

GYULA ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI JELENTŐSÉGE A 2020. ÉVBEN MEGHATÁROZOTT ÚJ DESZTINÁCIÓS SZERKEZETBEN

Kis Fruzsina – Bagdi Róbert

Összefoglalás

A hazai turizmus irányítási és szervezeti rendszerét 2016-ban alapjaiban újították meg, amelynek számos új eleme volt. Ezek közül csak a 2016-2017 folyamán lehatárolásra került öt kiemelt turisztikai fejlesztési térség meghatározását említjük meg, amelyek a hazai turizmusfejlesztés új, térbeli kereteit adták. 2020 őszén a desztinációs rendszert továbbfejlesztették, ami nemcsak az elnevezések felülvizsgálatát jelentette, de azt is, hogy tizenegy turisztikai térséget határoztak meg, úgy, hogy a korábbi öt mellé hat újat jelöltek ki. Az új térségek közül a Gyula és térsége turisztikai térség áll a legkevésbé, mindössze két településből (Gyula és Békéscsaba). A desztinációs kijelölést a 2019-ben realizált 613 ezer vendégéjszaka mindenképpen indokolta, amiből 520 ezer volt a belföldi vendéghez köthető. Tanulmányunkban a turisztikai térség legfontosabb attrakciót és az azokról alkotott véleményt próbáljuk meg meghatározni, a Gyulára érkezett vendégek kérdőív általi megkérdezése alapján. A Gyulai Vár, a Várfürdő és az Almásy-kastély bizonyult a legnépszerűbbnek Gyulán, de a Százéves Cukrászda ismertsége is magas volt (a válaszadók háromnegyede említette). A megkérdezettek 57,7%-a legalább kettő okot jelölt, ami miatt felkereste a térséget. A válaszadók 35,2%-a pedig már legalább háromszor tekintette meg a gyulai vár kiállításait.

Kulcsszavak: desztináció, turizmusfejlesztés, turisztikai térség

JEL: Z32

THE TOURISTIC IMPORTANCE OF GYULA REGION IN THE NEW DESTINATION STRUCTURE DEFINED IN 2020

Abstract

The management system and organisational structure of national tourism fundamentally renewed in Hungary in 2016, which had several new elements. The five determined 'important tourism developing areas' as destinations became the new frame for developing tourism in 2016 and 2017. Destination system was also changed in 2020, when not only the official names and territorial range were overviewed, but also created eleven destinations with determining six new ones. Among these destinations, the Gyula region consists of the least number of settlements with only two (Gyula and Békéscsaba). The 613 thousand tourism overnights (520 thousands completed by Hungarians) in Gyula and Békéscsaba in 2019 account for determining as a destination. Our questionnaire research investigated how widely known the destination was among the respondents and also their opinions about the most important sights. The Medieval Gyula Castle and Bastion, the Castle Bath and Aqua Palace, and the Almasy Castle proved to most popular sights in Gyula. The centennial confectionery is also well-known (with a three-quarter rate) among the visitors. 57.7% of the respondents mentioned at least two motivations to visit Gyula, and around one-thirds of the respondents visited the exhibitions of the Castle of Gyula at least three times.

Keywords: destination, tourism development, tourism region

JEL: Z32

Bevezetés

Alapjaiban újult meg a hazai turizmus irányítási és szervezeti rendszere 2016-ban, amelynek legfontosabb eleme az év végén elfogadott turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól rendelkező CLVI. törvény volt. E törvény a desztinációkat tekintette a jövőbeli turisztikai fejlesztések keretének a turisztikai régiók helyett. 2016–2017 folyamán 5 kiemelt turisztikai fejlesztési térség került lehatárolásra, elsőként a Balaton és a Sopron-Fertő, majd harmadikként a Tokaj, Felső-Tisza, Nyírség, negyedikként a Debrecen, Hajdúszoboszló, Hortobágy, Tisza-tó került meghatározásra, végül a Dunakanyar jelent meg kormányhatározatban. 2020 szeptemberében a desztinációk meghatározásából kikerült a 'kiemelt' és a 'fejlesztési' szó is, és további hat turisztikai térséggel bővült a turisztikai egységek rendszere. Az újonnan megvalósított rendszerrel kapcsolatban kijelenthető, hogy egyrészt a jövőben nem lesz Magyarország teljes területe valamely desztináció része. Másrészt egy turisztikai desztinációnak nem kell feltétlenül egyetlen összefüggő területből állnia, területe mozaikos szerkezetű is lehet. A hat, újonnan létrehozott turisztikai térség közül Gyula és térsége egyedisége elsőként leginkább a településszámban érzékelhető, mert csupán Gyula és Békéscsaba alkotja. Gyula városa tűnik a térség húzó erejének, ahol számos fejlesztés valósult meg a múltban, illetve van folyamatban, így például a Széchenyi 2020 keretén belül egymilliárd forintot nyert a város komplex turisztikai fejlesztésére. A tervek szerint a térség turisztikai versenyképességét fogja növelni a 2022. év végére, a Ladics-házhoz, a Százéves cukrászdához kötődő fejlesztés, valamint sor kerül a kerékpárhálózat bővítésére is. (Gyulai Hírlap, 2021)

Anyag és módszer

A Gyula és térsége desztináció vizsgálatához primer és szekunder kutatást is végeztünk. Primer kutatásként kérdőívet állítottunk össze, amelyet 2021 augusztusában töltöttünk ki a Gyulai Vár előtti téren. A kérdőív három részre tagolódott és összesen 23 (többnyire zárt) kérdést tartalmazott. Az első részben öt kérdés a belföldi szabadidős utazási szokásokkal foglalkozott, míg a második részben a Gyulán megforduló turisták véleményét tudakoltuk a térség attrakcióival kapcsolatban. A kérdőívben a desztinációval foglalkozó tartalmi kérdések száma három volt, míg kifejezetten Gyulára és annak attrakcióira viszont tíz darab vonatkozott. A tartalmi kérdések között többnyire az egyszeres választási lehetőségek fordultak elő, de skálakérdések, illetve többféle választási lehetőséget biztosító kérdések is előfordultak. Négy kérdés vonatkozott a szociáldemográfiai azonosításra, így a nem, az életkor, a lakhely típusa és az iskolai végzettség. A kérdőívet végül 111-en töltötték ki, az eredmények feldolgozása Excelben történt meg. Kutatási célként a Gyulára látogatók motivációs céljainak, illetve a legfontosabb helyi attrakciókról alkotott vélemények meghatározását tűztük ki.

A térséghez kötődő szakirodalom meglehetősen szűkös, aminek az lehet az oka, hogy Gyula az „egyik legfiatalabb fürdővárosunk” (Varga–Vadas, 1990: 128). Tételes bibliográfiát így nem kívánunk közreadni, csak röviden utalunk a legfontosabbnak tekinthető, a városhoz kötődő jellemzőkre, fordulópontokra és eseményekre. Gyula mindennapi életét nagyban befolyásolja, hogy a trianoni béke értelmében a román-magyar határ a város mellett került megállapításra, majd 1950-ben elvesztette megyeszékhelyi rangját is. Ez a földrajzilag periférikus fekvés még a XXI. században is érezteti hatását, elegendő a város megközelíthetőségére (autópályák közelségére) gondolni. Egy 2005-ben végzett kutatás szerint például a magyar lakosság mentális térképén távoli helynek számított, ahogy Nyíregyháza, Kőszeg és Lenti is. (Michalkó, 2007) A HONifo Üzletviteli Ta-

nácsadó Kft. (2021) által elkészített Gyula város desztinációfejlesztési stratégiája 2021–2025 című dokumentum is megfogalmazta ezt a hátrányos fekvést. A Budapesttől való elérhetőséget tekintve személyautóval 2 óra 45 percet határoztak meg (222 km távolságra), ami a jelentős hazai gyógyhelyekkel való összehasonlításban a leghosszabb időnek bizonyult. A földrajzi fekvéssel szemben a város gazdaságföldrajzi, turisztikai adottságai sokkal jobbak, így Gyula és térsége nem számított perifériának, sem az államszocializmus idején, sem 1990 után. (Pénzes, 2013) Gyula napjainkban középvárosnak számít a 30 ezer körüli népességével, amelynek vonzáskörzete kb. 70 ezer fős népességgel bír. (Kiss–Bajmóczy, 2001) Sőt, az ezredfordulón még a vándorlási mérlege is pozitív – Békés megyében a legmagasabb – volt. (Kovács–Bajmóczy, 2001) Egy 2014-ben megjelent periferikusság kategóriáival foglalkozó kutatásban, a lehatárolási módszerek eredményességének összesítése alapján, a Battonya és Salgótarján között fekvő határmenti területen szinte egyedül nem számított periférikus településnek (Pénzes, 2014).

Gyula jelenleg a nemzetközi jelentőségű komplex hazai fürdővárosok közé sorolható. Közülük Bük, Hajdúszoboszló, Harkány, Hévíz és Zalakaros tiszta profilúnak tekinthető, míg Sárvár és Gyula esetében az egészségturizmus dominanciája mellett, megjelennek más tényezők is. Gyula a hét fürdőváros közül a leggazdagabb történelmi, kulturális potenciállal rendelkezik, elegendő csak a várra, az Erkel Ferenc Emlékházra, a Százéves Cukrászdára vagy az Almásy-kastélyra gondolni (Köbli, 2018).

A Várfürdő szerepe vitathatatlan a település fejlődésében. Az előzményekről röviden csak annyit jegyzünk meg, hogy a XVI. századba nyúlik vissza a gyulai fürdőkultúra, de csak 1943-ben kezdődött el egy mélyfúrású kút megvalósítása, majd a történelmi sorsfordulók miatt 1951-ben tudták átadni az első medencét. (várfürdő.hu) Végül 1959-ben nyitotta meg kapuit a Várfürdő. Az államszocializmus idején több lépcsőben fejlesztették, így az 1970-es évekre már ismert fürdőhelynek számított (1971-ben nyilvánították gyógyfürdőnek), és 1984-ben nyerte el – az országban tizenharmadikként - a gyógyhely minősítést (ráadásul 2012-ig nem is bővült a gyógyhelynek minősülő települések köre). (termalonline.hu) Alkáli-hidrogénkarbonátos gyógyvize több kútból származik, a legmélyebb kút 2000 m talpmélységű, míg a legmelegebb 71°C-osan tör fel (Vajda–Vadas, 1990).

Noha Gyulának is új kihívásokkal kellett szembenéznie a rendszerváltás után, helyzete mégis jobb volt, mint más Békés megyei településeké. Az ezredforduló előtti évtizedben, a Dél-Alföldön, a települések többségben ugyanis visszaesett a vendégéjszakák száma, Gyulán ezzel ellentétben megháromszorozódott ez a szám (Csizmadia, 2001). 1993-ban Gyulán alakult meg a Magyar Fürdővárosok Szövetsége (Szabó, 2015). 1995-től a Gyulai Várfürdő Kft. működteti a gyógyfürdőt (a helyi önkormányzat a többségi tulajdonos) és számos fejlesztés valósult meg a városban, ami a turisztikai potenciált is erősítette. 2001–2004 között például a Széchenyi Terv keretében 1,3 milliárd forint értékű szolgáltatást javító beruházás történt a gyógyfürdő területén (Szűcs, 2005, Bujdosó, 2016). Ekkor a fürdő teljes kapacitása évi 2,5 millió vendég volt, például 2003-ban 866 ezer vendéget fogadtak. A fejlesztési pénzek később sem maradtak el (Radics–Pénzes–Molnár, 2011), pl. 2004 és 2006 között több mint 1 milliárd forint érkezett a Gyulai kistérségbe a Nemzeti Fejlesztési Terv keretében (EU források) (Bujdosó et al., 2015). 2008-ban a turisztikai versenyképesség alapján a gyulai kistérség a hat legversenyképesebb határmenti kistérség közé tartozott hazánkban, de egyedülként képviselte a Dunától keletre eső országrészt (Bujdosó–Pénzes, 2012). 2010-ben megalapították a helyi TDM-et is (visitgyula.com). 2015-ben a következő 10 évre szóló célok megfogalmazása során került megfogalmazásra, hogy „Gyula nemzetközi minősítésű gyógyvízzel rendelkező fürdőjének és igényes rendezvényeinek köszönhetően külföldön is ismert gyógydesztináció lesz, ahová különleges Szigeterődje egyaránt vonz belföldi és külföldi turistákat” (Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft, 2018: 3). A koronavírus-járvány jelentős

hatást gyakorolt a turizmusra Gyulán is, ezért jelenleg nem tűnik időszerűnek, hogy a célok időarányos megvalósulását vizsgáljuk. A legjellemzőbbnek gondolt statisztikai adatok összefoglalását azonban röviden megteesszük.

Gyakorlatilag az ezredfordulótól rendelkezünk olyan turizmust leíró komplex adatokkal, amelyek a térbeli folyamatokat matematikai–statisztikai módszerekkel határozzák meg. 2000–2005 között például a regionális turisztikai GDP kiszámítása során kiderült, hogy a Dél-Alföld az országos érték 3,1%-át adta 2005-ben (Dávid et al., 2007; 2010). Gyula turisztikai teljesítménye az elmúlt két évtized adatai alapján így még jobban felértékelődik. A város turisztikai jelentőségét egyrészt egy 2010-ben készült terepi felmérés eredményeivel jellemezzük, amikor is az idegen rendszámú gépkocsik alapján a Várfürdőben 15–16%-ra volt tehető a román vendégek száma egy átlagos hétköznapon, de hétvégén ennek a dupláját is elérte (Nagy, 2011). Másrészt a hivatalos statisztika – például a vendégéjszakák – alapján kijelenthető, hogy jórészt a Várfürdőnek köszönhetően, az elmúlt évtizedben Gyula a legkedveltebb magyarországi települések közé tartozott/tartozik. A turisztikai szerepét jól mutatja, hogy 2011-ben, Gyula a 13. legkedveltebb hazai városnak számított közel 240 ezer vendégéjszakával, amit döntően – 93,5%-ban – a belföldi turisták vettek igénybe (turizmusonline.hu). A 2013 decemberében átadott Aqua Palotának köszönhetően, a település a hazai rangsorban a 6. helyig lépett előre 353 ezer vendégéjszakával (ebből 89% volt a belföldi turista) (termalonline.hu). A következő évek (pl. 2017–2018) során Gyula lényegében a 6–7. helyen teljesített a hazai települések rangsorát tekintve, majd 2019-ben visszaesett a 12. helyre, de közben a vendégéjszakaszám már 425 ezerre növekedett (86,3% a belföldi). Ekkor merült fel, hogy Gyula egy kiemelt turisztikai fejlesztési térség része legyen (turizmusonline.hu). Az idegenforgalmi adó bevételek 2015 és 2019 között 74,8%-kal növekedtek (2019-ben összesen 183,8 millió forint) (HONifo Üzleti Tanácsadó Kft., 2021). 2019-ben a kereskedelmi szálláshelyek szállásdíjbevétele a térségben 3,1 milliárd forintot tett ki, ami 2018-hoz képest 8,9%-os bővülést jelentett (MTÜ, 2022). A 2020-ban fellépő koronavírus-járvány miatt a vendégforgalom 53%-ra esett vissza éves szinten (2019-hez képest), ami a hazai települések rangsorában a 10. helyhez volt elegendő (turizmus.com).

Gyulán az átlagos tartózkodási idő 2015-ben még 3,5 nap volt, majd a következő évek során fokozatosan 3,1 napra csökkent ez az érték. Gyula és térsége a 2016-ban bekövetkezett paradigmaváltás (Aubert et al., 2017) eredményeképpen végül 2020 szeptemberében vált turisztikai térséggé. A desztinációban Békéscsabán kevésbé jelentős szereppel bír a turizmus, így 2015 és 2019 között kb. 25 ezer vendég szállt meg a városban, miközben az átlagos tartózkodási idő is jellemzően két nap körül alakult (összesen évi kb. 50 ezer vendégéjszaka) (MTÜ, 2022). Gyula legfontosabb küldőterületeinek Budapest, Pest megye, Észak-Magyarország és a Tiszántúl számít (Gyula Turisztikai Nonprofit Kft., 2018).

A statisztikai számok alapján egyes kutatók matematikai módszerekkel is értékelték a turisztikai szektor teljesítményét települési szinten, így például Béres-Virág és Vinogradov (2018) is. A Hoover-index alapján, végeredményben kevesebb, mint negyven hazai település esetében tudtak a vendégéjszakaszám alapján átlagos, vagy annál kedvezőbb helyzetben lévő desztinációkat (települési szinten) meghatározni. Számításaik szerint Gyula az átlagos desztinációk közé tartozott a 2003. és az 2013. évi adatok alapján (Béres-Virág–Vinogradov, 2018).

Eredmények

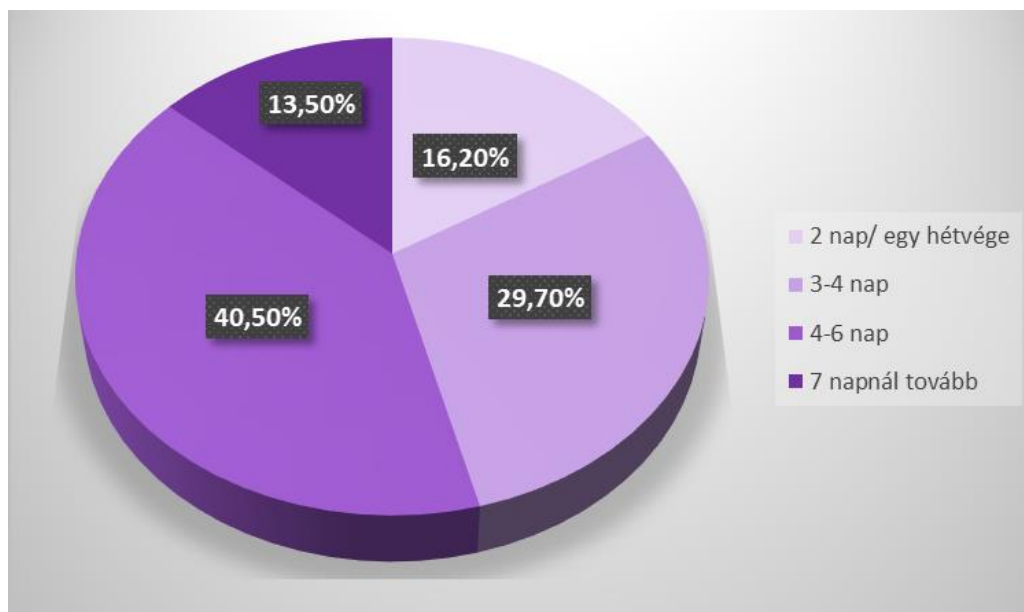
Fontos hangsúlyozni, hogy a kérdőívünkre válaszolók nem képeznek reprezentatív mintát, a válaszadók közös jellemzője a kitöltési hajlandóság volt, illetve az, hogy ellátogattak Gyulára egy

nyári napon. Az általunk összeállított kérdőívet végül 2021 augusztusában 111 turista töltötte ki Gyulán, a Gyulai Vár és az Almásy-kastély Látogatóközpont közelében.

A kitöltők 55%-a nő és 45%-a férfi volt. A legtöbb válaszadó 18 és 25 év közötti volt, de minden korosztály képviseltette magát a válaszadók közt, sőt jellemző csoportként még a kisgyermekkel érkező családokat lehet megnevezni. A Gyulára érkező válaszadóknak csupán 9,9%-a lakott falvakban, míg 41,4%-uk kisvárosban élt. A válaszadók 20,7%-a érkezett a fővárosból Gyulára. A megkérdezettek 43,2%-a rendelkezett felsőfokú iskolai végzettséggel, 15,3%-uk pedig érettségire épülő középfokú végzettséggel. A válaszadók 29,7%-ának legmagasabb iskolai végzettsége az érettségi volt, míg a kitöltők 9%-a rendelkezett szakiskolai végzettséggel (miközben három válaszadó rendelkezett kevesebb, mint nyolc általánossal).

A megkérdezetteknek válaszolniuk kellett néhány általános utazási szokásokra vonatkozó kérdésre is. A kérdések a koronavírus-járványt megelőző időszak utazási szokásaira kérdezett rá, hogy nehogy a járványügyi korlátozásokon legyen a hangsúly. A megkérdezettek 39,6%-a évente háromszor vagy annál többször is útra kel üdülés céljából, 29,7%-uk évente kétszer és 27,9% pedig egyszer utazik egy évben. Csupán a válaszadók kevesebb, mint 4%-a mondta azt, hogy csak néhány évente tud kikapcsolódás céljából elutazni (bel- és külföldi nyaralást e kérdésnél nem különítettük el).

A megkérdezettek mindössze 13,5%-a utazik el 7 napnál hosszabb időszakra (1. ábra.) A legtöbbet megjelölt válasz a 4–6 napos utak voltak, amit a válaszadók 40,5%-a, azaz 45 turista jelölt meg. Átlagosan 3–4 napot a turisták 29,7%-a tölt nyaralással, míg 16,2%-uk általában csupán 2 napra vagy egy hétvégére utazik el.



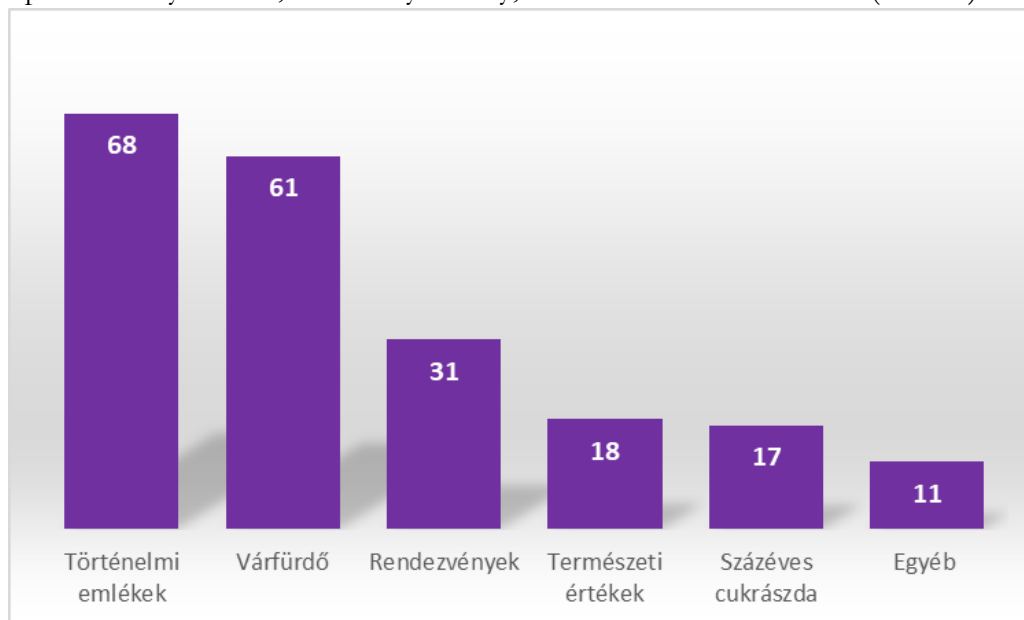
1. ábra. Utazás céljából eltöltött idő hossza

Azon megkérdezetteknek, akik átlagosan 4–6 napot töltenek üdüléssel, jellemzően évente háromszor, vagy annál többször kelnek útra nyaralás céljából. Szám szerint 21 turista mondta azt, hogy évente többször indul útra, és nem csupán egy hétvégére, hanem valamivel hosszabb időre is. A válaszadók 85,6%-a családjával utazik legtöbbször, a megkérdezettek fennmaradó 14,4%-a pedig élettársával, barátaival, munkatársaival vagy egyedül kel útra üdülés céljából. A kutatásban részt vevő turisták 83,8%-a autóval megy nyaralni legszívesebben. Tömegközlekedési eszközöket

csupán 14,4% vesz igénybe és a maradék 1,8% egyéb járművet, például motorkerékpárt vagy kerékpárt választ a desztináció megközelítéséhez.

Tudakoltuk a jellemzően igénybe vett szálláshelyek típusát is, a legkedveltebb szálláshely magasan az apartman volt, ezután következtek a szállodák, a panziók majd a kempingek, ahol csupán 14 válaszadó tölt el szívesen vendégéjszakát. Megjegyezendő, hogy egy 2021 elején végzett más kutatás szerint a Gyulán megszálló vendégek válaszaik között nem lehetett differenciálni a szállástípus preferencia alapján (HONifo Üzleti Tanácsadó Kft, 2021). Hat fő egyéb szálláshelyet választott, például hosteleket, ifjúsági szállókat. A kutatásban szerepelt egy kérdés az információszerzés forrásáról is. A megkérdezettek több, mint 50%-a barátoktól vagy családtagoktól szerzett tudomást a térségről, egy jelentős csoportnak az interneten keresztül keltette fel érdeklődését a desztináció. Csupán hat válaszadó jelölte azt, hogy turisztikai kiadványban találkozott a térséggel kapcsolatos információval, és mindössze két turista informálódott Tourinform irodában. A válaszból jól látszódott, hogy a desztináció hagyományos, papír alapú ismertetői egyre inkább kiszorulóknak, helyettük az interneten történik az információszerzés. Úgy tűnik, a Tourinform irodák szerepe is módosul az évek során az internetes oldalak növekvő népszerűsége miatt. Megállapítható azonban, hogy lényegében minden korosztálynak van olyan tagja, aki turisztikai kiadványokból is tájékozódik, kivételként csak a 18–25 év közöttiek említhetők.

A Gyulára való utazás motivációi esetében több válaszlehetőséget is meg lehetett jelölni. A megkérdezettek 57,7%-a legalább kettő okot nevezett meg, ami miatt felkereste a térséget. Csupán a turisták 1,6%-a mondta azt, hogy kizárólag a történelmi emlékek miatt látogatott el Gyulára, és mindössze 1,5% jelölte meg csupán a Várfürdőt, mint az utazást kiváltó okot. Köbli Ádám (2018) megállapítása Gyula nem tisztán fürdővárosi jellegéről tehát visszaigazolódott a kérdőív eredményeiben, mert a fürdő mellett más attrakciók is fontosak a városban. A HONifo Üzletviteli Tanácsadó Kft. kutatásában (2021) is hasonló arányok alakultak ki, a több válasz lehetősége mellett a válaszadók 95%-a a szabadidő eltöltése és pihenés céljából érkezett Gyulára a kutatásuk szerint. A válaszadók közül 68 főt motivált a térségben található történelmi emlékek megtekintése, mint például a Gyulai Vár, az Almásy-kastély, az Erkel Ferenc Emlékház. (2. ábra.)

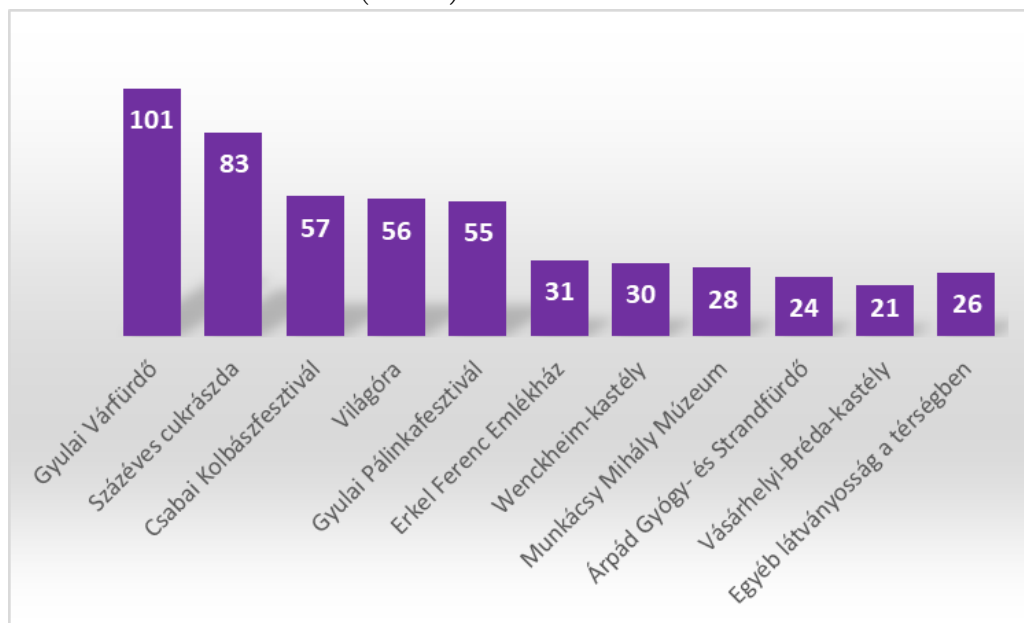


2. ábra. Gyula és térsége turisztikai térségbe látogatások oka, említések darabszáma

A megkérdezettek több, mint fele mondta azt, hogy a térség felkeresésének egyik oka a Gyulai Várfürdőbe való látogatás. Számos turistát a desztinációban megrendezett rendezvények vonzott (31 említés), például a Gyulai Pálinkafesztivál, a Csabai Kolbászfesztivál vagy a vár udvarában

megrendezett Gyulai Végvári Napok. A természeti környezet, a Fehér-Körös és az Élővíz-csatorna közelsége, valamint a Szanazug is befolyásolta az utazókat az úti cél kiválasztásakor. 18 válaszadó jelölte azt, hogy szerepet játszott a fent említett természeti környezet a célhely kiválasztásában (2. ábra). 17 fő végül a Százéves Cukrászdát nevezte meg motivációs célként.

A motivációs cél vizsgálatához szorosan kapcsolódik a helyi attrakciók ismertsége, megjegyezzük, hogy e kérdésben nem szerepelt a Gyulai Vár és az Almásy-kastély, hiszen e nevezetességek közötti területen került sor a kérdőívek kitöltésére, így ezek ismertségét magától értetődő ténynek vettük. A felsorolt látnivalók között nemcsak gyulai, de békéscsabai nevezetességek is szerepeltek, gondolva arra, hogy a két város együtt tartozik a turisztikai térségbe. A kérdés során több válaszlehetőség is megjelölhető volt, rákérdezve azok ismertségére (így nem feltétlenül látogatták is meg azokat). A 111 megkérdezettből 101 válaszadó mondta azt, hogy ismeri a Várfürdőt és 74,8% megjelölte a Százéves cukrászdát is (3. ábra).

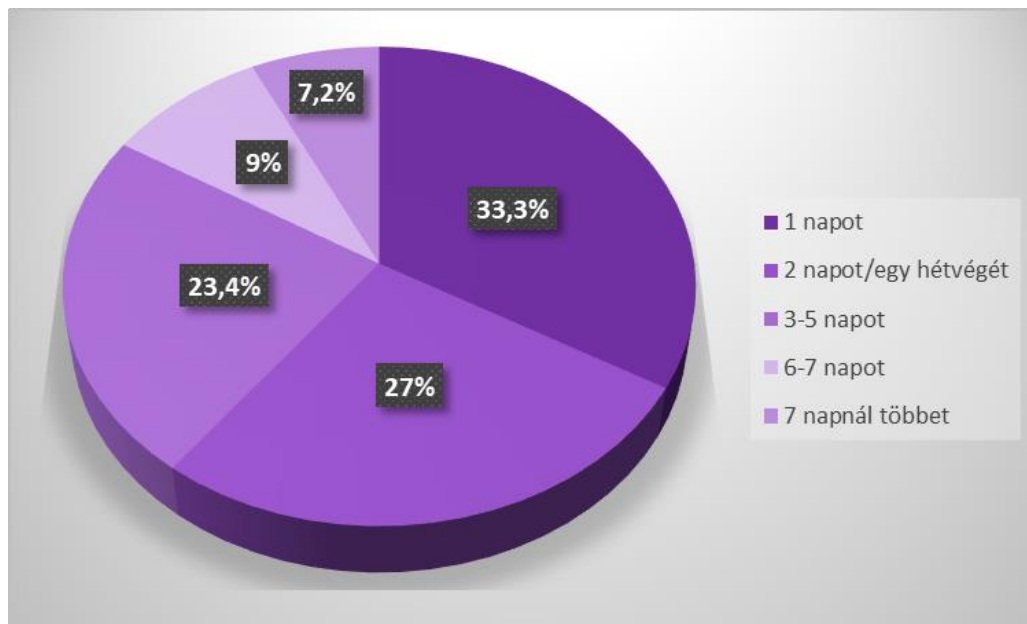


3. ábra. A térség látványosságainak ismertsége, említések darabszáma

A két látványosság ismertsége kiemelkedett a többi közül, ami a cukrászda szempontjából azért figyelemre méltó, mert a helyi attrakciókat népszerűsítő kiadványokban nem szerepel ekkora súllyal. A Csabai Kolbászfesztiválnak, a Gyulán található Világórának és a Gyulai Pálinkafesztiválnak közel azonos volt az ismertsége, hiszen mindegyiket a megkérdezettek körülbelül fele ismerte (55–57 említés). A két fesztivál közismertsége valószínűleg alacsonyabb a rendezvények színvonalához képest, amelynek háttérében az állhat, hogy a fesztiválok a főszezonon kívül – szeptemberben és októberben – kerülnek megrendezésre, valamint az, hogy a látogatóik nagy része a környező településekről érkezik. A Világmindenséget szimbolizáló Világóra ismertsége összefügghet azzal a ténnyel, hogy Gyula központjában található. Az eddig nem említett attrakciók szignifikánsan alacsonyabb ismertséggel rendelkeztek, így a Gyulán található Erkel Ferenc Emlékház, de a békéscsabai Munkácsy Mihály Múzeum és a szabadkígyósi Wenckheim-kastély is. E látványosságokat a megkérdezettek csupán negyede ismeri. A helyi TDM által végzett látogatottsági vizsgálatok (kérdőív) 2017-ben és 2018-ban hasonló következtetésre jutott, így például az Erkel Ferenc Emlékház esetében 20,5%, illetve 37,1%-os látogatottságot tapasztaltak (Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft., 2018). A desztináció másik termálstrandját, az Árpád Gyógy- és Strandfürdőt (Békéscsaba) csupán a válaszadók 21,6%-a említette. A Gyula és térsége szomszédságában, Lőkősházán fekvő Vásárhelyi Bréda-kastélyt csupán a válaszadók 18,9%-a ismerte (3. ábra). Valószínűsíthető, hogy a kastély ismertsége jelenleg megfelelőnek tekinthető, hiszen a tér-

ség egy félreeső pontján található, és az elmúlt években került sor a teljes felújítására. A desztináció általános ismertségére utalhat az a tény is, hogy csupán két megkérdezett akadt, aki a felsoroltak közül egyet sem ismert. E kérdésünk esetében végül a válaszadók közül néhányan a Gyulai Shakespeare Fesztivált, a Retro múzeumot és a Ladics-házat is megnevezték.

A térségben eltöltött időre vonatkozó kérdés eredménye azt mutatja, hogy a legtöbben csupán egy napra érkeznek látogatóként és nem töltenek el vendégéjszakát Gyulán: az egy napra utazók aránya a felmérés során 33,3%, azaz 37 fő volt. A két napra (valószínűleg egy hétvégére) érkezők aránya 27% volt, míg 23,4% 3-5 napot is eltölt Gyulán. A válaszadók 9%-a közel egy hétig marad a városban, míg az egy hétnél tovább maradók közé nyolc megkérdezett turista tartozott (4. ábra).



4. ábra. A turisták által Gyulán eltöltött idő

Valószínűleg a Várfürdő ösztönözheti hosszabb tartózkodási időre a turistákat, hiszen sokan hosszabb időt töltenek el gyógykezelésekkel, de ezen idő alatt sor tudnak keríteni valamely történelmi emlékhely megtekintésére is. Egy hétvégi gyulai ott tartózkodás ideje alatt már kevesebb, valószínűleg csupán egyetlen kulturális emlék megtekintésére lehet időt szakítani.

Gyulán a három legfontosabb attrakciónak a Gyulai Vár, a Várfürdő és az Almásy-kastély tekinthető, hiszen egymás mellett, illetve egymással szemben helyezkednek el, így a turisták által látogatott törzsterületet jelentik. A Százéves Cukrászda ugyancsak fontos attrakció, hiszen a HONifo Üzletviteli Tanácsadó Kft. (2021) kutatása során a válaszadók 84%-a jelölte meg felkeresett helyként, míg a fellebb említett három helyszínt 71–94% közötti arányban. A Gyulai Várfürdő ráadásul a megyében található fürdőkhöz képest a medencék számában is vezető szerepet tölt be. A kérdőívre válaszoló 55 és 65 év közöttiek közül mindenki járt már a Várfürdőben. Az általunk megkérdezett 25 és 35 év közöttiek többsége (78,8%) mindegyik fő látványosságban járt már, vagy tervezi annak meglátogatását.

A három fő attrakcióval kapcsolatban több kérdést is feltettünk, például a Gyulai Várral kapcsolatban azt is, hogy hányadik alkalommal látogattak el oda. Ez utóbbi kérdést az indokolta, hogy helyi adatok szerint a törzsvendégek aránya 20% körül van a városban. (Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft., 2018) A kérdőívünkre választ adók 35,2%-a, azaz 39 látogató jelölte azt, hogy már legalább háromszor megtekintette a vár kiállításait. 32,4% második alkalommal látogattott el a

várba, és a megkérdezettek 27%-a a kérdőíves megkérdezés idején járt először a történelmi helyszínen. Mindössze hat megkérdezett mondta azt, hogy egyszer sem látogatott még el a várba. Végeredményben a megkérdezettek közel 95%-a fedezte már fel a vár kiállításait.

A vár által szervezett programokat tekintve, noha összesen 105 válaszadó járt már a várban, azonban közülük csupán 33 fő vett már részt rajta. Napjaikban a vár programkínálata meglehetősen sokszínű, de úgy tűnik, hogy az még nem kelti fel elegendő látogató érdeklődését. A kérdőívek eredményéből megállapítható, hogy jellemzően azok a turisták vettek részt a szervezett programokon, akik már voltak a Várfürdőben, az Almásy-kastélyban is, de ők azok (33 főből 19), akik a kérdőívben felsorolt összes látványosságot megtekintették, vagy tervezik azok meglátogatását. Figyelemre méltó, hogy azon turisták közül, akik részt vettek a szervezett programokon, csupán 60,1% válaszolta azt, hogy utazásának motivációja közé tartozik a város történelmi emlékeinek megtekintése, vagyis 39,9% más okból utazott a térségbe, mégis sor került üdülésük során szervezett programokon való részvételre is.

A Gyulai várral kapcsolatban arra is megkértük a válaszadókat, hogy értékeljék azt különböző szempontok alapján. Az egyes szempontok esetében 6 pont volt a maximálisan adható, tehát ez jelentette azt, hogy a látogató teljes mértékben meg van elégedve és 1 pont volt a legkisebb adható érték. Tudakoltuk például a vár által kínált programok mennyiségének és sokszínűségének megítélését, végül 47 kitöltő a maximális 6 pontra, 32 turista 5 pontra és 21 fő 4 pontra értékelte azt. Mindössze négy válaszadó minősítette alacsony pontszámmal a szervezett programokat. A várban megrendezett kiállítások érdekességével kapcsolatban, a legmagasabb értékűként 47 fő adott 5 pontot, míg további 40 megkérdezett a maximális pontszámmal értékelte a tárlatot. Mindössze 14,3%-uk adott 4 pontot a kiállítások érdekességére, és mindössze két turista adott ennél is gyengébb értékelést. A HONiFO Üzeletviteli Tanácsadó Kft. (2021) ugyancsak magas elégedettségről tudott beszámolni, ahol a 15 szempont közül csak a helyi közlekedés értéke süllyedt 4,0 alá (míg a legmagasabb értékelést a vendégszeretet kapta 4,76 ponttal).

Az információközlés módjáról szóló kérdésnél a Gyulai Várban kihelyezett táblák, ismertetőik mennyiségével, méretével és az idegennyelvű ismertetőik minőségével való elégedettséget vizsgáltuk. A várat megtekintő válaszadók közel fele teljes mértékben meg volt elégedve az ismertető táblákkal, 38,1% pedig 5 pontra értékelte őket, míg a megkérdezettek 14,3%-a értékelte 4-es, vagy annál alacsonyabb pontszámmal. A Gyulai Várral kapcsolatban egy nyílt kérdés esetében az egyéb észrevételekre is kíváncsiak voltunk. A szöveges válaszok között voltak pozitív visszajelzések a programokkal és a kiállításokkal kapcsolatban, viszont akadt olyan turista is, aki szerint nincsen elegendő interaktív kiállítás a vár fiatalabb látogatói számára. Többen megjegyezték, hogy lehetne több kiállítás, ezzel még érdekesebbé és vonzóbbá téve a történelmi helyszínt, valamint a válaszadók egy része nem volt megelégedve az épület karbantartásával.

Az Almásy-kastélyal kapcsolatban a megkérdezettek közel 50 százaléka már tett látogatást a kastélyban, 40,5%-uk pedig tervezi, hogy nyaralása során megtekinti a kiállítást. Mindössze a válaszadók 12,6%-a, azaz 14 fő mondta azt, hogy nem volt még a kastélyban, de nem is tervezi a látogatást a későbbiekben sem. Ennél az attrakciónál is arra kértük azokat, akik már korábban meglátogatták a kastélyt, hogy meghatározott szempontok alapján pontokkal értékeljék azt. A válaszadók közül 26 fő maximálisan érdekesnek találta a kastély kiállításait, míg ugyanennyien 5 pontra értékelték a tárlatot. Átlagos elégedettségűnek bizonyult 7 fő, végül egyetlen fő adott 1 pontot. A pontozás másik szempontja az volt, hogy a látogatók milyen mértékben vannak megelégedve azzal, hogy a kiállítások interaktivitása az átlagnál nagyobb. Az Almásy-kastély látogatóközpont ugyanis kissé eltér az átlagos kiállítási módoktól, hiszen kevés eredeti tárgy maradt meg a kastély történetéhez kapcsolódóan. A hiányzó relikviákat interaktív táblákkal, ismertetőikkel és újraalkotott elemekkel pótolták. A látogatók körében ez a megoldás népszerűnek bizonyult,

ugyanis a válaszadók 56,7%-ának maximálisan elnyerte a tetszését. A megkérdezettek 23,3%-a 5 pontra értékelte és 15%-a pedig 4 pontot adott válaszul. Mindössze három látogató adott 3, vagy annál kevesebb pontot.

A Várfürdőnek 4, jól elkülönülő részlege van: a gyógyfürdő, az Aqua Palota, a Szaunapark és a strand. A 111 megkérdezett közül 95 fő már járt a Várfürdőben, így őket arra kértük, hogy szintén értékeljék azt pontozás útján, a különböző szempontok alapján. Először a szolgáltatások mennyiségét és minőségét értékelték, például a szaunák számát, a masszázssok sokszínűségét vagy az egyéb gyógykezelések színvonalát. 50 fő a maximálisan adható 6 ponttal értékelte a szolgáltatásokat, 32 látogató 5 pontra és 10 turista pedig 4 pontra osztályozta a strandon fellelhető szolgáltatásokat. Csupán a megkérdezettek 3,2%-a nem volt megelégedve velük. További értékelési szempont volt a strand területén található medencék száma és azok vízi attrakcióinak mennyisége. Vízi attrakciók például a vízugarak a víz alatt vagy fölött, a csúszdák és a gyermekjátékok a medencékben. A válaszadók 63,2%-a teljes mértékben meg volt elégedve a fent említett elemekkel, 20%-uk 5 pontra értékelte őket és 12,6%-uk 4 pontot adott. A megkérdezettek 2,1%-a 3 pontra és ugyanennyi százaléka 2 pontra minősítette a medencéket és azok attrakcióit.

A kérdőív végén egy nyílt kérdés formájában lehetőséget adtunk arra, hogy a válaszadók az általános véleményüket, egyéb észrevételüket is megfogalmazhassák. A válaszok teljes mértékben pozitívak voltak, a legtöbb megkérdezett azt írta, hogy a város szép, barátságos és fejlődő. Többben megjegyezték, hogy mennyire kulturált, valamint, hogy látnivalókban gazdag és elegendő étterem és fagyizó található a városban. Sokak számára vonzó, hogy a város családbarát, csendes és nyugodt, nem zsúfolt, mégis van benne élet és szórakozási lehetőség. Több megkérdezett is elégedett volt a város vendégszeretetével és úgy gondolta, hogy a lakosok kedvesek és barátságosak. A turisták városról alkotott véleménye nagyon fontos, hiszen a térségben szerzett tapasztalatok nagymértékben befolyásolják (ez esetben növelik) a desztinációba való visszatérés esélyét.

Következtetések és javaslatok

A kérdőíves kutatás során a Gyulára érkezők véleményére voltunk kíváncsiak azzal kapcsolatban, hogyan értékeli a város látnivalóit. 2020-ban meghatározásra került a Gyula és térsége turisztikai térség, így részben a desztináció más látnivalóit is bevontuk a vizsgálatba. A korábban ismertetett KSH adatok és a kérdőív eredménye is megerősítette, hogy az idegenforgalom sokkal erőteljesebb Gyulán, mint Békéscsabán. Mivel a két település távolsága kevesebb mint 20 km, ezért valószínű, hogy lehet még az együttműködést erősíteni.

A térségbe való utazás fő motivációja a kérdőíves kutatás eredménye alapján a térség történelmi emlékeinek meglátogatása, így jellemzően a vár miatt érkeznek Gyulára a turisták. Többben akár háromszor vagy többször is ellátogatnak a várba, ezért fontos az attrakció folyamatos fejlesztése és karbantartása. Összességében az látszódott a kapott válaszokból, hogy a legtöbb látogató kellemően érdekesnek találta a vár kiállítótermeit és feltételezhető, hogy ezért is látogatta már meg több alkalommal, igaz többségük csupán a kiállításokat tekintette meg, idegenvezetés és kiegészítő programok nélkül. Ha a vár évről évre gondot fordít a programok sokszínűségére, illetve gondozza kiállításait, akkor a turisták nagyobb valószínűséggel látogatnak el újra és újra. A visszajelzések alapján a legtöbb látogató elégedett volt a vár kiállításával és programlehetőségeivel, ennek ellenére sokan nem vesznek részt a szervezett programokon. A vár ismertségét az is növeli, hogy aktívan részt vesz a közösségi médiában és folyamatosan tartalmakat oszt meg a Facebook oldalán. A napjainkban egyre népszerűbb Instagramon is megtalálható, azonban ezen a felületen nem aktív.

A Gyulai Várfürdő szintén nagyon ismert és kedvelt attrakciója a városnak. Aktívan részt vesz a közösségi médiában és a weboldala is folyamatosan frissül, ami jelentősen hozzájárulhat népszerűségéhez. Esetleg különböző programokkal lehetne még növelni a vendégek számát, például az éjszakai wellness fürdőzés mellett olyan éjszakai program szervezésével, ahol az élményfürdő is üzemel, vagy családi napokat rendezni gyermek foglalkozásokkal, végül több fajta szaunaszeánsz kialakításával.

A Gyulán található Almásy-kastély népszerűsége kissé elmarad a korábban említett vonzerőtől, a várétól és a Várfürdőtől, noha azok szomszédságában található. A megkérdezettek közel fele már volt a kastélyban és többen tervezték, hogy meglátogatják. A vonzerő kiállításai nem tekinthetők átlagosnak, hiszen egyedi megoldásokkal mutatják be az elmúlt korok jellemzőit. A válaszok alapján úgy tűnik, a látogatók kedvelik ezt a megoldást, és nem gondolják úgy, hogy ezáltal elveszti a hangulatát a kastély. Létezik egy összevont, kombinált jegy is, amellyel a várat és a kastélyt is meg lehet tekinteni, ez arra ösztönzi a látogatókat, hogy mind a kettő látványosságba ellátogassanak. A kastéllyal kapcsolatban többen azonban azt a választ adták, hogy nem tervezik a kastély meglátogatását, talán azért, mert előzetesen nem sikerült felkelteni az érdeklődésüket. Ennek kiküszöbölésére több időszakos kiállítást lehetne rendezni, esetleg a témákhoz illő programokat, foglalkozásokat létrehozni.

A Várfürdő esetében ismert és látogatott helyszínről beszélhetünk, amellyel kapcsolatban az is kijelenthető a kérdőív eredményei alapján, hogy a többség meg volt elégedve a szolgáltatásokkal. A fürdők, strandok esetében általában igaz az, hogy folyamatos megújulásra van szükség, ami történhet a kínált szolgáltatások körének szélesítésével, vagy annak a minőségi fejlesztésével. A Várfürdő a jelek szerint jó úton jár, a legfontosabb hazai fürdők között tartjuk számon, ahol még a külföldi vendégek aránya is növekszik.

A térségben két jelentős gasztronómiai fesztivál is megrendezésre kerül minden évben, ám a megkérdezett turisták körében ezek ismertsége nem volt elég magas. Talán az ismertség ellen hat, hogy azokat nem a főszezonban tartják meg. A Gyulai Pálinkafesztivált szeptember végéhez közeledve rendezik meg, míg a Csabai Kolbászfesztivált minden év októberében tartják. A két meglehetősen nagyszabású gasztronómiai fesztiválra minden alkalommal neves fellépőket hívnak, számtalan árus érkezik és érdekes programokkal várják a vendégeket, ennek ellenére a kérdőív eredményei alapján úgy tűnik, hogy még nincs elegendő hírnevük a főszezonban nyaralók körében.

A megkérdezettek korösszetétele arra enged következtetni, hogy a térség minden korosztály számára ideális desztináció lehet és az eredmények alapján kijelenthető, hogy minden korcsoport talál magának érdekes elfoglaltságot, attrakciót. A lakhelyi sajátosságoknál jól látszódik, hogy a térségbe utazók nagy része kisvárosból érkezik, azonban a látogatók kissé több mint ötöde Budapestről utazott el a desztinációba, számukra már nem számít távoli helynek Gyula. Az elérhetőséget mindenképpen javítja az M44-es autópálya eddig átadott szakasza is.

A koronavírus-járvány okozta visszaesés 2020–2021 folyamán lényegében közel megfelezte a Gyulára látogatók számát, illetve az általuk eltöltött vendégéjszakák számát. A következő évekre vonatkozó desztinációfejlesztési stratégiát ezért át kellett dolgozni. A 2025-ig terjedő időszakra stratégiai célként a termékinnováció, a rendszerinnováció, illetve a minőségközpontú erőforrásmenedzsment fogalmazódott meg. Az alappillérek közé a kultúra, és az egészség mellé a mozgás is bekerült új elemként. Reméljük, hogy a járványügyi helyzet nem, vagy csak alig fogja befolyásolni a tervek megvalósítását.

Szerző(k)

Dr. Bagdi Róbert

0000-0002-3340-391X

PhD.

főiskolai docens

Debreceni Egyetem GTK,

Vidékfejlesztés, Regionális Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet

bagdi.robort@econ.unideb.hu

Kis Fruzsina

Turizmus-vendéglátás szak

3. évfolyam

Regionális Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet

kisfruzsi10@hotmail.com

Hivatkozott források

- [1.] Szerző nélkül (2015): *A 10 legnépszerűbb termálfürdős település 2014-ben*. Letöltés ideje: 2022. 03. 25. forrás: <https://termalonline.hu/termal-hirek/10-legnepsezerubb-termalfurdos-telepules-2014-ben>
- [2.] Aubert, A. – Barcza, A. – Gonda, T. – Horváth, Z. – Pálfi, A. (2017): Paradigmaváltás(ok) a magyarországi turisztikai desztinációk fejlesztésében és menedzselésében. *Turizmus Bulletin*, 17(1–2), 15–25. DOI: [10.14267/TURBULL.2017v17n1-2.2](https://doi.org/10.14267/TURBULL.2017v17n1-2.2)
- [3.] Béres-Virág, Á. – Vinogradov, Sz. (2018): A turizmus területi egyenlőségei. In: Dinya, L. – Baranyi, A. (szerk.): *XVI. Nemzetközi Tudományos Napok. „Fenntarthatósági kihívások és válaszok”*. Gyöngyös: Eszterházy Károly Egyetem, pp. 377–384.
- [4.] Bujdosó, Z. – Dávid, L. – Varga, D. – Zhakupov, A. – Gyurkó, Á. – Péntes, J. (2015): Tourism Development and Cross-Border Cooperation in the Hungarian-Romanian Border Region. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 16(2), 153–163.
- [5.] Bujdosó, Z. – Péntes, J. (2012): The spatial aspects and distribution of the touristic development resources in the border microregions of Hungary. In: Péntes, J. – Radics, Zs. (Ed.) *Roma Population on the Peripheries of the Visegrad Countries: Spatial Trends and Social Challenges*. Debrecen: Didakt, pp. 226–239.
- [6.] Bujdosó, Z. (2016): A turizmus és a területfejlesztés kapcsolatrendszere Magyarországon In: Kókai, S (szerk.) *A változó világ XXI. századi kihívásai* : tanulmánykötet Prof. Dr. Hanusz Árpád egyetemi tanár 70. születésnapja tiszteletére Nyíregyháza, Magyarország : Nyíregyházi Egyetem Turizmus és Földrajztudományi Intézet, pp. 63-76.
- [7.] Csizmadia, N. (2001): Területfejlesztés és turizmus kapcsolatrendszere - A Dél-alföldi régió turizmusfejlesztésének elméleti és gyakorlati kérdései. *Turizmus Bulletin*, 5(3), 95–110.
- [8.] Dávid, Lóránt ; Tóth, Géza ; Bujdosó, Zoltán ; Herneczky, Andrea (2007): A turizmus és a regionális versenyképesség kapcsolatának mutatói a Mátravidék példáján keresztül *Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek* 4(1), 3-20.

- [9.] Dávid, L. – Kovács, T. – Tóth, G. – Bujdosó, Z. – Patkós, Cs. (2010): A turizmus hatásai és jelentősége a területfejlesztésben. In: Süli-Zakar, I. (szerk.): *A terület- és településfejlesztés alapjai II.* Budapest-Pécs, Dialóg Campus, pp. 447–468.
- [10.] Gyulai Hírlap (2021): Gyula város komplex turisztikai fejlesztése. *Gyulai Hírlap*, 2021. augusztus 24. Letöltés dátuma: 2022. 03. 30. forrás: <https://www.gyulaihirlap.hu/139890-gyula-varos-komplex-turisztikai-fejlesztese>
- [11.] Szerző nélkül (év nélkül): *Gyulai Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezet*. Letöltés ideje: 2022. 3. 30. forrás: <https://www.visitgyula.com/szakmai-oldalak/gyulai-turisztikai-desztinacio-menedzsment-szervezet>
- [12.] Komoróczki Alíz (2018): (*Gyula Turisztikai Nonprofit Kft.*) 2019. évi marketingterv. Letöltés ideje: 2022. 05. 04. https://www.visitgyula.com/files/3115/4710/4020/TurisztikaiNkft_2019.evi_marketingterv.pdf
- [13.] Szerző nélkül (2020): *Gyógyhelyek Magyarországon*. Termál Online honlapja. Letöltés ideje: 2022. 03. 30. forrás: <https://termalonline.hu/gyogykezelesek/gyogyhelyek-magyarorszagon-lista-es-terkep>
- [14.] HONifo Üzletviteli Tanácsadó Kft. (2021): *Gyula város desztinációfejlesztési stratégiája 2021–2025*. Gyula honlapja. Letöltés ideje: 2022. 05. 04. http://www.gyula.hu/download.fcgi/12627_0_1_DFS_Gyula_2021_2025_final.pdf
- [15.] Szerző nélkül (2018): *Kiemelt turisztikai térség lehet Gyula és Békéscsaba?* Turizmus Online honlapja. Letöltés ideje: 2022. 03. 25. forrás: http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/viharos_fejlodes_bekesben
- [16.] Kiss, J. P. – Bajmóczy, P (2001): Városi funkciójú központok és vonzáskörzeteik az Alföldön. *Tér és társadalom*, 15(1), 65–89. DOI: [10.17649/tet.15.1.788](https://doi.org/10.17649/tet.15.1.788).
- [17.] Kovács, Cs. – Bajmóczy, P. (2001): Magyarország határmenti területeinek vizsgálata a keleti és a délkeleti határon. In: Dormány, G. – Kovács, F. – Péti, M. – Rakonczai, J. (szerk.): *A földrajz eredményei az új évezred küszöbén. Magyar Földrajzi Konferencia*. Szeged: Szegedi Tudományegyetem, pp. 1-14.
- [18.] Köbli Ádám (2018): Nemzetközi jelentőségű fürdővárosaink komplex fejlesztési lehetőségei a fenntarthatóság jegyében. [PhD-értekezés] Pécs: PTE Földtudományok Doktori Iskola. Letöltés dátuma: 2022. 03. 25. forrás: http://foldrajz.ttk.pte.hu/files/doktori-iskola/nv/disszertacio/KOBLI_Nyilvanos.pdf
- [19.] Szerző nélkül (2012): *Magyarország leglátogatottabb települései 2011-ben*. Turizmus Online honlapja. Letöltés ideje: 2022. 03. 25. forrás: http://turizmusonline.hu/cikk/magyarorszag_leglatogatottabb_telepulesei_2011_ben
- [20.] Michalkó, G. (2007): *Magyarország modern turizmusföldrajza*. Budapest–Pécs: Dialóg–Campus.
- [21.] Nagy, G. (2011): Gyula – város a határon. A központi funkciók átnyúló hatása. *Tér és Társadalom*, 25(4), 127–147. DOI: [10.17649/TET.25.4.1885](https://doi.org/10.17649/TET.25.4.1885).
- [22.] Péntes, J. (2013): The dimensions of peripheral areas and their restructuring in Central Europe. *Hungarian Geographical Bulletin*, 62(4), 373–386.
- [23.] Péntes, J. (2014): *Periférikus térségek lehatárolása – dilemmák és lehetőségek*. Debrecen: Didakt.
- [24.] Probáld Ákos (2021): *Top 30 hazai turisztikai település 2020-ban: átrendeződött a rangsor*. Letöltés ideje: 2022. 03. 25. forrás: <https://turizmus.com/desztinaciok/top-30-hazai-turisztikai-telepules-2020-ban-1173913>
- [25.] Radics, Zs. – Péntes, J. – Molnár, E. (2011): The spatial aspects of the resource-allocation of the Regional Operational Programmes' development resources. In: Kozma, G. (Ed.): *New Results of Cross-Border Co-Operation*. Debrecen: Didakt, pp. 119-126.

- [26.] Szabó Zoltán (2015): A gyógyvízre alapozott fürdőváros-fejlesztések lehetőségei. [PhD-értekezés] Kaposvári Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola. Letöltés dátuma: 2022. 03. 25. <http://gtk.ke.hu/tartalom/doktori/szabo-zoltan-ertekezes.pdf>
- [27.] Szűcs, M. (2005): A magyarországi gyógyfürdők versenyképessége – Egy magyar és egy osztrák létesítmény összehasonlító elemzése. *Turizmus Bulletin*, 9 (3), 42–48.
- [28.] Szerző nélkül (2022): *Gyula és térsége turisztikai térség*. Magyar Turisztikai Ügynökség honlapja. Letöltés ideje: 2022. 05. 04. <https://mtu.gov.hu/cikkek/gyula-es-tersege-turisztikai-terseg-1925>
- [29.] Vajda, R. – Vadas, V. (1990): *Magyarország gyógyidegenforgalma I-II*. Budapest: Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Vállalat
- [30.] Szerző nélkül (évszám nélkül): *Várfürdő története*. Gyulai várfürdő honlapja. Letöltés ideje: 2022. 03. 30. forrás: <https://varfurdo.hu/gyulai-varfurdo-tortenet-m222>