

OTDK-DOLGOZAT

2015

MARTFŰ TURIZMUSÁNAK FEJLESZTÉSE
avagy az egészségturizmus fejlődése elegendő a kitöréshez?

TOURISM DEVELOPMENT IN MARTFŰ
or is the development of health tourism sufficient to the success?

Kézirat lezárva: 2014.04.30.

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
1. 1. Téma választásának indoklása.....	1
1. 2. Hipotézisek.....	1
1. 3. Dolgozat felépítése	1
2. Turizmus	2
2. 1. A turizmus fogalma.....	2
2. 2. A turizmus rendszere.....	2
2. 3. A turizmus hatásai	3
3. Az egészségturizmus szerepe	4
3.1. Fogalom magyarázat	4
3. 2. Az egészségturizmus helyzete.....	5
3. 2.1. Az egészségturizmus helyzete Magyarországon.....	5
3.2.2. Az egészségturizmus helyzete Észak-Alföldön	6
3.2.3. Az egészségturizmus helyzete Jász-Nagykun-Szolnok megyében	7
4. Martfű város bemutatása	9
4. 1. Földrajza.....	9
4. 2. Története.....	9
4. 3 Gazdasága.....	11
4. 4. Társadalma	11
5. Martfű turizmusa	12
5. 1. Kereslet.....	12
5. 2. Kínálat	14
5. 2.1. Attrakció.....	14
5. 2. 1. 1. Természeti értékek	14
5.2.1.2.Kulturális értékek	15
5.2.1.3. Programok, rendezvények	16
5.2.2. Közlekedés	17
5.2.2.1. Közúti közlekedés	17
5.2.2.2.Vasúti közlekedés	18
5.2.2.3. Vízi és légi közlekedés	18
5.2.3. Egyéb infrastruktúra	18
5.2.4.Turisztikai szolgáltatások	19
5.2.4.1. Szállás	19
5.2.4.2. Étkezés és szórakozás	21
5.2.4.3. Tájékoztató	21

5.2.5. Higiénia és közbiztonság.....	21
5.2.6. Vendégszeretet	22
5. 2. 7. Árszínvonal	22
5. 2. 8. Turisztikai szervezetek.....	23
5. 2. 8. 1. Regionális szint	23
5.2.8.2. Megyei szint	24
5.2.8.3. Helyi szint	25
6. Primer kutatás, kérdőívek elemzése	27
6.1. A kutatás célja	27
6.2. Módszertan	27
6.3. Lakossági kérdőívek elemzése	28
6.4. A városba érkező turisták részére szóló kérdőív elemzése	35
6.5. Kérdőívek összegzése.....	45
7. Következtetések, javaslatok.....	47
7.1. SWOT - analízis	47
7.2. Szervezet- és menedzsmentfejlesztés.....	47
7.2.1. Önkormányzati turisztikai szervezet	48
7.2.2. Együttműködések	48
7.3. Termékfejlesztés.....	48
7.3.1.Horgász turizmus.....	49
7.3.2.Kerékpáros turizmus	50
7.3.3.Öko - és természetjáró turizmus.....	50
7.4.Településmarketing	50
7.4.1. Célcsoport.....	51
7.4.2 Kommunikáció	51
Összegzés	52
Irodalomjegyzék.....	52
Mellékletek.....	57

1. Bevezetés

1. 1. Téma választásának indoklása

A téma választáskor a legfontosabb számomra az volt, hogy hozzám közel álló témával foglalkozhassak. Ezért a választásom Martfű városára esett, ahol az elmúlt években a legmeghatározóbb turisztikai termékké az egészségturizmus vált.

A turizmus tíz évvel ezelőtt a városban, ha mondhatom így, még csak „gyerekcipőben járt”. A helyiek szinte nem is találkoztak turistával Martfűn. Azonban 2005 fordulóponthozott a város életébe. A Termál Spa turisztikai központ első szálláshelye, egy gyógykemping elkészült, amelyet egy szálloda és fürdő kiépítése követett. Ettől kezdve indult igazán fejlődésnek a turizmus Martfűn. Egyre több turista fedezi fel a várost, és a lakosság is szívesen látogat a város fürdőjébe.

Azonban a legtöbb turista figyelme csak a fürdőre koncentrálódik jelenleg, és nem az egész város területére. Ennek a legfőbb oka az lehet, hogy a város további turisztikai kínálata nem elég kielégítő vagy vonzó számukra. Úgy gondolom, hogy ez a probléma megoldható lenne, mivel számtalan kihasználatlan lehetőség rejlik még a turizmus területén a városban, amely hozzájárulhatna a kínálat fejlődéséhez.

1. 2. Hipotézisek

Az előző gondolataim alapján a következő hipotéziseket állítottam fel:

- A Termál Spa megnyitása tette lehetővé a turizmus fellendülését Martfűn.
- A lakosság és a turisták maximálisan elégedettek a Termál Spa szolgáltatásaival. Azonban a város további turisztikai kínálata fejletlen.
- A város adottságaihoz képest korántsem használja ki a lehetőségeit a turizmus területén.

1. 3. Dolgozat felépítése

A dolgozatom elején röviden ismertetem a turizmus rendszerét és hatásait, az egészségturizmus általános fogalmait és irányítását. Az általános ismereteket követően Martfűt, mint turisztikai desztinációt vizsgálom meg. Ezután következik a primer kutatásom leírása.. Végül a szekunder és primer kutatásokból levont következtetések segítségével kifejtem javaslataimat.

2. Turizmus

A turizmus napjaink egyik sikerágának számít, amelynek a jelentőségét bizonyítják a 2012-es adatok is. Az egész világ GDP-jének 12%-át teszi ki, közel 200 millió ember számára biztosít munkahelyet, és ez a tendencia valószínűleg tovább növekszik a következő években. (Sulinet: http://hirmagazin.sulinet.hu/hu/civilizacio/a_turizmus_helyzete_magyarorszagon)

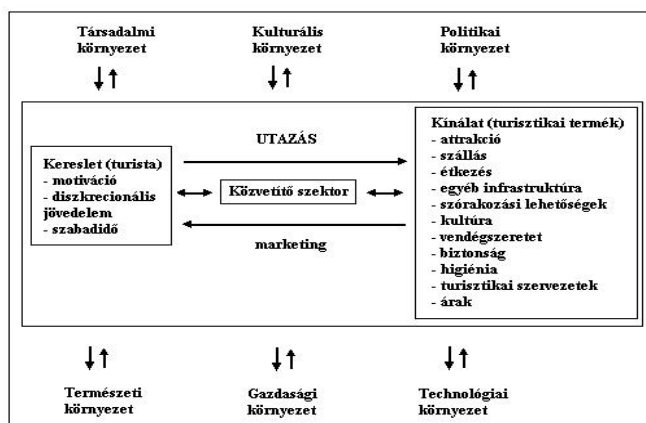
2. 1. A turizmus fogalma

„A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában meghatározott tartalmi behatárolás szerint a turizmus a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatása, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatások.” (Tasnádi József, 2006. p.7.)

2. 2. A turizmus rendszere

A turizmus és a környezete kölcsönösen hatnak egymásra, és befolyásolják egymást, ezáltal létrehozva egy rendszert. A turizmus rendszerének egyik oldalán a turista, vagyis a kereslet, a másik oldalán pedig a turisztikai desztináció/termék, más néven a kínálat áll. A kereslet befolyásolásában a szabadidő, a rendelkezésre álló szabadjövedelem és a motiváció a meghatározó, amelyek hatnak a turistának az utazási döntésére. A kínálat fő eleme az attrakció, a szállás, az étkezés, az infrastruktúra, a higiénia, a biztonság, amelyeknek célja a turisták igényeinek maximális kielégítése. Ezt a két alrendszert köti össze a közvetítő szektor (utazásszervezők, utazási ügynökségek), a turistákra irányuló marketing, valamint a turista utazása a küldő területről az adott fogadóterületre. (Lengyel Márton, 2004)

1. ábra: A turizmus rendszere



Forrás: Dr. Lengyel Márton: A turizmus általános elmélete 2004 p. 103

2. 3. A turizmus hatásai

A turizmus jelentősen befolyásolja az egész ország vagy egy térség, és éppúgy egy település, mint fogadóterület gazdaságát, a társadalmi-kulturális életét, illetve a természeti és épített környezetét. Ez a hatás lehet pozitív és negatív is egyaránt. A legfontosabb hatásokat szemléltettem a következő táblázatban.

1. táblázat: A turizmus pozitív és negatív hatásai

	Pozitív hatás	Negatív hatás
Gazdaság	- Fizetési mérlegre gyakorolt hatás - GDP-hez való hozzájárulás - Jövedelemtermelő képesség - Foglalkoztatás - Vállalkozásösztönzés - Területfejlesztés	- Infláció - Szezonális foglalkoztatás - Import növekedése - Turizmustól való túlzott függőség
Társadalmi – kulturális	- Magasabb életszínvonal - Szép környezet, kultúra iránti igény - Kulturálisértékek ápolása, védelme	- Zsúfoltság - Szezonális munkaerő beáramlása - Helyi szokások, hagyományok eltűnése
Természeti-épített környezet	- Természeti és történeti értékek, állatvilág védelme	- Beépített területek növekedése - Víz- és levegőszennyezés - Élővilág károsítása

Forrás: Saját készítés¹

¹PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA: A turizmus hatásai: 3. átdolgozott kiadás, Aula Kiadó, Budapest Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, 2002 p.49-242

3. Az egészségturizmus szerepe

Ma, a 21. század stresszes, rohanó világában egyre több ember fordít figyelmet kikapcsolódásra, szépségápolásra, a test és lélek egyensúlyban tartására. Ez az oka annak, hogy a turizmus ágai közül az egészségturizmus egyre nagyobb hangsúlyt kap, és az egyik legmeghatározóbb turisztikai terméké tudott válni a világban, és Magyarországon is egyaránt.

3.1. Fogalom magyarázat

Az egészségturizmus fogalmának meghatározására a mai napig még nem született nemzetközi szinten sem egy egységes, elfogadott fogalom. Számomra a Turizmus Bulletin egyik számában megjelent magyarázat foglalja leginkább össze, mit is értünk tulajdonképpen az egészségturizmus kifejezés alatt:

Az egészségturizmus a turizmus azon területét jelenti, „ahol a turista utazásának fő motivációja az egészségi állapotának javítása és/vagy megőrzése, tehát a gyógyulás és/vagy a megelőzés, és ennek megfelelően a célterületen tartózkodása alatt igénybe is vesz egészségturisztikai szolgáltatás(oka)t.” (Sziva Ivett, 2010. p. 73.)

Az egészségturizmus két további turizmus kategóriára bontható, a gyógy-és wellness turizmusra. A meghatározásuk a következő:

„A **gyógyturizmus** egy gyógyászati szolgáltatóhelyen, illetve gyógyüdülőhelyen, általában meghatározott minimális tartózkodási idő mellett rendelkezésre álló szolgáltatások igénybevételét jelenti.” (Magyar Turizmus Zrt. 2012.

http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/93_egtur_marketing_koncepcio.pdf/7ce08aae-b00a-4e33-8962-7a18606e3568)

A **wellness** pedig magába foglalja a test, a szellem, a lélek és az önmagunk iránti felelősséget, valamint az ezekért tett bármely jellegű jótékonyhatású tevékenységeket, mint például az egészséges táplálkozás, a szépségápolás, a társas kapcsolatok ápolása vagy a meditáció. (Melanie Smith – Puczkó László, 2010)

Tehát összességében elmondható, hogy a gyógyturizmus a betegségek gyógyítását, míg a wellness az egészség megőrzését, és ennek okán a konkrét betegségek kialakulásának megelőzését célozza meg.

Az egészségturizmus két alapvető fogalmán kívül érdemes még a spa fogalmat tisztázni, amely Martfű város termálfürdjének, a Termál Spa nevében is szerepel. A spa szorosan

kapcsolódik a wellness fogalmához. Egy olyan szolgáltató létesítmény, amely az egyének testi, lelki és szellemi jóllétét kívánja elősegíteni rekreációs, wellness és fitness, szépségápolási szolgáltatásokkal. (Halassy Emőke, 2008) A Martfűn található Termál Spa az ún. természetes vízforrással rendelkező spa kategóriába sorolható, mert természetes gyógyvízre alapszanak szolgáltatásai. (Spa típusok: <http://spamanagement.hu/spa/spa-tipusok.html>)

Ezenkívül még fontosnak tartom ismertetni a termálvíz és a gyógyvíz közötti különbséget. A **termálvíz** szintén mélyről feltörő víz, amelynek legalább 30 Celsius fok hőmérsékletet el kell, hogy érjen. A **gyógyvíz** pedig tulajdonképpen egy ásványvíz, amely vizsgálatok által alátámasztva gyógyhatásának minősül kémiai összetétele miatt. (Boros Szilvia – Mondok Anita – Várhelyi Tamás, 2012)

3. 2. Az egészségturizmus helyzete

A fogalmak tisztázása után ismertetem az egészségturizmus helyzetét ma Magyarországon, majd Észak-Alföld és Jász-Nagykun-Szolnok megyében is egyaránt, hogy egy átfogó képet tudjak adni Martfű város tágabb és szűkebb környezetéről.

3. 2.1. Az egészségturizmus helyzete Magyarországon

Hazánk jelentős termálvízkészlettel és kedvező geotermikus adottságokkal rendelkezik. Az ország területének 80%-án található termálvíz, amelyek nemcsak magas hőmérsékletűek, de ásványi anyag tartalmuk is igen magas. A világ ötödik legjelentősebb országának számítunk Japán, Izland, Olaszország és Franciaország után Közel 1200 hévízkút, 220 elismert gyógyvíz, 195 elismert ásványvíz és 70 gyógyfürdő található Magyarországon. (ÚJ-SZÉCHÉNYI TERV: Gyógyító Magyarország - Egészségipari Program, 2010)

Az utóbbi évtizedben a kormányzat is egyre nagyobb figyelmet fordít a ma leginkább dinamikus fejlődő ágazatra, az egészségturizmus fejlesztésére. Ennek az egyik oka az előzőekben már említett kiváló adottságok, a másik pedig, hogy az egészségturizmus számos előnnyel rendelkezik más turisztikai területekkel szemben. Ilyen például:

- a szezonális negatív hatása kevésbé érvényesül, mivel gyógyászat és a wellness szolgáltatásai egész évben igénybe vehetők az időjárástól függetlenül
- a tartózkodási idő jóval, akár tíz napnál is hosszabb az átlagosnál
- a fajlagos költség kb. 30-35 %-kal magasabb a turizmus más területeihez képest a gyógyászati szolgáltatások igénybe vétele miatt

- ez az ágazat egy kiemelkedő tényezője lehet a regionális területfejlesztésnek, mert képes oldani a területi koncentrációt (Dr. Ruzinkó Ádám, 2006)

Számos településen fektettek gyógyfürdőkbe európai uniós forrásokból és pályázatokból az elmúlt években. Például a 2001-ben indított első Széchenyi Terv turizmusfejlesztési program egészségturizmus alprogramjának köszönhetően országosan körülbelül 100 egészségturisztikai projekt (Dr. Mundroczó Györgyné – Dr. Szennyesi Judit. 2005 p.30.) tudott megvalósulni.

Az első Széchenyi Terv egészségturizmus alprogramja leginkább fürdő-és szálláshely-fejlesztéssel foglalkozott. Ezzel szemben az **Új Széchenyi terv** (Gyógyító Magyarország - Egészségipari Program, 2010.) inkább az egészségturisztikai szolgáltatásokat helyezi előtérbe. Elsősorban a termálvízkészlet és a geotermikus adottságok hatékonyabb kihasználását célozza meg, illetve nagyobb hangsúlyt fektet az orvosi szolgáltatásokra alapozott egészségturizmusra is. Ezen célok mellett egyik fő eleme a tervnek az egészséget szolgáló termelő és szolgáltató iparágak komplex összekapcsolása.

Ez azért fontos része a programnak, mert az utóbbi éveket nyomon követve nyilvánvalóvá vált, hogy a legfőbb verseny előnyt az egészségturizmusban a komplexitás jelenti. Ez alatt azt értjük, hogy önmagában egy fürdő vagy a gyógyvízhez kapcsolódó alapvető szolgáltatások ma már nem elegendők. Az emberek komplex, az egészségturisztikai kezeléseket kiegészítő szolgáltatásokra vágnak.

3.2.2. Az egészségturizmus helyzete Észak-Alföldön

Az Észak-Alföld régió az ország második legnagyobb területű tervezési-stratégiai régiója. A régió az ország keleti részén, az Alföld nagytáj közepén helyezkedik el. Három megyét foglal magában: Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye. A térség gazdasági helyzete rosszabb az átlagosnál. Az egyik oka ennek, hogy viszonylag fejletlen az infrastruktúra és kevés a munkalehetőség. (Csiszér Zoltán, 2005)

A régió turizmusát tekintve sokszínű és vonzerőkben gazdag. Azonban problémát jelent, hogy a vonzerők általában maximum regionális vonzáskörzettel rendelkeznek. A régió turizmusában jellemző turisztikai termék az ökoturizmus, az aktív turizmus, a falusi turizmus, valamint az egészségturizmus. Az utóbbi jelenthet leginkább kitörési pontot a térség gazdaságának javítására. Az országnak ezen a részén találjuk a legtöbb termál kutat. (Az Észak-Alföldi Régió Gyógy- és Termálfürdőinek Stratégiai Fejlesztését Megalapozó Fókusztanulmány, 2010)

Az **Új Magyarország Fejlesztési Terv Észak-Alföldi Operatív Programjának** (2007-2013) turizmussal foglalkozó része is kiemelkedő turisztikai vonzerőként kezeli a gyógy-és wellness turizmus fejlesztését a térségben. A megoldandó problémák között a turisztikai attrakciók infrastrukturális és a minőségi szolgáltatások hiányát említi.

3.2.3. Az egészségturizmus helyzete Jász-Nagykun-Szolnok megyében

Jász-Nagykun-Szolnok megye az Alföld szívében hét megyével határosan helyezkedik el. Területét átszeli a Tisza és annak mellékfolyói, valamint az északi területén található a híres Tisza-tó. A megye székhelye Szolnok, amely fontos oktatási, turisztikai és közlekedési központ.

A megye turisztikai kínálatában nincsenek jelentős turisztikai vonzerők. Azonban az érintetlen természet, a Tisza közelsége, valamint a termál- és gyógyfürdők vonzóak lehetnek az ide látogatók számára. Ahogy az Észak-Alföldi régióban, úgy ebben a megyében is a termál- és gyógyturizmus jelenthet lehetőséget a turizmus fellendítésére. A feltételek adottak, ahogy a következő adatok is bizonyítják. A legtöbb kút az észak-alföldi megyék közül itt található, szám szerint 125. (Polgári szemle: http://www.polgariszemle.hu/app/interface.php?view=v_article&ID=400)

Jász-Nagykun-Szolnok megyében 13 településen van minősített gyógyvizű fürdő. A felsoroltak közül Martfű, Berekfürdő, Cserkeszőlő, Szolnok és Túrkeve országos vagy regionális jelentőségű gyógytényezővel rendelkező település. Martfű az utóbbi kategóriába tartozik. (Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia, 2007)

A régiót átfogó turizmusfejlesztési program mellett, a megye turizmusát bemutató és fejlesztési céljait összefoglaló koncepció is készült a 2007-2013-as időszakra, a **Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Turizmusfejlesztési Stratégiai Program** (2007). Az egészségturizmus területén elsősorban a gyógycentrumok kialakítását, a fürdők, a szolgáltatások és kapcsolódó termékek fejlesztését, az egészségturisztikai rendezvények és képzések szervezését kívánja megvalósítani.

Az egészségturizmus helyzetét bemutatva a régióban, összességében elmondható, hogy a turizmus ezen ágazata valóban lehetőséget jelent a turizmus felvirágoztatására, amihez a természeti adottságok is teljes mértékben adottak. Azonban még hiányos fedezhető fel az infrastruktúrát és a minőségi időtöltéshez szükséges kiegészítő szolgáltatásokat tekintve,

amelyeket mindegyik fejlesztési koncepció problémaként vet fel, és próbál megoldást találni rájuk.

4. Martfű város bemutatása

A második fejezetben szeretnék egy rövid áttekintést az olvasó elé tárni Martfűről, bemutatva a település földrajzát, a történelem hátterét, a gazdasági és társadalmi helyzetét.

4. 1. Földrajza

Martfű az ország keleti részén az Észak-alföldi régióban található, Budapesttől 120 km, Szolnoktól pedig csupán 21 km távolságra. (Lásd: Mellékletek 5. számú melléklet) A város Jász-Nagykun-Szolnok megye legfiatalabb településeként ismert. A megye 7 darab (Jász-Nagykun-Szolnok megye hivatalos honlapja: <http://www.jnszm.hu/portal/?f=2&p=16>) kistérségei közül a szolnoki kistérséghez tartozik.

A város bal oldalában halad végig az ország második legnagyobb folyója, a Tisza. Ezt a vidéket hordalékkúpok, buckák, és mocsaras területek jellemzik. A Martfű nagy részén található termőföld humusztartalmának köszönhetően igen jó minőségű számít. Ennek köszönhetően, hogy a városban jelentős a mezőgazdasági területek száma. (Tóth Tibor – Antal Árpád – Dr. Botka János, 1980)

4. 2. Története

Martfűről, mint önálló településről csak az 1950-es évektől beszélhetünk. Azonban a város története hosszú időre nyúlik vissza, hiszen már a középkorban is fontos kereskedelmi út vezetett keresztül ezen a vidéken.

A honfoglaló magyarok valószínűleg 862-ben érkeztek erre a vidékre, amikor Árpád vezetésével a keleti frankok ellen támadtak, és megszállták a Tisza vidékét. A terület nagy szerepet játszott a török hódítás előrehaladásában is. A török csapatok 1552-ben elfoglalták a szolnoki várat, és egy év múlva szandzsákokat alakítottak. Később, 1658-ban a vidéket a tatár kán csapatai pusztították. A nagy erejű támadást követően a környék települései, részben vagy egészében elpusztultak, lakhatatlanná váltak. (Asztalos Árpádné – Balogh Edith – Denes Zoltán, 2010)

Martfű a XVIII. század elején a Rákócziak kezére került, majd a szabadságharcot követően Podmaniczky János lett a terület tulajdonosa, aki különböző kedvezményekkel próbált jobbágyságot betelepíteni a földekre. (Tóth Tibor – Antal Árpád – Dr. Botka János, 1980)

A település életében és fejlődésében fontos szerepet töltöttek be a 18 század végén és a 19 század elején a városban élő földbirtokosok. A legnagyobb földesurak közé tartozott a Kövér kereskedő családból származó Kövér János és Kövér Miklós, akik a legtöbbet tették a

kulturális téren elért eredményeikkel Martfű felvirágoztatásában. (Asztalos Árpádné – Balogh Edith – Denes Zoltán, 2010)

A II. világháború alatt Martfű nem szenvedett súlyos károkat. Azonban a szocializmus már nagyobb hatással volt a város életére. Az új gyárak és üzemek megépülésével az 1990-es évekre Martfű az egyik leggazdagabb településévé vált a környéken és országosan is. Ennek is köszönheti, hogy infrastruktúrája a mai napig kiemelkedik a környező települések sorából. (Asztalos Árpádné – Balogh Edith – Denes Zoltán, 2010)

Három gyárat szeretnék kiemelni, amely Martfű gazdasági és kulturális életét is nagyban befolyásolta, és befolyásolja a mai napig is.

Martfű gazdasága már az 1940-es években virágzásnak indult, amikor a **Tisza Cipőgyár** elődje, a CIKTA Rt. megalakult Jan Antonín Bata, cseh vállalkozónak köszönhetően. A tulajdonosnak a sikeres gazdaság eredmények megvalósulása után további nagyszabású terveket tűzött ki célul a városban. A vállalkozó hajókikötőt, repülőgép leszállópályát, Martfűt és Tiszaöldvárt összekötő villamos vonalat, valamint templom és egy szálloda építését tűzte ki célul. Azonban e tervek megvalósítására már nem kerülhetett sor a II. világháború kitörésével. (Asztalos Árpádné – Balogh Edith – Denes Zoltán, 2010)

Habár ezek a tervek nem tudtak megvalósulni, a Bata-cég nagyban hozzájárult a város társadalmi, kulturális és közösségi életének a fellendítéséhez. Megalakult egy munkás sportegyesület és épült egy városi közösségi ház, ahol helyet kapott a mai napig látogatható martfűi könyvtár. A gyár munkatársai és családjaik, valamint a város nyugdíjasai számára lehetővé vált az üdülés a cég balatonfüredi üdulójében, és lehetőség nyílt eljutni külföldre is a cég szakszervezetének segítségével. (Hegedűs Kálmán, 1974)

Később a gyár állami kézbe került, és Tisza Cipőgyár Nemzeti Vállalatként működött tovább rohamos fejlődéssel. A rendszerváltás után a gyár részvénytársaságként üzemelt tovább, amelynek sok gazdasági problémával kellett megküzdenie. Emiatt folyamatosan tulajdonosi szerkezet váltás történt. Végül 2009-ben felszámolás alá került a Tisza Cipőgyártó Kft, amely cipőgyártás megszűnését is jelentette. Ma a gyárnak az ipartelepén több, kisebb társaság működik, ahova mintegy 1200 munkavállaló jár naponta dolgozni. (Asztalos Árpádné – Balogh Edith – Denes Zoltán, 2010)

Másik két jelentős gyár, amely a város életének a szerves részét alkotja, a BUNGE Zrt tulajdonában lévő **Növényolajgyár**, valamint Heineken Hungária Sörgyárak Zrt. kezében lévő **Sörgyár**. Szerepük nemcsak azért fontos, mert a város gazdasági színvonalát nagyban emelik, és munkahelyet teremtenek, hanem azért is, mert megpróbálnak Martfű kulturális és sportéletéhez is folyamatosan hozzájárulni. (Asztalos Árpádné – Balogh Edith – Denes Zoltán, 2010)

4. 3 Gazdasága

Martfűnek leginkább az élelmiszeripar és könnyűipar területén van jelentős szerepe, nemcsak a régióban, hanem országos szinten is. Ennek köszönhetően foglalkoztatási mutatói is kedvezőbbek a térség (Lásd: Mellékletek 6. számú melléklet) más településeihez képest.

A Martfű Integrált Városfejlesztési Stratégia (2012) található táblázatokból az látszik, hogy 2009-ben a foglalkoztatottak száma 2980, és a munkanélkülieké pedig 421 fő. Azonban egyre jelentősebb a munkanélküliség. Ez a negatív folyamat 2008-tól kezdve, a gazdasági válság idején figyelhető meg. (Lásd: Mellékletek: 7. számú melléklet)

Martfűn a regisztrált vállalkozások közül a legtöbb (65, 97%) szolgáltatással foglalkozik. (Lásd: Mellékletek: 8. számú melléklet) A turizmus területén a szolgáltatók közül a Termál Spa nyújt munkalehetőséget leginkább a város lakosságának. Jelenleg a létesítmény 76 főt foglalkoztat, amelynek jelentős része martfűi. (Lásd: Mellékletek: 4. számú melléklet)

4. 4. Társadalma

Martfűn egy négyzetkilométerre jutó lakosainak a száma 283 fő (KSH: 2011.Évi Népszámlálás, 2013) amely Szolnok után a legmagasabb érték a térségben. A férfiak a nők aránya közel azonos. Az elvándorlók száma 1997-től folyamatosan növekszik a városban. Jellemzően inkább a fiatalok költöznek el nagyobb városokba tanulmányaik vagy a munkavállalás céljából. A kor szerinti megoszlást tekintve a lakosság több mint fele, 68%-a 14 és 59 év kor közötti. A legkevesebben pedig a 14 év alattiak vannak. Ebből arra következtethetünk, hogy a város társadalom az elöregedés jellemző. Ez a folyamat hosszú távon problémákat vethet fel. (Martfű Város Integrált Városfejlesztési Stratégia, 2012)

5. Martfű turizmusa

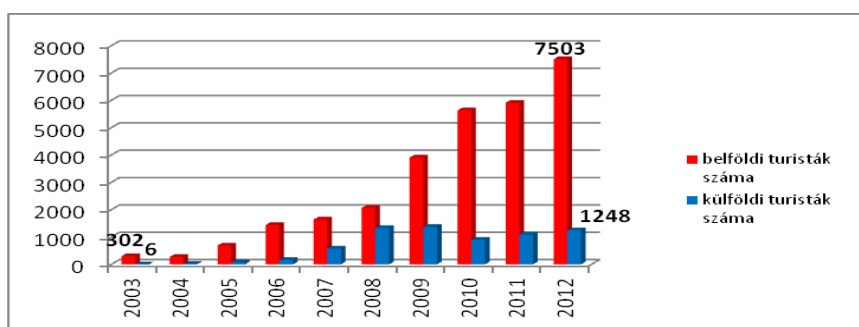
A város általános bemutatása után, Martfűt, mint turisztikai desztinációt fogom szemléltetni. Ehhez a korábban már ismertetett turizmus rendszer elméletét alkalmaztam, keresleti és kínálati oldalról megvizsgálva a települést.

5. 1. Kereslet

Először városba érkező turisták számának alakulását vizsgáltam meg az elmúlt 10 év adatait figyelembe véve. A vizsgálatban a Termál Spa-tól kapott vendégadatok, és a Martú Integrált Városfejlesztési Stratégia (2012) nevű dokumentum nyújtott segítséget.

Az adatokból nyert ábra a vendégek számában való változást mutatja a 2003 és 2012-es időszakban Martfűn. Az adatokból egyértelműen kitűnik, hogy a városba érkező turisták száma jelentősen növekedett az elmúlt években. Az első nagyobb növekedés 2006-ban történt, amikor a belföldi és külföldi turisták száma egyaránt majdnem a kétszeresére nőtt. Ez valószínűleg annak is köszönhető, hogy elkezdődött 2005-ben a Termál Spa fürdőkomplexum építése, amely már szállás tudott nyújtani a városba érkezőknek. Majd a következő években a további beruházásokkal arányosan a vendégek száma is folyamatosan emelkedett. A belföldi vendégek száma 9 év alatt közel 25-szeresére, még a külföldiekké 208-szorosára nőtt a városban. A külföldiek és belföldi turisták arányait tekintve az utóbbi néhány évben nagyobb változás nem tapasztalható. A vendégnek mindösszesen 14 %-a külföldi, amely nem jelentős.

2. ábra: Vendégek számának változása Martfűn 2003 és 2012 között

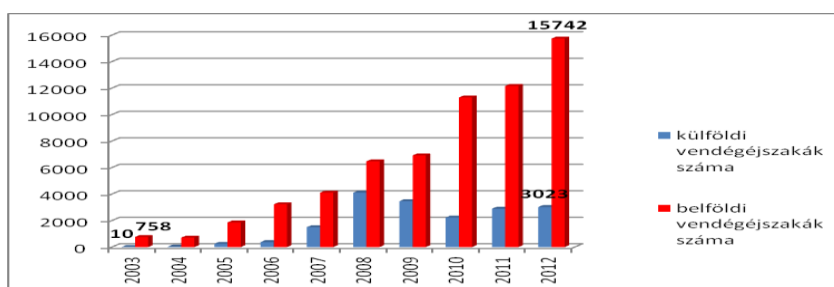


Forrás: Saját készítés²

Nemcsak a vendégek, hanem a vendégéjszakák számában is növekedés történt az elmúlt évtizedben, ahogy a következő ábra is mutatja.

² 1.) Martfű Integrált Városfejlesztési Stratégia:2012: 5. ábra: Vendégek számának alakulása Martfű településen, 2003- 2009; 2.) Forrás: Adatok a Termál Spa szálláshelyeiről a KSH-ra Jakab Ildikótól (Lásd: 9. számú melléklet)

3. ábra: Vendégéjszakák számának alakulása Martfűn 2003 és 2012 között



Forrás: Saját készítés³

A legtöbb turista az itt tartózkodása alatt gyógy-és wellness szolgáltatások, valamint üzleti tárgyalások és megbeszélések céljából tölt el éjszakát a városban. A vendégek környező településekről, és Budapestről jönnek legtöbbször. A külföldiek jellemzően kelet-európaiak. Kiemelkedő szezon július és augusztus, de egész évben viszonylag arányosan érkeznek a turisták. (Lásd: Mellékletek 4. számú melléklet)

A szezonális bizonyításra megvizsgáltam a vendégéjszakák alakulását 2012-ben a Termál Spa. szálláshelyein. Mintának a téli időszak hónapjai közül februárt, a nyári időszakból pedig augusztust vettem. A vendégek száma augusztusban 916 fő volt, és mindösszesen 189 fővel kevesebbet, 727 vendéget szállásolt el a Termál Spa a téli hónapban. A táblázatban látszik, hogy a kempingben és a kastélyban kevésbé jelentős a vendégek száma télen. Azonban a hotelban szinte teljesen ugyanannyian érkeznek februárban, mint augusztus hónapban. Ennek az oka, hogy az egészségturizmusban gyakorlatilag alig érvényesül a szezonális. Az egészségturizmus pedig kiemelkedő terméke Martfűnek. A szálloda területén található fürdőnek a nagy része fedett, a gyógy-és wellness szolgáltatások és a szabadban lévő gyógymedencék egész évben igénybe vehetők.

2. táblázat: A vendégek száma (2012. február és augusztus)

2012	Február	Augusztus
Kemping	71	213
Kastély	12	71
Hotel	644	652
	727	936

Forrás: Saját készítés⁴

³ 1.)Martfű Integrált Városfejlesztési Stratégia:2012: 6. ábra: Vendégek számának alakulása Martfű településen, 2003- 2009; 2.) Forrás: Termál Spa vendég adatok (Lásd: Mellékletek: 9. számú melléklet)

⁴ Termál Spa vendég adatok (Lásd: Mellékletek: 9. számú melléklet)

5. 2. Kínálat

Ebben a részben Martfű kínálati elemeit fogom prezentálni. A kínálat alapja a turisztikai termék, amely tágabb értelemben megegyezik a kínálat szolgáltatásaival. Valójában egy desztináció önmagában is turisztikai terméként értelmezhető. (Puckó László – Rátz Tamara, 2000)

5. 2.1. Attrakció

Martfű legfőbb turisztikai értéke elsősorban a természeti adottságaiból adódik. Nemcsak hazánk egyik legjelentősebb folyója, a Tisza, hanem a mélyből feltörő termálvíz is aktív kikapcsolódást tud ígérni az ide érkezőknek. E két turisztikai vonzerő mellett további természeti és kulturális értékek és programok is találhatók a városban, amelyek vonzóvá tehetik Martfűt a turisták szemében.

5. 2. 1. 1. Természeti értékek

1. Tisza és a környezete

A szőke folyó remek lehetőséget kínál az aktív időtöltés, a természet, a vízi sportok kedvelőinek vagy éppen a szenvedélyes horgászok számára. A település a Hortobágyi Nemzeti Park területéhez tartozik. A Tisza és környezete a Közép-Tisza Tájvédelmi Körzet része, amely védett területnek számít. (Hortobágyi Nemzetipark Igazgatóság: <http://www.hnp.hu/78-8318.php>) Ezenkívül a Natura2000 program különleges madárvédelmi-és természetmegőrzési területeknek a részét is képezi a folyó és környezete. (Lásd: Mellékletek: 9. és 10. számú melléklet)

A folyó környezetében található növényzet és állatvilág igen változatos. Az árterek növényzetét fűz-és nyárligeterdők, ártéri rétek és legelők alkotják. Védelme alatt áll a tájon megtalálható nyári tőzike, a Tisza-part margitvirág, a pompás virágbogár, az aranyos bábrabló, a kis szarvasbogár, az orrszarvú bogár, a diófa-cincér, a rezes futrinka és a tiszavirág. A halak számára is változatos élőhely a Tisza. A ponty, kárász, keszeg éppúgy megtalálható itt, mint a csuka, a sügér, vagy a kecsge. (Asztalos Áprádné - Balogh Edith-Dénes Zoltán, 2010)

A növény-és állatvilág mellett a folyó mellett található ún. kunhalmok is védelem alatt állnak. A kunhalom a víz mellett kialakult magaslat, amely évszázadokon keresztül kapta mai formáját. Martfűn négy ilyen képződmény látható: Papp László halma, Vágott halom, Zsófia halom, Gyuris-halom, Kalapos-halom. (Martfű Város Integrált Városfejlesztési Stratégia, 2012)

2. Tiszavirágzás

A kérészek násztánca egy különleges természeti jelenség. Az egyedülálló virágzást évente csak egyszer, június második felében lehet megcsodálni, amely az esti órákban a leglátványosabb. Ez a jelenség Európában már csak nagyon kevés helyen, a Tisza-tónál, valamint a Tiszán és mellékfolyóin tapasztalható. A Tisza martfői szakaszán lehetőség van végig élvezni a közel egy hétig tartó páratlan eseményt. (Martfű város hivatalos honlapja: <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=197845>)

3. Gesztenyesor

A városban mindenki által ismert Gesztenyesornak nevezett utat hatalmas gesztenyefák kísérik végig, amelyek minden évszakban egyedülálló látvány nyújtanak. A fák 2012 óta természeti érdekvédelem alá is kerültek. (MARTFŰ, Közéleti magazin, 2012)

4. Termálvíz

A város egyik jelentős természeti kincse a termálvíz. A 62 Celsius fokos nátriumhidrogén-karbonátos, kloridos és jódos hévíznek jelentős gyógyhatása van. (Martfű Termál Spa: <http://www.martfusp.hu/?turizmus=gyogyfurdo>) A termálvíz gyógyvízként nyilvántartott, amely 2003 januárjában kapta meg a minősítést az Országos Gyógyhelyi és Gyógyfürdőügyi Főigazgatóság által. (Lásd: Mellékletek: 12. számú melléklet)

5.2.1.2.Kulturális értékek

1. Szent István tér

Ez a zöld terület a városházával, a református és katolikus templommal a központja a városnak. A parkban kapott helyett több művészeti alkotás, melyek közül a legtöbb Gyurcsék Ferenc Munkácsy-díjas szobrászművész alkotott. Ilyen például a névadó Szent István-szobor, az államalapítás évfordulójára alkotott Időkapu vagy a Dózsa György-szobor.

2.Városi Művelődési Központ és Könyvtár

A létesítményre a város kulturális és társadalmi életének központjaként tekintenek. Számos művészeti csoport, klub és civil közösség, mint például népdalkör, foltvarrós szakkör, vagy gyermek könyvklub működik a művelődési központban. Az épületben kiállító termek és egy galéria is található, amelyek folyamatosan helyet adnak különböző művészek munkáinak és kulturális rendezvényeknek.

3.Helytörténeti gyűjtemény

A kiállítást 1974-ben (Martfű város honlapja: <http://www.martfu.hu/?module=news&fname=turizmus-latnivalok>) alapították a Martfű Városi Művelődési Központ és Könyvtárban. A gyűjtemény a város fejlődését mutatja be a Cikta Cipőgyár építésétől kezdve napjainkig szakmai anyagok, régészeti, néprajzi és településtörténeti tárgyak segítségével.

4. Bata-lakótelep és emlékszobor

A Bata-lakótelep története Jan Antonín Bata cseh vállalkozó, az 1940-ben elkészült Cikta Cipőgyár alapítójának nevéhez fűződik. A gyár mellé felépítettek a dolgozók számára egy lakótelepet. Huszonegy, egy emeltes modern téглаépületből állt, ami hetven családnak adott otthont. A rendszerváltást követően önkormányzati kézbe, majd később magánkézbe kerültek az épületek. 1999-től pedig az Európai Örökség részét képezik a Bata-lakótelep történelmi épületei. (Asztalos Árpádné – Balogh Edith - Dénes Zoltán, 2010)

A városban élők fontosnak tartják a történelem ápolását és azon személyeknek az emlékének tiszteletét, akik fontos szerepet játszottak a város életében. Ezért állították fel a gyáralapító, Jan Antonín Bata bronzszobrát a Bata téren.

5.2.1.3. Programok, rendezvények

1. Borestek

A 2012-ben elindult Bor és Jazz néven egy összejövétel, amely minden hónapban várja az érdeklődőket a Városi Művelődési Központ és Könyvtárban. Az estek során nemcsak a borok és az élőzene, hanem a kultúra, a helyi értékek és a népművészetek bemutatása is helyet kap a programok között. Minden esten az úgynevezett „Kézműves sarokban” (Martfű város honlapja: (videó) <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=193609>) a vendégek megtekinthetik egy helyi vagy környékbéli lakos remekműveit. (Martfű város honlapja: <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=193609>)

2. ÖrökZöld Tisza Fesztivál

A Martfű Termál Spa szervezésében minden év augusztusában hagyományt teremtve megrendezésére került az ÖrökZöld Tisza nevű fesztivál a céghez tartozó kempingben. Olyan színes programok szerepeltek az egy hetes rendezvénysorozat repertoárjában, mint a fogathajtó verseny, horgászverseny, különböző gyermek-és sportversenyek, valamint esténként zenészek és táncosok koncertjei. Ezen programok mindegyike ingyenesen látogatható volt.

A fesztivált először 2010-ben rendezték meg. Az első három évben a Termál Spa rendezvénysorozat a Martfői Önkormányzat anyagi támogatásával valósulhatott meg. 2010-ben 3.000.000 Ft-tal (MARTFŰ VÁROS ÖNKORMÁNYZATA KÉPVISELŐ-TESTÜLETÉNEK 10/2010. (IX.24.) R E N D E L E T E a 2010. évi pénzügyi terv módosításáról, 2010) 2011-ben 500.000 Ft-tal (MARTFŰ VÁROS ÖNKORMÁNYZATA KÉPVISELŐ-TESTÜLETÉNEK...../2011. (IX....) R E N D E L E T E a 2011. évi pénzügyi terv módosításáról), tavaly pedig 1.000.000 Ft-tal (Jegyzőkönyv, Martfű, 2012) segítette az önkormányzat a fesztivál megvalósulását. A nyári szabadtéri programsorozat sikerességét bizonyította a 2011-ben elnyert Magyar Fesztiválszövetség Minősített fesztivál cím. Azonban sajnos 2013-ban már nem tudott megvalósulni a lassan hagyományt teremtő kulturális esemény felmerülő pénzhiány miatt.

Egyéb

A városban a két említett programon kívül számos más rendezvényt, kulturális eseményt is szerveznek. Minden jeles esemény, nemzeti ünnep alkalmából megemlékezéseket és különböző közösségi programokat tartanak. Ilyen például minden decemberben megrendezett Mindenki Karácsonya nevű ünnepség, vagy a munka ünnepén tartott Majális. Azonban ezek a rendezvények inkább csak helyi jelentőségűek, amely a martfői lakosok számára szól.

5.2.2. Közlekedés

A turista számos módon eljuthat a kiválasztott fogadóterületre. Közlekedhet közúton, vasúton, légi úton, illetve tengeri vagy folyami hajózással. (HUTIRAY JUDIT, 2006) A turista számára fontos, hogy a fogadóterületen a közutak és a tömegközlekedési eszközök fejlettek és biztonságosak legyenek, a célpontot könnyen és kényelmesen meg lehessen közelíteni.

5.2.2.1. Közúti közlekedés

A Martfűn található közutak mindegyike szilárd burkolatú. A város megközelíthetősége gépkocsival jónak mondható. A várostól mindössze 20 km-re helyezkedik el a 4-es számú főközlekedési útvonal, amely a fővárost köti össze az ukrán határral. A városon keresztül közvetlenül a Szolnok-Kunszentmártont összekötő 442-es számú közlekedési útvonal halad át. A környező települések közötti pedig összekötést a gépkocsin kívül helyi autóbuszjáratok teszik lehetővé. (Martfű Város Integrált Városfejlesztési Stratégia, 2012)

Az Európai Unió támogatásával és az Európai Regionális Fejlesztési Alap társfinanszírozásával 2011-re kiépült egy kerékpárosút Martfű, Rákóczipfalva és Rákócziújfalu között. (Magyar Mária, <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=181175>)

Ennek a beruházásnak köszönhetően biztonságosan el lehet jutni biciklivel egészen Szolnokig. A projekt nemcsak Martfű lakossága és a környező településről érkező gyárak dolgozói miatt, hanem turisztikai szempontból is fontos fejlesztés volt, megteremtve a kerékpáros turizmus alapjait.

5.2.2.2. Vasúti közlekedés

A vasúti forgalom kevésbé jelentős, de a helyiek rendszeresen használják a Martfűt átszelő Szolnok-Szentes vasútvonalat. Ezen kívül a napi összeköttetés van a fővárossal. Az utóbbi kedvező lehet, főleg a belföldi turisták szempontjából. Viszonylag olcsón és gyorsan (két óra) eljuthatnak a látogatók a városba a vonat által. Azonban saját tapasztalatból is elmondhatom, hogy ezek a vonatok nem túl korszerűek és tiszták. Ha egy turista a vonatot választja közlekedési eszközként a városba érkezéséhez, akkor az első benyomását és a városról alkotott képét is meglehetősen negatívan befolyásolhatja ez a tényező.

5.2.2.3. Vízi és légi közlekedés

Martfűn hajókikötő nem üzemel. Egy csónakkikötő áll rendelkezésre jelenleg. Azonban tervezik egy sporthajó kikötő létesítését a következő években.

5.2.3. Egyéb infrastruktúra

A turizmus területén megkülönböztetünk infra- és szuprastruktúra elemeket. Szűkebb értelemben az út-, víz-, elektromos, távközlési és csatornahálózatról beszélhetünk. A szuprastruktúra esetében pedig a felsorolt elemek mellett a szállás, étkezés, kereskedelem és egyéb szolgáltatásokat is hangsúlyt kapnak. (Michalkó Gábor, 1992)

Martfű infrastruktúrája korszerűnek és viszonylag magas színvonalúnak mondható. Az ivóvíz- és szennyvízcsatorna hálózat, a közvilágítás, a kábeltelevíziós és a hírközlési rendszer is száz százalékban kiépült a városban. A megfelelő oktatás és egészségügyi ellátáshoz szükséges feltételek adottak. (Martfű Városi Integrált Városfejlesztési Stratégia, 2012)

A városvezetés fontosnak tartja a fenntartható fejlődést, és ennek a megvalósulása érdekében csatlakozott egy európai mozgalomhoz, a Polgármesterek Szövetségéhez, amely elkötelezettséget vállal a megújuló energiaforrások használatára. Ennek kapcsán készült egy akcióterv 2011-ben, a Martfű Fenntartható Energetikai Akcióterve, amelynek hosszú távú célja a geotermikus energia hasznosítása, bioerőmű létesítése, taniskola létrehozása és a környezetbarát építészet támogatása. (ENEREA, 2011)

5.2.4. Turisztikai szolgáltatások

5.2.4.1. Szállás

Martfűn magán szálláshely szolgáltatás nem működik. Összesen három kereskedelmi szálláshely közül választhatnak a városban éjszakázni kívánók, amelynek mindegyike a Toma-Bau Zrt. tulajdonát képezi.

A 13 hektáros terület 2002-ben került a Toma-Bau Zrt. tulajdonába. A terület megvásárlása után egy éven belül megkezdődtek a fejlesztések, vissza nem térítendő fejlesztési támogatás elnyerésével. A gyógykemping 2005-ben, a Termálhotel 2007 júniusában, végül az uszoda és a gyógyfürdő átadására 2009 nyarán került sor.⁵

Tulajdonképpen a Termál Spa kiépülésének köszönhetően valósult meg a szálláshely szolgáltatás Martfűn, amely a turisztikai szolgáltatások egyik alapfeltétele egy fogadóterületen. 2003-ban mindösszesen 19 férőhellyel rendelkezett a város a turisták számára. Azonban 2007-re ez a szám közel 37-szeresére nőtt a hotel megnyitásával, és 2009 óta már 586 férőhely áll a vendégek rendelkezésére. (Martfű Városi Integrált Városfejlesztési Stratégia, 2012)

Jelenleg a Martfű Termál Spa turisztikai központ a következő elemekből áll össze:

- Martfű Gyógykemping****
- Termálhotel Martfű éttermével és konferenciatermével***
- Kastélyszálló-Panzió Martfű**
- Martfű Gyógyfürdő és Uszoda (Lásd: Mellékletek: 4. számú melléklet)

1. Martfű Gyógykemping

Ez a típusú speciáliskemping ma még ritkaság hazánkban. 2009-es adatok szerint összesen négy olyan kemping van Magyarországon, amely a gyógykemping elnevezéssel működik. (Petykó Csilla, 2010) A kempingben nem lehet gyógyszolgáltatásokat igénybe venni, de kedvezményesen vehetik meg a vendégek a belépőt a Termál Spa fürdőjének területére. A 12 apartmannel és bungalóval rendelkező terület 400 fő elhelyezésére alkalmas. (Lásd: Mellékletek: 9. számú melléklet)

2. Termálhotel Martfű

2011-ben Magyar Szállodaszövetség a *** kategóriába sorolta a 44 szobával rendelkező hotelt, amelyek közül négy akadálymentesített. A szobában található televízió, telefon, Wifi,

⁵ Interjú: Jakab Ildikóval (Lásd: Mellékletek: 4. számú melléklet))

káddal felszerelt fürdőszoba, hajszárító, minibár, széf és klíma. A szállodában két konferencia terem van, amelyek összesen 270 fő befogadására képesek. Ezenkívül a 100 főt befogadó étteremben is lehetőség van különböző rendezvények lebonyolítására igény szerint. (Martfű Termál Spa hivatalos honlapja: http://www.martfusp.hu/index.php?turizmus=term_szob)

A szálloda konferencia termeinek köszönhetően lehetőség nyílt az egészségturizmus mellett üzleti turizmus élénkítésére is a város területén. Hiszen az utóbbi években egyre inkább megfigyelhető az a trend, amely összeköti a wellness és az üzleti-és konferenciaturizmust.

3. Kastélyszálló-Panzió

A kastélyszálló egy 19. században épült kúria, amely a Rákócziak, a Podmaniczky család és a Martfűi Tisza Cipőgyár tulajdonát is képezte az évek során. 2001-ben került a Toma-Bau Zrt. kezébe. Jelenleg a panzió 14 férőhellyel rendelkezik.

(Martfű Termál Spa, <http://www.martfusp.hu/index.php?turizmus=kastely>)

4. Martfű Gyógyfürdő és Uszoda

Az egész turisztikai központ a város legnagyobb kincsére, a gyógyhatású termálvízre épül. A gyógyvíz minősítési díjat is elnyerő termálvíz kiválóan alkalmas a következőkben felsorolt panaszok ellen:

- mozgásszervi betegségek, ízületi gyulladások
- a csontrendszer, a gerincoszlop betegségei
- ínhüvelygyulladás, idült izomfájdalmak
- bőrbetegségek: pikkelysömör, ekcéma,
- utókezeléseknél: műtétek, sérülések, betegségek után
- szív- és érrendszeri megbetegedések
- érszűkület, nőgyógyászati problémák
- idegrendszeri betegségek kezelése

(Martfű Gyógyfürdő: <http://www.martfusp.hu/index.php?turizmus=gyogyfurdo>)

Wellness és gyógyszolgáltatások:

Összesen 8 medence van a fürdő területén, amelyek közül 5 darab fedett: 2 gyermekmedence, 2 gyógyvizes medence, és egy 30 méteres úszómedence. A szabadban 2 gyógyvizes és egy gyermek medence található. (Martfű Gyógyfürdő: <http://www.martfusp.hu/index.php?turizmus=gyogyfurdo>) A későbbi fejlesztések során újabb két medence kialakítását tervezik, ezek azonban már kültéri fürdőzési lehetőséget fognak biztosítani. (Lásd: Mellékletek: 4. számú melléklet)

A fürdő látogatóit olyan szolgáltatások várják, mint a bio- vagy finnszauna, jakuzzi, gőzkabin, sóbarlang, jégkamra, Kneipp taposó medence, szolárium, valamint különböző relaxáló, frissítő-, zsírégető és csokoládé masszázsek. Az érdeklődők számára minden héten lehetőség van babaúszáson vagy aquafitness órán részt venni. A legkedveltebb program pedig a minden hónap első hétvégéjén tartandó éjszakai fürdőzés, ahol a résztvevők szauna szeánszok mellett filmvetítésen is részt vehetnek. (Martfű Gyógyfürdő: <http://www.martfuspa.hu/index.php?turizmus=gyogyfurdo>)

Sportolási lehetőség:

Számtalan lehetőség áll a vendégek rendelkezésére: bowling pálya, csónakázó tó, strandröplabda pálya, kerékpárkölcsonzés és billiárd. (Martfű Gyógyfürdő: <http://www.martfuspa.hu/index.php?turizmus=gyogyfurdo>)

5.2.4.2. Étkezés és szórakozás

A vendéglátóegységek száma elenyésző a városban. Az éttermek között a Fehér Kakas Vendéglő, a Kaiser Étterem, és a már említett Termál Spa területén található Termál Étterem leginkább látogatott. Ezenkívül néhány vendéglátóegység, egy kis cukrászda, egy hangulatos kávézó és néhány kisebb helyi kocsmá várja a Martfűre látogatókat.

5.2.4.3. Tájékoztatás

A turisták tájékoztatása alapvető feladata minden ország, térség és fogadóterület számára is. Magyarországon a Magyar Turizmus Zrt. látja el ezt a feladatot. Megyei és helyi szinten a Tourinform –hálózat felelőssége a turisták informálása, valamint helyi szinten gyakran az önkormányzatok látják el ezt a feladatot. (Lengyel Márton, 2004)

Martfűn a turisták tájékoztatási rendszere fejletlen. Nincsen Tourinform Iroda, vagy önkormányzat által működtetett szervezet erre a célra. A legközelebbi Tourinform Iroda Szolnokon található. Ebből következően a turisták számára információgyűjtésre az Interneten keresztül, a város honlapján van lehetőség, vagy a Termál Spa személyzet, esetleg a lakosság közvetlen megkérdezése által.

5.2.5. Higiénia és közbiztonság

A kínálat elemei közül a higiénia és a közbiztonság alapvető igény. Egy desztináció ezek megléte nélkül nem képes a turisták megfelelő fogadására. A higiénia feltételek megteremtését és a feladatait az önkormányzat látja el, de ugyanúgy a lakosság felelőssége is tisztaság fenntartása. A város területén rendszeresen tisztítják gépekkel az utakat, valamint a közmunka program keretén belül a közmunkások is segítenek a város rendben tartásában.

Rendszeresen szerveznek lomtalanításokat, amelynek köszönhetően az illegális szemétkerakás csökkent a városban, főleg a Tisza part területén.

Hosszú éveken keresztül problémát jelentett a város szélén található kommunális hulladéklerakó-telep állapota, amelyet helytelenül üzemeltettek, és guberálók jelentek meg elhordva a szemetet. (Bekker Istvánné,1996) Azonban mára ez a probléma megoldódott. A szemétkerakót megszüntették, és jelenleg a terület eredeti állapotának visszaállításán dolgoznak.

A városban néhány helyen találhatóak ivókutak, de nincsen nyilvános helység és kézműs, amelyet a turisták itt tartózkodásuk alatt lehet, hogy igényelnének.

A közbiztonságért a város fokozott figyelmet fordít. A bűncselekmények közül legnagyobb részben a vagyon elleni bűncselekmények történnek Martfűn. Azonban a probléma visszaszorítására térfigyelő kamerák elhelyezését tervezik több ponton a városban. A rendőrség mellett a Martfűi Polgárőr Egyesület is éjjel-nappal rendelkezésére áll a polgárok számára. Ezenkívül a parkok védelmére, rendezettségének fenntartására érdekében parkőrök felállítása is a jövőbeni tervek között szerepel.

(Herbály Jánosné: <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=185752>)

5.2.6. Vendégszeretet

A szolgáltatás alapja a személyes kapcsolat az alkalmazottak és a turisták között. (Lengyel Márton, 2004) Azonban ez ugyanúgy igaz a fogadóterület lakóinak és a turista közötti kapcsolatra is. Úgy gondolom, hogy ez a kínálati elem teljes mértékben jelen van a városban. Az emberek kedvesek, barátságosak, és segítőkészek.

Kíváncsi voltam arra, hogyan vélekednek a turisták a szálláshely személyzetéről. Ehhez megnéztem a Martfű Termál Spa honlapján található vendégek könyvét. (Martfű Termál Spa: Vendégek könyv: http://www.martfuspa.hu/index.php?turizmus=vendeg_konyv&lapoz=1#start) A vendégek nagy része elégedett volt a kiszolgálással, a személyzetet barátságosnak, figyelmesnek tartják. Egy-két esetben jegyezte meg néhány vendég, hogy a személyzet nem mosolyog vagy barátságatlan.

5. 2. 7. Árszínvonal

A vonzerő mellett a legfontosabb egy turista utazási döntésének a meghozatalában a célterület általános színvonala. Általánosságban, a városban az árszínvonal nem túl magas, mert nem egy kiemelkedő üdülőkörzetben helyezkedik el.

A szálláshely árszínvonalának megvizsgálására összehasonlítottam a Martfűn található Termál Hotel és egy három csillagos wellness szálloda árait Cserkeszőlőn. Azért választottam Cserkeszőlőt, mert a Cserkeszőlő Gyógyfürdő a martfűi versenytársának tekinthető. A két

szálloda színvonala és szolgáltatásai hasonlóak. Mind a két szállodával átjárhatóság van a gyógyfürdő területeire. A táblázatban jól látható, hogy a martfői szállodában a két ágyas szoba félpanzióval jelentősen drágább, mint a cserkeszőlői szálláshelyen.

3. táblázat: A Martfű Termál Spa és az Aqua-Lux* Wellness Hotel árszínvonalának összehasonlítása**

	Matfű Termál Spa***	Aqua-Lux*** Wellness Hotel
2 ágyas szoba 2 fő részére félpanzióval	28 500 Ft	19200 Ft

Forrás: Saját készítés⁶

5. 2. 8. Turisztikai szervezetek

Ebben a részben a térség turizmusát irányító szervezeti rendszert mutatom be. Úgy gondolom, ahhoz, hogy tisztán lássuk a Martfűn folyó turisztikai tevékenységet, meg kell ismernünk a város turizmusát befolyásoló és/vagy irányító szervezeteket, és nemcsak helyi, hanem regionális szinten is.

5. 2. 8. 1. Regionális szint

1. Észak-alföldi Regionális Idegenforgalmi Bizottság

Egy regionális idegenforgalmi koordinációs szervezet, amely felügyeletét az ipari, kereskedelmi és idegenforgalmi miniszter látja el. A feladata a nemzeti turizmuspolitikával összhangban a régió turizmuspolitikájának, fejlesztési koncepciójának kidolgozása. Az Észak-alföldi RIB központja a bizottságnak Szolnokon van (28/1998. (V. 13.) IKIM rendelet a Regionális Idegenforgalmi Bizottságok, valamint a Regionális Idegenforgalmi Bizottságok munkaszervezeteinek feladatairól, net.jogtar.hu alapján)

2. Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóság

Az ország 9 turisztikai régiójának mindegyikében működik egy ún. Regionális Marketing Igazgatóság a Magyar Turizmus Zrt. által. Ezek az igazgatóságoknak, ahogy az Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóságnak is, elsősorban a feladata az adott régió ismertségének növelése. Ennek érdekében marketing tevékenységgel, a térség turisztikai termékeinek kialakításával és fejlesztésével foglalkozik a helyi turisztikai szolgáltatókkal együttműködve.

(Magyar Turizmus Zrt: <http://neta.itthon.hu/szakmai-oldalak/turizmus-szervezeti/magyar-turizmus-zrt-071016-1>)

⁶MARTFŰ TERMÁL SPA: Termálhotel - Árak: http://www.martfuspa.hu/index.php?turizmus=term_arak 2013.11.01.; AQUA-LUX*** WELLNESS HOTEL honlapja: Akciók/áraink <http://www.aqua-lux.hu/index.php?lap=akciok> (Letöltés: 2013.10.01.)

3. Regionális civil szervezetek

A Toma-Bau Zrt. négy egyesületnek, az egész Észak-Alföldet összefogó „Észak-Alföldi Termálklaszter Egyesületnek, a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Termál Klaszternek, a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Termál- és Gyógyturizmus Egyesületnek”(Lásd: Mellékletek: 4. számú melléklet) valamint szeptembertől a Magyar Fürdővárosok Szövetségének is a tagja. (Magyar Mária, <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=194576>) Ezeket a szervezetek azzal a céllal alapították, hogy összefogással segítsék a gyógy-és termálturizmus fejlesztését, a komplex turisztikai szolgáltatások előállítását, amelynek köszönhetően a megye turisztikai versenyképessége hosszútávon javulni képes.

A Termál Spa számára elsősorban azért érdemes a felsorolt civilszervezetekkel való együttműködés, mert lehetőséget biztosít közös marketing célú tevékenység folytatására. Ilyen lehetőség például szakmai kiállításokon, konferenciákon való részvétel, a szervezetek szakmai oldalán való megjelenés, vagy éppen közös kiadványok –és reklámanyagokban való megjelenés. A felsorolt tevékenységek nagyban hozzájárulnak ahhoz, hogy a martúi fürdő, és ezáltal a város is népszerűbbé, és országosan ismertté tudjon válni.

5.2.8.2. Megyei szint

1. Tiszainform Idegenforgalmi Szolgálat

A fő feladata Jász-Nagykun-Szolnok megye idegenforgalmi marketingtevékenységének végzése. A települések népszerűsítése érdekében a szervezet honlapján szálláslehetőségek, fürdők, múzeumok, programok sora várja az érdeklődőket. Az aktív időeltöltés érdekében pedig további programokat ajánlanak csomag formájában négy napra, amelyek egy-egy területen található látnivalókat gyűjtik össze. Martfű is szerepel a helyszínek között, mint gyógyvizéről híres város „Felfrissülés Martfűn és környékén” címen. (Jász-Nagykun-Szolnok megye turisztikai honlapja <http://www.tiszainform.com/index.php>)

2. Tourinform Irodák

A Tourinform irodák a Magyar Turizmus Zrt koordinálása alatt működő turisztikai információs irodák. Az országban összesen százhuszonhárom darab található, amelyből kilenc Jász-Nagykun-Szolnok megyében helyezkedik el. Martfűhöz a legközelebbi Szolnokon található. Fő feladatuk a külföldi és belföldi turisták tájékoztatása az ország, az adott régió, a térség vagy település turisztikai kínálatáról.

(TOURINFORM: http://www.balatonboglár.hu/dokumentumok/eloterjeszesek/2012-02-23/15_nevhasznalati_kezikonyv_2012.pdf)

3. TDM szervezetek

A turisztikai desztinációs menedzsment (TDM) a turizmus irányításának alapvető feladatait látja el, amelybe a tervezéstől kezdve a megvalósításig beletartozik a marketing tevékenységek végzése, szakmai képzések kezdeményezése és az adminisztráció is. A fő célja, hogy a turisták számára utazási élményt nyújtson, amely a fogadóterület számára gazdasági, társadalmi és környezeti előnyökkel jár. (Dr. Lengyel Márton, 2008)

Martfű két TDM szervezetnek a tagja, a Tiszazugi Turizmus Szövetségnek és az Alföld Szíve Turisztikai Egyesületnek. (Lásd: Mellékletek: 3. számú melléklet)

5.2.8.3. Helyi szint

1. Települési önkormányzat

Az önkormányzat az a szerv, amely közvetlenül hozzájárulhat a turizmus felvirágoztatásához egy városban. A város infrastruktúrájának folyamatos fejlesztésével, a kulturális és sportélet támogatásával fontos szerepet játszik a település vonzerejének növekedésében. Emellett feladata a turizmus tudatos fejlesztése, szoros együttműködés regionális és helyi turisztikai szervezetekkel, valamint a helyi vállalkozásokkal.

Martfű önkormányzata jelentős figyelmet fordít Martfű folyamatos fejlesztésre és a közösségi élet irányítására és támogatására. Az utóbbi években kezdték felismerni a turizmus fontosságát, szerepét a városban. Azonban a turizmus szervezeti irányítása még fejletlennek mondható. A város vezetésében nincs konkrét, főállású turisztikai szakember, aki a turizmus szereplőit összefogná, és annak az irányításáért felelősséget vállalna.

2012-ben készült egy stratégia a város önkormányzata által **Martfű Városi Integrált Fejlesztési Stratégia** néven, amely a következő tíz évre meghatározza a város fejlődésének irányát. A tervezetben a helyzetértékelést követően a kitűzendő célokat határozza meg, amely elsősorban a gazdaságfejlesztésre, a szociális és foglalkoztatási mutatók javítására terjed ki. A turizmus területe is megjelenik a stratégiában, de nem kap jelentős szerepet a kitűzött célok között. A stratégia bemutatja a turizmus fejlődését a városban és elemezi a turizmus keresleti és kínálati oldalát, kiemelten kezelve a Termál Spa fürdőkomplexumot. Azonban konkrét nagyszabású turisztikai fejlesztéseket nem fogalmaz meg. (Martfű Város Integrált Városfejlesztési Stratégia, 2012)

Egy másik felvetődött probléma a források kezelése. A turizmus közvetetten hozzájárul a város bevételeéhez, az idegenforgalmi adó (IFA) beszedésével. Ezt a helyi adót az

önkormányzatok beszédhetik minden 18. életévét betöltött magánszemély után, „aki nem állandó lakosként az önkormányzat illetékességi területén legalább egy vendégéjszakát eltölt.”

(Ügyintézési Kormányzati Portál:

https://ugyintezes.magyarorszag.hu/ugyek/410004/420007/Helyi_adok20091202.html?ugy=idegenforgado.html#topicissuel)

2010-től az idegenforgalmi adó mértéke 400Ft minden megkezdett vendégéjszaka után Martfűn. Az évek folyamán a következő adóbevételek születtek összesen az idegenforgalmi beszedésének köszönhetően:

- 2011-ben: 3 100 000 Ft
- 2012-ben: 5 555 000 Ft
- 2013-ban: várhatóan 6 000 000 Ft jön be idegenforgalmi adóból. ⁷

(Az adatok kerekítve vannak.)

Azonban az interjúbeszélgetés alatt megtudtam (Lásd: Mellékletek: 3. számú melléklet), hogy az IFA-ból befolyt összeget nem fordítják vissza a turizmus fejlesztésére közvetlenül, hanem az önkormányzat és a város működésére használják fel. Valójában ez országos szinten egy felmerülő probléma, mivel az önkormányzatok nincsenek szabályozva az IFA felhasználásával kapcsolatban. Pedig az ideális az lenne, ha nem is teljes mértékben, de egy bizonyos százalékot a turizmus fellendítésére, a turisztikai szervezetek és a szolgáltatók támogatására fordítanának az önkormányzatok, és ez törvényileg szabályozva lenne.

⁷ Interjú: S. Bodor Éva (Lásd: Mellékletek: 3. számú melléklet)

6. Primer kutatás, kérdőívek elemzése

6.1. A kutatás célja

A primer kutatásom során készítettem és kitölttettem egy kérdőívet a városba látogató turistákkal. A kérdőívek elkészítésének és elemzésének célja az volt, hogy egy átfogó képet kapjak a városba érkező turisták összetételéről, a városról alkotott képükről, az utazási szokásairól és céljaikról, konkrétan Martfűre történő utazásuk kapcsán. Emellett szerettem volna megtudni, hogy mely területek azok, amelyek megfelelnek a potenciális turisták igényeinek, és melyek szorulnak még fejlesztésre. Ebben a részben a Termál Spa szolgáltatásainak az értékelésére fektettem a legnagyobb hangsúlyt.

Egy turisztikai desztináció értékelésekor a fogadóterület lakosságának véleménye is legalább olyan fontos, hanem fontosabb, mint a célpontra érkező turistáké. Ezért készítettem egy lakossági kérdőívet is, amelynek segítségével a Martfűn élők szemszögéből is meg tudtam vizsgálni a várost, mint turisztikai célterületet.

6.2. Módszertan

A kérdőívek összeállításában a kutatás módszertan alapjai nyújtottak segítséget. (Dr. Majoros Péter, 2011) Mindkét kérdőív típusnál leíró, egyszeri keresztmetszeti kutatást végeztem. Háromféle kérdéstípust alkalmaztam. A kérdések nagy része zárt volt, amelyeknél a megkérdezetteknek az általam készített válaszlehetőségek közül kellett egyet választaniuk. Miután elkészült az összes kérdőív, azokat Excel táblázatban kódoltam, és ezután következett a statisztikai elemzés. Külön-külön elemeztem a két kérdőívet, majd a kapott eredmények alapján következtetéseket vontam le.

A **lakossági kérdőív** önkéntesen és név nélkül zajlott. Nemtől és kortól függetlenül bárki kitölthette, aki Martfűn él. A kérdőívek kitöltésére szeptemberben került sor. A mintavétel nagysága összesen 30 fő volt. A kérdőívek kitöltésére több helyszínen is sor került, ahol személyesen kértem a lakosságot a kérdőívem kitöltésére. A helyszínek a következők voltak: Damjanich János Szakképző Iskola és Gimnázium, József Attila Általános Iskola, Városi Művelődési Központ és Könyvtár, valamint a Lidl áruház parkolója. Azért próbáltam minél több helyszínen kérdőíveket kitölteni, hogy minden korosztályból és rétegből tudjak mintát kapni.

A **városba érkező turisták részére szóló kérdőívet** is bárki kitölthette nemtől és kortól függetlenül. A vizsgált időszak a nyári szezon alatt, július elejétől augusztus végéig történt. A

mintavétel nagysága 100 fő volt. A kérdőívek egy részét, pontosan 60 darabot, papír alapon leadtam a Termálhotel Martfű recepcióján. A vendégek kijelentkezéskor az alkalmazottak kérésére tölthették ki a kérdőívet önkéntes alapon és név nélkül. Ez azért volt hatékony megoldás, mert a komplexum többi vendége, a gyógykemping és a kastélyszálló vendégei számára is itt történik a kijelentkezés. Így az összes vendég legalább egyszer megfordul a szálloda recepciójánál. A kérdőíveknek a másik részét pedig a gyógyfürdő pénztárjánál töltöttem ki a fürdő szolgáltatásait igénybevevő turistákkal, a fürdő dolgozóinak a segítségével.

Az oka annak, hogy csak a Termál Spa területén töltöttem ki a kérdőíveket, mert Martfű területén kevés más olyan helyszín, és rendezvény van, ahol a turistákkal kapcsolatba lehet kerülni.

6.3. Lakossági kérdőívek elemzése

Először a megkérdezett martfűi lakosok demográfiai adatait fogom ismertetni röviden. Az összefoglaló táblázatokat a korcsoportos ábra kivételével a mellékletben lehet megtekinteni. A kérdőívet kitöltők legtöbbje már gyermekkor óta itt él, és nőtt fel. Csak néhányan voltak, akik az elmúlt néhány évben költöztek Martfűre. A mintában a nemek aránya közel azonos. A válaszadók 57 %-a nő, és 43 %-a férfi volt. A válaszadók életkorát tekintve legnagyobb arányban, 23,3 %-kal a 19 és 25 év közöttiek fiatalok voltak. Őket követte a 26 és 35, illetve 36 és 45 év közé korosztály hat-hat fővel.

4. táblázat: A megkérdezett martfűi lakosok kor és nem szerinti megoszlása

Korcsoport (év)	Férfi (fő)	Nő (fő)
0-18	2	1
19-25	3	4
26-35	2	4
36-45	4	1
46-60	1	5
60 év fölött	1	2
Összesen	13 (43%)	17 (57%)

Forrás: Saját kutatás

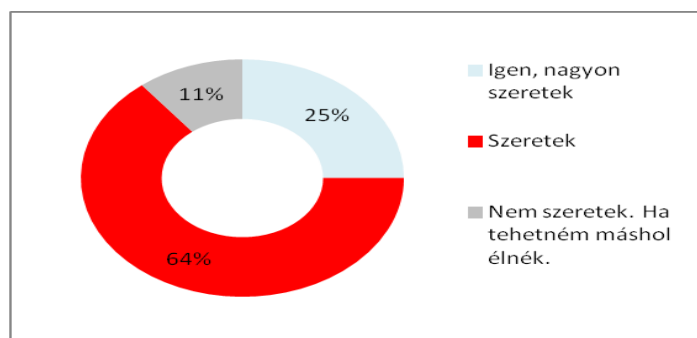
A harminc főből a legtöbben párkapcsolatban élnek gyermekkel (57%), vagy párkapcsolatban gyermek nélkül (26%). A kitöltők 17%-a pedig egyedülállónak vallotta magát. Ennek az arálynak valószínű az oka a korcsoportos megoszlás, mivel a megkérdezettek több mint fele 26 évnél idősebb. (Lásd: Mellékletek: 23. számú melléklet)

Az általam megkérdezett martfői lakosok közül két fő rendelkezett általános iskolai, hat fő szakmunkásképző végzettséggel, tizenhárom fő érettségi bizonyítvánnyal és heten főiskolai/egyetemi végzettséggel. (Lásd: Mellékletek: 24. számú melléklet) Az iskolai végzettségen kívül a foglalkozásra is rákérdeztem a kérdőívben. A legnagyobb a szellemi foglalkozásúak aránya (41%). Őket követik a tanulók (30%), az egyéb lehetőséget megjelölők (11%), a háztartásbeliek, illetve a nyugdíjasok (7-7%), és végül a vezető beosztásúak. (4%). Az egyéb kategóriában szereplő három fő mindegyike fizikai munkát végez. (Lásd: Mellékletek: 25. számú melléklet))

2. kérdés

A kapott demográfiai adatok után, arra voltam kíváncsi, hogy egyáltalán szeretnek-e a lakosok Martfűn élni. Az eredményből egyértelműen látszik, hogy a válaszadók majdnem mindegyike, azaz 89%-a elégedett, és nagyon szeret/szeret Martfűn élni. Mindösszesen csak 11% vallotta azt, hogyha tehetné, elköltözne a városból, és máshol élné. Ez az eredmény azért pozitívum, mert a lakosság véleménye tudja tükrözni leginkább egy város fejlettségét.

4. ábra: Szeret itt élni?



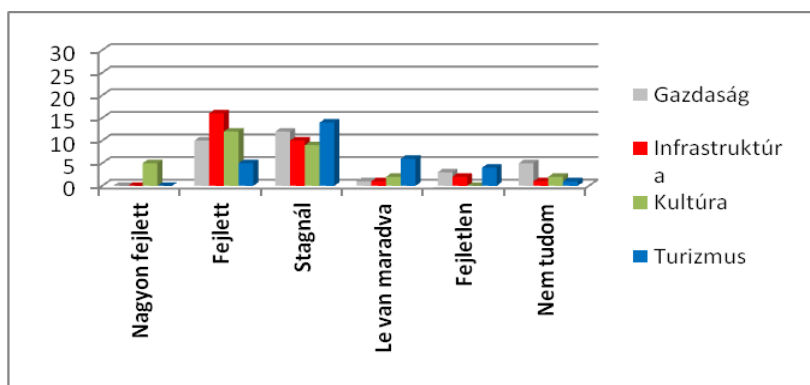
Forrás: Saját kutatás

3. kérdés

A harmadik kérdés a városnak különböző területei: a gazdaság, az infrastruktúra, a kultúra és turizmus fejlettségére vonatkozott. Ezt azért tartottam fontosnak megkérdezni, hogy lássam, hogyan vélekednek a turizmus helyzetéről, és az azt erősen befolyásoló tényezőkről Martfűn. A megkérdezett harminc fő szerint a legfejlettebb a város kultúrája, kulturális élete. (56%) Ezt az infrastruktúra követi, amely a válaszolók 53%-a szerint fejletnek számít Martfűn. A gazdaságot helyzetét tekintve a legtöbben, pontosan 40% úgy gondolta, hogy stagnáló. Azonban majdnem ugyanennyien vélekedtek úgy, hogy a gazdaság fejlett. Meg kell említenem, hogy ez a rész volt az, amelynél a válaszadók közül a legtöbben nem tudták megmondani (17%), hogy mennyire fejlett a gazdaság Martfűn.

A turizmust figyelembe véve minden második megkérdezett szerint ez az ágazat stagnáló a városban. Ezen kívül a kérdőívet kitöltők 33% úgy gondolja, hogy a turizmus le van maradva vagy fejletlen. Csupán 17%-a a válaszadóknak vélte úgy, hogy turizmus fejlett Martfűn. Tehát a lakosság összességében nem gondolja, hogy a város turizmusa fejletlen. A fejlődés útján halad, de jelenleg sem pozitív, sem negatív irányban nem mozdul.

5. ábra: A harmadik kérdésre kapott válaszok megoszlása a megkérdezettek körében (%)



Forrás: Saját kutatás

4. kérdés

A következő kérdésekben már konkrétan csak a város turizmusára koncentráltam. A negyedik kérdés hat konkrét állítást tartalmaz, amelyre az általam lehetséges válaszok közül kellett a válaszolónak egyet megjelölnie. (Teljesen igaz=4, Részben igaz=3, Nem teljesen igaz=2, Egyáltalán nem igaz=1, Nem tudom=0). A 30 fő választát átlagoltam, és így jött ki a következő eredmény:

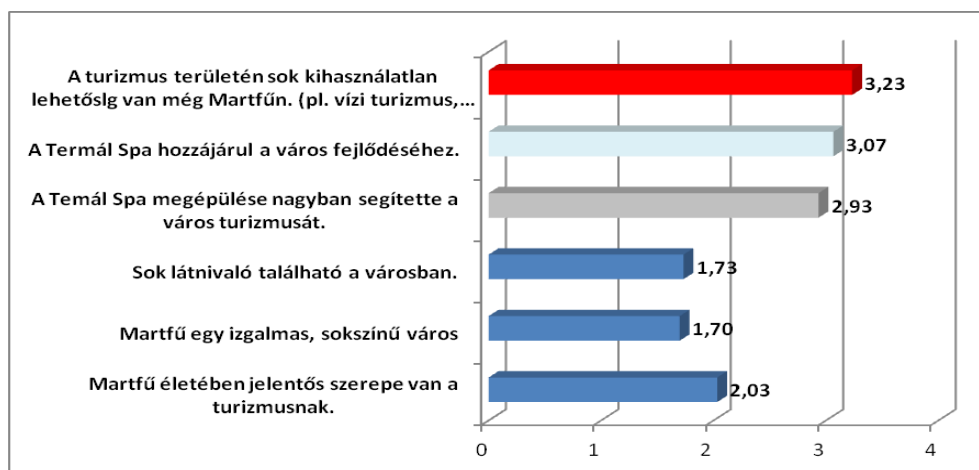
A Termál Spa fürdőkomplexummal kapcsolatban egy pozitív kép él a lakosság fejében. A megkérdezettek 73%-a gondolja, hogy a Toma-Bau Zrt. kezében lévő létesítmény teljes mértékben vagy részben hozzájárul a város fejlődéséhez. Hasonlóan gondolkodnak a Termál Spa turizmushoz való hozzájárulásához is, amelyet 80%-ban igaznak találtak.

Azonban összességében a városban lévő turizmussal kapcsolatban már nem olyan kedvező az eredmény. Szinte kivétel nélkül mindenki egyetértett azzal az állítással, hogy a turizmus területén sok kihasználatlan lehetőség van még. Azzal a kijelentéssel, amely szerint a turizmusnak jelentős szerepe van Martfű életében, sok látnivaló van a városban, és Martfű egy izgalmas város majdnem mindenki úgy gondolta, hogy csak részben, vagy egyáltalán nem igaz.

Ebből arra következtethetünk, hogy a kínálat elemei közül a szálláshely szolgáltatás, valamint

a fürdő, mint attrakció kimagasló a város turizmusában éppúgy, mint a lakosság életében. Azonban önmagában a Termál Spa jelenléte nem elegendő a turizmus fellendítéséhez. A város további adottságainak a kihasználására is szükség van ahhoz, hogy Martfű egy sokkal sokszínűbb, attrakciókkal gazdag településsé tudjon válni.

6. ábra: A negyedik kérdésre kapott válaszok megoszlása a megkérdezettek körében



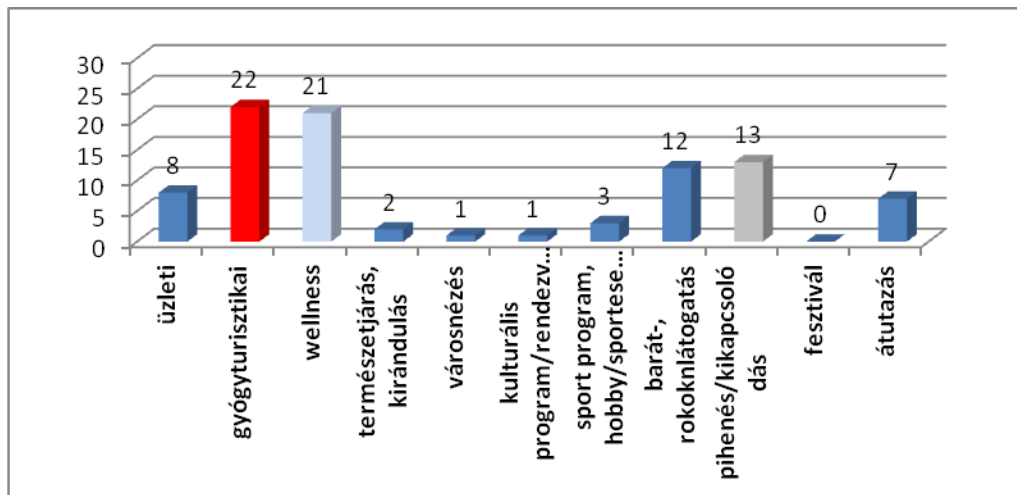
Forrás: Saját kutatás

5. kérdés

Az 5. kérdésben megkértem a válaszadókat, hogy a felsorolt célok közül válasszák ki azt a hármat, amely miatt a legtöbb turista Martfűre látogat. Szinte kivétel nélkül mindenki úgy gondolta, hogy a legfontosabb vonzerő a gyógyturisztikai és wellness szolgáltatások, amely miatt a turisták Martfűre jönnek. A harmadik helyre a kérdőívet kitöltők 83%-a a pihenés/kikapcsolódást vagy a barát-rokonlátogatást gondolta. Ezenkívül az üzleti jellegű utazásokat és az átutazást is többen megjelölték, mint turista célt. Azonban a természetjárást, a városnézést, a kulturális és sport programokat már kevésbé tartják jelentősnek a válaszadók. A fesztivált pedig egyáltalán nem tartják jelentősnek a városban, mivel senki nem jelölte meg, mint turisztikai célt.

Úgy gondolom ez a első három helyen található cél a valóságot tükrözheti. Mivel a gyógy-és wellness turizmus meghatározó a gyógyfürdő és wellness szolgáltatásai miatt Martfűn. Az egészségturizmus pedig szorosan kapcsolódik a kikapcsolódás, amelyhez a város nyugodt, csendes környezete is hozzájárul.

7. ábra: Ön szerint melyik a három leggyakoribb cél, amely miatt a turisták Martfűre jönnek?

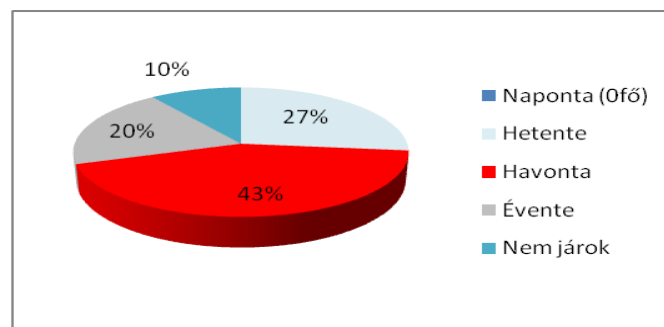


Forrás: Saját kutatás

6. kérdés

A következő kérdésnél arra kerestem a választ, hogy milyen gyakran látogatják a helyiek a Martú Termál Spa-t, amely a lakosok esetében leginkább a fürdőre vonatkozik. A válaszokból kiderült, hogy a megkérdezett lakosok 90%-a jár a létesítménybe. Közülük 40% havonta, 20% hetente és 27% évente látogat el a fürdőkomplexumba, és veszi igénybe annak szolgáltatásait. Tehát a lakosok viszonylag gyakran keresik fel a fürdőt.

8. ábra: Milyen gyakran jár a Termál Spa-ba?



Forrás: Saját kutatás

7. kérdés

Nemcsak a Termál Spa-ba való látogatás gyakoriságára, hanem az ott igénybe vehető szolgáltatásokkal való elégedettségére is kitértem a kérdőívben. Az értékeléséhez egy 1-től 10-ig terjedő skálát készítettem. A táblázatban a 10-es a legjobb, az 1-es pedig a leggyengébb értékelést jelentette. Ha valaki nem vett igénybe egy szolgáltatást, akkor lehetősége volt azt is jelölni a táblázatban.

A legtöbben a fürdő területén lévő víz minőségével voltak elégedettek, amely átlagosan 9,31-re értékelést kapott a megkérdezettektől. Hasonlóan elégedettek a vendégek a masszázs, a

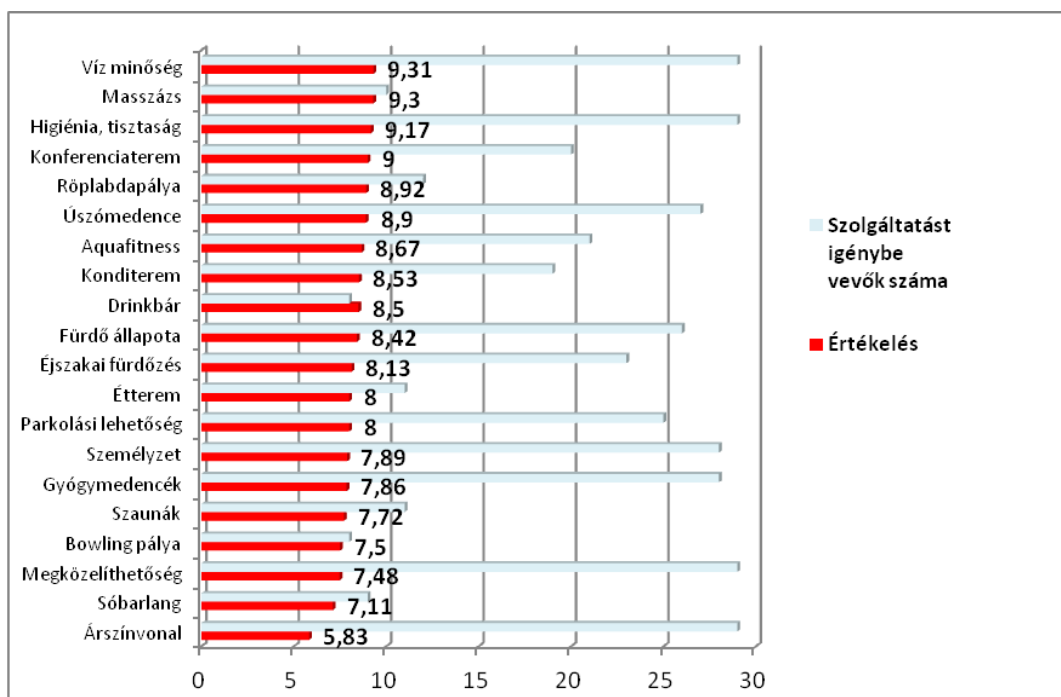
higiénia és tisztaság, valamint a konferenciateremmel. Ezek mindegyike 9-es érték felett van. A fürdő területén található sportolási lehetőséget biztosító szolgáltatások, mint a röplabdapálya, úszómedence, aquafitness és a konditerem átlaga igen magas. Ezt az is befolyásolhatja, hogy ezek a szolgáltatások ingyenes igénybe vehetőek a fürdő területén.

Emellett jó minőségűnek ítélték meg drinkbárt, a fürdő állapotát, az éjszakai fürdözést, az étterem és a parkolási lehetőséget a Termál Spa környékén. A személyzet értékelése sem sokkal maradt le az előzőektől.

Azonban a gyógymedencékkel és a szaunákkal kapcsolatban már jobban megoszlott a lakosok véleménye, de még ezek értéke is jónak mondható.

Az utolsó négy szolgáltatás: a bowling pálya, a megközelíthetőség, a sóbarlang és az árszínvonal értékelésének az átlaga 7,5 pont alatti. A legkevésbé az árakkal elégedettek. Pedig az ár egy fontos döntő tényező a szolgáltatások igénybevételének. a szolgáltatások igénybevevők számát is megvizsgálva látható, hogy olyan gyógy-és wellness szolgáltatásokat, mint a masszázs, szauna vagy a sóbarlang a megkérdezettek körülbelül egyharmada vett eddig csak igénybe.

9. ábra: A Termál Spa szolgáltatásainak értékelése



Forrás: Saját kutatás

8. kérdés

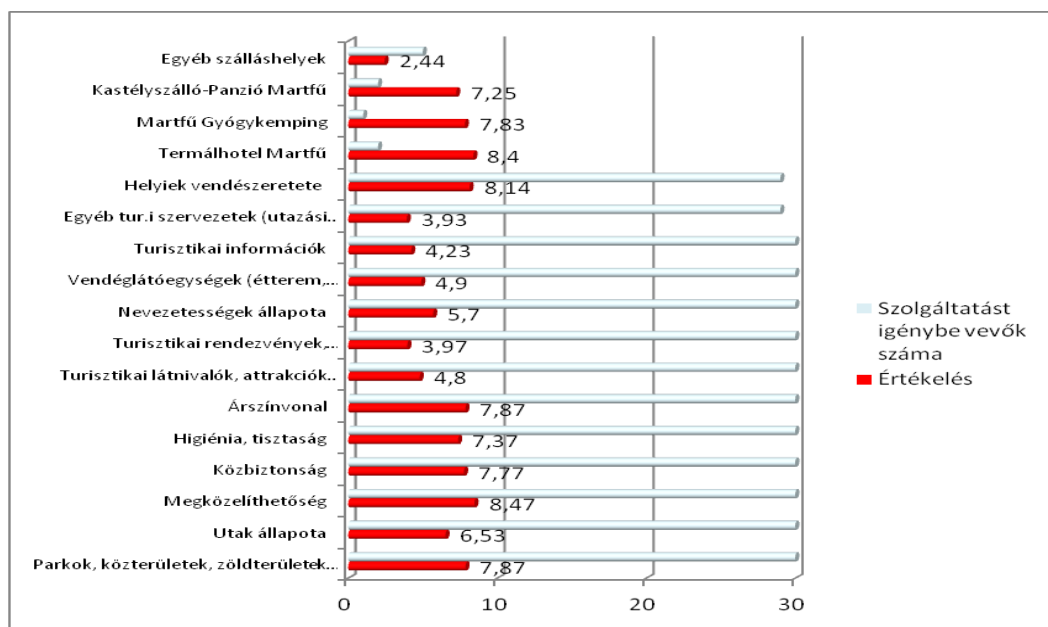
A Termál Spa szolgáltatásain kívül a város kínálatának elemeit, az infrastruktúra, az idegenforgalom, és a szálláshelyek részeinek az értékelését is kértem a helyiektől. Ezt szintén egy 1-től 10-ig terjedő skálán lehetett értékelni.

A fürdőkomplexum szállásait kevesen értékelték, amely a helyiek esetében érthető. Azonban akik valamilyen okból mégis igénybe vették a szálláshelyek valamelyikét vagy csak kifejtették véleményüket ezzel kapcsolatban (6 fő), azok aránylag jónak értékelték őket.

A város területén található nevezetességek állapotát a lakók elfogadhatónak tartják. Azonban a vendéglátóegységek, a turisztikai látnivalók, attrakciók, a turisztikai információszerzés és az egyéb turisztikai szervezetekkel nagyon kevesen voltak elégedettek. A megkérdezettek több mint fele 5-ös alatti pontot adott ezekre a szempontokra.

Az város idegenforgalmával kapcsolatban voltak a legrosszabbak az értékek. A turisztikai látnivalók és rendezvények, a vendéglátóegységek, a turisztikai szervezetek és a vendéglátóegységek mindegyike 5-ös átlagnál kevesebb. A helyi lakosság érzékeli, hogy a tájékoztatás és a turisztikai szolgáltatások száma nem kielégítő a városba látogató turisták számára. Az idegenforgalommal kapcsolatban az egyetlen kivétel a helyiek vendégszeretete volt 8,14-es átlaggal, amely leginkább meghatározó a turisták és a helyiek közti kapcsolatban. Az infrastruktúrát tekintve sokkal elégedettebbek voltak a kérdőívet kitöltők. A megközelíthetőségnek adták a legjobb pontot, ami nem meglepő, mert Martfű elhelyezkedése jónak mondható országos szinten is. Az árszínvonal, a higiénia és tisztaság, a parkok, közterületek aránya és a közbiztonságot is megfelelőnek ítélik. Az utak állapota pedig csak néhány tizeddel maradt el.

10. ábra: Martfű kínálatának értékelése



Forrás: Saját kutatás

9. kérdés

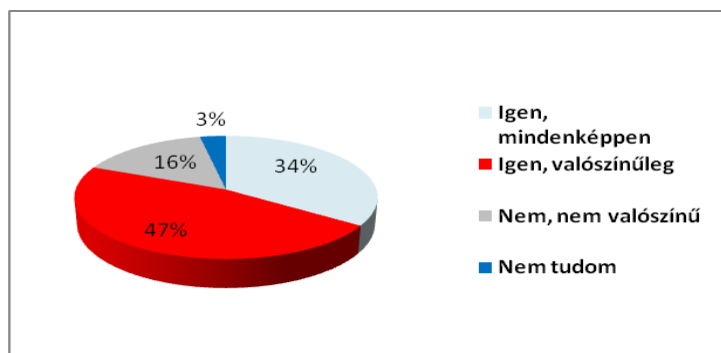
Az utolsó előtti kérdésben arra kértem a kérdőív kitöltőit, hogy fejtsék ki röviden, hogy mit hiányolnak a város turisztikai kínálatából, és tegyenek javaslatokat. A legjellemzőbb válasz a

programok, fesztiválok és ifjúsági rendezvények hiánya volt. Többen is javasoltak egy szabad strand kiépítését a Tiszán, a programok számára nagyobb reklámozást, és több kikapcsolódási lehetőséget. Ezenkívül volt, aki paintball pályát vagy ifjúsági fesztiválokat szeretne a városban. Ez azt jelenti, hogy a helyiek leginkább az attrakciókat hiányolják Martfűn.

10. kérdés

Végül az utolsó kérdésben arra voltam kíváncsi, hogy maguk martfűiek ajánlanák-e Martfű város meglátogatását. A válaszadók 34%-a biztos volt benne, hogy ajánlaná. 47%-a valószínűleg ajánlaná. Azonban a megkérdezett lakosok 16%-a úgy gondolta, hogy a város „unalmas”, és „a távolról érkezőknek felesleges ide utaznia csak a Termál Spa” miatt.

11. ábra Ajánlaná Martfű város meglátogatását

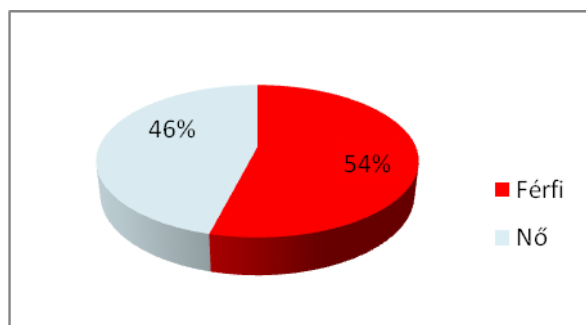


Forrás: Saját kutatás

6.4. A városba érkező turisták részére szóló kérdőív elemzése

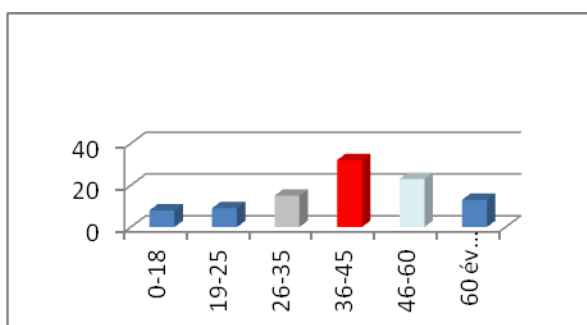
Ahogy a lakossághoz szóló kérdőív elemzésénél, ennél a kérdőívénél is először a demográfiai adatokat vizsgálom meg. A nemek szerinti megoszlást megvizsgálva nem tapasztalható jelentős különbség. A megkérdezettek 54 %-a férfi és 46 %-a nő. A kor szerinti megoszlást illetően a kérdőívet kitöltőknek a 66 %-a, azaz a turisták kétharmada 36 és 60 év közötti volt. Őket követi a 60 év feletti kategória. Tehát a középkorúak aránya nagyobb.

12. ábra: Nemek szerinti megoszlás



Forrás: Saját kutatás

13. ábra: Kor szerinti megoszlás



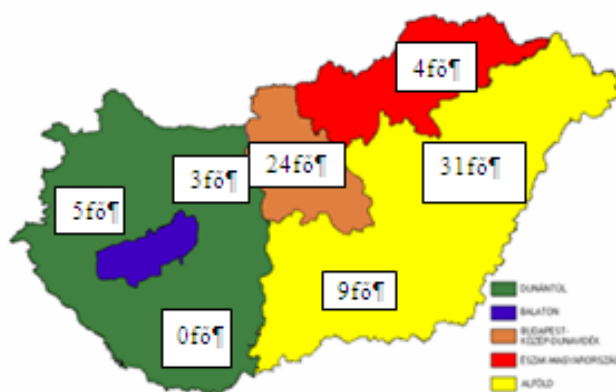
Forrás: Saját kutatás

A családi állapotot tekintve a városba érkezők legnagyobb része, pontosan 64 %-a párkapcsolatban él gyermekkel, és 18 %-a szintén párkapcsolatban él, de gyermek nélkül. A válaszadók közül 16 % egyedülálló, és mindösszesen 2% tartozik a gyermekét egyedül nevelő szülők közé. (Lásd. Mellékletek: 18. számú melléklet)

A következő kérdésben arra voltam kíváncsi, hogy honnan érkeztek a választ adó turisták. Az eredmények szerint a vendégek nagy része, 78%-a belföldről érkezett. A külföldiek száma 22 fő (22%) volt. A külföldi vendégek nagy része (36%) Lengyelországból érkezett. Őket Románia és Horvátország (18-18%), Szlovákia (14%) és végül Ausztria (4,5%) követi. (Lásd. Mellékletek: 19 számú melléklet)

Jellemző tendencia, hogy a belföldi vendégek leginkább a környékről érkeznek. Az alföldi vendégek érkeztek a legtöbben. Ők adják a vendégek több mint felét. Közülük is a leggyakrabban az Észak-Alföldről, azon belül is Jász-Nagykun-Szolnok megyéből érkeznek a turisták a városba. (84%). Az Alföldön kívül, még Pest megyéből (Cegléd, Nagykáta, Fót, Isaszeg) és Budapestről keresik fel sokan a várost. (31%). A Dunántúlról és Észak-Magyarországról érkező vendégek száma elenyésző.

14. ábra: A vendégek megoszlása régióinként



Forrás: Saját kutatás⁸

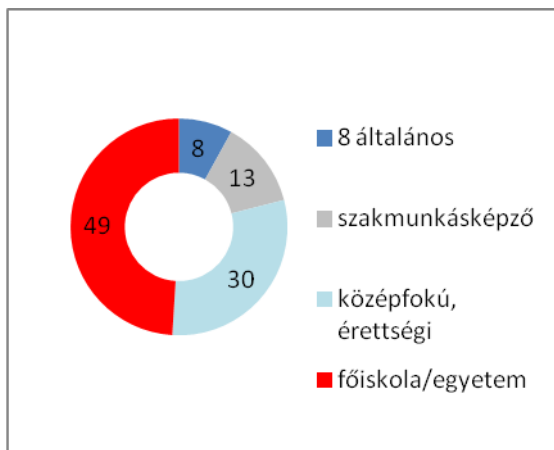
Az iskolai végzettséget mutató ábra megmutatja, hogy a válaszolók több mint fele, vagyis kétharmada főiskolai/egyetemi végzettséggel vagy érettségi bizonyítvánnyal rendelkezik.

⁸ Magyarország térkép: Google Képek

<https://www.google.hu/search?q=r%C3%A9gi%C3%B3k+t%C3%A9rkép&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=eY51UsThOsnStAbC3IGACw&ved=0CacQAUoAQ&biw=1066&bih=665#q=r%C3%A9gi%C3%B3k+t%C3%A9rkép&tbm=isch&imgdii=> (Letöltés: 2013.09.27.)

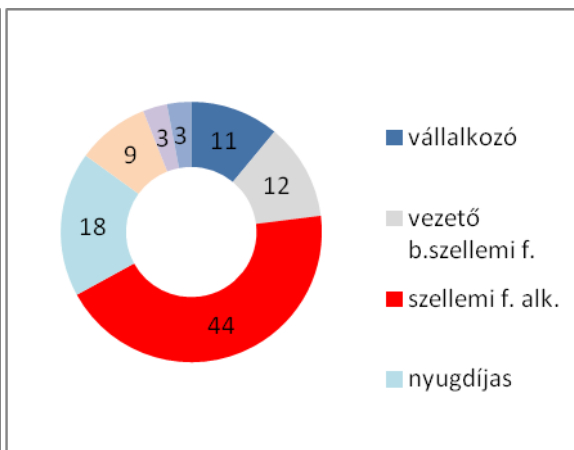
Őket követi a szakmunkásképző bizonyítvánnyal és az általános iskolai végzettséggel rendelkezők, akiknek a száma közel azonos.

15. ábra: Iskolai végzettség szerinti megoszlás



Forrás: Saját kutatás

16. ábra: Foglalkozás szerinti megoszlás

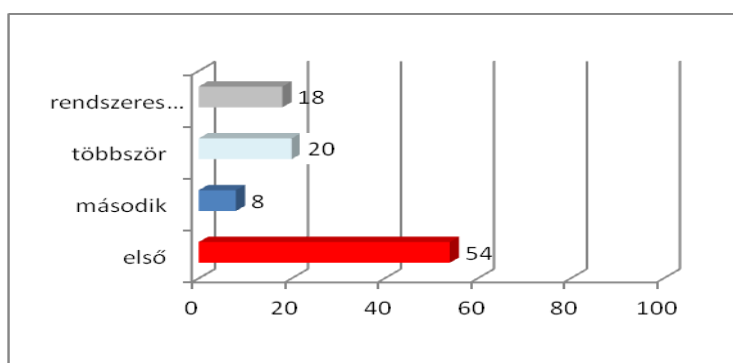


Forrás: Saját kutatás

1. kérdés

A válaszolók legtöbbször azt a választ adta, hogy első alkalommal járt Martfűn (54%). Azonban a többször/ rendszeresen visszajáró látogatók száma is csak kilenc százalékkal marad el. (46%) A külföldi vendégek közül négyen már jártak ezelőtt is Martfűn. Tehát a városba látogató turisták fele visszajáró vendég, amelyből arra lehet következtetni, hogy elégedettek, és azt kapták az itt tartózkodásuk alatt, amire vágytak.

17. ábra: Hányadik alkalommal jár Martfűn?



Forrás: Saját kutatás

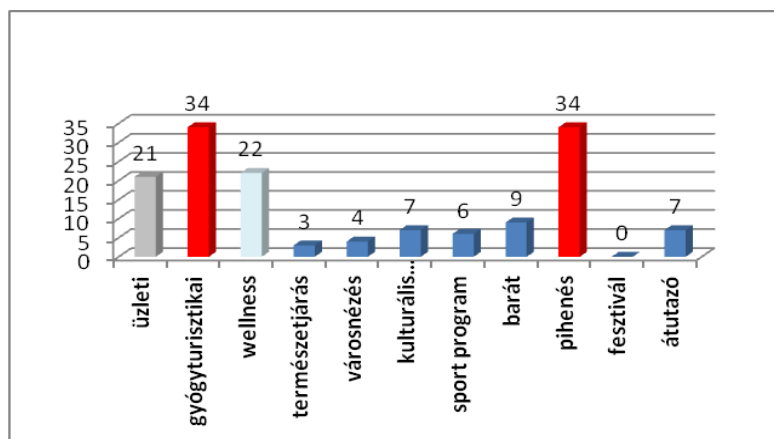
2. kérdés

Fontosnak tartottam megkérdezni, hogy milyen céllal érkeznek a látogatók a városba. A kérdőívet kitöltők 34%-a elsősorban a pihenés és kikapcsolódás miatt, valamint gyógyturisztikai céllal látogat Martfűre. Ez is bizonyítja, hogy a városban a legfontosabb turisztikai attrakció a gyógyvíz. Emellett a wellness (22%) és az üzleti turizmusnak (21%) van

még nagyobb jelentősége. Ez a két turisztikai ágazat, ma már szorosan kapcsolódik egymáshoz, és az adottságok is adottak a hotelben a hivatás turizmushoz. Tehát a lakosság által felállított első három cél, amely szerint a turisták leginkább Martfüre látogatnak, megegyezik a turisták által megjelölt célokkal.

Az első három jelentősebb célt a barát-és rokonlátogatás (9%) miatt való érkezés követi. Az átutazók, a kulturális és sport programok iránt érdeklődők száma kevésbé jelentős. Fesztiválon való részvétel miatt pedig senki sem jött a kérdéses időszakban a városba. Ennek az oka, hogy az ÖrökZöld Tisza Fesztivál megszűnése óta tulajdonképpen nincsen ilyen jellegű rendezvényen való részvételre lehetőség.

18. ábra: Milyen célból kereste fel a várost

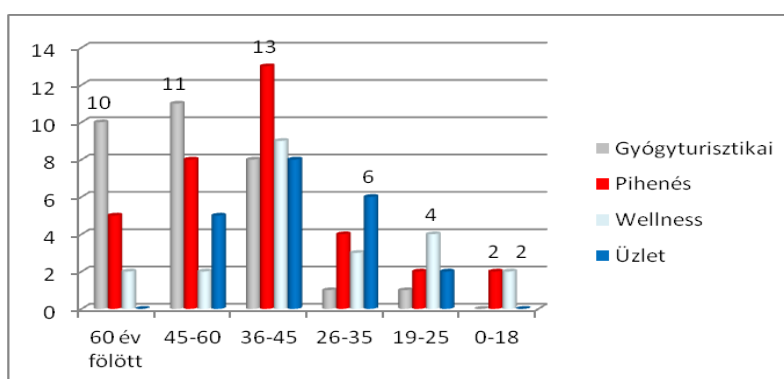


Forrás: Saját kutatás

Megvizsgáltam, hogy mely korcsoportok azok, amelyek az első négy helyen szereplő cél miatt érkeznek a városba. Ezt azért fontos tudnunk, mert ebből kiderül, hogy mely keresleti csoportra érdemes nagyobb figyelmet fordítani. A harmincöt évnél fiatalabbak száma mindegyik cél tekintetében elenyésző.

A 36 és 45 év kor közöttiek azok, akik számára a pihenés az első számú szempont (36%), és ezt a wellness követi. De a hivatás turizmus is meghatározó ebben a korcsoportban. A 45-60 év közöttiek, valamint az annál idősebbek leginkább azok, akik gyógyszolgáltatások miatt keresik fel a várost. Tehát a gyógyturizmus területén a célcsoportunk a 45 évnél idősebbek, a wellness és üzleti turizmust illetően pedig a 36 és 45 év kor közöttiek.

19. ábra: A kor és az utazási célok közötti összefüggés



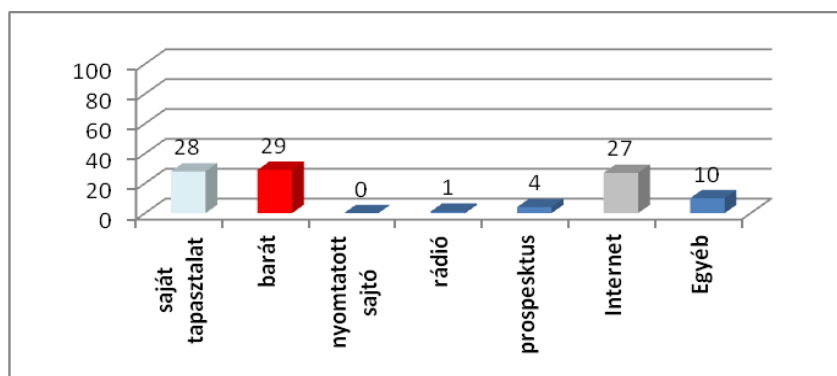
Forrás: Saját kutatás

3. kérdés

A használt források a tájékozódást illetően igen aránytalanul oszlanak el. A három leggyakoribb forrás, amelynek a segítségével a vendégek tájékozódtak az érkezésük előtt Martfőről, a barátok ajánlása, elbeszélése (29%), saját tapasztalat (29%) és az Internet volt. (27%) A prospektus, a rádió és a nyomtatott sajtónak nagyon kevés szerepe jut a tájékoztatásban. A maradék 10% az egyéb kategóriát jelölte meg, ahova legtöbbször a munkáltatójuk nevét írták, mint információforrást. Ennek az oka, hogy többen üzleti céllal jönnek a városba és a Termál Spa-ba.

Ebből az eredményből is, hogy a szójehagyománynak milyen fontos szerepe van még az Internet világában is. Ezért fontos, hogy a városból elégedettek turisták távozzanak, Martfű jó hírét terjesztve.

20. ábra Utazása előtt honnan tájékozódott a városról?



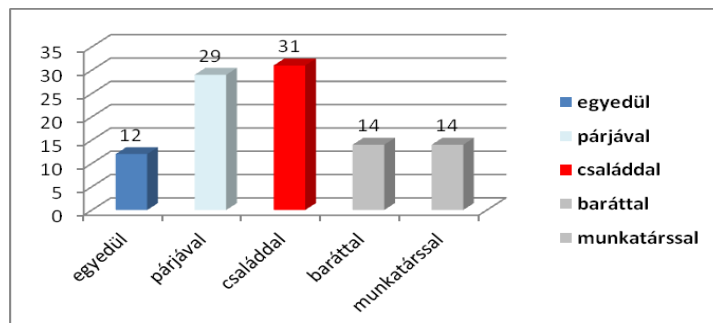
Forrás: Saját kutatás

4. kérdés

Felmértem azt is, hogy a vendégek kivel érkeztek a városba. A legtöbb vendég családdal (31%) vagy házastárssal (29%) érkezett, de nem sokkal marad el a baráttal és munkatárssal érkezők száma sem. (12-12%). A maradék 12% pedig egyedül érkezett. Itt ellentmondás tapasztalható a célcsoportok meghatározásával szemben, (Lásd: 21. ábra) amely szerint a 45 év

felettiek lehetnek igazán a potenciális vendégek, ugyanis a családdal való érkezés a domináns, ahogy az ábrán is látszik. Ez azt jelenti, hogy fontos, hogy a fiatalabb korosztály és a gyermekek számára is rendelkezésre álljanak a koruknak megfelelő elfoglaltságok.

21. ábra: Kivel érkezett a városba?

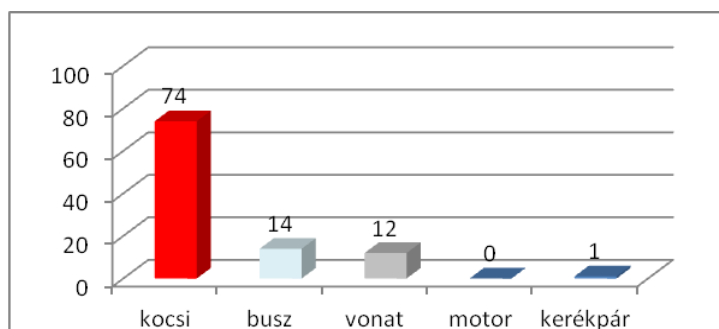


Forrás: Saját kutatás

5. kérdés

Kiugróan magas a gépkocsival érkezők száma. (74%) A többi lehetőség közül pedig a legtöbb az autóbust választották a városba érkezéshez. (14%) De a vonat is hasonló arányt képvisel. (12%) Ezt a két eszközt inkább a közelebből érkezők veszik igénybe. A kerékpárral mindösszesen egy személy érkezett. A motorkerékpárt pedig senki nem használta utazási eszközként.

22. ábra Milyen közlekedési eszközzel érkezett a városba?

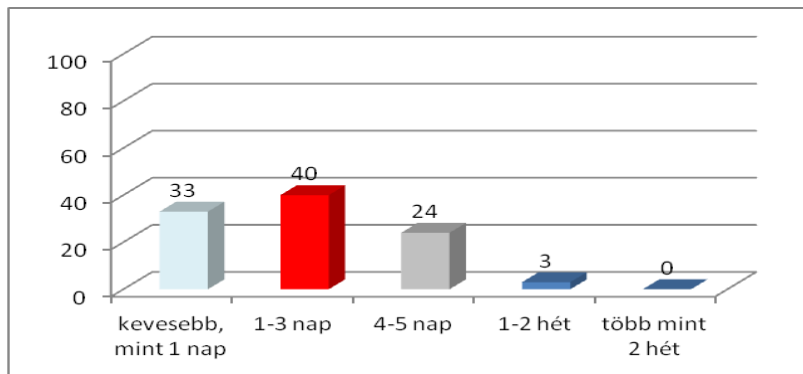


Forrás: Saját kutatás

6. kérdés

A turisták közel egynegyede (33%) nem tölt el egyetlen egy éjszakát sem, csak egy napot Martfűn. Azonban nagyobb arányban vannak azok, akik egy- három napig a városban tartózkodnak és megszállnak minimum egy éjszakát. A látogatók 27%-a négy-öt napot, vagy akár 1-2 hetet is eltölt a városban. Elmondható, hogy a városba való átlagos tartózkodása idő egy hétvégének (egy-három nap) felel meg.

23. ábra Mennyi időt tölt Martfűn?

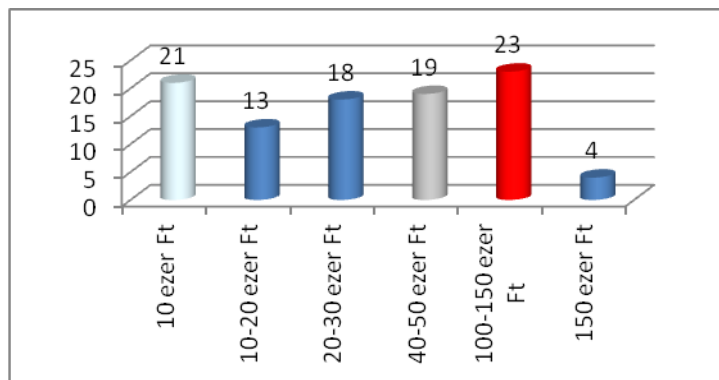


Forrás: Saját kutatás

7. kérdés

A hetedik kérdésben az utazásra fordított összegre kérdeztem az adott úttal kapcsolatban. A legtöbben azok vannak, akik 100-150 Ft-ot fordítottak az utazásokra. (23%). Majdnem ugyanilyen vannak azok, akik csupán 10 000 Ft-ot vagy annál kevesebbet költöttek itt tartózkodásuk alatt. (21%) Azok, akik 100 ezer forint felett költöttek, vagy 150 ezer Ft felett (4%) azok általánosságban 4-5 napot töltöttek el Martfűn, vagy külföldről érkeztek. Jellemzően azok költötték a legkevesebbet, akik csak a fürdőbe jöttek, és maximum egy napig tartózkodtak a városban.

24. ábra Milyen összeget szánt erre az utazásra összesen?

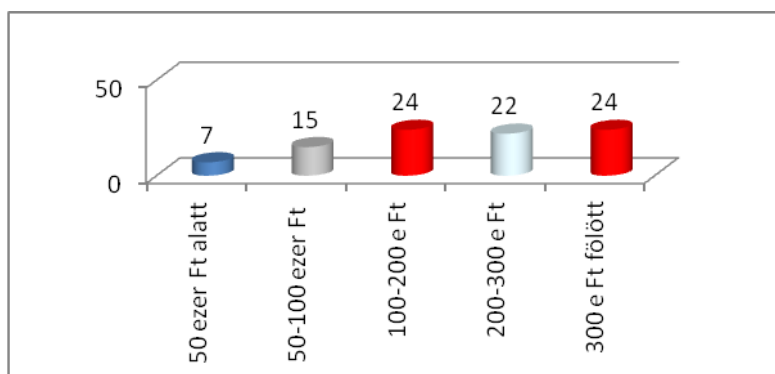


Forrás: Saját kutatás

8. kérdés

A következő kérdésben, általánosságban szerettem volna tudni, hogy mennyit költenek éves szinten a turisták utazásra. A megkérdezettek 90%-a 100 ezer forintot vagy annál többet is utazásokra szokott költeni. Ebből arra lehet következtetni, hogy a Martfűre látogató turisták átlagkeresete viszonylag magas.

25. ábra Mennyit költ évente utazásra?



Forrás: Saját kutatás

9. kérdés

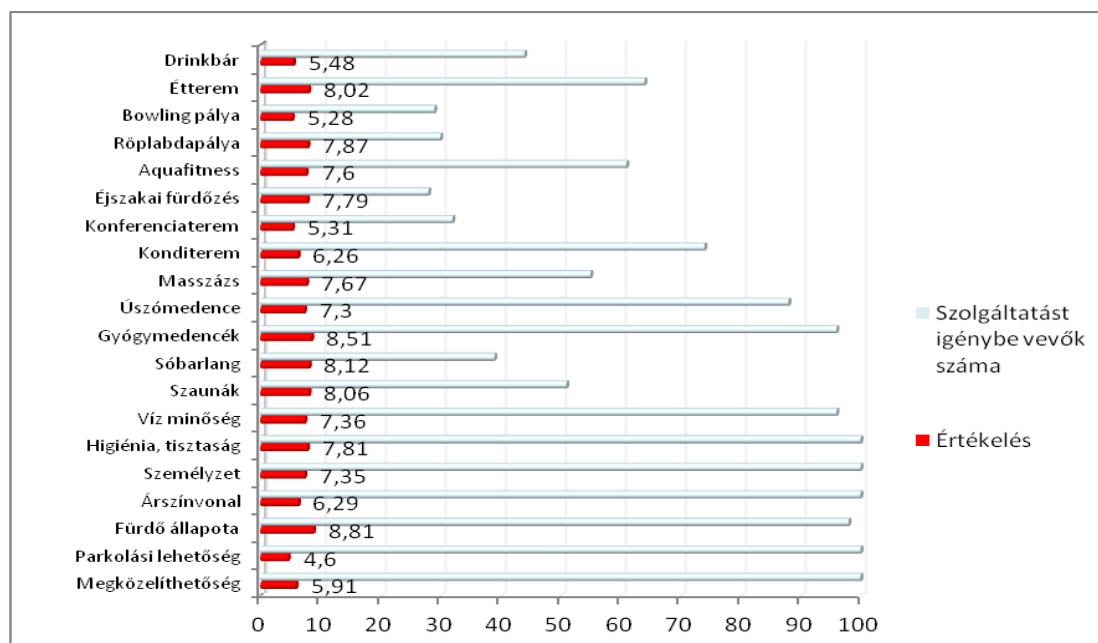
A turistáknak is beletettem a kérdőívbe a két táblázatot, amely a Termál Spa és a város szolgáltatásait értékeli. Így össze tudom hasonlítani, hogy mennyire hasonlítanak és térnek el a vélemények.

A 10-ig terjedő skálán a fürdő területén található gyógy-és wellness szolgáltatásokkal voltak elégedett leginkább a vendégek. Ez azért kedvező eredmény, mert a szállásslolgáltatáson kívül a gyógy-és wellness szolgáltatások a meghatározóak a Termál Spa-ban, és fontos, hogy ezek megfeleljenek az ide érkező turistáknak.

A fürdő állapota, a gyógymedencék, a sóbarlang, a szaunák és az étterem mind-mind 8-as feletti átlagot kaptak. Ezeket a szolgáltatásokat gyakrabban igénybe veszik a vendégek, mint a martfői lakosság. Ezeket a szolgáltatásokat a fürdői röplabdapálya, a higiénia és a tisztaság, az éjszakai fürdőzés, az aquafitness, a masszázsok, az úszómedence és a víz minősége követi átlagban 7 és 8 közötti ponttal. Tehát összességében elégedettek voltak ezekkel is.

Az árszínvonalat a lakossággal szemben a turisták jobbnak ítélték meg, de ők sem voltak teljes mértékben elégedettek az árakkal, amelyet 6, 29-re értékelték átlagosan. Ezenkívül a drinkbár, a bowling pálya és a konferencia terem is 5 és 6 közötti átlagot kapott. Azonban parkolást és a megközelíthetőséget rosszabbnak ítélték, mint a helyiek. Úgy gondolom, hogy a látogatók inkább azok, akik ezt véleményezni tudják, mert a nagy részük messzebbről, és gépjárművel/tömegközlekedési eszközzel érkeznek a Termál Spa-ba.

26. ábra Termál Spa szolgáltatásainak értékelése

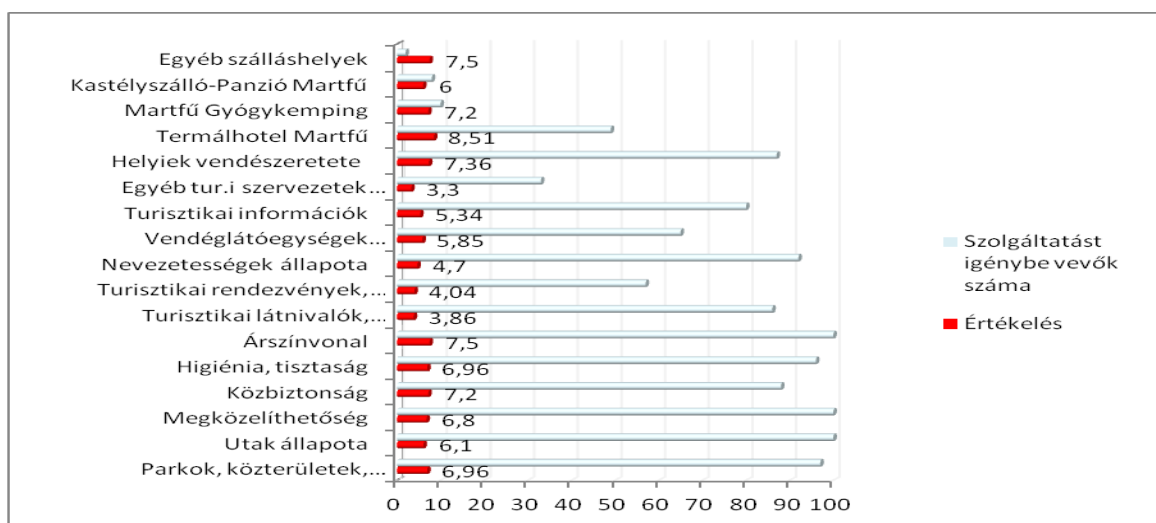


Forrás: Saját kutatás

10. kérdés

A turisták majdnem fele az itt tartózkodásuk alatt a Termál Hotelben szállt meg, amelyet összességében nagyon jónak értékelték. (8,51) A Kastélyszállóban és a Gyógykempingben a megfigyelt időszakban a vendégek csupán 18%-a szállt meg. Tehát a hotel a domináló a szálláshelyek között. A Termál Hotel mellett elégedettek voltak az árszínvonallal (7,5), a város közbiztonságával (7,2) és a helyiek vendégszeretetével. (7,36) Ahogy a martfűiek, úgy a turisták is a város infrastruktúra elemeinek (a parkok aránya, a higiénia, árszínvonal és az utak állapota) viszonylag magas pontokat adtak.

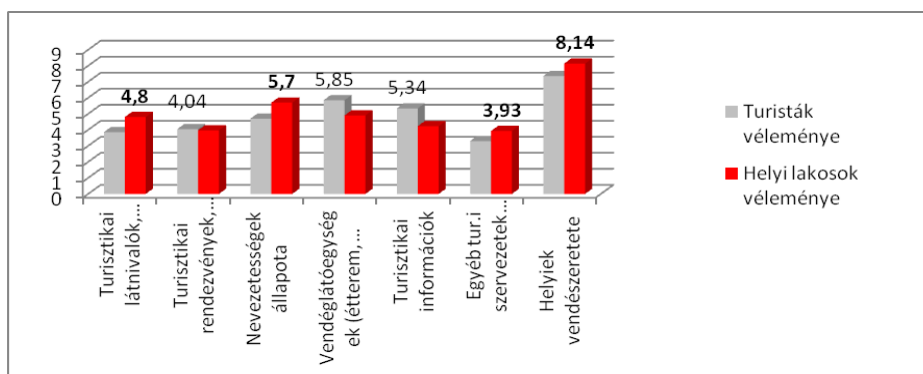
27. ábra Martfű kínálatának értékelése



Forrás: Saját kutatás

A turisztikai szolgáltatások eredményeit a helyi lakosság véleményével hasonlítottam össze a következő táblázatban. Az idegenforgalom szolgáltatásaival a turisták kritikusabbak voltak, mint a helyiek. A legjobb eredményt a helyiek vendégszeretet kapta. (7,36), amely így is kevesebb volt, mint a lakosság értékelése. A nevezetességek állapotát, a vendéglátóegységeket, a turisztikai információkat, a rendezvények és programokat jobbnak ítélték a lakoságánál. De ezek az értékek sem kielégítőek. A legkevesbé a turisztikai attrakciókkal és a szervezettekkel voltak elégedettek.

28. ábra: A turisztikai szolgáltatások értékelése a turisták és a lakosság véleménye alapján



Forrás: Saját kutatás

11. kérdés

A turistáknak is feltettem azt a nyitott kérdést, hogy mit hiányolnak a város turisztikai kínálatából, és mit javasolnának a problémák megoldására. A kérdőívet kitöltőknek csupán 38%-ra válaszolt erre a kérdésre. A következőket hiányolták a vendégek az itt tartózkodásuk alatt: túrák, múzeumok, esti programok a városban, látnivalók, kulturális programok, sportolási lehetőség.

A vendégek közül volt, aki javasolta, hogy legyen több szervezett program, és a helyi programokról lehessen információkat kapni. Egy másik turista úgy gondolta, hogy koncertekre, fesztiválokra, több sportolási lehetőségre lenne szükség. Többen is említették a nagyobb fokú marketing tevékenységet, hogy az Interneten folyamatosan lehessen követni a legfrissebb programokat.

12. kérdés

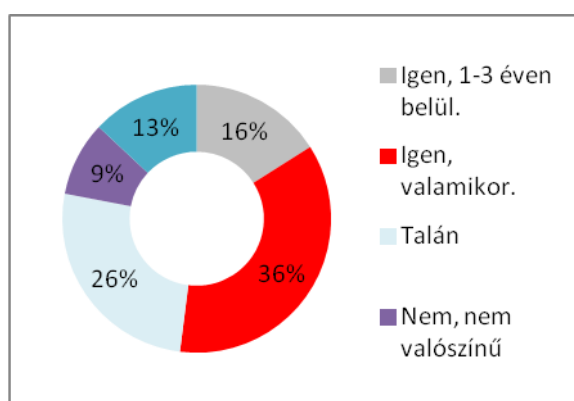
Pozitív jövőképet fest az eredmény, hogy a turisták több mint fele úgy gondolja, hogy visszatér még Martfűre a későbbiekben. Közülük 31% biztosan visszatér 1-3 éven belül, a maradék 69% pedig tervezi, de még nem tudták megmondani, hogy mikor. Az összes turista közül 26% a „talánt ” jelölte meg. Így még meg van rá az esély, hogy ők is visszatérnek. A

100 főből 9 biztos volt benne, hogy nem fog visszatérni a városba, 13 pedig nem tudta eldönteni.

13. kérdés

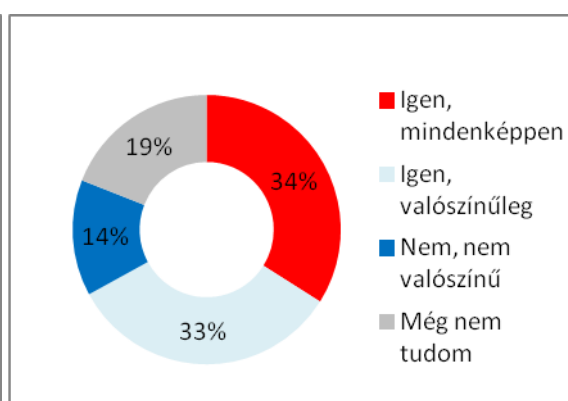
Az utolsó kérdésre adott válaszok a tizenharmadik kérdés válaszaival arányosak. Azok, akik tervezik, hogy visszatérnek a városba, általában ajánlanák a városba látogatást másoknak is. Ezek a vendégek valószínűleg elégedetten távoztak Martfűről. A megkérdezettek 19%-a nem ajánlaná, 19% pedig nem nyilatkozott a kérdéssel kapcsolatban.

29. ábra: Tervezi, hogy a jövőben visszatér a városunkba?



Forrás: Saját kutatás

30. ábra: Ajánlaná Martfű város meglátogatását?



Forrás: Saját kutatás

6.5. Kérdőívek összefoglalása

A város lakosságának nagy része nem tartja a turizmus ágazatát igazán fejletnek, valamint jelentősnek Martfű életében. Azonban szinte egyhangúan egyetértett mindenki azzal az állítással, hogy a Termál Spa megépülése, a fürdő megnyitása nagyban segítette a turizmus fejlődését, és hozzájárul város egészének a fejlődéséhez.

A Martfűre érkező turisták dominánsan 36 és 60 év közöttiek, viszonylag magas diszkrecionális jövedelemmel rendelkezve. A motivációjuk gyógy-és wellness szolgáltatások igénybevétele és kikapcsolódás, amely miatt felkeresik a várost. Döntően egy hétvégét töltenek el Martfűn, és közel 50%-uk rendszeresen visszatérő vendégnek számít.

Az értékelésekből, mind a turisták és mind a helyi lakosság véleménye alapján kitűnik, hogy a Termál Spa infrastruktúrája és szolgáltatásai színvonalasak, a fürdő állapota jónak mondható, a személyzet szakképzettsége és magatartása a turisták felé megfelelő. Egyedül a Termál Spa árszínvonala, amellyel a helyiek kevésbé voltak elégedettek. Azonban ennek ellenére nemcsak a turisták, de a martfűiek is előszeretettel járnak a fürdőbe heti vagy havi rendszerességgel.

A szállás és a gyógyfürdő mellett a város kínálatai közül a város infrastruktúráját is elfogadhatónak tartják, de az attrakciókat, a tájékoztatást, valamint az étkezés és szórakozás lehetőségeket hiányolják a városban.

7. Következtetések, javaslatok

Ahhoz, hogy a turizmus ne csak stagnáljon, hanem fejlődni tudjon, a turizmus tudatos tervezésére van szükség. Ennek a megvalósításában nagy segítséget tud nyújtani, ha a város egy turizmusfejlesztési koncepciót készít, amely irányvonalat tud adni a turizmus fejlesztéséhez. Egy koncepciónak tartalmaznia kell helyzetelemzést, SWOT analízist, a kívánt célokat, és annak megvalósítását. (BTFKP, 2005 <http://www.kormany.hu/download/d/7e/20000/Balaton.pdf>) Emellett érdemes egy marketing tervvel is kiegészíteni a koncepciót. A dolgozatomban első része tulajdonképpen a helyzetelemzésről szólt, bemutatva a város keresletét és kínálatát. Ezért ebben a fejezetben erre nem térek ki ismét. A koncepció további elemei közül pedig a megvalósítást nem szerepel a dolgozatomban. Úgy gondolom, hogy e témának a megvizsgálása igen összetett, és akár lehetne egy következő munka témája.

7.1. SWOT - analízis

A primer és szekunder kutatásomból kapott eredmények felhasználásával egy SWOT-analízist készítettem, hogy egy összesítést kapjak a város turizmusának jelenlegi helyzetéről, az erősségek és a gyengeségek figyelembe vételével. A lehetőségek és a veszélyek feltárásával pedig egy jövőképet kaphatok arról, hogy mely területekre érdemes nagyobb figyelmet fordítani, és melyek azok, amelyek negatív hatással bírhatnak a jövőre nézve. (Kovács Péter, 2004)

Erősségek • Rendezett, nyugodt környezet • Földrajzi lehelyezkedés, természeti környezet • Jó megközelíthetőség • Viszonylag kedvező ár/érték arány • Termálvíz, saját kút • Képzett infrastruktúra • Színvonalas szálláshely szolgáltatás	Gyengeségek • Gyenge marketingtevékenység • Értékek csak helyi szinten ismertek • Kihaszíratlan turisztikai lehetőségek • Helyi turisztikai szervezetek hiánya • Turisztikai koncepció hiánya • Együttműködések hiánya • Helyi programokról információ, kiadványok hiánya • Információ és kommunikációs rendszer fejletlen • Nagyobb volumenű attrakciók hiánya • Kevés vendéglátó egység
Lehetőségek • Tisza, mint turisztikai attrakció • Aktív turizmus fejlesztése • (horgászturizmus, vízi turizmus, kerékpáros turizmus, természetjárás) • Programok szélesebb körben való megismertetése • A környező településekkel együttműködve a térségbe érkező turisták száma tovább növelhető	Veszélyek • országosan ismert fürdők közelsége • a látogatók érdeklődése csak a fürdőre korlátozódik

Forrás: Saját kutatás

7.2. Szervezet- és menedzsmentfejlesztés

A turizmus - köszönhetően az egészségturizmus fellendülésének- pozitív irányban fejlődik Martfűn. Azonban hiányzik az egész várost átfogó turizmustervezés. A fogadó területen

nemcsak a turisztikai szolgáltatók a turizmus szereplői, hanem a városvezetés, a civil szervezetek és maguk a helyi lakosok is. A turisták fogadásában mindenkinek meg van a maga szerepe.

Martfűn jelenleg hiányzik a turizmus irányításának a szervezettsége. Nincsen egy személy, szervezet, amely összefogja ezen ágazatot a városban.

7.2.1. Önkormányzati turisztikai szervezet

A város önkormányzatában szükség van egy olyan szervezet létrehozására vagy bizottság felállítására, amelynek első számú feladata a település turizmusának fejlesztése, fejlesztéseinek összehangolása. Tagjai között turisztikai szakemberek, valamint a város turisztikai szolgáltató is helyet kapnának. Feladata:

- az idegenforgalmi adó forrásainak kezelése, és annak turizmusfejlesztésre való visszafordítása
- a turisztikai területfejlesztési koncepció elkészítése
- pályázatokon való részvétel Európai Unió forrásokért
- kapcsolattartás a turizmusban érintettekkel

7.2.2. Együttműködések

A turizmus fellendítése érdekében nagyfokú együttműködésre van szükség a turizmus szereplői, és az ágazatot befolyásoló szereplők között. A turisztikai szervezetekből nincsen hiány a régióban, és több TDM szervezeteknek, társulásnak is tagja Martfű. Azonban az együttműködést helyi szinten is fontos lenne tovább erősíteni. Az önkormányzat, a turizmusban érdekelt vállalkozások, szakmai és civilszervezetek, valamint a helyi lakosság is együtt kell működnie. Ki kell kérni a fejlesztések megvalósításához az érintetteket, különös figyelmet fordítva a lakosság véleményére, azért, hogy érezzék ők is fontos részei a turisták fogadásának. A szolgáltatók és vállalkozók pedig szakmailag tudnak hozzájárulni a célok megvalósulásához.

7.3. Termékfejlesztés

Ha felmértük az adottságait és gyengeségeit SWOT analízis segítségével a városnak, akkor az erősségeknek fejlesztésére kell a figyelmet fordítani. Ki kell alakítani egy vonzó városképet és attrakciókat, amellyel a turistákat a városba tudjuk csábítani. Úgy gondolom, hogy Martfűn a természet szépségét és értékeit, a gyógyvíz kedvező hatásait kell kiemelni, amelyek egyedülálló kikapcsolódást nyújtanak

Azonban önmagában egy színvonalas szállás és fürdő jelenléte nem elegendő a turisták vonzását tekintve hosszú távon. A primer kutatásom során is egyértelművé vált, hogy a városi lakosság és a turisták annak ellenére, hogy elégedettek a fürdő szolgáltatásaival, hiányolják a programokat és a látnivalókat. Fontos lenne, hogy a turisták a városban való tartózkodásuk alatt a szabadidejüket tartalmasan tudják eltölteni, amely segíthetné a látogatók tartózkodási idejének és költségének növelését.

Tehát az egészségturizmus mellett szükség van a turizmus más ágainak a komplex fejlesztésére is. Azonban olyan területeket érdemes figyelmet fordítani, amelyek összekapcsolhatóak az egészségturizmussal. Úgy gondolom leginkább a szabadidős turizmus területei, a horgász turizmus, a kerékpáros turizmus, az öko –és természetjáró turizmus, amely nagyobb figyelmet érdemel a városban. Ezen területek célcsoportja számára a relaxáció, a környezettudatosság, az egészséges életmód motivációként szolgál. Ezen felül ezekhez a területek fejlesztéséhez Martfű megfelelő természeti adottságok rendelkezik.

7.3.1.Horgász turizmus

A horgászturizmusnak egyre fontosabb szerepe jut hazánkban. Ma hivatalosan közel négyszázezer horgászt tartanak nyilván Magyarországon. (mno.hu alapján: http://mno.hu/hirtv_gazdasagi_hirei/a-horgaszturizmus-fellenduleset-varjak-1173712)

A Tisza martfői szakasza kiválóan alkalmas horgászásra. Egy horgásztanya helyezkedik el Martfűn, és három horgászegyesülethez lehet csatlakozni. Emellett a gyógykemping területén lévő tavon is van lehetőség horgászatra, ahol horgászengedély nélkül, napijegy váltása esetén is lehet ennek az időtöltésnek hódolni. Egy 2013-ban elfogadott törvény szerint a jövőben lehetővé fog válni az is, hogy az állami tulajdonú vizeken is napijeggyel is lehessen horgászni. Ez nagyban hozzájárulhat a horgászat fellendítéséhez.

Erre a célcsoportra azért érdemes figyelmet fordítani, mert a horgászturizmus résztvevői hosszabb időt is hajlandóak egy célterületen eltölteni, fontos számukra a csend és nyugalom, amely Martfűn kifejezetten jellemző.

Azonban szükség van a horgászturizmushoz kapcsolódó szolgáltatásoknak a fejlesztésére, mint például pihenőhelyek kialakítására, lehetőséget adni horgászszerszám kölcsönzésre rendezvények, horgászversenyek, gasztronómiai programok szervezésére. Emellett fontos arra is gondolni, hogy a horgászok érkezhetnek családdal is, akik nem elsősorban horgászni szeretnének. Számukra nyújt kiváló lehetőséget a Temál Spa és fürdő szolgáltatásai.

7.3.2.Kerékpáros turizmus

Ahogy már egy korábbi fejezetben említettem az elmúlt évek egyik turisztikailag is fontos fejlesztése, egy kerékpáros kiépítése volt Martfűt és Szolnokot összekötve.

Ezzel lehetőség nyílt arra, hogy a város akár kerékpárosan is könnyen és biztonságosan megközelíthetővé váljon. Remek sportolási, kikapcsolódási lehetőséget nyújt a környékre látogatóknak. Azonban még önmagában a kerékpárút a kerékpáros turizmus kiépítéséhez nem elegendő. Fontos, hogy az infrastruktúra fejlesztése tovább folytatódjon a fogadási feltételek kiépítése miatt.

A fogadóterületnek biztosítani kell szervizeket, kerékpártárolókat, pihenőhelyeket, valamint érdemes a környező településekkel összefogva egy tematikus utat kialakítani. (A kerékpáros turizmus fejlesztési stratégiája, 2009)

7.3.3.Öko - és természetjáró turizmus

Az öko - és természetjáró turizmus viszonylag érintetlen területek meglátogatását, tanulmányozását célozza meg a környezet megóvásával.

Martfű sok védett állat és növény számára ad otthont a Hortobágyi Nemzeti Park és Közép-Tisza Tájvédelmi Körzet részeként. Érdemes lenne a Tisza és a folyó menti területeket bevonni e két ágazat fejlesztésére. A következő programokat javasolnám: szervezett túrák szervezése szakvezetéssel, madárfigyelés, fotóséta, a tiszavirágzás idején programok, hajóutak. Fontos, hogy a javasolt turisztikai fejlesztések a fenntarthatóság elve mellett valósuljanak meg.

7.4.Településmarketing

A településmarketing egy olyan marketing folyamat, amelynek feladatát egy helyi szervezet, önkormányzat látja el. Feladata egy település erősségeinek, versenytársainak, potenciális turistáinak a felmérése, vonzerőinek fejlesztése, majd kommunikálása. Célja pedig a város turizmusának, fejlesztésének és ezáltal a lakosság jólétének megteremtése .A településmarketing folyamatai közé tartozik a helyzetelemzés⁹ a célcsoport meghatározása, a marketing eszközeinek a használata. A következők alfejezetben az említett lépéseket Martfű esetében fejtem ki a Befektetőbarát Településekért Program (2012, <http://www.beremend.hu/public/docs/kozvetetel/telepulesmarketing.pdf>) anyagainak felhasználásával.

⁹ Ebben a alfejezetben nem térek ki ismét a helyzetelemzésre, mert a fejezet első pontjában már készítettem egy SWOT elemzést. (Lásd. Melléklete)

A településmarketing nem azonos a hagyományos marketinggel. Ez esetben is terméket kívánnak eladni, de a termék maga a város. Emiatt a klasszikus 4 P (product¹⁰, price, place, promotion) közül az árpolitika és a disztribúció nem igazán alkalmazható, mert ezek nem városi szintű, hanem vállalkozói feladatok.

7.4.1. Célcsoport

A fürdő miatt érkeznek a legtöbben a városba. A gyógyturizmus célcsoportja főként az idősebb korosztály. Martfűn is jellemzően az idősebb és a középkorosztály van többségben. Azonban a városba érkezők legtöbbje családdal érkezik.

7.4.2 Kommunikáció

A kommunikáció fogalmába tartozik minden promóciós tevékenység. Érdemes lenne, olyan kommunikációs eszközöket kihasználni, amelyek hatékonyak, de nem igényelnek nagy volumenű kiadásokat. Ilyen lehetőség például a következők:

- Szolnoki Tourinform irodával való szorosabb együttműködés, és annak folyamatos informálás az aktuális martfűi eseményekről, programokról
- Internetes megjelenés tovább erősítése. A város honlapját idegen nyelven is meg kell jeleníteni, amely mindig naprakész információkkal és programokkal szolgál.
- Kiállításokon, vásárokon való részvétel a város szolgáltatóinak összefogásával. Ezeken a rendezvényeken lehetőség van szakmai kapcsolatok kiépítésre, valamint a potenciális turisták elérésére.

¹⁰ A termékfejlesztést ebben az alfejezetben nem kívánom már kifejteni, mert az előző alfejezetben már kifejtettem.

Összegzés

Az ország keleti részén, különösen Észak-Alföldön a kitörési pontot a fürdők létesítése jelentheti, amely a turizmus ágazatát fejlesztve hozzájárul a gazdaság fellendüléséhez, munkahelyet teremt, és ezáltal növelni képes a helyiek életszínvonalát. Azonban nem szabad megfeledkezni arról a tényről, hogy a 21. század turistái nem csak egy turisztikai termékre, hanem komplex szolgáltatásokat igényelnek. Ezt támasztja alá a kutatásom is Martfű város turizmusával kapcsolatban.

A turizmus, elsősorban az egészségturizmus területén Martfűn fejlődésnek indult a Termál Spa létesítmény kiépülésének köszönhetően. Az elmúlt 9 évben huszonnyolcszorosa nőtt a várost felkeresők száma. Azonban a város nem volt elég felkészült a növekvő számú turisták igényeinek kielégítésre, és így a kínálata sem tudott lépést tartani a fürdő ugrásszerű fejlődésével. A kérdőíves felmérésem egyértelművé tette azt felvetésemet, hogy a turisták szinte teljes mértékben elégedettek a Termál Spa szolgáltatásaival. Azonban a vendégek hiányolják a város kínálatából a minőségi időtöltéshez kapcsolódó programokat, turisztikai attrakciókat, a szervezeteket és a megfelelő tájékoztatást. Ezek hiányában a fürdő nem képes hosszú távon vonzani a turistákat a jövőben.

A problémák megoldásához és a további fejlődéshez elsősorban szervezett irányításra van szükség. A turizmus szervezettség és tudatos tervezés nélkül nem tud működni. Habár a régióban viszonylag jól kiépített a szervezeti rendszer, helyi szinten ez már nem mondható el. Szükség lenne egy önálló vagy önkormányzat keretein belül működő turisztikai szervezetre, amely irányítaná, és összefogná a turizmus szereplőit, és létrehozna egy turisztikai fejlesztési koncepciót, tartalmazva egy marketing tervet is. Ez megadhatná a fejlesztés fő irányvonalait. Martfű esetében figyelembe kell venni Martfű környezetének adottságait. A Tisza és a környezet, az egyedülálló növényzet és állatvilág min-mind adott, de mostanáig nem használták ki a turisták vonzására. A szabadidős turizmus, mint például a horgászturizmus, a kerékpáros turizmus vagy az öko - és természetjáró turizmus területét érdemes lenne fejleszteni, és összehangolni az egészségturizmussal.

Az a szervezeti rendszer kiépülésének és a fejlődésnek pedig alapja az összefogás, amelynek a regionális szinttől egészen a helyi lakosság bevonásáig szükséges megvalósulnia. E nélkül a turizmus rendszere nem tud működni.

Irodalomjegyzék

Szakirodalom

- TASNÁDI JÓZSEF: Turizmus az Európai Unióban és Magyarországon; (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (2005) alapján), Budapest, Magyar Kereskedelmi és Ipar Kamara, 2006 p. 7.
- LENGYEL MÁRTON: A turizmus általános elmélete, Budapest 2004. pp. 103-228,
- PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA: A turizmus hatásai: 3. átdolgozott kiadás, Aula Kiadó,
Budapest Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, 2002 p.49-242
- SZIVA IVETT „Öntsünk tiszta vizet...Az egészségturizmus fogalmi lehatárolása és trendjeinek válogatott bibliográfiája” (Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia, Budapest 2010 alapján); Turizmus Bulletin, 2010. (XIV. évf.) 4. szám, p.73.
- MELANIE SMITH – PUCKÓ LÁSZLÓ: Egészségturizmus gyógyászat, wellness, holisztika, Budapest,
Akadémia Kiadó; 2010 p.75.
- HALLASY EMŐKE: Mintel: Spa tourism: A Mintel Travel & Tourism Analyst
kiadványai alapján összeállította: Halassy Emőke, Turizmus Bulletin 2008 (XI. évf.) 4. szám p. 57-58.
- BOROS SZILVIA – MONDOK ANITA – VÁRHELYI TAMÁS: Az egészségturizmus szolgáltatásai és menedzsmentje, Szolnoki Főiskola, 2012. p. 37
- DR. RUSZINKÓ ÁDÁM: Egészségturizmus I.: oktatási segédanyag a Heller Farkas Főiskola Egészségturizmus Szakirány hallgatói részére: Egészségturizmus Szakirány, Budapest 2006. pp. 20.
- DR. MUNDROCZÓ GYÖRGYNÉ – DR. SZENNYESSY JUDIT: A Széchenyi Terv egészségturisztikai beruházásainak gazdasági hatásai, Turizmus Bulletin 2005 (3. évf.) pp.30.
- CSISZÉR ZOLTÁN: Észak-Alföld, Csiszér Kiadó, Debrecen, 2005 p.13-15.
- TÓTH TIBOR – ANTAL ÁRPÁD – DR. BOTKA JÁNOS – PAPP LÁSZLÓ – DR. SELMECZI LÁSZLÓ – SZURMAY ERNŐ (szerk. bizottság): Adatok Szolnok megye történetéből: I. kötet, Szolnok megyei Levéltár, 1980

ASZTALOS ÁRPÁDNÉ - BALOGH EDITH-DÉNES ZOLTÁN -DR. PALOTÁS GÁBOR-
FARKAS ROLAND- GERE PÉTER- GONDA ISTVÁNNÉ-LOSONCI ANTAL-
PÉCSKŐI MIKLÓS, TOMASOVSKY LÁSZLÓ- VAS BÉLA ZOLTÁN:

Martú képes város történet, Martfű Városi Művelődési Könyvtár, Szolnok 2010

HEGEDŰS KÁLMÁN: Tisza Cipőgyár Martfű, Szolnok, 1974 (Martfű)

PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA: Az attrakciótól az élményig, A

látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Kiadó Rt. Budapest, 2000 p.21

HUTIRAY JUDIT: Turisztikai alapismeretek, KIT Képzőművészeti Kiadó és Nyomda Kft.

Budapest p.51

MICHALKÓ GÁBOR: A városi turizmus elmélete és gyakorlata, MTA Földrajztudományi

Kutató Intézet, Budapest 1992, p.42

PETYKÓ CSILLA: Az egészségturizmus speciális helyszínei: a termál- és

gyógykempingek: Turizmus Bulletin XIV. (Évf. 4.) 2010.

BEKKER ISTVÁNNÉ: Martfű környezetvédelmi problémái, Martfű város

Önkormányzata, Martfű 1996.

DR. LENGYEL MÁRTON: TDM Működési kézikönyv: Készült az Önkormányzati és

Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárság megbízásából, Heller
Farkas Főiskola, Budapest 2008 p.19-34.

DR. MAJOROS PÉTER: Tanácsok, tippek, trükkök nemcsak szakdolgozatíróknak, avagy

a kutatómódszertan alapjai, Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Budapest 2011

KOVÁCS PÉTER: Turizmusmarketing elméletben és gyakorlatban, Kodolányi Főiskola,

Székesfehérvár, 2004

Egyéb forrás:

A turizmus helyzete Magyarországon

http://hirmagazin.sulinet.hu/hu/civilizacio/a_turizmus_helyzete_magyarorszagon

(Letöltés: 2013.09.28)

MAGYAR TURIZMUS ZRT.: Az egészségturizmus koncepciója, Vezetői összefoglaló
2012

http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/93_egtur_marketing_koncepcio.pdf/7ce08aae-b00a-4e33-8962-7a18606e3568 (Letöltés: 2013.09.22.)

Spa típusok <http://spamanagement.hu/spa/spa-tipusok.html> (Letöltés: 2013.10.11.)

ÚJ-SZÉCHÉNYI TERV: Gyógyító Magyarország - Egészségipari Program 2010 pp. 47-49

<http://www.nfu.hu/lapozo/egeszsegipar> (Letöltés: 2013.10.30.)

ÚJ-SZÉCHÉNYI TERV: Gyógyító Magyarország - Egészségipari Program 2010 pp. 48-

54. <http://www.nfu.hu/lapozo/egeszsegipar> Letöltés: 2013.10.30.

Jász-Nagykun-Szolnok megye hivatalos honlapja: A megye településhálózata,

térszerkezete és kistérségei <http://www.jnszm.hu/portal/?f=2&p=16> (Letöltés: 2013.10.11.)

MARTFŰ VÁROS INTEGRÁLT VÁROSFEJLESZTÉSI STRATÉGIA, 2012, p. 41-43, p.84, p.95-99.

KSH: 2011.ÉVI NÉPSZÁMLÁSÁS 3. Területi adatok 3.11. Jász –Nagykun - Szolnok megye, Debrecen 2013 10

http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/nepsz2011/nepsz_03_11_2011.pdf

(Letöltés: 2013.09.30.)

HORTOBÁGYI NEMZETIPARK IGAZGATÓSÁG: Közép-Tiszai Tájvédelmi Körzet

<http://www.hnp.hu/78-8318.php> (Letöltés: 2013.10.15.)

MAGYAR MÁRIA: Tiszavirágzás Martfűn (Martfű város honlapja)

<http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=197845>(Letöltés: 2013.10.16.)

MARTFŰ: Közéleti magazin: KÉPVISELŐ-TESTÜLETI ÜLÉS- 2013. évi költségvetés új finanszírozási modellben, Megújult lakáskonceptió, városfejlesztési elképzelések 2012. dec. 4.

MARTFŰ TERMÁL SPA honlapja: Martfű Gyógyfürdő

<http://www.martfuspa.hu/?turizmus=gyogyfurdo> (Letöltés:2013.10.06.)

MARTFŰ város honlapja: Látnivalók

<http://www.martfu.hu/?module=news&fname=turizmus-latnivalok>

(Letöltés:2013.10.06.)

VIDEÓ: Martfű város honlapja: Interjú Gál

Alberttel <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=193609>

(Letöltés:2013.09.28.)

MAGYAR ZSUZSANNA.: Új rendezvénysorozat a művelődési központban - „Borestek”

a kultúra jegyében <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=193609>

(Letöltés:2013.09.28.)

MARTFŰ VÁROS ÖNKORMÁNYZATA KÉPVISELŐ-TESTÜLETÉNEK 10/2010.

(IX.24.) R E N D E L E T E a 2010. évi pénzügyi terv módosításáról 2013.10.04.

MARTFŰ VÁROS ÖNKORMÁNYZATA KÉPVISELŐ-TESTÜLETÉNEK...../2011.

(IX....) R E N D E L E T E a 2011. évi pénzügyi terv módosításáról J E G Y Z Ő K Ö N Y V, Készült Martfű Város Önkormányzata Képviselő-testületének 2012. augusztus 9. napján megtartott rendkívüli üléséről.

MAGYAR MÁRIA: 2011.09.06 - Befejeződött a 200 millió forintos, a 442. számú főút nyomvonalát követő kerékpárút - fejlesztés Martfű térségében, Martfű hivatalos honlapja <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=181175> (Letöltés:2013.09.27.)

ENEREA Észak-Alföldi Regionális Energia Ügynökség Nonprofit Kft: Martfű Fenntartható Energetikai Akcióterve, Debrecen 2011

Martfű Termál Spa hivatalos honlapja: Termálhotel - Szobák http://www.martfusp.hu/index.php?turizmus=term_szob (Letöltés: 2013.10.21)

MARTFŰ TERMÁL SPA: Martfű és a Keszlerffy – Szobotka-kúria története, <http://www.martfusp.hu/index.php?turizmus=kastely> (Letöltés: 2013.09.19.)

Martfű Gyógyfürdő: <http://www.martfusp.hu/index.php?turizmus=gyogyfurdo> (Letöltés: 2013.10.21.)

HERBÁLY JÁNOSNÉ: 2012.02.09 - Beszámoló a város közbiztonsági helyzetéről – „Hiszek benne, hogy el kell rettenteni a bűnelkövetőket”, <http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=185752>(Letöltés:2013.10.22.)

MARTFŰ TERMÁL SPA: VENDÉGKÖNYV http://www.martfusp.hu/index.php?turizmus=vendeg_konyv&lapoz=1#start (Letöltés:2013.10.23.)

MARTFŰ TERMÁL SPA honlapja: Termálhotel-Árak: http://www.martfusp.hu/index.php?turizmus=term_arak (Letöltés:2013.11.01.)

AQUA-LUX*** WELLNESS HOTEL honlapja: Akciók/áraink <http://www.aqua-lux.hu/index.php?lap=akciok> (Letöltés: 2013.10.01.)

28/1998. (V. 13.) IKIM rendelet a Regionális Idegenforgalmi Bizottságok, valamint a Regionális Idegenforgalmi Bizottságok munkaszervezeteinek feladatairól http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99800028.IKI (Letöltés:2013.09.11.)

MAGYAR TURIZMUS ZRT. - Regionális Marketing Igazgatóságok <http://neta.itthon.hu/szakmai-oldalak/turizmus-szervezeti/magyar-turizmus-zrt-071016-1> (Letöltés: 2013.09.11.)

MAGYAR MÁRIA: Martfű is csatlakozott a Magyar Fürdővárosok Szövetségéhez

<http://www.martfu.hu/?module=news&action=show&nid=194576> 2013.09.

JÁSZ-NAGYKUN-SZOLNOK megye turisztikai honlapja

<http://www.tiszainform.com/index.php> (Letöltés: 2013.10.11.)

TOURINFORM: Névhasználati Kézikönyv: 1. sz. melléklet

http://www.balatonboglar.hu/dokumentumok/eloterjesztesek/2012-02-23/15_nevhasznalati_kezikonyv_2012.pdf (Letöltés:2013.10.12.)

IDEGENFORGALMI ADÓ

https://ugyintezes.magyarorszag.hu/ugyek/410004/420007/Helyi_adok20091202.html?ugy=idegenforgado.html#topicissue (Letöltés:2013.10.01.)

Magyarország térkép: Google Képek

<https://www.google.hu/search?q=r%C3%A9gi%C3%B3k+t%C3%A9rk%C3%A9p&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=eY51UsThOsnStAbC3IGACw&ved=0CAcQAUoAQ&biw=1066&bih=665#q=r%C3%A9gi%C3%B3k+t%C3%A9rk%C3%A9p&tbm=isch&imgdii=> (Letöltés:2013.09.27.)

BTFKP A Balatoni Turizmus Fejlesztési Koncepciója és programja LT Consorg Kft., Balatonfüred, 2005

<http://www.kormany.hu/download/d/7e/20000/Balaton.pdf> (Letöltés: 2013.11.02.)

A horgászturizmus fellendülését várják (mno.hu)

http://mno.hu/hirtv_gazdasagi_hirei/a-horgaszturizmus-fellenduleset-varjak-1173712
(Letöltés: 2013.10.26.)

A KERÉKPÁROS TURIZMUS FEJLESZTÉSI STRATÉGIÁJA Önkormányzati Minisztérium Turisztikai

Szakállamtitkársága megbízásából az EconoConsult Kft. és a COWI Magyarország Kft., 2009

http://www.kormany.hu/download/3/a0/30000/Kerekparos%20turizmus%20strategia_egyeztetett_12.21.pdf (Letöltés: 2013.10.29.)

BEFEKTETŐBARÁT TELEPÜLÉSEKÉRT PROGRAM: III. szakmai modul Befektetői településmarketing, Pécs 2012

Mellékletek

1. számú melléklet: Lakossági kérdőív

Tisztelt Hölgyem/Uram!

Az alábbi kérdőív kitöltésével nagyban segítene a szakdolgozatomat elkészítésében, amely *Martfű város turizmusának fejlesztésével* foglalkozik. A kérdőív kitöltése névtelen és önkéntes. Kitöltése körülbelül 5 percet igényel.

1. Mióta él Martfűn?

2. Szeret itt élni?

Igen, nagyon szeretek Szeretek. Nem szeretek. Ha tehetném, máshol élnék Nem tudom.

Egyéb: _____

3. Ön szerint mennyire fejlett Martfű az alábbi területeken?

	Nagyon fejlett	Fejlett	Stagnál	Le van maradva	Fejletlen	Nem tudom
Gazdaság						
Infrastruktúra						
Kultúra						
Turizmus						

4. Mennyire tartja igaznak a következő állításokat?

	Teljesen igaz	Részben igaz	Nem teljesen igaz	Egyáltalán nem igaz	Nem tudom
Martfű életében jelentős szerepe van a turizmusnak.					
Martfű egy izgalmas, sokszínű város.					
Sok látnivaló található a városban.					
A Termál Spa megépülése nagyban segítette a város turizmusát.					
A Termál Spa hozzájárul a város fejlődéséhez.					
A turizmus területén sok kihasználhatatlan lehetőség van még Martfűn. (például vízi turizmus, kerékpáros turizmus)					

5. Szívesen látna több turistát a városban?

Igen, mindenképpen. Igen, valószínűleg. Nem, nem valószínű Nem tudom.

Egyéb: _____

6. Ön szerint melyik a 3 leggyakoribb cél, amely miatt a turisták Martfűre jönnek?

üzleti	gyógyturisztikai	wellness	természetjárás, kirándulás
városnézés	kulturális program/rendezvény	sport program, hobby/ sportesemény	barát-, rokonlátogatás
pihenés/kikapcsolódás	fesztivál	átutazás	

Egyéb: _____

7. Kérem, értékelje az alábbi szolgáltatásokat, amelyek a Termál Spa-ban találhatóak (A táblázatban a 10-es a legjobb, az 1-es pedig a leggyengébb értékelést jelenti.)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Nem vettem igénybe
Martfű Termál Spa szolgáltatásai											
Megközelíthetőség											
Parkolási lehetőség											
Fürdő állapota											
Arszínvonal											
Személyzet											
Higiénia, tisztaság											
Víz minőség											
Szaunák											
Sóbarlang											
Gyógymedencék											

Úszómedence													
Masszázs													
Konditerem													
Konferenciaterem													
Éjszakai fürdőzés													
Aquafitness													
Röplabdapálya													
Bowling pálya													
Étterem													
Drinkbár													

8. Mennyire van megelégedve a következő szolgáltatásokkal a városban? (A táblázatban a 10-es a legjobb, az 1-es pedig a leggyengébb értékelést jelenti.)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Nem vettem igénybe
Infrastruktúra											
Parkok, közterületek, zöldterületek aránya											
Utak állapota											
Megközelíthetőség											
Közbiztonság											
Higiénia, tisztaság											
Arszínvonal											
Idegenforgalom											
Turisztikai látnivalók, attrakciók (müemlék, múzeum, stb.)											
Turisztikai rendezvények, programok											
Nevezetességek állapota											
Vendéglátóegységek (étterem, büfé, cukrászda stb.)											
Turisztikai információk											
Egyéb turisztikai szervezetek (utazási iroda, TDM szervezetek stb.)											
Helyiek vendégszeretete											
Szálláshelyek											
Termálhotel Martfű											
Martfű Gyógykemping											
Kastélyszálló-Panzió Martfű											
Egyéb szálláshelyek											

9. Mit hiányol a város turisztikai kínálatából? Milyen javaslatai lennének?

10. Ajánlaná Martfű város meglátogatását?

Igen, mindenképpen Igen, valószínűleg. Nem, nem valószínű Még nem tudom

Nem, mert _____

11. Neme

Férfi Nő

12. Életkora

0-18 19-25 26-35 36-45 46-60 60 év fölött

13. Családi állapota

párkapcsolatban é nélkül párkapcsolatban él gyermekkel egyedülálló egyedülálló gyermeke

14. Iskolai végzettsége

8 általános szakmunkásképző középfokú, érettségi főiskola/egyetem

Egyéb: _____

15. Lakóhelye: _____

16. Foglalkozása

vállalkozó vezető beosztású szellemi foglalkozású szellemi foglalkozású alkalmazott nyugdíjas

tanuló/hallgató otthon levő Egyéb: _____

Köszönöm a segítségét!

2. számú melléklet: Kérdőív a városba érkező turisták részére

Tisztelt Hölgyem/Uram!

Az alábbi kérdőív kitöltésével nagyban segítené a szakdolgozatomat elkészítésében, amely *Martfű város turizmusának fejlesztésével* foglalkozik. A kérdőív kitöltése névtelen és önkéntes. Kitöltése körülbelül 5 percet igényel.

1. Hányadik alkalommal jár Martfűn?

első második többször jártam már Martfűn rendszeresen visszatérő vendég vagyok

2. Milyen célból kereste fel a várost? (több választ is bejelölhet)

üzleti gyógyturisztikai wellnes természetjárás, kirándulás

városnézés kulturális program/rendezvény sport program, hobby/sportesemény barát-, rokonlátogatás

pihenés/kikapcsolódás fesztivál átutazó vagyok

Egyéb: _____

3. Utazása előtt honnan tájékozódott Martfűről?

saját tapasztalat barát ajánlotta nyomtatott sajtó

rádió, TV propesktus, kiadvány Internet Egyéb: _____

4. Kivel érkezett a városba?

egyedül élettárral/párjával családdal

baráttal/barátokkal munkatárssal/munkatársakkal Egyéb: _____

5. Milyen közlekedési eszközzel érkezett városunkba?

személygépkocsi autóbusz vonat motorkerékpár kerékpár

Egyéb: _____

6. Mennyi időt tölt Martfűn?

kevesebb, mint 1 nap 1-3 nap 4-5 nap 1-2 hét között több mint 2 hét

Egyéb: _____

7. Milyen összeget szánt erre az utazására összesen?

10 ezer Ft alatt 10 - 20 ezer Ft 20 - 30 ezer Ft 40 - 50 ezer Ft 100 -150 ezer Ft 150 ezer Ft fölött

8. Mennyit költ évente utazásra?

50 ezer Ft alatt 50-100 ezer Ft 100 - 200 ezer Ft 200 - 300 ezer Ft 300 ezer Ft fölött

9. Kérem, értékelje az alábbi szolgáltatásokat, ha igénybe vette azokat. (A táblázatban a 10-es a legjobb, az 1-es pedig a leggyengébb értékelést jelenti.)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Nem vettem igénybe
Martfű Termál Spa szolgáltatásai											
Megközelíthetőség											
Parkolási lehetőség											
Fürdő állapota											
Árszínvonal											
Személyzet											
Higiénia, tisztaság											
Víz minőség											
Szaunák											
Sóbarlang											
Gyógymedencék											
Úszómedence											
Masszázs											
Konditerem											
Konferenciaterem											
Éjszakai fürdőzés											
Aquafitness											
Röplabdapálya											

3. számú melléklet: Interjúvázlat S. Bodor Évával, Martfű Város Önkormányzatának alkalmazottjával (2013.09.11.)

1. Ön martfűi lakos? Mióta él itt?

15 éve költöztem Martfűre a családommal. Erdélyből származok.

2. Milyen pozícióban dolgozik?

Ügyintézőként dolgozok az önkormányzatnál. Jelenleg a Martfű Fenntartható Energetikai Akciótervének a megvalósításán dolgozok.

3. Mi a véleménye a város turizmusáról az elmúlt pár év tapasztalatai alapján?

Az utóbbi években sokat fejlődött a város turizmusa. Egyre több turista keresi fel a várost, amely nagyban köszönhető a Termál Spa megnyitásának is.

4. Milyennek ítéli meg Martfű turisztikai kínálatát?

Úgy gondolom, hogy a környező településekhez képest jó Martfű turisztikai kínálata. A turisták számára sok kikapcsolódási lehetőség van. Önmagában a Tisza és az érintetlen természet is vonzó lehet azok számára, akik nagyobb városból érkeznek. A fürdő megépülése óta pedig még inkább több lehetőség adott. Sajnos szervezeti szinten nem mondható el ugyanez. Habár Martfű két TDM szervezetnek, a Tiszazugi Turizmus Szövetségnek és az Alföld Szíve Turisztikai Egyesületnek is a tagja, helyi szinten nem kiépített a szervezethez.

5. Milyen turisztikai fejlesztések történtek az elmúlt években? Hogyan támogatják a turizmus fejlődését?

A leginkább kiemelkedő fejlesztés a városban a fürdő megépülése. A város ehhez úgy járult hozzá, hogy harminc évre a fürdő üzemeltetésébe adta az egyik termálkútját. Ezenkívül a Termál Spa szervezésében tartott fesztivált is minden évben anyagilag támogattuk.

Az energetikai akcióterv megvalósulásával is hozzájárulhatnánk a turizmus fejlődéséhez, mivel a turistákban egyre jobban tudatosul a fenntarthatóság szükségessége. Ha Martfű egy „zöld várossá” válik, akkor ez is egy pozitív képet sugall Martfűről.

6. Milyen nagyságú bevétele az önkormányzatnak az IFA-ból? Mire fordítják ezt az összeget?

Martfűn az IFA mértéke 400 Ft/fő éjszakánként. 2011-ben 3 100 000 Ft, 2012-ben 5 555 000 Ft, és 2013-ban: várhatóan 6 000 000 Ft lesz az összege ennek a bevételnek. Sajnos ezt a

befolyt összeget nem turisztikai fejlesztésre fordítjuk elsősorban. Azonban a város fejlesztésével közvetetten a turizmust is fejlesztjük ebből az összegből.

4. számú melléklet: Interjúvázlat Jakab Ildikóval, a Termál Spa marketing ügyintézőjével

1. Ön martfői lakos? Mióta él itt?

Nem, nem martfői lakos vagyok. Tiszaföldváról járok a fürdőbe dolgozni.

2. Milyen pozícióban dolgozik a Termál Spa-ban?

Marketing ügyintézőként dolgozok.

3. Kérem, röviden foglalja össze a Termál Spa létesítmény történetét?

A Termál Spa tulajdonosa Tomasoovszky László, aki 2001-ben vásárolta meg a létesítmény területét. Először a kemping épült meg 2005-ben, majd 2007-ben a Termál Hotel, és végül a fürdő 2009-ben. Az építkezések vissza nem térítendő támogatásokkal tudtak megvalósulni. Jelenleg 4 részből áll össze a létesítmény: Martfű Gyógykemping, a Termálhotel az étteremmel és a konferenciatermével, Kastélyszálló-Panzió, valamint a Gyógyfürdő és az Uszoda.

4. Milyen a vendégek összetétele? Milyen szolgáltatásokat vesznek igénybe általában?

A legtöbben a fürdő, és annak szolgáltatásai miatt látogatnak a Termál Spa-ba. Azonban sokan érkeznek üzleti út miatt is. A külföldiek száma nem jelentős. A nagy részük a közeli országokból, mint Románia, Szlovákia vagy Lengyelország érkeznek. A belföldi vendégek pedig általában a környező településekről, vagy Budapest és környékéről jönnek.

5. Ön szerint a Termál Spa hozzájárul a város fejlődéséhez? Ha igen, hogyan?

Igen, mindenképpen. A város turistáinak szálláshelyet, színvonalas szolgáltatásokat, gyógyulási és rekreációs lehetőségeket nyújt, amelyet a város lakói is igénybe vehetnek. Emellett a létesítmény munkahelyet is teremt a martfűieknek. 76 fő dolgozik a létesítményben, akik közül 55 fő martfűi. Az ÖrökZöld Tisza Fesztivál megrendezésével pedig egy hagyományt teremtettünk a városban. Sajnos a fesztivál idén nem tudott megvalósulni pénzügyi problémák miatt.

Továbbá a komplexum több szervezetnek a tagja, mint például az Észak-Alföldi Termálklub Egyesületnek, a Jász-Nagykún-Szolnok Megyei Termál Klubnak, a Jász-Nagykún-Szolnok Megyei Termál- és Gyógyturizmus Egyesületnek. Ez is hozzájárul ahhoz, hogy az egész város hírnevét növeljük.

6. Mi a véleménye a város turizmusáról az elmúlt pár év tapasztalatai alapján?

Úgy gondolom, hogy sokat fejlődött az utóbbi években. A szálloda és a fürdő megnyitása óta egyre több a turista Martún, és örülünk, hogy a helyi lakosság is szívesen jár hozzánk.

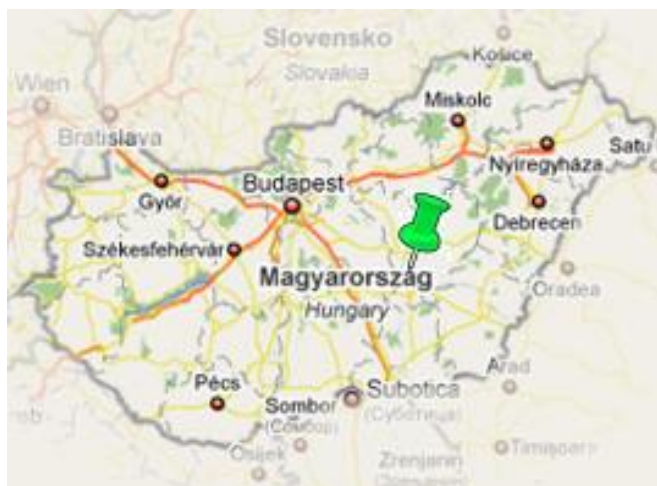
7. Milyenek ítéli meg Martfű turisztikai kínálatát?

A turisztikai kínálat már kevésbé mondható kielégítőnek. A szállodánkba érkező vendégeinknek megpróbálunk színes programokat nyújtani a Termál Spa keretein belül. Aonban ha a város látványosságairól, programjairól kérdeznak, legtöbbször a környező települések látnivalóit kell ajánlanunk, mert nem tudunk mást.

8. Jövőbeni tervek, célkitűzések?

Szeretnénk két úszómedencét építeni külső területre a gyógymedencék mellé. Ezenkívül azon dolgozunk, hogy a fesztivál ismét meg tudjon valósulni a következő években. azonban ehhez támogatókat kell szereznünk.

5. számú melléklet: Martfű elhelyezkedése



Forrás: www.utazitthon.hu: Martfű és környéke (30 km) program, látnivaló és szállás ajánlatai

<http://www.utazitthon.hu/martfu-kornyeken-program-latnivalo-szallas-ajanlo.html>

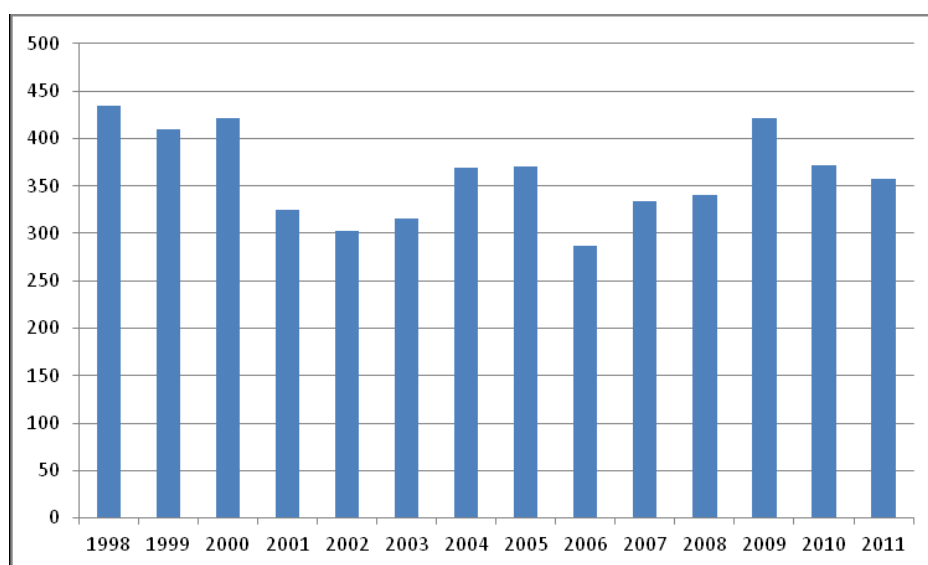
(Letöltés: 2013.10.02.)

6. számú melléklet: Foglalkoztatottak száma Martfűn

	Állandó népesség száma (fő)	15-64 közötti népesség (fő)	Foglalkoz- tatottak száma (fő)	Munkanélküli ek száma (fő)	Gazdasági aktivitási arány (%)	Aktivitási ráta (%)	Munkanél- küliségi ráta (%)
Besenyszög	3487	2366	1299	203	43,07%	54,90%	8,58%
Csataszög	349	224	105	29	38,40%	46,88%	12,95%
Hunyadfalva	239	145	68	28	40,17%	46,90%	19,31%
Kőtelek	1685	1085	474	135	36,14%	43,69%	12,44%
Martfű	6940	4947	2980	421	49,01%	60,24%	8,51%
Nagykörű	1699	1121	570	123	40,79%	50,85%	10,97%
Rákóczi-fala	5558	3921	2132	339	44,46%	54,37%	8,65%
Rákócziújfu	2093	1500	769	200	46,30%	51,27%	13,33%
Szajol	4028	2765	1531	272	44,76%	55,37%	9,84%
Szászberek	1017	703	401	40	43,36%	57,04%	5,69%
Szolnok	74770	52432	30787	3403	45,73%	58,72%	6,49%
Tiszajenő	1655	1120	540	86	37,82%	48,21%	7,68%
Tiszasüly	1642	1099	554	102	39,95%	50,41%	9,28%
Tiszavárkony	1608,	1107	608,	81,	42,85%	54,92%	7,32%
Tószeg	4658	3310	1879	327	47,36%	56,77%	9,88%
Újszász	6628	4342	2211	302	37,91%	50,92%	6,96%
Vezseny	737	492	235	51	38,81%	47,76%	10,37%
Zagyvarékos	3776	2609	1404	380	47,25%	53,81%	14,56%

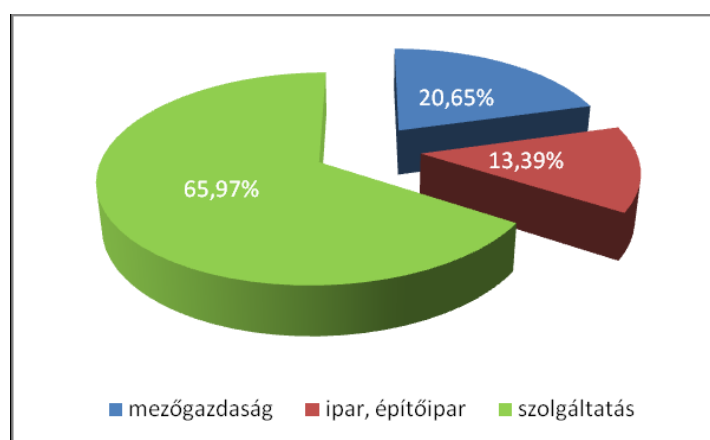
Forrás: MARTFŰ VÁROS INTEGRÁLT VÁROSFEJLESZTÉSI STRATÉGIA, 2012 16. táblázat

7. számú melléklet: Regisztrált munkanélküliek száma Martfűn



Forrás: MARTFŰ VÁROS INTEGRÁLT VÁROSFEJLESZTÉSI STRATÉGIA, 2012 17. ábra

8. számú melléklet: Regisztrált vállalkozások száma Martfűn (2011)



Forrás: MARTFŰ VÁROS INTEGRÁLT VÁROSFEJLESZTÉSI STRATÉGIA, 2012 9. tábla

9. számú melléklet: Martfű Termál Spa vendégadatok

Martfű Sp. Rekr.közp.	mük.	Kemping apartmanok, bungalók										kastély										hotel										
		vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					
		adó	külf	Bel	Össz	külf	Bel	Össz	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.			
2005																																
január	31																															
február	28																															
március	31																															
április	30																															
május	31																															
június	30																															
július	31																															
augusztus	31																															
szepember	30																															
október	31																															
november	30																															
december	31																															
összesen	365																															

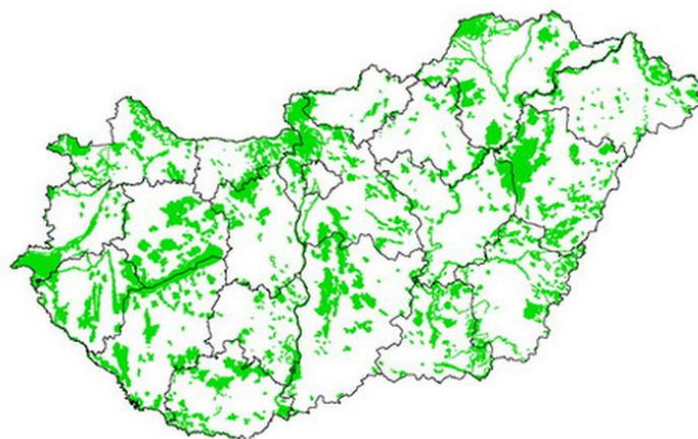
Martfű Sp. Rekr.közp.	mük.	Kemping apartmanok, bungalók										kastély										hotel										
		vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					
		adó	külf	Bel	Össz	külf	Bel	Össz	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.			
2006																																
január	31																															
február	28																															
március	31																															
április	30																															
május	31																															
június	30																															
július	31																															
augusztus	31																															
szepember	30																															
október	31																															
november	30																															
december	31																															
összesen	365																															

Martfű Sp. Rekr.közp.	mük.	Kemping apartmanok, bungalók										kastély										hotel										
		vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					
		adó	külf	Bel	Össz	külf	Bel	Össz	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.			
2007																																
január	31																															
február	28																															
március	31																															
április	30																															
május	31																															
június	30																															
július	31																															
augusztus	31																															
szepember	30																															
október	31																															
november	30																															
december	31																															
összesen	365																															

Martfű Sp. Rekr.közp.	mük.	Kemping apartmanok, bungalók										kastély										hotel										
		vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					vendégsz.					
		adó	külf	Bel	Össz	külf	Bel	Össz	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.	szoba	kiad.	kiad.			
2008																																
január	31																															
február	29																															
március	31																															
április	30																															
május	31																															
június	30																															
július	31																															
augusztus	31																															
szepember	30																															
október	31																															
november	30																															

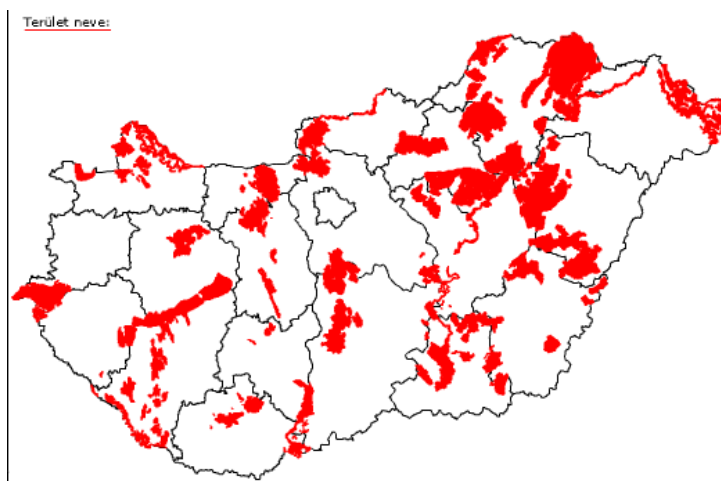
Forrás: Termál Spa vendégadatok Jakab Ildikótól (marketing ügyintéző, Termál Spa)

10. számú melléklet: Natura2000 program különleges természetmegőrzési területek



Forrás: <http://www.natura.2000.hu/hu/node/253> (Letöltés: 2013.10.01.)

11. számú melléklet: Natura2000 program különleges madárvédelmi területek



Forrás: <http://www.natura.2000.hu/hu/node/252> (Letöltés: 2013.10.01.)

12. számú melléklet: OGYFI által elismert gyógyvizek jegyzéke

S O R S Z Á M A	T E L E P Ü L É S	M E G Y E	Kút, forrás jelölése	Kút- katasz- teri szám OKK	Hé- viz- kút ka- tasz- teri szám	Fe- lül vizi- gá- lat / mő- dö- sítő ügy- irat szá- ma	Első minő- sítési enge- dély száma	Meg újított mő- nősítő hatá- rozat száma	Víz- keres- kedel- mi elneve- zése	Köz- zé- tél száma	Fel- hasz- ná- lási mód "B" =ivási célú "K" =für- dősi célú	Törzs - könyvi nyilv án tartási szám a
138.	Mart- fű	Jász- Nagy- kun- Szolnok megye	Martfű II.	B-20	-	-	598/ GYF /2002	-	Martfűi Gyógy- víz	11/200 3. (Eü.K. 7.)	K	VII/1 38

Forrás: <http://efriib.antsz.hu:7778/ogyfi/gyogylviz.jsp> (Letöltés: 2013.10.13.)

13. számú melléklet: Városháza Martfűn



Forrás: <http://kepeslaptar.vfmk.hu/kepeslapok/0778.jpg> (Letöltés: 2013.10.11.)

14. számú melléklet: Termálhotel



Forrás: <http://www.martfuspaspa.hu/index.php?turizmus=hotel> (Letöltés: 2013.10.16.)

15. számú melléklet: Gyógyfürdő



Forrás: <http://www.martfuspaspa.hu/index.php?turizmus=gyogyfurdo> (Letöltés: 2013.10.16.)

16. számú melléklet: Kastélyszálló



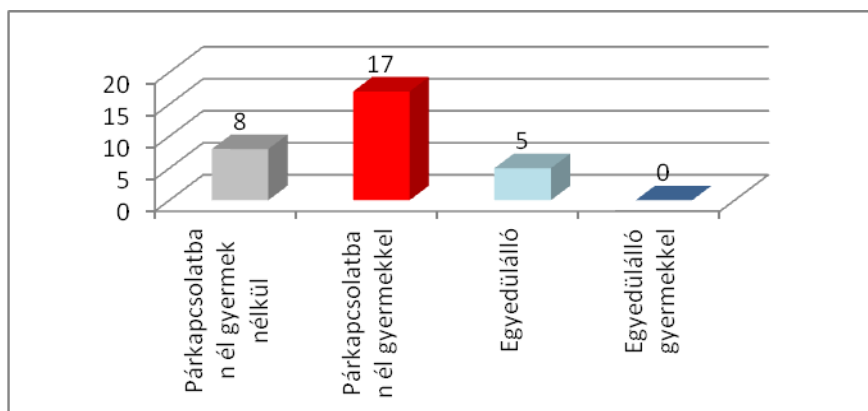
Forrás: <http://www.programturizmus.hu/tpartner-kastelyszallo-panzio-martfu.html> (Letöltés: 2013.10.16.)

17. számú melléklet: Gyógykemping



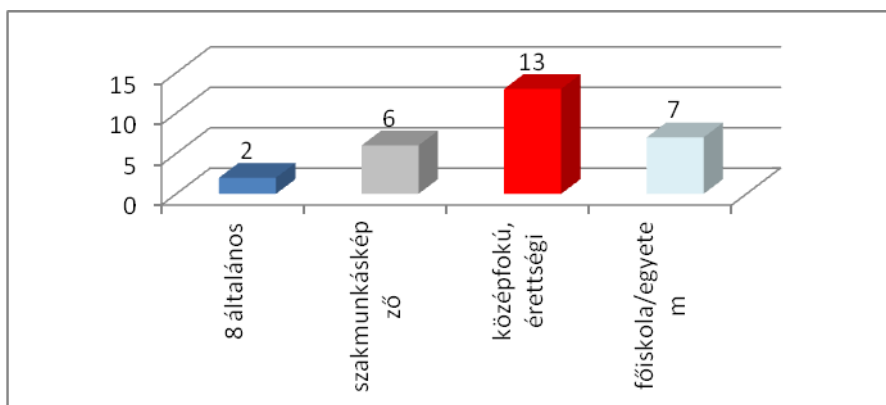
Forrás: <http://itthon.hu/eszakalfold/kempingek/-/netaview/62943;jsessionid=374D0D9659A48F46199D1530B3660E27> (Letöltés: 2013.10.16.)

18. számú melléklet: Lakosság családi állapot szerinti megoszlása



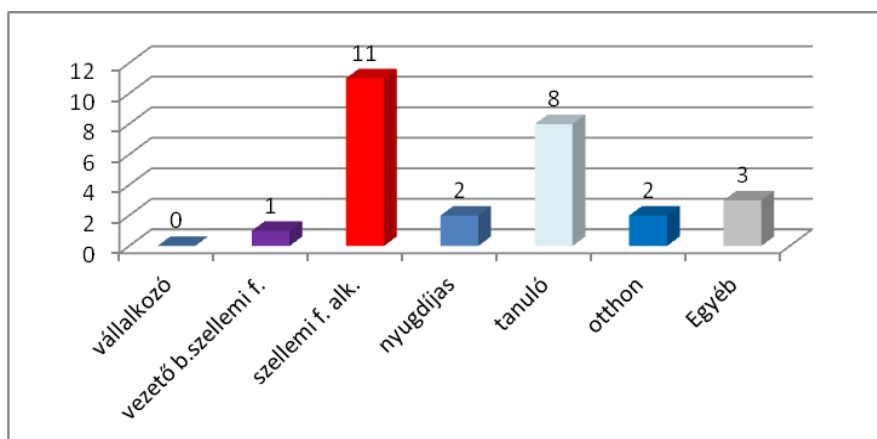
Forrás: Saját kutatás

19. számú melléklet: Lakosság iskolai végzettség szerinti megoszlás



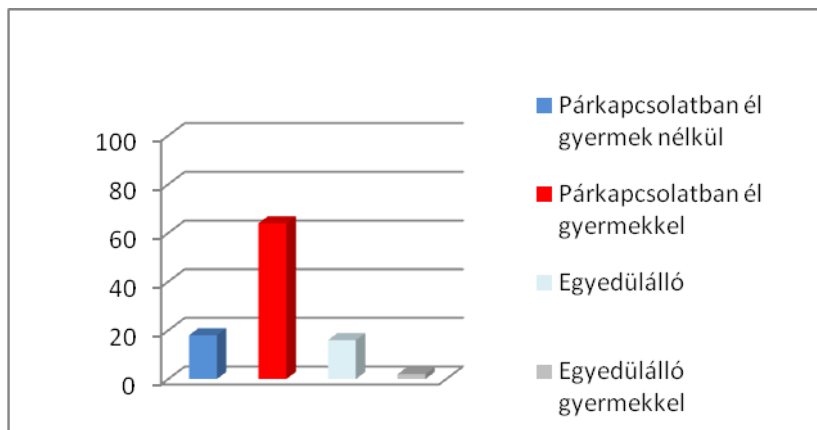
Forrás: Saját kutatás

20. számú melléklet: Lakosság foglalkozás szerinti megoszlás



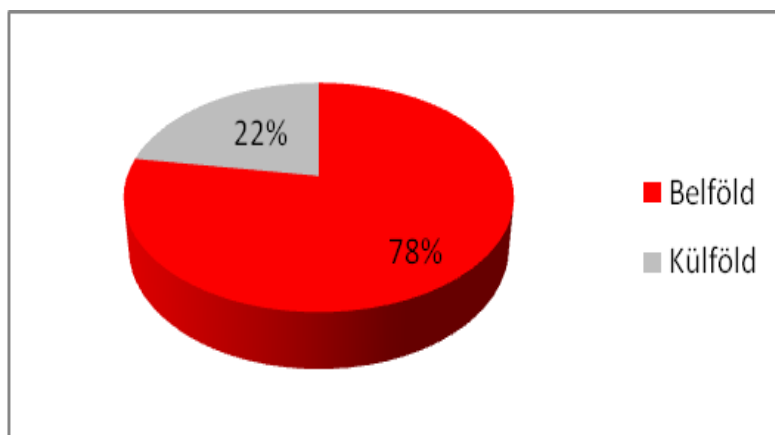
Forrás: Saját kutatás

21. számú melléklet: Családi állapot szerinti megoszlás (Kérdőív a városba érkező turisták számára)



Forrás: Saját kutatás

22. számú melléklet: Belföldi és külföldi turisták megoszlása



Forrás: Saját kutatás