

GYOMAENDRŐD VÁROS ÖNKORMÁNYZAT TURISZTIKAI STRATÉGIA 2023-2027



ESCARGO HAJÓJA KFT.
minden ami tartalom

5.1. Általános kínálat	129
5.3. Gyomaendrődi Liget Gyógyfürdő és Kemping	130
5.4. Kulturális vonzerők.....	131
5.5. Természeti vonzerők	132
5.6. Szálláshely-kínálat.....	136
5.7. Együttműködések.....	138
5.8. A kínálati oldal összegzése	138
6. Gyomaendrőd pozíciója a turisztikai térképen.....	154
6.1. A Város pozíciója a szálláshelyek kereslete és kínálata alapján	154
6.2. STEEPLE-analízis.....	159
6.3. SWOT elemzés	166
7. Mélyinterjúkból levont következtetések	169
7.1. Azonosságok az egyes érdekcsoportok víziói között	169
7.2. Különbségek az egyes érdekcsoportok víziói között.....	170
7.3. Általános következtetések.....	171
Turisztikai Stratégia és Akcióterv	174
Misszió, vízió megfogalmazása.....	174
1. A gyomaendrődi turizmus küldetése	174
Marketing Terv.....	179
Marketinget kezelő csoport felépítése és menedzsmentje.....	179
Marketing Fő Teljesítménymutatói – “Key Performance Indicators” (KPI-k).....	182
Célcsoportok	188
Jövőbeni célcsoportok	190
A jövőbeni célcsoportok igényei és megfelelő kiszolgálásuk	194
Versenyárs elemzés – Közeli fürdővárosok.....	207
Marketing Mix.....	215
Marketing Csatornák	217
Marketing Felelősségvállalás.....	219
Marketing Technológia	220
Időzítés a Marketing Tervhez a tervezett Influencer kampánnyal együtt	221
Marketing Vázlatos Költségvetés	222
Influencer kampány terve	226
Turisztikai Stratégia és Akcióterv	234
Javaslatok.....	234

Rövid távú javaslatok.....	234
Középtávú javaslatok.....	235
Hosszú távú javaslatok.....	236
Javaslatok leírása	237
Rövid távú javaslatok.....	237
Középtávú javaslatok.....	254
Hosszú távú javaslatok.....	264
Javaslatok megvalósításának időterve.....	277
Rövid távú tervek.....	277
Középtávú tervek.....	279
Hosszú távú tervek	281
Javaslatok Megvalósításának Költségterve	283
Rövid távú tervek.....	283
Középtávú tervek.....	285
Hosszú távú tervek	286
Javaslatok Kapcsolódása Egymáshoz	287
Rövid táv – Rövid táv	287
Rövid táv – Középtáv	288
Rövid táv – Hosszú táv.....	289
Középtáv – Középtáv	290
Középtáv – Hosszútáv.....	291
Hosszú táv – Hosszú táv	292
Zárógondolatok	293
Mellékletek	295
1. sz. melléklet: A minőség mérésének lehetséges eszközei	295
2. sz. melléklet – Gyomaendrőd turisztikai arculata	303
3. sz. melléklet. Turizmusmarketing fogalom és keretrendszer	305
4. sz. melléklet – Operatív háttér, megvalósíthatóság és minőség – Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezet.....	310
5. sz. melléklet: A Körösök Völgye térségi aktív turizmus fejlesztési stratégiához való kapcsolódás lehetőségei	318

Bevezetés

Gyomaendrőd város turisztikai stratégiájának kidolgozásához a szakmai tudás és elhivatottság mellett személyes elköteleződéssel fogtunk hozzá. A Békés megyei kisváros atmoszféráját turistaként már évekkel ezelőtt megismertük, további felfedezésére évről-évre visszajártunk, így a munkafolyamathoz nemcsak előzetes tudással, de elfogult lelkesedéssel kezdtünk.

Kívülálló szervezetként objektív módszerekkel mértük fel a város adottságait, a benne rejlő lehetőségeket. Az így kapott eredményekhez rendeltük hozzá a helyi lakosoktól és turistáktól gyűjtött információkat, hogy az így kirajzolódó képből egy olyan izgalmas munkába fogjunk bele, amelynek a végére egy reális és megvalósítható turisztikai stratégia jöjjön létre.

Az idegenforgalmi mutatók, statisztikai adatok, turisztikai analógiák elemzésével párhuzamosan primer, illetve szekunder kutatási módszerekkel jutottunk el egy valós, a leginkább érintettek, azaz a helyi lakosok által látott Gyomaendrőd képhez.

Primer kutatásunk személyes mélyinterjúk és telefonos, illetve online kérdőívekből állt, az így kapott válaszok során levont következtetések mind azt a célt szolgálják, hogy a szakmai szemlélet mellett a gyomaendrődiek szemével is lássuk a város erősségeit, hiányosságait, megismerjük a lakosság hozzáállását, véleményét a potenciális lehetőségekről, lehetséges fejlesztési területekről.

Elsődlegesen vizsgált csoportunk összetett volt. Interjút készítettünk a döntéshozókkal, azaz az önkormányzati képviselőtestület tagjaival. Felkerestük a helyi vendéglátó- és szálláshelyek, turisztikai attrakciók tulajdonosait, üzemeltetőit. Azokat a munkáltatókat, akiknek akár humán erőforrás, akár árbevétel, akár kapcsolati tőke szempontjából jelentős befolyása van a városra nézve. Kérdőíves válaszadásokból ismertük meg a helyi lakosok, illetve a város és a vidék turizmusában részt vevő szereplők - különös tekintettel a horgászturizmus szereplőire - kötődését, emocionális, racionális hozzáállását Gyomaendrődhöz.

Adatgyűjtés

1. Interjú-mélyinterjúk a város főbb turisztikai szereplőivel

Az interjúk, beszélgetések során rengeteg érdekes élettörténettel, családtörténettel, helyi anekdotával, történelmi érdekességgel találkoztunk. Ahogy haladtunk előre az interjúkészítésben úgy bontakozott ki egy élhető, pezsgő turisztikai élettel megtölthető település képe. Ahol a rengeteg meglévő, ki nem használt potencia elegendő ahhoz, hogy a város szerepet töltsön be Magyarország turisztikai térképén.

1.1. Gyomaendrőd Önkormányzata

Gyomaendrőd Képviselő Testületének tagjaival folytatott mélyinterjúk kicsengése nagyjából azonos konklúziót fogalmaz meg. A képviselők szinte kivétel nélkül a város ugyanazon erősségeit és ugyanazon a gyengeségeit emelték ki.

Az erősségek a természeti értékek, a Hármas Körös és holtágai adta lehetőségek, a város nyugalma és biztonságos miliője.

A képviselőtestületi tagok által leírt problémák nagy része lokális jellegű, de vannak olyan megfogalmazott nehézségek, amelyek országos szinten jelen vannak. Pontokba szedve ezekkel a feladatokkal kell a városnak megküzdenie és valamilyen módon rövid és hosszútávú megoldásokban gondolkodnia:

- **Humán erőforrás hiánya**

A fiatalok elvándorlása évek, sőt évtizedek óta nagyon nagy arányú a településen. A munkahelyhiány miatt az itt élő fiatalok leginkább a fővárosban vagy külföldön keresnek megélhetési lehetőséget. A magasabban kvalifikált fiatalok körében szinte százszázalékos az elvándorlás. Ennek a hosszú idő óta tartó elvándorlási kedvnek a következményei most érződnek igazán. Mostanra gyűrűzött be annyira, hogy sok ágazatban szinte lehetetlen megfelelően képzett szakembert találni, de még képzetlen munkaerőt is. Kiemelten igaz ez a turizmus- és vendéglátás ágazatára.

- **Fiatalok elvándorlása**

Az előbbi pontban kibontott probléma nemcsak munkaerőhiányhoz vezet, de a város életére is rányomja a bélyegét. Gyomaendrődön szinte teljesen hiányzik egy generáció, amely most fiatal felnőttként venné át a stafétabotot az idősebbektől, munkaerőként, a városért tenni akaró polgárként, a város vérkeringését pezsdítő tényezőként lenne jelen, aki aktív jelenlétével vinné előrébb a várost.

- **Oktatás**

Az előző két pontban vázolt probléma oda-vissza ható tényezőként van jelen középfokú oktatásban megjelenő nehézségekkel együtt. A város valaha erős gimnáziuma mára veszített presztízséből, az általános iskolát kitűnő eredménnyel végző tanulók közül egyre kevesebben választják továbbtanulási helyszíneként. Inkább más városba – főként Szarvasra és Békéscsabára – mennek továbbtanulni, vagyis már a középszintű oktatásban megkezdődik az elvándorlás.

A város másik középfokú intézménye, a mezőgazdasági szakközépiskola sem tudja azt a naprakész szaktudást átadni, ami a mai gépesített mezőgazdaságban elvárt, így az alapvetően mezőgazdaságból élő városnak nem lesz meg az megfelelő képzettségű szakember állománya.

- **Városközpont hiánya**

Gyoma és Endrőd egyesülése- azaz felülről történt egyesítése- négy évtizedre visszanyúló történet. A megkérdezettek válaszai alapján azonban még mindig érezhető az egység hiánya Gyoma és Endrőd között, ennek múltbéli, gondolkodás- és attitűdbéli okai vannak. A nagy kiterjedésű, két település összevonásával létrejött városban nincs meg az egységes városközpont, amelyet mindkét fél- gyomaiak és endrődiek is- közösen magukénak érezhetnek. A turisztikai centrum Gyoma központjában található, ez Endrődtől messze van, és az endrődiek nem is érzik igazán magukénak. Egy közös, Gyoma és Endrőd határában kiépített modern városközpont rendezvénytérrel egyelőre a jövő álma, de vannak erre vonatkozó tervek, ötletek.

- **Helyi tömegközlekedés**

Gyomaendrőd nagy kiterjedésű, hosszan elterülő, lapos település, jól kiépített kerékpárutakkal. A helyi lakosság közlekedése is ezen, illetve autós közlekedésen alapul, az egyetlen helyi járat nem túl gyakran közlekedik, szombat vasárnap egyáltalán nem. Ez nemcsak a helyiek közlekedésében jelent nehézséget, de a

térségbe látogató turistáknak is gondot okoz. A Gyomaendrődre látogatók nagy része a kikapcsolódása alatt nem akar autóval közlekedni, enélkül viszont nem könnyű eljutni a város egyik pontjából a másikba. Erre megoldás lehetne a két keréken zajló közlekedés, de a városban kerékpárbérlési lehetőség nagyon szűk körben van jelen, /elektromos roller/robogó bérlésre pedig egyelőre nincs lehetőség.

A fejlesztésre való törekvések azonban jelen vannak, hiszen a közelmúltban Gyomaendrőd Város Önkormányzata szerződést kötött a Körös Volán Autóbuszközlekedési Zrt.-vel, mely megállapodást alapján egy nap 17 távolsági buszjáratral közlekedhetnek a városon belül az ezt igénybe vevők a helyi menetrend járatain felül.

- **Városkép**

Gyomaendrőd sajátos településszerkezetéből adódik a tiszta városképfenntartásának problémája. A nagy területen elhelyezkedő település és az egyre fogyó lakosság fordított aránya megnehezíti a nem lakott és nem központi területek tisztán tartását. Ennek a problémának az orvoslására az anyagi és humán erőforrások megteremtése komoly nehézséget jelent.

- **Civil szervezetek**

A helyi civil szervezetek kevés dolgot tudnak önállóan, önerőből véghez vinni, sok esetben nagyban függnék az önkormányzati támogatástól. A támogatás nélküli cselekedeteik gyakran önérdékűek, nem a városért vannak. Egy-egy civil szervezeten belül előfordul a széthúzás, a konfliktus, amely több esetben a szervezet szakadásához vezet. Az így meggyengült szervezetek nem erősítik, csökkentik a település versenyképességét.

- **Ingatlanhelyzet**

Gyomaendrődön 2022 nyarán majd 800 eladó ingatlan volt, az országos ingatlanárakhoz képest irreálisan alacsony áron. Ezek az eladó házak, lakások nehezen találhatnak gazdára a helyiek körében. Általánosságban elmondható, hogy leginkább a fővárosi befektetők vásárolják azokat nyaralóként üzemeltetve, tehát ezek a vásárlások nem emelik a népességszámot és egyenlítik ki az elvándorlás okozta népességcsökkenést, csak a turisztikai szezonban nő általuk a város létszáma, bevétele.

- **Közösségi élet**

A vendéglátóhelyek kis száma, illetve rövid nyitvatartási ideje nem kedvez annak a közösségi életnek, amelyet a 30-50 év közötti korosztály keres magának. Ez az a korosztály, amely tudna tenni a város fejlődéséért, akár szellemi, akár anyagi kapacitást beleadva, de nincs meg az a kötetlen fórum, az a közösségi tér, amely az eszmecserék, ötletelések, együtt gondolkodások terét adnák.

- **Turizmusban érdekelték és a város kapcsolata**

Régóta fennálló probléma, hogy a gyomaendrődi turizmusban érdekelt magánszállásadók nem látják át azt a folyamatot, amelyben ők a várossal együttműködve tehetnének annak turisztikai fejlesztéséért. Nagyon sokan "feketén" az idegenforgalmi adót megkerülve adják ki szálláshelyeiket, ennek ellenőrzése bonyolult feladat. Nincs meg az a szemlélet, amely egy közös gondolkodás révén vinné előre a várost és a magánembereket. A gyors haszonra törekedve nem látják, hogy az adóból befolyt összeg a város turisztikai fejlesztését szolgálná, mely hosszú távon nekik is kedvező lehet.

- **Információáramlás**

Furcsa helyzet, hogy a gyomaendrődi eseményekről két honlapon lehet tájékozódni, a gyomaendrod.hu és a gyomaendrod.com oldalon. Az utóbbi jóval népszerűbb, az oldal magánkézben van, az önkormányzatnak nincs ráhatása az ott közzétett információkra. Nem pontos adatok, félinformációk miatt már sok félreértés adódott turisztikai helyek nyitvatartásáról, ami nemcsak kellemetlen a látogatók részére, de az adott hely hírnevét is csorbítják.

- **Turisztikai jövőkép**

A helyi önkormányzat képviselői egységesen a vizek adta lehetőségben, a horgászturizmusban látják a város turisztikai fejlesztését.

Ennek az elgondolásnak reális alapja van. Néhány évvel ezelőtt a KHESZ fennhatósága alá kerültek a Körös holtágai, ami egy jelentős pozitív változást hozott mind a vízminőségben, mind a halállományban. Ettől az időszaktól datálható a Gyomaendrődön és közvetlen közelében található 16 holtág mind népszerűbbé válása

a horgászok körében. A hely országosan elismert és keresett horgászparadicsomként él a magyar, sőt nemzetközi köztudatban is.

A megkérdezett képviselők a helyi turizmus másik pillérét a Liget fürdőben látják. Annak csúszdaparkkal, élményelemekkel való fejlesztése a megkérdezettek szerint jelentősen javítana a turisztikai mutatókon.

1.2. TOP 5 – „Fejlett” gazdasági szereplők

A mélyinterjúk során olyan fejlett gazdasági szereplők véleményét, nézetét ismertük meg, akik túl azon, hogy olyan vállalatok, cégek irányításával foglalkoznak, amelyek jelentős szerepet töltenek be a város gazdasági életében valamiféle elköteleződéssel tekintenek a város felé. Vannak, akik egész életüket Gyomaendrődön élték és itt építették ki és fejlesztették vállalkozásukat sikeresen, vannak, akik “betelepültek” a munka miatt lettek gyomaendrődi lakosok és szerették meg néhány év alatt a várost annyira, hogy magukénak érzik annak fejlesztését és tudássukkal, kapcsolati – és egyéb tőkéjükkel szívesen be is kapcsolódnának a város turisztikai fejlesztésébe. Ők szintén a már fejlődésnek indult és egyre népszerűbb horgászturizmusban látják a város jövőbeni idegenforgalmi útját, de nem kizárólagosan. Hisznek egy jól szervezett aktív- illetve kulturális turizmus létjogosultságában a településen.

A magán szálláshelyek kiadói kiváltságos helyzetben vannak Gyomaendrődön. A már meglévő és egyre bővülő horgászturizmus és a szálláshelyek nem elegendő létszáma miatt szinte teljes marketing- és reklámtevékenység, hirdetés nélkül tudják kiadni szálláshelyeiket.¹ Visszatérő vendégkörrel rendelkeznek, a megszállt vendégek nagyon sok esetben már ottlétükkor lefoglalják a szállást jövő évi nyaralásukra, sőt gyakran szabadságukat is a szálláshely szabad kapacitásához igazítják. Ez eredményezi az eltöltött vendégéjszakák és a megszállt vendégek nyomon követhetetlenségét, ellenőrizhetetlenségét, ami idegenforgalmi adó kiesést eredményez a városnak.

¹ szallas.hu-s kiegészítés a reklámról (12%-ot von le) Bár a szállásadók nem fizetnek közvetlenül a reklámért, a szallas.hu-n regisztráltak az árbevételből befizetett 12%-ért cserébe marketinget is kapnak a szallas.hu oldaláról

A magánszállások kiadása szinte kivétel nélkül családi vállalkozás keretén belül zajlik, és a családnak nem fő- hanem csak kiegészítő, szezonális tevékenységet jelent, a szállások nagyjából fele² nem fűthető.

A "fekete", bejelentés nélküli szálláskiadás bizalmatlanságot szül az Önkormányzat részéről a szálláskiadók irányába. Ez egy oda-vissza folyamat, a magánszállások kiadói is éreznek egyfajta bizalmatlanságot a város irányába az idegenforgalmi adó helyes felhasználását illetően.

Ennek a kétoldali bizalmatlanságnak a rendbetétele nem egyszerű feladat, de hosszú távon csak így lehet mindkét fél számára tiszta feltételeket teremteni a turizmus fejlesztésére.

Az interjúk során a kérdezettek hasonló egyéb problémákat fogalmaztak meg, ezek a következők:

- **Turisztikai kiadvány**

Egy a város egész turisztikai kínálatát bemutató igényes prospektus elengedhetetlen, példaként említették Szarvas város turisztikai kiadványát.

- **Elektromos turistabusz**

A közlekedési helyzet javítása költséges és nem egyik-napról a másikra történik, a hosszútávú végleges megoldásig felvetődött az ötlet egy kisbusz vásárlására, ezzel a nem autóval érkező turistákat lehetne szállítani a szálláshelyre, ez mellett kis létszámú szervezett túrákat is lehet szervezni a kisbusz meglétére.

- **Horgász térkép**

A horgászturizmusban érdekelt szereplők a horgászok igényét és kérését figyelembe véve egy olyan térkép megvalósításában gondolkodnak, amely mind a 16 holtágot és a folyóvizet egységesen jeleníti meg. Ennek elkészítésére indultak magánkezdeményezések, de a költségek felmérésénél ezek el is akadtak, hiszen egy ilyen térkép elkészítése komoly anyagi forrásokat igényel, ezért a kezdeményezők az Önkormányzattól várnák a segítséget ennek megalkotására.

- **Kulturális szezon hétvégék**

² reprezentatív mintavételünk alapján

Az interjúk alanyai a városban már hagyománynak számító, megyei, sőt országos szinten is elismert fesztiválokat szezonhosszabbító eseményként látják. Említésre kerültek a fesztiválok, események, ezen belül a Nemzetközi Sajt- és Túrófesztivál a legtöbbször, mely a turizmus szereplői szerint tovább tudná emelni a színvonalat azzal, ha a sajtokat borokkal egészítenék ki. Nagyobb esély van így városon kívüli kapcsolatok kiépítésére is, illetve gasztronómiailag is tökéletesen kiegészítik egymást.

A Nemzetközi Halfőző Verseny népszerűsége is szóba került. Egyes szereplők szerint azonban az augusztus 20.-ai időpont nem a legmegfelelőbb. A főzőverseny akár májusban, esetleg szeptemberben is megrendezésre kerülhetne, ezzel is nyújtva a szezont.

- **Natív kampányok**

A település ismertsége általánosságban nem hirdetéseknek, közösségi média platformokon való megjelenéseknek köszönhető elsősorban, hanem a hagyományos, aktív referenciának, azaz a szájról-szájra való terjedésnek. Városon belül is ez tapasztalható, a turizmus különböző szegmenseinek szereplői egymást ajánlják.

- **Tourinform iroda?**

A Tourinform iroda hiányosságai is gyakran kerültek szóba, gyakorlatilag nincs egy olyan telefonszám, ahol a turisták azonnali információkhoz jutnának.

- **Horgászversenyek**

A horgászat, mint szabadidős tevékenység fellendülésével a versenyek is előtérbe kerültek. A versenyek előnye, hogy nem csak ideje alatt, de korábban is fellendíti a turizmust, mikor a versenyzők kijönnek edzeni, előre felmérni a terepet, később pedig akár visszatérő vendégekké is válhatnak, családjaikkal is meglátogathatják a települést.

- **Természeti örökség kiaknázása**

Gyomaendrőd legfőbb versenyelőnyeként többen említették, hogy egyszerre rendelkezik álló- és folyóvízzel is, továbbá a Hármaskörös ártere Európa 3. legszebb ártere. Ezzel szemben Szarvas, amely a legközelebbi versenytárs kizárólag egy holtággal rendelkezik és a településhez tartozó Hármaskörös szakasz is rövidebb. Szarvas előnye, hogy holtágába több halat telepítenek (éppen a több turista miatt), rendelkezik turisztikai prospektussal és a Kákafoki-holtág az országos jegy részét is képezi.

- **Turisztikai attrakció hiánya**

Hátrányként volt, aki megemlítette, hogy nincs olyan kiemelkedő turisztikai attrakció, amely olyan vendégeket lenne képes Gyomaendrődre vonzani, akik nem hallottak még a településről.

- **Infrastrukturális hátrányok**

Hátrányként sorolták azt is, hogy a bevezető utak egy kivétellel (Dévaványa felől) nem vonzóak. Aki beér a városba, nem annak szépségét látja, hanem a külterületeket, mely egy turista számára nem esztétikus.

1.3. „Fejlődő” gazdasági szereplők

A fejlődő gazdasági szereplők jelen értelmezésben főleg a közepes méretű szállásadókat, vendéglátó üzemeltetőket értjük, illetve ebbe a kategóriába tartoznak azon kezdeményezések is, amelyek bár jelentős turisztikai potenciált rejtnek magukban, még nem volt módjuk és/vagy idejük a teljes kibontakozásra.

Ebben a kategóriában meginterjúvolt személyek között is hasonló problémák és ötletek merültek fel, mint „fejlett” és „fejletlen” társaik között.

Előkerült többek között a biciklikölcsönzés problémája, a fiatalok elvándorlása és a generációváltás hiánya, illetve az ebből adódó emberi erőforrás problémák felhalmozódása.

Volt szó a holtágak kiaknázatlanságáról is, a nem megfelelő mennyiségű és minőségű marketingről, illetve a turisztikai informáló táblák hiányáról is.

1.4. „Fejletlen” gazdasági szereplők

Megemlítésre került itt is a fiatalok elvándorlása, illetve a fiatal vállalkozók hiánya. A vállalkozások esetében az a probléma is felmerült, hogy nem kizárólag a vállalkozás minősége, de a népesség alacsony száma miatt a vállalkozó, mint személy is szerepet játszik. A fiatalok esetében a magas bér sem garantálja azt, hogy a munkaerő itt marad. A fiatal munkavállalók, akik sokszor mellette tanulmányaikat végzik, abban a városban vállalnak inkább munkát, ahol tanulnak.

Fontos problémaként emelték ki azt is, hogy sok esetben azok a személyek üzemeltetnek vendéglátóhelyeket, akik rendelkeznek a megfelelő pénzügyi erőforrásokkal, nem feltétlenül azok, akik ténylegesen vendéglátó egységeket szeretnének üzemeltetni.

Szarvashoz képest azt a versenyhátrányt is megemlítették, hogy nincsenek a holtágak közvetlen közelében vendéglátó egységek.

Egy kisebb vadásztársaság tagjának véleménye alapján van még potenciális terület Gyomaendrődön, mely nincs maximálisan kihasználva, így ez is megcélozható terület a turizmusban.

Kisebb vendégházak esetében abszolút a horgászat a jellemző, ám többször felmerült a dilemma, hogy a vendégházak bevétele és az általuk befizetett idegenforgalmi adón felül nem feltétlenül hoznak bevételt a városnak. A legtöbben csak bevásárlások alkalmával hagyják el a vendégházakat, nem látogatnak be Gyomaendrőd vendéglátóhelyeire, illetve eseményeire.

Felmerült az a probléma is, hogy a szállásadók között nincs összefogás, ritkán fordul elő, hogy ha valakinél nincsen hely, a szállásadó ajánl egy másik opciót.

A még fejletlen szereplők is többször megemlítették az informáló táblák és a „csomagok” hiányát, továbbá a bicikli kölcsönzését is.

1.5. Kulturális intézmények és egyedi szereplők

A kulturális intézmények vezetői, illetve egyéni szereplők esetében többször előfordult az a probléma, hogy a lakosok körében szűk a kultúrákedvelő réteg. Míg a város lehetőséget nyújt a kultúra kedvelők szükségleteinek kielégítésére, mégis alacsony kereslet jelentkezik. Tapasztalataik alapján inkább iskolás csoportok látogatják a kulturális intézményeket (a könyvtár eseményeinek kivételével), mint más csoportok.

Előkerült ebben a körben is a fiatalok elvándorlása, az alacsony vállalkozói kedv a fiatalok körében.

Pozitív viszont, hogy az emlékévek némi egységesedést hoztak a turizmusba, véleményük szerint ezt mindenképpen érdemes folytatni a jövőben is.

Ötletként felmerült, hogy lehetne építeni a Csókás-zugi, illetve Rév-zugi holtágakra, hiszen ezek a holtágak belterületen találhatók.

Jellemző, hogy a városon belül található értékek marketingje nincs, vagy minimális, így sokan nem is találják meg Gyomaendrődöt, mint potenciális desztinációt.

2. Kínálati oldal felmérése

A kínálati oldal felmérése során a turisztikában kiemelkedően fontos csoportok jelenlegi kapacitásait mértük fel. Ezeknek részét képezték a humán erőforrások, a szolgáltatói szektor és a természeti adottságok felmérése. Több esetben sajnos probléma, hogy az utolsó népszámlálás eredményei a 2011-es évig nyúlnak vissza, így nem mondhatók frissnek. Részletes mikrocenzusok sem készültek település specifikus adatokkal, így a rendelkezésre álló adatok frissességének hiánya némileg gátolta a pontos következtetéseket, drasztikus változásokat azonban nem tapasztalt a város. A legfrissebb adataink a 2016-os évből származnak, ezek azonban sok témakörből és a turisztikai témakörök tekintetében egészen hiányosak. Kutatásunk során Excel-táblában összegeztük a publikus információkat és ahol lehetett, az elérhetőségeket.

2.1. Humán erőforrások

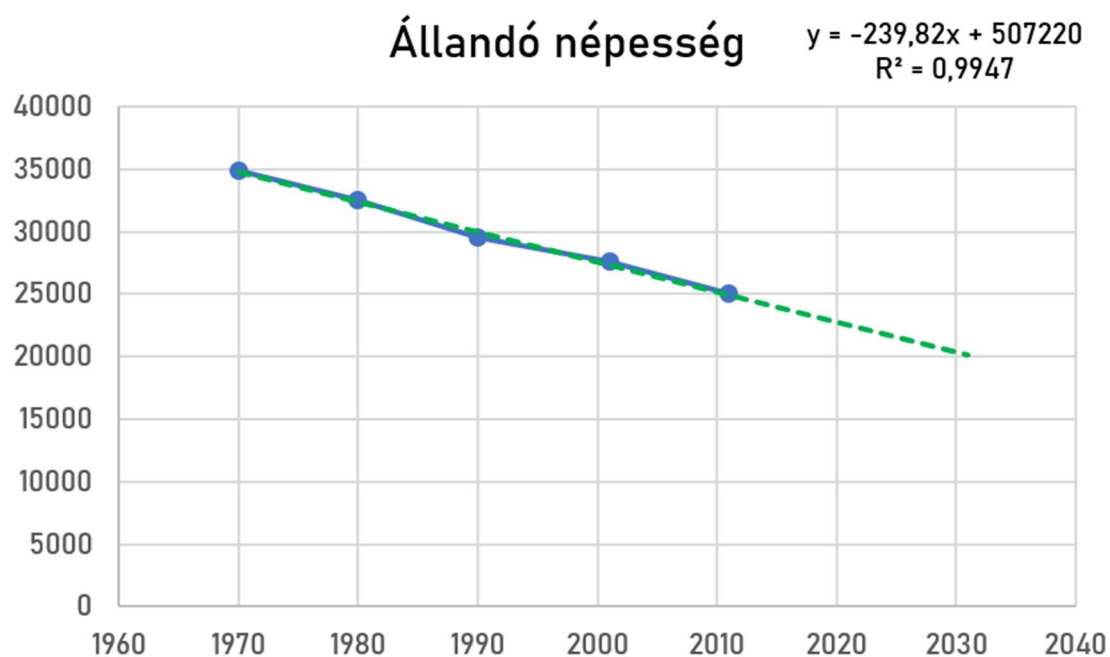
A humán erőforrások vizsgálatánál megállapítható, hogy bár a primer kutatások során többen hangoztatták a munkahelyek hiányát, a munkanélküliség mégis alacsony. Mindenképpen meg kell említenünk, hogy a turisztikai szereplőkkel lefolytatott beszélgetések ennek pont az ellenkezőjét mutatták, a turizmusban jelentős munkaerőhiány tapasztalható.

A gyomaendrői járás állandó és lakónépessége az elmúlt évtizedekben a következőképpen alakult:

év	Állandó népesség	Bázis=1970	Láncviszonyszám
1970	34 850	100%	-
1980	32 560	93,43%	93,43%
1990	29 496	84,64%	90,59%
2001	27 566	79,10%	93,46%
2011	24 984	71,69%	90,63%

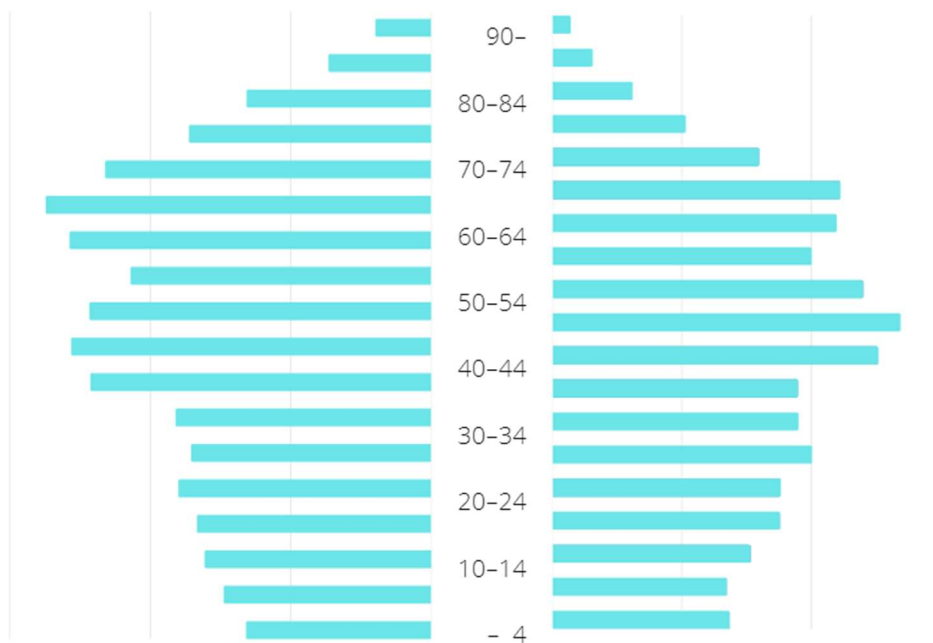
1. táblázat: A gyomaendrői járás állandó népességének alakulása az elmúlt évtizedekben *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

Ahogy a táblázatból is látszik, a járás népessége folyamatos csökkenő tendenciát mutat, az elmúlt 40 évben az állandó népesség 71,69%-ára csökkent.



1. ábra: A gyomaendrődi járás állandó népessége és annak várható alakulása
(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés) ($R=0,9947$)

Az előző táblázatból létrehozott vonaldiagramhoz lineáris trendvonalat illesztettünk, melyen a következő 20 periódusra előrejelzés látszik. A trendvonal illeszkedése ($R^2=99,47\%$) rendkívül magas, azonban a népességcsökkenés üteme folyamatosan nő, hiszen a jelenlegi népesség már most alacsonyabb az előrejelzett 2030-as állandó népességszámnál.



2. ábra: Békés megye korfája 2021 januárjában *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

Az ábrák és táblák alapján jól látható, hogy a népesség folyamatosan, magas ütemben csökken, várhatóan ez a következő években még erőteljesebb lesz. Ennek oka az urbanizáció trendje, a fiatalok elvándorlása nagyobb városokba. Ez nem egyedi probléma Gyomaendrőd környékén, országosan hasonló mutatókkal találkozhatunk.

A születéskor folyamatosan növekvő várható élettartam és a folyamatos negatív rekordot döntő születésszám hosszú távon várhatóan ezt az esetet egyre gyakoribbá teszi majd. 100 háztartásra átlagosan 229 fő jut. Összesen 6 610 család lakott a járásban 2016-ban. Az összesen 10 897 rendelkezésre álló lakások 85,21%-a, azaz 9 286 volt lakott. A legjellemzőbb a 3 szobás lakás (36,6%), ezt követi a 2 szobás (34,25%), majd a 4 vagy több szobás (24,1%), utolsó helyen pedig az egyszobás lakások (5,06%) állnak.

2.1.1. Foglalkoztatottsági ráták

A Gyomaendrődön működő vállalkozások jelentős része vagy egyáltalán nem, vagy nagyon kevés alkalmazottat foglalkoztat. A nagyvállalatok esetében jellemző a magas alkalmazotti létszám, azonban 150 fő fölé a Mamutec esetében sem emelkedik. A legtöbb vállalkozás nem rendelkezik olyan nettó árbevéttel és adózás utáni eredménnyel, hogy jelentősen több alkalmazott foglalkoztatására lenne alkalmas. A

2016-os járásokra bontott mikrocenzus alapján a 22 418 fős lakónépességből 16 236 munkaképes korú nő (8 033 fő) és férfi (8 203 fő) él. A munkanélküli nők száma 186, a férfiak esetében ugyanez 296 fő. Az ellátásban részesülő inaktív személyek száma 7 311 (népesség 25,52%-a), az eltartottak száma 4 647 fő (népesség 16,22%-a). 2016-ban összesen 9 978 (népesség 34,84%-a) személy volt foglalkoztatva.

**Békés megyében alkalmazásban állók és a
szellemi és fizikai foglalkozásúak megoszlása
2021. Q'1 és Q'3 között**

Időszak	Alkalmazásban állók	Ebből: fizikai foglalkozású	Ebből: szellemi foglalkozású
I. negyedév	74 281 fő	44 357 fő	29 912 fő
I. félév	74 633 fő	44 671 fő	29 945 fő
I–III. negyedév	75 132 fő	45 097 fő	30 015 fő

2. táblázat: Békés megyében alkalmazásban állók és a szellemi és fizikai foglalkozásúak megoszlása 2021. Q'1 és Q'3 között *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

Az ábrából látható, hogy 2021 első 3 negyedévében, Békés megyében az alkalmazásban állók több mint fele (60,02%-a) volt fizikai foglalkozású.

A következő táblázatból továbbá az is kiolvasható, hogy a fizikai foglalkozásúak jelentősen (36,5%-kal) kevesebbet keresnek.

Míg a nemzetgazdasági áganként való felosztásban láthatjuk, hogy a feldolgozóiparban dolgoznak a legtöbben (18 418 fő), ezt követi a humán-egészségügyi, szociális ellátás (9 664 fő), majd az oktatás (8 040 fő). Érdekes, hogy a pénzügyi, biztosítási tevékenység nemzetgazdasági ágban mindösszesen 27 fő alkalmazott volt 2021 első 3 negyedévében.

Békés megyében alkalmazásban állók nettó keresetének átlaga lebontva a fizikai és szellemi foglalkozásúak között 2021. Q'1 és Q'3 között

Időszak	Alkalmazásban állók	Ebből: fizikai foglalkozású	Ebből: szellemi foglalkozású
I. negyedév	204 662 Ft	163 821 Ft	262 594 Ft
I. félév	207 544 Ft	166 892 Ft	265 611 Ft
I–III. negyedév	209 311 Ft	169 318 Ft	266 639 Ft

3. táblázat: Békés megyében alkalmazásban állók nettó keresetének átlaga lebontva a fizikai és szellemi foglalkozásúak között 2021. Q'1 és Q'3 között *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

Nemzetgazdasági ág	Összes alkalmazásban álló	Ebből: fizikai foglalkozású	Ebből: szellemi foglalkozású
Mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat	5 839	4 449	1 389
Bányászat, kőfejtés
Feldolgozóipar	18 418	14 459	3 957
Villamosenergia-, gáz-, gőzellátás, légkondicionálás
Vízellátás, szennyvíz gyűjtése, kezelése, hulladékgazdálkodás, szennyeződésmérséklés	2 102	1 516	586
Építőipar	4 013	3 149	861
Kereskedelem, gépjárműjavítás	6 438	4 461	1 971
Szállítás, raktározás	1 377	1 077	300
Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás	2 506	2 151	354
Információ, kommunikáció	236	65	171
Pénzügyi, biztosítási tevékenység	27	–	27
Ingatlanügyletek	206	123	83
Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység	970	304	666
Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység	1 347	1 130	217
Közigazgatás, védelem; kötelező társadalombiztosítás	6 748	2 225	4 522
Oktatás	8 040	1 620	6 421
Humán-egészségügyi, szociális ellátás	9 664	3 187	6 470
Művészet, szórakoztatás, szabad idő	1 009	419	590
Egyéb szolgáltatás	911	161	748

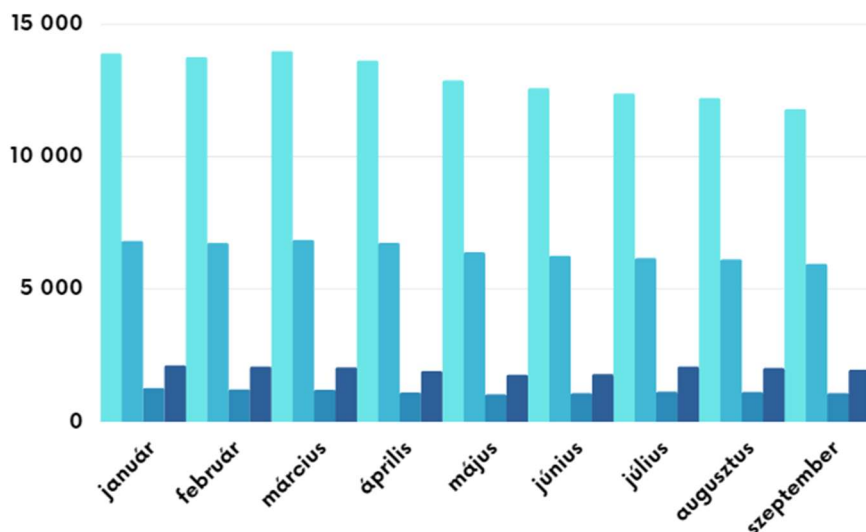
4. táblázat: Békés megyében nemzetgazdasági áganként alkalmazásban állók száma 2021. Q'1 és Q'3 között *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

2.1.2. Szabad kapacitások

A szabad kapacitások esetében a legjelentősebb a 15-19 éves korosztály, akik Gyomaendrődön élnek. Mivel a jelenlegi turisztikai szezon gyakorlatilag majdnem megegyezik a fiatalok nyári szünetével, ezért a szezonális munka különösen jellemző. Elvándorlás esetén azonban hosszú távon ezzel sem lehet biztosan számolni.

A nagyvárosok elszívó képessége és Gyomaendrőd megtartó erejének alacsony mivolta miatt a szabad kapacitások fogyása tapasztalható. Probléma - egyben kérdés - a képzett munkaerő hiánya. Probléma, hiszen látszik, hogy hiány van képzett munkaerőből. Kérdés azonban, hogy a legtöbb képzett munkaerő munkahely hiányában és jobb megélhetés reményében hagyja itt Gyomaendrődöt. 2016-ban a 7 éves és annál idősebb lakosságból 117-en voltak azok, akik el se kezdték az általános iskolát, 2 624-en végezték el az 1.-7. osztályt, 6 158-an végezték el az általános iskolát, 5 499-en rendelkeztek középiskolai végzettségű középiskolai érettségi nélkül, szakmai oklevéllel, 5 122-en középiskolai végzettségű középiskolai érettséggel és csak 1 789-en egyetemi, főiskolai végzettségű oklevéllel.

**Békés megyében regisztrált állás keresők alakulása 2021
Q'1 és Q'3 között**



3. ábra: Békés megyében regisztrált állás keresők alakulása 2021. Q'1 és Q'3 között
(oszlopok sorban: Összesen, Ebből: Nő, Ebből: Pályakezdő, Ebből: 25 éven aluli)

(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)

2.1.3. Szükséges kapacitások

A szükséges kapacitások a turisztikai tervek megvalósításához kettősséget mutatnak. Arra a szakképzett rétegre lenne szüksége a városnak, akik pályakezdőként azért hagyták el a várost, mert nem volt lehetőségük elhelyezkedni a szakmájukban. Több beszélgetésünk alapján azonban sokakat vissza lehetne vonzani az új, szakképzett munkaerőnek biztosított munkalehetőségekkel.



4. ábra: Békés megyében regisztrált álláskereső és bejelentett betöltetlen álláshelyek alakulása 2021. Q'1 és Q'3 között *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

2.2. Szolgáltatói szektor

A szolgáltatói szektor felmérésének részét képezte a szálláshelyek, vendéglátó egységek, rendezvények, szabadidős tevékenységek (kiemelt figyelemmel a fürdőre), horgászegyesületek, illetve egyéb felmérése.

2.2.1. Szálláshelyek

A szálláshelyekről általánosan elmondható, hogy a leggyakoribb a szállás típus a nyaralóház. Ezek javarésze a holtágak körül csoportosul saját stéggel, kedvezve a horgászat kedvelőinek.

Gyomaendrődön sajnos elmondható, hogy hiány van minőségi szálláshelyekből, illetve kapacitásuk is rendkívül alacsony, így egy nagyobb csoport rá van kényszerülve arra, hogy több bázisa legyen.

A város a Körösök Völgye nagyobb települései közül gyakorlatilag az egyetlen, amely nem rendelkezik 4 csillagos szálláshellyel.

További probléma, hogy a nyaralóházak gyakorlatilag fele a nyári szezonra lettek kialakítva, ezek nem fűthetők, így a szezon nyújtásánál mindenképpen limitált a potenciális látogatók száma.

Olyan fennakadásba is ütköztünk, hogy a magánszállások egy része nem elérhető honlapokon, így az átlag utazó gyakran gondolhatja azt, hogy már nincs szállás a városban az adott időpontban, mikor ez nem feltétlenül volt így.

A különböző szálláshelyekről egy n=92 db mintát vettünk, ezek alapján pedig az alábbi következtetésekre jutottunk:

A mintában vizsgált szállások közel fele, 48,91%-a várja a vendégeket egész évben. A 92 közül 16 nyit március hónapban, 20 áprilisban, 3 pedig csak májusban, 6 szálláshelyről pedig nincs ilyen információnk. A szezonális nyitva-tartók közül 9-en már szeptemberben, 27-en októberben, 3-an pedig november hónapban zárják kapuikat.

A 92 szálláshely közül mindösszesen 32 rendelkezik 10, vagy annál több férőhellyel, az átlagos kapacitás 16,55 főt tud elszállásolni. Ez ellentmondásosnak tűnhet elsőre, azonban azon szálláshelyek kapacitása, melyek 10, vagy annál több személyt képesek egyidőben elszállásolni, átlagosan az átlagos férőhelyek több, mint

kétszeresével rendelkeznek (35,2 fő). Ennek oka a kiugró értéket képző Ifjúsági és Sporttábor (86 fő), a Pájer Kemping és Strand (130 fő), illetve a Liget Gyógyfürdő és Kemping (300 fő). Összegyűjtött információink alapján Gyomaendrőd jelenleg összesen 1 407 főt képes elszállásolni egyidőben, ebben azonban szerepelnek a kempinghelyszínek is. Az egész évben nyitva-tartók pedig 994 főt képesek elszállásolni egyszerre.



5. ábra: Kiadó szálláshelyek kapacitásának eloszlása

2.2.2. Vendéglátás

Gyomaendrőd jelenleg a népességhez viszonyítva aránylag kevés vendéglátó egységgel rendelkezik. Népességre vetítve a 19 étterem, söröző, bár, cukrászda és büfének egyenként 700 embert kell kiszolgálnia, a turistákkal nem számolva. A Dining Guide 2019-es reprezentatív felmérése alapján³ a magyar felnőtt lakosság 41%-a legalább félélvonté, 13%-a pedig legalább havonta jár étterembe. Mivel ebben a felmérésben más típusú vendéglátóegységek nem szerepelnek, így elmondhatjuk, hogy alacsony a létesítmények száma a városban, tehát a piac telítetlen. Az egységek 25%-a pedig a Fő úton található, így a belvárosba való koncentrálódás is megfigyelhető. A következőkben pedig a vendéglátóegységek elemzésével, feltérképezésével foglalkozunk.

³ <https://welovebudapest.com/cikk/2019/2/7/igy-jarunk-mi-etterembe-felmeres-keszult-a-magyarok-gasztronomiai-szokasairol>

Bowling Treff Étterem - Söröző

A Bowling Treff Étterem Gyomaendrőd fő útján található. Számos versenyelőnnyel rendelkezik: van honlapja, amelyet rendszeresen frissítenek, központi helyen található, rendezvényhelyszínként is működik, kínálatában túlnyomóan hazai, de mégis különleges ételek szerepelnek.



6. ábra: Bowling Treff étterem *(készítette: Cseri László)*

Kiegészítő szolgáltatásként a Bowling Treffben található biliárd- és csocsó asztal is, illetve a nevéből adódóan rendelkeznek bowling pályával is. Hátránya között szerepel a nem egységes árszínvonal és termékkínálat, megjelenik a közép- és alsó kategória is, azonban a kínálat jelentős része inkább a prémium kategóriába sorolandó vidéki vendéglátóhelyekhez viszonyítva. Legfőbb versenyelőnye mindenképpen a rendezvényhelyszín mivolta és a 200 férőhelyes kapacitása.

Az alábbi rendezvényeket bonyolítják le:

- Lakodalmak
- Eljegyzések
- Bállok
- Állófogadások
- Családi rendezvények
- Üzleti rendezvények

Dreher Söröző, Étterem

A Dreher Söröző, Étterem a Tímár Panzióhoz kötődik, közvetlenül a főtér mellett található. Kínálata a helyi ételkülönlegességekre specializálódott, számos halétel is található náluk. Külön weboldallal nem rendelkezik az étterem, azonban a Tímár Panzió honlapján aloldala van. A reggel 9 óra előtt leadott menü rendeléseket házhoz is szállítják. A napi menüket heti bontásban, több héttel előre láthatjuk. A heti étlap is elérhető az oldalon. Véleményünk szerint a szűk termékkínálat esetükben nem feltétlenül versenyhátrány, ugyanis kompenzálja a gazdaságos ár. Az étterem egy 9 millió forintos vissza nem térítendő Európai Unió pályázatát is elnyert, amely elősegítette a korszerűsítést.



7. ábra: Dreher Söröző és Étterem *(készítette: Cseri László)*

Hídfő Étterem

A Hídfő étterem nem rendelkezik saját honlappal, kizárólag Facebook oldallal, hétfőtől szombatig délelőtt 10 órától délután 3 óráig tartanak nyitva, vasárnap pedig zárva van az étterem. A vélemények a szűk termékkínálat és a rövid nyitvatartás ellenére egytől egyig pozitívak. A legtöbben a gazdaságos árat, a házas ízeket, illetve a felszolgálók hozzáállását dicsérik. Versenyhátrányként mindenképpen megemlítenénk az alacsony figyelem fordítását a közzétett az épület karban tartására, a menükre és a képekre.



8. ábra: Hídfő étterem *(készítette: Cseri László)*

Körös Étterem

A Körös Étterem a Körös Panzióhoz tartozik és legnagyobb versenytársához, a Bowling Treffhez hasonlóan 200 főig rendezvényhelyszínként is szolgál. Az épületen belül pizzéria is található, amely inkább a fiatalok körében népszerűbb, azonban ennek okán több célközönséget is képes megszólítani egyszerre. Hátránya, hogy többen megemlítették értékeléseikben, hogy zavarta őket az összenyitás a hangzavar miatt. Az étterem értékelése ennek ellenére magas, a legtöbben a minőségre, a bőséges mennyiségre, a felszolgáló személyzetre és az ár-érték arányra hivatkoztak. Rendelkeznek napi menüvel is, melyek főként különlegességeket tartalmaznak kifejezetten gazdaságos áron, ráadásul a szokásos „A” és „B” menü mellett itt „C” menü is kapható.



9. ábra: Körös Panzió és Étterem *(készítette: Cseri László)*

Az alábbi rendezvényeket bonyolítják le:

- Bál
- Állófogadás
- Lakodalom
- Egyéb ünnepi rendezvények

Liget Söröző és Étterem

A Liget Söröző és Étterem rövid nyitvatartása ellenére (minden nap 11-től 5-ig) számos potenciált rejt magában. Az étterem rendelkezik saját honlappal. Versenyelőnye mindenképpen a svédasztalos étkezés lehetősége, a Gyógyfürdőhöz való közelsége, a családi és baráti összejövetelek lebonyolítása és a lehetséges fizetőeszközök sokszínűsége.



10. ábra: Liget Söröző és Étterem *(készítette: Cseri László)*

Lehetséges fizetőeszközök:

- OTP Széchenyi Pihenőkártya
- MKB Széchenyi Pihenőkártya
- K&H Széchenyi Pihenőkártya
- Bankkártya

- Készpénz
- Posta Paletta
- Erzsébet Utalvány

Pavilon Étterem és Pizzéria

A Pavilon Panzióhoz tartozó étterem és pizzériáról a panzió honlapján tudunk információkhoz jutni. A kínálat javarészt pizzákból áll, azonban rendkívül alacsony áron, amely fő versenyelőnyét képezi.



11. ábra: Pavilon Étterem és Pizzéria *(készítette: Cseri László)*

Rubin Panzió és Vendéglő

A panziókhoz tartozó vendéglőkhöz hasonlóan, ebben az esetben is a panzió oldalán juthatunk információkhoz a vendéglátó egységről. Versenyhátránya, hogy a várostól 2 kilométerre található, azonban ezt jelentősen kompenzálja, hogy a létesítmény közel 2 hektáron helyezkedik el, maga az épület ebből 1 500 m²-t foglal el, melyet 2006-ban teljesen újjáépítettek. A vendéglő közel 200 fő befogadására képes és teljesen elkülönítve működik a panziótól.



12. ábra: Rubin Panzió és Vendéglő *(készítette: Cseri László)*

A vendéglátó rendezvénytérként is működik, a következő rendezvények befogadására alkalmas:

- Családi és baráti rendezvények
- Lakodalmak
- Ballagások
- Értekezleteket követő ebédek

Nyaranta azonban „party/buli” jellegű rendezvényeket is szerveznek 120 fős limitig. Ebben az esetben kifejezetten versenyelőnyként kezeljük a várostól való távolságot, hiszen így a gyomaendrődi lakosokat nem érinti az esetleges hangzavar.

Ételkínálatok számos versenytársukhoz hasonlóan a magyaros ízvilágra specializálódott.

Three Rivers Pub

A Three Rivers Pub sikeresen vegyíti a reformkonyha és a hazai ízvilágú konyha kínálatát. Napi menüvel is rendelkeznek, melyet heti rendszerességgel frissítenek, az ára pedig kedvező. Előfizetésre is van lehetőség, mely alkalmas lojális fogyasztóbázis létrehozására.

Saját honlappal is rendelkeznek, melyet teljes mértékben a brandhez igazítottak, továbbá teljesskörű tájékoztatást kapunk az étlapról is.



13. ábra: Three Rivers Pub *(készítette: Cseri László)*

Versenyhátrányát, vagyis azt, hogy nem kapcsolódik szálláshelyhez, sikerült leküzdenie, hiszen jelenleg Facebook oldalukat több, mint 2 600 ember követi, a Google-ön pedig közel 600 értékeléssel rendelkezik, jelenleg 4,8-as értékkel. A kiváló ételekre, kellemes környezetre, kedves kiszolgálásra, gyorsaságra, ár-érték arányra hivatkoztak a legtöbben.

Harang Söröző

A Harang Söröző nem rendelkezik saját honlappal, kizárólag Facebook oldallal. A Google értékelések szintén 4,8-on állnak jelenleg, azonban csak 8 értékelést adtak le a Harangra. Elmondható, hogy alacsonyok az árak, viszont inkább a helyi lakosok körében kedvelt hely, mintsem a turisták esetében. Versenyelőnye, hogy a városban egyedülálló módon éjszakai klubként is működik, a magyar előadók közül pedig a legtöbben rendszeresen visszalátogatnak. A sörözővel párhuzamosan jégkrémet is árulnak, így szélesedik a potenciális vevőkör.



14. ábra: Harang Söröző (készítette: Cseri László)

6. sz. Bisztro

A Kossuth Lajos úton található 6. sz. Bisztróról a napi menü kínálatán kívül nem sok más nyilvános információ érhető el. Honlappal nem rendelkeznek, a Facebook oldaluk gyakran frissül, azonban javarészt a már említett napi menük közzététele okán. Áraik relatíve alacsonyok, a legtöbb értékelés is ezt dicséri. Az értékelők közül azonban sokan említették meg a retró hangulatot, a szó pozitív értelmében, úgy gondoljuk, ezt jobban is ki lehet használni.

Békési Burger Bár

A Békési Burger Bár gyorsétterem modern honlappal rendelkezik, melyen számos információ megtalálható. Áraik kedvezők, a rendeléseket online is le lehet adni, illetve gyorsétteremhez képest viszonylag széles kínálattal rendelkeznek.



15. ábra: Békési Burger Bár *(készítette: Cseri László)*

Lángos Büfé

A Lángos Büfé a Fő úton található, tehát versenyelőnye a kiváló elhelyezkedés. Befogadóképessége a kerttel együtt maximum 10 fő, nyitvatartása pedig igen rövid, keddtől szombatig, 04:30-tól délig tartanak csak nyitva. Fizetni kizárólag készpénzzel lehetséges.



16. ábra: Lángos Büfé *(készítette: Cseri László)*

Mini Büfé

A Mini Büfé termékkínálata méretéhez képest igen széles, a következőket kaphatjuk náluk: péksütemények, lángos, hamburger, melegszendvics, hot-dog, döner, kávé, tea, forrócsoki.



17. ábra: Mini Büfé *(készítette: Cseri László)*

A Lángos Büféhez hasonlóan egyszerre 10 fő befogadására alkalmas.

Bóbita Büfé és Bóbita Wellness Büfé

A 2 Bóbita Büfé egyaránt a Gyógyfürdő területén található, nyitvatartásuk is ehhez igazodik, illetve fő versenyelőnyük is ebben rejlik. Míg a Bóbita Büfé kültéri és 40 fő egyszeri befogadására képes, a Bóbita Wellness Büfé zárt téren helyezkedik el, az uszoda előtti aulában. Egész évben nyitva van, egyszerre 25 vendég tud náluk helyet foglalni. Kínálatuk gyakorlatilag azonos, uszodákban található vendéglátó egységekre jellemző: melegszendvicsek, hot-dog, hamburgerek, gyrosok panírozott csirke sült burgonyával, sörök, üdítők, jégkrém, gofri és különböző édességek.



18. ábra: Bóbita Büfé *(készítette: Cseri László)*

Dolce Vita Cukrászda

A Dolce Vita Cukrászdáról sok információ nem elérhető, azonban mindenképpen előny, hogy a hagyományos mellett paleo és vegán sütemények is megtalálhatók. Nyitvatartásuk cukrászdához képest hosszú, a hét minden napján reggel 9-től este 6-ig tartanak nyitva. Facebook oldalukon nyereményjátékokkal is kedveskednek követőiknek új termékek bevezetése esetén.



19. ábra: Dolce Vita Cukrászda *(készítette: Cseri László)*

Tibi Cukrászda

A Tibi Cukrászda minden nap reggel 9-től este 8-ig tart nyitva. Egyszerre 30 fő befogadására képes. Versenyelőnye, hogy akadálymentesített, hátránya, hogy csak készpénzzel lehetséges a fizetés. Kávékülönlegességek, diabetikus sütemények és torták is megtalálhatóak kínálatukban. Lakodalmak esetén pedig a tortákat kedvezményesen házhoz szállítják.



20. ábra: Tibi Cukrászda *(készítette: Cseri László)*

Zöld Cukrászda

Gyomaendrődön 2 üzlethelységgel rendelkeznek. Az egyik Gyomán, a másik Endrődön található. Az endrődi Zöld Cukrászda hétfőtől péntekig délelőtt 10 órától este 7 óráig, szombaton és vasárnap este 8 óráig van nyitva. A gyomai

hétköznaponként csak este 6 óráig tart nyitva, szombaton és vasárnap este 7 óráig. Az üzletek egyenként 30 fő befogadására képesek, mindkét helyen a készpénz a kizárólagos fizetőeszköz.



21. ábra: Zöld Cukrászda (bal oldalt: Gyomai Zöld Cukrászda, jobb oldalt: Endrődi Zöld Cukrászda) *(készítette: Cseri László)*

2.2.3. Rendezvények

Nemzetközi Sajt- és Túrófesztivál

A Nemzetközi Sajt- és Túrófesztivál 2022-ben 23. alkalommal került megrendezésre, hosszú múltra tekint már vissza. A fesztivál során a látogatók neves termelők termékeiket kóstolhatják, vásárolhatják meg, este színvonalas koncerteken vehetnek részt, illetve napközben számos programlehetőségek kínálnak gyermekes családok részére is.

Jelenleg már a résztvevők Sajtkonferencián is részt vehetnek, mely azonban regisztrációhoz van kötve. A termelők a minden évben megrendezésre kerülő versenyen is részt vehetnek különböző kategóriákban. 2022-ben túrógombóc vásárlásra is lehetőség volt, mely rendkívül gyorsan el is fogyott, így várhatóan jövőre nagyobb készlettel várják a látogatókat.

Gyomaendrődi Disznótoros és Tímár János Böllérpálinka Emlékverseny

A Böllérpálinka Emlékverseny 2022. februárjában 12. alkalommal került megrendezésére. Érdekessége, hogy gyakorlatilag az off szezonban ez az egyetlen nagyobb volumenű rendezvény. Hagyományőrző jellegét a kísérő programokkal és a hagyományos disznótoros ételekkel (hagymás vér, cigánka, pecsenye) hivatott

megtartani. A zenét is egész nap biztosítják, este pedig Disznótoros bállal várják az érdeklődőket.

A versenyre több, mint 100 jelentkező érkezett 2022-ben is, akiknek pálinkáit szakemberek és vendégek zsűrizték, a nyertes pedig montenegrói utazásban részesült.

Gyomaendrődi Nemzetközi Halfőző Verseny

A Halfőző Verseny szintén nagy múltra tekint vissza 2022-ben már 24. alkalommal rendezték meg, idén az Erzsébet Ligetben. Időpontja már hagyományosan augusztus 20., helyszíne azonban többször is vita tárgyát képezte. A főzés mellett gyakorlatilag egész nap zene kísért különböző előadókkal, a rendezvényen való részvétel pedig ingyenes.

Nemzetközi Volkswagen „BOGÁR” Találkozó és Busz Party

A „BOGÁR” találkozó és Busz Party az ország legnagyobb Volkswagen találkozója, idén már a 25. alkalommal került megrendezésre. Számos belföldi és külföldi vendéget vonz minden alkalommal, megteremti azt a retró légkört, amelyre a közönségnek igénye van, így tudott ilyen sikeres maradni. Az érdeklődőket színes programok, koncertek várják.

Éjszakai Fürdőzés

A Strandok Éjszakája egész Magyarországon bevett szokás, ilyenkor a fürdők meghosszabbított nyitvatartással, kiegészítő programokkal várják az érdeklődőket. Kezdetben ez az esemény a fürdőkben egyidőben zajlott, azonban egyre inkább bevett szokás ettől eltérni, ezáltal biztosítva a lehetőségeket a vendégeknek, hogy több ilyen eseményen részt tudjon venni. A Liget Gyógyfürdő idén négyszer is tartott éjszakai fürdőzést.

Főzzünk, együnk, fürödjünk együtt!

Az esemény minden alkalommal a Liget Gyógyfürdő területén kerül megrendezésre. Az egész napos fürdőzés mellett főzőversenyre is van lehetőség nevezni csapatokban, több kategóriában. A következő kategóriák között választhatnak a jelentkezők: vad-hal, pörkölt, BBQ ételek és egyéb finomságok. Az

este folyamán pedig neves előadók koncertjein szórakozhatnak a vendégek. Továbbá a gyermekeknek is kedveskednek, egész nap ugrálóvár és játszóház várja őket.

Határ Győző Városi Könyvtár Rendezvényei

A Városi Könyvtár rendezvényei iránti keresletből látszik, hogy a város lakói nyitottak a szabadidős programokra. A könyvtár havonta több rendezvénynek is helyt ad, ezek között szerepelnek írókkal való beszélgetések, könyvbemutatók, előadások, de akár akusztikus koncertek is. Hírességekből sincs hiány, 2022. május 13.-án Szujó Zoltán könyvbemutatójára, illetve közönségtalálkozója volt alkalmuk ellátogatni Gyomaendrőd és környéki lakosoknak, 2022. augusztus 30.-án pedig Pokorny Lia zenés estjét tekinthették meg. Jellemzően az előadások ingyenesek, vagy jelképes összegű ellenérték fejében látogathatók, az érdeklődők ezt minden alkalommal szép számmal meg is teszik.

A környék eseményei

A szomszéd települések is rendelkeznek visszatérő eseményekkel, ezek közül párat mindenképpen megemlítenénk:

- Túzokfesztivál - természetvédelmi nyílt nap (Dévaványa)
- Csabai Kolbászfesztivál (Békéscsaba)
- Szarvasi Szilvanapok (Szarvas)
- Aratónapok (Hunya)
- Dévaványai Városnapok (Dévaványa)
- Körösladányi Napok (Körösladány)

2.2.4. Szabadidős tevékenységek

A Gyomaendrődön található kikapcsolódási lehetőségek tárháza a felkapott, közeli desztinációkhoz képest alacsony. Elmondható, hogy javarészt a holtágak, illetve egyéb, horgászatra alkalmas vizek fedik le a kikapcsolódási lehetőségek jelentős részét. A horgászat mellett a vadászatban is rejlenek lehetőségek, jelenleg 6 vadásztársaság van jelen Gyomaendrődön, ezek a következők:

1. Barátság Bérkilövő Vadásztársaság
2. Endrőd Bérkilövő Vadásztársaság
3. Fazekasi Vadásztársaság
4. Kistréti Vadásztársaság
5. Körösmenti Vadásztársaság
6. Széchenyi Vadásztársaság

5. táblázat: *Gyomaendrődön található vadásztársaságok*

A vadászati tevékenység hátránya turizmus szempontjából, hogy végzése sok esetben a horgászathoz hasonlóan engedélyköteles, a fegyvertartási engedély megszerzése pedig igen költséges, időigényes eljárás, melyből következik, hogy a rövid turizmus egyáltalán nem megcélozható, illetve a társaságokat várhatóan inkább helyiek keresik fel.

A vízhez való közelség miatt népszerű szabadidős tevékenységek közé tartoznak a vízisportok, amelyek esetében az alábbi lehetőségek közül választhatunk:

1. Csicsergő vízitúra megállóhely
2. Csónakázó a Hantосkerti holtágon
3. Mokasszin Sportszerkölcsönző
4. Kajak-Kenu
5. Halász István Csónakház és Szabadidős Vízitelep

6. táblázat: *Gyomaendrődön található vízisportokhoz kötődő szabadidős tevékenységek*

Csicsergő vízitúra megállóhely

A Csicsergő Horgásztanya és Vízitúra Megállóhely kikerülhetetlen turisztikai és közösségi értéke Gyomaendrődnek.

A városon kívül eső, a Hármas-Körös Gyomai Közúti híd alatti partszakaszán kiépült, korábban Gyomai turista pihenőhelynek nevezett pihenőhely egyre nagyobb szerepet tölt be nemcsak a kikapcsolódásra vágyó, programot kereső helyiek életében, de a város turizmusában is.

Sokan célirányosan az itt megvalósuló programok miatt keresik fel Gyomaendrődöt. A szájhagyomány útján terjedő hírvivés és a közösségi médiában való aktív részvétel és programhirdetés célját ér, országos szinten egyre többen keresik fel a Csicsergőt a meghirdetett programok miatt.

Ezek a programok nemcsak a vízi sportokra és a horgászatra épülnek, de szárazföldi kikapcsolódáshoz is nyújtanak szakértő segítséget. Szervezett természetjáró túrák a Körös menti ártéri erőbe, fejlámpás éjszakai túrák, kiscsoportos biciklitúrák vonzzanak egyre nagyobb számú érdeklődőt.

A terület nem pusztán egy megállóhely, ahol a kajakos, kenus turista pihenőt tarthat, mosdót használhat és a büfében vásárolhat. Sokkal több annál. Egy igazi közösségi tér, ahol néhány órára a csak áthaladó megpihenő is otthon érezheti magát, megérezheti a gyomaendrődi vendégszeretetet, hiszen a sporttársaknak, baráti társaságoknak lehetőség adódik bográcsozásra, közös főzésre, evezés utáni lazulásra.

A Körös Csicsergő partja egész évben látogatható, a szolgáltatások áprilistól-októberig vehetők igénybe, ezek a szolgáltatások a büfé, tusoló- és mosdóhasználat, eszközbérlések- ezeket a lentebbi táblázatban ismertetjük a legutolsó ismert 2022-es árakkal feltüntetve. Ilyen, egyre nagyobb népszerűségnek örvendő lehetőség a csoportos hajókázás a Körösön vezetővel.

A Csicsergő üzemeltetője megragad minden alkalmat, eseményt, jeles napot, hogy a parkot élettel töltsen meg. Egyedülálló esemény az augusztusi közös

csillaghullás nézés, az evezős sportokat népszerűsítő „egy hajóban evezünk kezdeményezés”, a halloweeni bátorságpróba, azaz éjszakai túra a sötét erdőben, az állatok világnapja alkalmából rendezett családi nap mentőkutyás bemutatóval, állatsimogatóval, sajtkóstolóval és vásárral tarkítva.

Ezek a programok mára már szervesen hozzátartoznak nemcsak a gyomaendrődi, de a környékbbeliek életéhez is, csakúgy mint a itt rendezett horgászversenyek, amelyek az ország minden szegletéből vonzzák a hobbi- és sporthorgászokat.

A Csicsergő bejáratott, szeretett hely, egyre többen ismerik, egyre többen utaznak családdal, osztálykirándulás keretében az itt fellelhető attrakciók miatt, ezért is érdemes épített környezetét- a természeti értékekhez nem nyúlva- némiképpen átalakítani, esztétikusabbá tenni, a szedett-vedett jellegét rendbe hozni, úgy, hogy az illeszkedjen Gyomaendrőd új turisztikai arculatába.

Táblázatba szedve álljon itt a Csicsergő horgásztanya és vízitúra megállóhely bérelhető eszközeinek 2021-es árlistája:

A Csicsergő vízitúra megállóhely és horgásztanya szolgáltatásainak díjai 2021-ben				
	Megnevezés	Ár	Mértékegység	Megjegyzés
1	SUP	2 000 Ft	óra	
2	Kajak	2 000 Ft	nap	
3	Kenu	3 500 Ft	nap	
4	Kenukhoz vízhatlan hordó	500 Ft	nap	
5	Vízibicikli	2 000 Ft	óra	
6	Kerékpár	500 Ft	óra	3 000 Ft/nap
7	Horgász csónak, motorral	10 000 Ft	nap	
8	Külön motor	5 000 Ft	nap	
9	Külön csónak	5 000 Ft	nap	
10	Elektromos csónakmotor akkumulátorral	2 500 Ft	nap	
11	Madár fotós lessátor	5 000 Ft	nap	

12	4 személyes sátor	3 000 Ft	nap	
13	Sétahajózás 1 órás kör	1 500 Ft	fő	
14	Sétahajózás 3 órás kör	3 000 Ft	fő	
15	Túra vezetés gyalogosan vagy kerékpárral	1 000 Ft	fő	minimum 5 000 Ft
16	Mosdó használata	100 Ft	fő/alkalom	
17	Zuhanyzók használata	1 000 Ft	fő/alkalom	
18	Parkolás személyautónak 24 órán túl	1 500 Ft	nap	
19	Csónakszállító eszközök, utánfutók tárolása a gépjármű parkolási díjon felül	1 000 Ft	nap	
20	Kajak, kenu, egyéb sporteszköz tárolása	500 Ft	nap/darab	
21	Vízálló műszaki mentés	5 000 Ft	alkalom	maximum 10 km-ről
22	Sátrazás	2 000 Ft	fő	
23	Csónak, kenu szállítás	150 Ft	km	minimum 6 000 Ft

7. táblázat: A Csicssergő vízitúra megállóhely és horgásztanya fizetős szolgáltatásainak ellenértéke 2021-ben

Egyes szolgáltatások azonban a vendégek számára ingyenesen igénybe vehetők:

- kiülők, függőágyak, napozóágyak, játékok, tanösvény használata
- tűzrakó helyek, grillrácsok, nyársak, bogrács, sörpadok, asztalok, mobil kemence használata
- ivóvíz vételezés 20 literig
- wifi-használat
- móló használata
- parkolás személyautóval utánfutó nélkül

A megállóhely sólyapályával is rendelkezik, melynek feltételei és díjszabása a következők szerint alakul:

A díjszabás 2022 évre csónak, motoros kishajó, jetski részére		
Egyszeri sólyázás	2 500 Ft	/lerakás, felrakás
Havi bérlet	5 000 Ft	/30 nap
Éves bérlet	12 000 Ft	/naptári év
Kajak, kenu, SUP, lerakása	500 Ft	/lerakás, felrakás
Sárkányhajó	1 500 Ft	/lerakás, felrakás
Kenu, kajak, sárkányhajó szállító trailer parkolása	1 000 Ft	/megkezdett nap
A napi többszöri lesólyázás a bérleteseknek az egyszeri ingyenesen felül	1 000 Ft	/lerakás, felrakás

8. táblázat: A Csicsergő vízitúra megállóhely sólya pályájának díjszabása

Több esetben azonban a sólyapálya ingyenesen igénybe vehető, ezek a következők:

A sólyapálya használata díjmentes az alább felsoroltaknak	
1	Rendvédelmi szerveknek szolgálati célból
2	Katasztrófavédelemnek szolgálati célból
3	Vízimentőknek szolgálati célból
4	Személykeresőknek szolgálati célból
5	A KHESZ hivatásos halőreinek szolgálati célból
6	A Gyomaendrődi evezős egyesületek kísérő hajóinak és szállító járműveinek és sporteszközeinek
7	A Gyomaendrődi Körös Kajak Egyesület sárkányhajóinak és szállító járműveinek

9. táblázat: A Csicsergő vízitúra megállóhely sólyapályája ingyenes igénybevételének feltételei

A sólyadíj megfizetése pedig az alábbi szolgáltatásokat foglalja magában:

A sólyadíj a megfizetése esetén a következő szolgáltatásokat tartalmazza	
1	A sólyapálya 24 órás használatát
2	A vízitúra megállóhelyen a 24 órás őrzött parkolást, több napra is amíg a vízi jármű a vízen van.
3	A megállóhelyen lévő tűzrakó helyek, kiülők, móló használatát
4	A megállóhelyen a wifi használatát
5	A bérlet tulajdonosoknak a bérlet időtartamára vonatkozóan egyszeri, ingyenes, vízről való műszaki mentést maximum 10 km távolságról
6	Sólyázáshoz a vízitúra megállóhely személyzetének segítség nyújtását
7	A gyomaendrődi kikötő területén az ingyenes veszteglést maximum 24 órán keresztül díjmentesen

10. táblázat: *A Csicsergő vízitúra megállóhely sólyapályája szolgáltatásai a sólyadíj megfizetése után*

Összefoglalva a Csicsergő mindenképpen egy olyan kezdeményezés, amely számos potenciált rejt magában, azonban ahhoz, hogy turisztikai attrakcióvá váljon, szüksége van egy esztétikai „ránctelvarrásra”.

Csónakázó a Hantoskerti holtágon

A csónakázót a vendégek áprilistól október végéig vehetik igénybe. Áprilisban még csak hétfévenként, délután 1 és 3 óra között, májusban hétköznapokon délután 1 és 5 óra között, míg hétfévenként a 10:00–12:30 és 13:30–18:00 időszakokban. A nyári nyitvatartás hosszabb, a hét minden napján 10:00–12:30, illetve 13:30–18:00 között várja csónakázni vágyó vendégeit a létesítmény. Szeptemberben hétköznapok alkalmával délután 1 és 5 óra között, hétfévenként 10:00–12:30 és 13:30–18:00 között térhetünk be, májushoz hasonlóan. Októberben pedig kizárólag szombatonként, 13:00–15:00 között látogathatjuk a csónakázót.

A csónakázó az Erzsébet lombkorona és kilátó közvetlen közelében található, a jegyeket is itt válthatjuk meg. A 4 fős csónakokat pedig óránként 2 000 Ft ellenében vehetők igénybe.

Mokasszin Sportszerkölsönző és Sportszolgáltató

A Mokasszin Sportszerkölsönző és Sportszolgáltató először 2007-ben nyitotta meg kapuit, jelenleg pedig 8 000 m²-en működik. A területén megtalálható egy 100 m²-es közös helység, 60 fő befogadására alkalmas étkező, felszerelt konyha, kemence, szalonasütő, bográcsoló és grillező hely, kerti bútorok, röplabdapálya, lengőteke, darts, petanque, asztalitenisz, gólyalábak. Nevéből adódóan foglalkoznak sportszer kölcsönzéssel, azonban tevékenységük korántsem korlátozódik ennyire. A következő szolgáltatásokat nyújtják:

- Osztálykirándulások, táborok szervezése
- Óvodai kirándulások szervezése
- Gólyatáborok szervezése
- Céges rendezvények, csapatépítő tréningek, családi-, dolgozói-, reklám napok szervezése
- Önkormányzati rendezvényekre, fesztiválokra, gyereknapokra, iskolai rendezvényekre mobil kötélpálya építése
- Vízitúra szervezés-vezetés, tanácsadás
- Szabadidős programszervezés

Külön kiemelendő, hogy az osztálykirándulásokra konkrét programtervek elérhetők, egy, kettő, de akár három napra is. Programlehetőségekben sincs hiány, ezek pedig kedvező árakon érhetők el:

	Megnevezés	Ár (/fő)
1	Vízitúrák a Körösökön	2 000 Ft
2	Extrém erdei kötélpálya	1 800 Ft
3	Falmászás	600 Ft
4	Rekeszmászás	650 Ft
5	Íjászat	1 000 Ft
6	Kalácssütés	750 Ft
7	Gulyás	850 Ft
8	Állatsimogatás	-

11. táblázat: *Programajánlatok a Mokasszin Sportszerkölcsonzó és Sportszolgáltatóban*

Kajak-kenu szerepe a turizmusban

A kajakozás, kenuzás a város egyik legnépszerűbb sportága az utánpótlásnevelésben, de a hobbisportolásban is jelentős szerepet játszik. A város két egyesülete a Körös Kajak Sportegyesület (KK SE) és a KSI SE, mindkettő jelen van a verseny- és a tömegsportban. Mindkettő rendelkezik saját telephellyel, ahol kiegészítő szolgáltatásként sátorhelyet és közösségi tér használatot biztosít, kajak, kenu, csónak és sárkányhajó bérléssel is foglalkozik. E kettő mellett a Csicsergő Vízitúra Megállóhelyen van lehetőség vízi sporteszköz bérlésre. Ezekre a már meglévő értékekre alapozva, a sportparkot fejlesztve lehet a hobbi kajak kenuzást erőteljesebben bevinni a település aktív turizmusába, akár néhány órás tevékenységként, akár csomagszolgáltatás keretén belül kiegészítő tevékenységként egy másik attrakcióhoz kapcsolódó tevékenységhez csatolva.

Több olyan kezdeményezés is van, ami a város kajak-kenu turizmusára jó hatással van, egyfelől az évente a gyomai strandon megrendezett Viharsarok Kupa, másfelől a 2022-es évtől diákoknak megvalósuló VíziVándor tábor (www.vizivandor.hu) amely egy szakasza a Körös gyomaendrődi szakaszán vezet át.

A vízitúra megállók fejlesztésével egy olyan attrakciót tudunk kínálni, hogy a turista szívesen száll ki a vízből és tölt el hosszabb tartózkodást a szárazföldön kipróbálva az aktív turizmus további elemeit, illetve a kulturális turizmus adta lehetőségeket, a helyi gasztronómiát, vendéglátást.

2.2.5. Horgászegyesületek

Körösvidéki Horgász Egyesületek Szövetsége

A Körösvidéki Horgászegyesületek Szövetsége (továbbiakban: KHESZ) felelős a gyomaendrődi vízterületek jelentős részének ellenőrzésére. Honlapjukon teljes körű tájékoztatást nyújtanak a szabályzatokról, a jegyvásárlásról, az ellenőrzésük alá tartozó területek információiról, ezeken történő eseményekről, versenyekről, illetve számos egyéb hasznos területről a horgászni vágyók részére.

Holtág neve	Víztérkód
Peresi-holtág	04-033-1-1
Nagyfokzugi Holt-Körös	04-035-1-1
Endrőd-Révezugi-holtág	04-112-1-4
Endrőd-Középső-holtág (Csókás-zugi)	04-109-1-4
Kocsorhegyi-Borbélyzugi-holtág	04-036-1-1
Fűzfás-zugi-holtág	04-111-1-4
Német-zugi-holtág	04-114-1-4
Hantoskerti-holtág (Falualja)	04-110-1-4
Torzsás-zugi-holtág	04-113-1-4
Gyomaendrődi Sirató-holtág	04-007-1-1
Danzug-holtág	04-008-1-1
Félhalmi-holtág	04-009-1-1

12. táblázat: A KHESZ fenntartása alatti holtágak Gyomaendrőd területén (A kék háttérrel jelöltek a frekvenciált holtágak) *(forrás: KHESZ honlapja adatai alapján saját szerkesztés)*

A lakosok megegyeznek abban, hogy mióta a KHESZ felel a holtágak többségéért, a horgászturizmus jelentősen fellendült. Haltelepítéseinek köszönhetően, gazdag élővilággal rendelkeznek holtágai, mely számos horgászt vonz (vissza) a térségbe.

Bónom-zug Vízéért Egyesület

Az Egyesület a Bónom-zugi holtágért felelős, céljaik között az alábbiak találhatók:

- A gyomaendrődi Bónom-zugi holtág üdülési és horgászati lehetőségeinek javítása, az ezzel kapcsolatos jogok és kötelezettségek gyakorlása.
- A holtág természetes környezetének védelme, ápolása, a vízterület megóvása.
- A holtág menti zártkert- és üdülőtulajdonos tagok érdekeinek védelme.
- Együttműködés a környezetvédelmi, természetvédelmi, vízgazdálkodási szervezetekkel.
- Tevékeny fellépés az orvhalászat, orvvadászat és természetkárosítás ellen, valamint a tagság nyugalma megzavarókkal szemben.
- Közreműködés az üdülőövezet fejlesztésében, ennek érdekében együttműködni a helyi önkormányzatokkal.
- A holtág környezetében az infrastrukturális feltételek folyamatos javítása, fejlesztési forráskeresés, értéknövelő közcélú beruházások megvalósítása.
- Az egyesület összes bevételeinek egyesületi célra történő hasznosítása.

Az Egyesület megvásárolt és felújított egy épületet az Önkormányzattól, melyet a helyiek „Békefaházként” ismernek. Jelenlegi kapacitása 24 fő, azonban sátorozás esetén ez jelentősen magasabb.

Kecsegés-zug Tájvédelmi és Horgász Egyesület

A Kecsegés-zugi Tájvédelmi és Horgász Egyesület a Kecsegés-zugi-holtág fenntartója. A holtág a 19. század második felében alakult ki, sok társához hasonló módon, a folyószabályozások következtében. A holtág hossza 1,3 km, szélessége átlagosan 50 méter.

Főbb tevékenységeik közé tartozik a kecsegészugi holtág és környezetének védelme, az állat és növényvilág természetes környezetének megóvása. A horgászati lehetőségek javítása, a horgászat népszerűsítése. A környezetvédelmi jogszabályok ismertetése, betartásuk ösztönzése. Az infrastruktúra fejlesztése.

Papzugi Természetvédelmi és Horgász Egyesület

Az Egyesület feladata a holtág természetes környezetének védelme, ápolása, a vízterület megóvása. A holtág mentén kialakított zártkertek tulajdonosainak képviselője. A holtágon a szakszerű hal és vízgazdálkodási feladatok ellátásában való részvétel.

Sóczózugi Környezetvédelmi és Horgász Egyesület

Az Egyesület 1996-ban alakult, Az egyesület 2000 január 01-től megváltotta a holtág horgászati kezelői jogát a Gyomaendrődi Önkormányzattól. A horgászegyesület mindenkor vezetőisége nagy gondot fordít a rendszeres haltelepítésre, a vízminőség megőrzésére és a környezet megóvására. Közel 9 hektáros vízterületet - mely a Hármaskörös tartója - 168 telek és erdősáv övezi. Jelenleg 123 felnőtt és 8 ifjúsági tagja van az egyesületnek.

Templomzugi Környezetvédelmi és Horgász Egyesület

A gyomaendrődi Templom-zugi holtágon - az egyesület területén - a horgászsport fejlesztése, népszerűsítése az egyesület tevékenysége. Tagjai érdekeinek képviselője, kedvező halfogási lehetőség biztosítása. A holtág természetes környezetének védelme, ápolása, a vízterület megóvása.

2.2.6. Liget Gyógyfürdő és Kemping

A Liget Gyógyfürdő és Kemping Gyomaendrőd egyik legmeghatározóbb létesítménye turisztikai vonzerő szempontjából. Kemping részével együttesen összesen 300 főt képes elszállásolni egyidőben.

Az Erzsébet-ligetben, a város egyik legnagyobb zöldterületén elhelyezkedő 2,4 hektáros fürdőt 1959-ben kezdték építeni. Több évtizedes működés után, az 1990-es években jelentős fejlesztéseket hajtottak végre, többek között vízforgató berendezéssel is ellátták a medencéket. A 2002-es évben kezdődött meg az a nettó 763 millió forintos beruházás, mely keretében megújították és kibővítették az

intézményt. Az átalakításhoz a város saját ereje (286 millió forint) mellett a Széchenyi-terv, valamint egy PHARE-program is hozzájárult. Az átadásra 2004-ben került sor.

Az épületkomplexum fedett fürdőépületben három medence áll a vendégek rendelkezésére. A 25 méter hosszú 11 méter széles úszómedence (tanmedence) vízmélysége változó, 90-től 150 centiméterig terjed. Ez a medence 27-29 fokos vizével az iskolai úszásoktatás céljait is szolgálja. A következő medence egy ovális alakú, lazítómedence, melyben öt élményelem közül választhatnak a vendégek (oldalfalmasszázs, nyakzuhany, talpmasszázs, buzgár és jakuzzi). Az itteni, 35-36 fokos víz már részben termálvizet is tartalmaz. A harmadik egy pancsoló medence, játék elemekkel bővítve.

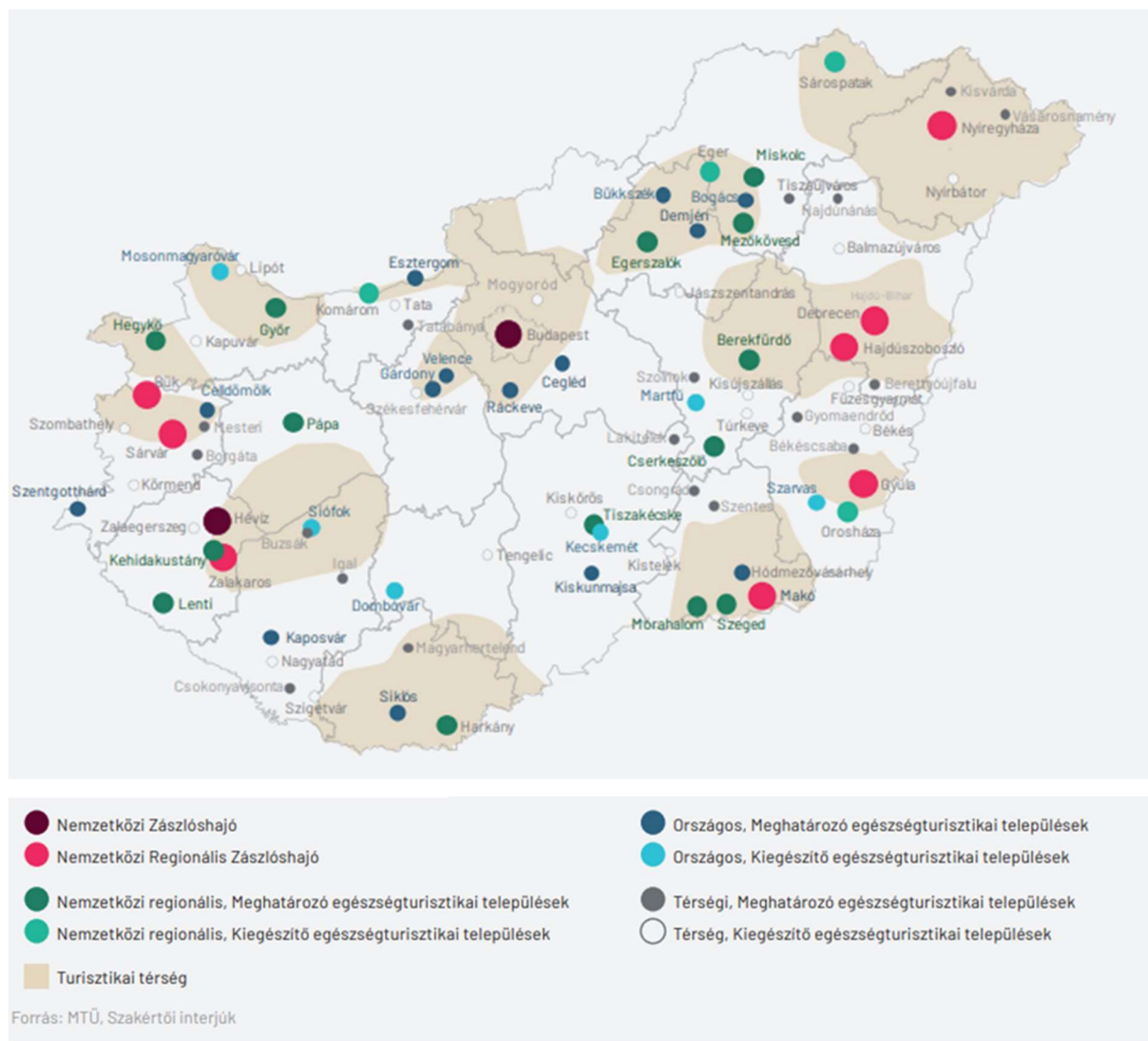
A fürdő fedett részében a medencéken kívül, szauna és infrasauna, valamint büfé is szolgálja a vendégek relaxációját és kényelmét. Noha a fürdő régi épülete felújításra szorul, viszonylag korszerű gyógyászati eszközök állnak itt a betegek rendelkezésére. A fürdő gyógyászati szolgáltatásait a két gyógyvizes termálmedence teszi teljessé, melyek 36 és 40 fokosak. A gyógyászati részleg komplett fizioterápiás kezelést kínál a gyógykezelésre érkezőknek. A reumatológiai szakrendelés mellett a gyógyvízre és a képzett szakemberek szaktudására alapozva több, NEAK-támogatással igénybe vehető gyógyfürdőellátást biztosítanak. A fürdőzésen kívül sokféle sportolási, szabadidő eltöltési lehetőség is kínálkozik (röplabdapálya, játszótér, gyermekcsúszda, wellness szolgáltatások).

A teljes vízfelület: 1 636 négyzetméter.

Ásvány-gyógyvizsgálati jegyzőkönyv			
		1958-as eredmény (mg)	2005-ös eredmény (mg)
Nátrium	Na ⁺	450,57	433
Kálium	K ⁺		4,22
Ammónium	NH ⁴⁺	1,66	1,82
Kalcium	Ca ²⁺	8,5	7
Magnézium	Mg ²⁺	Nem mutatható ki	1,3
Vas	Fe ²⁺	0,81	0,103
Mangán	Mn ²⁺	Nem mutatható ki	0,02
Lítium	Li ⁺		0,05
KATIONOK ÖSSZESEN		461,61	448
Nitrát	NO ³⁻	Nem mutatható ki	2,63
Nitrit	NO ²⁻		<0,02
Klorid	Cl ⁻	55	42
Bromid	Br ⁻	0,2	0,47
Jodid	I ⁻	0,33	0,13
Fluorid	F ⁻	1,7	0,9
Szulfát	SO ₄ ²⁻	14,8	<3,0
Hidrogénkarbonát	HCO ₃ ⁻	1110,2	1122
Szulfid	S ²⁻		<0,10
Foszfát	PO ₄ ³⁻		0,22
ANIONOK ÖSSZESEN		1182,23	1171
Metaborsav	HBO ₂	24	35
Metakovasav	H ₂ SiO ₃	5,46	52
Szabad szénsav	CO ₂		18,5
Oldott oxigén	O ₂		
ÖSSZESEN		1673,3	1724,5

13. táblázat: Liget Gyógyfürdő és Kemping Ásvány-gyógyvizsgálati jegyzőkönyv

Gyomaendrőd, mint turisztikai jelentőségű fürdőtelepülés az MTÜ kategorizálása alapján "Térségi, meghatározó egészségturisztikai település" besorolást kapott. Hátránya, hogy a város nem tartozik bele egyik magyarországi turisztikai térségbe sem, bár közel van a Debreceni és a Gyulai térséghez is, azonban "folyosóként" nem tud funkcionálni a két város között, mivel nem esik útba.



22. ábra: Turisztikai jelentőségű gyógyhelyek és fürdőtelepülések (azon belül attrakciók) kategorizálása (forrás: MTÜ, Szakértői interjúk)

A fürdő árai országos viszonylatban mindenképpen a gazdaságos kategóriába sorolandók, különösen a gyomaendrődi lakosok számára. A fürdőjegyek diverzifikáltak, azonban nem jelenik meg a túlkomplikáltság, mint számos egyéb fürdő esetében.

BELÉPŐJEGY ÁRAK		
Megnevezés	/db	Helyi lakosoknak
Napijegy felnőtt	1 700 Ft	Ft 1 200
Napijegy kedvezményes: diák, gyermek (3 éves kortól), nyugdíjas	1 400 Ft	Ft 900
Délutáni felnőtt belépő 16.00 után	1 200 Ft	Ft 800
Délutáni kedvezményes 16.00 után: diák, gyermek (3 éves kortól), nyugdíjas	1 000 Ft	Ft 700
Családi belépő (2 felnőtt 1 gyerek)	4 320 Ft	Ft 2 970
Nagycsaládos belépő min. 5 fő (NAGYCSALÁDOS IG. SZÜKS.)	6 080 Ft	Ft 4 080
Plusz gyermek	1 200 Ft	Ft 800
Csoportos belépő 15 fő felett	1 360 Ft	Ft 960
Csoportos kedvezményes (diák, gyerek -3 éves kortól-, nyugdíjas) belépő 15 fő felett	1 120 Ft	Ft 720
10 alkalmas felnőtt fürdőbelépő	13 600 Ft	Ft 10 000
10 alkalmas diák, gyermek (3 éves kortól), nyugdíjas fürdőbelépő	11 200 Ft	Ft 8 000
Féléves bérlet: felnőtt	75 000 Ft	Ft 58 000
Féléves bérlet: kedvezményes	54 000 Ft	Ft 42 000
Éves bérlet: felnőtt	130 000 Ft	Ft 100 000
Éves bérlet: kedvezményes	95 000 Ft	Ft 74 000
Felnőtt heti úszóbérlet helyi lakosok részére	-	Ft 4 900
Kedvezményes heti úszóbérlet helyi lakosok részére	-	Ft 3 900
Felnőtt féléves úszóbérlet helyi lakosok részére	-	Ft 32 000
Kedvezményes féléves úszóbérlet helyi lakosok részére	-	Ft 24 000
Felnőtt éves úszóbérlet helyi lakosok részére	-	Ft 55 000
Kedvezményes éves úszóbérlet helyi lakosok részére	-	Ft 42 000

14. táblázat: Liget Gyógyfürdő és Kemping belépőjegy árak

A wellness kezelések terén is több lehetőségünk van, ezek is megfizethető áron elérhetőek a fogyasztók számára.

WELLNESS KEZELÉSEK	
Megnevezés	/db
Infra szauna	800 Ft
Cellulitis kezelés-narancsbőr ellen	1 200 Ft
Lipolysis kezelés- mély zsírszöveti- fogyasztó hatás	1 200 Ft
Cellulitis és Lipolysis bérlet (5+ 1 kezelés)	6 000 Ft
Wellness masszázsok: nyirok, migrén, reflexzóna, szegment, alakformáló, mézes, csokis, illóolajos	3 200 Ft

15. táblázat: Wellness kezelések árai

A fürdő szállást is biztosít vendégei számára limitált kapacitással szobák terén, azonban nagy kinti térrel a kempingezők számára.

SZOBÁK, KEMPING	
Megnevezés	/éj
2 ágyas szoba fürdőbelépővel felszereltsége: Televízió, Hűtő, Légkondicionáló, Saját fürdőszoba és toalett	14 900 Ft
2 ágyas szoba 1 fő részére	10 500 Ft
4 ágyas szoba fürdőbelépővel felszereltsége: Televízió, Hűtő, Légkondicionáló, Saját fürdőszoba és toalett	21 000 Ft
Pótágy	3 000 Ft
Lakókocsi sátras utánfutóhely, Lakóautó hely	2 800 Ft
Sátorhely	2 400 Ft
Személyi díj (felnőtt) Ft/fő/éj	1 500 Ft
Személyi díj (6-18 éves korig) Ft/fő/éj	1 100 Ft
Faház: 4-5 fő részére fürdőbelépővel felszereltsége: Televízió, Parabola, Teakonyha, Toalett	16 900 Ft
Parkolás/éj	800 Ft
Idegenforgalmi adó	350 Ft

16. táblázat: A Liget Gyógyfürdő és Kempingben lévő szállások költségei

A gyógyászati kezelések még beutaló nélkül is megfizethetők, beutalóval azonban természetesen még inkább, továbbá számos kezelés közül választhatunk.

GYÓGYÁSZATI KEZELÉSEK	
Megnevezés	/db
Gyógymasszázs – beutaló nélkül	1 800 Ft
Tangentor (víz alatti vízszugármasszázs) – beutaló nélkül	1 600 Ft
Víz alatti csoportos gyógytorna – beutaló nélkül	1 100 Ft
Galván, Rekeszes galván	400 Ft
Interferencia, Ultrahang, Szelektív ingeráram, Iontoforézis	400 Ft
Ödéma kezelés, Diadynamic kezelés, Sportrehabilitáció	400 Ft
Paraffin pakolás	400 Ft
Paraffinos kézápolás	500 Ft
Medencefürdő	300 Ft
Szénsavas fürdő	250 Ft
Orvosi gyógymasszázs	250 Ft
Víz alatti sugármasszázs (Tangentor)	250 Ft
Víz alatti csoportos gyógytorna	250 Ft
Csoportos gyógyúszás 18 éves kor alatt	- Ft

17. táblázat: A Liget Gyógyfürdő és Kempingben igénybe vehető gyógyászati
kezelések árai

Egyéb	
Megnevezés	/db
Értékmegőrző szekrény bérlet 1 napra	550 Ft
Sátordíj állásidő	300 Ft

18. táblázat: Egyéb igénybe vehető szolgáltatások díjai a Liget Gyógyfürdő és
Kempingben

A Fürdő jegyeladásai, illetve igénybe vett gyógyászati kezelései pedig a következőképpen alakultak 2015 és 2019 között:

Vendégszám	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Összes vendégszám	110 985	105 561	115 125	103 226	101 910
Gyógyászati vendég	27 126	22 605	20 355	15 630	16 035
Gyógyászati vendégek aránya	24,40%	21,40%	17,70%	15,10%	15,70%
Vendégéjszakák száma	1 534	1 514	1 527	1 709	1 620

19. táblázat: A Liget Gyógyfürdő és Kemping vendégszámának alakulása 2015 és 2019 között

Bevételek (ezer Ft)	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Fürdő belépő bevétel	57 908	59 208	67 222	69 571	77 609
Ebből OEP ⁴ és önrész bevétel	31 202	36 068	36 509	31 963	30 871
Szállás bevétel	7 063	7 246	7 472	10 717	15 263 ⁵

20. táblázat: A Liget Gyógyfürdő és Kemping bevételének alakulása 2015 és 2019 között

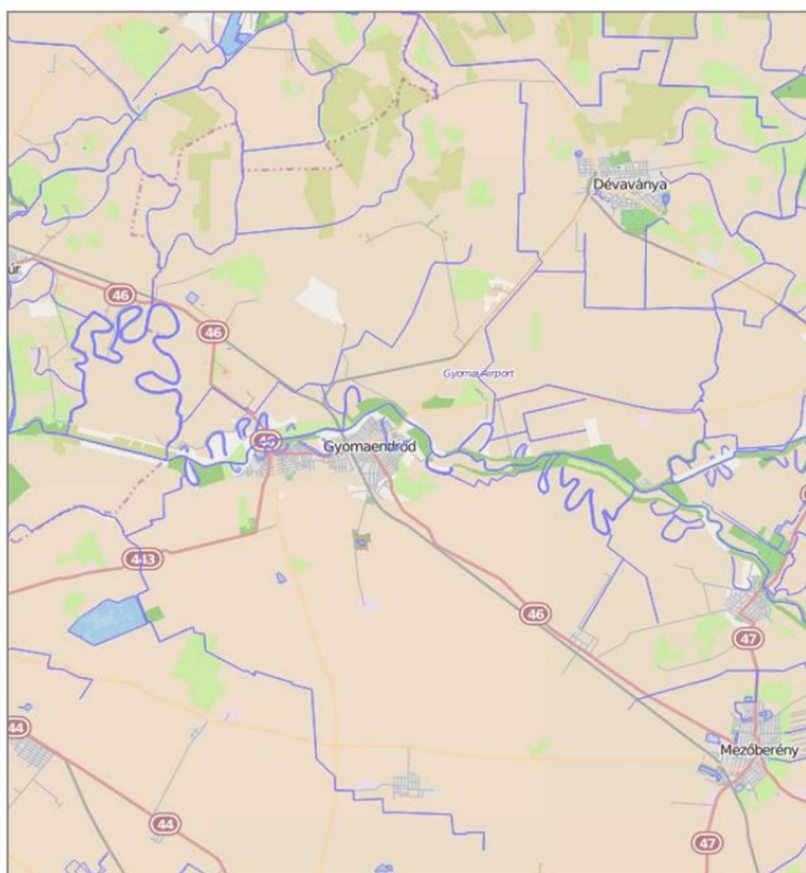
⁴ Országos Egészségbiztosítási Pénztár

⁵ 2019-ben Országos Diákszínjátszó Találkozó volt Gyomaendrődön, ebből adódik a jóval magasabb fajlagos szállásbevétel.

2.3. Természeti adottságok

2.3.1. Vízrajz

Gyomaendrőd egyedülálló vízrajzzal rendelkezik, apró tavaival, a Hármas-Körössel, illetve 16 különböző méretű és állapotú holtágával. Adottságai okán a horgászoknak tökéletes kikapcsolódási lehetőséget nyújt, a természetkedvelőknek is kedvez. A Hármas-Körös folyó- és holtágaiban leggyakoribb halfajok a következők: a ponty, a kárász, a keszeg, a harcsa, a süllő, az angolna, a busa, a holtágakban a törpeharcsa is. A holtágak vízminőségét vízfrissítéssel, mederkotrással, növényevő halak telepítésével és növény ritkítással javítják.



23. ábra: Gyomaendrőd és környékének vízrajza (forrás: web.okir.hu)

2.3.1.1. Holtágak

A holtágak többsége a Körösvidéki Horgász Egyesületek Szövetsége kezelése alatt áll, ezekről általánosságban is több információ érhető el. A holtágak kiépítettsége és minősége nagyon változó. A KHESZ kezelésében álló holtágak leírását a Szövetség honlapjáról emeltük át az anyagba, mivel ez a legmegbízhatóbb forrása ezen adatoknak.

Bónom-zugi holtág

A Bónom-zugi holtág az egyik legjobban felszerelt holtág horgászturizmus szempontjából. A vízterület nagysága összesen 16,9 ha, átlagos vízmélysége 2,5 méter. A holtág területén a csónak használata nem megengedett. A holtág kezeléséért a Bónom-zug Vizéért Egyesület felelős.

Borbély-zugi (gáton belül)

Ezen holtág az előzőnél alacsonyabb kiépítettséggel és vízminőséggel rendelkezik, azonban horgászatra alkalmas, a KHESZ fenntartása alatti holtág.

Csókási

A holtág szintén a KHESZ kezelésében van. Hossza 0,5 fkm⁶, szélessége 50 m, átlagos vízmélysége 1,5 m, területe 2,1 ha. A Csókási holtág mentetlen (hullámtéri) oldali holtág, időszakos vízjárású (Hármas-Körös). A holtág medrének feliszapoltsága és vízi növényzettel való benőttsége közepes mértékű. Kiépítettség szempontjából az utolsók között található, szálláslehetőség a közvetlen közelében nincs.

Danzugi

A Danzugi holtág szintén a KHESZ kezelése alatt áll. Hossza 2,1 fkm, területe 13 ha, szélessége 47 m, átlagos vízmélysége 2,3 m. Jellege alapján mentett oldali holtág

⁶ fkm: folyókilométer, folyamkilométer: A folyam vagy a folyó középvonalán a torkolattól – mint kiindulási ponttól – a vízfolyással ellentétes irányban mért távolság

(Hármas-Körös). A meder feliszapoltsága és növényzettel való benőtttsége csekély, vízminősége megfelelő, a töltésen belüli részen egész évben tilos horgászni.

Endrődi Révzug

Az 1 fmk hosszú 44 méter széles állóvíz vízminősége miatt fürdésre nem alkalmas, horgászatra használják, bár a külső beépítettsége miatt csak a belső sávon lehet szabad horgász helyhez jutni, az endrődiek kedvelt horgász helye.

Félhalmi

A hivatalosan Félhalmi-nak nevezett holtágat a helyiek csak Biristyóknak nevezik. Ez a 9 fkm-en futó, 40 m széles, 2.5 m-es vízmélységű oldalholtág többi holtág között kiemelkedő vízminőséggel és halállománnyal rendelkezik ezért nemcsak a helyi, de a horgászturizmus keretében ide látogató vendégeknek is kedvelt horgász helye. Egyetlen hátránya, hogy rossz időben az út kiépítetlensége miatt a döngölt földesutakon egyáltalán nem, vagy csak igen nehezen megközelíthető.

Fűzfás-zugi

A Fűzfás- zugi holtág a város egyik meghatározó holtága a két városrész, Gyoma és Endrőd találkozásánál. A maga 2.3 fkm hosszával 44 cm-es szélességével a helyi és a turista horgászok kedvelt helye, ez a kedv a 2019-e fejlesztés és bővítés óta megsokszorozódott. Ekkor került átadásra egy 55 stéges feeder szakági horgászversenyeknek otthont adó versenypálya, amivel a holtág a hazai és a nemzetközi horgászok figyelmének középpontjába került. Ezért is fordít a Körösvidéki Horgász Egyesületek Szövetsége kiemelt jelentőséget annak, hogy a Fűzfás-zugi holtág halállománya változatos, sokrétű és bő állományú legyen.

Hantосkert

A Hantосkerti-holtág talán a legismertebb gyomaendrődi holtág, hiszen 2.3 fkm hossza a gyomai belvároson húzódik végig, a buszpályaudvartól az Erzsébet-ligeten át folyik. Gyomaendrőd turisztikai attrakcióinak egy része kapcsolódik ehhez a holtághoz, ezen fut át az emblemikus Sóhajok hídjá. E holtág köré épül az Erzsébet-liget a lombkorona sétánnyal, amelynek egyik látványeleme a holtág egy részét betöltő vízi

színpad. A holtág északi részének nagy része nyaralókkal, kiadó szállásokkal beépített, a horgászturizmusban jelentős szerepet tölt be. Ezért is fordít a KHESZ kiemelt gondot a holtág halállományának fejlesztésére főként a ponty és a keszegfélék és a harcsaállomány tekintetében.

Kecsegés-zug

A holtág a Kecsegés-zug Horgász Egyesület kezelése alá tartozik. Honlapjukon a következő általános információkhoz juthatunk:

A Kecskés-zug a város belterületén kívül, a gyomai közhídtól körülbelül 5 kilométerre Dévaványa irányában helyezkedik el. Az 1.3 km hosszan elterülő rövid holtág kiváló horgászhely a ponty, a kárász, a keszeg, a süllő és a csuka tekintetében.

A Kecskés-zug Horgász Egyesület fenntartója a holtágnak, az egyesület a holtág és környezetének védelmét, az azt körülvevő állat és növényvilág természetes környezetének megóvását tűzte zászlójára és a környék infrastruktúrájának fejlesztését.

Kisfoki-Holt-Körös (gáton belül)

A holtág a KHESZ-hez tartozik, azonban teljes területén horgászati tilalom van érvényben, kíméleti területnek, szentély jellegű holtágnak minősül.

Nagyfokzugi-Holt-Körös (gáton belül)

Időszakos vízjárású 2.1 fkm hosszú beépítetlen holtág sűrű növényzettel benőve, elégtelen vízminőséggel.

Németh-zugi

A 2 fkm hosszú holtág a legtöbb gyomaendrődi holtághoz hasonlóan a KHESZ kezelése alá tartozik. E holtág kivételes természeti értékekkel rendelkezik, szentély jellegű holtág, halállománya változatos, legfőbb halai az amur és a ponty. Elszánt, a natúr környezetet kedvelő horgászoknak ajánlott, mivel a holtág egyáltalán nincs beépítve.

Pap-zug (Kecskés-zug)

A holtág a Papzugi Természetvédelmi és Horgász Egyesület fenntartása alá tartozik, azon holtágak egyike, ahol a robbanómotoros kivételével a csónakhasználat engedélyezett.

Peresi holtág

A maga 27.6 km-vel a Kárpát-medence harmadik legnagyobb holtágrendszer, amely a 46-os útról letérve Gyomaendrőd és Mezőtúr közötti szakaszon festői környezetben kanyarog, a holtág mentén nyaralóházak, szálláshelyek állnak. A ponty, amur, csuka, süllő, harcsa fogásokat kedvelő horgászok kedvenc holtága. A www.peres.hu weboldal naprakész információkkal szolgál az érdeklődőknek.

Sirató

Az 2.7 fkm hosszan elterülő holtág nevéhez olyan gyomai legenda kapcsolódik, miszerint itt siratta a török harcokban elpusztult faluját az ide menekülő lakosság. Ma már teljesen más képet mutat, a holtág partjának több mint háromnegyed beépített, szabad horgászterületek a holtág két végén lévő területén található. Amur, ponty, harcsa, ezek vizének jellegzetes telepített lakói.

Sóczó-zugi

A Sóczó-zugi holtág Sóczó-zugi Környezetvédelmi és Horgász Egyesület kezelésében van. 10 hektáron terül el, átlagos vízmélysége 1,5 és 3 méter között mozog.

Templom-zugi

A Templom-zugi holtág a Templom-zugi Környezetvédelmi és Horgász Egyesület kezelése alatt van. 10 hektáron terül el, átlagos vízmélysége 2 méter.

Torzsás-zugi

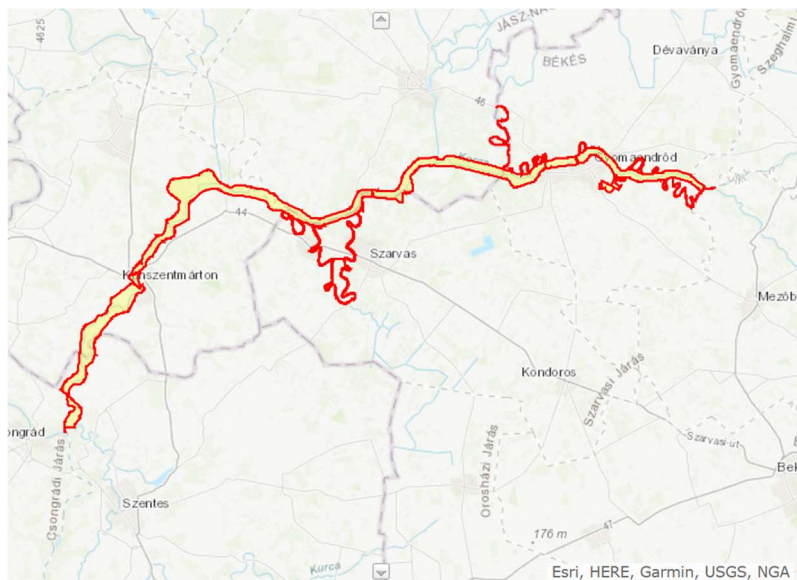
1.4 km hosszú holtág a Hármas-Körös bal parti ármentesített területén, a város külterületén. Jó vízminősége és változatos halállománya- főként csuka és süllő- miatt üdülők, horgászok kedvelt állóvize.

2.3.1.2. Hármas-Körös

A Hármas-Körös mellett, hogy Európa egyik legszebb árterével rendelkezik, kiváló vízminőséget is tudhat magáénak. A Hármas-Körös a KHESZ fenntartása alá tartozik, 328 hektáron terül el, átlagos vízmélysége 6 méter.

Saját csónakot használhatnak a látogatók, illetve limitált számban a Csicsergő Vízitúra Megállóhelyénél lehetséges a bérlet.

Jellemző halfajok: ponty, márna, balin, harcsa, csuka, süllő, amur, fehérhal és keszegfélék.



24. ábra: Hármas-Körös

(forrás: <https://natura2000.eea.europa.eu/natura2000/SDF.aspx?site=HUKM20017>)

2.3.1.3. Tavak

Kacsaúsztató

A Kacsaúsztató aprócska tó, a víz minősége gyenge, azonban fiatalok körében népszerű, akár horgászati célra, akár téli korcsolyázásra.

Vajda-tó

A Vajda-tó a KHESZ kezelése alá tartozik, 0,77 hektáron helyezkedik el, közepes víz minőséggel rendelkezik. A tó egész területén szabad a horgászat, a partélen nincs számottevő növényzet, illetve foglalt helyek sincsenek.

A tó területén tilos a lékhorgászat, jellemző halfajok az ezüstkárász, illetve a keszegfélék.

Homokbánya horgásztó

A Homokbánya horgásztó kifejezetten jó minőségű vízzel rendelkezik. 9 hektáron helyezkedik el, az átlagos vízmélység 0,5 és 0,8 m között mozog. Csónak használata a tavon nem engedélyezett, jellemző halfajok a ponty, az amur, a csuka, a sellő, illetve a harcsa.

2.3.2. Élővilág

2.3.2.1. Madarak

A Gyomaendrőd és környéke igen gazdag madárfajok tekintetében. Több mint harminc őshonos madárról beszélhetünk, ezek a következők: a nagy fakopáncs, a kis fakopáncs, a szürke gém, a fehér gólya, a vörös vércse, a feketerigó, a füles bagoly, a cinke, a rétisas, a sármány, a csóka, a küllő, a fekete rigó, a tarajos ölyv, a sárgarigó, a karvaly, a vörösbegy, a királyka, a kanalasgém, a fehér gém, a sárga gém, a vörösbegy, a fekete gólya, a szarka, a széncinege, a harkály, a varjú, a fürj, a kakukk, a lile, a tűzkuvik, a vörös és a fehér szarka.



25. ábra: Cinege



26. ábra: Réti sas



27. ábra: Fakopáncs

Gyomaendrőd és térsége környezeti adottságaiból adódóan különböző típusú élőhelyeket kínál a madarak számára. Erdők, mezők, vízpartok, cserjék, lápok nyújtanak otthont a különböző madárfajoknak, amelyek megfigyelése egyedülálló élményt nyújt az idelátogatók számára. A vizsgált madárfajok száma évek óta növekedést mutat, ez biztosítja a környék élővilágának egyensúlyát, megőrzi annak biodiverzitását.



28. ábra: Jégmadár (készítette: Joe Petersburger)

2.3.2.2. Kétéltűek

Gyomaendrőd és környéke adottságai kiváló vízi- és szárazföldi élőhelyet nyújtanak a kétéltűeknek, nem véletlen, hogy közel negyven faj képviselteti magát, ezek közül számos védett. Ez a területe az egyik legnagyobb kétéltű populációt felmutató terület Magyarországon.



29. ábra: Tavi béka

A holtágak, patakok, mocsarak, nádmezők, sűrű növények, lápok, földműveléssel kapcsolatos nedvesebb területek, árkok adnak otthont a legelterjedtebb őshonos fajoknak, így a gőtéknek (tarajos és pettyes), a mocsári teknősnek és a jellegzetes alföldi békafajoknak, mint a kecskebéka, fekete béka, fehér szemű béka, mezei béka, réti béka, közönséges béka, tavi béka.

2.3.2.3. Halak

A gyomaendrődi- és környéki holtágakban, a Körös folyóvizében számos halfaj található, a holtági haltelepítéseknek köszönhetően a halállomány folyamatosan növekvő tendenciát mutat. Minden holtágnak megvan a maga specifikus halfaja, összességében nézve a gyomaendrődi vizek legnépszerűbb halai a pontyfélék, a csuka, busa, keszeg, kárász, balin, süllő, amur, harcsa, törpeharcsa.

A haltelepítés és halszaporítás, a vízminőség és az ökoszisztéma javítása, mind a magyarországi, mind a nemzetközi horgászéletben vonzó desztinációvá tette Gyomaendrőd vizeit.



30. ábra: Horgász és fogása (Wenhardt Dániel)

A gyomaendrődi állóvizekben megtalálható különböző fajta pontyfélék mellett számos más halfaj is előfordul, mint például a csuka, a busa, a keszeg, a compó, a kárász, a harcsa, a süllő és a törpeharcsa.

Gyomaendrődön a Magyarországon őshonos fajok szinte mindegyike megtalálható, az egyes holtágakon a következő halfajok jellemzők:

- **Bónom-zugi:** ponty, amur, keszeg, kárász, busa, balin, csuka, süllő, harcsa
- **Borbély-zugi (gáton belül):** n.a.
- **Csókási:** ponty, ezüstkárász
- **Danzugi:** ponty, csuka, süllő, balin, harcsa, amur, keszegfélék, sügér, compó
- **Endrődi Révzug:** ponty, ezüstkárász, csuka
- **Félhalmi:** ponty, csuka, süllő, balin, harcsa, amur, keszegfélék, sügér, compó
- **Fűzfás-zugi:** ponty, csuka, süllő, amur, fehér hal
- **Hantосkerti:** ponty, csuka, süllő, harcsa, amur, fehérhal
- **Kecsegés-zugi:** ponty, kárász, keszeg, süllő, csuka
- **Kisfoki-Holt-Körös (gáton belül):** csuka, harcsa, ponty, süllő
- **Nagyfokzugi-Holt-Körös (gáton belül):** busa, csuka, süllő
- **Németh-zugi:** ponty, süllő, csuka, harcsa, amur, fehérhal
- **Pap-zug:** ponty, kárász, keszeg, süllő, csuka, harcsa
- **Peresi:** dévér, ezüstkárász, bodorka, törpeharcsa, busa, süllő, ponty, amur
- **Sirató:** ponty, süllő, csuka, harcsa, amur, keszegfélék
- **Sóczó-zugi:** A kecségén kívül minden Magyarországon őshonos faj megtalálható
- **Sulymos:** csuka, harcsa, ponty, süllő, törpeharcsa
- **Templom-zugi:** ponty, kárász, süllő, csuka, harcsa, keszeg
- **Torzsás-zugi:** ponty, csuka, süllő, harcsa, amur, fehérhal

Az önkormányzat által korábban megalapított Gyomaendrőd Holtágakban a holtág-haltelepítés az egyik legfontosabb tevékenység. A holtágakban a haltelepítés célja a vízi élőlények szaporodásának segítése. A haltelepítés során évente több ezer hal kerül betelepítésre a holtágakba. A haltelepítés fajtái között szerepelnek a

különböző méretű keszegek, amur, ponty, csuka, sügér, harcsa és más halak. A jelenlegi haltelepítésnek köszönhetően a Gyomaendrőd Holtágakban a halak száma jelentősen megnőtt és sokféle hal található meg a vízben. A holtágakban megtalálható halak között számos értékes és ritka faj is található. Ezek mellett a haltelepítésnek köszönhetően a Gyomaendrőd Holtágakban élő élővilág is sokat fejlődött, és számos különböző madárfaj és egyéb vízi állat is megtalálható a vízben.

2.3.2.4. Rovarok

A Körös part és a holtágak világa értékes rovarfaunát mutat fel, a vízipók fajok, lepkék, szitakötők mellett a leglátványosabb, a térségbe sok látogatót vonzó rovarfaj az a különleges teremtmény, amely nevével ellentétben nem növény, hanem egy rövid életű kérészfaj.

A tiszavirágzás gyönyörű jelensége Gyomaendrőd egyik sajátossága. Sajnos nehezen megfogható sajátossága, nem pontosan kiszámítható, hogy mikor van és csak nagyon rövid ideig tart.

Ami ezt a különleges szárnyas rovar megkülönbözteti társaitól, az a tökéletlen fejlődése, azaz a bábállapot teljes hiánya.

A Tisza és a Körösök, a Berettyó és a Rába vidékén fordul elő e jelenség, a kérészek a folyók üledékében élnek végig három éves lárvaezüket, majd 8-12 cm-es imágóként hirtelen tömegesen kirajzanak a víz felszínére és élnek ott le teljes életüket a kirepüléstől kezdve a násztáncot át a petelerakásig majd a pusztulásig. Ez a látványos, millió rovar násztánc a tiszavirágzás, egy-egy rovar élete néhány órába sűrítve.

A tiszavirágzás jelensége általában június közepe felé következik be, pontos kezdete nincsen, sok összetevőtől függ, leginkább attól mennyire volt csapadékos a hónap, ha sok csapadék esett, akkor júliusra is kitolódhat a kérészek víz feletti megjelenése.



31. ábra: Tiszavirágzás Gyomaendrődön (fotó: Joe Petersburger)

Ez a gyönyörű jelenség általában tíz napon át tart, a késő délutáni órákban kezdődik.

A kétezres évek elején a brit természettudós Sir David Attenborough stábjával két héten át tanulmányozta Gyomaendrődön a hármaskörösi kérészek rövid életét, erről a tiszavirágzásról lélegzetelállító filmfelvételeket készített. E filmfelvételeknél vele volt Szentpéteri József, azaz Joe Petersburger a National Geographic természetfotósa, akinek pártalan fotóival illusztráljuk Gyomaendrőd élővilágának a bemutatását.

2.3.3. Környező települések

2.3.3.1. A járás települései

A Gyomaendrődi járáshoz az alábbi települések tartoznak:

Település	Rang	Népesség (2012)	Terület (km ²)
Gyomaendrőd	járásszékhely város	13 674	303,94
Dévaványa	város	7 622	216,55
Csárdaszállás	község	442	54,16
Ecsegfalva	község	1 157	78,99
Hunya	község	634	32,57

21. táblázat: Gyomaendrődi járás települései

Dévaványa

Neve a szláv „lván” keresztnév becézéséből (*Ványa*), és a „díváncozni” (mai szóval: „tanácskozni”) szóból ered. Meglehetősen hosszú történelemre nyúlik vissza.⁷

Írásos formában először az 1330-as évek elején említik. A település neve Jana falu, 1528-ban kiadott, Magyarországot ábrázoló térképen is megtaláljuk már Wama névalakkal (Lázár deák térképe). 1621-től kezdődően vannak adatok a ványai nemességről, 1647-ben Heves és Külső-Szolnok vármegye adóösszeírásában a 67 nemesből 14 Ványán lakott, akik az egész kettős vármegye legnépesebb együtt élő nemesi tömbjét alkották. 1970-ben nagyközségi rangot kapott. 2000. július 1.-jén Dévaványa ünnepélyes keretek között városi címet kapott.

Dévaványa sokáig jelentős zsidó községet is tudhatott magáénak. Az első családok a 18. század végén telepedtek le, 1848-ban építették fel zsinagógájukat a településen, 1910-ben a hitközségbe pedig már 269 főt tartozott. Sajnos azonban a holokauszt az itteni családokat is elérte, 1944-ben deportálták őket, javarészüket az Auschwitz munkatáborba, melyet összesen 40 fő élt túl.



32. ábra: Dévaványa címere

A 2011-es népszámlálás során a lakosok 83,1%-a magyarnak, 0,7% cigánynak mondta magát (16,8% nem nyilatkozott; a kettős identitások miatt a végösszeg nagyobb lehet 100%-nál).

⁷ forrás: Vidéki Magyarország, 2014. május 17.

Napjainkban rendszeresek a szervezett kerékpártúrák, melyek "Ismerd meg városunk határát" néven futnak. A városon áthalad az Országos Kék Túra útvonala is.

Csárdaszállás

Csárdaszállás község, mely a Gyomaendrődi járásban helyezkedik el. Viszonylag új település, 1962-ben jött létre Köröstarcsa tanyavilágából, azonban környékén még az őskorból származó leleteket is feltártak. A település népessége 2019-ben 360 fő volt.



33. ábra Csárdaszállás címere

Ecsegefalva

Ecsegefalva 1949 óta önálló község. Határán folyik a Hortobágy-Berettyó főcsatorna. A falu őse Ecseg, már az Árpád-korban is lakott hely volt. A település a török hódítás alatt elpusztult. A 18. században az addigi vizes, mocsaras környéket – az 1786-ra befejeződő vízrendezési munkálatoknak köszönhetően – szabályozták, ekkor kezdődhetett a földművelés, növénytermesztés a vidéken.

A 19. század közepén e terület pusztája volt. Ecsegepuszta ekkor a Jász-Nagykun-Szolnok vármegyéhez tartozó Dévaványa része volt.

A település 1949-ig Dévaványa nagyközség része volt Pusztacsege néven, ekkor lett önálló a település, majd 1950-ben a község nevét Ecsegefalvára változtatták. Ecsegefalva népessége 1949-ben már elérte az 1 958 főt, ez a szám 1960-ban 2 223-ra nőtt, majd folyamatosan csökkenni kezdett. Az 1970–80–90-es években a lakosság nagymértékű csökkenése következett.

Ecsegfalvára az 1920-as években vegyesen települtek reformátusok és katolikusok. A reformátusok főként Dévaványáról, a katolikusok Endrődről érkeztek.

Egyik legfontosabb termesztett növénye a búza mellett a rizs volt, 1957-ben már 1200 kat. holdon folyt a rizstermesztés az állami gazdaságban.

A község környéke máig megőrizte természetes szépségét, gazdag madárvilág jellemzi. 1984-ben nyilvánították védetté és hozták létre az Ecsegpusztai Természetvédelmi Területet. A környék kiválóan alkalmas vadászat céljára és az ebből adódó vadászturizmusra.



34. ábra: Ecsegfalva címere

Hunya

Hunya egy, a Szarvast Mezőberénnyel összekötő útról elérhető, 13 utcából álló kisközség. Területe összesen 3 259 hektár, ebből a belterület 100 hektár. A mai község helyén a régészeti kutatások szerint a késő bronzkortól a török hódoltságig lakott terület volt, de akkor lakatlan pusztává változott.

A függetlenségi törekvések bizonyítéka, hogy az itt élők 1896-ban templomot építettek, amihez a telket Hunya József adományozta.

1946. február 1-jével Endrődszentlászló néven megalakult az akkor 1 500 feletti lélekszámú község. A lakosság kezdeményezésére 1947. február 1-jétől a belügyminiszter engedélyezte a Hunya név felvételét.

A kitűnő termőföld adta lehetőség miatt a hunyaiak többsége mindig a mezőgazdaságból élt. A gazdaságok fő terményei a búza, a kukorica, a hibridkukorica és a csemegekukorica.

A faluban nincs vasútvonal, autóbusz pedig naponta Kondoros, Szarvas, Gyomaendrőd irányába közlekedik.

A településen az Általános iskola alsó tagozata 2012. szeptember 1-től szűnt meg az alacsony gyermekszám miatt. Működik az Óvoda, a Művelődési ház és Könyvtár. (Hunya Község Önkormányzati Portálja)



35. ábra: Hunya címere

2.3.3.2. Körösök Völgye jelentősebb települései

Békéscsaba

Békéscsaba, Békés megye székhelye az egyik legmeghatározóbb város a térségben, mind népességét tekintve, mind turisztikai szempontból közelítve. Az emberek többségének először Munkácsy-örökség, illetve a nemzetközileg is ismert csabai kolbász jut eszébe. A Munkácsy Mihályra való építés látható abból is, hogy a legismertebb attrakciók között van számon-tartva a Munkácsy Mihály Emlékház és a Munkácsy Mihály Múzeum is.

Gyula

Gyula számos turisztikai értékkel rendelkezik, mely a turistáknak ideális kikapcsolódási lehetőséget nyújt.

Az egyik legjellegzetesebb látványosság a Gyulai Vár, mely több mint 600 éve áll és ma Közép-Európa egyetlen épen maradt, gótikus vára. Ehhez kapcsolódik a Várfürdő is, mely az egyik legjelentősebb termálfürdő az országban. Jelenleg 19 medencével rendelkezik, 2013-ban csatoltak hozzá új élményfürdőt, az Aquapalotát, mely a Gyulára érkezők körében nagy népszerűségnek örvend.

Kiemelkedő még a belvárosi, mediterrán hangulatot idéző sétáló utca, illetve a Százéves Cukrászda, mely 1840 óta működik, ezzel Magyarország második legrégebb óta működő cukrászdája.

Szarvas

Szarvas mérete ellenére jelentős turizmussal rendelkezik a térségben. Főleg a 2010-es évek elején fektettek nagyobb tőkét a turisztikai attrakciókba, illetve a turizmusba általánosságban, mely megtérülni látszik. 2013-ban a 400 Ft-os idegenforgalmi adót 250 Ft-ra csökkentették, ráadásul a 70 év felettieknek nem kell fizetniük érte.

A település a történelmi Magyarország földrajzi közepe, ennek állít emléket a Mini Magyarország makettpark. A legjelentősebb látványosságokba tartozik továbbá a Szarvasi arborétum, mely nem csak országos, de nemzetközi szinten is ismert és elismert. A kultúra kedvelőinek igényeit pedig nyaranta a Víziszínpad kínálata elégíti ki.

2.3.4. Infrastrukturális adottságok

Gyomaendrőd alapvetően kiesik a fő hazai forgalmi folyosókból. Az országos közúthálózati kapcsolatot Békés megye két fontos főútja, a 46. sz. és a 443 sz. másodrendű főutak biztosítják Mezőberény – Békéscsaba, Mezőtúr, illetve Szarvas irányában. A környező településekhez való további kapcsolatot 3 mellékúti kategóriájú országos összekötő út biztosítja még.



36. ábra: Békés megye helyközi autóbusz-hálózata

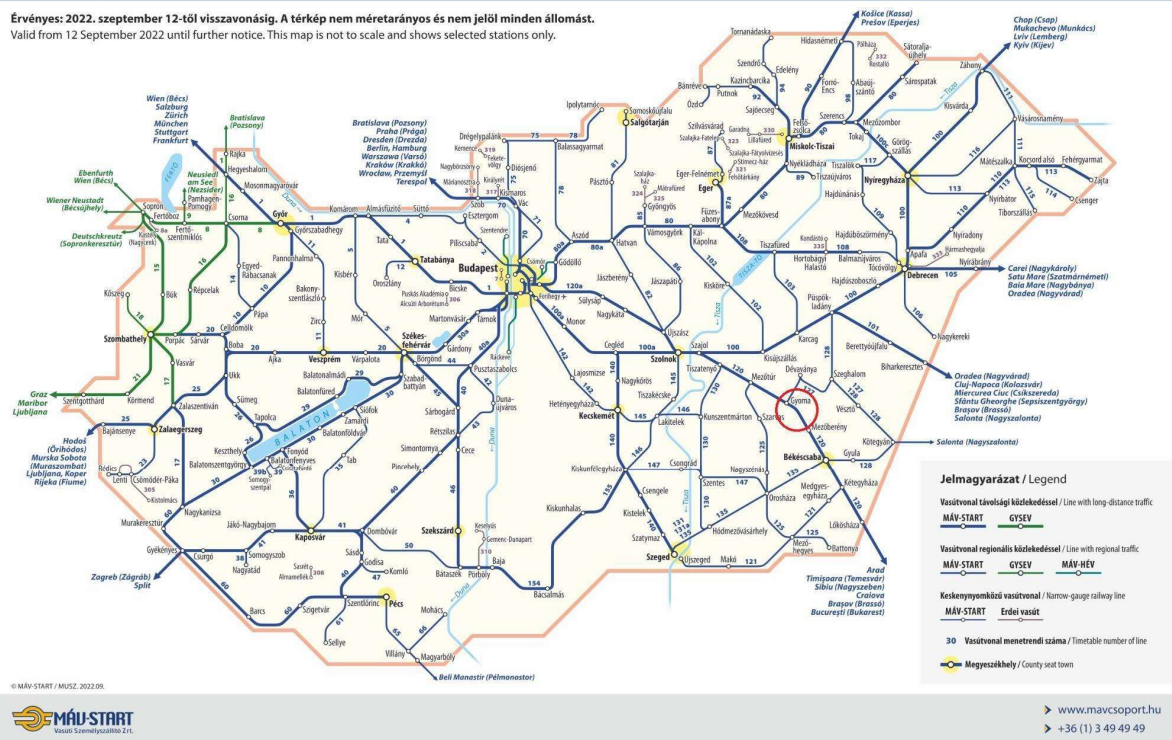
(forrás: https://www.volanbusz.hu/files/public/terkepek/Bekes-2203_A3_fekvo.pdf)

A város kötőtpályás közlekedési kapcsolatát alapvetően a 120-as számú vasúti fővonal biztosítja, melyből Gyoma állomáson ágazik ki a 127-es számú mellékvonal.

Gyakori keveredést okoz a potenciális ideutazóknak azonban az állomás neve. Feltételezik, hogy Gyoma Gyomaendrőd egy közeli települése és Gyomaendrődre nem érkezik vonatjárat.

Magyarország vasúti személyszállítási térképe Railway passenger transport map of Hungary

Érvényes: 2022. szeptember 12-től visszavonásig. A térkép nem méretarányos és nem jelöl minden állomást.
Valid from 12 September 2022 until further notice. This map is not to scale and shows selected stations only.



37. ábra: MÁV vasúti személyszállítási térkép (forrás:

https://www.mavcsport.hu/sites/default/files/res/vasuthalozat_trkp_hu_2022_a3_0912_web.pdf)

A gyomaendrődi tömegközlekedésért a Mobilbusz Kft. felel. A jelenleg érvényben lévő menetrend és díjszabás 2022. július 1-től lépett hatályba. Jelenleg a következő árak vannak érvényben:

- Vonaljegy: 300 Ft
- Teljes árú havi bérlet: 5 000 Ft
- Kedvezmények diák és nyugdíjas bérlet: 1 500 Ft

A helyi járat hétvégénként jelenleg nem közlekedik. A város összesen 7 megállóval rendelkezik, ezek a következők:

1. Szabadság tér
2. Szent Antal Népház
3. MÁV állomás
4. Polgármesteri Hivatal
5. Fürdő
6. Gyomai köztemető
7. Endrődi köztemető

A lakók elégedetlenségüket fejezték ki az árak emelése, illetve a járatok ritkítása miatt, fontos azonban megjegyezni, hogy alacsony azok száma, akik igénybe veszik a tömegközlekedést Gyomaendrődön.

3. Közvéleménykutatás a város turisztikai pozícióját illetően

3.1. Reprezentatív felmérés a horgászok körében országos szinten

Primer kutatásunk fókusza a horgászturizmus okán a horgászaton volt, így velük készítettünk nagyobb elemszámú kérdőíves felmérést. A felmérést n=202 fő töltötte ki összesen, különböző demográfiai csoportokból, így a horgászok között reprezentatívnak tekinthető. Jelen alfejezetben pedig a kérdőív eredményeit elemezzük részletesebben.

A horgászok a Gyomaendrődön való horgászatukat egy 1-től 10-ig terjedő skálán összesen 8,02-re értékelték, amely kifejezetten jó eredménynek mondható.

A nemi eloszlásánál elmondható, hogy a kitöltők 8,42%-a nő (17 fő), 91,58%-a (185 fő) férfi.

A 41 és 50 év közöttiek töltötték ki a legtöbbet (69 fő), ezt követték a 31 és 40 év közöttiek (45 fő), harmadik helyen pedig az 51 és 60 év közöttiek (31 fő.)

A legmagasabb iskolai végzettség esetében megállapítható, hogy a leggyakoribb a középiskola érettségivel (78 fő, 38,61%), ezt követi a felsőfokú végzettség (67 fő, 33,17%), majd a szakiskola és szakmunkásképzőben szerzett végzettség (50 fő, 24,75%), végül pedig a 8 általánost végzők (7 fő, 3,47%).

Foglalkozási típust tekintve a kitöltők túlnyomó része (134 fő, 66,34%) teljes állásban dolgozik, nagyjából ötöde (42 fő, 20,79%) részmunkaidőben dolgozik, a többiek pedig nyugdíjasok, vagy tanulók. Álláskereső nem töltötte ki a kérdőívet.

Lakóhely szempontjából a következő eredmények születtek:

Főváros	24 fő	11,88%
Megyeszékhely	31 fő	15,35%
Város	114 fő	56,44%
Község	23 fő	11,39%
Falu	10 fő	4,95%
Összesen	202 fő	

22. táblázat: A lakóhelyek közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében

1. kérdés: Milyen céllal végez horgász tevékenységet?

A tevékenység célja a kitöltők 81,19%-a esetében (164 fő) hobbi, **18,81%-a (38 fő) horgászik versenyszerűen.**

Hobbi	164 fő	81,19%
Sport	38 fő	18,81%
Összesen	202 fő	

23. táblázat: A horgász tevékenység célja közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében

2. kérdés: Ön szokott a lakóhelyétől eltérő településen horgász tevékenységet végezni?

A kitöltők túlnyomó többsége elutazik horgászat céljából, kevesebb mint tizedük nem utazik lakóhelyétől eltérő településre e célból.

Igen	183 fő	90,59%
Nem	19 fő	9,41%
Összesen	202 fő	

24. táblázat: Az „Ön szokott a lakóhelyétől eltérő településen horgász tevékenységet végezni?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében

3. kérdés: Amennyiben igen, milyen gyakran szokta ezt megtenni?

A kitöltők több, mint fele (105 fő, 55,27%) legalább havonta egyszer utazik horgászat céljából.

Kevesebb, mint évente egyszer	11 fő	5,79%
Éves/féléves rendszerességgel	24 fő	12,63%
Pár havonta legalább egyszer	50 fő	26,32%
Legalább havonta egyszer	63 fő	33,16%
Legalább hetente egyszer	42 fő	22,11%
Összesen	190 fő	

25. táblázat: Az „Amennyiben igen, milyen gyakran szokta ezt megtenni?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében

4. kérdés: Amennyiben igen, milyen távol hajlandó utazni e célból?

A kitöltők kevesebb, mint 20%-a nem hajlandó messzebbre utazni a lakóhelyétől, mint 50 km, azonban több, mint 40%-a hajlandó több, mint 150 km-re utazni.

Kevesebb, mint 50 km	35 fő	18,32%
50-150 km	77 fő	40,31%
Több, mint 150 km	79 fő	41,36%
Összesen	191 fő	

26. táblázat: Az „Amennyiben igen, milyen távol hajlandó utazni e célból?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében

5. kérdés: Amennyiben igen, átlagosan hány vendégéjszakát tölt a lakóhelyétől eltérő helyen?

A kitöltők közül 44-en (22,92%) nem töltenek vendégéjszakát az adott településen, ahol horgász tevékenységet végeznek, amely azt jelenti, hogy nem minősülnek turistának.

A horgász turisták 68,91%-a (102 fő) 1-3 vendégéjszakát tölt el az adott településeken, 20,95%-a 4 és 7 éjszaka között, 10,14%-a pedig 8, vagy annál több vendégéjszakát is eltöltött más településen utazásai során.

Nem töltöttek vendégéjszakát az adott helyen	44 fő	22,92%
1-3	102 fő	53,13%
4-7	31 fő	16,15%
8, vagy annál több	15 fő	7,81%
Összesen	192 fő	

27. táblázat: Az „Amennyiben igen, átlagosan hány vendégéjszakát tölt a lakóhelyétől eltérő helyen?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében

6. kérdés: Amennyiben igen, átlagosan mennyi pénzt költ átlagosan az utazása során naponta?

A költés során a leggyakoribb árkategória a naponta 5 000 és 10 000 Ft közötti kiadás (74 fő, 39,15%), ezt a 15 000 és 25 000 Ft közötti napi költés követi (42 fő, 22,22%)

Kevesebb, mint 5 000 Ft	39 fő	20,63%
5 000-15 000 Ft	74 fő	39,15%
15 000-25 000 Ft	42 fő	22,22%
25 000-35 000 Ft	14 fő	7,41%
Több, mint 35 000 Ft	20 fő	10,58%
Összesen	189 fő	

28. táblázat: Az „Amennyiben igen, átlagosan mennyi pénzt költ átlagosan az utazása során naponta?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében

Felmérésünk során a **zavaró tényezők** mértékét is felmértük, 1-től 10-ig tartó skálán értékelték kitöltőink, melyekhez súlyozott átlag segítségével rendeltünk értékeket, a következőket kaptuk:

Vitorlázás	4,22
Vízibiciklizés	4,77
Szörfözés/Sup	4,69
Wakeboard	6,61
Jetski	8,14
Úszás	3,50
Sárkányhajózás	5,45
Csónakázás	3,63
Motoros kishajózás	5,97
Kajak/kenu	4,12

29. táblázat: A zavaró tényezőkre irányuló kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében

A 3, leginkább zavaró tényezőnek tehát a Jetski (8,15), a Wakeboard (6,61) és a Motoros kishajózás (5,97) bizonyult. A horgászokat legkevésbé az Úszás (3,50) és a Csónakázás (3,63) zavarja.

A kutatásban résztvevők egyéb zavaró tényezők felsorolására is lehetőséget kaptak, ezek közül az alábbiak kerültek elő többször:

- Vizisí: 3
- Hangoskodás/Hangos zene: 40
- Szálloda hajók/Sétahajók: 4
- Motorozás az árterekben: 2
- Modortalan horgászok: 6
- Mágnes horgászat: 3
- Szemetelés: 9
- Kutyasétáltatók: 7
- Szúnyogok: 5

Kérdőíves kutatásunk során azt is felmértük, hogy azok közül, akik horgásztak már Gyomaendrődön, milyen halakat fogtak:

ponty	131	71,58%
süllő	109	59,56%
csuka	88	48,09%
harcsa	76	41,53%
törpeharcsa	87	47,54%
balin	89	48,63%
keszegfélék	107	58,47%
compó	31	16,94%
kárász	95	51,91%
busa	39	21,31%
sügér	49	26,78%

angolna	33	18,03%
jász	26	14,21%
domolykó	29	15,85%
dévér	78	42,62%
amur	78	42,62%
Összesen	183	

30. táblázat: A „Milyen halat fogott korábban Gyomaendrődön?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében

A kérdőív végén a kitöltők megoszthatták pozitív és negatív tapasztalataikat is a gyomaendrődi horgászattal kapcsolatban. Ebben az esetben is kiemelnénk azokat, melyek többször előfordultak:

Pozitív tapasztalatok:

- Halak mennyisége: 19
- Csicsergő vízitúra megállóhely: 4
- Helyiek segítőkészsége: 6
- Város természeti adottságai: 29
- Horgászboltok felszereltsége: 4
- Horgásztársak: 3
- vízminőség: 16
- Nyugodtság/Csend: 23
- Horgászjegyek ára: 3
- Versenypálya: 4
- KHESZ jelenléte: 4

A város természeti adottságai került első helyre, amelyet a nyugaltság és csend követett, harmadik helyen pedig a halak mennyisége található.

Negatív tapasztalatok:

- Törpeharcsa: 17
- Nagyobb csónakok: 2
- Buliturizmus jelenléte: 3
- Szemetelés: 7
- Megközelíthetőség hiánya: 12
- Kevés minőségi szálláshely: 3
- Illemhelyek/Tisztálkodási helyek hiánya: 2
- Szúnyog: 2
- Szabad helyek: 5
- Körbeépített holtágak: 9

A negatív tapasztalatok közül kimagaslott a törpeharcsák jelenléte a gyomaendrődi vizekben.

Második helyen a megközelíthetőség hiánya áll. Több holtág esetében nincsenek kiépített utak, amely jelentősen megnehezíti a megközelítésüket kedvezőtlen időjárási viszonyok esetében. Ez nagyobb kellemetlenséget okozhat azoknak, akik az adott holtágak mellett foglaltak szálláshelyet.

A körbeépített holtágakat is többen megemlítették. Gyakorlatilag a magántulajdonban lévő nyaralóházak a holtágakat teljesen körbeveszik, így kevés opciója van annak, aki szálláshely foglalás nélkül szeretne a holtágakon horgászni.

3.2. Gyomaendrőd lakossága körében végzett közvéleménykutatás

A lakosság körében végzett felmérés során a direkt megkeresést alkalmaztuk, összesen 250 gyomaendrődi lakoshoz jutott el a kérdőív, ebből 44 fő töltötte ki összesen, így a válaszolási arány 17,6% volt.

Az n=44 fő mintasokaságunkból 31 fő (70,5%) nő és 13 fő (29,5%) férfi. Az életkori megoszlás viszonylag egyenletes eloszlású:

- 18 év alatti: 2,2%
- 18-20 év: 0%
- 21-30 év: 15,9%
- 31-40 év: 20,5%
- 41-50 év: 31,8%
- 51-60 év: 20,5%
- 60 év feletti: 15,9%

1. kérdés: Ön szívesen él a településen?

A gyomaendrődi lakosok több, mint kétharmada (70,45%) szívesen él a településen, azonban a válaszadók közül 13-an nem.

Igen	31 fő	70,45%
Nem	13 fő	29,55%
Összesen	44 fő	

31. táblázat: Az „Ön szívesen él a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

2. kérdés: Szívesen él Ön a jelenlegi, közvetlen lakókörnyezetében?

A lakókörnyezettel való elégedettség esetében már egészen más a válaszok eloszlása, tehát élhetünk azzal a feltételezéssel, hogy többen vannak olyanok, akik a várossal alapvetően elégedettek, azonban nem laknak számukra ideális környezetben.

Igen	26 fő	59,09%
Nem	18 fő	40,91%
Összesen	44 fő	

32. táblázat: A „Szívesen él Ön a jelenlegi, közvetlen lakóköznyezetében?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

3. kérdés: Mi a véleménye az épületek, terek, utcák állapotáról?

A skálával értékelendő kérdések esetében 1-től 6-ig értékelhettek a kitöltők, így minden esetben valamelyik irányban dönteniük kellett, semlegességre nem volt lehetőség. Az épületek, utcák állapota 3,41-es átlagot kapott. A válaszok eloszlása alapján elmondható, hogy a lakosok inkább a semlegeshez közeli válaszlehetőségeket jelölték meg, a szélsőértékek kizárólag páran jelölték meg válaszként.

1	1 fő	2,27%
2	6 fő	13,64%
3	19 fő	43,18%
4	12 fő	27,27%
5	4 fő	9,09%
6	2 fő	4,55%
Összesen	44 fő	
Átlag	3,41	

33. táblázat: A „Mi a véleménye az épületek, terek, utcák állapotáról?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

4. kérdés: Úgy véli, hogy az itteni gyerekek felnőttként elköltöznek a településről?

A válaszadók közel fele (47,73%-a) ért egyet maximálisan azzal a kijelentéssel, hogy a fiatalok többnyire elköltöznek a településről felnőttként.

Amennyiben az 5-ös értékkel összevonjuk, kijelenthetjük, hogy a kitöltők 80%-a azt gondolja, hogy többségében ez jellemző, mindössze 9-en jelölték meg relatíve

semleges választ és kifejezetten érdekes, hogy senki nem gondolja úgy, hogy a fiatalok többségében itt maradnak.

1	0 fő	0,00%
2	0 fő	0,00%
3	5 fő	11,36%
4	4 fő	9,09%
5	14 fő	31,82%
6	21 fő	47,73%
Összesen	44 fő	
Átlag	5,16	

34. táblázat: Az „Úgy véli, hogy az itteni gyerekek felnőttként elköltöznek a településről?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

5. kérdés: Milyen érzésekkel gondol a településre?

Amennyiben 2 részre osztjuk a válaszadókat, megállapítható, hogy 27,3% inkább negatív érzésekkel párosítja a települést, 72,5% inkább pozitívvval.

1	2 fő	4,55%
2	4 fő	9,09%
3	6 fő	13,64%
4	12 fő	27,27%
5	12 fő	27,27%
6	8 fő	18,18%
Összesen	44 fő	
Átlag	4,18	

35. táblázat: A „Milyen érzésekkel gondol a településre?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

6. kérdés: Mit kedvel leginkább a településen? (Több válaszlehetőséget is megjelölhet)

A válaszadók közül kizárólag 5-en nem jelölték meg a természetet, mint lehetőséget. Nagy különbséggel, de a közösség lett a második, a szabadidős lehetőségek pedig a harmadik.

Épületek	8 fő	18,18%
Közösség	19 fő	43,18%
Természet	39 fő	88,64%
Szabadidős lehetőségek	18 fő	40,91%
Boltok	7 fő	15,91%
Összesen	44 fő	

36. táblázat: A „Mit kedvel leginkább a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

7. kérdés: Ön szerint a település milyen hangulatú? Kérjük az Ön szerint 3 legjellemzőbb tulajdonságot jelölje meg!

A település 3 legjellemzőbb tulajdonságai a következők lettek: “Nyugalmas” (56,82%), “Biztonságos” (52,27%) és “Egyhangú” (47,73%). Ezek a tulajdonságok, bár nem szinonímák, mégis hasonlóak jelentéstartalmukban.

Egyhangú	21 fő	47,73%
Nyugalmas	25 fő	56,82%
Jókedvű	12 fő	27,27%
Mozgalmas	6 fő	13,64%
Nyomasztó	8 fő	18,18%
Rosszkedvű	4 fő	9,09%
Feszült	14 fő	31,82%
Biztonságos	23 fő	52,27%

Hangulatos	14 fő	31,82%
Összesen	44 fő	

37. táblázat: Az „Ön szerint a település milyen hangulatú?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

8. kérdés: A településen működő boltok és egyéb szolgáltató egységek kielégítik az Ön szükségleteit?

A boltok és egyéb szolgáltató egységek kínálata szintén egy közömbös átlagot mutat, alacsony szórással, a válaszadók közel 60%-a a 3-as és 4-es lehetőséget jelölte meg.

1	2 fő	4,55%
2	5 fő	11,36%
3	14 fő	31,82%
4	12 fő	27,27%
5	7 fő	15,91%
6	4 fő	9,09%
Összesen	44 fő	
Átlag	3,66	

38. táblázat: Az „A településen működő boltok és egyéb szolgáltató egységek kielégítik az Ön szükségleteit?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

9. kérdés: Szeretné, hogy a településen több olyan bolt és szolgáltatóegység legyen, ahol a lakók dolgozhatnak?

A mélyinterjúk során többször előkerült a munkahelyek hiánya, így nem meglepően közel minden válaszadó szerint szükség lenne olyan új létesítményekre, melyek munkalehetőségeket nyújtanának a lakosok számára.

Igen, van rá szükség	41 fő	93,18%
Nem, nincsen	3 fő	6,82%
Összesen	44 fő	

39. táblázat: A „Szeretné, hogy a településen több olyan bolt és szolgáltatóegység legyen, ahol a lakók dolgozhatnak? kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül

10. kérdés: Mely közlekedési módot veszi igénybe legtöbbször hétköznapijai során?

A legjellemzőbb közlekedési módok a városban a kerékpár (52,27%), illetve az autós közlekedés (31,82%).

Autó	14 fő	31,82%
Tömegközlekedés	4 fő	9,09%
Kerékpár	23 fő	52,27%
Gyalogos közlekedés	3 fő	6,82%
Összesen	44 fő	

40. táblázat: A „Mely közlekedési módot veszi igénybe legtöbbször hétköznapijai során?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül

11. kérdés: Mit szeretne leginkább az alábbi, közlekedéssel kapcsolatos fejlesztések közül a településen az elkövetkezendő időszakban?

Érdekes módon, bár a tömegközlekedést nagyon alacsony arányban veszik igénybe a lakosok, mégis, a legtöbben ennek fejlesztését szeretnék. Ebből következtethető, hogy a gyomaendrődiek igénybe vennék a tömegközlekedést, de a jelenlegi állapotával nem elégedettek.

kerékpáros közlekedés, kerékpárút fejlesztés	15 fő	34,09%
közösségi autóbusz közlekedés fejlesztését	19 fő	43,18%
gyalogos közlekedés, járdák, zebrák fejlesztését	4 fő	9,09%
parkoló-kialakítást	6 fő	13,64%
Összesen	44 fő	

41. táblázat: A „Mit szeretne leginkább az alábbi, közlekedéssel kapcsolatos fejlesztések közül a településen az elkövetkezendő időszakban?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül

12. kérdés: Mi a véleménye a természet (erdők, patakok, tavak, parkok vadon élő állatok stb.) állapotáról a településen?

Az erre a kérdésre adott 4,2-es átlag azt mutatja, hogy az emberek alapvetően elégedettek a természet állapotával, az 1-es és 2-es lehetőségre nem is érkezett válasz, azonban az 5-ös és 6-os együttesen is csak a válaszok 31,82%-át teszi ki.

1	0 fő	0,00%
2	0 fő	0,00%
3	8 fő	18,18%
4	22 fő	50,00%
5	11 fő	25,00%
6	3 fő	6,82%
Összesen	44 fő	
Átlag	4,20	

42. táblázat: A „Mi a véleménye a természet állapotáról a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül

13. kérdés: Mi a véleménye a környezet (víz, levegő, talaj, zaj, települési tisztaság) állapotáról a településen?

A víz, levegő, talaj, zaj, települési tisztaság esetében is hasonló átlag (4,14) született, mely azért meglepő, mert a mélyinterjúk során többször előkerült a szemetészállítás problémája.

1	0 fő	0,00%
2	3 fő	6,82%
3	9 fő	20,45%
4	14 fő	31,82%
5	15 fő	34,09%
6	3 fő	6,82%
Összesen	44 fő	
Átlag	4,14	

43. táblázat: A „Mi a véleménye a környezet állapotáról a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül

14. kérdés: Ha oda költözhetne, ahová akarna, hova költözne a legszívesebben?

A legtöbbször megjelölt válasz a “Sehova, maradnék itt” 29,55%-kal. Ez mindenképpen jó indikátora annak, hogy Gyomaendrődön jó élni. Többen jelölték meg továbbá a “Külföldre” (20,45%), illetve még a “Nagyobb városba, Budapest külső részeire” (18,18%) opciót.

Budapest belső részeire	3 fő	6,82%
Nagyobb városba, Budapest külső részeire	8 fő	18,18%
Kisvárosba	5 fő	11,36%
Nagyközségbe, város környékre	3 fő	6,82%
Kis faluba	1 fő	2,27%
Tanyára	2 fő	4,55%

Külföldre	9 fő	20,45%
Sehova, maradnék itt	13 fő	29,55%
Összesen	44 fő	

44. táblázat: A „Ha oda költözhetne, ahová akarna, hova költözne a legszívesebben?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

15. kérdés: Hogyan ítéli meg az ipar fejlettségét a településen?

Az ipar fejlettségéhez is gyakorlatilag közömbösen állnak a lakók, nem jellemzők a kiugró értékek. Hasonló tapasztalható a mezőgazdaság, a szolgáltatások, illetve a lakosok tanultsága kérdésnél.

1	0 fő	0,00%
2	7 fő	15,91%
3	18 fő	40,91%
4	10 fő	22,73%
5	6 fő	13,64%
6	3 fő	6,82%
Összesen	44 fő	
Átlag	3,55	

45. táblázat: A „Hogyan ítéli meg az ipar fejlettségét a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

16. kérdés: Hogyan ítéli meg a mezőgazdaság fejlettségét a településen?

1	0 fő	0,00%
2	4 fő	9,09%
3	19 fő	43,18%
4	12 fő	27,27%
5	8 fő	18,18%
6	1 fő	2,27%
Összesen	44 fő	
Átlag	3,61	

46. táblázat: A „Hogyan ítéli meg a mezőgazdaság fejlettségét a településen?”
kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül

17. kérdés: Hogyan ítéli meg szolgáltatások (kereskedelem, közlekedés, oktatás, egészségügy) fejlettségét a településen?

1	0 fő	0,00%
2	10 fő	22,73%
3	14 fő	31,82%
4	5 fő	11,36%
5	11 fő	25,00%
6	4 fő	9,09%
Összesen	44 fő	
Átlag	3,66	

47. táblázat: A „Hogyan ítéli meg szolgáltatások fejlettségét a településen?”
kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül

18. kérdés: Hogyan ítéli meg az emberek képzettségét, tanultságát a településen?

1	0 fő	0,00%
2	7 fő	15,91%
3	18 fő	40,91%
4	15 fő	34,09%
5	3 fő	6,82%
6	1 fő	2,27%
Összesen	44 fő	
Átlag	3,39	

48. táblázat: A „Hogyan ítéli meg az emberek képzettségét, tanultságát a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

19. kérdés: Ön szerint a szociális célra rendelkezésre álló pénzüsszegeket...

A szociális célra rendelkezésre álló pénzüsszegeket a kitöltők háromnegyede inkább fordítaná a szociális intézmények fejlesztésére.

Inkább segélyezésre kellene fordítani	11 fő	25,00%
Inkább a szociális intézmények fejlesztésére kellene fordítani	33 fő	75,00%
Összesen	44 fő	

49. táblázat: Az „Ön szerint a szociális célra rendelkezésre álló pénzüsszegeket...” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

20. kérdés: Milyen terület fejlődését szeretné elérni a településen? (Maximum 3 válaszlehetőséget jelöljön meg!)

A válaszadók több, mint 70%-ának szerepelt válaszában a "Turizmus", mint fejlesztésre szoruló terület, ezt követte a "Szolgáltatások" (65,91%) válaszlehetőség, illetve az "Oktatás" (52,27%). Az utóbbi 2 ellentmondásos, hiszen pár kérdéssel ezelőtt még közömbösen nyilatkoztak a lakosok ezen területek fejlettségéről.

Turizmus	31 fő	70,45%
Ipartelepítés	15 fő	34,09%
Mezőgazdaság	14 fő	31,82%
Szolgáltatások	29 fő	65,91%
Oktatás	23 fő	52,27%
Lakásépítés	9 fő	20,45%
Közlekedés	6 fő	13,64%
Egészségügyi intézmények	1 fő	2,27%
Összesen	44 fő	

50. táblázat: A „Milyen terület fejlődését szeretné elérni a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül

21. kérdés: Milyen módon, milyen szervezetek, intézmények segítségével lehetne legjobban a települést fejleszteni (a „fenntartható fejlődést” előkészíteni)? (3 válaszlehetőséget jelöljön meg!)

A gyomaendrődi lakosok leginkább a “Helyi rendszeres fórumokban” látják a lehetőségeket, amelyből következtethetünk arra, hogy a helyiek szívesen részt vennének a város életében döntő kérdésekben. A válaszadók több, mint fele jelölte meg továbbá a “Társadalmi szervezeteket”, illetve a “Képviselő testületet”, mint probléma megoldókat.

Helyi rendszeres lakossági fórumok	29 fő	65,91%
Képviselő testület	23 fő	52,27%
Polgármesteri Hivatal	14 fő	31,82%
Megyei szintű szervezetek	10 fő	22,73%
Regionális szervezetek	6 fő	13,64%
Média (online és offline)	15 fő	34,09%
Társadalmi szervezetek	25 fő	56,82%
Nemzetközi segítség	4 fő	9,09%
Összesen	44 fő	

51. táblázat: A „Milyen módon, milyen szervezetek, intézmények segítségével lehetne legjobban a települést fejleszteni?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül

22. kérdés: Hogyan tudnának a helyi lakosok, civil szervezetek ebben részt venni? (Az Ön véleménye szerint legfontosabbat válassza!)

A helyi lakosok és civil szervezetek a lakosok véleménye alapján leginkább fizetett és önkéntes munkával tudnák segíteni a fejlesztéseket. Ez valószínűsíthetően visszavezethető arra is, hogy van igény a további munkahelyek teremtésére.

Tanácsadással, ismeretterjesztő tevékenységgel	5 fő	11,36%
Önkéntes munkával	13 fő	29,55%
Fizetett munkával	20 fő	45,45%
Pénzbeli hozzájárulással	6 fő	13,64%
Összesen	44 fő	

52. táblázat: A „Hogyan tudnának a helyi lakosok, civil szervezetek ebben részt venni?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

23. kérdés: Mennyire elégedett Ön...

Az összehasonlító kérdések alapján láthatjuk, hogy melyek azok a mindennapi elemek, amelyekkel az emberek elégedettebbek/kevésbé elégedettek, mint az országban. A legalább 2,0-val való eltérést tekintjük szignifikáns eltérésnek. Ez a következő esetekben fordultak elő a város javára:

- “Levegő tisztasága”: 2,7-es eltérés
- “Közbiztonság”: 2,16-os eltérés

Az alábbi esetekben pedig az országos szint javára:

- “Tömegközlekedés”: 3,39-es eltérés
- “Továbbtanulási lehetőségek”: 4,2-es eltérés
- “Nagyvállalatok száma”: 2,36-os eltérés

	Országos szinten	A településen
Levegő tisztaságával	5,16	7,86
Közellátással	4,36	6,07
Tömegközlekedéssel	6,98	3,59
Szórakozási lehetőségekkel	7,98	4,16
Továbbtanulási lehetőségekkel	7,93	3,73
Közbiztonsággal	5,11	7,27
Vállalkozások sikerességével	6,91	5,93
Nagyvállalatok számával	7,18	4,82
Idősebbekkel való törődéssel	6,09	6,68
Fiatalok helyzetével	5,20	3,61
Egészségügyi helyzettel	3,25	4,57
Lakáshelyzettel	3,91	5,25
Utcák, terek, parkok állapotával	6,50	6,73

53. táblázat: A „Mennyire elégedett Ön az alábbi tényezőkkel?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül

4. Célpiaci felmérés

4.1. Földrajzi tényezők alapján

A földrajzi tényezők alapján elmondható, hogy a belföldi utazók közül legtöbben a környező településekről, illetve Budapestről érkeznek. A város legnagyobb turisztikai vonzereje a vidékről érkezők szempontjából mindenképpen a horgászturizmus. Gyomaendrődre a horgászoknak szánt kérdőívben is gyakran hivatkoztak "horgász paradicsomként", a horgászok jelentős része pedig hajlandó távolabbi helyekre is elutazni e célból.

4.1.1. Elsődleges vonzáskörzet – <50 km

Gyomaendrőd elsődleges vonzáskörzete gyakorlatilag a járás települései, vélhetően a közeli településekből főleg horgászati céllal érkeznek az emberek. Közülük sokan nem töltenek el vendégéjszakát. A város fesztiváljaira is gyakran eljönnek, különösen a Nemzetközi Sajt és Túró Fesztivál népszerű körükben.

4.1.2. Másodlagos vonzáskörzet – 50-200 km

A másodlagos vonzáskörzet tekintetében Budapest a legjelentősebb küldő település, különösen megnőtt a Budapestről ideutazók száma a koronavírus járvány alatt. Sokan közülük Gyomaendrődön születtek, lehetőségek hiányában költöztek Pestre, de ettől függetlenül általánosan elmondható, hogy szeretnek visszajárni. Kedvező szituáció volt ilyen szempontból a home office elterjedése.

Egyre több budapesti lakos vásárol ingatlant Gyomaendrődön, azonban kérdéses ennek hatása. Gyakori probléma, hogy az ingatlanokat nyaralóként használják és csak évente pár hetet töltenek el a városban, így a turizmushoz nem tesznek hozzá jelentősen.

4.1.3. Harmadlagos vonzáskörzet – >200 km

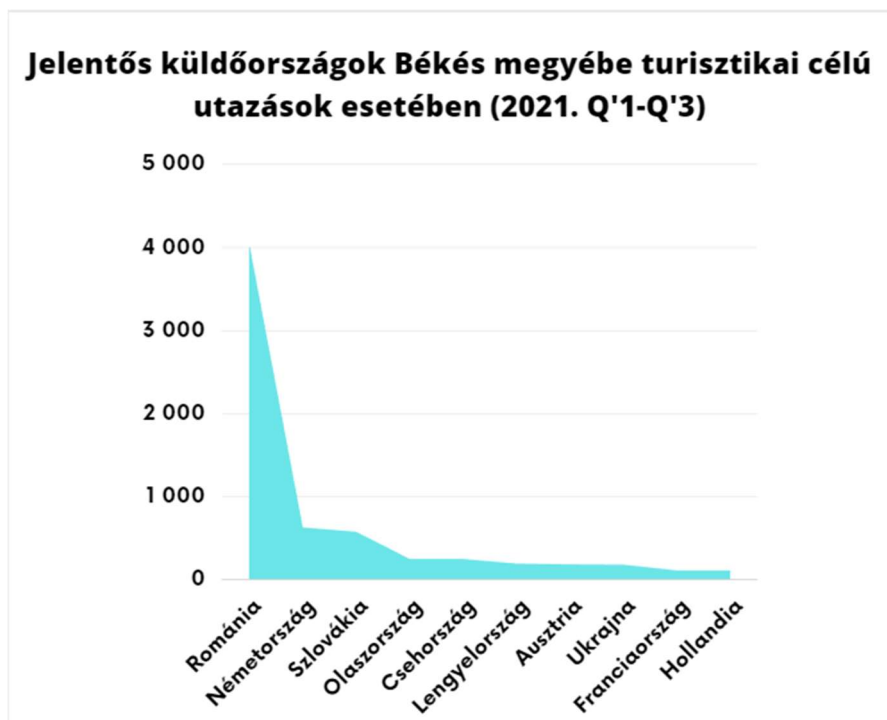
A harmadlagos vonzáskörzet alatt főleg a külföldi turistákat értjük. A legjelentősebb küldőország egyértelműen Románia. Békés megyébe 2021 első három negyedévébe összesen 4 002 fő utazott, ők összesen 11 488 vendégéjszakát töltöttek el, így átlagosan 2,9-et. Jelentősnek mondható még Németország is, ők többségben egészségturisztikai célból utaznak ide, ennek is tudható be a hosszabb tartózkodási

idő (4,0 éjszaka), így habár csak 621 vendég érkezett, ők összesen 2 462 éjszakát töltöttek el.

Ország	Vendégek száma	Vendégéjszakák száma	Átlagos tartózkodási idő
Ausztria	176	456	2,6
Belgium	27	50	1,9
Csehország	240	1 043	4,3
Dánia	13	25	1,9
Egyesült Királyság	43	277	6,4
Franciaország	102	383	3,8
Hollandia	102	312	3,1
Lengyelország	185	846	4,6
Németország	621	2 462	4,0
Olaszország	241	1 158	4,8
Oroszország	29	185	6,4
Románia	4 002	11 488	2,9
Spanyolország	74	387	5,2
Svájc	62	175	2,8
Svédország	17	47	2,8
Szlovákia	568	1 537	2,7
Ukrajna	172	2 365	13,8
Izrael	3	3	1,0
Kína	16	131	8,2
Egyesült Államok	47	180	3,8

54. táblázat: Békés megyében töltött külföldi vendégéjszakák 2021. Q'1-Q'3 *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

A román turistáról az MTÜ kutatásának alapján elmondható, hogy jól informált, igényes és meglehetősen magasak az elvárásai. Az ár-érték arányra különös figyelmet szentel, az elutazás élménye gyakran fontosabb számukra, mint maga a desztináció. Szálláshelyek tekintetében a 3 és 4 csillagos szállodák a legnépszerűbbek körükben. A Magyarországra látogatók 85%-a érkezik élettársával. Kifejezetten keresik a last-minute, kedvezményes csomagokat. Az utazók 60%-a 35 évesnél fiatalabb, az 50 évesnél idősebb korosztály az utazók nagyjából 20%-át teszi ki.

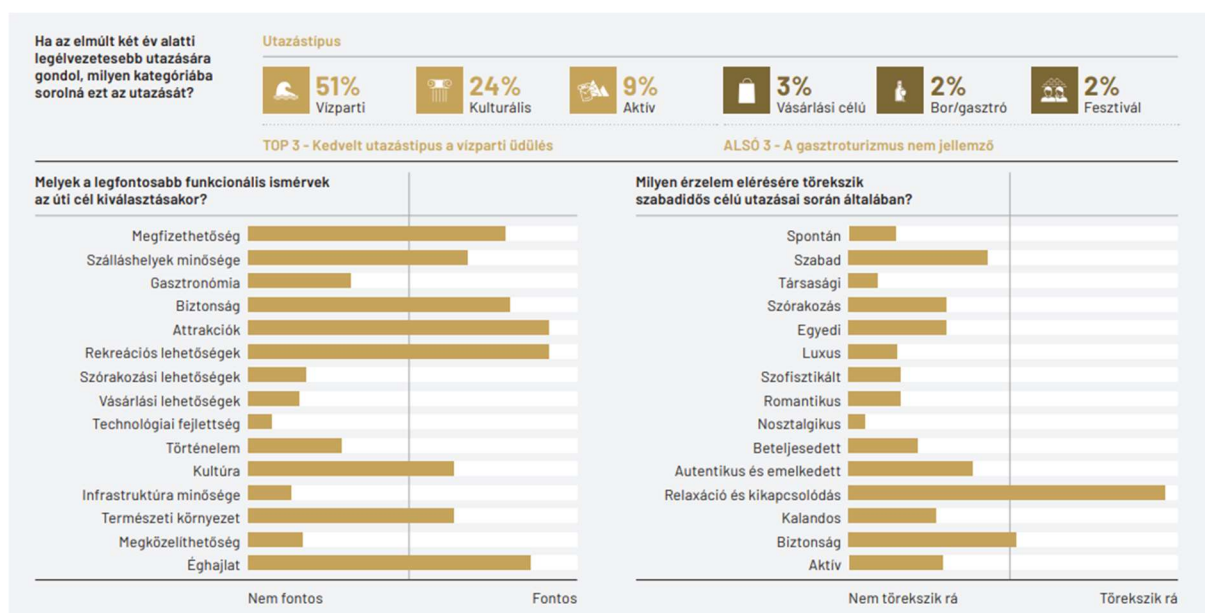


38. ábra: Jelentős küldőországok Békés megyébe turisztikai célú utazások esetében 2021. Q'1-Q'3 *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

A német turistákról a Magyar Turisztikai Ügynökség szegmens profilt is készített, lehetőséget adva a bővebb elemzésre. 51% preferálja a vízparti desztinációkat. Népszerű körökben azonban a kulturális és az aktív turizmus is. Számos funkcionális preferenciával rendelkeznek, ezek közül a legfontosabbak:

- Rekreatív lehetőségek;
- Attrakciók;
- Éghajlat;
- Biztonság;
- Megfizethetőség;
- Szálláshelyek minősége;
- Természeti környezet;
- Kultúra.

Üdüléseik során pedig leginkább a relaxáció és kikapcsolódás érzésére törekednek.



39. ábra: A német turisták utazási preferenciái (forrás: Nemzetközi fogyasztói felmérés, MTÜ, 2020)

A németek körében még elterjedt az útikönyvek használata, 31% használja ezeket. Ezen felül 54%-ban online, valamint 37%-ban családon és barátokon keresztül informálódnak az úti cél kiválasztásakor. A kevésbé preferált információszerzési csatornák közé tartozik a nyomtatott média, TV és rádió, valamint a turisztikai események. Ami az utazási szokásokat illeti, a német turisták körében gyakoriak a páros utak. Túlnyomórészt, 48%-ban online és 25%-ban utazási irodán keresztül foglalnak. A többi országhoz viszonyítva a hosszabb utazások jellemzőbbek a német látogatókra.

A profilok kialakításánál is a vízparti nyaralás került túlsúlyba, 56% került a "Vízparton nyaraló családok" kategóriába. A maradék 4 kategória között szinte egyenletes az eloszlás, nincsen szignifikáns különbség. Ezek a következők:

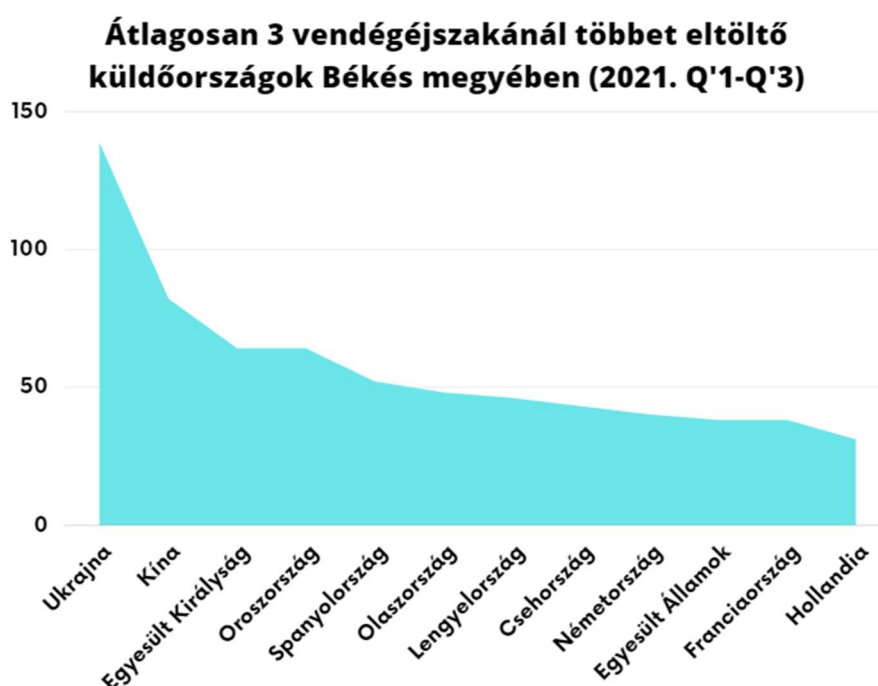
- Kényelmes nyugdíjasok
- Kultúrakereső ezüstgeneráció
- Élménykereső egyedülállók
- Kozmopolita fiatalok

A német turisták átlagosan 250 000 és 350 000 Ft között költenek utazásonként, ennek nagyjából negyedét a desztinációba való eljutásra, további negyedét

vendéglátásra, a maradék felét pedig a következőkre: wellness, helyi közlekedés, kultúra és szórakozás, vásárlás, egyéb.



40. ábra: Németország utazó szegmensei (forrás: Nemzetközi fogyasztói felmérés, MTÜ, 2020)



41. ábra: Átlagosan 3 vendég éjszakánál többet eltöltő küldő országok Békés megyében 2021. Q'1-Q'3 (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)

4.2. Demográfiai tényezők alapján

4.2.1. Kor szerinti megoszlás

A kor szerinti megoszlás viszonylag nagy szórással rendelkezik, az azonban elmondható, hogy a 20 éven aluliak ritkán látogatnak Gyomaendrődre, amennyiben nem családdal érkeznek.

A legnagyobb arányban a 41 és 50 év közöttiek vannak jelen, ez a horgász kérdőív és a szállásadókkal való beszélgetések alapján is több, mint az összes turisták harmadát teszi ki. Szignifikánsan fordul még elő a 31 és 40 év közötti korosztály, illetve az 51 és 60 év közöttiek.

Az előbb említett korosztály többnyire családdal és/vagy barátokkal érkezik, legnagyobb részt horgászati célból, azonban a családok gyakran látogatják meg a fürdőt, illetve a város vendéglátó egységeit.

4.2.2. Nemek szerinti megoszlás

A nemek szerinti megoszlás határozottan férfi túlsúlyt mutat. A belföldi utazók esetén ez a horgászturizmusból ered.

Az egészségturizmus céljából, illetve a rokonok, barátok látogatása esetén nagyjából fele-fele ez az arány, hiszen jellemzően párok, családok érkeznek ilyen célból.

4.3. Jövedelmi tényezők alapján

Jövedelmi tényezők alapján elmondható, hogy Gyomaendrőd nagy szegmens lefedésére képes gazdaságos volta miatt. A Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján a teljes munkaidőben foglalkoztatottak medián bruttó bére 2022. áprilisában 396 800 Ft volt, míg ugyanez nettó értékben 267 800 Ft. Elmondható azonban, hogy a rohamosan emelkedik. Ez látszik abból is, hogy a fogyasztói-árindex júniusban az előző év júniusához mérten is 108,5% volt (csak az élelmiszerek esetében 118,0%), míg a januári bázis esetén 109,4%. Viszonyításképpen az előző évek értékeit a következő táblázatban és diagramon szemléltetjük:

Időszak	Fogyasztói-árindex (Évkezdettől kumulált, előző év azonos időszaka=100,0%)	Fogyasztói árindex élelmiszerek esetében
2022. június	109,4%	115,1%
2021. június	104,2%	103,0%
2020. június	103,4%	107,7%
2019. június	103,5%	105,5%

55. táblázat: Az elmúlt 4 évben a fogyasztói-árindex alakulása (előző év azonos időszaka=100%) összesen és csak az élelmiszerek esetében *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

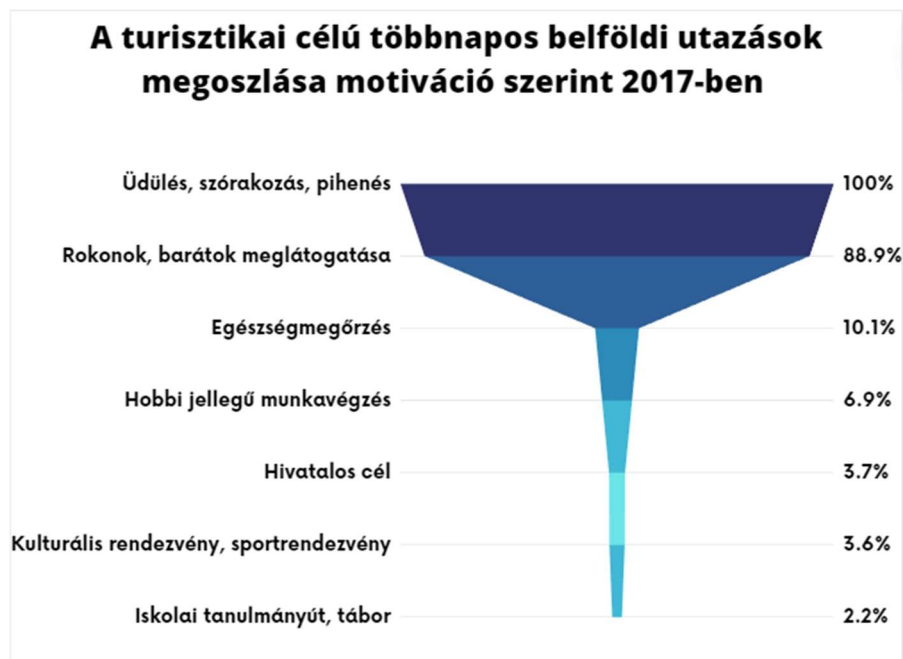
4.4. Pszichográfiai tényezők alapján

A pszichográfiai tényezőkre épített brand mindenképpen az egyik leghatékonyabb a marketingben. A szegmentáció során ezért különösen figyelünk – főleg – a belföldi, turisztikai célú utazások motivációira és gyakoriságára. Ahogy ez a következő – 4.4.1. Utazások motivációi – alfejezetből is kiderült, Gyomaendrőd relatíve jó helyzetben van adottságait tekintve, hiszen rendelkezik azokkal, amelyek lehetőséget teremtenek a belföldi turizmus igényeinek kielégítéséhez.

4.4.1. Utazások motivációi

Az utazások motivációi számos esetben eltérnek a belföldi és külföldi utazások esetén, ezeket szemléltetjük az alábbi két ábrán.

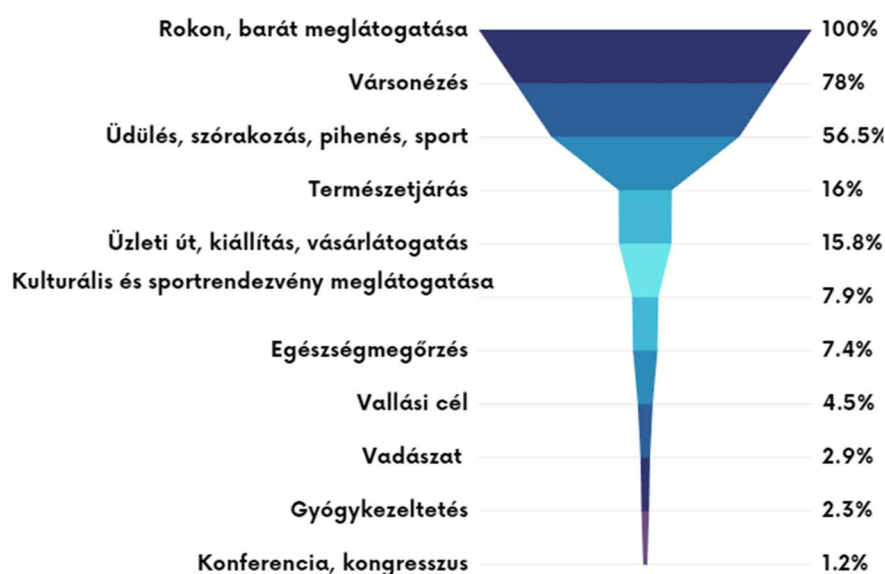
Belföldi többnapos utazások esetén a legnagyobb arányban az „Üdülés, szórakozás, pihenés” jelenik meg, ezt követi a „Rokonok, barátok meglátogatása”, majd az „Egészségmegőrzés”, amely már jóval alacsonyabb arányt képvisel. Ezek után következik sorban: „Hobbi jellegű munkavégzés”, „Hivatalos cél”, „Kulturális rendezvény, sportrendezvény”, utolsó helyen pedig az „Iskolai tanulmányút, tábor”.



42. ábra: A turisztikai célú többnapos belföldi utazások megoszlása motiváció szerint 2017-ben *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

A külföldi utazások esetében több motiváció került felsorolásra, azonban a sorrend nem változott nagymértékben. A „Rokon, barátok meglátogatása” első helyre került, a „Városnézés” csak ebben a listában szerepel, itt azonban második helyre került. Harmadik helyre szorult az „Üdülés, szórakozás, pihenés, sport”. A listán megjelent továbbá a „Természetjárás”, a „Vallási cél”, a „Vadászat” és a „Konferencia, kongresszus”. Lekerült erről a listáról a „Hobby jellegű munkavégzés” és az „iskolai tanulmányút, tábor”.

A turisztikai célú többnapos külföldi utazások megoszlása motiváció szerint 2017-ben



43. ábra: A turisztikai célú többnapos külföldi utazások megoszlása motiváció szerint *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

4.4.2. Utazások gyakorisága

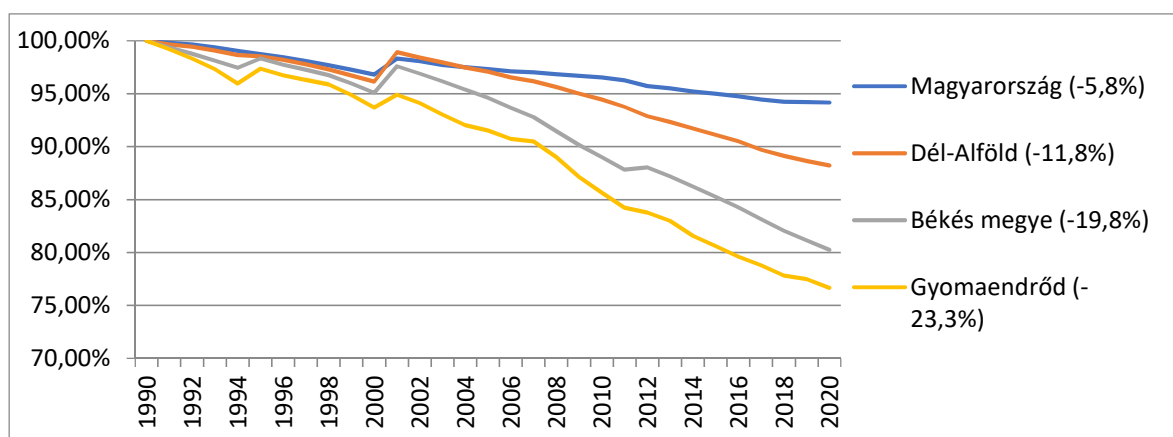
A Magyar Turisztikai Ügynökség 2017-es felmérése alapján elmondhatjuk, hogy a magyar lakosság fele vesz részt többnapos belföldi utazáson, 2017-ben ez 14,4 millió utazást jelent. A belföldi vendégéjszaka szám 2022. júniusában 1,6 millió volt, másfélszerese a tavaly ugyanekkori értéknek. 2017-ben a lakosság 39%-a 1-3 éjszakás utazáson, 26%-a ennél hosszabb utazáson is. Fontos azt is megemlíteni, hogy ennek jelentős részét tette ki a rokonok, barátok látogatása (5,9 millió utazás), melynek turizmus marketing szempontból nincs relevanciája.

Helyzetelemzés

1. Társadalmi-gazdasági helyzet

1.1. Demográfia

Békés megye hatodik legnépesebb városa Gyomaendrőd. A város lakónépességének fogyási üteme az országos és a megyei mértéket is felülmúlja, valamint a megye járásszékhely városai közül a legrosszabb értékeket mutatta Békés megyén belül.



44. ábra: A népességszám csökkenésének mértéke (Forrás: KSH, illetve továbbvezetett lakónépesség száma, évközepe adatok)

Az állandó népessége a 2000-es évek elejétől évi 150-200 fővel csökken, és folyamatosan öregszi a népessége.

1.2. Oktatás, képzettség, státusz

A városban 2014. óta egyesült egyházi intézményként működnek a korábban különálló **középiskolák**. A tanulók számának csökkenése azóta is jelentős.

Gyomaendrőd lakosságának **képzettségi szintje** mind Magyarország, mind Békés megye átlaga alatt van, de az elmaradás egyáltalán nem mondható súlyosnak. Míg a legalább általános iskolai végzettséggel rendelkezők arányának mutatójánál a város felzárkózást, addig az érettségivel, valamint egyetemi és főiskolai oklevéllel rendelkezők arányának mutatójánál sokáig leszakadást mutatott. Biztató jel, hogy az érettségivel és az egyetemi és főiskolai oklevéllel rendelkezők száma lassan, de biztosan nő a településen.

A városban az alacsony **státuszú** lakosok aránya magasnak számít. A magasabb státuszú társadalmi csoportok szűkülésének esélyét növeli, hogy a más nagyvárosban, régióközpontban diplomát szerző fiatalok jelentős része sok esetben gazdaságilag fejlettebb, élhetőbb régióba/városba költözik, illetve egyre nagyobb számban külföldön telepednek le.

1.3. Foglalkoztatottság, jövedelem, ingázás

A foglalkoztatottság főbb adatainak teljes népességhez viszonyított helyzetét vizsgálva kitűnik a település országos, illetve megyei átlag körüli értékei. Míg az eltartottak tekintetében a város jó helyzetben van a megyei és országos értékekhez képest, addig a foglalkoztatottak és munkanélküliek aránya alapján rosszabbul áll. A városok átlagához képest ugyanakkor már érzékelhető a probléma: Gyomaendrőd a megye azon járásközpontjai közé tartozik, ahol az aktivitás jelzőszámai kedvezőtlennek számítanak.

A város jövedelmi viszonyai sem megyei, sem országos összehasonlításban nem tekinthetők kedvezőnek, mivel a Gyomaendrőd esetén jellemző egy főre jutó adóköteles jövedelem a megyei átlagos értéknek alig 90%-a, az országos értéknek pedig csupán háromnegyede.

Az ingázók aránya az országos tendenciáknak megfelelően magasabb, aminek oka, hogy a településen kívüli más városok jobb és több munkahelyet tudnak kínálni a helyi lakosoknak. A legtöbb ingázó a településről Békéscsabára, illetve Szarvasra közlekedik, de Szegedre, Szolnokra és Budapestre sem elhanyagolható mértékben ingáznak.

1.4. A település gazdasági súlya, szerepköre

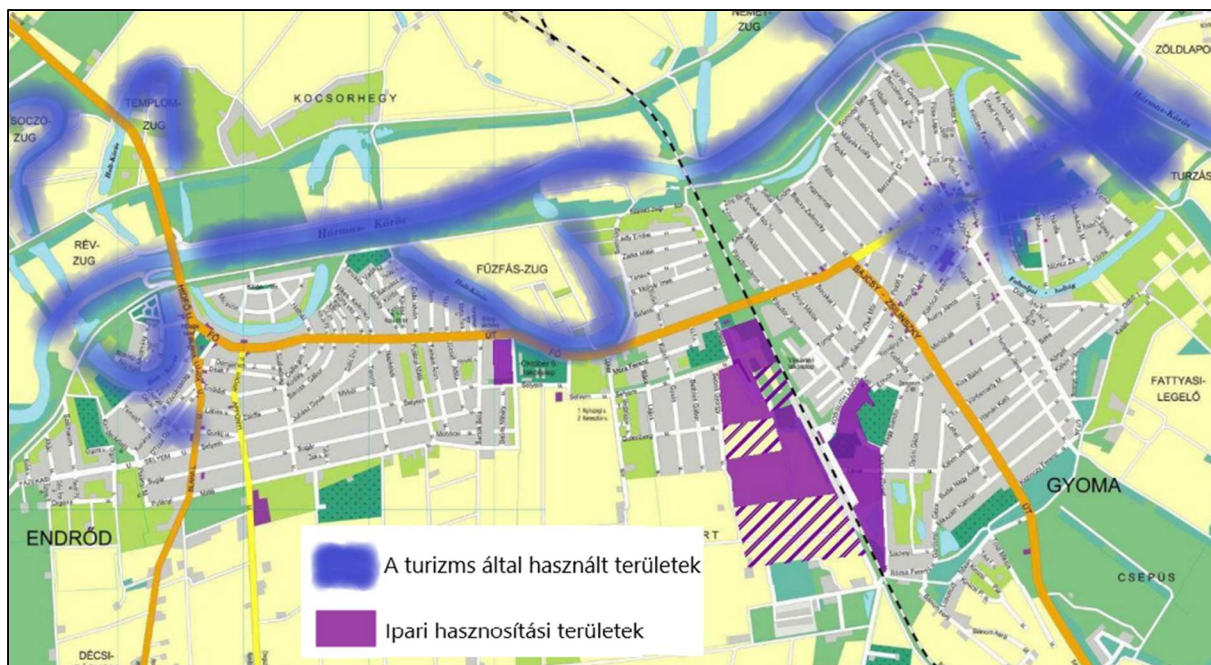
A működő vállalkozások számának megoszlása alkalmazotti létszám alapján a mikro-vállalkozások dominanciáját mutatja. A város ezen adatokkal illeszkedik a megyei és országos képbe, bár itt kicsit kisebb a mikro-vállalkozások, és nagyobb a kis- és középvállalkozások súlya. A nagyobb foglalkoztatók (a közép- és nagyvállalkozások) száma a megye hasonló lélekszámú járásszékhelyeihez képest előnyösnek mondható 8 középvállalkozással.

A működő vállalkozások ágazati megoszlását a megye adataival összevetve Gyomaendrőd hasonló képet mutat. A mezőgazdaság súlya nagyobb, az iparé és

építőiparé kisebb, mint a megye egészében. Szembetűnő azonban a szakmai, tudományos, műszaki tevékenységet folytató vállalkozások kisebb aránya. Az ország egészéhez képest a mezőgazdaság, az ipar és az építőipar súlya a városban jóval nagyobb. A tudásra építő tevékenységeket tekintve azonban még nagyobb a különbség, mint a megyéhez képest.

1.5. Ipar

Gyomaendrőd városa jelentős hagyományokkal rendelkezik, már a XIX. században igen nagy számban megjelentek a kézművesek. A XX. században sorra jelentek meg könnyűipari vállalkozások, amelyek jelentősen enyhítettek a kialakult helyzeten, de még mindig a textiliparban van az egyik legnagyobb számú szakképzett munkaerő. Jelenleg többségében kis és közepes méretű vállalkozásokban folyik a textilipari, cipőipari, építő-, élelmiszer-, bútor- és fémipari termelés. Számottevő és meghatározó cég a Gyomai Kner Nyomda. Domináns iparágnak számít foglalkoztatotti létszám és árbevétel alapján a feldolgozóipar, fele-fele arányban az építőiparban és a feldolgozóiparban.



45. ábra: A város ipari hasznosítású területei *(forrás: Gyomaendrőd ITS alapján továbbszerkesztve)*

Gyomaendrődön 1999. óta ipari park működik. Az ipari park területén – a teljesség igénye nélkül – működik fahulladék-feldolgozó üzem, kamionjavító, raklapgyár, dobozgyártó üzem, téstagyártó.

1.6. Szolgáltatások

A legjelentősebb a kereskedelem, gépjárműjavítás alszektor, mely a szolgáltató ágazatok kb. 40%-át teszi ki. Ezt követik a szakmai, tudományos, műszaki tevékenységet végző vállalkozások 15%-kal (mely az országos átlagtól elmarad). A harmadik helyen a vendéglátóiparban működő vállalkozások állnak.

Gyomaendrőd gazdasági bázisának meghatározásakor a könnyűipari ágazatok közül a nyomda, valamint a bútór- és cipőparral foglalkozó gazdasági szervezetek dominálnak. Hiányoznak a helyi gazdaságból húzóágazatokban tevékenykedő nagyvállalatok, az olyan multinacionális cégek, melyek alvállalkozói láncokon, beszállítóikon keresztül dinamizáló hatást gyakorolhatnának egy szélesebb vállalkozói körre. A helyi viszonylatban nagynak számító cégek a hazai „multik” második, harmadik szintű beszállítói, amely helyzetük behatárolja fejlődési pályájukat, kitörési lehetőségeiket.

Gyomaendrődön a kutatás-fejlesztés szerepe marginálisnak mondható. Egyetlen egy K+F főtevékenységet végző vállalkozás sem működik a városban. A tudásalapú fejlődés tehát jelenleg nem úgy tűnik, hogy a felzárkózás sarokköve lesz. A K+F szerepe a megye többi járásközpontjában egyébként hasonlóan csekély. Csak Békéscsabán, Gyulán, Szarvason, Orosházán és Békésen figyelhető meg a K+F tevékenység jelenléte, köszönhetően az ott levő felsőoktatási intézményeknek és kutatóhelyeknek.

2. Általános turisztikai teljesítmény

A Dél-alföldi Régió Magyarország legnagyobb kiterjedésű régiója, de egyúttal a leginkább egységes természeti adottságokkal is rendelkezik. Ezek az adottságok elsődlegesen a mezőgazdasági termelésnek kedveznek, köztük az egyedi, az adott tájakra jellemző egyes termékek előállításának (kalocsai és szegedi paprika, makói hagyma, kecskeméti barack stb.). A megtermelt egy főre jutó GDP tükrében a Dél-alföldi Régió a harmadik leglassabban fejlődő hazai régió, ahol még mindig a mezőgazdaság a jellemző megélhetési forrás.

A régió igen gazdag termálvizekben, melyeknek jelentős része gyógyvíz minősítéssel is rendelkezik. A térség bizonyos részein komoly környezeti problémát jelent a talajvizek szennyezettsége, illetve a Kiskunságban a talajvízszint-süllyedés. A folyó menti területek, így a Körös-vidék is jó vízellátottságú, emellett magas az értékes, védett területek aránya.

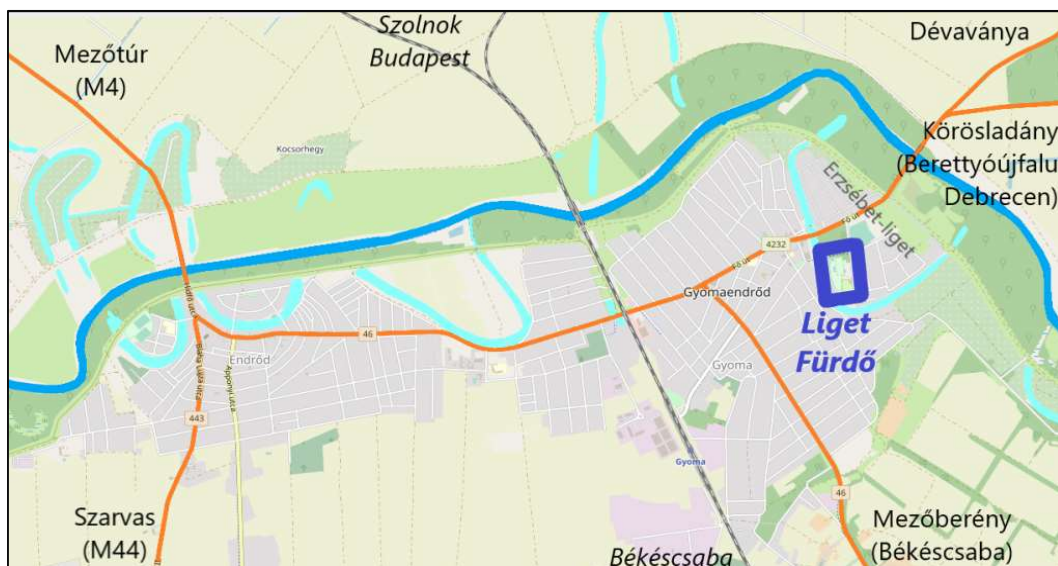
A régió gazdaságának alapja – a mezőgazdaság mellett – egyre komolyabb mértékben a turizmus. Az egészségturizmus a vezető turisztikai termék, de jelen van a kulturális turizmus és az ökoturizmus is, igaz ugyan, hogy a legtöbb esetben kizárólag az egészségturizmus jelenik meg önálló vonzerőként az egyes desztinációkban. Bár jelentős a tranzitforgalom, a határ menti fekvésnek köszönhetően a turisztikai desztinációk külföldi vendégforgalma emelkedő tendenciát mutat, különösen a szomszédos országokból érkeznek egyre nagyobb számban.

A térség úthálózatának minőségi fejlesztése folyamatos, ennek ellenére a gyorsforgalmi utak kivételével az utak minősége jócskán elmarad az országos átlagtól. Békés megye megközelíthetőségét jelentős mértékben javította az átadott M44-es gyorsforgalmi út. A vasúti pályák szintén felújítottak.

A megye rendezvényei széles és színes kínálatot jelentenek, azonban azok többsége csekély hatókörű vonzerőként jelenik meg a turizmusban, a vendégkör egyelőre főleg a helyi és a környékbeli lakosságra terjed ki. Mind a rendezvények, mind pedig más vonzerők esetén van versenyképes kínálat, azonban az infrastrukturális adottságok még nem épültek ki.

A fürdőkhöz kapcsolódó kereslet viszonylag magas fizetőképességű, és magasabb minőségű igényekkel rendelkezik, ami elősegíti a sikeres szálláshely-fejlesztések megvalósulását is.

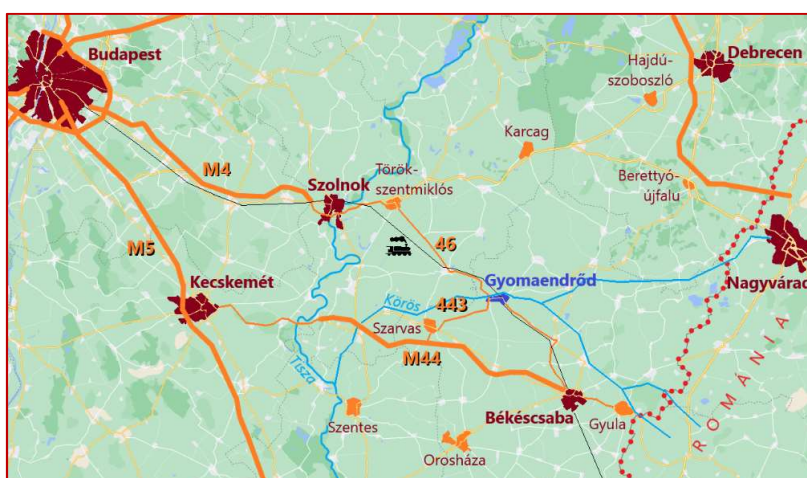
Gyomaendrőd elmaradott térségben fekszik. A térség gazdasági színvonala befolyásolja a kereslet nagyságát és a kínálat minőségét, összetételét is. A kulturális környezet tekintetében a város bővelkedik hagyományos építészeti értékekben, illetve hagyományőrző programokban. Természeti értékekben szintén gazdag a város. A Körös-menti galériaerdő és a Fürdőnek is helyet adó Erzsébet-liget, valamint a város külterületein elhelyezkedő védett területek együttesen a város leendő turisztikai arculatának markáns részét képezhetik.



46. ábra: Gyomaendrőd településszerkezete a zöldterületekkel és a közlekedési folyosókkal *(forrás: saját szerkesztés)*

3. Fekvés, megközelíthetőség

Gyomaendrőd alapvetően kiesik a fő hazai forgalmi folyosókból. Az országos közúthálózati kapcsolatot Békés megye két fontos főútja, a 46. sz. és a 443 sz. másodrendű főutak biztosítják Mezőberény – Békéscsaba, Mezőtúr, illetve Szavas irányában. A környező településekhez való további kapcsolatot 3 mellékúti kategóriájú országos összekötő út biztosítja még. A város kötőtpályás közlekedési kapcsolatát alapvetően a 120-as számú vasúti fővonal biztosítja, melyből Gyoma állomáson ágazik ki a 127-es számú mellékvonal.



47. ábra: A város elhelyezkedése és megközelíthetősége *(forrás: saját szerkesztés)*

Az 1982-ben egyesült és 1989. március 1-től városi rangot nyert település Békés megye északi részének egyik meghatározó gazdasági, igazgatási és kulturális központja. A Város több mint harmincezer hektáros külterületén a megszilárduló és fejlődő mezőgazdasági egyéni és társas vállalkozások biztosítják az itt élő lakosság többségének megélhetését. Az ipari területen meghatározó a cipő- és nyomdaipar, de számos egyéb területen így a faiparban, élelmiszer-feldolgozóiparban található nagyobb számú vállalkozás. A fejlődő és korszerűsödő kereskedelem és szolgáltatás egyes területeken európai színvonalú ellátást kínál az itt élő emberek és az átutazók számára.

4. Természeti környezet

Gyomaendrőd a Hármas-Körös déli oldalán elterülő város. Igazgatási területét a folyó kettészeli, amely így egy déli és egy északi részre tagolódik. Az előbbire az intenzív mezőgazdálkodás, az utóbbira a morotvák, holtmedrekkel, csatornákkal tarkított gyepterületekkel, erdőfoltokkal szabdalta tájkép jellemző. Jelentős kiterjedésű védett természeti érték található a közigazgatási területen, az adottságokból is látható módon annak is az északi részén. Ezek közül a legfontosabbak: Dévaványa-Ecsegi Puszták átnyúló területei – tűzok élőhelye, Natura 2000 területek – és a Hármas-Körös ártere.

A város tájképét mindig is a folyók alakították. A jelenlegi helyzetet a folyószabályozás nagymértékben befolyásolta, hiszen akkor alakult ki a városképet meghatározó holtág-rendszer. Az igazgatási területen 17 holtág van, amelyek a városképben kiemelkedő szerepet kapnak.

Az 1710-es években a város újratelepülése közvetlenül a folyómeder szélén lévő mintegy 10 hektár kiterjedésű magaslaton indult meg. A város belterületének mintegy 80%-a 85 méterrel a tengerszint felett fekszik. A külterület a bal parton részben a Békés-csanádi löszháthoz tartozik, magassága 85 méter. A jobb parti térség már lényegesen mélyebb fekvésű, a Körösök menti mély-ártér része. A csapadékviszonyokra az évi 500 mm-es átlag a jellemző, de az északi részeken az igen alacsony, 300 mm-es évi csapadék is előfordul. E terület már az ország legszélcsúságesebb éghajlatú részéhez tartozik.

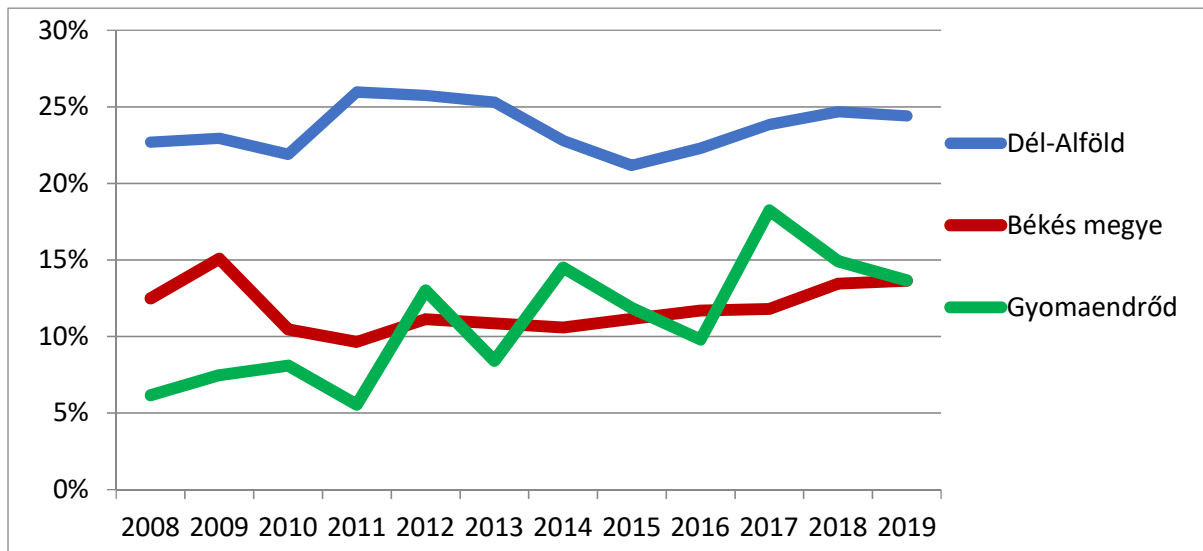
5. Keresletelemzés

Előljáróban: a kereslet elemzése során azért szerepelnek csak 2019-ig az adatok, mert a COVID-járvány két, turizmus szempontjából katasztrofális éve egyáltalán nem illik semmilyen trendbe, így ezen – igen sajnálatos – adatokból nem vonható le a gyomaendrődi turizmus kapcsán reális, a jövőt megalapozó következtetés.

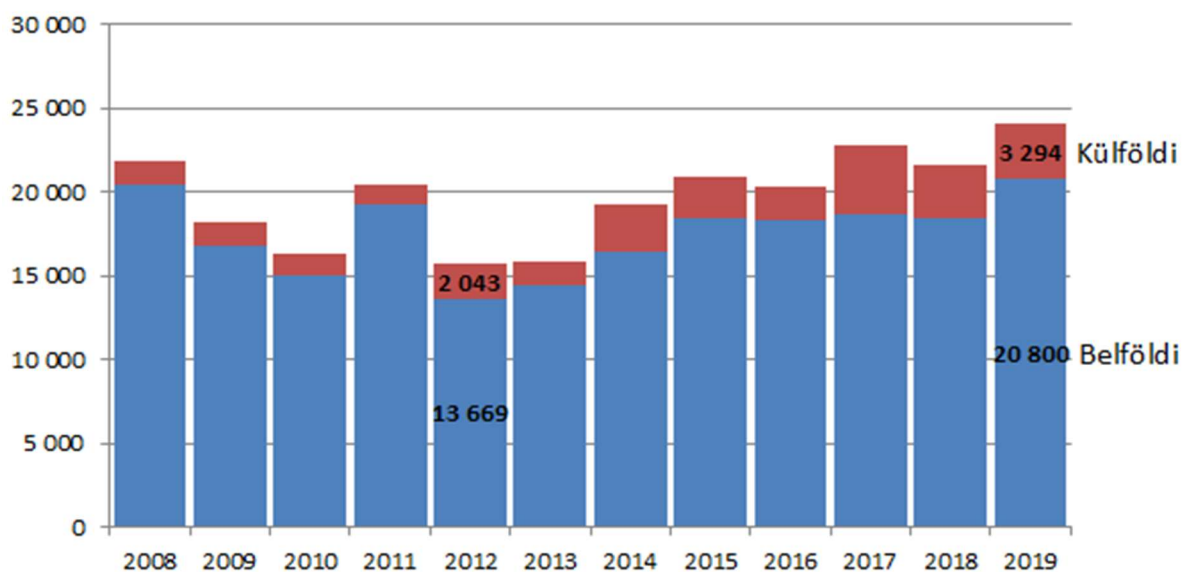
A turizmus fejlődésére jellemző, hogy **Gyomaendrődön a vendégek száma 2010. óta 89%-kal emelkedett.** Ez jóval magasabb, mint az országos átlag (73%), de elmarad a megye egészének vendégszám-növekedése mögött (125%). Tehát Békés megye más településein (nyilvánvalóan a fürdővárosokban) magasabb mértékben emelkedett a vendégszám ezen idő alatt. Különösen a magasabb költési hajlandóságú vendégek száma emelkedett csekélyebb mértékben. A szállodai vendégek ugyanis csak 33%-kal érkeztek többen, mint 2010-ben (országosan 77% növekedés volt tapasztalható). Igaz, ennek elsődleges korlátja a gyomaendrődi szálláskapacitások korlátozottsága. A vendégéjszakák esetén is hasonló a növekedési ütem viszonyulása mind az országos, mind pedig a megyei adatokhoz. A város 47%-os növekedése mellett a megyében 81%-kal, míg országosan, 61%-kal emelkedett. Ám itt ki kell emelni, hogy a szállodai vendégek tartózkodási ideje sokat rövidült, hiszen a szállodákban eltöltött vendégéjszakák száma összességében 31%-kal csökkent – ez nemcsak országos, de nemzetközi szinten is jellemző trend.

A külföldi vendégszám növekedésében azonban nagyobb fejlődés ment végbe, mint országosan. Míg országos átlagban 78%-kal emelkedett a vendégszám, Gyomaendrődön 187%-kal, bár maga a vendégszám abszolút értéke még így is alacsony. A szállodai vendég-, illetve vendégéjszaka-szám csak 8%-át teszi ki a teljes kereskedelmi forgalomnak, a külföldi forgalomból azonban 29%, illetve 27%-kal részesednek.

A külföldi vendégek aránya jóval kisebb (13,5%) mind a városban, mind a megyében, mint országosan, de 10 év alatt itt is növekedés volt tapasztalható. Míg megyei szinten azonban viszonylag egyenletes a növekedés, a város esetén óriási ingadozások figyelhetők meg. A regionális szintű adatokból azonban jól látható, hogy a térségben jóval nagyobb potenciál van a külföldi vendégéjszakák tekintetében, mint ami a városban mérhető egyelőre.



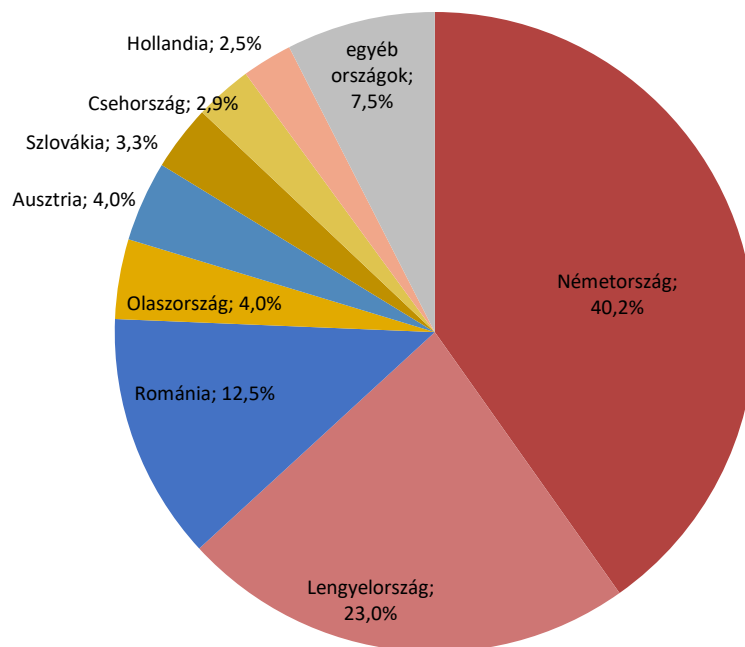
48. ábra A külföldi vendégéjszakák arányának változása (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)



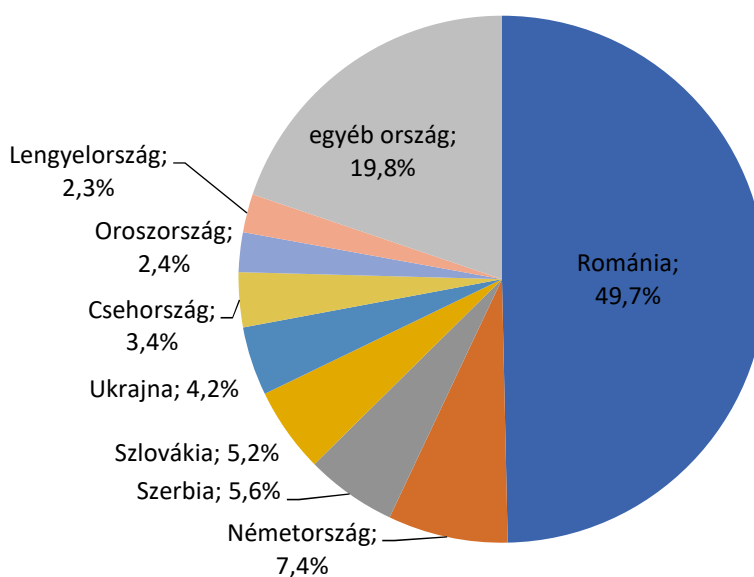
49. ábra: A belföldi és külföldi vendégéjszakák számának és arányának alakulása a városban (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)

A városban csupán 3 500 körül van az éves szinten külföldiek által eltöltött vendég-éjszakák száma. Ezen belül a fő küldőterületek kissé eltérnek a megye jellemző küldő-területeitől. Míg Békés megyében a külföldi forgalom felét a romániai vendégek teszik ki, a második-harmadik helyen lévő német és szerb vendégek pedig csak alig 6-7%-ot. Gyomaendrődön a német vendégek töltik el a vendégéjszakák 40%-

át, őket viszont a lengyelek követik, a román vendégek csak a harmadik helyen szerepelnek, 12%-kal.

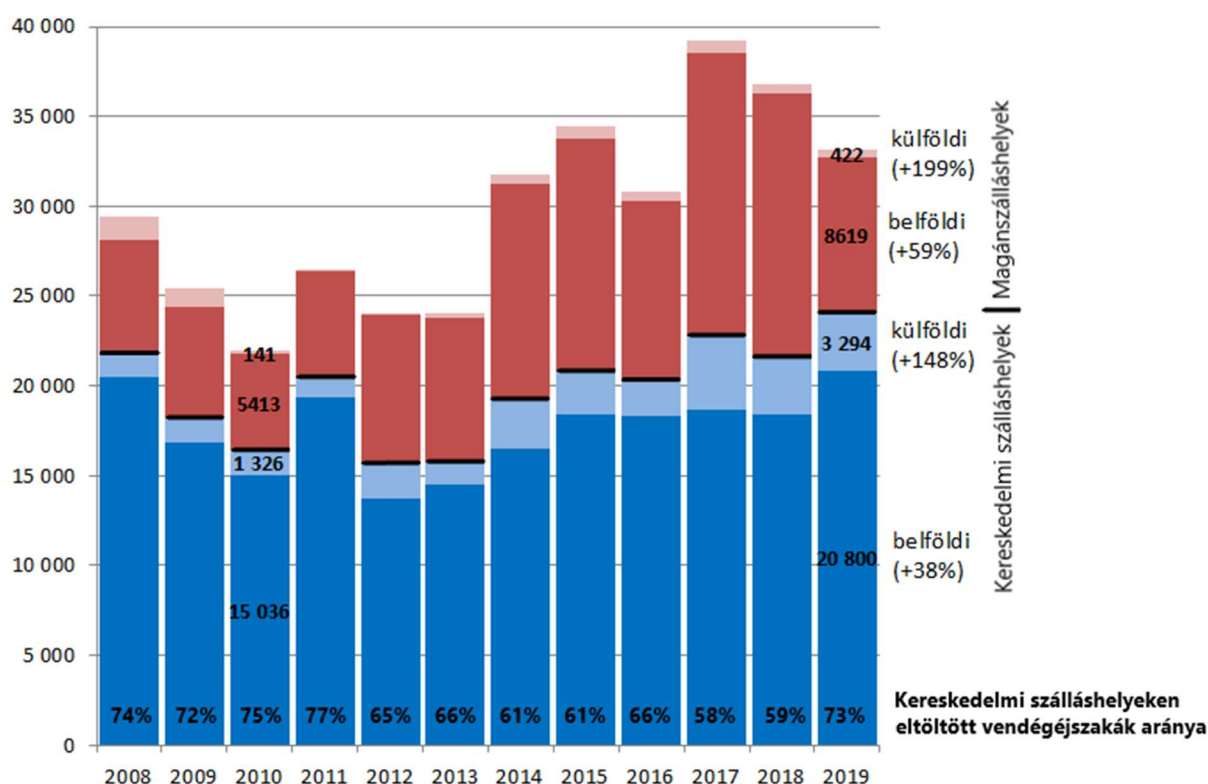


50. ábra: A külföldi vendégéjszakák megoszlása Gyomaendrődön (2019) *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*



51. ábra: A külföldi vendégéjszakák megoszlása Békés megyében (2019) *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

A magánszálláshelyek forgalma hosszú idő óta alapvetően emelkedő tendenciát mutatott, 2019-ben azonban komoly visszaesés következett be. Az utóbbi években a teljes vendégforgalom 35-40%-a realizálódott magánszálláshelyeken (2019-ben azonban csupán 27%-a). Míg a kereskedelmi szálláshelyeken a vendégéjszakák 13,7%-át adták a külföldiek, addig a magánszálláshelyek esetén ez az arány csupán 4,7%. Ha a változást vizsgáljuk, akkor mind a kereskedelmi, mind pedig a magánszálláshelyek esetén a külföldi vendégforgalom emelkedett nagyobb mértékben 2010 óta (+148, illetve +199%), a belföldi forgalom csak 38, illetve 59%-kal növekedett.

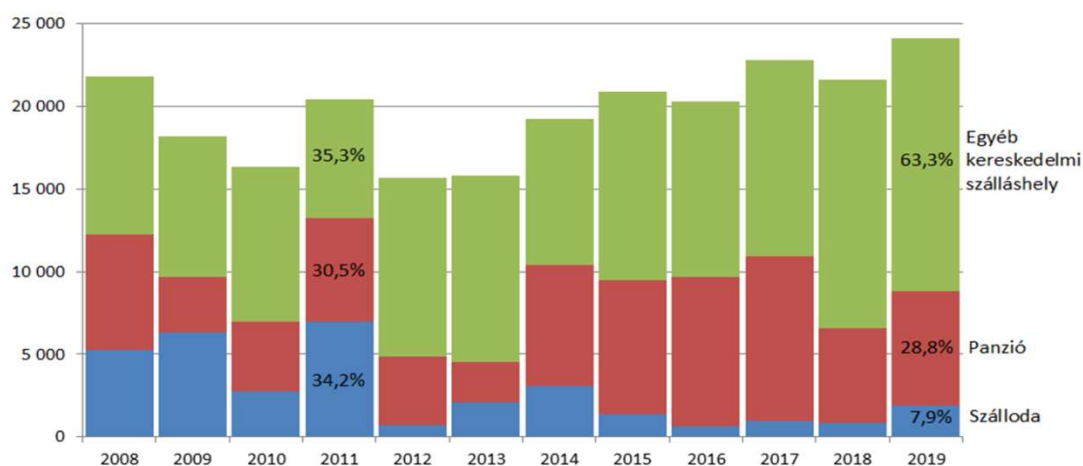


52. ábra: A város teljes vendégforgalma megoszlásának alakulása

5. Kínálatelemzés

A városban a turizmus szektor érdekeit 1997. óta működő Tourinform iroda, illetve a 2009-ben alapított Gyomaendrődi Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület képviseli, amely 2012. óta Turisztikai Desztináció Menedzsment (röviden és a továbbiakban: TDM) szervezatként tevékenykedik. Létrehozta a desztináció arculatát, honlapját, garantált programokat fejlesztett és állított össze, a szervezet sikeresen pályázott meg és használt föl európai uniós támogatásokat, működteti a Tourinform irodát. 2021 január 1-éig működtette a GYÜSZ-TE, utána az üzemeltetési feladatokat az önkormányzat a KFMK-n keresztül valósítja meg, további 1 fő alkalmazásával.

A városban a kevés kapacitás miatt a magasabb kategóriájú szálláshelyek igen alacsony részarányt képviselnek. Míg a szállodákban eltöltött vendégéjszakák aránya a régió egészében 67% körül mozog (hasonlóan a megye átlagához), Gyomaendrődön csupán 8%. Az alacsonyabb kategóriájú szálláshelyek arányának növekedése az utóbbi 10 év eredménye. Korábban (2010-ben) még közel egyharmados volt mindhárom típus aránya (szálloda, panzió, egyéb szálláshelyek).



53. ábra: A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák megoszlásának alakulása Gyomaendrődön *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

5.1. Általános kínálat

Gyomaendrőd tehát csendes, nyugodt alföldi kisváros Magyarország délkeleti részén. Az országban egyedülálló természeti és kulturális értékeinek köszönhetően egyre több turista keresi fel nyaranta a közel 13 ezer lakosú Békés megyei települést. Az ország legtisztább vízű folyójaként ismert Hármas-Körös partján fekvő Gyomaendrőd nemcsak a horgászok és a vízi sportok kedvelőinek paradicsoma, hanem ismert, kiváló hatású gyógyvizének köszönhetően a gyógyulást keresők kedvelt úti célja is. Gyomaendrőd nemcsak természeti szépségeivel, hanem az országban egyedülállóan gazdag kulturális értékeivel is büszkélkedhet. Itt található a Kner Nyomdaipari Múzeum, az ország egyetlen ilyen jellegű ipartörténeti gyűjteménye. Európa szerte is ismert a Motorkerékpár Múzeum, ahol mintegy 180 restaurált jármű látható, sajnálatos módon a kiállítás jelenleg nem látogatható, az Önkormányzat szándéka, hogy a gyűjtemény újranyisson. A művészetkedvelők a Városi Képtárban találkozhatnak a városhoz kötődő alkotók műveivel. Az Endrődi Tájház épületében a korabeli parasztbútorzattal és más tárgyi emlékekkel ismerkedhetnek meg.

Az Erzsébet liget szépen parkosított környezetében található a város termálfürdője, melynek értékes gyógyvize számos betegség gyógyítására alkalmas. A 2003-ban teljesen felújításra kerülő **Liget Gyógyfürdő** 62°C-os vizét 1960-ban nyilvánította gyógyvízzé az Egészségügyi Minisztérium. A gyógyvíz orvosiilag igazoltan jó hatású az idült reumatikus, köszvényes bántalmak, az isiász, az izom- és idegfájdalmak kezelésére. A fürdő szolgáltatásai: balneoterápiás és fizioterápiás kezelés, szauna, szolárium, masszázs. A strand feszített víztükrű úszómedencéi, a gyógyfürdő és fedett uszoda, valamint a fürdő mellett kemping és panziók várják a vendégeket.

Gyomaendrődre a természeti szépségek és látnivalók mellett nagyon sok érdeklődőt és kiállítót vonzanak az évente megrendezésre kerülő gasztronómiai események, a Sajt- és Túrófesztivál, a halfőzők versenye. Nyaranta a Körös-parti városban a Volkswagen bogarak szerelmesei találkoznak visszatérő rendszerességgel. A város határában MotoCross versenyeket rendeznek, a Körös vizén pedig a vízi sportokat űzők mérkőznek meg rendszeresen egymással. Júliusban a hazai és külföldi

festőművészek, grafikusok és szobrászok randevúznak a Gyomaendrődi művésztáborban.

5.3. Gyomaendrődi Liget Gyógyfürdő és Kemping

Békés megye egyik legszebb fürdője a **Gyomaendrődi Liget Gyógyfürdő és Kemping**, mely a strandkedvelők és a gyógyulni vágyók számára egyaránt változatos szolgáltatásokat kínál.

Az épületkomplexum fedett fürdőépületben három medence áll a vendégek rendelkezésére. A 25 méter hosszú 11 méter széles **úszómedence (tanmedence)** vízmélysége változó, 90-től 150 centiméterig terjed. Ez a medence 27-29 fokos vizével az iskolai úszásoktatás céljait is szolgálja.

A következő medence egy **ovális alakú, lazítómedence**, melyben öt élményelem közül választhatnak a vendégek (oldalfalmasszázs, nyakzuhany, talpmasszázs, buzgár és jakuzzi). Az itteni, 35-36 fokos víz már részben termálvizet is tartalmaz.

A harmadik egy **pancsoló medence**, játék elemekkel bővítve.

A **fürdő fedett részében** a medencéken kívül, **szauna és infrasauna**, valamint **büfé** is szolgálja a vendégek relaxációját és kényelmét.

A fürdő gyógyászati szolgáltatásait a két gyógyvizes termálmedence teszi teljessé, melyek 36 és 40 fokosak.

A Liget Gyógyfürdő jellemző árai:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1700,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1400,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 5520,- Ft

A Liget Gyógyfürdő és Kemping vendégszáma 2015 és 2019 között 100 és 115 ezer fő között mozgott, a gyógyászati vendégek aránya ebben az időszakban 24,4%-ról 15,7%-ra csökkent.

5.4. Kulturális vonzerők

5.4.1. Kner Múzeum

A Magyarországon egyedülálló nyomdaipari és családtörténeti gyűjtemény Kner Imre egykori lakóházában található. Az állandó kiállítás bemutatja a Kner család tagjainak munkásságát és a Kner Nyomda történetét az 1882-es alapítástól napjainkig. A teljes árú belépő: 800 Ft/fő.

5.4.2. Szent Antal Népház és Művelődési Ház

Az 1930. óta működő népház központi épülete az endrődi városrészben helyezkedik el. Jelenleg közművelődési intézmény, ahol kulturális programokat, kiállításokat, ismeretterjesztő előadásokat szerveznek egész évben. A Népház udvarán zarándok-szálláshely is kialakításra került, a Szent László zarándokút részeként.

A népi értékek megőrzését és bemutatását szolgálja továbbá az Endrődi Tájház és Helytörténeti Gyűjtemény. A gyűjteménynek helyet adó tájház épülete 1863-ban épült, ma műemlék. Emellett a gyomai városrész sajátos népi építészeti stílusát reprezentálja a Gyomai- Táj- és Alkotóház nádtetős parasztháza.

5.4.3. Vidovszky Képtár

A Vidovszky Képtár 1993. december 4-én nyitott meg, jelenleg hat teremben, zajlanak az állandó kiállítások a következő, gyomaendrődi kötődésű művészek munkáiból:

- Vidovszky Béla (1883–1973),
- Corini Margit (1897–1982),
- Illéssy Péter (1902–1962) és
- Pásztor János (1881–1945) szobrai a Magyar Nemzeti Galériából.

Ezenkívül évente több, a városhoz kötődő vagy a megyében élő kortárs képzőművész alkotásait mutatják be időszak kiállításainkon.

5.4.4. Papp Zsigmond emlékház

Papp Zsigmond polihisztor volt, a teljesség igénye nélkül többek között értett a kőszobrászathoz, a festőművészethez, a politikához is. Neki állít emléket a Gyomaendrődön található Papp Zsigmond emlékház. Papp Zsigmond talán legismertebb munkái a Református Templom orgonája és tölgyfaajtói, illetve az Országzászló talapzata.

A 2013-ban megnyílt magángyűjtemény Papp Zsigmond szellemi és tárgyi hagyatékának bemutatóhelye.

5.4.5. Szent Antal kenyérsütő ház

A Szent Antal kenyérsütő Ház Gyomaendrőd 1903 óta áll a város endrődi részén, búbos kemencéje sok évtizeden keresztül látta el kenyérrel a városrészt. A néhány évvel ezelőtti felújítás után az épület és visszanyerte eredeti funkcióját, kenyérsütésre szolgál, de túlmutatva azon turisztikai attrakcióként is szolgál. Előzetes bejelentkezéssel fogad családokat, baráti társaságokat, osztálykirándulókat, Szent László zarándokút zarándokait. Itt nagyszerű idegenvezetéssel és instrukciókkal az ide látogató megismerkedhet a kovászolt kenyér sütésének titkával, édes, sós kelt tészták készítésének módjával, miközben helyi anekdotákat, gyomaendrődi történeteket hallhat.

Az épület udvarán gondosan kialakított gyógynövénykert található, a látogatók megismerkedhetnek azok felhasználásával, tulajdonságaival.

A Szent Antal Kenyérsütő Ház nemcsak a régióban, de Magyarországon is különleges szerepet tölt be.

5.5. Természeti vonzerők

Csicsergő vízitúra megállóhely és horgásztanya, kerékpárutak

A vízitúra megállóhely egy korábbi turista pihenőhely (Halász István Csónakház) korszerűsítésével alakult ki. A folyóparti elhelyezkedés révén számos vízisporteszköz bérlésére van lehetőség. A megállóhelynek a város turizmusába történő bevonása azonban még nem történt meg. A Gyomaendrőd attrakcióival történő szorosabb együttműködés révén nőhetne azok látogatottsága, miközben a túrázók tartózkodási ideje is megnövekedne, vagy tartalmasabbá válna.

A **túrakerékpározás** egyre népszerűbb szabadidős tevékenység hazánkban, turisztika szempontból egyik fontos előnye a hosszú (márciustól októberig tartó) szezon. Gyomaendrőd kerékpárút-hálózata kifejezetten jó minőségű, emellett szép környezetben halad.

5.5.1. Erzsébet-ligeti Lombkoronasétány és Kilátó

A főleg a családokat megcélzó helyszín a Fürdő közelében helyezkedik el. Az attrakció nem csak aktív kikapcsolódást nyújt a vendégeknek, hanem ismeretszerzési lehetőséget is. A tanösvény ingyenesen látogatható, a lombkoronasétány és kilátó belépődíja 700 Ft/fő.

Jelenleg a park üzemeltetése nem megoldott. Bár a város egyik büszkeségéről van szó, tartósan és üzembiztosan meg kell oldani a folyamatos nyitva tartást.

5.5.2. Körös Látogatóközpont

A város belső részén található központban két állandó kiállítás működik. „Az esőcseptől a Körösig” víz tematikájú tárlat, valamint az Aranka Játékbaba Múzeum. A látogatóközpontba a teljes árú belépőjegy 700 Ft/fő.

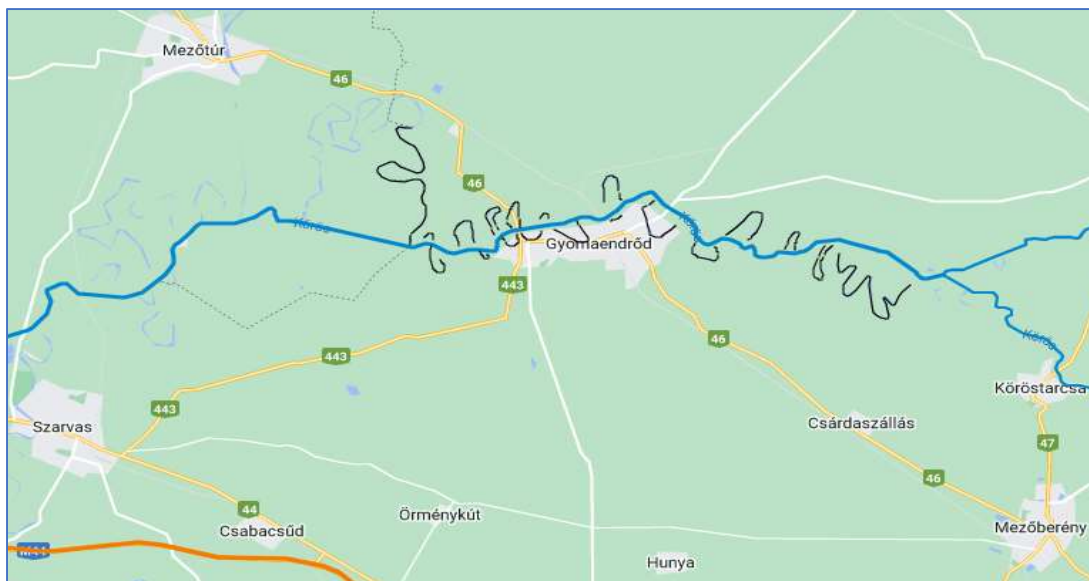
A kialakításra kerülő Kállai Ferenc Múzeum részeként fog helyet kapni a közeljövőben a babakiállítás. Érdemes azonban megfontolni ezeknek a kiállításoknak a várható turisztikai szerepét is.

5.5.3. Bárka Látogatóközpont

A látogatóközpont a Hármas-Körös természetrajzával, a folyószabályozás ökológiai hatásaival ismerteti meg a látogatókat, tartalmát tekintve ökocentrum és halászati interaktív kiállítóhely. A központ a város külterületén, az egyik legnagyobb holtág mellett, egy kemping szomszédságában helyezkedik el.

5.5.4. A horgászturizmus helyzete

A Stratégia egyik előkészítő része volt a horgászok szokásainak felmérése. A horgászturizmus igen kedvező feltételekkel rendelkezik Gyomaendrődön és annak környezetében. A Körös és annak holtágai nagy vízfelületet kínálnak a horgászok számára.



54. ábra: Horgászvízek a város környezetében *(forrás: saját szerkesztés)*

Gyomaendrődre nagy számban érkeznek a horgászok, azonban ez a **szegmens igen kis mértékben jelenik meg turisztikai fogyasztóként**. A szálláshelyen és a horgászjegyeken kívül szinte semmire nem költenek.

A horgászok **többsége a középkorosztályból** kerül ki, kifejezetten alacsony a 60 éven felüliek aránya (a megkérdezettek 9%-a). A főállásúak kétharmados arányban képviseltetik magukat, a nyugdíjasok csak 6,5%-ban.

A horgászok körében elvégzett felmérés szerint a **többség (81%) szabadidős célból érkezik a településre, azonban kiemelendő a sportcélú horgászok magas aránya**. A többségük rendszeresen horgászik lakóhelyétől távolabb, így ők képezhetik az esetleges fejlesztések fő célcsoportját. A válaszadók 22%-a heti rendszerességgel, harmada havonta, negyede pedig néhány havonta utazik el ebből a célból. Ezen felül figyelemre méltó, hogy többségük nagyobb távolságokra is hajlandó utazni a horgászélményért, akár 150 km-nél messzebb is.

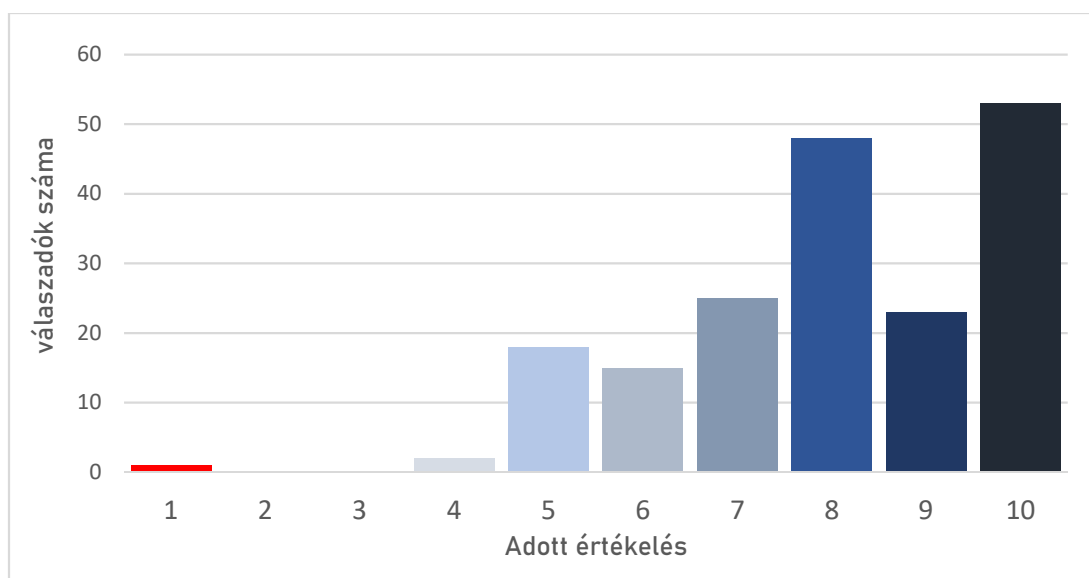
Bár 22% azt nyilatkozta, csak egy napra érkezik, a **válaszadók több mint fele 1-3 napig marad a városban**. A költési hajlandóság viszonylag alacsony. 20% kevesebb mint 5 000 Ft-ot költ, és további 40% 15 000 Ft alatti összeget.

A leggyakrabban használt morotvák a Félhalmi-holtág, a Fűzfás-zugi-holtág és a Peresi-holtág, illetve maga a Hármas-Körös.

A vízparti desztinációkban óhatatlanul keletkeznek konfliktusok a vizeket használók között. A horgászok a motoros vízisportokat űzőket jelölték meg ilyen

konfliktusforrásnak (jetski, wakeboard). Minden szegmens nagyobb elégedettsége érdekében ezért elengedhetetlen, hogy **szabályozásra kerüljenek az egyes víztestek használati feltételei**. A wakeboard esetében a horgászok úgymond szerencsés helyzetben vannak, hiszen bár a városban rengeteg a víz, egyik víztest sem alkalmas wakeboard pálya létesítésére.

A megkérdezett horgászok összességében kedvezőnek ítélik a gyomaendrődi tapasztalataikat.



55. ábra: A megkérdezett horgászok összesített véleménye a gyomaendrődi horgászlehetőségekkel és -élményekkel kapcsolatban *(forrás: saját szerkesztés)*

5.5.5. A Körös-Maros Nemzeti Park

A holtágak jellegzetes növényei a nagy hínár, a sulyom, a tündérfátyol, a sárga nőszirm és a rókasás, az ártereken pedig a ligeti szőlő, a kutyabenge, a fagyal és a kányabangita. A hullámtér számos ritka állatfaj élőhelyéül is szolgál (vidra, kiskócsag, fekete gólya, üstökös gém, réti fülesbagoly). Az ártér a nemzeti park szempontjából nem kezelt terület, tehát nem alakítottak ki turisztikai fogadóhelyeket, szolgáltatásokat. Amennyiben fokozatosan létrejönnek a turistafogadás feltételei (elsősorban jelzésrendszer, tájékoztató táblák, tanösvények, pihenőhelyek stb.), jóval több vendéget fog vonzani a város természeti környezete. A nemzeti parkhoz a Körös árterei tartoznak.



56. ábra: Körös-Maros Nemzeti Park területe

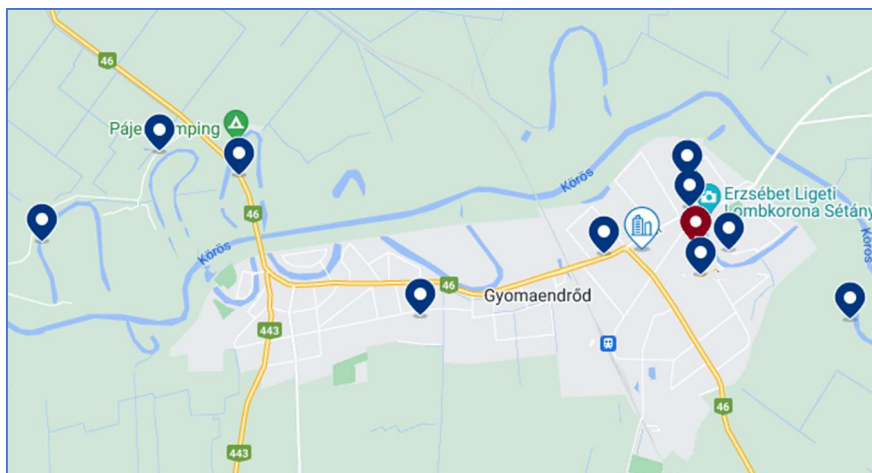
5.6. Szálláshely-kínálat

Gyomaendrőd a kereskedelmi szálláshelyeken 1 321 férőhely érhető el. Ezek 15 egységben oszlanak szét. A legnagyobb kapacitással a Liget Gyógyfürdő kempingje rendelkezik. A kínálat 2010 és 2019 között mindössze 6,4%-kal növekedett.

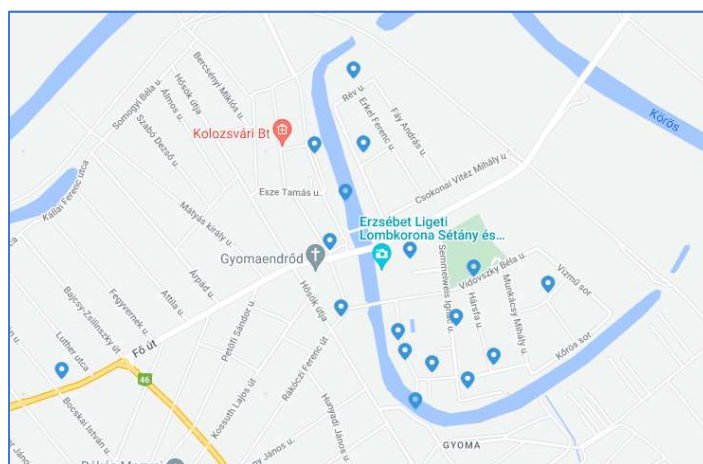
A legtöbb kereskedelmi szálláshely a Fürdő közvetlen környezetében található. A szálláshelyek között igazán nagy méretű – egyelőre – nem található. A kereskedelmi szálláshelyek közül az eddig minősítettek:

- Hárs Thermál Hotel Gyomaendrőd**
24 szoba, 60 férőhely
wellness részleggel
- Körös Panzió és Étterem***
9 szoba, 19 férőhely

A további szálláshelyek általában 5-8 szobával rendelkeznek, 10-20 körüli férőhellyel.

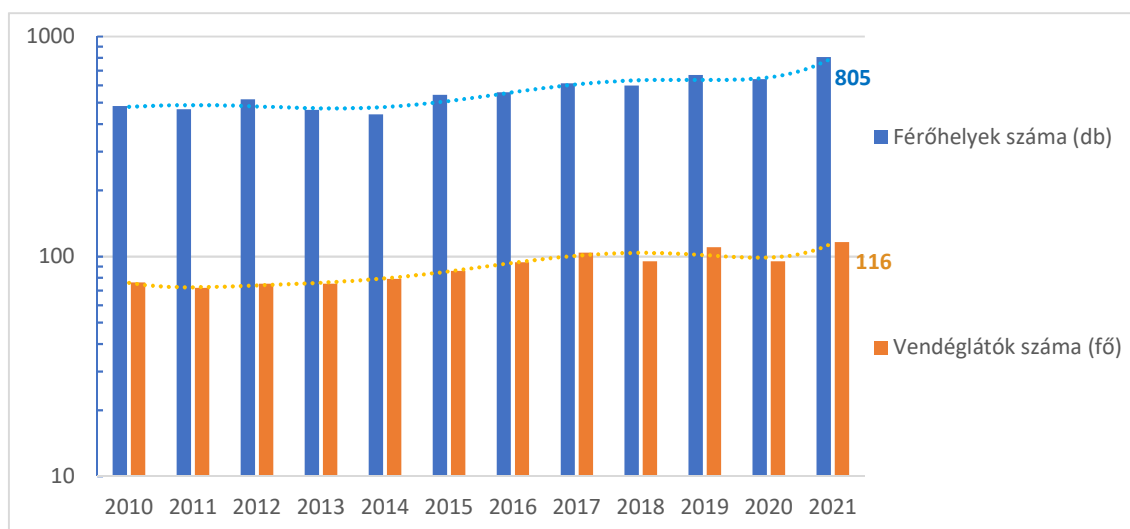


57. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek elhelyezkedése Gyomaendrődön



58. ábra: Magánszálláshelyek elhelyezkedése az Erzsébet ligetben
(Hantoskerti holtág)

A magánszálláshelyek száma - kisebb ingadozásokkal - folyamatosan növekszik. Jelenleg 100 körüli szolgáltató kínál 6-800 férőhelyet a városban. A térbeli szóródásuk jóval nagyobb, tekintettel a horgászturizmus igényeire.



59. ábra: Magánszálláshelyek kapacitása a számukhoz viszonyítva *(forrás: saját szerkesztés)*

5.7. Együttműködések

A Dél-alföldi Termál Klaszter (DATEKLA) felügyelő bizottsági tagja a Gyomaendrődi Liget Fürdő NKft. ügyvezetője. Maga a Liget Gyógyfürdő – képviselőjében az NKft. – a Magyar Fürdőszövetség tagja. A Magyar Fürdővárosok Szövetségének elnöke Toldi Balázs, Gyomaendrőd Város polgármestere.

Turisztikai szempontból további fontos együttműködő partner a Debreceni Egyetem, mellyel Gyomaendrőd Város Önkormányzata együttműködési megállapodást kötött, melynek területei az oktatás, a K+F+I, a turizmus, az egészségügy és a kultúra.

5.8. A kínálati oldal összegzése

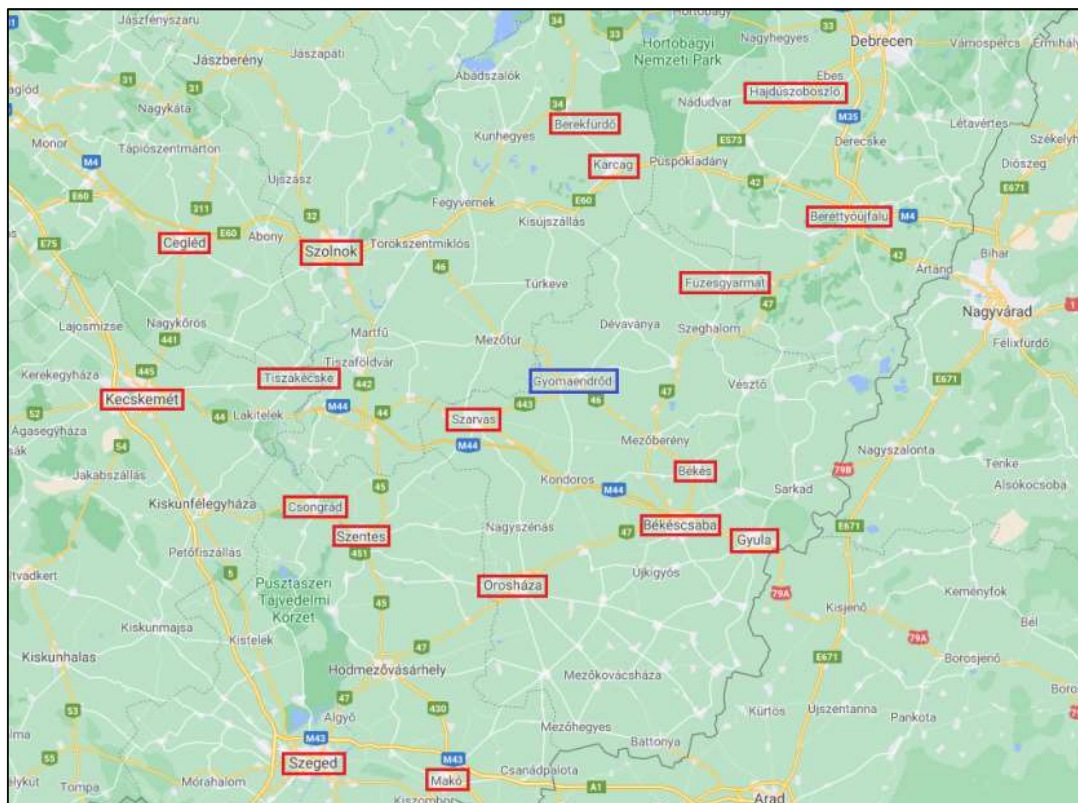
5.8.1. Turisztikai szolgáltatások helyzete a településen

Előzetesen megállapítható, hogy Gyomaendrődnek nincs egységes és részletes turisztikai tájékoztatási rendszere. A vendégek sok esetben spontán módon jutnak információkhoz, a városi honlapok pedig szintén hiányosak, azokon nem szerepelnek minden részletre kiterjedően vagy igen nehezen lelhetők fel a helyi értékek, attrakciók.

Az egyes vonzerők elszórtan helyezkednek el, ám a legerősebbek közülük koncentráltan, az Erzsébet-liget környezetében találhatóak. Ezért is van szerepe

annak, hogy a közeljövő fejlesztései során megvalósuljon a dekoncentráció. A Fürdő térségébe érkező vendégeket el kell vinni a távolabbi vonzerőkhöz is.

5.8.2. Versenytárselemzés



60. ábra: Gyomaendrőd tágabb környezetének fürdővárosai (forrás: saját szerkesztés)

A térségbeli versenytárs fürdőhelyek hasonlóképpen változatos kínálattal vannak jelen a piacon. Gyula, Orosháza és Tiszakécske különösen széles spektrumú szolgáltatásokat nyújt a vendégek részére, de Szarvason, Füzesgyarmaton, Berettyóújfalun, Békésen és Békéscsabán is hasonló szabadidős és egészségügyi fürdőszolgáltatások állnak a vendégek rendelkezésére, mint Gyomaendrődön.

Ha pontosabban akarjuk meghatározni a versenytársakat, meg kell keresni azokat a fürdőket, amelyek kifejezetten hasonló jellemzőkkel rendelkeznek – akár a szolgáltatási struktúrát illetően, akár a vendégforgalom összetétele alapján, – de további párhuzamokat is találunk. Így a közeli fekvés nem tekinthető alapnak, a tágabb régióba is érdemes kitekintést tenni.

Elsőként a közelebbi fürdőket vizsgáltuk meg részletesen, ez a tágabbnak tekinthető versenytársi kör. Ezt követően kerülnek bemutatásra a szolgáltatási

összetétel mellett más jellemzők alapján is meghatározott fürdővárosok. Ez utóbbi vizsgálat már jóval pontosabb képet ad az összehasonlíthatóság tekintetében. Végeredményben megmutatja, hogy a versenytársaknál végrehajtott fejlesztéseket milyen keresleti trendek követték.

A tágabban meghatározott versenytársi kör fürdőinek szolgáltatásai és jellemző árai a következők:

- **Szarvasi Gyógyfürdő**

Fürdőszolgáltatások: 25 méteres feszített víztükrű úszómedence, pezsgő medence, ülőfürdő medence, tanmedence, termálmedencék; szaunák.

Gyógyászati szolgáltatások:

Balneológiai kezelések (gyógyvizes medencefürdő, iszappakolás, súlyfürdő, szénsavas fürdő, orvosi gyögmasszázs, víz alatti víz sugármasszázs, víz alatti csoportos gyógytorna)

Fizikoterápiás kezelések (rekeszes galván, Kowalschik galván, stabil galván, interferencia, diadynamic kezelés, iontoforesis, szelektív ingeráram kezelés, ultrahang-kezelés, Endosan, TENS)

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1800,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1500,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 5500,- Ft

- **Békési Gyógyászati Központ és Gyógyfürdő**

Fürdőszolgáltatások: melegvizes medence (40 fokos), mozgás medence (36 fokos), merülő medence.

Vízösszetétel: kis sókoncentrációjú, nátrium-hidrogénkarbonátos termálvíz, melynek metakovasav és szerves anyag tartalma jelentős, és jódot is tartalmaz.

Gyógyászati szolgáltatások: balneoterápiás részleg, reumatológiai és ortopédiai szakrendelés, valamint fizioterápia.

Jellemző árak:

Felnőtt belépő: 1450,- Ft

Diák/nyugdíjas belépő: 1150,- Ft

- **Árpád Gyógy- és Strandfürdő, Békéscsaba**

Fürdőszolgáltatások: 50 méteres uszoda, élménymedence (tanmedencével és óriáscsúszdával, gyógyvizes termál medencék, gyermekmedence, szauna, nedvesgőz-kamra)

A fürdő 36 és 40 fokos gyógyvizes medencékkel rendelkezik, melyekben elsősorban ízületi, reumatikus, és mozgásszervi betegségek kezelésére van lehetőség.

Gyógyászati szolgáltatások: orvosi gyógy-masszázs, iszappakolás, víz alatti vízszugármasszázs, víz alatti csoportos gyógytorna.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1850,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1200,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 4600,- Ft

- **Barack Gyógy- és Élménfürdő, Tiszakécske**

Elsősorban mozgásszervi és nőgyógyászati betegségek kezelésére alkalmas, magas fluorid és nátrium-hidrogén-karbonát tartalmú lágy, **52°C-os gyógyvíz**.

Fürdőszolgáltatások:

Gyógyfürdő: 2 gyógymedence

Élményfürdő: élménymedence, úszómedence, strandmedence, csúszdakomplexum

Gyógyászati szolgáltatások: gyógyvizes medencefürdő, gyógyvizes kádfürdő, iszappakolás, szénsavas fürdő, orvosi gyógymasszázs, tangentor.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 2400,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 2000,- Ft

Családi jegy (2+1 fő): 6100,- Ft

- **Orosháza – Gyopárosfürdő Gyógy-, Park- és Élményfürdő**

Alkáli-hidrogénkarbonátos gyógyvíz, magas metakavasav-tartalommal.

Fürdőszolgáltatások:

Fedett medencék: 3 gyógymedence, 2 súlyfürdő medence, 4 élménymedence, 2 gyermekmedence, 1 gyógymedence élményelemekkel

Nyitott medencék: 1 élménymedence, 1 tanmedence, 1 úszómedence, 1 gyógymedence élményelemekkel.

Gyógyászati szolgáltatások: gyógyvizes medencefürdő, gyógyvizes kádfürdő, iszappakolás, szénsavas fürdő, orvosi gyógymasszázs, tangentor.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 2300,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 2100,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 7700,- Ft

- **Gyulai Várfürdő**

Nátrium-hidrogénkarbonátos gyógyvíz, mozgásszervi, ideg- és bőrgyógyászati panaszok enyhítésére

Aquapalota (élményfürdő), Gyógyászati részleg

Teljes árú felnőtt napijegy: 2650,- Ft

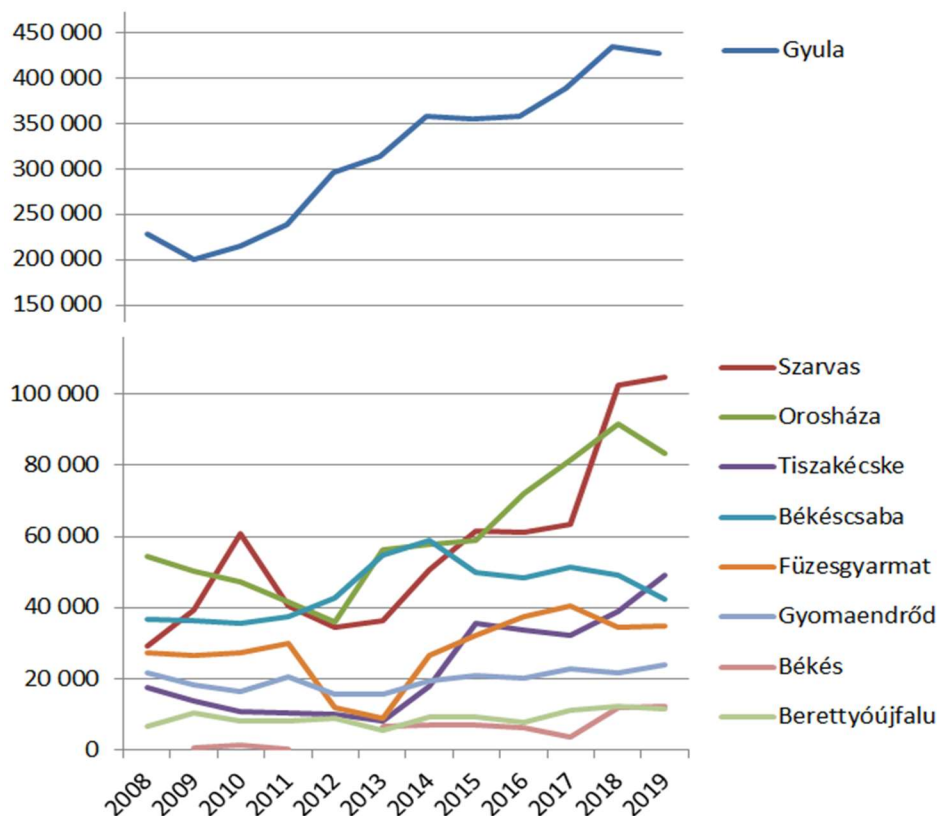
Diák/nyugdíjas napijegy: 2300,- Ft

5.8.3. Versenytársak szálláshelyeinek vendég- és vendégéjszaka-számai

A versenytársak közül Gyula – adottságainak és szolgáltatási struktúrájánál fogva – nagyságrendileg magasabb vendégforgalommal és vendégéjszaka-számmal rendelkezik, illetve a 2008. évi válságot követő visszaesés is jóval csekélyebb volt, mint máshol. A Liget Gyógyfürdőhöz legközelebb fekvő Szarvas és Orosháza forgalma hasonló mértékű, ezekben a városokban 4-5-szörös a vendégéjszakák száma Gyomaendrődhöz képest. Szintén stabil növekedési pályán van Tiszakécske, amelynek forgalma 2014-ben még azonos volt Gyomaendrőddel, 2019-re azonban több mint duplája. Kisebb a forgalmuk, és kisebb növekedés is tapasztalható Békésen és Berettyóújfaluban.

A Gyomaendrődön 2004-ben átadott projekt 2009-ig folyamatos, összességében mintegy 30%-os vendégforgalom-növekedést eredményezett. Ez akkor 150 000 vendéget jelentett évente.

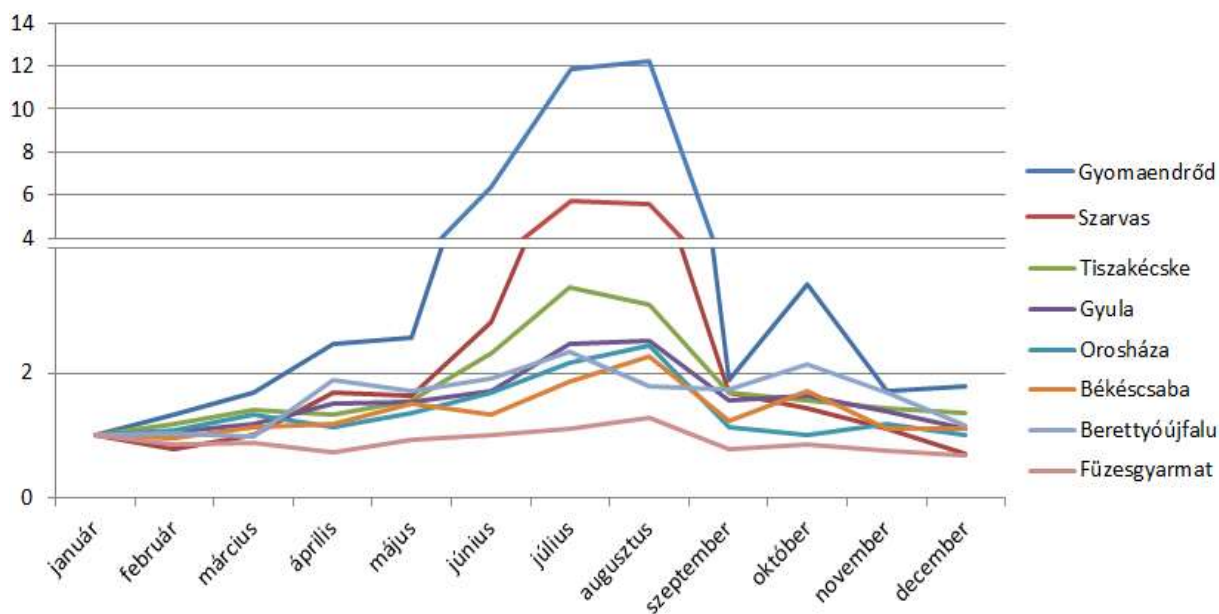
A versenytársak forgalmát áttekintve egyértelműen látható a korreláció: **mind a fürdőfejlesztéseknek, mind pedig a fürdőkhez kapcsolódó szálláshely-fejlesztéseknek kedvező hatása van a vendégforgalom és ezzel együtt a bevételek tekintetében.**



61. ábra: Gyomaendrőd és a régiós versenytárs települések vendégforgalmának alakulása *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

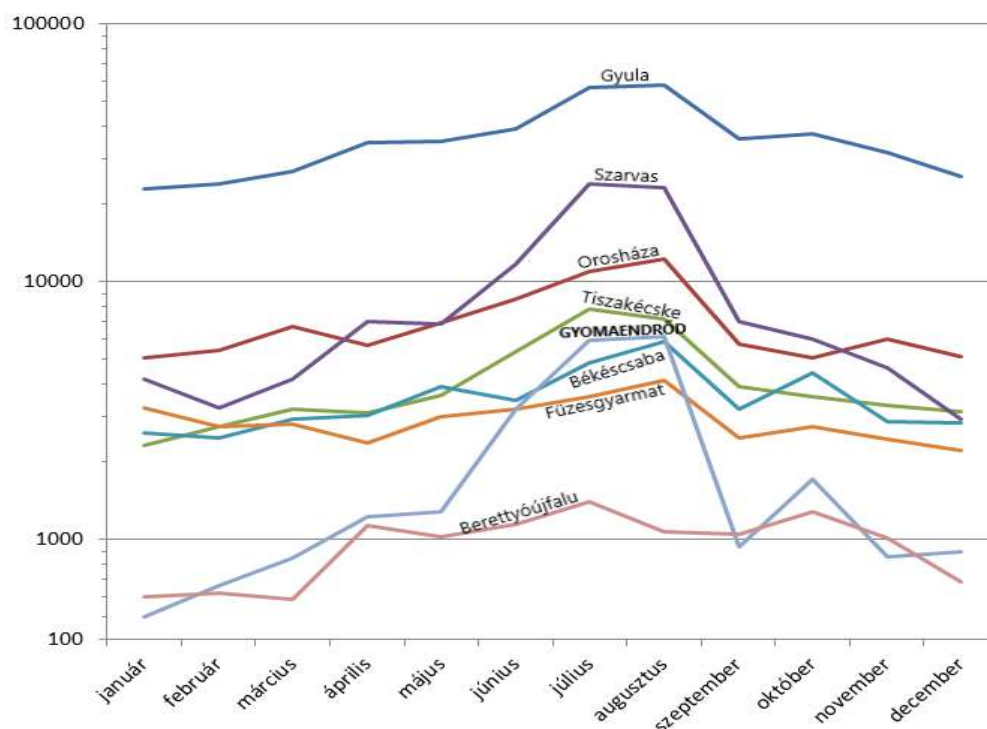
2010 óta a vendégéjszakák számának növekedése Gyomaendrődön közel 50% volt 2019-ig, hasonlóan Berettyóújfaluhoz (40%). A nagyobb fürdők közül Orosháza forgalma 77%-kal emelkedett, míg Gyulaé duplájára nőtt. A kisebb fürdők közül Füzesgyarmaton csupán 28%-os emelkedés következett be, Békésen azonban a kifejezetten alacsony éves forgalom több mint hétszeresére nőtt. A szarvasi változás +72%, míg Békéscsabán csak +19%. Tiszakécske a leginkább figyelemre méltó. Itt 2010-ben még 25%-kal alacsonyabb volt az éves vendégforgalom, mint Gyomaendrődön. 2014-ben 50 szobás szálloda nyílt, melynek köszönhetően 2019-re, a 3,5-szeres növekedés eredményeként már valamivel több, mint kétszerese a város vendégforgalma Gyomaendrődhöz képest.

A szezonális tekintetében a Gyomaendrődön messze a legmagasabbak a különbségek a versenytárs településekhez képest. Nagyságrendileg a nyári hónapok vendégforgalma azonos Tiszakécskén, Békéscsabán és Füzesgyarmaton, azonban míg ezekben a városokban a januári forgalom 2-3000 vendégéjszaka, addig Gyomaendrődön csupán 500.



62. ábra: A szezonális mértéke, a januári vendégforgalomhoz képest Gyomaendrődön és a versenytárs településeken *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

A legnagyobb nyári forgalmat (június-augusztus) Gyulát (153 000 vendégéjszaka) követően Szarvas (58 700), Orosháza (31 800) és Tiszakécske (20 300) realizálja. Gyomaendrődön ebben az időszakban 15 200 vendégéjszaka keletkezett.



63. ábra: Gyomaendrőd és a régiós versenytárs települések havi vendégforgalma (2019) (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)

A külföldi vendégéjszakák aránya az egész térségben viszonylag alacsony. Megyei szinten és Gyomaendrődön közel azonos (13,6%, illetve 13,7%), de a versenytárs településeken is hasonlóan alacsony. Békéscsabán van a legtöbb vendég, ám ez a város üzleti és más szabadidős forgalmából fakad, kevésbé a fürdő látogatói révén.

	belföld	külföld
Gyomaendrőd	86,3%	13,7%
Békéscsaba	81,7%	18,3%
Szarvas	83,0%	17,0%
Gyula	86,3%	13,7%
Orosháza	87,8%	12,2%
Tiszakécske	89,6%	10,4%
Berettyóújfalu	91,0%	9,0%
Füzesgyarmat	92,7%	7,3%

56. táblázat: Gyomaendrőd és a versenytárs települések vendégfogalmának megoszlása (a vendégéjszakák száma alapján, 2019) (forrás: KSH adatok alapján)

A külföldi vendégkör megoszlása a térség román határ menti fekvése ellenére elég sokszínű. Míg megyei szinten a vendégkör felét teszik ki a román vendégek, Gyomaendrődön arányuk csak 32%, Békéscsabán 18%, Szarvason és Békésen 10% alatti. Ezzel szemben Gyomaendrődön a legnagyobb arányt a németek képviselik (40%), míg Békésen a szlovákok (66%).

Megyei szinten összesen a román vendégkör mellett jelentős a németek (7,4%), a szerbek (5,6%), a szlovákok (5,2%) és az ukránok (4,2%) aránya. Ehhez képest számottevő Gyomaendrődön a lengyel vendégek aránya: 23%.

Gyomaendrődön a kemping nagy kapacitása (150 parcella, 300 fő) és annak szezonális forgalma miatt a kapacitáskihasználtság éves szinten viszonylag alacsony (5,5%). A szobakapacitás-kihasználtság a város valamennyi kereskedelmi szálláshelytípusára vonatkoztatva 19,6%, ugyanakkor a gyógyászati épületben működő (30 lépcsőn megközelíthető) vendégszobák kihasználtsága 40% (2019-ben). Komoly igény mutatkozik a jelenleginél kényelmesebb, minőségi szálláshelyek iránt.

A szűken értelmezett versenytársak vizsgálata

Tekintettel arra, hogy a földrajzi fekvés nem az egyetlen meghatározó tényező, a versenytársaként történő vizsgálat szempontjait érdemes bővíteni a szolgáltatási struktúra mellett a vendégforgalom összetételére, az egyedi jellemzőkre és a vezető szolgáltatások mennyiségi és minőségi paramétereire.

A szűkebb értelemben vett, versenytársaként meghatározott fürdők többsége valamilyen különleges megjelenéssel, arculattal vagy elhelyezkedéssel rendelkezik, többnyire hasonló az éves vendégforgalmuk, illetve a fő küldőországokban is jelentős hasonlóságok mutatkoznak. Emellett szempontként kell szerepeltetni a földrajzi közelséget is, ami esetünkben az ország keleti részét jelenti, ez a hasonló vendégkört is alátámasztja.

A minden részletre kiterjedő vizsgálatok alapján az alábbi települések fürdői tekinthetők **szorosabb értelemben vett versenytársnak**. A sárgával jelölt jellemzők esetében a leginkább erős a hasonlóságuk a Gyomaendrődi Liget Gyógyfürdő jellemzőihez.

A szűkebben meghatározott versenytársi kör fürdőinek szolgáltatásai és jellemző árai a következők:

- **Kastélypark Fürdő, Füzesgyarmat**

Fürdőszolgáltatások: 33 m-es úszómedence, 25 m-es tanmedence, 1 db gyermekpancsoló, fedett gyógyvizes élménymedence, félfedett gyógyvizes medence, nyitott gyógyvizes medence.

A gyógyvíz fő javallatai: idült gyulladásos mozgásszervi megbetegedések, izom-reumatikus, baleseti utókezelés, csont és ízületi műtétek utáni utókezelés, idült ideggyulladások, idegfájdalmak, idült derékfájás, Heine-Medin betegség utókezelése, idült gyulladásos nőgyógyászati megbetegedések, meddőség, általános szellemi és fizikai kimerültség.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1600,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1200,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 4700,- Ft

- **Bihar Termálliget Strand és Termálfürdő, Berettyóújfalu**

A 63 fokos termálvizet 1997-ben nyilvánították gyógyvízzé. A nátriumos, hidrogénkarbonátos, metakovasavas gyógyvíz elsősorban degeneratív mozgásszervi betegségek esetén jótékony hatású.

Fürdőszolgáltatások: 25 m-es úszómedence, gyógyvizes ülő-, pihenőmedence, gyermekmedence, lazító medence, fedett ülő-, pihenőmedence

Gyógyászati szolgáltatások: mechanoterápia, orvosi gyógymasszázs, víz alatti csoportos gyógytorna

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1500,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1000,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 4000,- Ft

- **Sárkány Wellness- és Gyógyfürdő, Nyírbátor**

A gyógyvizes medencékben kalcium-magnézium hidrogén-karbonátos gyógyvizet alkalmaznak, az oldott sótartalma összesen 1526 mg/l. A gyógyvíz reumatikus és mozgásszervi betegségek kezelésére alkalmas.

Fürdőszolgáltatások. 2 uszoda medence, szaunák, masszázssok, gőzfürdő, sókabin, sógenerátor, váltófürdő (Kneipp-kúra)

Strandmedencék: 1 úszómedence, 1 gyermekmedence csúszdával, 1 élmény-medence 2 óriás csúszdával, élményelemekkel.

Gyógyászati szolgáltatások. 2 db gyógyvizes medence (68 m², 34–36°C és 24 m², 36–38°C, kezelések: súlyfürdő, gyógyiszap, szénsavas fürdő, víz alatti vízszugár masszázs, gyögmasszázs, Kinesio Tape, Thai masszázs, csoportos víz alatti torna, 18 éves kor alatti csoportos gyógyúszás, sógenerátor szoba.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 2500,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 2000,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 7800,- Ft

- **Végardó Fürdő, Sárospatak**

Az 1959-ben megnyílt fürdő legutóbb 2009-ben újult meg, de jelenleg is folyamatban vannak nagy horderejű fejlesztések. A termálfürdőben 38°C-os gyógyhatású termálvíz áll rendelkezésre, amely ízületi és érrendszeri

megbetegedések utókezelésére javasolt, ezen kívül nőgyógyászati panaszok enyhítésére is alkalmas, sőt ivókúraként is alkalmazható.

Fürdőszolgáltatások: úszómedence, tanmedence, gyermekmedence, élménymedence, termálmedence, családbarát többfunkciós medence.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1500,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1100,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): -

- **Túrkeve, Termál- és Élményfürdő**

A fürdőben 78°C-os gyógyvíz tör a felszínre. A fürdő termálvize idült reumatikus, ízületi, bőr- és nőgyógyászati betegségek kezelésére, valamint műtétek utáni rehabilitációra alkalmazható.

Élményfürdő részleg családbarát szolgáltatásokkal, gyógyvizés medence, Kneipp-taposó, sószoba.

Fedett medencék: gyógyvizés medence, gyógyvizés ülőmedence, strand medence, gyermekmedence, csúszdamedence, fekvőmedence, ülő pezsgőmedence.

Szabadtéri medencék: gyógyvízű medence, uszoda medence, élménymedence.

Gyógyászat: gyógytornamedence, súlyfürdő medence.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 2150,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1950,- Ft

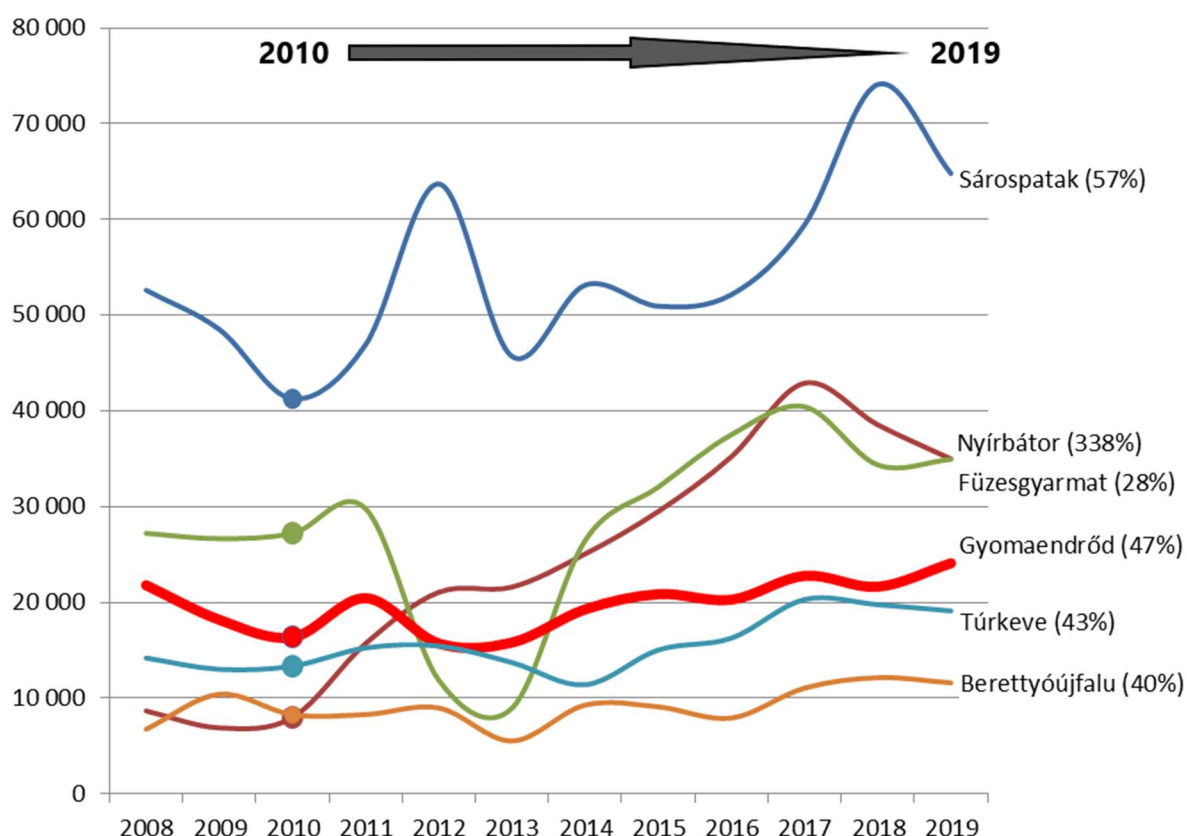
Családi jegy (2+2 fő): 7400,- Ft

A szűkebben vett versenytársak közül Túrkeve fogalma alakult hasonlóan Gyomaendrőd forgalmához, bár ott szinte minden, fürdőn kívüli szolgáltatás kiszervezetten működik.

Berettyóújfalu valamivel kisebb növekedést ért el, és összes kereskedelmi szálláshely-forgalma is csak fele a Gyomaendrődön mérteknek. Az itteni fürdő felújítás előtt áll.

Nyírbátorban éppen fordítva alakult a forgalom. Míg 2010-ben a vendégszám csak körülbelül fele volt a gyomaendrődinek, a sikeres fejlesztéseknek köszönhetően azóta több mint háromszoros növekedés következett be.

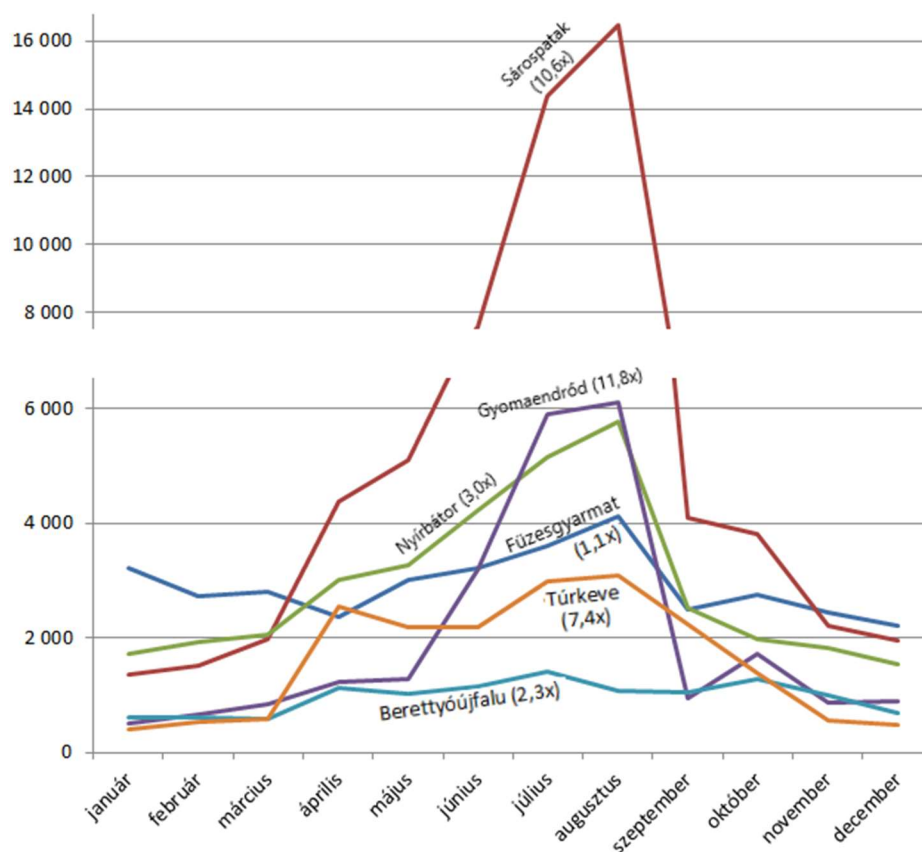
Jól látható, hogy a fürdőben realizált közel hasonló vendégforgalom milyen eltérő mértékű kereskedelmi vendégéjszaka-számot generál. Ez nyilvánvalóan nagyban függ a szálláshely-kapacitásoktól, de a fürdő szolgáltatási összetételétől is, hiszen a nagyrészt strandszolgáltatást kínáló fürdők esetén a forgalom nagyobb része egy napos látogató, nem pedig hosszabb tartózkodású valódi turista.



65. ábra: A versenytárs települések vendégforgalmának (vendégéjszakák) alakulása
(forrás: saját szerkesztés)

A szezonális mértéke a legtöbb esetben a fedett fürdő- és gyógyászati szolgáltatások mennyiségétől függ. Összességében Gyomaendrődön a szűkebben

értelmezett versenytársakhoz képest nagyobb a szezonális, tehát a strandfürdő jelleg dominál, ami a jelen fejlesztés keretében megvalósítani tervezett fejlesztésekkel jelentős mértékben mérsékelhető. A leginkább kiegyenlített forgalma a kisebb fürdőknek, Füzesgyarmatnak és Túrkevének van.

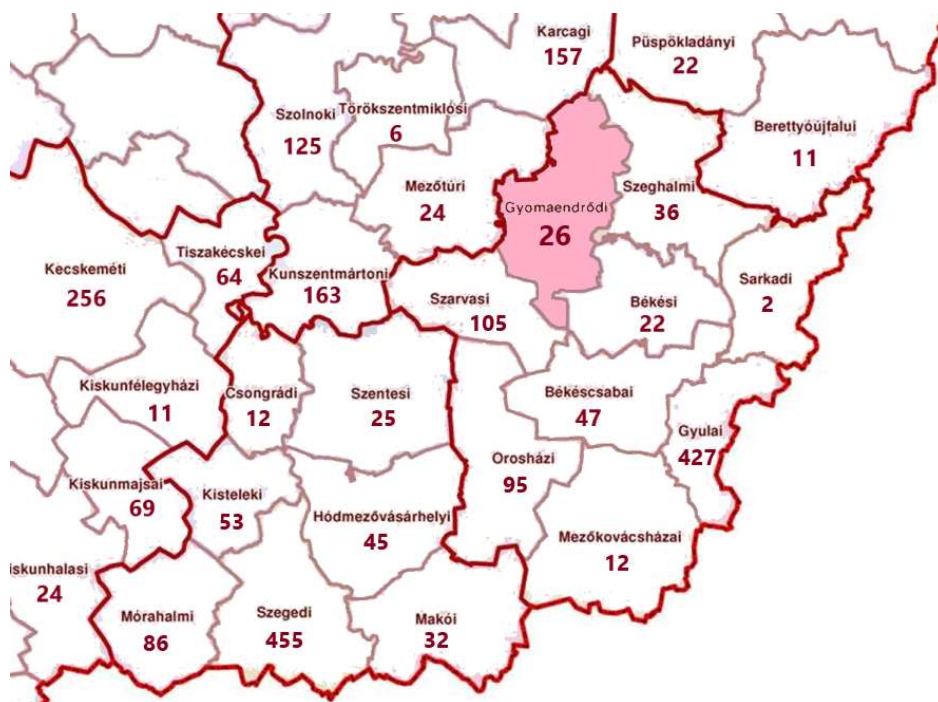


66. ábra: A szezonális mértéke (a júliusi forgalom a januári forgalomhoz viszonyítva) (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)

6. Gyomaendrőd pozíciója a turisztikai térképen

6.1. A Város pozíciója a szálláshelyek kereslete és kínálata alapján

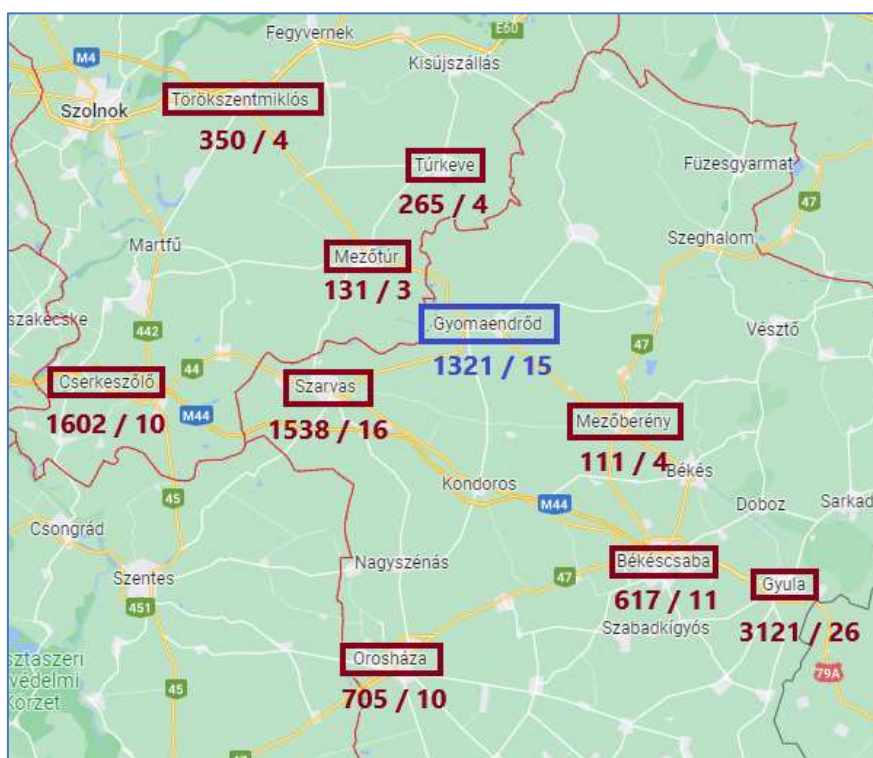
A Dél-alföldi és az Észak-alföldi régió járásainak vendégforgalmát vizsgálva jól kirajzolódnak a legjelentősebb turisztikai desztinációk. A legtöbb esetben a járások központi települése rendelkezik a legnagyobb vonzerővel. Szeged, Gyula, Kecskemét és Szeged mellett (ahol több százszázalékos forgalom realizálódik) a második sorban foglalnak helyet azok a kisebb desztinációk, ahol a fő attrakció kisebb méretű (többnyire fürdőkről van szó), de így is meghaladja a forgalom a 100ezer vendégéjszakát éves szinten. Ide tartozik Szolnok, Karcag, Kunszentmárton és Szarvas, illetve erősen megközelítve a határt, Mórahalom is. A többi járás, illetve település nem képvisel komoly erőt a keresletben, miközben több helyen még vannak komolyabb potenciálok. Gyomaendrőd esetében látványos, hogy a kevésbé ismert attrakciókkal rendelkező járások, például a Szeghalmi vagy a Kisteleki is több vendégéjszakát, és ezáltal több bevételt tud realizálni.



67. ábra: A tágabb térség járásainak vendégforgalma (a vendégéjszakák száma, ezer; 2019.) (forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés)

A szűkebb térségen belül Gyomaendrőd kedvező helyet foglal el ugyan a szálláshelykapacitások tekintetében, azonban az adottságok szempontjából – figyelembe véve számos hazai példát – a gazdagabb (minőségi) kínálat jóval nagyobb vendégforgalmat eredményezne. A legtöbb férőhely fürdővárosokban található, mivel a fürdők jelentik a legnagyobb vonzerőt. Szarvas és Cserkeszlő hasonló nagyságrendű kapacitással rendelkezik, Gyulán pedig több mint duplája a férőhelyek száma. A kisebb települések kisebb fürdői csekélyebb kínálattal rendelkeznek, azonban Orosháza esetében tekintettel kell lenni arra, hogy a városnak a fürdő mellett jelenleg is több értékes adottsága van, amelyeket vonzerőként érdemes jobban hasznosítani, így a tágabb térségbe érkező vendégkörből nagyobb szeletet lehet hasítani a későbbiekben.

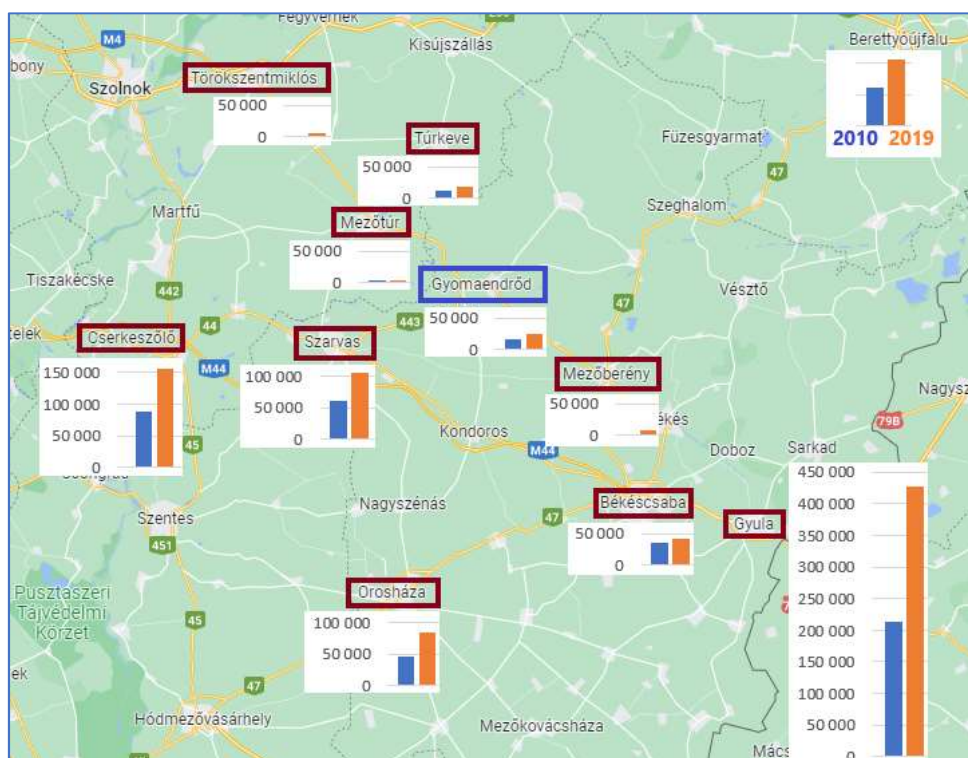
Figyelemre méltó azonban, hogy míg Gyomaendrődön alig volt növekedés 10 év alatt (2010 és 2019 között +6,4%), Gyulán 21,4%-kal, Cserkeszlőn 23,4%-kal, Szarvason 45,4%-kal bővült a kereskedelmi szálláshelyeken elérhető férőhelyek száma.



68. ábra: Gyomaendrőd és tágabb térségének kereskedelmi szálláshely-kapacitásai (férőhelyek / egységek száma, 2019. július) *(forrás: saját szerkesztés)*

A vendégéjszakák számát tekintve Gyomaendrőd már jóval nagyobb lemaradásban van a térségen belül, mint azt a kapacitásokból sejteni lehetne. Az éves szinten 24 ezer vendégéjszakszám közel azonos Túrkeve vendégforgalmával, miközben nem csak a nagy fürdővel rendelkező fürdővárosok előzik meg (Gyula, Cserkeszlő), hanem Békéscsaba és Szarvas is. Ez utóbbi két település hasonlóan változatos kínálattal rendelkezik a vonzerők tekintetében, mint Gyomaendrőd, ezért érdemes figyelemmel kísérni az ott végrehajtott fejlesztéseket, és azok hatásait. Minden esetben a fürdőt tekinthetjük elsődleges vonzerőnek, de azokat különböző mértékben kiegészítik a természeti és kulturális attrakciók, amelyek nem csak jelen vannak a településeken, hanem azokat igyekeznek minél teljesebb mértékben menedzselni is, hogy a jelenlétükön túl tartósan, fenntarthatóan jövedelmeket is termeljenek.

2010 és 2019 között Gyomaendrődön 47%-kal emelkedett a vendégforgalom, ám más környező településen ennél nagyobb növekedést sikerült elérni. Cserkeszlőn, Orosházán és Szarvason egyaránt közel 80%-os emelkedés volt tapasztalható, míg Gyulán megduplázódott a forgalom.

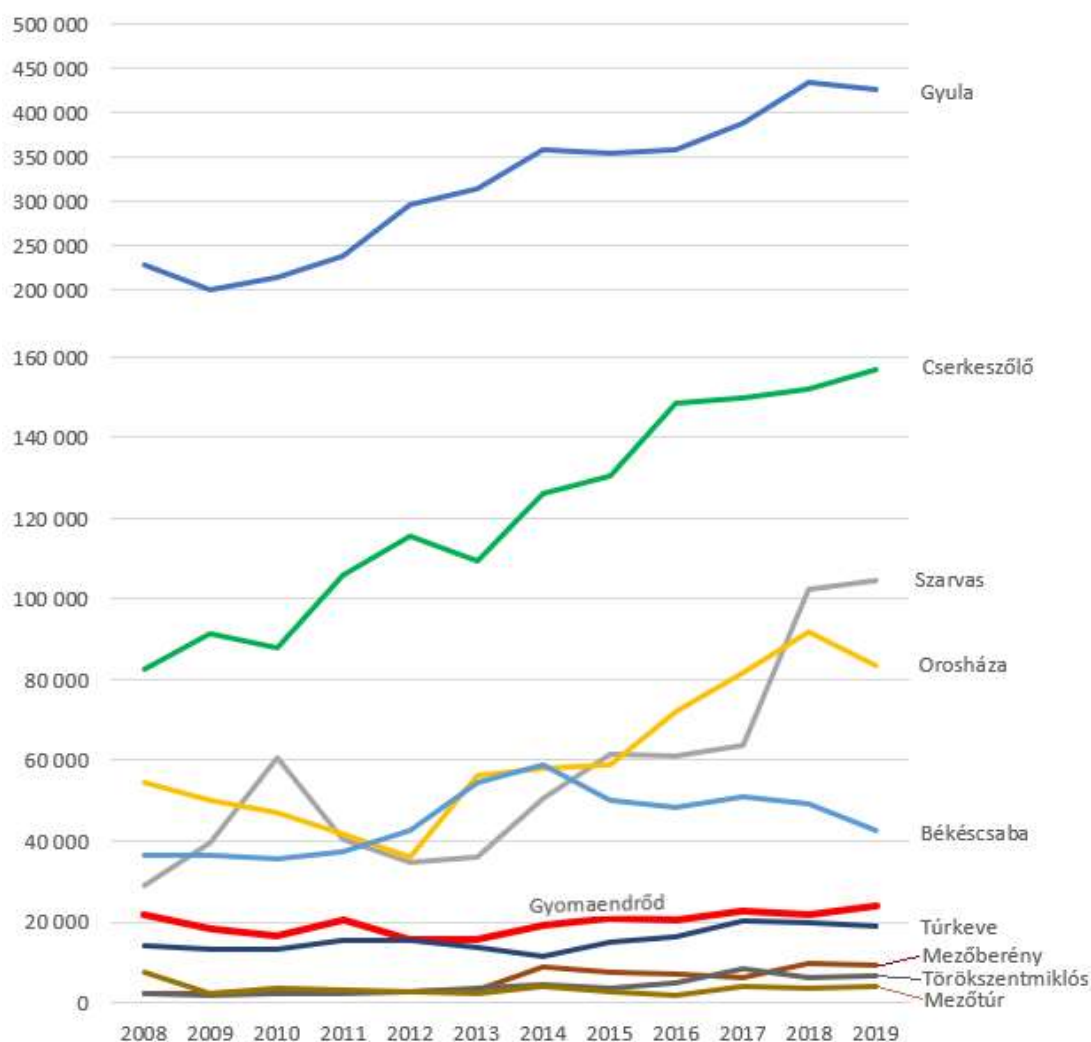


69. ábra: vendégforgalom alakulása Gyomaendrőd tágabb térségében
(kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma, 2010. és 2019.)

(forrás: saját szerkesztés)

Összességében jól látható, hogy Gyomaendrődön még nem sikerült kihasználni megfelelő mértékben a kedvező adottságokat, míg más települések sikeresen fókuszáltak az adottságokból megszerezhető gazdasági előnyökre.

A külföldiek aránya az egész megyében alacsony. Gyomaendrődön 13,7%. A városban ezen a téren hasonló változások következtek be, mint Gyulán. 2010-ben mindkét városban 8% volt az arányuk, ami 2019-ra 13,7%-ra emelkedett. Szarvason ennél is jobban nőtt az arányuk, ám más településeken jellemzően a belföldi vendégkör arányának növekedése volt tapasztalható.



70. ábra: Gyomaendrőd és a tágabb környezete desztinációi vendégforgalmának alakulása (a vendégéjszakák száma) *(forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés)*

Map of the 19 constituencies of the 2017 Nigerian general election in Lagos State, showing the number of registered voters in each. The map uses a color-coded system: red for constituencies with more than 150,000 voters, yellow for 100,000-150,000, green for 50,000-100,000, and blue for fewer than 50,000. Constituency boundaries are shown in black, and the national boundary with Benue State is in red. The number of voters is printed in black in each constituency.

Constituency	Number of Registered Voters
Alimosho	172,200
Agege	150,000
Shomolu	9,900
Ibeju-Lekki	97,000
Surulere	67,000
Central Business District	n.a.
Island	12,400
Kosofe	17,500
Mushin	7,900
Badagry	12,900
Epe	18,700
Ibeju-Lekki	23,000
Lagos Island	21,500
Lagos Mainland	23,200
Shomolu	8,700
Surulere	19,800
Mushin	18,000
Kosofe	11,300
Alimosho	13,300
Agege	14,400
Shomolu	10,200
Surulere	14,000
Central Business District	13,000
Island	19,900
Mushin	16,100
Kosofe	11,500
Alimosho	6,800

Gyomaendrőd tágabb térsége járásaiban 2019-ben *(forrás: saját szerkesztés)*

6.2. STEEPLE-analízis

6.2.1. Bevezetés

A PEST (vagy STEP) elemzés már évtizedek óta projektek, cégek, intézmények makrokörnyezeti elemzését végzi. A korábban szokásos négy tényező: politikai (political), gazdasági (economic), társadalmi (social) és technikai (technological) tényezők, eredmények mellett a STEEPLE már környezetgazdálkodási (environmental), jogi, (legal) és képzési-oktatási (educational) elemeket, faktorokat, adott esetben követelményeket is figyelembe vesz.

A STEEPLE-elemzés tehát egy, a tágabb környezet elemzésére alkalmas módszer, melynek szempontjai a következők:

- Social – társadalmi
- Technological – technológiai
- Environmental – természeti
- Economic – gazdasági
- Political – politikai
- Legal – jogi
- Education – oktatási-képzési

6.2.2. Társadalmi szempontok

- **A demográfiai** szempontból Békés megye hatodik legnépesebb városa Gyomaendrőd. A város lakónépességének fogyási üteme magas, ennek két fő oka a természetes fogyás és az elvándorlás.
- Gyomaendrőd lakosságának **képzettségi szintje** mind Magyarország, mind Békés megye átlaga alatt van, az elmaradás egyáltalán nem súlyos, a trend pedig azt mutatja, hogy az érettségivel és az egyetemi és főiskolai oklevéllel rendelkezők száma lassan, de biztosan nő.
- **Az ingázók aránya** az országos átlagnál magasabb.

6.2.3. Technológiai szempontok

- A Város, illetve a térség turisztikai szempontból releváns **infrastruktúrája** általában közepesen fejlettnak, vagy fejlettnak mondható. A helyzetelemzésben és a SWOT-analízisben is szerepel a megközelíthetőség (vonattal kifejezetten jó, közúton kevésbé), de az autópálya-fejlesztésektől javulás várható ezen a téren. Gyomaendrőd kerékpárút-hálózata kifejezetten jó minőségű, emellett szép környezetben halad.
- A technológia kérdése főként a fürdőt és a szálláshelyeket érinti, helyzetük rendszerint hagy kivetnivalót maga után. Emiatt is készült el a Liget Gyógyfürdő és Kemping egyedi kormánydöntésen alapuló építészeti terve és részletesen megvalósíthatósági tanulmánya. Ugyanakkor a Fürdő, és néhány szálláshely korszerű honlappal rendelkezik.
- **K+F+I szempontjából** kiemelkedően fontos a Debreceni Egyetemmel kötött együttműködési megállapodás, melynek területei az oktatás, a K+F+I, a turizmus, az egészségügy és a kultúra.

6.2.4. Természeti-környezeti szempontok

- A fenntartható fejlődés tényezői, alternatív energiaforrások: a termálenergia hasznosítása elsőként a Varga Lajos Városi Sportcsarnokban, majd a Liget Gyógyfürdő fedett részeiben fog megvalósulni.
- Hulladékgazdálkodás: Gyomaendrőd – 13 000 fős lakossága dacára az ország 8. legnagyobb kiterjedésű települése, így bizonyos helyeken, pl. horgászzugokban komoly problémát okoz az ott hagyott, jelentős mennyiségű hulladék begyűjtése.
A városi kommunális hulladék
- Szelektív hulladékgyűjtés: a lakosság számára rendszeresen megtörténik a papír- és műanyag hulladék elszállítása. Egyéb hulladékokat (építési, elektronikai stb.) megadott helyeken ingyenesen elhelyezhető a Város forgalmas pontján. A Liget Gyógyfürdőben elkezdődött a szelektív hulladékgyűjtés (egy fürdőben főként a PET-palackok összegyűjtése fontos).
- Környezetbarát technológiák használata: több turisztikai szolgáltatás (Lombkorona sétány, Körös Látogatóközpont és Bárka Látogatóközpont) elektromos áram igényét is napelemmel látják el.

6.2.5. Gazdasági szempontok

- Gazdasági szempontból kedvezőnek mondható, hogy a turizmus két legnagyobb szolgáltatócsoportja, a szállások és a vendéglátóhelyek kedvezményes, **5%-os ÁFÁ-val adóznak.**
- További fontos, a turisztikai vállalkozásokat segítő – döntően adózási – intézmény, illetve a munkavállalók szempontjából **juttatás** a Széchenyi Pihenőkártya, mely az SZJA-nál kedvezményesebb adókulccsal teszi lehetővé a vállalkozások és közintézmények számára a munkatársak motiválását. A fürdőszolgáltatásokat főként a szabadidő alszámláról, míg a szállás és vendéglátás szolgáltatásokat a hasonló nevű alszámláról lehet fizetni.
- **A foglalkoztatottság** adatai a megyei átlag körül vannak. Gyomaendrőd a megye azon járásközpontjai közé tartozik, ahol az aktivitás jelzőszámai kedvezőtlennek számítanak.
- **A város jövedelmi viszonyai** sem megyei, sem országos összehasonlításban nem tekinthetők kedvezőnek, mivel a Gyomaendrőd esetén jellemző egy főre jutó adóköteles jövedelem a megyei átlagos értéknek alig 90%-a, az országos értéknek pedig csupán háromnegyede.

6.2.6. Politikai szempontok

- A Kormány kifejezetten támogatóan áll a turizmushoz: még az első Orbán-kormány idején indult el a Széchenyi Terv, amely – turizmusfejlesztési programjának köszönhetően – látványosan lendületbe hozta hazánk turizmusát, illetve a Liget Gyógyfürdő és Kemping egyedi kormánydöntés alapján részesül támogatásban, és kezdheti el több éve előkészítés alatt álló átfogó fejlesztését.
- A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS 2030) kiemelten foglalkozik azon termékekkel (egészség-, kulturális és aktív turizmus), melyek Gyomaendrőd szempontjából meghatározók.
- A Város vezetése is stratégiai területként kezeli a turizmust, melyet részben az eddigi fejlesztések, részben jelen Stratégia készíttetése bizonyítanak.

6.2.7. Jogi szempontok

- A jogszabályi környezet általában kedvező a turizmusra nézve. A jogszabályok alkotói – Országgyűlés, Kormány, minisztériumok, önkormányzatok – az általános jogszabályok meghozatalakor rendszerint tekintetbe veszik a turizmus szempontjait, amikor szakpolitikai jogszabály születik (nemzeti turisztikai szervezet, turisztikai célelőirányzat nagysága és forrásának biztosítása, turisztikai szolgáltatók adózása, válság idején történő támogatások/könnyítések), akkor az általában pozitív hatással van a szakmára.
- Vannak ugyanakkor elmaradások, kritikus, sőt néha fájó pontok is, pl. a fürdők magas ÁFÁ-ja, a gyógyfürdők rendkívül kedvezőtlen TB-támogatása, elavult rendelet a fürdők üzemeltetése vonatkozásában.
- Gyomaendrőd Önkormányzata a turizmussal kapcsolatban mindig kedvező jogszabályokat alkot, pl. az IFA összege, a teljes IFA-bevétel felhasználása, turizmus szempontjából fontos intézmények fenntartása, a turisztikai szereplők támogatása. Fontos lenne ugyanakkor, hogy az IFA-bevétel jelentős %-át a TDM-szervezeten keresztül a turizmus fejlesztésére és marketingjére fordítsák.

6.2.8. Oktatási-képzési szempontok:

- A városban 2014. óta egyesült egyházi intézményként működnek a korábban különálló középiskolák. **A tanulók számának csökkenése** azóta is jelentős.
- A turizmus szempontjából jelentősek a Bethlen Gábor Mezőgazdasági Szakgimnázium vendéglátóipari (szakács, cukrász, felszolgáló) szakképzései. Aki Gyomaendrődön tanul, rendszerint el tud helyezkedni a helyi turizmusban.
- A Liget Gyógyfürdőnek szerződése van a Kodolányi János Egyetemmel a duális képzés keretében (gyakorlati helyszín biztosítása).
- A városnak a **Debreceni Egyetemmel van együttműködési megállapodása**, ami kiterjed a gazdaságra, oktatásra, turizmusra is. Több közös rendezvény van, kiállítások, konferenciák. Például szakmai látogatás Debrecenben, toborzás a helyi középiskolában. Bár a közlekedési adottságok kedvezőbbek Debrecen helyett Budapest és Szeged irányába, érezhetően megnőtt a fiatalok érdeklődése Debrecen iránt.
- A **munkaerőhiány** Gyomaendrőd turizmusának is nehézséget okoz, pl. a reumatológus szakorvos, uszodagépész, szakács végzettségű szakemberek hiánya. Ugyanakkor – minimális szinten – még mindig van munkanélküliség.

6.3. SWOT elemzés

Az alábbi SWOT-analízis egyrészt a Város, másrészt az érintett iparág, a turizmus, illetve annak szereplői szempontjából készült az alábbiak szerint:

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
<p>Város</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vasúttal könnyen megközelíthető (közvetlen a Budapestről, Aradról, Temesvárról, Bukarestből); • TDM szervezet és turisztikai információs iroda működése; • Gazdag természeti örökség és arra épülő turisztikai termékek megléte; • Hármás-Körös folyó és holtágai; • Történelmi és vallási örökség; • Termálvíz-kincs; • Az országban egyedülálló nyomdaipari gyűjtemény; • Kiépített elsődleges turisztikai szuprastruktúra (vendéglátó- és szálláshelyek); • Színes rendezvénykínálat; 	<p>Város</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kedvezőtlen közúti megközelíthetőség – Gyomaendrőd nehezen érhető el északi irányból (Szolnok és Debrecen felől), • Kevés a jól képzett, idegen nyelveket beszélő munkaerő; • Városi marketingstratégia hiánya; • Gyenge belső kommunikáció; • Széthúzás, nehéz egységet teremteni a szolgáltatóknál.
<p>Turizmus</p> <ul style="list-style-type: none"> • A Liget Gyógyfürdő és Kemping széles szolgáltatási spektruma és • Visszatérő vendégköre; • Jó minőségű, minősített gyógyvíz; • A strand nagy területe, illetve sok zöldfelület; • A Fürdő saját szálláshellyel rendelkezik; 	<p>Turizmus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stabil, kiépített vendégkör hiánya; • Alacsony a külföldi vendégek aránya; • A Városban érkező vendégek átlagos költsége nagyon alacsony; • Magasabb minőségű szálláshelyek hiánya; • Komplex turisztikai csomagok hiánya;

<ul style="list-style-type: none"> • Nagy hagyománnyal rendelkező (Sajt és Túró Fesztivál, autós és motoros találkozók), illetve még csak néhány alkalommal megrendezett, de igen népszerű fesztiválok; • Jól kiépített kerékpárút; • Hármaskör és holtágai által biztosított vadregényes vízitúra megállóhelyek és • Kiváló horgászvizek; 	<ul style="list-style-type: none"> • Nagymértékű szezonális; • Őszi és tavaszi szezonhosszabbító nagyrendezvények hiánya.
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
<p>Város</p> <ul style="list-style-type: none"> • A turizmus jelentősége és népszerűsége növekedni fog Gyomaendrődön; • Jelentős mobilitás az Európai Unión belül; • Állami és EU-s fejlesztési források várható rendelkezésre állása; • Egységes városi marketing kialakítása; • Városi kártyarendszer megújítása, kiterjesztése az Önkormányzati intézményekre is; • Szorosabb együttműködés a szolgáltatók között; • Testvérvárosi kapcsolatok kiaknázása. • M44-es útvonal fejlesztése 	<p>Város</p> <ul style="list-style-type: none"> • Működés alulfinanszírozottsága; • EU-s és állami fejlesztési források elmaradása; • Megmarad az összhang hiánya a szolgáltatók között; • Fekete és szürkegazdaság erősödése; • Térségi TDM-szervezet hiánya.

<p>Turizmus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Egyre népszerűbb a belföldi turizmus, • A turisták száma várhatóan újra dinamikusan növekedni fog (nemzetközi és hazai szinten is), • Gyomaendrőd három fő turisztikai terméke (egészség-, kulturális és aktív turizmus) iránt bővül a kereslet; • A turisztikai attrakciók, programok, szolgáltatások kedvező elhelyezkedése a városon belül, • Sikeresen megvalósult fejlesztések, • Képzett humánerőforrás a térség felsőoktatási intézményeiből. 	<p>Turizmus</p> <ul style="list-style-type: none"> • A rendkívül magas energiaárak hosszú távú fennmaradása; • Erősödő versenytársak, hasonló profillal (pl. Gyula, Szarvas); • A kedvezőtlen gazdasági helyzetből adódó forráshiány miatt • A Liget Gyógyfürdő és Kemping, • Valamint az aktív turizmus (Köröspart, kerékpárutak fejlesztésének, • Illetve további kulturális vonzerők, programok kialakításának elmaradása.
--	--

58. táblázat: SWOT-analízis

7. Mélyinterjúkból levont következtetések

7.1. Azonosságok az egyes érdekcsoportok víziói között

A mélyinterjúk során három csoportra osztottuk a megkérdezetteket.

1. **csoport:** A város képviselőtestületének tagjai, valamint az önkormányzati fenntartású kulturális intézmények vezetői.
2. **csoport:** A város turizmusában közvetlenül részt vevő turisztikai attrakciók, szállás- és vendéglátóhelyek üzemeltetői
3. **csoport:** A turizmusban nem, vagy csak közvetetten részt vevő, de Gyomaendrőd gazdasági életében meghatározó szerepet betöltő személyek.

Mindhárom érdekcsoport más felől közelítette meg városa turizmusának fejlődési és fejlesztési lehetőségeit, ki kisebb lépésekben gondolkodva, ki nagyobbat álmodva, de a két fő turisztikai attrakciónak mindhárom csoport az aktív turizmust képviselő horgászturizmust és a Liget fürdőre épülő wellness- és egészségturizmust tartotta.

Gyomaendrőd legfőbb erőssége és értéke természeti adottságai, azon belül is a Körös 16 tiszta vízű holtága és a Körös folyóvize. Jelenlegi turisztikai csapásvonala is erre épül, a horgászat, sporthorgászat további fejlődésében látják a megkérdezettek azt az irányt, amely viszonylagosan kis befektetéssel reálisan megvalósítható, hiszen a horgászturizmus évek óta erős alapokon áll a területen és évről évre növekvő tendenciát mutat. Az is igaz azonban, tudtuk meg a megkérdezettektől, hogy bár a horgászturizmus erős hagyományokkal rendelkezik, valójában olyan nagy mértékben mégsem járul hozzá a város turizmusból befolyó bevételeihez, hiszen a horgászturizmus résztvevői hiába töltenek hosszú időt – olykor hét-tíz vendégéjszakát is a térségben, nagy részük az adott holtágnál tölti ezt az időt, a kivett magánszálláshelyről kevésbé mozdítható ki, így a város egyéb turisztikai szolgáltatásait minimálisan vagy egyáltalán nem veszi igénybe, költésük nem számottevő.

A másik, mindhárom csoport által megfogalmazott elképzelés a város évtizedek óta fő turisztikai vonzerejeként megjeleníthető Liget Gyógyfürdő és Kemping. A fürdő 1959-ben nyitotta meg kapuit, az évtizedek alatt folyamatos fejlesztésen ment át

2004-ben nyerte el mai formáját, azóta Békés megye jelentős egész évben nyitva tartó gyógyfürdő- és szezonális strandcentruma. Vannak kilátásban olyan pályázati ígéretek, amelyek a fürdő csúszdaparkjának teljes felújítását, modernizálását tennék lehetővé, amihez nagyszabású elképzelések társultak, amelyek még inkább a Liget fürdőt helyezik Gyomaendrőd turisztikai középpontjaként előtérbe az interjúba bevont alanyok szerint.

A kulturális turizmus a felmérésbe bevont alanyoknál jóval kisebb számban került elő, mint lehetséges turisztikai fejlesztési ágazat. Rákérdezés és némi gondolkodás után a megkérdezettek láttak némi lehetőséget a Kner és Kállai hagyatékon alapuló kulturális turizmus lehetőségében, de korántsem érezték olyan számottevőnek, mint az első helyen említett horgász- illetve második helyen említett fürdőturizmust.

7.2. Különbségek az egyes érdekcsoportok víziói között

Az első csoport, azaz a város képviselőtestületének tagjai, valamint az önkormányzati fenntartású kulturális intézmények vezetői és a második csoport, azaz, város turizmusában közvetlenül részt vevő turisztikai attrakciók, szállás- és vendéglátóhelyek üzemeltetői között feszülnek véleménykülönbségek a város turisztikai fejlesztését illetően. Ezek a különbségek nem az elképzelésekből adódnak, hiszen mint az előző pontban kifejtettük, a megkérdezettek szinte kivétel nélkül a horgász-, egészség- és wellnessturizmus fejlesztésében látják a jövőt, sokkal inkább az elképzelések megvalósítását illetően vannak különbségek.

A város önkormányzata egy sokkal nagyobb összefogást várna a turisztikai szolgáltatók részéről, egy olyan hozzáállást, amelyben a szegmens szereplői nemcsak saját érdekeiket és saját bevételeiket tartják szem előtt, hanem az egész város fejlődésének kulcsát látnák annak turisztikai fejlesztésében. Ehhez egy erős szemlélet átalakításra van szükség. Nyílt titok, hogy a magánszállásadók egy része „feketén”, bejelentés nélkül adja ki nyaralóját, így úszva meg a napi nem magas összegű idegenforgalmi adó befizetését, holott ez az idegenforgalmi adó a város fejlődését szolgálná, ami továbbgyűrűzve több turistát tudna a városba vonzani. Ez az „önmagunk érdekén túllépve” a magunk haszna mellett a közösséget szolgálva attitűd megvalósítása lenne szükséges ahhoz, hogy a város idegenforgalmi fejlesztése közös ügy legyen és abból minden fél profitáljon.

A városvezetés megkérdezett képviselői ebben látják leginkább a változás, változtatás szükségességét. Egy olyan egység megvalósítására, amelyben mindkét fél érdekelt.

A gyomaendrődi turizmus szereplői viszont az önkormányzattól várnak minden segítséget. A mélyinterjúk során előkerült problémák orvoslása a megkérdezettek szerint mind a város önkormányzatára kellene, hogy háruljon. Az infrastruktúra fejlesztése, az egységesítés, az arculattervezés, a turisztikai szolgáltatások összefogása, az ehhez kapcsolódó események megszervezése és marketing tevékenysége, a humán erőforrás biztosítása mind az önkormányzat feladata lenne a második csoportban szereplő megkérdezettek szerint. Az önkormányzat képviselői pedig pont azt sérelmezik, hogy a legtöbb turisztikai szereplő a város érdekeit megkerülve, csak a saját bevétele növelését keresve vesz részt a turisztikai életben.

A mélyinterjúk során levont konklúzió, hogy a valódi munkához, a valódi fejlesztéshez építő párbeszédre, építő együttműködésre van szükség a város önkormányzata és a város turisztikai szereplői között. Félretéve az esetleges sérelmeket és széthúzásokat együtt gondolkodva lehet csak valódi eredményeket elérni.

7.3. Általános következtetések

A mélyinterjúk során egy elég pontos és általános kép rajzolódott ki arról a gyomaendrődi attitűdről, amellyel a turizmusban érintettek állnak saját fejlődési lehetőségükhöz, idegenforgalmi előrehaladásuk alternatíváihoz.

A kérdezett személyek nagy része pesszimista városa jövőképét illetően, nemigen hisz a változás, változtatás lehetőségében. Igen sokszor hangzottak el a "nem vagyunk mi Szarvas", "nem vagyunk mi Gyula" kifejezések, sugallva, hogy városukat túl kicsinek, kevésbé érdekesnek tartják ahhoz, hogy az bekerüljön a magyarországi turisztikai vérkeringésbe.

Álljanak itt pontokba szedve azok a vélt vagy valós problémák, amelyek a mélyinterjúk feldolgozásával rajzolódtak ki.

- **Összefogás hiánya**

Az első, talán legszembetűnőbb tapasztalat. Gyomaendrőd turizmusában érdekeltek szinte kivétel nélkül saját perifériájukon mozognak, nincs meg az összefogás, együtt gondolkodás, közös érdekképviselő igénye.

Néhány kezdeményezésre láttunk ugyan példát, de általánosságban az tapasztalható, hogy a gyomaendrődi turisztikai szegmens résztvevői megelégszenek azzal a térrel, amelyben saját szolgáltatásukkal mozognak, nem érzik érdeküknek az ezen való változtatást.

Akik mégis szükségességét éreznék, akik egy olyan tágabb keretben gondolkodnának, amelyben a szektor különböző szolgáltatói együtt gondolkodva, egymást segítve, egymás tevékenységét kiegészítve közösen dolgozzanak, azok is szkeptikusak a megvalósítást illetően.

A helyi szolgáltatók egyelőre még privát akciókban gondolkodnak, nem érzik szükségességét annak, hogy összefogjanak és szolgáltatásaikat összekapcsolják, hiszen az általuk kitűzött bevételek a jelenlegi formában is beérkeznek, saját hasznukat nézve nem feltétlenül kell bővítésben gondolkodniuk.

- **Egységesítés hiánya**

Gyomaendrőd értékei szétszórtan jelennek meg idegenforgalom palettáján. A város turizmusának nincs egységes arculata, holott ez elengedhetetlen további fejlődéséhez. Szükség lenne mindenekelőtt egy olyan átfogó, 10-15 oldalas a város minden értékét, attrakcióját bemutató, térképpel ellátott kiadványra, amely összefogóan, rövid leírással, egységes arculattal mutatja be a turisztikai helyeket. És hogy a városba látogató turista könnyen eltaláljon a szétszórtan fellelhető helyekre, a turisztikai pontokon ingyenesen felvehető kiadványok mellett nélkülözhetetlenek a város minden pontján kitett egységes dizájnú útbaigazító táblák, amelyek elvezetnek az egyes attrakciókhoz.

- **Szervezettség hiánya**

Történtek ugyan próbálkozások az elmúlt években, sőt évtizedekben a helyi turisztikai élet összefogására, szereplőinek érdekképviselőire, de igazi eredmény nem mutatható fel. Néhány példaértékű kezdeményezés és megvalósítás kivételével a szegmens egyes szereplői a maguk útját járva, a maguk vállalkozását egyedül építve részesei, elszigetelten részesei a város turizmusának.

- **Humán erőforrás hiánya**

A mélyinterjúba bevont megkérdezettek kivétel nélkül egyetértenek abban, hogy ez egy olyan égető probléma, amely hosszútávon kihat a város turisztikai, gazdasági életére. Lehetnek bármilyen jó megvalósítható ötletek, szakképzett, agilis munkaerő nélkül a kivitelezés ellehetetlenül. Ez egy nagy beruházást igénylő művelet, de elengedhetetlen a város fejlődése, turisztikai fellendülése érdekében.

- **Közlekedés fejlesztésének a hiánya**

Ez egy nagy beruházást igénylő művelet, de elengedhetetlen a város fejlődése, turisztikai fellendülése érdekében. A városon belüli tömegközlekedés fejlesztése egyéb alternatív megoldásokkal kiegészítve - mint bicikli, elektromos bicikli, elektromos roller, elektromos robogó kölcsönzés lehetőségének megteremtése - szükséges ahhoz, hogy Gyomaendrőd egésze bekapcsolódjon a turisztikai vérkeringésbe.

A felsorolt problémák elég hamar felszínre kerültek a mélyinterjúk során, egy részük könnyebben megoldható, csupán attitűdváltás szükséges hozzá, más részüknél a megoldás egy hosszú és költséges folyamat része, de az is csak közös gondolkodással, egy irányba tartással valósítható meg.

Turisztikai Stratégia és Akcióterv

Misszió, vízió megfogalmazása

1. A gyomaendrődi turizmus küldetése

A gyomaendrődi turizmus terjeszti az egészségkultúrát, népszerűsíti a természetközeli sportlehetőségeket és biztosítja a kulturális eseményeken, fesztiválokon való részvétel lehetőségét.

A gyomaendrődi turizmusban dolgozók küldtetése továbbra is színvonalas sport- és fürdő- és kulturális szolgáltatásokat, ezáltal élményt, egészséget, lelki és szellemi feltöltődést adni a vendégeknek, illetve változatlanul betölteni turisztikai szerepüket.

1.1. A gyomaendrődi turizmusban dolgozók víziója

Mi, a gyomaendrődi turizmusban működő vállalkozások és az itt dolgozók vendégeinknek valóban tartalmas, a testi egészségüket, a lelki és szellemi feltöltődésüket szolgáló programokat igyekszünk biztosítani. Minden vendégnek pozitív élményeket szeretnénk adni, hogy szép emlékeket őrizzenek rólunk és szeretett Városunkról.

Munkánkat örömmel és hivatástudattal végezzük. Szakmailag felkészülten és alázattal dolgozunk. A tőlünk telhető legjobb minőséget adjuk vendégeinknek. Egymást és a térség többi szolgáltatóját partnernek és nem konkurenciának tekintjük.

1.2. Önkormányzati cél

A Város fő célja az, hogy a turisztikai stratégia megvalósítása révén közvetlenül is hozzájáruljon a helyi lakosság életszínvonalának emelkedéséhez, és egyúttal növelje a Városba érkező vendégek számát, minél több szolgáltatás igénybevételére serkentse őket, ami a gazdasági növekedésen keresztül végső soron szintén a helyi lakosság életszínvonalának növekedését fogja eredményezni. Ezt azonban nem csupán a három fő turisztikai termék szolgáltatásainak fejlesztésével lehet elérni, hanem az is szükséges, hogy az egyéb programok révén még színesebb legyen a Város szolgáltatáskínálata, minél vonzóbb legyen a környezet, a városkép

(zöldterület-fejlesztés), továbbá lehetőség nyíljon a szálláshelyek és vendéglátó egységek minőségi fejlesztésére.

1.3. Átfogó cél

Átfogó cél a gyomaendrői turizmus – kiemelten

- az egészség,
- a természetközeli és
- a kulturális turizmus – komplex és fenntartható fejlesztésével a Város vonzerejének és versenyképességének erősítése, illetve gazdasági sikerességének javítása.

1.4. Stratégiai célok

A fejlesztés által a projektgazda az alábbi **stratégiai célokat** kívánja elérni:

- A gyomaendrői turizmus kínálatának bővítése és minőségi fejlesztése, vonzerejének javítása, a jól meghatározott célcsoportok igényeinek megfelelő szolgáltatási választék és színvonal kialakításával;
- a három fő termék – fürdő, természetközeli sportok, kultúra – a Város egyéb vonzerőivel, programlehetőségeivel együtt – vonzó szolgáltatási csomaggá alakítása;
- kereslet erősítése: rövidtávon regionális, illetve országos, hosszabb távon pedig nemzetközi turisztikai vendégforgalomba történő erőteljesebb bekapcsolása;
- a Fürdő, a természetközeli sportlehetőségek, a kulturális programok, fesztiválok és a közeli szálláshelyek, valamint a Város többi turisztikai, szabadidőipari szolgáltatásai közötti szinergiák kihasználása, erősítése;
- hosszú távon pénzügyi és környezeti szempontból fenntartható működés.

1.5. Szolgáltatási, szakmai célok

Gyomaendrődön a Liget Gyógyfürdő és Kemping, a horgászat, a vízitúrázás és a fesztiválok, kulturális események ismertek és népszerűek a vendégek körében. A Város turizmusa azonban átfogó megújításra szorul: az épített elemek többségének szükséges szinte teljes rekonstrukciója, illetve a természetben zajló tevékenységek, programok, rendezvények, fesztiválok megújítása, új tartalmi elemekkel történő gazdagítása, erősebb és célzottabb marketingkommunikációval, valamint humánerőforrás-menedzsmenttel történő megtámogatása.

A stratégia **legfontosabb szakmai célja**, hogy a tervezett fejlesztések, tevékenységek megvalósításával a gyomaendrődi turizmus – az eddiginél magasabb szintre lépve – egyre jobban hozzájáruljon az ide érkező vendégek egészségét és élményeket adó programjaihoz, az év teljes időszakában igénybe vehető szabadidős szórakozást, kikapcsolódást is biztosítani tudjon.

Ennek érdekében előkészítésre kerül:

- a Liget Gyógyfürdő tervezett fejlesztésének aktualizálása;
- az elkészült vízitúra megállóhely népszerűsítése;
- a városon átvezető kerékpárút felújítása, kerékpárkölcsonzó nyitása;
- meglévő horgászhelyek fenntartható fejlesztése, újak létesítése, megközelíthetőségük javítása;
- múzeumok, kiállítóterek erősebb megjelenítése mind a Város mind a turizmus életében;
- jelenlegi fesztiválok megújítása, egy új fesztivál létrehozása és ezek tudatos, éves tervezése;
- Turisztikai Desztinációs Menedzsment szervezet megújítása;
- egységes városkép kialakítása.

További cél a **szakmai együttműködések erősítése**: megfelelő szakmai partnerség a Város és a térség (Körösök Völgye) többi turisztikai szolgáltatójával és együttműködés a Békés Megyei Kereskedelmi és Iparkamarával a tanulófoglalkoztatás keretében.

Elvárt eredmények: a stratégia megvalósításának köszönhetően tehát számos olyan szolgáltatás újul meg, vagy jön létre, mely nagyban hozzájárul a vendégek egészséghez, természetközeli vagy kulturális élményéhez, kényelméhez, a gyomaendrődi turizmus eredményes működéséhez. A Liget Gyógyfürdő és Kemping átfogó fejlesztése mellett megújulnak a Város természetközeli és kulturális szolgáltatásai, fesztiváljai, programjai. Az eddigi kétpólusú városszerkezetet turisztikai attrakcióvá emelve. Mindez a meglévő kínálatához csatlakozva, arra építve komplex turisztikai-szabadidőipari termékeket hoz létre, az adott szolgáltatóegységbe érkező vendégek változatosabb és magasabb színvonalú kiszolgálását teszi lehetővé.

1.6. Gazdasági-társadalmi célok

A fejlesztés által a projektgazda az alábbi gazdasági-társadalmi célokat kívánja elérni:

- a Fürdő éves vendégszáma elérje a 120 000-et;
- a horgászok évente 15 000 engedélyt váltsanak ki;
- növekedjen a vízitúrázók, kerékpártúrázók és fesztivállátogatók száma
- a turisztikai szolgáltatók árbevételének jelentős növelése;
- vendégéjszaka-szám növelése Gyomaendrődön;
- turizmusból származó bevételek a vállalkozásoknak, valamint
- az Önkormányzat számára az idegenforgalmi adóbevétel növelése;
- új munkahelyek létrehozása, illetve
- a turizmusban dolgozók egyre javuló jövedelmének biztosítása, ezáltal a Város munkaerő-megtartó erejének fokozása;
- a turisztikai szolgáltatók közötti együttműködés erősítése – a közösen meghatározott célok érdekében tartós partnerség alakuljon ki a turizmus szereplői között;
- a 2 településrész összekötése turisztikai attrakcióval és programútvonalakkal.

Marketing Terv

A marketing tervben először a keretrendszert, a marketingeszközöket, költségeloszlást határozzuk meg, versenytárselemzéssel és marketing helyzetelemzéssel. Ezt követően az Önkormányzattal folytatott konzultáció alapján az idegenforgalmi adó bevételeiből (16 millió forint) finanszírozott influencer⁸ kampányt mutatunk be, melynek célja a desztináció népszerűsítése.

Marketinget kezelő csoport felépítése és menedzsmentje

Turisztikai Menedzser

A TDM Működési Kézikönyv I. Rész (2008) gondolatait alapján a turisztikai menedzser vezeti a TDM szervezetet, illetve esetünkben a Tourinform iroda vezetője. Általánosan elmondható, hogy a desztináció turizmusának legnagyobb felelőse a Tourinform alkalmazottaival közösen. A turizmus érdekcsoportjainak ösztönzése és segítése, a turisztikai termékek előállításához és sikeres működtetéséhez, valamint értékestéséhez való hozzájárulás, tanácsok szintén feladatai közé tartozik.

Az általános menedzseri funkciók (tervezés, szervezés, koordináció) összessége a mindennapjai részét képezik, a következő felsorolás összegzi **napi teendőit**:

- professzionalizmus biztosítása;
- ösztönzés;
- turisztikai termékek (itt: termékek, illetve szolgáltatások) előállításának, logisztikájának támogatása;
- koordináció: események szervezése, összefogása, erőforrások tervezése;
- képzések szervezése a hatékonyság javítása, kapacitások még hatékonyabb kihasználása érdekében;
- marketingtevékenységek kézben tartása;
- kutatás;

⁸ Az influencerek olyan internetes hírességek, akik véleményükkel és viselkedésükkel hatással vannak az emberekre. (forrás: lexiq.hu)

- projektmenedzsment: rövid-, közép- és hosszútávú tervek készítése, felügyelete, támogatása;
- adminisztráció, illetve annak felügyelete;
- szervezet képviselése;
- egyeztetés a turisztikai szereplőkkel

A feladatok kitűzése és elvégzése során a turizmus összes érdekcsoportjának igényeit szem előtt tartja, így a következőket kalkulálja bele a tervezés és kivitelezés során:

- látogatók igényei;
- helyi közösség bevonása és az ő hasznuk kommunikálása;
- fenntarthatóság biztosítása;
- megfelelő emberi erőforrás rendelkezésre állása
- az önkormányzat delegáltjaival folyamatos kommunikáció.

Marketing Fő Teljesítménymutatói – “Key Performance Indicators” (KPI-k)

A fő teljesítménymutatók a marketing célok haladását mérik, illetve felülvizsgálatokhoz és újratervezéshez is segítséget nyújtanak.

A következő táblázatban összesítve látható a 3 turizmus típus (aktív, egészségturizmus, kulturális turizmus) leggyakrabban alkalmazott teljesítménymutatói:

Mérőszám/Turizmustípus	Aktív turizmus	Egészségturizmus	Kulturális turizmus
Látogatószám	Igen	Igen	Igen
Felhasznált szolgáltatások száma	Igen	Igen	Igen
Szállás foglalások száma	Igen	Igen	Igen
Nyereség	Igen	Igen	Igen
Elégedettség	Igen	Igen	Igen
Utánkövetés	Igen	Igen	Igen
Medical outcome	Nem	Igen	Nem
Kulturális élmények száma	Nem	Nem	Igen
Kulturális célokra látogatók aránya	Nem	Nem	Igen

59. táblázat: A különböző turizmustípusok mérőszámai

Az aktív turizmusban alkalmazható mérőszámok közül néhány fontos példa:

- **Látogatószám:** Az aktív turizmusra vonatkozóan is figyelembe kell venni a látogatók számát, hogy megértsük, mennyire népszerű egy adott aktív turisztikai tevékenység.
- **Felhasznált szolgáltatások száma:** Az aktív turizmus esetén figyelembe kell venni, hogy hány szolgáltatást használnak a turisták, például hány személy használta a bicikli kölcsönzőt, vagy hány személy vett részt egy túrán.
- **Szállás foglalások száma:** Az aktív turizmus esetén figyelembe kell venni a szállás foglalások számát, hogy megértsük, mennyi turista választja ezt a formáját a turizmusnak.
- **Nyereség:** Az aktív turizmus esetén figyelembe kell venni a bevételt, hogy megértsük, mennyi pénzt hoz egy adott aktív turisztikai tevékenység.
- **Elégedettség:** Az aktív turizmus esetén figyelembe kell venni a vendégek elégedettségi indexét, hogy megértsük, mennyire voltak elégedettek az aktív turisztikai tevékenységgel kapcsolatban, és hol kell javítani.
- **Utánkövetés:** Az aktív turizmus esetén figyelembe kell venni az utánkövetést, hogy megértsük, hogy az aktív turisztikai tevékenység mekkora hatást gyakorolt a turistákra, és hogy visszatérnek-e egy adott desztinációra.

Az egészségturizmusban alkalmazható mérőszámok közül néhány fontos példa:

- **Látogatószám:** Az egészségturizmusra vonatkozóan is figyelembe kell venni a látogatók számát, hogy megértsük, mennyire népszerű egy adott egészségturisztikai tevékenység.
- **Felhasznált szolgáltatások száma:** Az egészségturizmus esetén figyelembe kell venni, hogy hány szolgáltatást használnak a turisták, például hány személy használta a wellness szolgáltatásokat, vagy hány személy vett részt egy medical check-up-on.
- **Szállás foglalások száma:** Az egészségturizmus esetén figyelembe kell venni a szállás foglalások számát, hogy megértsük, mennyi turista választja ezt a formáját a turizmusnak.
- **Nyereség:** Az egészségturizmus esetén figyelembe kell venni a bevételt, hogy megértsük, mennyi pénzt hoz egy adott egészségturisztikai tevékenység.
- **Elégedettség:** Az egészségturizmus esetén figyelembe kell venni a vendégek elégedettségi indexét, hogy megértsük, mennyire voltak elégedettek az egészségturisztikai tevékenységgel kapcsolatban, és hol kell javítani.
- **Utánkövetés:** Az egészségturizmus esetén figyelembe kell venni az utánkövetést, hogy megértsük, hogy az egészségturisztikai tevékenység mekkora hatást gyakorolt a turistákra, és hogy visszatérnek-e egy adott desztinációra.
- **Medical outcome:** Az egészségturizmus esetén fontos figyelembe venni a medical outcome-ot is, mint az eredményeket, amiket a turisták értek az egészségturisztikai szolgáltatásaik használata után.

A kulturális turizmusban alkalmazható mérőszámok közül néhány fontos példa:

- **Látogatószám:** A kulturális turizmusra vonatkozóan is figyelembe kell venni a látogatók számát, hogy megértsük, mennyire népszerű egy adott kulturális turisztikai tevékenység.
- **Felhasznált szolgáltatások száma:** A kulturális turizmus esetén figyelembe kell venni, hogy hány szolgáltatást használnak a turisták, például hány személy látogatott egy múzeumba, vagy hány személy vett részt egy kulturális túrán.
- **Szállás foglalások száma:** A kulturális turizmus esetén figyelembe kell venni a szállás foglalások számát, hogy megértsük, mennyi turista választja ezt a formáját a turizmusnak.
- **Nyereség:** A kulturális turizmus esetén figyelembe kell venni a bevételt, hogy megértsük, mennyi pénzt hoz egy adott kulturális turisztikai tevékenység.
- **Elégedettség:** A kulturális turizmus esetén figyelembe kell venni a vendégek elégedettségi indexét, hogy megértsük, mennyire voltak elégedettek a kulturális turisztikai tevékenységgel kapcsolatban, és hol kell javítani.
- **Utánkövetés:** A kulturális turizmus esetén figyelembe kell venni az utánkövetést, hogy megértsük, hogy a kulturális turisztikai tevékenység mekkora hatást gyakorolt a turistákra, és hogy visszatérnek-e egy adott desztinációra.
- **Kulturális élmények száma:** A kulturális turizmus esetén fontos figyelembe venni, hogy mennyi kulturális élményt szereznek a turisták, például hány múzeumba, vagy kulturális eseményre látogatnak el.
- **Kulturális célokra látogatók aránya:** A kulturális turizmus esetén fontos figyelembe venni, hogy hány turista látogat egy adott desztinációt kifejezetten kulturális célokra.

Természetesen ezeken kívül az általános turisztikai mutatók használata is elengedhetetlen. A turisztikai menedzser feladata a mutatók követése és folyamatos felülvizsgálata. A leggyakrabban alkalmazott turisztikai mutatók a

- látogatószám
- beutazó turisták száma,
- turisták által elköltött összeg,
- érkezések és távozások száma,
- vendégéjszakák száma,
- átlagos tartózkodási idő,
- turizmus által generált bevételek,
- általános turisztikai foglaltság,
- átlagos vevőérték,
- új vevő megszerzésének átlagos költsége.

Az egyes mutatók kiszámításához szintén biztosítunk táblázatot a turisztikai menedzser számára, mellyel könnyedén tudja követni Gyomaendrőd turisztikai teljesítményét. A KPI-k javarészt egy ügyfél megszerzésének és megtartásának költségét hivatottak számítani, mellyel egyszerűen össze tudjuk vetni a turizmus kiadásait és megtérülését.



Cél	Összesen	KPI-k	KPI érték
Célbevétel	- Ft		
Ügyfélérték	1 Ft	Egy ügyfélre jutó átlagos kiadás évente (CAC)	0 Ft
		Átlagos éves bevétel/vásárló	1 Ft
		Átlagos bevétel az első vásárlásnál/vásárló	- Ft
		Átlagos vásárlóerő növekedés	1 Ft
Ügyfelek számának növekedése	0	Új ügyfelek	0
		Változás	20%

>>>

Költségvetési előirányzat	- Ft
Ügyfélszerzés	- Ft
Branding	- Ft

A maximális CAC kiszámításához használja ezt az egyszerű kalkulátort

Egy ügyfélre jutó átlagos kiadás évente	1 Ft
Jövedelmezőségi ráta	80%
max CAC =	1 Ft
Ajánlott CAC =	0 Ft

A megszerzendő érdeklődők számának kiszámítása:

Új ügyfelek	0
Fedezeti ponthoz képest aránya jelenleg	1%
Szükséges ügyfelek száma	0

72. ábra: A marketing fő teljesítménymutatói

Célcsoportok

A célcsoportok megfogalmazásánál először a desztinációt kezeltük termékként, ami alapján egy tágabb célcsoportot fogalmaztunk meg, leszűkítve a ténylegesen fizetőképes fogyasztókra.

Célcsoportok meghatározása

A fő célcsoportok kijelölése

Gyomaendrőd város turisztikai pozícióját, így a célcsoportokat is meghatározza a település sajátos adottsága. A város turizmusa három pilléren nyugszik, a három pillér azonban eltérő erősségű, egyrészt az évszaktól, másrészt pedig attól függően, hogy az adottságok mellett milyen kiépítettség, azaz milyen infrastrukturális háttér jellemzi a fogadó oldalt.

Az egyik pillér – avagy stratégiai termék – a Város **kulturális örökségére épülő turizmus**. Ez nem csak az építészeti értékek iránt érdeklődő vendégeket vonzza, hanem a különböző tematikájú rendezvényeken keresztül szélesebb célcsoportokat is. Napjainkban a posztmodern turizmusra jellemző, hogy az utazások során az élmény a meghatározó, az ismeretszerzés, a tanulás is az élményeken keresztül valósul meg. Jellemző tendencia, hogy a kultúra fogalma kitágul: már nem csak a hagyományos értelemben vett művészeti ágak és örökségek tartoznak a kultúrához, hanem az életstílus, a divat, a design, a kortárs művészetek is – egy utazás során keveredik tehát a klasszikus és a modern értelemben vett kultúra „fogyasztása”. A kulturális látnivalók szélesebb rétegeket vonzanak, növekszik az igény a kulturális és egyéb turisztikai termékek komplex igénybevételére. Ugyanakkor a felgyorsult életritmusnak megfelelően az utazások időtartama rövidül, még a kulturális turisták jelentős része is felszínes érdeklődésű. Ez nem jelenti az autentikus kulturális örökség iránt hiányzó érdeklődést, de a turisztikai attrakciók megteremtésekor figyelembe kell venni a látogatók igényeit. A kulturális turisták a kínálati oldaltól egyszerű érthetőséget és kreativitást várnak el, így maguk is szívesen bekapcsolódnak az élményteremtésbe, ami szintén segíti az autentikus élmény átélését a turisták számára.

A következő pillér a Város és természeti környezete adottságaira épülve az **aktív turizmus**, melynek alapja egyrészt a Körös nyújtotta adottságok, illetve a túrázásra

alkalmas útvonalak, másrészt a Város és környékének kerékpározási lehetőségei. Emellett meg kell említeni a horgászturizmus rendkívül gazdag adottságait is, amelyek már hosszú idő óta nagyszámú vendéget vonzanak a Városba. Egyelőre kisebb számú vendéget, de komoly perspektívát jelent a vadászat is. Az aktív turizmus szintén több szegmens számára jelent különleges vonzerőt, ezek közé tartoznak főként az aktív mozgásos életformát választó családok, de a fiatalabb korosztály is.

A harmadik pillér az **egészségturizmus**, melynek kereslete elsődlegesen a Liget Gyógyfürdőre irányul.

Mindhárom termék célcsoportjaira általánosan jellemző, hogy bár elsődleges motivációjuk, érdeklődésük az adott turisztikai termékre irányul, Gyomaendrődre történő utazási döntésüket akkor fogják meghozni nagyobb számban, ha a Városban mind a vonzerők-programok, mind pedig a szálláshelyek tekintetében gazdagabb és minőségi szempontból kiegyensúlyozottabb a kínálat, továbbá ez esetben várhatóan tartózkodási idejük hosszabb lesz.

A Város három fő terméke mellett számolni kell az **üzleti turizmus** vendégkörével is, de ennek a szegmensnek a fejlődéséhez szükség van egy minőségi szállodára is.

Jövőbeni célcsoportok

ÉRDEKLŐDÉS, KOROSZTÁLY SZERINT:

- Kulturális programok, rendezvények résztvevői;
- Aktív turizmus résztvevői – számuk és arányuk nőni fog;
- Horgászturizmusban résztvevők és családtagjaik (hagyományosan nagy létszámú vendégkör);
- Vadászok (a környékbeli vadászterületek nagy lehetőséget hordoznak magukban);
- Egészségtudatos 60+ korosztály (lényegében a gyógyvendégek és gyógyturisták, tehát döntően a gyógyászati szolgáltatások vendégköre – számuk és arányuk a gyógyászati és a szálláshelykínálat bővülése miatt nőni fog);
- Egészségtudatos középkorúak (és 45 és 60 éves kor között – csendesebb wellness programok iránt érdeklődők – számuk és arányuk a wellness és a szálláshelykínálat bővülése miatt nőni fog);
- Egészségtudatos fiatal felnőttek (30 és 45 éves kor között – aktív wellness iránt érdeklődők – számuk és arányuk a wellness és a szálláshelykínálat bővülése miatt nőni fog);
- Többgenerációs családok, akik kisebb (legfeljebb 13-14 éves) gyermekkel érkeznek, illetve akár többgenerációs családok – számuk és arányuk a strand- és csúszdafejlesztés, illetve a szálláshelykínálat bővülése miatt nőni fog;
- Baráti társaságok;
- Üzleti utazók, hivatásturizmus céljából érkező vendégek (céges csapatépítés, tréning – számuk és arányuk a wellness és a szálláshelykínálat bővülése miatt nőni fog, de inkább a jövőben, egy nagyobb kapacitású, minőségi szálloda megépülésével várható ezen célcsoport erősödése).

LAKÓHELY SZERINT:

- rövidtávon a helyi, környékbeli és megyei vendégek, de – a szálláshelybővítésnek köszönhetően – már nagyobb vonzáskörzetből;
- a felfutás után az ország távolabbi részéről érkező vendégek;
- külföldiek, továbbra döntően románok, lengyelek és németek.

SZERVEZETTSÉG SZERINT:

- 80%-ban egyéni vendégek (leginkább az online foglalás jellemző);
- 10% arányban sportolók (egyesületi szervezés);
- 10%-ban csoportosan érkező vendégek (nyugdíjasok, cégek).

A jövőbeni célcsoportok igényei és megfelelő kiszolgálásuk

Célcsoport	Jellemző igények	Kiszolgálás az élmény érdekében	Tartózkodási idő
Kulturális programok, rendezvények résztvevői	<ul style="list-style-type: none"> A kulturális események, programok, fesztiválok idején érkeznek; jellemzően nem sok időt töltenek más turisztikai termékkel (pl. a fürdőben). 	<ul style="list-style-type: none"> Idejük jó részét az adott kulturális eseményen töltik, nem mutatnak extra igényeket; Más programok (fürdőzés, kerékpártúra) iránt is érdeklődhetnek, de nem töltenek vele sok időt. 	<ul style="list-style-type: none"> 2-3 nap (függ az adott esemény időtartamától)
Aktív turizmus résztvevői (kenu-, kerékpár- és gyalogtúrázók);	<ul style="list-style-type: none"> Vízitúrán, kerékpártúrán és gyalogtúrán részt vevő fiatalok és felnőttek, akik vagy csillagtúra központjaként választják Gyomaendrődöt, vagy egy túra egy megállóhelyeként; az igényesebb, magasabb fizetési hajlandóságú vendégek 	<ul style="list-style-type: none"> Körös-parton kikötési (pl. stég) és zárható hajótárolási lehetőség; zárható kerékpár-tárolási lehetőség; számukra döntően a – vízitúrázás szezonjával egybeeső – nyári strandolás lesz vonzó, illetve a valamivel hosszabb kerékpáros, illetve gyalogos túraszezon 	<ul style="list-style-type: none"> 1-2 nap

	<p>minőségi szolgáltatásokat fognak keresni;</p> <ul style="list-style-type: none"> • akik nem szervezett túra résztvevői, azokat érdeklik a helyben igénybe vehető sportlehetőségek; • szolgáltatásként lényeges a sporteszközök bérlete, saját kerékpár vagy kenu esetén a tárolási lehetőségek, szerviz; • kikötés, strandolás és közeli szálláslehetőség; • szép természeti környezetben lévő biztonságos kerékpározás lehetősége; • szép természeti környezetben lévő sétautak. 	<p>résztvevőinek a termálmedence, a szauna és a masszázs lesznek a megfelelő szolgáltatások;</p> <ul style="list-style-type: none"> • szervezett túrák esetén népszerűek lesznek a kijelölt, feltérképezett túraútvonalak; • további fontos szempont, hogy minden korosztálynak, illetve a vendégek kondíciójának megfelelő terhelés érje a résztvevőket; • a szálláshelyeken az aktív életformához igazodó ellátás szükséges (pl. energiadús reggeli). 	
Horgászok	<ul style="list-style-type: none"> • Alacsony igények; • nyugodt környezet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tájékoztatás a vizek jellemzőiről; • felszerelés-vásárlási lehetőségek. 	<ul style="list-style-type: none"> • 7-10 nap
Vadászok	<ul style="list-style-type: none"> • Jellemzően az őz és az apróvad vadászata 	<ul style="list-style-type: none"> • Korai, energiadús reggeli; 	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 nap

	<ul style="list-style-type: none"> • korai kelés; • korai vadászreggeli; • fegyverek biztonságos tárolása; • magas költési hajlandóság, magas igények. 	<ul style="list-style-type: none"> • egy-egy minőségi (vad)vacsora jó borokkal. 	
Gyógyvendégek, gyógyturisták (egészségtudatos 60+ korosztály)	<ul style="list-style-type: none"> • Legtöbbször krónikus mozgásszervi betegségekre keresnek gyógymódot, enyhülést; • szezonon kívül, hétköznapiakon is szívesen jönnek, sőt, előnyben részesítik a főszezon kívüli időszakot; • döntően a gyógykezelések és a kellemes, nyugodt hangulat miatt érkeznek; • meghatározó számukra a csendes, szép környezet, a színvonalas kiszolgálás; 	<ul style="list-style-type: none"> • Jó minőségű kezelések (hatásos gyógyvíz, orvosi szaktudás, modern műszerek, eszközök, színvonalas infrastruktúra); • udvariasság, szolgálatkészség (idős emberek segítése); • külföldi vendégek estében nyelvtudás; • a tartózkodást színessé tevő programok ajánlása. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 hét is lehet



	<ul style="list-style-type: none"> • amennyiben egészségi állapotuk még jó, kiemelt figyelmet fordítanak annak megőrzésére; • érzékenyebbek az aktív korosztálynál; • akadálymentes környezet fontos lehet; • a célcsoportok között a legdinamikusabban növekvő célcsoport, mely fokozott utazási hajlandóságot mutat. 		
Wellness vendégek I. (egészségtudatos középkorúak – 45 és 60 éves kor között)	<ul style="list-style-type: none"> • Inkább hétvégéken, hosszú hétvégéken érkeznek; • általában már gyermek nélkül utaznak, legfontosabb motivációjuk a regenerálódás, kikapcsolódás; • az amatőr sportversenyek résztvevői jellemző módon ebből a korosztályból kerülnek ki, egyre tudatosabban 	<ul style="list-style-type: none"> • Színvonalas szolgáltatások (felkészült szakemberek, pl. wellness menedzser, színvonalas infrastruktúra, változatos programok); • jó egészségi állapot esetén ők is a wellness szolgáltatásokat részesítik előnyben, de már fontos számukra a gyógyvízhez köthető szolgáltatás is; 	<ul style="list-style-type: none"> • 3-4 nap

	<p>törekednek fittségük, egészségi állapotuk megőrzésére, javítására;</p> <ul style="list-style-type: none"> • a csendes, nyugodt környezet, a természet közelsége fontos számukra; • igénylik a színvonalas szolgáltatásokat (szépészet, gasztronómia); • amennyiben egészségi állapotuk megfelelő, ez a célcsoport is a wellness szolgáltatásokat részesíti előnyben, de már fontos számukra a termál- és a gyógyvíz is; • döntően a csendesebb wellness-programok iránt érdeklődnek; • egészségügyi probléma esetén nyitottak az alternatív terápiákra, a természetes 	<ul style="list-style-type: none"> • hazavihető tudás, életmód-tanácsadás; • udvariasság, szolgálatkészség; • külföldi vendégek estében nyelvtudás. 	
--	---	--	--

	<p>gyógytényezőkre épülő gyógyturizmusra;</p> <ul style="list-style-type: none"> • kevésbé árérzékenyek, jellemzően a minőségi szolgáltatásokat keresik. 		
<p>Wellness vendégek II. (egészségtudatos fiatal felnőttek – 30 és 45 éves kor között)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inkább hétvégén, hosszú hétvégén érkeznek; • a desztináció kiválasztásakor egyre fontosabb szempont a szabadidő aktív eltöltése, a sportolási lehetőségek; • előnyben részesítik az élményalapú, interaktív attrakciókat; • a fürdőben és a természetes vizek esetében is a fürdés, strandolás a fő motiváció, nem feltétlenül kötődnek a termál- és a gyógyvízhez; • alig árérzékenyek, minőségi szolgáltatásokat keresik; 	<ul style="list-style-type: none"> • Színvonalas szolgáltatások (felkészült szakemberek, modern eszközök, színvonalas infrastruktúra), változatos programok; • hazavihető tudás, életmód-tanácsadás; • szolgálatkészség (esetleg humor); • külföldi vendégek estében nyelvtudás. 	<ul style="list-style-type: none"> • 2-3 nap (gyakori a hosszú hétvége)

	<ul style="list-style-type: none"> • fogékonyak az életérzést sugárzó, lifestyle-jellegű szolgáltatások iránt; • amennyiben gyermekekkel utaznak, meghatározó gyerekbarát szolgáltatások. 		
Strand vendégei nyáron: az (akár többgenerációs) családok	<ul style="list-style-type: none"> • Óvodás korú gyermekekkel szinte bármikor, tanuló korú gyermekekkel az iskolai szünetek idején érkeznek; • a felgyorsult életritmusunknak köszönhetően, a családok egy része arra törekszik, hogy legalább rövid, hétvégi kikapcsolódásaik alkalmával több generáció is együtt töltsen az idejét; • ebben az esetben a desztinációknak és a szolgáltatóknak a legnagyobb kihívást az jelenti, hogy olyan 	<ul style="list-style-type: none"> • Élmenyfürdő (pezsgőfürdő, hullámmedence, nyakzuhany, egyéb víz alatti masszázsok, buzgár, sodrófolyosó); • sportpályák, sporteszközök, játszótér, játékok; • a gyermekek szempontja: minél több csúszda; • étkezés (pl. gyermekadag az étteremben, több helyen elérhető mikrohullámú sütő); • gyermekápolás (pl. pelenkázó a WC-kben); • a tartózkodást színessé tevő programok ajánlása. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jellemzően 1 hét

	<p>szolgáltatási struktúrát kínálnak, ahol minden generáció megtalálja a számára legmegfelelőbb kikapcsolódást olyan módon, hogy a különböző korosztályok mégse zavarják egymást;</p> <ul style="list-style-type: none"> • a családbarát szolgáltatásokat nyújtó élményfürdők legdinamikusabban növekvő vásárlói rétege – ezen a területen a promóciós tevékenységet érdemes kiterjeszteni a helyi családokra és a közelből érkező, szálláshelyet nem igénylő vendégekre is. • főként az élményfürdő-szolgáltatásokat keresik; 		
--	--	--	--



	<ul style="list-style-type: none"> • az adott korosztálynak megfelelő sport- és játéklehetőségek népszerűek; • a gyermekek biztonsága – kiemelkedően fontos; • speciális étkezési és gyermekápolási lehetőségek. 		
Baráti társaságok	<ul style="list-style-type: none"> • Elsősorban közös ünnepek (születésnapok, névnapok, házassági évfordulók megünneplése) kapcsán érkeznek; • jellemző még, hogy a hétvégi pihenésüket vagy a főszezoni nyaralást töltik együtt, baráti körben; • közös, interaktív élményeket, programokat igényelnek, melyeket közösen élhetnek át; • közös étkezés, minőségi gasztronómia; 	<ul style="list-style-type: none"> • Közös élményfürdőzés, szaunaszeánszokon való közös részvétel; • további tartalmas programok házon kívül; • közös étkezések, rendszerint ünnepi hangulatban. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 nap



	<ul style="list-style-type: none"> • az egészségturisztikai szolgáltatások között is előnyben részesítik a közösségi élményeket (pl.: szauna-szeánszok, fürdőzés, aktív programok) – a helyi lakosság és a közelből érkező, szálláshelyet nem igénylő vendégek e tekintetben is fontos célcsoport. 		
Üzleti utazók, hivatásturizmus	<ul style="list-style-type: none"> • Hivatalos eseményekre érkeznek a városba; • egyéni üzleti utazók a szállás és étkezés mellett külön tárgyalótermet is kérhetnek (meetingek); • konferencia, tréning esetén nagyobb, egybenytett konferenciatermet használnak; • az incentive utazók kényeztetést és döntően szabadidős 	<ul style="list-style-type: none"> • Minőségi konferenciaterem vagy tárgyalóterem; • a hivatalos programok zavartalansága; • minőségi gasztronómia; • udvariasság, szolgálatkészség; • minőségi wellness programok (pl. szauna, masszázs) esztétikus környezetben. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 nap



	<p>szolgáltatásokat igényelnek, hiszen az ott tartózkodásuk ajándék, a cég fizeti, akitől az utazást kapták szakmai teljesítményükért;</p> <ul style="list-style-type: none">• nem időjárásfüggő, és jellemzően hétköznapiokon szerveződnek, kötött időpontokban történő csoportos étkezések a jellemzők.		
--	---	--	--

60. táblázat: A potenciális célszegmensek jellemzői

Versenyárs elemzés – Közeli fürdővárosok

A versenyárs elemzés célja megérteni a termékünk jelenlegi pozícióját – jelen esetben a turisztikai térképen – a hasonló terméket (desztinációt) értékesítőkhöz képest.

- Szarvasi Szent Klára Gyógyfürdő
- Árpád Gyógy- és Strandfürdő, Békéscsaba
- Barack Gyógy- és Élményfürdő, Tiszakécske
- Orosháza – Gyopárosfürdő Gyógy-, Park- és Élményfürdő
- Gyulai Várfürdő
- Túrkeve Termál és Élményfürdő, Apartman, Szálló és Kemping - Gyógyfürdő Kft.
- Gyógyászati Központ és Gyógyfürdő – Békés

Versenytárs #1 - Szarvas

Versenytárs Profilja	Versenytárs leírása
Versenytárs Neve	Szarvasi Szent Klára Gyógyfürdő
Versenytárs Szlogenje	“Gyógyvíz, Szauna-Sziget – Élvezzen Ön is!”
Versenytárs Marketing Taktikái	Folyamatos fejlesztések, Erős desztináció menedzsment
Versenytárs Árazása	Gyomaendrődhöz képest alacsonyabb árszínvonal hasonló szolgáltatásokkal
Versenytárs Fürdő MTÜ besorolása	Országos, Kiegészítő egészségturisztikai település

61. táblázat: Versenytárselemzés: Szarvas

Versenytárs #2 - Békéscsaba

Versenytárs Profilja	Versenytárs leírása
Versenytárs Neve	Békéscsabai Árpád Gyógy- és Strandfürdő
Versenytárs Szlogenje	"Békéscsabai Árpád Gyógy- és Strandfürdő a város szívében!"
Versenytárs Marketing Taktikái	Hosszú nyitvatartás, központi elhelyezkedés
Versenytárs Árazása	Gyomaendrődhöz képest magasabb árszínvonal hasonló szolgáltatásokkal
Versenytárs Fürdő MTÜ besorolása	Térségi, Meghatározó egészségturisztikai település

62. táblázat: Versenytárselemzés: Békéscsaba

Versenytárs #3 - Tiszaécske

Versenytárs Profilja	Versenytárs leírása
Versenytárs Neve	Barack Thermal Resort Tiszaécske
Versenytárs Szlogenje	"A hely, aminek lelke van!"
Versenytárs Marketing Taktikái	Wellness szolgáltatások, minőségi szálláshely a fürdő területén
Versenytárs Árazása	Jelentősen magasabb árszínvonal kiemelkedő minőséggel párosulva
Versenytárs Fürdő MTÜ besorolása	Nemzetközi regionális, Meghatározó egészségturisztikai település

63. táblázat: Versenytárselemzés: Tiszaécske

Versenytárs #4 - Orosháza

Versenytárs Profilja	Versenytárs leírása
Versenytárs Neve	Orosháza-Gyopárosfürdő
Versenytárs Szlogenje	"Az Alföld Gyöngye!"
Versenytárs Marketing Taktikái	Információk könnyű, egy helyen való elérhetősége, szombatonként hosszú nyitva-tartás
Versenytárs Árazása	Közel azonos ár
Versenytárs Fürdő MTÜ besorolása	Nemzetközi regionális, kiegészítő egészségturisztikai település

64. táblázat: Versenytárselemzés: Orosháza

Versenytárs #5 - Gyula

Versenytárs Profilja	Versenytárs leírása
Versenytárs Neve	Gyulai Várfürdő
Versenytárs Szlogenje	nincs
Versenytárs Marketing Taktikái	Aquapalotával a kisgyermekes családok, gyógykezeléssel az idősebb generáció megszólítása, tervezett fejlesztés
Versenytárs Árazása	Jelentősen magasabb árszínvonal
Versenytárs Fürdő MTÜ besorolása	Nemzetközi Regionális Zászlóshajó

65. táblázat: Versenytárselemzés: Gyula

Versenytárs #6 - Túrkeve

Versenytárs Profilja	Versenytárs leírása
Versenytárs Neve	Túrkeve Termál és Élményfürdő, Apartman, Szálló és Kemping - Gyógyfürdő Kft.
Versenytárs Szlogenje	nincs
Versenytárs Marketing Taktikái	Új honlap, bérletkedvezmények
Versenytárs Árazása	Gyomaendrődnél magasabb árszínvonal
Versenytárs Fürdő MTÜ besorolása	Térség, Kiegészítő egészségturisztikai település

66. táblázat: Versenytárselemzés: Túrkeve

Versenytárs #7 - Békés

Versenytárs Profilja	Versenytárs leírása
Versenytárs Neve	Gyógyászati Központ és Gyógyfürdő – Békés
Versenytárs Szlogenje	nincs
Versenytárs Marketing Taktikái	Alacsony ár taktikája
Versenytárs Árazása	Gyomaendrődnél alacsonyabb árszínvonal
Versenytárs Fürdő MTÜ besorolása	Térség, Kiegészítő egészségturisztikai település

67. táblázat: Versenytárselemzés: Békés

Marketing Mix

Product - Termék

A termék (esetünkben Gyomaendrőd, mint desztináció) a Marketing Mixen belül az első P. A "Termék" kategóriába a fizikai, ténylegesen megfogható termékek, illetve természetesen a szolgáltatások is beletartoznak, tehát minden, amely közvetlen, vagy közvetett módon profitot jelenthet a Város számára a turisták által.

A termékek jelen esetben a különböző turizmustípusok, vagyis az aktív-, a kulturális, illetve a wellness- és egészségturizmus. Az ezekből, a menedzser és a TDM tagok által képzett csomagok tekinthetők egyenként turisztikai terméknek.

Összességében maga Gyomaendrőd, mint desztináció is turisztikai termék, ennek marketingje a TDM szervezet, azaz a turisztikai menedzser feladata.

Price - Ár

A második P, azaz az "Ár" tulajdonképpen az árkatagóriát jelöli annak függvényében, hogy a megcélzott csoportok milyen lehetőségekkel és szokásokkal rendelkeznek.

Az árazás esetében meghatározó szerepet játszanak az egyes szolgáltatások minősége, illetve a megcélzott fogyasztók jövedelmi szintje. Adatgyűjtéseink és szegmentációnk során arra jutottunk, hogy Gyomaendrőd, mint desztináció a középkategóriát képviseli árban, illetve minőségben egyaránt.

Place - Értékesítés helye

A harmadik P, tehát az "Értékesítés helye" az(oka)t a csatorná(ka)t jelöli, amelyen keresztül a potenciális fogyasztókat megszólítjuk.

Az online marketingcsatornák a következők lesznek: A TDM szervezet által működtetett honlap, közösségi média (Facebook, Instagram, TikTok) platformok.

Az offline marketing csatornák közé tartozik maga a Tourinform iroda, a TDM szervezet által jövőben kiadni tervezett turisztikai kiadványok, magazinok, illetve további, offline megjelenő hirdetések.

Promotion - Promóció

A "Promóció", azaz a negyedik P a termékre való figyelem felhívásának, eladásának stratégiáját mutatja be.

A promóción belül természetesen az előbb bemutatott online és offline csatornákon keresztül megvalósított fizetett hirdetések jelentős szerepet játszanak. Ezeken kívül az egyes események hirdetései, kommunikációja is ide tartozik.

Marketing Csatornák

Csatorna #1 – Honlap

A honlap a turisztikai termékek elérhetőségének alapja, ahol a turisták megtalálhatják az összes fontos információt a termékekről, szolgáltatásokról, árakról és foglalási lehetőségekről. A honlapnak könnyen navigálhatónak és esztétikusnak kell lennie, hogy a turisták élvezni tudják a böngészést, és könnyen megtalálhassák az információkat, amikre szükségük van.

Csatorna #2 – E-Mail marketing

Az e-mail marketing az egyik legjobb módja a célzott üzenetek küldésének, ahol a turisztikai termékekkel kapcsolatos információkat küldhetünk a potenciális turistáknak. Az e-mail marketing segítségével a turisztikai szolgáltatók értesíthetik a turistákat az új termékekről, kedvezményekről és eseményekről.

Csatorna #3 – Tartalom marketing

A tartalom marketing azt jelenti, hogy értékes tartalmat készítünk a turisták számára, amely segít nekik a döntéseikben, és élményeiket a termékekkel kapcsolatban. Például blogok, videók, és infó grafikák formájában.

Csatorna #4 – Közösségi Média Marketing

A közösségi média marketing segítségével a turisztikai szolgáltatók elérhetik a potenciális turistákat, és kapcsolatot tarthatnak velük a közösségi média platformokon, mint például a Facebook, Instagram, TikTok stb.

Csatorna #5 – “Word-of-Mouth” Marketing

A “Word-of-Mouth” marketing azt jelenti, hogy a turisták ajánlják a termékeket és szolgáltatásokat barátaiknak és családtagjaiknak, ami nagyon hatásos lehet a termékek népszerűsítésében. A “Word-of-Mouth” marketingnek nagyon fontos szerepe van a turisztikai termékek eladásában, mert, ha egy turista pozitívan beszél egy termékről, akkor valószínűbb, hogy mások is meg fogják vásárolni.

Csatorna #6 – SEO

A SEO (keresőoptimalizálás) azt jelenti, hogy a turisztikai termékek láthatóbbá tételét célozzuk meg a keresőmotorokban, hogy a turisták könnyebben

megtalálhassák őket. A SEO segítségével a turisztikai termékek elérhetőbbé válnak a turisták számára, és valószínűbb, hogy rájuk kattintanak.

Csatorna #7 - Networking

A networking azt jelenti, hogy a turisztikai szolgáltatók kapcsolatot tartanak a másik szolgáltatókkal és az ügyfelekkel, hogy összefogjanak és együtt dolgozzanak a turisztikai termékek népszerűsítésén. A networking segíthet a turisztikai szolgáltatóknak új ügyfeleket szerezni, és megtalálni a megfelelő partnereket a termékek népszerűsítésére.

Csatorna #8 - Események

Az események segítségével a turisztikai szolgáltatók találkozhatnak az ügyfelekkel, és bemutatják a termékeiket. Az események segíthetnek a turisztikai termékek népszerűsítésében, és lehetővé teszik a turisták számára, hogy kipróbálhassák a termékeket.

Csatorna #9 - Online Hirdetések

Az online hirdetések az egyik legjobb módja annak, hogy a turisztikai termékeket a potenciális turisták elé tudjuk tárni, például Google Adwords, Facebook hirdetések, Instagram hirdetések stb. Az online hirdetések segítségével a turisztikai szolgáltatók célzott üzeneteket küldhetnek a potenciális turistáknak, és könnyen mérhetik az eredményeket. Az online hirdetések lehetővé teszik a turisztikai szolgáltatók számára, hogy megtalálják a megfelelő célközönséget, és hogy a termékeiket a megfelelő időben és helyen tudják elérni.

Marketing Felelősségvállalás

Felelősség	Felelős Neve/Pozíciója
Stratégia	Turisztikai menedzser
Írás	Turisztikai menedzser/Asszisztens
Dizájn	Turisztikai Asszisztens/Külső cég
Közzététel	Turisztikai Asszisztens
Automatizáció	Turisztikai Asszisztens
Mérés	Turisztikai Menedzser
Kommunikáció	Turisztikai Menedzser

68. táblázat: Marketing felelősségvállalás

Marketing Technológia

Szoftverek, eszközök források összessége, amelyek hozzájárulnak a tervezéshez, megvalósításhoz, monitorozáshoz és irányításhoz.

Technológia	Hozzá tartozó Eszköz, Szoftver
Ügyfélkapcsolat-menedzsment (CRM ⁹)	Salesforce, Microsoft Dynamics, Zoho CRM
Honlap	WordPress, Wix, Squarespace
Blog	WordPress, Blogger, Medium
E-mail	Gmail, Outlook, MailChimp
Közösségi Média	Hootsuite, Buffer, Sprout Social
Keresőoptimalizálás (SEO ¹⁰)	Ahrefs, SEMrush, Moz Pro
Elemzés	Google Analytics, Tableau, Power BI
Tesztelés	Selenium, JIRA, Testcomplete
Tudásmegosztás	Confluence, SharePoint, Asana
Kommunikáció	Slack, Microsoft Teams, Zoom
Operatív Menedzsment	Trello, Monday.com, Asana
Időbeosztás	Todoist, Asana, Google Naptár

69. táblázat: Marketing technológia

⁹ CRM: Customer Relationship Management (Ügyfélkapcsolat-menedzsment)

¹⁰ SEO: Search Engine Optimization

Időzítés a Marketing Tervhez a tervezett Influencer kampánnyal együtt

Gyomaendrőd Város Önkormányzat Turisztikai Stratégia 2023 Marketing Terv

			Q2			Q3			Q4			Q1		
			Április	Május	Június	Július	Augusztus	Szeptember	Október	November	December	Január	Február	Március
Ajánlatok	Különleges ajánlatok	Sajt- és Túró Fesztivál					Halfőző Verseny			Böllérpálinka Verseny	Karácsonyi Akció	Újévi Akció		
	Szezonális ajánlatok	Húsvét Hosszú Hétvége	Pünkösdi Hosszú Hétvége						Hosszú Hétvéges Akció (10.21.-10.23.)					
	Termékmegjelenések			Szuvenírek készen										
Tartalom	Honlap	Honlap elkészítése	Munkálatok elkezdése	Honlapkészítés	Honlapkészítés	Honlap készen áll	Felülvizsgálat	Felülvizsgálat	Felülvizsgálat	Felülvizsgálat	Felülvizsgálat	Felülvizsgálat	Felülvizsgálat	Felülvizsgálat
	Ösztönzés	Ingyenes Tartalom	Turisztikai Kiadvány (offline és online)	Szonda Pista videókalauz: Kállai hagyatéék	Joe Petersburg album		Turisztikai Kiadvány (offline és online)		Szonda Pista videókalauz (Corini Margit)	Turisztikai Kiadvány (offline és online)		Szonda Pista videókalauz (Kner hagyatéék)		Joe Petersburg album
	Közösségi média	Balázs Andrea (havonta 2 poszt) (Facebook, Instagram, TikTok)	Gyerekkori emlékek + Sajt- és Túrófesztivál poszt	Erzsébet Liget bemutatása + Gyógyfürdő	Gyomaendrői gyerekkori nyarak 2 poszt	Bicajozás a gáton, Lángossütés Gyomaendrődön	Halfőző Verseny, Horgászat	Éttermekkalauz poszt, Csicsergő hajókázás	Csicsergő éjszakai túra, Néptáncgyűttes együttműködés	Böllérpálinka Emlékverseny, Kner nyomda	Szent Antal ház kenyérsütés, Gyerekkori karácsonyi emlékek	Bárka Látogatóközpont, Hármaskörös Pálinka Manufaktúra	Kállai hagyatéék, Holtágak télen bemutatás	Szonda István, Vidovszky Képtár
		Kandász Andrea (Gyomaendrőd kisfilm) (Körösök Ölelése Facebook oldalon)		Gyomaendrőd bemutatás + Körösök Ölelése bemutatás kisfilm										
		Tótka Sándor (videók) (Körösök Ölelése Facebook oldalon)	Futás		Sárkányhajózás helyi iskolásokkal		Kajakozás		Biciklizés Gyomaendrődön					Tótka Sándor és Szujó Zoltán beszélgetés a Hollerben a gyomaendrői emlékekről
		Szujó Zoltán (kép+leírás) (Körösök Ölelése Facebook oldalon)				Liget Gyógyfürdő				Hármaskörös Pálinka Manufaktúra	"Gyerekkori emlékek" karácsonyi gyomaendrői séta			
		Fásy Ádám (kép+leírás)(Körösök Ölelése Facebook oldalon)	Sajt- és TúróFesztivál 3 poszt (előtte-közben-utána)							Böllérpálinka Emlékverseny 3 poszt (előtte-közben-utána)				

73. ábra: Marketing Terv időzítés

Marketing Vázlatos Költségvetés

Össességében elmondható, hogy az alapvető költségnek a marketingen belül a következőképpen oszlanak el általánosan¹¹:

Reklámköltségek	25%
Termékfejlesztés és -tesztelés	5%
Márkaépítés és PR	20%
Közösségi média marketing	15%
E-mail marketing és CRM	5%
Tartalommarketing	10%
Keresőoptimalizálás (SEO)	5%
Utazási irodák és online foglalási oldalak	5%
Helyi érdekességek és programok promótálása	10%
Összesen	100%

70. táblázat: Marketingköltségek eloszlása

¹¹ A táblázat Excel formátumban szerepel a függelékek között (Marketing Terv névvel), amely alapján a Turisztikai Menedzser folyamatosan felül tudja írni a tervet az éppen aktuális költségvetés alapján. A leírt költségmegoszlás kizárólag ajánlás, a menedzser ezt saját tapasztalata és véleménye alapján bármikor megváltoztathatja.

- **Reklámköltségek:** Ezen a költségnevet alatt a hirdetések, plakátok, televíziós és rádiós reklámok, valamint az online hirdetések költségei szerepelnek.
- **Termékfejlesztés és -tesztelés:** Ezen a költségnevet alatt az új turisztikai termékek fejlesztése és tesztelése szerepel. Például, ha egy utazási iroda új, biciklis túrát akar indítani, akkor a biciklik beszerzése, a túra útvonala és az útmutatók készítése ezen a költségnevet alatt szerepelne.
- **Márkaépítés és PR:** Ezen a költségnevet alatt az utazási iroda vagy a turisztikai cég márkájának népszerűsítése szerepel. Például, ha egy utazási iroda sajtótájékoztatót tart, hogy bemutasson egy új turisztikai terméket, akkor ez a sajtótájékoztató költsége a márképítés és PR költségei közé esik.
- **Közösségi média marketing:** Ezen a költségnevet alatt az utazási iroda vagy turisztikai cég közösségi média oldalain való hirdetések, valamint a közösségi média platformokon való jelenlét költségei szerepelnek. Például, ha egy TDM szervezet közösségi média kampányt indít, hogy népszerűsítse a desztinációt (ahogy esetünkben is), akkor ez a kampány költsége a közösségi média marketing költségei közé esik.
- **E-mail marketing és CRM:** Ezen a költségnevet alatt az utazási iroda vagy turisztikai cég e-mailes hirdetések küldése, valamint a kliensekkel való kapcsolattartás költségei szerepelnek.
- **Tartalommarketing:** Ezen a költségnevet alatt az utazási iroda vagy turisztikai cég által készített, a turizmust népszerűsítő tartalmak költségei szerepelnek.

- **Keresőoptimalizálás (SEO):** Ezen a költségnem alatt TDM szervezet weboldalának keresőoptimalizálása szerepel, hogy az oldal a keresőmotorokban előrébb kerüljön.
- **Utazási irodák és online foglalási oldalak:** Ezen a költségnem alatt az utazási irodák és online foglalási oldalak által szolgáltatott szolgáltatásokért fizetendő díjak szerepelnek.

A turisztikai menedzser számára több kalkulátor táblát készítettünk elő, mely alapján az eredmények, a költségek eloszlása folyamatosan követhető. Ezek a táblázatok szintén megtalálhatók a függelékek között, szemléltetésként azonban itt is megjelenítjük:

Január	-	Ft	Február	-	Ft
Reklámköltségek					
Termékfejlesztés- és tesztelés					
Márkaépítés és PR					
Közösségi média marketing					
E-mail marketing és CRM					
Tartalommarketing					
Keresőoptimalizálás					
Utazási irodák és egyéb foglalási oldalak					
Helyi érdekességek és programok promótálása					
Kiszervezés (Január)	-	Ft	Február	-	Ft
Reklámköltségek					
Termékfejlesztés- és tesztelés					
Márkaépítés és PR					
Közösségi média marketing					
E-mail marketing és CRM					
Keresőoptimalizálás					
Utazási irodák és egyéb foglalási oldalak					
Havi Kiadások Összesen	-	Ft		-	Ft
Havi cél	-	Ft		-	Ft
Eltérés	-	Ft		-	Ft
Havi KPI-k					
Egy ügyfélre jutó átlagos kiadás évente (CAC)		0,33 Ft			150 Ft
Új ügyfelek	0			0	
Elérések összesen	0			0	
Éves Kiadás	-	Ft			
Éves cél	-	Ft			
Eltérés	-	Ft			

71. táblázat: Marketingköltségek részletes bontása

A különböző, hónapokra lebontott tételek esetében legördülő listából választhatja ki a turisztikai menedzser a releváns költségtípusokat, melyeket a tábla automatikusan összegez, illetve amennyiben a menedzser rendszeresen vezeti a célokat számszerűsítve, a kalkulátor megjeleníti a célok, illetve a tényleges eredmények közötti különbséget is, amely jó támpontot ad az elemzéshez és az eredmények alapján lévő újratervezéshez.

Influencer kampány terve

Kampány célja: Gyomaendrőd népszerűsítése a potenciális célközönség számára

Kampány időtartama: 1 év

Kampány költségkerete: 16 millió Forint

1. Lépés: Influencer kiválasztása

A kampány célja, hogy a várost a célközönség számára népszerűsítsük, ezért influencereket választunk, akiknek a követői között található a célközönség.

A kiválasztás során figyelembe vesszük az influencerek követőinek számát, valamint azt, hogy az influencereknek van-e kapcsolatuk a várossal, vagy hasonló témákban posztolnak-e.

Végül 3-5 influencert választunk ki, akikkel együttműködünk a kampány során.

Balázs Andrea

Balázs Andrea színésznő, aki Gyomaendrődön született. 1991-ben végzett a Színművészeti Egyetem színész szakán. Azóta rendszeresen szerepel televíziós sorozatokban, valamint mozifilmekben és színházi előadásokban. Legismertebb szerepei közé tartozik a "Barátok közt" című sorozatból ismert "Kovács Anikó" és a "Válótársak" című filmben látható "Tünde" karaktere. Emellett aktív közéleti személyiség is, többek között az Emberi Erőforrások Minisztériumának a hátrányos helyzetű gyerekekkel foglalkozó programjának az arca.

Balázs Andrea jelenléte a közösségi média platformokon is erős, a Facebookon 8 000 követővel rendelkezik, az Instagramon 76 100 követővel, a TikTokon 84 100 követővel, a YouTube-on nem releváns. Az elmúlt 3 hónapban 55 posztot tett közzé a Facebookon, 53-at az Instagramon, 32-t a TikTokon. A posztonkénti átlagos kedvelések száma Instagramon 1 056.

Balázs Andrea	Facebook	Instagram	TikTok	YouTube
Követők	8000	76100	84100	nem releváns
Like	194	1056	569	
Komment	13	32	15	
Nézettség	nem releváns	29646	8142	
Posztok száma (az elmúlt 3 hónapban)	55	53	32	

72. táblázat: Balázs Andrea statisztikái a közösségi média platformokon

Kandász Andrea

Kandász Andrea televíziós műsorvezető, író, médiaszakember, főszerkesztő, producer és szociológus. Korábban dolgozott a Magyar Televízióban, Duna TV-nél, majd a TV2-n, ahol olyan műsorokat vezetett, mint a Kalandjártat, az Ügy, Szülészoba, Big Brother, Napló, Tények, Forró Nyomon, Ablak Európára, Mokka, Kandász Travel, KandászMamik és Ázsia Expressz 2.

Két alkalommal az Év legjobb riporterének és műsorvezetőjének választották. 2019-ben Női Kiválóság díjat kapott a nőkért és anyákért végzett munkájáért.

A közösségi média platformokon is jelen van, a Facebookon 70 000 követővel, az Instagramon 46 800 követővel, a TikTokon nem releváns, míg a YouTube-on 2 770 követővel rendelkezik. Az elmúlt 3 hónapban 71 posztot tett közzé a Facebookon és az Instagramon, míg a YouTube-on 22 posztot. Az átlagos kedvelés száma Instagramon 132.

Kandász Andrea	Facebook	Instagram	TikTok	YouTube
Követők	70000	46800	nem releváns	2770
Like	348	132		nem releváns
Komment	51	9		nem releváns
Nézettség	nem releváns	3918		1265
Posztok száma (az elmúlt 3 hónapban)	71	71		22

73. táblázat: Kandász Andrea statisztikái a közösségi média platformokon

Szujó Zoltán

Szujó Zoltán televíziós újságíró, sportriporter, műsorvezető, sportvezető. Gyermekkorát Gyomaendrődön töltötte, majd a Kner Imre Gimnáziumban végezte középiskolai tanulmányait.

2000-ben kezdett dolgozni az RTL Klubnál, ahol országos ismertséget szerzett, mint Formula 1-es futamok helyszíni riportere és műsorvezetője, illetve rendszeresen tudósított a legjobb magyar és külföldi profi ökölvívók mérkőzéseiről. 2012-ben visszatért a Telesporthoz, és a közszolgálati média munkatársa lett. 2014-től az MTVA Sportfőszerkesztősége vezetője volt, de 2015-ben lemondott a posztjáról. Jelenleg a TV2-nél dolgozik.

Az Instagram platformon 24 300 követővel rendelkezik, az elmúlt 3 hónapban 42 posztot tett közzé. Az átlagos kedvelés száma Instagramon 852. Az Instagramon 5 186 nézettséget ért el a posztjai. Az egyéb közösségi média platformokon (Facebook, TikTok, YouTube) nem releváns a jelenléte.

Szujó Zoltán	Facebook	Instagram	TikTok	YouTube
Követők	nem releváns	24300	nem releváns	nem releváns
Like		852		
Komment		4		
Nézettség		5186		
Posztok száma (az elmúlt 3 hónapban)		42		

74. táblázat: Szujó Zoltán statisztikái a közösségi média platformokon

Tótká Sándor

Tótká Sándor kajakozó, aki több világ- és Európa-bajnoki címet nyert, valamint egy aranyérmet szerzett a 2020-as nyári olimpián.

2010-ben aranyérmet nyert a nyári ifjúsági olimpián 200 méteren. 2013-ban a gyorsasági kajak-kenu világbajnokságon 200 méteren 10. helyen végzett, váltóban pedig bronzérmes lett. 2014-ben aranyérmet nyert gyorsasági kajak-kenu világbajnokságon 4 × 200 méter váltóban. 2015-ben a gyorsasági kajak-kenu világbajnokságon 200 méteren aranyérmes volt Molnár Péterrel. 2016-ban 500 méteren első helyen végzett a gyorsasági kajak-kenu Európa-bajnokságon. 2020-ban aranyérmet szerzett a nyári olimpián 200 méteren.

Tótká Sándor rendelkezik Instagram és TikTok fiókkal, ahol 13 000 és 709 követővel rendelkezik, illetve ezeken 1 922 és 726 like-ot kapott az elmúlt 3 hónapban. Az Instagramon 21 763-en nézték meg közzétett videóit, míg TikTokon 8 675-en. Az elmúlt 3 hónapban 12 bejegyzést tett közzé Instagramon, TikTokon pedig összesen 1-et.

Tótká Sándor	Facebook	Instagram	TikTok	YouTube
Követők	nem releváns	13000	709	nem releváns
Like		1922	726	
Komment		5	10	
Nézettség		21763	8675	
Posztok száma (az elmúlt 3 hónapban)		12	1	

75. táblázat: Tótká Sándor statisztikái a közösségi média platformokon

Fásy Ádám

A gyomaendrődi születésű, országosan ismert televíziós személyiség arca lehet olyan már jól bejáratott rendezvényeknek, mint az évente, hagyományosan novemberben megrendezett Gyomaendrődi Disznótoros és Tímár János Böllérpálinka Emlékverseny, vagy az áprilisban rendezett, széles rétegeket vonzó Nemzetközi Sajt- és Túrófesztivál.

Fásy Ádám nem csak házigazdája lehet ezen rendezvényeknek, mint korábban erre volt példa, hanem a saját közösségi oldalán reklámarca is lehet ezeknek az eseményeknek.

2. Lépés: Tartalom készítése

Együttműködés keretében az influencereknek javasunk témákat, amikkel a várost bemutathatják a követőiknek.

Az influencerek saját stílusukban, de a városnak és a kampánynak megfelelően készítenek tartalmat (fotókat, videókat, posztokat stb.)

Az influencerek közzétett tartalmaihoz Gyomaendrőd nevét és a kampány hashtag-jét használjuk.

Az influencer-marketing egy olyan marketingeszköz, amely azt a célt szolgálja, hogy egy adott terméket, szolgáltatást, márkát vagy helyet a közösségi média platformjain keresztül népszerűsítsenek. A desztináció népszerűsítése érdekében az influencerrel készíttethető tartalmak közé tartozhatnak:

- **Utazó vlog:** Az adott influencer egy videós bejegyzést készít, amelyben bemutatja Gyomaendrőd nevezetességeit, érdekességeit és az ott élő emberek életét.
- **Instagram Story:** Az influencer rövid videókat készít, amelyekben Gyomaendrőd látnivalóit a helyi kultúrát mutatja be.
- **Instagram Poszt:** Az influencer fényképeket készít Gyomaendrőd nevezetességeiről és érdekességeiről, és egy rövid leírást ad hozzá, hogy miért érdemes ellátogatni oda.
- **Instagram Live:** Az influencer egy élő adásban mutatja be Gyomaendrődöt, és válaszol követői kérdéseire.
- **Utazási blog:** Az influencer egy részletes cikket ír Gyomaendrődről, amelyben bemutatja a nevezetességeket, ajánlja a helyi ételeket és a szállásokat.

A javasolt posztok az „Időzítés” táblában láthatók.

3. Lépés: Kampány menedzselése és mérése

A kampány során folyamatosan figyeljük az influencerek közzétett tartalmakat, és segítünk nekik abban, hogy minél több emberhez jussanak el.

A kampány során folyamatosan mérjük a követők számát, valamint azt, hogy mennyi interakció (komment, like, megosztás) történik az influencerek tartalmai között.

A kampány végén összegezzük az eredményeket, és megállapítjuk, hogy mennyit sikerült elérni a célokkal kapcsolatban.

4. Lépés: Eredmények elemzése és további lépések

Ha a kampány sikeres volt, akkor további lépéseket teszünk a város népszerűsítése érdekében, például újabb kampányokat indítunk, vagy további együttműködéseket kezdeményezünk.

Ha a kampány kevésbé volt sikeres, akkor elemezzük, hogy mi volt a probléma, és javító lépéseket teszünk annak érdekében, hogy a következő kampányban jobb eredményeket érjünk el.

Vázlatos Költségterv:

- **Influencerek díjai:** 8 millió Forint (3-5 influencerrel számolva, az összeg lehet nagyobb vagy kisebb a véglegesen kiválasztott influencerek számától és díjtételétől függően)
- **Tartalom készítése:** 2 millió Forint (pl. fotós, videós, szerkesztő stb. költségei)
- **Kampány menedzselése:** 3,5 millió Forint (pl. online hirdetések, mérések stb.)
- **Egyéb költségek:** 2,5 millió Forint (pl. utazás, szállás stb. amennyiben szükséges)

Az összes költség: 16 millió Forint

A fenti költségterv csupán egy vázlat, a konkrét költségek változhatnak a kampány valós lebonyolítása során, ennek felügyelete és tervezése a Turisztikai Menedzser feladata.

Turisztikai Stratégia és Akcióterv

Javaslatok

Rövid távú javaslatok

R.1.	Körösök Ölelése TDM Szervezet
R.2.	Turisztikai Tanács Létrehozása
R.3.	Tourinform iroda alkalmazott(ak) felvétele és képzése
R.4.	Tourinform iroda nyitvatartásának megváltoztatása
R.5.	Turisztikai Menedzser felvétele
R.6.	Turisztikai Honlap létrehozása
R.7.	Turisztikai Kiadvány
R.8.	Turisztikai Csomagok képzése
R.9.	Turisztikai Vendégelőadások
R.10.	Ajándéktárgyak, szuvenírek fejlesztése, gyártása és értékesítése
R.11.	Rendezvények megújítása

76. táblázat: Rövid távú javaslatok listája

Középtávú javaslatok

K.1.	Kreatív Belépők
K.2.	Horgász Térkép
K.3.	Pontgyűjtő Rendszer - Kajla útlevel
K.4.	Holtágak megközelíthetőségének javítása
K.5.	Bevezető utak minőségének javítása (8 tábla létesítése)
K.6.	Biciklikölcsönző létesítése
K.7.	Elektromos, 16 fős kisbusz beszerzése a turisták szállítására
K.8.	Sportesemények szervezése (például Ötpróba futóverseny)

77. táblázat: Középtávú javaslatok listája

Hosszú távú javaslatok

H.1.	"Ligettől Ligetig"
H.2.	Kner nyomda köré épülő kulturális turizmus
H.3.	Liget Gyógyfürdő fejlesztése
H.4.	Termálvíz értékesítésének módjai
H.5.	Fűzfás-zug partján wellness-szálloda kialakítása sportkomplexummal, illetve kapcsolódó közművesítés, útépités, egyéb
H.6.	Ifjúsági és Sporttábor felújítása
H.7.	Csicsergő Vízitúra Megállóhely és Horgásztanya felújítása
H.8.	"Kállai Napok" összművészeti fesztivál

78. táblázat: Hosszú távú javaslatok listája

Javaslatok leírása

Rövid távú javaslatok

A rövid távú javaslatok azok a belátható időn belül megvalósítható elképzelések, amelyek relatíve alacsony tőke- és időráfordítással véghezvihetők, mégis jelentős mértékben hozzájárulnak a gyomaendrődi turisztikai arculat megreformálásához.

A jelen Turisztikai Stratégia elfogadásától számítottan körülbelül egy éves időtartam reális a felsorolt tervek tényleges megvalósításához. Ezeknek a rövid távú javaslatoknak valószínű kivitelezése majd megléte elengedhetetlen a későbbi közép- és hosszútávú tervek megvalósításához, e három stratégia szervesen kapcsolódik egymáshoz, lépcsőzetes megvalósítása javallott.

A jelen Stratégiában kiemelt figyelmet fordítunk a rövidtávú stratégia megvalósítási menetének a kidolgozására, ötletekkel, javaslatlétélekkel segítve annak kivitelezőit. Az operatív jellege miatt, egy operatív tervet kellett készítenünk, ezért hosszabb és részletesebb a rövidtávú javaslatok leírása, mint közép- és hosszútávú javaslatoké, amelyek megvalósítása sokkal komplexebb és képlékenyebb összetevőkön múlik.

A rövid távú javaslatok megvalósításának és sikerességének kulcsa egy jól képzett, elkötelezett turisztikai menedzser, aki a gyomaendrődi érdekeket szem előtt tartva egy éven belül véghez viszi a Stratégiában leírt ajánlásokat.

E turisztikai menedzser személye egyelőre ismeretlen, a megfelelő személy kiválasztása után az ő munkáját nagyban fogja segíteni ez a rövidtávú tervezet, a Marketing Tervben foglalt költség- és időtáblák. Ha ezeket a változtatásokat lépésről-lépésre véghezviszi, az nagyban hozzájárul a város turizmusba való integrálásához.

R.1.: „Körösök Ölelése” TDM szervezet létrehozása

A TDM szervezet név- és alapszabályváltoztatását egyfajta „tisztá lapként” kezelni. Természetesen a GYÜSZ-TE munkáját teljes mértékben elismerve, azonban felismerve a változtatás szükségességét.

A nemsokára (R.5.) kifejtett Turisztikai Menedzserrel az élen a TDM működését alapjaiban gondoltuk át. A közös gondolkodást elengedhetetlennek tartjuk, azonban a mégis a Turisztikai Menedzser operatív vezetésével. A kreatív áramlást, az innovatív ötleteket javarészt a Turisztikai Tanács (R.2.) segíti elő, maga a TDM szervezet azonban keretek között tartja ezeket, racionalizál és a turizmus tőkét egy helyen képes kezelni.

A vendéglőadások (R.9) segíti a kapcsolatok és tudás épülését, mellyel a forgalmat jelentősen növelni lehet.

A későbbiekben bőven kifejtett Influencer kampány marketing terve tudja elhelyezni a város nevét a turisztikai térképen és a potenciális látogatók fejében egyaránt, ezzel hosszútávon „top-of-mind” desztinációvá téve Gyomaendrődöt.

A TDM szervezet nyíltan működik, folyamatos információáramlást biztosít a lakosság számára is, amely által bizalmat vagyunk képesek építeni a lakosok irányából is, mely elengedhetetlen a hosszú távon fenntartható turisztikai fejlődés érdekében.

Terveink szerint a TDM szervezet részt vesz a digitalizációban és alkalmazza az új technológiákat működésében. Ezek megjelenhetnek a használt eszközök és szoftverek formájában, azonban kiterjed a turisztikai szereplők közötti népszerűsítésben is.

A TDM szervezet kikéri az utazók véleményét és támaszkodik rájuk. Rugalmas szervezetnek kell lennie, mely egyrészt alkalmazkodik a turizmus trendjeihez és igényeihez, illetve úttörő abban.

A TDM tagság számtalan előnyt képes nyújtani a befizetett tagdíjért cserébe:

- tájékoztatás a megjelenő támogatásokról, pályázatokról;
- kedvezményes hely a megjelenő kiadványokban;
- közös kommunikációs platformokon való ingyenes megjelenés;
- prioritás a turisztikai csomagok kialakítása során;
- turisztikai menedzser általi tanácsadás;
- beérkező érdeklődés esetén a tagok felé való tovább irányítás.

A névváltoztatás érdekében szükséges megvalósuló tevékenységek:

- dokumentumok összegyűjtése
- cég létrehozásának tervezése,
- névváltoztatás tervezetének elkészítése
- a névváltoztatás szükséges dokumentumainak elkészítése,
- cégbejegyzési eljárás elindítása
- cégbejegyzési eljárás lefolytatása, új név bevezetése a működésbe

A TDM szervezet vezetőségét az alábbi módon javasoljuk:

1. Elnök
2. Titkár
3. Szállásadók, Vendéglátósok Képviselője
4. Kulturális Intézmények Képviselője
5. Önkormányzat Pénzügyi Bizottságának Képviselője
6. Mindenkori Fürdőigazgató
7. Mindenkori TDM menedzser

R.2. Turisztikai Tanács létrehozása

Turisztikai Tanács (továbbiakban: TT) létrehozását célszerűnek tartjuk a város és a turisztikai szereplők közötti együttműködés megerősítésének érdekében, illetve a konstruktív fejlesztés kialakításában.

A TT egyes ülései nyilvánosak, fórumjellegűek, ahol közös turisztikai tervezések és folyamatok kerülnek közös átbeszélésre, tervezésre. Ideális helyszínnek tartjuk a Művelődési Házat. Véleményünk szerint évente egyszeri ülés esetén a turisztikai fejlesztések várhatóan szignifikánsan felgyorsulnának, illetve a lakosok által akár olyan fejlesztési ötletek is előkerülhetnek, amelyre a turisztikai szakemberek korábban nem gondoltak, mint lehetőségre, esetleg megoldandó problémára (kihasználatlan erőforrások hasznosítása). A turizmus jelentős képviselőit mind meghívánk, azonban nem lesz kötelező a részvétel.

A Turisztikai Tanácsot a TDM szervezet működteti, szoros együttműködésben az Önkormányzattal.

Ajánlásunk és a korábbi tapasztalatok szerint a külső ingerek pozitív hatással vannak a gyomaendrődi turizmusra, így a Turisztikai Tanácsnak is Gyomaendrődről kívül érdemes érkeznie.

Véleményünk szerint a TT az alábbi szakemberek meghívásával indulhat:

- **Semsei Sándor** – a Magyar TDM Szövetség elnöke
- **Komoróczy Adél** – Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője és Gyula város turisztikai menedzsere
- **Princzinger Péter** – a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány elnöke és a Magyar Kerékpáros Szövetség elnöke
- **Haller Ferenc** – a Sárvár Tourist & TDM Nonprofit Kft. ügyvezetője, Sárvár turisztikai menedzsere és Tourinform-iroda vezetője
- **Kiss László** – Orosháza-Gyopárosfürdő turisztikai menedzsere, Jövő építők TDM Közhasznú Egyesület elnöke
- **Magyar Zsuzsanna** – Magyar Természetjáró Szövetség marketingvezetője

- **Kovács Judit** – a Gyenesdiási Turisztikai Egyesület volt irodavezetője
- **Koós Melinda** – Bükfürdő Thermal & Spa jelenlegi vezérigazgatója
- **Papp Gábor és Horváth Orsolya** – Papp Gábor Hévíz város polgármestere, Horváth Orsolya pedig a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatója
- **Balázs Andrea** – színész, médiaszemélyiség, influencer
- **Kandász Andrea** – médiaszemélyiség, influencer
- **Fásy Ádám** – médiaszemélyiség, influencer
- **Szujó Zoltán** – sportkommentátor, médiaszemélyiség, influencer
- **Tótká Sándor** – olimpikon, médiaszemélyiség, influencer

A meghívott előadók és tanács tagok ezért cserébe 150 000 Ft tiszteletdíjat kapnak alkalmanként.

A Turisztikai Menedzser szerepe a gyűlések során, hogy bár hagyja és segítse a kreatív gondolatok áramlását, ne engedje a többi tagot vagy túlságosan elrugaszkodni a valóságtól vagy túlságosan is elveszni az operatív részletekben, hiszen ez az ő dolga a későbbiekben.

A vendégelőadások céljai pedig, hogy a gyomaendrődi turizmus szereplői minél hatékonyabb közös munkára legyenek képesek, illetve minél inkább naprakészebb tudás birtokában legyenek, ezzel közösen felvirágoztatva a település turizmusát.

A Titkár feladata, hogy a Turisztikai Menedzser munkáját segítse az adminisztratív terhek levételében, ezért természetesen alkalmanként némi tiszteletdíjat kap. Véleményünk szerint érdemes lenne a turisztikai asszisztenst alkalmazni erre a feladatra.

R.3.: Tourinform iroda alkalmazott(ak) felvétele és képzése

A Tourinform irodába a Turisztikai Menedzser segítségére, illetve a vevők kiszolgálására szükség van alkalmazottakra. Ideális esetben 2 főre, azonban kezdetben, nem főszezonban 1 fő is elegendő.

Fő feladata az adminisztráció, azonban a vevők elégedettségének elérésére folyamatosan naprakész információkkal szükséges, hogy rendelkezzen. Képzettségét tekintve előnyös, ha rendelkezik felsőfokú végzettséggel, azonban nem elengedhetetlen.

Bérének alakulását a következő módon képzeljük el:

Tourinform iroda munkatársainak bére (kedvezmények nélkül)		
+ Nettó bér		279 300 Ft
+ Munkavállaló járulékaik és adói:		140 700 Ft
+	Személyi jövedelemadó	63 000 Ft
-	Személyi jövedelemadó kedvezmények	- Ft
+	Társadalombiztosítási járulék	77 700 Ft
-	Társadalombiztosítási kedvezmények	- Ft
= Bruttó bér		420 000 Ft
+ Munkáltató járulékaik és adói		54 600 Ft
+	Szociális hozzájárulási adó	54 600 Ft
-	Szociális hozzájárulási adó kedvezmények	- Ft
= Munkáltató összköltsége		474 600 Ft

79. táblázat: A Tourinform iroda munkatárs(ak) bére

R.4.: Tourinform iroda nyitvatartásának megváltoztatása

A szarvasi Tourinform már egy lépés a jó irány felé, hiszen – bár csak délelőtt, de – hétvégén is nyitva állnak a turisták előtt. Tapasztalatok alapján a turisták sokkal ritkábban keresik fel ezen létesítményeket hétköznapi délelőtt, sokkal inkább délután, illetve estefelé, de leginkább hétvégén.

Sokkal inkább követendő példának tartjuk a gyulai iroda nyitvatartását, mely minden nap reggel kilenc és délután öt óra között várja a látogatókat, az ő kérdéseiket, akár személyesen, akár telefonon.

Alapvetően a menedzser feladata lesz, hogy a kezdetek után felmérje az igényeket, azonban természetesen mi is teszünk javaslatot a nyitva tartásra:

Hétfő	10:00-14:00
Kedd	10:00-14:00
Szerda	10:00-14:00
Csütörtök	10:00-18:00
Péntek	10:00-18:00
Szombat	10:00-18:00
Vasárnap	10:00-14:00

80. táblázat: Javaslat a Tourinform iroda nyitvatartására

R.5.: Turisztikai Menedzser alkalmazása

A turisztikai menedzser kompetenciái:

- **Ügyfélközpontúság:**

A turisztikai menedzsernek képesnek kell lennie az ügyfelek igényeinek és elvárásainak megértésére és kielégítésére.

- **Stratégiai tervezés:**

A turisztikai menedzsernek képesnek kell lennie a célok és az eszközök meghatározására a turisztikai desztinációs szervezet hosszú távú sikerességének érdekében.

- **Menedzsment:**

A turisztikai menedzsernek képesnek kell lennie a csapatát irányítani és vezetni, valamint a munkafolyamatok összehangolására és szervezésére.

- **Marketing:**

A turisztikai menedzsernek ismernie kell a turisztikai piacot és a marketingeszközöket, hogy képes legyen a turisztikai desztinációs szervezet termékeit és szolgáltatásait promótálni. Fontos továbbá a közösségi platformok (kifejezetten a Facebook és az Instagram) magas szintű ismerete.

- **Kommunikáció:**

A turisztikai menedzsernek képesnek kell lennie a hatékony kommunikációra az ügyfelekkel, a csapattal és a szervezet más részlegével.

- **Pénzügy:**

A turisztikai menedzsernek ismernie kell a pénzügyi műveleteket és a pénzügyi eszközöket, valamint képesnek kell lennie a költségvetés készítésére és a pénzügyi mérleg összeállítására.

- **Jogi ismeretek:**

A turisztikai menedzsernek ismernie kell a turisztikai szektorban érvényes jogszabályokat és előírásokat, valamint képesnek kell lennie a jogi problémák megoldására.

- **Műszaki ismeretek:**

A turisztikai menedzsernek ismernie kell a turisztikai szektorban használt technológiákat és rendszereket, valamint képesnek kell lennie a műszaki problémák megoldására.

- **Emberi erőforrások:**

A turisztikai menedzsernek ismernie kell az emberi erőforrások menedzsment alapelveit, valamint képesnek kell lennie a csapatát építeni és vezetni.

- **Értékesítés:**

A turisztikai menedzsernek ismernie kell az értékesítési technikákat és képesnek kell lennie az ügyfelek igényeinek megértésére és kielégítésére.

A turisztikai menedzser feladatai:

A turisztikai desztinációs szervezet...

- ... stratégiai tervezése és vezetése.
- ... marketingjének és értékesítésének tervezése és vezetése.
- ... pénzügyi műveleteinek tervezése és vezetése.
- ... emberi erőforrásainak menedzselése.
- ... ügyfeleinek kiszolgálása és az ügyfélkapcsolatok menedzselése.
- ... működésének optimalizálása.
- ... jogi kérdéseinek kezelése.
- ... műszaki problémáinak kezelése.
- ... projektjeinek tervezése és vezetése.
- ... szervezet munkatársainak képzése és fejlődésének elősegítése.
- ... külső partnereivel való kapcsolattartás.
- ... kulturális összetevőinek menedzselése.
- ... nemzetközi kapcsolatainak menedzselése.
- ... tevékenységeinek menedzselése.
- ... közösségi tevékenységeinek menedzselése.

Turisztikai Menedzser bére¹²:

A Turisztikai Menedzser bérét terv szerint az első évben az Önkormányzat finanszírozza, majd – feltételezve a sikeres működést – maga a TDM szervezet.

Turisztikai Menedzser bére (kedvezmények nélkül)

+ Nettó bér		452 200 Ft
+ Munkavállaló járulécai és adói:		227 800 Ft
+	Személyi jövedelemadó	102 000 Ft
-	Személyi jövedelemadó kedvezmények	- Ft
+	Társadalombiztosítási járulék	125 800 Ft
-	Társadalombiztosítási kedvezmények	- Ft
= Bruttó bér		680 000 Ft
+ Munkáltató járulécai és adói		88 400 Ft
+	Szociális hozzájárulási adó	88 400 Ft
-	Szociális hozzájárulási adó kedvezmények	- Ft
= Munkáltató összköltsége		768 400 Ft

81. táblázat: A Turisztikai Menedzser bére

¹² A bértáblázat szintén elérhető a függelékek között, amely a bruttó bér változtatása esetén változtatja magát

R.6.: Turisztikai Honlap létrehozása

A korosokolelese.hu turisztikai céllal készülne, javarészt nem a lakosság számára, így az ott megszerezhető információkat limitálnánk a turisztikailag relevánsakra. A TDM szervezet általi üzemeltetést javasoljuk, így biztosítva a folyamatos frissítéseket és a naprakész információkat.

A gyulai és szarvasi példát követendőnek tartjuk, az attrakciók felsorolásán kívül a minőségi és IFA-t fizető szálláshelyek ajánlása is prioritás lenne, azonban ezen felül véleményünk szerint a csomagajánlatokra és a csomagajánlatok összetételének lehetőségére kellene helyezni a hangsúlyt.

A honlapon a következők szerepelnek:

- Megközelítés;
- Attrakciók;
- Események;
- Szálláshelyek;
- Fontos információk;
- Vendéglátóhelyek;
- Galéria;
- Közösségi média platformok elérhetősége;
- Körösök Völgye.

Úgy gondoljuk, az oldalon a következő nyelveken szükséges megjeleníteni az információkat: magyar, angol, német, román.

A honlapot és az applikációt érdemes összehangolni annak érdekében, hogy elkerüljük a különböző információk közlését, ezzel zavart keltve az idelátogatóban.

R.7.: Turisztikai Kiadvány létrehozása

Javaslatunk egy élményalapú turisztikai prospektus készítése, amelyet online és offline formában, több nyelven adnánk ki. A következő nyelveken mindenképpen kiadnánk ezt: magyar, angol, német.

A prospektuson belül külön fejezetekben taglalnánk a különböző megcélzandó turizmus típusokat (aktív, kulturális, egészség), illetve az ezekhez képest általános turisztikai attrakciókat, információkat, csomagokat, valamint személyes élményeken keresztül mutatnánk be a turisztikai értékeket.

Javaslatunk szerint a prospektusnak tartalmaznia kell a főbb attrakciókat, a kiemelt vendéglátóhelyeket, illetve a minősített szálláshelyeket, eseményeket.

A kiadványt legalább évente adnánk ki.

R.8.: Turisztikai Csomagok létrehozása

A turisztikai csomagoknak, mint korábban leírtuk két módja van:

- „Packaging”, mely során a fogyasztó előre elkészített csomagajánlatok közül választhat. Ezeket érdemes turizmus típusonként differenciálni, illetve a potenciálisan megcélozható szegmensprofilok alapján igazítani.
- „Dynamic Packaging”, mely azt jelenti, hogy a felkínált városi választékból a fogyasztó maga állítja össze, hogy utazása során mit szeretne megtekinteni.

Mind a két módszert a következőkben tárgyalt korosokolelese.hu oldalon (illetve akár a Gyomaendrőd applikáció részeként is) képzeljük el. Ehhez szükséges a nyitvatartásokat minden esetben frissen tartani, a vevői elégedettség maximalizálása érdekében. Az előre elkészített csomagajánlatokat a következő szegmensekre képzeltük el:

- Üdülő családok
- Kultúradelovők
- Horgászok, akik barátokkal érkeznek
- Horgászok, akik családdal érkeznek
- Gyógykezelésre érkezők
- Családi fürdőzésre vagy nyári strandolásra érkezők
- Tranzit turisták
- Aktív turistacsomagok

R.9.: Turisztikai Vendéglőadások

A Turisztikai vendéglőadások célja a gyomaendrődi turisztikai szereplők tudásának folyamatosan naprakészen tartása, illetve fejlesztése akár új információkkal, akár új kapcsolatok által.

A Turisztikai Vendéglőadások szorosan kapcsolódnak a Turisztikai Tanácshoz, hiszen javaslatunknak szerves részét képezi, hogy az előadásokat követően a TT gyűlést tartson, ahol az adott előadó vendégtag lesz és egy közös gondolkodást tartunk vele.

Javaslatunk alapján a következő személyeket érdemes meghívni mindenképpen:

- **Semsei Sándor** – a Magyar TDM Szövetség elnöke
- **Komoróczyki Adél** – Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője és Gyula város turisztikai menedzsere
- **Princzinger Péter** – a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány elnöke és a Magyar Kerékpáros Szövetség elnöke
- **Haller Ferenc** – a Sárvár Tourist & TDM Nonprofit Kft. ügyvezetője, Sárvár turisztikai menedzsere és Tourinform-iroda vezetője
- **Kiss László** – Orosháza-Gyopárosfürdő turisztikai menedzsere, Jövő építők TDM Közhasznú Egyesület elnöke
- **Magyar Zsuzsanna** – Magyar Természetjáró Szövetség marketingvezetője
- **Kovács Judit** – a Gyenesdiási Turisztikai Egyesület volt irodavezetője
- **Koós Melinda** – Bükfürdő Thermal & Spa jelenlegi vezérigazgatója
- **Papp Gábor és Horváth Orsolya** – Papp Gábor Hévíz város polgármestere, Horváth Orsolya pedig a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatója

R.10.: Ajándéktárgyak, szuvenírek tervezése, gyártása és értékesítése

A város arculati tervében ellátottak szerint tartjuk érdemesnek a különböző ajándéktárgyak értékesítését.

Az értékesítés helyszíne akár a Tourinform iroda is lehet, azonban új üzletben is történhet. Az egyes ruhadarabokon, tárgyakon a „Körösök ölelése” szlogen feltüntetése lényeges, ezzel is szorgalmazva a város imázsának terjedését.

Amennyiben képesek vagyunk a turisták érdeklődését komolyan felkelteni, a szájról-szájra terjedés képes tovább növelni a település és maga a „Körösök Ölelése” brand ismertségét.

R.11.: Rendezvények megújítása

- **Nemzetközi Sajt- és Túró fesztivál**

Javaslatunk a sajt- és túró fesztivál esetében integrálni a borokat. Véleményünk szerint amennyiben egy konkrét borvidékkel alakul ki szorosabb kapcsolat, akár leszűkítve pár pincészetre, a borvidékek eseményein is megjelenhetnek a helyi tejtermékek, így nagyobb ismertségre tennének szert.

Továbbá kifejezetten jó kezdeményezésnek tartjuk a tavalyi gőzgombóc értékesítést, azonban szervezettebb keretek között érdemes gondolkodni a következő években, nagyobb mennyiségben árusítani őket, illetve elemezni a keresletet, ami által, tanulási görbe segítségével előre tudjuk jelezni a keresletet.

A fesztivál arculati elemeit is szeretnénk megújítani, modernizálni annak érdekében, hogy tükrözze az esemény minőségi voltát, a nagyobb fizetési hajlandóságú közösséget is képes legyen megszólítani.

Továbbá a helyi értékeket is be kell építeni a fesztiválba, erre jó példa a Hármaskörös Pálinka Manufaktúra pálinkái.

- **Nemzetközi Halfőző Verseny**

Meglátásaink, illetve a megkérdezettek véleménye alapján egyaránt úgy véljük, az augusztus 20-i időpont helyi rendezvény megvalósítására alkalmas. Célszerű lenne a rendezvénynaptárban a halfőző verseny időpontját is átgondolni és egységesíteni a turisztikai szezon tervezhetősége érdekében.

További javaslatunk az esti koncertre országosan ismert és elismert előadót hívni. Ez természetesen magasabb költségekkel is jár, azonban jelentősen megnövelné az esemény vonzáskörzetét olyan időszakban, amikor már a szállások egy része üresen áll, de még lenne kapacitása működni.

Középtávú javaslatok

A középtávú javaslatok azon javaslatok, amelyek több munkát, tőkét és időt igényelnek, azonban itt még nem beszélünk akkora beruházásokról, mint a hosszú távú tervek esetében. A várható megvalósulási idő 1 és 3 év közötti.

A középtávú tervek már azon a feltételezésen alapszanak, hogy a rövidtávúak közül a legkritikusabbak megvalósultak (a tervek közötti kapcsolódási pontok a „Javaslatok Kapcsolódása Egymáshoz” alfejezetben lettek megjelenítve).

K.1.: Kreatív belépők

Nem egyszerűen csak egy bizonylatot, hanem annál sokkal többet jelentenek, így hirdetési és információs felületet, arculathordozót, marketingeszközt.

Ehhez az szükséges, hogy kötelező bizonylat mellé vagy helyett egy jól megtervezett belépőt adjunk. Ennek a hátulján megjelenhető a település/térség sematikus térkép bejelölve az 5-6 legfontosabb látnivalót („Ezt ne hagyja ki!”), esetleg a jegy felmutatásával kedvezményes belépést kaphatnak egy másik attrakcióba, de hirdetheti magát rajta a közelben lévő étterem, ahová a látogatónk betérhet. Ezekhez jó együttműködést kell kialakítani a vállalkozókkal, ami akár azt is eredményezheti, hogy a TDMSz „települési belépőt” készít (pl. a belépő 10 kupont tartalmaz, amelyet ott használ fel a látogató a résztvevő szolgáltatók közül, ahol csak akarja).

A kreatív belépők esetében a kijelölt szolgáltatók között természetesen prioritást élveznek a TDM tagok, azonban a végső cél, hogy a látogató a legmagasabb potenciális élményt érje el.

K.2.: Horgász térkép

Indokoltnak gondoljuk egy olyan térkép készíttetését, amelyen a következő elemek minimálisan megtalálhatók az adott holtágról:

- elhelyezkedése a városon belül;
- megközelítési lehetőségei;
- története;
- gyakran előforduló halfajai;
- jegyvásárlási pontjai;
- általánostól eltérő szabályai;
- alapvetően szabad horgászhelyei;
- kezelője;
- halőreinek elérhetőségei;
- különleges tulajdonságai.

Ez az ötlet már nem először kerül javaslatra, azonban az önerőből való finanszírozáshoz túl magasnak ítélték a bekerülési költséget. Akkoriban ennek költségét nagyjából 7 millió forintra becsülték.

K.3.: Pontgyűjtő rendszer – Kajla útlevél

A Magyar Turisztikai Ügynökség és a Magyar Turisztikai Szövetség együttműködéséből született meg 2019-ben az a Magyarország épített és természeti értékeinek megismerésére sarkalló kezdeményezés, amely az általános iskolásokat, és rajtuk keresztül szüleiket célozza meg.

Ez a HOL VAGY KAJLA? országjáró program, amelynek kerettörténete szerint Kajla a szeleburdi vizslakölyök folyton elkóderog, az ő csatangolásait követve a kisiskolás gyerekek és szüleik az ország olyan helyeit is felkeresik, amelyek egyébként talán eszükbe sem jutott volna. Az elmúlt évek tapasztalatai alapján ez egy jól működő országos pontgyűjtő rendszer, amelynek lényeg, hogy a magyarországi általános iskolás gyerekek alanyi jogon juthatnak hozzá az úgynevezett Kajla útlevélhez, amely egy pecsétgyűjtő kis füzetecske és a Kajla programban szereplő helyek meglátogatásával pecsétet és egyéb kedvezményeket kaphatnak. A felkeresendő helyek egy Kajla kiadványban szerepelnek, itt az ország nevezetességei, kevésbé ismert értékeivel egyetemben gyerekek nyelvén, gyerekrajzokkal vannak feltüntetve, igazi kedvcsinálóként. Másik tájékozási platform a www.kajla.hu folyamatosan frissülő weboldal, amely tematikusan irányítja a családokat a turisztikai attrakciókhoz. Gyomaendrőd az Erzsébet-ligeti lombkorona sétánnyal szerepel a Kajla útlevél rendszerében, pecsétet a ligetben lévő Tourinform irodában lehet szerezni, ennek hektikus nyitvatartása azonban ezt nehezéssé teszi.

A jövőben érdemes ezt a Kajla vonalat erősebbé tenni, jobban jelen lenni a pontgyűjtő rendszerben, Gyomaendrődöt olyan Békés megyei desztinációként feltüntetni, ahová szívesen látogatnak a családok.

A Kajla útlevél igen erős vonzereje, hogy ennek felmutatásával a MÁV Start Zrt. ingyenes utazást biztosít az útlevél birtokában lévő kisiskolás számára, az őt kísérő két felnőtt pedig a teljes ár 33%-ért utazhat.

Budapest és Gyomaendrőd között jó a vasúti közlekedés, ez a Kajla kedvezmény jól használható a fővárosi családok a településre csábítására, szem előtt

tartva azt a vitathatatlan tényt is, hogy azok az élmények, amelyek gyermekkorban rögzülnek a későbbiekben is jelen lesznek, tehát az a kisiskolás, aki kellemes élményeket szerzett Gyomaendrődön nagy valószínűséggel fogja később is felkeresni a várost, így a folytonosság biztosítva van.

K.4.: Holtágak megközelíthetőségének javítása (Németh-zug, Félhalmi holtág, Danzug)

Javaslatunk azon holtágak infrastruktúrájának javítása, amelyek kedvezőtlen időjárás esetén nehezen megközelíthetők.

Ezzel is elő lehet segíteni a szezonális csökkentését, hiszen a horgászat olyan turizmus típus, amely bár erősen szezonális általánosan, az elhivatott horgászok (illetve akik sportszerűen űzik a sportot) az elhivatott futókhoz hasonlóan nem riadnak meg a drasztikusabb időjárási viszonyoktól.

A horgászturizmus szezonálitása egyrészt ez által csökkenthető, de elengedhetetlen a megfelelő mennyiségű szálláskapacitás biztosítása is.

K.5.: Bevezető utak minőségének javítása

Gyomaendrődöt öt fő bevezető szakasról éri el az ide látogató, a Budapestről utazók Mezőberény felől a 46-os út északi szakaszán keresztül, a Dévaványa felől érkezők ugyanezen út déli szakaszáról, a Szarvas felől közelítők pedig a 443-as főútról érkeznek a városba, illetve Mezőtúr irányából is érkehetnek. Ezen kívül alsórendű utak vezetnek a településre. A városkép egyik útról érkezve sem mutatja a Gyomaendrőd valódi értékeit, valódi szépségét, elhanyagolt képet sejtet.

A rossz minőségű utak, a nem egységes településkép korántsem meggyőző sem a turisztikai céllal érkező vendég, sem a településen átutazó számára. Az aszfaltozott út minőségének javítása óriási beruházást jelentene, ennek megvalósítására hiába is tennénk javaslatot jelen turisztikai stratégiában, az egy sokkal összetettebb feladat.

Ami javulást hoz az összképben, ha a város minden bevezető szakaszán, még a városba beérkezés előtt egy nagyméretű, jól látható egységes információs táblán tüntetjük fel annak értékeit, attrakcióit. A táblán a város logója, a turisztikai arculatban meghatározott betűtípussal kiírt Gyomaendrőd felirat, alatta a Körösök ölelése, illetve egy fotómontázs, amely egyetlen képbe sűríti a város látnivalóit, annak esszenciáját.

K.6.: Biciklikölcsönző létesítése

A biciklikölcsönző hiánya a város turisztikai jellegéből, a fejlesztendő turisztikai termékekből adódóan meglehetősen jelentős probléma. Öt kölcsönző telepítésére volna szükség, melyből egy az, amely jelentős mennyiségű kerékpár (40 db) kölcsönzésére alkalmas, a többi 4 pedig a város különböző, frekvenciáltabb helyein 10-10 kerékpárral lenne felszerelve.

A Gyomaendrődi logóval ellátott bicikliket beszerezhetjük például Kruz Bike-tól is beszerezhetjük.

Ezeket az egységeket a városon belül a frekvenciáltabb helyeken képzeltük el.
Potenciális elhelyezési pontok:

- Endrődi Népliget;
- Erzsébet liget;
- Csicsergő Vízitúra Megállóhely és Horgásztanya;
- Telekparti Szabadidőpark;
- Gyomai Városház;
- Vasútállomás.

K.7.: Elektromos, 16 fős kisbusz beszerzése a turisták szállítására

A kisbusz ötlete a turisztikai szereplőkkel folytatott beszélgetések során fogalmazódott meg bennünk. Bár a taxi újra indulása Gyomaendrődön mindenképpen előrelépés, azonban – akár kisebb csoportok esetén – már problémát jelent a turisták számára a szálláshelyükre történő elérés.

Éppen ezért, főleg a nyári szezon idejére mindenképpen érdemes lenne működtetni egy elektromos, kb. 16 főt szállítani képes kisbuszt.

Olyan időszakokban, amikor a busz ritkábban járna, városnéző túrákra is lehetőséget ad. A csoportok a Tourinform iroda számára jelezhetik igényüket a kisbusz elindítására.

Ez is gyakorlatilag a TDM tagság egyik előnye, hiszen amennyiben a kereslet a kisbuszra nagyon magas lesz a turisták részéről, a TDM-tagok élveznek prioritást.

K.8.: Sportesemények szervezése (kajak-kenu, futóversenyek)

A vízi sportok területén Gyomaendrőd már bizonyította, hogy a hobbi tömegsportoknak van helye a turisztikai palettán. A Viharsarok Kupa, Kajak-kenu népszerűsítő verseny majd egy évtizede kerül megrendezésre hagyományosan augusztus végén a gyomai szabadstrandon, és vonz évről-évre egyre több látogatót, ennek fejlesztése további előnyöket jelenthet a város turizmusában.

Országos tendencia, hogy az aktív turizmuson belül a futóturizmus az egyik legdinamikusabban fejlődő terület. Gyomaendrőd fekvését, természeti adottságait kihasználva országos szintű futóversenyek rendezésére is hivatott lehet. Ez nemcsak kézzelfogható gazdasági hasznot hozhat a turizmus számára, de Gyomaendrőd brand építésében is kedvező szerepet vállalhat, hiszen egy jó hangulatú futóverseny pozitív médiavisszhangot generál és felkelti az érdeklődést a desztináció iránt. A futóverseny erős szezonhosszabbító hatással bír, hiszen szezonja a tavaszi és az őszi időszak.

Hosszú távú javaslatok

A hosszú távú, azaz stratégiai javaslatok azon javaslataink, illetve folyamatban, előkészületben lévő projektek, melyek megvalósítása erősen idő- és tőkeigényes.

Jelen rizikós gazdasági helyzetben, amely nem csak Magyarországot, de az egész világot sújtja, nehéz a hosszú távú tervek forrásigényének tervezése, hiszen kétséges, hogy az Európai Unió forrásai, amelyre a turisztikai fejlesztések során alaphelyzetben támaszkodhatunk, mikortól válnak ismét elérhetővé. Ennek a politikai és gazdasági válságnak a vége egyelőre nem megjósolható, így a hosszú távú javaslatok ennek tükrében iránymutatók, bízva a legkorábbi stabilizációban.

Gyakorlatilag víziók, amik a folyamatok, az idő és akár a turisztikai menedzser személyének függvényében jelentősen változhatnak.

Ezek a javaslatok éppen ezért nem kerülnek részletekbe menő kifejtésre, inkább a körvonalakra és az általunk jelenleg legjobbnak tartott megoldásokra fókuszálunk.

Ez alól kivételt képez a „H.2.: Kner nyomda köré épülő kulturális turizmus”, illetve a „H.3.: Liget Gyógyfürdő komplex fejlesztése”, hiszen az első esetben ez a tulajdonos saját finanszírozású projektje, utóbbi esetben pedig már folyamatban lévő, pontos tervekkel rendelkező projektről beszélünk.

A hosszú távú javaslatok esetében elképzelésünk alapján nagy szerepet kaphat a Turisztikai Tanács és a TDM tagok, hiszen a hosszú időtáv miatt könnyebb elengedni a racionalitást, így kreatívabb, innovatívabb ötletekkel előállni, amely pár éven belül már racionalizálódhat.

H.1.: „Ligettől Ligetig”

A két település, Gyoma és Endrőd negyven éve egyesült, és jött létre Gyomaendrőd mai formája. Negyven éve jelent problémát, hogy a felülről történő egyesítéssel nem alakult ki egy koherens településszerkezet, nincs egy olyan egységes városközpont, amit mind a gyomaiak mind az endrődiek közösen magukénak éreznek.

Mindkét városrésznek megvannak a maga különleges attrakciói, de ezek elkülönülten jelennek meg mind a város életében, mind a kifelé irányult idegenforgalmi palettán. Ezen attrakciók egységesítését, a két városrész közötti híd biztosítását célozza meg a Ligettől-Ligetig elképzelés, amelynek koncepciója a következő: az endrődi Népliget és a gyomai Erzsébet-liget összekötése, a köztes élményelemek egységes arculattal való ellátása. A tervezett projekt kiindulópontja tehát az endrődi Népliget Sporttelep, végpontja a gyomai Erzsébet-liget.

A Ligettől Ligetig útszakasz megtehető kerékpárral a gáton, ennek alapfeltétele a gát minden időjárási viszonyok közötti használhatósága. Ez nemcsak a kerékpározásnak, de gyalogos túrázóknak, futóknak is kedvez, melyhez az egyszerű tömörített út esővíz-elvezetéssel már megfelelő. A tájékoztató rendszer elemei:

- a gát kiindulási pontjánál egy nagy Gyomaendrőd térkép szükséges, megjelenítve a település turisztikai attrakcióit;
- a kiindulási pontnál egy tábla helyezendő el, amelyre kiírva a végcél, az Erzsébet-liget távolsága, feltüntetve annak minden látnivalója;
- a gáton végig kilométertáblák elhelyezése, az egységes fatáblákon a város logójával, arculati színeivel feltüntetve, hogy még hány kilométer van vissza a végcélig;
- a gáton a város közeli oldalon információs táblák elhelyezése a gyomaendrődi épített és természeti értékekkel;
- az aktív és interaktív pontok pontosan jelölik a látnivaló helyét, azok nyilakkal vannak ellátva az esetleges levezető szakaszoknál;
- a gát másik oldalán mindkét irányból látható kétoldalas aktiváló táblák, amelyek egy konkrét, egymásra épülő edzésprogramot kínálnak a túra 5 km-en keresztül.

A projekt **kiindulópontja az endrődi Népliget**, az endrődi városrész központjaként definiálható hely, gyalogosan is megközelíthető távolságra a városrész olyan attrakcióitól, mint a Pájer Strand, a Bárka Látogatóközpont és a Szent Antal Népház és Szent Antal Kenyársütő Ház. Itt már meglévő sporttelep üzemel futball pályákkal, hozzárendelt épületekkel. Ezek fejlesztésével és új sportelemekkel való ellátásával, egy központi épület emelésével egy új, modern sportcentrum jön létre, amely nemcsak a helyi lakosok érdekeit szolgálja, de a városba látogató turisták programjának kiegészítő elemeként is számon tartható.

Ezek az új elemek:

- Rekortán futópálya,
- kültéri fitness eszközök,
- parkrendezés,
- sportbüfé,
- játszótér,
- röplabdapálya,
- tollaslabda pálya

Az **első állomás a gyomai szabadstrand**, itt a közbeeső biciklitároló létesítése szükséges, ahol ideiglenesen letehető a másik két állomáson kölcsönzött kerékpár. Itt egy kajak-kenu kölcsönző kiépítése is szükséges, hogy a gyomai strandon megálló turista a vízisportokat is kipróbálhassa.

Az **Erzsébet ligethez** érve a biciklit az ottani kölcsönzőben lehet leadni és tovább menni a gyomai városrész turisztikai látnivalóinak felfedezéséhez, majd ugyanazon az útvonalon visszatérni az endrődi városrészhez.

A Ligettől-Ligetig projekt a két városrész centrumát hivatott összekötni. Az aktív turizmus lehetőségeivel összekapcsoljuk a két városrész kulturális, aktív és egészségturizmusát. Az endrődi oldalon a kulturális turizmus elemei: Bárka Látogatóközpont, Szent Antal Népház, Szent Antal Kenyársütő Ház, aktív turizmusa a Pájer Strandra és a népligeti sportcentrumra épül.

A gyomai aktív turizmus része az Erzsébet-ligetben a Liget Fürdő, a Hantосkerti holtág mentén kialakítandó David Attenborough tanösvény, a Lombkorona sétány.

Kulturális turizmusának fő csapásvonalát a Kner Nyomdaipari Múzeum, a Kállai Múzeum és a Városi Galéria adják.

Ezeket a programokat egységbe fogva, közös arculattal ellátva együtt értékesítve valósítható meg a Ligettől Ligetig, a város bipolaritását pozitívan használó stratégia.

A Ligettől Ligetig elgondolás alapján azonban többféle programot is létrehozhatunk a két városrész összekötésére, például:

- Főtértől Főtérig,
- Művháztól Művházig.

Ezekre érdemes kiadni pályázatot a helyi lakosoknak.

H.2.: Kner nyomda köré épülő kulturális turizmus

Gyomaendrőd meghatározó eleme a Kner Nyomda és Nyomdaipari Múzeum. A tulajdonosváltással a nyomda egy olyan nagyszabású megújulás előtt áll, amely alapjaiban változtatja meg működését, teszi Európa egyik legmodernebb nyomdájává. Ez nemcsak magára az nyomdai tevékenységre vonatkozik, de Kner Nyomdaipari Múzeum életére is kihatással lesz. Az ország egyetlen nyomdaipari múzeuma Gyomaendrőd védjegye. A jövőbeni tervek szerint a nyomda és múzeum mellett található zöld ház, amely valaha Kner Endre lakóháza volt teljesen átalakításra kerül és egy olyan modern közösségi tér kiépítésére kerül sor, amely kulturális események, tematikus programok befogadó platformává válhat.

A megvalósítandó épület egy olyan látványosságnak készül, amely önmagában vonzza a turistákat, a rá épülő programok, a nyomdaiparral összefüggő tipográfiai gyakorlóműhelyek, tanulóprogramok egyéni, illetve vállalati, csapatépítő szinten célozzák meg a vendégeket. Ennek a lehetőségnek a kiaknázása akár önálló programként, akár turisztikai csomag részeként nagy számú turistát vonzhat a városba.

Néhány lépésre a nyomdától a Kállai Ferenc Művelődési Ház állandó időszakos kulturális események színtere, a tervezett Kállai Ferenc Múzeum és Városi Képtár található két olyan unikális kiállítással (Corini Margit, Vidovszky Béla), amelyek nem kapják meg méltó elismerésüket. Erre a „kulturális Bermuda-háromszögre” építhető egy kulturális koncepció. E három intézménynek nem külön kell működnie, hanem együtt, egymást erősítve mind programjában, mind marketingjében egységes arculatot mutatva. Egy kombinált jeggyel, állandó, kiszámítható nyitvatartással, felkészült idegenvezetővel megvalósítani a célokat.

H.3.: Liget Gyógyfürdő komplex fejlesztése

A projekt keretében létrehozandó szolgáltatásokat négy nagy témakörbe lehet csoportosítani:

- **Uszodaépület fejlesztése**

- gyógyászati szolgáltatások bővítése; (kezelőhelyiségek, súlyfürdő)
- wellness szolgáltatások fejlesztése; (szaunavilág, kültéri gyógymedence, kezelőhelyiség)
- fürdőépülethez kapcsolódva kültéri lazítómedence kialakítása.
- öltözők, vizesblokkok felújítása.

- **Csúszdapark építése**

A gazdaságos működés és többletbevétel eléréséhez mindenféleképpen szükség van új attrakciók bevezetésre. A csúszda is ilyen, egy új profitcenter a fürdő területén.

- **Kemping- és szálláshelyfejlesztés**

- kemping szolgáltatásainak minőségi fejlesztése;
- a lakókocsiknak/lakóautóknak beállóhelyek kialakítása;
- áramellátás fejlesztése
- 11 db, egyenként 4-6 személyes apartmanház építése;
- a belső közlekedést szolgáló utak, járdák kiépítése.

- **Kiegészítő szolgáltatások**

- étterem felújítása és bővítése;
- zuhanyblokkok, öltözők és vizesblokkok felújítása;
- E-car pálya kialakítása;
- épületek energetikai korszerűsítése;
- termálkút hasznosítása
- informatikai fejlesztés;
- új parkolóhelyek létrehozása;

- burkolatok felújítása;
- parkosítás;
- kerítés átépítése;
- fedett kerékpártároló kialakítása.

Minden projektem esetén lényeges szempont, hogy – a Fürdő vonzóbbá válása mellett – vagy pluszbevételt, vagy költségcsökkentést jelentsen.

A projekt tervei és részletes megvalósíthatósági tanulmánya 2022. áprilisára elkészült, Palkovics miniszter úr március 17-én tette le az alapkövet.

Ezen kívül az alábbi javaslatot tesszük:

A Liget Gyógyfürdő és Kemping a közvetlen szomszédságában elterülő Hantostkerti-holtággal való összekötése további turisztikai attrakciók meglétét eredményezheti.

A csónak, SUP, kajak, kenu és vízibiciklikölcsönzés lehetőségének biztosítása a holtág kiszélesedő szakaszán fürdőt látogató és külsős vendégek számára egy olyan versenyelőnyt biztosítana a fürdőnek a nyári időszakban, amely egyedülálló a térségben. A kölcsönző üzemeltetése a fürdő hatáskörébe tartozna.

H.4.: Termálvíz értékesítésének lehetőségei

A termálvíz értékesítésének kiaknázásához komoly kutatás-fejlesztésre van szükség, amely szerintünk, illetve a gyomaendrődiek szerint is a Debreceni Egyetemmel való együttműködés keretében valósítható meg. A francia Vichy, illetve Magyarországon Bükfürdő példájára az ivóvíz értékesítés mellett magas potenciál van a kozmetikai és gyógyászati termékek értékesítésére is. Ezzel nem csak a Fürdő bevételét növelnénk hosszú távon, de a város presztízsét is magasabb szintre emelné.

Példák a termálvízből előállítható termékekre:

- Ásványvíz;
- Fürdősó;
- Hidratáló krémek;
- Testápoló, arckrém;
- Masszázs krém;
- Gyógyászati célú krémek;
- Tusfürdő;

H.5.: Fűzfás-zug partján wellness-szálloda létesítése sportkomplexummal

Hosszú távon szükséges egy minőségi, egyszerre nagyjából 80-100 főt befogadni képes szálláshely, amely az érkező, nagyobb csoportokat képes elszállásolni.

Célunk, hogy a táj és a város miliőjébe illeszkedő apartman-komplexumot hozzunk létre.

Tapasztalataink alapján egy legalább 4 csillagos szálláshely létesítése jelentős turistaforgalom növekedéshez vezet. Erre jó példa Tiszaújlak, ahol a vendégéjszakák száma többszörösére emelkedett a Barack Resort & Spa megnyitásakor.

Amennyiben a hotelt sportkomplexummal is kiegészítjük, Gyomaendrőd jelentős versenyelőnyre képes szert tenni, hiszen az alföldi jelleg, az álló- és folyóvíz jelenléte, illetve az élvonalban lévő infrastruktúra összessége akár nemzetközi szinten is vonzóvá képes tenni a desztinációt versenysportolók számára.

H.6.: Ifjúsági és Sporttábor felújítása

Az Ifjúsági és Sporttáborban – Gyomatábor – a sátorhelyek mellett összesen 11 darab 8 fős, fűthető faház ad szálláshelyet a sportolóknak és iskolásoknak. Felújítása esetén ideális hely lehet edzőtáborok, illetve iskolás táborok számára.

Mivel a tábor futballpálya közelében helyezkedik el, illetve a Liget Gyógyfürdő is közel van hozzá, ezért javarészt a focistákat, az úszókat, illetve a vízilabdázókat képes kiszolgálni a létesítmény.

Mivel alapvetően a Hantuskerti-holtág relatíve sok kiadó nyaralóházzal van körbeépítve, a kajak és kenu csapatok kiszolgálását nem itt oldanánk meg. Fontos még kiemelni, hogy a tábor közvetlen közelében konditerem is található, azonban a tábor felújításával egyidőben a konditerem modernizálása is indokolt.

H.7.: Csicsergő Vízitúra Megállóhely és Horgásztanya felújítása

A Csicsergő Vízitúra Megállóhely sikeres kezdeményezés és számos potenciális lehetőség, azonban esztétikai javítása egyértelműen szükséges, ez turisztikai attrakciót emelné. Jelenleg is a horgászturizmus, illetve a natív reklám szerves részét képezi. Külön kiemelandó, hogy a városban egyedülálló módon itt lehet limitált számban kerékpárt kölcsönözni. Biztosnak tekintjük, hogy amennyiben a Vízitúra Megállóhelyet egy alapos minőségi fejlesztést viszünk véghez, képes lenne kibontakoztatni azt a turisztikailag is jelentős potenciált, amelyet magában rejt.

Az örökölt környezet és a turisztikailag kialakított megállóhely és tanya tájidegen, diszonzáns benyomást kelt, de versenytárs hiányában relatíve sokan felkeresik, képes élményt adni, általában egyszeri alkalomra, kivételt képeznek a visszatérő horgászok.

A Hármas Körös ezen szakasza, ahol a megállóhely létesült kedvelt a horgászok körében és az átutazó vízituristák között, akik néhány órás pihenőnek használják a megállóhelyet. A büfé és a különböző vízieszközök bérleti lehetősége is vonzó a helyieknek és a környékbeli turistáknak, de igazi attrakcióként a hely nem tud szolgálni és nem indikálja a turistákat, hogy a város többi attrakcióját is felkeressék. A fejlesztéseknél a gyomai központhoz közel eső, elhanyagolt állapotban lévő gyomai szabadstrand fejlesztését javasolnánk. A későbbi pontban kifejtett Ligettől-Ligetig program keretében: itt kialakítani egy igényes víziturisztikai központot több stéggel, biciklikölcsönzővel, kajak-kenu, SUP, sárkányhajó bérleti lehetőséggel, öltözővel, mosdókkal, zuhanyzókkal, modern vendéglátóegységgel, bérelhető napággal, napernyővel. Ez a fejlesztés nem emeli ki a turistát a városból, de egy természetközeli kikapcsolódási lehetőséget kínál neki – szinte városon belül.

H.8.: „Kállai Napok” összművészeti fesztivál

A térségben nincs jelen egy turisztikai értéként megjelenő – pl. Ördögkatlan, Művészetek Völgye – fesztivál sem. A Gyoma oldalon több olyan helyszín is van, amely koncentrált előadóművészeti helyszíneként – térként értelmezhető:

- Kulturális Központ,
- Kner Nyomda,
- Erzsébet liget,
- Viziszínpad,
- Liget Fürdő.

Ezen helyszíneken egy 3-4 napig tartó párhuzamos programokkal ellátott rendezvény megvalósítása többlepcsős értéket képes teremteni és a városmarketing szempontból nagyobb hatásfokú eredményt érhető el vele, mint a szintiszta marketingépítő kiadásokkal.

Fontos, hogy a Kállai alapítványt előadóművészeti szervezeté kell minősíteni, mely szerint pályázhat szakmai fesztiválok megvalósítására létrehozására. A Pest Megyei kormányhivatalnál kell ezt megtenni, és létrehozni.

Javaslatok megvalósításának időterve

Rövid távú tervek

			Rövid távú tervek										
			R.1.	R.2.	R.3.	R.4.	R.5.	R.6.	R.7.	R.8.	R.9.	R.10.	R.11.
2023	Q1	Január											
		Február											
		Március											
	Q2	Április											
		Május											
		Június											
	Q3	Július											
		Augusztus											
		Szeptember											
	Q4	Október											
		November											
		December											
2024	Q1	Január											
		Február											
		Március											
	Q2	Április											
		Május											
		Június											
	Q3	Július											
		Augusztus											
		Szeptember											
	Q4	Október											
		November											
		December											

[illegible]

74. ábra: Rövid távú tervek megvalósulásának időtartama

Középtávú tervek

			Középtávú tervek							
			K.1.	K.2.	K.3.	K.4.	K.5.	K.6.	K.7.	K.8.
2023	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								
2024	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								

2025	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								
2026	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								
2027	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								

75. ábra: Középtávú tervek megvalósulásának időtartama

Hosszú távú tervek

			Hosszú távú tervek							
			H.1.	H.2.	H.3.	H.4.	H.5.	H.6.	H.7.	H.8.
2023	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								
2024	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								

2025	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								
2026	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								
2027	Q1	Január								
		Február								
		Március								
	Q2	Április								
		Május								
		Június								
	Q3	Július								
		Augusztus								
		Szeptember								
	Q4	Október								
		November								
		December								

76. ábra: Hosszú távú tervek megvalósulásának időtartama

Javaslatok Megvalósításának Költségterve

Rövid távú tervek

	Javaslat neve	Teljes bekerülési költség						
Rövid távú javaslatok								
R.1.	Körösök Ölelése TDM Szervezet	130 000 Ft	ügyvéd	cégbíróági illeték	Közreműködői költségek	Közyűlés és alakuló ülések jogi munkái		
			60 000 Ft	5 000 Ft	50 000 Ft	15 000 Ft		
R.2.	Turisztikai Tanács Létrehozása/ első ülés megtartása	260 000 Ft	Reprezentatív költség	Utiköltség	Szállásköltség			
			60 000 Ft	120 000 Ft	80 000 Ft			
R.3.	Tourinfrom iroda alkalmazott(ak) felvétele és képzése	640 000 Ft	Képzési költségek - 4 turisztikai kurzus					
			640 000 Ft					
R.4.	Tourinform iroda nyitvatartásának megváltoztatása	- Ft	nem releváns					
R.5.	Turisztikai Menedzser felvétele	- Ft	nem releváns					

R.6.	Turisztikai Honlap létrehozása	810 000 Ft	honlapkészítés	szerkesztés	feltöltés	domain vásárlás	tárhely vásárlás	tartalomgyártás
			350 000 Ft	150 000 Ft	80 000 Ft	5 000 Ft	25 000 Ft	200 000 Ft
R.7.	Turisztikai Kiadvány	740 000 Ft	10 000 db gyártása	Tartalomgyártás	Grafikus			
			350 000 Ft	150 000 Ft	240 000 Ft			
R.8.	Turisztikai Csomagok képzése	- Ft	nem releváns					
R.9.	Turisztikai Vendéglőadások	340 000 Ft	tiszteletdíj	utazási költség	catering			
			250 000 Ft	30 000 Ft	60 000 Ft			
R.10.	Ajándéktárgyak, szuvenírek fejlesztése, gyártása és értékesítése	850 000 Ft	Kitűzők	Hűtőmágnesek	Tollak	Kedvezmény-kártya (100 db)	Pulcsi 100 db	Póló 100 db
			80 000 Ft	120 000 Ft	80 000 Ft	40 000 Ft	350 000 Ft	180 000 Ft
R.11.	Rendezvények megújítása	65 000 Ft	Alapítvány jogi áttartúrálása	Cégbírószági illeték	Közreműködői költségek	Közygylés és alakuló ülések jogi munkái		
			60 000 Ft	5 000 Ft	- Ft	- Ft		

82. táblázat: Rövid távú javaslatok költségterve

Középtávú tervek

Középtávú javaslatok				
K.1.	Kreatív Belépők - kuponkártyák	120 000 Ft	Beruházási költség (nettó)	
			120 000 Ft	
K.2.	Horgász Térkép	6 000 000 Ft	Bekerülési költség	
			6 000 000 Ft	
K.3.	Pontgyűjtő Rendszer - Kajla útlevel	- Ft	nem releváns	
K.4.	Holtágak megközelíthetőségének javítása (infrastruktúra javítása)	- Ft	Beruházási költség (nettó Ft/m2)	
			2 000-5 000 Ft	
K.5.	Bevezető utak minőségének javítása (8 tábla létesítése)	- Ft	Beruházási költség (nettó)	
			8 000 000 - 16 000 000 Ft	
K.6.	Biciklikölcsönző létesítése	- Ft	Beruházási költség (nettó)	Éves működési költség (nettó)
			15 000 000-150 000 000 Ft	750 000 - 7 500 000 Ft
K.7.	Elektromos, 16 fős kisbusz beszerzése a turisták szállítására	46 000 000,00 Ft	Beruházási költség (nettó)	Éves működési költség (nettó)
			35 000 000 Ft	11 000 000 Ft
K.8.	Sportesemények szervezése (például Ötpróba futóverseny)	400 000,00 Ft	Beruházási költség (nettó)	
			400 000 Ft	

83. táblázat: Középtávú javaslatok költségterve

Hosszú távú tervek

Hosszú távú javaslatok		
H.1.	"Ligettől Ligetig"	1 188 000 000 Ft
H.2.	Kner nyomda köré épülő kulturális turizmus	A Múzeum saját költségvetéséből finanszírozott projekt.
H.3.	Liget Gyógyfürdő fejlesztése	3 200 000 000 Ft
H.4.	Termálvíz értékesítésének módjai	50 000 000 Ft beruházás + 12 000 000 Ft éves működési költség
H.5.	Fűzfás-zug partján wellness-szálloda kialakítása sportkomplexummal, illetve kapcsolódó közművesítés, útépítés, egyéb	11 000 000 000 Ft
H.6.	Ifjúsági és Sporttábor felújítása	120 000 000 Ft
H.7.	Csicsergő Vízitúra Megállóhely és Horgásztanya felújítása	1 000 000 000 Ft
H.8.	"Kállai Napok" összművészeti fesztivál	25 000 000 - 40 000 000 Ft

84. táblázat: Hosszú távú javaslatok költségterve

Javaslatok Kapcsolódása Egymáshoz

Rövid táv – Rövid táv

	R.1.	R.2.	R.3.	R.4.	R.5.	R.6.	R.7.	R.8.	R.9.	R.10.	R.11.
R.1.											
R.2.											
R.3.											
R.4.											
R.5.											
R.6.											
R.7.											
R.8.											
R.9.											
R.10.											
R.11.											

77. ábra: Rövid táv – Rövid táv kapcsolódás

Rövid táv – Középtáv

	K.1.	K.2.	K.3.	K.4.	K.5.	K.6.	K.7.	K.8.
R.1.								
R.2.								
R.3.								
R.4.								
R.5.								
R.6.								
R.7.								
R.8.								
R.9.								
R.10.								
R.11.								

78.ábra: Rövid táv – Középtáv kapcsolódás

Rövid táv – Hosszú táv

	H.1.	H.2.	H.3.	H.4.	H.5.	H.6.	H.7.	H.8.
R.1.								
R.2.								
R.3.								
R.4.								
R.5.								
R.6.								
R.7.								
R.8.								
R.9.								
R.10.								
R.11.								

79.ábra: Rövid táv – Hosszú táv kapcsolódás

Középtáv – Középtáv

	K.1.	K.2.	K.3.	K.4.	K.5.	K.6.	K.7.	K.8.
K.1.								
K.2.								
K.3.								
K.4.								
K.5.								
K.6.								
K.7.								
K.8.								

80.ábra: Középtáv – Középtáv kapcsolódás

Középtáv – Hosszútáv

	H.1.	H.2.	H.3.	H.4.	H.5.	H.6.	H.7.	H.8.
K.1.								
K.2.								
K.3.								
K.4.								
K.5.								
K.6.								
K.7.								
K.8.								

81.ábra: Középtáv – Hosszú táv kapcsolódása

Hosszú táv – Hosszú táv

	H.1.	H.2.	H.3.	H.4.	H.5.	H.6.	H.7.	H.8.
H.1.								
H.2.								
H.3.								
H.4.								
H.5.								
H.6.								
H.7.								
H.8.								

82.ábra: Hosszú táv – Hosszú táv kapcsolódás

Zárógondolatok

Jelen anyag egy stratégiát tartalmaz Gyomaendrőd 2023-27 közötti turisztikai irányú fejlesztéséhez. A munka végére még jobban megismertük a szívünkhöz közeli kisváros értékeit. Keresztül-kasul bejártuk, túracipőt húztunk, evezőt ragadtunk, hajóra szálltunk, biciklire pattantunk, horgászbottal vártuk a kapást, hogy minden aspektusból lássuk természeti értékeit.

Emberekkel találkoztunk, beszélgettünk, beszélgettünk. Emberekkel, akik meséltek a város múltjáról, jelenéről, elképzelt jövőjéről. Emberekkel, akik vagy betelepült gyomaendrődiként, vagy tősgyökeres gyomaiként, endrődiként érzik szívügyüknek a város fejlődését, fejlesztését. Ezek az inspiráló beszélgetések segítettek sok szemüvegen keresztül látni a várost, ezek a beszélgetések vitték előre a stratégia kidolgozását.

Bejártunk minden kulturális értéként nyilvántartott helyet, kipróbáltuk a helyi gasztronómiát, részesültünk olyan vendéglátásban, amelyet csak a Szent Antal Kenyérsütő Ház, a Pájer Kemping lángos látványkemencéje, a Csicsergő bográcsa adhat.

Sétáltunk a városka utcáiban minden napszakban, figyeltük az itt élőket ahogy bicikliről intenek egymásnak, ahogy az utcavégen beszélgetnek.

Örökre szívünkbe zártuk Gyomaendrődöt. Szíven viseljük sorsát. Szeretnénk, ha stratégiai munkánkkal mi is hozzájárulnánk egy élhető város turisztikai értékének emeléséhez.

Mellékletek

1. sz. melléklet: A minőség mérésének lehetséges eszközei

A modellek áttekintése hozzásegít minket ahhoz, hogy mások kutatásai alapján sikeresen válasszuk ki azon tényezőket, amely a minőséget sikeresen, a vevő érzékelése alapján is biztosítja. A több száz jelenleg elérhető modell közül azokat választottuk ki, amelyek szignifikánsak turizmus menedzsment szempontjából, illetve amelyeket empirikus kutatásokkal is alátámasztottak.

Technikai és funkcionális minőség modell (Grönroos, 1984)

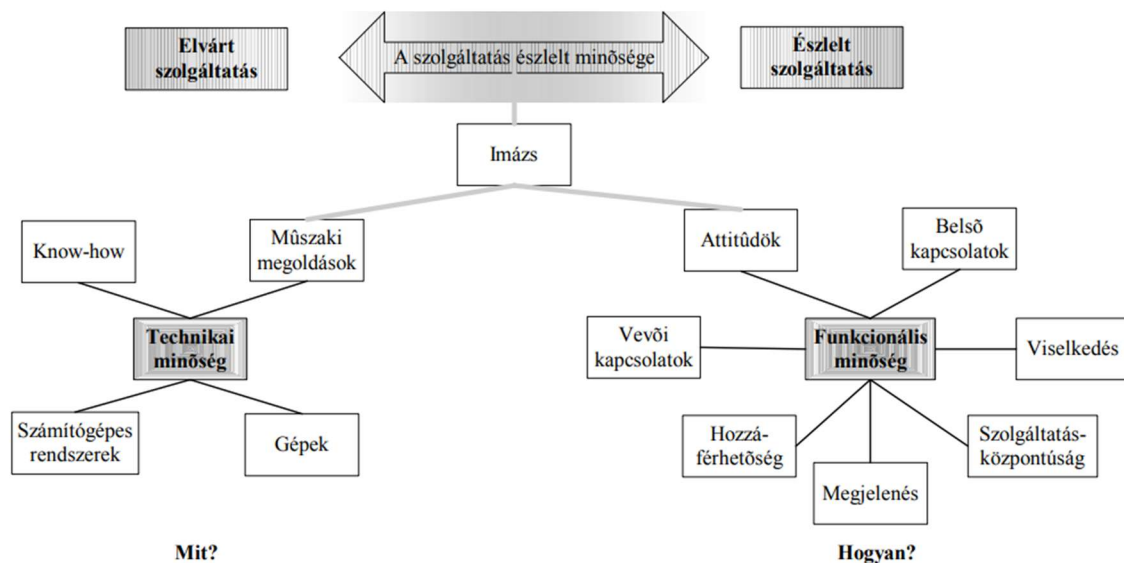
A modell alapgondolata szerint, a vevői elégedettség eléréséhez a vevők által elvárt és a ténylegesen észlelt minőségnek meg kell egyeznie. A szolgáltató csak úgy tud sikeresen versenyezni a piacon, ha tisztában van azzal, hogy a vevők hogyan, milyen módon észlelik a minőséget, és melyek azok a jellemzők, amelyek befolyásolják a szolgáltatás minőségét.

Bopp (1990) szerint a szolgáltatások területén a technikai minőség szintje a legtöbb esetben rejtve van a vevő előtt, így arról kevés információval rendelkezik.

Donabedian (1982) szerint a szolgáltatásminőség észlelése során a vevők alapvetően a funkcionális minőség faktort veszik figyelembe.

A modellben a szolgáltatásminőségnek három összetevőjét azonosította:

8. *technikai minőség (technical quality)*, amely azt határozza meg, hogy mit kap a vevő az adott vásárlása, az aktuális szolgáltatás igénybevétele eredményeként (eredmény dimenzió).
9. *funkcionális minőség (functional quality)* azt jellemzi, hogy a vevő szubjektív észlelése szerint a szervezet hogyan nyújtja az adott szolgáltatást, a vevő hogyan értékeli a szolgáltatási folyamatot (folyamat dimenzió).
10. *imázs (image)*, amely leginkább a technikai és funkcionális szolgáltatásminőségből eredő, azokhoz szorosan kapcsolódó különböző jellemzők, mint például a hagyományok, politikák, társadalmi kapcsolatok, szolgáltatási szándékok, hírnév összefoglalását jelenti.



Technikai és funkcionális minőség (forrás: Veres, 2005, p. 69.; Grönroos, 1982, p. 79.)

Három dimenziós modell (U. Lehtinen, J.R. Lehtinen, 1991)

A szerzők értelmezésében a szolgáltatásminőséget három dimenzió, a fizikai minőség, az interaktív minőség és a vállalati minőség alapján lehet értelmezni. A fizikai minőség a szolgáltató szervezet környezetének, eszközeinek, berendezéseinek minőségét, az interaktív minőség alapvetően a vevő és a szolgáltató kapcsolatának jellegét, a vállalati minőség a szervezet vevő által észlelt imázsát jelenti.

A dimenziók összevethetők Grönroos modelljében alkalmazott technikai és funkcionális, azaz eredmény és folyamat dimenziókkal. A kutatók véleménye szerint a fizikai minőségnek egyaránt van eredmény és folyamat jellege, az interaktív minőség egyértelműen a folyamat dimenzióhoz köthető, ezzel szemben a vállalati minőséget a vevők már a szolgáltatás igénybevétele előtt értékelik.

Rés-modell (SERVQUAL) (Parasuraman et al., 1985)

Parasuraman és szerzőtársai értelmezésében – hasonlóan a Grönroos által megfogalmazotthoz – a szolgáltatásminőség „az értékítélet egy formája, amely kapcsolatban van, de nem egyezik meg az elégedettséggel. A szolgáltatásminőség az

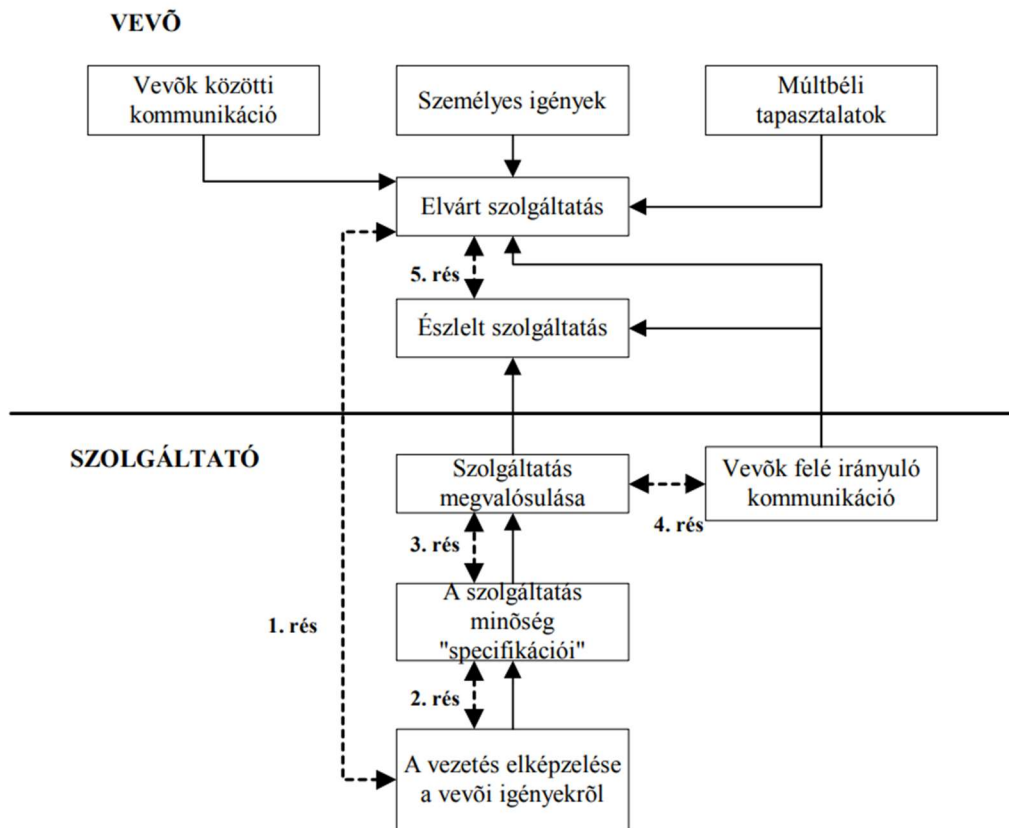
elvárt és észlelt teljesítmény összehasonlításának eredménye” (Parasuraman és szerzőtársai, 1988, p. 15.).

A Rés-modell (GAP-model) szerint a szervezet és a vevő (szolgáltatás teljesítmény észlelése) között eltérések lehetnek, amelyeket a szolgáltatásnyújtás „rései” idézhetnek elő:

- **GAP 1: Nem tudni mit vár el az ügyfél:** eltérés van a vevői elvárások és a menedzsment ügyfelek elvárásaival kapcsolatos elképzelései között.
- **GAP 2: Rossz minőségi sztenderdek:** a menedzsment vevők elvárásaival kapcsolatos elképzelései és a vevői igények szolgáltatásra vonatkozó specifikációkban történő megjelenése közötti eltérés.
- **GAP 3: Szolgáltatás nyújtás csapdája:** szolgáltatás minőségére vonatkozó specifikációk és a szolgáltatás megvalósítási jellemzői közötti eltérés.
- **GAP 4: Amikor az ígéretetek nem egyeznek a valósággal:** a nyújtott szolgáltatás tulajdonságai és a vevők felé kommunikált szolgáltatás jellemzők közötti eltérés.
- **GAP 5: Amikor az ügyfél nem az elvárt szolgáltatást kapja:** A vevő által elvárt és a ténylegesen észlelt minőség közötti eltérés.

Az ábra bemutatja, hogy a vevői és a szállítói (szolgáltatói) oldalt kombinálva a modell egyes összetevői hogyan függenek össze és közöttük milyen kapcsolat van.

Az 5. rés (GAP 5) a modell központi eleme, ugyanis az a másik négy rés csökkentésével minimalizálható. „Az elméleti modell a minőségfejlesztésre törekvő menedzserek számára egyértelmű üzenetet 8 közvetít: az 5. rés bezárásának kulcsa a másik négy rés bezárása és zárva tartása” (Zeithaml, Parasuraman, Berry, 1990, pp. 45-46.).



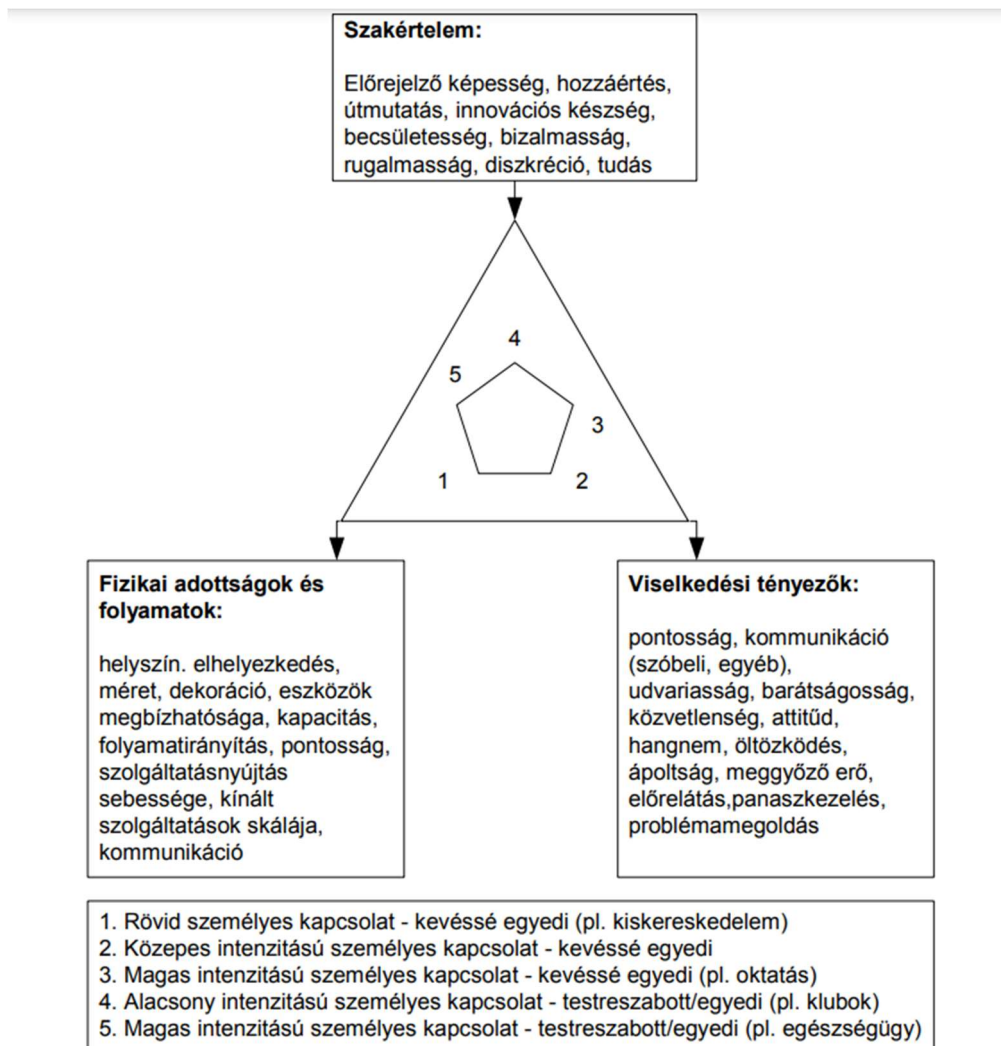
A rész-modell (gap-model) (forrás: Zeithaml, Parasuraman, Berry, 1990, p. 46.)

Tulajdonság alapú szolgáltatásminőség modell (Haywood-Farmer, 1988)

A modell alap gondolata szerint a szolgáltató akkor nyújt magas minőségű szolgáltatást, ha a vevők elvárásait képes folyamatosan kielégíteni és mindig ismeri a vevői preferenciákat.

A szolgáltatásminőség modellben a szolgáltatás különböző jellemzőit alapvetően három nagyobb tulajdonság-csoportba sorolták: fizikai adottságok és folyamatok; viselkedési 10 tényezők; szakértelem. A három tulajdonság-csoport egy háromszög csúcsain helyezkednek el.

A szerzők szerint a magas minőségű szolgáltatás eléréséhez optimális arányt kell kialakítani az egyes jellemzők tekintetében, hiszen, ha az erőforrásokat csak egy adott területre koncentrálnak a több terület rovására, az nemhogy a minőség javulásához, hanem egyenesen annak romlásához vezethet.



Tulajdonság alapú szolgáltatásminőség modell *(forrás: Haywood-Farmer, 1988; Seth et al., 2005)*

Szolgáltatásminőség átfogó modellje *(Brogowitz et al., 1990)*

A szerzők a hagyományos vezetési elveket építik be az elvárás-észlelés különbségére építő szolgáltatásminőség modellbe. A modell átfogóan közelíti meg a szolgáltatásminőséget. Nemcsak a már meglévő vevőkre koncentrálnak, hanem a potenciális vevők minőség észlelését is figyelembe veszi, azokat akik valamilyen módon (például még nem vették igénybe a szolgáltatást, de már kaptak ajánlatot arra vonatkozóan) ismerik és ezáltal képesek megítélni a szolgáltatás minőségét. A modell célja, hogy a hagyományos menedzsment tervezés-megvalósítás-értékelés/visszacsatolás struktúráját beépítse a szolgáltatásminőség megítélésébe.

- *Érintettek* azok a szereplők, akiknek nincs közvetlen anyagi hasznuk a turizmus fejlődéséből, de annak hatásait (el)viselni kénytelenek (például a helyi lakosság). (Üdülőhelyi igazgatóságok a Balaton régióban – Tanulmány, 2004).

Puczkó és Rátz (2003) szerint a turisztikai partnerségek résztvevői a következő érdekcsoportok, szervezetek és egyének soraiból kerülnek ki:

- helyi lakosok,
- helyi csoportosulások,
- közművelődési és sportszervezetek,
- önkéntesek,
- nonprofit és civil szervezetek,
- helyi önkormányzat – képviselők és hivatalnokok,
- állami hivatalok és igazgatóságok,
- regionális (térségi) turisztikai bizottságok és marketingigazgatóságok,
- regionális (térségi) fejlesztési ügynökségek,
- regionális (térségi) kulturális szervezetek,
- helyi vállalkozások,
- munkáltatói szervezetek,
- szakszervezetek,
- maguk a látogatók.

Mint a felsorolásból láthatjuk, a szereplők között megtalálhatók a *közszféra* és az *üzleti szféra* szereplői, valamint az egyén szintjén megjelennek a *helyi lakosok* és a *látogatók, turisták* is. Ideális esetben a vonzerő részét képező *helyi lakosság* között a turizmusban közvetlenül érintettek pozitívabb attitűdökkel rendelkeznek. A helyi közösségek általánosságban a lassú és ellenőrzött fejlődés hívei. A turista, a *fogyasztó szerepe* a turisztikai élmény kialakításában alapvető, de ezen túlmenően a marketingtevékenységekben is fontos szerepet játszik, hiszen a pozitív élmények

megosztásával a turisztikai attrakcióra, szolgáltatóra hívja fel a potenciális utazók figyelmét.

A vendégkör- és vendéglégedettség felmérésekben az információs forrásoknál a „barátok, rokonok, ismerősök ajánlása” kategória az egyik leggyakrabban jelölt válaszlehetőség. Az angol kifejezés „word of mouth”, illetve az egyre gyakrabban elektronikus formában (blogokban, Facebook-bejegyzésekben) megjelenő élménybeszámolók hatására „word of mouse” kifejezéssel is leírt ajánlás az egyik legfontosabb motiváló tényező egy turisztikai tevékenység vagy úti cél kiválasztásához, az utazó saját korábbi tapasztalata mellett.

2. sz. melléklet – Gyomaendrőd turisztikai arculata

A város turisztikai arculatának kialakítására 2021. decemberében írt ki nyílt pályázatot az Önkormányzat, 2022. elejére realizálódott a teljes arculati kézikönyv, amelyet Csahóczy Ferenc pécsi grafikus alkotott meg. A Körösök ölelése szlogen adott volt, e köré kellett megálmodni azt a logót, ami kifejezi ennek a találó jelmondatnak mondanivalóját, amely egyszerre fejezi ki Gyomaendrőd esszenciáját a helyi lakosok és a városba látogató turisták számára. Kifejezi a város sokrétűségét és e sokrétűségnek az egységét. Így város logója a hagyományokat a modern dinamikával ötvözve nyerte el mindenki számára érthető formáját. Négy kis ikonban fogalmazza meg a város értékeit, azt az összetettséget, amelyet Gyomaendrőd magáénak tudhat és amelyre turizmusában építhet. A rombusz alakot formázó logó négy rombuszból áll össze, alul, felül, jobbra, és balra. A kis rombuszokban spirális vonalakban jelenik meg a város négy fő pillére, amely utal annak múltjára, jelenére és jövőjére. A legfelső rombuszon spirális vonalvezetéssel rajzolt papirusztekercs látó, utalva a város arculatát nagymértékben meghatározó Kner nyomdára és az a köré szerveződött kulturális életre. Az alatta lévő rombuszban a három spirálban végződő vonal három feltörekvő víz sugara a város egyik központi attrakcióját képező Liget Fürdőre utal. Az alsó rombuszban lévő három hullámvonal egyfelől a legfőbb természeti érték, a Hármaskörös szimbóluma, másfelől tisztelgés a hagyományok előtt, hiszen ez a hármaskörös vonal megjelenik a gyomaendrődi címerben is, szintén a város folyóját szimbolizálva. A bal oldali rombuszban spirális alakban rajzolt fák a település környezeti értékeit mutatják. A négy rombusz körkörös egymásba érése absztraháltan jelképezi a különböző ágazatok egységét, egymásba fonódását. Az így kapott kreatív megjelenések dinamizmusa és a hozzá társított visszafogottan élénk színek egyedi megjelenést biztosítanak a város turisztikai arculatának.

A már elkészült és használatban lévő arculati kézikönyv grafikai, verbális, tipográfiai állandó elemei határozzák meg innentől a város identitását mind a helyiek mind a turisztikai céllal érkezők számára. Ez az arculat lesz innentől a marketingkommunikáció legfontosabb eleme. Ez az arculat biztosítja innentől a városról képezhető minden információ vizuális és szemantikai egységét.

Ez az egységes arculat azonosítja innentől Gyomaendrődöt a turisztikai térképen. Ez különbözteti meg a versenytársaktól, a helyiekben elősegíti a lokális szellemiséget, egyesíti a helyi turisztikai szereplőkben a közös ügyben való részvétel érzését.

Ez az egységes arculat jelenik innentől meg helyi életben az önkormányzat és a kulturális szegmens szereplői részéről (egységes arculatú névjegykártya, levélpapír, boríték, prezentáció, honlap, hírlevél, email aláírás stb.) és a turisztikai attrakciók marketingjében (plakátok, megállítótáblák, fesztiválok standjai, zászlói stb.).

3. sz. melléklet. Turizmusmarketing fogalom és keretrendszer

A desztinációmmarketing hagyományos (szolgáltatói) megközelítésben a látogatások ösztönzésére koncentrál, és a turizmussal, mint egyfajta árucikkkel foglalkozik. Ennek a megközelítésnek a legnagyobb hibája, hogy figyelmen kívül hagyja az egyes desztinációk speciális igényeit és korlátait, illetve a földrajzi, a környezeti és a szociokulturális sajátosságait. Ezzel ellentétben a tervezésorientált nézőpont a turizmus (pozitív és negatív) hatásaira, valamint a turisztikai fejlesztések korlátozottságára fókuszál – nem törődve a piaci dinamikával és a befektetők, turisztikai szolgáltatók igényeivel.

Desztinációs szinten az ideális megoldás az érintett felek (központi irányítás, állami szervek, önkormányzatok, turisztikai szolgáltatók, helyi lakosság) érdekeit szem előtt tartó, az adott fogadóterület hosszú távú fejlődésében érdekelt marketingtevékenység végzése. A turizmust fogadóterületi szinten koordináló szervezetek (TDM-szervezet) feladata a célterület turizmusában érintettek erejének összekovácsolása, a lobbizás, az érdekvérvényesítés, a marketing munka eredményes megvalósítása (Michalkó, 2012).

3.1. Marketingmix (4P + 3P)

A marketingmix azoknak a marketing eszközöknek a kombinációja, amiket felhasználunk ahhoz, hogy egy termék vagy szolgáltatás elérje a kitűzött marketing célt. A klasszikus termékek esetében ez a 4P, azonban a szolgáltatásmarketing ezt később kiegészítette még 3 eszközzel, ezek a következők:

1. **Product** – Termék, termékpolitika
2. **Price** – Ár, árpolitika
3. **Place** – Értékesítés helye, értékesítési politika
4. **Promotion** – Eladásösztönzési politika
5. **People** – Emberi tényezők
6. **Physical evidence** – Fizikai tényezők
7. **Process** – Folyamat

3.1.1. Termék és szolgáltatáspolitiká

A termék és szolgáltatáspolitiká 3 szintre osztható:

1. **Termékválaszték:**

Ez gyakorlatilag a desztináció egész kínálatát jelenti, ebbe tartozik minden, ami Gyomaendrődön (esetleg akár a környékén) elérhető termék és szolgáltatás kínálat.

2. *Termékcsalád:*

1. A termékcsaládok esetében már szűkül a réteg, ebben az esetben akár gondolhatunk a különböző *turizmus típusokra*, mint családokra. Ez nem zárja ki azt, hogy átjárjunk a típusok között (pl.: egy horgász, aki ellátogat a Vidovszky képtárba), azonban fontos a fő célcsoport számára megfelelő marketing eszközöket alkalmazni. A kiindulópontunk, hogy amennyiben valaki több érdeklődési körrel rendelkezik, utána fog nézni az egyes termékcsaládok adta lehetőségeknek.

2. A desztináció menedzsment esetében a termékcsaládok másik megközelítése alapján *funkciók alapján* is szétválaszthatjuk a termékeket (pl.: szálláshely szolgáltatók), hiszen, ha jelen példákban a szállásadók javarészt egy bizonyos minőséget képviselnek, 1-1 kiugró eset nem fogja szignifikánsan befolyásolni a potenciális fogyasztó véleményét akármelyik irányban.

3. *Egyedi termék:*

Az egyedi termék minden terméket és szolgáltatást külön vesz figyelembe. Az egyedi termékek marketingjét javarészt a vállalkozó biztosítja, azonban pozitívan hat a fogyasztóra, ha látja az összehangoltságot, a hasonló tematikát az egyes egyedi termékek között.

Termékfejlesztés során pedig az alábbiakról szükséges döntést hozni:

1. Termék dizájn, funkciók, jellemzők;
2. Csomagolás, címkézés;
3. Technológia;
4. Tartozékok, kiegészítők;
5. Garancia, szavatosság;

A termékfejlesztési döntések esetében megemlítendő, hogy gyakorlatilag egyenként mindegyikre építhető marketingkampány, amennyiben versenyképes.

3.1.2. Árazás és árpolitika

Az árazás esetében logikus tartani a gazdaságos árkategóriát, ezzel szólítható meg a legnagyobb szegmens, illetve jelen állapotban is nagy tényező a desztináció választás szempontjából. Ehhez elengedhetetlen azonban alacsonyan tartani a költségeket ahhoz, hogy tényleges profitot tudjunk realizálni. Fontos, hogy figyelembe vegyük a vevők ár rugalmasságát és jövedelemrugalmasságát az egyes szegmensek kínálatának beárazásánál. Például a versenyhorgászok sokkal magasabb ár rugalmassággal rendelkeznek, mint a hobbi horgászok.

Az alacsony ár stratégia alkalmazása során sokszor nem az eladó költségeit, hanem a vevő által elismert minőséget vesszük figyelembe, a stratégia során pedig igyekeznünk kell ehhez mértén alacsonyan tartani költségeinket. Termék és szolgáltatás előállításánál is 2 fő módszerünk van a költségek alacsonyan tartására:

- *Tanulási görbe alkalmazása:* ehhez szükséges monitorozni az eljárásokat, így később alapanyagokkal is képesek vagyunk jobban gazdálkodni. Ennek előnye, hogy a költségcsökkenéssel nem jár együtt a minőség romlása.

- *Olcsóbb erőforrások alkalmazása:* itt amennyiben nem egy jobb beszállító felkutatásáról van szó, szinte kivétel nélkül elkerülhetetlen a termék minőségének romlása. Ebben az esetben mérlegelni szükséges, hogy a vevő mennyire rugalmas a minőséget illetően, jobban megéri-e árat emelni a minőség megtartásával, esetleges emelésével. Ebbe a kategóriába tartozik az alapanyagokon kívül a humán erőforrás is. Az alulfizetett munkaerő várhatóan alacsonyabb minőséget is fog képviselni, így nem találkozik a fogyasztó elvárásaival, azonban részletesebben ezt a **3.1.5. Emberi tényezők** alfejezet tárgyalja.

3.1.3. Értékesítési csatornák és alternatívák

Az értékesítési politika során a termék elhelyezést kell meghatározni stratégiai szinten. Ennél a pontnál kell eljuttatni a termékeket a vásárlókhoz. Pontosan meg kell tervezni, hogy a terméket milyen úton és milyen módon juttatjuk el a vásárlókhöz.

Az értékesítési csatorna a desztináció marketing esetében másodlagos, hiszen ez főleg a fizikai termékek esetében mérvadó, jelen esetben azonban erősen a szolgáltatásokon van a hangsúly.

3.1.4. Hirdetés- és reklámpolitika

Az eladásösztönzéshez tartozik minden marketing tevékenység az offline marketing eszközöktől egészen az online, vagy digitális eszközökig.

Azokat a marketing üzeneteket kell meghatározni a marketingkommunikációs eszközök segítségével, amelyekkel meg szeretnénk szólítani a potenciális vásárlókat és fogyasztókat. Ebben a lépésben kell összeállítani az úgynevezett promóciós mixet.

Fontos, hogy a különböző szegmensekkel egészen máshogy kell kommunikálni, ez lehet akár más stílus, más csatorna. Még a turizmus fajtákon belül is jelentős különbségek vannak: Míg a kerékpáros, illetve gyalogos turista szívesen látogatja az adott település attrakcióit, a horgász turista a vendéglátóhelyekre se gyakran mozdul ki, így még az aktív turizmuson belül is más az igény. Fontos különböző szegmensprofilokat kialakítani, így megfelelően vagyunk képesek megszólítani az adott, potenciális célcsoportot.

3.1.5. Emberi tényezők

A termékek és a szolgáltatások sikerességét – így a vállalatokét is – nagymértékben befolyásolja a humán erőforrása, azaz, hogy pontosan kik is dolgoznak az adott vállalatnál.

A vállalatot, a “márkát” a munkavállalók testesítik meg a vásárlónak. Ennélfogva az értékesítést végzők felelőssége hatalmas a marketingben. A fogyasztó képes az egész céget azonosítani az alkalmazottaival, így rossz tapasztalatok sorozata igen rossz következményekkel is járhat.

Fontos lenne, hogy a megfelelő kedvességgel várjuk a betérő vásárlót, hiszen a szájról-szájra terjedés itt kiemelten jelen van, mind a pozitív mind a negatív vélemények esetében. Be kell látni azonban, hogy a pozitív vélemény terjesztéséhez annak sokkal magasabbnak kell lennie, mint amilyen mély a negatív. A fogyasztó, mivel általában fizet az elfogyasztott termékért, el is vár valamit cserébe. Abban az

esetben is, ha ez átlagos, viszont nem üti meg az adott személy elvárási szintjét, általában terjeszti az előállító/szolgáltató rossz hírét.

3.1.6. Fizikai tényezők

A fizikai tényezők azok az elemek, amelyek a vásárláskor vagy fogyasztáskor érik a vásárlókat. Ilyenek a tárgyi elemek: az üzlettér berendezése, a dizájn, de például a hangok, az illatok és a hőmérséklet is. Tehát elsősorban azok az elemek, amiket az érzékszerveinkkel érzékelünk.

Ilyenek lehetnek:

- berendezés: bútorok és egyéb tárgyi elemek;
- dizájn: szimbólumok, színek, grafikák, betűtípusok stb.;
- hanghatások, illatok, hőmérséklet;
- kommunikációs és tájékoztató elemek, panelek.

3.1.7. Folyamat

A folyamat mutatja meg, hogy milyen lépések (marketing és üzleti döntések) során elégítettük ki a vásárlók igényeit.

A folyamattervezés többek között magába foglalja a következőket:

- szabványosítás: standardizált munkafolyamatok (a lehető legjobb minőség elérése mellett);
- hibák, kritikus pontok feltérképezése, kijavítása;
- a szolgáltatás teljesítményének monitorozása;
- teljesítménymutatók meghatározása (KPI mérése);
- kézikönyvek elkészítése.

4. sz. melléklet – Operatív háttér, megvalósíthatóság és minőség – Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezet

A térség turizmusának igazi gazdája a felkészült menedzser által irányított, a turizmus valamennyi szereplőjét tömörítő, önálló cselekvésre képes TDM szervezet.

A turisztikai desztinációs menedzsment – röviden TDM – azon tevékenységek összessége, amelyek egy turisztikai fogadótérség (desztináció) számára ahhoz szükségesek, hogy látogatókat vonzzon és számukra az ottani tartózkodás során sokszínű és minőségileg tökéletes utazási élményt nyújtson, mindezt úgy, hogy a látogatóforgalom gazdasági és környezeti hatásai a desztináció közössége számára előnyösek legyenek, ma és hosszú távon egyaránt. Működésének alapja a „3P”, mely jelen pontban kifejtésre kerül.

A turista a motivációjának megfelelő vonzerővel rendelkező térségbe látogat, de a szükségleteit teljes egészében magával viszi. A turisztikai termék azon szolgáltatások, áruk és egyéb tényezők halmaza, amely a turisták szükségleteinek kielégítésére szolgál. **Alapja a vonzerő**, amiért a turista éppen az adott térséget választja úti célul (Gyomaendrőd esetében tehát a Liget Fürdő, a kulturális kínálat, illetve a természet, vagy a sportlehetőségek), de emellett magában foglalja a közlekedési, szállás, étkezési, szórakozási, egészségügyi stb. szolgáltatásokat, valamint további, a turizmus szempontjából nélkülözhetetlen tényezőket, pl. a közbiztonságot, a rendet, a tisztaságot és a fogadó közösség vendégszeretetét.

A tudatos fejlesztés fő eszköze a **tervezés**, amely előre számol tevékenységünk várható hatásaival is, és igyekszik erősíteni azokat, amelyek pozitív hatásokkal járnak, illetve elkerülni a múltbeli tapasztalatok által károsnak bizonyult faktorokat. A tervezés azonban csak a kiindulási alap, a terveket sikeresen meg kell valósítani, amihez felkészült szakemberek és szervezetek, valamint megfelelő jogi és közgazdasági szabályok kellenek, szakszerűen és környezetbarát módon kell működtetni a létrehozott szolgáltatásokat és intézményeket, ismerni kell a turisták igényeit, befolyásolásuk módszereit és a piaci trendeket.

A turisztikai desztinációmenedzsment alapja a 3P

A **partnerség** kiépítése teszi lehetővé, hogy a fogadóközösség egésze megfelelő szemlélettel viszonyuljon a turizmushoz, és a látogatók ne csak a turisztikai létesítményekben kapjanak igényeiket kielégítő szolgáltatásokat. A turizmus egyik fontos első mottója – „a turista is ember” – kapcsán hangsúlyoztuk, hogy **az utazás értelmét a turista számára az élmény nyújtja**, amelyre a desztinációban szerzett benyomások és tapasztalatok összessége hat: a lakosság, a bankok, a posták és a hivatalok alkalmazottainak a viselkedése, a rend, a tisztaság, lényegében minden, amit utazása során tapasztal. Így a felelősök között a köz- és a magánszektor szereplői mind megtalálhatóak. Ezért is fontos az alulról építkezés, mert csak így lehet mindegyiküket bevonni, és hatni rájuk, a turisztikai imázs fontosságát megértetni velük.

A TDM-szervezetben (továbbiakban: TDMSz) a turizmus **minden szereplője tag lehet**, de a mindennapi, gyakorlati munkát a szervezet **operatív szervére** kell bízni, amely felkészült, **professzionális menedzser** irányításával szakszerűen készíti elő és valósítja meg a közös döntéseket, végzi el a mindennapi munkát, ezen belül a turisták kiszolgálását.

A **pénz** – amely (a 3P kedvéért) itt a saját erőforrások, így a kompetencia és költségvetés meglétét szimbolizálja – ahhoz szükséges, hogy a turizmus összes helyi szereplőjét tömörítő TDMSz központi vagy más támogatások nélkül is önállóan cselekvőképes legyen. Legalább a működéshez, a marketinghez és a pályázatokon való részvételhez legyen saját ereje, amit tagjai tagdíj hozzájárulásukkal biztosítanak, és egyéb forrásokkal (pályázat, szponzorok stb.) kiegészítenek.

A TDMSz munkaszervezete két módon hozható létre:

1. **Tourinform iroda** (vagy más, pl. vállalkozói információs iroda) válhat a TDMSz munkaszervezetévé és láthatja el annak a feladatait, ha ezt a tulajdonos az egyesület számára szerződésben biztosítja. Ekkor a Tourinform

iroda vezetője lesz egy személyben az egyesület titkára és a munkaszervezet vezetője, tehát a turisztikai menedzser (Gyomaendrődön működik Tourinform iroda).

2. Az egyesület önálló munkaszervként **nonprofit kft.-t** hoz létre.

A TDM-szervezet létrehozásának előnyei

A legfontosabb előny, hogy a település/térség turizmusának lesz gazdája, és elérhetővé válik a fenntartható és versenyképes turizmus megteremtése.

További előnyök

a. általánosan:

- § valamennyi szereplő érdekével számoló, tudatos fejlesztés valósul meg (mert a tervezésben minden turisztikai szereplő részt vesz);
- § a partnerség kialakulásával létrejön az önálló cselekvőképesség (saját forrás és kompetencia), amit külön-külön egyik szereplő sem tudna elérni;
- § a marketing hatékonyabb lesz;
- § a közös tevékenység túllép a marketingkommunikáción és kiterjed a tervezésre, a fejlesztésre, a minőségellenőrzésre, a képzésre stb. is;
- § kialakíthatók komplex turisztikai termékek, a térség sajátos arculatot nyer, márka-termékek jöhetnek létre, így a turisták tökéletesebb élményhez jutnak és visszatérnek, jó hírünket keltik – mindez versenyelőnyt jelent;
- § elégedettebbek lesznek a turisták és jobb forgalom várható;

b. az önkormányzat és a helyi közösség számára:

- § az önkormányzat több turisztikai feladata elvégzését a TDMSz-re bízhatja;
- § a turizmussal kapcsolatos döntések szakszerűen elő lesznek készítve;
- § nagyobb és tisztább forgalom várható a térségben, így másképpen nem hasznosítható erőforrások (tájkép, vízpartok, népi hagyományok stb.) a turizmusban az eddiginél jobban értékesíthetővé válnak;

- § a turizmus nagyobb mértékben hoz be máshol megtermelt jövedelmeket a település/térség gazdaságába;
- § új, versenyképes munkahelyek teremődnek, a fiatalok kevésbé vándorolnak el a térségből;
- § a közösségteremtés új lendületet kap;
- § az önkormányzat idegenforgalmi adóbevételei nőnek;

c. a vállalkozások számára:

- § egyedül meg nem valósítható szakmai feladatok válnak teljesíthetővé, pl. komolyabb marketing akciók, közösségi léptékű fejlesztések;
- § mind a desztináció, mind a szolgáltatók szintjén biztosabb forgalom és nagyobb bevételek várhatók;
- § jobb érdekérvényesítés;
- § szakmai gondokkal lesz kihez fordulni, senki sem marad egyedül.

Mik lehetnek a **hátrányok, ha a TDMSz létrehozása nem sikerül?**

A fentebb felsorolt valamennyi előny elmaradása; a turizmus eddigi spontán alakulásának a folytatódása; a széthúzás, a tehetetlenség, a beletörődés és a bizonytalanság fennmaradása; a turisták elégedetlensége és csökkenő forgalma – összességében a turizmus által nyújtott lehetőségek kihasználatlansága és a turizmus negatív hatásainak elburjánzása.

A TDMSz egyik fő tevékenysége a **desztinációs marketing**, amely a desztináció teljes turisztikai kínálata számára hivatott piacot teremteni. Ehhez

- 1) ismerni kell a piac igényeit és jellemzőit,
- 2) gondoskodni kell a látogatók szükségletei kielégítésének feltételeiről („a turista is ember”) és
- 3) tökéletes utazási élményt kell a számukra biztosítani,
- 4) a desztináció kínálatát a piac igényeihez kell igazítani.

- 1) A piac igényeinek és jellemzőinek a megismerését a **kutatás** teszi lehetővé.
- 2) A látogatók szükségleteinek teljes kielégítését csak **komplex turisztikai termékek** előállításával lehet biztosítani.
- 3) A tökéletes utazási élményt leginkább az **egyedi vagy sajátos vonzerők és az azokat kiegészítő színvonalas szolgáltatások** nyújthatják.
- 4) A desztináció kínálatának piaci igényekhez való igazítása a termékfejlesztés mellett feltételezi valamennyi fenti teendő elvégzését és a jó **kommunikációt**.

A TDM szervezetek – szemben az egyes turisztikai szolgáltatókkal – nem egy-egy turisztikai részzolgáltatást, vagy termékelemet (pl. szállás, étkezés, szórakozás, kulturális vagy sportprogram) visznek a piacra, hanem egy adott földrajzi térség turisztikai kínálatának egészét. Ezért a TDMSz kiemelt feladata a turisztikai termékek előállításáról és értékesítéséről való gondoskodás. Ezt alapvetően tervezéssel és szervezéssel tudja elvégezni. A tervezés a piaci helyzet reális feltárásán alapul és a jövő tudatos alakítását segíti elő. A szervezéssel a tervek megvalósítását és a jelenlegi helyzet gyors javítását tudják elősegíteni. Ez utóbbi a legidőszerűbb és ezért azonnali feladat, hiszen Gyomaendrőd turizmusának fő gyengesége a komplex turisztikai termékek hiánya. Ma turisztikai a Város turisztikai vállalkozásai jobbra egyedül, külön-külön próbálnak boldogulni, a vendégeket egy-egy részzolgáltatás nyújtásával igyekeznek megszerezni. A szervezett utazások is csak a legfontosabb – vagy annak vélt – alapszolgáltatásokat (közlekedés egy vonzerőhöz és vissza, valamint a helyszíni szállás és étkezés) fogják össze az utazási csomagokban. **A turisták számára a teljes élmény biztosításáról nincs, aki gondoskodik, a teljes élményről nem kommunikál velük senki.**

Szervezéssel a TDMSz a következőképpen segíthet a komplex turisztikai termékek hiányán:

- fel kell mérnie a desztináció turisztikai kínálatát: vonzerők, turisztikai szolgáltatások, egyéb (orvosi, biztonsági, banki, postai, kereskedelmi stb.) szolgáltatások;

- meg kell ismernie a mai turisták véleményét Gyomaendrőd (és környéke) szolgáltatásairól és tapasztalataikról;
- a fenti kettő elemzése alapján össze kell állítani a turisztikai termék/ek kívánatos összetételét;
- a TDMSz keretében a termékjavaslatokat meg kell vitatni és meg kell szervezni a turisták által jelzett hibák és kifogások javítását, az esetleges hiányok pótlását, illetve az együttműködés formáit (pl. a különböző szolgáltatások elérhetőségének felvitele az internetes honlapra, információs füzet és térképek kiadása, a szolgáltatók megegyezése egymás kölcsönös ajánlásáról a vendégek számára, címcseré, szezonnyitás előtti közös ellenőrzések stb.);
- a környék (legalább a megye) többi TDM-szervezetével össze kell hangolni az éves rendezvénynaptárat, hogy egy-egy nagyobb rendezvényből a helyi szolgáltatókon kívül más is profitálhasson, és a rendezvények ne oltsák ki egymás pozitív hatását – ahogyan ez több rendezvény azonos időben történő megtartása esetén történne.

Attrakció- és látogatómenedzsment

A vonzerőket úgy kell a látogatóknak bemutatni, hogy a Gyomaendrődön töltött idejüket a lehető legkellemesebbé és élménydússá lehessen tenni általa, s eközben a vendégek minél kevésbé zavarják vagy károsítsák a természeti, társadalmi környezetet és magát az attrakciót, a bemutatás pedig gazdasági eredményt hozzon. Ezt segíti elő az attrakció- és látogatómenedzsment. Az attrakciómenedzsment a termék kialakításától kezdve a szolgáltatások nyújtásán keresztül az ellenőrzéséig minden területet felölel, amely egy vonzerő működtetésével kapcsolatban felmerülhet. Ezen tevékenységek közül kiemelt figyelmet kell fordítani azokra, amelyek a látogatókkal közvetlenül állnak kapcsolatban. Ezekkel a látogatómenedzsment foglalkozik. A turisztikai menedzser feladata a látogató-, és környezetbarát, de egyben profitorientált szemlélet elterjesztése és gyakorlati

alkalmazásának elősegítése. A turisztikai menedzser egyrészt szakmai iránymutatást ad a turisztikai szolgáltatók részére, másrészt generálja és menedzseli azon tevékenységeket, amelyek igazán hatékonyan és professzionálisan csak széles körű desztinációs összefogással valósíthatók meg.

A következőkben olvasható néhány példa arra, hogy milyen módszereket alkalmazhatók a látogatómenedzsment területén. Sokszor elég, ha egy szolgáltató a turista helyébe képzeletben magát és úgy igyekszik élményt teremteni, de vannak szakmai módszerek is, amelyeket célszerű felhasználni, hogy a vonzerők és a kiegészítő szolgáltatások látogatóbarát jellegét erősíteni lehessen.

Néhány lehetőség a szakmai iránymutatásra:

- „Látogatóbarát település” címmel **tanfolyam szervezése** a helyi TDMSz tagjai számára, annak érdekében, hogy a legjobb gyakorlatot jelentő (best-practice) technikákat megismerjék és elsajátítsák. A szervezési feladatokat a helyi turisztikai menedzser végzi, aki előadót is könnyen találhat – ha jó kapcsolatokat ápol turisztikai felsőoktatási intézményekkel, attrakció üzemeltetőkkel.
- Látogatói vélemények, **visszajelzések gyűjtésének** a megszervezése a TDMSz tagjai által működtetett szálláshelyeken, éttermekben, különböző attrakciókban stb., pl. egységes vendégkönyv, panaszkönyv, kérdőív bevezetése. A látogatói véleményeket a turisztikai menedzser feldolgozza, és az eredményekről tájékoztatja a tagságot, ezáltal ösztönzi őket a hibák kijavítására, a szolgáltatások minőségének fokozására, sőt erősíti a partnerségi kapcsolatokat is.
- **Interpretációs lehetőségek megismertetése** a szolgáltatókkal. Az attrakciót be is kell mutatni, amely akkor nyújt valódi élményt a látogatónak, ha a bemutatás során a látogató minél több érzékszervére hatni képes. Figyelnünk kell arra, hogy a gyermekek és felnőttek más-más bemutatói módokat igényelnek. Pl. egy a madarak életéről szóló kiállítást gyerekek és felnőttek egyaránt meglátogathatnak, azonban mindketten mást várnak tőle:

egy felnőtt részletes ismereteket igényel, míg egy gyermek számára az jelenti az élményt, ha sok mindent megfoghat, megtapinthat, és van, amivel tud játszani. Fontos, hogy írásos információknál ügyelni kell a szóhasználatra. Készüljenek külön kiírások a felnőttek és a gyerekek számára, majd ezeket külön az ő szemmagasságukban kell elhelyezni. Az interpretációs eszközöknek szinte végtelen a tárháza, néha elég egy jó ötlet és kreativitás, és máris a látogató kedvében lehet járni. Ilyen lehet pl. „fotópontok” elhelyezése, amely kis beruházás, de megint csak élményt generál, ha a település/térség legszebb panorámával rendelkező helyein a TDMSz „Itt készítsen egy fotót” táblákat helyez ki.

- **Animáció nyújtása** a rendezvényeken, a strandon, a látogatóközpontban stb., ami kiegészítő szórakozási lehetőséget biztosít a látogatók számára. Az animáció képes lehet a gyermekek figyelmének folyamatos lekötésére, illetve kiegészítő programkínálatot nyújthat rossz idő esetére. A programok kitalálása, megszervezése és levezetése az animátor feladata, a nyári hónapokban gyakornokok is alkalmazhatók, így az még nagy többletköltséget sem jelent.

5. sz. melléklet: A Körösök Völgye térségi aktív turizmus fejlesztési stratégiához való kapcsolódás lehetőségei

A stratégia a szorosan összekapcsolódó helyi ökoturizmussal és aktív turizmussal kapcsolatos elképzeléseket tartalmazza.

A Körösök völgye aktív turisztikai térség lehatárolása a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégiában meghatározott szempontok szerint került meghatározásra. Ezen alapelvek mentén figyelembe vettük a meglévő természeti, táji adottságokat, a jelenlegi kínálatot – attrakciókat és szolgáltatásokat egyaránt –, azok fejlesztési potenciálját és a más turisztikai termékekkel való összekapcsolhatóságot.

Összesen 35 település közigazgatási területét foglalja magában, jóval túlmutatva a Körösökhöz közvetlenül kapcsolódó településeken. A területnek a közepén helyezkedik el **Gyomaendrőd**. Ezen felül a városon halad át az ország központi részeit a Közép-békési településeggyüttessel összekötő (és nemzetközi kapcsolatot is biztosító) vasúti fővonal, ami jó elérhetőséget biztosít a város számára, az aktív és ökoturizmusban résztvevők ugyanis jóval nagyobb arányban érkeznek tömegközlekedéssel, mint más turisztikai termékek esetén.



A több turisztikai termék egységes kezelésével komoly lehetőség nyílt arra, hogy **Gyomaendrőd** valamennyi termékkel kapcsolatban előnyökhöz jusson a kínálat gazdagítása, fejlesztése során. Míg a vonalas attrakciók közül a Körös révén a víziturizmus, a kelet-nyugati irányú kerékpárút révén a kerékpáros turizmus állomása a város, a közelben elhaladó Alföldi Kéktúra, illetve az arról leágazó túraútvonalak által a térségbe vonzott gyalogos turizmusból is részesülhet. Ezek a termékek nem csak önmagukban hoznak külső jövedelmet a városba, az érkező vendégek – a jelenlegi és a kialakításra kerülő további kínálati elemek által – más termékek szolgáltatásait is igénybe fogják venni.

A Körösök Völgye térség mind természeti, mind pedig társadalmi szempontból viszonylag homogén terület. A természeti adottságok minden részén hasonlóak, egyedül a folyóvizektől való távolságban különböznek egymástól az egyes települések. Ez azonban igen fontos az aktív turisztikai lehetőségek szempontjából. A térség tengelye a Körös, ennél fogva **Gyomaendrőd** komoly helyzeti előnnyel rendelkezik, hogy minél hatékonyabban elérje a stratégiában megfogalmazott célokat. A térség pontszerű természeti értékei ennél fogva geológia helyett a víz köré csoportosulnak, holtágak, tavak formájában. A stratégia megállapítja, hogy a térség természeti vonzerejét sokkal inkább a táji értékekben kell keresnünk. Egyrészt a magyar pusztá, mely magában foglalja a tanyavilágot és a különleges kunhalmokat, másrészt a pusztá és a folyók közötti egyedi kapcsolat, harmadrészt a folyók és azok természetes ártere. A nagyobb területet érintő tájjellegű attrakciók egyben a fenntarthatóságot is segítik, hiszen a turisták általában a pontszerű attrakciók környékén csoportosulnak, ami a környezetre is erőteljesebb hatást gyakorol. E tekintetben csak arra kell ügyelni, hogy megfelelően legyen kommunikálva a potenciális vendégek felé a táj, mint **Gyomaendrőd** és a környék egyik fő vonzereje: nem csak a Körös-Maros Nemzeti Parkhoz tartozó, egyúttal Natura 2000 területnek is nyilvánított folyómenti terület attraktív, hanem a holtágak, valamint az észak és déli irányban a folyótól távolabb elhelyezkedő területek is a város körül.

A stratégia kiemeli, hogy az aktív és az ökoturizmusban is kiemelt figyelmet kell fordítani a **kulturális és épített örökségre** (egyházi épületek, várak, kastélyok, múzeumok, kiállítóhelyek, emlékházak és emlékszobák, tájházak). A Körösök völgye gazdag kulturális értékkínálattal rendelkezik, melyek közül kiemelendők a templomok, kastélyok, tájházak, múzeumok és kiállítóhelyek, földvárak. Ezek többsége települési környezetben csoportosul, a tájban elhelyezkedő pontszerű attrakciókból kevesebb található. A települések és az ott található attrakciók felfűzésére az aktív turizmus egyes túratípusai kiváló lehetőségeket nyújtanak. Kerékpárral (kisebb mértékben gyalogtúrázva) az útvonalaknak nagy variációs lehetősége van, de a kötöttebb útvonallal rendelkező vízi turizmus is olyan településeket érint, amelyek gazdag épített örökséggel, számos szép látnivalóval rendelkeznek. ***Gyomaendrőd*** ebből a szempontból is kedvező adottságokkal rendelkezik, de itt is a legfontosabb feladat, hogy a térségbe érkező vendégek számára ne pontszerűen, hanem térségi szinten kerüljenek bemutatásra ezen értékek. Ezzel jóval nagyobb vonzereje lesz a területnek, és a turisták tartózkodási ideje is növekedni fog. A már jelenleg is komolyabb kínálattal rendelkező települések – így ***Gyomaendrőd*** is – annyi előnnyel rendelkezik a többi településhez képest, hogy a rendelkezésre álló kereskedelmi szálláshelyek miatt jó eséllyel ide fognak érkezni nagyobb számban a jövőben is a vendégek, ezeket a városokat fogják bázisként használni.

A Körösök völgye a **gyalogos természetjárás** szempontjából nem tartozik a legkeresettebb célpontok közé. Ennek elsődleges oka a domborzat alföldi jellege, az alacsony relief. A kijelölt turistaútvonalak az adottságokhoz alkalmazkodva Békéscsaba és Gyula környékén összesen 120 km-es hálózattal állnak rendelkezésre. A hosszabb távú gyalogos túrák erre az említett területre, az Országos Kékkör áthaladó szakaszára és a Körösök élővilágát bemutató tanösvényekre koncentrálnak. A túrautak, tanösvények kijelölése és hosszútávú fenntartása sok esetben szabályozási hiányosságok miatt kérdéseket vetnek fel,

amelynek megoldására az országos szintű vizsgálat az MTSZ-szel közösen már folyamatban van.

A gyalogos természetjárásban résztvevő célcsoportok számára a legvonzóbb tájak a változatos domborzatú, különleges felszínformákkal, kilátópontokkal, egyedi növény- és állatvilággal rendelkező területek. Térségi szinten azokat keresik fel elsősorban, amelyek képesek az átlagos és a kihívást kereső turistáknak is megfelelő élményeket nyújtani. A Körösök völgye alföldi fekvéséből fakadóan, domborzat, kilátás és geológiai képződmények szempontjából nem tartozik attraktív tájaink közé. A mezőgazdasági tevékenységek miatt kiterjedt erdőségek sem növelik a vonzerőt. Éppen ezért nem ezek, hanem **az ártéri és vizes élőhelyek sokszínűsége** tekinthető a térség fő vonzerejének. A rendelkezésre álló kínálat az egyes célcsoportok megszólítását és bevonását is befolyásolja. A gyomaendrődi lombkorona sétány kedvelt program a városba látogatók körében, de valódi tanösvények nincsenek **Gyomaendrődön**, pedig azok komoly vonzerőt jelentenek a gyalogos turisták számára.

A térségben hagyományosan magas a **kerékpározás** részaránya a mindennapi közlekedésben (hivatásforgalom), ezért sok esetben az infrastruktúra is fejlettebb, mint az ország hegyvidéki területein. A településeken belül jobban odafigyelnek a kerékpárosokra, mivel az utcakép és a gondolkodás szerves részét képezi ez a közlekedési eszköz.

A Körösök által körülölelt térség ugyanakkor nem kiemelt kerékpáros-turisztikai desztináció, de domborzati adottságai miatt kiváló lehetőséget tartogat a könnyed, lankás útvonalakat kereső, szabadidős céllal, családdal érkező kerékpárosok számára, akik könnyen teljesíthető, mégis élvezetes kerékpártúrákon vennének részt. A térségben elhelyezkedő települések a domborzati viszonyoknak és a kevésbé forgalmas, alacsonyabb rendű közút-hálózatnak köszönhetően könnyen megközelíthetők kerékpárral. A terület kerékpáros bejárhatóságát a gátkoronán futó kerékpározásra ajánlott burkolt és stabilizált üzemi utak is nagyban segítik. A térségben változatos szelíd útvonalakat lehet kialakítani, melyek a vizes élőhelyeket

és a településeket felfűzve kínálnak élményeket az idelátogatóknak. A kerékpáros turizmus a vízi turizmussal is jól kombinálható, ami egyedi csomagajánlatok létrehozására ad lehetőséget. A rendelkezésre álló infrastruktúrán tehát nagyrészt már le lehet bonyolítani túrákat, azonban a kényelmes és biztonságos közlekedés biztosítása és a térségi hálózati hiányok betöltése érdekében **elengedhetetlen a kerékpárút-hálózat fejlesztése.**

A térségben elsősorban aszfaltos, a gátkoronákon helyenként murvás utak állnak rendelkezésre, ami a trekking típusú túrakerékpárt használók számára a legalkalmasabb. Az aszfaltborítás az országúti kerékpárosoknak alapfeltétel, a kis forgalmú közutak a térségben azonban olykor rossz minőségűek, ami csökkenti a vonzerőt. A terepkerékpárosok számára a térség nem releváns.

A Körösök völgye kifejezetten alkalmas a szelíd kerékpáros turizmusra, azon célcsoportok megszólítására, bevonzására, akik a kihívást jelentő tevékenységek helyett a kulturális, történelmi, ipari, egyházi és néprajzi örökségek iránt érdeklődnek, és ezen – többségében pontszerűen elhelyezkedő – attrakciók kerékpáros megközelítése, vagy akár ezek összekötése jelenti a vonzerőt.

A természeti kincsek tekintetében gazdag tájon a kerékpáros turista útja gyakran a folyók mentén vagy azok gátrendszerén vezet. Ezek a túrák a vizes élőhelyek iránt érdeklődők minden korcsoportjának tartogatnak élményeket, legyen szó madarak, halak, a vizek közelében élő emlősök megfigyeléséről, vagy fotózásáról. A térség elsősorban táji jellegű komplex vonzerővel rendelkezik, pontszerű természeti értékek ritkábban fordulnak elő, ami szintén a kerékpáros turizmusnak kedvez, hisz a turista a tevékenység végzése közben folyamatosan csodálhatja a Körök Völgyére jellemző síkvidéki tájat.

Gyomaendrődöt a térséget kelet-nyugati irányban, főleg a Körös mentén kialakított kerékpárút érinti. Ez a térség tengelye, így komoly lehetőséget jelent a város számára a térségi szintű aktív turizmus fejlesztésére, akár a szolgáltatások, akár a marketing kapcsán.

Hazánkban számos olyan **vízitúrázásra** alkalmas helyszín van, amelyek jelenleg még eldugott kevésbé frekvenciált célpontok, nagyon kevesen ismerik igazán, és eldugott mivoltát féltve őrzik. Ilyen helyszínnek számít a Körösök vidékének nyugodt környezete is, mely kitűnő adottságaiból fakadóan képes természetközeli élményeket biztosítani a kenuval vagy kajakkal érkezők számára. A térség elsődleges víziturisztikai vonzereje tehát az érintetlen vízközeli táj. A vízfelületek (Fehér-Körös, Fekete-Körös, Kettős-Körös, Hármaskörös, Sebes-Körös, Hortobágy-Berettyó, Berettyó) magyarországi szakaszai a nyári vízitúrázásra legalkalmasabb időszakban lassú folyásúak elsősorban a szelíd vízitúrázásra alkalmasak.

A térség egyedi vonzereje a jelenleg még teljes hosszában nem hajózható Gyula-Békéscsaba-Békés városait összekötő Élővíz-csatorna, mely a Kettős-Körösbe torkollik. A vízi turizmus általában a településektől távol, vagy azok peremén zajlik, természeti környezetben. Ez a csatorna egy különleges városi környezetben történő túrázást is lehetővé tesz. Ezen városok gazdag kulturális, néprajzi és gasztronómiai kínálata pedig tovább erősítheti ezt az egyedi vonzerőt.

A **lovas túrákat** kedvelők általában a változatos dombokkal tarkított erdők és mezők váltakozásában gazdag tájakat kedvelik. A Körösök völgye elsősorban ezért nem tartozik a kiemelt és lovasturisztikai szempontból fejlesztendő célpontok közé. A Körösök völgyében a túratípust érintő helyi, természeti vonzerők közel azonosak a gyalogos turistákéval. A lovas turizmus számára itt elsősorban a pusztán történő tereplovaglás a fő vonzerő, ami kevés helyen valósítható meg a mezőgazdasági hasznosítás miatt. Ezek a helyek azonban nagy kiterjedésű, általában védett nemzeti parki területek, melyek lóháton bejárhatóak és megfelelő élményeket biztosítanak.

A Körösök völgyében **két turisztikai magterület** különíthető el. Az egyik a legnagyobb vendégéjszaka-számmal rendelkező város Gyula, valamint a megyeszékhely Békéscsaba térsége. A térség másik turisztikai súlypontja Szarvas és környéke. Ehhez kapcsolódhat **Gyomaendrőd** a javasolt turisztikai fejlesztésekkel. A stratégia megállapítja azonban, hogy a térségbe érkező turisták kevéssé az aktív

kikapcsolódási formák miatt érkeznek, a fő motivációt a fürdők, a gasztronómia és a kulturális programok adják.

A stratégiában megfogalmazásra került, hogy pontosan azok a turisták alkotják az egyik fő célcsoportot, akik nem aktív túrázás céljából érkeznek a Körösök völgyébe. Ugyanis ők potenciálisan bekapcsolhatóak főként a kerékpáros, a lovas és a gyalogos túrázáson keresztül, melyeket elsősorban fél-egy napos kiegészítő tevékenységként űzhetnek az egyéb célú kikapcsolódásuk mellett. A tevékenységekkel pontosan azokat a kulturális és egyéb értékeket kapcsolhatják össze, amelyek motivációjuk fő pillérei.

A stratégia által megfogalmazott jövőkép

2030-ra a Körösök völgye **az aktív egészségmegőrző pihenés legkedveltebb célpontja az Alföldön**. A térség szereplői egységesen a szelíd aktív turizmusra koncentrálnak a nyugalom szigeteként hirdetik magukat, melyhez mottójuk: „Körösök völgye az Alföld rejtett kincse”.

A jövőkép szerint a Körösök völgye nyugodt, pihenésre alkalmas környezete kora tavasztól késő őszig nagy számban vonzza az aktív kikapcsolódást, gyalogos, vízi, kerékpáros vagy lovas túrázást kereső idősebb és fiatalabb korosztályokat egyaránt. A szelíd aktív turizmus kiegészítő tevékenységévé válik a térségben nagy népszerűségnek örvendő egészség-turizmusnak. Budapest mellett a nagy lélekszámú és jó vásárlóerővel rendelkező Kecskemét, Szeged és Debrecen is küldőterületté válik a térségnek, és az innen érkező turisták száma növekszik a Körösök völgyében. A szolgáltatók beemelik az aktív turisztikai tevékenységeket a kínálatukba. Ennek köszönhetően az egészségmegőrzési céllal ide érkezők számára a Körösök völgye több lehetőséget biztosít mindezekre, a fizikai aktivitáson keresztül történő élményszerzéssel erősítve. Mindennek köszönhetően az egyének által egy huzamban itt eltöltött vendégéjszakák száma növekszik. Gyula-Békéscsaba turisztikai térsége továbbra is a Körösök völgye turisztikai súlypontja, Szarvas-Gyomaendrőd térsége pedig egy lassú ütemben felzárkózó új aktív turisztikai

célpontot testesít meg. Az aktív turisztikai fejlesztéseknek köszönhetően az ide érkezők egyre gyakrabban keresik fel elsősorban a vízi és kerékpáros túratípusokon keresztül, a kisebb települések kulturális értékeit is. Mindemellett természetesen a kifejezetten aktív turisztikai célzattal érkezők is megtalálják azokat a szolgáltatókat, amelyek hálózatba szerveződve elégítik ki igényeiket. A térség önkormányzatai, turisztikai szolgáltatói és egyéb érdekelt felei tudatosan és hatékonyan, közösen együttműködve fejlesztik a Körösök völgye turisztikai márkát, aminek köszönhetően a térség marketingje országosan ismert és elismert. A települések önálló aktív turisztikai marketingje helyett az együttműködés válik dominánssá a térségi gondolkodás jegyében.

Az átfogó célok között a következőket határozták meg:

- gazdasági, környezeti és társadalmi fenntarthatóság,
- a túratípusok élményalapú, komplex szemléletű összekapcsolása,
- Körösök völgye identitás-teremtés, hálózatos kiterjesztés,
- a helyi adottságokat továbbfejlesztő szolgáltatás- és tudásfejlesztés,
- a szelíd aktív turizmus hatékony összekapcsolása a térség turisztikai kínálatával,

Mindehhez a fejlesztési célok:

- vonzerőfejlesztés,
- infrastruktúra fejlesztés,
- szolgáltatásfejlesztés,
- marketing, információ és promóció fejlesztése,
- szervezetfejlesztés (koordináció és menedzsment).

A területi célok között **Gyomaendrődöt** központi helyen említi. A jó vízi kapcsolatok mellett megfelelő a szárazföldi összeköttetés Szarvas felé, de fejlesztendőnek határozták meg Mezőtúr, Túrkeve, Körösladány, Békés és Kondoros felé. Várhatóan ez lesz az alapja bármiféle térségi aktív és ökoturisztikai fejlesztésnek és az abból fakadó fejlődésnek (forgalom- és bevételnövekedés).

A Körösmentén az elsődleges cél, hogy Szarvas, Mezőtúr, Túrkeve és **Gyomaendrőd** együttműködésével létrejöjjön a térség központjában az az aktív turisztikai szolgáltatói és infrastrukturális hálózat, amelyen a megfelelő szolgáltatások rendelkezésre állnak az ide érkező turisták számára. Mezőtúr és Túrkeve felé jelenleg nem megfelelő a kerékpáros elérhetőség, ennek fejlesztése indokolt a térség északi részének, a Hortobágy-Berettyó nyújtotta attrakciók bekapcsolása céljából. Ehhez szükség van a már jelenlévő szolgáltatások minőségfejlesztésére, a kerékpáros útvonalak, Szarvastól észak felé és a gátkoronán történő kiépítésére, a Körösön és a Hortobágy-Berettyón a megfelelő vízi turisztikai beruházásokra, megállópontokra. Mivel Szarvas a duzzasztó miatt szintén egyfajta végpontja a túráknak, ezért az eszközszállítás itt is releváns és kiépítendő, valamint bekapcsolandó a szomszédos területek hasonló szolgáltatáskínálatába.

Ezt a szolgáltatást láncba, hálózatba kapcsolva is lehet végezni, a Csongrád felől érkező eszközök szarvasi, **gyomaendrődi** köztes állomásról kerülnek továbbvitelre, ezzel csökkentve az egyes szállítók által megtett utat, növelve a fenntarthatóságot. Amennyiben megfelelő számú eszköz áll rendelkezésre a szolgáltatóknak, nem kell minden eszközt egyenként szállítani. Megvárhatják míg felgyülemlik a gazdaságosan szállítható eszközszám a végpontokon, és ezt követően költségtakarékosan és kevésbé környezetszennyező módon valósulhat meg a visszaszállítás. Ennek legfenntarthatóbb módja, ha hosszú távon zéró emissziós járműveket használnak a szolgáltatók. Az ilyen hálózatok kiépítéséhez mindenképpen külső ösztönzőre van szükség, mivel piaci körülmények között hosszú idő is eltelhet, míg a vállalkozók felismerik az ebben rejlő lehetőségeket. **Gyomaendrőd** térsége egy ilyen hálózatnak kulcsfontosságú szereplője lehet, ezért a terület szempontjából fontos cél, egy ilyen ösztönző rendszer közös kidolgozása előtt a területi feltételek megteremtése (eszköz bérlő és leadó helyszínek).

További fontos cél, hogy Kondoros térsége is bekapcsolódjon, a Szarvast Békéscsabával összekötő kerékpárút attraktívabb lesz soft beavatkozásokkal – a rendelkezésre álló kapcsolat így élővé váljon. Ez a kerékpárút a térség egyik gerincútvonalának tekinthető. Szarvas és Békéscsaba között körülbelül kettő és fél

óra az út kerékpárral. Kondoros szinte pont félúton helyezkedik el, ami egy kerékpáros szolgáltatópont számára kiváló feltételeket teremt. A gerincút észak felé irányuló leágazásainak fejlesztése a Körösöket elérve kiváló lehetőségeket biztosíthatnak a túratípusok közötti váltásra is. Kondoros jelenti jelenleg a legjobb összeköttetést a Felső-Körös területtel, ugyanilyen összeköttetésekre van szükség **Gyomaendrőd**, Körösladány és Békés között is, amire Mezőberény a legalkalmasabb, hisz közúton is itt ágazik ketté a két terület felé vezető út.

A térségi termékek kapcsán a stratégia kiemeli az élménycsomagok kialakítását, melyekre javaslatokat is tesz (**Gyomaendrődöt** érintve pl. az Alföldi Kéktúra esetleges leágazásai, a város csillagtúrák kiindulópontjaként, valamint Körösök menti körtúra-útvonalak, különböző fantázianeveken, pl. Halacska-kör nyugat felé, Rája-kör, **Gyomai holtág** túra, Összefolyás túra). Ezen felül természetesen erősen jelenik meg a stratégiában a Körösök menti főútvonal, a Körösök gerincén és Szabad Körös neveken. Külön nevesíti a javaslatok között a stratégia a Holtág-túrák között a **Peresi-Holt-Körös** menti túraútvonal fejlesztését. A fejlesztésre javasolt lovas túraútvonalak is érintik **Gyomaendrőd** térségét, a Körös-menti területek kapcsán.

A stratégia egyedisége az erős térségi szemlélet érvényesülése. Ennek legfontosabb eleme a marketing és promóció kérdése. A dokumentum a következőket fogalmazza meg ezzel kapcsolatban: „a Körösök völgye egyik legnagyobb hiányossága a nem megfelelő kommunikáció. A térséget a legerősebb arculati elem a Körösök térségi jelentőségű márkává alakítása helyett a marketing érték elaprózódása jellemzi.”

Ezek kiküszöbölésére négy intézkedést javasol a stratégia:

- Körösök völgye márka és arculat építése (kulcsfontosságú, hogy a helyi szereplők elfogadják szükségességét és közreműködjenek ennek kialakításában);
- a két fő kommunikációs eszközcsoporthoz az offline marketing (nyomtatott anyagok, újság, TV, rádió), illetve

- az online jelenlét (közösségi média, a véleményvezérekkel készített videóanyagok, a honlapok, hírlevelek);
- az utolsó intézkedés tartalmazza az olyan speciális marketingelemeket, mint a helyi termékek becsatornázása a kommunikációba, helyi kedvezménykártya, digitális kártya kialakítás, aktív turisztikai rendezvények és csomagajánlatok kidolgozása.

6. sz. melléklet: A jelenleg elnyert, már megvalósult, illetve megvalósulás előtt álló pályázatok

Az elmúlt időszakban egyre több forrás áramlik Békés megyébe, ezáltal Gyomaendrődre is a Terület- és Településfejlesztési Operatív Program keretein belül. Ezek közül azokat emeljük ki, amelyek jelentős turisztikai vonatkozással is rendelkeznek.

Jelenleg a város az alábbi projektekre kapott pályázati forrást:

1. Gyomaendrőd zöld infrastruktúra és kulturális infrastruktúra fejlesztése – 208 000 000 Ft

A projekt az alábbi területeket érinti és a következő tevékenységeket tervezzük megvalósítani:

- Kossuth Lajos utcai zöldfelületi rekonstrukció
- Játsszótér felújítása
- Kulturális intézmények felújítása
- Parkolók kialakítása

2. Turisztikai fejlesztés Gyomaendrődön – 292 000 000 Ft

- A Fűzfás-zugi horgászverseny-pálya kiszolgáló létesítményeinek fejlesztése, út kialakítása.
- A Zrínyi utcában található tájház fejlesztésével és bővítésével megfelelő kiállítóhely létrehozása a "Kállai örökség" és a "Váry hagyaték" számára.

Ábrajegyzék

1. ábra: A gyomaendrődi járás állandó népessége és annak várható alakulása (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés) (R=0,9947).....	21
2. ábra: Békés megye korfája 2021 januárjában (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	22
3. ábra: Békés megyében regisztrált álláskeresők alakulása 2021. Q'1 és Q'3 között (oszlopok sorban: Összesen, Ebből: Nő, Ebből: Pályakezdő, Ebből: 25 éven aluli) (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	25
4. ábra: Békés megyében regisztrált álláskeresők és bejelentett betöltetlen álláshelyek alakulása 2021. Q'1 és Q'3 között (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	26
5. ábra: Kiadó szálláshelyek kapacitásának eloszlása.....	28
6. ábra: Bowling Treff étterem (készítette: Cseri László).....	29
7. ábra: Dreher Söröző és Étterem (készítette: Cseri László).....	30
8. ábra: Hídfő étterem (készítette: Cseri László).....	31
9. ábra: Körös Panzió és Étterem (készítette: Cseri László).....	31
10. ábra: Liget Söröző és Étterem (készítette: Cseri László).....	32
11. Pavilion Étterem és Pizzéria (készítette: Cseri László).....	33
12. Rubin Panzió és Vendéglő (készítette: Cseri László).....	34
13. ábra: Three Rivers Pub (készítette: Cseri László).....	35
14. ábra: Harang Söröző (készítette: Cseri László).....	36
15. ábra: Békési Burger Bár (készítette: Cseri László).....	37
16. ábra: Lángos Büfé (készítette: Cseri László).....	37
17. ábra: Mini Büfé (készítette: Cseri László).....	38
18. ábra: Bóbita Büfé (készítette: Cseri László).....	39
19. ábra: Dolce Vita Cukrászda (készítette: Cseri László).....	40
20. ábra: Tibi Cukrászda (készítette: Cseri László).....	40
21. ábra: Zöld Cukrászda (bal oldalt: Gyomai Zöld Cukrászda, jobb oldalt: Endrődi Zöld Cukrászda) (készítette: Cseri László).....	41

22. ábra: Turisztikai jelentőségű gyógyhelyek és fürdőtelepülések (azon belül attrakciók) kategorizálása (forrás: MTÜ, Szakértői interjúk).....	58
23. ábra: Gyomaendrőd és környékének vízrajza (forrás: web.okir.hu).....	63
24. ábra: Hármaskörös.....	69
25. ábra: Cinege.....	71
26. ábra: Réti sas.....	71
27. ábra: Fakopáncs.....	72
28. ábra: Jégmadár (készítette: Joe Petersburger).....	73
29. ábra: Tavi béka.....	74
30. ábra: Horgász és fogása (Wenhardt Dániel).....	75
31. ábra: Tiszavirágzás Gyomaendrődön (fotó: Joe Petersburger).....	79
32. ábra: Dévaványa címere.....	80
33. ábra Csárdaszállás címere.....	81
34. ábra: Ecsefalva címere.....	82
35. ábra: Hunya címere.....	83
36. ábra: Békés megye helyközi autóbusz-hálózata.....	85
37. ábra: MÁV vasúti személyszállítási térkép.....	86
38. ábra: Jelentős küldőországok Békés megyébe turisztikai célú utazások esetében 2021. Q'1-Q'3 (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	113
39. ábra: A német turisták utazási preferenciái (forrás: Nemzetközi fogyasztói felmérés, MTÜ, 2020).....	114
40. ábra: Németország utazó szegmensei (forrás: Nemzetközi fogyasztói felmérés, MTÜ, 2020).....	115
41. ábra: Átlagosan 3 vendég éjszakánál többet eltöltő küldő országok Békés megyében 2021. Q'1-Q'3 (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	115
42. ábra: A turisztikai célú többnapos belföldi utazások megoszlása motiváció szerint 2017-ben (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	118
43. ábra: A turisztikai célú többnapos külföldi utazások megoszlása motiváció szerint (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	119

44. ábra: A népességszám csökkenésének mértéke (Forrás: KSH, illetve továbbvezetett lakónépesség száma, évközepe adatok).....	120
45. ábra: A város ipari hasznosítású területei (forrás: Gyomaendrőd ITS alapján továbbszerkesztve).....	122
46. ábra: Gyomaendrőd településszerkezete a zöldterületekkel és a közlekedési folyosókkal (forrás: saját szerkesztés).....	125
47. ábra: A város elhelyezkedése és megközelíthetősége (forrás: saját szerkesztés).....	126
48. ábra A külföldi vendégéjszakák arányának változása (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	129
49. ábra: A belföldi és külföldi vendégéjszakák számának és arányának alakulása a városban (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	129
50. ábra: A külföldi vendégéjszakák megoszlása Gyomaendrődön (2019) (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	130
51. ábra: A külföldi vendégéjszakák megoszlása Békés megyében (2019) (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	130
52. A város teljes vendégforgalma megoszlásának alakulása.....	131
53. ábra: A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák megoszlásának alakulása Gyomaendrődön (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	132
54. ábra: Horgászvizek a város környezetében (forrás: saját szerkesztés).....	137
55. ábra: A megkérdezett horgászok összesített véleménye a gyomaendrődi horgászlehetőségekkel és -élményekkel kapcsolatban (forrás: saját szerkesztés).....	138
56. ábra: Körös-Maros Nemzeti Park területe.....	139
57. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek elhelyezkedése Gyomaendrődön.....	140
58. ábra: Magán szálláshelyek elhelyezkedése az Erzsébet ligetben (Hantoskerti holtág).....	140

59. ábra: Magánszálláshelyek kapacitása a számukhoz viszonyítva (forrás: saját szerkesztés).....	141
60. ábra: Gyomaendrőd tágabb környezetének fürdővárosai (forrás: saját szerkesztés).....	142
61. ábra: Gyomaendrőd és a régiós versenytárs települések vendégforgalmának alakulása (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	147
62. ábra: A szezonális mértéke, a januári vendégforgalomhoz képest Gyomaendrődön és a versenytárs településeken (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	148
63. ábra: Gyomaendrőd és a régiós versenytárs települések havi vendégforgalma (2019) (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	149
64. ábra: A szűkebb versenytársak köre (forrás saját szerkesztés).....	151
65. ábra: A versenytárs települések vendégforgalmának (vendégéjszakák) alakulása (forrás: saját szerkesztés).....	155
66. ábra: A szezonális mértéke (a júliusi forgalom a januári forgalomhoz viszonyítva (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	156
67. ábra: A tágabb térség járásainak vendégforgalma (a vendégéjszakák száma, ezer; 2019.) (forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés).....	157
68. ábra: Gyomaendrőd és tágabb térségének kereskedelmi szálláshelykapacitásai (férőhelyek / egységek száma, 2019. július) (forrás: saját szerkesztés).....	158
69. ábra: vendégforgalom alakulása Gyomaendrőd tágabb térségében (kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma, 2010. és 2019.) (forrás: saját szerkesztés).....	159
70. ábra: Gyomaendrőd és a tágabb környezete desztinációi vendégforgalmának alakulása (a vendégéjszakák száma) (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	160
71. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek átlagos szobaárai Gyomaendrőd tágabb térsége járásában 2019-ben (forrás: saját szerkesztés).....	161
72. ábra: A marketing fő teljesítménymutatói.....	189

73. ábra: Marketing Terv időzítése.....	221
74. ábra: Rövid távú tervek megvalósulásának időtartama.....	277
75. ábra: Középtávú tervek megvalósulásának időtartama.....	279
76. ábra: Hosszú távú tervek megvalósulásának időtartama.....	281
77. ábra: Rövid táv – Rövid táv kapcsolódás.....	287
78. ábra Rövid táv – Középtáv kapcsolódás.....	288
79. ábra Rövid táv – Hosszú táv kapcsolódás.....	289
80. ábra Középtáv – Középtáv kapcsolódás.....	290
81. ábra Középtáv – Hosszú táv kapcsolódás.....	291
82. ábra Hosszú táv – Hosszú táv kapcsolódás.....	292

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: A gyomaendrődi járás állandó népességének alakulása az elmúlt évtizedekben (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	20
2. táblázat: Békés megyében alkalmazásban állók és a szellemi és fizikai foglalkozásúak megoszlása 2021. Q'1 és Q'3 között (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	23
3. táblázat: Békés megyében alkalmazásban állók nettó keresetének átlaga lebontva a fizikai és szellemi foglalkozásúak között 2021. Q'1 és Q'3 között (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	24
4. táblázat: Békés megyében nemzetgazdasági áganként alkalmazásban állók száma 2021. Q'1 és Q'3 között (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	24
5. táblázat: Gyomaendrődön található vadásztársaságok.....	44
6. táblázat: Gyomaendrődön található vízisportokhoz kötődő szabadidős tevékenységek.....	44
7. táblázat: A Csicsergő vízitúra megállóhely és horgásztanya fizetős szolgáltatásainak ellenértéke 2021-ben.....	46
8. táblázat: A Csicsergő vízitúra megállóhely sólya pályájának díjszabása.....	48
9. táblázat: A Csicsergő vízitúra megállóhely sólyapályája ingyenes igénybevételének feltételei.....	48
10. táblázat: A Csicsergő vízitúra megállóhely sólyapályája szolgáltatásai a sólyadíj megfizetése után.....	49
11. táblázat: Programajánlatok a Mokasszin Sportszerkölcsönző és Sportszolgáltatóban.....	51

12. táblázat: A KHESZ fenntartása alatti holtágak Gyomaendrőd területén (A kék háttérrel jelöltek a frekventált holtágak) (forrás: KHESZ honlapja adatai alapján saját szerkesztés).....	53
13. táblázat: Liget Gyógyfürdő és Kemping Ásvány-gyógyvizsgálati jegyzőkönyv.....	57
14. táblázat: Liget Gyógyfürdő és Kemping belépőjegy árak.....	59
15. táblázat: Wellness kezelések árai.....	60
16. táblázat: A Liget Gyógyfürdő és Kempingben lévő szállások költségei.....	60
17. táblázat: A Liget Gyógyfürdő és Kempingben igénybe vehető gyógyászati kezelések árai.....	61
18. táblázat: Egyéb igénybe vehető szolgáltatások díjai a Liget Gyógyfürdő és Kempingben.....	61
19. táblázat: A Liget Gyógyfürdő és Kemping vendégszámának alakulása 2015 és 2019 között.....	62
20. táblázat: A Liget Gyógyfürdő és Kemping bevételeinek alakulása 2015 és 2019 között.....	62
21. táblázat: Gyomaendrődi járás települései.....	79
22. táblázat: A lakóhelyek közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében.....	89
23. táblázat: A horgász tevékenység célja közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében.....	89
24. táblázat: Az „Ön szokott a lakóhelyétől eltérő településen horgász tevékenységet végezni?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében.....	89

25. táblázat: Az „Amennyiben igen, milyen gyakran szokta ezt megtenni?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében.....	90
26. táblázat: Az „Amennyiben igen, milyen távol hajlandó utazni e célból?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében.....	90
27. táblázat: Az „Amennyiben igen, átlagosan hány vendégéjszakát tölt a lakóhelyétől eltérő helyen?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében.....	91
28. táblázat: Az „Amennyiben igen, átlagosan mennyi pénzt költ átlagosan az utazása során naponta?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében.....	91
29. táblázat: A zavaró tényezőkre irányuló kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében.....	92
30. táblázat: A „Milyen halat fogott korábban Gyomaendrődön?” kérdés válaszai közötti megoszlás a horgász kérdőívet kitöltők esetében.....	93
31. táblázat: Az „Ön szívesen él a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	96
32. táblázat: A „Szívesen él Ön a jelenlegi, közvetlen lakókörnyezetében?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	97
33. táblázat: A „Mi a véleménye az épületek, terek, utcák állapotáról?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	97
34. táblázat: Az „Úgy véli, hogy az itteni gyerekek felnőttként elköltöznének a településről?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	98
35. táblázat: A „Milyen érzésekkel gondol a településre?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	98

36. táblázat: A „Mit kedvel leginkább a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	99
37. táblázat: Az „Ön szerint a település milyen hangulatú?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	99
38. táblázat: Az „A településen működő boltok és egyéb szolgáltató egységek kielégítik az Ön szükségleteit?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	100
39. táblázat: A „Szeretné, hogy a településen több olyan bolt és szolgáltatóegység legyen, ahol a lakók dolgozhatnak? kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	101
40. táblázat: A „Mely közlekedési módot veszi igénybe legtöbbször hétköznapi során?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	101
41. táblázat: A „Mit szeretne leginkább az alábbi, közlekedéssel kapcsolatos fejlesztések közül a településen az elkövetkezendő időszakban?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	102
42. táblázat: A „Mi a véleménye a természet állapotáról a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	102
43. táblázat: A „Mi a véleménye a környezet állapotáról a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	103
44. táblázat: A „Ha oda költözhetne, ahová akarna, hova költözne a legszívesebben?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	103
45. táblázat: A „Hogyan ítéli meg az ipar fejlettségét a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőívben belül.....	104

46. táblázat: A „Hogyan ítéli meg a mezőgazdaság fejlettségét a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	105
47. táblázat: A „Hogyan ítéli meg szolgáltatások fejlettségét a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	105
48. táblázat: A „Hogyan ítéli meg az emberek képzettségét, tanultságát a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	106
49. táblázat: Az „Ön szerint a szociális célra rendelkezésre álló pénzösszegeket...” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	106
50. táblázat: A „Milyen terület fejlődését szeretné elérni a településen?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	107
51. táblázat: A „Milyen módon, milyen szervezetek, intézmények segítségével lehetne legjobban a települést fejleszteni?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	108
52. táblázat: A „Hogyan tudnának a helyi lakosok, civil szervezetek ebben részt venni?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	109
53. táblázat: A „Mennyire elégedett Ön az alábbi tényezőkkel?” kérdésre adott válaszok megoszlása a lakossági kérdőíven belül.....	110
54. táblázat: Békés megyében töltött külföldi vendégéjszakák 2021. Q'1-Q'3 (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	112
55. táblázat: Az elmúlt 4 évben a fogyasztói-árindex alakulása (előző év azonos időszaka=100%) összesen és csak az élelmiszerek esetében (forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés).....	117
56. táblázat: Gyomaendrőd és a versenytárs települések vendégfogalmának megoszlása (a vendégéjszakák száma alapján, 2019) (forrás: KSH adatok alapján).....	149

57. táblázat: A szűkebb versenytársak köre (forrás saját szerkesztés).....	151
58. táblázat: SWOT-analízis.....	169
59. táblázat: A különböző turizmustípusok mérőszámai.....	184
60. táblázat: A potenciális célszegmensek jellemzői.....	194
61. táblázat: Versenytárselemzés: Szarvas.....	208
62. táblázat: Versenytárselemzés: Békéscsaba.....	209
63. táblázat: Versenytárselemzés: Tiszakécske.....	210
64. táblázat: Versenytárselemzés: Orosháza.....	211
65. táblázat: Versenytárselemzés: Gyula.....	212
66. táblázat: Versenytárselemzés: Túrkeve.....	213
67. táblázat: Versenytárselemzés: Békés.....	214
68. táblázat: Marketing felelősségvállalás.....	219
69. táblázat: Marketing felelősségvállalás.....	220
70. táblázat: Marketingköltségek eloszlása.....	222
71. táblázat: Marketingköltségek részletes bontása.....	225
72. táblázat: Balázs Andrea statisztikái a közösségi média platformokon.....	227
73. táblázat: Kandász Andrea statisztikái a közösségi média platformokon.....	227
74. táblázat: Szujó Zoltán statisztikái a közösségi média platformokon.....	228
75. táblázat: Tótka Sándor statisztikái a közösségi média platformokon.....	229
76. táblázat: Rövid távú javaslatok listája.....	234

77. táblázat: Középtávú javaslatok listája.....	235
78. táblázat: Hosszú távú javaslatok listája.....	236
79. táblázat: A Tourinform iroda munkatárs(ak) bére.....	242
80. táblázat: Javaslat a Tourinform iroda nyitvatartására.....	243
81. táblázat: A Turisztikai Menedzser bére.....	247
82. táblázat: Rövid távú javaslatok költségterve.....	283
83. táblázat: Középtávú javaslatok költségterve.....	285
84. táblázat: Hosszú távú javaslatok költségterve.....	286

Forrásjegyzék

2011. évi népszámlálás 13. A népesség gazdasági aktivitása. Letöltés helye: http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/nepsz2011/nepsz_13_2011.pdf; (letöltés: 2022.04.21.)

Becser Norbert (2008): Szolgáltatásminőség Modellek. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. <http://edok.lib.uni-corvinus.hu/277/1/Becser89.pdf> (letöltés: 2022.09.02.)

Bopp, K.D. (1990): How Patients Evaluate the Quality of Ambulatory Medical Encounters: A Marketing Perspective. Journal of Health Care Marketing, 10 (March), 6-15.

Brogowitz, A. A., Delene, L. M. és Lyth, D. M. (1990): A synthesised service quality model with managerial implications. International Journal of Service Industry Management, Vol. 1., No. 1., pp. 27-44.

Donabedian, A. (1982): Explorations in Quality Assessment and Monitoring. Volume 2.
Gronroos, C. (1984): A Service Quality Model and Its Marketing Implications. European Journal of Marketing, 18, 36-44. https://www.researchgate.net/profile/Christian-Groenroos/publication/233522386_A_Service_Quality_Model_and_Its_Marketing_Implications/links/0c96052a58f958eecc000000/A-Service-Quality-Model-and-Its-Marketing-Implications.pdf (letöltés: 2022.06.05.)

Hanusz Árpád. (2009) A területi turisztikai tervezés és a helyi TDM rendszerek kialakításának mozgástere. TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ „DESZTINÁCIÓS MENEDZSMENT”. Nyíregyháza, 2009. május 20.-21. http://eta.bibl.u-szeged.hu/409/1/hanusz_turisztikai.pdf (letöltés: 2022.06.05.)

Haywood-Farmer, J. (1988) A conceptual model of service quality. International Journal of Operations and Production Management, Vol. 8., No. 6., pp. 19-29. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2491773/mod_resource/content/1/Conceptu



ESCARGO HAJÓJA KFT.
minden ami tartalom