
Balmazújváros versenyképességének elemzése SWOT-analízis alapján, különös tekintettel a turisztikai lehetőségekre

Tarné Klutsik Andrea

Debreceni Egyetem Agrártudományi Centrum,
Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar,
Marketing és Üzleti Tanszék, Debrecen
klutsik@freemail.hu

ÖSSZEFOGLALÁS

Tanulmányomban Balmazújváros versenyképességét vizsgálom, kiemelve a turizmus területét. Fekvését tekintve a város az Észak-alföldi régió részeként, Hajdú-Bihar megyében, Debrecentől 22 km-re található, az azonos nevű statisztikai körzetben helyezkedik el Egyekkel, Hortobággal és Tiszacsegevel együtt. A környező vizsgált településekkel összehasonlítva a természetföldrajzi adottságai hasonlóak, szintén rendelkezik a térségre jellemző jó minőségű, gyógyászatban, balneológiában hasznosítható termálvízzel. Régóta meghatározó a település életében a mezőgazdaság, ma is mezőváros jellegű kisváros, mely 1989-ben kapott városi rangot. Sajátos fekvéséből adódik, hogy a város közigazgatási területének egy része a Hortobágyi Nemzeti Park (HNP) területére esik.

Tanulmányomban először a turisztikai szempontból versenytárs települések körét határozom meg, majd a 2003. június 15. és augusztus 31. közötti időszakban Balmazújvárosba érkezett látogatók által kitöltött kérdőívek elemzésének elsődleges részeredményeit mutatom be, illetve a primer felmérés során szerzett tapasztalataimat ismertetem. Végül a primer és szekunder információforrások felhasználásával készült turisztikai SWOT-táblát mutatom be és elemzem az eredményeket.

Ha számba vesszük a kisváros erősségeit, gyengeségeit, a lehetőségeket és a veszélyeket, akkor megállapíthatjuk, hogy Balmazújváros sajátos turisztikai vonzereje jelenthet kitérés pontot a település számára kiegészülve a szolgáltató szektorral, úgy, hogy a már meglévő infrastruktúrát fejlesztik, illetve kormányzati támogatással, és külső tőke bevonásával beruházásokat eszközölnek, a programkínálatot bővítik. Az erős konkurencia miatt jól megfontolt és gondosan felépített marketing stratégiára és megvalósításra van szüksége a városnak ahhoz, hogy győztesként kerüljön ki ebből a versenyből.

Kulcsszavak: turizmus-versenyképesség, Balmazújváros, turisztikai SWOT, marketing stratégia

SUMMARY

My study examined the competitiveness of Balmazújváros, in regard to tourism. The town is situated in the Northern Great Plain region, in Hajdú-Bihar county, 22 km from Debrecen, together with Egyek, Hortobágy and Tiszacsege joined the statistical subregion of Balmazújváros. Comparing with the neighbouring settlements, it has similar geographical features and possesses thermal water that was determined to be medicinal, which is a feature of the region. Balmazújváros as a typical country town as it has a dominant agricultural character. It gained town status in 1989. Part of the town is situated in the National Park of Hortobágy.

The first part of my study is to determine the number of rival settlements from the viewpoint of tourism. I will analyze the results

of a questionnaire given to tourists in Balmazújváros between June 15 August 31 2003, and introduce the primary results. The SWOT analysis will show the primary and secondary information and the examination of the results.

If we take into account the strengths, weaknesses, opportunities and threats of this town, we can make the following conclusion: tourism is an opportunity with a well-developed infrastructure, a third sector, subsidies and improved local interest. A sound and well-defined marketing strategy is essential for Balmazújváros, in order to overwhelm its strong rivals.

Keywords: tourism-competitiveness, Balmazújváros, SWOT-Analysis, marketing strategy

1. BEVEZETÉS ÉS IRODALMI ÁTTEKINTÉS

Tanulmányomban Balmazújváros versenyképességét vizsgálom a környező településekkel összevetve, kiemelten kezelve a turisztikai lehetőségeket.

Balmazújváros földrajzi fekvését tekintve Magyarország észak-keleti részében, Hajdú-Bihar megyében található, Debrecentől 22 kilométerre. NUTS-2 szerint az Észak-alföldi régióba sorolják. Az 1996. évi XXI. törvény a területfejlesztésről és területrendezésről megváltoztatta a kistérségi mozgalmat (Pálné, 1997). A regionális politika elvárásainak megfelelően társulási formát írt elő, és nagyságukat a KSH által előírt körzetekhez igazította. Hajdú-Bihar megyében 7 statisztikai körzet alakult ki. Balmazújváros a róla elnevezett statisztikai körzetbe került Egyekkel, Tiszacsegevel és Hortobággal együtt. Balmazújvárost így körzetközpontnak tekinthetjük, de a környék településeire igazi vonzást mégsem jelent, elsősorban a nagy távolságok miatt (Tiszacsege 31 km, Hortobágy 21 km, Egyek 43 km), és az ebből fakadó elégtelen gazdasági, kereskedelmi és infrastrukturális kapcsolat következtében (Szabó-Klutsik, 2002). Ez a kistérség több tekintetben sem tartozik a kedvező adottságú területek közé. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) komplex mérőszáma alapján a kistérség településeinek fejlettségi sorrendje a következő: Hortobágy, Balmazújváros, Tiszacsege és Egyek. E mutatórendszer szerint Balmazújváros nem tartozik a leghátrányosabb települések körébe, emiatt egyes pályázatokon nem vehet részt. Azonban ha ezt a komplex mutatószámot továbbfejlesztik, akkor több összetevőt vizsgálva kiderülhet, hogy a balmazújvárosi kistérségen belül nemcsak Tiszacsege és Egyek az elmaradott települések, hanem gazdasági-ökológiai-társadalmi szempontból is mind

a 4 település fejlettsége az országos átlag alatt van, ami indokolhatja a többlet pályázati lehetőségek megadását (Bainé, 2003).

Tagja a Hajdúvárosok szövetségének Hajdúböszörmény, Hajdúszoboszló, Hajdúnánás, Hajdúdorog, Polgár, Újtikos, Téglás, Hajdúhadház és Vámospércs mellett. A Szövetség tagjai közül 4 település: Hajdúszoboszló, Hajdúböszörmény, Balmazújváros, Hortobágy és az általuk közrefogott Nagyhegyes létrehozta a Hajdúvárosok Kistérségét, mely a SAPARD-hoz kapcsolódó vidékfejlesztési kistérséget képviseli.

Sajátos fekvéséből adódik, hogy a város közigazgatási területének egy része a Hortobágyi Nemzeti Park területére esik. Hazánk közlekedéstörténeti előzményeinek eredményeként ma Balmazújváros mind az ország meghatározó monocentrikus, a fővárosba összpontosuló sugaras, mind a főbb transzverzális „folyosóktól” elzárt helyen fekszik. Ennek az a következménye, hogy vasútföldrajzi helyzete kifejezetten kedvezőtlen és közúti kapcsolatai is csak az ország észak-keleti részével megfelelőek. 4 közül fut itt össze, amelyek révén közvetlenül el lehet jutni Tiszacsegére, Hajdúböszörménybe, Hajdúnánásra, Debrecenbe, valamint Nagyhegyes érintésével Hajdúszoboszlóra (Süli Zakar-Baranyi, 1996). Az ország „vérkeringésébe” – úthálózatába való bekapcsolódást nagyban javította volna, ha az M3-as autópálya D terve valósult volna meg, amely szerint Hajdúböszörmény Pród kerületéig vezetne az autópálya, hiszen a két település távolsága mindössze 12 km és közvetlen összeköttetésben vannak. A kiválasztott változat szerint az autópálya Görbeházáig épül, majd elhagyja Hajdú-Bihar megyét, ezzel rontva e térség településeinek felzárkózási lehetőségét.

Balmazújváros fejlődésének legfontosabb alapkövét a település alatt elterülő, kiváló minőségű termálfelvezető és az erre épülő gyógyászati célú fürdőfejlesztések, valamint az egészségturizmus jelentheti. A település egyéb ásványkincsrel nem rendelkezik, természeti erőforrásai és földrajzi fekvése is az idegenforgalomnak kedvez, gazdasági potenciálja alacsony, számottevő iparral nem rendelkező mezőváros. A Hajdúsági löszhát kínálta jó minőségű földeken magas színvonalú mezőgazdasági termelés folyt, amelynek némileg gátat szabott a rendszerváltást követő privatizáció, valamint e szektor alacsony jövedelmezősége miatt úgy tűnik, hogy hiába rendelkezik Balmazújváros jó minőségű földterületekkel és mezővárosi hagyományokkal, nem a mezőgazdasági termelés jelenti a jövőt a város számára. A Hortobágyi Nemzeti Park (HNP) közelsége is tovább rontja a hagyományos mezőgazdasági termelés növekedését és jelentőségét a világörökség részét képező „nemzeti kincs” szigorú előírásai miatt. De éppen ez alternatívát is jelenthet a termelőknek, ha az öko- és biogazdálkodás felé fordulnak és kihasználják a piaci réseket és az Európai Unió kínálta lehetőségeket (felvevő piac, kiemelt támogatás stb.) (Tarné, 2003).

A turisztikai versenyképesség értékelésekor a

versenytársak elemzése során meg kell határozni azokat a településeket (jelen esetben Hajdú-Bihar megyén belül), amelyek hasonló adottságokkal rendelkeznek és hasonló kínálati mixet alakítanak ki. E folyamat első lépése a versenytárs települések meghatározása. A versenytárs településeket meg kell különböztetni aszerint, hogy a vizsgált településsel (Balmazújvárossal) az adott versenyterületen milyen versenyhelyzetben vannak: jobb, rosszabb, vagy közel azonos. Problémát okoz az összehasonlítás során, hogy a versenytársként értékelt településekről ritkán állnak rendelkezésre olyan mélységű és rétegzettségű információk, mint a vizsgált településről (Piskóti, 1998).

A megszerzett információk alapján összehasonlító elemzéseket lehet végezni az adott tevékenységi területre (jelen esetben a turizmusra), illetve célcsoportra, megjelenítve a komparatív előnyöket és hátrányokat. A második lépésben meg kell határozni a kínálati mix azon tényezőit, amelyek közösek a versenytárs településekkel, illetve egyediek a kínálatban (Malhotra, 2001). A turisztikai tevékenységre irányuló elemzés során számos olyan tényezővel kell számolnunk, amelynek kiemelkedő jelentősége van, és amely a célcsoport számára kiemelten fontos. Ilyen speciális tényező például a település földrajzi elhelyezkedése, természeti adottságai, amelyek alapvetően meghatározzák, hogy Balmazújvárosnak melyek lesznek a közvetlen konkurensei.

Az összehasonlítás során meg kell vizsgálni azokat a tényezőket, amelyek az adott célcsoport (turisták, látogatók) számára fontosak és a település által is befolyásolhatóak, így eredményesen tudunk hatni a versenytényezőkre. A tényezők közötti fontossági sorrend érvényesítési módszere a súlyozás, így az elemzések során a települések közötti teljesítménykülönbségek jobban érzékelthetők, ezzel az egyes versenytársak, konkurencia veszélyességi sorrendjét” is kialakíthatjuk (Piskóti és mtsai, 2002).

Az összefoglaló elemzés célja, hogy kiemelje a legfontosabb meghatározó pontokat, stratégiai tényezőket, lehetőségeket, erre az egyik leggyakrabban alkalmazott módszer a SWOT-analízis. A marketing szakirodalomban a SWOT-analízist (strengths – weaknesses – opportunities – threats) a marketingdiagnózist lezáró, a saját vállalatra és a fontosabb versenytársakra vonatkozó elemzésként említik (Kotler, 1991). A magyar szakirodalom gyakran GYELV-mátrixként (Gyengeségek – Erősségek – Lehetőségek – Veszélyek) használja (Bauer-Berács, 1999). A GYELV-elemzés lehetőséget ad a legkülönbözőbb kvantitatív és a kvalitatív típusú információk integrált összefoglalására is, megjeleníti a széles körben már ismert információkat éppúgy, mint az újonnan beszerzetteket. További előnye az integráltság mellett az egyszerűsége és a rugalmassága (Józsa, 2002). A SWOT elemzés során általában belső-külső szempontokat elemzünk. A vállalat gyengeségei és erősségei belső elemzésen alapulnak, a lehetőségek és a veszélyek pedig a környezet elemzésén, amikor

is, a környezet részeként kezeljük a versenytársakat is. A városmarketing, illetve a továbbfejlesztett régió- és településmarketing (RTM) szakirodalma szerint (Ashworth-Voogd, 1997) az erősségek – gyengeségek a belső adottságokból származtathatók, és ezek a város, illetve a régió szintjén befolyásolhatóak, míg a lehetőségek – veszélyek olyan külső tényezőkből származnak, amelyeket a helyi vagy regionális szervek nem képesek befolyásolni. Piskóti és mtsai (2002) álláspontja szerint ez az elhatárolás nem a legszerencsésebb, mert a régiók és a települések folyamatos kölcsönhatása a külső környezettel megakadályozza egy tényező megítélését az összefüggéseiből kiszakítva, ezért olyan elhatárolás alkalmazását javasolják, amely szerint az erősségek-gyengeségek a jelen állapot jellemzésére szolgálnak, a lehetőségek és veszélyek pedig a folyamatok alakulásának jövőbeni kimenetei. Az alapadatok meghatározásánál tehát fontos szempont, hogy a konkurens településekhez/régiókhoz viszonyítva kell az értelmezést elvégezni. Továbbá fontos az is, hogy a SWOT-elemzésben olyan tényezőket vegyünk figyelembe, amelyeket a célcsoportok hangsúlyoznak, így javasolt a rendszerezett, jól strukturált felépítés: az elemzés vizsgált tényezőcsoportjait azonos sorrendben kell feltüntetni az elemzés négy kitüntetett mezejében.

A SWOT-analízis során a jelenlegi állapot jellemzésére használt gyengeségek és erősségek felmérésekor a következő tényezőket kell figyelembe venni: belső adottságok értékelése, célcsoportelvárási és fontosság, a versenytárs teljesítménye, külső hatások és szabályozás, a jövőbeni kimenet prognózisaként használt veszélyek és lehetőségek esetében pedig: a belső fejlesztési lehetőségeket és korlátokat, a célcsoportelvárási változásait, a versenytárs várható lépéseit, a várható külső szabályozás változásait. Az összefoglaló elemzéskor a részleteket kevésbé vesszük figyelembe, ezért érdemes egyes részterületekre önálló SWOT-táblákat készíteni, adott esetben az idegenforgalomra, ugyanis a turizmusnak a közvetlen gazdasági lehetőségei mellett szélesebben megjelenő társadalmi és kulturális hatásai is vannak. A turizmus, mint termék nem egységes, hanem a szakirodalom szerint a célcsoportok elvárásai következtében eltérő turizmusfajták jelenhetnek meg (Tasnádi, 1998). A turizmustípusok egyféle csoportosítási rendszere a következő:

- hagyományosabb, szélesebb szegmensre irányuló fajták: egészség- (gyógy-termál) turizmus, kulturális turizmus, üdülturizmus, falusi turizmus, látogató- (műemléki) turizmus, üzleti/konferencia turizmus;
- speciálisabb, sajátos rétegre, szűkebb szegmensre irányuló fajták: borturizmus, lovasturizmus, vadászturizmus, természetjárás, vízi turizmus, téli sportok, kaland/speciális attrakciókra épülő turizmus.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

Hajdú-Bihar megyén belül, a környező települések közül a versenytársak meghatározása a fent említett módon történt, amelyhez primer és szekunder információforrásokat is felhasználtam. A környező települések közé soroltam a balmazújvárosi statisztikai körzet településeit, a Hajdúvárosok Szövetségének 25 kilométeres körön belüli településeit (azaz a szövetség kistérségét) és a megyeszékhelyet, így a vizsgálatok kiterjedtek a következő településekre: Egyek, Hortobágy, Tiszacsege, Hajdúböszörmény, Hajdúszoboszló, Nagyhegyes és Debrecen. Tehát Balmazújvárosnak a kijelölt térségben 7 lehetséges versenytársa van. Az elemzések segítségével megállapítottam, hogy a természeti erőforrások közül a termálvíz ellátottságot tekintve, amelyet a gyógyászatban, termálturizmusban és balneológiában használhatnak fel, jobb paraméterekkel rendelkezik Hajdúszoboszló, közel azonos Balmazújváros – Debrecen – Hortobágy, rosszabb a helyzete Hajdúböszörménynek és Tiszacsegének, ebből a szempontból nem versenytárs Egyek és Nagyhegyes.

A SWOT-analízishez szükséges adatok megszerzése során szintén primer és szekunder információforrásokat használtam. A szekunder információforrások elsősorban nyomtatott formában álltak rendelkezésre (statisztikai kimutatások, kormányzati jelentések, tanulmányok), kisebb mértékben elektronikus formában (települések online, internetes oldalai). A települések feltérképezéséhez a primer információszerezésen belül kvalitatív marketingkutatói módszert alkalmaztam, egyedi mélyinterjúk formájában.

A turisztikai területre vonatkozó kutatásom alapja primer, kérdőíves felmérés, melyet a Balmazújvárosra látogatók körében végeztem 2003. június 15. és 2003. augusztus 31. közötti időszakban. Azért volt szükség primer információgyűjtésre, mert máshol nem elérhető adatokat kívántam megszerezni, ugyanis a szekunder forrásból megszerezhető információk (pl. falusi turizmusban részt vevő szállásadók jelentési lapjai) nem elégségesek, illetve nem célorientáltak a vizsgálathoz. Az önkéntes kérdőíveket a város turisztikailag érintett pontjain, illetve a lehetséges szállás- és vendéglátóhelyeken helyeztem el, kérve a működtetők segítségét. A kihelyezett 200 db kérdőív közül 71 darabot töltötték ki a látogatók (35,5%), ebből 4 darab értékelhetetlen volt hiányos kitöltés miatt, így az adott időszakra vonatkozóan 67 darab helyesen kitöltött kérdőív (az eredetileg kihelyezett 33,5%-a, a visszaérkezett 94,4%-a) állt rendelkezésemre.

A válaszadók kiválasztásakor nem alkalmaztam objektív szelekciót, ezt a mintavételt nevezik „önkényes” jellegűnek (Hoffman és mtsai, 2000), azaz az elérhető összes látogatót igyekeztem bevonni a kutatásba. A megkérdezett témákat tekintve omnibusz jellegű kérdőívet alkalmaztam, több különböző témában gyűjtöttem információkat, de a válaszadók a témakörök mindegyikében kompetensek voltak. Egyszeri megkérdezést alkalmaztam.

A kérdőívszerkesztés folyamata során elsősorban meghatároztam a megszerzendő információk körét, két blokkra osztva: az első részben a válaszadó személyes adataira vonatkozó kérdések voltak, azok, amelyek a statisztikai feldolgozáshoz szükségesek, intervallumok segítségével ezeket később kategóriákba soroltam. A második részben a turisztikai kérdések találhatók (zárt és nyitott kérdések egyaránt). A kérdések megfogalmazásakor ügyeltem arra, hogy mindenki számára érthető legyen, tekintve a válaszadók eltérő korát, iskolai végzettségét, illetve a külföldi turisták esetében a könnyű lefordíthatóságot idegen nyelvre.

A kérdések sorrendjének meghatározását a próbakérdés után megváltoztattam: első részbe kerültek a turisztikai kérdések és a kérdőív végére a válaszadó adataira vonatkozó információk. A csere oka: a próba válaszadók szubjektív visszajelzése volt, vagyis a kitöltők szívesebben válaszolnak a feltett kérdésekre, ha nem rögtön a személyes adataik iránt érdeklődünk, hanem a városról kialakult benyomásokról, véleményükről kérdezzük. A feltett kérdések egy részét – a megelégedettségre vonatkozókat – táblázatos formában jelenítettem meg, a válaszadónak 1-től 5-ig terjedő skálán kellett a véleményüket megalkotni, ahol az 1-es jelentette a nagyon elégedetlen szintet, az 5-ös pedig a teljes mértékben elégedett szintet. A kérdőív szerkesztése során használt skálatípusokat és táblázatokat a próbakérdés eredményeinek ismeretében módosítottam. Végül meghatároztam a kérdőív szerkezetét, elrendezését, illetve küllemét.

Az utolsó lépés a próbakérdés kivitelezése volt, amely során 10 tetszőlegesen választott alannal töltöttem ki személyesen a kérdőíveket és az így gyűjtött tapasztalatokat és eredményeket felhasználtam a kérdőív végleges kialakításakor, és ez a változat készült el 200 példányban. A példányszám meghatározásakor a falusi turizmusban részt vevő szállásadók 2002. évi első és második féléves szálláséjszakákra vonatkozó összesítését vettem alapul. A visszaérkezett kitöltött kérdőívek száma lényegesen alacsonyabb az elvárnál, de kitűnik, hogy a szállásadók – érdeküket felismerve – maximálisan partnernek bizonyultak a felmérés kivitelezéséhez, míg az állami és vallási közintézmények (múzeumok, templomok, művelődési ház stb.) nem fordítottak erre megfelelő figyelmet. A kutatás folytatása során más megközelítéssel gyűjtöttem az adatokat, amely lényegesen több kitöltött kérdőívet eredményezett, így megalapozottabb tudományos eredményre vezethet, és amelyek feldolgozása jelenleg még folyamatban van.

A kérdőívek információinak feldolgozása számítógéppel történt, az Excel adatbázis-kezelő programmal. A feldolgozás első lépése a kitöltés ellenőrzése volt, ekkor állapítottam meg, hogy a 71 db visszaérkezett kérdőívből 4 db hiányos kitöltés miatt alkalmatlan a további feldolgozásra. Ekkor végeztem el a válaszadóktól származó válaszokban fellelhető következetlenségek kiszűrését, mivel erre előzőleg ellenőrző kérdéseket építettem be a

kérdőívbe. A következő lépés során a válaszadási kategóriákat kombináltam, illetve kódoltam, azaz a zárt és a nyitott kérdésekre adott válaszokat mennyiségivé alakítottam számkódok segítségével, így ezek az adatok már számítógépre vihetők és elemezhetőek lettek. Az adatrögzítés során minden egyes itemből minden egyes válaszadó numerikus válaszkódjait bevittem a rendszer adatállományába. A következő lépésben az adatok tisztítása érdekében belső logikai ellenőrzést végeztem az adatállományban, így kiszűrtem az adatbeviteli hibákat, illetve az adatok rossz helyre történő rögzítését. Az elkészített alap adattáblázatban a válaszadók személyes adatainak numerikus kódjai kerültek előre, a turisztikai kérdésekre adott válaszokból alkotott numerikus válaszkódok pedig ezután következtek, így a kombinációk és kódolások után 69 oszlopot tartalmazott az alaptáblázat.

Az alaptáblázat számítógépes generálása lehetővé teszi, hogy az egyes válaszadók preferenciái, véleménye összehasonlítható és elemezhető legyen. A turisztikai kérdésekre adott válaszokat, véleményeket megjeleníthetem és elemezhetem szűrők beállításával a következő kategóriák szerint: nem, életkor, lakhely (Hajdú-Bihar megyén belül, Magyarországon más megyéjében, Magyarországon kívül), foglalkozás, együttlakók havi nettó jövedelme, legmagasabb iskolai végzettség, egy háztartásban élők száma. A továbbiakban kívánom elvégezni a szegmensek közötti különbségek szignifikanciaszintjének tesztelését, azaz megvizsgálni, hogy van-e szignifikáns eltérés az egyes kérdésekre adott válaszokra aszerint, hogy pl. nő vagy férfi volt-e a válaszadó, vagy életkor szerint mely csoportba tartozott az előre megadott 7 intervallum szerint stb. A '0' hipotézis bizonyítását F-próba segítségével kívánom elvégezni, és ahol helytállónak bizonyul, további vizsgálatokkal kívánom igazolni az eltérések szignifikanciáját t-próba segítségével.

3. EREDMÉNYEK, KÖVETKEZTETÉSEK

3.1. A versenytárs települések meghatározása

A versenytárs települések esetében a szakirodalom is azt javasolja, hogy a hasonló adottságú városok körét kell meghatározni. A hasonló adottságot jelen vizsgálatban a természeti erőforrások közül a termálvíz-kincsre értem, ezért lehetséges, hogy bár Balmazújváros és Debrecen teljesen eltérő paraméterekkel rendelkezik sok egyéb területen, mégis versenytársaknak tekinthetők a turizmus adott területén.

A turisztikai területre vonatkozó elemzések után megállapítottam, hogy Balmazújvárosnak a következő versenytárs települései lehetnek az eltérő szegmenseken (a felsorolás sorrendje a „veszélyességi sorrendet” jelenti):

- Egészség- (gyógy-termál) turizmus: Hajdúszoboszló, Debrecen, Hajdúböszörmény, Hortobágy, Tiszacsege.
- Kulturálisturizmus: Debrecen, Hortobágy,

- Hajdúböszörmény, Hajdúszoboszló, Egyek, Tiszacsege, Nagyhegyes.
- Üdülőturizmus: Hajdúszoboszló, Debrecen, Hortobágy, Tiszacsege, Hajdúböszörmény, Egyek.
 - Falusi turizmus: Hortobágy, Tiszacsege, Hajdúböszörmény, Egyek, Nagyhegyes.
 - Látogató- (műemléki) turizmus: Debrecen, Hortobágy, Hajdúböszörmény, Hajdúszoboszló.
 - Üzleti/konferenciaturizmus: Debrecen, Hajdúszoboszló.
 - Borturizmus: Debrecen, Tiszacsege, Hajdúböszörmény.
 - Lovasturizmus: Hortobágy, Hajdúböszörmény, Debrecen, Hajdúszoboszló, Tiszacsege, Egyek.
 - Vadászturizmus: Debrecen, Hortobágy, Egyek, Hajdúböszörmény, Hajdúszoboszló, Tiszacsege.
 - Természetjárás: Hortobágy, Debrecen, Tiszacsege, Egyek, Hajdúböszörmény, Hajdúszoboszló, Nagyhegyes.
 - Vízi turizmus (beleértve a horgászatot is): Tiszacsege, Debrecen, Hajdúszoboszló, Hajdúböszörmény, Egyek.
 - Kerékpárturizmus: Debrecen, Hajdúböszörmény, Hortobágy, Tiszacsege, Hajdúszoboszló, Egyek, Nagyhegyes.
 - Téli sportok: Debrecen, Tiszacsege.
 - Kaland/speciális attrakciókra épülő turizmus: Debrecen, Hajdúszoboszló, Tiszacsege, Hortobágy.

Látható a felsorolásból, hogy az eredeti osztályozástól eltérően külön csoportba soroltam a kerékpárturizmust, nem vettem bele a kaland, illetve speciális attrakciókra épülő turizmusba. Ennek oka, hogy az ún. „kalandturizmusnak” nincsenek régmúlta tekintő hagyományai Magyarországon, és ilyen kistelepülések, mint Balmazújváros nem is tudnak úttörő munkát végezni ezen a területen, ugyanakkor a kerékpárturizmus fejlesztésében jelentős szerepe lehet a településnek: egyrészt a Hortobágy közel eső területei e közlekedési eszközzel bejárhatók, továbbá a település jelentős részén kiépített, vagy kijelölt kerékpárút-hálózat van. Másrészt Hajdú-Bihar megye fejlesztési tervei között szerepel az Egyek-Debrecen kerékpárút kiépítése, amely Balmazújvároson át vezetne a megyeszékhelyre, ezzel is erősítve ezt a komparatív előnyt.

Természetesen Balmazújváros nem képes arra – és talán nincs is szükség rá –, hogy a turisztika minden ágában maximális szintre fejlessze a szolgáltatásait, az adottságokból eredően elsősorban az egészségturizmus, a falusi turizmus, az üdülőturizmus, a kulturálisturizmus, a lovas- és vadászturizmus, a természetjárás, a vízi turizmus és a kerékpárturizmus területén találhat kitörési pontot, ezeken a területeken pozícionálhat célcsoportokra (a szegmensek felsorolásánál aláhúzással jelölve).

A turisztika területén versenytárs települések egyéb adottságokat tekintve igen jelentősen eltérnek egymástól akár a közigazgatási területet, akár a népességszámot vizsgáljuk. *Debrecen*, a megyeszékhely közel 207.000 lakosú nagyváros, az

Észak-alföldi régió központja, vonzáskörzetével együtt igen változatos adottságú területtel rendelkezik, amely az idegenforgalom területén jól kihasználható komparatív előnyöket jelent.

Hortobágy település kisközség, igaz ugyan, hogy a közigazgatási területe 28.000 hektár, de jellemző sajátossága, hogy ebből mindössze 375 hektár a lakott/beépített terület, a lakosság 60%-a lakik a központi részen, míg 40% a kapcsolódó 7 tanyaközpont egyikében.

Hajdúszoboszló hazánkban és külföldön is egyaránt ismert és elismert fürdőváros, a szlogenje is ennek megfelelő: „Az egészséges élet csak három szó: gyógyvíz, napfény, Hajdúszoboszló!”. A város területe 238,7 km², lakónépessége 24.135 fő, de közel 18.000 szállásférőhely található a településen, és a nyári időszakban gyakran előfordul, hogy a szálláskapacitás teljes mértékben kihasznál.

Tiszacsege közigazgatási területe 13.600 hektár, legfőbb vonzereje a település határában folyó Tisza, de megcélozta az egészségturizmust is, befektetők segítségével kívánják létrehozni a Tiszacsege Gyógyfürdő és Strand Humán Gyógyító és Rehabilitációs Központot. Ez a komplexum kiegészülne egy 200 férőhelyes szállodával és látványfürdővel, mert a településen 2 kemping, a falusi turizmusban részt vevő magánzállásadók, illetve panziók igyekeznek kiszolgálni a vendégeket, de a nyári időszakban kevésnek bizonyul a jelenlegi szállás kínálat. Ez egyelőre még csak elképzelés, terv szinten létezik, és további komparatív hátránya a településnek, hogy a fürdő csak a nyári szezonban üzemel, szemben, pl. Balmazújváros egész évben üzemeltetett, felújított strandfürdőjével.

Hajdúböszörmény lakossága kb. 32.000 fő, kiterjedése 311 km². Szintén rendelkezik fürdővel, jelentős múltat tekint vissza a lovasturizmus (minden évben megrendezik a Díjugrató lovasversenyt és lovasbemutatót) és kísérletek vannak a kerékpárturizmus és a kulturális turizmus (fesztiválok, pl. KOTTA) fejlesztésére. A város marketing alapcélkitűzése, hogy Hajdúböszörmény, mint „táborhely” szerepeljen az idegenforgalmi köztudatban, kedvező fekvése ugyanis lehetővé teszi, hogy a környező vonzó célprogramokat kínáló településeket az idelátogatók könnyen elérhessék, de a frekvenciát több üdülőkörzeteknél lényegesen olcsóbb szálláslehetőséget vegyenek igénybe itt a településen.

Egyek lakossága 5.973 fő, területe a központi 402 hektár mellett 10.077 ha, három rész tartozik ide: Félhalom, Ohat és Telekháza. Az idegenforgalom területére jellemző számottevő vonzerővel nem rendelkezik, infrastruktúrája a többi említett településhez képest elmaradott, a falusi turizmus a meghatározó, ezen kívül számítanak a településen a kerékpárturizmus fellendülésére az említett kerékpárút kiépítése után, valamint kevés hagyománya van, de fejlődik a lovasturizmus. A településen található Vadászpanzió a horgászat, vadászat iránt érdeklődőket várja.

Nagyhegyes a 8 vizsgált település közül talán a „legmostohább” helyzetben van, természeti

erőforrásai nem jelentenek turisztikai vonzerőt, komparatív előnye földrajzi fekvéséből adódik, 8 kilométerre található Hajdúszoboszlótól.

Balmazújváros kora Árpád-kori település, melyet akkor Balmaznak neveztek. 1411-ben említik először írott formában Zsigmond király adománylevelén. 1465-től mezőváros, 1766-ban az Andrásyak birtoklása idején németeket telepítettek ide, majd az akkor már Újvárosnak nevezett település I. Ferenc adományából a Semseyekhez került és ekkor nyerte el a város a mai arculatát (Király, 1998).

A település 1989-ben kapott városi rangot, lakosságszáma 18.711 fő (2003), amely viszonylag stabilnak mondható. Közigazgatási területe 20.536 hektár, ennek közel 20%-a a Hortobágyi Nemzeti Park területére esik.

A jelenlegi város nagy kiterjedésű, két jellegzetes tájegység: a Hortobágy és a Hajdúság határán fekszik. A város közigazgatási területén két természetes élővíz található: a Hortobágy folyó, illetve a Kadarcs-Karácsonyfok-csatorna. A várostól 3 kilométerre folyik az 1953-ban épített Keleti Főcsatorna, mellette található a horgászásra kiválóan alkalmas Sziki-tó.

Kedvező ugyanakkor Balmazújváros számára, hogy a magyar urbanizációs folyamat által létrehozott agglomerációk, település-együttesek és településcsoportok térségében a debreceni településcsoport az átlagosnál dinamikusabb fejlődéssel jellemezhető, a város turisztikai szolgáltatása kapcsolt terméként értékesíthető: Debrecen és a Virágkarnevál mind Magyarországon,

mind külföldön ismert, jelentős idegenforgalmi vonzerővel bír, ugyanez mondható el Hajdúszoboszlóról, mint fürdővárosról, Balmazújváros programjait célszerű ezekhez kapcsoltnak népszerűsíteni.

3.2. A primer kutatás elsődleges részeredményeinek bemutatása

A primer kutatás a Balmazújvárosra látogatók körében folyt a 2003. június 15. és augusztus 31. közötti időszakban, a kérdőívek elemzéséből a következő, elsődleges eredmények születtek:

- A látogatók nem szerinti összetételét vizsgálva megállapítható, hogy a 67 fő 55%-a férfi, míg a maradék 45% a nő. Ha a lakhely szerinti megoszlást nézzük, akkor látható, hogy a vizsgáltak köréből 60% hazánk más megyéiből érkezett, 22% Hajdú-Bihar megyei lakos volt és mindössze 18% a külföldi. Ezek az információk önmagukban nem mérvadók, de ha pl. a nem – lakhely szerinti összefüggést együttesen tekintjük át (1. ábra), akkor egy érdekesség rögtön megállapítható: külföldről háromszor annyi férfi érkezett Balmazújvárosba, mint nő. Ha százalékosan nézzük is jelentős a különbség: nők esetében külföldről 10% érkezett, míg férfiak esetében több mint 24% az arány. Az ilyen könnyen felderíthető „érdekességek” okai további vizsgálatokat érdemelnek és az oknyomozás eredményei beépíthetők a város idegenforgalmi marketingstratégiájába.

1. ábra: Balmazújvárosba látogatók %-os megoszlása lakhely és nem szerint (2003. jún. 15. – 2003. aug. 31. közötti időszakban)

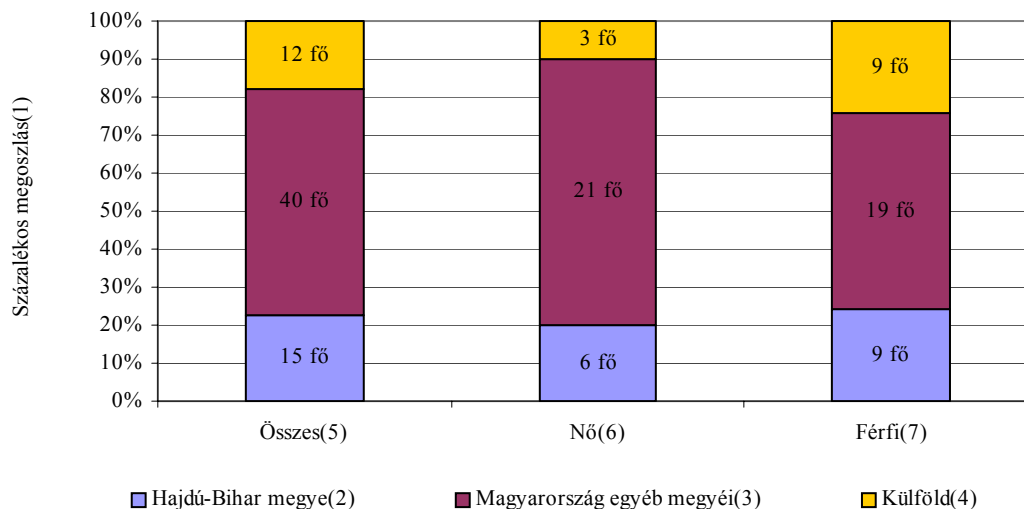


Figure 1: Percentage distribution according to dwelling-place and sex (15. June 2003. – 31. August) percentage distribution(1), Hajdu-Bihar county(2), other counties in Hungary(3), foreign countries(4), total(5), female(6), male(7)

- A tartózkodási idő hossza és a lakhely szerinti (2. ábra) statisztikai vizsgálatok* bebizonyították, hogy szignifikáns az eltérés a paraméterek között, vagyis érdemes alaposan megvizsgálni, hogy melyik célcsoport, milyen időtartamban érkezik Balmazújvárosra és melyek a különbözőség okai.

(*Egytényezős vizsgálat segítségével alátámasztottam a '0'-hipotézist, majd páronként – megyén belüli és kívüli magyar lakosok, megyén belüli és külföldi lakosok, megyén kívüli magyar és külföldi lakosok – F-próbát alkalmaztam a szórásnégyzetekre és a számított

és kritikus F értékek összehasonlításával döntöttem el, hogy egyenlő- vagy nem egyenlő szórásnégyzetekre vonatkozó kétmintás t-próbával igazoljam az eltérés szignifikanciáját.) A 2. ábrán jól látható, hogy az országhatáron kívülről érkezők minden esetben legalább 2 napra érkeztek a városba, tehát biztos, hogy igénybe vettek szálláshelyet (33% egy hétre érkezett, míg 8 fő egy hétnél hosszabb ideig tartózkodott a településen). A megyén belüli lakhelyű látogatók

esetében a maximális tartózkodási idő 5 nap volt, jellemzőbb (53%) az 1 napnál rövidebb idejű tartózkodás. A Magyarország más megyéiből érkezettek körében az 1 napos látogatási idő kevésbé jellemző (2 fő = 0,5%), legjellemzőbb az 1 hetes tartózkodási időtartam (27 fő = 67,5%). A célcsoportorientált marketing stratégiai kidolgozásakor ezeket az utazási – tartózkodási szokásokra utaló eredményeket érdemes kiemelten figyelembe venni.

2. ábra: Balmazújvárosra látogatók tartózkodási idő és lakhely szerinti megoszlása (2003. jún. 15. – 2003. aug. 31.)

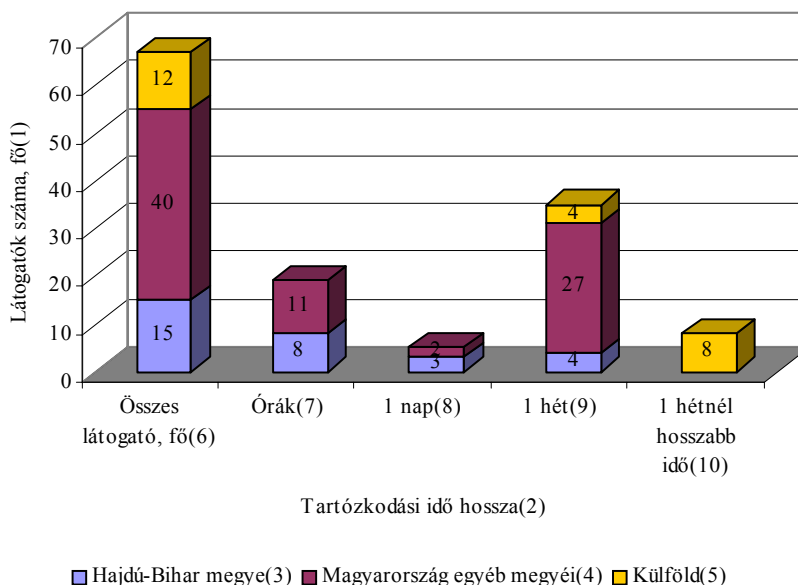


Figure 2: Percentage of Balmazújváros's visitors according to dwelling-place and period of stay (15. June 2003. – 31. August) number of visitors, persons(1), length of staying period(2), Hajdu-Bihar county(3), other counties in Hungary(4), foreign countries(5), total visitor, persons(6), hours(7), 1 day(8), 1 week(9), more than 1 week(10)

- Kutatásomban további elemzések alapját jelentik a válaszadó neme, életkora, lakhelye, foglalkozása, legmagasabb iskolai végzettsége, az együttlakók havi nettó jövedelme és az egy háztartásban élők száma szerinti szignifikancia vizsgálatok a turisztikai kérdésekre vonatkozóan, amely jelenleg még folyamatban van.

3.3. SWOT-analízis

A korábban ismertetett források és kutatások alapján megalkotott turisztikai SWOT-analízis eredménye a következő:

1. Erősségek	2. Gyengeségek
1.1. Balneológiai vonzerő: kiváló minőségű termálvíz lelőhely, mely ugyanabból a rétegből fakad, mint a környékbeli ismert fürdők 70 °C-os hévize.	2.1. Földrajzi fekvésből adódó kedvezőtlen vasútföldrajzi pozíció, rossz minőségű közúti megközelíthetőség.
1.2. Természeti vonzerők: értékes tájképi környezet (szikes puszta), természetvédelmi területként, illetve a világörökség részeként nyilvántartott Hortobágyi Nemzeti Park szomszédsága, egyedülálló madárvilág, gazdag vízi- és apróvadállomány, jó minőségű és halban gazdag horgász helyek, nádterületekben gazdag vidék.	2.2. Kevés a saját tőke a fejlesztési célú beruházásokhoz (pl. fürdőfejlesztés).
1.3. Épített környezet és kulturális események vonzereje: népi mesterségek ápolása, hagyományörzés, Területi Aratóverseny, Szüreti felvonulás és bál, Kastélykerti Napok	2.3. Épített környezet rossz fizikai, műszaki állapota (pl. Emlékház, Múzeum), funkcionálküliség (a volt Semsey-kastély).
	2.4. Alacsony szintű marketingtevékenység és koordinálatlan rendezvényszervezés, kiadványminőség problémák, illetve kevés idegen nyelvű tájékoztatás.
	2.5. Hiányzó nagy fesztiválok és programszervezés, főszezoni koncentrátság.

<p>rendezvénysorozata, jellegzetes építészeti stílusban épült és karbantartott templomok.</p> <p>1.4. Falusi vendéglátás, jó középkeletű ellátottság, relatíve alacsonyabb árfekvés.</p> <p>1.5. Testvérvárosi kapcsolatok (pl. a lengyelországi Lancut-tal).</p> <p>1.6. Sztenderd színvonalú pénzügyi szolgáltatások (OTP Rt. Helyi bankfiókja, Balmazújváros és Vidéke Takarékszövetkezet Központi egysége).</p> <p>1.7. Magas színvonalú, városközpontba koncentrált egészségügyi ellátás, orvosi ügyelet és mentőállomás.</p> <p>1.8. Infrastrukturális erősségek: közelmúltban korszerűsített közvilágítás, közterületek tisztántartása (közhasznú munkások folyamatos alkalmazása), kerékpárút-hálózat.</p> <p>1.9. Vásárlási lehetőségek széles spektruma: Balmaz-Coop és ÁFÉSZ üzletek, áruház, Penny Market, fejlett magán- és kiskereskedelmi hálózat.</p> <p>1.10. Híres vendégszeretet.</p> <p>1.11. Nagyon jó közbiztonság: Polgárőrség, Területi Rendőrkapitányság, 2003-ban elnyerte a „Legbiztonságosabb település” címét a város.</p> <p>1.12. Sajátos vonzerő: Tiszántúl egyetlen sváb jellegű települése (a város egyik része az ún. Németfalu a valamikori betelepített németek emlékét őrzi).</p>	<p>2.6. Magas színvonalú szállás- és vendéglátóhelyek, valamint kemping hiánya.</p> <p>2.7. Nem minden vállalkozás felkészült a külső tőke fogadására, nem piac-, hanem profitorientáció, illetve rövid távú gondolkodás, összefogás hiánya.</p> <p>2.8. Idegen nyelvismeret hiánya, idegen nyelvű feliratok és tájékoztatás hiánya (se tájékoztató táblák, se hivatalos Tourinform Iroda).</p> <p>2.9. Nem vendégorientált nyitva tartás, szűk kínálat és helyspecifikus ajándéktárgy-kínálat hiánya, szakképzetlenség a vendéglátásban.</p> <p>2.10. Pénzügyi szolgáltatások területi aránytalansága és szállás- és vendéglátóhelyek hiányos lehetőségei (pl. hitelkártya-elfogadás minimális szinten).</p> <p>2.11. Alap infrastrukturális hiányok: szennyvízhálózat alacsony kiépítettsége, vízvezetés gyengesége, kevés telefonfülke.</p> <p>2.12. Magas munkanélküliségi mutatók.</p>
<p>3. Lehetőségek</p> <p>3.1. Az életszínvonal emelkedése és az életmódreformok, az egészségtudatosság felértékelődésének hatására nő a kereslet a belföldi turizmus, ezen belül a falusi vendéglátás, az egészségturizmus és az ökoturizmus iránt.</p> <p>3.2. Az EU-s csatlakozással felértékelődhet a település határközeli fekvése, Debrecen és Hajdúszoboszló közeli elhelyezkedése.</p> <p>3.3. A nemzetközileg ismert világörökség „termékekre” erősödő kereslet levetíthető a Hortobágyi Nemzeti Parkra is (ökoturizmus?).</p> <p>3.4. Balmazújváros megközelíthetősége javulhat a települést Debrecennel összekötő út jelentős szakaszát alkotó 33. sz. főútvonal jelenleg folyó teljes felújításával.</p> <p>3.5. A turisztikai fejlesztések támogatása nemzetközi, hazai kormányzati és egyéb forrásokból (pl. fürdőfejlesztés, szálláshely kapacitás növelése, turisztikai szolgáltatások kiépítése).</p> <p>3.6. A vizsgált körzet hagyományosan a környező országokból (lengyelek, szlovákok, románok) érkező turisták egyik célpontja és a Hajdúszoboszlóra vezető útvonal áthalad a településen.</p> <p>3.7. A hagyományok, a különlegességek, „hungarikumok” iránti fokozódó igény (Olvasó Nép körök rendezvényei, népi mesterségek bemutatói, lovasrendezvények, madármegfigyelések – daruvonulás, vadászat és horgászat).</p> <p>3.8. A hagyományos mezőgazdasági termelés mellett kialakuló bio- és ökoturizmus nyújtotta lehetőségek (pl. őshonos állatfajták bemutatására építő turisztikai szolgáltatás).</p>	<p>4. Veszélyek</p> <p>4.1. A földrajzi fekvésből adódó hátrány „megkövesedés”, a város leszakadása a körzet kedvezőbb adottságú településeitől.</p> <p>4.2. Az infrastrukturális fejlesztések lassulása.</p> <p>4.3. A környező települések, térségek és régiók kínálatának erősödése, versenyképességének növekedése.</p> <p>4.4. A világörökség részét képező Hortobágyi Nemzeti Park látogatókra, turisztikai fejlesztésekre vonatkozó előírásainak szigorítása.</p> <p>4.5. A tőkebeáramlás hiánya, a befektetők érdeklődése elmarad, vagy alacsony szintű marad.</p> <p>4.6. A turizmus preferálása központi- és önkormányzati szinten csökken.</p> <p>4.7. A környezetszennyezés, megóvás és állapotjavítás terén nem történik pozitív változás.</p> <p>4.8. Nem javul az együttműködési készség az idegenforgalom kínálati oldalának szereplői között.</p> <p>4.9. Az értelmiség és a szakemberek elvándorlása a településről.</p>

3.4. Következtetések, javaslatok

Balmazújváros jövőbeni feladatai (*az Észak-alföldi régió turisztikai célkitűzéseinek felhasználásával*):

- az erősségek kihasználása terén: a természeti, épített környezeti és kulturális vonzerőkre épülő turisztikai termékeket kell fejleszteni, nagyobb hangsúlyt kell fektetni a kulturális értékek megismertetésére, erősíteni kell a kulturális rendezvényszervezést, és új alapokra kell helyezni a város marketingjét. A turisztikai szolgáltatások esetében erőteljesebb értékesítés szükséges, segíteni kell a falusi vendéglátás szervezetét, fejleszteni kell a hagyományörző- és ápoló rendezvények körét. Az egészségügyi-, pénzügyi és kommunikációs szolgáltatások esetében információfejlesztésre van szükség. Lakossági és egyéb szervezetek által indított kezdeményezések szakmai és anyagi támogatása (pl. polgárőrség, önkéntes tűzoltóság, bűnmegelőzési tevékenységek stb.).
- a gyengeségek kiküszöbölése terén: legfontosabb teendő az infrastruktúra fejlesztések szinten tartása és lehetséges mértékű fokozása, a meglévő épületek állagmegóvása és felújítása, turisztikai tervek és irányvonalak kidolgozása, szakmai koordinációs együttműködés kiépítése. A turisztikai szolgáltatások esetében fontos a beruházások ösztönzése, támogatása, szakmai ellenőrzési rendszer kialakítása, szakképzési lehetőségek kidolgozása, illetve a rendezvény- és programszervező tevékenység marketing-támogatása. Szükséges az infrastrukturális beruházások koordinálása, az idegenforgalom-orientált szemlélet kialakítása, a szolgáltatók minőségjavításra ösztönzése, esetleg szankciók bevezetése elsősorban a környezetszennyezés területén.
- a lehetőségek kiaknázása terén: az ország-, illetve régióimázs eredményeinek hasznosítása és levetítése a településre, nyitás a nemzetközi piacra, a piaci rések felkutatása és az erre épülő marketing stratégia és tudatos marketing munka kidolgozása, az aktív közösségi marketing erősítése, befektetés-szervezés és pályamunkák anyagi és szakmai támogatása, információs hálózat és Internet ellátottság fejlesztése.
- a veszélyek elkerülése során: a régió és elsősorban a város fejlesztési támogatásaihoz tudatos lobbytevékenység folytatása mind országos szinten, mind a régió- és a megye szintjén, a versenytárs települések fejlődésének, teljesítményének és marketingjének tudatos figyelése, az adódó versenyhelyzetekre reakciói stratégiák kidolgozása, az általános befektetés-szervezői tevékenység bevezetése az idegenforgalom területére is, a turisztikai fejlesztési stratégia végrehajtásában a környezettudatosság erősítése.

Mivel Balmazújvárosban a HNP hatására – nyomására is elkezdődött egy, a hagyományostól eltérő mezőgazdasági termelési rendszer az öko-,

illetve biogazdálkodás meghonosítása, érdemes elgondolkozni azon, hogy erre a területre milyen turisztikai vonzerő, illetve szolgáltatás építhető ki, bár ez a szegmens hazánkban még nagyon „gyerekcipőben” jár. Ugyanis, az ökoturizmus, mint kitérési pont is megjelenhet Magyarországon elsősorban a Nemzeti Parkok vonzáskörzetében. Magyarország kedvező természeti adottságai, sok helyütt Európában egyedülállóan, eredeti állapotban épen maradt természetes környezet, valamint biológiai sokféleség magas foka lehetővé teszi a természeti értékek turisztikai vonzerőként történő hasznosítását és magas minőségű szolgáltatások kialakítását. A jelenleg gazdasági hátrányként értelmezett gyenge, kiépítetlen infrastruktúra az ökoturizmus szempontjából akár előnyé is válhat. Egyfelől Magyarországon a kevésbé sűrű úthálózat nem szakította ketté az összefüggő természeti területeket, másfelől a természet még sok helyütt érintetlen maradt az iparosítás elmaradásából adódóan. A nemzeti parkok turisztikai szolgáltatásokhoz kapcsolódó marketing-tevékenysége nem egységes rendszerben valósul meg, és a piacra vitel nem alapozhat kizárólag erre. Egyelőre a magyarországi védett területek ökoturisztikai lehetőségei nehezen hozzáférhetők, a kínálat csak kevés turistához, és itt is jobbra belföldihez, jut el. Összességében megállapítható, hogy az ökoturizmus Magyarországon – az eddig elért jelentős eredmények ellenére – továbbfejlesztést igényel (Palanca, 2003).

Összességként megállapíthatjuk, hogy Balmazújvárosnak a turisztika területét tekintve már itt, Hajdú-Bihar megye vizsgált részterületén is egyenlőtlen versennyel kell szembenéznie. A település természeti-gazdasági-társadalmi adottságait tekintve leginkább fejleszthető egészség- (gyógy-termál) turizmus terén olyan jobb kondíciókkal rendelkező városokkal kell számolnia, mint a megyeszékhely- és régióközpont Debrecen, vagy a külföldön is hírnévvel rendelkező fürdőváros, Hajdúszoboszló. Természetesen a jobb feltételekkel rendelkező konkurens településeknek is vannak hátrányaik, ezeket a hátrányokat kell Balmazújvárosnak saját előnyére fordítani (pl. Hajdúszoboszló és Debrecen, mint kiemelt üdülővezeték zsúfoltabbak, a szálláshelyek árai relatíve magasabbak, de vannak olyan turisták, akik ezeket az „előnyöket” nem kedvelik, ezért a palettáról érdemes ezeket a célcsoportokat megcélozni, és részükre propagandát kidolgozni).

A vizsgálatba vont települések közül Hajdúszoboszló, Tiszacsege és Hortobágy hasonló adottságokkal rendelkezik az adott turisztikai szegmensben, mint Balmazújváros, míg Egyek és Nagyhegyes jelenleg nem jelent potenciális veszélyt a településre. Emiatt, az egyenlőtlen versenyhelyzet miatt nagyon fontos a jól felépített, átgondolt idegenforgalmi marketingstratégia és kiemelten kell figyelni az összes lehetséges versenytárs teljesítményét, fejlődését és elképzeléseit, hogy Balmazújváros „jó helyezést érjen el” ebben a versenyben, amely jelen esetben azt jelentené, hogy

gyógyfürdő komplexuma sikeresen és nyereségesen működne. Ezzel egyre több hazai és külföldi gyógyulni és pihenni vágyó vendéget fogadna, akik a szolgáltatásokkal teljes mértékben megelégedve visszatérő turistákká válnának, „öregbítve” Balmazújváros hírnevét. Ez a település számára

pluszbevételt jelentene, új munkahelyek létesülhetnek és újabb fejlesztések alapját is képezhetik. Mindehhez kellő segítséget nyújthat a település- és régiómarketing részét képező turisztikai marketing elmélete és a településre adaptált gyakorlata.

IRODALOM

- Ashworth, G. J.-Voogd, H. (1997): A város értékesítése: marketingszemlélet a közösségi célú várostervezésben. Budapest, KJK, 19-28., 42-57.
- Bainé Szabó B. (2003): A vidékfejlesztés gazdasági, ökológiai és társadalmi funkcióinak összefüggése Hortobágy menti településeken. Doktori (PhD) értekezés, Debreceni Egyetem ATC AVK, Debrecen
- Bauer A.-Berács J. (1999): Marketing. Aula Kiadó Kft., Budapest, 563-565.
- Hoffman M.-Kozák Á.-Veres Z. (2000): Piackutatás. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest, 59-72.
- Józsa L. (2002): Marketingstratégia. Műszaki Kiadó, Budapest, 106-112.
- Király I. (1998): Balmazújvárosi krónika. Balmazújváros, 14-23.
- Kotler, P. (1991): Marketing management. Műszaki Kiadó, Budapest, 118.
- Malhotra, N. K. (2001): Marketingkutató. Műszaki Kiadó, Budapest, 22-29., 53-78.
- Palancsa A. (2003): Az ökoturizmus lehetséges stratégiája, avagy lehetünk-e Közép-Európa vezető ökoországa? In.: MOK-KA – Marketing OktatóK Konferenciája, A konferencia előadásai CD-n, Debrecen
- Pálné Kovács I. (1997): A vidékfejlesztés igazgatási összefüggései. A fenntartható mezőgazdaságtól a vidékfejlesztésig. IV. Falukonferencia, Pécs, 346.
- Piskóti I. (1998): Turisztikai vonzerőleltár tapasztalatok és eredmények az észak-magyarországi régió példáján. In: Turizmus Bulletin II. Évfolyam 2. sz. 17-23. p.
- Piskóti I.-Dankó L.-Schupler H. (2002): Régió- és településmarketing. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest, 22-26., 67-75., 157-166., 219-233.
- Süli Zakar I.-Baranyi B. (1996): Balmazújváros településfejlesztésének helyi erőforrásai, fejlesztési stratégiájának alapja. KLTE, Debrecen, 15-16., 42.
- Szabó, B.-Klutsik, A. (2002): The Natural, Social and Economic Conditions and Opportunities for Development of Balmazújváros, Especially in the Case of the Co-operative Kvaliko. In: Acta Agraria Debreceniensis, Debrecen, 77-85.
- Tarné Klutsik A. (2003): Ökológiai szempontok megjelenése a településmarketingben. In: Acta Agraria Debreceniensis, Debrecen
- Tasnádi J. (1998): A turizmus rendszere. Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola, Szolnok, 17-25.
- Falusi turizmusban részt vevő szállásadók jelentési lapjai (2002): Balmazújváros Polgármesteri Hivatal, 1-2. féléves jegyzék Hajdú-Bihar megye és az Észak-alföldi régió területfejlesztési koncepciója
- Felhasznált internetes portálok:
www.balmazujvaros.hu, www.debrecen.hu, www.hortobagy.hu ⇒ <http://onka.matavcom.hu/publikalas>,
www.hajduszoboszlo.hu, www.hajduboszormeny.hu, www.egyek.hu,
www.tiszecsege.hu ⇒ <http://onka.matavcom.hu/publikalas>