

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра географії та туризму

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота
ГАЙДУСОБОСЛО (УГОРЩИНА) ЯК ТУРИСТИЧНА
ДЕСТИНАЦІЯ НА ВЕБСАЙТАХ УКРАЇНСЬКИХ ТА УГОРСЬКИХ
ТУРАГЕНТІВ: СПІЛЬНІ ТА ВІДМІННІ РИСИ, МОЖЛИВОСТІ
ВЕРЕШ АЛЕКСАНДРА СТЕПАНІВНА

Студентка IV-го курсу
Освітня програма: Туризм
Спеціальність: 242 Туризм
Рівень вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена на засіданні кафедри
Протокол № 8 / 2024

Науковий керівник: **ШАШ ЕНИКИ ЛЮДВИКІВНА**
(*PhD, доцент кафедри географії та туризму*)

Завідувач кафедри географії та туризму: **МОЛНАР ЙОСИП ЙОЖЕФОВИЧ**
(*кандидат географічних наук, доцент,*
доцент кафедри географії та туризму)

Робота захищена на оцінку _____, «__» _____ 2025 року
Протокол № _____ / 2025

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота
ГАЙДУСОБОСЛО (УГОРЩИНА) ЯК ТУРИСТИЧНА
ДЕСТИНАЦІЯ НА ВЕБСАЙТАХ УКРАЇНСЬКИХ ТА УГОРСЬКИХ
ТУРАГЕНТІВ: СПІЛЬНІ ТА ВІДМІННІ РИСИ, МОЖЛИВОСТІ

Рівень вищої освіти: бакалавр

Виконавець: студентка IV-го курсу

ВЕРЕШ АЛЕКСАНДРА СТЕПАНІВНА

освітня програма: Туризм

спеціальність: 242 Туризм

Науковий керівник: **ШАШ ЕНИКИ ЛЮДВИКІВНА**
(PhD, доцент кафедри географії та туризму)

Рецензент: Нодь Оршоя Ласлівна,
(старший викладач, к.е.н.)

Берегове
2025

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1. ГАЙДУСОБОСЛО – ЦЕНТР ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ «ПІВНІЧНИЙ АЛЬФЕЛЬД» УГОРЩИНИ.....	7
1.1. Виникнення та розвиток оздоровчого туризму в Гайдусобосло	7
1.2. Туристична пропозиція Хайдусобосло: визначні пам'ятки, туристичні об'єкти, проживання, ресторани, програми туристичних атракцій.....	10
2. ЗВ'ЯЗОК МІЖ ІНТЕРНЕТОМ І ТУРИЗМОМ	18
2.1. Історія розвитку Інтернету	18
2.2. Роль Інтернету в туризмі	19
2.3. Історія розвитку онлайн туристичних агентств	21
3. ПРЕЗЕНТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ	24
3.1. Методи дослідження	24
3.2. Поява Гайдусобосло в історії пошуку в Угорщині та Україні	25
3.3. Поява Гайдусобосло в пропозиціях угорських турфірм.....	28
3.4. Поява Гайдусобосло в пропозиціях українських турфірм.....	29
3.5. Аналіз пропозицій туристичних агентств	30
ВИСНОВКИ.....	41
ПІДСУМКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	51
СПИСОК РИСУНКІВ.....	54
СПИСОК ТАБЛИЦЬ	56
РЕЗЮМЕ	57
ПОДЯКИ.....	58
ДЕКАЛАРАЦІЯ	60

**Ukrajna Oktatási és Tudományügyi Minisztériuma
II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola**

Földrajz és Turizmus Tanszék

**HAJDÚSZOBOSZLÓ, MINT ÚTI CÉL MEGJELENÉSE AZ UKRÁN
ÉS A MAGYAR UTAZÁSI IRODÁK INTERNETEN MEGJELENŐ
AJÁNLATAIBAN: HASONLÓSÁGOK, ELTÉRÉSEK, LEHETŐSÉGEK**
Szakdolgozat

Készítette: VERES ALEXANDRA

IV. évfolyamos turizmus

szakos hallgató

Témavezető: SASS ENIKŐ

(PhD, a Földrajz és Turizmus Tanszék docense)

Recezens: Nagy Orsolya

(a Földtudományi és Turizmus Tanszék adjunktusa)

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS.....	6
1. HAJDÚSZOBOSZLÓ – A GYÓGYTURIZMUS KÖZPONTJA MAGYARORSZÁG ÉSZAK-ALFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓJÁBAN	7
1.1. A gyógyturizmus kialakulása és fejlődése Hajdúszoboszlón.....	7
1.2. Hajdúszoboszló idegenforgalmi kínálata: látnivalók, turisztikai létesítmények, szálláshelyek, vendéglátóhelyek, turistacsalogató programok..	10
2. AZ INTERNET ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATA.....	18
2.1. Az internet kialakulásának története	18
2.2. Az internet szerepe a turizmusban	19
2.3. Az online utazási irodák kialakulásának története	21
3. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA.....	24
3.1. Kutatási módszerek.....	24
3.2. Hajdúszoboszló megjelenése keresési előzményekben Magyarországon és Ukrajnában.....	25
3.3. Hajdúszoboszló megjelenése a magyar utazási irodák ajánlataiban.....	28
3.4. Hajdúszoboszló megjelenése az ukrán utazási irodák ajánlataiban.....	29
3.5. Az utazási irodák kínálatának elemzése.....	30
KÖVETKEZTETÉSEK.....	41
ÖSSZEFOGLALÁS	47
FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE	49
MELLÉKLETEK.....	51
ÁBRÁK JEGYZÉKE	54
TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE	56
UKRÁN NYELVŰ ÖSSZEFOGLALÁS (РЕЗЮМЕ)	57
KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS	59
NYILATKOZAT	60

BEVEZETÉS

A munkám célja: Hajdúszoboszló, mint turisztikai desztináció megjelenésének vizsgálata ukrán és magyar utazási irodák kínálatában. Bár a téma aktuális, eddig kevés kutatás foglalkozott vele, így kevésbé feltárt területnek számít. Kutatásom hozzájárulhat ahhoz, hogy naprakészebb képet kapjunk a térség nemzetközi turisztikai pozíciójáról.

Jelen szakdolgozat feladatai közé tartozik egy gondos, mélyreható elemzés végzése Hajdúszoboszló történetéről, vendégforgalmáról és idegenforgalmi kínálatáról. Ezen belül bemutatásra kerül az internet története, az internet és a turizmus kapcsolata, szerepe az idegenforgalomban, valamint az utazási irodák kialakulása. További feladat egy szempontrendszer készítése a város tükrében. Mindennek átvizsgálása után láthatjuk majd a város megjelenését magyar és ukrán utazási irodákban egyaránt. Összehasonlításra kerülnek a marketing módszereik, az értékesített utak tartalma, sajátosságai, illetve árai. Munkám során több utazási iroda tevékenységét elemeztem ki.

A lehető legpontosabb és legteljesebb kép elérése érdekében a dokumentum- és tartalomelemzés módszerén kívül kutatási módszerként helyszíni kutatást végeztem, illetve a múltban kérdőíves felmérés módszerét alkalmaztam, mely során értékes tapasztalatra tettem szert. A kutatás előzményeként említeném előző évfolyammunkáimat Hajdúszoboszló városának idegenforgalmáról és látogatottságáról az Ukrajnából érkező turisták részéről.

Meglátásom szerint az elemzés végzése során szükséges számításba venni a Covid-19 pandémia, továbbá a 2022-ben kitört orosz–ukrán háború lakosságra, gazdaságra, turizmusra gyakorolt jelentős hatásait. Ilyen értelemben szembetűnő változásokat lehet megfigyelni a 2020 előtti és utáni időszakról, annak idegenforgalmi következményeiről, illetve ezen események hatásait a város imidzsére.

Kulcsszavak: Hajdúszoboszló, termálfürdő, fürdő, idegenforgalom, turizmus, gyógyturizmus, Magyarország, történelem, Hungarospa Hajdúszoboszló, fürdőkomplexum, Ukrajna, utazási iroda, marketing, utazás.

1. HAJDÚSZOBOSZLÓ – A GYÓGYTURIZMUS KÖZPONTJA MAGYARORSZÁG ÉSZAK-ALFÖLDI TURISZTIKAI RÉGIÓJÁBAN

1.1. A gyógyturizmus kialakulása és fejlődése Hajdúszoboszlón

Hajdúszoboszló életében döntő változást hozott az első nagy világégés után Magyarországon meginduló szénhidrogénkutatási program. A geológusok előzetes kutatásai után 1924 nyarán Dr. Pávai Vajna Ferenc kitűzte az első fúrás helyét a város Bánomkert elnevezésű részén (a mai 4. számú főúttól északra).

Alig egy év múlva az erőfeszítéseket siker koronázta: 1925. október 26-án 1091 méter mélyről nagy erővel tört fel a nagy fűtőértékű földgáz, magával hozva egy nem kevésbé értékes természeti kincset, a 73 °C -os hévizet. A csodatévő meleg víz híre gyorsan terjedt, s 1926 tavaszán már sok környékbeli is felkereste Hajdúszoboszlót. Erre már a város vezetői is felfigyeltek s még ugyanebben az évben elvégeztették a hévíz vegyelemzését (Fejér L. 2001)

A vizsgálat kimutatta, hogy a víz mintegy 20 ásványi anyagot tartalmaz oldott formában, több mint 5000 milligram/liter mennyiségben, s hőfokánál, ásványianyag-összetételénél fogva, illetve a gyakorlati tapasztalatok alapján gyógyvíznek minősíthető. Az első időkben a gyógyvizet hordós szekerekkel szállították a megrendelők házához.

A kezdeti szerény lehetőségeknek megfelelően először úgynevezett fövenyfürdőt létesítettek, amely 1927. július 26-án nyitotta meg kapuit az első gyógyulni vágyó fürdőzők előtt. Ezután nem sokkal, a növekvő vendégszám miatt még az év őszén kijelöltek 20 hektárnyi területet a felépítendő gyógyfürdő részére.

1928-ban elkészült az első két medence, egy a strandolóknak, egy pedig a betegeknek. Száz kabint és 600 férőhelyes öltözőt is építettek; a látogatottság folyamatosan nőtt. Később újabb mélyfúrást végeztek, melynek során immár 2032 méter mélyre hatoltak le, s a második kutat 1931-ben tárták fel. Ez utóbbi percenként 1200 liter 78°C-os hévizet adott. Még ebben az évben újabb medencét is építettek (Vasenszki É. 2019)

1935-be elkezdődött a gyógyintézeti rész kiépítése, rendelővel, inhalatóriummal, és két fedett termálmedencével. 1937-ben épült meg a hullámmedence, s ekkortájt engedélyezték a gyógy- és ásványvíz megnevezést is. 1939-ben az elfolyó melegvizet felfogó mélyedésből csónakázótavat létesítettek, mintegy 40000 négyzetméteres vízfelülettel.

1941-ben a kádfürdő épületét, 1942-ben pedig a pezsgőfürdőt adták át rendeltetésének, és természetesen a fürdőző nagyközönségnek.

A II. világháború után egészen 1960-ig nem történt fejlesztés, a fürdőt csupán a súlyfürdővel és 600 személyes vállfás öltözővel bővítették. Ebben az időszakban épült viszont a Béke gyógyüdülő, s ekkor nyilvánították a város üdülőnegyedét és a fürdőt országos gyógyhellyé.

1960 után viszont szinte nagyságrendi változás történt: jelentősen bővült a fürdő területe, az Országos Vízügyi Hivatal, a megyei tanács és a városi tanács több mint 100.000.000 forintos hozzájárulásával a fürdőt teljesen felújították, tovább bővítették, s így lett Magyarország máig legnagyobb gyógyfürdője.

A fürdő 1992-ben új uszodával bővült, 1996-ban megnyitotta kapuit a fürdő gyógyszanatóriuma a Hotel Thermál Terápia. 1998 karácsonyán elkészült az új, modern termálfürdőépület (Vasenszki É. 2019)

2000-ben Magyarországon elsőként létesült vízi szórakoztató központ, az Aquapark. 2001-2002 ben, több új fejlesztés történt, melynek során teljesen megújult a strand, bővült az Aquapark, új medencék épültek. 2008-ban indult el Hajdúszoboszló történetének legnagyobb turisztikai beruházása, az Aqua-Palace fedett élményfürdő kivitelezése, melyet 2010-ben adtak át (Lévay E. 2021)

1925. október 25-én fejeződött be a Pávai Vajna Ferenc által kitűzött, és Faller Gusztáv okl. bányamérnök által lemélyített Hajdúszoboszló I. sz. városi mélyfúrás, melyből 1090,87 m mélyről 73 °C-os jódos, sós víz tört a felszínre gáz kíséretében. Mivel a mélyfúrás nem hozta a kutatási célkitűzésben előirányzott eredményt, az állam a hőforrást 1926. július 15-ével 99 évre bérbe adta Hajdúszoboszló városának.

E fúrás jelentős melegvízkészletére alapozva kezdődtek meg az európai híru gyógyfürdőhely kialakítását eredményező fejlesztések. A gyógyvíz, a kialakuló gyógyfürdő és strand, és a fürdőturizmus teljesen átalakította a települést, amely gyors fejlődésnek indult. A fentieknek köszönhetően ma Hajdúszoboszló az Alföld legismertebb fürdővárosa. Legfőbb turisztikai vonzereje a 30 hektáron fekvő, gyógyfürdőből, strandból, Aquaparkból, álló fürdőkomplexum, amely száraz és esős napokon is lehetőséget ad a kikapcsolódásra (<https://szoboszloinvest.hu/hu/miert/turizmus-27.html>).

A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák tekintetében Hajdúszoboszló 1 millió 327 ezer vendégéjszakával (2018) Magyarország harmadik legnépszerűbb települése Budapest és Hévíz után legnagyobb küldőpiacai Lengyelország (208 ezer vendégj), Románia (106 ezer vendégj) és Szlovákia (67 ezer) (https://mtu.gov.hu/documents/prod/legnepszerubb_telepulesek_2016_vegleges.pdf). A

strand és a hatalmas méretű gyógyvizes medencék, az extrém Aqua Park, valamint a fedett élményfürdő, az Aqua Palace együttesen nyújtanak sokszínű élménykínálatot.

Hajdúszoboszló az egészségturizmus területén nagy hagyományokkal és kimagasló feltételekkel bír. A folyamatosan bővülő kereslet és új az igények megjelenésére adott válaszok teszik Magyarországot meghatározó turisztikai célpontjává. A magas szállodai kapacitás, valamint a fürdő létesítményeinek, attrakcióinak folyamatos fejlesztése széleskörű gasztronómiai és kulturális programkínálattal párosul. 2019-ig évről évre kiemelkedő eredmények repítették Hajdúszoboszlót az ország leglátogatottabb települései közé. Az utolsó teljes turisztikai esztendőben (amely az idegenforgalom számára is teljes év volt - 2019.) Hajdúszoboszló a második legnépszerűbb desztináció volt Budapest után (1. ábra).

Bár a koronavírus járvány megnehezítette a turisztikai települések életét, Hajdúszoboszlónak 2020. és 2021. években is sikerült megőriznie súlyát a magyarországi turizmusban.

Sor-szám	Település	Belföldi-vendég-éjszaka	Sor-szám	Település	Külföldi-vendég-éjszaka
1.	Budapest	1 311	1.	Budapest	9 032
2.	Hajdúszoboszló	626	2.	Hévíz	691
3.	Zalakaros	488	3.	Bük	434
4.	Hévíz	444	4.	Hajdúszoboszló	362
5.	Balatonfüred	441	5.	Balatonfüred	288
6.	Siófok	440	6.	Sárvár	282
7.	Gyula	382	7.	Győr	233
8.	Miskolc	327	8.	Siófok	221
9.	Eger	315	9.	Zalakaros	149
10.	Bük	307	10.	Szeged	147

1. ábra. A legnépszerűbb magyar városok a vendégéjszakák száma alapján

(Forrás: Központi Statisztikai Hivatal, 2018)

2020-ban és 2021-ben is májusban történt a szezon megnyitása, ebből kifolyólag a két főszezon összehasonlítása alapján tudunk következtetéseket levonni. Hajdúszoboszlón 2021. május-augusztusa között az eltöltött vendégéjszakaszám az egy évvel korábbihoz képest közel 30%-kal nőtt: 516 ezer éjszakát realizáltak a szálláshelyek.

A Debrecen-Hajdúszoboszló-Hortobágy (Arany Háromszög) turisztikai térség is jól teljesített. A fent említett időszakban a vendégéjszakák száma kicsivel meghaladta az egymilliót. Ez 2020-hoz viszonyítva több mint 25%-os növekedést jelent, ami megfelel az országos adatoknak: 2021 nyarán a tavalyinál 25%-kal több vendégéjszakát regisztráltak Magyarországon (turizmus.com 2023).

Jól látható, hogy az összes térségi vendégj felét Hajdúszoboszló adja, és az országos növekedést is sikerült felülmúlnia. Hajdúszoboszló turisztikai teljesítménye továbbra is meghatározó jelentőségű a hazai idegenforgalomban (turizmus.com 2023).

Augusztusban a hajdúszoboszlói szállodák megközelítették a 2019-es rekordév vendégforgalmát. 2021 augusztusban 105 ezer vendégéjszakát sikerült teljesíteniük, míg a 2019-es rekordévben ez a szám 118 ezer volt. Fontos megjegyezni, hogy Hajdúszoboszló egyik legnagyobb szállodája, a Hotel Béke felújítás miatt nem üzemelt az elmúlt két esztendőben. A fürdőszolgáltatásokat Szoboszlón 2021 nyarán 768 692 ember vette igénybe, ami 34%-kal több mint a 2020-as év azonos időszakában (572 122 fő).

A legújabb egyedi élménykínálat, a Prémium Zóna kiválóan teljesített. Évi 30 ezer vendégre számítottak, ehhez képest rendkívül népszerű volt a megnyitást követően, 55 ezren érkeztek, amivel közel megduplázódott a vendégforgalom (turizmus.com 2023).

A városvezetés véleménye szerint a folyamatos fejlesztések tovább emelték a hajdúszoboszlói turizmus színvonalát. Szeptemberben elkezdődtek a munkálatok a Mátyás király sétányon, ennek keretében a Szent István park és a Fürdő utca egy része, valamint a teljes szállodasor minőségi megújulása történt.

Az új multifunkciós rendezvényközpont tervei is készültek, október végére esett a kidolgozott látványtervek közzététele. Megvalósulása által egy új szegmens felé nyitott a város, hiszen a sport mellett a konferenciaturizmus lehetőségei is rendelkezésre állnak, így Hajdúszoboszló ezzel is bővíteni tudja négy évszakos kínálatát (hajdusoboszló.eu 2023).

1.2. Hajdúszoboszló idegenforgalmi kínálata: látnivalók, turisztikai létesítmények, szálláshelyek, vendéglátóhelyek, turistacsalogató programok

Hajdúszoboszló Magyarország egyik legnépszerűbb egészségturisztikai központja. Ismertségét elsősorban a több mint kilenc évtizedes múltra visszatekintő gyógyvizének és gyógyfürdőjének köszönheti.

A hivatalosan minősített magyar gyógyhely jól ismert természeti adottságai mellett a nyári fesztiválok, a gasztronómia helyi remekei, a barátságos kisvárosi hangulat, az Alföld és Debrecen közelsége, valamint számos más természeti és épített örökségei értékei jó lehetőséget nyújtanak a vendégek számára a teljes kikapcsolódásra.

Az alábbiakban bemutatásra kerülnek a város turisztikailag fontos látnivalói (2. ábra). A település a turizmus szinte minden formájában jeleskedik, gyógyvizével, gazdag kultúrájával, történelmével, aktív sportéletével és természeti adottságaival. Általánosan

megállapítható, hogy a városban folyamatosan épülnek ki a fürdőszolgáltatások köré az egyéb attrakciók, ezzel is hozzájárulva a turisztikai szolgáltatások színesítéséhez, a vendégek szórakoztatási lehetőségeinek bővítéséhez, a vendégéjszakák számának növeléséhez, és a település fejlesztéséhez. A város elérhetőségét és közlekedési adottságait tekintve könnyen megközelíthető, mivel busz és vasút egyaránt közlekedik a környéken. Debrecen városa, amely mindössze 20 km-re található, repülővel is megközelíthető.



2. ábra. Hajdúszoboszló főbb látnivalói

(Forrás: saját szerkesztés)

A város fő turisztikai vonzereje a Hungarospa, ami Európa legnagyobb fürdőkomplexuma. A létesítmény a folyamatos fejlesztések eredményeként korszerű gyógyászati, wellness és szórakoztató szolgáltatásokat nyújt a város szálláskínálatával kiegészítve az ide látogató vendégeknek. A komplexum állami tulajdonban van, ezért hozzájárul a város fejlesztéséhez több szempontból is.

A hajdúszoboszlói gyógyfürdő a város üdülőövezetében, a „Bánomkert” nevű városrészen helyezkedik el. A gyógyfürdő főbejáratával szemben található Szent István parkban található Pávai-Vajna Ferenc, az itteni gyógy- és termálvíz megtalálójának szobra. A fürdőkomplexumnak több része is van, többek közt a: strand, az Aquapark, a prémium zóna, az Aqua Palace és a gyógyfürdő (3. ábra). Utóbbi kettő egész évben nyitva áll a látogatók előtt.



3. ábra. A Hungarospa térképe

(Forrás: <https://webshop.hungarospa.hu/> 2023)

A Strand a hajdúszoboszlói fürdőkomplexum része, amely májustól késő őszig minden korosztály számára biztosít fürdözést, kikapcsolódást és szórakozást. A tavaszi strandavató ünnepséggel beindul az élet a hajdúszoboszlói strandfürdő területén. A Hungarospa fürdőkomplexum szabadtéri fürdőegysége szeptember végéig várja vendégeit.

A fürdőkomplexum közel 30 hektáros területén 15 medence kínál fürdözési lehetőséget a látogatóknak. A fürdőzés mellett további kikapcsolódási lehetőségek is vannak, mint például csónakázás vagy vízibiciklizés a fürdőrészlegen található csónakázó tavon, minigolf a mediterrán tengerpart melletti szigeten, sőt a területen a kő sakktáblán is lehet sakkozni a fából készült játszótéren (hajdusoboszló.hu 2023).

A vízi élmények mellett a sportolási lehetőség is adott, mivel a fürdőnek sportcentruma is van. Itt lehetőség nyílik a különböző sportok kipróbálására: strand röplabda, lánbtenisz, pingpong, strandfoci, tenisz stb.

A gyógyfürdő egész évben üzemel. Itt több mint 40 féle kezelés vehető igénybe orvosi felügyelet mellett. 2014-ben megújult a termálcsernok, modern üvegszerkezetet helyeztek el, a zárt udvar nyitott medencéi új burkolatot kaptak, valamint megújultak a vizesblokkok.

A jódos, brómos és konyhasós gyógyvíz elsősorban reumás betegségek gyógyítására alkalmas, de jelentős javulást eredményez krónikus mozgásszervi betegségek, kopás és degeneratív betegségek esetén is. A gyógyfürdő hatása a sebészeti, ideg- és bőrgyógyászati eredetű betegségek (ekcéma, pikkelysömör) kezelése során is megmutatkozik. Ortopédiai műtétek, stroke utáni állapotok, Heine-kór utáni bénulások, krónikus idegfájdalmak és ideggyulladások utókezelésében is alkalmazható. Nőgyógyászati gyulladások és meddőség esetén is hatásos.

A fürdővel szomszédos 30 hektáros parkban az ország egyik legszebb strandját alakították ki – gyógy-, strand- és gyermekmedencékkel, hullámmedencével és pezsgőfürdővel, nyitott és fedett versenymedencével, különböző szolgáltatásokkal (https://hungarospa.hu/hu/araink/gyogyfurdofurdoszolgaltatasok?gclid=Cj0KCQjwmN2iBCrARIsAG_G2i6N23Es28t5V9PuFHxH6zOr8xO2HDuB9cBQVMuRIBz1avZq9kTHgkaAlx0EALw_wcB%20, 2023).

A komplexum egyéb szolgáltatásai: fürdőruha kölcsönzés, kabinbérlet, napozóágy bérlet, üzenetküldés, hangos bemondás, értékmegőrzés. Továbbá természetesen büfék, gyermekjátékok, szuvenírboltok sokasága, a nemzetközi és a magyar gasztronómia széles választékát kínáló, egyedi stílusjegyekkel rendelkező vendéglátó üzletek állnak a látogatók rendelkezésére. A Strand főbejáratától 1 km-re található a város sportreptere és gokart pályája (4. ábra).



4. ábra. A sportreptér és gokartpálya

(Forrás: saját felvétel)

Mivel Hajdúszoboszló mindössze 21 kilométerre van Debrecentől, a Debreceni Nemzetközi Repülőtér hivatalos funkciói miatt egyre inkább ide költöznek a sportjáratok és az egyéb légi sporttevékenységek. A sportrepülés nem új dolog a településen, hiszen már a második világháború előtt foglalkoztak itt ezzel. A repülőtér Magyarország egyik legjelentősebb kiképző bázisává vált, ahol vitorlázó és motoros repülés oktatást tartottak. A reptér 115 hektáros és a Aero Club Hajdúszoboszló Sportegyesület üzemelteti (hajduszoboszlo.hu 2023).

A létesítmény fő tevékenységi köre: légi szabadidő- és versenysportok megszervezése, kiképzés és oktatás, fenntartása és fejlesztése, a sporttevékenység feltételeinek megteremtése, a verseny- és szabadidősport támogatása, a légisportok népszerűsítése. Szakosztályai motoros repülő, vitorlázórepülő, sárkányrepülő, siklóernyő, ejtőernyő, hőlégballon.

A fürdőkomplexum mellett található repülőtéren 300 méter hosszú gokartpálya áll az autózni vágyók rendelkezésére. A versenyzők futamát számítógépes időmérés követi, amely az idő lejárása után elemezhető. Az időeredmény azt az időt mutatja, amit a versenyző minden körre futott a gokartversenyben, ami a legjobb köridő volt.

Az aktuális futamok a pálya felőli monitoron is követhetők, így a pálya mellett várakozók is izgalmas élményekben gazdagodhatnak. A kivilágított pálya az esti órákban várja a vendégeket, így verseny közben is élvezheti a reflektorfényben fürdőzés élményét.

Működtetése időjáráshoz kötött, tehát például változatos viszonyok között érdemes érdeklődni a nyitvatartásáról. Ennek ellenére nincs szükség időpontfoglalásra. A helyi lakosoknak kedvezmény jár, ha pedig rendezvényre kerül sor, vagy valamilyen csoport látogatja a pályát, akkor külön árszabás érinti őket.

A fürdőkomplexumtól 2.7 km-re található a Nádaspart horgászto és szabadidőközpont, ahol lehetőség nyúlik nappali és éjjeli horgászatra (halelvittel együtt), strandolásra, csónakázásra, bográcsolásra, versenyek megrendezésére, piknikezésre és sok más fajta szórakozásra, pihenésre (<https://www.nadaspart.hu/> 2023).

A 8 hektáros tó egy feltárt, agyagos fenekű üdülőterület, amelyet a Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatósága tervezett, így számos ritka, védett növény- és állatfaj elhelyezésére is tervezték. Ezért a vízfelületet foltokban nád tarkítja, ahol a vízmélység 70-90 cm, míg az ezeken kívüli részeken 210-240 cm között mozog. A tavat fűt kútból töltötték fel, amelyet részben talajvíz, részben csapadék táplál. A halállomány az évi többszöri telepítés mellett jelentős önszaporulattal is büszkélkedhet. Horgászni nem csak a partról, hanem a nádasok között húzódó hosszú mólóról is lehet (hajdusoboszlo.hu 2023).

A tó északi részén kiépített homokos strand található, mely fokozatosan mélyülő vízben folytatódik, így fürdőzésre is ideális. A strand mellett bérelhető főzési lehetőség is kiegészíti a kikapcsolódási lehetőségeket. Mindehhez hozzátartozik a meleg vizes szociális blokk is, növelve a komplexum komfortérzetét.

Végül pedig a fürdőkomplexumtól 1 km-re található a Fordított Ház. Ez a furcsa látnivaló egy lengyel származású vállalkozótól ered (5. ábra). A legelső ilyen attrakció 2010-ben épült Lengyelországban, ami akkor teljesen egyedinek számított. 2014-ben kezdték ezt több országba is behozni, mint turisztikai attrakció, többek közt Magyarországon. Mint ahogy a neve is utal rá, a házban minden „fordítva” van, tehát fejjel lefelé (szallas.hu, 2023).



5. ábra. A Fordított Ház (kívülről és belülről)

(Forrás: saját felvétel)

A fürdőhöz vezető Mátyás Király sétányon számos étterem, bolt, árusító pavilon, kereskedelmi szálláshely és helytörténelmi emlékmű található (6. ábra). Ez a városrész a leggazdagabb a zöldfelületek tekintetében, mivel a közelben található a Szent István park, egy focipálya lelátóval, egy szabadtéri konditerem és egy szabadidőpark, ahol játszótér és gördeszkapálya van. Az utóbbi helyi és az ide látogató fiatalok körében egyaránt kedvelt, gyakran látogatott. A fürdő északnyugati részén a kemping rész helyezkedik el, ami tovább növeli a városi zöldterület nagyságát (Vasenszki É. 2019)

A sétányhoz vezető Bánomkert utcában számtalan hotel, panzió és egyéb szálláshely sorakozik: Hunguest Hotel Aqua-Sol, Hotel Délibáb, Hunguest Hotel Béke, Mátyás Király Gyógy- és Wellness Hotel.

A sétány nemrég felújításon esett át, amelynek eredményeképpen a város ezen része szinte újjászületett. Továbbá nem csak esztétikailag van remekül kialakítva, hanem elhelyezés szerint is, hiszen például a Bánomkert utcán megszálló vendégek a fürdőkomplexumhoz tartó útjuk alatt a sétányon mennek keresztül, ahol minden bizonnyal vásárolnak, étkeznek, megtekintik a változatos és jellegzetes emlékműveket stb.



6. ábra. Árusító pavilonok és éttermek a Mátyás király sétányon

(Forrás: saját felvétel)

A fürdővel szemben található a Harangház és a Szent István park. A Harangház Oborzil Edit iparművész és Rácz Zoltán építész együttes alkotása, ami a harang-hagyaték elhelyezésére és bemutatására szolgáló építmény. A látványosság számos jelképpel és utalással rendelkezik, egyértelműen a magyar történelemmel kapcsolatosan. A parkban vannak más emlékművek is, mint a „Szerelm kútja,” a „Virág szimbólum”, a „Turul” és mások.



7. ábra. Városháza és a Bocskai István Múzeum

(Forrás: saját felvétel)

A Szent István parktól 1.1km-re található a városháza és a Bocskai István Múzeum (7. ábra). A hajdúszoboszlói városháza 1818-ban épült fel a református templommal szemben. Mindkét épületet ugyan az a mester, Rabl Cornelius tervezte és építtette 3 év leforgása alatt. A városháza mai formáját 1896-ban nyerte el, a honfoglalás millenniumi évében. Az 1970-es és 1990-es években felújításon esett át.

A Bocskai István Múzeum első kiállítása 1958-ban nyílt meg. A hajdúszoboszlói gimnázium lelkes történelemtanára, dr. Juhász Imre kezdeményezte. 1957-től ő és diákjai gyűjtötték össze a múzeum első műtárgyakat, majd később ebben részt vett az egész város (hajdusoboszlo.hu, 2023).

A múzeum nevét, a hajdúkat Szoboszlóra telepítő Bocskai István erdélyi fejedelem nevéől kapta. Az intézmény 1964-ben kapott működési engedélyt, és ekkor került be a Hajdú-Bihar Megyei Múzeumok Igazgatóságának szervezetébe, gyűjtőterületévé Hajdúszoboszló és térsége lett. Dr. Juhász Imre igazgatása (1964–2005) alatt a Bocskai Múzeum a megye meghatározó és népszerű, látogatott területi múzeummá vált. 2013-ban az intézmény fenntartását Hajdúszoboszló Város Önkormányzata vette át (<https://www.bocskaimuzeum.hu/rolunk.php>, 2023).

2014-től Dr. Bihari-Horváth László vezeti az intézményt, melyet napjainkban a lendületes fejlődés jellemez. 2021-ben megnyitotta kapuit a Fejedelmi Kincstár, amelyben

Bocskai István erdélyi fejedelem koronájának és jogarának nemes és hiteles másolata is megtalálható.

A múzeum néprajzi, történeti és a képzőművészeti gyűjteménnyel rendelkezi. Ezek közül a legnagyobb a néprajzi, amihez 7500 műtárgy tartozik, a történetihez 5000, a képzőművészeti pedig folyamatosan bővül (<https://www.bocskaimuzeum.hu/rolunk.php>, 2023).

2. AZ INTERNET ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATA

2.1. Az internet kialakulásának története

Az internet, ahogyan ma ismerjük, egy hatalmas, összekapcsolódó hálózat, amely átalakította a kommunikációt, a munka, a tanulás és az interakció módját. De nem mindig volt ez így. Az internet eredete az 1950-es évekre nyúlik vissza, amikor a világ a hidegháborúval küzdött, és a kutatók egy olyan kommunikációs rendszer létrehozására törekedtek, amely ellenáll a zavaroknak. A szerény katonai projekt kezdetektől a mai globális hálózattig az internet története az emberi találékonyság, az együttműködés és a kapcsolatteremtés szüntelen keresésének, valamint az innováció, az együttműködés és a gyors technológiai fejlődés lenyűgöző útjának története (<https://www.geeksforgeeks.org/history-of-internet/>, 2025.).

Az internetet, amelyet néha „hálózatok hálózataként” is emlegetnek, az 1970-es években fejlesztették ki az Egyesült Államokban, de a nagyközönség számára csak az 1990-es évek elején vált láthatóvá. 2020-ra a becslések szerint körülbelül 4,5 milliárd ember, azaz a világ népességének több mint fele fér hozzá az internethez. Ez a szám pedig folyamatosan növekszik, nagyrészt az „intelligens” technológiának köszönhetően, ahol a számítógépeszerű eszközök vezeték nélküli hálózatokon keresztül csatlakoznak az internethez vagy kommunikálnak egymással. Ezek magukba foglalják az okostelefonokat, a háztartási gépeket, a termosztátokat, a világítási rendszereket, az öntözőrendszereket, a biztonsági kamerákat, a járműveket, sőt még a városokat is (<https://www.britannica.com/technology/Internet>).

Bár senki sem állíthatja, hogy „feltalálta” az internetet, az számos briliáns elme évtizedek alatt elért közös munkájának eredményeként jött létre.

Az internet olyan erőteljes és általános képességet kínál, hogy szinte bármilyen, információtól függő célra használható, és mindenki számára elérhető, aki csatlakozik valamelyik alkotóeleméhez. Támogatja az emberi kommunikációt a közösségi médián, az elektronikus levelezésen (e-mail), a „csevegőszobákon”, a hírcsoportokon, valamint a hang- és videoátvitelen keresztül, és lehetővé teszi az emberek számára, hogy számos különböző helyszínen együttműködve dolgozzanak. Számos alkalmazáson keresztül támogatja a digitális információkhoz való hozzáférést, beleértve a világhálót is (<https://www.britannica.com/technology/Internet>).

Az internet egyben melegágyának is bizonyult nagyszámú és egyre növekvő számú „e-vállalkozás” számára, amelyek értékesítésük és szolgáltatásaik nagy részét az interneten keresztül bonyolítják.

2.2 Az internet szerepe a turizmusban

Az utazási és turisztikai ágazat jelentős átalakuláson ment keresztül az évek során az internet megjelenésének köszönhetően. A technológia integrációja életünk minden területére forradalmasította az utazás, az utazások megtervezésének, a szállásfoglalásnak és az új úti célok felfedezésének módját. Az internet nélkülözhetetlen eszközzé vált mind az utazók, mind az iparági szakemberek számára.

Egyetlen kattintással az utazók összehasonlíthatják az árakat, elolvashatják a véleményeket és foglalhatnak, mindezt otthonuk kényelméből. Az internet minden eddiginél könnyebbé tette az utazások kutatását és megtervezését, a más utazókkal való kapcsolatfelvételt és a világ rejtett kincseinek felfedezését.

Az utazási és turisztikai iparág hosszú utat tett meg a kezdetek óta. A kézzel írott útitervek és az üzletekben működő utazási irodák napjaitól kezdve figyelemre méltó fejlődésnek lehettünk tanúi, amelyet a technológia fejlődése vezetett.

Az utazási iparág növekedéséhez vezető egyik kulcsfontosságú tényező a közlekedési infrastruktúra fejlődése volt. A vasutak, utak és repülőterek építése elérhetőbbé és megfizethetőbbé tette az utazást. Ez, a szabadidő és a rendelkezésre álló jövedelem növekedésével párosulva, táplálta a turizmus felemelkedését.

A közlekedés alapvető szükségletétől az élményutazás iránti vágyig az utazási és turisztikai ágazat dinamikus és folyamatosan változó ágazattá alakult át. Az internet volt a mozgatórugója ennek az evolúciónak, felhatalmazva az utazókat és átalakítva azt, ahogyan felfedezzük a világot.

Az információs technológia (IT) és a turizmus az 1970-es évek óta szorosan együttműködik, forradalmasítva a turisztikai termékeket és szolgáltatásokat. A turizmus valójában egy komplex rendszerré vált, amely az 1970-es években integrálta a számítógépes foglalási rendszereket (CRS), az 1980-as évek végén a globális elosztórendszereket (GDS), az 1990-es évek végén az internetet [Buhalis és Law, 2008], a 2010-es években pedig az intelligens technológiákat. Az okostelefon ma már teljes mértékben közvetíti a turisztikai élményt, és teljesen újraértelmezte azt [Wang et al., 2014]. Végül soron az IT kulcsfontosságú

és központi szerepet játszik a turisztikai ágazatban. Az információs technológia a turizmusban számos formát ölthet.

Az utazási irodák CRS-eket (Central Reservation System) vezettek be információgyűjtésre és foglalások lebonyolítására.

A 20. század elején megjelentek az iparágban az utazási irodák, amelyek közvetítőként működtek az utazók és a szállodák, légitársaságok és más szolgáltatók között. Az emberek ezekre az irodákra támaszkodtak információkért, foglalásokért és ajánlásokért. A folyamat azonban időigényes volt, és nagymértékben támaszkodott a személyes interakciókra.

Az internet mindent megváltoztatott. A világháló 1990-es évekbeli megjelenésével az utazási iparág új korszakba lépett. Azok az információk, amelyek korábban csak brosúrákon és utazási irodákon keresztül voltak elérhetők, bárki számára elérhetővé váltak, aki rendelkezik internetkapcsolattal. Az internet lehetővé tette az utazók számára, hogy úti célokat kutassanak, árakat hasonlítsanak össze, és közvetlenül foglaljanak repülőjegyeket és szállásokat (Chulmo K. 2015).

Manapság az utazási és turisztikai ágazat elérhetőbb és sokszínűbb, mint valaha. Az utazók számos online forráshoz férhetnek hozzá, például utazási blogokhoz, értékelő weboldalakhoz és közösségi média platformokhoz, amelyek lehetővé teszik számukra, hogy információkat gyűjtsenek és megalapozott döntéseket hozzanak.

Ezenkívül a technológiai fejlődés megkönnyítette az emberek számára, hogy kevésbé ismert úti célokra utazzanak. A jobb infrastruktúra, közlekedési lehetőségek és navigációs eszközök új lehetőségeket nyitottak az utazók számára, ösztönözve őket arra, hogy kevésbé ismert helyeket fedezzenek fel, és hozzájáruljanak a helyi gazdasághoz.

Továbbá a megosztásalapú gazdaság térnyerése felforgatta a hagyományos utazási ágazatot. Az olyan platformok, mint az Airbnb és az Uber, lehetővé tették az egyének számára, hogy pénzzé tegyék eszközeiket, például szabad szobákat vagy autókat, és egyedi élményeket kínáljanak az utazóknak. Ez személyre szabottabb és magával ragadóbb utazási élményt eredményezett.

Az internet megjelenése mélyreható hatással volt az utazási és turisztikai ágazatra. Teljesen átalakította az emberek utazástervezésének és -foglalásának módját. Az internet előtt az utazók az utazási irodákra és útikönyvekre támaszkodtak az információk gyűjtésében és a foglalásokban. A folyamat időigényes volt, és a lehetőségek gyakran korlátozottak voltak.

Az internetnek köszönhetően az utazók rengeteg információhoz férhettek hozzá egy kéznél lévő helyen. Kutathattak úti célokat, összehasonlíthatták az árakat, és elolvashatták más utazók véleményeit. Megjelentek az online utazási irodák és foglalási platformok,

amelyek kényelmes, egyablakos ügyintézészt kínáltak az utazóknak repülőjegyek, szállások és egyéb utazási szolgáltatások keresésére és foglalására (Chulmo K. 2015).

2.3. Az online utazási irodák kialakulásának története

Az elmúlt 20 évben az online utazási irodák disztribúciós partnerként való megjelenése mély hatást gyakorolt a szállodaiparra. Ez a kapcsolat folyamatosan növekszik és változik.

Az 1990-es évek elején az internet kezdett áthatolni a mindennapi életben, és új lehetőségeket kínált a különböző iparágak számára. Az utazási szektor, amelyet hagyományosan a walk-in ügynökségek uraltak, megérett az innovációra. A légitársaságok, felismerve az online platformokban rejlő lehetőségeket, elkezdtek közvetlen foglalási lehetőségeket kínálni weboldalaikon. Ez az elmozdulás lehetővé tette a fogyasztók számára, hogy megkerüljék a közvetítőket, ami jelentős átalakulás kezdetét jelentette az utazások lefoglalásában (Chulmo K. 2015).

Az 1990-es évek közepén megjelentek az első OTA-k (Online Travel Agency), olyan platformok, amelyek az utazási lehetőségeket összesítik, és egyablakos ügyintézészt biztosítanak a fogyasztóknak a repülőjegyek, szállodák és autóbérlés jegyében (<https://www.touristsecrets.com/travel-tips/how-has-the-internet-affected-the-travel-and-tourism-industry/>, 2023). Ezek közül a legjelentősebbek voltak:

- Expedia (1996): A Microsoft által elindított Expedia az úttörők közé tartozott az online utazási térben. Kezdetben platformként szolgált a Microsoft-alkalmazottak számára az utazások lefoglalásához, de gyorsan elterjedt a nyilvánosság számára. Az Expedia felhasználóbarát felülete és átfogó kínálata a kényelmet és a versenyképes árakat kereső utazók kedvenc oldalává tették.
- Travelocity (1996): A Sabre, egy globális disztribúciós rendszer által kifejlesztett Travelocity volt az egyik legkorábbi OTA, amely online utazási szolgáltatások széles skáláját kínálta. Népszerűsége tett szert az AOL-lal kötött partnerség révén, és szélesebb közönséghez juttatta el az online utazásfoglalást. (Az AOL egy amerikai internetes portál és online szolgáltató.)
- Priceline (1998): Bevezette az innovatív "Nevezd meg a saját áradat" modellt, amely lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy licitáljanak szállodai szobákra és repülőjegyekre. Ez az egyedülálló megközelítés vonzotta a költségvetés-tudatos utazókat, akik ajánlatokat keresnek, és megkülönböztetik a Priceline-t a többi OTA-tól (AP. 2015).

Ahogy az internet egyre szélesebb körben elterjedt, az online utazási irodák bővítették kínálatukat és elérhetőségüket. Kezdték belefoglalni üdülési csomagokat, körutazásokat és last minute ajánlatokat, az utazási igények szélesebb körét kielégítve.

Az okostelefonok megjelenésével az utazók egyre gyakrabban fordultak mobilalkalmazásokhoz utazások lefoglalásához. Az az online utazási irodák válaszul mobilbarát webhelyeket és alkalmazásokat fejlesztettek ki, olyan funkciókat kínálva, mint az akciókról szóló „push” értesítések és az útközbéli foglalás lehetősége.

A push értesítés egy rövid üzenet, amely előugró ablakként jelenik meg az eszköz képernyőjén, és amelyet egy alkalmazás küld, még akkor is, ha az nem fut aktívan. Ezek az értesítések tartalmazhatnak szöveget és multimédiát, például képeket vagy gombokat, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy konkrét műveleteket hajtsanak végre. Lényegében olyan riasztások, amelyek tájékoztatják a felhasználókat az alkalmazással kapcsolatos frissítésekről vagy tevékenységekről, például üzenetek vagy új bejegyzések fogadásáról (<https://www.ibm.com/think/topics/push-notifications>, 2021).

Az úgynevezett metasearch/metakereső motorok, például a Kayak és a Skyscanner lehetővé tették a felhasználók számára, hogy összehasonlítsák az árakat több OTA és légitársaság webhelyén. Ezek a platformok átláthatóságot biztosítottak, és felhatalmazták a fogyasztókat arra, hogy a különböző forrásokból származó információk összesítése révén megtalálják a legjobb ajánlatokat.

A metakereső (vagy keresőaggregátor) egy online információkereső eszköz, amely egy webes keresőmotor adatait használja fel saját találatok előállításához. A metakereső motorok fogadják a felhasználó bemeneti adatait, és azonnal lekérdezik a keresőmotorokat az eredményekért. Elegendő adatot gyűjtenek össze, rangsorolnak és bemutatnak a felhasználóknak.

A metakereső nem értékesít közvetlenül utazási termékeket. Ehelyett több forrásból – például légitársaságoktól, szállodaláncoktól és online utazási irodáktól (Expedia, Booking.com stb.) – származó adatokat összesíti, és egyetlen felületen jeleníti meg. Ha rákattint egy eredményre, a harmadik fél webhelyére kerül a foglalás befejezéséhez.

A 2008-ban alapított Airbnb forradalmasította az utazási ágazatot azáltal, hogy rövid távú bérbeadást kínál magánlakásokban. Ez a peer-to-peer modell egyedülálló szállást kínál az utazóknak, és gyakran alacsonyabb áron, mint a hagyományos szállodákban, kihívást jelentve az OTA-k számára, hogy alkalmazkodjanak a változó környezethez. A „peer-to-peer” kifejezés olyan hálózatokat jelöl, amelyekben minden számítógép kiszolgálóként működhet a többiek számára, lehetővé téve a fájlok és perifériák megosztott elérését központi szerver

nélkül. Ezt a modellt gyakran használják információ-titkosításra, valamint az internethasználók függetlenítésére (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/peer-to-peer>, 2025).

Az OTA-k elkezdtek kihasználni a mesterséges intelligenciát a felhasználói élmény javítása érdekében. A személyre szabott ajánlások, a dinamikus árképzés és a chatbotok általános jellemzőkké váltak, amelyek célja az utazók számára személyre szabott lehetőségek és zökkenőmentes foglalási folyamatok biztosítása (Ed W. 2016).

A COVID-19 világjárvány súlyosan érintette a globális utazást, ami az OTA-foglalások átmeneti csökkenéséhez vezetett. Az utazási korlátozások enyhülésével azonban az online utazási irodák újjáéledtek. A rugalmas foglalási szabályzatok, az egészségügyi és biztonsági információk, valamint a belföldi utazási lehetőségek népszerűsítésével alkalmazkodtak a változó fogyasztói preferenciákhoz (Simone P. 2022).

Számos vállalat vezető szerepet az OTA-iparban:

- Expedia Group: olyan márkák tulajdonosa, mint az Expedia, a Hotels.com és a Vrbo, amelyek utazási szolgáltatások széles skáláját kínálják.
- Booking Holdings: A Booking.com, a Priceline és a Kayak anyavállalata, erős nemzetközi jelenléttel.
- Airbnb: egyedülálló szálláskínálatával továbbra is megzavarja a hagyományos szállodaipart.
- Tripadvisor: Véleményező webhelyből foglalási lehetőségeket kínáló platformmá fejlődött, amely az információkat és a foglalásokat egyaránt kereső utazókat szolgálja ki.

Összefoglalva, az online utazási irodák története az iparág alkalmazkodóképességének és innovációjának bizonyítéka. Az internet alapú foglalás korai napjaitól a mobilalkalmazások és a mesterséges intelligencia által vezérelt személyre szabás jelenlegi korszakáig az OTA-k folyamatosan átalakították az emberek utazási tervezését és élményét. Ahogy a technológia folyamatosan fejlődik, az OTA-k jövője még izgalmasabb fejlesztéseket ígér az utazók számára világszerte (Annie N. 2015).

A jövőre nézve az OTA-k várhatóan tovább fognak fejlődni a technológia fejlődésével és a fogyasztói magatartás változásaival.

3. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA

3.1. Kutatási módszerek

A kutatás módszerének a számomra elérhető internetes felületeken megjelenő információk összegző elemzését választottam. Munkámat azzal kezdtem, hogy alaposan megvizsgáltam az utazási irodák kínálatát, lehetőségeit, programjait. Ezek után összeállítottam egy szempontrendszert, melyben 42 kérdés található (2. számú melléklet). A szempontrendszer alapján összegyűjtöttem az utazási irodák honlapjairól a Hajdúszoboszlóval kapcsolatos utazások adatait. Ennek következtében kialakításra került egy elemezhető adatbázis.

Az adatok alapján próbáltam következtetéseket levonni, hogy a két ország hogyan reklámozza, árusítja Hajdúszoboszló városát, mint turisztikai desztinációt, mivel csalogatják az utazókat ide. Milyen desztinációk kerülnek fénnypontra és melyek kapnak kevesebb figyelmet. Milyen szolgáltatások kerülnek ezekbe a csomagokba, melyik milyen anyagi vonzattal bír, mikor kerülnek sorra ezek az utazások teoretikusan, mi az, ami eltérő a két ország kínálata között.

Először azzal kezdtem a munkámat, hogy összegyűjtöttem a lehető legtöbb számomra elérhető utazási irodát. Az irodákat a Google találatai alapján gyűjtöttem össze, mivel az a legtöbbet használt keresőmotor világszerte. Az első 30 oldalon 10-10 utazási irodát sikerült összegyűjtenem mindkét országból.

Már a keresésem előtt attól tartottam, hogy az ukrán oldalon kevesebb találatot fogok látni, ami meglepően nem bizonyosult be az ország jelenlegi háborús állapotától függetlenül. A találatok ellenére az átlagemberek körében sajnos nem feltétlenül az utazás az, amivel most jelenleg szabadon tudnának foglalkozni, kifejezetten a férfiak körében, mivel jelenleg nem hagyhatják el szabadon az országot. A feltételezéseim és tapasztalataim alapján azok a demográfiai csoportok, akik az elmúlt évben a legtöbbet utaztak Magyarországra, a következők: nők, több kisgyermekes családok, valamint üzleti vagy munkavégzés céljából érkező személyek.

A felmérés során felhasznált irodák adatai külön táblázatban vannak feltüntetve (1. számú melléklet.), linkekkel és egyéb elérhetőségekkel. A szempontrendszer segítségével sikerült az összes utazási irodát és azok adatait részletesen kielemezni.

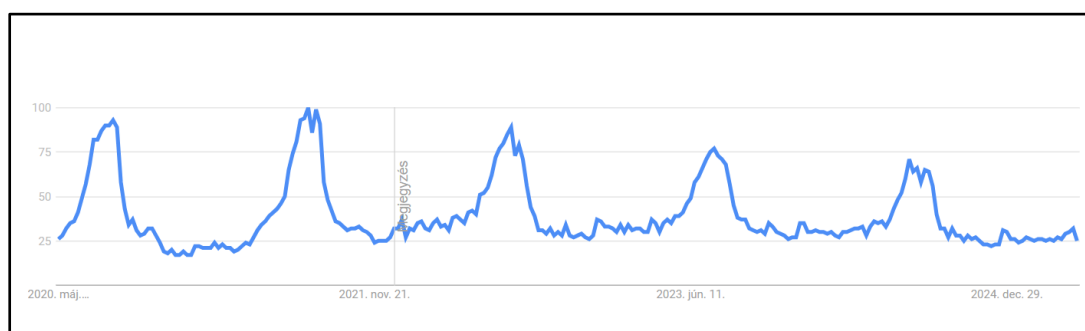
Mielőtt az utazási irodák elemzésére kerülne sor, fontosnak tartom, hogy megvizsgáljam, milyen arányokban keresnek rá Hajdúszoboszlóra, mint keresési kifejezésre

a két ország tükrében. Milyen gyakorisággal időben, illetve megyékre osztva. Ez fontos nem csak statisztikai, hanem egy pontosabb kép kialakításának érdekében is.

3.2. Hajdúszoboszló megjelenése keresési előzményekben Magyarországon és Ukrajnában

Ebben a fejezetben elemzésre kerül, hogy „Hajdúszoboszló”, mint keresési kifejezés, hogyan jelenik meg a keresési előzményekben Ukrajnában és Magyarországon.

A 8. ábrán láthatjuk, hogy a magyarok általában nyár környékén keresnek rá erre a keresési kifejezésre. A képen időnként látható zuhanás a téltől kora tavaszig tartó időszakot jelöli. A grafikon 2020 májusától napjainkig készült. Ezen egy sokkal részletesebb és átfogóbb grafikont láthatunk arról, hogy a magyarok milyen gyakran keresik ezt a kifejezést az ukránokhoz képest. 2021 júliusa volt a város számára a legjobb hónap a Google-keresések tekintetében.



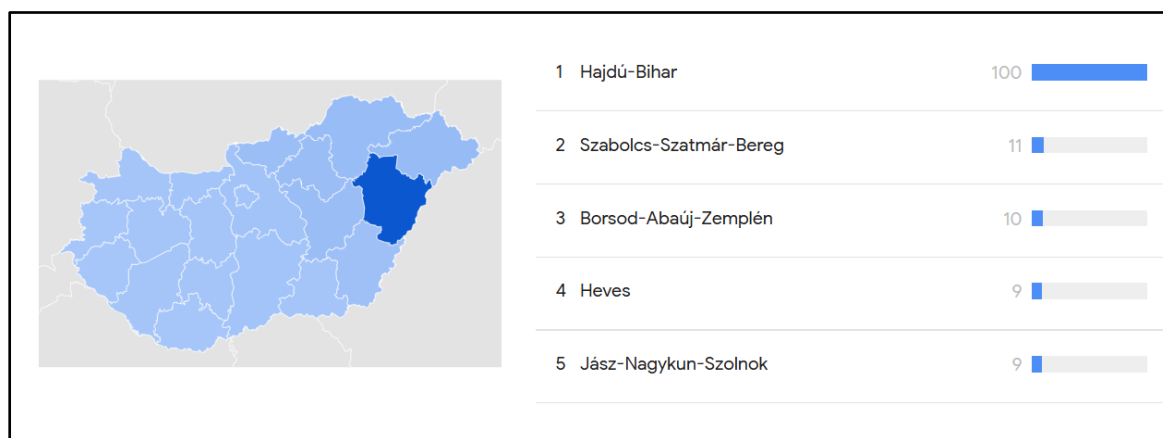
8. ábra. „Hajdúszoboszló”, mint keresési kifejezés, az elmúlt öt évben, Magyarországon érdeklődés idő szerint

(Forrás: Google Trends)

Furcsa módon, ha megnézzük a hivatalos statisztikai adatokat (KSH), láthatjuk, hogy a város évről évre egyre több turistát fogad. A város turisztikai szempontból egyre nagyobb, keresettebb az évek múlásával. Mégis, ezen a grafikonon azt látjuk, hogy a várost egyre kevésbé keresik fel az interneten az évek múlásával. Ebből egy meglehetősen érdekes következtetésre juthatunk, miszerint a Google találati listája nem mindig tükrözi sok dolog valódi értékét.

Az alábbi grafikonon (9. ábra) láthatjuk, hogy Hajdú-Bihar vármegye az, ahol az emberek a legtöbbet keresnek rá Hajdúszoboszlóra, mint keresési kifejezésre. A második

vármegye Szabolcs-Szatmár-Bereg. Ennek számos oka lehet. Az egyik az lehet, hogy a megye lakóit érdekli a hozzájuk legközelebbi komplexum.

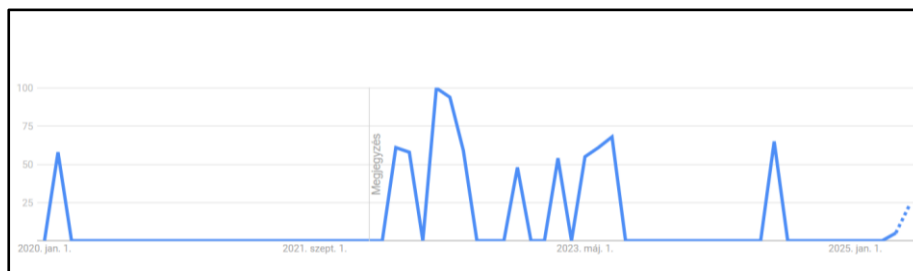


9. ábra. „Hajdúszoboszló”, mint keresési kifejezés, az elmúlt öt évben, Magyarországon megyék szerinti megoszlásban
(Forrás: Google Trends)

Fontos megemlíteni, hogy az emberek valószínűleg nem mindig turisztikai céllal keresik fel az interneten a várost. Vannak, akik lakást, munkát, vagy csak általános híreket keresnek. A következőkben felsorolom a városhoz kapcsolódó leggyakrabban keresett kifejezéseket: „*prémium zóna hajdúszoboszló*”, „*hajdúszoboszló strand árak 2021*”, „*prolabor hajdúszoboszló*”, „*14 napos időjárás előrejelzés hajdúszoboszló*”, „*garden hotel hajdúszoboszló*”, „*ingatlan.com hajdúszoboszló*”, „*hajdúszoboszló lidl*”, „*teleingatlan hajdúszoboszló*”, „*hajdúszoboszló eladó ház*.”

Azonnal láthatjuk, hogy nem minden keresési kifejezés vagy kulcsszó kapcsolódik a turizmushoz. Itt az is látható, hogy minden megyében valamilyen százalékban rákeresnek a városra, Ukrajnával ellentétben, ahol az eredményt relatívan limitáltak.

A 10. ábrán láthatjuk, hogy viszonylag keveset keresnek rá a városra az ukránok körében, annak ellenére, hogy a várost gyakran látogatják az ukrán turisták és utazók, mint ahogy ezt már korábbi, hivatalos statisztikák szerint megvizsgáltuk.



**10. ábra. „Hajdúszoboszló”, mint keresési kifejezés, az elmúlt öt évben Ukrajnában
érdekélődés idő szerint**
(Forrás: Google Trends)

Említésre méltó, hogy a legtöbb keresés 2022. februárjától kezdődött (11. ábra). Ez feltételezhetően a háború eredménye lehet, mivel korábbi munkámban már megvizsgáltam, mennyi ukrán utazó érkezett Hajdúszoboszlóra ebben az időszakban.

<u>Időszak</u>	<u>Ukrajna</u>
Január	32 454
Február	27 073
Március	135 399
Április	63 476
Május	50 879

**11. ábra. A Hajdúszoboszlón található kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött
vendégéjszakák száma 2022-ben Ukrajnából érkező vendégek vonatkozásában, havi
bontásban**

(Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján, 2022)

A háború kitörésekor hatalmas migrációs hullám indult el Ukrajna egész területéről Európa környező országaiba. A KSH (Központi Statisztikai Hivatal) 2022-s adatai alapján. Ezáltal Hajdúszoboszló városában is megugrott a vendégéjszakák száma (11. ábra).

A következő grafikonon (12. ábra) láthatjuk, hogy csak néhány megye keres rá erre a keresési kifejezésre. A legjelentősebbek a következők: Kárpátalja, Lemberg megye, Rivne megye és Kijev városa. Ebből az ábrából szintén azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a Google keresések nem mindig a tiszta valóságot tükrözik. Attól, hogy az interneten nem feltétlenül van nyoma, magyarországi statisztikákon van.



12. ábra. „Hajdúszoboszló”, mint keresési kifejezés, az elmúlt öt évben Ukrajnában, megyék szerinti megoszlásban.

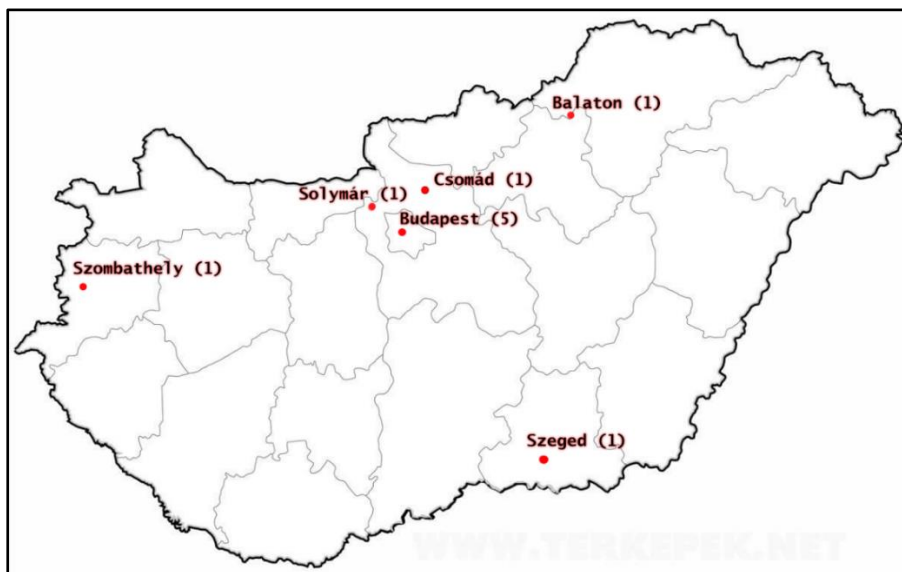
(Forrás: Google Trends)

3.3. Hajdúszoboszló megjelenése a magyar utazási irodák ajánlataiban

Az alábbi alfejezetben Hajdúszoboszló, mint úti cél megjelenését fogom bemutatni először a magyar utazási irodák ajánlataiban. Összesen 10 utazási iroda kerül majd vizsgálatra.

Észrevételeim szerint meglehetősen kevés magyarországi iroda hirdet utazást belföldre, különösképpen Hajdúszoboszlóra. Olyan irodával is találkoztam, amely valamikor hirdetett utakat a városba, de ez megszűnt egy idő után. Több helyszín előfordul, mint Hévíz, Budapest, Eger stb. Tehát annak ellenére, hogy mennyire ismert turisztikai desztináció, elég kevesen hirdetik ezeken az online felületeken. Ennek szintén több oka is lehet. Az egyik feltételezésem szerint azért, mert az átlag magyar népesség, ha utazik, akkor inkább külföldre utazna. Lehet, hogy a város népszerű és gyakran látogatott a külföldi turisták körében, de a hétköznapi magyarok szívesebben költenének ugyanannyi pénzt egy másik országban, mint a sajátjukban. Inkább valami újat, valami kevésbé ismerőset szeretnének látni. Ez érthető. Az ukrán utazási irodáknál egy kicsit eltérő információ-kollektívát láthatunk majd, ami a későbbi alfejezetben kerül kifejtésre.

Az alábbi térképen (13. ábra) láthatjuk az utazási irodák megoszlását városok szerint, illetve, hogy melyik városban hány iroda található, akik Hajdúszoboszlóra hirdetnek utazásokat.



13. ábra. A vizsgált utazási irodák területi megoszlása Magyarországon

(Forrás: Saját szerkesztés)

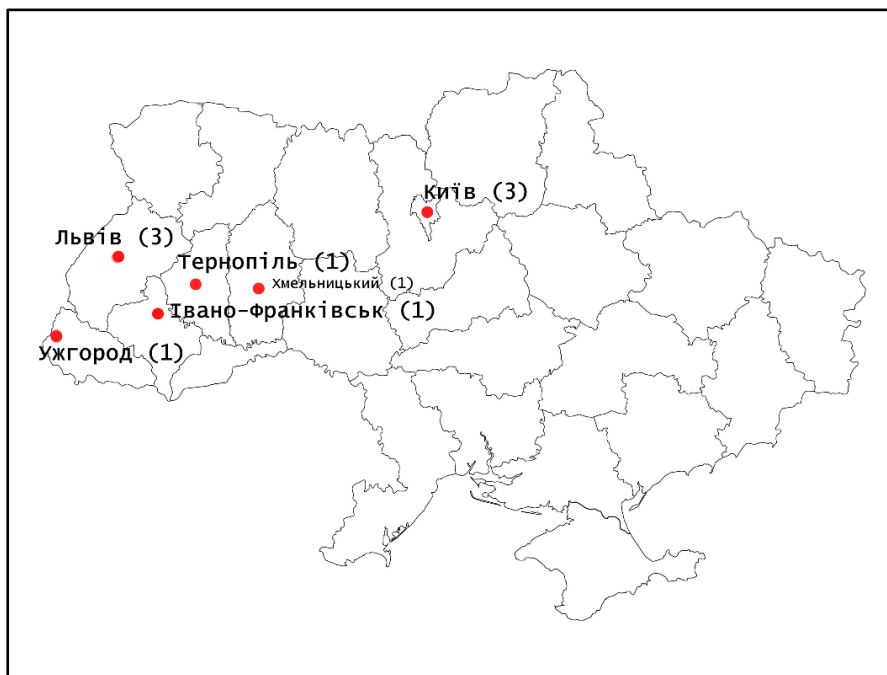
A legtöbb iroda a fővárosra és környékére összpontosul: Budapesten 5, Solymáron 1, Csomádon 1. A többi Balatonon, Szombathelyen, illetve Szegeden helyezkedik el. Hajdúszoboszlóhoz legközelebbi iroda egy Balaton nevezetű településen van, mindössze 168 km távolságra. A legmesszebb elhelyezkedő iroda Szombathelyen van, 431 km-re a várostól. A távolságot közúton mértem, várostól városig.

3.4. Hajdúszoboszló megjelenése az ukrán utazási irodák ajánlataiban

Az alábbi alfejezetben Hajdúszoboszló, mint úti cél megjelenését fogom bemutatni az ukrán utazási irodák ajánlataiban. Összesen 10 utazási iroda kerül majd vizsgálatra.

Észrevételeim szerint meglepően sok ukrán utazási iroda hirdet túrákat, utakat és egyéb csomagokat Hajdúszoboszlóra, a magyar irodákkal ellentétben. Említésre méltó azonban, hogy a legtöbb iroda online felülete meglehetősen elavult, úgy a weboldalakon megjelenített információk, mint a dizájn szempontjából.

Az alábbiakban feltüntetett irodákban látszik, hogy a legtöbb iroda Ukrajna nyugati oldalán helyezkedik el (14. ábra). Az irodákból 3 Kijevben, 3 Lembergben helyezkedik el, a többi az alábbi településeken: Ungvár, Ternopil, Ivano-Frankivszk és Hmelnickij.



14. ábra. A vizsgált utazási irodák területi megoszlása Ukrajnában

(Forrás: Saját szerkesztés)

Hajdúszoboszlóhoz legközelebbi iroda nyilvánvalóan Ungváron helyezkedik el, 164 km-re. A legtávolabbi Kijevben, 950 km-re. A távolságot itt szintén várostól városig mértem.

3.5. Az utazási irodák kínálatának elemzése

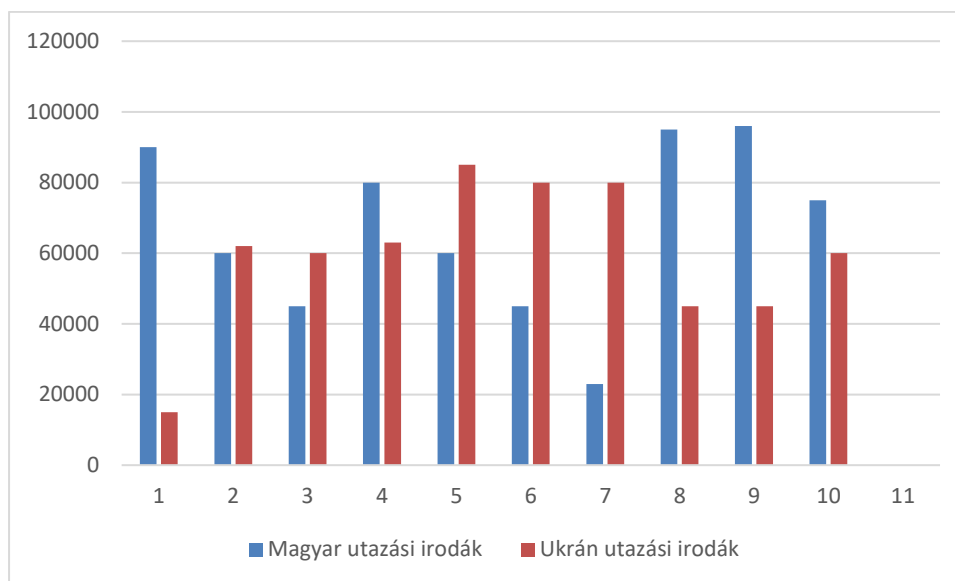
Az alábbiakban a szempontrendszer (2. sz. melléklet) kérdéseire kapott válaszoknak az elemzésére fog sor kerülni. Ezzel a szempontrendszerrel mind a 20 utazási iroda kínálatát sikerült felmérni.

Munkám során megfigyeltem, hogy annak ellenére, hogy mennyi látnivaló és turisztikailag jelentős objektumok található Hajdúszoboszlón, az utazási irodák 80%-a csak a fürdőt hirdeti. Az első fejezetben említett objektumok közül az alábbiak szerepeltek még a 20 utazási iroda csomagjaiban: Harangház (35%), Bocskai Múzeum (10%), Mátyás Király Sétány (70%), Szent István Park (20%).

Számos kérdésemre sajnos választ nem kaptam. Többet között a túrák hosszára km-ben, vagy ha ukrán utazási csomagokról van szó, hogy melyik határátkelőt használják átkeléskor. Három iroda nevezett meg határátkelőt, ami az Ungvár-Felsőnémedi volt.

Az árak itt rendkívül változatosak (15. ábra). Némelyik 15 000 Ft-tól indul, míg mások meghaladják a 90 000 Ft-ot. A legdrágább ajánlat 96 000 Ft volt, amit a SzállásCsomagok

szabott meg. Az oldalukon elérhető drágább ajánlat alaposabb és minőségesebb szolgáltatásokat kínál.



15. ábra. A vizsgált utazási irodák árajánlatai

(Forrás: Saját szerkesztés)

A legtöbb utazás típusa kevert. A későbbiekben látni fogjuk, hogy 3 típusú utazás kerül elemzésre, amelyek a következők: üdülés, üdülés-körutazás, illetve üdülés-vallási.

Legtöbbjük több környező várost meglátogat, nem csak Hajdúszoboszlót, és általában az üdülésre összpontosítanak. A két legegységesebb csomag, amivel találkoztam, a következő irodák értékesítették: Паломницький центр Матері Божої Неустанної Помочі és a Pro Karpaty.

Az első iroda inkább arra a vallási élményre összpontosít, amelyet Magyarország ezen a részén szerezhetnek az utazók. Ebben a csomagban nemcsak Hajdúszoboszlót látogatják meg, hanem más vallási helyeket is, többek között Máriapócsot. A programokban külön időt fordítanak imádkozásra és hasonló tevékenységekre.

A második iroda abban különbözik a többitől, hogy a csomag 1 napot sem tart, hiszen összesen 18 óra. Tulajdonképpen reggel 6:00-kor elindul a csoport és az egész napot a fürdőben töltik, majd este hazautaznak. Mindemellett ez a legolcsóbb csomag is, hiszen nem tartalmaz szállást vagy étkezést, csak az utaztatást és a belépést a fürdőbe.

A szempontrendszer az alábbi alapvető kérdéscsoportokat teszi fel az irodák felé: az utazások jellege, ára, csomagok neve, tartalma, mely turisztikailag jelentős objektumokat jelölik meg látogatnivalóként.

Kategória	Szám
Üdülés-vallási	1
Üdülés-körutazás keverék.	10
Üdülés	9

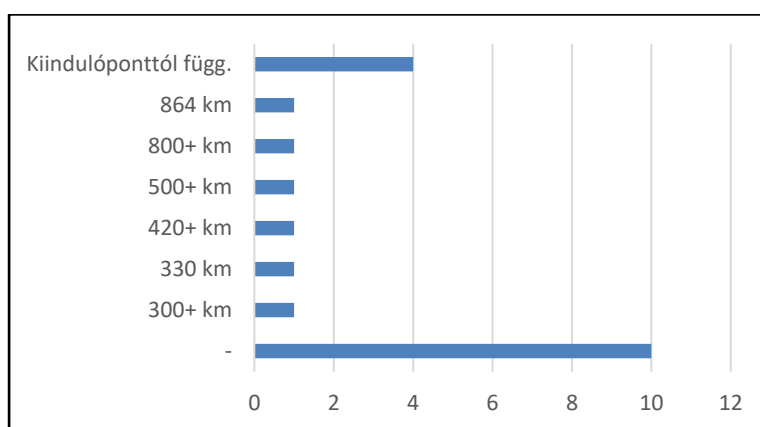
(Forrás: Saját szerkesztés)

Tartalmuk szerint, a legtöbb iroda alapvető szolgáltatásai közé tartoztak az utaztatás, szálláshely és napi kétszeri étkeztetés biztosítása. A belépőjegyek, túravezető, biztosítás, illetve egyéb szolgáltatások nem mindig, vagy felárral jelentek meg.

(Forrás: Saját szerkesztés)

A legtöbb iroda, mint már említettem, nem ad meg pontos adatokat az ajánlott túrák hosszáról. Ahol nem adtak meg adatot, azt „-,-el jelöltem. A leghosszabb túra 864 km-volt, a legrövidebb körülbelül 300 km (18. ábra).

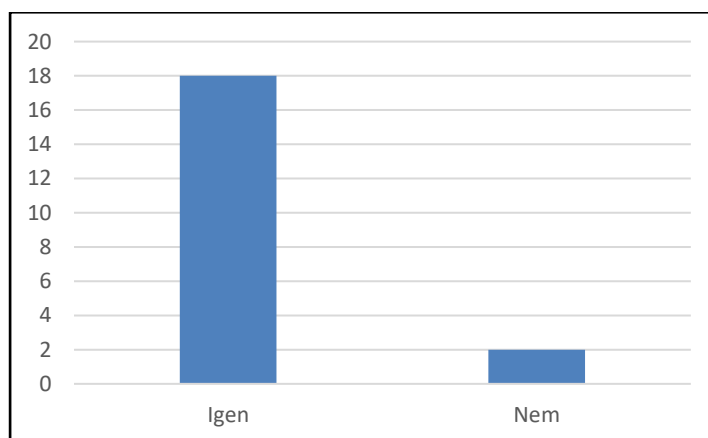
A 18. ábrán látható „kiindulóponttól függ” kategória arra utal, hogy hol csatlakoznak az utazás résztvevői a túrához. A legtöbb ukrán iroda által hirdetett csomagban több csatlakozási pontot is megadnak, mint például egyes vasútállomások, buszállomások, határátkelő helyek. Érdekesnek találtam, hogy a csomagokban, ahol határátkelőhelyeket adtak meg csatlakozási pontnak, sokszor nem tüntették fel, hogy melyik átkelőre gondolnak.



18. ábra. A túrák feltüntetett hossza km-ben, busszal

(Forrás: Saját szerkesztés)

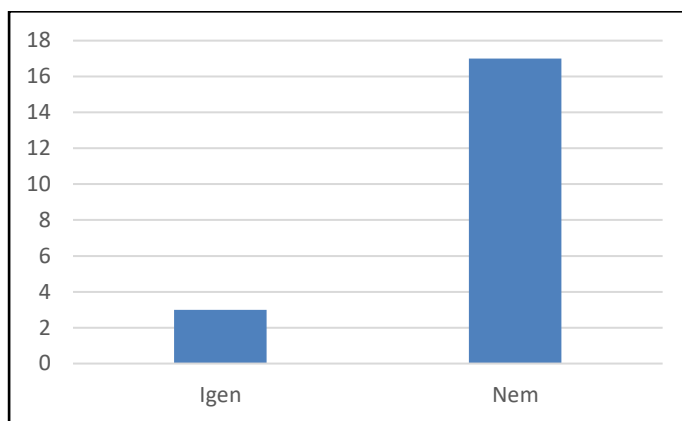
A 20 vizsgált iroda közül összesen 2 nem adott lehetőséget éttermi étkezésre, tehát a csomagban nem szerepelt ilyen ellátás, a résztvevőknek maguknak kell megoldani (19. ábra).



19. ábra. A túrák során kínálnak-e éttermi étkeztetést?

(Forrás: Saját szerkesztés)

A 20 vizsgált irodából 3 nem adott lehetőséget teljes ellátásra, tehát vagy félpanziós vagy önköltséges ellátásról egyeztek meg (20. ábra). Az irodák közül összesen csak 1 nem adott lehetőséget semmilyen étkeztetésre.



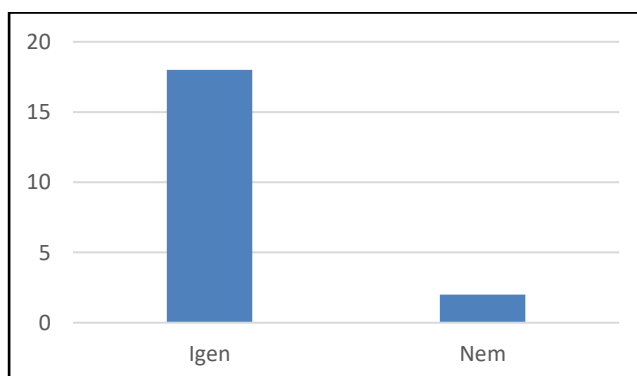
20. ábra. A túrák során kínálnak-e teljes ellátást nyújtó étkeztetést?

(Forrás: Saját szerkesztés)

A következő ábrákon bemutatásra kerül, hogy milyen objektumokat ajánlottak az irodák utasaiknak, melyek szerepeltek a csomagok kínálatában. Mint már említettem, a fürdőn kívül sajnos nem sokat tüntetnek fel.

A Gokart, a Fordított Ház, a Sportrepülőtér egyáltalán nem jelenik meg, mint említett látnivaló, illetve egyik program részét sem képezik. A többi objektum megjelenését viszont most vizualizálhatjuk.

A legfontosabb objektummal kezdjük, a Hungarospa Fürdőkomplexummal. Összesen 2 iroda csomagjában nem szerepelt, ezek mindketten magyar utazási irodák voltak (21. ábra).



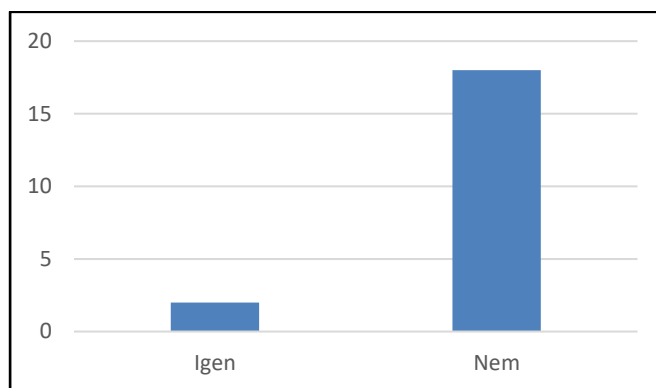
21. ábra. A Hungarospa Fürdőkomplexum megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

A Hungarospa Fürdúkomplexum említésre került, de nem volt a program része, vagy nem biztosítottak belépőt. Ezt felettébb érdekesnek találtam. Véleményem szerint, ha már a csoport vagy személyek a városban járnak és üdülnek, akkor elengedhetetlen, hogy meglátogadják a fürdőt is.

Egy bizonyos szögből megértem, hogy a többi objektum miért nem került meglátogatásra. A legtöbb utazó főleg üdüléssel, pihenéssel kapcsolatban látogatja meg a várost, emiatt lehet nem feltétlenül kíváncsiak a város történetére, kultúrájára. Viszont a fürdőt nem a program szerves részévé tenni számomra nem érthető.

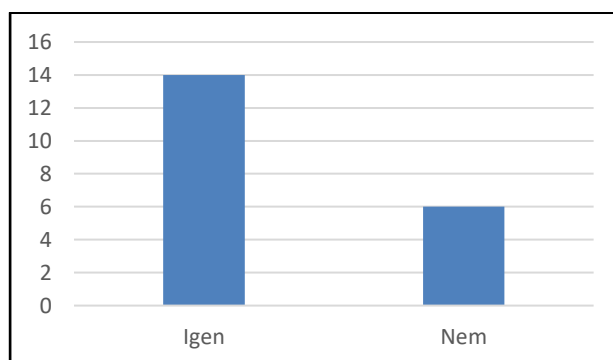
A város történetét illetően, a Bocskai Múzeum nem gyakran került említésre (22. ábra). Összesen 2 csomagban tüntették fel, mint megtekintésre való objektum.



22. ábra. A Bocskai Múzeum megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

A Mátyás Király több csomagban (14) is említésre került, vagy a program részét képezte (23. ábra).

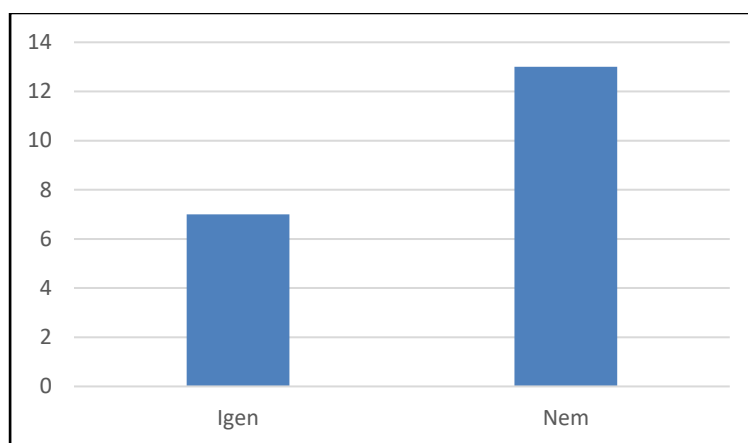


23. ábra. A Mátyás Király sétány megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

Ez nem meglepő, mivel több kereskedelmi szálláshely is a sétányon, vagy közvetlen közelében tartózkodik. Illetve sokkal kedvezőbb a fürdőkomplexum megközelítése a sétány irányából. Több étterem, kávézó, bolt, szobrok és egyéb látnivaló található itt.

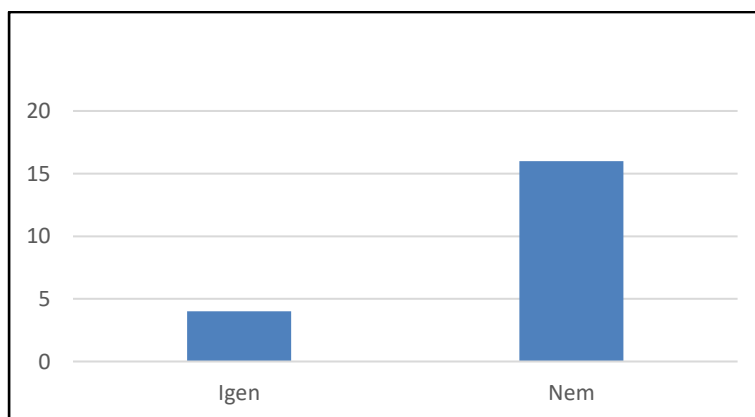
A Harangházat összesen 7 iroda említette (24. ábra). Meglepően kevesen, hiszen a fürdő közvetlen bejárata mellett található. Feltételezéseim szerint azért nem említik, mert eleve megtekintésre kerül, amikor teoretikusan a belépésre kerül sor.



24. ábra. A Harangház megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

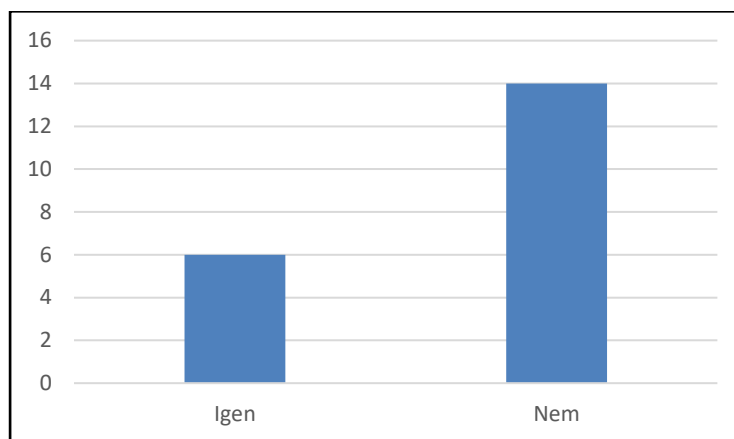
Az utolsó említésre méltó objektum a Szent István Park, amit összesen 4 iroda említett (25. ábra). A többi, már korábban említett objektumok nem kerültek feltüntetésre az irodák kínálataiban, ezért ábrán nem fogjuk őket látni.



25. ábra. A Szent István Park megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

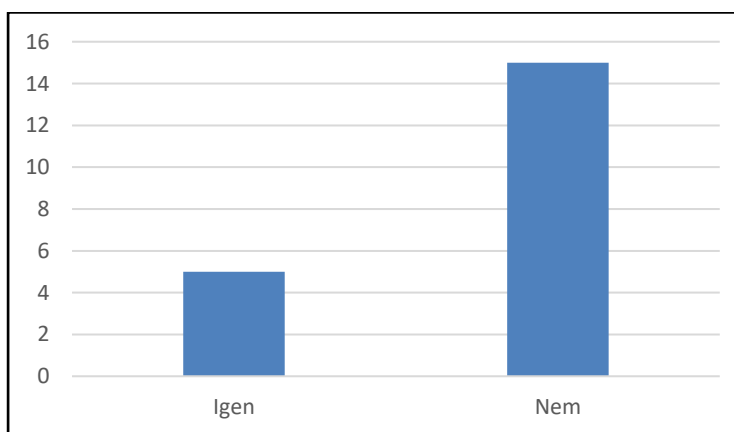
Egyéb szolgáltatások, illetve adatok, amelyek felmérésre kerültek az alábbiak: ásványvíz- (26.ábra) és bor kóstolásának (27. ábra) megjelenése, magyar gasztronómiához köthető tevékenység, búcsúprogram jelenléte, eszközbérleti, szabadprogram, vásárlási lehetőség.



26. ábra. Ásványvíz kóstolásnak megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

Ásványvíz-, illetve borkóstolás nem annyira elterjedt programkínálat, annak ellenére, hogy mindkettőre lenne bőven lehetőség Hajdúszoboszlón. Az ásványvízre 6 (1 magyar, 5 ukrán), a bor kóstolására pedig 5 (1 magyar, 4 ukrán) iroda adott lehetőséget.

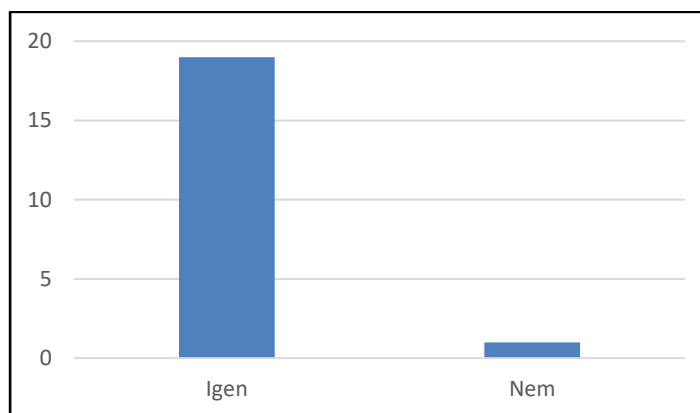


27. ábra. Borkóstolásnak megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

Magyarország gasztronómiájához köthető programot a legtöbb iroda ajánlott, nemzetiségtől függetlenül (28. ábra). Fontosnak tartom megemlíteni, hogy legtöbbször a

nemzetközi kultúra konyhájának kipróbálására is adott lehetőséget. Összesen csak 1 iroda nem adott erre semmilyen információt, viszont az a csomag étkezést sem tartalmazott.

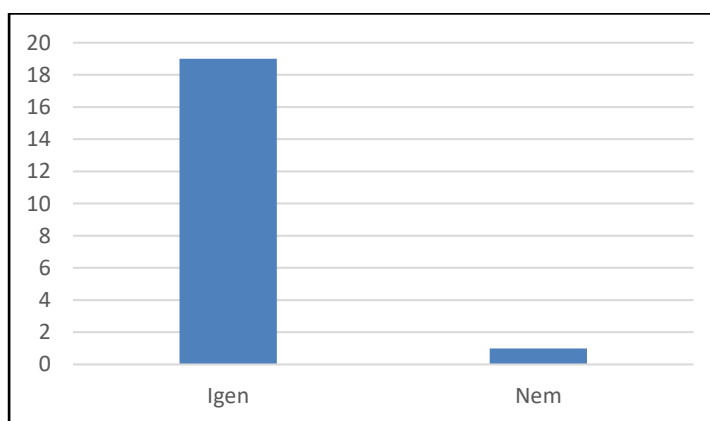


28. ábra. Magyarország gasztronómiájához köthető program megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

Kiegészítő információként szeretném megjegyezni, hogy a legtöbb ukrán iroda a gulyáslevest hozta fel példának, amikor a magyar konyháról írtak a programtervekben.

Szabadprogramot illetően a legtöbb iroda lehetőséget adott rá (29. ábra). Van, ahol szinte csak szabadprogram volt a kínálatban.



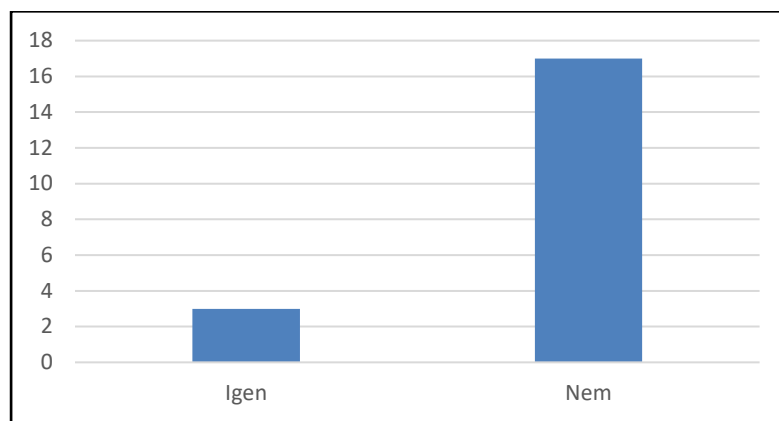
29. ábra. A szabadprogram megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

Ez alatt azt értem, hogy biztosították az utaztatást, és (csomagtól függően) a nappali kétszeres étkezést és szállást, de mást nem. Tehát napközben, az étkezések előtt és után a résztvevők azzal foglalkoznak Hajdúszoboszló területén, amivel szeretnének. A már korábban

említett legolcsóbb csomagban az egész nap szabadprogram volt az utazáson kívül, mivel étkezés nem volt a csomag része.

Eszközbérlési lehetőséget a legtöbb csomag nem tartalmazott vagy nem említett (30. ábra). Összesen 3 iroda adott erről releváns információt.

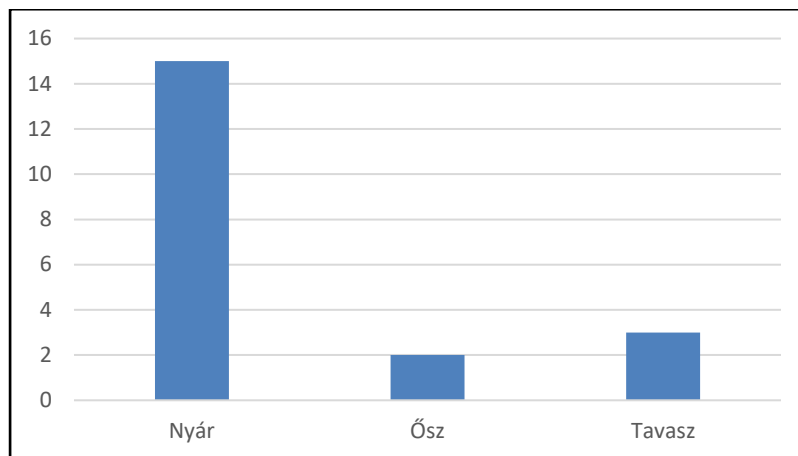


30. ábra. Eszközbérlés megjelenése a csomagok kínálatában

(Forrás: Saját szerkesztés)

Az alábbiakban egyéb kiegészítő információ kerül feltüntetésre a csomagokról, mint például melyik évszakokat ajánlanak inkább, hány résztvevővel indítanak utat, milyen gyakran. Összesen 1 iroda adott meg pontos adatot arról, hogy hány résztvevővel indítanak utat. Ez a TravelPlaza volt, akik 35 fővel számolnak. A többi iroda nem ad erről információt, tehát feltételezéseim szerint megegyezéstől függ. Ez szintén igaz arra, hogy milyen gyakran szerveznek utakat. A legtöbben ajánlatkéréstől függően, de volt, akik turnusokban hirdették az utazásokat.

Az évszakokat illetően a leggyakrabban említett a nyár volt, ami nem meglepő (31. ábra). Telet összesen 1 darab iroda említett, de őket az őszi kategóriába soroltam, mivel a legtöbb megadott dátumból csak 1 szerepelt kora télen.



31. ábra. Ajánlott évszakok a csomagokban

(Forrás: Saját szerkesztés)

Az egyéb szolgáltatások, amire egységes válaszokat kaptam, azok a következők:

- vásárlásra adott idő, ami minden csomagnál feltüntetésre került;
- táncház, amire egyik iroda sem adott lehetőséget;
- fürdőzésre szánt idő, amire az összes iroda adott lehetőséget valamilyen formában;
- búcsúprogram, amit egy iroda sem említett;
- illetve az ifjúsági szálláshely igénylése, amire szintén egy iroda sem adott lehetőséget, tehát minden esetben a vendégek szállodában szállhatnak meg.

KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatás során kapott eredmények által egy átfogó képet kaphatunk Hajdúszoboszló turisztikai kínálatáról, illetve, hogy ez hogyan kerül feltüntetésre magyar és ukrán utazási irodák csomagjaiban. Mivel a kutatásom célja volt a hasonlóságok és eltéréseinek vizsgálása a két nemzet értékesítése között, ezért igyekeztem ezt láthatóvá tenni az alábbi táblázatban:

1. táblázat. Az ukrán és magyar utazási irodák internetes kínálatában lévő eltérések és hasonlóságok

Kutatott Kategóriák	Hasonlóságok	Eltérések
Az irodák honlapjai	Kissé zavaros, de érdeklődést felkeltő információk. Alapjáraton a célnak megfelelő.	Az ukrán irodák honlapjai jóval elavultabbak, a magyaroké átláthatóbb és könnyebben kezelhetőbb.
Az irodák elhelyezkedése	Nagy távolság az irodák között, több városban helyezkednek el.	Magyarország-szerte helyezkednek el a vizsgált irodák, míg az ukrán irodák többsége inkább az ország nyugati oldalára összpontosulnak.
Hajdúszoboszlót leíró kifejezések	Érdeklődést felkeltő.	A magyar irodák több, sokszínűbb szavakat használnak leíráskor.
Az utazás időtartama	Több nap is választható.	Az ukrán irodák hosszabb időtartamú csomagokat ajánlanak.
Az utazás időszaka	A legtöbben nyáron hirdetnek.	A magyarok nem hirdetnek télen, vagy ősszel.
Szállás helye, típusa	Mindkét oldalon a szállodát választották.	Az ukránok egy esetben nem adtak szálláshelyet.

Étkezés helye, típusa	Általában félpanzió.	Az ukránok egy esetben nem adtak lehetőséget erre.
Árak	Viszonylag megfizethető árak.	Az ukrán csomagok jóval olcsóbbak.
Természeti látnivalók	Nem hoznak erre említést.	-
Építészeti látnivalók	Nem gyakran említik.	-
Gasztronómia	Mindketten említik.	Az ukránok számára különlegesebbnek bizonyulhat.
Aktív turisztikai tevékenységek	Nem tesznek rá nagy hangsúlyt.	Eszközbérlésre nem adnak lehetőséget az ukrán irodák.
Szabadidő programok	Mindketten adnak rá lehetőséget.	Az ukránoknál arányokban több a szabadidő a kínálatban.

(Forrás: Saját szerkesztés)

A kutatásom során nem csak az eltérések és a hasonlóságok keresése volt a célom, hanem fejlesztési lehetőségek, modernizálásra ráférő szektorok feltárása. Ezek erősíthetik a régió megjelenését a két ország internetes felületein.

Az alábbi táblázatban láthatjuk majd, hogy a két ország internetes kínálatában milyen területek azok, amelyek modernizálásra, illetve fejlesztésre szorulnak, a vendégkör és profit növelésének érdekében.

2. táblázat. Az ukrán és magyar utazási irodák internetes kínálatában fejlesztésre szoruló területek

Kategóriák	Fejlesztési lehetőség az ukrán irodák internetes kínálatában	Fejlesztési lehetőségek a magyar utazási irodák internetes kínálatában
Általános információk	Több, alaposabb információra van szükség, az internetes felületek modernizálására.	Több csomag létrehozása és népszerűsítése. A csomagokon belül több fajta.
Szállás és étkezés	Sokszínűbbé tétele, a magyar gasztronómia kihangsúlyozása és népszerűsítése.	Több lehetőség a különleges étrenddel rendelkezők számára.
Látnivalók	A termálfürdőn kívüli látnivalók kihangsúlyozása és hirdetése.	A többi látnivaló kihangsúlyozása és hirdetése.
Szabadidős tevékenységek	A szabadidő valamely részének kitöltése produktív és feltöltő programokkal.	A szabadidő valamely részének kitöltése produktív és feltöltő programokkal.

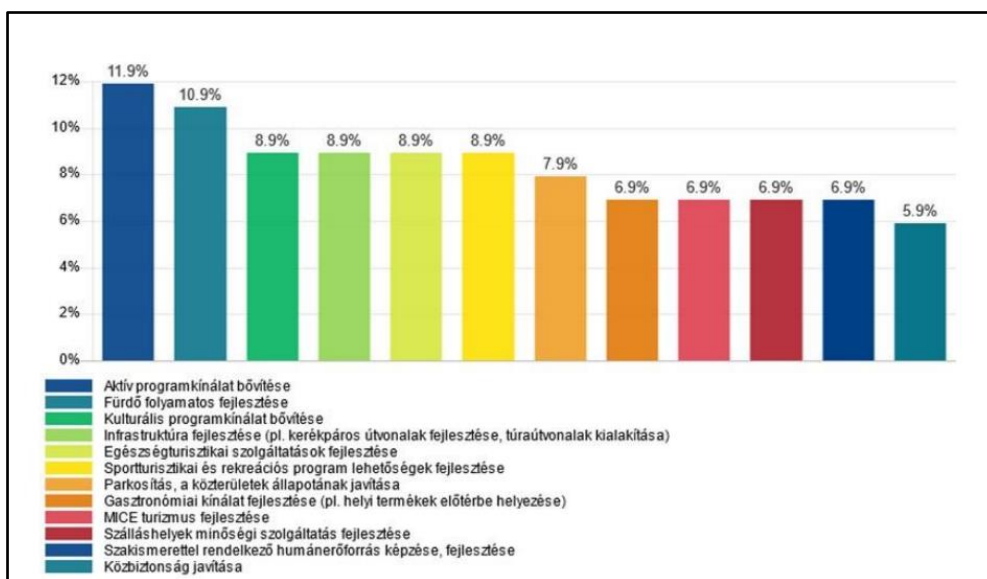
(Forrás: Saját szerkesztés)

Miután azonosítottam az online térben fejlesztendő területeket, a valós körülményekre fordítottam a figyelmemet. Céлом volt feltárni, hogy a város turisztikai ágazatának mely aspektusai szorulnak valóban fejlesztésre, a területen dolgozók tényleges tapasztalatai alapján. A figyelmem arra irányult, hogy a helyi szolgáltatók milyen szempontokat vesznek figyelembe, szerintük milyen szektorokra férne rá fejlesztés. Ezt rendkívül fontosnak gondoltam, mivel a szolgáltatók első kézből tapasztalják ezeket a jelenségeket, az ő véleményük előtérbe helyezése ezzel kapcsolatban elengedhetetlen.

A Hajdúszoboszlói turisztikai vállalkozók részére 2021-ben egy kérdéssor készült Hajdúszoboszló Város Önkormányzata és a Hajdúszoboszlói Nonprofit Turisztikai Kft. Megbízásából.

E szakmai kérdéssor válaszai alapján elsősorban az aktív programkínálat bővítése, a fürdő folyamatos fejlesztése, a kulturális programkínálat bővítése, az infrastruktúra fejlesztése, az egészségturisztikai szolgáltatások minőségének és kínálatának,

sportturizmusának és rekreációs programlehetőségeinek javítása, fejlesztést, tereprendezést, közterületek állapotának javítását tartják a legfontosabbnak a válaszadók. Erre a kérdéssorra összesen 41 válasz érkezett (32. ábra).



32. ábra. A szolgáltatók által legfontosabbnak tartott fejlesztések

(Forrás: hajduszoboszlo.eu, 2023)

A vállalkozók szerint érdemes lenne Hajdúszoboszlón ifjúsági turizmust kialakítani, mivel jelenleg nincs hostel funkciójú szálláshely a városban. Létrehozásával egy új célcsoportot lehetne megszólítani.

Kiegészítő észrevételként az utcák, közterületek állapotának javítását, burkolatjavítást, virágtelepítést javasoltak. Fontosnak tartják a szórakozási lehetőségek fejlesztését, a kulturális programkínálat színvonalának emelését, valamint a kifejezetten nagycsaládosokat célzó családbarát programok, projektek bővítését. A vendéglátás színvonalának emelése, a jelenlegi trendek szerinti fejlesztése is kívánatos. A szolgáltatók közös célként fogalmazták meg a környezetvédelem és a megújuló energiaforrások prioritását.

Hangsúlyozták, hogy a városnak nem a tömezturizmusra kell építenie a jövőjét, és nem olcsóságával, hanem minőségi szolgáltatásaival akarjon versenyképes lenni (32. ábra).

Külföldi vendégéjszakák növelését illetően az Ukrajnában dúló háború nyilvánvalóan negatívan befolyásolja a külföldre irányuló turistaforgalmat, korlátozott azon személyek köre, akik szabadon elhagyhatják az országot akár turisztikai, akár egyéb céllal. Ezért behatárolható fejlődési irányt, illetve javaslatokat megfogalmazni is nehéz arra vonatkozóan, hogy hogyan lehetne az Ukrajnából érkező vendégforgalmat növelni Hajdúszoboszló, mint

kiemelt magyarországi turisztikai desztináció irányába. Ugyanakkor az elvégzett statisztikai adatgyűjtés, illetve a kérdőíves felmérés eredményei mind azt mutatják, hogy a város idegenforgalmában korábban is kimutatható szerepet játszott az Ukrajnából érkező vendégek aránya, ami feltehetően a háború befejeződése után ismételten teret fog nyerni.

Ilyen tekintetben kiemelt jelentősége van a megfelelő marketing és reklámtevékenységnek, mely a külföldi turistákat célozza meg, konkrét küldőterületekre lebontva. Gondolok itt Ukrajna esetében az ukrán nyelvű média anyagok, internetes tartalmak népszerűsítésére, az ukrán utazási irodákkal való aktív kapcsolatfelvételre és együttműködések kiépítésére. Különös tekintettel arra, hogy Ukrajnában az ország méreteihez viszonyítva rendkívül kevés termál, illetve gyógyvízre épülő turisztikai komplexum található. Kiemelt szempont ebben a vonatkozásban a hajdúszoboszlói szolgáltatások minőségének és versenyképességének hangsúlyozása is.

A szakirodalmi elemzésekből kiderült, hogy a hajdúszoboszlói szolgáltatói körök szintén számos javaslatot megfogalmaztak a vendégkörbővítés lehetőségeire, amely szempontok az Ukrajnából érkező vendégek számára is érvényesek.

Az egészségturizmus hosszú távú versenyképessége szempontjából kiemelt fontosságú az akadálymentesség feltételeinek javítása a desztinációban. Az akadálymentes épített környezet elengedhetetlen a mozgáskorlátozottak számára, valamint különösen előnyös az olyan speciális igényű társadalmi csoportok számára is, mint például az idősek, a gyermekek, a kismamák vagy az átmenetileg segédeszközzel közlekedők.

Az akadálymentes környezet megkönnyíti, kényelmesebbé teszi a gyalogosok mozgását is, ezért annak megvalósulása az egész társadalom érdekét szolgálja. A fejlesztések során olyan akadálymentesítési megoldásokra van szükség, melyek a mozgáskorlátozott emberek valódi igényeit és szükségleteit szolgálják, és megfelelnek a hatályos jogszabályi előírásoknak is. Az akadálymentes tervezés során fontos bevonni a fogyatékkal élők civil és szakmai szervezeteit, illetve rehabilitációs szakméműködőket is.

A turizmus területén világszerte megfigyelhető az innovatív, intelligens új technológiák megjelenése, amelyek az informatikai és telekommunikációs rendszerekre épülő megoldásoknak, valamint a digitális eszközöknek köszönhetően elősegítik a vendégek igényeinek kielégítését. A digitalizáció lehetővé teszi a turizmusban érintett szolgáltatók hatékonyabb összekapcsolását és együttműködését, mely által hozzáférhetőbbé válnak a turisztikai szolgáltatások.

Lehetséges eszközök közé tartoznak a parkolási applikációk, energiahatékony megoldások pl. közvilágítás, papíralapú promóciós és információs anyagok helyettesítése online megoldásokkal, Visit Card turisztikai kártya stb.

Hajdúszoboszló, mint desztináció további fejlesztése, a szezonális mérséklése a turisztikai termékfejlesztés, valamint a célzott marketingkommunikáció által valósulhat meg. Így az összes felsorolt szempont mellett a turizmusnak a marketing oldalára is ráfér a fejlesztés. A szolgáltatások minőségének fejlesztése, a vendégélmény javítása szükségessé teszi a turistákkal kapcsolatba kerülő emberek szemléletének formálását, a pozitív attitűdök kialakítását, a vendégszeretet erősítését.

A fenntarthatóság is fontos eleme, ami egy globális és hosszú távú cél, ugyanakkor a gyakorlati megvalósítása leginkább helyi szinten kezdődhet.

Amit még érdemes megjegyezni a turisztikai objektumok fejlesztése mellett, az, hogy Hajdúszoboszló nem bővelkedik történelmi épületekben, így a turizmus szempontjából különös jelentőséggel bír a természeti környezet védelme, illetve állapotának javítása.

ÖSSZEFOGLALÁS

A szakdolgozat célja Hajdúszoboszló turisztikai desztinációként való megjelenésének vizsgálata volt a magyar és ukrán utazási irodák internetes kínálatában. Az elemzés során világossá vált, hogy a város mindkét ország utazási kínálatában szerepet kap, azonban eltérések figyelhetők meg a marketingstratégiákban, az utazási csomagok tartalmában és az ajánlatok struktúrájában.

A magyar irodák részletesebb leírásokat, sokszínűbb csomagokat kínálnak, míg az ukrán ajánlatok többnyire általánosabbak, kevesebb információval rendelkeznek.

A keresési trendek és a statisztikai adatok közötti ellentmondások arra utalnak, hogy az online megjelenés nem mindig tükrözi teljes mértékben a valós turisztikai érdeklődést. A Covid-19 járvány és az orosz–ukrán háború hatásai jelentősen befolyásolták az utazási szokásokat, különösen Ukrajnában, ahol a turizmus helyzete a válság miatt bizonytalanabbá vált.

A vizsgálat rávilágított arra is, hogy Hajdúszoboszló továbbra is versenyképes desztináció mindkét ország piacán, azonban a jövőbeni profitok növelésének érdekében célszerű digitálisan hatékonyabb marketingstratégiák alkalmazása. A kutatás eredményei hasznos alapot nyújthatnak az utazási irodák számára az ajánlatok fejlesztéséhez, valamint a város turisztikai potenciáljának növelésére a nemzetközi piacon.

Az ukrán piacon történő sikerebb megjelenés érdekében fontos lenne az ajánlatok teljes körű lokalizálása: ukrán nyelvű weboldalak, pontos kulturális referenciák, valamint az ukrán utazókra jellemző igények (pl. családbarát csomagok, vallási/kulturális eltérések) figyelembevétele növelheti a vonzerőt.

Mind a magyar, mind az ukrán utazási irodák esetében sokkal erőteljesebb hatást érhetne el Hajdúszoboszló promóciója, ha professzionális videók, drónfelvételek, látogatói visszajelzések, valamint interaktív virtuális túrák is szerepelnének az ajánlatokban.

Az ajánlatok többsége nyári időszakra koncentrál, holott Hajdúszoboszló négyévszakos desztináció. A fürdő mellett wellness, konferenciaturizmus, gasztronómiai események vagy sportesemények hangsúlyozása segítene a szezonon kívüli forgalom növelésében.

A pozitív vendégértékelések megjelenítése a hivatalos oldalakon és OTA-platformokon (Booking, Tripadvisor stb.) erősíti Hajdúszoboszló hitelességét. Érdemes lenne egy stratégiai válaszadási rendszer bevezetése is, amely reagál a negatív véleményekre és

kezeli azokat. A vendégek visszajelzéseinek kezelése és elemzése elengedhetetlen a fejlesztések szempontjából.

A wellness mellett például kulturális, kulináris, családi, sportturizmus tematikákra épülő utazási csomagok kialakítása lehetőséget ad az új célcsoportok elérésére. Ezen csomagok kommunikációja a közösségi médiában célzott hirdetésekkel történhetne.

FELHASZNÁLT IRODALOM

1. Annie N. 2015: The competitive landscape in the online travel industry – Game of Scale.
2. AP. 2015: Priceline: The travel behemoth. Harvard Business School Digital Initiative.
3. Bódiné Vajda Gy. 2016. Területi statisztikai információk rendszere és elérhetősége. Budapest. p. 22.
4. Chulmo K. 2015: The Role of IT in Tourism. Asia Pacific Journal of Information Systems, Vol. 25, No. 1. 100-102 pp.
5. Csobán K. 2021: Hajdúszoboszló város turizmusfejlesztési stratégiája 5-50pp.
6. Ed W. 2016: 20 Years of OTAs: How They Changed the Hotel Industry.
7. Fejér L. 2001. 75 éve mélyült a Hajdúszoboszló 1. sz. városi mélyfúrás. In: Kőolaj és földgáz. Hajdúszoboszló. pp 77–87.
8. Győri F. 2013: Wellness, sport- és egészségturizmus Szegedi tudományegyetem. pp 28-159.
9. Központi Statisztikai Hivatal (2018-2022.): Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról.
10. Lévy E. 2021: Egyszerűsített éves beszámoló és közhasznúsági jelentés. a Hajdúszoboszlói Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft 2020. Évi tevékenységéről, gazdálkodásáról és szakmai munkájáról p 47.
11. Michalkó G. 2004: A turizmuselmélet alapjai. Székesfehérvár. Kodolányi János Főiskola. p 218.
12. Simone P. 2022: A 1,000-word micro-history of hotel distribution.
13. Vasenszki É. 2019: Hajdúszoboszló településképi arculati kézikönyv. pp 37-48.

Internetes források:

1. <https://buszberles-online.hu/arlista/> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
2. <https://hajdufly.hu> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
3. <https://hajduszoboszlo.hu/> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
4. <https://hajduszoboszlo.hu/premium-zona> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
5. <https://hajduszoboszlo.hu/programok/varoshaza> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
6. <https://hajduszoboszlo.hu/strand> (letöltés dátuma: 2023.05.09).

7. https://hungarospa.hu/hu/araink/gyogyfurdofurdoszolgaltatasok?gclid=Cj0KCQjwmN2iBCrARIsAG_G2i6N23Es28t5V9PuFHxH6zOr8xO2HDuB9cBQVMuRIBz1avZq9kTHgkaAlx0EALw_wcB%20 (letöltés dátuma: 2023.05.09).
8. <https://igyutazunk.hu/cikkek/hajduszoboszlo-az-elen-vidéken-a-2022-es-vendegejszaka-forgalom-alapjan> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
9. <https://kemencescsarda.com/> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
10. https://mtu.gov.hu/documents/prod/legnepszerubb_telepulesek_2016_vegleges.pdf (letöltés dátuma: 2023.05.09).
11. <https://szallas.hu/> (letöltés dátuma: 2023.05.09)
12. <https://szoboszloinvest.hu/hu/miert/turizmus-27.html> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
13. <https://turizmus.com/desztinaciok/2021-ben-is-szarnyalt-a-turizmus-hajduszoboszlon-1177482> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
14. https://turizmus.com/html/data/cikk/116/5169/cikk_1165169/ksh_2018.pdf (letöltés dátuma: 2023.05.09).
15. <https://webshop.hungarospa.hu/> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
16. <https://www.bocskaimuzeum.hu/rolunk.php> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
17. <https://www.britannica.com/technology/Internet> (letöltés dátuma: 2025.05.03).
18. <https://www.geeksforgeeks.org/history-of-internet/> (letöltés dátuma: 2025.04.25).
19. <https://www.guideinfo.hu/arak/idegenvezetes-arak> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
20. <https://www.hajduszoboszlo.eu/hszob/> (letöltés dátuma: 2025.05.18)
21. https://www.hungarospa.hu/hu/araink/gyogyfurdofurdoszolgaltatasok?gclid=Cj0KCQjwmN2iBCrARIsAG_G2i6N23Es28t5V9PuFHxH6zOr8xO2HDuB9cBQVMuRIBz1avZq9kTHgkaAlx0EALw_wcB (letöltés dátuma: 2023.05.09).
22. <https://www.ibm.com/think/topics/push-notifications> (letöltés dátuma: 2025.04.25).
23. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/peer-to-peer>. (letöltés dátuma: 2025.05.3).
24. <https://www.nadaspart.hu/> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
25. <https://www.termalfurdo.hu/furdo/hungarospa-hajduszoboszlo-13> (letöltés dátuma: 2023.05.09).
26. <https://www.touristsecrets.com/travel-tips/how-has-the-internet-affected-the-travel-and-tourism-industry/> (letöltés dátuma: 2025.04.25).

MELLÉKLETEK

1. Számú melléklet. Az ukrán és a magyar utazási irodák listája

Sorszám	Utazási iroda neve	Utazási iroda linkje	Utazási iroda székhelye
1.	Szállásvadász	https://www.szallasvadasz.hu	1016 Budapest, Aladár utca 19. fszt. 3.
2.	IBUSZ	https://www.ibusz.hu	1118 Budapest, Dayka Gábor u. 3.
3.	Utazzitthon	https://www.utazzitthon.hu	2161 Csomád Levente u. 14/a
4.	Tekergő Utazási Ügynökség	https://tekergo.hu	9700 Szombathely, Király u. 15.
5.	Maiutazás	https://www.maiutazas.hu	Budapest, Montevideo utca 9, 1037
6.	TravelPlaza	https://www.travelplaza.hu	2083 Solymár, Várhegy utca 1.
7.	ÚtiSúgó	https://hajduszoboszlo.utisugo.hu	1115 Budapest, ozorai u. 3..
8.	Hontravel	https://www.hontravel.hu	6726 Szeged Fürj utca 40.
9.	SzállásCsomagok	https://szallascsomagok.hu	3347 Balaton, Kossuth út 122.
10.	ÚtraKészen	https://utrakeszen.hu	1012 Budapest, Pálya utca 2. A. ép. fszt. 5
11.	Pro Karpaty	https://prokarpaty-tour.info	Ужгород, ул.Корзо, 3, второй этаж
12.	Adriatic Travel	https://adriatic-travel.com.ua	Львів, пр.Чорновола 75
13.	Galicja Tour	http://www.galicja-tour.lviv.ua	Львів, вул.Стрийська 103
14.	Ikhtis	https://www.ihtis.com.ua	Тернопіль

			бул. Тараса Шевченка, 25
15.	Nadiya Tour	https://nadiyatour.com	Івано-Франківськ вул. Незалежності, 40
16.	Паломницький центр Матері Божої Неустанної Помочі	https://palomnyk.info	Львів, вул. Шпитальна, 9, оф. 202
17.	Holy Land Travel	https://holy-land.travel	Київ, вул. Гетьмана Павла Полуботка, 52
18.	Charivne Svit Pogorodi	https://svitpodorogy.com	м. Хмельницький вул. Подільська, 12
19.	Fejerija Mandriv	https://feerie.com.ua	Київ, м. Арсенальна, пров. Хрестовий, 8/9
20.	Alf	https://alf.ua	Київ вул. Володимирська, 19А

2. számú melléklet. A szempontrendszer kérdései

Az utazási iroda neve	Melyik határátkelőhelyen lépnek be Magyarországra a program szerint?
Ajánl-e a csomag ifjúsági szálláshelyet?	Mennyibe kerül a túra?
Ajánl-e a csomag kereskedelmi szálláshelyet?	Szerepel-e a programban a Városháza meglátogatása?
Az utazások típusának megnevezése	Milyen jelzőkkel reklámozzák Hajdúszoboszlót?
Ajánl-e a program éttermi étkezést?	Mit tartalmaz a feltüntetett ár?
Ajánl-e a program félpanziós ellátást?	Szerepel-e a Sportrepülőtér a programban?
Ajánl-e a program teljes ellátást?	Szerepel-e a Gokart a programban?
Az Utazási Iroda weboldala	Szerepel-e a programban a Bocskai Múzeum meglátogatása?
Az utazások NEVE (ha van)	Szerepel-e a programban a Harangház megtekintése?
Említ-e a az iroda termálvizes programot a túrában, és ha igen, hol?	Van-e borkóstolás a programban?
Hány (típusú) Hajdúszoboszlóval kapcsolatos utat kínál?	Szerepel-e a programban a Fordított Ház megtekintése?
Hány kilométeres a program(busszal)?	Szerepel-e a Mátyás Király sétány meglátogatása a programban?
Hány kilométernyi gyaloglás/túrázás van a programban?	Szerepel-e a Nádaspart Horgásztó megtekintése a programban?
Hány napos az ajánlott túra?	Szerepel-e a Hungarospa Fürdőkomplexum megtekintése a programban?
Hány szálláshely jelenik meg a programban?	Szerepel-e a Szent István Park a programban?
Hány személy esetén indítják az utat?	Van-e búcsúprogram a kínálatban?
Hányszor ajánl egy évben utat az iroda?	Van-e Magyarország gasztronómiájához köthető program?
Hol található az iroda?	Van-e eszközbérleti (bicikli/csónak/sátor stb.) lehetőség a programban?
Mely időszak(ok)ban ajánl túrákat az iroda?	Van-e lehetőség ásványvíz kóstolására a programban?
Van-e valamilyen fürdőzéssel kapcsolatos program a túrában?	Van-e lehetőség vásárlásra a program szerint?
Van-e szabadprogram a kínálatban?	Van-e táncház a kínált programban?

3. számú melléklet. A szempontrendszer kérdései Google Sheets kérdőív formájában

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScx7JzJm3cgBK5OQxufrWRbbfA5nAtKIzNIN0UB7u6lR8VVg/viewform?usp=header>

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra. A legnépszerűbb magyar városok a vendégéjszakák száma alapján	9
2. ábra. Hajdúszoboszló főbb látnivalói	11
3. ábra. A Hungarospa térképe	12
4. ábra. A sportreptér és gokartpálya	13
5. ábra. A Fordított Ház, kívülről és belülről.....	15
6. ábra. Árusító pavilonok és éttermek a Mátyás király sétányon	15
7. ábra. Városháza és a Bocskai István Múzeum.....	16
8. ábra. „Hajdúszoboszló”, mint keresési kifejezés, az elmúlt öt évben, Magyarországon érdeklődés idő szerint	25
9. ábra. „Hajdúszoboszló”, mint keresési kifejezés, az elmúlt öt évben, Magyarországon megyék szerinti megoszlásban	26
10. ábra. „Hajdúszoboszló”, mint keresési kifejezés, az elmúlt öt évben Ukrajnában érdeklődés idő szerint	27
11. ábra. A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 2022-ben Ukrajnából érkező vendégek vonatkozásában, havi bontásban	27
12. ábra. „Hajdúszoboszló”, mint keresési kifejezés, az elmúlt öt évben Ukrajnában, megyék szerinti megoszlásban	28
13. ábra. A vizsgált utazási irodák területi megoszlása Magyarországon	29
14. ábra. A vizsgált utazási irodák területi megoszlása Ukrajnában	30
15. ábra. A 20 vizsgált utazási iroda árajánlatai	31
16. ábra. A vizsgált irodák utazásainak típusának megnevezése.....	32
17. ábra. A csomagokban leggyakrabban említett szavak	32
18. ábra. A túrák feltüntetett hossza km-ben, busszal	33
19. ábra. A túrák étkeztetési kínálata (1)	33
20. ábra. A túrák étkeztetési kínálata (2)	34
21. ábra. A Hungarospa Fürdőkomplexum megjelenése a csomagok kínálatában	34
22. ábra. A Bocskai Múzeum megjelenése a csomagok kínálatában	35
23. ábra. A Mátyás Király sétány megjelenése a csomagok kínálatában	35
24. ábra. A Harangház megjelenése a csomagok kínálatában	36
25. ábra. A Szent István Park megjelenése a csomagok kínálatában	36
26. ábra. Ásványvíz kóstolásnak megjelenése a csomagok kínálatában	37

27. ábra. Borkóstolásnak megjelenése a csomagok kínálatában	37
28. ábra. Magyarország gasztronómiájához köthető program megjelenése a csomagok kínálatában.....	38
29. ábra. A szabadprogram megjelenése a csomagok kínálatában	38
30. ábra. Eszközbérlés megjelenése a csomagok kínálatában	39
31. ábra. Ajánlott évszakok a csomagokban.....	40
32. ábra. A szolgáltatók által legfontosabbnak tartott fejlesztések.....	44

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat. Az ukrán és magyar utazási irodák internetes kínálatában lévő eltérések és hasonlóságok	41
2. táblázat. Az ukrán és magyar utazási irodák internetes kínálatában fejlesztésre rászoruló szektorok.....	47

UKRÁN NYELVŰ REZÜME (PEZIOME)

Дана кваліфікаційна робота присвячена аналізу того, як місто Гайдусобосло представлено як туристичний напрям в онлайн-пропозиціях українських та угорських туристичних агентств. Незважаючи на актуальність теми, питання міжнародного позиціонування Гайдусобосло в цифровому середовищі досі вивчене недостатньо, що зумовлює потребу в цілісному підході до вивчення його туристичного потенціалу. Метою дослідження є виявлення подібностей та відмінностей у підходах до промоції міста в обох країнах, а також окреслення можливостей для вдосконалення маркетингових стратегій, орієнтованих на сучасного споживача туристичних послуг.

У роботі розглянуто історичний розвиток міста як бальнеологічного курорту, його головні туристичні атракції, інфраструктурні переваги, а також динаміку туристичних потоків. Особливу увагу приділено інтернету, як ключовому каналу комунікації у сфері туризму, його еволюції, ролі в розвитку онлайн-агентств і зміні поведінки споживачів у цифрову добу. Аналіз охоплює не лише структуру та зміст пропозицій туристичних агентств, а й статистику пошукових запитів, що відображають зацікавленість до Гайдусобосло з боку української та угорської аудиторій. У дослідженні використовувались методи контент-аналізу, аналізу документів, польового дослідження, а також опитування, результати яких дозволили сформувати об'єктивну картину сучасної туристичної репрезентації міста.

Проведене дослідження виявило суттєві розбіжності між підходами українських та угорських туристичних агентств. Угорські компанії, як правило, надають значно детальніші та різноманітніші пропозиції, включно з описами програм, сезонними акціями та додатковими послугами, що вказує на зрілу, сегментовану маркетингову стратегію. Українські ж пропозиції, незважаючи на зацікавленість аудиторії, часто залишаються загальними, без глибокого змісту або візуального супроводу. Це свідчить про необхідність підвищення професійного рівня туристичного маркетингу на українському ринку.

Окрему увагу приділено впливу зовнішніх факторів, зокрема пандемії COVID-19 та повномасштабної війни в Україні, які суттєво вплинули на поведінкові патерни туристів. Аналіз статистики засвідчив, що в умовах кризи інтерес до Гайдусобосло з боку українських туристів не зникає, але трансформується — туристичні поїздки частіше пов'язані з оздоровленням або вимушеним пересуванням, а не з дозвіллям у

класичному розумінні. Водночас помітна розбіжність між кількістю фактичних туристів і частотою онлайн-запитів до теми, що підкреслює обмеженість цифрової аналітики як єдиного індикатора попиту.

Результати дослідження дають підстави стверджувати, що Гайдусобосло зберігає свій високий потенціал як міжнародний курорт. Проте для подальшого зміцнення позицій міста в українському і загалом міжнародному туристичному середовищі необхідне осмислене оновлення маркетингових стратегій. Це передбачає краще розуміння цільової аудиторії, її культурних, мовних і поведінкових особливостей, а також активніше використання візуального контенту, інтерактивних інструментів і соціальних платформ як каналів ефективної комунікації. Важливим аспектом є й розвиток тематичних туристичних продуктів, які виходять за межі літнього сезону, що дозволить не лише продовжити туристичний рік, а й залучити нові сегменти споживачів.

Таким чином, дана робота не лише фіксує поточний стан справ, а й окреслює вектори розвитку, які можуть сприяти ефективнішій інтеграції Гайдусобосло в український ринок туристичних послуг, а також зміцненню його позицій у глобальному конкурентному середовищі.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretnék köszönetet mondani témavezetőmnek, Dr. Sass Enikőnek, szakdolgozatom elkészítésében nyújtott áldozatkész munkájáért. Értékes tanácsaival, szakmai útmutatásával nagyban hozzájárult munkám elkészítéséhez. Köszönöm, hogy mindvégig segítségemre volt, bármilyen problémával fordultam hozzá. Köszönöm építő jellegű kritikáit, melyek hasznosnak bizonyultak szakdolgozatom megírásakor.

NYILATKOZAT

Alulírott, Veres Alexandra, turizmus szakos hallgató, kijelentem, hogy a dolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskolán, a Földtudományi és Turizmus tanszéken készítettem, turizmus diploma megszerzése végett.

Kijelentem, hogy a dolgozatot más szakon korábban nem védtem meg, saját munkám eredménye, és csak a hivatkozott forrásokat (szakirodalom, táblázatok, szoftverek stb.) használtam fel.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola könyvtárában a kölcsönözhető könyvek között helyezik el.

Звіт подібності

метадані

Назва організації

Hungarian College of Higher Education Ferenc Rakoczi II Transcarpathian

Заголовок

ГАЙДУСОБОСЛО (УГОРЩИНА) ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ НА ВЕБСАЙТАХ УКРАЇНСЬКИХ ТА ГОРСЬКИХ ТУРАГЕНТІВ: СПІЛЬНІ ТА ВІДМІННІ РИСИ, МОЖЛИВОСТІ

Автор

Науковий керівник / Експерт

ВЕРЕШ АЛЕКСАНДРА СТЕПАНІВНА Стефан Молнар Д.

підрозділ

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

11577

Кількість слів

97325

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		0
Інтервали		0
Мікропробіли		0
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		25

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Копію тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Копію тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://www.hajduszoboszlo.eu/Hszob/webdocs/Files/Portal/Hajduszoboszlo_Turizmus_Strategia_kieges_zitett.pdf	105 0.91 %
2	https://www.bocskaimuzeum.hu/rolunk.php?museum-history&id=1	92 0.79 %