



A mezőberényi Kálmán Fürdő fejlesztési koncepciója

EuroSpa Hungary Kft.

2023. március

**„Ha az Úr nem építi a házat,
hasztalan fárad az építő!”
(Ps 127,1)**

Tartalomjegyzék

1. Vezetői összefoglaló	4
1.1 A projekt aktualitása, szükségessége.....	4
1.2 A fejlesztés illeszkedése az NTS-hez és a megyei turizmusstratégiához.....	4
1.3 A tervezett projekt fő tevékenysége.....	5
1.4 A projekt helyszíne, tulajdonviszonyai	6
1.5 A projekt költségei, finanszírozása és támogatási jogcíme	7
2. A fejlesztés illeszkedése az NTS-hez és a megyei turizmusstratégiához	8
2.1 A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia egészség-turizmusra vonatkozó megállapításai, lehetőségei	8
2.2 Illeszkedés az NTS-hez	9
2.3 Illeszkedés Békés megye területfejlesztési koncepciójához	11
2.4 Kapcsolódás a Körösök Völgye stratégiához	14
3. Helyzetelemzés	21
3.1 Turisztikai trendek	21
3.1.1 A nemzetközi egészségturizmus trendjei	22
3.1.2 Trendek és tendenciák a hazai egészségturizmus területén	25
3.2 A Dél-alföldi régió adottságai.....	26
3.2.1 Általános turisztikai teljesítmény	26
3.2.2 Térségi szintű egészségturizmus iránti kereslet.....	28
3.3 Mezőberény társadalmi-gazdasági helyzete	29
3.3.1 A Város fekvése	29
3.3.2 Közlekedésföldrajzi helyzet.....	30
3.3.3 A természeti környezet állapota	32
3.3.4 Társadalmi adottságok.....	34
3.3.5 Gazdasági aktivitás	35
3.4 Turisztikai adottságok	37
3.5 Keresletelemzés	38
3.6 Kínálatelemzés	39
3.7 Versenytárselemzés	40
3.8 SWOT elemzés	47

4.	Vízió, célok, várható eredmények, hatások.....	52
4.1	Vízió, küldetés	52
4.2	Önkormányzati cél.....	52
4.3	Átfogó cél	52
4.4	A fejlesztés stratégiai céljai	53
4.5	Szolgáltatási, szakmai célok.....	53
4.6	Gazdasági-társadalmi célok	53
4.7	Várható eredmények, hatások.....	54
5.	Célcsoportok meghatározása	55
5.1	Jelenlegi célcsoportok	55
5.2	Jövőbeni célcsoportok	56
5.3	A jövőbeni célcsoportok igényei és megfelelő kiszolgálásuk	57
6.	A tervezett projekt bemutatása	59
6.1	A tervezett projekt jelenlegi státusza	59
6.2	Létrejövő termékek, szolgáltatások bemutatása	59
6.2.1	Általános szempontok.....	59
6.2.2	Tervezett szolgáltatások	62
6.3	A műszaki tartalom ismertetése.....	64
6.3.1	Építendő elemek	64
6.3.2	Az épített projektelemek mérete és költségei.....	70
6.3.3	A projekt vázlattervei.....	71
6.3.4	Szükséges eszközök	73
6.4	Humán erőforrás-szükséglet	74
6.5	A tervezett projekt költségbecslése, finanszírozása és költség-haszon elemzése.....	75
6.6	A projekt időbeli ütemezése	77
6.7	Optimális kihasználtság, gazdaságos működés, fenntarthatóság	78
7.	Marketingstratégia.....	81
7.1	Kiinduló gondolatok	81
7.2	Célcsoportok és szolgáltatások	82
7.3	A termék	85
7.4	A tervezett árak	86
7.5	Elosztási csatornák.....	86
7.6	Promóció	87
7.7	Együttműködések	87
7.8	Marketingstratégia és módszerek.....	89
7.9	Értékesítési stratégia	92
8.	Kockázatkezelési terv	94

1. Vezetői összefoglaló

1.1 A projekt aktualitása, szükségessége

A mezőberényi Kálmán Fürdő nagyon kellemes hangulatú, a helyiek és a környékeliek körében népszerű. A szépen kiépített strandot a csend, a nyugalom, a harmónia jellemzi.

A Fürdő vizének kitűnő gyógyhatása van, összetétele alapján derék- és térdízületi bántalmakra gyakorolt hatását vizsgálták, illetve minősítették gyógyvízzé. A két ízületcsoport nagyszámú beteget érint, panaszait sikeresen enyhíti.

A Fürdő fentieknek köszönhetően méltán népszerű a pihenni és gyógyulni vágyók körében.

A tulajdonos Önkormányzat célja a strand szolgáltatásainak megújítása és vonzóbbá tétele mellett az, hogy a rendkívül kedvelt gyógyvizes ülőmedence egy egész évben használható legyen, illetve mellette létrejöjjön egy tanmedence és egy szaunarészleg. Köztudott, hogy egy fürdő igazán a nyári standszezonban képes jelentős jövedelemtermelésre. Az egész évben működő gyógyvizes ülőmedence, tanmedence és a szaunaszolgáltatás valós társadalmi igényeket elégít majd ki, ugyanakkor nem cél egy túlzó méretű téli kapacitás létrehozása, mert az Önkormányzat nem kívánja annak esetleges veszteségét finanszírozni.

A Kálmán Fürdő eredményes működéséhez, a helyi és környékbeli vendégek kiszolgálásához, a továbbiakban a belföldi turistaforgalom kialakulásához a megfelelő kapacitású és vonzerővel bíró strand, valamint – a szezon meghosszabbításához – fedett kapacitások szükségesek.

Nélkülözhetetlenek továbbá a jól képzett szakemberek és – távlatilag – az ugyancsak megfelelő kapacitású és minőségű, a Fürdő hangulatához illeszkedő szálláshely kialakítása is.

A projekt címe: A mezőberényi Kálmán Fürdő fejlesztése.

1.2 A fejlesztés illeszkedése az NTS-hez és a megyei turizmusstratégiához

A **Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia** megállapítja, hogy a legnagyobb fajlagos költség az egészségturizmust jellemezi, különösen a hosszabb utazások esetében. Egyúttal az egészségturizmus – az egészség szerepének felértékelődése miatt – a turizmus egyik leggyorsabban fejlődő területe.

A Stratégia pilléreihez illeszkedik a **Békés megyei területfejlesztési koncepció** is, mely szerint a fő cél a megyei turisztikai ágazat nemzetközi vonzerejének javítása, az ismertség növelése és a szektorra jellemző területi koncentráció oldása, ami összességében nagy gazdasági jelentőséggel bír. A területfejlesztési koncepció a javasolt prioritások között is kiemeli a turizmust, valamint a kedvező, főleg egészségturisztikai adottságok mellett a szolgáltatási portfólió bővítését és a megyei turisztikai szereplők közötti együttműködések erősítését.

A **Körösök Völgye Stratégia** a fentiekhez igazodva a helyi ökoturizmussal és aktív turizmussal kapcsolatos elképzeléseket tartalmazza. Célja, hogy a helyi, települési kiemelt attrakciókhoz (így a fejlesztendő Kálmán Fürdőhöz is) más turisztikai termékek kínálatát kapcsolja, ezzel is növelve a szinergiákat és végeredményben a térségbe érkező vendégek számát. A stratégia egyedisége az erős térségi szemlélet érvényesülése, melynek legfontosabb eleme a marketing és promóció kérdése.

1.3 A tervezett projekt fő tevékenysége

A tervezett projekt lényege:

- a **strand fejlesztése**, vonzerejének növelése;
- **fedett, vagy félig fedett kapacitások létrehozása** (fogadóépület, termálmedence, tanmedence, szaunarészleg);
- **egy későbbi ütemben** a Fürdő hangulatához jól illeszkedő szálláshelyek (bungalók, kemping) megépítése.

A strand – belépti díj ellenében – mindenki számára nyitva lesz, a fürdő fedett részei szintén, csak a szaunáért kell majd külön jegyet váltani.

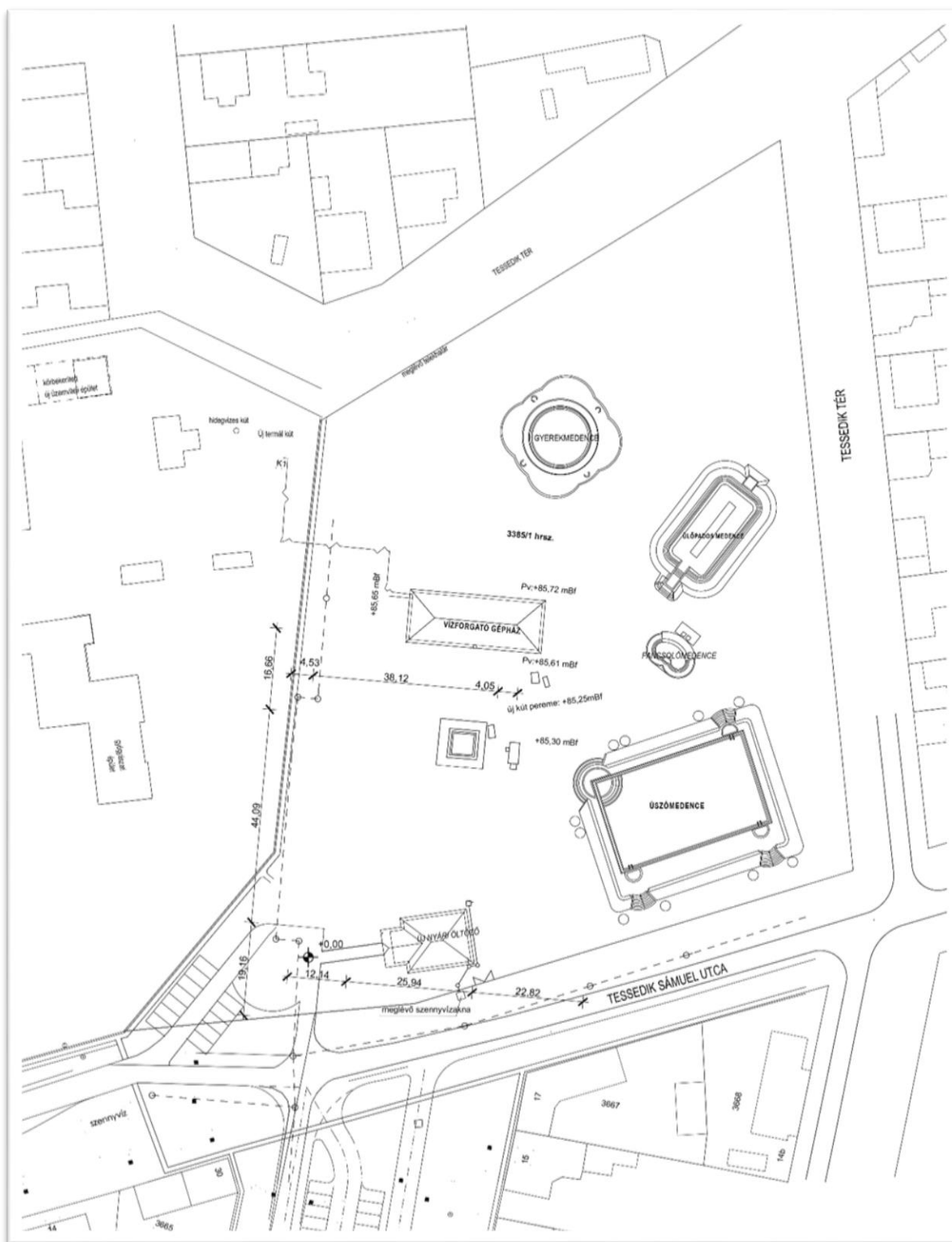
Fontosak lesznek a komplexum gyógyászati, illetve wellness-relaxációs szolgáltatásai, nyugodt légköre. Emellett a vendégek nívós éttermi és sport szolgáltatásokat is igénybe vehetnek. A tervezett színvonal alapján a Kálmán Fürdő várhatóan megkaphatja majd a Magyar Fürdőszövetség 4*-os strand minősítését, mivel a tervezett szolgáltatások terén valóban magas minőséget és élményt jelent a jövőben.

A „Kálmán Fürdő fejlesztése” című **projekt unikalitását** több tényező is biztosítja:

- **Természeti szempontból** a csendet, nyugalmat árasztó, kellemes kertvárosi környezet, illetve a gyógyvíz megléte adja.
- **A létrejövő termék** különlegességét a színvonalas és különleges szolgáltatásokat is nyújtó strand, valamint annak fedett, illetve félig fedett (jóval hosszabb működést biztosító) részei és családbarát szolgáltatásai, illetve az új gasztronómiai kínálat jelentik.
- Építészeti szempontból a teljes komplexum **harmóniában** lesz saját környezetével.

1.4 A projekt helyszíne, tulajdonviszonyai

A Kálmán Fürdő jelenlegi helyszínrajza:



A projekt helyszíne: 5650 Mezőberény, Tessedik Sámuel tér 1.
Békés vármegye, Dél-alföldi régió.

TULAJDONVISZONYOK

Jelenlegi tulajdoni helyzet

A fejlesztéssel érintett terület egész önkormányzati tulajdon, a Fürdőt üzemeltető cég, a Mezőberény'17 Városüzemeltetési Kft.

Jövőbeni tulajdoni helyzet

A Kálmán Fürdő telke és minden felépítmény változatlanul az Önkormányzat tulajdonában marad. A Fürdőt továbbra is a Mezőberény'17 Városüzemeltetési Kft. fogja működtetni.

1.5 A projekt költségei, finanszírozása és támogatási jogcíme

A tervezett projekt – fő elemek: tanmedence építése, gyógyvizes ülőmedence részleges fedése, fedett fürdőépület létrehozása (benne pénztár, büfé, öltöző, szaunarészleg, félköríves kerengő), strand fejlesztése, strandétterem és grillterasz létesítése – **összköltsége nettó 1,605 Mrd Ft**, mely által egy versenyképes, XXI. századi strandfürdő és egészségturisztikai központ jön létre.

A projekt költségei:

Előkészítés: 85 M Ft

Szolgáltatások igénybevétele: 59 M Ft

Projektmenedzsment: 100 M Ft

Építés – téli bejárat, fogadóépület, szaunarészleg, üvegfalás kerengő, strandétterem, spraypark és családi csúszda, energetikai fejlesztések, parkosítás: 1,187 Mrd Ft

Eszközök – szauna, konyha, étterem, öltöző, strand eszközei: 153 M Ft

Immateriális jószág: 20 M Ft

ÖSSZESEN: nettó 1,605 Mrd Ft.

A projekt részletes költségbecslését az 6.5 pont tartalmazza.

A projekt finanszírozása: egyedi kormánydöntés alapján 100%.

A projekt költség-haszon elemzése alapján eredményesen üzemeltethető, az eddigi 10-12 M Ft éves veszteség a fejlesztés után ~8 M, majd a felfutást követően közel 20 M Ft/év nyereségbe fordul.

2. A fejlesztés illeszkedése az NTS-hez és a megyei turizmusstratégiához

2.1 A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia egészség-turizmusra vonatkozó megállapításai, lehetőségei

Statisztikai adatok

Ebben a részben megállapítást nyer, hogy **a legnagyobb fajlagos költség az egészségturizmus**, valamint az üdülés, szórakozás motivációval utazókat jellemezte. A hosszabb, négy és több éjszakás utazások esetében szintén az egészségturizmus motivációval utazók fajlagos költsége a legmagasabb.

Egészségturizmus céljából arányaiban a legtöbben Ausztriából (27,0%) és Csehországból (26,6%) érkeznek.

„A klasszikus turisztikai termékek nemzetközi és hazai trendjei” fejezet a következőket írja az egészségturizmusról:

Az egészségturizmus – az egészség szerepének felértékelődése miatt – a turizmus egyik leggyorsabban fejlődő területe. Az IMF (Nemzetközi Valutaalap) átlagosan évi 4,8%-os turisztikai növekedést prognosztizál 2020-ig, a wellness turizmusnak viszont az előrejelzések szerint 7,5%-os lesz az éves növekedési üteme (Global Wellness Institute, 2017). A tradicionális – természetes gyógytényezőkre épülő – gyógyturizmus alapját és folyamatosan bővülő keresletét az egyre jobban előregedő társadalom, valamint a XXI. századi civilizációs betegségek biztosítják, fő vendégkörét elsősorban az orvosi javallatra gyógykezelést igénybe vevő vendégek (betegek) jelentik.

Hazánk egyedi termékértékesítési előnyét ma elsősorban kedvező ár-érték arányú szolgáltatásai jelentik. Az ország 210 településén 225 turisztikailag jelentős fürdő van.

A pozitív mutatók ellenére **általános jelenség a fürdőknél a profitabilitási és gazdálkodási nehézség**. Csak a legnagyobb, nemzetközi jelentőségű fürdők képesek profitot termelni, az önkormányzati tulajdonban álló és működtetett közepes- és kisméretű fürdők gyakran veszteségesek, bevételük sokszor még az amortizációt sem fedezi.

A nevesített kiemelt turisztikai fejlesztési térségeken kívüli területek

Függetlenül attól, hogy ezek kiemelt turisztikai fejlesztési térség részét képezik-e vagy sem, érvényesíthető esetükben egy olyan logika, mely a hálózatosodást, a klaszteresedést, specializációt és a tematikusan, vagy célcsoportok szerint

szegmentált kínálat megteremtését helyezi előtérbe, ezáltal a térségi márkaprofilit meghatározva alakítja ki a térség termékkínálatát.

„Az országos szintű turisztikai márka megújításának irányai” fejezetben:

A turisztikai márka meghatározó elemévé olyan adottságunkat, erőforrásunkat lehet emelni, amely alkalmas arra, hogy

- megkülönböztető erővel bírjon más országok turisztikai országmárkáihoz képest,
- az ország valós turisztikai adottságainak megfelelő üzeneteket közvetítő márkarendszer építkezzen rá,
- kiemelje az országot a „low budget” desztináció kategóriájából és minőségi élményígéret megfogalmazását tegye lehetővé, magasabb költségi hajlandóságú szegmenseket vonzva,
- termékeken és desztinációkon keresztül átívelő erővel bírjon,
- erősítse a turizmus, mint integráló ágazat szerepét, azaz egy komplett iparág épülhessen rá több ágazat együttműködése révén.

Ilyen egyedi, meghatározó erőforrás lehet hazánk páratlan édesvízkészlete. A vendégéjszakák nagy része jelenleg is olyan településeken realizálódik, ahol a víz valamilyen formában fontos szerepet játszik, a víz köré komplex iparágak épülnek, amelyek a turizmus fejlesztésével új lendületet kaphatnak. Magyarország turisztikai márkájának ezért meghatározó eleme kell, hogy legyen a víz, mint erőforrás.

Fejlesztéspolitikai, tervezési és támogatási eszköztár

Ez a rész az alábbi lehetőségeket, eszközöket említi:

- T7. gyógyhelyek komplex turisztikai fejlesztése (GINOP 7.1.3);
- K4. természetes gyógytényezőkre vonatkozó kutatások;

2.2 Illeszkedés az NTS-hez

Az alábbi rövid összegzés csak az NTS 2030 stratégiai pontjaihoz való illeszkedést sorolja föl, illetve röviden kifejti annak horizontális célkitűzéseivel való illeszkedést.

Az NTS stratégiai pontjai:

- Desztinációs logikán alapuló termék- és attrakciófejlesztés, alpinfrastruktúra-fejlesztés (A-pillér);
- Stratégiai márkakommunikáció, célzott marketingkommunikációs kampány-aktivitás és értékesítés (B-pillér);
- Elhivatott szakemberek, visszahívó vendégszeretet (C-pillér, EMT 4.7 pont);
- Megbízható adatok, mérhető teljesítmény (D-pillér);
- Transzparens, kiszámítható szabályozás és ösztönzés (E-pillér);
- Iránymutatás és együttműködés (F-pillér);
- Identitás és kötődés (G-pillér);

- Horizontális célkitűzések (H-pillér);

A fejlesztés az alábbi tényezők által illeszkedik az NTS 2030 horizontális célrendszeréhez:

- **Az együtt-élő turizmus** megvalósulása mentén a gyógyszálló és annak gyógyászati és wellness részlege a jövőben szorosabban kíván együttműködni a településsel, annak szakmai szervezeteivel és turizmushoz köthető szolgáltatási egységeivel, hiszen csak így valósítható meg a településre érkező vendégszegmensek minél teljesebb körű igényeinek kielégítése.
- A **családbarát turizmus** erősödését a szálloda termék-, és szolgáltatáskínálata is támogatja (strand, játszótér, gyermekmedence), hiszen több generációnak kínál egyidejű kikapcsolódási lehetőséget.
- **Hozzáférhető turizmus** alatt az egyes attrakciók, szállás és vendéglátóhelyek megközelíthetősége, bejárhatósága, akadálymentes környezete, a szolgáltatások akadálymentesítettsége, mind fizikai, mind infokommunikációs szempontból, illetve a kiszolgáló létesítmények megléte és állapota értendő, melyeket a fejlesztés mentén megvalósuló orientációs struktúra megújulása, a fürdő könnyű megközelíthetősége (mind kerékpárral vagy gépkocsival, mind tömegközlekedéssel), valamint akadálymentessége támogatja.
- A komplexum üzemeltetése, a fejlesztés során megvalósuló elemekkel a Stratégiában leírtaknak megfelelően a turizmus fejlesztésének **horizontális céljához** szintén több ponton kapcsolható, többek közt a humán erőforrás fejlesztéssel, a többnyelvű elérhetőséggel, a PR és marketing tevékenységgel, valamint a tájékoztatói rendszer modernizálásával és egységesítésével.
- A **desztinációs logika** értelmében 2016-tól kezdődően kiemelt turisztikai fejlesztési térségek kerültek lehatárolásra, amelyek jelenleg is nagy vendégforgalommal rendelkező fogadóterületek, vagy jelentős fejlesztéssel és marketinggel még vonzóbb belföldi és nemzetközi úti céllá, márkává tehető területek: Balaton, Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség, Dunakanyar, Debrecen-Hajdúszoboszló-Hortobágy-Tisza-tó és Sopron-Fertő. Bár a térség nem tartozik kiemelt turisztikai fejlesztési térséghez, jövőbeni márkapozíciója a tervezett fejlesztés programjának hatására a térségben megerősödik, amely jelentős minőségi előrelépést jelenthet. A szolgáltatások fejlesztésével, új egységes színvonal kialakításával a komplexum egyre vonzóbbá válik a vendégek számára, valamint a megújult minőségi, köztük strandszolgáltatásokkal, jó ár-érték aránnyal és egyedi wellness, gyógyászati és élményszolgáltatásokkal, gasztronómiai kínálattal egyre keresettebb turisztikai desztinációként jelenik meg a jövőben.
- A fejlesztések eredményeinek **fenntarthatóságát** a bevételek növekedése tudja biztosítani, illetve a beruházási projektelemek esetében a tervezés és megvalósítás során (helyi vállalkozások bevonása), mind az alapanyag választás, mind az alkalmazandó technológiák esetében maximálisan törekedni kell arra, hogy az új létesítmények környezetbarát módon és költséghatékonyan működtethetők legyenek. A fenntarthatóság egyik legfontosabb eleme a hatékony

és célcsoport orientált marketing tevékenység, amellyel a látogatószám fenntartható és tovább növelhető.

2.3 Illeszkedés Békés megye területfejlesztési koncepciójához

A **Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (NTS)** stratégiai pilléreket nevesít, melyek közül „A Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program: desztinációs logikán alapuló termék- és attrakciófejlesztés, alapinfrastruktúra-fejlesztés”; a „Stratégiai márkakommunikáció, célzott marketingkommunikációs kampányaktivitás és értékesítés”; és a „Elhivatott szakemberek, visszahívó vendégszeretet” pillérek tekinthetők relevánsnak. Az NTS pillérei elsősorban a **Békés megyei területfejlesztési koncepció** 2. stratégiai céljával vannak összhangban, mivel ez fókuszál a helyi vállalkozások versenyképességének javítására. A stratégiai célok közül az 1. célkitűzés illeszkedik, amennyiben ez irányozza elő a megyei turisztikai ágazat nemzetközi vonzerejének javítását, az ismertség növelését, a szektorra jellemző területi koncentráció oldását.

A célrendszer és a helyzetértékelés kapcsolata több pontos összefonódik a turizmusfejlesztés kérdéseivel. A koncepció megállapítja, hogy Békés megye kedvező táji adottságainak köszönhetően **komoly potenciállal rendelkezik a gyógyturizmus, aktív turizmus területén**, miközben a kulturális, gasztronómiai turisztikához kapcsolódó értékek még kiaknázásra várnak.

Az elkövetkező időszakban elengedhetetlen a megye népességének csökkenését generáló kedvezőtlen tényezők javítása. Ennek egyik kiemelt elemeként elő kell segíteni a gazdaság erősödését, megteremtve annak külső és belső feltételeit. A fiatal népesség megtartása csak a gazdaság fejlesztésén és kedvező, vonzó munkahelyteremtésen keresztül érhető el. Ehhez – egyik elemként – be kell kapcsolni a megyét az országos közlekedési kapcsolatok fő áramába (pl. M44-es folytatása, 47-es főút fejlesztése) és megfelelő lehetőségeket kell teremteni a cégek letelepüléséhez és működéséhez. Mindezek mellett a vasúti infrastruktúra további fejlesztésére (pl. Szeged-Békéscsaba-Gyula vonal villamosítása) is hangsúlyt kell fektetni. Építeni kell a hagyományosan erős mezőgazdasági tevékenységek mellett a tradicionális iparágak jelenlétére, **a természeti erőforrásokra épülő turizmusra**, de elengedhetetlen a gazdasági szféra minőségi és mennyiségi bővítése is a népesség megtartásához, hosszabb távon tervezhető növeléséhez.

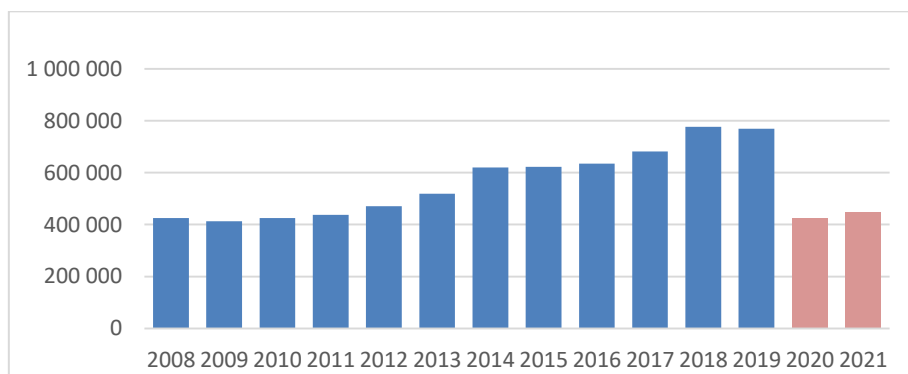
A népesség megőrzésekor – a fiatalok helyben maradását is támogatva – **építeni szükséges a megye kulturális és nemzetiségi sokszínűségére, a hagyományok megőrzésére**, melyek közösségépítő szerepük mellett gazdasági potenciált is hordoznak magukban (**országos és nemzetközi hírű gasztronómiai fesztiválok**). Ugyancsak ki kell használni a működő és aktív civil szférában rejlő lehetőségeket, valamint a határon átnyúló kapcsolatok gazdasági, társadalmi lehetőségeit.

A stratégiai célkitűzések között szerepel, hogy a megye turisztikai attrakciói napjainkban elsősorban a belföldi turistákat vonzzák. Éppen ezért már **rövidtávon is kiemelt feladat a megyei turisztikai ágazat nemzetközi vonzerejének javítása, az**

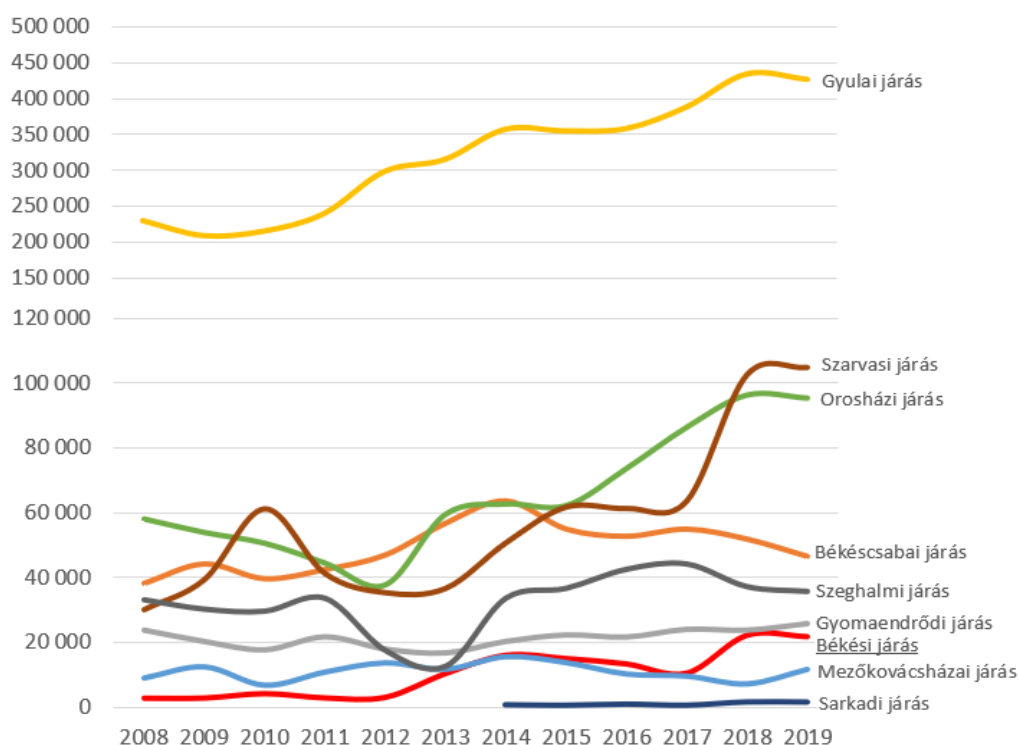
ismertség növelése, a szektorra jellemző területi koncentráció oldása. Célkitűzés továbbá a természeti, gasztronómiai és kulturális adottságokra épülő **turizmus infrastrukturális háttérének fejlesztése**, adott esetben határon átnyúló együttműködések keretében.

A megyei területfejlesztési koncepció a térhasználati elvek között előkelő helyen említi a kulturális örökséget és a turisztikai értékeket. **A megyében található kulturális örökség megőrzése és megújítása, valamint a turisztikai lehetőségek kihasználása gazdasági szempontból is nagy jelentőséggel bír.** Bár Békés megyében csak pontszerűen vannak kiemelt turisztikai fejlesztési térséghez kapcsolódó települések (Gyula és térsége: Békéscsaba és Gyula; Szeged és térsége: Mezőhegyes), a kulturális, épített örökség, valamint a természeti környezetre, termásvíz adottságokra és a helyi hagyományokra épülő turizmus jelentős mennyiségű látogatót vonz a megye többi részére is.

A területfejlesztési koncepció ezen állítása megerősíthető a vendégforgalmi adatokkal:



A megye járásainak forgalmát az alábbi ábra mutatja.



Mindkét ábra saját szerkesztés, KSH adatok alapján.

A területfejlesztési koncepció a javasolt prioritások között is kiemeli a turizmust.

Helyi adottságokra alapozott turisztikai fejlesztések

- A prioritás kiemelten kezeli a területi koncentráció oldása érdekében a megyei turisztikai szereplők közötti együttműködések erősítését, különös tekintettel a nemzetközi kapcsolatok fejlesztésére. A meglévő megyei turisztikai szolgáltatási portfólió bővítése (pl. aktív turizmus, kulturális- és vallási turizmus, gasztronómia stb.), a meglévő és új helyi attrakciók környezeti szempontból fenntartható, minőségi fejlesztése ugyancsak előnyt élvez a prioritás esetében.
- A turisztikai szálláshelyek fejlesztése, az elérhető szolgáltatásokhoz való területileg kiegyensúlyozott hozzáférés biztosítása – adott esetben határon átnyúló együttműködések keretében – kiemelt célterülete jelen prioritásnak.

Kapcsolódó beavatkozási területek:

- 2.1 A turisztikai ágazat szereplői közötti együttműködések erősítése
- 2.2. Helyi turisztikai szolgáltatások minőségének környezetileg fenntartható javítása
- 2.3. A turisztikai attrakciók minőségi fejlesztése
- 2.4. Szálláshelyek minőségi – és indokolt esetben mennyiségi – fejlesztése
- 2.5. A turisztikai szolgáltatásokhoz (attrakciók, szálláshelyek) való hozzáférés biztosítása (pl. turisztikai kerékpárutak, digitális hozzáférés stb.)

2.4 Kapcsolódás a Körösök Völgye stratégiához

A stratégia a szorosan összekapcsolódó helyi ökoturizmussal és aktív turizmussal kapcsolatos elképzeléseket tartalmazza. Célja, hogy a helyi, települési kiemelt attrakciókhoz (így a fejlesztendő Kálmán Fürdőhöz is) más turisztikai termékek kínálatát kapcsolja, ezzel is növelve a szinergiákat és végeredményben a térségbe érkező vendégek számát.

A Körösök völgye aktív turisztikai térség lehatárolása a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégiában meghatározott szempontok szerint került meghatározásra. Ezen alapelvek mentén figyelembe vettük a meglévő természeti, táji adottságokat, a jelenlegi kínálatot – attrakciókat és szolgáltatásokat egyaránt –, azok fejlesztési potenciálját és a más turisztikai termékekkel való összekapcsolhatóságot. Összesen 35 település közigazgatási területét foglalja magában, jóval túlmutatva a Körösökhöz közvetlenül kapcsolódó településeken. **Mezőberényen** halad át az ország központi részeit a Közép-békési településeggyüttessel összekötő (és nemzetközi kapcsolatot is biztosító) vasúti fővonal, ami jó elérhetőséget biztosít a város számára, az aktív és ökoturizmusban résztvevők ugyanis jóval nagyobb arányban érkeznek tömegközlekedéssel, mint más turisztikai termékek esetén.



A több turisztikai termék egységes kezelésével komoly lehetőség nyílhat arra, hogy **Mezőberény** is valamennyi termékkel kapcsolatban előnyökhöz jusson a kínálat gazdagítása, fejlesztése során. Míg a vonalas attrakciók közül a Körös révén a víziturizmus, a kelet-nyugati irányú kerékpárút révén a kerékpáros turizmus állomása a város, a közelben elhaladó Alföldi Kéktúra, illetve az arról leágazó túraútvonalak

által a térségbe vonzott gyalogos turizmusból is részesülhet. Ezek a termékek nem csak önmagukban hoznak külső jövedelmet a városba, az érkező vendégek – a jelenlegi és a kialakításra kerülő további kínálati elemek által – más termékek szolgáltatásait is igénybe fogják venni.

A Körösök Völgye térség mind természeti, mind pedig társadalmi szempontból viszonylag homogén terület. A természeti adottságok minden részén hasonlóak, egyedül a folyóvizektől való távolságban különböznek egymástól az egyes települések. Ez azonban igen fontos az aktív turisztikai lehetőségek szempontjából. A térség tengelye a Körös, ennél fogva **Mezőberény** komoly helyzeti előnnyel rendelkezik, hogy minél hatékonyabban elérje a stratégiában megfogalmazott célokat, még akkor is, ha a folyó a külterületeket érinti. A térség pontszerű természeti értékei ennél fogva geológia helyett a víz köré csoportosulnak, holtágak, tavak formájában. A stratégia megállapítja, hogy a térség természeti vonzerejét sokkal inkább a táji értékekben kell keresnünk. Egyrészt a magyar puszták, mely magában foglalja a tanyavilágot és a különleges kunhalmokat, másrészt a puszták és a folyók közötti egyedi kapcsolat, harmadrészt a folyók és azok természetes ártere. A nagyobb területet érintő tájjellegű attrakciók egyben a fenntarthatóságot is segítik, hiszen a turisták általában a pontszerű attrakciók környékén csoportosulnak, ami a környezetre is erőteljesebb hatást gyakorol. E tekintetben csak arra kell ügyelni, hogy megfelelően legyen kommunikálva a potenciális vendégek felé a táj, mint **Mezőberény** és a környék egyik fő vonzereje: nem csak a Körös-Maros Nemzeti Parkhoz tartozó, egyúttal Natura 2000 területnek is nyilvánított folyómenti terület attraktív, hanem a holtágak, valamint az észak és déli irányban a folyótól távolabb elhelyezkedő területek is a város körül.

A stratégia kiemeli, hogy az aktív és az ökoturizmusban is kiemelt figyelmet kell fordítani a **kulturális és épített örökségre** (egyházi épületek, várak, kastélyok, múzeumok, kiállítóhelyek, emlékházak és emlékszobák, tájházak). A Körösök völgye gazdag kulturális értékkínálattal rendelkezik, melyek közül kiemelendők a templomok, kastélyok, tájházak, múzeumok és kiállítóhelyek, földvárak. Ezek többsége települési környezetben csoportosul, a tájban elhelyezkedő pontszerű attrakciókból kevesebb található. A települések és az ott található attrakciók felfűzésére az aktív turizmus egyes túratípusai kiváló lehetőségeket nyújtanak. Kerékpárral (kisebb mértékben gyalogtúrázva) az útvonalaknak nagy variációs lehetősége van, de a kötöttebb útvonallal rendelkező vízi turizmus is olyan településeket érint, amelyek gazdag épített örökséggel, számos szép látnivalóval rendelkeznek. Itt is a legfontosabb feladat, hogy a térségbe érkező vendégek számára ne pontszerűen, hanem térségi szinten kerüljenek bemutatásra ezen értékek. Ezzel jóval nagyobb vonzereje lesz a területnek, és a turisták tartózkodási ideje is növekedni fog. A már jelenleg is komolyabb kínálattal rendelkező települések annyi előnnyel rendelkezik a többi településhez képest, hogy a rendelkezésre álló kereskedelmi szálláshelyek miatt jó eséllyel ide fognak érkezni nagyobb számban a jövőben is a vendégek, ezeket a városokat fogják bázisként használni. Ahol

csékélyebb a szálláshelyek jelenléte, mint **Mezőberényben** is, ott törekedni kell a szálláshelyfejlesztésekre a közeljövőben.

A Körösök völgye a **gyalogos természetjárás** szempontjából nem tartozik a legkeresettebb célpontok közé. Ennek elsődleges oka a domborzat alföldi jellege, az alacsony relief. A kijelölt turistaútvonalak az adottságokhoz alkalmazkodva Békéscsaba és Gyula környékén összesen 120 km-es hálózattal állnak rendelkezésre. Ehhez a helyi hálózathoz való csatlakozás a túraútvonalakkal **Mezőberény** hosszú távú stratégiáiban is szerepel. A hosszabb távú gyalogos túrák erre az említett területre, az Országos Kékkör áthaladó szakaszára és a Körösök élővilágát bemutató tanösvényekre koncentrálnak. A túrautak, tanösvények kijelölése és hosszútávú fenntartása sok esetben szabályozási hiányosságok miatt kérdéseket vetnek fel, amelynek megoldására az országos szintű vizsgálat az MTSZ-szel közösen már folyamatban van. (Körös 10, 20, 25 és 50 túraútvonalakon jelenleg is szervezett keretek között bonyolódnak a túrák az Alföld Turista Egyesület szervezésében. Az útvonalakat is az Egyesület tartja karban.)

A gyalogos természetjárásban résztvevő célcsoportok számára a legvonzóbb tájak a változatos domborzatú, különleges felszínformákkal, kilátópontokkal, egyedi növény- és állatvilággal rendelkező területek. Térségi szinten azokat keresik fel elsősorban, amelyek képesek az átlagos és a kihívást kereső turistáknak is megfelelő élményeket nyújtani. A Körösök völgye alföldi fekvéséből fakadóan, domborzat, kilátás és geológiai képződmények szempontjából nem tartozik attraktív tájaink közé. A mezőgazdasági tevékenységek miatt kiterjedt erdőségek sem növelik a vonzerőt. Éppen ezért nem ezek, hanem **az ártéri és vizes élőhelyek sokszínűsége** tekinthető a térség fő vonzerejének. A rendelkezésre álló kínálat az egyes célcsoportok megszólítását és bevonását is befolyásolja.

A térségben hagyományosan magas a **kerékpározás** részaránya a mindennapi közlekedésben (hivatásforgalom), ezért sok esetben az infrastruktúra is fejlettebb, mint az ország hegyvidéki területein. A településeken belül jobban odafigyelnek a kerékpárosokra, mivel az utcakép és a gondolkodás szerves részét képezi ez a közlekedési eszköz.

A Körösök által körülölelt térség ugyanakkor nem kiemelt kerékpáros-turisztikai desztináció, de domborzati adottságai miatt kiváló lehetőséget tartogat a könnyed, lankás útvonalakat kereső, szabadidős céllal, családdal érkező kerékpárosok számára, akik könnyen teljesíthető, mégis élvezetes kerékpártúrákon vennének részt. A térségben elhelyezkedő települések a domborzati viszonyoknak és a kevésbé forgalmas, alacsonyabb rendű közút-hálózatnak köszönhetően könnyen megközelíthetők kerékpárral. A terület kerékpáros bejárhatóságát a gátkoronán futó kerékpározásra ajánlott burkolt és stabilizált üzemi utak is nagyban segítik. A térségben változatos szelíd útvonalakat lehet kialakítani, melyek a vizes élőhelyeket és a településeket felfűzve kínálnak élményeket az idelátogatóknak. A kerékpáros turizmus a vízi turizmussal is jól kombinálható, ami egyedi csomagajánlatok

létrehozására ad lehetőséget. A rendelkezésre álló infrastruktúrán tehát nagyrészt már le lehet bonyolítani túrákat, azonban a kényelmes és biztonságos közlekedés biztosítása és a térségi hálózati hiányok betöltése érdekében **elengedhetetlen a kerékpárút-hálózat fejlesztése.**

A térségben elsősorban aszfaltos, a gátkoronákon helyenként murvás utak állnak rendelkezésre, ami a trekking típusú túrakerékpárt használók számára a legalkalmasabb. Az aszfaltborítás az országúti kerékpárosoknak alapfeltétel, a kis forgalmú közutak a térségben azonban olykor rossz minőségűek, ami csökkenti a vonzerőt. A terepkerékpárosok számára a térség nem releváns.

A Körösök völgye kifejezetten alkalmas a szelíd kerékpáros turizmusra, azon célcsoportok megszólítására, bevonására, akik a kihívást jelentő tevékenységek helyett a kulturális, történelmi, ipari, egyházi és néprajzi örökségek iránt érdeklődnek, és ezen – többségében pontszerűen elhelyezkedő – attrakciók kerékpáros megközelítése, vagy akár ezek összekötése jelenti a vonzerőt.

A természeti kincsek tekintetében gazdag tájon a kerékpáros turista útja gyakran a folyók mentén vagy azok gátrendszerén vezet. Ezek a túrák a vizes élőhelyek iránt érdeklődők minden korcsoportjának tartogatnak élményeket, legyen szó madarak, halak, a vizek közelében élő emlősök megfigyeléséről, vagy fotózásáról. A térség elsősorban táji jellegű komplex vonzerővel rendelkezik, pontszerű természeti értékek ritkábban fordulnak elő, ami szintén a kerékpáros turizmusnak kedvez, hisz a turista a tevékenység végzése közben folyamatosan csodálhatja a Körök Völgyére jellemző síkvidéki tájat.

Mezőberényt a térséget kelet-nyugati irányban, főleg a Körös mentén kialakított kerékpárút érinti. Ez a térség tengelye, így komoly lehetőséget jelent a város számára a térségi szintű aktív turizmus fejlesztésére, akár a szolgáltatások, akár a marketing kapcsán.

Hazánkban számos olyan **vízitúrázásra** alkalmas helyszín van, amelyek jelenleg még eldugott kevésbé frekventált célpontok, nagyon kevesen ismerik igazán, és eldugott mivoltát féltve őrzik. Ilyen helyszínnek számít a Körösök vidékének nyugodt környezete is, mely kitűnő adottságaiból fakadóan képes természetközeli élményeket biztosítani a kenuval vagy kajakkal érkezők számára. A térség elsődleges vízituristicai vonzereje tehát az érintetlen vízközei táj. A vízfelületek (Fehér-Körös, Fekete-Körös, Kettős-Körös, Hármaskörös, Sebes-Körös, Hortobágy-Berettyó, Berettyó) magyarországi szakaszai a nyári vízitúrázásra legalkalmasabb időszakban lassú folyásúak elsősorban a szelíd vízitúrázásra alkalmasak.

A térség egyedi vonzereje a jelenleg még teljes hosszában nem hajózható Gyula-Békéscsaba-Békés városait összekötő Élővíz-csatorna, mely a Kettős-Körösbe torkollik. A vízi turizmus általában a településektől távol, vagy azok peremén zajlik, természeti környezetben. Ez a csatorna egy különleges városi környezetben történő

túrázást is lehetővé tesz. Ezen városok gazdag kulturális, néprajzi és gasztronómiai kínálata pedig tovább erősítheti ezt az egyedi vonzerőt.

A **lovas túrákat** kedvelők általában a változatos dombokkal tarkított erdők és mezők váltakozásában gazdag tájakat kedvelik. A Körösök völgye elsősorban ezért nem tartozik a kiemelt és lovasturisztikai szempontból fejlesztendő célpontok közé. A Körösök völgyében a túratípust érintő helyi, természeti vonzerők közel azonosak a gyalogos turistákéval. A lovas turizmus számára itt elsősorban a pusztán történő tereplovaglás a fő vonzerő, ami kevés helyen valósítható meg a mezőgazdasági hasznosítás miatt. Ezek a helyek azonban nagy kiterjedésű, általában védett nemzeti parki területek, melyek lóháton bejárhatóak és megfelelő élményeket biztosítanak. Magán kezdeményezésre postakocsi járat szerveződik a Mezőberény-Békéscsaba „**Zöld folyosó**” útvonalon, önkormányzati dűlőutakon.

A Körösök völgyében **két turisztikai magterület** különíthető el. Az egyik a legnagyobb vendégéjszaka-számmal rendelkező város Gyula, valamint a megyeszékhely Békéscsaba térsége. A térség másik turisztikai súlypontja Szarvas és környéke. A stratégia megállapítja azonban, hogy a térségbe érkező turisták kevéssé az aktív kikapcsolódási formák miatt érkeznek, a **fő motivációt a fürdők, a gasztronómia és a kulturális programok adják.**

A stratégiában megfogalmazásra került, hogy pontosan azok a turisták alkotják az egyik fő célcsoportot, akik nem aktív túrázás céljából érkeznek a Körösök völgyébe. Ugyanis ők potenciálisan bekapcsolhatóak főként a kerékpáros, a lovas és a gyalogos túrázáson keresztül, melyeket elsősorban fél-egy napos kiegészítő tevékenységként űzhetnek az egyéb célú kikapcsolódásuk mellett. A tevékenységekkel pontosan azokat a kulturális és egyéb értékeket kapcsolhatják össze, amelyek motivációjuk fő pillérei.

A stratégia által megfogalmazott jövőkép

2030-ra a Körösök völgye **az aktív egészségmegőrző pihenés legkedveltebb célpontja az Alföldön.** A térség szereplői egységesen a szelíd aktív turizmusra koncentrálnak a nyugalom szigeteként hirdetik magukat, melyhez mottójuk: „Körösök völgye az Alföld rejtett kincse”.

A jövőkép szerint a Körösök völgye nyugodt, pihenésre alkalmas környezete kora tavasztól késő őszig nagy számban vonzza az aktív kikapcsolódást, gyalogos, vízi, kerékpáros vagy lovas túrázást kereső idősebb és fiatalabb korosztályokat egyaránt. A szelíd aktív turizmus kiegészítő tevékenységévé válik a térségben nagy népszerűségnek örvendő egészség-turizmusnak. Budapest mellett a nagy lélekszámú és jó vásárlóerővel rendelkező Kecskemét, Szeged és Debrecen is küldőterületté válik a térségnek, és az innen érkező turisták száma növekszik a Körösök völgyében. A szolgáltatók beemelik az aktív turisztikai tevékenységeket a kínálatukba. Ennek köszönhetően az egészségmegőrzési céllal ide érkezők

számára a Körösök völgye több lehetőséget biztosít mindezekre, a fizikai aktivitáson keresztül történő élményszerzéssel erősítve. Mindennek köszönhetően az egyének által egy huzamban itt eltöltött vendégéjszakák száma növekszik. Gyula-Békéscsaba turisztikai térsége továbbra is a Körösök völgye turisztikai súlypontja, Szarvas-Gyomaendrőd térsége pedig egy lassú ütemben felzárkózó új aktív turisztikai célpontot testesít meg. Az aktív turisztikai fejlesztéseknek köszönhetően az ide érkezők egyre gyakrabban keresik fel elsősorban a vízi és kerékpáros túratípusokon keresztül, a kisebb települések kulturális értékeit is. Mindemellett természetesen a kifejezetten aktív turisztikai célzattal érkezők is megtalálják azokat a szolgáltatásokat, amelyek hálózatba szerveződve elégítik ki igényeiket. A térség önkormányzatai, turisztikai szolgáltatói és egyéb érdekelt felei tudatosan és hatékonyan, közösen együttműködve fejlesztik a Körösök völgye turisztikai márkát, aminek köszönhetően a térség marketingje országosan ismert és elismert. A települések önálló aktív turisztikai marketingje helyett az együttműködés válik dominánssá a térségi gondolkodás jegyében.

Az átfogó célok között a következőket határozták meg:

- gazdasági, környezeti és társadalmi fenntarthatóság,
- a túratípusok élményalapú, komplex szemléletű összekapcsolása,
- Körösök völgye identitás-teremtés, hálózatos kiterjesztés,
- a helyi adottságokat továbbfejlesztő szolgáltatás- és tudásfejlesztés,
- a szelíd aktív turizmus hatékony összekapcsolása a térség turisztikai kínálatával,

Mindehhez a fejlesztési célok:

- vonzerőfejlesztés,
- infrastruktúra fejlesztés,
- szolgáltatásfejlesztés,
- marketing, információ és promóció fejlesztése,
- szervezetfejlesztés (koordináció és menedzsment).

A stratégia egyedisége az erős térségi szemlélet érvényesülése. Ennek legfontosabb eleme a marketing és promóció kérdése. A dokumentum a következőket fogalmazza meg ezzel kapcsolatban: „a Körösök völgye egyik legnagyobb hiányossága a nem megfelelő kommunikáció. A térséget a legerősebb arculati elem a Körösök térségi jelentőségű márkává alakítása helyett a marketing érték elaprózódása jellemzi.”

Ezek kiküszöbölésére négy intézkedést javasol a stratégia:

- Körösök völgye márka és arculat építése (kulcsfontosságú, hogy a helyi szereplők elfogadják szükségességét és közreműködjenek ennek kialakításában);
- a két fő kommunikációs eszközcsoporthoz az offline marketing (nyomtatott anyagok, újság, TV, rádió), illetve

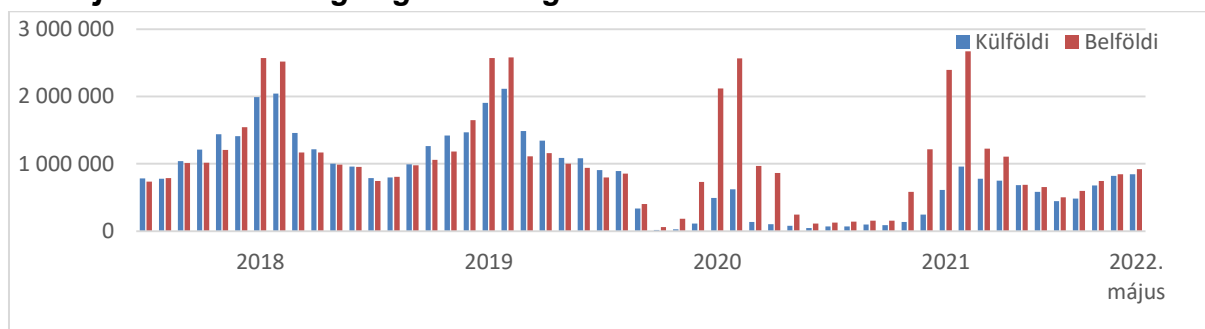
- az online jelenlét (közösségi média, a véleményvezérekkel készített videóanyagok, a honlapok, hírlevelek);
- az utolsó intézkedés tartalmazza az olyan speciális marketingelemeket, mint a helyi termékek becsatornázása a kommunikációba, helyi kedvezménykártya, digitális kártya kialakítás, aktív turisztikai rendezvények és csomagajánlatok kidolgozása.

3. Helyzetelemzés

3.1 Turisztikai trendek

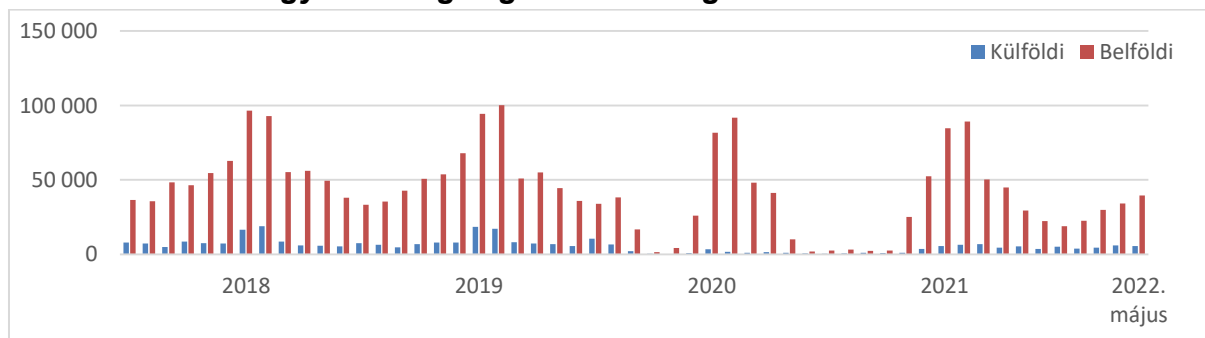
A pandémia időszakában mind a hazai, mind a világturizmus jelentősen visszaesett. a teljes leállások közötti időszakokban is minimális szinten volt a nemzetközi turizmus. A járványhullámok közötti hónapokban azonban az elhalasztott kereslet azonnal megjelent, de ez nyilvánvalóan a lakóhelyekhez közeli desztinációkat érintette. Ennél fogva a hazai belföldi turizmuson is észrevehető volt, hogy részben az említett elhalasztott kereslet, részben a külföldi utazások ellehetetlenülése miatt a nyári hónapokban jelentősen megugrott a forgalom. Ez eltérő mértékben következett be országos, megyei és helyi szinten, de az adatok a kereslet nagyságrendjét mindenképpen értékeltek. A pandémiát követő 2022. évről 2023. januárjában még csak 2022. májusi adatok állnak rendelkezésre, ezért ez az év még nem értékelhető. Országos szinten az augusztusi hónapokban a belföldi vendégforgalom meghaladta a pandémia előtti időszak forgalmát.

A teljes hazai vendégforgalom megoszlásának és szezonális alakulása



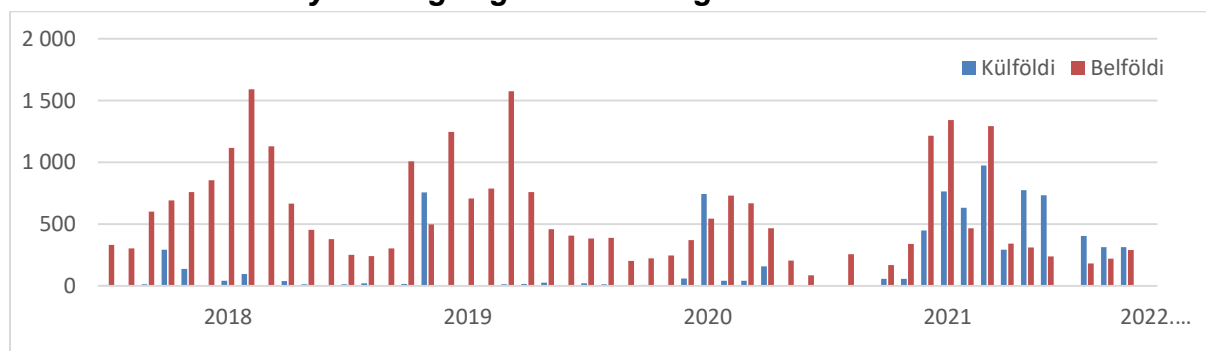
Békés megyében is magas volt a nyári belföldi forgalom a járvány alatt, de csak megközelíteni tudta a korábbi évek forgalmát.

Békés megye vendégforgalmának megoszlása és szezonális alakulása



Mezőberényben 2020-ban még jelentős visszaesés volt a korábbi évekhez képest, de 2021-ben már megközelítette a nyári forgalom a pandémia előtti időszak eredményeit.

Mezőberény vendégforgalmának megoszlása és szezonalitása



3.1.1 A nemzetközi egészségturizmus trendjei

A Tourism Observatory for Health, Wellness and Spa legújabb kutatása szerint a **szolgáltatások spektruma és a szolgáltatók típusa is bővül**, jelenleg 17-féle szolgáltatót különböztetnek meg nemzetközi szinten, ezek között olyan **újfajta termékek** is vannak, mint pl. a „reptéri spa”. Ez is rávilágít arra a jelenségre, hogy a spa és wellness iparág mennyire összetetté és sokszínűvé vált az utóbbi években.

Érdekes, hogy az egészségturizmusban használt terminológia nem csak kontinensenként, hanem országoként is jelentősen változhat. Keresleteti szempontból lényeges megállapítás, hogy – **nemzetközi szinten – a vendégeknek mindössze 20%-a helyi, 50%-a belföldi és 30%-a külföldi illetőségű.**

A szolgáltatók piaci pozícióját tekintve egyfajta „demokratizálódás” mutatkozik a spa iparban: látványosan **bővül a középosztályt kiszolgálók aránya**. A szolgáltatók többsége (55%) még mindig inkább a luxuskategóriába tartozik, magas színvonalat igyekszik biztosítani a vendégeinek, a középkategóriás szolgáltatók aránya 28-ról 35%-ra nőtt, ugyanakkor a diszkont áron működők részaránya 3%-kal csökkent.

Küldőpiacok szempontjából az USA őrzi vezető helyét, öt követi Nyugat-Európa, majd Észak-Európa, a negyedik Közép-, az ötödik pedig Kelet-Európa.

Kor szerinti célcsoportok közül az **idősebbek** (1946. előtt született, tehát 70-nél idősebb korosztály) aránya 17% a nemzetközi egészségturizmusban, ők a gyógyturizmus tipikus célcsoportja. A **háború után** (1946-64) született (baby boomer) generáció 31%-ot tesz ki, ezzel a legnagyobb, mind létszámban, mind költségben a legfontosabb korosztály, őket követik az **X-generációhoz** (1965-75) tartozók 27%-kal. A legfiatalabbak közül az **Y-generáció** (1976-95) 18%-ot tesz ki, közülük számosan már családjaikkal utaznak, a **Z-generáció** (1996 után születettek) tagjai pedig 8%-ot adnak, ami azért érdekes és egyben pozitív piaci jelenség, mert a

felmérésben részt vevő spa-wellness szolgáltatók számukra biztosítják a legkevesebb (vagy egyáltalán semmilyen) szolgáltatást.

A **legnépszerűbb szolgáltatások** analízise csak kis változásokat hozott a korábbi évekhez képest: változatlanul a masszázs a legkeresettebb, illetve a természetes erőforrásokon, gyógytényezőkön alapuló szolgáltatások iránti kereslet egyre nő. Érdekes, hogy leginkább a külföldi vendégek vevők a helyi hagyományokon és gyógytényezőkön alapuló szolgáltatásokra, a belföldi utazók leggyakrabban a termálfürdő/wellness élményt keresik, a helyi/környékbeli lakosok is kedvelik az utóbbit, ők sokszor organikus termékeket is igényelnek.

A **vendégek költsége** egy rendkívül fontos indikátora az adott iparág sikerességének, nincs ez másként az egészségturizmusban sem. A felmérésben résztvevő turisták (akár belföldiek – 69 euro, akár külföldiek – 73 euro) kb. kétszer annyit költenek, mint a helyi vendégek (38 euro). Hazánk szempontjából két fontos piac, a németajkú és az orosz. Előbbire a középkategóriás szolgáltatók a legjellemzőbbek, kereslet szempontjából pedig a belföldi piac, utóbbi esetében a felsőkategóriás szolgáltatók, illetve szintén a belföldi vendégek a meghatározók.

A **fő célcsoportok** terén komoly változás ment végbe az utóbbi években: míg korábban a spa-wellness piac vitathatatlanul fő célcsoportja az egyedül utazó nők voltak, addig mostanra nemzetközi szinten a társakkal – partnerrel, családdal, barátokkal – való utazás vált jellemzővé. A németajkú piacokon a párok, az Y generáció (családdal, barátokkal) a két fő keresleti tényező, és a harmadik helyre szorult vissza az egyedül utazó nők, mint célcsoport. Az orosz nyelvű piacokon viszont az első a gyermekes családok, a második a párok és baráti társaságok, a harmadik pedig az Y generáció képviselői.

Az **utazások fő motivációi** szempontjából a kutatás megállapítja, hogy 2016-ra egyértelműen a kezelések és wellness programok a meghatározóak mind a kül- és belföldi turisták, mind a helyi vendégek számára. A helyieknek (a visszatérés szempontjából) fontos továbbá a korábbi élmény, míg a belföldi turistákat inkább a kíváncsiság, a felfedezési vágy hajtja újabb és újabb fürdőhelyekre. A fürdőhelyek, spa- és wellnessközpontok ma már technikailag rendkívül modernnek és jól felszereltek, ez a tényező – a kutatás alapján – nem játszik főszerepet a vendégek megnyerésében. Fontos tudni ugyanakkor, hogy a németajkú piacokon a „lokáció” az egészségturisták legfőbb motivációja belföldi utazásaik során, míg külföldi utazásokkor a kíváncsiság és az ismert brand is fontos tényező. Az oroszoknál is meghatározó tényező a lokáció – a korábbi pozitív élményekkel egyetemben. Ezeken a piacokon egyre jobban figyelembe veszik a minősítések meglétét.

Mindhárom szegmens (kül- és belföldi turisták, helyiek) számára az első helyet a **családi fürdők és wellnessközpontok** foglalják el. Néhány országban (pl. Németországban, Ausztriában) igen jól kiépült kínálat várja a vendégeket, míg más országokban ezek a létesítmények rendelkeznek a legnagyobb **növekedési potenciállal**. Ez tehát azt jelenti, hogy a természetes gyógytényezőkön alapuló

kezelések, termálfürdők, a wellness szolgáltatások, a gyógy- és wellness szállodák mind elmaradnak e kettő mögött. A jövőben várhatóan a speciális igényeket kielégítő létesítmények iránt fog nőni a nemzetközi kereslet, pl. visszavonulást, feltöltődést biztosító destination spa-k, a belföldiek inkább a termálfürdőket látogatják.

A **szolgáltatások tekintetében** kiemelendő az a trend, mely szerint a természetes gyógymódok, gyógytényezők iránti erősödik az érdeklődés. Ezért is nélkülözhetetlen ezen gyógytényezők bizonyítékokon alapuló kutatása (evidence based medicine). Egyértelműen nemzetközi vonzerővé váltak a természetes gyógytényezőkön alapuló kezelések, míg a belföldi turisták és a helyi vendégek a holisztikus (testi, lelki, szellemi egészség és egyensúly) szolgáltatásokat preferálják. Az egészséges kínálat – pl. modern, egészséges gasztronómiai kínálat, zavartalan alvás – szinte minden utazó számára fontos kritérium lett ez elmúlt évek során.

A kutatás a **kereslet alakulása** tekintetében ismét megkülönbözteti a helyi, a belföldi és a nemzetközi piacot. A helyi/környékbeli vendégek számának növekedését 6%-ra prognosztizálja, ezen belül az első alkalommal fürdőbe látogatók száma 8, vagy akár 10%-kal is nőhet. Belföldi utazók esetében az az első alkalommal fürdőt felkeresők 10%-os bővülést mutathatnak, ugyanakkor a belföldi utazók fürdőlátogatásai csak ennél jóval szerényebb mértékben nőnek, kvázi stagnálnak. A nemzetközi piacon a látogatók számában 7, az első fürdővendégek látogatásai 10%-kal nőnek. Mindhárom piacon 3% körüli az átlagos tartózkodási idő hosszabbodása, a költségek ennél nagyobb mértékben, 6-8%-kal nőnek az előrejelzés szerint.

A magyar egészségturizmus szempontjából továbbra is meghatározó **németajkú piacokon** 6%-os vendégszám, 7%-os első fürdővendég-szám, szintén 3%-os átlagos tartózkodási idő növekedése, és a vendégköltség 5%-os bővülése várható a kutatás szerint.

Hazánk nemzetközi piacai az egészségturizmusban

Rangsor	Látogatók száma	Gyógy szálló vendégj.
1.	Ausztria	Németország
2.	Szlovákia	Oroszország
3.	Németország	Ausztria
4.	Csehország	Csehország
5.	Románia	Szlovákia
6.	Hollandia	Románia
7.	Ukrajna	Lengyelország
8.	Szerbia, Montenegró, Koszovó	Izrael
9.	Horvátország	Egyesült Királyság

10.	Oroszország	Olaszország
-----	-------------	-------------

Forrás: KSH, 2019.

3.1.2 Trendek és tendenciák a hazai egészségturizmus területén

A **természetes gyógytényezőkön alapuló egészségturizmus** (gyógy- és wellness) turisztikai infrastruktúrája kiépült: **98 gyógyfürdő, 40 gyógyszálló, 32 gyógyhely**, több száz wellness-, élmény-, strandfürdő és uszoda működik az országban. 2014-ben elkezdődött a fürdők minősítése, aminek egyrészt az a célja, hogy támpontot adjon a fürdők kínálatában való eligazodáshoz, másrészt megkülönbözteti az uszodákat, a gyógy-, a wellness, az élmény- és a strandfürdőket egymástól, illetve a szolgáltatás színvonaláról is képet ad a vendégek számára. A turisztikai régiók leglátogatottabb attrakciói között a fürdők vannak többségben.

A **balneológiai szolgáltatások** nemzetközi viszonylatban is versenyképesek, mivel jelentős árelőnyt biztosítanak az utazási és szálláshely költségek mellett is. Hiánypótló szolgáltatást nyújtanak a gyógyfürdő-létesítmények, amelyek a küldő országokban nem, vagy nem megfelelő minőséggel és/vagy elégtelen kapacitással működnek. A beteg a szolgáltatást komplex csomagban, pihenéssel összekötve veheti igénybe, ezért az orvosi és a szálláshely szolgáltatások mellett további turisztikai szolgáltatásokat is megvásárol. Gyakran hozzátartozója is elkíséri, így míg a beteg kezeléseket kap, kísérője igénybe veheti a létesítmény, illetve közvetlen környezete nyújtotta turisztikai lehetőségeket, programokat.

Az egészségturisztikai kínálat erőssége a gazdag termál- és gyógyvízkincs mellett a gyógyfürdő-kultúra hosszútávon kialakult tradíciói (pl. történelmi fürdők, fürdőkezelések), a felhalmozott orvosi tudás és tapasztalat, a magyarországi fürdőkultúra nemzetközi elismertsége. Az elmúlt években létrejött **fürdőklaszterek** azon a felismerésen alapulnak, hogy szükség van a fürdők egymás közötti, illetve a fürdők és a települések vállalkozói közötti együttműködésre. A megoldandó feladatok között kell megemlíteni, hogy gyakran nem elég megbízható a szolgáltatási színvonal, amit a védjegyrendszer orvosolhat. Szükség van a fürdők **egyedi profiljának** kialakítására, ami a 2007-2013. között megvalósult kapacitásbővítő fejlesztések miatt különösen sürgető feladat. A gazdaságos fürdőüzemeltetés szempontjából a bevételi oldalon kedvezőtlen tényező az OEP/NEAK finanszírozástól való erős függés, az elismert térítési díjak az önköltségtől is jelentősen elmaradnak (a valós költségek 40-60%-át fedezik). A költségek tekintetében pedig az energetikai fejlesztések elmaradása jelent kihívást. A fürdő-kezelések iránti hazai és nemzetközi kereslet bővítése érdekében javítani szükséges a balneológia elismertségét a hazai egészségügyben, ami a gyógytényezők hatásainak orvosi alátámasztásával, célzott kutatásokkal, valamint az orvosi és a turisztikai szakma közötti kommunikáció, együttműködés javításával érhető el.

Az egészségturizmusban érintett településeken a turisztikai szemléletű településfejlesztés nem tekinthető általános gyakorlatnak, ami rontja a gyógyhelyek nemzetközi versenyképességét.

3.2 A Dél-alföldi régió adottságai

Az ország területének egyötödét kitevő Dél-alföldi régiót három nagyobb déli közigazgatási terület – Bács-Kiskun, Békés és Csongrád-Csanád vármegye – alkotja. Keleten Romániával, délen Szerbiával határos, míg nyugaton a Duna alkotja természetes határát. Az ország második legjelentősebb folyója, a „szőke” Tisza is keresztülfolyik a területen, szinte pontosan a régió vertikális felező vonalát alkotva. A nemzeti parkok és természetvédelmi területek, Gemenc (a Duna-Dráva Nemzeti Park része), a Kiskunsági és a Körös-Maros Nemzeti Park, valamint a Szelidi-tó, a Fehér-tó, a Kolon-tó, a kiskunsági homokdűnék és a Szarvasi Arborétum alapvetően meghatározzák a régió változatos táját. Látogatóit végeláthatatlan rónákkal, ártéri erdőkkel, dús árterekkel és pazar holtágakkal várja. Ebből következik, hogy főként a természethez kapcsolódó idegenforgalmi termékeivel emelkedik ki, úgy mint a lovasturizmus, egészségturizmus, öko- és víziturizmus. A Dél-alföldi régió a hungarikumok tárháza, a 15 „honi védettséget élvező termék” közül 9 dél-alföldi illetőségű. A legismertebbek közé tartozik a Szegedi paprika és a Pick szalámi, a Kalocsai hímzés, a „Fütyülős” barackpálinka, a Makói hagyma, a Gyulai kolbász és a Halasi csipke. A Régióban a legnagyobb a napsütéses órák száma (2.000 feletti)

3.2.1 Általános turisztikai teljesítmény

A Régiónak egyedülálló tájképi adottságai vannak, biológiai változatosság jellemzi, és mindez a nyilvánosság számára is hozzáférhető, ami lehetővé teszi a térség fokozottabb kihasználását az aktív és az egészségturizmus számára. A Régió turisztikai vonzerejét a mindinkább kedvező kilátások jelentik a növekvő jóléti turizmus piacán, valamint a gazdag gyógy- és termálvíz készletek. Magyarországon itt a **legmagasabb a napsütéses órák száma**, továbbá érdekes, változatos környezet (jellemző tanyás településszerkezet), különböző kultúrák keveredése és gazdag nemzetiségi és minőségi környezet jellemzi a Régiót. A Dél-Alföld legfontosabb turisztikai vonzerői az alábbiak:

- Puszták, illetve azok növény- és állatvilága (Kiskunsági Nemzeti Park);
- Termál- és gyógyfürdők (pl. Kecskemét, Kiskunmajsa, Tiszaécske, Szeged, Szentés, Makó, Mórahalom, Gyula, Békéscsaba, Orosháza-Gyopárosfürdő);
- Kulturális turizmus (Kalocsa és Baja barokk, Kecskemét szecessziós belvárosa és Kodály öröksége, a népi építészet példái, ipartörténeti emlékek, egyházi épületek, múzeumok (alföldi festészet, szobrászat, népművészet, iparművészet, nemzetiségek hagyományai, rendezvények, fesztiválok);
- Konferenciatermek – kiemelten Szeged, fontos még: Kecskemét és Gyula;
- Kerékpártúra-lehetőségek;
- Vadászat, horgászat a folyókon, tavakon;

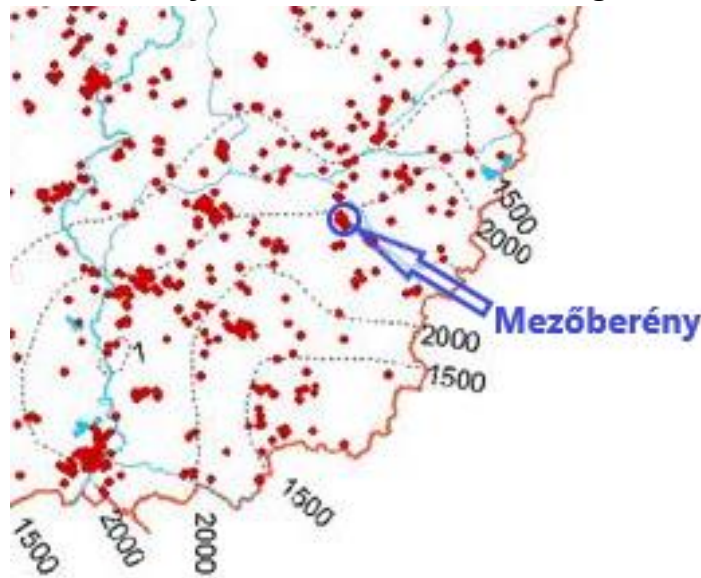
- Lovas turizmus;
- Falusi turizmus.

Ezek többsége megtalálható Mezőberény térségében is, különösen a természetközeli értékek révén.

Egészségturizmus

Értékes kincset, a gyógyító erejű termálvizet rejt a Régió területének nagy része alatt a föld mélye. Országos felmérések szerint is itt található termálvizek ásványianyag-összetételüket és hőfokukat illetően a gyógyító termálvizek kategóriájába tartoznak.

A termálkutak elhelyezkedése a Dél-alföldi Régió keleti részén

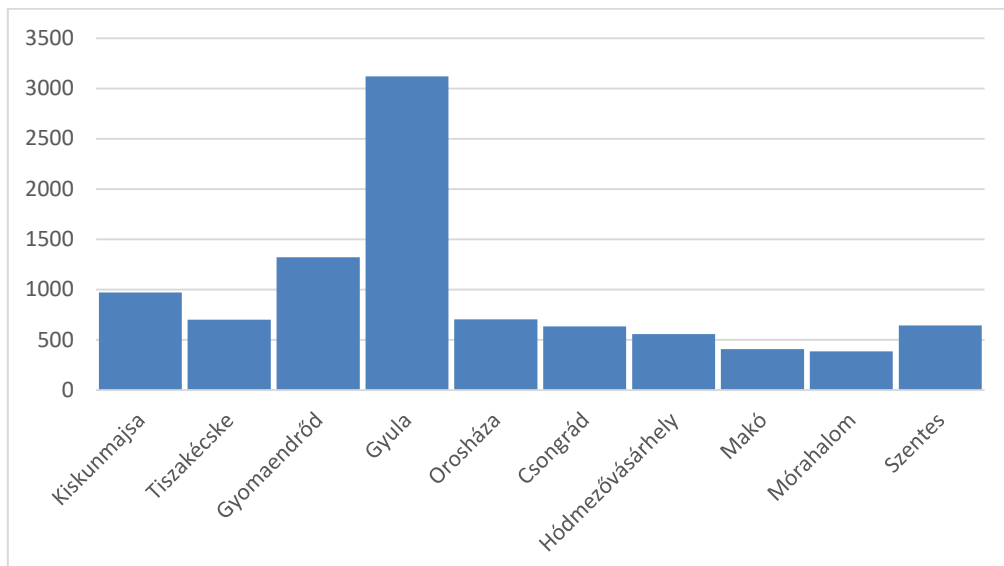


A Régió gyógyvizeinek többsége az alkalikus vizek csoportjába tartozik, melyek fürdőkúra és ivókúra formájában is kiválóan alkalmazhatók mozgásszervi és emésztőrendszeri megbetegedések esetén. A természetes gyógytényezők között megemlíthető a makói gyógyiszap is. A Dél-alföldi régióban az elmúlt két évtizedben szinte minden fürdő esetén történtek fejlesztések. Minden beruházás a multiplikátor hatáson keresztül tovagyűrűző hatást indított el a gazdaság egészében. A beruházások növekedése ugyanis a kibocsátás, a fogyasztás és a foglalkoztatottság szintjét is emeli. Az egészségturizmusban a beruházásokkal létrejövő minden 100 új munkahely a nemzetgazdaságban további 214 új munkahelyet teremt.

Összességében a térség komoly erőssége az egészségturizmus. Ennél fogva elsődleges szempont az adottságok minél jobb kihasználása. Tekintettel arra, hogy Mezőberény természetközeli adottságai eltérnek a jól kiépített fürdőkétől, piaci rést pótol a régióban a tervezett fürdőfejlesztés.

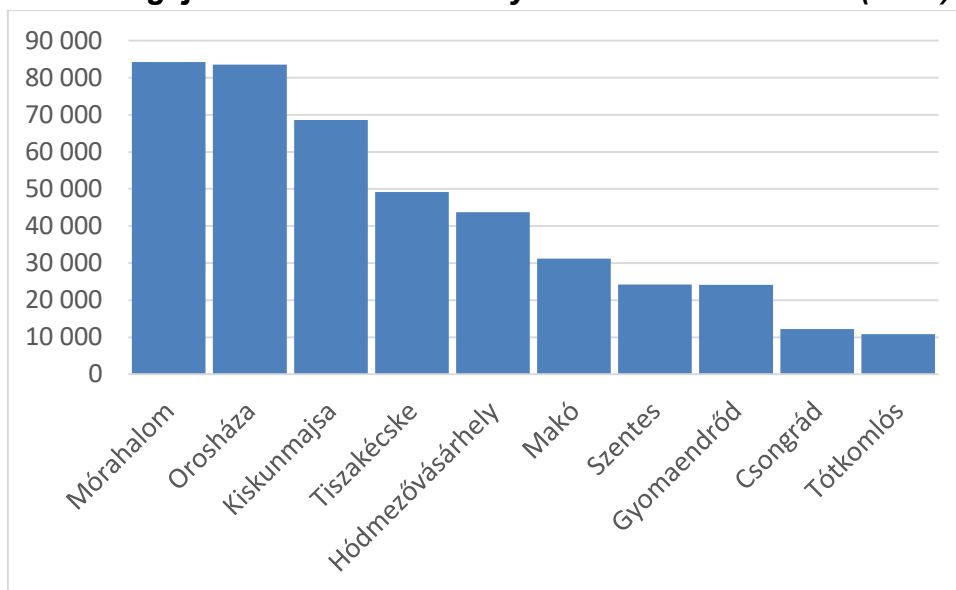
3.2.2 Térségi szintű egészségturizmus iránti kereslet

A dél-alföldi nagyobb fürdővárosokban a kereskedelmi szálláshelyek összes kapacitása 9200 férőhely, az alábbi megoszlásban:



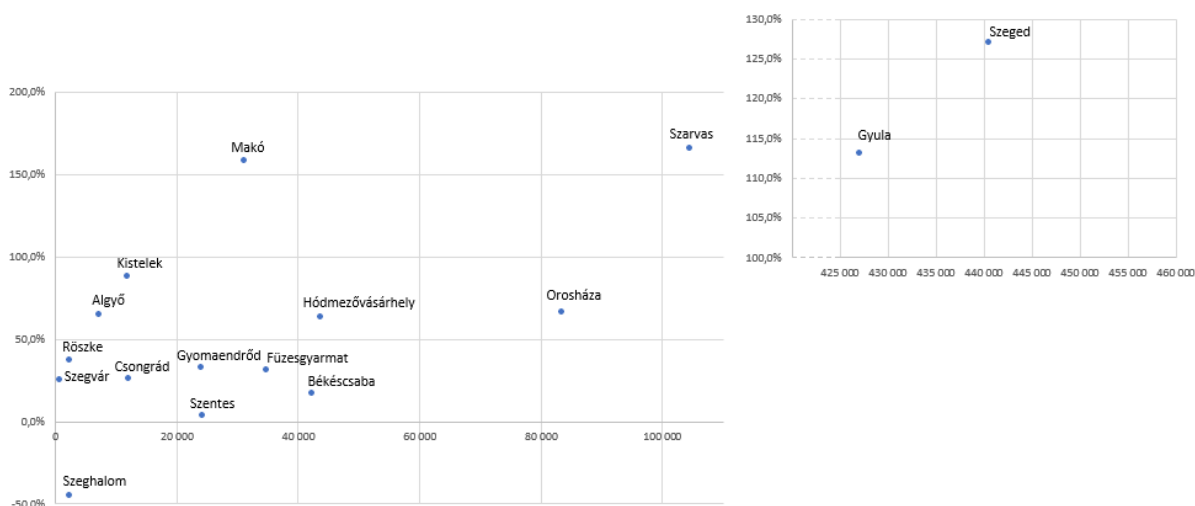
Ennek megfelelően, az egyes fürdők hagyományaira és az elmúlt időszakban végbement fejlesztésekre reagálva a térség komoly vendégforgalmat bonyolít le. A felsorolt fürdővárosokban összesen 860ezer vendégéjszaka realizálódott 2019-ben. Ennek ugyan a fele Gyulán keletkezik, de az adottságokhoz képest más településeken is magas a vendégforgalom.

A vendégéjszakák száma a környező fürdővárosokban (2019)



A vendégforgalom az egyes településeken eltérő mértékben változott, de általánosságban megállapítható a dinamikus növekedés. Összességében Csongrád-

Csanád és Békés vármegyékben 2009. és 2019. között megduplázódott a vendégéjszakák száma. Az alábbi ábra a jelentősebb fürdővárosok vendégforgalmának egy a 10 év alatt bekövetkezett változásnak a viszonyát mutatja be.



3.3 Mezőberény társadalmi-gazdasági helyzete

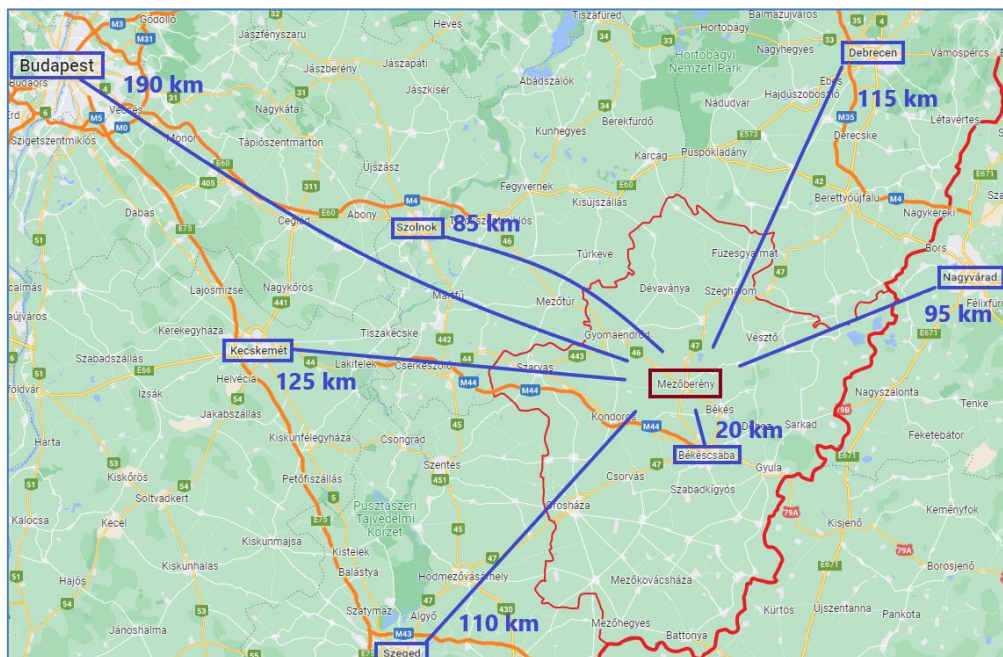
3.3.1 A Város fekvése

A Dél-alföldi régióban, Békés megye középső részén helyet foglaló kisváros területe 118,53 km². Mezőberény is része a megye központi részét magában foglaló Közép-békési Centrumnak, amelyet a Békéscsaba, Gyula, Békés városhármas mellett további kisvárosok és községek alkotnak, bár a közigazgatás alapja a járási rendszer, amely ettől eltérő határokat tartalmaz. A **Mezőberényi Integrált Településfejlesztési Stratégia** megállapítja, hogy a viszonylag sűrű városhálózatból, a nagyobb népességtömörülésből adódó lehetőségeket mind ez ideig alig használták ki a térségbeli települések, jóllehet az említett előnyök a régió belül is jobban érvényesülhetnének, hiszen már csak népességszámából adódóan is Békéscsaba így lehetne sikeresebb versenytársa Szegednek vagy Kecskemétnek. Sőt a város és környékének tökevonzó-képességére és a határ menti kapcsolatépítésére is kedvezően hatna a nagyobb népességtömörülés, pontosabban a közeli települések szorosabb tervszerű együttműködése. 1990. óta több alkalommal is átszabták a közép-békési kistérségi határokat, Mezőberény jelenleg a Békési járás része.

3.3.2 Közlekedésföldrajzi helyzet

Mezőberény közlekedési helyzete kedvező, mivel a városban megáll a Budapest–Békéscsaba–Lökösháza vonalon közlekedő minden hazai és számos nemzetközi szerelvény. A 120-as számú vasúti törzsvonal felújításai 2014-től lehetővé tették a „kvázi-gyorsvasúti”, azaz a 160 km/h maximális sebességgel közlekedő szerelvények beállítását is. A törzsvonal a hazai áruszállításnak is fontos ütvonala, s része az EU által 1997-ben kijelölt „Transzeurópai hálózatának” (IV. Korridor). A közúti kapcsolatrendszer is jónak mondható, hiszen a 47-es, a 46-os, valamint a 470-es fő közlekedési utak Mezőberényben keresztezik egymást. Előbbi Szegedet Debrecennel köti össze, s lehetőséget ad az M5–M43, valamint az M35–M3 gyorsforgalmi utak elérésére. Utóbbi Mezőberényt Törökszentmiklóssal kapcsolja össze, közvetlenül elérve a 4-es számú főútvonalat Szolnok–Budapest, valamint Hajdúszoboszló–Debrecen–Nyíregyháza felé. Viszont mindkettő felújításra szorul. A 470-es út Mezőberény–Békés–Békéscsaba irányába kínál alternatív elérési utat. Alsóbbrendű utakkal elérhető akár Szarvas is, amely fontos megyei felsőoktatási központ.

A tömegközlekedési kapcsolatok közül Békéscsaba, Békés (járási székhely központ), Körösladány (fő munkáltató a Henkel Magyarország Kft.) közvetlen járatokkal hét közben jól elérhető, csabai átszállással elfogadható sűrűségű a járatszám Gyula irányába is. Békéscsaba és Gyula esetében az intézményeknek a két város közötti megosztása teszi fontossá, hogy Mezőberényből elérhetőek legyenek. Az Alföld nagyvárosai közül Debrecen autóbusszal közvetlenül jobban elérhető, mint Szeged, átszállással együtt a különbség minimálisra csökken.



A vasúti személyközlekedésben a város adottságai kedvezőek. A megyeszékhelyre napi közel két tucat vonatpár közlekedik, a másodlagos intézményi központba,

Gyulára is napi 20 járat. A közeli települések közül Gyomaendrőd, Csárdaszállás, Murony elérése a vasúton közlekedők számára nem jelent gondot. A nagyvárosok közül Szolnok, illetve a főváros felé napi 15-15 vonatpár jár, ami mindkét irányban lehetővé teszi – többek mellett – a gazdasági kapcsolatok fenntartását. A vasúti szerelvények számottevő hányada tovább közlekedik az országhatáron túlra is (Arad, Marosvásárhely, Temesvár, Bukarest). Mezőberény helyi tömegközlekedését két viszonylatban közlekedő autóbusz jelenti. A viszonylatok számának csökkentése alig érintette a vonalak hosszát, ugyanakkor a szállított utasok száma, valamint az utaskilométer adatok 2003-tól a teljesítmények lassú, majd erőteljesebb mérséklődését mutatják. Előrelátható, hogy a gazdasági válsághelyzetben a szolgáltató VOLÁNBUSZ Zrt-nek újabb csökkenő teljesítményekre kell felkészülnie. Bár az ezer lakosra jutó személygépkocsik aránya jóval elmarad az országos átlagtól, ami is azt jelenti, hogy a háztartások felében van saját tulajdonú gépjármű. Ez pedig a kedvező tömegközlekedési lehetőségek mellett a lakosság mobilitását számottevően segíti. A város középtávon javuló közlekedési helyzetéhez hozzájárult a 47. sz. főút Mezőberény–Békéscsaba–Orosháza szakaszának elvégzett rekonstrukciója. Jelenleg a tranzitforgalom a városközpontban kialakított körforgalmi és jelzőlámpával irányított kereszteződésen áramlik, rendkívül megterhelve a közigazgatási határon belüli úthálózatot, s komoly környezeti, baleseti, egészségügyi kockázatot hordoz.

A város közvetlen környezetében 30 km-es sugarú körön belül kb. 180.000 főnyi lakosság él. Ezt azért fontos figyelembe venni, mivel bár a magas minőségű strandfürdők nagyobb távolságról is képesek vendéget fogadni, Mezőberény esetében – különösen a minőségi szálláshelyek hiánya miatt – egyelőre a környező településről érkezőkkel kell inkább számolni.



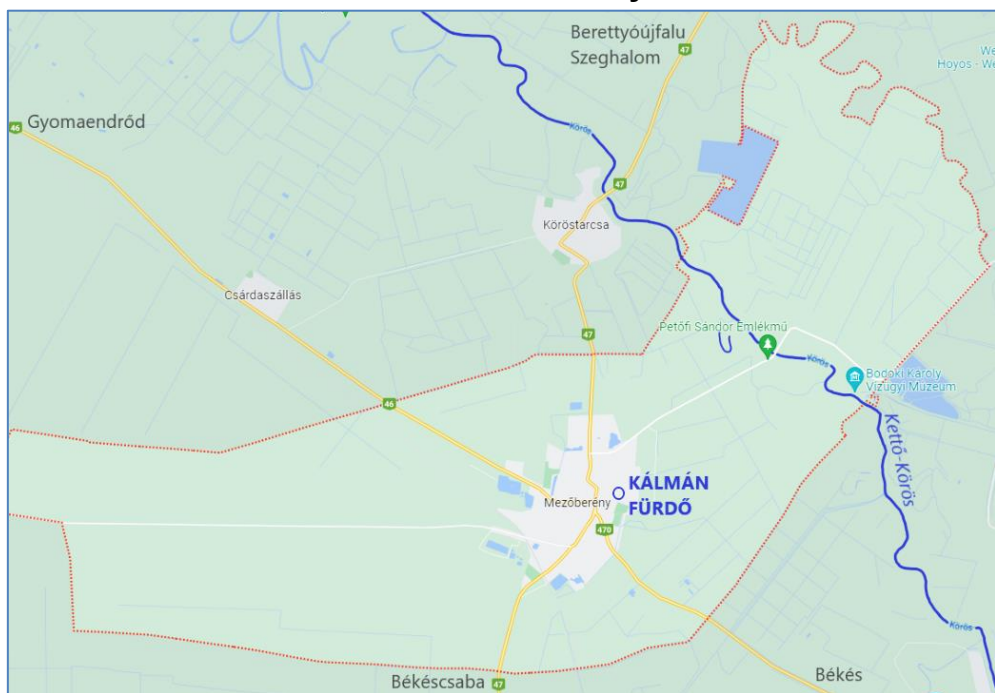
3.3.3 A természeti környezet állapota

A szerényebb ipari kapacitás, valamint a korszerű ipari technológia és a lakossági fogyasztási szokások átalakulása következményeként – a békéscsabai mérőállomás által mért adatok szerint Békés megye levegőszennyezettség-mutatói kedvezőek. Az Országos Emissziós Hálózat manuális mérőállomásainak adatsorai alapján a térség levegője az elmúlt időszakban tisztának minősíthető, az átlagértékek határérték alattiak voltak. A kén-dioxid, nitrogéndioxid és szén-monoxid tekintetében a légszennyezettség az alsó vizsgálati küszöböt nem haladja meg, a szilárd szálló por értéke a felső és az alsó vizsgálati küszöb között van. Az éves átlagértékeken alapuló összesített légszennyezettségi index jó minősítésű.

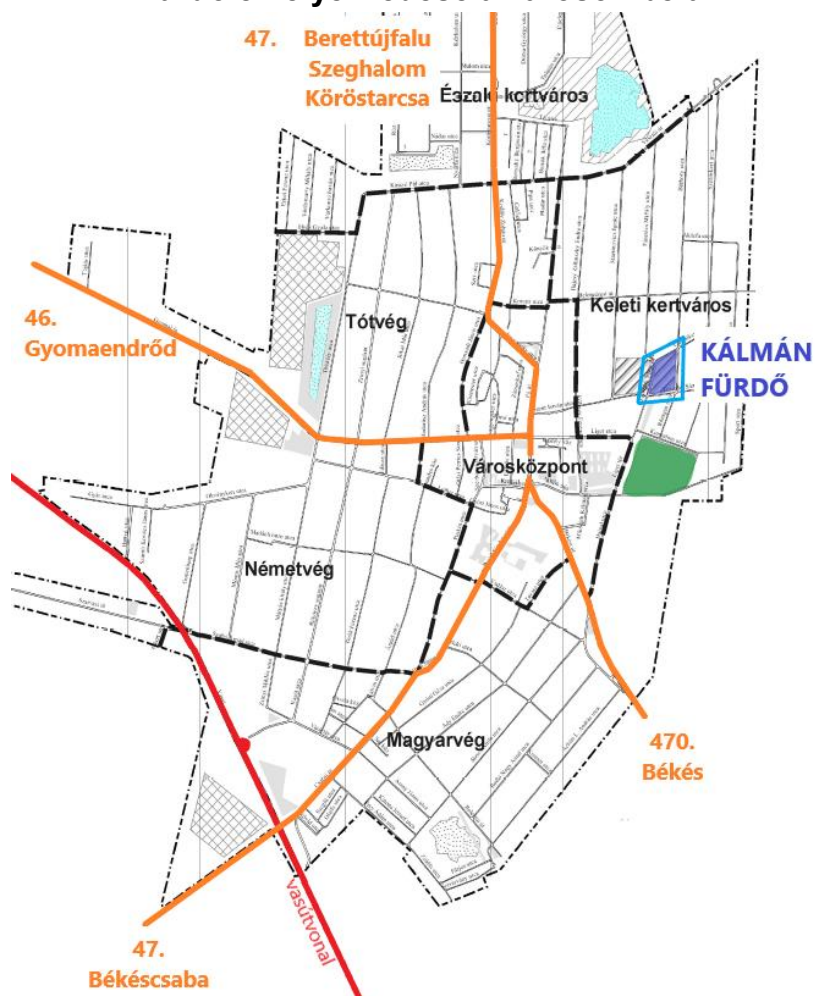
Mezőberény közigazgatási területe 83–92 m közötti tengerszint feletti magasságú tökéletes síkság. A nyugati területek alacsonyártéri síkságát finom frakciójú felszín közeli üledékek képezik, a keleti részek magas ártéri szintben elhelyezkedő Maros-hordalékkúp síkság keleti peremi részét pedig löszös, ártéri iszapos, agyagos üledékek alkotják. Legjellemzőbb talajtípusok a réti csernozjom (feketeföld), a mezősegi, a réti és öntéstalajok, valamint a szikesek.

A térség szabályozások előtti fajokban gazdag vizes élőhelyei, rétségei – a megváltozott termelési szokások és társadalmi igények következtében – mára túlnyomó részben szántó művelési ágba kerültek (a terület 80,5%-a). Mintegy 4% a természeteshez közeli állapotú területek (gyepek, rétek, erdők, nedves élőhelyek) aránya, amit a **Körös–Maros Nemzeti Park Igazgatósága potenciális természeti területként tart nyilván. Jelentős természet- és tájvédelmi értéket képeznek az országos ökológiai hálózat részeként is funkcionáló ökológiai folyósók.**

A város közvetlen környezete



A fürdő elhelyezkedése a városon belül

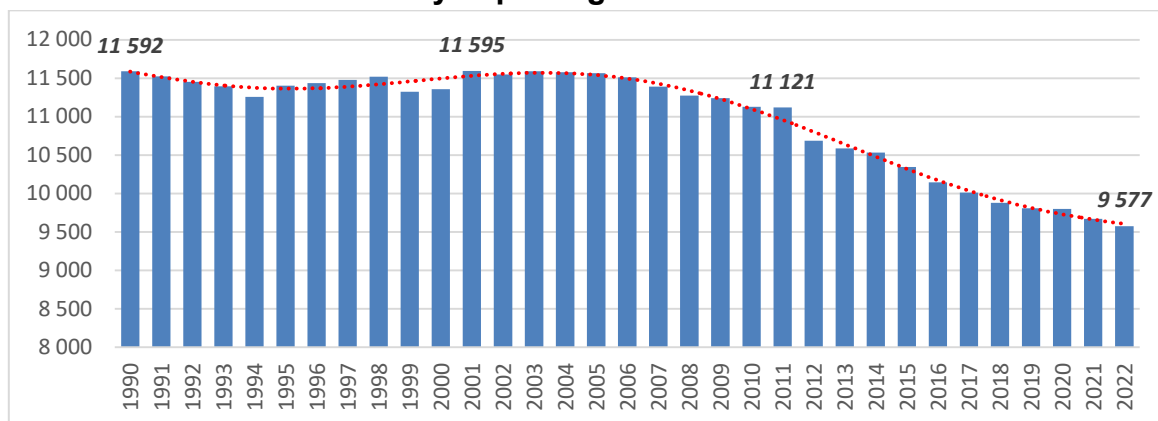


3.3.4 Társadalmi adottságok

Népesség

A település népességszáma az újratelepítéstől 1941-ig folyamatosan emelkedett, amikor is elérte a 14.500 főt. Ebből a város mai területén 14.029-en éltek. Amennyiben csak az elmúlt tíz év adatait figyeljük, akkor a vizsgált időszakban 2009. év állandó lakosságához viszonyítva a fogyatkozás 10 év alatt, 685 fővel mintegy 6%-os. Ez a megyében hosszú ideig a legkedvezőbb arányszámot jelentette; Mezőberény napjainkban is a második helyen áll ennek a mutatószámnak a tekintetében.

Mezőberény népességszámának alakulása



Forrás: KSH (továbbszámított népesség, január 1-én)

3.3.5 Gazdasági aktivitás

2020-ban a 2019. évi bevallások alapján Mezőberényben közel 801 működő vállalkozást tartottak nyilván, ebből a legtöbb, 294 társas vállalkozási formában, 268 egyéni vállalkozóként és 239 őstermelőként. A mezőgazdaság helyi gazdaságban betöltött szerepét jól jelzi, hogy 239 őstermelő és 38 társas vállalkozás, illetve 30 egyéni vállalkozó tevékenykedett az ágazatban, ami az összes regisztrált vállalkozás 38,3%-a. **A mezőgazdaságban tevékenykedő cégek, személyek magas száma részben Mezőberény mezővárosi múltjából, másodsorban a természeti adottságaiból fakad.** A termőföld minősége, az öntözési lehetőségek, a szaktudás és az egyre jobb gépesítettség mind hozzájárulnak, hogy Mezőberény területén a mezőgazdasági tevékenység jól jövedelmező legyen, és biztosítsa a személyek, családok, vállalkozások megélhetését. A mezőgazdaság egyik kiugró lehetősége lehet a városnak, az itt megtermelt alapanyagok feldolgozásával. Sok nagyvállalat biztosítja termelését az itt előállított terménnyel, ám a nagy hozzáadott értéket képviselő tevékenység, mint feldolgozás, csomagolás haszna nem itt csapódik le, ennek helyben tartása munkahelyteremtő hatású lehet. Amennyiben kedvező ökonómiai feltételeket biztosít a város és idecsalogatja a feldolgozókat, legyen az zöldség esetén konzervgyár, gabona esetén malom, úgy a megnövekedett iparűzési adó miatt további forrásokhoz jut, gazdasága még stabilabb és a bővített újratemelés segítő lesz.

A helyben termelt mezőgazdasági termékek a turizmus számára is lehetőséget jelentenek.

A Város működő vállalkozásainak megoszlása méretük szerint

	2018. (2017. évi bevallások alapján)	2019. (2018. évi bevallások alapján)	2020. (2019. évi bevallások alapján) 2020.10.12.
Társas vállalkozások	310	315	294
Bt.	49	51	44
Kft.	221	225	212
Kkt.	2	1	0
Nyrt.	4	3	3
Zrt.	25	26	29
Szövetkezet	6	6	4
Ügyvédi Iroda	3	3	2
Egyéni vállalkozó	418	395	268
Östermelő	321	292	239
Összesen:	1049	1002	801

A társas vállalkozások szerkezetét megvizsgálva láthatjuk, hogy a szolgáltatóiparban tevékenykednek a legtöbben, majd második helyen az ipar szerepel. Az ipar, mint nagy termelési értéket előállító ágazat, fontos a város gazdasági életében. A mezőgépgyártás és gépalkatrészgyártás mindig is jelen volt a városban működő ipar „repertoárjában”, a létesített ipari park(ok) és több ipari vállalkozás megjelenésével tovább erősödő gazdasági súllyal bírhat a város életében. A kereskedelemben és vendéglátásban tevékenykedő társas vállalkozások stabilan hozzájárulnak gazdasági részarányukat. Az azonban örömteli, hogy a működő egyéni vállalkozások ezen területen egy kicsi bővülést mutatnak, ami kiugró pontja lehet az elkövetkezendő időszak gazdasági fejlődésének. A turizmus és vendéglátás fejlesztése fontos a város gazdaságának. A sok kisebb vállalkozás színesebb és szerteágazóbb tevékenységével is vonzó tud lenni a turisták számára, egyúttal akár plusz vonzerőként is megjelenhet.

Foglalkoztatottság

Mezőberény esetében a 2009-2018-as időintervallumot vizsgálva a regisztrált munkanélküliek száma fokozatosan és jelentősen csökkent. 2010. és 2016. között a regisztrált munkanélküliek száma az éves 1018 főről 536 főre mérséklődött. 2017-ben és 2018-ban 438-439 főben stabilizálódott a számuk, mely után 2019-ben minimális emelkedés következett be. A pandémia gazdasági hatásaként a korábbi kedvező trend megtört, és a nyilvántartott álláskeresők száma kissé emelkedett, de ez a trend várhatóan hamarosan megfordul.

3.4 Turisztikai adottságok

Mezőberény rendelkezik turisztikai vonzerővel – a Körös közelsége, a Hosszú-tó adottságai, a város vadász, horgász, lovas turisztikai tevékenység, a szálláshelyek, éttermek, étkezési lehetőségek kínálata, a vendégfogadással foglalkozó vállalkozások számának bővülése, helyi látnivalók, programlehetőségek –, ám ma is alacsony a szolgáltatók együttműködési szintje, csakúgy, mint a térségi közös gondolkodás. **Az ITS azonban nem említi a vonzerők között a fürdőt.**

Az Integrált Településfejlesztési Stratégia szerint **a turizmus Mezőberény város életében kiemelten fejlesztendő terület.** Az önkormányzat az elmúlt években többféle tartalmú turisztikai célú kiadványt készített, emellett információs táblák és várostérképek kihelyezésével segíti a vendégek tájékozódását. Intézményi szinten nincs turizmusért felelős szakember.

A város turizmusa elsősorban a programokra épül, a civil szervezetek kapcsolatai, a nemzetiségi szervezetek eseményei jelentenek vonzerőt. A nemzetiségek hagyományőrző programjai meghatározóak és példaértékűek a térségben. Évenként megrendezésre kerülő rendezvények:

- Civil majális (családi főzőparti, kistérségi bor, kolbász-, pogácsa-, lekvár- és savanyúság verseny),
- Múzeumok Éjszakája,
- Berényi Napok rendezvénysorozat,
- Hosszú-tavi sárkányhajó verseny,
- Töltött Káposzta Fesztivál,
- Streetfighter Nap,
- Márton-napi lampionos felvonulás,
- Adventi gyertyagyújtás.

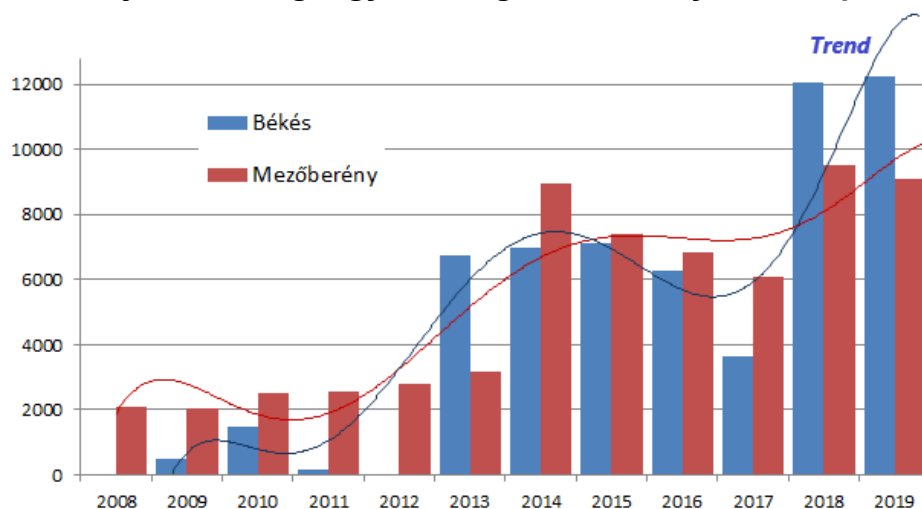
A települési stratégia szerint a város és környezete az ismert fejlesztési szándékokon túl jelentős, még kihasználatlan potenciált rejt számos területen, amely térségi összefogással, a tudatos fejlesztési tevékenység folytatásával, helyi adottságokra és reális igényekre építve lépésről lépésre megvalósítható. **A továbbfejlődés bázisát az aktív (kerékpáros, vízi, lovas, vadász, horgász) turizmus, illetve a kulturális, gasztronómiai és rendezvény turizmus erősítése jelentheti, ezzel magas színvonalú komplex kínálatot nyújtva az ideérkezők számára.** A lehetséges fejlesztési irányai között említi Mezőberény Integrált Településfejlesztési Stratégiája a **Kálmán Fürdő gyógyvizére épülő, téliesítést biztosító infrastruktúra kiépítését,** emellett az alábbi konkrét elképzeléseket nevesítették:

- Lovas turizmus fejlesztése;
- „Zöld folyosó” Mezőberénytől Békéscsabáig;
- Vadászati lehetőségek elősegítése;
- Kikötő építése;
- Kerékpáros turizmus feltételeinek kialakítása, Bélmegyer, Vésztő irányába is;
- Gasztrókultúra megjelenítése turisztikai attrakcióként;
- Vizes élőhelyek program.

3.5 Keresletelemzés

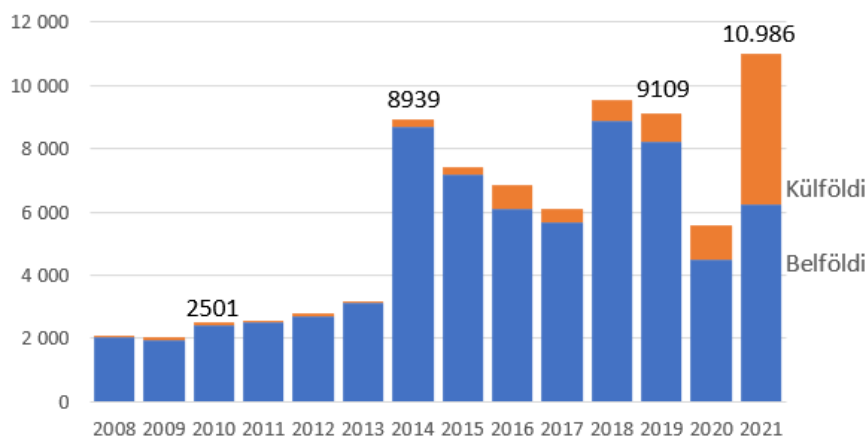
Mezőberényben kifejezetten kevés minőségi szálláshely áll a vendégek rendelkezésére. Ennél fogva a vendégéjszaka-számok is alacsonyak.

A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számának alakulása a Békési járás két legnagyobb forgalmat lebonyolító településén



Forrás: KSH

Ahogy az egész térségben, Mezőberényben is a belföldi vendégéjszakák adják a vendégforgalom nagyobb részét.



A magánszálláshelyek forgalma jóval csekélyebb a kereskedelmi szálláshelyeknél, alapvetően a családok nem is motiváltak szálláskiadásba fogni, az alacsony városi vendégforgalom miatt.

A Kálmán Fürdő a pandémiát megelőző években jóval 20 ezer látogató feletti forgalmat bonyolított a nyári szezonban (2019-ben öt hónap alatt 24.565 fő volt a fürdőben). A 2020. évi zárva tartást követően 2021. nyarán már újra 20 ezer feletti volt a látogatószám (20.249 fő – 4 hónap alatt), majd 2022-ben 3 havi nyitva tartás során 15.901 fő látogatott a fürdőbe.

Az éves szintű **idegenforgalmi adóbevételek** alakulásában kisebb ingadozások megfigyelhetők, ebben nagy szerepe volt a pandémia-sújtotta időszaknak. **Az utóbbi évek IFA-bevételeinek alakulása** (bevallott fizetős vendégéjszakák után - Ft/év):

Év	IFA összege	Megjegyzés
2018.	1.393.500	
2019.	859.500	
2020.	157.350	+ 579.000 Ft veszélyhelyzeti támogatás
2021.	1.088.100	+ 381.450 Ft veszélyhelyzet miatti törvényi mentesség (erre nem kapott az Önkormányzat támogatást)
2022.	1.078.800	

3.6 Kínálatelemzés

Mezőberényben a kereskedelmi szálláshelyek kapacitása 110 férőhely, ezek is alacsony kategóriás egységekben találhatóak. Az egész Békési járásra nem jellemző a kereskedelmi szálláshelyek jelenléte, egyedül Békésen történt az utóbbi időszakban ilyen irányú fejlesztés. A magánszálláshelyek tekintetében sem sokkal bővebb a kínálat. A járásban Békésen 74, Köröstarcsán 27 férőhely áll rendelkezésre, míg Bélmegyeren, Mezőberényben és Tarhoson 20 alatti a férőhelyek száma.

A Kálmán Fürdő gyógyvize alkálihidrogén-karbonátos típusú, ami az ízületi panaszok, mészhíánnal kapcsolatos betegségek, mozgásszervi megbetegedések és reumatikus panaszok megszüntetésére alkalmas (térd- és csípőízületi problémák kezelése kapcsán nyilvánították gyógyvízzé).

A szezonális strand a városközponttól néhány száz méterre, egy szép, jól karban tartott parkban található közvetlen a Piknik Park szabadidő központ mellett. A Fürdő gondozott parkjában négy medence (úszó-, gyógy-, gyermekmedence és pancsoló) került kialakításra. Mezőberény első, versenyekre is alkalmas medencéjét 1932. és 1935. között építtette Kálmán István helyi vállalkozó. Az uszoda 1935-ben nyitotta meg kapuit, 1936-tól kezdődött meg az úszásoktatás. A fürdő 1948. szeptemberéig a létrehozó tulajdonában üzemelt, azóta a település üzemelteti.

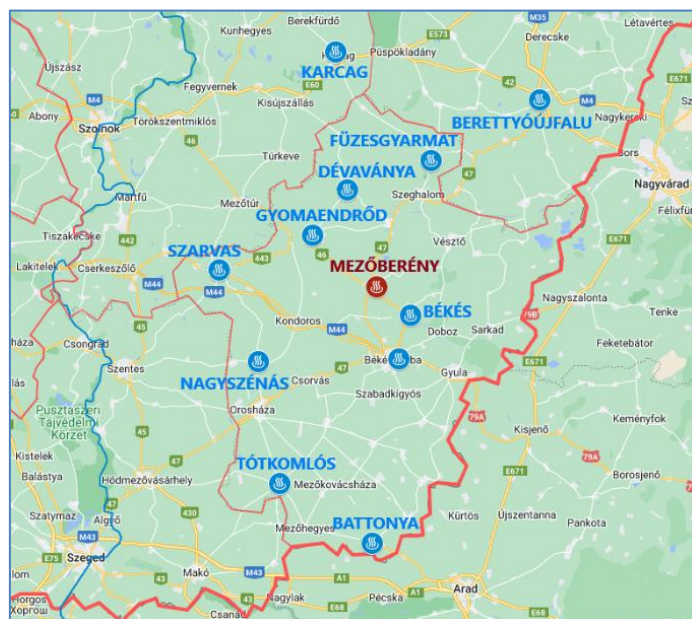
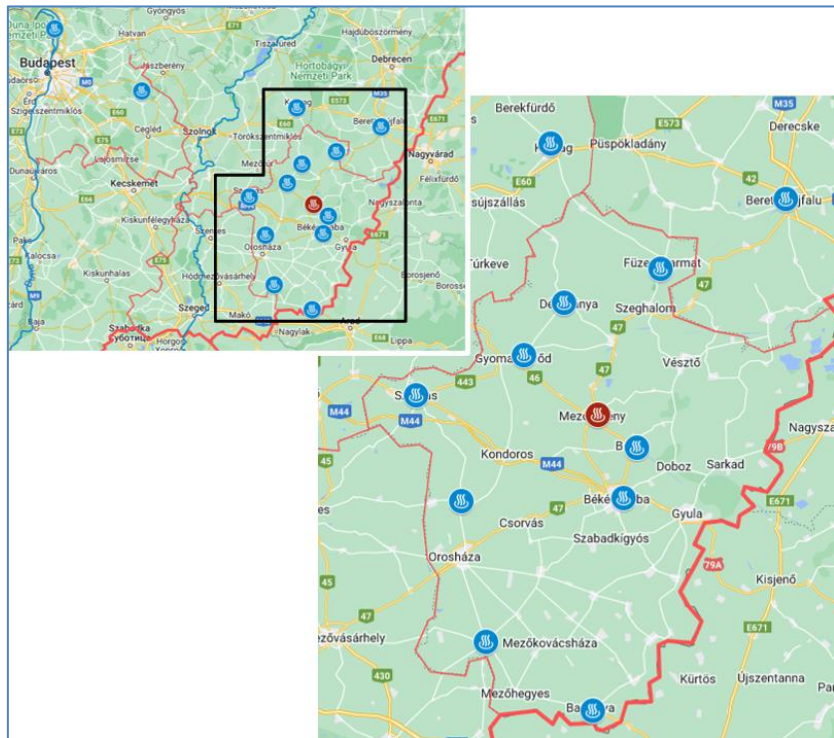
A Mezőberényi Városszépítő és Városvédő Egyesület ötlete alapján kapta a Kálmán nevet, melyet csak a 2005-ös fejlesztés megvalósulása után vett föl a Fürdő. Ekkor épült a vízforgatórendszer, újult meg a gyermekmedence, illetve épül meg a bébi pancsolómedence. A fürdő legutóbbi felújítása 2015-ben volt.

Medencék (valamennyi szabadtéri):

- 1 db gyermekmedence (32°C)
- 1 db gyógymedence (37°C)
- 1 db pancsoló (32°C)
- 1 db úszómedence (26°C)

3.7 Versenytárselemzés

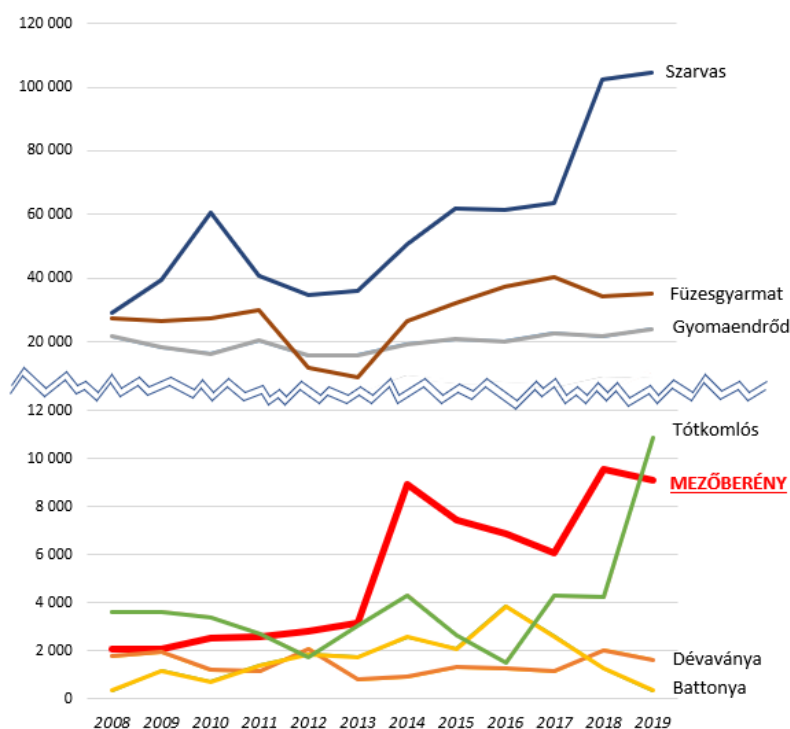
A versenytársak vizsgálata több összefüggésre is segít rámutatni. Egyrészt megvilágítja, hogy melyek a környező, illetve a tágabb térségben található, hasonló kínálati struktúrával rendelkező települések, amelyek folyamatos fejlődését érdemes figyelemmel kísérni. Mezőberény esetében a fókusz a **minőségi szolgáltatásokat nyújtó strandfürdőkön** van. A versenytárshoz tekintett települések egy része már jelenleg is rendelkezik nívós, ezért vonzó kínálati elemekkel, ezért távolabbi fürdőt is érdemes versenytársként vizsgálni (pl. Nagykáta, Leányfalu).



Az egyes versenytársak forgalma nagyban függ attól, hogy milyen szolgáltatásokat kínál maga a fürdő, de attól is, hogy milyen mennyiségben és milyen minőségben állnak rendelkezésre **szállásférőhelyek**. A strandfürdők jellegzetessége az, hogy kisebb a hatókörük, azonban a magas minőséget képviselő fürdők részben távolabbról is képesek vendégeket vonzani, részben pedig másodlagos vonzerőként látogatásra ösztönzik a térségbe egyéb (esetünkben aktív turisztikai, kulturális turisztikai) céllal érkező vendégeket is.

Ennél fogva a versenytársak vendégforgalmának vizsgálata alapján az látható, hogy a fürdő melletti más vonzerők is igen lényegesek a forgalom növelése szempontjából (lásd például Szarvas városát).

Mezőberény és a közeli versenytárs települések vendégforgalmának alakulása (a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma)



Az alábbiakban részletesen bemutatásra kerülnek azok a versenytársnak tekinthető fürdők, amelyek komplex, minőségi szolgáltatásaiknál fogva akár jó példaként is szolgálhatnak a mezőberényi fejlesztés, illetve a város további, a fürdőfejlesztéshez kapcsolódó turisztikai fejlesztései számára.

Gyomaendrődi Liget Gyógyfürdő és Kemping

Békés megye egyik legszebb fürdője a **Gyomaendrődi Liget Gyógyfürdő és Kemping**, mely a strandkedvelők és a gyógyulni vágyók számára egyaránt változatos szolgáltatásokat kínál. Az **Erzsébet-ligetben**, a város egyik legnagyobb zöldterületén elhelyezkedő 2,4 hektáros fürdőt 1959-ben kezdték építeni. Több

évtizedes működés után, az 1990-es években jelentős fejlesztéseket hajtottak végre benne, többek között vízforgató berendezéssel is ellátták a medencéket. A fürdő életében mérföldkőnek számít a 2002-es év, ekkor kezdődött meg az a nettó 763 millió forintos beruházás, melyek keretében megújították és kibővítették az intézményt. Az átalakításhoz a város saját ereje (286 millió forint) mellett a Széchenyi-terv, valamint egy PHARE-program is hozzájárult. Az átadásra 2004-ben kerül sor.

Az épületkomplexum fedett fürdőépületben három medence áll a vendégek rendelkezésére. A 25 méter hosszú 11 méter széles **úszómedence (tanmedence)** vízmélysége változó, 90-től 150 centiméterig terjed. Ez a medence 27-29 fokos vízzel az iskolai úszásoktatás céljait is szolgálja. A következő medence egy **ovális alakú, lazítómedence**, melyben öt élményelem közül választhatnak a vendégek (oldalfalmasszázs, nyakzuhany, talpmasszázs, buzgár és jakuzzi). Az itteni, 35-36 fokos víz már részben termálvizet is tartalmaz. A harmadik egy **pancsoló medence**, játék elemekkel bővítve. A **fürdő fedett részében** a medencéken kívül, **sauna** és **infrasauna**, valamint **büfé** is szolgálja a vendégek relaxációját és kényelmét. Noha a fürdő régi épülete felújításra szorul, viszonylag korszerű gyógyászati eszközök állnak itt a betegek rendelkezésére. A fürdő gyógyászati szolgáltatásait a két gyógyvizes termálmedence teszi teljessé, melyek 36 és 40 fokosak.

A gyógyászati részleg komplett fizioterápiás kezelést kínál a gyógykezelésre érkezőknek. A reumatológiai szakrendelés mellett a gyógyvízre és a képzett szakemberek szaktudására alapozva több, NEAK-támogatással igénybe vehető gyógyfürdőellátást biztosítanak. A fürdőzésen kívül sokféle sportolási, szabadidő eltöltési lehetőség is kínálkozik (röplabdapálya, játszótér, gyermekcsúszda, wellness szolgáltatások). A teljes vízfelület: 1636 m².

A Liget Gyógyfürdő jellemző árai:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1700,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1400,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 5520,- Ft

Békési Gyógyászati Központ és Gyógyfürdő

Fürdőszolgáltatások: melegvizes medence (40 fokos), mozgás medence (36 fokos), merülő medence.

Vízösszetétel: kis sókoncentrációjú, nátrium-hidrogénkarbonátos termálvíz, melynek metakavasav és szerves anyag tartalma jelentős, és jódot is tartalmaz.

Gyógyászati szolgáltatások: balneoterápiás részleg, reumatológiai és ortopédiai szakrendelés, valamint fizioterápia.

Jellemző árak:

Felnőtt belépő: 1450,- Ft

Diák/nyugdíjas belépő: 1150,- Ft

Szarvasi Gyógyfürdő

Fürdőszolgáltatások: 25 méteres feszített víztükrű úszómedence, pezsgő medence, ülőfürdő medence, tanmedence, termálmedencék; szaunák.

Gyógyászati szolgáltatások:

- **Balneológiai kezelések** (gyógyvizes medencefürdő, iszappakolás, súlyfürdő, szénsavas fürdő, orvosi gyógymasszázs, víz alatti vízszugármasszázs, víz alatti csoportos gyógytorna);
- **Fizioterápiás kezelések** (rekeszes galván, Kowalschik galván, stabil galván, interferencia, diadynamic kezelés, iontoforesis, szelektív ingeráram kezelés, ultrahang-kezelés, Endosan, TENS).

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1800,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1500,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 5500,- Ft

Árpád Gyógy- és Strandfürdő, Békéscsaba

Fürdőszolgáltatások: 50 méteres uszoda, élménymedence (tanmedencével és óriáscsúszdával, gyógyvizes termál medencék, gyermekmedence, szauna, nedvesgőz-kamra).

A fürdő 36 és 40 fokos gyógyvizes medencékkel rendelkezik, melyekben elsősorban ízületi, reumatikus, és mozgásszervi betegségek kezelésére van lehetőség.

Gyógyászati szolgáltatások: orvosi gyógymasszázs, iszappakolás, víz alatti vízszugármasszázs, víz alatti csoportos gyógytorna.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1850,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1200,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 4600,- Ft

Kastélypark Fürdő, Füzesgyarmat

Fürdőszolgáltatások: 33 m-es úszómedence, 25 m-es tanmedence, 1 db gyermekpancsoló, fedett gyógyvizes élménymedence, félfedett gyógyvizes medence, nyitott gyógyvizes medence.

A gyógyvíz fő javallatai: idült gyulladásos mozgásszervi megbetegedések, izom-reumatikus, baleseti utókezelés, csont és ízületi műtétek utáni utókezelés, idült ideggyulladások, idegfájdalmak, idült derékfájás, Heine-Medin betegség utókezelése, idült gyulladásos nőgyógyászati megbetegedések, meddőség, általános kimerültség.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1600,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1200,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 4700,- Ft

Bihar Termálliget Strand és Termálfürdő, Berettyóújfalu

A 63 fokos termálvizet 1997-ben nyilvánították gyógyvízzé. A nátriumos, hidrogénkarbonátos, metakovasavas gyógyvíz elsősorban degeneratív mozgásszervi betegségek esetén jótékony hatású.

Fürdőszolgáltatások: 25 m-es úszómedence, gyógyvizes ülő-, pihenőmedence, gyermekmedence, lazító medence, fedett ülő-, pihenőmedence.

Gyógyászati szolgáltatások: mechanoterápia, orvosi gyógymasszázs, víz alatti csoportos gyógytorna.

Jellemző árak:

Teljes árú felnőtt napijegy: 1500,- Ft

Diák/nyugdíjas napijegy: 1000,- Ft

Családi jegy (2+2 fő): 4000,- Ft

Nagykátai Gyógy- és Strandfürdő

Nagy sótartalmú, kis keménységű, nátrium-kloridos, hidrogén-karbonátos, fluoros, jódos, metabórsavas vízű, amely kiemelten hatásos mozgásszervi megbetegedések kezelésére.

A fürdő fedett része egész évben, a strand pedig a nyári szezonban van nyitva. Az 1300 m² területű fürdőházban egy gyermek-, egy melegvizes- és egy kiúszó élménymedence található. Az emeleti részen gőzkabin, infrasauna, száraz gőz, aromakabin, merülőmedence, masszírozó helyiségek, büfé és egyéb kiszolgáló helyiségek állnak rendelkezésre.

Jellemző árak:

Felnőtt belépő: 2400,- Ft

Családi jegy (2+1 fő): 5500,- Ft

Leányfalu Termálfürdő

A Leányfalui Termálfürdő a Dunakanyarban, Budapesttől 27 km-re északra található. Ennél fogva a vendégköre is nagyrészt a fővárosból érkezőkből áll. A fürdő egyedisége a kifejezetten vonzó természeti környezet és a jó megközelíthetőség. **A**

fürdő a Duna-parton, parkosított, ősfás környezetben található, és **nyáron 6 kültéri, télen 1 fedett és 2 kültéri medencével üzemel**. Az 1000 méteres mélységből feltörő 53°C-os gyógyvíz elsősorban mozgásszervi megbetegedésben szenvedőknek segít, ellazítja az izmokat, emellett enyhíti a stresszt, kellemes nyugtató hatása van. A fürdő különlegessége az éjszakai fürdőzés, melynek során minden péntek és szombat este 20.00-24.00 óráig tart nyitva a melegvizes élménymedence és a melegvizes gyógymedence. A fürdő szomszédságában levő Szaunaház szaunával, gőzkabinnal, masszázsszal, bel- és kültéri merülő medencékkel áll a vendégek rendelkezésére.

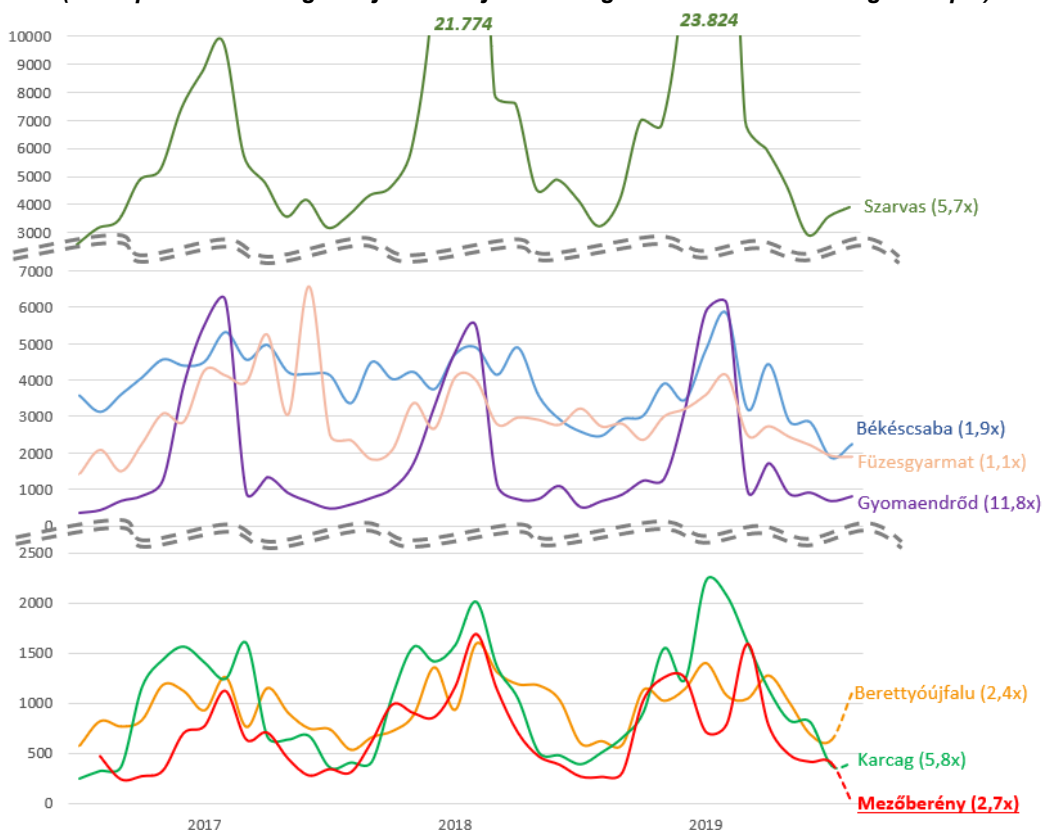
Jellemző árak:

Felnőtt belépő:	3500,- Ft
Diák/nyugdíjas:	2000,- Ft
Családi jegy (1+2 fő):	2000,- Ft/fő

A versenytársak közül a legnagyobb nyári turisztikai forgalmat Szarvas realizálja (20 ezer feletti havi vendégéjszaka-szám). A legnagyobb szezonális különbség Gyomaendrődön tapasztalható, ahol az igen alacsony téli forgalom után a nyári időszakban 6000 felett van a vendégéjszákák száma. Karcagon a különbség közel 6-szoros. A települések többségén azonban alacsony a szezonális különbség, tehát a téli időszakban is jelen vannak a vendégek.

Mezőberény versenytárs települései* vendégforgalmának szezonális különbsége

(A település neve mögött a júliusi és januári forgalom közötti különbség szerepel)



**Az ábra csak azokat a településeket tartalmazza,
ahol egész évben mérhető mennyiségű a havi vendégforgalom*

Forrás: KSH

A külföldi vendégéjszakák aránya az egész térségben viszonylag alacsony. Megyei szinten 13,6%, de a versenytárs településeken is hasonlóan kevés. Békéscsabán van a legtöbb vendég, ám ez a város üzleti és más szabadidős forgalmából fakad, kevésbé az Árpád Fürdő látogatói révén.

Berettyóújfaluban jelentős csökkenés ment végbe az utóbbi évtizedben, jelenleg (a pandémia előtti évben) 9% a külföldi vendégéjszakák aránya. Karcagon egyharmad körül stagnál (2019-ben 35,8% volt), míg Mezőberényben 10% alatt van, de ez 10 év alatt duplázódást jelent. Gyomaendrődön 15% körül stagnál (2019-ben 13,7%), Szarvason pedig 1-2%-os arányról hirtelen elkezdett gyorsan emelkedni, 2019-ben 17% volt. Füzesgyarmaton a 10 évvel ezelőtti egyharmados arányhoz képest nagy visszaesés következett be, 10% alatt stagnál a külföldiek aránya (7,3%).

A külföldi vendégkör megoszlása a térség román határ menti fekvése ellenére elég sokszínű. Megyei szinten a külföldi vendégkör felét teszik ki a román vendégek. Emellett jelentős a németek (7,4%), a szerbek (5,6%), a szlovákok (5,2%) és az ukránok (4,2%) aránya.

KÖVETKEZTETÉSEK

A magas minőséget képviselő strandfürdők egyrészt jobban hozzájárulnak **a helyi lakosság életminőségéhez**, másrészt **távolabbról is képesek vendégeket vonzani**.

Továbbá az is megfigyelhető, hogy másodlagos vonzerőként fürdőlátogatásra, akár **hosszabb tartózkodásra, magasabb fajlagos költségre** ösztönzik a térségbe egyéb (esetünkben aktív turisztikai, kulturális turisztikai) céllal érkező vendégeket is.

Valamennyi versenytársra igaz, hogy különösen **a külföldi vendégek részéről komoly igény mutatkozik a jelenleginél kényelmesebb, minőségi szálláshelyek iránt**.

3.8 SWOT elemzés

Az elemzés részben a Város és közvetlen környezetének társadalmi helyzetét, gazdasági potenciálját, részben pedig közvetlenül a turizmust érintő jelenségeket mutatja be.

ERŐSSÉGEK

Város

- Felújított vasútvonal;
- Fő közlekedési utak;
- Viszonylag kedvező vállalkozási aktivitás, így a város helyi gazdasága csak részben függ egy-két nagy cég konjunkturális helyzetétől;
- Jelentős újjépítésű önkormányzati bérlakások;
- Jelentős volumenű önkormányzati vagyon;
- Hosszú távon kiegyensúlyozott költségvetés;
- Kiforrott projekttervek a további fejlesztésekre;
- Bejáratott csatornák a társadalmi konfliktusok kezelésére;
- Elindított programok a fiatalok helyben tartására, a képzett munkaerő vonzására, pályázati lehetőségek;
- Informatikai infrastruktúra kiépült, az e-közigazgatás fejlesztése, free wifi;
- Viszonylag jól kiépített részben kistérségi feladatokat is ellátó intézményhálózat (igazgatás, szociális ellátás, egészségügy);
- Minőségi oktatást, tehetséggondozást és felzárkózást megvalósító oktatási hálózat az óvodától a középiskoláig részben kistérségi igényekre is alapozva;
- Versenyképes nyelvi (német, angol) és informatikai képzést biztosító középiskola anyanyelvi tanárokkal, jelentős számú kollégiumi férőhellyel;
- Széleskörű testvérvárosi kapcsolatok;
- A lakosság etnikai összetételéből adódó nyitottság, a nemzetiségi önkormányzatok és szervezetek (német, szlovák) intenzív kapcsolata anyanemzetükkel;
- Vonzó, történelmi hagyományokat is megőrző településképp, rendezett, de folyamatos odafigyelést kívánó településközpont;
- A településért tenni akaró civilszervezetek, a Berényből elszármazottakkal való folyamatos kapcsolattartás, „lobbizás”;
- A befektetők vonzására alkalmas ipari park(ok) megléte;
- Megfelelő közbiztonság;
- Kedvező természeti adottságok.

Turizmus

- Jelentős termálvízvagyon, minősített gyógyvíz;
- A termál- és gyógyvíz gyógyászati és turisztikai hasznosítása megindult;
- A Körös és holtágai a vízi-, horgász- és az ökoturizmus számára is kedvező feltételeket kínálnak;
- A térségben a Körösök vízszintje nem ingadozik szélsőségesen;
- A Körösök vidékén bejáratott vízi, kerékpáros, és gyalogos túraútvonalak találhatók;
- A térségben értékes az apróvadállomány, jelentősek a vadászati hagyományok;
- Gazdag természeti, kulturális és építészeti örökség;
- Petőfi emlékhely, hozzá kapcsolódóan Szendrey Júlia leánynevelő iskolája itt volt, unokatestvére Orlai Petrich Soma, a történeti festészet jeles képviselőjének szülőhelye;
- Élő népi, gasztronómiai, nemzetiségi hagyományok, amelyek ápolásában számos civil szervezet vesz részt;
- A térségben értékes ipari műemlékek találhatók;
- Számos, jóhírű kulturális (elsősorban zenei), sport és gasztronómiai rendezvény;
- Jó a regionális turisztikai központok (Békéscsaba, Gyula, Szarvas) elérhetősége;
- Kiemelkedő értékfeltáró, értékőrző munka.

GYENGESÉGEK

Város

- Gyenge munkahelyteremtő képesség;
- Erős kitettség a globális konjunktúrának és a lokális gazdaság szerkezeti problémái;
- A turizmus – egyelőre – gyenge munkahely- és értéktermelő képessége;
- Az aktív népesség relatíve alacsony foglalkoztatási mutatói;
- A város vonzáskörzete minimális;
- A mezőgazdasági feldolgozóipar minimális jelenléte;
- A feldolgozó-ipar leépülése következményeként a korábbi termelési tradíciók elvesztése, a munkakultúra erodálódása;
- Szegregálódó településrészek tartós fennmaradása, az ott élők társadalmi esélyeinek romlása.

Turizmus

- Gyorsforgalmi megközelíthetőség hiánya;
- A holtágak és környezetük elhanyagolt állapota;
- Alacsony tartózkodási idő és fajlagos költség;

- A fürdő korszerűtlen infrastruktúrája;
- A kistérség turisztikai kínálatából hiányoznak a komplex turisztikai programok;
- A turisztikai szolgáltatók között nem jellemző az együttműködés;
- Erős szezonális;
- Forráshiány települési szinten;
- A meglévő és potenciális turisztikai vonzerők infrastruktúrája és kapcsolódó szolgáltatások további fejlesztéseket igényelnek;
- Melegkonyhás vendéglátóhelykínálat térségi szinten szűkös;
- A szálláshely-kínálat a felső és közép kategóriákban hiányos;
- A térség turisztikai menedzsmentjének szervezeti feltételei hiányosak;
- A turisztikai vonzerők és szolgáltatások marketingje elégtelen;
- Egyes turisztikai vonzerők megközelíthetősége rossz;
- Nincs a városra jellemző egyedi arculat.

LEHETŐSÉGEK

Város

- Együttműködési lehetőségek kihasználása;
- A meglévő együttműködés a Békési Többcélú Kistérségi Társuláson belül (a Kistérségi Társulás szervezeten ugyan már csak az informatikai hálózat üzemeltetésében működik együtt);
- A több településre kiterjedő funkciók ellátása erősíti a város központi funkcióit, növeli kvalifikált munkahelyek számát;
- A potenciális pályázati források optimális felhasználása;
- A gazdaságpolitika irányváltása: KKV-centrikus, a munkahely-teremtést és megtartást preferáló támogatási rendszerek megerősödése;
- A város kistérségi szerepének erősítése a vasúti közlekedésben rejlő lehetőségek kihasználásával (csatlakozó buszjáratok) és további munkahelyteremtő beruházásokkal;
- A mezőgazdasági öntözőhálózat további kiépítése;
- Az élőmunka-igényes biotermelés meghonosítása, a hozzá kapcsolódó termelési és értékesítési hálózat kiépítése;
- A korábban virágzó helyi feldolgozó-ipar legalább részleges újjáélesztése a válság utáni időszak gazdasági lehetőségeinek figyelembe vételével.

Turizmus

- A belföldi turizmus növekedése;
- A Békéscsabai Repülőtérnek köszönhetően várhatóan megnő a térségbe látogató külföldi vendégek száma;
- Az európai integráció előrehaladtával a határok formálissá válnak, a nemzetközi turizmus és együttműködés feltételei javulnak;

- Az egészségturisztikai, illetve az aktív és alternatív turisztikai termékek iránt a nemzetközi és hazai kereslet növekszik;
- A turisztikai befektetések iránt növekszik a tőke érdeklődése;
- EU-s és állami források a turizmus fejlesztésére;
- A kistérség turisztikai kínálata jól kapcsolódik a környező térség kínálatához;
- Folyamatosan nő a Romániából Békés megye fürdőibe érkezők száma;
- A térséget két, az országos tervekben szereplő kerékpárút is érinti;
- Testvérvárosi kapcsolatok kihasználásával pl. németországi turisztikai PR-tevékenység fokozása.

VESZÉLYEK

Város

- A koronavírus-válság lokális szintű következményeinek megjelenése, a munkahelyek számának csökkenése helyben és az ingázás által elérhető távolságban;
- Az EU regionális és kohéziós politikájának folytatódó átalakítása, a versenyképesség elsődlegessé válása a kohéziós elvek felett;
- Az energiaválság lokális megjelenése, elsősorban a közszolgáltatások finanszírozása, az önkormányzati gazdálkodás forrásainak szűkítésén keresztül;
- A hazai regionális politika súlypontjának megváltozása: a kohéziót szolgáló források részleges áttérrelése a dunántúli válságtérségek irányába, valamint a főváros és a regionális centrumok kiemelt fejlesztése a kisvárosok és községek rovására;
- Az önkormányzati politika átalakulása, a térségi szint erősítése, a lokális kompetenciák csökkentése révén;
- A bel- és külterületi lakásállomány és a gazdasági épületek egy részének lepusztulása, elértéktelenedése;
- A képzett fiatal munkaerő elvándorlása, a népesség kedvezőtlen demográfiai összetételének állandósulása a városban nyíló karrierpályák elégtelensége, a külső centrumok erősebb vonzása következtében;
- A megye életében a Közép-Békés három települése kiemelt prioritást élvez, amely a többi településtől vehet el lehetőségeket.

Turizmus

- Az M44-es gyorsforgalmi út kiépülésének késése esetén a térség elérhetősége a továbbiakban is kedvezőtlenül alakul;
- A 47-es út kétszer kétsávossá fejlesztése még tovább húzódik (a tervezés ellenére hosszú ideje nem kezdődik el);
- A megyei fürdők nem kellően összehangolt fejlesztései éles versenyhelyzetet eredményeznek;
- A Romániából érkező esetleges szennyezés veszélyezteti a Körösökhöz kötődő turizmust;

- A turizmus fejlesztése szempontjából kedvezőtlenül alakul az EU-s források felhasználhatósága;
- Tőkeerő nem növekszik.

4. Vízió, célok, várható eredmények, hatások

4.1 Vízió, küldetés

A Kálmán Fürdő fejlesztése által Mezőberény néhány éven belül komolyan bekapcsolódhat a hazai fürdőéletbe, illetve távlatilag felkerül a hazai turizmus térképére.

A Kálmán Fürdő a nyári szezonban – mindenki számára elérhető módon – remek strandélményeket nyújt, a többi időszakban terjeszti az egészségkultúrát, az egészséges életmódhoz szükséges programokat, illetve a gyermekeknek úszásoktatást biztosít.

Az itt dolgozók küldetése továbbra is színvonalas fürdő- és gyógyászati szolgáltatásokat, ezáltal élményt és egészséget adni a vendégeknek, illetve változatlanul betölteni fontos társadalmi funkciókat.

4.2 Önkormányzati cél

A Település fő célja az, hogy a fejlesztés közvetlenül is hozzájáruljon a helyi és a környező lakosság életszínvonalának emelkedéséhez, és egyúttal növelje az ide érkező vendégek számát, minél nagyobb költségvetésre serkentse őket, ami a gazdasági növekedésen keresztül végső soron szintén a helyi lakosság életszínvonalának növekedését fogja eredményezni, segít a népesség megtartásában. Ehhez a fürdőkomplexum modern, színes szolgáltatáskínálata (nagy strandterület, gyógyászat, wellness, tanuszoda), mellett az is szükséges, hogy minél vonzóbb legyen a környezet (zöldterület-fejlesztés), továbbá – a jövőben – rendelkezésre álljanak megfelelő minőségű szálláshelyek, sport és kulturális programok.

4.3 Átfogó cél

Átfogó cél a Kálmán Fürdő fejlesztésével és – távlatilag – a kapcsolódó szálláshelyek építésével, kulturális és sportprogramok biztosításával az egészségturizmus vonzerejének és versenyképességének erősítése, illetve gazdasági sikerességének javítása, fenntarthatóságának biztosítása.

4.4 A fejlesztés stratégiai céljai

A fejlesztés által a projektgazda az alábbi stratégiai célokat kívánja elérni:

- A Kálmán Fürdő kínálatának bővítése és minőségi fejlesztése, vonzerejének javítása, a jól meghatározott célcsoportok igényeinek megfelelő szolgáltatási választék és színvonal kialakításával;
- a komplexum – a desztináció egyéb programlehetőségeivel együtt – egész éves, vonzó programmá, szolgáltatási csomaggá alakítása;
- kereslet erősítése, rövidtávon helyi, hosszabb távon pedig regionális, illetve a Vajdaságból és az Erdélyből történő beutazó turizmus szintjén;
- a komplexum és a közeli szálláshelyek, valamint a desztináció többi turisztikai, szabadidőipari szolgáltatásai közötti szinergiák kihasználása, erősítése;
- hosszú távon mind pénzügyi, mind környezeti, mind társadalmi szempontból fenntartható működés.

4.5 Szolgáltatási, szakmai célok

A fejlesztés keretében tervezett strand, gyógyászati és rekreációs, illetve szolgáltatásfejlesztésnek több célcsoportja, ennek megfelelően több egysége lesz, ezek a szakmai céljai az alábbiak:

- a strand minőségi fejlesztése (sportpálya, spraypark, parkosítás);
- a gyógyvizes ülőmedence jóval hosszabb időszakban (tavasztól őszig) fogadhassa a vendégeket;
- mellette, vele funkcionális egységben, szintén hosszabb időn át használható egységek létrehozása:
 - tanmedence (a gyermekek úszásoktatása céljából);
 - szaunarészleg (a felnőttek relaxációja céljából);
- gasztronómiai kínálat színesebbé, színvonalasabbá és egészségesebbé tétele új büfé, illetve strandétterem és grillterasz létrehozásával;
- megfelelő szakmai együttműködés a desztináció többi turisztikai szolgáltatójával;
- megfelelő együttműködés a Békés Megyei Kereskedelmi és Iparkamarával a tanulófoglalkoztatás keretében.

4.6 Gazdasági-társadalmi célok

A fejlesztés által a projektgazda az alábbi gazdasági-társadalmi célokat kívánja elérni:

- a komplexum vendégszámának növelése;
- vendégéjszaka-szám növelése (hosszabb távon);

- a strand és a strandszezonon kívül is működő fürdőszolgáltatások (gyógyvizes üllőmedence, tanmedence, szaunarészleg) működtetéséből származó bevételek növelése;
- új munkahelyek létrehozása;
- a Fürdőben és a kapcsolódó szolgáltatóknál (szállásadás, vendéglátás) munkát vállalkozók dolgozók egész éves munkalehetőségének biztosítása, egyre javuló jövedelmének biztosítása;
- színvonalas beszállítói hálózat kialakítása;
- együttműködés kiszélesítése a helyi és regionális szolgáltatókkal (helyi gazdaság élénkítése) és szakmai szervezetekkel;
- a helyi szabadidőipar és turizmus szolgáltatói közötti együttműködés erősítése – a közösen meghatározott célok érdekében tartós partnerség alakuljon ki a szabadidőipar és a turizmus szereplői, illetve a helyi gazdasági szereplők között.

A Kálmán Fürdő működése – az egészségturizmusra jellemzően – kevésbé lesz szezonális (a komplexum szolgáltatásai iránt egyre nagyobb kereslet fog mutatkozni a nyári szezonon kívüli időszakban is).

Az új munkahelyek létrejötte és a többi turisztikai-szabadidőipari szolgáltatóval való együttműködés révén egyre jobbá válik a Fürdő (hosszabb távon a turizmus) megítélése Mezőberényben és az egész térségben.

4.7 Várható eredmények, hatások

A komplexum sikeres működése esetén az alábbi eredmények várhatók:

- strand éves **vendégszáma 35-40.000-re** fut föl;
- a **21 meglévő** (csak nyári szezon idején) **munkahely mellett 6 újabb jön létre** a strandétterem-grillterasz szolgáltatásainak köszönhetően, ill.
- a Fürdő hosszabb nyitva tartása miatt **11 munkatársra 7 hónapon keresztül szükség lesz;**
- a fejlesztés hatásaként a Mezőberényben regisztrált vendégéjszakák száma is növekedni fog. Ezen a téren látványos bővülés akkor várható, amikor a Kálmán Fürdő szomszédságában, azzal funkcionális összeköttetésben megépül majd egy szálláshely, ld. még 6.2.2 pont: „TÁVLATI TERV”.

5. Célcsoportok meghatározása

Egy fürdő fejlesztését általában az egészségturizmus témakörébe soroljuk – már amennyiben egy fürdő turistaforgalmat generál. **A Kálmán Fürdő jelenleg inkább helyi jelentőségű strand**, melynek esetében inkább csak távlatilag beszélhetünk egészségturizmusról. Ennek kereslete elsődlegesen a Fürdőre fog irányulni, emellett lesz igény a szálláshelyek iránt is.

5.1 Jelenlegi célcsoportok

A Kálmán Fürdőnek – fő szolgáltatásainál fogva – négy tipikus vendégköre van, ezek **érdeklődés, korosztály szerint**:

- családok – akár többgenerációs, kisebb gyermekeket nevelő családok (ők a strand meghatározó vendégköre: a nyári szezonban, tehát az iskolai szünet idején érkeznek);
- nyugdíjas korosztály (a csendesebb időszakokban, jellemzően a szüneteken kívül, gyógyászati céllal veszik igénybe főként a gyógyvizes ülőmedencét);
- kisebb számban önállóan, baráti körben érkező fiatalok (szintén a strand miatt jönnek, de mivel a szolgáltatások nem eléggé változatosak és vonzóak számukra jellemzően átmennek Gyulára – nyáron strandolni, egyébként szaunázni);
- még kisebb számban sportolni vágyó, úszni szerető felnőttek (május elejétől szeptember végéig, munka előtt vagy után);

Lakóhely szerinti célcsoportok

- Jelenleg a helyi, illetve a környékbeli vendégek, 95%-os arányban;
- 5%-nál nem nagyobb a távolabbról érkezők, főként rokonlátogatás céljából Mezőberénybe látogatók aránya.

5.2 Jövőbeni célcsoportok

A mezőberényi Kálmán Fürdő jövőbeni vendégköre, az ő – mint jelenlegi és potenciális fogyasztók – igényei határozzák meg a projekt keretében kialakítani tervezett szolgáltatások körét. **Az alábbiak lesznek a megújuló fürdőlétesítmény célcsoportjai a fejlesztés után.**

ÉRDEKLŐDÉS, KOROSZTÁLY SZERINT:

- kisebb (legfeljebb 13-14 éves) gyermekkel érkező, akár többgenerációs családok (strandszezonban, ill. a fejlesztés után hétvégenként is);
- nyugdíjas, 60+ korosztály: gyógyvendégek (ők a gyógyvizes ülőmedence törzsvendégköre, akik hosszabb szezont élvezhetnek, illetve a későbbiekben bővülő gyógyászati szolgáltatásokat, illetve szállásszolgáltatást is igényelnek majd);
- relaxálni kívánó egészségtudatos felnőttek (mind a fiatal, 30 és 45 éves kor közötti, mind a középkorú, tehát 45 és 60 éves kor közötti, aktív felnőttek), akik a szaunát és – egyre nagyobb számban – az úszómedencét fogják használni;
- iskoláskorú gyermekek (ők az iskolai úszásoktatás keretében érkeznek elő- és utószezonban, az iskolai oktatás idején, a testnevelés órák, valamint nyári táborok szervezésében);
- önállóan, baráti körben érkező fiatalok – várhatóan nőni fog a számuk a strand javuló, egyre vonzóbb szolgáltatásai miatt.

LAKÓHELY SZERINT:

- 90-95% magyar vendégek, felfutás után Békésből és a szomszéd vármegyékből;
- 5-10% külföldiek, döntően románok, németek, szerbek, a békéscsabai nagyrendezvények ideje alatt szlovákok.

5.3 A jövőbeni célcsoportok igényei és megfelelő kiszolgálásuk

Célcsoport	Jellemző igények	Kiszolgálás az élmény érdekében
Strand vendégei nyáron: a családok	• óvodás korú gyermekekkel szinte bármikor, tanuló korú gyermekekkel az iskolai szünetek idején érkeznek; • élményfürdő-szolgáltatásokat keresik; • az adott korosztálynak megfelelő sport- és játéklehetőségek; • biztonság a gyermekek szempontjából – kiemelkedően fontos; • speciális étkezési és gyermekápolási lehetőségek.	• gyermekmedencében élményelemek (pezsgőfürdő, vízi játékok, gomba, nyakzuhany, egyéb víz alatti masszázsek, buzgár); • sportpályák, sporteszközök, játszótér, játékok; • a gyermekek szempontja: minél több játék és csúszda; • étkezés (pl. gyermekadag a büfében, több helyen elérhető mikrosütő); • gyermekápolás (pl. pelenkázó a WC-kben); • a tartózkodást színessé tevő programok ajánlása.
Gyógyvendégek (egészségtudatos 60+ korosztály)	• legtöbbször krónikus mozgásszervi betegségekre keresnek gyógymódot, enyhülést; • nyári szezonon kívül, hétköznapiokon is szívesen jönnek; • érzékenyebbek az aktív korosztálynál; • döntően a gyógyvíz és a kellemes, nyugodt hangulat miatt érkeznek; • akadálymentes környezet fontos lehet; • a későbbiekben egy részük a szálláshelyet is igényelni fog.	• jó minőségű kezelések (hatásos gyógyvíz, orvosi szaktudás, modern műszerek, eszközök, színvonalas infrastruktúra); • udvariasság, szolgálatkészség (idős emberek segítése); • külföldi vendégek estében nyelvtudás; • a tartózkodást színessé tevő programok ajánlása.

Relaxálni kívánó egészségtudatos fiatal és középkorú felnőttek (30 és 60 év között)	• a helyiek a munkaidő előtt vagy után úsznak és szaunáznak, • a Mezőberénybe látogatók inkább hétvégéken, hosszú hétvégéken érkeznek; • kevésbé árérzékenyek, minőségi szolgáltatásokat keresik; • szeretik az udvarias kiszolgálást; • a csendesebb wellness-programokat keresik; • amennyiben gyermekekkel utaznak (jellemzően 30 és 50 éves kor között), meghatározó a gyerekbarát szolgáltatások megléte.	• színvonalas szolgáltatások (felkészült szakemberek, pl. tréner, wellness menedzser, modern eszközök, színvonalas infrastruktúra, színes, változatos programok) – (a projekt ezen a téren nagy előrelépést jelent); • jó egészségi állapot esetén ez a célcsoport is a wellness szolgáltatásokat részesíti előnyben, de már fontos számukra a gyógyvízhez köthető szolgáltatás is; • hazavihető tudás, életmód-tanácsadás; • udvariasság, szolgálatkészség (esetleg humor); • külföldi vendégek estében nyelvtudás.
Iskoláskorú gyermekek	• hétköznapiokon, iskolaidőben érkeznek; • úszásoktatások vesznek részt; • minimális gasztronómiai igény.	• megfelelő kapacitású öltöző; • megfelelő víz hőmérséklet; • gyermekbarát kínálat a büfében.
Fiatal baráti társaságok	• elsősorban közös ünnepek (születésnapok, névnapok megünneplése) kapcsán érkeznek; • jellemző még, hogy a hétvégi pihenésüket vagy a főszezon nyaralást töltik együtt, baráti körben; • közös, interaktív élményeket, programokat igényelnek, melyeket közösen élhetnek át; • közös étkezés, minőségi gasztronómia; • az egészségturisztikai szolgáltatások között is előnyben részesítik a közösségi élményeket (pl.: szauna-szeánszok, fürdőzés, aktív programok) – a helyi lakosság és a közelből érkező, szálláshelyet nem igénylő vendégek e tekintetben is fontos célcsoport.	• közös élményfürdőzés, szauna-szeánszokon való közös részvétel; • további tartalmas programok házon kívül; • közös étkezések, rendszerint jó, akár ünnepi hangulatban.

6. A tervezett projekt bemutatása

6.1 A tervezett projekt jelenlegi státusza

Jelenlegi tulajdoni helyzet

A fejlesztéssel érintett terület egész önkormányzati tulajdon, a Fürdőt üzemeltető cég, a Mezőberény'17 Városüzemeltetési Kft.

Jövőbeni tulajdoni helyzet

A Kálmán Fürdő telke és minden felépítmény változatlanul az Önkormányzat tulajdonában marad. A Fürdőt továbbra is a Mezőberény'17 Városüzemeltetési Kft. fogja működtetni. Az létesítmény hosszabb nyitva tartása, illetve az új szolgáltatások miatt újabb munkatársakra is szükség lesz, a létszámtervet ld. az 6.4 pont részletezi (humán erőforrás szükséglet).

A projekt előkészítése

A Városi Strandot a 30-as években hozta létre Kálmán István, már akkor igen népszerű volt a létesítmény. Az alapító nevét csak a 2005-ös fejlesztés megvalósulása után vette föl a Fürdő. Ekkor épült a vízforgatórendszer, újult meg a gyermekmedence, illetve épül meg a bébi pancsolómedence.

Azóta közel 18 év telt el, így egyértelmű, hogy Mezőberényben szükséges a fürdőszolgáltatások további fejlesztése, a szezon meghosszabbítása, valamint – távolatlag – a Fürdő hangulatához jól illeszkedő szálláshelyek (pl. bungalók) létrehozása is várhatóan indokoltá válik.

Jelen projekt előkészítésének első lépése jelen fejlesztési koncepció elkészítése.

6.2 Létrejövő termékek, szolgáltatások bemutatása

6.2.1 Általános szempontok

A Fürdő területén létrejövő termék, illetve a szolgáltatások jelentősen csökkentik a működés jelentős szezonálisát. Ez nyilvánvalóan jó hatást gyakorol majd az egész térségre, hiszen – a leghidegebb hónapokon kívül – érkeznek majd vendégek, akik a partnerek szolgáltatásait is igénybe veszik, termékeiket vásárolják. A strandterület nyilvánvalóan szezonálisan fog működni a jövőben is, azonban a fedett fürdőrészek április elejétől október végéig nyitva lesznek. **A (csak) 7 hónapos működés a rentábilis üzemeltetés érdekében szükséges.**

A Kálmán Fürdő a tervezett fejlesztés által maximálisan illeszkedik majd a meglévő helyi és desztinációs kínálathoz (Dél-Alföld), a desztináció hagyományosan erős egészségturisztikai profiljához (kedvező hatású gyógyvíz és a későbbiekben akár a marosi gyógyiszap kihasználása).

A komplexum új szolgáltatásai révén jelentősen növelni fogja a vendégszámot és az egy főre jutó költséget.

A projekt megfelelő megvalósítása, eredményes piaci bevezetése érdekében tervezett **együttműködések, partnerségek az alábbiak:**

Értékesítő partnerek

Projektgazda kapcsolat felvételét tervezi értékesítési megállapodás (szerződés) érdekében többek között a helyi szállásadókkal, a gyógyfürdő-szolgáltatások piacra vitelében jártas utazási irodákkal, illetve a Dél-alföldi Termálklubbal. A beruházás megvalósulása során a projekt bevezetésére országosan elérhető online médiákban tervez marketing kampányt folytatni, ld. Marketingstratégia.

Szakmai partnerek

A Mezőberény közvetlen közelében fellelhető turisztikai egyesületekkel és TDM-szervezetekkel tárgyalásokat folytat a jövőbeni együttműködések lehetőségéről.

Magánszállásadók már ma is több vendégszobát működtetnek Mezőberényben.

A Kálmán Fürdő tervezi, hogy belép a Dél-alföldi Termálklubba.

Együttműködés a legközelebbi Tourinform Irodákkal: Gyomaendrőd, Mezőtúr, Békéscsaba, Gyula, Orosháza-Gyopárosfürdő, illetve a környező városok (Szolnok, Debrecen, Hajdúszoboszló, Szeged, Hódmezővásárhely, Makó) irodáival is.

Horizontális tényezők

A fejlesztés az alábbi tényezők által illeszkedik az NTS 2030 horizontális célrendszeréhez:

- **Az együtt-élő turizmus** megvalósulása mentén a strand és a létrejövő fedett fürdőkapacitás a jövőben szorosabban kívánnak együttműködni a településsel, annak szakmai szervezeteivel és turizmushoz köthető szolgáltatási egységeivel, illetve döntően helyieket kíván foglalkoztatni, versenyképes bérezéssel, megfelelő munkakörülményeket biztosítva. Csak így valósítható meg a településre érkező vendégsegmensék minél teljesebb körű igényeinek kielégítése.
- A **családbarát turizmus** erősödését a fürdő termék-, és szolgáltatáskínálata is támogatja, hiszen több generációnak kínál egyidejű kapcsolódási lehetőséget. A strand mellett a teljes komplexum nem csak szülő-gyermek, hanem a nagyszülők és unokáik számára kínál majd csomagajánlatokat – gondolva arra, hogy közösen minél több élményre telessenek szert a Mezőberényben együtt töltött idő során.

- **Hozzáférhető turizmus** alatt az egyes attrakciók, szállás- és vendéglátóhelyek megközelíthetősége, bejárhatósága, akadálymentes környezete, a szolgáltatások akadálymentesítetttsége, mind fizikai, mind infokommunikációs szempontból, illetve a kiszolgáló létesítmények megléte és állapota értendő, melyeket a fejlesztés mentén megvalósuló orientációs struktúra megújulása, a Kálmán Fürdő könnyű megközelíthetősége (mind tömegközlekedéssel – a Fürdőtől 500 méterre van a buszmegálló ahol a távolsági buszok is megállnak –, mind kerékpárral, mind gépkocsival), valamint akadálymentessége támogatja. Emellett biztosított lesz elektromos autótöltés is, illetve a településre érkező vendégek számára a kerékpárkölcsonzés lehetősége is.
- **Érthető turizmus** érdekében a strand és a szálláshelyek (kemping, szálloda) területén biztosítva lesznek a vendégek számára a vizuálisan letisztult, egyértelmű, a gyors tájékozódást és eligazodást lehetővé tevő jelek, a látogatót tájékoztató információs táblák, könnyű eligazodás az online felületeken, valamint megfelelően felkészült személyzet.
- **Digitális turizmus:** a projektgazda vendégeit technológiák kreatív és innovatív használatával szeretné elérni. A Kálmány Fürdő és a kapcsolódó szálláshelyek nagy hangsúlyt kívánnak arra fordítani, hogy a trendeknek megfelelően könnyen elérhető, megtekinthető, megismerhető legyen mind a strand, mind a fedett fürdőrészek az online felületeken is, és az érdeklődők ezeken a felületeken akár foglalásukat is intézhessék. A Fürdő honlapja a későbbiekben (a külföldi vendégek megjelenésével) elérhető lesz több nyelven. Megjelenése a tervek szerint modern és egyszerűen használható lesz, amely mobiltelefonról is könnyen kezelhető. Az aktuális elvárásoknak megfelelő online felületeken, a trendeknek megfelelő formában kíván elérhető lenni.
- A fejlesztések eredményeinek **fenntarthatóságát** a bevételek növekedése tudja biztosítani, illetve a beruházási projektelemek esetében a tervezés és megvalósítás során mind az alapanyag választás, mind az alkalmazandó technológiák esetében maximálisan törekedni kell arra, hogy az új létesítmények *környezetbarát módon és költséghatékonyan* működtethetők legyenek. A fenntarthatóság egyik legfontosabb eleme a megújuló energiaforrások (termálenergia, napenergia) használata, a másik pedig a hatékony és célcsoport orientált marketing tevékenység, amellyel a látogatószám fenntartható és tovább növelhető.

6.2.2 Tervezett szolgáltatások

A Kálmán Fürdő **jelenlegi szolgáltatásai** az alábbiak:

Medencék:

- egy 33-as úszómedence,
- egy gyógyvizes ülőmedence,
- egy bábimedence és
- egy gyermekmedence.

A strandterületen vannak még napozóhelyek és egy kisebb büfé. Egyértelmű, hogy a Fürdő kínálatát bővíteni szükséges, ezt mind a kereslet, mind a kínálat alakulása indokolja:

- a vendégek egyre újabb és egyre jobb színvonalú szolgáltatásokat várnak el egy fürdőben (keresleti tényező);
- a többi hazai fürdő folyamatos fejlesztései a konkurrencia erősödését jelentik (kínálati tényező).

Szolgáltatási szempontból a mostani fejlesztés céljai a következők:

- az igen közkedvelt gyógyvizes ülőmedence üzemelési ideje hosszabb legyen, a nem túl hideg tavaszi és őszi időszakban is fogadhassa a vendégeket;
- ezen medence közelében, vele funkcionális egységben létesüljön egy szaunarészleg, mert erre a városban nagy az igény;
- a gyermekek úszásoktatása céljából épüljön egy tanmedence;
- váljon színesebbé, színvonalasabbá és egészségesebbé a gasztronómiai kínálat.

A TERVEZETT SZOLGÁLTATÁSOK AZ ALÁBBIK:

A fejlesztésnek köszönhetően a Fürdő a jelenlegi, kizárólag a nyári szezonra kiterjedő működése kb. 4 hónappal meghosszabbodik, mert – a fedett, félig fedett épületek által – április-május, illetve szeptember-október hónapok során is biztosítható lesz a működése.

- **Parkolási lehetőség**

A gépkocsik, esetleg buszok parkolása jelenleg megoldott. A Kálmán Fürdőtől 500 méterre van a buszmegálló, ahol a távolsági buszok is megállnak. A személygépkocsik parkolása jelenleg jellemzően a Tessedik utcán lehetséges (kevésbé kihasznált terület), a téli bejárat megépítése esetén a Fürdő északi oldalán, a csatornánál további parkolóhelyek alakíthatók ki, illetve – jövőre nézve – a Liget téren már megtervezésre került egy nagyobb méretű parkoló.

A zárható kerékpártárolás a Fürdő bejárata előtt biztosítva lesz.

- **Új téli bejárat**

Az új bejárat optimális helye a Tessedik tér felől, tehát a telek keleti oldala felől van. Így közelíthető meg legegyszerűbben és legbiztonságosabban a projekt központi elemének mondható új épületegyüttes (mely lényegében a gyógyvizes ülőmedence körül jön létre). Az új téli bejárat csoportos várakozásra is alkalmas, és mintegy bevezeti a vendégeket az új fürdőépületbe. Kialakítása azért itt indokolt, mert a vendégeket a téli üzemmód esetén nem szabad beengedni a strandterületre (téliesített állapotban lévő üres, vagy feltöltött, de nem őrzött medencék).

- **Új fedett épületegyüttes**

A külső bejáratról a vendégek az előtérbe lépnek, itt kap helyet a pénztár, a vizesblokk, egy kis büfé üzlettel és az elsősegély-nyújtó helyiség. Az előtérből az öltözőbe lehet jutni. Az öltözőből továbbmenve be lehet lépni mind a fürdőtérbe (lényegében a gyógyvizes ülőmedencét félkörívben körülölelő fedett, üvegfalas kerengőbe), mind a szaunába. Az öltözőből nyílnak tehát a további helyiségek.

- **Szauna és pihenőhelyiség**

A 40 m²-es szaunahelyiség három fő szolgáltatása a finn szauna (90-100°C), a gőzkabin (45°C) és az aromaszauna (50-60°C), javasolt összkapacitása: 30-35 fő. A szaunához mind zárt, mind nyitott pihenőtér tartozik (összesen 80 m²), utóbbi kerítéssel van elhatárolva a strand területétől.

A finn szauna kapacitása (így energiaigénye is) belső leválasztó fallal csökkenthető.

- **Tanmedence**

Az Önkormányzat elképzelése szerint indokolt ez az úszásoktatásra is alkalmas medence, mert a legközelebbi ilyen lehetőség Békésen, mintegy 12 km távolságra várja az iskolás gyermekeket, akiknek a szállítása túl költséges és hosszadalmas – csak a szállítás oda-vissza kb. 40 perc, ami majdnem egy tanóra hossza.

Az úszásoktatást az iskolai testnevelés óra keretében kell megoldani. Egy tanuszodának is alkalmas medence, a megfelelően kialakított bejáratral és öltözővel kiváló lehetőség lesz a környékbeli gyermekek úszásoktatására is.

Megfelelő időbeosztással az úszásoktatás mellett – iskolaidőn kívül – jöhetnek majd azok a felnőttek, akik munkaidő előtt után szívesen úsznak relaxációs célból.

Mérete: 20×10 m, kapacitása: 4 úszósáv.

- **Spraypark (vizes játszótér) családi csúszda, homokos sportpálya**

A tanmedence és a gyermekmedence közelében – egy „gyermekközpont” részeként – létesül a spraypark, ami hazánkban még relatíve újdonságnak számít. Tervezett mérete: 15×8m. Gyermekek interaktív vizes játékaik találhatók itt, rekortán felületen.

Mellette húzódik a 15×4m-es családi csúszda. Tapasztalati tény, hogy minden csúszdatípus közül ez a legnépszerűbb, kapacitása igen nagy, viszont működtetése nem jár túl nagy költséggel.

A strand területén az északnyugati sarokban létrejön még egy homokos sportpálya, mely strandfoci, strandkézilabda és tollaslabda céljára is alkalmas lesz.

- **Napozórész nyugágyakkal**

A strand leginkább nyugalmas részén, a gyermekmedence, tanmedence és a termálmedence által lehatárolt részen (a strandterület északkeleti sarkában), szépen parkosított részen kialakítható egy napozórész, ahol a Fürdő nyugágyakat is biztosít. Néhány napozóhely létrehozása a gyermek- és a pancsolómedence körül is indokolt.

- **Strandétterem és grillterasz**

A gasztronómiai kínálat megújítása és saját üzemeltetésben tartása nagyon fontos. Egy strandon – főként a nyári időszakban – sok időt töltenek el a vendégek, így a megfelelő étkezési lehetőségeket is biztosítani kell számukra. Ennek egyik eleme az új fogadóépület **kis büféje**, mely minden strand nélkülözhetetlen része.

A mostani, strandon működő büfé helyén létre kell hozni egy kisebb **strandéttermet**, ahol a vendégek akár fürdőruhában (és trikóban) beülhetnek egy könnyű, nyári ebédre. Erre talán a **grillterasz** jelleg a leginkább megfelelő. Ennek relatíve egyszerű a konyhatechnológiája (látványkonyha-szerű), és egy napi levesen kívül biztosítani tud két-három főételt (hal-, csirke- vagy sertésszelet grillezett zöldségekkel – ez az egészséges étkezés elveinek is megfelel).

- **TÁVLATI TERV: Fürdőhöz kapcsolódó szálláshelyek létrehozása**

A kialakítandó szálláshelyek esetében fontos, hogy a Kálmán Fürdő (döntően a strand) hangulatához és kapacitásához megfelelően illeszkedjenek.

Lényegében egy többfajta szállástípust biztosítani képes kemping létrehozása indokolt, benne vendégházak, lakókocsi-beállóhelyek (későbbiekben mobil házak). A kemping elhelyezését tekintve optimális helyszín a Fürdő nyugati oldalával szemközt telek, ahol a rendelő is létrejön.

Távlatokban az egészségügyi szolgáltatások fejlődése, valamint a szálláslehetőségek bővülése után érdemes tovább gondolni az egész évben történő üzemelést.

6.3 A műszaki tartalom ismertetése

6.3.1 Építendő elemek

1) Téli üzemelés

A jelenlegi fürdő télen nem üzemel. A rendkívül népszerű ülőpados termálmedence használatára a téli időszakban is van igény. A medence igényes kialakítású és jó állapotban van. Téli üzemelésre alkalmassá tehető, amennyiben köré építünk egy kisebb épületegyüttest az alábbi egységeket tartalmazva.

a) Téli bejárat

A Fürdő téli bejárata a kerítés megbontásával készülő, közösségi jelleget kiemelő, szabálytalan háromszög alakú tér. Közvetlen bejutást biztosít az új épületegyüttesbe.

b) Közlekedő, pénztár, iroda, elsősegély-nyújtó helyiség, öltöző, fürdő, WC

- mérete: 250 m²;
- anyaga: monolit vasbeton és téglaműanyagnyílászárókkal;
- burkolata: csúszásmentes járólap;
- fűtése: termálenergia;
- a ~70 m²-es öltözőbe 150 db zárható öltözőszekrény kerül beépítésre.

c) Szauna és pihenő

- méretek:
 - finn szauna 5×3 m,
 - gőzkabin 4×2,5 m,
 - aromaszauna 4×2,5 m,
 - gépészeti helyiség 5 m².

Kisebb (pl. hétköznapi) forgalom esetén mobil válaszfallal csökkenthető a finn szauna felfűtendő mérete;

- szerkezete: a szaunák finn fa szerkezetűek, a gőzkabin mozaikcsempével burkolt, benne ülőpadok;
- tartózkodó udvara: fa kerítéssel, fa burkolattal, pihenőágyakkal.

d) Fedett üvegfalú kerengő (íves kialakítású közlekedő folyosó)

- mérete: 26 m hosszúság, 4 m szélesség;
- szerkezete: ragasztott fából készült váz, fix és nyitható nyílászárók;
- aljzata: csúszásmentes burkolat;
- fűtése: termálvíz-energia, padlófűtés;
- szellőzési hőenergia-szükséglet biztosítása termálvíz-energiával történik;
- medence kapcsolata: vízbe épített ajtóval kialakítva.

e) Árnyékoló (gyógyvizes medence fölé)

- mérete: 200 m²;
- szerkezete: KO-acél váz, feszített PE ponyva.

2) Termálkút hőhasznosítása

A termálkút hőhasznosítását téli és nyári időszakban egyaránt maximálisan ki kell használni.

a) Nyári időszakban:

- passzív energiafelvétel a gyerekmedence, az úszómedence, az új csúszda, az új spraypark (vizes játszótér), és az új tanmedence irányába. Ennek megfelelően a termálkútról a víz egyenesen a szűrő-forgatóval ellátott vízi létesítményekbe közlekedik oly módon, hogy a szűrő-forgatóba épített

hőcserélővel 20°C hőmérséklet-csökkenéssel leadja a hőt a létesítményeknek;

- passzív energiafelvétel a hálózati víz, vagy később hideg kútvíz felmelegítésére, hogy használati melegvizet állítson elő a rendszer. A vízi létesítményekből lehűlt víz megközelítőleg 33°C hőmérséklettel egy ún. lehűlt termálvíz tározóba érkezik. Létrejön egy 100 m³-es langyosvíz tározó, amely az ide beérkező hálózati-, vagy hideg kútvizet tartalmazza, azonban a lehűlt termálvíz tározó hőtartalma hőcserélők, szivattyúk segítségével átkerül ebbe a langyosvíz tározóba. Ennek eredményeként a langyosvíz hőmérséklete 28-30°C, a lehűlt termálvíz hőmérséklete megközelítőleg 13-15°C lesz;
- a termálvíz a gyógymedencébe áramlik. A gyógymedencét elhagyva hőcserélők segítségével hőszivattyút lát el. Nyáron a hőszivattyú kizárólag akkor működik, ha a passzív (hőcserélős automata) üzemmód nem látja el a teljes strand hőigényét. A szűrő-forgatós létesítményekből távozó termálvíz hőmérséklete 30-36°C közötti. Különböző értékekkel fogható fel, és így a különböző termálmedencékbe bocsájtható. Az innen távozó termálvíz az előzőekhez hasonlóan szintén a lehűlt termálvíz tározóba kerül.

b) Téli időszakban:

- passzív energiafelvétel az új tanmedence és az új fedett épület irányába. Ennek megfelelően a termálvíz a tanmedence vízforgató rendszerének hőcserélőjére, valamint az új épületben kialakított hőközpont hőcserélőire áramlik;
- passzív energiafelvétel a hálózati víz, vagy később hideg kútvíz felmelegítésére, hogy használati melegvizet állítson elő a rendszer. A tanmedencéből, és az épületből áramló lehűlt termálvíz megközelítőleg 33°C hőmérséklettel egy ún. lehűlt termálvíz tározóba érkezik. Létrejön egy 100 m³-es langyosvíz tározó, amely az ide beérkező hálózati-, vagy hideg kútvizet tartalmazza, azonban a lehűlt termálvíz tározó hőtartalma hőcserélők, szivattyúk segítségével átkerül ebbe a langyosvíz tározóba. Ennek eredményeként a langyosvíz hőmérséklete 28-30°C, a lehűlt termálvíz hőmérséklete megközelítőleg 13-15°C lesz;
- a termálvíz a gyógymedencébe áramlik. A gyógymedencét elhagyva hőcserélők segítségével hőszivattyút lát el. Télen a hőszivattyú kizárólag akkor működik, ha a passzív (hőcserélős automata) üzemmód nem látja el a teljes fürdő hőigényét.

3) Tanmedence

Nyáron és iskola időszakban szeptember-október, valamint ápr.15. és jún.15. között tanuszoda feladatokat láthat el, a termálmedence elfolyó (hulladék) energiájának hasznosításával. A tanmedence műszaki részletei:

- megközelítése a fedett kerengőn keresztül;

- a vízbe vezető lépcső a kerengőbe nyúlik, így hűvösebb időben nem kell a szabadban tartózkodni;
- mérete: 20×10 m-es tanmedence;
- vízforgató építés a vízgépházban;
- hőhasznosító a medence és a kerengő fűtésére.

4) Gyermekvilág elemeinek műszaki ismertetése

Jelenleg a Fürdő területén hasonló élményelem, attrakció nem működik, ezért indokolt egy gyermekvilág – lényegében családi vizes szórakoztatórész – létesítése. Ennek két fő eleme lesz.

a) Családi csúszda

- mérete: 15×4 m;
- a 4 méteres szélesség egyszerre több személy (családtag) lecsúszását teszi lehetővé, a 15 méteres hosszúságból pedig nem adódik olyan végsebesség, ami akár kisebb gyermekekre nézve veszélyt jelentene;
- működése: medence nélkül, saját kifutóvályúval – ez rendkívül költséghatékony.

b) Spraypark (vizes játszótér)

- mérete: 15×8 m, azaz 120 m²;
- működése: interaktív játékok részben emberi erővel, részben elektromos energiával működtetve;
- vízellátása: kútvíz és szűrő-forgató rendszer által;
- fűtése: termálvíz energiájával;
- anyaga: rekortán burkolat színes mintázattal, műanyag és KO felületkezelte színes játékokkal.

5) A strand egyéb fejlesztései

A projekt keretében szükség lesz a strand gasztronómiai szolgáltatásainak bővítésére, illetve infrastrukturális-esztétikai fejlesztésére:

a) Strandétterem grillterasszal

Jelen koncepció egyik szakmai célja, hogy a Kálmán Fürdő vendégei az eddiginél jóval színvonalasabb gasztronómiai kínálatot élvezhessenek, ezért meglévő strandbüfé helyén egy strandétterem és grillterasz jön létre. Ez már alkalmas lesz arra, hogy megfelelően tudja kiszolgálni a – legtöbb esetben 8-10 órát a strandon tartózkodó – fürdővendégeket:

- maga a strandétterem mintegy 60 m²-es területén egyrészt a konyhatechnológia, másrészt egy kisebb vendégtér kap helyet;
- ezt a négyzet alakú tömeget öleli körbe L alakban a grillterasz (150 m²), mely színvilágában, hangulatában, anyaghasználatában jól illeszkedik majd a Fürdő többi részéhez;
- itt kizárólag a vendégek foglalnak majd helyet;
- a vendégek kiszolgálása jó időben a teraszon történik, rossz idő esetén – amikor is várhatóan kevés vendég lesz a strandon – a belső vendégtérben.

b) Parkosítás, öntözőrendszer

- a megújuló fürdő területéből mintegy 1500 m² kerül parkosításra;
- a rendszer terepszint alatti öntözőcső-hálózattal van ellátva, melyről az automata vezérlésű öntözőfejek biztosítják a terület locsolását.

c) Hidegvizes kút

Két lehetőség van: a meglévő hideg vizes, gázos kút bekapcsolása a rendszerbe, vagy megfelelő előzetes vizsgálatok után kútfúrási tervet kell készíteni, melynek alapján a hidegvizes kút megfúrható. Ennek hozamából a Fürdő hidegvíz igénye kielégíthető:

- szűrő-forgatós medencék vízellátása;
- használati hidegvíz és
- felfűtött használatai melegvíz.

6) Villamos energia igény kielégítése – 100 kW kapacitású naperőmű

A havi bontású energiafogyasztás áttekintése után és a tervezett bővítés ismeretében a „téli” hónapokban a jövőt illetően 8kW folyamatos többlet fogyasztás várható. A napelempark havi energiatermelésének (ami természetesen csak a nappali órákban történik) kalkulációja alapján **egy 100kW-os napelemlrendszer telepítése javasolt.**

Ennek hozama nagyságrendileg 100.000 kWh/év. Amennyiben semmilyen visszatáplálás nem megengedett, ebből 55.000 kWh/év hasznosítható, ami tehát a fedett létesítmények és a gépészeti eszközök energiaellátásának kb. 55%-át biztosítja, az üzemeltetési költségeket pedig csökkenti. (Amennyiben jobb szerződést lehet kötni, a rendszerbe történő visszatáplálás növelhető.) A 100kW-os rendszerrel nem érdemes nagyobb beépíteni, mert a téli hónapok gyenge hozama és az éjszakák kiesése miatt sokkal nem lehet többet hasznosítani egy nagyobb rendszerből sem.

A napelempark várható költsége: 40 M Ft.

6.3.2 Az épített projektelemek mérete és költségei

Megnevezés	Alapterület (m ²)	Ár (Ft)
Téli bejárat kialakítása		8 000 000
Pénztár, iroda és elsősegélynyújtó helyiség	30	24 000 000
Közlekedő területek	60	48 000 000
Öltöző fülkékkel, szekrényekkel	80	64 000 000
Fürdő mosdó, WC	40	36 000 000
Szaunák (40 m ²) és pihenő (80 m ²)	120	64 000 000
Fedett üvegfalás kerengő	200	140 000 000
Árnyékoló (gyógyvizés medence fölé)	250	50 000 000
Hőhasznosító berendezés kiépítése a vízforgató gépházban		80 000 000
Víz-vizes hőszivattyú rendszerbe foglalása a vízforgató gépházban		60 000 000
20×10 m-es tanmedence	200	160 000 000
Vízforgató építés a vízgépházban		80 000 000
Hőhasznosító a medence fűtésére		25 000 000
Hőhasznosító a kerengő fűtésére		15 000 000
Spraypark	120	120 000 000
Családi csúszda (15×4 m)	60	42 000 000
Strandétterem (60m ² fedett × 800e/m ² + 150 terasz × 300e/m ²)	60 fedett + 150 terasz	93 000 000
Parkosítás, öntözőrendszer, játékok (15.000 Ft/m ²)		30 000 000
Hidegvizes kút		40 000 000
Napelempark		40 000 000
Strandfocipálya		8 000 000
Összesen:		1 187 000 000

6.3.3 A projekt vázlattervei

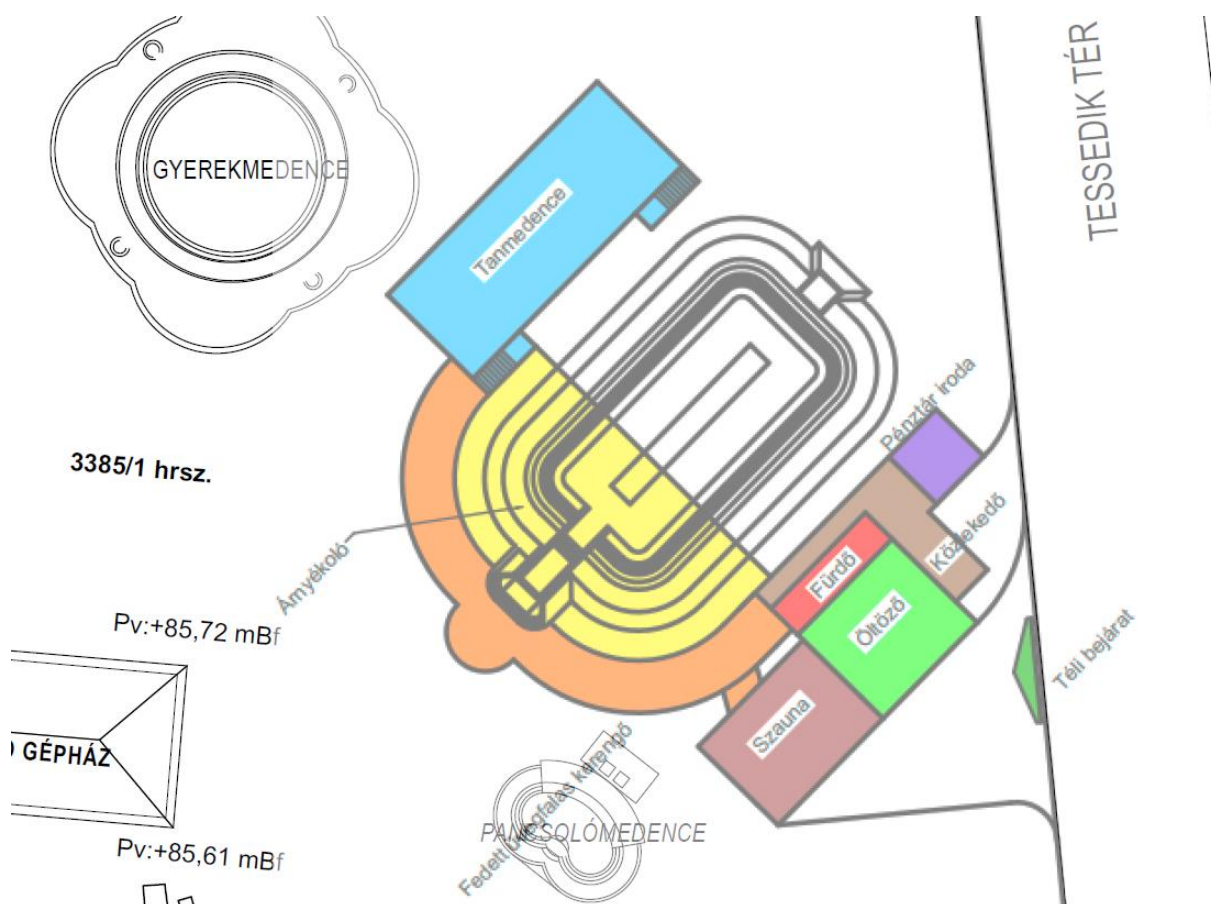
A projektre két vázlatterv készült. Az 1. verzióban a családi csúszda – spraypark együttese az új tanmedencétől északi irányban helyezkedik el:



A 2. verzióban a családi csúszda – spraypark együttes az új tanmedencétől nyugati irányban, a homokos sportpálya közelében helyezkedik el:



A fedett/félig fedett részek vázlata nagyítva:



6.3.4 Szükséges eszközök

A 3385/1 hrsz. ingatlanon lévő 19.396 m² alapterületű strand eszközei: fix árnyékolt padok, szeméttárolók, bérelhető nyugágyak és napernyők, az étterem bútorai, a medencék és a játszótér feletti árnyékolók.

A már ma is biztosan tudható eszközök szerepelnek a költségvetésben, az eszközök listáját a tervek készítésével és a végleges kapacitások pontosításával párhuzamosan lehet véglegesíteni.

6.4 Humán erőforrás-szükséglet

Jelenlegi humánerőforrás-szükséglet

A Kálmán Fürdőben jelenleg 21 (döntően szezonális) munkahely van, az alábbiak szerint:

Munkakör	Létszám	Státusz
Gépész	3 fő	
Úszómester	3 fő	Vállalkozó
Pénztáros	3 fő	
Kabinos	3 fő	Közmunkás is lehet
Medenceőr	9 fő	Közmunkás is lehet
Összesen	21 fő	

Jövőbeni humánerőforrás-szükséglet

A fejlesztés után a jelenlegi, a **nyári szezon során** szükséges munkahelyek megtartásán túl a **strandétterem** üzemeltetése további munkaerőt igényel. Amennyiben a strandéttermet egy sikeres és lehetőleg helyi vendéglátó cég működteti, akkor befejezőkonyhaként fog üzemelni, tehát konyhatechnológia sem lesz szükséges. Ez mind a beruházás, mind az üzemeltetés szempontjából költséghatékonyabb. Így az alábbi munkakörökre lesz szükség:

Munkakör	Létszám
Felhasználó	4,00 fő
Konyhai kisegítő	2,00 fő
Összesen	6,00 fő

A „téli” üzemeléshez nyilván kevesebb munkatárs szükséges, mint nyári szezon idején, mivel a szezonális medencék (gyermekmedence, pancsolómedence és úszómedence) a nyári hónapokon kívül nem működnek. A „téli” **üzemmódban** az alábbi munkakörökre lesz szükség:

Munkakör	Létszám
Gépész	3 fő
Pénztáros	3 fő
Medenceőr	5 fő
Összesen	11 fő

A Kálmán Fürdőben így várhatóan **11 olyan munkahely jön létre, mely a fejlesztésnek, illetve a hosszabb** (áprilistól októberig tartó) **nyitva tartásnak köszönhető, illetve a 21 szezonális munkahely további 6-tal bővül a strandétterem üzemeltetése kapcsán, a nyári hónapok során.**

A projekt végleges HR-tervét – az eszközökhöz hasonlóan – a további tervezéssel és a végleges kapacitások kialakulásával lehet kidolgozni.

6.5 A tervezett projekt költségbecslése, finanszírozása és költség-haszon elemzése

Projektelelem megnevezése	Költség (nettó, Ft)
Előkészítés költségei	85 350 000
Fejlesztési koncepció	6 000 000
Előzetes megvalósíthatósági tanulmány (EMT)	8 000 000
Tervek (engedélyes és kiviteli tervek - 5%)	59 350 000
Részletes megvalósíthatósági tanulmány (RMT)	12 000 000
Megvalósítás költségei	1 519 370 000
Projektmenedzsment költségei (~1%)	100 000 000
A projekt megvalósításával kapcsolatban felmerülő egyéb szolgáltatások igénybevételének költségei	59 370 000
Műszaki ellenőr (1%)	11 870 000
Könyvvizsgáló (0,2%)	3 000 000
Jogi szolgáltatások (250e Ft/hó)	4 500 000
Üzleti marketingtevékenység	40 000 000
Építés költségei	1 187 000 000
Téli bejárat kialakítása	8 000 000
Pénztár, iroda és elsősegélynyújtó helyiség	24 000 000
Közlekedő területek	48 000 000
Öltöző fülkékkel szekrényekkel	64 000 000
Fürdő mosdó, WC	36 000 000
Szaunák (40m ²) és pihenő (80m ²)	64 000 000
Fedett üvegfalás kerengő	140 000 000
Árnyékoló (gyógyvizet medence fölé)	50 000 000
Hőhasznosító berendezés kiépítése a vízforgató gépházban	80 000 000
Víz-vizes hőszivattyú rendszerbe foglalása a vízforgató gépházban	60 000 000
20x10 m-es tanmedence	160 000 000
Vízforgató építés a vízgépházban	80 000 000
Hőhasznosító a medence fűtésére	25 000 000
Hőhasznosító a kerengő fűtésére	15 000 000
Spraypark	120 000 000
Családi csúszda (15x4m)	42 000 000
Strandétterem	93 000 000
Parkosítás, öntözőrendszer, játékok (15.000 Ft/m ²)	30 000 000
Hidegvizes kút	40 000 000
Napelempark	40 000 000
Strandfocipálya	8 000 000
Eszközök beszerzése	153 000 000
Öltözőszekrények	20 000 000
Szaunarészleg eszközei	8 000 000
Napozóágyak	5 000 000
Étterem bútorai	20 000 000
Konyhatechnológia	100 000 000
Immateriális javak	20 000 000
PROJEKT ÖSSZES KÖLTSÉGE	1 604 720 000

A projekt finanszírozása: egyedi kormánydöntés alapján várhatóan 100%-os lesz.

A projekt rövid költség-haszon elemzése

1) Éves vendégszám

Az éves vendégszám az eddigi 20-25 ezerről éves szinten 35-40 ezerre nő. Ez több tényezőnek is köszönhető, pl. hosszabb lesz a nyitva tartási idő (7 hónapra nő), bővül (pl. szaunával) és összességében vonzóbb lesz a kínálat.

2) Bevételek

A jegyárak általában 60%-kal emelkednek a nyitás évére, az éjszakai fürdőzés jegyára emelkedik a duplájára. Ezek eredőjeként az átlagos jegyár 927 Ft-ra nő (nettó átlagár 730 Ft/fő). A várható jegybevétel a jelenlegi 7-8 M Ft-ról a fejlesztés utáni évre 21 M Ft-ra majd az 5. évre 34 millió Ft-ra nő.

A szauna egy régóta várt szolgáltatás a városban, hétköznaponként 40, hétvégi napokon 80 fővel, valamint 1200, illetve 1500 Ft-os bruttó jegyárral kalkulál az eredményterv.

A vendéglátás egy helyi szolgáltatóval közös üzemeltetésben lesz. Egy vendég átlagosan nettó 700 Ft-ot fog költeni. Ez a nyári szezon idején nyilván magasabb (hosszabb tartózkodás, több fogyasztás), a „téli” üzemmódban, a büfében alacsonyabb lesz. A vendéglátásból származó bevétel évi 25-30 millió Ft lesz, mely megközelítőleg annyi, mint a jegybevétel.

Az Önkormányzat kezdetben évi 10 M Ft értékben vásárol bérleteket.

3) Költségek

Vegyszerek anyagok és egyéb szolgáltatások költségét a korábbi tapasztalatok és a hosszabb nyitva tartás alapján, arányosítva kalkuláltuk.

A vízfogyasztás költsége: 40 Ft/fő.

Az áramfogyasztás, illetve annak költsége több tényezőtől áll össze. Egyrészt a projekt keretében egy 100kW-os napelemrendszer jön létre, mely 55.000 kWh/év hasznosítható áramot termel. A komplexum teljes áramigénye 100.000 kWh/év lesz, tehát 45.000 kWh/év megvételére lesz szükség, ami 100 Ft/kWh árral kalkulálva évi 4,5 M Ft áramköltséget jelent.

A bérek és járulékok számítása annak alapján történt, hogy a nyári szezon során szükséges 21 munkahely megtartásán túl a strandétterem üzemeltetése 6 újabb státuszt igényel (azért csak ennyit, mert egy helyi szolgáltatóval való partnerség miatt csak egy befejezőkonyha fog itt működni). A téli üzemmódban csak a fedett / félig fedett részek működnek, ehhez 11 munkatársra van szükség. A munkabérek a piaci viszonyoknak megfelelően kerültek betervezésre.

A vendéglátás ELÁBÉ-ja az árbevétel 30%-a.

4) Eredmény

A fenti számokat az alábbi táblázatban foglaljuk össze:

Tétel / év	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.
Jegyek	20 867 420 Ft	24 304 407 Ft	28 220 116 Ft	31 042 128 Ft	34 146 341 Ft
Szauna	11 338 583 Ft	12 472 441 Ft	13 719 685 Ft	15 091 654 Ft	16 600 819 Ft
Vendéglátás	24 990 000 Ft	29 106 000 Ft	33 795 300 Ft	37 174 830 Ft	40 892 313 Ft
Önkormányzati bérletek	10 000 000 Ft	11 000 000 Ft	12 100 000 Ft	13 310 000 Ft	14 641 000 Ft
Bevételek összesen	67 196 002 Ft	76 882 847 Ft	87 835 102 Ft	96 618 612 Ft	106 280 473 Ft
Vegyszer	3 350 414 Ft	3 685 455 Ft	4 054 000 Ft	4 459 400 Ft	4 905 340 Ft
Egyéb anyag	2 200 588 Ft	2 420 647 Ft	2 662 712 Ft	2 928 983 Ft	3 221 881 Ft
Víz	1 428 000 Ft	1 663 200 Ft	1 931 160 Ft	2 124 276 Ft	2 336 704 Ft
Áram	4 500 000 Ft	4 950 000 Ft	5 445 000 Ft	5 989 500 Ft	6 588 450 Ft
Egyéb szolgáltatás	1 679 332 Ft	1 847 265 Ft	2 031 991 Ft	2 235 190 Ft	2 458 709 Ft
ELÁBÉ	7 497 000 Ft	8 731 800 Ft	10 138 590 Ft	11 152 449 Ft	12 267 694 Ft
Bér + járulék	38 872 000 Ft	42 759 200 Ft	47 035 120 Ft	51 738 632 Ft	56 912 495 Ft
Kiadások összesen:	59 527 333 Ft	66 057 567 Ft	73 298 573 Ft	80 628 431 Ft	88 691 274 Ft
EREDMÉNY	7 668 669 Ft	10 825 281 Ft	14 536 528 Ft	15 990 181 Ft	17 589 199 Ft

A fejlesztésnek köszönhetően az eddigi 10-12 M Ft/év veszteség megszűnik, sőt, kezdetben szerényebb, ~8 M Ft-os, majd a felfutással közel 20 M Ft-os nyereségbe fordul.

6.6 A projekt időbeli ütemezése

A projekt kapcsán az alábbi tevékenységekkel és időszükségletekkel tervezünk:

2023. márciusára készült el a projekt fejlesztési koncepciója;

2023. április: döntés a projekt továbbfejlesztéséről: TO-1 ütem;

2023. áprilistól augusztusig projektfejlesztés: az előzetes megvalósíthatósági tanulmány és a koncepcióterv készítése;

2023. szeptembertől 2024. februárig: TO-2 ütem – részletes megvalósíthatósági tanulmány és a kiviteli tervek elkészítése; a feltételes közbeszerzés lebonyolítása.

2024. májusra: döntés a projekt megvalósításának támogatásáról;

2024. júniustól 2025. májusig: a projekt fizikai megvalósítása: új bejárat kialakítása, fedett részek és tanmedence megépítése, strand szolgáltatásainak bővítése (spraypark, sportpálya, napozóágyak, strandétterem és grillterasz kiépítése), a szükséges egyéb infrastrukturális elemek (pl. parkolóhelyek) építése, parkosítás.

2025. május 16. és június 13. között: nyitási előkészületek: beüzemelés, új kollégák munkába állása (próbaüzem), marketing, szükséges készletek feltöltése.

2025. június 14-én: nyitás a nagyközönség számára.

A teljes projekt zárása: 2025. szeptember.

A működés első teljes éve: 2026.

6.7 Optimális kihasználtság, gazdaságos működés, fenntarthatóság

Optimális kihasználtság

Mind a beruházás, mind az üzemeltetés gazdaságosságát szem előtt tartva fontos, hogy az infrastrukturális elemek és az eszközök lehetőleg a több célcsoport kiszolgálására alkalmasak legyenek. Ilyen például a tanmedence, vagy a nyári szezon idején az úszómedence, melyet az úszni tanuló gyermekek, a relaxálni érkező felnőttek (wellness vendégek) és a gyógyászati céllal ide látogató idősebbek is igénybe vesznek (gyógyúszás, víz alatti csoportos gyógytorna).

Gazdaságos működés

A komplexum **gazdaságos működését** a minél több profitcentrum és a minél alacsonyabb működési költségek szolgálják. A működési költségek optimalizálása alatt elsősorban a rezsiköltségek értendők, ezért is kerül beépítésre a legmodernebb, egyben leghatékonyabb gépészet, illetve hasznosítva lesznek a rendelkezésre álló **megújuló energiaforrások**, pl. termálvíz többcélú hasznosítása (első lépésben a termálvíz hőenergiáját hőcserélőkkel és hőátadó felületekkel, a maximális lehűtés elérése mellett kell kihasználni, második lépés a fürdőzés) vagy a napenergia.

A **béreköltségek** csökkentése önmagában nem cél, hiszen minden vállalkozás társadalmi célja, hogy az ott dolgozók egyre jobb életszínvonalát biztosítsa, márpedig ennek alapja az egyre jobb fizetés.

Gazdasági fenntarthatóság

A Kálmán Fürdő felújításakor a társadalmi hasznosság után az egyik legfontosabb szempont a minél erősebb jövedelemtermelő-képesség. A lehetőségek megfelelő kiaknázásával sokat lehet tenni a profitábilis működés érdekében, ezt figyelembe véve született meg a Fürdő szolgáltatási terve. Egy fürdőlétesítmény jobb jövedelmező-ségéért leginkább a fürdőn belül, vagy ahhoz kapcsolódva (a városon belül) az igénybe vehető szolgáltatások kínálatát érdemes színesíteni, azaz: növelni a profitcenterek számát.

A Kálmán Fürdő szolgáltatási programja úgy került kidolgozásra, hogy **a lehető legtöbb profitcenter** jöjjön létre, ez a gazdálkodási eredményeit javítani fogja, a vendégek szempontjából pedig azt jelenti, hogy számos, nivós szolgáltatás közül választhatnak. Érdemes megvizsgálni, hogy milyen szolgáltatásmixet lehet a Fürdőben kialakítani, azaz hányféle profitcentert lehet létrehozni.

Lehetséges profitcenterek a Kálmán Fürdő területén:

- **Jegyárbevétel**

A Fürdőnek nyilván ez a legnagyobb, de az eredményes gazdálkodáshoz korántsem elégséges bevételi forrása. A célcsoportoknak igényeinek megfelelő fejlesztéssel, illetve marketingkommunikációval növelhető az éves vendégszám (ld. 7. fejezet), illetve a tudatos árpolitika segítségével kialakítható az adott időszakban legmegfelelőbb árazás.

- **Fizetős szolgáltatások**

Ide azok a szolgáltatások tartoznak, melyeket nem feltétlenül vesz mindenki igénybe, de egy adott vendégkör vagy korosztály kifejezetten igényli (pl. masszázs, szauna, spraypark). Ezen szolgáltatások értékesítése kizárólag **piaci alapon** történik, a későbbiekben kialakítandó gyógyászati szolgáltatásokért egyrészt a társadalombiztosító (NEAK-térítés), másrészt a beteg (önrész) fog fizetni.

- **Gasztronómia**

Komoly jövedelemtermelő-képességgel bír, emellett egy fürdőben – különösen nyáron a strandon – nélkülözhetetlen szolgáltatás. Hazánkban van olyan fürdő, ahol saját üzemeltetésű éttermi szolgáltatásaikkal megduplázzák a jegyárbevételt. Ez a Kálmán Fürdőben nyilván nem várható, de több szempontból is elgondolkodtató. Egyfelől a vendég szempontja az, hogy az adott belépőjegyárért ő a fürdő teljes területén egyenletes színvonalat vár el. Másfelől a tervezett strandétterem nemcsak komoly árbevételi lehetőség a Fürdőnek, hanem profittartalma is jóval nagyobb, mint a vendéglátó-egységek esetleges kiadása esetén. Az új fogadóépület **kis büféje** és az új **grillterasszal rendelkező strandétterem** két ígéretes egység lesz ebből a szempontból.

- **Saját szálláshely**

A fürdők és szálláshelyek közötti erős szinergia nyilvánvaló: egy fürdő közelsége, vagy a fürdővel való közvetlen összeköttetés bármilyen típusú szálláshelynek magasabb kihasználtságot, míg a szálláshely a fürdőnek állandó vendégkört jelent. Ezért is kiemelkedően fontos, hogy a Kálmán Fürdő jelen projektje már távlati tervként tartalmazza a kapcsolódó szálláshely létrehozását. A jövőben ez szolgálja leginkább a vendégek kényelmét és a két egység eredményes működését.

Mezőberény többi szálláshelyével is szoros (kölsönös értékesítési) kapcsolatot érdemes kialakítani és fenntartani.

- **Rendezvények**

A Kálmán Fürdő strandja rendkívül vonzó, nyári eseményekre különösen alkalmas tér, mely eddig is számos rendezvénynek adott helyet (éjszakai fürdőzés, mini koncert, strandfoci és -röplabda bajnokság, gyermek programok). A felújítás után nyilvánvalóan még nagyobb érdeklődés fogja övezni ezt a remek hangulatú területet. Döntően nyári rendezvények lesznek jellemzők, melyek nem feltétlenül hoznak többletbevételt, de a strandra biztosan **több vendéget** vonzanak és így **magasabb napi költsést** eredményeznek az adott program napján.

- **Kereskedelem**

A fürdők üzleteiben – optimális esetben – a strandcikk (fürdőruha, strandpapucs, napozógyékény, napolaj, szappan, bögrék, hűtőmágnesek, logózott törülközők és trikók) mellett a saját gyógyvíz kivonatából készült szépség- és gyógyászati krémek és egyéb készítmények is kaphatók. Számos olyan külföldi példa ismert, ahol ebből – azaz a saját gyógyvízből, gyógyiszapból – készült spa-termékek forgalmazásával akár megduplázzák a jegyárbevételt (Franciaország, Olaszország, Ausztria, Izland). Mivel különösen nagy alapterület egy ilyen üzlet számára sem szükséges, és a rezsiköltség sem számottevő, nyilvánvaló, hogy gazdaságilag is hasznos.

Az új épületben közvetlenül a pénztár mellett (a pénztáros által üzemeltetve) jön létre egy **kis shop**, mely a legkeresettebb strandcikkeket árulja majd.

- **Szponzori hirdetések**

A hirdetések ugyan nem jelentenek további szolgáltatást a vendégeknek, de egy fürdőnek plusz bevételt mindenképpen. A Kálmán Fürdőben a fejlesztés után várhatóan növekvő vendégszám miatt a helyszín már érdekes lehet a szponzoroknak is, tehát bevételt, vagy barterszerződést hoz(hat) az üzemeltetőnek.

7. Marketingstratégia

7.1 Kiinduló gondolatok

A tervezett célcsoport-specifikus fejlesztések minőségileg jelentősen javítják, sőt, egy új szintre emelik a Kálmán Fürdő kínálatát, mely lehetővé, illetve szükségszerűvé teszi a marketingkommunikáció kiterjesztését is. Ennek célja, hogy új keresleti csoportokat érjünk el (ld. jövőbeni célcsoportok 5.2 alfejezet), bővítsük a Mezőberénybe érkező vendégek számát, és – az új kínálati elemek által – minél hosszabb tartózkodásra ösztönözzük őket, valamint a településen és a környéken lakó és dolgozó felnőttek kikapcsolódását, rekreációját elősegítsük, illetve lehetővé tegyük itteni diákok úszásoktatását.

A fejlesztések eredményeképpen megvalósuló minőségi és komplex élménykínálat piacra vitele új típusú, célzott és modern tartalmú marketingstratégiát igényel. Ennek főbb üzenetei:

- a megújuló és bővített kínálattal, illetve nyitva tartással üzemelő strand és részben fedett fürdő, valamint a később kialakításra kerülő színvonalas szálláshelyek – komplex kínálat egy helyen;
- többgenerációs élmények – az egész családot várjuk;
- nyaralásra és sportolásra is kiválóan alkalmas;
- bárki elvonulhat pihenni, kikapcsolódni színvonalas élményelemek várják.

Ennek megfelelően korosztály és igény szerint a **fő célcsoportok** lesznek:

- kisebb (legfeljebb 13-14 éves) gyermekkel érkező, akár többgenerációs családok (strandszezonban, ill. a fejlesztés után hétvégenként is);
- nyugdíjas, 60+ korosztály: gyógyvendégek (ők a gyógyvizes üllőmedence törzsvendégköre, akik hosszabb szezont élvezhetnek, illetve a későbbiekben bővülő gyógyászati szolgáltatásokat, illetve szállásszolgáltatást is igényelnek majd);
- relaxálni kívánó egészségtudatos felnőttek (mind a fiatal, 30 és 45 éves kor közötti, mind a középkorú, tehát 45 és 60 éves kor közötti, aktív felnőttek), akik a szaunát és – egyre nagyobb számban – az úszómedencét fogják használni;
- iskoláskorú gyermekek (ők az iskolai úszásoktatás keretében érkeznek elő- és utószezonban, az iskolai oktatás idején, a testnevelés órák, valamint nyári táborok keretében);
- önállóan, baráti körben érkező fiatalok – várhatóan nőni fog a számuk a strand javuló, egyre vonzóbb szolgáltatásai miatt.

Az üzenetek eljuttatásában minden megszólított csoport számára a saját kommunikációs csatornáit és dekódolási eszközeit célszerű használni. A modern és természetes arculatot is támogatja az elektronikus kommunikációs csatornák fokozott használata, beleértve a játékokhoz kapcsolódó hirdetéseket, a közösségi média akciókat, blogger, youtuber és influencer kampányokat, időseket megszólító website-okat. Természetesen továbbra is kiemelt jelentőségük marad a fürdő és gyógyászati profilú oldalakon való megjelenéseknek célzott üzenetekkel.

7.2 Célcsoportok és szolgáltatások

Mindenekelőtt ki kell emelni a **mérések** fontosságát, vagyis pontos képet kell kapni az üzenetek célba érését illetően. Ez komoly előzetes felkészülést igényel, azonban a marketingkommunikáció hatékonyságát és eredményességét döntően befolyásolja. A célzott elérés érdekében a megjelölt célcsoportokból érdemes kiindulni, és egy későbbi, részletes értékesítési tervben tovább részletezni, pontosabban behatárolni az egyes keresleti (al)csoportokat.

A mezőberényi Kálmán Fürdő látogatóit motiváció alapú célcsoport-szegmensekbe soroltuk. Eszerint három nagy csoport került kialakításra, mint fő célcsoport: többgenerációs családok, gyógyvendégek, valamint relaxálni vágyó egészségtudatos vendégek és baráti társaságok.

TÖBBGENERÁCIÓS CSALÁDOK

A fő motivációjuk a családi körben történő, élménygazdag kikapcsolódás, ahol a szülők és a gyermekek, illetve egyre gyakrabban a nagyszülők és gyermekek is megtalálják a számukra legmegfelelőbb rekreációs vagy szórakozási lehetőséget. A szülők-nagyszülők külön programjai miatt (pl. szaunázás közben nem tudnak a gyermekekre vigyázni) is fontossá válik az animátorok munkája a Fürdőben.

Keresőképes aktív korosztály lévén, magas költési hajlandóságuk miatt, potenciálisan jelentős bevételt generáló célcsoportnak tekinthetők, akikről általánosságban mondható el, hogy tudatosan, magas minőséget, színvonalat és egyedi kínálatot várnak el. A szülők-nagyszülők jellemzően igyekeznek minden élményt megadni gyermekeik-unokaik számára, akik biztonsága elsődleges fontosságú.

Miután a jövőben körükből kerülhet ki a fürdő és a későbbi gyógyászati szolgáltatásokat, vagy majdani szálláshelyet igénybe vevő vendégköre, így lojalitásuk megszerzése, igényeik kiemelkedő színvonalon való kielégítésére hangsúlyt kell fektetni.

A család, mint célcsoport üdülési szokásainak meghatározásakor fontos szempont az adott komplexumban elérhető változatos és szórakoztató programkínálat, így a szegmenst leghatékonyabban a programalapú kommunikációval érhetjük el.

E célközönség esetén komplex termékként kell kommunikálni a Fürdő szolgáltatásait (gyermekmedence, babapancsoló, spray park, családi csúszda). Az élményalapú kommunikáció során hangsúlyozni kell a környék aktív kikapcsolódást szolgáló lehetőségeit, élményeket, kalandokat.

Fő időszakok:

- Nyári szünet,
- Iskolai szünetek tanév közben,
- Hétvégék, főként a hosszú hétvégék.

Gyenge pont:

- Hétköznapok
- Kevésbé frekvenciált időszakok hétvégéi

Piaci rés:

- Azon családok megszólítása, akiknek óvodás korú gyermekei vannak;
- Kevésbé frekvenciált időszakokban nagyszülőkkel érkező óvodás korú gyermekek;
- Szezonálisan (turizmusban, vendéglátásban) dolgozók és családjaik, akiknek a kiemelt időszakokban nincs módjuk utazásra.

GYÓGYVENDÉGEK

A demográfiai trendek alapján megfigyelhető, hogy megnőtt az idősebb korosztály aránya egész Európa lakosságán belül, így hazánkban is – ők egyre nagyobb arányban elegendő diszkrecionális jövedelemmel rendelkeznek ahhoz, hogy belföldön utazni tudjanak. Ezen korosztály többsége már valamilyen krónikus betegséggel küzd, ők tehát a gyógymedence elsődleges látogatói.

Mivel többségük nyugdíjas, így szívesen jönnek a csúcsidőszakokon kívül, annál is inkább, mert ilyenkor nyugodtabb, csendesebb a környezet, illetve elő- és utószezonban nem olyan nagy a hőség.

Fő időszakok:

- szinte egész évben, inkább a hétköznapokon;
- nem feltétlenül főszezonban.

Gyenge pont:

- az év első fele;

- november és a karácsonyi ünnepek előtti időszak (a projekt szempontjából egyelőre nem releváns).

RELAXÁLNI VÁGYÓ EGÉSZSÉGTUDATOS, AKTÍV KORÚ VENDÉGEK ÉS BARÁTI TÁRSASÁGOK

Napjainkban érvényesülő trendek közé tartozik az egészség felértékelődése és az egészséges életmód szem előtt tartása, mely mérvadó szempont az üdülési desztináció meghatározásakor is. A célcsoport tagjainak mindennapjaiban egyre fontosabb szerep jut az egészséges életmód fenntartásának, a prevenciónak, mely igényt a Fürdő egészségmegőrző szolgáltatásai elégíthetnek ki (pl. létrejövő szaunák, gyógyvizes medence).

Az egészségtudatos szegmens magas szabadon felhasználható jövedelme növekvő igényt generált a minőség tekintetében, így az e célcsoport felé folytatott kommunikáció során a megújuló és kibővített strandszolgáltatásokat, valamint nyugodt, szép környezet érdemes hangsúlyozni.

E célközönség esetén is fontos, hogy egy komplex terméket mutassuk be a létrejövő fejlesztés követően elért változásokról. Az élményalapú kommunikáció során hangsúlyozni lehet a környék aktív kikapcsolódást szolgáló lehetőségeit is.

Fő időszakok:

- Hétvégék, főként a hosszú hétvégék;
- Amennyiben iskoláskorú gyermekkel érkeznek, nyári és egyéb iskolai szünetek.

Gyenge pont:

- Hétköznapok.

A családok az év számos időszakában a legfontosabb keresleti szegmens. Ez egyrészt korcsoport szerinti szegmentálást jelent (legfeljebb 13-14 évesek, fiatal felnőttek, családanyák, szülők, nagyszülők, nyugdíjasok), másrészt egyes speciális élethelyzethez, állapothoz kapcsolódnak. Kiemelten javasolt esetek:

- hosszabb-rövidebb iskolai szünetek aktív eltöltése;
- szülők pihenésének biztosítása mellett a gyermekeknek élményekkel teli szolgáltatások és programok széles kínálata jelenjen meg;
- több generáció (nagyszülők, szülők, gyerekek) együttes utazása esetén mindenki meg tudja találni a számára fontos szolgáltatást;
- belföldi nyaralás;
- tartalmas, közös (családi) időtöltés;
- a gyerekek kimozdítása a természetbe, játékos, vidám formában testmozgásra való ösztönzésük.

A **gyógyulni, pihenni vágyó idősebb korosztály** keresleti szegmense önmagában is fontos, intenzíven kell kommunikálni a megújuló és kibővülő szolgáltatásokat, valamint az itt található gyógyvíz jótékony hatását. A fürdő alkálíhidrogén-karbonátos gyógyvize kiválóan alkalmas az ízületi panaszok (térd- és csípőízületi problémák), mészhíánnal kapcsolatos betegségek, mozgásszervi megbetegedések és reumatikus panaszok kezelésére.

A **relaxálni vágyó aktív korúak és baráti társaságok** szempontjából az egészség megőrzése, elsősorban az ülőmunka, vagy mozgásszegény életvitel miatt az úszásnak óriási jelentősége van az egészséges életmód kialakításában. Egészségre való törekvéseinkhez nagymértékben hozzájárulhat az úszómozgás a prevenció, rekreáció és rehabilitáció folyamatában, ezeknek kifejezetten ajánlott módja is (sportsérülések, vázrendszeri megbetegedések, légzőszerv, stb.). Szabadidőnk helyes eltöltése, a hasznos és tartalmas időkihasználás fontos eleme lehet az úszással eltöltött pihenő (nyaralások, wellness programok).

Az üzenetek eljuttatásában egyedi segítséget jelenthet, hogy a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia kiemelten kezeli az egészségturizmust, a fürdők fejlesztését, illetve az MTÜ stratégiai terméke az egészségturizmus, tehát a marketingkommunikációt is jelentősen támogatja.

7.3 A termék

A termék a fenti célcsoportok mindegyike számára mást jelent, lényegi elemei a következők:

- **strand:** a családok számára a szabadidő tartalmas, közös eltöltését biztosítja, sok élménnyel, szórakozással;
- **gyógyászat:** a fejlesztés során olyan szolgáltatások válik jóval hosszabb időn át elérhetővé, amely az idősebb generáció, tipikusan a „gyógyvendégek” vagy „gyógyturisták” számára, illetve sérült sportolók részére is – főként mozgásszervi panaszaik enyhítése révén – vonzóvá teszi a létesítményt;
- **a relaxáció, a wellness:** ezen a téren új szolgáltatás (szaunarészleg) létrejön, illetve az úszás is elérhető lesz a ~7 hónapos nyitva tartás során.

Ezek az új elemek a jelenleg elérhető szolgáltatásokhoz, termékekhez, a családi nyaraláshoz nélkülözhetetlen strandhoz és a gyógyulni, pihenni vágyó idősebb korosztály számára oly kedves gyógyvizes ülőmedencéhez egyaránt illeszthetők. Minden tervezett célcsoport megszólítása miatt a „modern elvárások”-hoz is szorosan kapcsolódik mind jellegében, mind szolgáltatásait tekintve.

Fontos turisztikai szempontok:

- Mezőberény elsődleges vonzereje jelenleg vitathatatlanul a strand, a szabadidő eltöltése, illetve az utazási döntés meghozatalánál azonban egyre lényegesebb szempont a színvonalas kiegészítő szolgáltatások megléte;
- a strandot nyilvánvalóan csak a főszezon idején (májustól szeptemberig) lehet igénybe venni, szolgáltatásai sokszínűek, igényesek, a környezet kifejezetten esztétikus lesz;
- a fedett/félig fedett szolgáltatásokat (szaunák, gyógyvizes ülőmedence, tanmedence) kb. 7 hónapon át lehet majd igénybe lehet venni, és ezek leendő célcsoportjai kevéssé szezonális vendégforgalmat biztosítani fogják.

7.4 A tervezett árak

Eddig rendkívül alacsony belépőjegyárak voltak a Kálmán Fürdőben. A fejlesztés hatására bővül (tanmedencével, szaunával, félig fedett részekkel), és összességében vonzóbb lesz a kínálat, így a jegyárak általában 60%-kal emelkednek a nyitás évére, az éjszakai fürdőzés jegyára emelkedik a duplájára az alábbiak szerint:

Jegytípus	Bruttó jegyár
Felnőtt napi jegy	1 520 Ft
Felnőtt kedvezményes jegy 16-19 óráig	1 040 Ft
Gyermek napi jegy 3-6 éves korig	640 Ft
Gyermek kedvezményes jegy 16-19 óráig	560 Ft
Diák, nyugdíjas napi jegy	1 120 Ft
Diák, nyugdíjas kedvezményes jegy 16-19 óráig	800 Ft
Felnőtt úszójegy	720 Ft
Diák, nyugdíjas úszójegy	640 Ft
Thermál jegy (09.30-12.00)	880 Ft
Látogatói jegy (max. 1 óra időtartamra)	200 Ft
Tanuló jegy (úszótanfolyamon résztvevők részére)	480 Ft
Felnőtt éjszakai jegy (19.00-02.00)	1 900 Ft
Éjszakai jegy diák, nyugdíjas (19:00-02:00)	1 400 Ft

A szaunajegy ára hétköznaponként 1200, hétvégenként 1500 Ft/fő lesz.

7.5 Elosztási csatornák

A projekt keretében kibővített szolgáltatásokkal megújuló fürdő, mint turisztikai termék sikeres piacra vitelében az alábbi elosztási csatornák állnak rendelkezésre:

- Internet, ahol egyrészt információhoz jutnak az érdeklődők (potenciális vendégek), másrészt online értékesítést is lehetővé teszi;

- utazási irodák, melyek főként szervezett csoportokat hoznak;
- helyben történő népszerűsítés: a környékbeli szolgáltatók, szálláshelyek és önkormányzatok fontos reklámpontok lesznek;
- a gyógyászati szolgáltatásokat igénybe vevők esetében a felíró orvosok és a NEAK, illetve magán egészségbiztosítók;
- térségi rendezvényekhez való csatlakozás;
- SZÉP-kártya (1,7 M kártyabirtokos);
- testvérvárosok kommunikációs csatornái (Szováta esetében csere jellegű projektek is elképzelhetők).

7.6 Promóció

A promóciót vagy értékesítésösztönzést több területen érdemes végezni:

- direkt marketing (fontos a címlista, ill. adatbázis építése – bármilyen kiállításon való részvétel lényegében ezt szolgálja);
- online hirdetések (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Instagram) egyéb honlapokon bannerek);
- újsághirdetések, elsősorban a helyi lapokban (Mezőberényi Hírmondó, BEHIR, Békés megyei hírlap, BEOL), valamint országos lapoknál, főként a nők által kedvelt magazinokban;
- rádióműsorok, rádióreklámok;
- TV-megjelenések (pl. a szomszédos megyei vagy nagyvárosi médiumok)
- turisztikai kiállítások, vásárok (elsősorban Magyarország, illetve Németország, Szerbia és Románia);
- keresztpromóció a tágabb desztináció többi szolgáltatójával;
- promóció a testvérvárosok felé.

7.7 Együttműködések

A turisták igényeire reagálva fontos szem előtt tartani, hogy elsősorban **komplex szolgáltatáscsomagot** keresnek, így a Fürdő eredményes működése és a vendégek örömteli fürdő- és utazási élménye érdekében az üzemeltetőnek kötelessége az adott desztinációban (a településen és annak környékén) együttműködni a turizmusban érdekelt többi szereplővel – ezek a következők:

- Mezőberény Város Önkormányzata;
- Magyar Turisztikai Ügynökség;
- Magyar Fürdőszövetség;
- Békés megyei turisztikai iroda;
- a térség éttermei, programszolgáltatói és szállásadói;
- kulturális rendezvények, fesztiválok szervezői;
- környező nagyobb városok önkormányzatai;

- egyéb térségi szolgáltatók és szálláshelyek;
- testvérvárosok.

7.8 Marketingstratégia és módszerek

A marketingtevékenység megtervezése és kivitelezése során folyamatos egyeztetést szükséges folytatni a helyi és regionális érdekeltségű turisztikai szakmai és civil szervezetekkel, annak érdekében, hogy a fejlesztés során létrejövő új termékek, új arculat és új üzenet a célcsoportok minél szélesebb rétegeihez eljuthasson, akcióik során Mezőberény és a térség összehangolt promóciója valósulhasson meg.

A marketingkommunikáció stratégiai céljait a jövőkép és a megcélzott piaci pozíció erősítése, valamint a fejlesztés keretében kialakított innovatív élmények és kielégítésre kerülő igények hangsúlyozása érdekében az alábbiak szerint határoztuk meg (összhangban a projekt közvetlen és közvetett céljaival):

Stratégiai célkitűzések	Módszer, eszközök
Az új szolgáltatás piaci bevezetése, a szolgáltatások integrálása az újonnan kialakítandó arculatba – konkrétan meghatározott célcsoport igényeihez idomulva	– Külső és belső PR; – Akciók és programok minél szélesebb körű terjesztése, látogatottság növelése, a vendégek elégedettségének fokozása; – Jól működő partnerkapcsolatok kialakítása, jelenlegiek megőrzése (utazási irodák, utazás- és rendezvényszervezők, sajtó)
Jól kiválasztott kommunikációs csatornákon keresztül a komplexum sajátos hangulatának, üzenetének célcsoporthoz történő pontos eljuttatása	– Internet és okos alkalmazások; – Hirdetések (plakát, TV megjelenés); – Direkt Marketing (lásd 6.4 pont); – Kiállításokon való részvétel
A Fürdő megújuló és kibővülő elemeinek továbbterjesztése országszerte	– Belföldi kiállításokon való részvétel; – Jól fókuszált promóció
A bel- és külföldi magas fizetőképességű aktív pihenést kereső turisták, és családok törzsvendéggé tétele, új vendégek megnyerése	– Kommunikációs csatornákon keresztül a Fürdő sajátos hangulatának, üzenetének pontos időszerű alkalmazása; – Személyre szabott hírlevelek; – Kimagasló szolgáltatás nyújtása hangulatos, jól felszerelt környezetben (szájpropaganda generálása)
A fejlesztés sikeres megvalósításával átalakításra kerülő strand, félig fedett medence, spray park és új kínálatot biztosító büfé rentábilisan működő gazdasági vállalkozás legyen és maradjon	– Javuló helyi infrastruktúra, felélénkülő turizmus; – Munkahelyteremtés; – Új szolgáltatók iránt növekvő kereslet, beruházási kedv növekedése

Kényelem és magas minőségű szolgáltatások a nyitva tartási idő év minden napján	– Változatlan minőségű szolgáltatás a nyitva tartás minden napján; – Kiváló elhelyezkedés, jó megközelíthetőség; – Nyugodt csendes, rendezett környezet, időjárástól független szolgáltatások; – Programlehetőségek a közelben
---	---

Taktikai célkitűzések	Módszer, eszközök
A megújult Fürdő megismertetése a célcsoporttal és a szakmával	– Az arculatba illő image-kiadványok készítése (új szolgáltatások kiemelt megjelenítése); – A projektet bemutató rendezvények lebonyolítása; – A szakmával való megismertetést célzó sajtótájékoztatók és study tourok megtartása; – Kedvezmények, programcsomagok, akciók kialakítása
A bevezetést célzó marketing akciók sikeres lebonyolítása: a vendég-forgalom növekedése, új vendégkör bevonása, árbevétel növelése	– Az új egységek kihasználtságának növelése (szezonon kívüli használat erősítése); – Az új szolgáltatások hatására indukált árbevétel maximalizálása; – Számszaki adatok gyűjtése az éves nyereség növelése érdekében
A projekt lakossággal való elfogadtatása, megismertetése	– Kedvezményes használati lehetőség; – Helyi és térségi civil szervezetekkel, szolgáltatókkal való együttműködés

A marketingkommunikációs tevékenység hatékonyságát nagyban elősegíti, ha maga a termék gondosan felépített, professzionális üzemeltetővel és már a kezdeti szakaszban tiszta és egységes arculattal rendelkezik, amely magas minőséget jelent – a célpiacok számára elérhető áron. Jelen projekt esetén a hosszú távú gazdasági fenntarthatóság elősegítése érdekében az új vendégek generálása mellett elsősorban a visszatérő vendégkör kialakítása az egyik fő marketingcél. Az elégedett látogató egyrészt maga is marketingkommunikációs csatornává válik (elmeséli barátainak, ismerőseinek), másrészt a korábbi látogatók elérése lényegesen olcsóbb marketingtevékenységet igényel, mint az új fogyasztók megszerzése. A bázisértéket jelentő látogatószám ennek megfelelően rendkívül jó szájpgapandaa lehetőségét rejti magában, mely valójában megalapozza a későbbiekben kialakítandó szálláshely és a hozzá kapcsolódó fürdő- és egyéb szolgáltatások rentábilis működését is.

A következő táblázatban az alkalmazni kívánt **marketingkommunikációs eszközök összefoglalása** történik meg. Az eszközök kombinációjának kialakítását a projekt megvalósítása során az aktuális piaci helyzethez illesztettük, azonban fontosnak tartjuk a koncepció folyamatos felülvizsgálatát a marketingben megjelenő esetleges újszerű online trendeknek megfelelően – biztosítva ezzel a források leghatékonyabb elosztását, a marketingtevékenység sikerét.

	2024.		2025.	
	I. félév	II. félév	I. félév	II. félév
Saját weboldal fejlesztése, értékesítési rendszer elhelyezése, folyamatos működtetés, okos alkalmazások,	+	+	+	+
Egyéb online marketing tevékenység (banner hirdetések, jelenlét a releváns portálokon)	+	+	+	+
Direkt Marketing akciók (levél, email, személyes megkeresés)	+	+	+	+
Belföldi kiállításokon történő megjelenés	+	+	+	+
Keresőoptimalizálás (Google adwords)		+	+	+
Web 2.0 alkalmazások és mobil applikációk (facebook, Instagram, Youtube, Twitter)		+	+	
Nyomtatott kiadványok (kiállítási prospektus, szórólap)	+			
Nyomtatott sajtómegjelenések	+			

7.9 Értékesítési stratégia

Az értékesítési célok pontos meghatározása és annak következetes betartása mindig nagy jelentőséggel bír a Fürdő megújulása, és új szolgáltatásai tekintetében egyaránt.

A környék kínálata (potenciális versenytársak), a célok, célcsoportok és az árképzésre vonatkozó tervek tükrében az értékesítés feladata, hogy megfelelő források hozzárendelésével a létesítmény működését sikerre vigye, a megtérülésre és nyereségességre vonatkozó célkitűzéseket a lehető legrövidebb időintervallum alatt teljesítse, a bevezetési időszakot követően a terméket vagy szolgáltatást a lehető leghosszabb ideig a növekedés ciklusában tartsa. A létesítmény értékesítési tevékenysége időben megelőzi a termék valós piacra lépését (premarketing), tartalmazza a fontos előkészítő munkálatokat, valamint a termék későbbi folyamatos megújulását.

Alapvetések, melyek alapján az értékesítési csatornák kijelölésre kerültek:

- az értékesítés során a célközönség szűk keresztmetszetére koncentrálunk;
- az értékesítés során a létesítmény arculata és színes, innovatív, jó minőségű szolgáltatásai képviselik a legfőbb prioritást;
- a megvalósítás keretében kiemelten kezeljük a különböző (fizetőképességű) célcsoportok szolgáltatási igényeit az árdifferenciálás és az árban foglalt szolgáltatások tekintetében (megfelelő időzítés), azonban az ár-érték arány és a minőség folyamatos biztosítása prioritást kap;
- az árképzési elveknél elsősorban a versenytársak árképzési mechanizmusát, valamint a Fürdő településen és térségben betöltött helyét és szerepét vesszük figyelembe, azonban a felmerülő költségek és a kereslet fizetőképessége is fontos szerepet kapnak.

Az alapvetések mentén az alábbi **értékesítési csatornákat** jelöljük ki:

Online disztribúció		Offline disztribúció	
Közvetlen értékesítés	Közvetítő által történő értékesítés	Közvetlen értékesítés	Közvetítő által történő értékesítés
• Saját adatbázis elérése hírlevelekkel, • Interaktív honlap fejlesztése (tájékoztatás és értékesítés)	• Közösségi portálokon történő jutalékos értékesítés, • A Fürdőben elérhető szolgáltatásokat kínáló rendszerekben történő megjelenés	• Helyszínen történő eladásösztönzés • Nyomtatott kiadványok elhelyezése a vendégtérben	• Együttműködő partnereken és irodákon keresztül történő értékesítés • Együttműködő szolgáltató partnerek vendégeinek és a környező nagyvárosok vendégeinek elérése keresztpromóció alkalmazásával

A felsorolt disztribúciós módszerek közül a Kálmán Fürdő esetén a közvetlen értékesítés lesz meghatározó. A szolgáltatás jellegéből adódóan vélhetően közvetítő nélkül, egyénileg érkezik majd a vendégek döntő többsége, ennek megfelelően az előzetes döntést befolyásoló célzott marketingkommunikáció mellett a bejelentkezés pillanatában és a tartózkodás ideje alatt van arra a legnagyobb esély, hogy a vendéget újabb szolgáltatások igénybevételéről győzzük meg (upselling).

A projektben a **keresletől függő (dinamikus) árképzést alkalmazzuk**, vagyis a piaci bevezetés szakaszában és a kevésbé frekvenciált (szezonon kívüli) időszakokban kedvezményes árakkal és akciókkal vonzzuk be a vendégeket, míg a felfutás után magasabb árakon dolgozunk.

A célcsoportok árérzékenysége:

- A városban és a térségben élők (itt dolgozók), valamint iskoláskorúak és szülei – közepes árérzékenység;
- Családok – közepes árérzékenység;
- Gyógyturisták – életkortól függően közepes-magas árérzékenység;
- Aktív pihenésre vágyó, egészségtudatos vendégek, fiatal párok, baráti társaságok – alacsony árérzékenység.

A turizmusban alkalmazott árdifferenciálás főbb szempontjai a következők	Alkalmazása
Időpont/szezon szerint: • kedvezmények csak elő-, utószezonban, • főszezon, iskolai szünetek, hétvégék és hosszú hétvégék során nincsenek kedvezmények	igen
Célcsoportok szerint: • kor szerint (fiatalok, nyugdíjasok) • csoportos jegyvásárlás esetén	igen
Tartózkodás tartama szerint: óra, nap, hétvége	igen
A tartózkodás gyakorisága szerint: törzsvendégek	igen
Értékesítési forma szerint: utazásszervezőnek	igen
Értékesítés mennyisége szerint: (iskolás) csoportok számára	igen
Kedvezmény hazai állampolgárnak („kettős” ár – külföldi és belföldi ár)	nem
Kedvezmény a településen élők számára	igen

A fentiekből adódóan látszik, hogy a Fürdő szolgáltatásai iránt érdeklődő vendégek eddigénél magasabb minőségű kiszolgálására, és az ide érkező gyógyulni kívánó idősebbek, illetve a kikapcsolódni vágyó családok, házaspárok, baráti társaságok fogadására épít. A szolgáltatások kialakítása erősen ár- és minőség-érzékeny, hiszen ha nincs mögötte erős technikai és humán háttér, a vendég a közeli nagyobb fürdőket, illetve a szabadidős komplexumokat választja.

8. Kockázatkezelési terv

A kockázatok a projekt velejárói, melyek menedzselése döntő szerepet játszik a beruházás és a majdani üzemeltetés sikerében, és ehhez olyan szervezeti keretekre van szükség, amelyben a külső körülményekből és a belső működésből adódó bizonytalanságokat azonosítani, értékelni és minimalizálni lehet – mindezt a lehető legalacsonyabb ráfordítások mellett.

A kockázatkezelés folyamata:

- részfeladatok meghatározása, majd a veszélyeztetett értékek, kockázatnak kitett eszközök, tevékenységek feltérképezése;
- a kockázati tényezők, veszélyforrások feltárása, elemzése, csoportosítása;
- a kockázati tényezők hatásainak elemzése;
- kockázatkezelő akciófeladatok és -csomagok tervezése kockázati típusokra illesztve;
- a legjobb kockázatkezelési módszerek kiválasztása;
- a kiválasztott kockázatkezelési módszerek végrehajtása;
- monitoring, a program továbbfejlesztése.

Kockázatkezelés módszerei:

- kockázat kiszűrése;
- az ok(ok) megszüntetése;
- biztosítás megkötése;
- kár megelőzése (prevenció), a kockázat megszüntetésére irányuló offenzív magatartás;
- „önbiztosítás” - tartalékolás, a kockázat belső kiegyenlítése;
- felelősök kijelölése, szakértők alkalmazása.

A projekt kockázatainak elemzése és kezelése

Kockázat megnevezése, ismertetése	Bekövet- kezés valószínű- sége (1: kicsi, 5: nagy)	Követ- kezmény súlya (1: kicsi, 5: nagy)	Kockázatkezelés módja	Felelős
Műszaki kockázatok				
A nem elég körültekintő tervezés, a lebonyolítás során műszaki és munkaszervezési problémákat okozhat.	1	3	Ellenőriztetni kell a terveket. A tervezők referenciái biztosítékot nyújtanak a pályázó számára.	Tervellenőr
A kivitelező késedelmes és nem megfelelő minőségű munkája. A kivitelező, aki gyakran alvállalkozókkal végezteti el az egyes munkaszakaszokat, illetve jelenleg is munkaerőhiánnyal küzd, nem minden esetben tudja teljesíteni a vállalásait. Az időbeni csúszásokért és a minőségi hibákért csak a szerződésben meghatározott feltételekkel vállalja a felelősséget.	3	2	Ennek kezelésére a következő technikák alkalmazhatók: ✓ Megfelelő referencia megkövetelése; ✓ Jó teljesítési és jótállási garancia kikötés; ✓ Műszaki és pénzügyi ütemterv, organizációs terv készítésének előírása; ✓ Késedelmi kötbér.	Az építési munkákat a műszaki menedzser és a műszaki ellenőr fogja felügyelni.
Kedvezőtlen időjárás akadályozza a kivitelezési munkákat. A projekt nem valósulhat meg a tervezett ütemezés szerint, ami akadályozza a komplexum működésének időbeni megkezdését, és bevételkiesést okoz – különösen érvényes ez, ha nyári hónapok esnek ki.	3	3	Olyan kivitelező kerül kiválasztásra, amely vállalja, hogy kedvezőtlen időjárási viszonyok között is alkalmazható technológiát alkalmaz. Időtartalék betervezése szükséges.	Közbeszerzési szakértő, műszaki ellenőr

A kivitelezés során a kivitelező/szállítók nem tartják be a vállalt határidőket. A kivitelezés és a projekt befejezése elhúzódik, így a Fürdő nem tud a tervezett időben kinyitni, ami bevétel-kiesést és költség-növekedést okoz.	3	2	A kivitelezővel kötött vállalkozási szerződésben a befejezés csúszása miatt olyan kikötéseket kell meghatározni (kötér), amelyek fedezik a pályázó a projekt tervezettek szerint történő lezárásának elmaradásából származó kockázatát.	Műszaki menedzser és a műszaki ellenőr
A létesítmény vagy az eszközök meghibásodása, a (külföldi) eszközök hosszadalmas beszerzése (járvány, illetve háborús helyzet idején előfordulhat) vagy pótlása.	2	2	A vállalkozói szerződésbe garanciális elemek kerüljenek beépítésre. Megfelelő kapcsolat kiépítése az eszközök szállítóival, karbantartóival.	Műszaki és pénzügyi menedzser, cégvezető
Jogi kockázatok				
A megvalósítás ideje alatt változnak a kapcsolódó törvények, jogszabályok, szabványok, esetleg a fürdőminősítési rendszer.	1	3	A jogszabályok változásának figyelése, folyamatos egyeztetés és jó kapcsolat fenntartása a hatóságokkal, a minősítést végző szervezettel (Magyar Fürdőszövetség).	Jogász, cégvezető
Társadalmi kockázatok				
Lakosság, illetve a Mezőberényben és környékén működő többi vállalkozás nem megfelelő tájékoztatása a helyi közvélemény részéről ellenállást válthat ki, mely hátráltatja a munkák előrehaladását.	2	3	Lakossággal és a leendő szakmai partnerekkel folytatott kommunikáció, folyamatos információátadás, környezetkímélő és lehetőleg rövid beruházási időszak. Munkahelyteremtés és üzleti lehetőségek (pl. beszállítási lehetőség) hangsúlyozása.	Marketing-igazgató, cégvezető

Pénzügyi-gazdasági kockázatok (beruházás)				
Nem várt költségek merülnek fel a megvalósítás során, vagy a beruházási költségek tovább nőnek – az elmúlt évek tapasztalatai alapján erre van esély. A tervezettnél nagyobb önerő-szükséglet miatt a Projektgazdának likviditási problémái adódhatnak, ezért többletforrások bevonására lehet szükség.	2	3	A projekt költségvetése reális, megalapozott m ² -árral számol, emellett a készítendő üzleti terv gazdasági számításait inkább biztonságosan, semmint túlzottan optimistán kell végezni. Ennek ellenére folyamatosan vizsgálni kell a pénzügyi terv realitását és a költségtényezők várható alakulását az áremelkedések tükrében. A kivitelező (és egyéb beszállítók) gondos kiválasztásával és körültekintően megkötött vállalkozási és szolgáltatási szerződésekkel csökkenthető a költségnövekedésből adódó rizikó esélye.	Pénzügyi tervező, közbeszerzési szakértő, műszaki ellenőr, cégvezető
A kivitelező tönkremegy. Tapasztalati adatok alapján komoly kockázatot jelent a kivitelező csődje. Ebben az esetben a kivitelezés késedelmétől egészen a hosszadalmas peres eljárásokig sok bonyodalom jelentkezhet.	1	4	A bekövetkezés valószínűsége úgy csökkenthető, ha a kivitelező részletes, szigorú alkalmassági – likviditási, referencia, szakmai – kritériumok alapján kerül kiválasztásra.	Közbeszerzési szakértő, műszaki ellenőr, cégvezető
Pénzügyi-gazdasági kockázatok (üzemeltetés)				
A pótlási költségek a tervezettnél előbb jelentkeznek.	3	2	Szigorú műszaki ellenőrzéssel elkerülhető a silány anyagok használata. A Projektgazda megelőlegezi az előrehozott pótlási költségek forrásigényét, illetve gondos gazdálkodással a projekt korábban is ki tudja termelni a pótlási költségeket.	Műszaki ellenőr, műszaki menedzser

A Fürdőben a tervezett vendégszám növekedése és az árbevétel nem a terveknek megfelelően alakul.	3	2	Időről időre vonzó csomagok összeállítása, valamint költséghatékony marketing eszközök alkalmazása (pl. on-line marketing, study tourok, szoros együttműködés az MTÜ-vel, célzott hirdetések, TV-műsorok, stb.) – Id. marketingstratégia, ill. a projekt marketing költségvetését megemeli az üzemeltető, így intenzívebb értékesítést folytat, és ezzel növeli az árbevételt.	Marketing menedzser, marketingigazgató
A működési költségek közül meghatározóak a rezsiköltségek, százalékos nagyságuk jobban növekszik a bevételekhez képest	1	2	Az üzemeltető korábbi beszerzési tapasztalata versenyképes beszerzési árakat biztosít. Az energetikai korszerűsítések (termálenergia hasznosítása), a modern gépészeti rendszer kialakítása által biztosítható a fűtés és az áram költségeinek mérséklése.	Gépésztervező, műszaki ellenőr, cégvezető
A bérek emelkedésének üteme meghaladja a várt mértéket.	2	3	Munkaszerződések tudatos, előrelátó megkötése, illetve egyéb költségek csökkentése a magasabb bértömeg kigazdálkodása érdekében – mivel dolgozók jó életszínvonalának biztosítása minden vállalkozás társadalmi célja is egyben.	Üzemeltetési igazgató, cégvezető

Intézményi kockázatok				
A projektet támogató (együttműködő) partnerek és a projektgazda közötti kapcsolat megromlik.	1	2	Folyamatos kommunikáció az érintettek közt kezdetben a projektmenedzsment, majd az üzemeltető segítségével.	Marketing menedzser és marketingigazgató
Közigazgatási/üzemeltetői változások.	2	1	Megfelelő feladat- és illetékességi kör átadással áthidalható a változás.	Cégvezető
A feladat meghaladja a projektmenedzsment képességeit.	1	2	A projektmenedzsment feladatok ellátására a projektgazda jelentős tapasztalattal rendelkező szakembereket, illetve külsős céget választ. A feladatok és felelősségi körök külön pontosításra kerülnek. Szükség esetén akár változtatni is lehet a projektmenedzsment személyén, ami új, felkészültebb, kompetensebb szakemberek bevonását jelenti.	Cégvezető
A megvalósítás során előkerülhetnek olyan előre be nem tervezett feladatok, költségek, amelyek a megvalósításban résztvevők között konfliktusok kialakulásához vezethetnek.	2	2	Részletes feladatmegosztásban való megállapodás, következetesen alkalmazott eljárásrend, rendszeres ellenőrzés. A projekt kezdetétől folyamatos tájékoztatás, egyeztetések, megbeszélések szervezése (pl. kooperáció, projektmenedzsment-team meeting). Szervezeti tevékenységekre vonatkozó visszacsatolások. A projektgazda komoly fejlesztési tapasztalatával képes lesz az ilyen problémák kezelésére.	Cégvezető

