piac természeti és földrajzi adottságai alapján a fejlődés lehetősége adott; kihasználása azonban tudatos termék-, infrastruktúra- és piacfejlesztést igényel.

A turizmust meghatározó keresleti folyamatok közül több is a kempingturizmus további erősödésének irányába hat. Az utazók a szálláshely mellett egyre inkább a tartózkodás teljes környezetét, szabadságát, szolgáltatási tartalmát és élményértékét mérlegelik. A kempingturizmus szorosan kapcsolódik a természetközeliség, a kötetlenség, a rugalmas utazás, a családi és aktív turizmus, a lakóautós mobilitás, a háziállattal történő utazás, valamint a komfortos szabadtéri tartózkodás iránti kereslethez.

A kempingezés ugyanakkor nem azonos egyetlen utazási motivációval vagy komfortszinttel. A piac a saját sátorral, lakókocsival vagy lakóautóval érkező vendégektől a mobilházat, üdülőházat, apartmant vagy glampingegységet választó vendégekig több, eltérő igényű és fizetőképességű célcsoportot foglal magában. **A kempingturizmus ezért nem kizárólag hagyományos szálláshely-kategória, hanem turisztikai termék, mobilitási forma, desztinációs infrastruktúra és helyi gazdasági tevékenység is.**

A kemping sajátossága, hogy **a vendégélmény nem kizárólag a szállásegységben keletkezik**. A kempingben **maga a teljes terület válik élménytérré**: a parcella, a mobilház, az üdülőház, az apartman vagy egyéb komfortosabb szállásegység, a közösségi tér, a játszótér, a vizesblokk, a vendéglátóhely, a bolt, a strandkapcsolat, a zöldfelület, az árnyék, a belső utak, a recepció, a közösségi találkozások és a környező desztináció együtt alakítják a vendégélményt. Sőt, a **vendég saját eszközei** — sátor, lakókocsi, lakóautó, kerékpár, vízi sporteszköz — **is a turisztikai élmény részévé válnak.**

A kempingturizmus fejlesztése ezért nem szűkíthető új szállásegységek építésére vagy a névleges kapacitás bővítésére. A beruházások gazdasági eredményét az üzemeltetés minősége, a szolgáltatások összhangja, a digitális értékesíthetőség, a terület használhatósága, a vendégbiztonság, a munkaszervezés és a térségi turisztikai kapcsolatok egyaránt befolyásolják. A kapacitásbővítés önmagában nem jelent termékfejlesztést, és nem biztosít automatikusan magasabb kihasználtságot vagy jobb jövedelmezőséget.

A kempingturizmus nem egységes termék. Egyes kempingtípusok elsősorban a szálláshelyi infrastruktúra jellege alapján különíthetők el, például parcellás, sátras, lakóautós vagy glampingkempingként. Ezt a képet színesíti még az üdülőháztelepek kínálata is. Más esetekben a vendégkör, a desztinációs kapcsolódás vagy a szolgáltatási profil a meghatározó: ilyen a termál-,

vízparti, családbarát, aktív turisztikai, tranzit-, városi vagy rendezvényekhez kapcsolódó ideiglenes kemping.

A kempingek nagy befogadóképessége, rugalmas területhasználata és közösségi infrastruktúrája sajátos versenyelőnyt jelenthet a **szervezett csoportos kereslet** kiszolgálásában. E szegmensbe tartoznak a **MICE-turizmus** kempingek számára releváns eseményei, az **azonos érdeklődés, életmód vagy tevékenység köré szerveződő közösségek rendezvényei** – például a klub- és tematikus találkozók, valamint a sportesemények –, továbbá az osztálykirándulások. E csoportok tervezhető, részben elő- és utószezoni keresletet teremthetnek, kiszolgálásuk azonban **megfelelő infrastruktúrát és szervezési hátteret** igényel.

Ezek a jellemzők a gyakorlatban rendszerint nem különálló kategóriákban, hanem egymással kombinálva jelennek meg. **A stratégia szempontjából ezért nem az a fő kérdés, hogy egy kemping egyetlen kategóriába besorolható-e, hanem az, hogy milyen vendégigényre, térségi adottságra, szolgáltatási profilra és működési modellre épül. Az ágazat sokféleségét nem megszüntetni, hanem gazdaságilag értelmezhetővé és szabályozási szempontból kezelhetővé kell tenni.** Az egységesítés ott indokolt, ahol a biztonság, a fogyasztóvédelem, az adatminőség vagy a szolgáltatási minimum ezt megköveteli; a fejlesztésben, a támogatáspolitikában, a benchmarkingban és a marketingben ugyanakkor differenciált megközelítés szükséges.

A kempingek működése közvetlenül kapcsolódik a **természeti és épített környezet** állapotához. A víz- és energiafelhasználás, a szennyvíz- és hulladékkezelés, a zöldfelületek és az árnyékolás, a talajterhelés, a belső közlekedés, valamint a szélsőséges időjárási helyzetekhez való alkalmazkodás egyaránt befolyásolja a működés költségét és a vendégélmény minőségét. A természetközeli elhelyezkedés, bár a kempingek a turizmus többi ágához képest jellemzően előnyösebb tulajdonságokkal bírnak, önmagában nem teszi fenntarthatóvá a kempinget: a fenntarthatóság mérhető üzemeltetési, beruházási és kockázatkezelési teljesítményt igényel.[4]

A vezető európai kempingpiacok – különösen Franciaország, Olaszország, Spanyolország, Németország, Hollandia és Horvátország – működésében több közös elem azonosítható. Ilyen a jól **szegmentált kínálat, a fejlett infrastruktúra, a lakóautós és lakókocsis vendégkör tudatos kiszolgálása, a családbarát és vízparti szolgáltatások, a többnyelvű digitális értékesítés, a**

[4] Európai Bizottság (2022): Transition Pathway for Tourism. European Commission, Brussels, 2022. február 4. DOI: Transition pathway for tourism - Publications Office of the EU

minőségbiztosítás, valamint a kempingezés modern, természetközeli és komfortos turisztikai termékként való pozicionálása.

E piacokon a szolgáltatás minősége nem kizárólag önbevallás vagy egyedi marketingígéret alapján válik láthatóvá. A minősítések, vendégértékelések, tematikus címkék, szakmai ajánlások és megbízható digitális információk csökkentik a vendég döntési bizonytalanságát, és erősítik a kategória egészének piaci hitelességét. A nemzetközi példák tanulsága nem egyes létesítménytípusok mechanikus átvétele, hanem az, hogy a természeti adottságok turisztikai értékét következetes termékfejlesztés és összehangolt intézményi működés teremti meg.

A magyar kempingturizmus fejlesztési lehetősége jelentős, de nem automatikus. Kiaknázásához megbízható és hozzáférhető ágazati adatokra, a kempingek működési sajátosságait figyelembe vevő szabályozásra, kiszámítható beruházási és támogatási környezetre, magasabb digitális és szolgáltatási színvonalra, megfelelő szakmai tudásra, valamint erősebb hazai és nemzetközi piaci láthatóságra van szükség. E területek egymástól nem választhatók el: az egyes szakterületi stratégiáknak közös ágazati és gazdasági célrendszerben kell működniük.

A Magyar Kempingszövetség ebben a folyamatban érdekképviseleti szervezetként, ágazati koordinációs és tudásközpontként, minőségfejlesztési szereplőként, képzési kezdeményezőként és országos szakmai kommunikációs platformként tölthet be meghatározó szerepet. Feladata az ágazati érdekek adatokkal alátámasztott képviselete, az üzemeltetői tudás összegyűjtése és megosztása, a minőségi és digitális fejlődés támogatása, valamint a kempingek, a szakpolitikai döntéshozók, az adatgazdák, az oktatási intézmények és a technológiai szolgáltatók közötti együttműködés erősítése.

A stratégia kiindulópontja ezért nem a kempingkapacitás egységes és feltétlen növelése, hanem **egy differenciált, mérhető, beruházásra alkalmas és alkalmazkodóképes ágazati szerkezet kialakítása.** A fejlesztés akkor eredményes, ha egyszerre javítja a kempingek gazdasági teljesítményét, a vendég számára létrehozott értéket, a térségi turisztikai kapcsolódásokat, valamint a természeti és infrastrukturális erőforrások hosszú távú használhatóságát.

2.) A kempingek makrogazdasági jelentősége

A kempingeknek jellegükből fakadó, alább felsorolt **tulajdonságaik** a kibocsátásban mért **súlyukon felüli jelentőséget** adnak:

- Az iparág szolgáltatóinak **méretgazdaságossága rendkívül széles skálán mozog**, a kempingek egészen kicsi és egészen nagy üzemméretben is komoly gazdasági teljesítményt tudnak nyújtani. Az 5-10 parcellás, apró kemping ugyanúgy meg tud felelni a méretgazdaságosság követelményeinek, mint egy 2-3000 fő befogadóképességű, rengeteg szolgáltatást nyújtó óriási létesítmény.
- Tőke-és költségszerkezetük, illetve fizikai adottságaik **rugalmas kapacitáskezelést** tesznek lehetővé.
- A turizmus olyan iparág, ahol nagyon sokféle és nagyon eltérő méretű, adottságú szereplő egyszerre meg tud jelenni. Ebben fontos szerepet játszanak a kempingek, hiszen a szálláshelyszolgáltatások közül a **kempingek esetében a legalacsonyabb a belépési küszöb**.
- A másik lényeges tulajdonság a **sokféleség.** Egyrészt **minden egyes kemping egyedi,** a lokációja által meghatározott szálláshelyet testesít meg. Másrészt **egy kempingen belül is számos eltérő szálláshelyet találunk**, melyek eltérő vendégszegmenseket vonzanak. Természetesen már maga az eltérő méret megalapozza a sokféleséget, hiszen egészen más vendégélményt nyújtanak a skála két végén elhelyezkedő szolgáltatók, nem is beszélve a nagyon eltérő üzemeltetési kihívásoktól.

Ezeknek a tulajdonságoknak **több nagy jelentőségű következménye** van:

- Minden egyes kemping üzleti modellje tulajdonképpen egy olyan értékajánlatra épül, ami **megbecsült, ritka, bizonyos értelemben nem másolható és nem helyettesíthető** (hiszen minden kemping egyedi és eltérő). Ez az adottság szolgáltatói és iparági szinten jelentős versenyelőnyt testesít meg, ugyanakkor a társadalmi és makrogazdasági hatása is jótékony.
- A kempingek a turizmuson, és különösen a szálláshelyek kategóriáin belül egy **rendkívül reziliens ágat** képviselnek. **Költség- és tőkeszerkezetük, fizikai adottságaik stabilitást** adnak a turizmus egyéb területeihez képest.
- Ezt a stabilitást erősíti az, hogy **minden kemping több lábon áll, eltérő szállásítípusai többféle vendégkört vonzanak, eltérő jellemzőkkel**. Az egyik gyengélkedése még nem sodorja veszélybe a működést.

- A kempingturizmus különlegessége, változatossága, a szálláshelytípusok széles kínálata, és az, hogy az élményalapú turizmus határterületére helyezi el szálláshelyszolgáltatásait, azzal a jótékony hatással jár, hogy **olyan célcsoportokat tudnak a kempingek megszólítani és az országba, desztinációba vonzani, amelyet más szálláshelytípusok nem érnek el**.
- Mivel a kempingek a lokációjukban gyökereznek, ahhoz alkalmazkodnak, ezért **kis desztinációk számára ideális kitörési lehetőséget jelenhetnek**. Gyakorlatilag mindenhol megvalósítható egy, a helyi gazdaságba és társadalomba jól illeszkedő, sikeres kempingmodell.
- A széles skálán mozgó méretgazdaságosság, ezáltal a kis üzemméret versenyképessége, **alacsony belépési küszöböt** teremt, ami új szereplők turizmusba történő bevonásához ideális.
- A kempingek fizikai adottságai által biztosított **rugalmas kapacitáskezelés l**ehetővé teszi, hogy könnyen alkalmazkodjanak a turizmus szezonális hullámzásaihoz, a kiszámíthatatlan keresleti ingadozásokhoz.
- A kempingek egyik fontos sajátossága, hogy az értékláncuk jelentős része **helyben, lokális gazdasági környezetben** működik, ezért **erős multiplikátorhatással, jó helyi értékmegragadó képességgel rendelkeznek és hatékonyan terítik a megtermelt jövedelmet.**
- A turizmust jelenleg és a közeljövőben **meghatározó trendek** közül jónéhány a kempingturizmus erősödésének, ezáltal pedig a **gazdag kempingkínálattal rendelkező desztinációknak kedvez**.
- A kempingek szerepe nem elhanyagolható a **társadalmi-jövedelmi különbségek hatásainak csökkentésében** sem. Árazási és szolgáltatási palettájuk eredményeképpen legfőbb, adott esetben kizárólagos nyaralási formát jelentnek a magyar vendégek azon rétegének, akik a legkevésbé rugalmasak a változásra, és akik jövedelmi viszonyaiknak köszönhetően más nyaralási formát nem tudnak igénybe venni (nagycsaládosok, osztálykirándulások, kiskeresetű munkavállalók, fiatalok, ifjúsági táborok, egyedi rendezvények, táborok érintettek).

A fentiekből látszik, hogy véleményünk szerint a makrogazdasági teljesítmény, jelentőség, és hozzájárulás mérésére **nem alkalmasak a pusztán kibocsátást mérő, könnyen hozzáférhető jelenlegi mutatók** (mint a vendégéjszaka-szám, a vendégszám, a kapacitás). **A kempingek jelentősége ugyan így is megmutatkozik, azt azonban ezek a mutatók nem ábrázolják, hogy**

makrogazdasági jelentőségük messze meghaladja a szálláshelyek kibocsátásához való hozzájárulásukat.

A valós részvételt, hozzájárulást sokkal nehezebb mutatószámokkal leírni, pedig **a turizmus és a kempingturizmus jövője véleményünk szerint nem a nagy számokban, hanem a növekedés előnyeiből való egyenlő részvételen múlik, ahol egy integrált és inkluzív rendszer jól oszlatja el az előnyöket az összes szereplő, érintett és érdekelt között. A mennyiség növelése helyett az össztársadalmi nyereséget preferáljuk.**

Az utóbbi néhány évtizedben az **ingatlanfejlesztési érdekek** sok esetben a gazdasági racionalitás által diktáltnál nagyobb mértékben írták felül a kempingturizmus érdekeit, sőt, ennek érdekében a kempingek makrogazdasági, iparági szerepének hangsúlyozása, elismerése is elmaradt a valós jelentőségétől.

Mivel a kempingek legfőbb ereje a lokáció, egy idő után, sikeres működés esetén, egy desztináció turisztikai megerősödése természetes módon is maga után vonhatja az ingatlanfejlesztést, így a kemping területéből más jellegű szálláshelyek vagy lakóingatlanok alakulhatnak ki. Ám **vannak olyan desztinációk, ahol a kempingek immár nem pótolhatók: a rendelkezésre álló hely hiányában.** Ilyen például a Balaton partja. Ezeket a kempingeket így a fent leírt hasznuk miatt védeni is kell.

A kempinget, mint infrastruktúrát is fenn kell tartani, sőt, folyamatosan fejleszteni is kell. Ennek oka nemcsak **a magyar kempingek infrastruktúrájának elmaradottsága**, hanem az is, hogy általánosan elmondható, hogy **a vendégek a magasabb minőséget keresik** – bármilyen formában nyaraljanak is. A kempingezők is egyre többet fogyasztanak, így az alapinfrastruktúrák – áram, víz, szennyvíz – is megújításra szorulnak, jellemzően egyre nagyobb kapacitással. A vendégek elvárásainak növekedésével párhuzamosan a működésre vonatkozó jogszabályi követelmények, sztenderdek is szigorodnak, a vendégek elvárásai is folyamatosan nőnek. A kempingek tervezése, kialakítása és fejlesztése során kiemelt figyelmet kell fordítani az inkluzív turizmus akadálymentesítési igényeire, a fenntarthatóság követelményeire, valamint a klímaváltozás hatásainak kezelésére.

A kempingek nemzetgazdasági és turisztikai jelentősége, az ágazat kihívásai és versenyképességének megőrzése indokolttá teszik a beruházások célzott ösztönzését és támogatását, a turizmus más területeihez igazodó mértékben és irányban. Ez különösen fontos, mivel a jelentős növekedési potenciállal rendelkező kempingágazat az elmúlt évtizedekben – más turisztikai szegmensekkel ellentétben – gyakorlatilag nem részesült fejlesztési támogatásban.

3.) Kempingturizmus stratégiai keretrendszere

A kempingturizmus stratégiájának átgondolásához elemzésünk a Michael Porter által kidolgozott értéklánc-modellre, valamint a későbbi irodalom értékláncokra, értékmegragadásra, illetve stratégiai hajtóerőkre és lehetővé tevő tényezőkre épülő megközelítéseire támaszkodik.[5] A különböző feltételek és mozgatórugók esetén az alkalmazkodás, a befolyásolás és az elkerülés lehetőségeit mind az állam, mind a Magyar Kempingszövetség szempontjából áttekintjük. Az elemzés a vállalati erőforrás-alapú megközelítésre (resource-based view) és különösen Barney VRIN-modelljére is támaszkodik a kempingszektor tartós versenyelőnyeinek vizsgálata során.[6] Gondolatmenetünket SWOT analízis is segítette.

Az iparág üzleti modellje, az integrált értékláncok szükségessége

A **kempingturizmus értéklánca** azoknak az egymásra épülő tevékenységeknek a rendszere, amelyek ennek a speciális szolgáltatásnak az előállítása és értékesítése során értéket teremtenek a fogyasztó számára. A Magyar Kempingszövetség azáltal járulhat hozzá ehhez, ha a tevékenysége segíti a kempingturizmus szereplőit annál több értéket teremteni, mint amit koordinálatlanul és a szövetség nélkül létre tudnának hozni.

A **kempingezés értékajánlata** a szálláshely és az élményturizmus határterületén helyezkedik el. Összetett turisztikai formaként egyszerre kielégíti a természetközeli pihenéshez, valamint a rugalmas és kötetlen szabadidő-eltöltéshez kapcsolódó keresletet. Nem csupán szálláshelyet kínál, hanem egy teljeskörű, minden szolgáltatásra kiterjedő, nyitottabb, természetközelibb, közösségi jellegű és rugalmas tartózkodási, szabadidő-eltöltési formát. A kempingek tágas, szabad életterében emberi szövetek, valódi kapcsolatok alakulnak.

Az értéklánc, melynek révén ezt az értékajánlatot el tudja a kempingturizmus juttatni a fogyasztókhoz, **rendkívül összetett tevékenységek** rendszere, mert sok szereplő együttműködésére épül (az állami irányítás és szabályozás szereplői; az önkormányzatok; a desztinációk; a közlekedési infrastruktúra működtetői és az ebben tevékenykedő szolgáltatók; az online foglalási, árbevétel-

[5] Porter, M. E. The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. NY: Free Press, 1985. (Republished with a new introduction, 1998.)
[6] Barney, J. (1991)., *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage,* Journal of Management, 17(1), 99–120.

optimalizálási, marketing és vendégértékelő rendszerek kidolgozói; a helyi vendéglátók; a program szervezők és -szolgáltatók; a Magyar Kempingszövetség; maguk a kempingek; az egyes kempingeken belül működő szolgáltatók, és így tovább). Bár ez kimondható a turizmus egészére, de **a kempingek esetében, jellegükből fakadóan, ez az összetettség pregnánsabban jelentkezik**.

Összetett rendszerekben a rendszer elemei közötti dinamikus és kölcsönös függőségek **erőteljes nemlineáris reakciókat és felerősödési hatásokat** hoznak létre. Az **értéklánc elemeinek integrálása**, a rendszerszintű szemlélet ezért elkerülhetetlen.

Ahhoz, hogy a fenti értékajánlatot közvetítő értéklánc végén az értéket a szereplők meg is tudják ragadni, az érdeklődést, **keresletet mérhető gazdasági előnnyé kell konvertálni**. Ehhez a rendszer egészének integráltan kell részt vennie az értékláncban és az értékmegragadásban. Csak így biztosítható az, hogy a kempingeknek a turizmus sok ágánál erősebb **multiplikátor hatása és egyenletesebb jövedelemdisztribúciója** valóban szétterítse az értéket a gazdaságban, az értékkoncentrációt a leginkább csökkentse, így **a kempingek jótékony makrogazdasági és társadalmi potenciálja a legnagyobb mértékben tudjon érvényesülni.**

A befektetővonzó képesség jelentősége és lehetőségei a kempingturizmus számára

A befektetővonzó képesség minden iparág számára életbevágó kérdés. A kempingturizmus azonban nem pusztán a befektetők figyelméért, a befektetések vonzásáért **versenyez más lehetőségekkel.** A kempingek jellemzően turisztikai desztinációk kiemelt lokációiban, értékes, nagy területű ingatlanokon működnek, melyek vonzóak más típusú ingatlanbefektetések számára is. Egy-egy desztináció fejlődése pedig természetes módon erősíti ezt a hatást.

A legtöbb esetben azok az ingatlanfejlesztések, amelyek a kempingturizmussal szemben merülnek fel lehetőségként egy-egy lokációban, rövidebb távon hoznak csak hasznot, koncentrált értékteremtő és jövedelemtermelő képességgel rendelkeznek, és a megtermelt jövedelem nem marad a desztinációban. **A kempingturizmus értékmegtartó és terítő képessége nemzetgazdaságilag és társadalmilag sokkal hasznosabb,** és a desztinációkban élők érdekeit sokkal jobban és hosszabb távon is szolgálja.

Annak érdekében, hogy a továbbiakban **ingatlanfejlesztési érdekek** nehezebben tudják felülírni a kempingturizmus, és ezáltal a helyi társadalom és gazdaság érdekeit, a Magyar Kempingszövetség

célja a kempingek makrogazdasági, iparági szerepének hangsúlyozása, elismertetése, érdekeinek lehetőségeinkhez mérten a lehető leghangsúlyosabb képviselete.

A másik oldalról a kempingturizmus képes olyan értéket nyújtani, ami vonzza a befektetéseket. Ezt fontos figyelembe venni állami és helyi szabályozások, támogatások és egyéb kérdések mérlegelésekor. A **tőkevonzó képesség növelése** kiemelten fontos a magyar kempingek esetében széles körben tapasztalható elavult infrastrukturális állapotok fejlesztéséhez és a minőségnövelő beruházások végrehajtásához. **Ennek feltételei:**

a.) A befektetési érvek definiálása

Elengedhetetlen a megtérülés, az értékáramlás artikulálása a szokásos, láthatóságra, keresletnövelésre koncentráló tevékenység mellett.

b.) Konzisztens, stabil turizmusirányítás, turizmuspolitika

A tőke türelmes, de csak akkor, ha a környezet stabil. Ezért fontos a hosszú távú szabályozási kiszámíthatóság, a tiszta keretrendszer, és az átlátható, helyes ösztönzők kialakítása, lefektetése.

c.) Végrehajtó intézményi kapacitás és hitelesség megteremtése

Skálázható, megismételhető üzleti modellek támogatása (az izolált sikerek helyett).

d.) Integrált értékláncok megteremtése

A kempingek rendszerének egységes irányba terelése, a sokszínűséget lehetővé tevő rugalmasság megőrzése mellett.

Mindezt a Magyar Kempingszövetség megteremteni ugyan önállóan nem tudja, de szerves részévé kell váljon a folyamatnak, és partnerségek kiépítése, továbbá határozott és konzisztens érdekképviseleti tevékenységen keresztül sokat tehet érte.

4.) A Magyar Kempingszövetség szerepe az iparági üzleti modell mozgatórugóinak és feltételeinek megteremtésében

A Magyar Kempingszövetség feladata a fenti iparági üzleti modell mozgatórugóinak és működési feltételeinek (technológiai, fogyasztói, gazdasági, szabályozási, infrastrukturális, finanszírozási, humán erőforrásbeli „driverek és enablerek") figyelemmel kísérése és – a szövetség lehetőségeihez mérten - alakítása.

A technológiai háttér folyamatos változásban van, amelynek kis mértékben lehet befolyásolni a folyamatát (együttműködés az NTAK szervezetével, adatmonitoring javítása, esetleg kialakítása), de az **alkalmazkodás elősegítése a legújabb trendek alkalmazásával történő folyamatos oktatás révén** sok esetben reálisabb feladat.

A fogyasztók mozgatórugói (fogyasztói driverek és enablerek) jelenleg olyan társadalmi trendek alapján mozognak, melyek kifejezetten a kempingturizmusnak kedveznek. Ezt a lehetőséget ki kell aknázni, az esetleges változásokra pedig fel kell készülni.

Bár a **gazdasági tényezők**re sok hatásunk nem lehet, a **kempingturizmus stabilitásának megőrzésére** folyamatosan fókuszálnunk kell.

A **szabályozási környezet** esetén már többet tudunk aktívan tenni a feltételek befolyásolásáért. A jogszabályi és intézményi környezettel kapcsolatos, az adatszolgáltatás és a finanszírozás részterületeivel szoros kapcsolatban álló szakterületi stratégiának fókuszálnia kell:

- Az **együttműködésre más szervezetekkel** a turizmus szabályozási és intézményi keretrendszerének alakításában;
- Az **adminisztratív terhek enyhítésére** minden, kempingeket érintő jogszabály esetében,
- Az **ágazat fejlődését lehetővé tevő és keretező jogszabályi környezet kialakítására,** a vendégértéket nem teremtő, de versenyhátrányt, felesleges korlátozást vagy terhet képező előírások módosítására;
- A **környezetvédelmi szabályok** előírásainak alakítása során az ágazat érdekeinek figyelembevételére, az ágazat jótékony szerepének és lehetőségeinek kiaknázására;
- Az **építési előírások eljárásainak standardizálásával egyidejűleg rugalmas szabályozás** kialakítására, mely lehetővé teszi a sokszínűségből eredő társadalmi, makrogazdasági és versenyképességi előnyök érvényesülését.

A **fizikai infrastruktúrát** ugyan állami feladat biztosítani, de adott esetben a Kempingszövetség feladata lehet, hogy bizonyos döntések esetén az ágazat érdekeit képviselje.

Ami a **finanszírozási hozzáférést** illeti, ide tartozik minden, a **tőkevonzó képességet erősítő** lépés. Egyidejűleg mindent meg kell tenni annak érdekében, hogy az állami támogatások feltételrendszerében **a kempingek szerepüknek és súlyuknak megfelelő, hatékonyan felhasználható és felhasználandó, normatív alapon nyugvó támogatásokhoz jussanak**, továbbá hogy a szubjektív támogatási szempontok minimalizáló rendszerből szándékolatlanul ne szoruljanak ki a kempingek (például ne csak épületet, hanem egyéb építés-fejlesztési tevékenységet is támogasson az állam, a támogatás feltételei ne követeljenek meg minimális fedett szálláshely számot, illetve egész éves vagy vállalhatatlanul hosszú nyitvatartást stb.).

A **humán képességek és szervezeti tudás fejlesztése** során olyan képességekre kell fókuszálnunk, amik segítik a kempingturizmusban rejlő potenciál kiaknázását. Ide tartozik annak elősegítése, hogy a kempingturizmus kellő súllyal szerepeljen a felsőoktatásban, de tanfolyamok szervezése, vagy azok anyagának kialakításának támogatása, a tudásmegosztás, vagy a jó gyakorlatok terjesztése is.

A **platform hatás, hálózatosodás kiaknázása** ugyan egyedi üzleti szervezetek feladata, de fontos megjegyezni, hogy a kempingturizmusban különösen fontos egy desztináció vagy ország vonzerejének megalapozásához, hogy széleskörű, jó földrajzi elosztású kempingkínálattal rendelkezzen. Állami szinten integrált értékláncok megteremtésével, rugalmas és átlátható szabályozással, az adminisztrációs terhek csökkentésével, megfelelő infrastruktúrafejlesztésekkel lehet támogatni új kempingek megnyílását, csatlakozását, megjelenítését, illetve a lakókocsi megállóhelyek integrációját. Mindebben a Magyar Kempingszövetség fontos szerepet játszhat.

Azt, hogy **a kempingek által termelt érték minél nagyobb hányadát ragadják meg ők maguk vagy a helyi gazdaság más szereplői,** a Magyar Kempingszövetségnek szintén erősítenie kell. Egy erősebb lakóautós, kempinges életérzést közvetítő **desztinációs, vagy országos brand, jobb infrastrukturális és közlekedési háttér** magasabb árak érvényesítését tehetik lehetővé. Támogatni kell az **értékmegtartást az OTA-kkal szemben** is, amihez a kempingek összefogásán, edukálásán keresztül érhetjük el a közvetlen foglalások arányának növelését. De jobb értékmegragadást tesz lehetővé egy **feszes költségszerkezet** is, aminek alapját megfelelő **adatmonitoring** kell, hogy képezze.

5.)Szezonalitás

A turizmus – jellegéből fakadóan – **szezonális iparág**. Az erre adható három alapvető stratégiai reakció – az alkalmazkodás, az alakítás és az elkerülés – közül **a kempingezés elsősorban az alkalmazkodásban erős**.

Az európai kempingek esetében a szezonális jelleg a turizmus számos más ágához képest még erősebben jelentkezik, mivel **a kempingek kiemelten kitettek az időjárási hatásoknak.** Ez nemcsak az éves keresleti ciklusokat, hanem a rövid távú, akár napi szintű keresletingadozásokat is jelentősen befolyásolja. A hatást tovább erősíti, hogy a turizmus más szegmenseihez képest a rugalmassága és kötetlensége miatt közkedvelt kempingturizmusban **magasabb a beeső („walk-in") vendégek aránya (jellemzően 25–30%),** akik elsősorban kedvező időjárás esetén jelennek meg, illetve az időjáráshoz alkalmazkodva utaznak kempingről kempingre.

A szezonalitásra adott stratégiai válaszok közül az alakítás ezért jelentős korlátokba ütközik. **Az éves ingadozások mérsékelt csökkentése lehetséges és fontos cél, de a kempingezés szabadtéri jellege, az utazási és foglalási szokások és a magas „walk-in" arány korlátozzák ennek lehetőségeit.**

Ugyanakkor a kempingek rendkívül erősek a szezonalitáshoz való alkalmazkodás képességében. Ez a turizmus más ágazataihoz viszonyítva nemcsak jelentős versenyelőnyt jelent, hanem a szektor rezilienciájának egyik legfontosabb pillére, valamint makrogazdasági szerepének egyik meghatározó eleme is.

A kempingek ugyanis nagyfokú rugalmassággal képesek alkalmazkodni a kereslet ingadozásaihoz. Ezt fizikailag az teszi lehetővé, hogy működésük döntően téralapú, viszonylag alacsony épületaránnyal, így **kapacitásuk és infrastruktúrájuk nagyságrendekkel rugalmasabb**, mint más turisztikai szegmenseké. **Költségszerkezetükben a fix költségek aránya** a szállodákéhoz képest töredékes. Az **üzembezárási pont alacsony**, miközben **egy további vendégéjszaka kiszolgálásának határköltsége szintén minimális**.

Éppen ezért a szezonalitás csökkentésére irányuló törekvések során kiemelt figyelmet kell fordítani arra, hogy ez a stabilitást és versenyelőnyt biztosító alkalmazkodóképesség ne sérüljön. Különösen fontos elkerülni azokat a meggondolatlan beruházásokat, illetve ösztönzésüket, amelyek kedvezőtlenül módosítanák a költségszerkezetet. Az alacsony üzembezárási pont jelentős stratégiai mozgásteret biztosít, ennek megőrzése pedig elsőbbséget kell élvezzen minden olyan törekvéssel

szemben, amely kizárólag a szezonalitás mérséklését célozza. Törekedni kell olyan rugalmas jogszabályi keretek kialakítására, amelyek biztosítják a szezonális munkaerő hatékony foglalkoztatását, miközben megfelelő kiszámíthatóságot és biztonságot nyújtanak valamennyi érintett számára.

Mellékletek: Szakterületi stratégiák

1. sz. Melléklet: A szakterületi stratégiák közös célrendszere

Az egyes szakterületi stratégiák eltérő beavatkozási területeket fednek le, végrehajtásuk azonban közös ágazati célokat szolgál. **Az alábbi horizontális célok a stratégiai keretrendszer és a részstratégiák közötti kapcsolatot rögzítik.** Nem önálló intézkedéseket és nem fontossági sorrendet jelölnek: teljesülésük több szakterület összehangolt működését igényli.

- **A kempingturizmus gazdasági és intézményi súlyának érvényesítése.**
  A kempingturizmus tényleges térségi, turisztikai és gazdasági jelentőségének megfelelő megjelenítése a turizmuspolitikai döntéshozatalban, a szabályozásban, a finanszírozási és támogatási rendszerekben, valamint az oktatásban és a szakmai utánpótlás fejlesztésében.
- **Versenyképes és diverzifikált kínálati szerkezet kialakítása.**
  A kempingágazat befektetővonzó képességének javítása, az integrált értékláncok fejlődésének támogatása és a magyar turisztikai kapacitások diverzifikálása. Új kempingek és kapacitások létrehozása ott indokolt, ahol azt a térségi adottságok, a kereslet és a gazdaságilag fenntartható működés egyaránt alátámasztja.
- **Inkluzív és hozzáférhető kempingkínálat fejlesztése.**
  Az eltérő hozzáférési igényű vendégek számára ténylegesen használható, foglalható és megbízhatóan bemutatható kempingkínálat bővítése. A fejlesztésnek nem elszigetelt akadálymentes elemek létrehozására, hanem a szállásegység vagy parcella, a kapcsolódó infrastruktúra, a tartózkodás meghatározó szolgáltatásai és a vendégtájékoztatás együttes használhatóságára kell irányulnia. A megvalósítás során a piaci keresletet, a helyszíni adottságokat és a gazdaságilag fenntartható működést egyaránt figyelembe kell venni.
- **Minőség-, piac- és értékesítésfejlesztés.**
  A magyar kempingturizmus valós teljesítményére és sokféleségére épülő hazai és nemzetközi pozicionálás, az átfogó minőségfejlesztés, valamint a digitális láthatóság, foglalhatóság és értékesítési versenyképesség erősítése. A fejlesztésnek nem egységes kínálat létrehozására, hanem az eltérő üzleti modellek és vendégigények következetes, megbízható megjelenítésére kell irányulnia.

- **Adat- és tudásalapú ágazati működés megteremtése.**

  A szakpolitikai, önkormányzati, szövetségi és üzemeltetői döntésekhez szükséges adatok hozzáférhetőségének, minőségének és kempingspecifikus értelmezhetőségének javítása. Ehhez kapcsolódik az üzemeltetői tudás fejlesztése, a tagok oktatási, tanácsadási és szakmai támogatása, valamint a jó gyakorlatok szervezett megosztása.

- **Az ágazati és vállalkozási reziliencia erősítése.**

  A gazdasági, társadalmi, technológiai, környezeti és fogyasztói változásokhoz való alkalmazkodóképesség javítása, a kempingek rugalmas kapacitásszerkezetének megőrzése és tudatos hasznosítása. A szezonalitás kezelését és az esetleges szezonhosszabbítást az egyes üzleti modellek, a tényleges kereslet és a működés gazdasági feltételei alapján kell értékelni; a szezonhosszabbítás nem válhat öncélúvá, és nem mehet a reziliencia vagy a rugalmas kapacitáskezelés rovására.

- **Fenntartható és hosszú távon működtethető ágazati fejlődés.**

  A környezeti és fenntarthatósági követelményekhez való alkalmazkodás, az energia- és erőforrás-hatékonyság javítása, valamint a természeti és infrastrukturális adottságok hosszú távú használhatóságának megőrzése. A fenntarthatósági szempontokat a beruházási, üzemeltetési, szabályozási és támogatási döntésekben egyaránt érvényesíteni kell.

2. sz. Melléklet: Intézményi és szabályozási keretek területe

Partneri együttműködések, szövetségek szerepe

A Magyar Kempingszövetség a leghatékonyabban akkor tud fellépni az ágazat érdekeinek képviseletében, a turizmus szabályozási és intézményi keretének módosítása érdekében, ha ezt nem egyedül teszi, hanem együttműködve más szakmai és érdekképviseleti szervezetekkel, illetve az ágazat más szereplőivel, más érdekeltekkel. Ezért első lépésként mindent meg kell tenni ezeknek a partnerségeknek a kialakításáért, majd jelentős energiákat kell fordítani fenntartásukra.

A kemping fogalma

Javasoljuk a jogi fogalom kor igényeinek megfelelő újradefiniálását és felsőbb szintű jogszabályban való elhelyezését.

Jelenlegi fogalom, azaz a 239/2009. Korm. r. 2.§ 4. pontja:

- „kemping: az a kizárólag szálláshely-szolgáltatás folytatása céljából létesített, külön zárt területen működő szálláshelytípus, amelyben szállás céljából a vendégek és járműveik számára elkülönült területet (a továbbiakban: területegység), illetve üdülőházat (a továbbiakban együtt: lakóegység) és egyéb kiszolgálólétesítményeket és szolgáltatásokat [így különösen: tisztálkodási, mosási, főzési, egészségügyi célokat szolgáló vizesblokk, energiaellátás, digitális információ (WIFI), portaszolgálat] biztosítanak, és amely legalább kilenc lakóegységgel rendelkezik”.

A jelenlegi szabályozás legtöbb fogalmi elemét helyesnek tartjuk. Indokolt azonban a lakóegység fogalmát definíciószinten kibővíteni az informális szállástípusokkal és legfőképpen a mobilházzal, mivel ez utóbbi – nemzetközi viszonylatban is – kiemelkedően fontos része lett a kempingeknek, mintegy felváltva és magasabb szolgáltatási szintre emelve a telepített lakókocsikat.

Felül kell vizsgálni a legalább kilenc lakóegységben meghúzott határt is. Amennyiben ezt a szállásadó nem éri el, elvileg nem lehet kemping. De sok esetben más kategóriába sem kerülhet (mert például az egyéb szálláshely definíciójának alapja egy épület). Ennek az ex-lex állapotnak, illetve a lakókocsis megállóhelyek (stellplatz) szabályozatlanságának eredménye egy szolgáltatók, önkormányzatok,

vendégek számára is kaotikus helyzet. Egy új fogalom bevezetése tekintettel kell, hogy legyen a lakókocsis megállóhelyek (ld. később) intézményére is.

Javaslatunk a fogalom, azaz a *239/2009 (X.20.) Kormányrendelet 2.§ 4. pontjának* pontosítására:

- *„Kemping: A kemping olyan, természetközeli szálláshely-szolgáltatási forma, amely folyamatosan, szezonálisan vagy ideiglenesen működve a vendégek, járműveik és saját szállásegységeik számára sátorhely, parcella vagy egyéb formában területet (a továbbiakban: területegység), vagy a szolgáltató által biztosított szállásformát – így különösen sátrat, üdülőházat, mobilházat, telepített lakókocsit, jurtát, glamping egységet vagy más, szabályozott informális szállástípust (a továbbiakban együtt: lakóegység)-, továbbá közösségi, műszaki, higiéniai, rekreációs és turisztikai szolgáltatásokat biztosít."*

Ehhez a fogalomhoz hozzá tartozik az „ideiglenes kemping" is. Jelenleg is megfigyelhető, hogy egyes frekventált turisztikai attrakció esetében egy adott – jellemzően egyéb időszakban kevéssé frekventált – területen a szálláshely-szolgáltatás iránti igény többszörösére nő. Ilyenek a különféle fesztiválok például. Ezek egy része azt a megoldást választja, hogy kempingként nyilvántartásba veteti magát, de csak egy hétig működik. A problémát az jelenti, hogy ebben az esetben ugyanazok a szabályok vonatkoznak rá (NTAK stb.), mint a hagyományos módon működő kempingekre.

Rugalmas szabályozás, egységes eljárási keretek

A kempingek jellegükből fakadóan, lokációhoz való erős kötődésük révén sokfélék, egyediek. Ez a színesség nemcsak versenyelőny, hanem jelentős makrogazdasági tényező is. Igaz, hogy a fragmentáltság értékvesztéshez, értékszivárgáshoz vezet, de a **kempingek számára kialakítandó egységes keretrendszer nem vezethet standardizáláshoz.** Ezért kell a szabályozási kereteket úgy kialakítani, hogy a kempingek rendszerét egy irányba terelje, az eltérő adottságú és érdekű szereplők tevékenységének összehangolását alapítsa meg, de a sokféleséget ösztönözze, ne akadályozza. Az **eljárások lehetőség szerinti standardizálása ne jelentse a szabályok megmerevítését, azok maradjanak rugalmasak.**

Informális szálláshelyek építésjogi problémái

Az informális szálláshelyek építésjogi problémái ebben a körben különösen nagy súllyal bírnak. Jellegükből adódóan ezek a szálláshelyek nem egységesek, folyamatosan alakulnak a vendégigényeket követve, és nem sorolhatók be súrlódások nélkül az építésjog rendszerébe. Sok

esetben még az ingatlan tulajdonjoga is eltér az informális szálláshely tulajdonától, legyen az akár ingó, akár ingatlan. A fogalmak nem egységesek, használatuk nem koherens.

Jelenleg kiemelten a mobilházak kérdésköre bír nagy jelentőséggel.

A mobilházak szerepe, a szabályozási javaslat céljai

A magyar jogrendszer jelenleg nem tartalmaz egységes, egyértelmű szabályozást a mobilházakra. A mobilházaknak két főbb vetülete ismert: egyrészt az életvitelszerű magánlakás kialakítása (ennek részletezését mellőznénk), másrészt a turisztikai szempontú szálláshelyszolgáltatás.

A mobilházak használata a kempingturizmusban a minőségi ugrás jele, magas szolgáltatási szintet takar. Olyan vendégszegmenseket csábít az országba és egyes desztinációkba, amelyeket más szállástípusok nem tudnak elérni. **A kempingeknek egyre inkább alapvető tartozéka tehát a mobilház és az egyéb informális szálláshely kategóriák.**

A nyári vakáció legfőbb haszonélvezői a tágabb térségünkben a horvát és olasz kempingek. Ez a versenyhelyzet egyértelműen mind minőségi, mind mennyiségi kérdés. A **magyar nyári turisztikai volumen növelése érdekében** (mind az eltöltött szálláséjszakák, mind az elköltött pénzmennyiség vonatkozásában) **szükségesnek tartjuk a mobilházak jogi helyzetének rendezését.**

A jelenlegi magyar építési szabályozás nem rendelkezik teljesen egyértelműen a mobilházakról. Sem a fogalom maga, sem besorolása magasabb szintű kategóriákba, sem a telepítésük esetén alkalmazandó eljárás nem egyértelmű.

Ugyanakkor több helyi építési szabályzat korlátozza, vagy egyenesen tiltja a mobilházak telepítését. Ennek a célja egyetlen esetben sem a kempingekben elhelyezett mobilházak alkalmazásának korlátozása, hiszen arra, hogy a kempingekben a mobilházak rendezetten és megfelelően kerüljenek elhelyezésre, bőven megfelelnek az építési jogszabályok egyéb rendelkezései (mint például a zöldterületi mutató, beépítettségi százalék), a mobilházak gyártási szabványai, továbbá a szálláshelyek engedélyezésére és üzemeltetésére vonatkozó előírások. Céljuk jellemzően a kisebb telkeken elhelyezett, magánházként funkcionáló, szabályozatlan, a településképet sok esetben romboló, mindenféle engedélyezési eljárás nélkül telepített mobilházak elszaporodásának megakadályozása.

Éppen ezért fontosnak tartjuk, hogy **a szabályozás a kempingekre nézve egyértelműen a mobilházak ésszerű, turisztikai és nemzetgazdasági szempontból hasznos és fontos használatát sem szándékosan, sem szándékolatlanul ne akadályozza, a kempinget üzemeltető személyek ne**

szembesüljenek állami versenykorlátozással – ami jelenleg mind a külföldi, mind a Balaton térségétől eltérő helyen található kempingekkel szemben fennáll. A Balaton térségében ugyanis jelenleg a BATÉK rendelkezik a kérdésről (ld. később).

A szabályozás során figyelembe veendő legfontosabb szempontok:

- Szabályozatlan, településképet romboló, kisebb méretű telkeken megjelenő, különböző célra használt mobilházak szabályozásának és tiltásának lehetőségét nem szabad megkérdőjelezni;
- A kempingek számára a versenyképességet és a fejlődést biztosító, színvonalas és környezeti, társadalmi terhelésben fenntartható szállásforma használatát biztosítani kell;
- A szálláshely-szolgáltatási céllal használt mobilházak esetében gyors reakcióidőt kell megőrizni, hosszas eljárások komoly károkat okoznak;
- Az építési engedélyezési eljárások nem csak lassúak, hanem a mobilházak kezelésére alkalmatlanok is, hiszen nem egy szabványos késztermékre íródtak, ezért semmiképpen nem használhatóak;
- Mivel a minőség biztosítása a gyártás, a tanúsítás, és a szálláshelyek engedélyeztetése és üzemeltetése során is megjelenik, minden felesleges adminisztrációs terhet el kell kerülni;
- A mobilházak valós természetét kell, hogy tükrözze a szabályozás (mobil, nem rögzített, bármikor károsodás nélkül elmozdítható, késztermék, nem építmény stb.)

Jelenleg hatályos szabályok

TÉKA

A 280/2024. (IX. 30.) Korm. rendelet a településrendezési és építési követelmények alapszabályzatáról (továbbiakban: TÉKA) a mobilházakat nem definiálja. Mindössze a 60.§ (11) bekezdésében rendelkezik a mobilházakról, a következőképpen:

> „Ha a helyi építési szabályzat szigorúbb előírást nem állapít meg, a telken – kivéve a kemping területét – szálláshely szolgáltatásként lakókocsit, lakóautót, kerékkel rendelkező mobilházat és sátrat elhelyezni úgy szabad, hogy azok legfeljebb 40 m^2 területet foglalhatnak el egységenként, és a telek megengedett beépítési százalékán túl – a telek minimális zöldfelületének megtartása mellett – az elfoglalt terület nem haladhatja meg a fennmaradó szabad terület 35 százalékát.”

Maga **a szabályozás iránya megfelelő, de a mobilházat nem definiálja, és** a 60. § (11) bekezdés abból a szempontból **pontatlan**, hogy a mobilházak jelentős része, az újabb gyártmányoknak pedig döntő része nem rendelkeznek kerekekkel.

BATÉK

A 287/2025. (VIII.27.) Korm. rendelet a Balaton vízparti területeinek területfelhasználási követelményeiről (továbbiakban: BATÉK) 15. § (1) bekezdésének 2. pontja **definiálja a mobilház fogalmát:**

> „a felhasználás helyszínére szállított vagy ott összeszerelt, jellemzően, de nem kizárólagosan közműre csatlakoztatható, falakkal határolt, a légtér megváltoztatásával, huzamosabb emberi tartózkodás vagy tárolás céljából a területen elhelyezett azon épület, amely szerkezeti károsodás nélkül elmozdítható, szállítható, más helyszínen telepíthető, de rendeltetésszerű használata során helyhez kötött."

Ez a rendelkezés azonban jelenleg **csak erre a szakaszra ad definíciót**, tehát a jogalkotó sem tekintette általános meghatározásnak.

A mobilházak telepítéséről pedig a BATÉK 15.§ (2)-(4) bekezdései rendelkeznek:

> „(2) Mobilház és telepített lakókocsi a Balaton vízparti területein – a (3) és (4) bekezdésben meghatározott előírások figyelembevételével – kizárólag a szárazulaton helyezhető el
>
> a) különleges kempingterületen, amennyiben azt a helyi építési szabályzat nem zárja ki, és
>
> b) azon építési övezetben, övezetben, ahol azt a helyi építési szabályzat kifejezetten megengedi.
>
> (3) A beépítetlenül megőrzendő parti területsávon belül mobilház és telepített lakókocsi nem helyezhető el.
>
> (4) A mobilház és telepített lakókocsi a telek beépített területébe beleszámít."

A BATÉK tehát már **ismeri és elismeri, hogy a mobilházak kempingekben megfelelő szerepet töltenek** be.

Módosítási javaslat

Javasoljuk tehát a mobilház alábbi, a BATÉK példájára alapuló definíciójának beiktatását a TÉKA rendszerébe:

> *„mobilház: a felhasználás helyszínére szállított, jellemzően, de nem kizárólagosan közműre csatlakoztatható, falakkal határolt, a légtér megváltoztatásával, huzamosabb emberi tartózkodás vagy tárolás céljából a területen elhelyezett olyan késztermék, amely szerkezeti károsodás nélkül elmozdítható, oldható közműcsatlakozással rendelkező, szállítható, más helyszínen telepíthető, de rendeltetésszerű használata során helyhez kötött, azonban a talajhoz nincs rögzítve."*

Javasoljuk továbbá a TÉKA fenti 60.§ (11) bekezdését módosítani

Egyrészt a „kerékkel rendelkező" szavak törlését a mobilház szó előtt:

> *„Ha a helyi építési szabályzat szigorúbb előírást nem állapít meg, a telken – kivéve a kemping területét – szálláshely szolgáltatásként lakókocsit, lakóautót, ~~kerékkel rendelkező~~ mobilházat és sátrat elhelyezni úgy szabad, hogy azok legfeljebb 40 m^2 területet foglalhatnak el egységenként, és a telek megengedett beépítési százalékán túl – a telek minimális zöldfelületének megtartása mellett – az elfoglalt terület nem haladhatja meg a fennmaradó szabad terület 35 százalékát."*

Másrészt az egyértelműség érdekében a javasoljuk **a 60.§ kiegészítését az alábbiakkal**:

> *„A mobilház, sátor, lakóautó, lakókocsi vagy egyéb hasonló rendeltetésű építmény és jármű a működési engedéllyel rendelkező kemping területén szálláshelyszolgáltatási célból elhelyezhető."*

A BATÉK 15.§ (2) bekezdésében véleményünk szerint szükséges annak kimondása, hogy mobilház a kemping övezet területén elhelyezhető. Természetesen az említett korlátozások (beépített terület, szárazulat, 30 méteres parti sáv megőrzése) figyelembevételével és megtartásával.

Adminisztratív terhek racionalizása

A kempingek létesítése és üzemeltetése során **számos terület jogi előírásait** kell figyelembe venni (építésügy, munkajog, munkabiztonság, közegészségügy, környezetvédelem, vízügy, fogyasztóvédelem, tűz- és villámvédelem, szerzői jog, adójogszabályok, stb). Bár ez igaz a turizmus

egészére, a kempingek esetében sokszor hatványozottan jelentkezik. Összességében már ezek jelentős terhet rónak az ágazat szereplőire.

A Magyar Kempingszövetség részéről ezért **folyamatos nyomon követésre, és a tagokkal való folyamatos kapcsolattartásra** van szükség annak érdekében, hogy a szűk keresztmetszetet, irreális terhet jelentő előírásokat azonosítani tudjuk. Ide kell érteni a lehetséges jogszabálymódosítások figyelemmel kísérését is.

Törekedni kell minden, **kempingeket érintő jogszabály esetében** a társadalmasításban való részvételre, az iparág érdekeinek lehetőségeinkhez mérten történő képviseletére. Igyekezni kell elérni a versenyhátrányt jelentő, vendégértéket nem teremtő előírások módosítását.

Ide tartozik az is, hogy a jogszabályok lehetővé tegyék a teljesen automatizált működés bizonyos feltételekkel való alkalmazását, jól működi nemzetközi példákra támaszkodva. Ehhez a lakókocsi megállóhelyek helyzetének rendezésén kívül szükség lenne arra is, hogy a kempingek, a lakókocsi megállóhelyek és az üdölőháztelepek is működhessenek „állandó felügyelet nélkül üzemelő szálláshely”-ként (a 173/2003. Korm. rendelet 3.§ (3) bekezdés a) pont.

Minősítési rendszer

Álláspontunk szerint a szálláshelyekre vonatkozó minősítési rendszer kempingeket érintő része a digitalizáció terjedése és átalakulása miatt minimális modernizálásra szorul.

Megemlítjük itt is, hogy amennyiben a lakókocsi megállóhely kategória bevezetése a minősítést érintő módon történne, a szabályok több pontot érintő módosítása válhat szükségessé.

Javasoljuk tehát a 40/2025. (III. 11.) Korm. rendelethez tartozó 5. melléklet módosítását.

Lakókocsi Megállóhely (stellplatz) kérdés

A lakókocsi megállóhelyek szerepe, jelentősége

A „stellplatzok”, azaz lakókocsi megállóhelyek hálózata Európában és Magyarországon egy nagy forgalmú, növekvő ágazat. **Magyarországon jelenleg szabályozatlan és nem része a turizmus rendszerének.** Olyan turisztikai termék, mely más szálláshely által ki nem elégíthető igényeket és vendégszegmenseket fed le. Az ágazat **jelentős potenciállal** rendelkezik, és több szereplő számára belépési kaput nyitna a turizmus iparágába.

A **nemzetközi szabályozási megoldások áttekintése után** mi a kifejezetten jól működő és fejlett osztrák, horvát, szlovén teljesen integrált modell átvételét javasoljuk. Ezekben az országokban a megállóhelyek a turisztikai szálláshelyek részét képezik szabályozási, adózási, és statisztikai szempontból.

A „stellplatzra" nincs is kiforrott magyar szó. Ez gyakorlatilag egy engedélyezett megállóhely lakókocsik és lakóautók számára. **A stellplatz (lakóautó- és lakókocsi-megállóhely)** olyan kijelölt, önálló vagy turisztikai létesítményhez kapcsolódó terület, amely lakóautók és – ahol ezt az üzemeltető lehetővé teszi – lakókocsik rövid idejű tartózkodására szolgál, és a biztonságos és szabályos tartózkodáshoz, esetleg az áram- és ivóvíz-vételhez, a szennyvíz- és hulladékkezeléshez szükséges alapinfrastruktúrát biztosítja.

A lakókocsi megállóhelyek hálózata, a kempingek hálózatával kiegészítve lehetővé tenné:

- hogy a vendégek olyan desztinációkra is eljussanak, amelyek az eddigi főbb áramlatokból kimaradtak;
- hogy egyes attrakciók kínálatukat lakókocsi megállóhellyel bővítve új célcsoportokat szólítsanak meg;
- hogy egyes szolgáltatók, desztinációk a szezonalitás kezelésének új eszközéhez jussanak;
- hogy Magyarország a külföldi lakóautós vendégek számára hosszú távon vonzó desztináció maradjon;
- hogy az áthaladó lakóautós forgalmat lelassítva annak hasznaiból Magyarország nagyobb arányban részesüljön;
- hogy az egyes attrakciók, szolgáltatók, látnivalók egységes kínálatba foglalásával új turisztikai termékek jelenjenek meg a piacon;

összességében a lakóautós, lakókocsis kínálat fejlődését minden szempontból és irányban.

Ezáltal nagyságrendet növekedhetne a magyarországi lakókocsis és lakóautós turizmus – főleg a külföldi turisták körében. Ennek a rendszernek további eredménye lenne a kempingek iránti kereslet növekedése, hiszen a jó infrastruktúrával rendelkező kempingek a megállóhelyekkel egy hálózatot képezve egymást erősítő potenciállal rendelkeznének.

A lakókocsi megállóhelyek szabályozási háttere, illetve annak hiánya

A **Magyarországon jelenleg is nagy számban működő lakókocsis megállóhelyek – annak ellenére, hogy egyértelműen turisztikai funkciót töltenek be – lényegében kívül maradnak a turizmus szabályozási körén.** Jellemzően parkolóként, vagy teljesen ex lex állapotban, feketén működnek.

Teszik azt annak ellenére, hogy egyértelműen egyes lokációk a parkolóhoz képest jóval kiépítettebb infrastruktúrával rendelkeznek. (25 vagy ezt meghaladó számú „parkolóhely", körbekerített telek, vízvételezési lehetőség, áram, szürke- és/vagy feketevíz leeresztési lehetőség, főzési lehetőség, közösségi tér, és ennek megfelelő marketing és értékesítés).

A lakókocsik és lakóautók természetesen a közlekedésnek is meghatározó résztvevői. Ezen a területen helyzetük azonban rendezett: a KRESZ előírásai, az autópályadíjak, a biztosításokra, tulajdonra, használatra vonatkozó szabályok egyértelműek. Mi a kérdésnek csak a turisztikai vonatkozásait vizsgáljuk, mert itt érzékelünk szabályozási hiányosságot és turisztikai potenciált.

Kereskedelmi törvény:

- A 2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről (továbbiakban: Ker.tv) a 2.§ 22. pontjában az alábbiak szerint definiálja a szálláshely fogalmát: *„szálláshely-szolgáltatás folytatása céljából létesített vagy használt épület, önálló rendeltetési egységet képező épületrész vagy terület, valamint szálláshely-szolgáltatás folytatása céljából, bérbeadás keretében hasznosított, a víziközlekedésről szóló 2000. évi XLII. törvény 87. § 29a. pontja szerinti nyaralóhajó."*

- Ugyanitt, a 2.§ 23. pontjában találjuk a szálláshely-szolgáltatás definícióját: *„üzletszerű gazdasági tevékenység keretében rendszerint nem huzamos jellegű, éjszakai ott-tartózkodást, pihenést is magában foglaló tartózkodás céljára szálláshely nyújtása és az ezzel közvetlenül összefüggő szolgáltatások nyújtása."*

- **A Ker. tv. szálláshely, illetve szálláshely-szolgáltatás definíciója tehát véleményünk szerint lefedi a lakókocsi megállóhelyeket, illetve szolgáltatásaikat is. Tehát ez alapján a lakókocsi megállóhelyek szálláshely-szolgáltatást nyújtanak.**

- Így alkalmazható a Ker.tv 6/D- §-a is, a szálláshely-szolgáltatási tevékenység általános feltételeiről is.

- Sajnos azonban az alacsonyabb rendű jogszabályokban a lakókocsi megállóhelyek már nem szerepelnek, így a Ker.tv-ben írtak a lakókocsi megállóhelyek esetében nem végrehajthatóak.

Alacsonyabb rendű jogszabályok

A szálláshely-szolgáltatást, illetve szálláshely-minősítést szabályozó alacsonyabb rendű jogszabályok azonban nem említik a lakókocsi megállóhelyeket. A 239/2009. (X.20.) Korm. rendelet a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről nem szabályozza a lakókocsi megállóhelyeket, ebből

kifolyólag pedig a 40/2025. (III.11.) Korm. rendelet a szálláshely-minősítési eljárásról és a minősítés követelményrendszeréről sem.

TEÁOR

A KSH (https://www.ksh.hu/teaor_menu) alapján az 55.30 TEÁOR szám alatt definiált „Kempingszolgáltatás" alá ugyanakkor ismét jól illeszkednek a megállóhelyek, hiszen a leírás alapján a szakágazatba tartozik:

> *„- a rövid időtartamú tartózkodás céljából érkező látogatók számára kempingben, kamionparkban, szabadidős táborban, horgász- és vadásztáborban nyújtott szálláshely-szolgáltatás*
>
> ***- a parkolóhely és a hozzá kapcsolódó közüzemi szolgáltatás biztosítása lakókocsik részére***

Ebbe a szakágazatba tartozik még:

> *- a menedék vagy táborhely (bivakszállás) biztosítása sátrakhoz vagy hálózsákokhoz*

Ebbe a szakágazatba tartozik - magyar kiegészítés:

> *- a nomád táborhely*
>
> *- a téliesített bivakszállás*
>
> *- a gyermekek napközis táboroztatása rekreációs és szabadidős céllal*"

A TEÁOR és a szálláshely-szolgáltatók NTAK regisztrációjára vonatkozó előírások eltérése jó eséllyel jelentős részben magyarázhatja is, hogy miért mutat ki az NTAK 180 (2026-os adat), a KSH pedig 285 (2025-ös adat) kemping szolgáltatót.

Álláspontunk szerint ez a helyzet orvosolandó, mivel **ezekre a helyekre a fentiek** (Ker.tv, KSH, TEÁOR) **ellenére nem vonatkoznak:**

- a szálláshelyekre vonatkozó minősítési és nyilvántartási követelmények,
- -az NTAK-adminisztráció,
- a minőségbiztosítási és biztonsági előírások,
- a turizmus fejlesztési hozzájárulás megfizetésének kötelezettsége,
- helyi idegenforgalmi adó beszedésének feladata,
- az egyéb, a szálláshelyek működtetésére vonatkozó előírások.

Ez nemcsak versenytorzító hatással bír, hanem minőségbiztosítási, biztonsági, környezetvédelmi, fenntarthatósági kérdéseket is felvet. Sok esetben ráadásul jogkövető szolgáltatókat visszatart megállóhely létesítésétől az, hogy nem találnak szabályos, megnyugtató megoldást.

Összességében tehát **a lakókocsi megállóhelyek, mint szálláshelytípus bevezetése:**

- a fent leírtak alapján növelné a turisztikai iparág potenciálját,
- annak egyértelmű kimondásával pedig, hogy ezek a szálláshelyszolgáltatás rendszerébe tartoznak, segítené az ágazat további fehérítését,
- lehetővé tenné a statisztikai adatok pontosítását.

Javaslatunk

Javasoljuk **bevezetni a „lakókocsi megállóhely" fogalmát és intézményét a turizmus jogi rendszerébe**.

A szabályozás során figyelembe veendő legfőbb szempontok:

- a szálláshely funkció teljeskörű elismerése és szabályozása,
- egyszerű nyilvántratásbavételi, engedélyezési eljárás, hogy a legkisebb méretű szolgáltatók számára se jelentsen ez jelentős terhet,
- teljeskörű automatizáció lehetővé tétele a működés során.

A megállóhely definíciója

Első lépésként **javasoljuk az alábbi definíció elhelyezését a 239/2009. (X.20.) kormányrendelet 2. §-ban:**

> ***„A lakókocsi-megállóhely olyan, lakóautók és lakókocsik rövid idejű, legfeljebb 48 óra időtartamú tartózkodására szolgáló, kijelölt és nyilvántartott szálláshely, amely biztosítja a járművek és azok használatához kapcsolódó, jogszabályban meghatározott alapvető higiéniai, hulladékkezelési, szennyvízkezelési, vendégazonosítási, adatszolgáltatási és üzemeltetési feltételeket. A lakóautó- és lakókocsi megállóhely önálló létesítményként, vagy más turisztikai, közlekedési, kereskedelmi vagy rekreációs létesítmény részeként is kialakítható."***

Ez a megoldás egyértelművé tenné, hogy a lakókocsi megállóhelyek esetében szálláshelyszolgáltatásról van szó, tovább vinné a magasabb rendű jogszabályok logikáját, és világos

szabályozási keretrendszerbe integrálná a lakókocsi megállóhelyeket. A többi szálláshelyhez hasonlóan rendezné a jegyző hatósági szerepét is. (239/2009. (X.20.) Korm. rendelet 3.§).

Integráció a szálláshelyek engedélyezési és minősítési rendszerébe

A lakókocsi megállóhelyek hálózatának integrációjára a szálláshelyek engedélyezési és minősítési rendszerébe **három lehetséges módját látjuk**, és mindegyik részletei alapos megfontolást igényelnek.

a.) Önálló, új szállástípus, mely teljes mértékben integrálódik a többi szállástípus esetében alkalmazott rendszerhez

Ebben az esetben a lakókocsi megállóhely a szállodához, kempingekhez, panziókhoz stb. hasonlóan önálló szálláshelytípusként jelenne meg, saját kritériumrendszerrel a 40/2025 (III.11.) kormányrendeletben. A szálláshely-minősítési eljárás a többi szállástípus esetében megszokott módon zajlana.

Előnyök:

A teljes integráció külső szereplők számára könnyebben áttekinthetővé tenné a rendszert.

Hátrányok:

- A minősítés szabályozása számos helyen igényelné a 40/2025 (III.11.) kormányrendelet apró módosítását.

- A szabályozás logikája a 40/2025 (III.11.) kormányrendelet 2.§ 2. pontjában expressis verbis is leírtan a szálláshelyek besorolására 1-5 csillag között („minősítési kategória”) épít. Nagyon nehéz, szinte lehetetlen, de mindenképpen felesleges lenne a megállóhelyek típusára megállapítani a minősítési kategóriákat.

- A lakókocsi megállóhelyek nagyon kis méretű szálláshelyszolgáltatók, erejük a hálózatukban rejlik. Egy kis szereplőnek aránytalan terhet jelent a más szállástípusoktól joggal elvárt engedélyezési és minősítési eljárás.

- A lakókocsi megállóhelyek egyszerűségükből fakadóan könnyen áttekinthetők, minősíthetők, ellenőrizhetők, nincs szükség bonyolult leírásokra és eljárásokra.

b.) A ”kemping” szállástípussal összevont kategóriaként kezelni a lakókocsi megállóhelyeket

Ez a megoldás nem hozna létre új szállástípust a 40/2025 (III.11.) kormányrendeletben, hanem a „Kemping” szállástípus „Kemping és lakókocsi megállóhely” szállástípusként együtt kezelné.

Ebben az esetben mindenképpen a minősítési kategóriák átalakítására lenne szükség. Ezt két módon lehetne megtenni:

- az egy csillagos kempingek kategóriáját kibővítve, átalakítva beilleszteni ide a megállóhelyeket is, létrehozni tehát a következő kategóriákat:

  1* kemping és lakókocsi megállóhely

  2* kemping

  3* kemping

  4* kemping

  5* kemping

  (Az egy- és kétcsillagos kempingek közt az elhatárolást mindenképpen markánsabbá kellene ebben az esetben tenni.)

- külön minősítési kategóriaként jelenne meg a lakókocsi megállóhely:

  lakókocsi megállóhely

  1* kemping

  2* kemping

  3* kemping

  4* kemping

  5* kemping

  (Ebben az esetben érvényesülne az az igen fontos szempont, hogy bár azonos szállástípus alá kerültek, mégsem egyezik a kemping és a megállóhely.)

Előnyök:

- Jól áttekinthető marad a szállástípusok rendszere, nem kivétellel gyengítjük a rendszert.

Hátrányok:

- Elmosódna a kemping és a megállóhely közti jelentős különbség. Attól, hogy mind a kettőt lakóautósok használják, még két radikálisan eltérő szolgáltatásról van szó.

- A minősítés szabályzása számos helyen igényelné a 40/2025 (III.11.) kormányrendelet módosítását.
- A kempingeknél és egyéb szállástípusoknál működő 5 csillagos rendszerbe csak nagyon erőszakolva lehet a megállóhelyeket beilleszteni.

c.) Különleges szabályozású szálláshely

Ez, a nyaralóhajók szabályozásának mintáját követő változat tűnik minden szempontból **a legideálisabb** megoldásnak.

A **239/2009. (X.20.) kormányrendelet 4.§ (3) bekezdése alapján a nyaralóhajó-szálláshelynek az 1. melléklet szerinti követelményeknek kell megfelelnie.** Ezeket nem is nevezi minősítési kritériumoknak, és csak egy nagyon egyszerű követelményrendszert találunk, kategóriák nélkül. Ennek megfelelően a 239/2009. (X.20.) kormányrendeletben előírt minősítési eljárást részletesen szabályozó 40/2025. (III.11.) kormányrendeletben nem is találunk semmit a nyaralóhajókról. Nem említi a 40/2025. (III.11.) kormányrendelet 1-6. mellékletei közt leírt minősítési követelmények között, sőt, a normaszövegben a „nyaralóhajó” szó sem jelenik meg.

A 239/2009. (X.20.) kormányrendelet 4.§- alapján szálláshely-üzemeltetési tevékenység csak olyan, a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központban regisztrált szálláshelyen folytatható, amely megfelel azon szálláshelytípus szerinti minőségi, műszaki és szolgáltatási követelményeknek, amely tekintetében a szálláshely-szolgáltatási tevékenységet folytatni kívánják. A 4.§ (3) bekezdése külön említi a nyaralóhajókat: „*Nyaralóhajó-szálláshely üzemeltetési tevékenység csak olyan szálláshelyen folytatható, amely megfelel az 1. mellékletben foglalt követelményeknek*.”

Ebből összeállhatna egy koherens, megállóhelyekre is alkalmazható rendszer.

Javaslatunk tehát:

> ***A 239/2009. (X.20.) kormányrendelet kiegészítése egy rövid (5. számú) melléklettel, amely (a nyaralóhajó-szálláshelyhez hasonlóan) leírja a lakókocsi megállóhely követelményeit.***
>
> ***Javaslat a 239/2009. (X.20.) Korm. rendelet kiegészítésére:***
>
> ***Követelmények Lakókocsi megállóhelyhez***

Bejelentési követelmények:

1. A lakókocsi megállóhely befogadóképességének megadása (lakókocsik és személyek száma).

Üzemeltetési követelmények:

1. Ügyelet: a szállásadó vagy megbízottja a helyszínen vagy ügyeleti telefonszám megadásával biztosítja.

2. A megállóhely által biztosított szolgáltatásokra vonatkozó higiéniai előírások betartása.

3. Karbantartás, műszaki állapot ellenőrzése: A szállásadó vagy megbízottja a szükséges, de legalább heti rendszerességgel köteles a lakókocsi megállóhely állapotát ellenőrizni és a szükséges karbantartásokat a lehető leghamarabb elvégezni.

4. A szálláshely-szolgáltató köteles a lakókocsi megállóhelyen jól látható módon feltüntetni a megállóhely nevét, a szolgáltató elérhetőségét, vészhelyzeti elérhetőségeket, a szolgáltatások igénybevételének szabályait és a parkolás rendjét.

5. Az 5. § (3) bekezdésében foglalt szálláshelykezelő szoftver használata.

6. Megfelelő intézkedések bevezetése a tartózkodási idő visszaélésszerű újraindításának megakadályozására.

A 239/2009. (X.20) kormányrendelet 4.§ (3) kiegészítése a „lakókocsi megállóhely" szavakkal.

A 239/2009. (X.20.) kormányrendelet szálláshelyre vonatkozó jogszabályi és hatósági előírások megsértése esetén alkalmazandó jogkövetkezményekről szóló 14.§ (2) bekezdésének kiegészítése egy ponttal: lakókocsis megállóhely esetén 100.000 forint.

Ahhoz azonban, hogy mind a nyaralóhajók, mind a lakókocsi megállóhelyek esetében egyértelmű legyen a szabályozási szándék, azaz ezeknek az informális, különleges sajátosságokkal bíró szálláshelyeknek a rugalmas integrációja a szálláshelyek rendszerébe, **szükség van a következő előírásoknak való megfelelésre:**

- 239/2009. Korm.r. 5.§ (3) bekezdése: általánosan kimondja, hogy szálláshely-szolgáltatás csak érvényes szálláshely-minősítéssel rendelkező szálláshelyen folytatható.

- 239/2009. Korm.r. 6.§ (2) bekezdés e) pont: a bejelentéshez mellékelni kell a szálláshely-minősítő szervezet által kiadott minősítő dokumentumot.
- 40/2025. Korm.r. 10.§ (1) bekezdés: az önértékelés csak az 1–6. melléklet szerinti kritériumrendszer alapján történik, tehát nem is ad lehetőséget a nyaralóhajóknak, illetve adott esetben majd a lakókocsi megállóhelyeknek.

Javasoljuk a 239/2009. Korm.r. 5.§ (3) bekezdés és a 239/2009. Korm.r. 6.§ (2) bekezdés e) pont kiegészítését azzal, hogy a „nyaralóhajó-szálláshelyek és a lakókocsis megállóhelyek kivételével, melyeknek az 1. illetve 5. számú mellékletben írt követelményeknek kell megfelelniük."

Adminisztráció és NTAK adatszolgáltatás

A lakókocsi megállóhelyek esetében kiemelten fontos a teljeskörű automatizáció lehetővé tétele az NTAK adatszolgáltatás kapcsán. **Számos nemzetközi példát látunk egyszerűen használható, automatizált megoldásokra,** melyek egyszerre kezelik a vendégek foglalásait, érkezését, a vendég által igénybevett kiegészítő szolgáltatásokat, a fizetést, és az adatszolgáltatást. Magyarországon is léteznek ilyen megoldások, és fejlesztés alatt is áll megfelelő szoftver. Ezeknek, vagy ezek közül néhánynak az összekötése az NTAK-kal egyszerű informatikai feladat.

Szálláshelytípusok együttes megjelenése

A 239/2009. (X.20.) Korm. rendelet 4.§ (2) bekezdése alapján e**gy szálláshelyen csak egy típusú szálláshely-üzemeltetési tevékenység folytatható.** Ez kizárja azt a lehetőséget, hogy kiegészítő, kínálat-szélesítő, új szegmenseket megszólító, szezonalitást rugalmas kapacitásokkal kezelő szolgáltatók üzemeltessenek megállóhelyet is fő szálláshely-üzemeltetési tevékenységük mellett.

Javasoljuk, hogy a lakókocsi megállóhelyek legyenek kivételek ez alól a szabály alól annak érdekében, hogy megkönnyítsük a fő tevékenységként egyéb szálláshelyszolgáltatást végzők számára lakókocsi megállóhely létesítését.

Amennyiben ez valamilyen adatszolgáltatással kapcsolatos okból kizárt lenne, javasoljuk, hogy legalább az azonos TEÁOR szám alá tartozó kempingek és a lakókocsi megállóhelyek esetében legyen lehetséges a több típusú tevékenység párhuzamos folytatása.

Mindez természetesen megnyitná a Magyar Kempingszövetség számára az utat tagjai számának növelése felé.

Vadkempingezés

Álláspontunk szerint a jelenlegi formában lévő **„vadkempingezés" egységes szabályozása szükséges.** Számos ágazati szabály létezik, melyek összességében nem alkotnak rendszert.

A szabályozás (hiánya) higiéniai, városképi, biztonsági, versenybeli, környezetvédelmi problémákat okoz. Számos desztináció önkormányzatának okoz problémát a vadkempingezés megfelelő kezelése.

A vadkempingezés esetében nincs kiépített infrastruktúra, tisztálkodási lehetőség. A vadkempingesek nem kerülnek be az idegenforgalmi rendszerbe: nem keletkezik utánuk idegenforgalmi adó, turisztikai hozzájárulás. Általánosságban: a lakókocsis és lakóautós vadkempingesek sok esetben nem a rendeltetésüknek megfelelően használják a közösségi teret, és semmilyen módon nem viselik a közösségi területek használatának költségeit, mely így a desztinációt terheli.

Azt mindenképpen kimondhatjuk, hogy **a vadkempingezés környezeti, társadalmi, gazdasági terheit nem a vadkempingezés haszonélvezői, hanem az adott desztináció viseli**. Ez különösen akkor válik problémává, ha egy desztináció méreteihez képest nagy mértéket ölt a vadkempingezés, melyet a dolog jellegéből fakadóan nem lehet jól szabályozni.

Az erdőkben, természetes vizek mentén, a városközpontokban és főbb turisztikai attrakciók mentén általánosnak mondható az a jelenség, hogy a kirándulók néhány vagy több éjszakát eltöltenek. Ez, hasznai mellett számos olyan problémát szül, amely csak egységes szabályozással kerülhető el. Nem tartjuk szerencsésnek a NATURA2000-res területeken, erdőkben, természetes vizek mentén a lakókocsis vagy lakóautós kempingezést, de sok esetben egy városi parkolóban történő éjszakázást sem.

A szabályozás hiánya megnehezíti a megfelelő tájékozódást azoknak a vendégeknek is, akik egy felelős, fenntartható turizmus résztvevőiként szeretnének élni a lakóautózás kötetlenségéből fakadó lehetőségekkel.

Bár a vadkempingezés jelensége, illetve annak szabályozása közvetlen hatással a kempingekre nincs, a reputációs hatások és a konfliktusok kihatnak a Magyar Kempingszövetség tagjaira is.

A lakóautós megállóhelyek helyzetének rendezésén keresztül a hálózatuk erősítése önmagában enyhítheti a problémát.

Javaslatunk az, hogy a lakóautóval és lakókocsival a vadkempingezés általánosságban legyen az országban tiltott, és **azok a helyek legyenek kijelölve (akár KRESZ táblával), ahol a vadkempingezésre lehetőséget ad az arra jogosult.**

„Lakóautóval, lakókocsival vagy más járműalapú szállásegységgel éjszakai tartózkodás, életvitelszerű használat vagy kempingezési magatartás közterületen kizárólag erre kijelölt, engedélyezett, és ellenőrzött területen folytatható."

Ez a javaslat így nem érintené az erdőkezelő, vagy a vízügy által erdőben, vízparton engedélyezett táborhelyeket, a sátorral vagy anélkül (gyalogosan, kerékpárral, csónakkal stb.) éjszakázókat. Lehetővé tenné ugyanakkor azt is, hogy azok az önkormányzatok, amelyek szívesen látják a vadkempingezőket, ezt egy pozitív reputáció mellett megtehessék.

Fenti javaslatunk azonban önmagában nem állja meg a helyét. csak akkor, ha ezt az igényt rendszerbe állítva ki tudják szolgálni a megállóhelyek, a kempingek, és az arra jogosultak által biztosított egyéb szabályos lehetőségek.

Tisztában vagyunk vele, hogy ez a javaslat más turisztikai szervezeteket is érint. Azzal is tisztában vagyunk, hogy a megfelelő javaslatok megfogalmazása ebben a kérdésben **szélesebb körű egyeztetést igényel,** melyet most nem volt módunkban megtenni. Ennek ellenére azért úgy éreztük, hogy meg kell említenünk, **egy esetlegesen elinduló konstruktív párbeszéd érdekében**.

Munkaerő és szezonalitás

A kempingek működését **erős szezonalitás** jellemzi: munkaerőigényük a nyári hónapokban rövid idő alatt jelentősen megnő, az év többi részében pedig számottevően visszaesik. Ez megnehezíti a megfelelő létszámú és felkészültségű munkatársak toborzását, megtartását és gazdaságos foglalkoztatását. A főszezonban jelentkező munkaerőhiány közvetlenül veszélyeztetheti a szolgáltatások színvonalát és az üzemeltetés biztonságát.

A helyzet kezeléséhez **a szezonális működéshez igazodó, kiszámítható és egyszerűen alkalmazható foglalkoztatási szabályokra van szükség, a munkavállalói jogok és a megfelelő munkakörülmények biztosítása mellett.**

A jelenlegi szabályozás korlátai

A 2010. évi LXXV. törvény alapján **a turisztikai idénymunka** az egyszerűsített foglalkoztatás egyik formája. Alkalmazásának feltétele, hogy a munkáltató kereskedelmi jellegű turisztikai szolgáltatást

végezzen, és a munka ténylegesen idényjellegű legyen. Utóbbit a munkaszervezéstől független, az év meghatározott időszakához kötődő működés alapozza meg. A szálláshely-szolgáltatást végző kempingüzemeltető a jogosult munkáltatói körbe tartozik.[7]

A turisztikai idénymunkára az egyszerűsített foglalkoztatás munkavállalónként számított, főszabály szerint évi **120 napos kerete** vonatkozik. Ennek vizsgálatakor a különböző munkáltatóknál végzett egyszerűsített foglalkoztatás időtartamát össze kell számítani. A mezőgazdasági idénymunkára biztosított további 90 nap a turisztikai idénymunkára nem alkalmazható.[8]

A jogosult munkáltatók törvényi meghatározása *(2005. évi CLXIV. törvény)* **ugyanakkor nem fedi le a kempingekhez kapcsolódó valamennyi szezonális szolgáltatást.** A kizárólag vendéglátást, eszközkölcsönzést vagy más, a törvényi felsorolásban nem szereplő szabadidős szolgáltatást végző vállalkozás önmagában e tevékenysége alapján nem alkalmazhat turisztikai idénymunkást. A korlát akkor is fennállhat, ha a szolgáltatás közvetlenül a kemping vendégeit szolgálja, és működése egyértelműen szezonális.[9] A besorolásnak érdemi költséghatása van: 2026-ban a napi közteher turisztikai idénymunkánál 2 400 forint, alkalmi munkánál 4 800 forint. [10]

A harmadik országbeli munkavállalók szezonális alkalmazását két külön szabályozási korlát érinti. Egyrészt a *2010. évi LXXV. törvény, 5. § (1) bekezdés* alapján egyszerűsített foglalkoztatásban – a huzamos tartózkodási jogosultsággal rendelkezők kivételével – kizárólag mezőgazdasági idénymunkát végezhetnek. Másrészt a szezonális munkavállalás céljára kiadható tartózkodási engedély ágazati hatálya is a **mezőgazdaságra korlátozódik**: a növénytermesztésre, az erdőgazdálkodásra, az állattenyésztésre és a halászatra. **A turizmus e szezonális jogcímet jelenleg nem veheti igénybe.** Az engedély tizenkét hónapon belül legfeljebb hat hónapra szólhat; a szezonális munkavégzés külön szabályozott felső határa ugyanezen időszakban 180 nap. [11]

Javasolt szabályozási irányok

A kempingágazat munkaerőhiányának enyhítése érdekében a következő szabályozási változtatások indokoltak:

1.) **A turisztikai idénymunka munkáltatói körének felülvizsgálata.** Meg kell vizsgálni a jogosultság kiterjesztését a turizmushoz közvetlenül kapcsolódó, igazolhatóan szezonális

[7] 2010. évi LXXV. törvény, 2. § 2. és 7. pont; 2012. évi I. törvény, 90. § c) pont; 2005. évi CLXIV. törvény, 2. § 8. pont
[8] 2010. évi LXXV. törvény, 1. § (4)–(4a) bekezdés
[9] 2005. évi CLXIV. törvény, 2. § 8. pont
[10] NAV: Az egyszerűsített foglalkoztatás 2026-os változásai
[11] 2023. évi XC. törvény, 23. § (1)–(2) bekezdés; 445/2013. (XI. 28.) Korm. rendelet, 2. § 11. pont és 2/A. §

vendéglátó-, kölcsönző- és szabadidős szolgáltatásokra. Az alkalmazhatóságot egyértelmű, ellenőrizhető feltételekhez kell kötni.

2.) **A szezonális tartózkodási jogcím kiterjesztése a turizmusra.** A meglévő engedélyezési rendszer ágazati hatályát indokolt a turizmusra kiterjeszteni. Ehhez elsősorban a 445/2013. (XI. 28.) Korm. rendelet 2/A. § (1) bekezdésében szereplő ágazati meghatározás módosítása szükséges. Ezzel összhangban az egyszerűsített foglalkoztatásról szóló törvény 5. § (1) bekezdését is módosítani kell, hogy a megfelelő jogosultságokkal rendelkező harmadik országbeli munkavállaló turisztikai idénymunkában is alkalmazható legyen. A megoldás lényege nem egy általános vendégmunkásprogram bevezetése, hanem korlátozott idejű, ellenőrzött, turisztikai célú szezonális munkavállalási jogcím, egyértelmű időkerettel, munkáltatói felelősség rendezésével, bér- és munkafeltételek szabályozásával, szállásfeltételek előírásával, valamint visszatérési kötelezettséggel.

3.) **A visszatérő munkavállalók ügyintézésének további egyszerűsítése.** A cél az, hogy aki korábban már jogszerűen dolgozott magyarországi szezonban, rendben távozott, és ugyanahhoz vagy más előzetesen bejelentett turisztikai munkáltatóhoz jönne vissza, annak ne kelljen minden évben a teljeskörű, hosszadalmas adminisztratív engedélyezési rendszeren végighaladnia. A szabálykövető visszatérők számára már létezik kedvezőbb eljárás: meghatározott feltételekkel 15 napos ügyintézési határidő érvényesül azoknál, akik az előző öt évben legalább egyszer jogszerűen tartózkodtak Magyarországon szezonális foglalkoztatás céljából. Ez nem jelent garantált teljes átfutási időt, mert például a hiánypótlás és a szakhatósági eljárás időtartama nem számít bele. A továbbfejlesztés célja a korábban ellenőrzött adatok és dokumentumok ismételt benyújtásának további csökkentése, valamint a következő szezonra történő visszatérés kiszámíthatóbb ügyintézése legyen. *(35/2024. (II. 29.) Korm. rendelet, 181. § (2) bekezdés c) pont; 2023. évi XC. törvény, 173. § (3) bekezdés b) és d) pont)*

4.) **Több munkáltatónál történő szezonális foglalkoztatás megkönnyítése.** A turizmusra kiterjesztett szezonális engedélyezés keretében lehetőséget kell teremteni arra, hogy a munkavállaló egy szezonon belül több, előzetesen megjelölt turisztikai munkáltatónál dolgozhasson. Ez igazodhatna a kempingek eltérő nyitvatartásához és a térségenként változó munkaerőigényhez. Az összevont engedéllyel foglalkoztatott harmadik országbeli munkavállalóknál a munkáltatóváltás jelenleg a változás bejelentésével egyidejűleg benyújtandó engedélyhosszabbítási kérelmet igényel. Ennek egyszerűsítése során biztosítani kell a foglalkoztatás követhetőségét és az egyes munkáltatók felelősségének

egyértelmű meghatározását. (2023. évi XC. törvény, 150. § (1) bekezdés a) pont; 35/2024. (II. 29.) Korm. rendelet, 234. § (9) bekezdés)

A javasolt bővítések mellett **fenn kell tartani a foglalkoztatás időbeli korlátait, a munkabérre és munkakörülményekre vonatkozó követelményeket, a megfelelő szállás igazolását és a jogszerű távozás feltételeit.** A szezonális munkavállalók elhelyezésére már jelenleg is külön előírások vonatkoznak, amelyek a munkáltató által biztosított szállás bérleti feltételeire, díjára, valamint egészségügyi és biztonsági megfelelőségére is kiterjednek. (35/2024. (II. 29.) Korm. rendelet, 14. §)

3. sz. Melléklet: Adatszolgáltatás, adatalapú működés és monitoring

Stratégiai kiindulópont

A kempingágazat statisztikai láthatóságát ma nem az adatok elégtelen mennyisége, hanem azok korlátozott értelmezhetősége és hozzáférhetősége határozza meg. A szolgáltatók jelentős mennyiségű adatot állítanak elő és továbbítanak, a jelenlegi adatmodell azonban nem képezi le kellő pontossággal a kempingek heterogén kapacitásszerkezetét, szezonális működését és térségi gazdasági szerepét. Az adatok rendelkezésre állása ezért nem azonos a döntéshez használható információ rendelkezésre állásával.

A stratégiai cél nem további adatszolgáltatási kötelezettségek előírása, hanem a meglévő KSH- és NTAK-adatok módszertani pontosítása, kempingspecifikus strukturálása és célhoz kötött visszacsatolása. A monitoringnak a kempingturizmust önálló termelési és keresleti logikával rendelkező piaci szegmensként kell kezelnie, nem az általános szálláshelyi mutatók kevéssé differenciált részhalmazaként.

A kapacitás- és teljesítménymérés korlátai

A kempingek téralapú, rugalmas és vegyes használatú turisztikai infrastruktúrát jelentenek. A parcella, a sátorhely, a lakóautó-beálló, a mobilház, az üdülőház, az apartman és a glampingegység eltérő termék: más a tőkeigénye, a költségszerkezete, az értékesítési logikája és az árpozíciója. **Ezek közös férőhelymutatóba rendezése adminisztratív egyszerűsítés, amely gazdaságilag torz képet ad az ágazatról.**

A férőhelyszám minden szálláshelytípusnál maximális kapacitást jelöl. **Kempingek esetében azonban nem alkalmas arra, hogy önmagában leírja a ténylegesen értékesíthető és összehasonlítható kapacitást.** Egy parcella változó vendégszámra értékesíthető, a nem parcellázott területek használata rugalmas, a szezonon belül pedig a megnyitott kapacitás és a működtetett szállásegységek köre is változhat. Mindezt sem a minősítési rendszer, sem az alkalmazott szoftverek, sem az adatszolgáltatás előírásai nem követik le. **Azonos nyilvántartott férőhelyszám mögött ezért lényegesen eltérő értékesítési lehetőség és gazdasági teljesítmény állhat.**

Az erre épülő kihasználtsági mutató számtanilag helyes lehet, gazdasági tartalma mégis bizonytalan. Ha a nevező nem az adott időszakban ténylegesen működő és értékesíthető kapacitást méri, a mutató részben a nyilvántartási konvenciót, nem pedig a működési teljesítményt tükrözi.

A mérésben ezért **el kell különíteni az elméleti férőhelyszámot, a működő és értékesíthető kapacitást, a kiadható egységeket, továbbá az elérhető és eladott egységéjszakákat. A kempingek teljesítményének értékelését elsősorban az értékesíthető egységekre és azok szállástípusonkénti hasznosítására kell alapozni.** Módszertanilag nem igazolt kapacitásadatra nem épülhet megbízható támogatási, finanszírozási vagy fejlesztési döntés.

A **vendégéjszaka** az ágazati kibocsátás fontos mutatója, de önmagában nem teljesítménymérce. Értelmezéséhez ismerni kell a kapacitást, a termékösszetételt, a tényleges nyitvatartást, a tartózkodási időt, a küldőpiaci szerkezetet és a bevételi teljesítményt. **Azonos vendégéjszakaszám lényegesen eltérő gazdasági eredményt takarhat.**

A szezonális működés miatt az éves átlagok alkalmazása különösen problematikus. Egy időszakosan nyitva tartó kemping teljesítménye nem vethető össze érvényesen egy egész évben működő szálláshelyével. **A megfelelő viszonyítási alapot az azonos időszakban működő, hasonló termékszerkezetű, méretű és kapacitású szolgáltatók jelentik.**

A visszatekintő adatok mellett a teljes nyitvatartási időszak előfoglalási állományát és annak felépülési ütemét is követni kell. Ez teszi lehetővé, hogy az árazási, marketing-, munkaerő- és kapacitásdöntések még a szezon előtt, illetve annak során reagáljanak a kereslet változására.

A KSH és az NTAK tényleges szerepe

A KSH és az NTAK jelenleg eltérő okból nem ad kielégítő képet a kempingágazatról. A KSH nyilvános adatai biztosítják a hivatalos, standardizált és hosszabb távon összehasonlítható idősorokat, de késleltetve, kötött bontásokban és a kempingek belső termékszerkezetének érdemi megkülönböztetése nélkül állnak rendelkezésre. Hosszú távú tendenciák azonosítására alkalmasak, az aktuális üzleti és szakpolitikai folyamatok követésére csak korlátozottan.

Az NTAK részletesebb és gyorsabb adatvagyonnal rendelkezik, de ebből nem következik automatikusan használható ágazati információ. Az adatok értékét a kapacitás- és szállásegység-

fogalmak pontossága, a szolgáltatói rögzítési gyakorlat, valamint a PMS-rendszerek eltérő adatleképezése határozza meg. A részletesebb adat nem feltétlenül pontosabb adat.

Az NTAK Iránytű az egyes szolgáltatók számára hozzáférést biztosít saját tény- és előfoglalási adataikhoz, valamint egyes, a rendszer által alkalmanként meghatározott összehasonlító mutatókhoz. Ez azonban nem jelent országos vagy térségi kempingágazati adatokhoz való intézményi hozzáférést. A Magyar Kempingszövetség jelenleg nem rendelkezik ilyen jogosultsággal, az egyes szolgáltatók pedig nem tudják következetesen meghatározni vagy ellenőrizni az összehasonlítás alapjául szolgáló benchmarkcsoportot.

Jelenleg ezért nem állítható kellő bizonyossággal, hogy az NTAK adatvagyona milyen minőségben és milyen körben alkalmas kempingspecifikus ágazati monitoringra. Ezt nem feltételezni, hanem igazolni kell. A bizonytalanság kimondása nem a rendszer elutasítása, hanem a szakmailag felelős kiindulópont.

Benchmarking és üzleti visszacsatolás

Az üzemeltetőknek olyan benchmarkokra van szükségük, amelyek valóban összehasonlítható működési modelleket vetnek össze. **Az adminisztratív szálláshelytípus vagy a minősítési kategória önmagában nem teremt megfelelő referenciacsoportot.** A termékszerkezetet, a tényleges kapacitást, a nyitvatartást, a komfortszintet, a méretet és a térségi piaci helyzetet egyaránt figyelembe kell venni.

Az NTAK benchmarkingfunkcióját valamennyi NTAK-adatszolgáltató kemping számára alkalmassá kell tenni **a parcellás, sátras, lakóautós és telepített kapacitások elkülönített vizsgálatára.** A szolgáltató számára láthatóvá kell tenni az összehasonlítás területi, időszaki és szálláshelyi alapját, és – az adatvédelmi minimumfeltételek teljesülése esetén – **lehetőséget kell biztosítani a szakmailag releváns referenciacsoport kiválasztására.** A gazdasági tartalmában idegen benchmark nem csökkenti, hanem növeli a döntési bizonytalanságot.

Az összehasonlítás nem korlátozódhat minden esetben más kempingekre. A mobilházak, üdülőházak, apartmanok és glampingegységek célcsoportjuk, komfortszintjük és árpozíciójuk alapján más szálláshelytípusokkal is versenyeznek. Piaci helyzetük ezért csak a **releváns helyettesítő kínálat aggregált adataival együtt** ítélhető meg.

A Magyar Kempingszövetség ágazati hozzáférése

A Magyar Kempingszövetség adatigénye alapvetően különbözik az egyes kempingek üzleti információigényétől. **A Szövetségnek nem egyedi szolgáltatói adatokra, hanem az ágazat országos és térségi folyamatait bemutató, aggregált és anonimizált információra van szüksége.**

Ehhez jelenleg nem áll rendelkezésre megfelelő, intézményesített hozzáférés. A nyilvánosan elérhető, késleltetett és előre meghatározott bontású közlések nem helyettesítik az elemzésre alkalmas ágazati riportokat. Ennek következtében a Szövetség olyan területen képviseli az ágazat fejlesztési és szabályozási érdekeit, ahol **a döntéshozói oldal információs előnye számottevő.**

Ez nem méltányossági vagy kényelmi kérdés, hanem intézményi információs aszimmetria. A megfelelő ágazati visszacsatolás a döntéshozók érdeke is: javítja a szabályozási és fejlesztési döntések minőségét, és lehetővé teszi, hogy az ágazati érdekegyeztetés ellenőrizhető adatokra, ne elszigetelt tapasztalatokra épüljön.

A Magyar Kempingszövetség számára ezért rendszeresen lekérdezhető, aggregált NTAK-riportokat kell biztosítani országos, balatoni, vármegyei és turisztikai térségi, továbbá időszaki, küldőpiaci, szállástípus- és kapacitásbontásban. A hozzáférést olyan minimum-elemszámhoz és aggregációs szabályokhoz kell kötni, amelyek kizárják az egyedi szolgáltatói teljesítmény visszafejtését.

A Szövetség hozzáférése nem jogosultsági privilégium, hanem érdekképviseleti és ágazati koordinációs feladatának információs feltétele. Párhuzamos tagi adatgyűjtést létrehozni ott, ahol az alapadatok központilag már rendelkezésre állnak, költséges, pontatlan és szakmailag indokolatlan lenne.

A megvalósítás reális sorrendje

Az első lépés nem új riportfelület vagy összetett dashboard létrehozása, hanem **a meglévő adatok használhatóságának ellenőrzése.** Reprezentatív kempingek és PMS-szolgáltatók bevonásával célzott módszertani vizsgálatot kell végezni, amely a szolgáltatói nyilvántartástól az NTAK-riportig követi az adatok útját, és számszerűsíti a kapacitásértelmezésből, a szállástípus-besorolásból és a benchmarkképzésből eredő eltéréseket.

Hibás vagy nem ellenőrzött alapadatra nem épülhet hiteles monitoring. A vizsgálat alapján kell eldönteni, hogy az NTAK adatvagyona mely mutatók esetében alkalmas közvetlen ágazati

visszacsatolásra, és **hol szükséges előbb a fogalmak, az adatleképezés vagy a riportlogika korrekciója**.

A módszertani munkában az MTÜ/NTAK, a KSH, a Magyar Kempingszövetség, reprezentatív üzemeltetők és a PMS-szolgáltatók együttműködése szükséges. Az egyeztetés eredménye nem újabb általános együttműködési szándék, hanem egyértelmű kapacitásdefiníció, következetes szállástípus-besorolás, gazdaságilag érvényes benchmarklogika és szabályozott ágazati hozzáférés legyen.

A Magyar Kempingszövetség feladata a mérési problémák dokumentálása, a reprezentatív üzemeltetői tapasztalatok összegzése és az ágazati álláspont képviselete. Nem feladata saját országos adatbázis vagy az NTAK-kal párhuzamos, folyamatos adatszolgáltatási és elemzési rendszer működtetése. Az átmeneti időszakban a nyilvános KSH-adatok célzott, konkrét kérdésekhez kapcsolódó önkéntes üzemeltetői adatfelvételekkel egészíthetők ki.

Az eredményesség értelmezése

Az ágazati eredményeket el kell választani a stratégia végrehajtásának aktivitásaitól. Egy riport elkészítése, egy egyeztetés megtartása vagy egy digitális fejlesztés megvalósítása intézményi teljesítmény, de önmagában nem gazdasági eredmény. A stratégia sikerét az mutatja meg, hogy csökken-e a kapacitásmérés torzítása, használhatóbbá válnak-e a benchmarkok, létrejön-e a Szövetség rendszeres ágazati hozzáférése, és az információ ténylegesen beépül-e az üzemeltetői, szakpolitikai és beruházási döntésekbe.

A monitoring szakmai értékét nem az előállított mutatók száma, hanem azok közgazdasági érvényessége határozza meg. A stratégiai feladat ezért nem több adat begyűjtése, hanem a meglévő adatvagyon információs értékének növelése.

A jelenlegi rendszerben az ágazat viseli az adat előállításának és továbbításának költségét, miközben az abból képződő információ gazdasági hasznának csak korlátozott része jut vissza hozzá. A fejlesztés tétje ennek az aránytalanságnak a megszüntetése: az adatszolgáltatásnak adminisztratív kötelezettségből az ágazati versenyképesség és a jobb szakpolitikai döntések közös infrastruktúrájává kell válnia.

Szereplői adatigények a kempingturizmusban

Képviselendő adat- és monitoringelem	Szakpolitika	Magyar Kempingszövetség, tagok és kempingek	Gazdasági és fejlesztési szereplők
Makrogazdasági súly és szakpolitikai láthatóság	A kempingturizmust a makrogazdasági és térségi súlyának megfelelően kell kezelni a turizmuspolitikai, támogatási, szabályozási és fejlesztési döntésekben. A szakpolitikának olyan adatképre van szüksége, amely nem szűkíti le az ágazat jelentőségét a puszta kibocsátási mutatókra.	A Magyar Kempingszövetség és a kempingek számára az ágazat gazdasági súlyának bemutatása érdekképviseleti alapkérdés. Az adatoknak azt kell alátámasztaniuk, hogy a kempingek szerepe meghaladja a vendégéjszakákban vagy férőhelyekben közvetlenül látható teljesítményt.	A gazdasági és fejlesztési szereplők számára a kempingturizmus térségi és makrogazdasági súlyának láthatósága a fejlesztési potenciál, a befektetői megítélés és a finanszírozási döntések alapja.
Adatminőség, megbízhatóság és értelmezhetőség	A szakpolitikai döntésekhez nem elegendő az adat megléte. Helyes, módszertanilag megbízható, kempingspecifikusan értelmezhető adatok szükségesek. A hibásan vagy túl általánosan értelmezett mutatók torz szakpolitikai következtetésekhez vezetnek.	A kempingeknek olyan visszacsatolásra van szükségük, amely nem pusztán számsorokat ad, hanem értelmezhető ágazati képet. A megbízhatóság az érdekképviseleti állítások, a tagi tájékoztatás és az üzemeltetői döntések alapfeltétele.	A beruházási, finanszírozási és fejlesztési döntések megbízható, értelmezhető, összehasonlítható adatokra épülnek. A torz adatstruktúra növeli a fejlesztési kockázatot.
Aggregált, anonimizált turisztikai adatok	A szakpolitikai és térségi döntés-előkészítéshez aggregált, anonimizált adatköröket kell biztosítani. Az adatcél nem egyedi szolgáltatói teljesítmények megismerése, hanem a kempingturizmus országos és térségi mintázatainak értelmezése.	A Szövetség országos és térségi benchmarkot kap: vendégforgalom, vendégéjszaka, kapacitás, küldőpiac, szezonális lefutás és piaci részesedés alapján.	A gazdasági szereplők aggregált adatokból értékelik a piac méretét, a kereslet koncentrációját, a térségi kapacitásszerkezetet és a fejlesztési réseket.

Képviselendő adat- és monitoringelem	Szakpolitika	Magyar Kempingszövetség, tagok és kempingek	Gazdasági és fejlesztési szereplők
Szervezeten belüli szakmai hozzáférés a saját NTAK-adatokhoz	A hozzáférési és jogosultsági keretek biztosítsák, hogy a szálláshely-szolgáltatók saját NTAK-adataikat döntés-előkészítési célokra felhasználhassák.	Az üzemeltető által működtetett kempingek adataihoz a marketing-, értékesítési, pénzügyi, üzemeltetési és fejlesztési feladatokat ellátó, megfelelő jogosultsággal rendelkező munkatársak hozzáférhessenek.	Saját adatokra épülő megalapozottabb beruházási, fejlesztési és üzleti döntések.
KSH-adatok bővítése és gyorsítása	A hivatalos statisztikai adatközlésben gyorsabb, részletesebb, területi és időszaki bontások szükségesek: országos, balatoni, megyei, turisztikai térségi, havi és szezonális bontásban.	A Szövetség és a kempingek a KSH-adatokból hivatalos összehasonlítási alapot kapnak az ágazati teljesítmény, a térségi eltérések, a belföldi-külföldi kereslet és a szezonális mozgások értékeléséhez.	A fejlesztési koncepciók és megvalósíthatósági tanulmányok hivatalos statisztikai alapon készülnek. A KSH-bontások minősége közvetlenül befolyásolja a piaci méret, lokáció és fejlesztési irány értékelését.
NTAK-alapú, átlátható riportstruktúra	Az NTAK-adatvagyonból aggregált, anonimizált, kempingágazatra szűrt riportstruktúrát kell kialakítani. A szakpolitika így működésközelibb adatképet kap a vendégforgalomról, térségi teljesítményről, küldőpiacokról és időszaki változásokról.	Az NTAK-adatszolgáltatásból szövetségi és üzemeltetői szinten használható visszacsatolás készül: térség, időszak, küldőpiac, szállástípus és kapacitáshasznosítás szerint.	Az NTAK-alapú riportok a gazdasági szereplők számára a kereslet, kapacitás és térségi teljesítmény aktuálisabb értelmezését adják az éves statisztikai zárások mellett.

Képviselendő adat- és monitoringelem	Szakpolitika	Magyar Kempingszövetség, tagok és kempingek	Gazdasági és fejlesztési szereplők
Kempingspecifikus mérési módszertan	Az ágazati mérés alapmutatói a kempingturizmus piaci teljesítményét, keresleti volumenét, kapacitását, kapacitáshasznosítását, belföldi és külföldi keresletét, tartózkodási idejét, szezonalitását, térségi szerepét és küldőpiaci szerkezetét követi.	A Szövetség a monitoring alapján külön választja az ágazati teljesítménymutatókat és a végrehajtási / működési aktivitásmutatókat. A fő monitoring nem kommunikációs aktivitást, hanem szálláshelyi keresletet, kapacitást, kihasználtságot, szezonalitást, küldőpiaci szerkezetet és piaci súlyt mér.	A gazdasági szereplők számára a kempingspecifikus módszertan megmutatja, mely térség, szállástípus, szezonális időszak, célpiac és kapacitáselem hordoz fejlesztési potenciált.
Rugalmas és informális kempingműködés adatoldali kezelése	A kempinget a szakpolitikának nem épület- vagy szobaalapú szálláshelyként, hanem ideiglenes tartózkodást, mobilitást és sokféle használati módot befogadó turisztikai infrastruktúraként kell kezelnie. A monitoringnak figyelembe kell vennie a terület használatát, a vendég saját eszközeit és az informális lakóegységeket is.	A Szövetség és a kempingek számára ez biztosítja, hogy az adatrendszer ne merev szállodai logikával mérje a kempingeket, hanem kezelje a rugalmasságot, a kötetlen tartózkodási formákat, a szezonon belül változó használatot és a vegyes lakóegység-struktúrát.	A fejlesztők és finanszírozók számára a kemping értékét nem kizárólag a fedett egységek száma, hanem a terület rugalmas hasznosíthatósága, a mobilitási kapcsolódás, az informális szállásformák befogadása és a teljes kempingterület turisztikai termékként való működése határozza meg.

Képviselendő adat- és monitoringelem	Szakpolitika	Magyar Kempingszövetség, tagok és kempingek	Gazdasági és fejlesztési szereplők
Szállástípus szerinti bontás	A szakpolitikai döntésekhez külön kell látni a parcellák, sátras területek, lakókocsihelyek, lakóautós beállók, mobilházak, üdülőházak, apartmanok és egyéb komfortosabb szállásegységek teljesítményét.	Az üzemeltetői döntés szállástípusonként különbözik: parcella, sátras terület, lakóautós beálló, mobilház, üdülőház és apartman eltérő árpozíciót, foglalási mintát, vendégkört és fejlesztési igényt jelent.	A fejlesztő a bontásból látja, hogy adott térségben parcella-, lakóautós infrastruktúra-, mobilház-, üdülőház-, apartman- vagy glampingfejlesztés támasztható alá keresleti adatokkal.
Kapacitás és kihasználtság pontosabb értelmezése	Az elméleti férőhely-kapacitást, a ténylegesen értékesíthető kapacitást és a működésileg reális kapacitást külön kell kezelni. A férőhelyalapú kihasználtság torzító hatása szakpolitikai, támogatási és ágazati teljesítményértékelési döntéseknél hibás következtetésekhez vezet.	A kempingek teljesítménye nem értékelhető kizárólag férőhelyalapon. Egy kemping papíron alacsonyabb kihasználtságot mutat, miközben üzletileg és működésileg megfelelően teljesít. A Szövetségnek ezt a torzítást adatokkal kell bemutatnia.	A beruházó számára a kapacitásmutató minősége döntési kérdés. Ha az elméleti férőhelyszám alapján alacsonynak tűnik a kihasználtság, az eltakarja a tényleges fejlesztési igényt vagy megtérülési lehetőséget.
Vendégéjszaka-alapú mutatók kiegészítése	A vendégéjszaka-szám fontos alapmutató, de önmagában nem ad teljes képet a kempingturizmus gazdasági és térségi súlyáról. A szakpolitikai értékeléshez kapacitás-, szállástípus-, térségi, szezonális és kempingspecifikus értelmezési mutatók is szükségesek.	A Szövetség és a kempingek számára a vendégéjszaka-adatok mellett olyan mutatók szükségesek, amelyek a működési teljesítményt, a kereslet szerkezetét, a szállástípusok szerepét és a szezonközi folyamatokat is mutatják.	A gazdasági szereplők számára a vendégéjszaka nem elegendő beruházási alap. Fejlesztési döntéshez térségi kereslet, szállástípus szerinti teljesítmény, szezonalitás, kapacitásszerkezet és fejlesztési potenciál együttes vizsgálata szükséges.

Képviselendő adat- és monitoringelem	Szakpolitika	Magyar Kempingszövetség, tagok és kempingek	Gazdasági és fejlesztési szereplők
Bevételi és értékteremtési mutatók hosszú távú fejlesztése	Az árbevételi, értékteremtési és szálláshely-gazdálkodási jellegű mutatók hosszú távon az ágazati súly pontosabb bemutatását szolgálják. Ezek bevezetése csak aggregált, anonimizált, üzleti érdeket nem sértő és módszertanilag tisztázott rendszerben történhet.	A kempingek számára a bevételi mutatók kizárólag üzletileg biztonságos, szállástípus szerint értelmezhető formában kezelhetők. Az adatkezelés nem sértheti az egyedi szolgáltatói érdekeket.	A beruházók és finanszírozók számára a bevételi mutatók a megtérülési vizsgálatok megalapozását támogatják, de kizárólag megbízható, aggregált és összehasonlítható formában használhatók.
Előfoglalási és szezonközi riportok	Szezon közbeni ágazati helyzetkép, gyorsabb szakpolitikai és térségi reakciók.	Árazás, kampánytervezés, munkaerő-tervezés, nyitvatartás és értékesítési döntések megalapozása.	Keresleti dinamika, szezonális kockázat és beruházási biztonság értékelése.
Országos és térségi kempingadatok	A kempingturizmus országos, balatoni, megyei és turisztikai térségi súlyának láthatóvá tétele.	Erősebb érdekképviselet, térségi összehasonlítás, tagi szolgáltatások fejlesztése.	Térségi kereslet, kapacitásszerkezet és fejlesztési lehetőségek értékelése.
Adatvisszacsatolás az adatszolgáltató ágazatnak	Az adatgyűjtés ágazati hasznosulásának biztosítása.	A kötelező adatszolgáltatásból származó adatok visszaforgatása működési és stratégiai döntésekbe.	Átláthatóbb, kiszámíthatóbb, professzionálisabb piaci környezet.
Digitalizáció, amely nemcsak kötelezettség, hanem működési könnyítés is	Az adatküldési és ellenőrzési logika mellett működési hatékonyságot eredményező digitalizáció.	Online check-in, gyorsabb érkeztetés, recepciós tehercsökkentés, kevesebb manuális adminisztráció.	Hatékonyabb, mérhetőbb, technológiailag fejleszthetőbb ágazati működés.
Adminisztratív terhek feltérképezése és egyszerűsítése	A kempingeket érintő jogszabályi, adatszolgáltatási és működési terhek rendszerszintű áttekintése.	Vendégértéket nem teremtő adminisztráció csökkentése, üzemeltetési fókusz erősítése.	Átláthatóbb szabályozási és működési környezet, kisebb beruházási és működési kockázat.

A kempingturizmus adatrendszerének fejlesztési és felelősségi kerete

Az alábbi táblázat egységes szerkezetben kapcsolja össze a kempingturizmus adat- és monitoringigényeit, a szükséges szakpolitikai beavatkozásokat, valamint az egyes szereplők feladatait. A cél nem új adatgyűjtési rendszer létrehozása, hanem a meglévő KSH- és NTAK-adatok módszertani pontosítása, kempingspecifikus értelmezhetősége és döntéstámogató hasznosítása.

Képviselendő adat- és monitoringelem	**Szakpolitikai és állami feladat**	**A Szövetség, az üzemeltetők és a PMS-szolgáltatók feladata**	**Döntési és gazdasági hasznosulás**
Kapacitás és kihasználtság kempingspecifikus értelmezése	Az MTÜ/NTAK – szükség szerint a KSH és a PMS-szolgáltatók bevonásával – vizsgálja felül az elméleti férőhelyszám, a ténylegesen kiadható kapacitás, a lakóegységek, valamint az elérhető és eladott egységéjszakák kezelését.	A Szövetség néhány reprezentatív üzemeltetői példával bemutatja a jelenlegi kapacitásadatok torzító hatását. Az elfogadott módszertan szoftveres leképezése a PMS-szolgáltatók, következetes alkalmazása az üzemeltetők feladata.	Reálisabb kihasználtsági mutatók; megalapozottabb támogatási, fejlesztési, finanszírozási és üzemeltetői döntések.
Szállástípus szerinti bontás	Az NTAK-riportokban elkülöníthetővé kell tenni a parcellák, sátorhelyek, lakókocsi- és lakóautóhelyek, mobilházak, üdülőházak, apartmanok, glampingszállások és más releváns szállásegységek teljesítményét.	A Szövetség megfogalmazza az ágazati összehasonlításhoz szükséges bontási igényt; az üzemeltetők és a PMS-szolgáltatók biztosítják a lakóegységek megfelelő besorolását.	Megszünteti az eltérő termékszerkezetű kempingek félrevezető összehasonlítását, és pontosabb alapot ad a termék- és kapacitásfejlesztéshez.

Képviselendő adat- és monitoringelem	Szakpolitikai és állami feladat	A Szövetség, az üzemeltetők és a PMS-szolgáltatók feladata	Döntési és gazdasági hasznosulás
Releváns benchmarkok kialakítása	A benchmarkokat tényleges kapacitásszerkezet, szállástípus, nyitvatartási időszak, térségi helyzet és összehasonlítható működési modell alapján kell kialakítani.	A Szövetség és az üzemeltetők visszajelzést adnak arról, hogy az alkalmazott referenciacsoportok szakmailag értelmezhetők-e.	A kempingek saját teljesítményüket valóban összehasonlítható szolgáltatókhoz mérhetik; javul az üzemeltetői és befektetői döntések minősége.
Adatminőség és módszertani megbízhatóság	Az MTÜ/NTAK és a PMS-szolgáltatók feladata az egységes adatdefiníciók, a megfelelő szoftveres leképezés és a helyes adatrögzítést támogató útmutatás biztosítása.	Az adatok helyes rögzítése és ellenőrzése az üzemeltető felelőssége. A Szövetség kizárólag a visszatérő, ágazati szintű értelmezési problémákat gyűjti össze és közvetíti.	Megbízhatóbb ágazati kimutatások; kisebb döntési kockázat; pontosabb saját üzleti elemzések.
Aggregált, anonimizált NTAK-riportok	Kempingágazatra szűrt, üzletileg biztonságos riportok szükségesek országos, balatoni, vármegyei, turisztikai térségi, időszaki, küldőpiaci, szállástípus- és kapacitásbontásban. Az aggregálásnak meg kell akadályoznia az egyedi szolgáltatói adatok visszafejthetőségét.	A Szövetség kizárólag aggregált ágazati adatokra tart igényt; egyedi szolgáltatói adatok kezelését nem vállalja. Az üzemeltetők saját adataikat az NTAK Iránytűben használják.	Aktuálisabb ágazati helyzetkép; erősebb érdekképviseleti megalapozottság; a térségi kereslet és a fejlesztési rések pontosabb értékelése.

Képviselendő adat- és monitoringelem	Szakpolitikai és állami feladat	A Szövetség, az üzemeltetők és a PMS-szolgáltatók feladata	Döntési és gazdasági hasznosulás
KSH-adatok nyilvános és időbeli összehasonlíthatósága	A KSH biztosítja a kempingturizmus hivatalos, nyilvános és évről évre összehasonlítható statisztikai keretét. A módszertanilag és adatvédelmileg lehetséges körben indokolt a releváns területi, havi és szezonális bontások elérhetősége.	A Szövetség jelzi, mely adathiányok akadályozzák az ágazat szakpolitikai és piaci értékelését.	Hivatalos alap az ágazati teljesítmény, a hosszabb távú tendenciák, a térségi eltérések és a fejlesztési koncepciók értékeléséhez.
Piaci teljesítmény és küldőpiaci szerkezet	A vendégszám, a vendégéjszaka, a tartózkodási idő, a belföldi és külföldi kereslet, a küldőpiacok, az értékesítési csatornák és a bevételi mutatók kempingspecifikus összefüggésben legyenek értelmezhetők.	Az üzemeltetők az NTAK Irántyű meglévő kimutatásait saját marketing-, értékesítési és működési döntéseikben használják. A Szövetség az aggregált adatokból levonható ágazati következtetéseket képviseli.	Pontosabb célpiacválasztás, marketing- és értékesítési tervezés; az ágazat gazdasági súlyának megalapozottabb bemutatása.
Szezonalitás és előfoglalási adatok	A monitoringnak az éves adatok mellett követnie kell a havi teljesítményt, az elő- és utószezoni forgalmat, a tényleges nyitvatartási időszakot, valamint a rendelkezésre álló előfoglalási adatokat.	Az üzemeltetők az előfoglalási adatokat árazási, létszám-, nyitvatartási és marketingdöntésekhez használják. A Szövetség nem vállal folyamatos szezonközi riportálást; kizárólag indokolt ügyben használ aggregált adatokat.	Gyorsabb alkalmazkodás a kereslet változásához; pontosabb kapacitás-, munkaerő- és szezontervezés; a szezonhosszabbítás eredményének mérhetősége.

Képviselendő adat- és monitoringelem	Szakpolitikai és állami feladat	A Szövetség, az üzemeltetők és a PMS-szolgáltatók feladata	Döntési és gazdasági hasznosulás
Makrogazdasági és térségi láthatóság	A kempingturizmust saját működési logikával rendelkező ágazati szegmensként kell megjeleníteni a turizmuspolitikai, támogatási, szabályozási és fejlesztési döntésekben.	A Szövetség a megbízható adatok alapján mutatja be az ágazat vendégforgalmi, térségi és gazdasági jelentőségét.	Erősebb szakpolitikai pozíció; megalapozottabb támogatási és finanszírozási döntések; a fejlesztési potenciál jobb láthatósága.
Adatvisszacsatolás és adminisztratív egyszerűsítés	A kötelező adatszolgáltatásból származó információk hasznosuljanak az ágazat működésében, miközben kerülendő minden párhuzamos vagy vendégértéket nem teremtő adminisztráció.	A Szövetség jelzi a visszatérő adminisztratív és adatszolgáltatási problémákat, de nem alakít ki saját adatbázist vagy az NTAK-kal párhuzamos tagi adatszolgáltatást.	Alacsonyabb adminisztratív teher; nagyobb adatbizalom; működési és stratégiai döntésekben is hasznosítható adatszolgáltatás.

A Szövetség reálisan vállalható szerepe a módszertani probléma pontos meghatározása, néhány reprezentatív üzemeltetői példa összegyűjtése, az ágazati álláspont képviselete és az egyeztetés eredményeinek továbbítása a tagság felé. Első lépésként célzott szakmai egyeztetés kezdeményezhető az MTÜ/NTAK illetékeseivel. A Szövetség nem hoz létre saját adatbázist, nem vállal folyamatos adatfeldolgozást, és nem alakít ki az NTAK-kal párhuzamos adatszolgáltatási rendszert.

4. sz. Melléklet: A magyar kempingturizmus piacfejlesztési és marketingstratégiája

Ágazati növekedés mint stratégiai cél

Az Európai Unió kempingjei 2025-ben 413 millió vendégéjszakát realizáltak, ami az uniós szálláshelyi vendégéjszakák 13,4 százalékát jelentette. A szegmens teljesítménye 2015-höz képest 28,5 százalékkal nőtt. A magyar kempingturizmus stratégiai kérdése ezért nem az, hogy létezik-e kellő méretű piac, hanem az, hogy **a hazai kínálat mekkora részt képes megszerezni annak keresletéből és gazdasági értékéből.**

Magyarország vízparti, termál-, aktív és természetközeli turisztikai adottságai, valamint a parcellától a mobilházon át a glampingig terjedő kínálata alkalmas a piac bővítésére. **A növekedés korlátja elsősorban a kínálat piaci megszervezésében jelentkezik.** A kempingek eltérő minőségű és szerkezetű adatokat közölnek, a kategória jelentése nem követi a kínálat átalakulását, az országos és külpiaci megjelenés esetleges, az ágazat pedig nem rendelkezik a közös programok tervezéséhez és értékeléséhez szükséges intézményi kapacitással.

A Magyar Kempingszövetség stratégiai feladata a sokszínű kínálat közös piaci rendszerbe szervezése. Ennek eredménye nem egységes termék vagy központi értékesítés, hanem **alacsonyabb információs és disztribúciós költség, erősebb kategóriareputáció, pontosabb keresletirányítás és nagyobb ágazati érdekérvényesítő képesség.** A stratégia célja a kempingturizmus által létrehozott gazdasági érték növelése, nem pusztán a kommunikáció intenzitásának emelése.

A közös marketing gazdasági határa

A decentralizált kínálati szerkezetben az egyes vállalkozások csak részben képesek saját bevételként realizálni a kategória ismertségébe, reputációjába, adatminőségébe vagy külpiaci hozzáférésébe történő befektetés hozamát. Ezekből az eredményekből más szolgáltatók is részesülnek, ezért üzemi szinten szükségképpen kevesebb forrás jut rájuk annál, mint ami az ágazat egészének érdekében indokolt lenne. **A Szövetség marketingtevékenységének erre a beruházási hiányra kell irányulnia.**

A közös fellépés ugyanakkor nem teheti indokolttá az egyes kempingek vállalati marketingköltségeinek átvállalását. **Szövetségi segítséggel és állami részvétellel olyan program finanszírozható, amely több, egymástól független szolgáltatónál teremt értéket; egyedi vállalati fellépéssel nem vagy csak lényegesen magasabb költséggel hozható létre; továbbá kimutatható többlethatással rendelkezik.** Az árképzés, a kapacitásértékesítés, a saját márka, a foglalási folyamat és a vendégkapcsolat az üzemeltetők felelőssége. **A Szövetség a közös adatvagyonért, a kategóriapozícióért, a reputációért, a partneri piacra jutásért és az ágazati koordinációért felel.**

A közös marketing eredményessége nem az elérés, a megjelenésszám vagy önmagában a foglalások növekedése alapján ítélhető meg. Ha egy kampány csupán átrendezi a már létező keresletet a magyar kempingek között, nem hoz létre ágazati többletértéket. Hasonlóképpen alacsony a gazdasági hozzáadott értéke annak a keresletélénkítésnek, amely a már eleve magas kihasználtságú időszakokra irányul. **A közös marketing teljesítménye az addicionális keresletben, a vendégszerzés költségének csökkenésében, a tartózkodási idő és a fizetési hajlandóság javulásában, valamint a kereslet kedvezőbb szezonális és területi eloszlásában mérhető.**

Belföldi piac: a kategória mérlegelési körének bővítése

A belföldi marketing feladata a kempingről alkotott kép és a tényleges kínálat közötti eltérés csökkentése. A kategória fogyasztói megítélése még mindig erősen kapcsolódik az alacsony komforthoz és az árérzékeny utazáshoz, miközben a szolgáltatási szerkezet ennél lényegesen összetettebb. A parcellák, sátorhelyek, lakóautós infrastruktúrák, mobilházak, apartmanok és glampingszolgáltatások eltérő igényű és fizetőképességű vendégcsoportokat szolgálnak ki.

A közös pozíciónak egyszerre kell megkülönböztetnie a kempingturizmust és megőriznie a kínálaton belüli választás szabadságát. A kategória közös értéke a természetközelség, az autonómabb térhasználat, a nagyobb személyes tér, a tartózkodás rugalmassága és a választható komfort. Az ár releváns döntési szempont lehet, de nem válhat a kategória meghatározó jelentésévé. Az alacsony árra épített pozicionálás erősítené az árversenyt, és csökkentené a szolgáltatásfejlesztésből elérhető hozamot.

A keresletet utazási motiváció és döntési helyzet alapján kell megszervezni. A vízparti, termál-, aktív, családi, természetközeli, kutyabarát, lakóautós, glamping-, csoportos és tranzitkereslet eltérő időzítéssel, információigénnyel és csatornahasználattal rendelkezik. **Az országos marketingnek ezeket a keresleti helyzeteket kell összekapcsolnia az ellenőrzött kínálattal.** A mobilház, az

apartman és a glamping belépési pontot jelenthet azok számára, akik a kempingkörnyezet előnyeit keresik, de a hagyományos kempingezési formákat jelenleg nem mérlegelik.

A szezonhosszabbítás nem lehet öncélú, és nem azonos a nyitvatartási idő mesterséges kitolásával. Csak ott indokolt, ahol a várható kereslet és a szolgáltatási feltételek gazdaságilag fenntartható működést tesznek lehetővé; **nem gyengítheti az üzemeltetők rezilienciáját**, és nem korlátozhatja a kereslethez igazodó rugalmas kapacitáskezelést. Országos kommunikáció ezért **kizárólag ténylegesen nyitva tartó, foglalható és megfelelő szolgáltatási tartalommal rendelkező kínálatra épülhet**. A Szövetségnek a kommunikációt megelőzően ellenőriznie kell az elérhető kapacitást, a nyitvatartást és a szezonális szolgáltatásokat. A kereslet olyan kínálatra irányítása, amely a kommunikált időszakban nem érhető el, a teljes kategória reputációját rontja.

Külföldi piacok: szelektív növekedés

A külpiaci forrásokat nem általános nemzetközi jelenlétre, hanem néhány, adatokkal igazolt piac–szegmens–kínálat kapcsolatra kell koncentrálni. A küldőpiacok kiválasztásánál a jelenlegi és potenciális vendégéjszaka-volument, az átlagos tartózkodási időt, a várható költést, a közlekedési elérhetőséget, a magyar kínálathoz való illeszkedést, a disztribúciós lehetőségeket és a vendég megszerzésének költségét együttesen kell értékelni.

A külpiaci marketing gazdasági célja **azoknak a vendégcsoportoknak a megszerzése**, amelyek tartózkodása a rendelkezésre álló kapacitások mellett **a legnagyobb nettó ágazati hozzájárulást eredményezi.** Nem feltétlenül a legnagyobb forgalmat biztosító piac a legértékesebb: a hosszabb tartózkodás, az elő- és utószezoni utazási hajlandóság, a magasabb helyi költés vagy az alacsonyabb megszerzési költség kisebb volumen mellett is kedvezőbb gazdasági eredményt teremthet.

A külpiaci tartalom nem lehet a magyar kommunikáció nyelvi másolata. **Az értékajánlatot az adott piac utazási szokásaihoz, információigényéhez, kempingkultúrájához és foglalási gyakorlatához kell igazítani.** Eltérő tartalom szükséges a lakóautós tranzitvendég, a hosszabb vízparti tartózkodást kereső család, a termálkínálat iránt érdeklődő senior vendég és az aktív turisztikai programhoz szállást választó utazó számára.

A piacra jutásban elsőbbséget élveznek azok a **partnerek és csatornák,** amelyek már rendelkeznek releváns közönséggel, adatokkal és piaci bizalommal. Az **MTÜ** nemzetközi kommunikációs rendszere, a turisztikai vásárok és szakmai workshopok, a kemping- és lakóautós szervezetek, a

tematikus média, az útvonaltervező felületek és a megfelelő disztribúciós platformok hatékonyabb hozzáférést biztosíthatnak, mint egy önálló országos értékesítési rendszer kiépítése.

A külpiaci programokat korlátozott méretű pilotokkal kell indítani. A kiválasztott küldőpiac, az ellenőrzött kínálati kör, a költségkeret, az adatforrás és a teljesítménykritérium rögzítése lehetővé teszi az addicionális hatás becslését. Csak az a program terjeszthető ki, amely igazolhatóan növeli a releváns forgalmat, a foglalási szándékot, a vendégéjszakát vagy a tartózkodási időt.

Közös reputáció és szakmai presztízs

A kempingek közös kategóriareputációban működnek. Egy pontatlan kínálati adat, nem teljesített szolgáltatási ígéret vagy súlyosan gyenge vendégélmény költségének egy részét más szolgáltatók is viselik. **Az országos marketingben való részvételt ezért minimális adatminőségi, aktualitási és együttműködési követelményekhez kell kötni.** A Szövetség nem vállalhat kommunikációs felelősséget ellenőrizhetetlen kínálatért.

A szakmai presztízs gazdasági tényező. Befolyásolja a képzett munkaerő és a vezetői tudás megszerzésének költségét, a finanszírozók és befektetők kockázatészlelését, az oktatási intézmények érdeklődését, valamint az ágazat súlyát a turisztikai döntéshozatalban. **A kempingüzemeltetést ezért összetett turisztikai és infrastruktúra-menedzsment tevékenységként kell bemutatni:** többféle szállásforma, jelentős közmű- és területigény, szezonális kapacitás, higiéniai és biztonsági követelmények, digitális értékesítés, vendégélmény és fenntarthatósági feladatok egyidejű irányításaként.

A reputációépítés alapja az ágazat teljesítményének dokumentálása. Gazdasági hatásvizsgálatokra, ágazati elemzésekre, üzemeltetési esettanulmányokra, oktatási együttműködésekre és rendszeres szakmai nyilvánosságra van szükség. A szakmai sajtó, az egyetemek, a szakképzés, az önkormányzatok, a pénzügyi szereplők és a turisztikai döntéshozók számára készülő kommunikáció tartalma és mércéje eltér a vendégmarketingétől.

Az ágazati reputáció ezért nem kezelhető önálló kommunikációs feladatként: a marketing-, minőségfejlesztési, adatszolgáltatási, oktatási és fenntarthatósági stratégiáknak egymást erősítő, következetes rendszert kell alkotniuk.

Digitális piaci infrastruktúra és kommunikáció

A Szövetség országos honlapja, a camping.hu a közös digitális infrastruktúra kialakításának kiindulópontja. Elsődleges **feladata az ágazati érdekképviselet, a szakmai tudásmegosztás, a tagsági szolgáltatások, az ágazati eredmények bemutatása és az ellenőrzött kempingadatok kezelése**. Fogyasztói funkciója a magyar kínálat megbízható bemutatására, a keresési költség csökkentésére és a vendég megfelelő értékesítési felületre irányítására terjed ki.

A honlap nem működik önálló foglalási vagy ár-összehasonlító rendszerként. Egy új közvetítői felület létrehozása jelentős technológiai, értékesítési és ügyfélszolgálati költséget teremtene, miközben versenyezne a már működő vállalati és piaci csatornákkal. **A Szövetség magasabb hozzáadott értéket hoz létre** azzal, ha a kínálati adatokat egységesíti, ellenőrzi, kereshetővé teszi, majd a vendéget a kemping saját foglalási rendszeréhez vagy a megfelelő disztribúciós partnerhez továbbítja.

Az adatrendszerhez egységes fogalomhasználat, kijelölt adatgazda, meghatározott frissítési gyakoriság és dokumentált ellenőrzési eljárás szükséges. Külön kell választani a jogszerű működésre, a hivatalos minősítésre, a szövetségi tagságra és a fizetett megjelenésre vonatkozó információkat. A strukturált adatoknak hordozhatónak és – megfelelő feltételekkel – más turisztikai rendszerekben is felhasználhatónak kell lenniük. Az adat gazdasági értékét nem a kizárólagos birtoklás, hanem a pontosság és a több csatornán történő hasznosíthatóság adja.

A camping.hu nyilvános felületén három tartalmi logikát kell elkülöníteni. A vendégek számára a honlap bemutatja a kempingezés különböző formáit, élmény- és szolgáltatási tartalmát, valamint az utazástervezéshez szükséges alapvető tudnivalókat. Emellett ellenőrzött kempingadatokat, motiváció és szolgáltatás alapján kereshető kínálatot, valamint közvetlen továbbvezetést biztosít a szolgáltatók saját honlapjára vagy foglalási felületére. Ezzel nem önálló foglalási csatornaként működik, hanem a magyar kempingezés és kempingkínálat hiteles ágazati bemutatását szolgálja. **A szakmai és intézményi partnerek** ágazati adatokat, elemzéseket, állásfoglalásokat és együttműködési információkat érnek el. **A tagok** elkülönített felületen jutnak hozzá a szabályozási tájékoztatókhoz, dokumentummintákhoz, képzési anyagokhoz, benchmarkokhoz és partneri lehetőségekhez.

A kommunikációs eszközöket funkció szerint kell alkalmazni. A **honlap és a keresőjelenlét** az aktív információkeresést és a kínálathoz vezető út rövidítését szolgálja. A **közösségi média** feladata a kategória korszerű jelentésének, használati helyzeteinek és eltérő kínálati formáinak bemutatása. A **sajtókapcsolatok, az ágazati elemzések és a szakmai rendezvények** a reputációt és az intézményi

jelenlétet erősítik. A **hírlevelezést** külön tagi és intézményi adatbázison kell működtetni. A **fizetett média** csak források rendelkezésre állása esetén, pontosan meghatározott célcsoporttal, ellenőrzött kínálattal és mérhető üzleti céllal indítható. **Az eszközök alkalmazásának intenzitását a várható marginális eredmény, nem a kommunikációs gyakorlat vagy a csatornák aktuális népszerűsége határozza meg.**

A megvalósítás operatív és finanszírozási modellje

A Magyar Kempingszövetség feladata nem teljes szolgáltatási körű marketingtevékenység kiépítése, hanem az ágazati prioritások meghatározása és a végrehajtás szakmai koordinációja. Saját hatáskörében kell tartania a képviselt **piaci érdekek kijelölését, a kínálati és tagsági adatok szakmai kontrollját, a tartalmak hitelesítését, a szolgáltatói koordinációt, a partnerkapcsolatokat és az eredmények értékelését.** A Szövetség jelenlegi **pénzügyi és humánerőforrásai ugyanakkor nem teszik lehetővé** országos kampányok, technológiai fejlesztések, kutatások vagy külpiaci programok önálló finanszírozását és végrehajtását.

Az országos és külpiaci piacfejlesztési programok ezért **kizárólag célzott külső finanszírozás és végrehajtási kapacitás biztosítása mellett indíthatók**. Az **MTÜ szerepe** ezekben nem pusztán együttműködő partneri szerep: az országos és külpiaci marketingeszközök, a piaci és NTAK-adatok, a média-, kutatási, beszerzési és nemzetközi kapcsolati kapacitások, valamint a programfinanszírozás elsődleges intézményi biztosítója lehet. A Szövetség ehhez az ágazati igényeket, a szakmai szempontokat, az ellenőrzött kínálatot és a szolgáltatói együttműködést biztosítja. **A stratégia az MTÜ-t a jelenleg azonosítható országos intézményi partnerként jelöli; a feladatok a turisztikai szervezetrendszeren belül erre kijelölt más országos vagy desztinációs szereplőhöz is kapcsolódhatnak.**

Az állami szerepvállalás közgazdasági indoka, hogy az országos kategóriamarketing, a közös kínálati adatrendszer és a külpiaci piacnyitás haszna nem korlátozható a finanszírozó tagokra: annak eredménye a teljes kempingágazatnál, az érintett desztinációknál és végső soron a magyar turizmus és nemzetgazdaság teljesítményében jelentkezik, a keretstratégiában kifejtettek szerint. Ezek a kollektív ágazati feladatok ezért tagsági forrásokból szükségszerűen alulfinanszírozottak. Célzott turizmuspolitikai finanszírozásuk nem a Szövetség működési hiányának pótlását, hanem országos turisztikai célok megvalósítását szolgálja.

A végrehajtás a rendelkezésre álló forrásokhoz és partnerkapacitásokhoz igazított éves programportfólió alapján történik. Minden programhoz ágazati indokolás, pontos célcsoport, bevonható kínálat, finanszírozási és végrehajtási felelősség, költségkeret és mérési rend tartozik. A portfólió nem automatikus végrehajtási kötelezettségvállalás: csak az a program indítható el, amelynek finanszírozása, szakmai kapacitása és operatív felelőse biztosított. A Szövetség nem folyamatos és általános kampánytevékenység finanszírozását vállalja, hanem szakmailag előkészített, mérhető és külső forrás bevonásával megvalósítható programokat kezdeményez.

Program	A Szövetség feladata	Megjelenési forma és eszköz	Finanszírozási és végrehajtási feltétel	Közvetlen eredmény
Egységes kínálati adatprogram	Az adatszerkezet és az adatminőségi követelmények meghatározása; a szolgáltatói adatfrissítés koordinációja.	camping.hu; többnyelvű kempingprofilok; finanszírozás esetén adatfeltöltő felület és strukturált adatkapcsolatok.	A technológiai fejlesztéshez és fenntartáshoz MTÜ- vagy más célzott forrás és technológiai szolgáltató; az adatok aktualizálásához kijelölt szolgáltatói adatfelelősök.	Megbízható, kereshető és több csatornán felhasználható országos kínálati adatbázis.
Belföldi piacfejlesztési program	A keresleti lehetőség és a bevonható kínálat meghatározása; a részt vevő kempingek koordinációja és az ajánlat szakmai validálása.	Évente legfeljebb két tematikus program; landingoldal; kereső- és közösségimédia-kampány; PR; partneri tartalmak.	Elsődlegesen MTÜ-finanszírozás, médiakapacitás és kampánykivitelezés; desztinációs partnerek; ténylegesen elérhető kempingkínálat.	Új keresleti csoportok elérése, valamint a szezonális vagy területi kapacitások jobb hasznosítása.
Külpiaci pilotprogram	A célpiac és a bevonható kínálat szakmai kiválasztása; a szolgáltatók koordinációja; a piaci ajánlat hitelesítése.	Piacspecifikus tartalom és landingoldal; célzott kampány; média- és platformkapcsolatok; szakmai workshop vagy vásári megjelenés.	MTÜ-finanszírozás, külpiaci hálózat, piaci adatok és kommunikációs kapacitás; nemzetközi szakmai és disztribúciós partnerek.	A kiválasztott piac keresleti reakciójának mérése és a későbbi piacépítés megalapozása.

Program	A Szövetség feladata	Megjelenési forma és eszköz	Finanszírozási és végrehajtási feltétel	Közvetlen eredmény
Szakmai presztízsprogram	Az ágazat gazdasági és szakmai teljesítményének dokumentálása és képviselete.	Ágazati jelentés; szakpolitikai elemzések; sajtóháttéranyagok; esettanulmányok; szakmai rendezvények és LinkedIn-kommunikáció.	Az alapvető szakmai kommunikáció szövetségi keretek között; a kutatási, publikációs és rendezvényfeladatokhoz MTÜ-, pályázati vagy partneri finanszírozás.	Erősebb intézményi pozíció és megalapozottabb szakpolitikai jelenlét.
Tagsági és képviseleti program	A tagságból hiányzó régiók és szolgáltatói csoportok azonosítása; tagi kommunikáció, konzultáció és álláspont alkotás.	Célzott megkeresés; tagi tudásbázis; szabályozási tájékoztatás; online konzultáció; éves eredménybeszámoló.	A Szövetség alapfeladataként, a rendelkezésre álló tagdíj- és önkéntes kapacitásokhoz igazítva; nagyobb fejlesztések csak külön forrásból.	Növekvő ágazati lefedettség, magasabb tagmegtartás és erősebb képviseleti legitimáció.
Teljesítménymérés	A közös mérési elvek meghatározása és a programeredmények szakmai értékelése.	Webanalitika; kampányazonosítók; továbbított forgalom; aggregált foglalási és vendégéjszaka-adatok; éves értékelés.	A mérés költségét minden finanszírozott program költségvetésébe be kell építeni; MTÜ/NTAK-adatok és technológiai partner szükséges.	Összehasonlítható eredmények és megalapozott döntés a programok leállításáról, módosításáról vagy kiterjesztéséről.

A belföldi program csak biztosított finanszírozás és végrehajtási kapacitás birtokában indulhat el. A Szövetség azonosítja azt a keresleti csoportot és időszakot, amelyben kihasználható kapacitás és reális növekedési lehetőség áll rendelkezésre, ellenőrzi a bevonható kínálatot, és koordinálja a szolgáltatókat. A kampány technikai és médiavégrehajtását az MTÜ vagy a program költségvetéséből

megbízott szakmai partner végzi. A kommunikáció közvetlenül a szolgáltatók saját foglalási felületeire irányítja az érdeklődőket.

A külpiaci pilotprogram szintén az MTÜ finanszírozási, piackutatási és külpiaci kapacitására épül. A Szövetség feladata annak meghatározása, hogy mely magyar kempingtípusok, régiók és időszakok rendelkeznek az adott piacon értékesíthető előnnyel, továbbá a részt vevő szolgáltatók és a kínálat szakmai koordinációja. Vásári megjelenés csak előzetesen azonosított partnerkörrel, egyeztetett ajánlattal, biztosított finanszírozással és utánkövetési renddel indokolt.

A programportfólió nem igényel állandó szövetségi marketingapparátust. Minden elindított programhoz kijelölt szövetségi kapcsolattartó tartozik, aki a tagi és MTÜ-kapcsolatok koordinációját, a szakmai szempontok érvényesítését és az eredmények összesítését végzi. A szakmai döntéseket a rendelkezésre álló kapacitáshoz igazodó, kis létszámú munkacsoport készítheti elő; az operatív kivitelezést a finanszírozó intézmény vagy a program keretében megbízott szakmai szolgáltató végzi.

Az MTÜ-vel való együttműködés szakmai keretei

Az együttműködés alapja a két szervezet eltérő, egymást kiegészítő kapacitása. Az MTÜ országos piaci adatokkal, média-, kutatási és végrehajtási kapacitásokkal, desztinációs kapcsolatokkal, külpiaci hálózattal, valamint a programokhoz szükséges finanszírozási lehetőségekkel rendelkezik; a Magyar Kempingszövetség a kempingspecifikus szakmai tudást, az ellenőrzött kínálatot, a szolgáltatók koordinációját és az ágazati részvételt biztosítja.

A stratégia megvalósításához indokolt a Magyar Kempingszövetség rendszeres bevonása az MTÜ éves belföldi és nemzetközi marketingtervezésébe. Ennek **szakmai alapját** olyan aggregált, kempingspecifikus elemzések teremthetik meg, amelyek küldőpiac, régió, időszak, tartózkodási idő és kínálati típus szerint is értelmezhetővé teszik a keresletet. A Szövetség ezekhez a tagoktól származó kínálati és működési információkkal járul hozzá.

A kempingkínálat országos megjelenése elsősorban a vízparti, termál-, aktív, családi, természetközeli és lakóautós turisztikai programokhoz kapcsolódhat. A közös tervezés lehetővé teszi, hogy az országos kommunikáció kizárólag ellenőrzött, ténylegesen nyitva tartó és foglalható kínálatra épüljön, a Szövetség pedig előzetesen koordinálja a programban részt vevő szolgáltatókat.

Az együttműködés első szakaszában, a szükséges források rendelkezésre állása esetén, egy belföldi és egy adatok alapján kiválasztott külpiaci pilotprogram megvalósítása indokolt. A programok végrehajtásának feltétele az MTÜ által biztosított vagy közvetített finanszírozás, valamint a szükséges piaci információk, kommunikációs felületek és partnerkapcsolatok rendelkezésre bocsátása. **A Szövetség feladata az ellenőrzött kínálati kör összeállítása, a kempingspecifikus tartalom biztosítása, a szolgáltatók koordinációja és az eredmények értékeléséhez szükséges ágazati adatközlés megszervezése.**

A programokat közösen elfogadott célokhoz és mérési rendhez kell kötni. A kommunikációs elérés mellett vizsgálni kell a kempingek értékesítési felületeire irányított forgalmat, a foglalási szándékot, valamint – megfelelő adatkapcsolat esetén – a foglalások, a vendégéjszakák és a tartózkodási idő változását. A pilotprogramok eredményei alapján dönthető el, mely piacokon és programtípusokban indokolt az együttműködés kiterjesztése.

Az MTÜ célzott finanszírozási szerepvállalásának gazdasági alapja az országos és desztinációs szinten jelentkező többlethatás. Az együttműködés olyan közös piaci eredmények létrehozására irányul, amelyek haszna túlterjed a programban közvetlenül részt vevő szolgáltatókon, és amelyeket az egyes kempingek egymástól függetlenül nem, vagy csak lényegesen magasabb költséggel tudnának előállítani. Az együttműködés nem helyettesíti az üzemeltetők saját marketingtevékenységét, hanem növeli annak piaci elérését és hatékonyságát.

Teljesítménymérés és az első végrehajtási ciklus

A stratégia végrehajtásának alapegysége a mérhető program. Minden programnak rendelkeznie kell kiinduló értékkel, azonosítható célcsoporttal, ellenőrzött kínálattal, költségkerettel, adatforrással, mérési felelőssel és előzetesen meghatározott folytatási vagy leállítási feltételekkel. A program értékelésének központi kérdése az, hogy a megfigyelt eredményből mennyi következett volna be a beavatkozás nélkül is.

A piaci teljesítmény lehetséges mutatói – az egyes programok céljától és a rendelkezésre álló adatkapcsolatoktól függően – a kategóriával kapcsolatos keresési érdeklődés, a kempingek értékesítési felületeire irányított minőségi forgalom, a foglalási szándék, a foglalások, a vendégéjszakák, a tartózkodási idő, a közvetlen értékesítés aránya, valamint a kereslet szezonális és területi eloszlása. A **szervezeti teljesítmény mutatói** a tagság kapacitás- és vendégéjszaka-alapú

lefedettsége, a tagmegtartás, az adatközlésben és konzultációkban részt vevő vállalkozások aránya, a tagsági szolgáltatások használata és az elért szakpolitikai eredmények.

Az első végrehajtási ciklusban a Szövetségnek nem valamennyi területen egyszerre kell teljes körű működést kialakítania. Elsőként **az országos kínálati és tagsági adatbázis minimális adatkörét, az adatfrissítés rendjét, a honlap szakmai struktúráját és az MTÜ-vel közös tervezés mechanizmusát kell meghatározni**. Erre épülhet a tagsági szolgáltatások első köre, valamint – a szükséges finanszírozás és végrehajtási kapacitás biztosítása esetén – egy belföldi és egy külpiaci pilotprogram.

A Szövetség a ténylegesen megvalósult programokról, a rendelkezésére álló adatok alapján évente összefoglaló teljesítményértékelést készít, amely elkülöníti a végrehajtott tevékenységeket, a közvetlen piaci eredményeket és a hosszabb távú ágazati hatásokat. Az értékelés alapján a Szövetség és a finanszírozó partnerek a forrásokat a bizonyíthatóan eredményes programok felé irányíthatják, a mérhető többletértéket nem teremtő tevékenységeket pedig lezárhatják vagy módosíthatják. Ez biztosítja a tagsági és külső források indokolható felhasználását, az MTÜ-vel megvalósuló együttműködés elszámoltathatóságát és a marketingstratégia szakmai hitelességét.

5. sz. Melléklet: Tagi érték növelése, tagság bővítése és aktivizálása

A tagság gazdasági értéke

A Szövetség tagsági bázisa akkor erősödhet tartósan, ha a tagság érzékelhető szakmai és képviseleti előnyt jelent. **A taglétszám növelése ezért az első időszakban nem önálló cél, hanem a szervezeti teljesítmény következménye.** A szolgáltatási kapacitást megelőző tagtoborzás olyan várakozásokat teremtene, amelyeket a Szövetség még nem képes következetesen teljesíteni; ez növelné a lemorzsolódást és gyengítené a szervezet hitelességét. **Elsőbbséget élvez a meglévő tagok számára nyújtott érték növelése és láthatóvá tétele.**

A tagi érték nem szűkíthető pénzügyi kedvezményekre. Gazdasági tartalma elsősorban az **információs hátrány és a működési bizonytalanság csökkentése, a releváns szakmai tudáshoz való hozzáférés, valamint a szabályozási és piaci kérdések közös képviselete**. A Szövetség ott teremthet érdemi értéket, ahol az egyes vállalkozások önállóan gyengébb információs vagy érdekérvényesítő helyzetben lennének.

Az érdekképviselet **eredményeiből a tagságon kívüli vállalkozások is részesülhetnek**. A tagság közvetlen értékét ezért a releváns információkhoz való gyorsabb hozzáférés, az ágazati álláspont kialakításában való részvétel, a szakmai kapcsolatok és a tagok közötti tapasztalatcsere adja. A Szövetségnek kizárólag olyan szolgáltatást szabad vállalnia, amelyhez rendelkezésre áll a szükséges információ, szakértelem és végrehajtási kapacitás.

Tagi tájékoztatás

A tagi kommunikáció célja nem az információ mennyiségének növelése, hanem annak csökkentése, hogy a tagvállalkozásoknak mennyi időt kell fordítaniuk a számukra releváns információk megszerzésére és értelmezésére.

A Szövetség a tudomására jutó, az ágazat működését érdemben érintő szabályozási, turisztikai, piaci és pályázati információkat a meglévő kommunikációs csatornáin továbbítja. A sürgős változásokról rövid, célzott értesítés szükséges, amely rögzíti a változás lényegét, az érintettek körét és – amennyiben egyértelműen meghatározható – a szükséges vállalkozói teendőt.

A rendszeres kommunikáció gyakoriságát nem előre rögzített menetrendnek, hanem a rendelkezésre álló információk jelentőségének kell meghatároznia. A Szövetségnek nem indokolt tartalom nélküli hírlevelet vagy saját kapacitását meghaladó elemzési rendszert fenntartania. A tagi tájékoztatás értékét annak időszerűsége, pontossága és felhasználhatósága adja.

A Szövetség évente röviden összefoglalja, hogy milyen ügyekben járt el, milyen szakmai egyeztetéseken vett részt, és milyen eredményekről vagy előrelépésekről tud beszámolni. Ez teszi követhetővé a tagdíj felhasználását és az érdekképviseleti munka tényleges tartalmát.

A tagok bevonása és aktivizálása

A tagok bevonását konkrét ügyekhez kell kapcsolni. Amikor egy szabályozási, működési vagy piaci kérdésben ágazati álláspont kialakítása szükséges, a Szövetség rövid, célzott kérdésekkel fordulhat az érintett tagokhoz. A válaszok alapján összegzi a közös álláspontot, képviseli azt az illetékes partner előtt, majd tájékoztatást ad a megtett lépésekről és – ha már ismert – az eredményről.

Nem indokolt valamennyi tag folyamatos bevonása minden kérdésbe. Ez aránytalan részvételi terhet teremtene, és rövid időn belül érdektelenséghez vezetne. **A konzultációt azokhoz a vállalkozásokhoz kell irányítani, amelyeket az adott ügy ténylegesen érint.** Szükség esetén néhány érintett tag bevonásával ideiglenes szakmai egyeztetés tartható, állandó munkacsoport-rendszer kialakítása nélkül.

Adatszolgáltatás csak egyértelmű cél és előre meghatározott felhasználás mellett kérhető. A tagoknak tudniuk kell, hogy milyen ügyhöz szükséges az információ, ki fér hozzá, és milyen formában hasznosul. **Az összegyűjtött tapasztalatokból a Szövetségnek rövid szakmai visszajelzést kell adnia; az egyoldalú adatbekérés nem épít tartós részvételt.**

A tagság bővítése

A tagság érdemi bővítése akkor indokolt, amikor a Szövetség már világosan be tudja mutatni, hogy milyen információt, képviseleti lehetőséget és szakmai kapcsolatot biztosít tagjai számára. **Az új tagok megszólításának alapja nem általános kommunikációs kampány, hanem a már elvégzett munka és a dokumentálható érdekképviseleti eredmény.**

A bővítés előtt egyszerűen át kell tekinteni, hogy **mely régiók, üzemméretek és kempingtípusok alulreprezentáltak a tagságban**. A célzott megkeresés egyszerre szolgálhatja a taglétszám növelését

és a Szövetség képviseleti hitelességének erősítését. Egy korábban nem képviselt régió vagy működési modell bevonása nagyobb szakmai értéket teremthet, mint több, már megfelelően lefedett vállalkozás csatlakozása.

A megkeresés során egyértelműen azt kell bemutatni, hogy a Szövetség milyen feladatokat lát el, miben számít a tagok közreműködésére, és mit tud jelenlegi kapacitása mellett ténylegesen biztosítani. A csatlakozás után elegendő az új tag számára a kapcsolattartás, a kommunikációs csatornák és a részvételi lehetőségek rövid bemutatása; külön, erőforrás-igényes beléptetési rendszer kialakítása nem szükséges.

Lehetséges nyitás az üdülőháztelepek és a megállóhelyek felé

Az üdülőháztelepek felé történő nyitás lehetőségét érdemes megvizsgálni, amennyiben **működési problémáik, szabályozási érdekeik és piaci helyzetük kellően közel állnak a kempingekéhez.** Közös terület lehet a szezonális működés, a területalapú működés, az infrastruktúra-igény, a munkaerő, az energia- és közműköltségek, a minősítés, a digitalizáció és a desztinációs piacra jutás.

A megállóhelyek felé történő nyitás mellett szól, hogy a lakóautós turizmus szolgáltatási láncában a **kempingekkel egymást kiegészítő szerepet töltenek be.** Közös érdek különösen a szabályozási környezet rendezése, a minimális infrastrukturális és szolgáltatási követelmények tisztázása, az adatszolgáltatás és a digitális láthatóság, valamint a desztinációs és útvonal-alapú kínálat fejlesztése.

A Szövetségnek ezen a ponton e**gyik szolgáltatói kör számára sem szükséges új tagsági kategóriát vagy külön programot vállalnia.** Első lépésként elegendő annak külön-külön történő feltárása, hogy van-e megfelelő nagyságú közös érdekkör és kölcsönös együttműködési szándék. A későbbi csatlakozás vagy szervezeti együttműködés lehetőségéről csak a gyakorlati tapasztalatok, a tagság álláspontja és az alapszabályi feltételek ismeretében indokolt dönteni.

A megvalósítás reális keretei

Terület	A Szövetség vállalása	Megvalósítás formája	Ütemezés
Tagi tájékoztatás	A releváns és megbízható információk célzott továbbítása.	E-mail, honlap és meglévő tagi kommunikációs csatornák.	Az információ jelentőségéhez igazodva.
Tagi konzultáció	Az érintett tagok véleményének összegzése konkrét ügyekben.	Rövid kérdőív, e-mailes vagy online egyeztetés.	Szükség szerint.
Érdekképviseleti visszacsatolás	Tájékoztatás a megtett lépésekről és az ismert eredményekről.	Rövid ügyenkénti tájékoztatás, éves összefoglaló.	Ügy szerint, illetve évente.
Tagságbővítés	Alulreprezentált régiók és működési típusok célzott megszólítása.	Közvetlen megkeresés és szakmai kapcsolatok.	A tagi érték igazolhatóvá válását követően.
Kapcsolódás az üdülőháztelepekhez és a megállóhelyekhez	A közös érdekek és az együttműködési lehetőségek előzetes, szolgáltatói körönkénti vizsgálata.	Szakmai kapcsolatfelvétel és célzott egyeztetés.	Külön szervezeti döntés alapján.

A Szövetség jelenlegi, alapvetően társadalmi munkára épülő működése nem indokol külön tagi szolgáltató rendszer, rendszeres saját piaci elemzés, állandó munkacsoportok vagy önálló tanácsadói kapacitás vállalását. Új tagi szolgáltatás akkor indítható, ha annak valós tagi igénye, felelőse, szakmai forrása és fenntartható működési feltétele egyaránt meghatározható.

Az első időszak feladata ezért a meglévő tagokkal folytatott kommunikáció rendezése, az érdekképviseleti munka láthatóbbá tétele és a konkrét ügyekhez kapcsolódó bevonás következetes alkalmazása. A szélesebb tagságbővítés csak erre a működő alapra épülhet.

6. sz. Melléklet: Tudásmenedzsment, oktatás és szakmai tudásmegosztás

Stratégiai cél és szövetségi szerep

A kempingturizmus fejlesztése nem valósítható meg kizárólag fizikai beruházásokkal, infrastruktúrafejlesztéssel vagy marketingkommunikációval. **A szektor versenyképességének egyik alapfeltétele az ágazatspecifikus tudás rendszerezése, átadása és gyakorlati alkalmazása.** A **kempingüzemeltetés olyan összetett szakmai terület**, amely egyszerre érinti a szálláshelyi működést, a területgazdálkodást, a pénzügyi és beruházási döntéseket, az adminisztrációt, a humánerőforrás-gazdálkodást, a higiéniai és műszaki üzemeltetést, a digitalizációt, az értékesítést, a fenntarthatóságot, a jogszabályi megfelelést és a szezonális kapacitásmenedzsmentet. A munkaerő minősége közvetlen hatással bír a vendégélményre. A tudásmenedzsment ezért nem kiegészítő támogató funkció, hanem a szektor professzionalizációjának egyik alapfeltétele.

A tudásmenedzsment nem pusztán képzésszervezést jelent. **Olyan szakmai rendszer kialakítását jelenti, amely összegyűjti, strukturálja és hozzáférhetővé teszi a kempingágazat működéséhez szükséges tudást.** A cél nem elméleti tudástár létrehozása, hanem olyan **gyakorlati háttér megteremtése**, amely javítja az üzemeltetői döntések minőségét, a kempingek működési színvonalát és piaci alkalmazkodóképességét.

A rendszernek figyelembe kell vennie, hogy a **szektor nem homogén**. Más működési logikát követ egy vízparti családi kemping, egy termálkapcsolatú kemping, egy lakóautós vendégkörre építő tranzitkemping vagy egy telepített szállásegységeket kínáló nagyobb üzem. A professzionalizáció nem az üzleti modellek egységesítését jelenti, hanem azt, hogy minden üzemeltető a saját kategóriájában tudatosabban, gazdaságilag megalapozottabban és magasabb működési színvonalon legyen képes működni.

A Magyar Kempingszövetség feladata a közös tudáshiányok és képzési igények azonosítása, a kempingspecifikus szakmai szempontok képviselete, valamint az üzemeltetők, oktatási intézmények és szakértők összekapcsolása. Saját kapacitása és a rendelkezésre álló szakértelem alapján szervezhet képzést, workshopot vagy szakmai tájékoztatót, más esetben megfelelő külső programot ajánlhat, illetve partnerként kapcsolódhat annak megvalósításához. Nem szükséges valamennyi képzési és tudásfejlesztési feladatot saját szervezésben ellátnia.

Üzemeltetői képzés

A kempingüzemeltetés mindennapi működése több, egymástól eltérő szakterület összehangolását igényli. A recepció, a vendégtájékoztatás, a panaszkezelés, a takarítás, a karbantartás, a területkezelés, a vizesblokkok működtetése, a belső közlekedés, a lakóautós infrastruktúra, a foglalás, a fizetés és a szezonális felkészülés együttesen alakítják a vendégélményt és a működés gazdasági eredményét. A képzéseknek ezért nem egyetlen részterületre kell szűkülniük, hanem **a kempinget komplex üzemeltetési és gazdasági rendszerként kell értelmezniük**.

A képzési témáknak ki kell terjedniük a k**öltségstruktúra, a tőkeigény, a beruházási döntések, a megtérülés, az árképzés, a likviditás és a szezonális kapacitásgazdálkodás** összefüggéseire. Ugyanilyen fontosak az **adminisztratív, jogi, műszaki és humánerőforrás-kérdések: a működési dokumentáció, a jogszabályi megfelelés, a szezonális munkaerő kiválasztása és felkészítése, a belső felelősségi rend, az infrastruktúra fenntartása és a biztonság**.

A vendégkommunikációs képzéseknek a recepciós és többnyelvű tájékoztatással, a konfliktushelyzetek kezelésével, a helyszíni problémamegoldással és a vendégértékelésekre adott válaszok szakmai logikájával kell foglalkozniuk. A kempingekben ugyanis a vendégélmény nem kizárólag a szállásegységhez, hanem a teljes terület használatához, a szolgáltatások elérhetőségéhez, a higiéniai feltételekhez és az információk pontosságához kötődik.

Kiemelt terület a **digitalizációs tudás fejlesztése i**s. Az ágazati tapasztalatok alapján **a kempingek digitális felkészültsége több területen elmarad más szálláshely-szolgáltatói csoportokétól.** Különösen az online információk minősége és aktualitása, a közvetlen foglalhatóság, a vendégkapcsolati rendszerek és az adatok üzleti hasznosítása mutat egyenetlen képet. A képzéseknek ezért ki kell terjedniük a weboldalak információminőségére, az online foglalásra, a Google Cégprofil és a térképes jelenlét kezelésére, a CRM-alapokra, a többnyelvű digitális tartalomra és a foglalási adatok értelmezésére. **A cél** nem informatikai szakemberképzés, hanem **a digitális vendégút üzleti jelentőségének megértése.**

A minősítési és jogszabályi felkészülést gyakorlati eszközökkel kell támogatni. Ellenőrzőlisták, dokumentációs minták, vendégtájékoztatási sablonok és önértékelési keretek segíthetik az üzemeltetőket a hiányosságok azonosításában. A **fenntarthatósági képzéseknek** pedig a víz- és energiafelhasználás, a szennyvíz- és hulladékgazdálkodás, a zöldfelület-kezelés, az árnyékolás és a klímakockázatok konkrét működési és gazdasági összefüggéseit kell bemutatniuk.

A marketing- és értékesítési tudás fejlesztése szintén része a képzési rendszernek, de nem annak kizárólagos fókusza. A képzésnek nem posztótletekről vagy kampánytechnikákról kell szólnia, hanem a kemping célcsoportjának, pozicionálásának, szállástípus-mixének, ár- és szezonális működésének, értékesítési csatornáinak és közvetlen foglalási képességének tudatos kialakításáról.

A fenti célok a felsőoktatásban, a szakképzési rendszer keretében és azon kívül, többféle képzési formában is megvalósíthatók. Mivel nem minden munkakör igényel egyetemi szintű képzést, indokolt **rövidebb, célzott és gyakorlatorientált képzési programok** kialakítása például a szakképzésben is, amelyek hozzájárulhatnak a képzett és felkészült munkaerő hiányának enyhítéséhez.

A Magyar Kempingszövetség maga is szervezhet **rövid, néhány napos továbbképzéseket**. Hosszabb távon ugyanakkor a **szakképző intézményekkel kialakított partneri együttműködések,** valamint a szakképzési rendszerben rejlő lehetőségek közös feltérképezése és kiaknázása biztosíthatja az ágazati tudás és kompetenciák hatékony fejlesztését.

Felsőoktatási és szakképzési együttműködés

A kempingturizmus a turizmus-vendéglátás képzésekben sok esetben nem kap a piaci súlyához és fejlődési potenciáljához mérhető figyelmet. Ez szakmai utánpótlási és ágazati pozicionálási probléma is. A kempingturizmus tananyaga a hazai turizmus-vendéglátás szakképzésben, valamint a felsőoktatásban (turizmus-menedzsment, rekreáció és turizmusföldrajz szakokon) általában önálló modulként vagy a sajátos termékcsoportok, illetve a szálláshely-menedzsment részeként jelenik meg. **A felsőoktatási és szakképzési jelenlét célja ezért a kempingturizmus korszerű szakmai értelmezésének beépítése a turisztikai képzésbe.**

A Magyar Kempingszövetség ebben partneri szerepet vállalhat, amelyet az adott intézmény képzési profiljához és igényeihez kell igazítani. Egyes egyetemeken a tananyag szakmai véleményezése, máshol vendégelőadás, esettanulmány, szakdolgozati vagy kutatási téma, üzemlátogatás, gyakorlati projekt vagy az üzemeltetőkkel való kapcsolat megteremtése jelenthet érdemi hozzájárulást. A Szövetség az ágazati tudást, a gyakorlati tapasztalatot és a szakmai kapcsolatokat biztosítja; a konkrét oktatási forma intézményenként eltérhet.

A **gyakorlati oktatási blokkokban** a hallgatók egy konkrét kemping vagy fejlesztési helyszín alapján vizsgálhatják a célcsoportot, a pozicionálást, a szolgáltatási struktúrát, a vendégutat és a szezonalitást. Az elemzésnek ki kell terjednie a költség- és tőkeigényre, a megtérülésre, az

árképzésre, az üzemeltetési és munkaerőigényre, az adminisztratív és jogi feltételekre, az infrastruktúrára, a digitalizációra és a fenntarthatóságra is. Ez teszi világossá, hogy egy kempingfejlesztés nem kapacitáselhelyezési vagy pusztán marketingkérdés, hanem összetett üzleti és turisztikai döntés.

A felsőoktatási kapcsolatok hosszabb távon hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a kempingturizmus önálló, fejleszthető és kutatható szakmai területként jelenjen meg, és olyan fiatal szakembereket vonzzon, akik értik a kempingüzemeltetés, a lakóautós mobilitás, a szezonális kapacitásgazdálkodás és a desztinációs beágyazottság sajátosságait.

Jó gyakorlatok és szakmai támogatás

A kempingágazatban jelentős gyakorlati tudás halmozódott fel az üzemeltetőknél, de ez sokszor nem válik közös ágazati tudássá. **A Magyar Kempingszövetség tematikus workshopok, üzemeltetői tapasztalatcserék, rövid esettanulmányok, szakmai útmutatók, ellenőrzőlisták és szezon előtti felkészítő alkalmak segítségével támogathatja ennek rendszerezett megosztását.** A Szövetség feladata nem valamennyi tartalom önálló előállítása, hanem a releváns tapasztalatok azonosítása, a megfelelő üzemeltetők és szakértők bevonása, valamint a tudás hozzáférhetővé tétele.

A megosztható témák közé tartozhat a szezonhosszabbítás, a digitális vendégkommunikáció, a lakóautós vendégek kiszolgálása, a vizesblokkok működtetése, a vendégértékelések kezelése, a munkaerő-szervezés, a fenntartható üzemeltetés és a célzott elő- és utószezoni ajánlatok kialakítása. A jó gyakorlatok megosztása nem terjedhet ki versenyérzékeny üzleti adatokra; célja alkalmazható módszerek és szakmai megoldások közvetítése.

A Szövetség önértékelési kérdőívekkel, digitális ellenőrzőlistákkal, minősítési felkészítőkkel, vendégkommunikációs segédletekkel és alapvető működési útmutatókkal is segítheti a tagokat. Nem válhat azonban az egyes vállalkozások ingyenes tanácsadó szervezetévé, és nem helyettesítheti az egyedi jogi, pénzügyi, műszaki, informatikai, humánerőforrás- vagy marketingtanácsadást. **Feladata az általánosan használható tudás közvetítése, a közös problémákra szervezett szakmai segítség, valamint az üzemeltetők és a megfelelő szakértők összekapcsolása.**

A képzési és szakmai tartalmakat a piaci, technológiai és szabályozási változásokhoz igazodva kell felülvizsgálni. **Új útmutató vagy képzési modul csak akkor indokolt,** ha annak szakmai forrása, felelőse, célcsoportja és aktualizálási módja meghatározható.

Eredményesség és hosszú távú hatás

A tudásmenedzsment eredményességét két szinten kell mérni. A végrehajtás mutatói közé tartozik a képzések, szakmai útmutatók, felsőoktatási együttműködések és részt vevő kempingek száma, valamint a tudásanyagok tényleges használata. **Az ágazati hatást** ugyanakkor az mutatja meg, hogy a résztvevő üzemeltetők milyen arányban vezetnek be új működési gyakorlatot, javul-e digitális és minősítési felkészültségük, illetve történik-e érzékelhető változás a vendégkommunikációban és a szolgáltatásminőségben.

A tudásmenedzsment stratégiai jelentősége abban áll, hogy hidat képez a szektor jelenlegi működési tapasztalatai és a jövőbeli versenyképességi követelmények között. A magyar kempingturizmus fejlődése nemcsak az infrastrukturális fejlesztéseken múlik, hanem azon is, hogy az üzemeltetők, a jövő szakemberei és az oktatási szereplők mennyire értik a kempinget, mint komplex turisztikai és gazdasági rendszert.

A végső cél a kempingturizmus szakmai kultúrájának megerősítése: a felsőoktatási és szakképzési jelenlét, a gyakorlatorientált képzések, a jó gyakorlatok megosztása, a szakmai támogató eszközök és a fiatal szakemberek bevonása révén. A kempingturizmus csak akkor tudja elfoglalni a súlyának megfelelő helyet a hazai turizmusban, ha működési kapacitása mellett rendszerezett tudással, szakmai utánpótlással és korszerű képzési háttérrel is rendelkezik.

7. sz. Melléklet: Digitalizáció, automatizáció

A digitalizáció stratégiai jelentősége

A kempingturizmus digitalizációja nem technológiai mellékterület, hanem **a versenyképes működés egyik alapfeltétele.** A mai vendégút jelentős része digitális környezetben zajlik: a vendég online keres, térképes felületeken tájékozódik, szállástípusokat hasonlít össze, árakat és szolgáltatásokat értelmez, értékeléseket olvas, foglal, fizet, érkezési információkat vár, majd a tartózkodás után visszajelzést ad. Ebből következően a digitalizáció nem csupán kommunikációs vagy informatikai kérdés, hanem **közvetlenül befolyásolja a foglalási döntést, a vendégbizalmat, az értékesítési hatékonyságot, az üzemeltetési terhelést és az adatalapú döntéshozatalt**.

A digitális felkészültség az ágazaton belül jelentős különbségeket mutat. A kempingek számottevő része az online kínálati információk strukturáltsága és aktualitása, a közvetlen online foglalhatóság, az integrált ügyviteli rendszerek, a vendégkapcsolati adatkezelés és az adatok üzleti hasznosítása terén elmarad a más szálláshely-szolgáltatói szegmensekben már általánosan alkalmazott megoldásoktól. **A fejlesztési beavatkozásokat ezért nem egységes technológiai elvárásra, hanem az eltérő digitális érettségű szolgáltatók tényleges hiányosságaira kell építeni.**

A kempingágazat digitális fejlesztésének kiindulópontja, hogy **a kemping mint termék összetettebb, mint számos más szálláshelytípus**. A vendégnek nem pusztán egy szobát kell megértenie, hanem parcellákat, sátorhelyeket, lakóautós és lakókocsis beállókat, mobilházakat, üdülőházakat, apartmanokat, glampingegységeket, szolgáltatásokat, házirendi feltételeket, érkezési szabályokat, belső közlekedést, parkolást, háziállatbarát lehetőségeket, vizesblokkokat, strandkapcsolatot, térképi elhelyezkedést és szezonális szolgáltatási rendet. Minél összetettebb a termék, annál **nagyobb jelentősége van a pontos, érthető, többnyelvű és digitálisan jól strukturált információnak.**

Információminőség és digitális láthatóság

A digitalizáció első szinten információminőségi kérdés. Egy kemping online jelenléte akkor tekinthető versenyképesnek, ha a vendég a döntéshez szükséges alapinformációkat gyorsan, mobilon is jól használható formában, egyértelműen és naprakészen megtalálja. Ide tartozik a pontos nyitvatartás, az elérhető szállástípusok és szolgáltatások bemutatása, az árak vagy árkalkuláció

elérhetősége, az ajánlatkérési vagy foglalási lehetőség, a térképi információ, az érkezési rend, a házirend, a közlekedési és parkolási információ, a háziállattal érkezők számára releváns feltételek, valamint a többnyelvű alapkommunikáció. A hiányos vagy nehezen értelmezhető digitális információ bizonytalanságot okoz, a bizonytalanság pedig közvetlenül csökkenti a foglalás esélyét.

Online foglalhatóság és közvetlen értékesítés

Második szinten a digitalizáció értékesítési kérdés. Az a kemping, amely nem látható, nem érthető vagy nem foglalható megfelelően online, a piac egy részéből eleve kimarad. A vendég a foglalási folyamatban gyors visszajelzést, áttekinthető árakat, egyértelmű kapacitásinformációt és egyszerű döntési útvonalat vár. Ahol ez nem biztosított, ott a vendég könnyen olyan szálláshelyet választ, amelynél a foglalási folyamat rövidebb, kiszámíthatóbb és kevesebb bizonytalanságot tartalmaz. A digitális foglalhatóság ezért nem kényelmi elem, hanem értékesítési alapfeltétel.

A közvetlen foglalási képesség stratégiai jelentőségű. A kempingek számára a saját weboldalon, saját foglalási rendszeren vagy közvetlen ajánlatkérési folyamaton keresztül érkező vendég nemcsak alacsonyabb közvetítői költséget jelenthet, hanem erősebb adatkapcsolatot, pontosabb vendégismeretet és hosszabb távon hatékonyabb visszatérővendég-kezelést is. A közvetlen értékesítés fejlesztése ezért nem az online utazási irodák vagy közvetítői platformok kizárását jelenti, hanem a **csatornastratégia tudatosabb felépítését**. A cél az, hogy a kempingek ne kizárólag külső platformokon keresztül legyenek elérhetők, hanem saját digitális felületeiken is képesek legyenek érdeklődést, ajánlatkérést és foglalást generálni.

Automatizáció és üzemeltetési tehermentesítés

A harmadik szint az automatizáció. Az automatizáció a kempingturizmusban nem a személyes vendégkapcsolat megszüntetését jelenti, hanem **az ismétlődő, adminisztratív és időigényes folyamatok tehermentesítését.** Ilyen terület lehet az ajánlatkérés kezelése, a foglalási visszaigazolás, az előleg- vagy fizetési tájékoztatás, az érkezés előtti információküldés, a házirend és a térkép digitális elérhetősége, az online bejelentkezés előkészítése, a vendégadatok rendszerezése, a tartózkodás utáni értékeléskérés, valamint a visszatérő vendégek célzott megszólítása. Az automatizáció akkor szolgálja a kempingüzemeltetést, ha csökkenti a recepciós és adminisztratív terhelést, miközben javítja a vendég számára elérhető információk minőségét és időzítését.

A kempingek esetében az automatizáció különösen fontos a szezonalitás miatt. A főszezonban rövid idő alatt koncentrált vendégforgalom, sok érkezés, sok kérdés, gyakori módosítás és nagy adminisztratív terhelés jelentkezik. Ha ezeknek a folyamatoknak minden eleme manuálisan történik, az nemcsak a munkaerőigényt növeli, hanem több hibát, lassabb válaszidőt és alacsonyabb vendégelégedettséget is eredményezhet. A digitális folyamatok ezért a kempingüzemeltetés működési ellenálló képességét is erősítik: kiszámíthatóbbá teszik a vendégkommunikációt, csökkentik az információhiányból eredő konfliktusokat, és támogatják a főszezoni kapacitás hatékonyabb kezelését.

Adatkezelés és döntéstámogatás

A digitalizáció egyúttal adatkezelési és döntéstámogatási kérdés is. Az online foglalások, ajánlatkérések, visszatérő vendégadatok, értékelések, lemondások, előfoglalási minták, küldőpiaci adatok és szállástípusonkénti keresleti információk mind hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a kempingek ne kizárólag tapasztalati alapon hozzanak értékesítési, árképzési vagy fejlesztési döntéseket. A digitális működés akkor válik stratégiai értékűvé, ha az adatok nem elszigetelt rendszerekben keletkeznek, hanem értelmezhetők: megmutatják, mely időszakokban, mely célcsoportoknál, mely szállástípusoknál és mely csatornákon keletkezik kereslet.

A vendégkapcsolati rendszerek és a visszatérő vendégek kezelése a kempingturizmusban kiemelt jelentőségű, mert a szektor több részpiaca erősen épít a lojalitásra. A visszatérő családok, lakókocsis vendégek, lakóautós utazók, háziállattal érkező vendégek, horgászok, aktív turisták vagy termálkempinget választó **vendégek eltérő információigénnyel és eltérő foglalási mintázattal rendelkeznek.** A megfelelően kezelt vendégadatbázis lehetővé teszi a **célzott kommunikációt,** az elő- és utószezoni ajánlatok jobb időzítését, a korábbi vendégek újraaktiválását és a közvetlen foglalások arányának növelését. Ez azonban csak akkor szakmailag vállalható, ha **a vendégadatok kezelése jogszerű, átlátható** és megfelelő jogalapon történik.

Reputációkezelés és többnyelvű digitális jelenlét

A reputációkezelés szintén a digitális versenyképesség része. A vendégértékelések ma már nem csupán utólagos visszajelzések, hanem a foglalási döntés meghatározó információforrásai. A Google Cégprofilok, térképes találatok, közvetítői felületek, közösségimédia-visszajelzések és egyéb értékelési platformok a kemping digitális hitelességét alakítják. A reputációkezelés nem merülhet ki

a panaszokra adott válaszokban: rendszeres figyelést, kategorizálást, a visszatérő problémák azonosítását és szolgáltatásfejlesztési visszacsatolást igényel. **A digitális értékelések ezért egyszerre marketing-, minőségbiztosítási és üzemeltetési információforrások**.

A többnyelvű digitális jelenlét a nemzetközi versenyképesség alapfeltétele. A külföldi vendég számára a hiányos, pontatlan vagy csak magyar nyelven elérhető információ bizalmi akadályt jelent. A kempingek nemzetközi értékesítési képessége ezért nem választható el a többnyelvű weboldaltól, az érthető szállástípus-leírásoktól, a pontos szolgáltatásbemutatástól, az egyértelmű érkezési információktól, valamint a térképes és keresőfelületeken megjelenő adatok minőségétől. A nemzetközi vendég nem feltétlenül ismeri a magyar kempingkategóriákat, ezért a digitális tartalomnak nemcsak lefordítottnak, hanem értelmezhetőnek is kell lennie.

Differenciált fejlődés és digitális minimumszint

A digitalizáció fejlesztését nem egységes technológiai programként kell kezelni. A magyar kempingek mérete, típusa, vendégköre, szezonhossza és erőforrásai eltérőek, ezért nem reális minden szereplőtől azonos rendszerhasználatot vagy azonos automatizációs szintet elvárni. Szükséges azonban egy **digitális minimumszint** meghatározása, amely alatt egy kemping piaci láthatósága és értékesítési versenyképessége már érdemben sérül. Ez a minimum nem luxusfejlesztés, hanem az alapvető vendégbizalom és foglalhatóság feltétele.

A digitális minimumszint elemei: mobilbarát és naprakész weboldal; pontos nyitvatartási információ; világos szállástípus- és szolgáltatásbemutatás; árak, árkalkuláció vagy ajánlatkérési lehetőség; többnyelvű alapinformáció; frissített Google Térkép-megjelenés és Google Cégprofil; rendszeresen figyelt vendégértékelések; gyors kapcsolatfelvételi lehetőség; érkezési információk online elérhetősége; valamint lehetőség szerint online foglalás vagy a foglalási folyamat digitális indítása. Ezek megléte nemcsak a vendég kényelmét szolgálja, hanem a kemping piaci értelmezhetőségét is javítja.

A fejlettebb digitális szint ennél tovább lép: integrált foglalási rendszer, online fizetés, vendégkapcsolati rendszer, automatizált vendégkommunikáció, előfoglalási és értékesítési riportok, szállástípusonkénti keresleti adatok, reputációelemzés, visszatérő vendégszegmensek kezelése és adatalapú marketing kapcsolódhat hozzá. **Ezek a rendszerek nem önmagukban értékesek, hanem akkor, ha üzleti döntéseket támogatnak:** mikor érdemes kampányt indítani, melyik célpiacra kell

kommunikálni, mely szállástípus iránt nő a kereslet, hol keletkezik lemondási kockázat, és mely időszakban van szükség erősebb értékesítési aktivitásra.

Digitalizáció, munkaerő és szolgáltatási minőség

A digitalizáció a munkaerőproblémák kezeléséhez is kapcsolódik. **A kempingek működésében a recepció, a vendégtájékoztatás, a foglaláskezelés, a panaszkezelés, az érkezési adminisztráció és az utókommunikáció jelentős emberi kapacitást igényel.** A jól kialakított digitális rendszerek nem helyettesítik teljesen a személyes munkát, de csökkentik a felesleges ismétlődést, mérséklik a hibalehetőséget, gyorsítják az információáramlást és segítik a munkatársakat abban, hogy ne adminisztratív rutinfeladatokra, hanem vendégélményre és problémamegoldásra koncentráljanak.

A digitalizáció ugyanakkor nem választható el a minőségfejlesztéstől. Hiába korszerű a foglalási folyamat, ha a valós szolgáltatás nem felel meg a digitálisan közvetített ígéretnek. Ugyanígy a jó szolgáltatási szint sem hasznosul megfelelően, ha a vendég azt online nem találja meg, nem érti, nem tudja összehasonlítani vagy nem tudja lefoglalni. **A digitális jelenlét és a szolgáltatási valóság között ezért összhangnak kell lennie.** A digitalizáció nem elfedi a működési hiányosságokat, hanem láthatóvá és mérhetőbbé teszi azokat.

A fejlesztés fő szakmai irányai

A kempingturizmus digitális fejlesztésének fő szakmai irányai ennek alapján a következők: saját weboldalak és mobilos használhatóság fejlesztése; online foglalhatóság és foglalási folyamat erősítése; többnyelvű digitális tartalom; Google Cégprofilok és térképes keresési jelenlét professzionális kezelése; vendégértékelések tudatos figyelése és visszacsatolása; vendégkapcsolati rendszerek és visszatérővendég-kezelés; elő- és utószezoni célzott kommunikáció; szállástípusonkénti keresleti adatok elemzése; valamint a digitális vendégtájékoztatás és az érkezési információk egységesítése.

Szabályozási és működési feltételek

Az automatizáció szabályozási és működési feltételeit szintén vizsgálni kell. A kempingek esetében a vendégfogadás, a beléptetés, az adatszolgáltatás, a vendégazonosítás, a helyszíni információadás, a

biztonság, a fizetés és a területhasználat sajátos működési környezetet alkot. **Amennyiben ezek a feltételek nem teszik lehetővé a vendégút észszerű digitalizálását, az ágazat értékesítési, üzemeltetési és munkaerőpiaci versenyhátrányba kerülhet.** Ezt nem technológiai, hanem versenyképességi kérdésként kell kezelni.

A megvalósítás felelősségi keretei

A kempingek digitális fejlesztésének megvalósítása az üzemeltetők feladata és üzleti döntése. A **Szövetség** nem kíván egységes informatikai rendszert létrehozni, technológiai szolgáltatót kijelölni vagy az egyes kempingek digitalizációját végrehajtani. **Szerepe a közös szakmai szempontok megfogalmazása, a tagok által jelzett problémák összegzése, a rendelkezésre álló információk és jó gyakorlatok közvetítése, valamint az ágazati érdekek képviselete.**

A Szövetség saját kapacitása és a rendelkezésre álló szakértelem függvényében digitális alapképzéseket vagy tematikus workshopokat szervezhet, gyakorlati útmutatókat és ellenőrzőlistákat tehet közzé, valamint összekapcsolhatja az üzemeltetőket a megfelelő technológiai és szakmai partnerekkel. **E tevékenységek célja az üzemeltetői tájékozottság és döntési képesség javítása, nem pedig az egyedi rendszerválasztás, beszerzés vagy bevezetés átvállalása.** A technológiai döntés, a szolgáltató kiválasztása és a megvalósítás felelőssége minden esetben az érintett vállalkozásnál marad.

8. sz. Melléklet: Adózás, állami támogatások rendszere

Helyzetértékelés és célkitűzések

A kempingeknek a Keretstratégia 2. és 3. fejezetében bemutatott **nemzetgazdasági és turisztikai jelentőségére, az ágazat előtt álló kihívásokra, valamint versenyképességének megőrzésére** tekintettel elengedhetetlen a fejlesztési beruházások célzott állami ösztönzése és támogatása.

Ez különösen sürgető annak fényében, hogy a jelentős növekedési potenciállal rendelkező kempingágazat az elmúlt évtizedekben – a turizmus egyes más területeivel ellentétben – **nem részesült célzott fejlesztési támogatásban**. Az ebből fakadó beruházási és minőségi lemaradás mérséklése, valamint az ágazatban rejlő gazdasági és turisztikai lehetőségek kiaknázása **összehangolt, kiszámítható és hosszú távon fenntartható támogatáspolitikát** igényel.

A támogatási **források megtérülése jellemzően gyorsabb és hatékonyabb**, mint a jelentős tőkelekötést igénylő szállástípusoknál.

A támogatások mértékét és szakmai irányait indokolt a t**urizmus más szegmenseiben alkalmazott fejlesztéspolitikai eszközökhöz igazítani, figyelembe véve ugyanakkor a kempingek sajátos működési, beruházási és jövedelmezőségi viszonyait.** A fejlesztéspolitika elsődleges célja a szolgáltatási színvonal emelése, az infrastruktúra korszerűsítése, az energia- és erőforrás-hatékonyság javítása, valamint az ágazat hazai és nemzetközi versenyképességének erősítése.

A turizmus finanszírozási rendszerének fejlesztése

A turizmusfejlesztési hozzájárulás célhoz kötött és átlátható felhasználása, az idegenforgalmiadó-bevételek hatékonyabb turisztikai hasznosítása, továbbá a források feletti rendelkezési jogkörök észszerű, az érintettek bevonására épülő kialakítása **a turisztikai ágazat közös érdeke.** A források elosztásában biztosítani kell a szakmai szempontok érvényesülését, a döntések nyilvánosságát és az eredmények mérhetőségét.

A Magyar Kempingszövetség feladata, hogy az ágazat érdekeinek hatékony képviseletével felhívja a döntéshozók figyelmét a fejlesztések szükségességére, és szakmai partnerként részt vegyen a kapcsolódó intézkedések előkészítésében. A Szövetségnek a javaslatok kidolgozása és az érdekegyeztetés során következetesen érvényesítenie kell a kempingturizmus szempontjait.

Más szakmai szervezetekkel együttműködve indokolt képviselnie a turisztikai ágazat egészének érdekeit is, különös tekintettel a források átlátható és hatékony felhasználására, valamint a finanszírozási rendszer korszerűsítésére. Ugyanakkor **nem indokolt,** hogy a Szövetség ezen a területen koordináló vagy végrehajtói szerepet vállaljon, mivel az alapvető érdekek megegyeznek a turisztikai ágazat más szereplőinek érdekeivel. A szervezet méretére és erőforrásaira tekintettel a folyamatos szakmai jelenléten túlmutató felelősségvállalás kapacitásainak szétaprózódásához vezetne.

Javasolt támogatási alapelvek

1. Normativitás és átláthatóság

A támogatási döntések objektív, előre meghatározott, nyilvános és ellenőrizhető szempontokon alapuljanak. A szubjektív mérlegelés lehetőségét a minimálisra kell csökkenteni. A pályázatok értékelési szempontjait, eredményeit és a támogatások felhasználásának főbb adatait hozzáférhetővé kell tenni.

2. Kiszámíthatóság és megfelelő felkészülési idő

A támogatási programok lehetőség szerint többéves keretben, előre tervezhető ütemezéssel működjenek. A pályázati felhívások megjelenése és a beadási határidő között elegendő időt kell biztosítani a műszaki és pénzügyi előkészítésre.

3. Saját forrás biztosítása

A támogatási intenzitás főszabály szerint ne érje el a 100%-ot. A fejlesztés céljától, közérdekű jellegétől, bevételtermelő képességétől és várható megtérülésétől függően észszerű mértékű saját forrás biztosítása legyen elvárható. A közvetlenül bevételt nem termelő, ugyanakkor a biztonságos működéshez nélkülözhetetlen infrastruktúra magasabb támogatási intenzitásban részesülhessen.

4. Férőhelyarányos támogatási plafon

Az igényelhető támogatás felső határa turisztikai egységenként legfeljebb nettó 1 millió forint legyen férőhelyenként. A pályázati kiírásnak egyértelműen meg kell határoznia a férőhely fogalmát és számításának módját, különös tekintettel a sátorhelyekre, lakókocsi- és lakóautó-parcellákra, mobilházakra, valamint az egyéb fedett szállásegységekre.

5. A korábbi támogatások figyelembevétele

A források kiegyensúlyozott elosztása érdekében az értékelés során figyelembe kell venni a pályázó által korábban elnyert fejlesztési támogatások összegét, időpontját és eredményességét. A jelentős összegű korábbi támogatás ne feltétlenül automatikus kizárást, hanem alacsonyabb prioritást jelentsen, kivéve, ha a pályázó ugyanazon fejlesztési célra vagy költségre ismételten igényel támogatást. Ezzel megelőzhető a kettős finanszírozás, miközben az indokolt, új fejlesztések lehetősége sem zárul ki.

6. A működési múlt és a megvalósíthatóság értékelése

A hosszabb, igazolt és szabályszerű üzemeltetési múlt jelentsen előnyt az értékelés során. Bizonyos, meglévő kapacitások korszerűsítését szolgáló forrásokra legalább három–öt éve működő egységek pályázhassanak. Ugyanakkor külön konstrukcióban lehetőséget kell biztosítani új, szakmailag és pénzügyileg megalapozott kempingek létesítésére, valamint korábban bezárt egységek újranyitására is.

7. Eredményességi ösztönző

Az igazolt hatékonyság-, energiahatékonyság-, minőség- vagy teljesítménynövekedés pozitív visszacsatolással járjon. Ez megvalósulhat például a következő pályázat értékelésekor adott többletpontszámmal, kedvezőbb finanszírozási feltételekkel vagy – a vonatkozó támogatási és versenyjogi korlátokon belül – magasabb támogatási intenzitással.

8. Arányos adminisztráció és finanszírozhatóság

A pályázati és elszámolási követelmények legyenek arányban a támogatás összegével és a beruházás kockázatával. A kisebb vállalkozások számára egyszerűsített pályázati és elszámolási eljárást kell kialakítani. Indokolt előleg, szakaszos finanszírozás vagy közvetlen szállítói kifizetés lehetőségét biztosítani, hogy az utófinanszírozás likviditási terhei ne zárják ki a tőkeszegényebb, de életképes vállalkozásokat.

9. Fenntarthatóság

Előnyt kell biztosítani azoknak a fejlesztéseknek, amelyek csökkentik az energia- és vízfelhasználást, javítják a hulladékgazdálkodást, mérséklik a környezeti terhelést, alkalmazkodnak az éghajlatváltozás hatásaihoz.

10. Inkluzivitás

Támogatni kell az akadálymentes turizmus feltételeinek kialakítását, és ezáltal egy jelentős új célcsoport megszólítását a kempingek esetében is. Figyelembe kell venni, hogy a területalapú működés az inkluzivitás biztosítása terén is eltérő megközelítést igényel a más, épületalapú szálláshelyeknél alkalmazott szemlélettől.

Javasolt támogatási célok és intenzitások

1. Magas intenzitású, 50–75%-os vissza nem térítendő támogatás

Az elavult, közvetlenül bevételt nem termelő, ugyanakkor a biztonságos, jogszerű és színvonalas működéshez nélkülözhetetlen alapinfrastruktúra felújítása és korszerűsítése:

- belső utak és közlekedési felületek;
- ivóvíz-, szennyvíz- és csapadékvíz-hálózat;
- csatornázás és vízelvezetés;
- elektromos hálózat, csatlakozási pontok és közvilágítás;
- tűz-, munka- és vagyonbiztonsági infrastruktúra;
- környezetvédelmi vagy hatósági előírások teljesítéséhez szükséges fejlesztések;
- alapvető akadálymentesítési munkák.

2. Közepes intenzitású, 35–50%-os vissza nem térítendő támogatás

A szolgáltatási minőséget, a vendégkomfortot, a fenntarthatóságot és az energiahatékonyságot javító, közvetlenül nem vagy csak korlátozottan bevételtermelő fejlesztések:

- vizesblokkok, recepciós és közösségi épületek felújítása;
- kerítések, játszóterek, parkok és zöldfelületek kialakítása;
- árnyékolás, hőszigetelés és egyéb klímaadaptációs megoldások;
- energetikai korszerűsítés és megújulóenergia-rendszerek;
- víztakarékossági és hulladékgazdálkodási fejlesztések;
- fürdők, medencék és egyéb közösségi létesítmények korszerűsítése;
- szabadidős, kerékpáros és tömegsport-eszközök beszerzése;
- az akadálymentes és családbarát szolgáltatások fejlesztése.

3. Alacsonyabb intenzitású, 25–40%-os vissza nem térítendő támogatás

A működési hatékonyságot, az értékesítést és a digitális fejlődést szolgáló beruházások:

- marketing- és piacra jutási fejlesztések;
- honlapok, online foglalási és értékesítési rendszerek;
- informatikai, ügyviteli és beléptetőrendszerek;
- adatbiztonsági és kibervédelmi fejlesztések;
- belső használatú elektromos telepi járművek;
- elektromosjármű-töltők és korszerű vendégkiszolgáló eszközök beszerzése.

4. Középtávú, részben visszatérítendő támogatás

Részben visszatérítendő támogatás vagy kedvezményes finanszírozás alkalmazható különösen:

- az alacsonyabb minősítési kategóriába tartozó szálláshelyek korszerűsítésére;
- a szálláshely-kapacitás bővítésére;
- mobilházak, bungalók és egyéb fedett szállásegységek létesítésére;
- új szolgáltatások és bevételtermelő kapacitások kialakítására;
- korábban bezárt kempingek gazdaságilag megalapozott újranyitására.

5. Kamattámogatott vagy kedvezményes hitel

Kamattámogatott, lehetőség szerint türelmi idővel és a szezonális működéshez igazodó törlesztéssel kialakított hitel alkalmazható:

- minőségi szálláshely-kapacitás létrehozására vagy bővítésére;
- magasabb minősítési kategória elérésére;
- nagyobb volumenű energetikai és technológiai beruházásokra;
- telephelyvásárlásra vagy hosszú távú fejlesztési programok finanszírozására;
- olyan bevételtermelő beruházásokra, amelyek piaci alapon részben vagy egészben megtérülhetnek.

A felsorolt támogatási intenzitások irányadó javaslatok. A konkrét mértékekre adott javaslatot a beruházás jellege, a pályázó vállalkozásmérete, a területi fejlettség, a közérdekű tartalom, valamint a mindenkor hatályos állami támogatási és versenyjogi szabályok alapján kell meghatározni.

A kempingek sajátosságainak érvényesítése a turisztikai támogatásokban

A turisztikai támogatási konstrukciókat úgy kell kialakítani, hogy feltételeik ne zárják ki szándékolatlanul a kempingeket. Ennek érdekében:

- ne kizárólag épületek, hanem egyéb építési, infrastrukturális, technológiai és területfejlesztési munkák is támogathatók legyenek;
- a pályázatok ne írjanak elő minimális számú fedett szálláshelyet;
- ne követeljenek meg egész éves vagy a szezonális működéshez képest indokolatlanul hosszú nyitvatartást;
- a támogatás ne kizárólag szobaszámhoz vagy fedett férőhelyhez, hanem a kempingekre jellemző teljes fogadóképességhez is igazodhasson;
- az értékelés vegye figyelembe a kempingek nagy területigényét, jelentős közmű- és infrastruktúraigényét, valamint időjárás- és szezonalitásfüggő működését;
- a bérelt ingatlanon vagy tartós üzemeltetési jogviszony keretében működő kempingek se kerüljenek automatikusan hátrányba, ha a fejlesztés fenntartása megfelelően biztosított;
- az elszámolható költségek között jelenjenek meg a tervezés, az engedélyezés, a műszaki ellenőrzés és a projekt-előkészítés indokolt költségei is;
- a jogosultsági feltételek vegyék figyelembe a mikro-, kis- és családi vállalkozások korlátozott adminisztratív és finanszírozási kapacitásait.

Nyomon követés és eredményességmérés

A támogatások eredményességét előre meghatározott, a fejlesztés jellegéhez igazodó mutatók alapján kell mérni. Ilyen mutató lehet különösen:

- a vendégéjszakák és a szezonális kihasználtság változása;
- a nyitvatartási idő gazdaságilag fenntartható meghosszabbítása;
- a szolgáltatási vagy minősítési kategória javulása;
- az energia- és vízfelhasználás fajlagos csökkenése;
- a digitális értékesítés arányának növekedése;
- az akadálymentes vagy családbarát szolgáltatások bővülése;
- a foglalkoztatás és a helyi beszállítói kapcsolatok erősödése;
- a vendégelégedettség javulása.

A mutatókat arányosan kell meghatározni: azok ne ösztönözzenek indokolatlan kapacitásbővítésre vagy gazdaságtalanul hosszú nyitvatartásra. **A támogatási rendszer értékelését rendszeresen el kell végezni**, az eredmények alapján pedig szükség esetén módosítani kell a célokat, az intenzitásokat és a jogosultsági feltételeket.

9. sz. Melléklet: Inkluzív turizmus a kempingágazatban

Stratégiai kiindulópont

Az inkluzív turizmus a kempingágazat számára számottevő, jelenleg csak részben elérhető piac. A WHO becslése szerint világszerte 1,3 milliárd ember, a népesség 16%-a él jelentős fogyatékossággal.[12] Az Eurostat 2025-ös adatai szerint a magánháztartásban élő, 16 éves és idősebb népesség 24,2%-a az Európai Unióban, Magyarországon 23,6%-a él tartós, egészségi okból fennálló, legalább részleges tevékenységkorlátozottsággal.[13] A KSH 2022. évi népszámlálása szerint szűkebb kategóriák mellett is 639 ezren nyilatkozták, hogy egészségi állapotuk súlyosan korlátozza őket, 270 ezren pedig fogyatékossággal éltek; a két csoport részben átfedte egymást.[14] A mutatók eltérő tartalmától függetlenül a piaci következtetés egyértelmű: **a hozzáférési igények a belföldi és az európai kereslet számottevő részét érintik.**

Az eltérő hozzáférési igényű vendéggel **együtt utazó család vagy társaság** döntését is meghatározza a szálláshely alkalmassága. Egyetlen kritikus akadály ezért nem egy vendég, hanem egy teljes foglalás elvesztését okozhatja. A használatot megkönnyítő kialakítás emellett **az idősebb, az átmenetileg korlátozott mozgásképességű és a kisgyermekkel utazó vendégek** számára is növeli a szolgáltatás értékét.

A hazai kiindulópontot **nem a hozzáférhetőségi elemek teljes hiánya, hanem azok elszigeteltsége** jellemzi. A jelenlegi gyakorlatban a hozzáférhetőség sokszor az akadálymentes vizesblokk kialakításáig jut el. Ez szükséges infrastruktúra lehet, de önmagában nem teszi a kempinget felkészültté az inkluzív turizmusra. Ha a vendég számára megfelelő szállásegység vagy parcella, az oda vezető út, a recepció, valamint az üdülés lényeges közösségi és szabadidős szolgáltatásai nem használhatók, a vizesblokk nem áll össze értékesíthető turisztikai termékké. Ugyanez fordítva is igaz: a ténylegesen használható kapacitás piaci értéke elvész, ha annak jellemzői a foglalás előtt nem ismerhetők meg.

[12] World Health Organization (2022): *Global report on health equity for persons with disabilities*. Geneva: World Health Organization, különösen 22. o. ISBN 978-92-4-006360-0. Hivatalos WHO-kiadvány
[13] Eurostat: *Level of disability (activity limitation) by sex, age and income quintile*. Adatkód: hlth_silc_12, 2025. Szűrés: 16 éves és idősebb népesség; mindkét nem; legalább részleges korlátozottság; EU–27 és Magyarország.
[14] Központi Statisztikai Hivatal: Fogyatékosság és egészségi okból fakadó korlátozottság. Népszámlálás 2022.

Az inkluzív turizmus stratégiai tárgya ezért a **tényleges használhatóság**. A vendégnek ki kell tudnia választani és le kell tudnia foglalni a számára megfelelő kínálatot, el kell jutnia a kempingbe, és a tartózkodás meghatározó szolgáltatásait önállóan vagy a számára szokásos segítséggel igénybe kell tudnia venni. **A jogi megfelelés, a minősítés, a gyakorlati használhatóság és a piaci tájékoztatás összefüggő, de eltérő kérdések.** A megfelelés vagy a minősítés önmagában nem helyettesíti a működő vendégutat és a tényszerű tájékoztatást.

A részstratégia célja, hogy a már meglévő, illetve a következő beruházási ciklusokban létrejövő **hozzáférhetőségi elemek összefüggő, foglalható és hitelesen bemutatható kempingkínálattá** álljanak össze. A cél nem valamennyi kempingben és valamennyi vendégigényre azonos műszaki szint előírása. Az üzemeltetőnek a helyszín adottságai, a kiszolgálni kívánt piac és a beruházás gazdasági fenntarthatósága alapján kell meghatároznia, mely vendégigények kiszolgálását tudja ténylegesen vállalni.

A kempingkínálat hozzáférhetőségi szerkezete

A kempingek vegyes kapacitásszerkezete az inkluzív kínálat kialakításában is eltérő üzleti és beruházási logikát teremt. A sátorhelyet vagy parcellát foglaló vendég saját eszközzel érkezik; számára a kijelölt terület használhatósága, a belső közlekedés és a közös szolgáltatások elérése alkotja a terméket. A mobilház, az üdülőház, az apartman és a glampingegység ezzel szemben közvetlenül, saját sátor vagy lakókocsi használata nélkül foglalható szálláskapacitás.

A **két kínálati forma** egymást kiegészíti, finanszírozási szempontból azonban nem azonos:

- A belső út, a vizesblokk, a recepció vagy a közösségi létesítmény hozzáférhetővé tétele alapinfrastruktúra-fejlesztés, amelynek hozama több szolgáltatás és vendégcsoport között oszlik meg.
- A hozzáférhető mobilház, üdülőház, apartman vagy glampingegység közvetlenül értékesíthető és bevételt termelő kapacitás.

E különbséget: **a támogatási intenzitásban, a finanszírozási eszközben és az elvárt üzleti megtérülésben** egyaránt érvényesíteni kell.

A fejlesztés alapegysége egy meghatározott vendégigényhez igazodó, összefüggő kínálat. Ennek a foglalható szállást vagy parcellát, az eléréshez szükséges közös infrastruktúrát és a tartózkodás lényeges

szolgáltatásait egyetlen használható lánccá kell összekapcsolnia. **A kínálat használhatóságát a lánc leggyengébb eleme határozza meg.** Az egymástól elszigetelt fejlesztések ezért részben kihasználatlanok maradnak akkor is, ha külön-külön megfelelnek valamely műszaki előírásnak.

A mozgási, látási, hallási, kommunikációs és megértési nehézségek eltérő feltételeket teremtenek. Egy kemping ezért egyes vendégcsoportok számára jól, mások számára korlátozottan lehet használható. **A stratégiai követelmény nem valamennyi igény egyidejű kiszolgálása, hanem a vállalt szolgáltatás működőképessége és a fennmaradó korlátok pontos közlése.**

Beruházási, támogatási és szabályozási feltételek

A hozzáférhetőség javításának leggazdaságosabb módja, ha az a kemping rendes beruházási ciklusába épül be. Belső utak és közlekedési felületek felújításakor, vizesblokkok és közösségi épületek korszerűsítésekor, továbbá mobilházak, üdülőházak, apartmanok és glampingegységek beszerzésekor vagy cseréjekor a hozzáférési szempontokat már a tervezésben és a beszerzésben érvényesíteni kell. Az utólagos korrekció rendszerint drágább, és nagyobb valószínűséggel hoz létre részlegesen használható megoldást. Az osztrák gyakorlat is a teljes szolgáltatási lánc áttekintésére, az adott vállalkozásra szabott fejlesztésre és a felhasználói szempont bevonására épít.[15]

Az adózási és támogatási részstratégiában javasolt intenzitási rendszer ehhez megfelelő alapot ad. A közvetlenül bevételt nem termelő belső közlekedési infrastruktúra, valamint a vizesblokkok és közösségi létesítmények **magasabb támogatási intenzitás**a indokolt; a közvetlenül foglalható szállásegységek fejlesztése **alacsonyabb intenzitású** vissza nem térítendő támogatással, részben visszatérítendő támogatással vagy kedvezményes hitellel kapcsolható össze. **Az inkluzív fejlesztés sajátos követelménye, hogy egy projekten belül a működő kínálat valamennyi szükséges eleme elszámolható legyen:** a szállásegység vagy parcella, annak megközelítése, a nélkülözhetetlen közös infrastruktúra, továbbá a tervezés, a műszaki szakértelem és az érdemi felhasználói véleményezés költsége.

A támogatási program eredménye nem az elkészült akadálymentes elemek száma, hanem **a létrejött, ténylegesen foglalható és használható kapacitás.** A hozzáférhető bérelhető egység

[15] Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft – Wirtschaftskammer Österreich (2015): *Tourismus für Alle. Eine Orientierungshilfe für barrierefreie Naturangebote*, 2. kiadás, különösen 9–10., 38–39. és 48–49. o. WKO – közvetlen PDF

nagyobb alapterület-igénye vagy alacsonyabb férőhelysűrűsége önmagában nem tekinthető hatékonyságromlásnak. **Gazdasági értékét** a megcélozható kereslet, a várható kihasználtság, az elérhető árbevétel, valamint a fenntartás és az üzemeltetés költsége alapján kell megítélni.

Az intézményi és szabályozási részstratégiában javasolt **fogalmi rendezésnek** biztosítania kell, hogy a mobilházak és más informális szállástípusok hozzáférhető változatai kiszámítható feltételekkel telepíthetők legyenek.

Piaci megjelenés és vendégtájékoztatás

Az inkluzív kínálat csak akkor válik értékesíthető kapacitássá, ha a vendég a foglalás előtt el tudja dönteni, hogy az számára használható-e. Az **„akadálymentes" megjelölés önmagában nem elegendő**: a szolgáltató saját honlapján és foglalási felületén az adott szállásegységhez vagy parcellához, valamint a kapcsolódó szolgáltatásokhoz kötődő **tényleges adottságokat és ismert korlátokat** kell bemutatni. A bejutásra, a belső közlekedésre, a vizesblokkra és a tartózkodás meghatározó szolgáltatásaira vonatkozó információt szükség szerint **méretadatokkal és fényképekkel** kell alátámasztani, hogy a vendég maga dönthessen a kínálat alkalmasságáról. **Az információk helyességéért és aktualizálásáért az üzemeltető felel.**[4]

A Magyar Kempingszövetség ágazati feladata

Az egyes kempingüzemeltetők saját beruházásaikról, célpiacukról és szolgáltatási vállalásaikról tudnak dönteni. Nem képesek azonban egyenként rendezni a mobilházak szabályozását, érdemben alakítani a támogatási programok feltételeit, érvényesíteni a kempingspecifikus szempontokat az országos turisztikai tájékoztatásban, vagy biztosítani a kempinghatáron kívüli turisztikai infrastruktúra fejlesztését.

A kempinghatáron kívüli hozzáférés – így a közlekedés, a közterületi megközelítés és a meghatározó turisztikai vonzerők használhatósága – **helyi együttműködést igényel**; **országos és térségi szinten e szempont képviselete a Magyar Kempingszövetség feladata.**

Ezek **közös ágazati feltételek;** ezért tartozik az inkluzív turizmus a Magyar Kempingszövetség érdekképviseleti feladatai közé.

A Szövetség feladata a hozzáférhetőség kempingspecifikus gazdasági és működési követelményeinek megfogalmazása, valamint ezek következetes képviselete a szabályozási, támogatási, piacfejlesztési és digitalizációs egyeztetésekben. A közös kérdésekben **ágazati álláspontot kell kialakítania**: mely beruházási elemek finanszírozhatók együtt, hogyan kezelendők a különböző kapacitástípusok, milyen információ szükséges a vendég döntéséhez, és mely feladat mely intézmény felelőssége.

A **fogyatékosságügyi civil szervezetek és a hozzáférhetőségi szakemberek bevonásának** világos munkamegosztásra kell épülnie. A civil, felhasználói oldal annak megítéléséhez ad tudást, hogy a megoldás a **gyakorlatban használható-e. A Szövetség** e tudásterületek és az ágazat közötti **kapcsolatot teremti meg**. A bevonásnak konkrét feladathoz – például a vendégtájékoztatás minimális tartalmának kialakításához vagy egy finanszírozott fejlesztés tervének véleményezéséhez – kell kapcsolódnia.

A Magyar Kempingszövetség jelenlegi humán- és pénzügyi kapacitása nem teszi lehetővé országos állapotfelmérés, saját audit- vagy minősítési rendszer, rendszeres helyszíni tanácsadás, illetve önálló képzési apparátus működtetését. Ilyen feladat kizárólag kijelölt szakmai végrehajtóval és biztosított külső finanszírozással indítható. **A Szövetség reális hozzájárulása az ágazati álláspont megfogalmazása, a szükséges partnerkapcsolatok kialakítása, a kempingspecifikus szakmai szempontok képviselete és a tudás közvetítése a tagok felé.**

Beépülés a szakterületi stratégiák végrehajtásába

Az inkluzív turizmus végrehajtása nem igényel a stratégia többi elemétől elkülönülő intézményrendszert.

- Az intézményi és szabályozási részstratégiában a hozzáférhető mobilházak és informális szállástípusok jogi és telepítési feltételeit kell rendezni;
- az adózási és támogatási részstratégiában az összefüggő fejlesztések finanszírozhatóságát és a bevételtermelő, illetve alapinfrastrukturális elemek eltérő támogatási logikáját kell érvényesíteni.
- A piacfejlesztési és marketingstratégiában, valamint a digitalizációs részstratégiában a hozzáférhetőségi szempontokat a kínálat bemutatásába és a foglalási folyamatba kell beépíteni.

- A tudásmenedzsment és a tagi érték növelésének részstratégiáiban a feladat a meglévő külső szakértelemhez és a használható szakmai anyagokhoz való hozzáférés közvetítése.

Ez a kapcsolódás teszi az inkluzív turizmust **horizontális piacfejlesztési területté.** Bővíti és diverzifikálja a foglalható kínálatot, javítja az információ minőségét és a vendégbizalmat, a tervezett felújításokba építve pedig mérsékli a későbbi korrekció költségét. A többféle vendégigényt kiszolgáló kialakítás az eszközök és az infrastruktúra hosszabb távú hasznosíthatóságát is erősíti.

A megvalósítás sorrendje és eredményessége

Az első végrehajtási ciklus a kapcsolódó szakterületi részstratégiákban meghatározott feladatokra épül. A Magyar Kempingszövetségnek a soron következő szabályozási és támogatási egyeztetésekben kell képviselnie az összefüggő, működőképes fejlesztések feltételeit; a piacfejlesztési és digitalizációs részstratégiák végrehajtása során pedig a tényszerű hozzáférhetőségi tájékoztatás szempontjait kell érvényesítenie. A szakmai és felhasználói szempontok kidolgozásához külső partner csak meghatározott feladattal, felelőssel és finanszírozással vonható be. Az egyedi beruházások az üzemeltetők üzleti döntéseihez és a rendelkezésre álló finanszírozási lehetőségekhez igazodva valósulnak meg.

Az eredményesség alapegysége a ténylegesen foglalható és használható kapacitás, mérését azonban a felelősségi szintekhez kell igazítani.

- **Szövetségi eredmény** a kempingspecifikus szempontok megjelenése a szabályozásban, a támogatási programokban és az országos turisztikai tájékoztatásban.
- **A támogatott fejlesztés eredménye** akkor igazolható, ha a vállalt vendégigény számára összefüggő, működő szolgáltatás jön létre.
- **Vállalkozási szinten** – amennyiben az üzemeltetői adatok rendelkezésre állnak – a kapacitás kihasználtsága, árbevétele és a vendégvisszajelzések alapozhatják meg a további fejlesztési döntéseket.

Egy útmutató elkészítése, egy egyeztetés vagy egy önmagában álló akadálymentes beruházási elem intézményi teljesítmény, de nem igazolja a stratégia piaci eredményét. A **siker mércéje az, hogy csökken-e a vendég döntési bizonytalansága, bővül-e a valós igényekhez kapcsolható foglalható kínálat, és a fejlesztés tartósan beépül-e a kemping működésébe.** A vállalkozási eredmények az üzemeltető saját foglalási és vendégkapcsolati adatai, a támogatott fejlesztések eredményei pedig az adott program beszámolói alapján követhetők. **Új, folyamatos szövetségi adatfelvétel létrehozása nem indokolt.**