

## A DESZTINÁCIÓFEJLESZTÉS LEHETŐSÉGEI HAJDÚSZOBOSZLÓN A VENDÉGEK ÉS A VENDÉGLÁTÓK VÉLEMÉNYÉNEK TÜKRÉBEN

<sup>1</sup>Vargáné Csobán Katalin – <sup>2</sup>Molnár Csilla – <sup>3</sup>Varga Imre – <sup>2</sup>Szűcs Csaba – <sup>4</sup>Dávid Lóránt  
Dénes

<sup>1</sup>adjunktus, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Turizmus-  
Vendéglátásmenedzsment Tanszék; vargane.csoban.katalin@econ.unideb.hu

<sup>2</sup>egyetemi docens, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Fenntartható Fejlesztés és  
Gazdálkodás Intézet, Fenntartható Turizmus Tanszék; molnar.csilla@uni.mate.hu

<sup>2</sup>egyetemi docens, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Fenntartható Fejlesztés és  
Gazdálkodás Intézet, Fenntartható Turizmus Tanszék; szucs.csaba@uni.mate.hu

<sup>3</sup>egyetemi docens, Eötvös Loránd Tudományegyetem; varga.imre@sek.elte.hu

<sup>4</sup>egyetemi tanár, Neumann János Egyetem; david.lorant.denes@uni-neumann.hu

DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.01

### Absztrakt

Hazánkban az egészségturizmus az egyedi természetes gyógytényezők, a magas színvonalú infrastruktúra, valamint a hagyományos fürdőkultúra miatt kiemelkedő fejlődési potenciállal rendelkezik. Jelentőségét mutatja, hogy az utóbbi évtizedben a turisták által leglátogatottabb vidéki desztinációk között rendre az élmezőnyben szerepelnek azok a városok, melyeknek fő turisztikai profilja a gyógy- és a wellness turizmushoz kapcsolódik. Tanulmányunkban Hajdúszoboszló esetében vizsgáljuk, hogy a vendégek, valamint a vendéglátók, azaz a helyi szolgáltatók hogyan vélekednek a fürdőváros turisztikai kínálatáról, a desztináció erősségeiről és gyengeségeiről, a jövőbeli fejlesztések irányáról. Megállapítottuk, hogy napjainkban a magas színvonalú és folyamatosan bővülő fürdőszolgáltatások és a kapcsolódó jó minőségű infrastruktúra alapvető fontosságú, de emellett a kellemes fürdővárosi hangulat, a változatos rendezvények és a szórakozási lehetőségek gazdag kínálata is jelentős elvárás lett. A vendéglátók véleménye szerint a fürdőváros fejlődésének záloga a helyi és a térségi együttműködés erősítése.

*Kulcsszavak: egészségturizmus, fürdőváros, fenntartható, desztinációfejlesztés*

## **THE POSSIBILITIES FOR DESTINATION DEVELOPMENT IN HAJDÚSZOBOSZLÓ AS REFLECTED BY GUESTS' AND HOSTS' OPINIONS**

### **Abstract**

In Hungary health tourism has an outstanding growth potential due to the unique natural conditions, the high-quality infrastructure and the traditional spa culture. Its significance is demonstrated by the fact that in recent years the most visited destinations in the country have been the towns involved in spa, medical and wellness tourism. In the present study we investigate the tourists' and the local service providers' opinions on the tourism supply, the strengths and weaknesses of the destination and the possible future tourism developments in the spa town of Hajdúszoboszló. We have concluded that in our days the high quality and continuously expanding spa services are vitally important, however the pleasant spa town atmosphere, the diverse cultural programmes and entertainment opportunities have also become significant requirements. Finally, in the hosts' opinion the success of the future development of the spa town is based on the strong local and territorial cooperation.

*Keywords: health tourism, spa town, sustainable, destination development*

## 1. Bevezetés

Az Észak-Alföld népszerű fürdővárosa, Hajdúszoboszló évek óta a leglátogatottabb hazai turisztikai desztinációk között szerepel mind a belföldi, mind a külföldi vendégek és vendégéjszakák száma alapján. Hajdúszoboszló állandó lakosainak száma alig több mint 24,000 fő (NÉPESSÉG 2020), sok tekintetben azonban jobb adottságokkal rendelkezik az ország hasonló méretű városainál, melynek elsődleges oka az 1925-ben felfedezett gyógyvíz, valamint az erre épülő fejlett és jól működő turisztikai ágazat. A turizmus és a kapcsolódó gazdasági tevékenységek, így például a kiskereskedelem, vendéglátás és egyéb szolgáltatások jelentik a város gazdasági életének alapját (HAJDÚSZOBOSZLÓ 2015).

Jelen kutatásunkban azt vizsgáljuk, hogy a fürdővárosban már korábban járt vendégek, valamint a vendéglátók, azaz a helyi szolgáltatók hogyan vélekednek Hajdúszoboszló turisztikai kínálatáról, szálláshelyeiről, a város erősségeiről és gyengeségeiről, a jövőbeli fejlesztések irányáról (BENKŐ et al. 2022). A téma mélyreható megismerése azért is indokolt, mert a pandémia előtt az ún. „túlzott turizmus” egyes jelei tapasztalhatóak voltak a városban. Korábbi kutatásunkban azt állapítottuk meg, hogy a helyi lakosság érzékeli a turisták nagy létszámából eredő negatív változásokat, valamint a turisták viselkedését nem mindig tartják elfogadhatónak, sőt maguk a turisták is szembesülnek a turizmus negatív hatásaival (SZÖLLŐS-TÓTH – VARGÁNÉ CSOBÁN 2021, VARGÁNÉ CSOBÁN et al. 2022). Azonban a turisták által tapasztalt hatásokkal és a helyi szolgáltatók véleményével kapcsolatban, valamint azok összevetésére alapozva eddig nem történt tudományos igényű felmérés. További célunk, hogy a primer és szekunder kutatások révén új eredményekkel gazdagítsuk a hazai fürdővárosok turizmusát elemző szakirodalmat, melyek többek között az egészségturisztikai desztinációk fejlettségének összevetésére vállalkoztak (HOJCSKA – SZABÓ 2021), a fürdővárosok speciális egészségipari fejlesztéseinek lehetőségeit vették górcső alá (HOJCSKA et al. 2022), illetve az egészségturisztikai desztinációkban elérhető fürdőszolgáltatások iránti fogyasztói attitűdöket vizsgálták (SZABÓ 2021). Kutatásunk során arra is törekedtünk, hogy gyakorlati iránymutatással szolgáljunk a helyi döntéshozók és szakmai szolgáltatók számára a turizmus fenntartható fejlesztése érdekében. Esettanulmányunk várhatóan hasznos tanulságokkal szolgál más hazai fürdővárosok döntéshozói számára is.

## 2. Szakirodalmi áttekintés

### 2.1. Fenntarthatóság és egészségturizmus

A turizmus hatásainak vizsgálata és az ágazat fejlődésével kapcsolatos kutatások immár több évtizede a nemzetközi kutatások fókuszában vannak. Ahogy a turizmus által okozott környezeti, gazdasági, társadalmi és kulturális változások egyre inkább nyilvánvalóvá váltak, úgy jelent meg az igény arra, hogy az ágazat fejlődését új, felelősségteljesebb és tudatosabb szemlélettel próbálják befolyásolni (DÁVID et al. 2012).

A WTO, az Utazási és Turisztikai Világtanács (World Travel and Tourism Council – WTTC) és az Earth Council 1995-re készítette el az „Agenda 21 az utazásról és a turizmusról – a környezetvédelmileg fenntartható fejlesztés felé” című jelentést, amely az alapelveken túlmenően a gyakorlati feladatokra is kitér. Meghatározza a nemzeti kormányok, a kormányzati szervek, a szakmai szervezetek, a turisztikai vállalkozások, a turisták és a helyi lakosok feladatait a turizmus fenntartható fejlődésének érdekében, és célként tűzi ki, hogy a döntési folyamatok középpontjába a fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységek kerüljenek (WTO 1998).

Csaknem egy évtizeddel a Brundtland-jelentés *fenntartható fejlődés* meghatározásának közzététele után, egyértelműen annak mintájára, alkotta meg a WTO a *fenntartható turizmusfejlődés* definícióját: „A fenntartható turisztikai fejlesztés egyrészt kielégíti a jelenlegi

turisták és fogadó területek szükségleteit, másrészt védelmezi és növeli a jövő lehetőségeit. Az elképzelések szerint lehetővé teszi az erőforrások olyan módon történő menedzselését, hogy miközben az emberiség kielégítheti gazdasági, társadalmi és esztétikai igényeit, ugyanakkor megőrizheti az alapvető ökológiai folyamatokat, a biológiai változatosságot és az életet fenntartó rendszereket, valamint a különböző népek és csoportok kulturális integritását is” (WTO 1998:21).

Ezt követően is a turisztikai világszervezet érdeklődésének előterében maradt a koncepció meghatározásának kérdése. A WTO 2004-ben hozta nyilvánosságra a fogalom újabb leírását, amelyből több gyakorlati következtetés is levonható a desztinációk helyi döntéshozói számára. A meghatározás hangsúlyozza, hogy a fenntartható turizmusfejlesztési elvek és gyakorlati javaslatok a turizmus minden típusára, minden desztinációban alkalmazhatók, nem csupán bizonyos turizmustípusok esetében. A fenntarthatósági alapelvek a turisztikai fejlesztés környezeti, gazdasági és szocio-kulturális aspektusaira utalnak, és e között a három dimenzió között megfelelő egyensúlyt kell létrehozni a hosszú távú fenntarthatóság biztosítása érdekében. A fenntartható turizmusnak optimálisan kell kihasználnia a környezeti erőforrásokat, fenntartva az alapvető ökológiai folyamatokat, hozzájárulva a természeti örökség és a biodiverzitás fenntartásához. Tiszteletben kell tartania a fogadóközösségek szocio-kulturális azonosságát, meg kell őriznie az épített és élő kulturális örökségüket és tradicionális értékeiket, valamint hozzá kell járulnia az interkulturális megértéshez és toleranciához. A gazdasági aspektust illetően a turizmusnak életképes, hosszú távú gazdasági működést kell biztosítania, ezen belül minden érintett számára igazságosan kell társadalmi és gazdasági előnyöket nyújtania, ideértve a stabil foglalkoztatási és jövedelemszerzési lehetőségeket a fogadóközösségek számára.

A meghatározás kiemeli, hogy a fenntartható turizmus fejlesztése megköveteli minden érintett informált részvételét, valamint ehhez kapcsolódóan erős politikai vezetést, amely el tudja érni a széleskörű részvételt és a konszenzus kialakítását. A WTO definíciója azt is hangsúlyozza, hogy a fenntartható turizmus szükségessé teszi a hatások állandó nyomon követését, és az esetleges megelőző és/vagy helyreigazító beavatkozások végrehajtását is. Végül pedig kitér a turisták szerepére is, hiszen a fenntartható turizmus nem képzelhető el a turisták elégedettsége nélkül. A WTO ajánlása szerint fel kell hívni a turisták figyelmét a fenntarthatóság kérdéskörére, és ösztönözni kell őket a annak gyakorlati megvalósítására (WTO 2004).

Az elvek és azok gyakorlati megvalósítása szempontjából legutóbbi jelentős mérföldkönek tekinthető a 2017. év, amikor az ENSZ (2017) nyilvánosságra hozta az ún. fenntartható fejlődési célokat (sustainable development goals), melyek többek között olyan, az egészségturisztikai desztinációk szempontjából kiemelten fontos célokat fogalmaz meg, mint például az egészség és jóllét előmozdítása minden korosztály számára, illetve a fenntartható városok és közösségek fejlesztése (ÁSVÁNYI 2022).

A fenntartható turizmus *közösség-alapú* megközelítése a turizmus szereplőinek, különösen a helyi fogadó közösségeknek a széleskörű bevonását hangsúlyozza a fejlesztéssel kapcsolatos döntéshozatalba (SAARINEN 2006). A fenntarthatóság társadalmi dimenziójából indul ki, a változások objektív mérésénél fontosabbnak tartja azt, hogy a turizmus szereplői hogyan érzékelik a negatív hatásokat. Az, hogy bizonyos változások elfogadhatók-e vagy sem, a társadalmi és egyéni értékek, attitűdök, ismeretek és prioritások függvénye. A növekedés határait ilyen értelemben a különböző szereplők hatalmi viszonyai döntenek el az ökológiai, gazdasági, társadalmi változások jelzőszámai helyett. Ez a szemlélet rávilágít arra, hogy a turizmusfejlesztés kapcsán nemcsak az erőforrások védelme, hanem az emberek életminőségének megőrzése és javítása is kiemelkedő fontosságú (DÁVID – VARGÁNÉ CSOBÁN 2010).

Az egészséges életmód, a fizikai, szellemi és lelki jóllét iránti érdeklődés élénkítése, az egészségtudatos magatartás az elmúlt két évtized jelentős trendjévé vált, amely az egészségturizmus térhódításához is nagymértékben hozzájárult (HALL 2003). A demográfiai változások, így például a nyugati társadalmak elöregedése, a növekvő élettartam többek között azt eredményezte, hogy egyre többen érdeklődnek a jó életminőség megőrzését segítő egészségturisztikai szolgáltatások iránt (COOPER 2009). Az életritmus felgyorsulása komoly stresszforrást jelent a modern kor emberének, amely pszichés és fizikai betegségekhez vezethet. Ennek megelőzése, leküzdése érdekében sokan útra kelnek néhány napra vagy akár több hétre, hónapra is. A nyugati világból származó individualista gondolkodásmód, amely szerint az egyén áll a középpontban, ugyancsak kedvez a testi-lelki kényeztetést, felüdülést kínáló utazásoknak (VOIGT 2014). Az egészségturisztikai piac a Global Wellness Institute jelentése szerint 2020-ban mintegy 4,4 billiárd dollár bevételt jelentett, melyből a legnagyobb részarányt az ún. proaktív és személyre szabott (Personal Care & Beauty) illetve az életmódhoz kapcsolódó szolgáltatások (Healthy Eating, Nutrition & Weight Loss, Physical Activity) tették ki (GLOBALWELLNESS 2022).

Az egészséggel kapcsolatos motivációra épülő utazásokat jelentő egészségturizmus – bár sokan, sokféleképpen értelmezik és fogalma országonként, kultúrkörökként is eltérő - valójában az egészségügy és a turizmus együttes megjelenését jelenti (MOLNÁR 2011). Az Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia (AQUAPROFIT 2006) és a turizmusfejlesztés irányvonalait jelenleg kijelölő Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (MTÜ 2017) értelmezésében minden egészséggel kapcsolatos utazás az egészségturizmus körébe tartozik, amelyen belül „...megkülönböztetünk két szegmenst: a gyógy- és medical turizmus az egészséghelyreállítást, míg a wellness turizmus a prevenciót, rekreációt és élményszerzést szolgálja.” (MTÜ 2017:22).

A gyógyturizmus az állandó lakóhelyen kívüli, gyógyüdülőhelyen vagy gyógyászati létesítményben való ideiglenes tartózkodást jelenti, melynek célja a gyógyulás. Ide sorolható az orvosi tevékenységen alapuló ún. medical turizmus is (SMITH – PUCZKÓ 2010). A wellness turizmus fő célja a szórakozás, kikapcsolódás és rekreáció, továbbá a biológiai-, mentális-, lelki-és emocionális egyensúly megtartása vagy visszanyerése. Szolgáltatásai széles körből adódnak: az egészséges táplálkozás, a fizikai kondíció (testmozgás, sport), az érzelmek és a lelkiállapot, valamint a szellemi-spirituális jellemzők egyaránt részét képezik. A teljes jóllét megteremtéséhez a lakó- és munkakörnyezet, valamint a szórakozás és kikapcsolódási lehetőségei is fontosak, ahogy arra DINI – PENCARELLI (2022) is rámutat. A medical wellness irányzata szerint a wellness kezeléseket az egészségügyi kezelésekkal ötvözik, a hangsúly a tényleges prevencióra helyeződik (RUSZINKÓ – DONKA 2019).

Az egészségturizmusban érintett desztinációk olyan helyszínek, melyeket a vendégek azért választanak, hogy egészségi állapotukat és/vagy jóllétüket javítsák (TUOMINEN et al. 2017). A gyógyturizmus fejlesztése különösen azokon a településeken élvez prioritást, melyek valamely természetes gyógytényezővel, így például termálvízzel, gyógyiszappal, vagy gyógyklímával rendelkeznek, míg a wellness szolgáltatások fejlesztésének nem elengedhetetlen feltétele a természetes gyógytényezők jelenléte, a jól megépített infrastruktúra elegendő lehet. Ugyanakkor bizonyított tény, hogy magának a természeti környezetnek lehet pozitív terápiás hatása (DEERY et al. 2014, DRYGLAS – SALAMAGA 2018). A vidéki települések egészséges természeti környezete különösen jó lehetőséget nyújthat az egészségtudatos életmód gyakorlására, a gyógyulásra és a rekreációra.

Hazánkban az egészségturizmus az egyedi természetes gyógytényezők, a magas színvonalú és folyamatosan fejlesztett infrastruktúra, valamint a kulturális hagyományok miatt kiemelkedő potenciállal rendelkezik. A 2000-es évek elejétől kezdve napjainkig jelentős fürdő- és szálláshelyfejlesztés valósult meg Európai Unió és nemzeti fejlesztési források bevonásával

(MICHALKÓ et al. 2011). A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0 az egészségturizmust stratégiai fontosságú turisztikai terméként határozza meg mind a belföldi, mind a nemzetközi piacokon (NTS 2030 – TURIZMUS 2.0 2021). Jelentőségét mutatja, hogy 2021-ben a turisták által leglátogatottabb 5 vidéki város közül 3 (Hajdúszoboszló, Hévíz, Zalakaros) fő turisztikai profilja a gyógy-, a medical- és a wellness turizmushoz kapcsolódik. Az ország legnépszerűbb fürdővárosai között szerepel Bük (Bükkfürdő), Sárvár, Szeged, Miskolc (Miskolctapolca), Gyula, Debrecen és Eger (KSH 2022). Az egészségturizmus fejlesztését támasztják alá azok a tapasztalatok és eredmények, melyek bizonyítják az ágazat gazdasági és társadalmi előnyeit (PRINTZ et al. 2017). Az egészségturizmusban résztvevő turisták költése jellemzően magasabb, mivel több és magasabb szintű szolgáltatást vesznek igénybe, mint más utazások alatt. A kereslet ráadásul időben kiegyenlítettebb, így a szezonális problémája kevésbé jelentkezik a szolgáltatóknál (LACZKÓ 2015, RÁTZ 2001). A wellness turizmus pedig nemcsak a senior korosztály számára vonzó, hanem az ún. X és Y generáció tagjai is szívesen részt vesznek benne. IVANCSÓNÉ HORVÁTH és PRINTZ-MARKÓ (2017) kutatása szerint Magyarországon leginkább az Y generáció tagjai fogékonyak a wellness szolgáltatások, a fizikai és mentális rekreáció iránt és különösen nyitottak az egészségtudatosság iránt is. Egy közelmúltban végzett vizsgálat szerint az magyar egyetemisták egészségtudatossága lényegesen meghaladja a környezet iránti tudatosságukat, egészségük megőrzését fontos prioritásként értékelték (BAUERNÉ GÁTHY et al. 2022). Ez indokolja a fiatal korosztály, mint új célpiacon szegmens megszólítását az egészségturizmusban (IVANCSÓNÉ HORVÁTH – PRINTZ-MARKÓ 2018). Hajdúszoboszló jövőbeli turisztikai termékfejlesztése szempontjából döntő fontosságú lehet a fiatalabb generációk megnyerése, hiszen a fürdőváros vendégkörének megújítását, új szegmensek bevonását alapozhatja meg.

Ugyanakkor a folyamatosan változó gazdasági, társadalmi, technológiai környezet számos kihívás elé állítja a fejlesztésért felelős döntéshozókat. A turizmus piacának keresleti oldalát jellemző változások előrejelzése és követése különösen nehéz feladat, a napjainkban zajló politikai, gazdasági folyamatok (pl. a világválság, az orosz-ukrán háború, az energiaválság hatásai) pedig a kínálat látszólagos stabilitását is megingatták. A drasztikusan változó társadalmi, gazdasági és politikai viszonyok negatívan befolyásolják a helyi lakosság szubjektív biztonságérzetét, ezáltal pedig az életminőségét (MÁTYÁS, 2015). A vidéki térségekben hagyományosan jelenlevő agrárgazdaság ugyancsak számos nehézséggel küzd (KOVÁCS – SZÚCS 2020, KOVÁCS 2017, NÁBRÁDI – KOVÁCS 2008). Ennek eredményeképp egyre több településen jelenik meg a törekvés a gazdaság diverzifikációjára, a pótlólagos jövedelemforrást biztosító turizmus integrálására a stratégiai prioritások közé (AUBERT et al. 2007). A sikeres hosszútávú desztinációfejlesztési stratégiák kidolgozásához szükséges lehet egy adott térség vagy település turisztikai versenyképességi mutatóinak meghatározása, amelyek segítségével beazonosítható, hogy milyen mértékű és típusú fejlesztési források bevonása válhat szükségessé egy desztinációban (GYURKÓ – BUJDOSÓ, 2019). Az egészségturizmus fejlesztése révén a gazdaság élénkítésén túl elérhető a vidéken élő népesség életminőségének javulása, összhangban a természeti környezet adottságaival, a lakosság számára optimális kulturális és rekreációs lehetőségek biztosításával együtt (VARGÁNE CSOBÁN – SERRA 2014). Az európai fürdővárosok közötti fokozódó piaci verseny miatt a kereslet mélyreható ismerete, ezáltal pedig a vendéglégedettség növelése is figyelmet érdemel (HALLAB et al. 2003, UGURLU 2021). Mindezek okán a helyi döntéshozók elkötelezettsége a fenntartható fejlődés elveinek követése és gyakorlati megvalósítása iránt kiemelten fontos, hiszen a döntéseik befolyásolhatják a turizmus piacát is (BAUERNÉ GÁTHY – VARGÁNE CSOBÁN 2009).

### 3. Kutatási módszerek

Kutatásunk során egyrészt szekunder forrásokat használtunk fel a fenntartható turisztikai fejlesztés és az egészségturizmus nemzetközi és hazai szakirodalmára támaszkodva. Emellett primer kutatási módszerként kérdőíves megkérdezést végeztünk azok körében, akik már legalább egy éjszakát eltöltöttek Hajdúszoboszlón, valamint a fürdőváros fejlesztésével kapcsolatban a helyi szolgáltatók, a hajdúszoboszlói vendéglátók véleményét kérdeztük meg. A primer kutatást 2021. őszi hónapjaiban online végeztük a TDM szervezet által fenntartott a közösségi oldalakat felhasználva, melynek eredményeként végül 286 fő került be a mintába. A kérdőíves megkérdezés elsődleges célja a vendéglégedettség vizsgálata, a vendégek Hajdúszoboszló desztinációval kapcsolatos véleményének megismerése volt. Az adatok elemzése során leíró statisztikai módszereket alkalmaztunk.

Előzetes terveinkkel ellentétben a világjárvány miatt bevezetett korlátozások megakadályozták a fókuszcsoportos vizsgálat lebonyolítását a hajdúszoboszlói szolgáltatókkal, ezért a városban működő vállalkozások vezetőihez és a turizmusban érintett szolgáltatók munkatársaihoz juttattunk el egy nyitott és zárt kérdésekből álló kérdéssort, mely segítségével szabadon kifejtették véleményüket a város turisztikai fejlesztésének irányairól. A kiküldött kérdéssorokból 41 helyi vállalkozás vezetőjének, munkatársának véleményét ismerhettük meg a város desztináció fejlesztésével kapcsolatban. A megkérdezett szolgáltatók közül 9 fő három- vagy négycsillagos szálláshely vezető beosztású munkavállalója, 13 fő magánszálláshely tulajdonosa és üzemeltetője, 11 fő vendéglátásban érdekelt vállalkozó, 2 fő egyéb turisztikai vállalkozást vezet, 3 fő a Hungarospa fürdő vezető beosztású alkalmazottja, 2 fő közművelődési intézmény munkatársa és 1 fő pedig a helyi turisztikai desztinációmenedzsment szervezet vezetője.

### 4. Kutatási eredmények

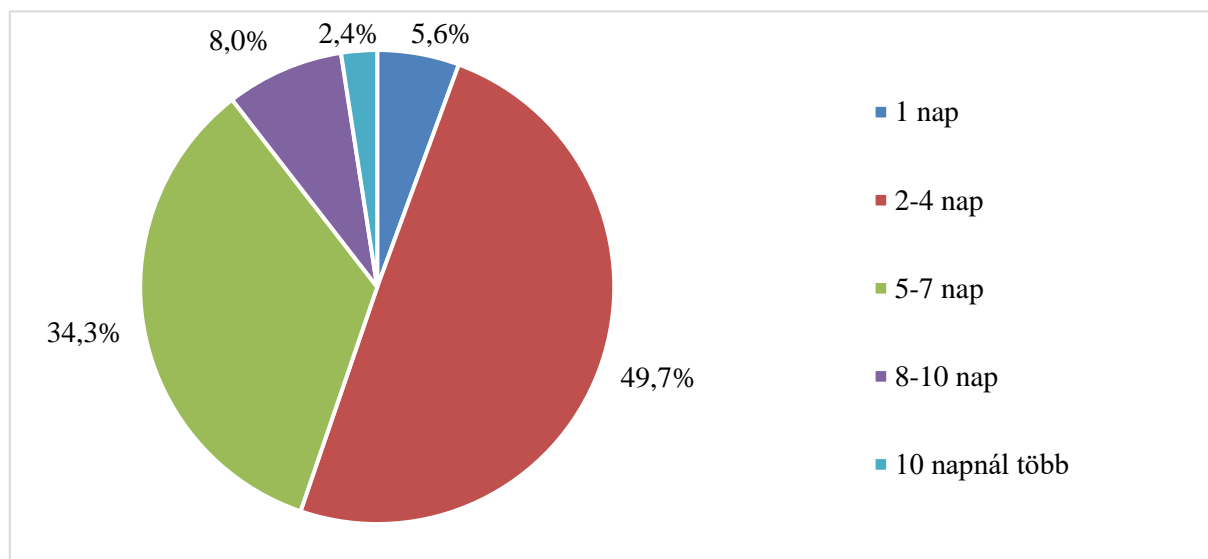
#### 4.1. A hajdúszoboszlói vendégek véleménye a fürdővárosról

A válaszadók átlagéletkora 46,6 év, a felmérésben résztvevők 7%-a volt 30 év alatti; 19,5%-a 30 és 39 év közötti, 35% 40 és 49 év közötti; 33% 50 és 59 év közötti, 5,5% pedig 60 év feletti. A legfiatalabb válaszadó 19 éves, a legidősebb pedig 76 éves. A felmérésben résztvevők 91,8% volt nő, 8,2% pedig férfi. A válaszadók mindannyian magyar anyanyelvűek voltak és csaknem mindenki magyar állampolgár volt, csupán 1 fő magyar-román kettős állampolgár, 4 fő román lakos, 1 fő szlovák és 1 fő német állampolgárságú kitöltő volt. A mintában résztvevők 94,1%-a visszatérő vendég Hajdúszoboszlón, 66,1% pedig már háromnál többször járt a városban.

A megkérdezettek 71,1%-a a fürdőszolgáltatások közül a gyógyfürdőt szokott igénybe venni, és csaknem ugyanennyien jelölték meg a wellness szolgáltatások használatát (70,2%). Szépészeti kezeléseken, masszázson 14,8% szokott részt venni az üdülés ideje alatt, míg az orvosi kezeléseket, szolgáltatásokat, diagnosztika lehetőségét 9,5% jelölte meg a kérdőív válaszlehetőségei közül. Csupán 2,3% nyilatkozott úgy, hogy a felsorolt szolgáltatások közül egyiket sem szokta igénybe venni.

A megkérdezettek csaknem a fele (49,7%) 2 - 4 napot tartózkodott a fürdővárosban, míg 34%-uk 5-7 napot maradt (1. ábra). A válaszadók többsége családdal, gyerekekkel (57%), illetve a partnerével (35,7) érkezett Hajdúszoboszlóra.

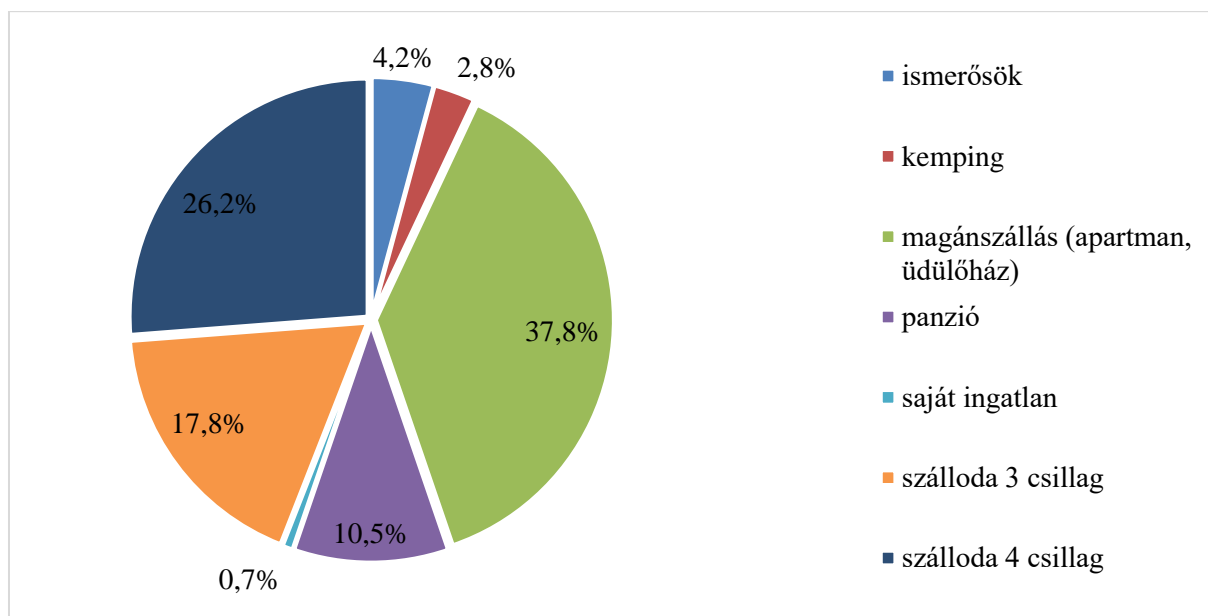
1. ábra: Válaszadók által eltöltött tartózkodási idő Hajdúszoboszlón (n=286)



*Forrás: Saját kutatás, 2021*

A felmérés során megkérdezettek közül a legtöbben (37,8%) azt választották, hogy magánszálláshelyen szálltak meg hajdúszoboszlói tartózkodásuk alatt, míg 26,2% négycsillagos szállodát választott. Jelentős volt (17,8%) a háromcsillagos szállodát igénybe vevők aránya is, valamint sokan szálltak meg panzióban is (10,5). Voltak, akik ismerősöknél (4,2%) tartózkodtak, míg 2,8% a kempinget jelölte meg szálláshelyül. A mintában csupán 0,7% volt a saját ingatlanban megszállt turisták aránya (2. ábra).

2. ábra: A Hajdúszoboszlón való tartózkodás ideje alatt leggyakrabban igénybe vett szálláshely típusainak megoszlása (n=286)



*Forrás: Saját kutatás, 2021*

A felmérés során 24 szempontot határoztunk meg, melyeket ötfokozatú skálán értékelhettek a válaszadók. Az 1. táblázat az egyes szempontok értékelését mutatja be a kérdésekre adott pontszámok átlaga alapján (5=kiváló, 4=jó, 3=közepes, megfelelő, 2=elégséges, 1=nagyon rossz, elégtelen szintű).

A felmérésben részt vevő hajdúszoboszlói vendégek összességében nagyon elégedettek a városban elérhető szolgáltatásokkal, a vendégfogadás feltételeivel. Kiemelkedően jó értékelést kapott a gyógyvíz minősége és a fürdő színvonala, amely az elmúlt évek fejlesztéseinek pozitív hatását is tükrözi. Ezután a fürdővárosi hangulat, a rendezett közterületek, valamint a helyi lakosok vendégszeretete következett a rangsorban. A megkérdezett vendégek nyitott kérdésre válaszolva fejthették ki, hogy mit gondolnak Hajdúszoboszlóról. Több vélemény tükrözte a fürdővárossal, a fürdővel és a programokkal való elégedettséget, így például: „Imádjuk! Gyönyörű város, strand, esti séták!”, „A sétálóutca hangulatát nagyon szeretem”, „Kedves emberek”, „Szuper rendezvények”.

A felmérésből az is kiderült, hogy a zaj, az autóforgalom és a zsúfoltság azok a tényezők, amelyek a leginkább zavarták a vendégeket, és amelyek miatt önkormányzati intézkedésekre, akár civil összefogásra is szükség lehet. A válaszadók által megosztott vélemények alapján kiderült, hogy a legtöbb szempontot a 40 évnél idősebbek pozitívabban értékelnek (pl. vendégszeretet; rendezvények, fesztiválok színvonala; a település elérhetősége; új fejlesztések minősége), de a zsúfoltság és a vendégkör összetétele esetében a fiatalabbak voltak az elégedettebbek (1. táblázat).

1. táblázat: A válaszadók elégedettsége Hajdúszoboszló, mint turisztikai desztináció kínálatával

Szempont	Átlag	Átlag 40 éves korig	Átlag 41 éves kortól
Gyógyvíz minősége	4,81	4,68	4,85
A fürdő színvonala	4,79	4,72	4,81
Fürdővárosi hangulat	4,66	4,55	4,70
Rendezett közterületek	4,65	4,54	4,69
Vendégszeretet	4,65	4,47	4,71
Település elérhetősége	4,58	4,43	4,63
Tisztaság a városban	4,57	4,57	4,57
Vendéglátóegységek	4,52	4,39	4,57
Új fejlesztések minősége	4,52	4,36	4,58
Közbiztonság	4,50	4,39	4,54
Természeti környezet	4,50	4,41	4,53
Rendezvények, fesztiválok színvonala	4,48	4,30	4,54
Szórakozási, kikapcsolódási lehetőségek	4,38	4,32	4,41
Vásárlási lehetőségek	4,38	4,26	4,42
Alapinfrastruktúra (utak minősége stb.)	4,21	4,24	4,19
Szuvenírek minősége, változatossága	4,20	4,16	4,21
Áruk és szolgáltatások árszínvonala	4,18	4,09	4,21
Turisták száma a városban	4,09	4,12	4,08
Sportolási lehetőségek	4,05	3,92	4,09
Vendégkör összetétele	3,99	4,14	3,94
Szemetelés	3,99	3,93	4,01
Zaj	3,92	3,96	3,91
Autóforgalom	3,73	3,77	3,72

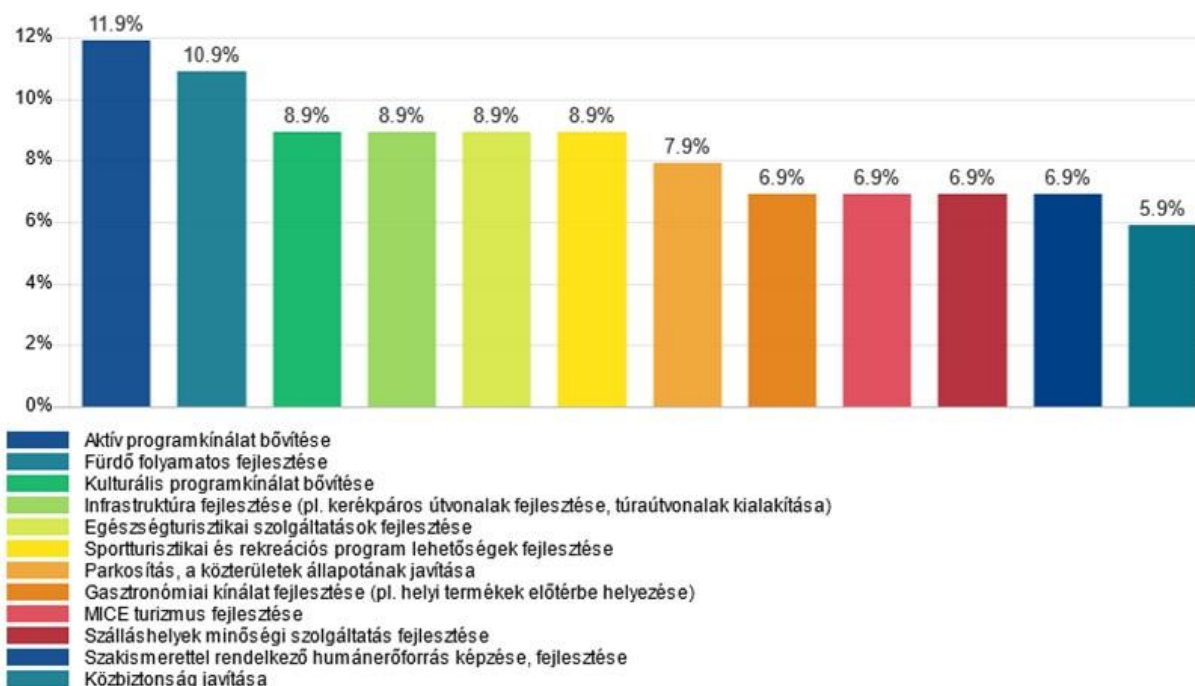
Zsúfoltság	3,64	3,78	3,59
------------	------	------	------

*Forrás: Saját kutatás, 2021*

#### 4.2. A szolgáltatók által legfontosabbnak tartott fejlesztések

A megkérdezett szolgáltatók leginkább az aktív programkínálat bővítését, a fürdő folyamatos fejlesztését, a kulturális programkínálat bővítését, az infrastruktúra fejlesztését, az egészségturisztikai szolgáltatások minőségének és kínálatának javítását, a sportturisztikai és a rekreációs programlehetőségek fejlesztését, a parkosítást, a közterületek állapotának javítását tartják a legfontosabbnak. A helyi vállalkozások képviselői a közbiztonság javítását érezték a legkevésbé szükségesnek, amely azt bizonyítja, hogy a népszerű fürdőváros közbiztonsága megfelelő, és ennek megítélése is pozitív (3. ábra).

3. ábra: A helyi szolgáltatók által preferált fejlesztések Hajdúszoboszlón



*Forrás: Saját kutatás, 2021*

A szolgáltatók részletesen taglalták az utcák, köztér állapotának hiányosságait, ezek folyamatos javítását, parkosítását javasolták. Különösen fontosnak tartják a szórakozási lehetőségek fejlesztését, a kulturális programkínálat színvonalának emelését, ezen belül pedig a családbarát programok és kifejezetten a nagycsaládosokat célzó rendezvények bővítését. Ugyancsak több szolgáltató szorgalmazta a vendéglátás színvonalának javítását, az aktuális trendeknek megfelelő fejlesztését. A desztináció egészére vonatkozó közös célként fogalmazták meg a környezetvédelem, a megújuló energiaforrások előtérbe helyezését. A helyi szolgáltatók azt is hangsúlyozták, hogy a város ne a tömegetturizmusra építse a jövőt, hanem a minőségi szolgáltatásaival növelje a versenyképességét.

A fürdő meglévő létesítményeinek folyamatos és további fejlesztése, a strandon kültéri szaunák létrehozása egyértelműen kívánatos a szolgáltatók szerint. Mindenki pozitívan vélekedett a hajdúszoboszlói fürdő fejlesztéseiről, a folyamatos megújulást elengedhetetlennek tartották, és szorgalmazták a meglévő infrastruktúra és a szolgáltatások színvonalának és kínálatának bővítését. Az uszoda, a gyógyfürdő meglévő épületeinek felújítását, az épületegyüttes építészeti megjelenésének harmonizálását, a fürdő területén működő vendéglátóhelyek színvonalának javítását jelölték meg legtöbbször prioritásként. Javasolták, hogy a fürdőegységekbe korszerű

beléptető rendszer legyen kiépítve, akár karórás rendszer, ahogyan azt számos hazai példa mutatja. Extrém és különleges fejlesztéseket is fontosnak vélték a szolgáltatók, így például „canopy” drótkötélpálya megépítését szorgalmazták a fürdő területén, vízi ügyességi pálya kialakításával együtt. A „minőségi fejlesztés” kifejezést sokan használták, utalva arra, hogy az infrastruktúra megújítása ne csak műszaki karbantartást jelentsen, hanem a szolgáltatási színvonal emelését is.

Az egészségturizmus további fejlesztésén kívül több szolgáltató osztotta azt a véleményt, hogy időszzerű a hajdúszoboszlói kínálat diverzifikálása, többek között az aktív turizmus fejlesztése, ezen belül túraútvonalak kialakítása, azok promotálása, korszerű marketing eszközökkel támogatott bemutatása. A megkérdezett szolgáltatók többsége kiemelte, hogy minőségi és igényes rendezvények (kulturális, zenei, gasztronómiai stb.) szükségesek az új célpiacok megszólításához. Javaslatként merült fel a különleges sportversenyek, események szervezése, (így például hőlégballon, ejtőernyő, nemzetközi kerékpár és egyéb versenyek), valamint a szórakozási lehetőségek bővítése, drótkötélpálya, kilátó kialakítása, óriáskerék felállítása, esti szórakozóhelyek számának növelése, vidámpark, állatsimogató létesítése.

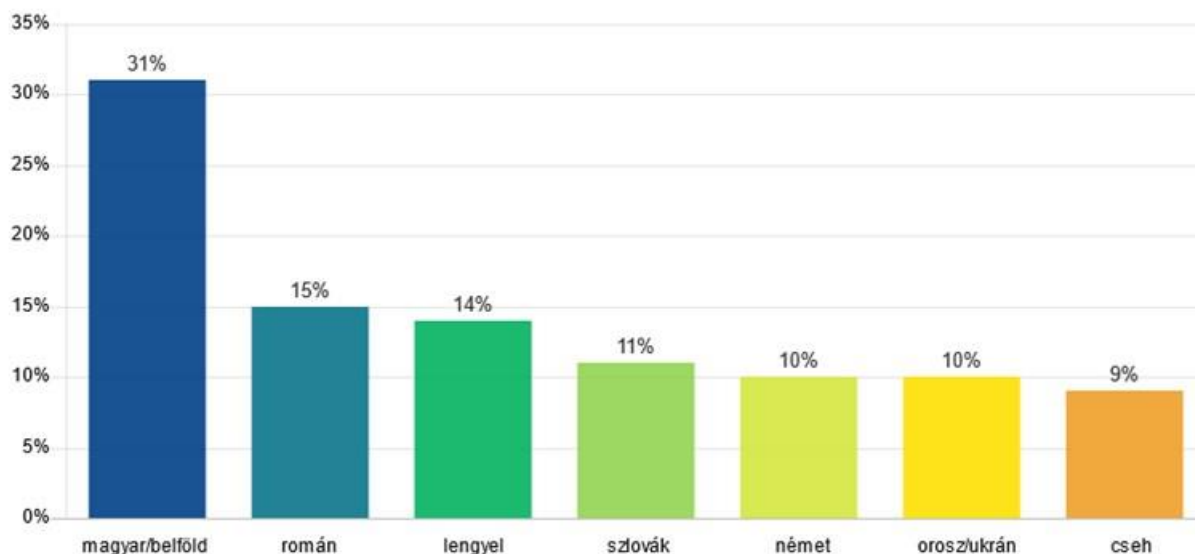
### **4.3. Célpiacok a szolgáltatók véleménye szerint**

Általános vélemény, hogy a belföldi vendégkör megtartása és bővítése, valamint a fiatalabb generációk érdeklődésének felkeltése elengedhetetlen. A pandémia előtt sok szálláshely vendégkörének túlnyomó részét a külföldi turisták alkották, a járvány miatt viszont 2020-ban és 2021-ben csupán a belföldi vendégek utazhattak szabadidős céllal. A nemzetközi küldőpiacok felélesztését, különösen a román, lengyel, szlovák, izraeli, cseh, moldáv vendégek célzott megszólítását a legtöbb megkérdezett vállalkozó szorgalmazta. A helyi szolgáltatók közül többen javasolták, hogy érdemes lenne az ifjúsági turizmust is megalapozni Hajdúszoboszlón; a programkínálat bővítésével, koncertek szervezésével és ifjúsági szállás (pl. hostel) megnyitásával új célcsoportot lehetne megszólítani. A fiatalabb korosztályoknak szóló marketingtevékenység részeként fontos, hogy Hajdúszoboszlót ne csupán a „reumások Mekkájaként” és gyógyfürdővel, termálvízzel rendelkező fürdővárosként kommunikálják. Ehhez további fejlesztések (kerékpárutak, gasztronómiai programok, kulturális események, térségi együttműködés - Debrecen, Hortobágy, Tokaj) szükségesek, melyek nem csupán vagy nem elsősorban a gyógyulni érkező vendégek számára vonzóak.

A szolgáltatók többsége azt is jelezte, hogy a turisztikai szezonok függvényében érdemes a célpiaci szegmentációt elvégezni. Télen a gyógykezelések miatt főleg a senior korosztály utazik – hétvégén már a fiatalabbak is – míg nyáron, ünnepnapokon, hosszú hétvégéken minden korosztály számára ideális a hajdúszoboszlói kínálat, ám ilyenkor elsődlegesen a családok jelentik a fő célcsoportot. A szolgáltatók egyöntetű véleménye szerint Hajdúszoboszló a többgenerációs utazások ideális desztinációja. Többen megfogalmazták, hogy a környezettudatos turisták nagyobb számú jelenléte kívánatos lenne, valamint a MICE és sportturizmus résztvevői szintén jelentős célpiaci szegmensek lehetnek a fürdővárosban.

Össességében a szolgáltatók a belföldi küldőpiacot tekintik a legfontosabbnak, majd a román, lengyel, szlovák, német, orosz, ukrán, cseh a preferált küldőpiacok sorrendje (4. ábra).

## 4. ábra: A helyi szolgáltatók által preferált küldőpiacok



*Forrás: Saját kutatás, 2021*

A fenti küldőpiacok mellett a moldáv, izraeli, holland, belga, angol, olasz, osztrák, szlovén, szerb és kínai küldőpiac is megjelent javaslatként. A fürdőváros jövőjét fenyegető, lehetséges veszélyek közül leginkább a járvány, a külföldi vendégkör elmaradását és az összefogás hiányát említették a szolgáltatók. Végezetül, a vendéglátók nem osztották azt a véleményt, miszerint a sok turista jelenléte zavarná a lakosságot.

## 5. Következtetések

A primer kutatások eredményei alapján megállapíthatjuk, hogy a hajdúszoboszlói vendégek és vendéglátók véleménye a fürdőváros turisztikai piacáról több szempontból összhangban van, habár bizonyos kérdések eltérő hangsúllyal jelennek meg. A megkérdezett vendégek csaknem háromnegyede a fürdőszolgáltatások közül a gyógyfürdőt és a wellness szolgáltatásokat szokta igénybe venni, és mindezeket pozitívan ítélte meg, hiszen mind a gyógyvíz minősége, mind pedig a fürdő színvonala kiemelkedően jó értékelést kapott. A fürdővárosi hangulattal, a rendezett közterületekkel szinte maximálisan elégedettek voltak a válaszadók, valamint a helyi lakosok vendégszeretetét is pozitívan értékelték.

A vendéglátók támogatták a fürdő és a fürdőszolgáltatások színvonalának emelését, a desztináció folyamatos fejlesztését. A helyi közösség tagjai tudatában vannak a fürdővárosi hangulat fontosságának, a zöldterületek, parkok közösségi terek értékének és szinte mindenki hangsúlyozta a további fejlesztések szükségességét. A szolgáltatók konkrét, gyakorlati javaslatokat is tettek az attrakciók bővítésére, a régi infrastruktúra cseréjére, korszerű technológiai megoldások bevezetésére a fürdőben.

A rendezvények, fesztiválok színvonala, a szórakozási, sportolási és vásárlási lehetőségek megítélése ugyan pozitív a vendégek körében, de elmarad a fürdő és a fürdőváros általános értékelésétől. Ugyancsak a rendezvények, programkínálat bővítésének szükségességét hangsúlyozták a szolgáltatók. A vendéglátók képviselői szerint a debreceni és hortobágyi élményprogramokhoz sokkal erőteljesebben kellene kapcsolódnia, ilyenek például a pusztai madárvonulások, szafari programok, a debreceni tematikus séták, kulturális attrakciók. A szolgáltatók véleménye szerint kívánatos lenne az aktívabb térségi együttműködés Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térséggel, hiszen a Sóstó ZOO és Tokaj, mint UNESCO világörökségi helyszín nemzetközi érdeklődésre is számot tarthat. A szolgáltatók javaslata szerint a

Hajdúszoboszló „brand”-ben is érdemes lenne megjeleníteni a programok sokszínűségét. Jelenleg a leginkább jellemző hívószavak: „nagy múltú gyógyhely”, „hagyományos fürdőkultúra”, „kedvező ár-érték arány”, „gyógyulás”, míg a jövőben leginkább a következő hívószavakat kívánja a szakma használni: „szívneműrendszeri rendezvénykínálat”, „prémium”, „minőségi szolgáltatások/termékek”, „gasztronómiai fesztivál” „fenntartható desztináció”.

A turizmus negatív hatásaival kapcsolatban a személtelést, a zajt, az autóforgalmat és a zsúfoltságot már érzékelték a vendégek, melyek mindegyike a tömegetturizmus által érintett desztinációkban gyakran megjelenő probléma. Ezzel szemben a helyi vendéglátók szemszögéből nem tűnt negatív tényezőnek a turisták túlzottan nagy létszáma, a primer kutatás eredménye szerint a szolgáltatók egyike sem azonosította problémaként a zsúfoltságot. A vállalkozók a külföldi vendégkör mielőbbi visszatérésében bíztak és ennek elmaradása (főként külső okok miatt. pl. járvány, politikai helyzet) sokkal nagyobb aggodalomra adott okot.

Végezetül a fürdőváros vendéglátóinak véleménye szerint a fürdőváros fejlődésének záloga a helyi és a térségi együttműködés erősítése. Az összefogás kialakításában és növelésében a helyi TDM szervezet felelősségét emelték ki, amely előmozdíthatja a turizmus érintettjeinek közös gondolkodását, cselekvését, az identitás erősítését és a „Hajdúszoboszló fürdőváros” brand építését.

Az esettanulmány készítése során végzett primer és szekunder vizsgálatok eredménye alapján megállapítható, hogy napjainkban egy fürdő magas színvonalú és folyamatosan bővülő szolgáltatásai és a kapcsolódó jó minőségű infrastruktúra alapvető fontosságú, de emellett a kellemes fürdővárosi hangulat, a változatos rendezvénykínálat, az állandó programok, szórakozási lehetőségek gazdag választéka is fontos elvárás lett a vendégek és vendéglátók részéről. Mindeközben a fenntarthatóság elveinek gyakorlati alkalmazása megkerülhetlenné vált, a fejlesztések során figyelembe kell venni a gazdasági, társadalmi és környezeti érdekek egyensúlyát is. A helyi önkormányzati intézmények, a turisztikai desztinációmenedzsment szervezetek és a szolgáltatók együttműködésével alakíthatók ki olyan komplex turisztikai termékek, amelyek versenyképessé tehetnek egy egészségturisztikai desztinációt a jelenkori kihívásokkal teli, dinamikus változó piaci környezetben.

## Irodalomjegyzék

AQUAPROFIT (2007): *Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia*. Aquaprofit Műszaki, Tanácsadási és Befektetési Rt., Budapest.

AUBERT, A. – CSAPÓ, J. – GONDA, T. – HEGEDŰS, V. – SZABÓ, G. (2007): Turizmus és a terület-, valamint vidékfejlesztés. In: Aubert, A. (szerk.): *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet. pp. 76–132.

ÁSVÁNYI, K. (2022): Fenntartható fejlődési célok a turizmusban. In: ÁSVÁNYI, K. (szerk.): *Fenntarthatóság a turizmusban*. Akadémiai Kiadó, Budapest <https://doi.org/10.1556/9789634547860>.

BAUERNÉ GÁTHY, A. – VARGÁNÉ CSOBÁN, K. (2009): Long-term government responses to sustainable tourism development: principles and strategies. *APSTRACT Applied Studies in Agribusiness and Commerce* 3 (3-4): pp. 89-92.

BAUERNÉ GÁTHY, A. – KOVÁCSNÉ SOLTÉSZ, A. – SZŰCS, I. (2022): Sustainable consumption – examining the environmental and health awareness of students at the University of Debrecen. *COGENT Business & Management* 9(1): 2105572 (<https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2105572>)

- BENKŐ, BÉLA – DÁVID, LÓRÁNT – FARKAS, TIBOR (2022): Opportunities for the development of innovation among hotels in Northern Hungary. *Geojournal of Tourism and Geosites* 40(1): pp. 267-273.
- COOPER, M. (2009): Health and Wellness Spa Tourism Environment. In: ERFURT-COOPER, P. – COOPER, M. (szerk.): *Health and Wellness Tourism, Spas and Hot Springs*, Channel View Publications, Bristol, Buffalo, Toronto. pp. 156-180.
- DÁVID, L. – VARGÁNÉ CSOBÁN, K. – KOVÁCS, GY. – VASA, L. (2012): *Turizmusökológia: zöldülő turizmus-fenntartható turizmusfejlesztés*. Szaktudás Kiadó Ház Zrt. Budapest 236 p.
- DÁVID, L. – VARGÁNÉ CSOBÁN, K. (2010): *A turizmus ökológiai alapú fejlesztése: Turizmus, környezet, fenntartható fejlődés*. Károly Róbert Főiskola (KRF) Gyöngyös, 232 p.
- DEERY, M. – FILEP, S. – HUGHES, M. (2014): Exploring visitor wellbeing in parks and nature reserves. In: VOIGT, C. – PFORR, C. (szerk.): *Wellness Tourism – A destination perspective*. Routledge, London, New York. p. 344.
- DINI, M. – PENCARELLI, T. (2022): Wellness tourism and the components of its offer system: a holistic perspective, *Tourism Review*, 77(2): pp. 394-412. (<https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0373>)
- DRYGLAS, D. – SALAMAGA, M. (2018): Segmentation by push motives in health tourism destinations: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Destination Marketing and Management* 9(1): pp. 234-246.
- ENSZ (2017): *Discussion paper on the occasion of the international year of sustainable tourism for development*. Madrid: UNWTO.
- GYURKÓ, Á. – BUJDOSÓ, Z. (2019): Turisztikai versenyképesség és a potenciál kapcsolata az Észak-Magyarország régióban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4(3): pp. 4–20.
- HALLAB, Z.A.A. – YOON, Y. – MUZAFFER, U. (2003): Segmentation Based on the Healthy-Living Attitude: A Market's Travel Behavior. *Journal of Hospitality Leisure Marketing* 10(3): pp. 185-198.
- HALL, C.M. (2003): Spa and Health Tourism In: HUDSON, S. (szerk.): *Sport and Adventure Tourism*. Haworth Hospitality Press, New York. pp. 273-292.
- HOJCSKA, Á. E. – SZABÓ, Z. – BUJDOSÓ, Z. (2022): Multi-aspect overview of mineral-water-based therapies of musculoskeletal disorders in Hungary, *Ecocycles* 8(2): pp. 23-36. (<https://doi.org/10.19040/ecocycles.v8i2.235>)
- HOJCSKA, Á. E. – SZABÓ, Z. (2021): Investigating natural treatment factors and inequalities of medicinal water institutions in the aspect of tourism in Hungary. *Geojournal Of Tourism And Geosites* 36(2): pp. 555-562.
- IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS. – PRINTZ-MARKÓ, E. (2017): Generation investigations in the wellness tourism in Hungary. *DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting* 3(1): pp. 793-809.
- IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS. – PRINTZ-MARKÓ, E. (2018): Territorial differences between countries with regard to the wellness lifestyle of their youth. *Forum Scientiae Oeconomia* 6(3): pp. 101-117.
- KOVÁCS, K. (2018): Managerial Challenges in Hungarian Agricultural Enterprises. In: Bryła, P. (eds) *Managing Agricultural Enterprises*. Palgrave Macmillan, Cham. ([https://doi.org/10.1007/978-3-319-59891-8\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-59891-8_11))

- KOVÁCS, K. – SZŰCS, I., (2020): Exploring efficiency reserves in Hungarian milk production. *Studies in Agricultural Economics*, 122(1), pp.37–43.
- LACZKÓ, T. (2015): Az egészségturizmus kapcsolata a természeti, gazdasági és társadalmi környezettel. In: LACZKÓ, T. – BÁNHIDI, M. (szerk.): *Sport- és egészségturizmus alapjai*. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Pécs. p. 254.
- MÁTYÁS, SZ. (2015): Szubjektív biztonságérzet – lakossági vélemény a közbiztonságról és a rendőrségről. *Magyar Rendészet* 2015/5. pp. 159-170.
- MICHALKÓ, G. – RÁTZ, T. – IRIMIÁS, A. – PAGANI, A. (2011): Az egészségturizmus és az életminőség magyarországi kapcsolatának vonatkozásai. In: MICHALKÓ, G. – RÁTZ, T. (szerk.): *Egészségturizmus és életminőség Magyarországon: Fejezetek az egészség, az utazás és a jól(l)ét magyarországi összefüggéseiről*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest. pp. 27-42.
- MOLNÁR, CS. (2011): *Az egészségturisztikai fejlesztések hatásai különös tekintettel Kelet-Magyarországra*. Doktori (PhD) értekezés. Széchenyi István Egyetem Regionális és Gazdaságtudományi Doktori Iskola.
- NÁBRÁDI, A. – KOVÁCS, K., (2008): Minőség a tejvertikumban. *Tejgazdaság: Tudomány és Gyakorlat*, 68(1–2), pp.45–63
- PRINTZ-MARKÓ, E. – DARABOS, F. – IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS. (2017): Dimensions of wellness tourism in Hungary. *Knowledge Horizons – Economics* 9(1): pp. 24-35.
- RÁTZ, T. (2001): Zennis és Lomi Lomi, avagy Új trendek az egészségturizmusban. *Turizmus Bulletin* 5(4): pp. 7–16.
- RUSZINKÓ, Á. – DONKA, A. (2019): Az egészségturizmus értelmezése a turizmus változó rendszerében. *Turizmus Bulletin* 19(2): pp. 47 – 57.
- SMITH, M. – PUCZKÓ, L. (2010): *Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- SZABÓ, Z. (2021): Attitudes relating to making use of spa services in Hungary. *Selye E-Studies* 12(1): pp. 16-23.
- SZÖLLŐS-TÓTH, A. – VARGÁNÉ CSOBÁN, K. (2021): A turizmus hatásainak megítélése Hajdúszoboszló lakosságának körében. *Gazdálkodás* 65(5): pp. 430-447.
- TUOMINEN, T. – SAARI, S. – BINDER, D. (2017): Enhancing the competitiveness of a wellness tourism destination by coordinating the multiple actor collaboration. In: SMITH, M.K. – PUCZKÓ, L. (szerk.): *The Routledge handbook of health tourism*. Routledge, London. pp. 285-297.
- UGURLU, K. (2021): Integrated Marketing Approach in Hotel Management. In: HASSAN, A. – SHARMA A. (szerk.): *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*. Emerald Publishing Limited. pp. 67 – 84.
- VARGÁNÉ CSOBÁN, K. – SERRA, GY. (2016): A sportturizmus lehetőségei a vidékfejlesztésben az Észak-Alföld régió példáján. *Köztes Európa* 8(1-2). pp. 145–156.
- VARGÁNÉ CSOBÁN, K. – SZÖLLŐS-TÓTH, A. – SÁNTA, Á. K. (2022): Hajdúszoboszló turisztikai vendégforgalmának elemzése a COVID-19 járványt megelőző évtizedben. *A Falu* 37(1): pp. 67-84.

VOIGT, C. – PFORR, C. (2014): Wellness tourism from a destination perspective: why now? In: VOIGT, C. – PFORR, C. (szerk.): *Wellness Tourism – A destination perspective*. Routledge, London, New York. pp. 3-18.

WTO (1998): *A fenntartható turizmus fejlesztése, Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek*; Geomédia Kiadó, Budapest.

### **Egyéb hivatkozások**

GLOBALWELLNESS (2022): <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/> (2022. 11. 12.)

HAJDÚSZOBOSZLÓ (2015): <https://www.hajduszoboszlo.eu/hszob/> (2021.08.15.)

KSH (2022): [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu) (2022.10.12.)

MTÜ (2017): [https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030\\_Turizmus2.0-Strategia.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf). (2021. 12. 10.)

NÉPESSÉG (2020): <http://nepesseg.com/hajdu-bihar/hajduszoboszlo> (2022. 10. 11.)

WTO (2004): Sustainable Development of Tourism, Conceptual Definition, [http://www.world-tourism.org/frameset/frame\\_sustainable.html](http://www.world-tourism.org/frameset/frame_sustainable.html) (2021. 10.15.)