

MARTYIN ZITA* – BOROS LAJOS**

A TURIZMUS SZEREPE MÓRAHALOM FEJLŐDÉSÉBEN

TOURISM AND LOCAL DEVELOPMENT – THE CASE OF MÓRAHALOM

ABSTRACT

Nowadays tourism can be a key element of urban and regional competitiveness. It could boost the development of cities and regions through enhancing incomes and employment. Furthermore, tourism also helps to raise the quality of life.

Our aim is to present that with adequate planning and developments a less-known town can become a tourist attraction, too. Of course, the planning and development processes must take into consideration the local characteristics. The paper presents the case of Mórahalom, which is a small town in Southern Hungary. Mórahalom one of the most dynamic towns in its region: once a farm center became a tourist attraction with rapidly growing number of visitors. Few decades ago agriculture was the main economic sector in the area but after massive investments into Spa industry. These investments accelerated the development of Mórahalom and quickly restructured its local economy and society, too. First, local people have started to offer lodgments for tourist then a guesthouse and a four star hotel have opened in the town. Our paper is based on the content analysis of local media and development documents, survey and statistical analysis of the database of the guesthouse. According to our results the visitors are pleased with the Spa and the services offered in Mórahalom. Most of them plan to return in the future.

1. Bevezetés

A turizmus a modern társadalmak életében egyre meghatározóbb szerepet tölt be, hiszen ez a szabadidő eltöltésének elsődleges formája. Éppen ezért fontos hazánkban is építeni erre a folyamatosan erősödő szektorra, hiszen a turizmus pozitív hatásai számos területen érvényesülnek, nemcsak nemzeti vagy regionális, hanem települési szinten is.

Magyarországon is egyre többen szorgalmazzák a turizmus előnyeinek kihasználását. Mórahalom, mely hagyományos mezőgazdasági kisváros volt, felismerte, hogy szükség van a korábbtól eltérő ágazatok fejlődésére is ahhoz, hogy egy sikeres település alakuljon ki. A termálvízadottságot kihasználva, fürdőfejlesztésbe kezdtek, majd egészségközpontt létesítettek, melyeknek köszönhetően fellendült az egészségturizmus a településen. Az utóbbi évtized fejlesztéseinek köszönhetően a Dél-alföldi régió egyik legdinamikusabban fejlődő kisvárosa, de országos szinten is példaértékű, aminek elismerésére 2004-ben elnyerte a Magyar Urbanisztikai Társaság Hild János díját.

Célunk Mórahalom példáján keresztül bemutatni, hogy tudatos tervezéssel és az adottságok kihasználásával egy rövid múltra visszatekintő településen is jelentős turisztikai forgalmat lehet kialakítani. Tanulmányunkban arra a kérdésre keressük a választ, hogy mik a turizmus alapú területfejlesztés lehetőségei, melyek más települések számára is hasznosak lehetnek és vannak-e esetleg korlátai? Mórahalom jó példa arra, hogy a folyamatos fejlesztéssel mennyire felvirágozhat akár egy kis város turizmusa is.

* PhD-hallgató, SZTE Földtudományok Doktori Iskola, Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék.

** Egyetemi adjunktus, SZTE TTIK Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék.

2. Alkalmazott módszerek

Kutatásunkban az általános folyamatok, a turizmus pozitív gazdasági hatásainak bemutatása érdekében, feldolgoztuk és elemeztük a hazai szakirodalmat. Mórahalom fejlődésének bemutatása során a KSH adatait és az Önkormányzattól kapott statisztikai adatokat elemeztük, valamint a helyi média anyagait használtuk fel tartalomelemzés céljára. A város turizmus alapú fejlődésének részletesebb elemzéséhez empirikus kutatásunkban Mórahalom két fő turisztikai színterét, a gyógyfürdőt, valamint a Thermál Panziót vizsgáltuk meg. 2010. július 15–19. között kérdőíves felmérést végeztünk az Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdőben, ahol elsősorban arra voltunk kíváncsiak, az ide látogatók hogyan ítélik meg a mórahalmi fürdőt, miért épp ebben a kisvárosi fürdőben töltik szabadidejüket. Naponta 50 ember megkérdezése volt a cél, a kor és a nem kiválasztása véletlenszerűen történt, a válaszadás pedig természetesen önkéntes volt. Így az 5 nap alatt 255 értékelhető kérdőívvel sikerült elkészülni. Az elkészült kérdőívek elemzése során összehasonlításként felhasználtuk a fürdő 2008-as kérdőíves felmérését is. A Thermál Panzió esetében feldolgoztuk a látogatói statisztikákat, és azok alapján következtetéseket vontunk le a város turisztikai vonzáskörzetére vonatkozóan.

3. A turizmus szerepe a területfejlesztésben

3.1. A turizmus főbb folyamatai

KA turizmus a világgazdaság egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata. A WTO adatai alapján 1950-ben a nemzetközi turistaérkezések száma 25,3 millió fő volt, míg 2008-ban már elérte a 904 milliót,¹ a nemzetközi turizmus bevételei pedig a 642 milliárd eurót. Európa szerepe hagyományosan jelentős a világ turizmusában, hiszen a globális bevételek több mint felét adja: 322 milliárd eurót.² A turizmus motivációi az évek során természetesen sokat változtak, de napjainkban is az üdülés, pihenés, rekreáció állnak az első helyen, kb. 50%-os részesedéssel. Ez kedvezően hat Magyarország turisztikai helyzetére és lehetőségeire, hiszen főként ezen a téren tudunk vonzó lehetőségeket kínálni az ideérkező látogatók számára.³

A globális keresleti trendek fontos eleme, hogy az idősök részvétele a turizmusban rohamosan nő. Ehhez kapcsolódóan nő a kényelem és biztonság iránti igény, valamint a kényelmes közlekedési formák iránti kereslet. De erősebb az igény a nyugodtabb kikapcsolódásra, nő a személyre szabott, egyedi termékek iránti kereslet is. Mivel az idősök inkább főszezonon kívül utaznak, mert nem szeretik a tömeget, valamint szabadidő bármikor a rendelkezésükre áll, ezért az idősök növekvő részvételének a turizmusban szezonális csökkenő hatása is van.⁴ Az egészségtudatosság, mint nemzetközi trend, hazánkban is egyre több embernél tapasztalható. Bár csökkent az emberek szabadideje, a vásárlóerejük nőtt az elmúlt évtizedekben, így hajlandóak (és képesek) nagyobb összegeket is költeni arra, hogy javítsanak egészségi állapotukon.⁵

A kínálati trendeknél elmondható, hogy a hagyományok felkarolása jelentős turisztikai vonzerőt jelenthet a látogatók számára, ugyanakkor a helyi lakosok jólétét is emeli, a közösséget szorosabbá fűzi.⁶ A fogyasztók hatalmának növekedése rákényszeríti a vállalkozásokat, hogy fogyasztóorientálttá váljanak, mely a turisztikai kínálat minőségének javulását és sokszínűségét eredményezi.⁷

3.2. A turizmus gazdasági hatásai

A turizmus gazdasági hatásai elsősorban a turisták által elköltött pénzen keresztül vizsgálhatóak. A Magyar Nemzeti Bank adatai szerint 1998-ban hazánkban az ágazatból származó devizabevétel 2,5 milliárd USD volt,⁸ 2001-ben pedig már 4,4 milliárd USD. A statisztikák alapján az egy főre jutó költés a tartózkodási idővel, az igénybe vehető szolgáltatások minőségével és mennyiségével arányosan növekszik. A tudatos tervezéssel végzett turizmusnak éppen ezért több pozitív hatása is megfigyelhető egy adott településen. Ilyen a turizmus multiplikátor hatása, amely azt jelenti, hogy a turisták kiadásai jövedelmet nyújtanak a szolgáltatóknak és ez a hatás a gazdaságban továbbgyűrűzve egyre nő. Szintén pozitív hatás a magasabb árszínvonal: a turistaszezonban emelkednek az árak, hogy a szolgáltatók megtermeljék éves jövedelmüket. Minél szélesebb a turistaszezon, annál kevésbé kell megemelni az árakat, ami pedig a látogatók számára kedvező. Ezért érdemes szezonaritást csökkentő télen-nyáron igénybe vehető szolgáltatásokat kialakítani. A következő pozitív hatás a foglalkoztatásban mutatkozik meg: a turizmus munkahelyteremtő szektor. A turizmus jótékony hatással lehet a gazdasági szerkezetre, mert további fejlődéseket indukál és a helyi lakosság jólétéhez is hozzájárul.⁹ A hazai gazdaságfejlesztés éppen ezért potenciális sikerágazatnak tekinti a turizmust, hiszen egyszerre több cél elérését is szolgálja: munkahelyteremtés, fizetési mérleg javítása és területfejlesztés.¹⁰

A megfelelő turisztikai fejlesztések gyökeres fordulatot hozhatnak egy-egy település életében. Jó példa erre Mórahalom, hiszen húsz évvel ezelőtt még senki nem tekintett rá, mint turisztikai célpontra, 2009-ben pedig már kb. 35 ezer vendégéjszakát tudhatott a magáénak, mellyel Csongrád megye 2. legnépszerűbb desztinációja.¹¹ De természetesen fejlődési útja nem egyedülálló az országban, hasonló példát jelent a Szatmár-Beregi síkságon elhelyezkedő Vásárosnamény, amely hosszú időn át mezőgazdasági terület volt, mára azonban számottevő sikereket ér el a turizmus területén, miközben a hagyományos mezőgazdaság visszaszorult.¹² A másik jó példa Kehidakustány, mely az 1990-es évek közepén a csőd szélére sodródott, ám a fürdőfejlesztésnek köszönhetően sikerült megfordítania a kedvezőtlen folyamatokat.¹³

3.3. A turizmus kapcsolata a területfejlesztéssel

A területfejlesztés és a turizmus kapcsolatáról (annak irányairól, jellegéről, jelentőségéről) a felfogásbeli különbségek miatt megoszlanak a szakmai vélemények. Aubert A.¹⁴ szerint a szolgáltatásokra koncentrált gazdaságokban a területfejlesztés és a turisztikai fejlesztés erősen összekapcsolódik. Az integrált fejlesztés szükségességét alátámasztja a már említett multiplikátor hatás, hiszen a turizmus kihat az egész társadalmi-gazdasági rendszerre. Péteri L.¹⁵ véleménye, hogy a turizmus „tipikus ágazatközi-, tárcaközi- és nemzetközi tevékenység”, amely szoros kapcsolatban van a területfejlesztéssel, területrendezéssel. Michalkó G.¹⁶ is az interszektorális jelleget emeli ki, amiből fakadóan a turizmus nem csak eszköze a területfejlesztésnek, hanem profitál is belőle. Hanusz Á.–Pristyák E.¹⁷ szatmár-beregi térségben végzett kutatásai is azt a következtetést vonták le, hogy a turizmusnak jelentős területfejlesztő hatása van, mely széles körben megfigyelhető. Csordás L.¹⁸ Alföldön végzett kutatásai is azt bizonyítják, hogy a turizmus az egyik eszköze lehet a terület- és településfejlesztés, valamint a vidéki térségek megújításának. Álláspontunk szerint a turizmusnak nem csak következménye lehet a területfejlesztés, hanem oka is, ugyanis az attrakció megléte nem elegendő a turizmushoz. Azaz egy szoros kölcsönhatás van a két terület között, és nem lehetséges prioritási sorrendet megállapítani. A településfejlesztés az idegenforgalom szükséges feltétele, hiszen csak akkor alakul ki a motiváció

egy terület iránt, ha ott fejlett infra- és szuprastruktúra van, megfelelő a közbiztonság, a higiéniai körülmények és az intézményrendszer. Éppen ezért a településfejlesztési programokban a turizmust gyakran a területfejlesztés szempontjából legfontosabb prioritások közé sorolják.

4. Mórahalom fejlődésének történeti háttere

Mórahalom Csongrád megye déli részén, Szegedtől 20 km-re az 55-ös főút mentén helyezkedik el. A város sokáig nem élvezte a turizmus fentebb bemutatott pozitív hatásait, hiszen az ágazat kialakulása a településen hosszú, és sajátos fejlődési út eredménye. Fejlődési útja figyelemre méltó, hiszen 120 éve még nem is létezett, mint önálló település, ma pedig már saját vonzáskörzettel rendelkező kistérségi központ, Csongrád megye egyik legvonzóbb turisztikai célterülete.

Az 1960. évi népszámlálás adatai szerint Mórahalom lakossága 6142 fő volt, ebből a belterület lakossága 1799 fő.¹⁹ A lakosság szám jelentősen nem változott inntől kezdve, azonban a megoszlás a fordítottja lett. 2008-ban az 5948 főből 4417 a belterületi és csak 1531 fő a külterületi lakos. A legfrissebb adatok szerint (2011. 01. 01.) jelenlegi lakosainak száma 6090 fő.²⁰

A hatvanas évekbeli erősen mezőgazdasági jellegét mutatja, hogy az akkori 6142 főből 4895 földművesként dolgozott. Ma már jóval differenciáltabb a foglalkoztatási összetétel, hiszen a turizmusnak jelentős munkahelyteremtő és gazdaság szerkezet-átalakító hatása volt. A település mezőgazdaság-orientáltságról turizmusorientáltságra való átállását jól tükrözi például, hogy a szakiskola mezőgazdasági segédmunka képzésről átállt a turisztikai szektor szolgálatába (falusi vendéglátók képzése – falusi turizmus; masszörképzés – gyógyturizmus). A fejlődés közigazgatási változásokkal is összekapcsolódott: Mórahalom 1970-ben nagyközséggé, 1984-ben városi jogú nagyközséggé, majd 1989. március elsején várossá nyilvánították.²¹

5. Mórahalom turizmusa és fejlesztései

5.1. Intézményi háttér

Ahhoz, hogy tervszerű és szervezett turizmusfejlesztés kezdődhessen egy településen, szükség van megfelelő intézményi háttér kialakítására.²² Ennek érdekében 1996-ban megalakult a Turisztikai Egyesület, melynek célja volt, hogy Mórahalom is bekapcsolja a turizmus piacába, mint turisztikai célterületet. A következő évben – Csongrád megyében harmadikként – Tourinform Irodát alakítottak ki. A város 1999 óta képviselteti magát az utazás-kiállításokon is, hogy a potenciális látogatókat tájékoztassák az itt igénybe vehető szolgáltatásokról. Néhány év alatt tehát létrejöttek azok az intézmények, amelyek az idegenforgalom szervezésében, a vonzerők bemutatásában kulcsfontosságúak.

5.2. Mórahalom természeti vonzerői

Természetesen Mórahalom legnagyobb turisztikai vonzerejét a városközpontban lévő gyógyfürdő jelenti, de nem ez az egyetlen érdemleges látnivaló. A környék természeti értékei is vonzóak, mely fontos szerepet játszhat abban, hogy komplex turisztikai terméket kínáljon Mórahalom a város iránt érdeklődő turistáknak. A külterület növényvilága rendkívül gazdag, a semlyékek országos növényritkaságokkal van teli, hogy csak az orchideákat, az egyszínű virágot, a kardvirágot, vagy a kornics tárnicsot említsük. Mórahalom környéke

Csongrád megye botanikai szempontból legjobban kutatott területe.²³ Ökoturisztikai szempontból a legértékesebb területek a védett Csipaki semlyék, Tanaszi rét, Madarász-tó, Nagyszéksós-tó és a Csodarét. Mórahalmon és környékén hét féle túraútvonalat alakítottak ki és 3 kiépített tanösvényt létesítettek. Külön kiemelendő az ún. Bölömbika-tanösvény, mely a madármegfigyelésen kívül a Mórahalmon lévő egyedülálló bivalyrezervátum látogatását is tartalmazza. A bivalyrezervátum 2008 nyarán létesült azzal a céllal, hogy a bivalyok természetes úton rendbe hozzák a kiszáradt nagyszéksósi-tavat, ugyanis ezek az állatok lerágnak a nádat, ezzel hozzájárulnak a terület rekultivációjához. A látványosságként is szolgáló rezervátum 47,5 millió Ft-os támogatásból és 2,5 millió Ft önerővel valósult meg.

5.3. A gyógyfürdő fejlődési útja

Az első termálkutat – mely jelenleg is üzemel – 1960-ban fúrták a településen. Erre alapozva 1964. szeptember 5-én megnyílt az állandó (téli-nyári üzemű) fürdő. A fürdő bővítését 1986-ban Kószó Dezső 2 millió Ft-os adománya indította el, ennek köszönhetően megépült a 33,3 x 21 m-es 2 méter mély úszómedence.²⁴

A tervszerű és nagyobb léptékű fejlesztések azonban csak 1999-től indultak meg. Ez év októberében a régi épülethez egy fedett szárnyat építettek, melyben kialakítottak egy tanmedencét és egy gyógymedencét. A 2001-ben elnyert pályázati összegek további fejlesztéseket tettek lehetővé (1. táblázat).

1. táblázat. 2001-ben a mórahalmi fürdőfejlesztésre elnyert pályázatok

Table 1. Financial aids for spa development at Mórahalom in 2001

A pályázat neve	Elnyert összeg	Önerő
Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési alprogram	82,5 millió Ft	80 millió Ft
PHARE	150 millió Ft	50 millió Ft

Forrás: www.morahalom.hu

E támogatásoknak köszönhetően 2002-ben elkészült a kültéri úszómedence új csempiburkolata és modern vízforgató-rendszere. Ugyanebben az évben a létesítmény – országosan 41.-ként – megkapta a gyógyfürdő minősítést. Egy új, 3 szintes épület is elkészült 2003 őszén, ekkor ismételen nőtt a medencék száma, valamint az igénybe vehető szolgáltatások mennyisége és minősége. A fejlesztések ezután sem torpantak meg, sőt: 2004 májusában az eddigi legnagyobb medencebővítés következett be: átadták a családi csúszdás medencét, a csúszdás gyermek- és bébipancsolót, valamint az élmény- és tanmedencét.

Az arculatváltás következtében 2004. július 2-án a komplexum új nevet kapott, innentől nevezik Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdőnek. 2005-ben átadták a rendezvénymedencét, melyre a DARFT határozata alapján Mórahalom 37 millió Ft vissza nem térítendő támogatást nyert. A fejlesztéseknek köszönhetően a fürdő összes vízfelülete elérte a 2200 m²-t, befogadó kapacitása pedig a 4700 főt. A Magyar Fürdőszövetség Minősítő Rendszere alapján gyógyfürdő kategóriában 2006-ban a legmagasabb, 4*-os minősítést érdemelte ki.

A kisebb volumenű fejlesztések 2007-től sem maradtak el. A földszinti finn szauna mellé új csobbanó medencét és pihenőt építettek, majd egy új összekötő épület került kialakításra. Az összekötő épület külső oldalán egy wellness medence is létesült, mely egész évben várja a vendégeket. 2007 szeptemberében átadták az Egészségházat, amely szintén nagyrészt pályázati támogatásból létesült. Ugyanezen évben, a 2004-ben fúrt új termálkút vizét is gyógyvízzé minősítik, a 67,5 °C-os víz a teljes komplexum fűtése mellett Mórahalom középületeinek fűtését is ellátja.²⁵

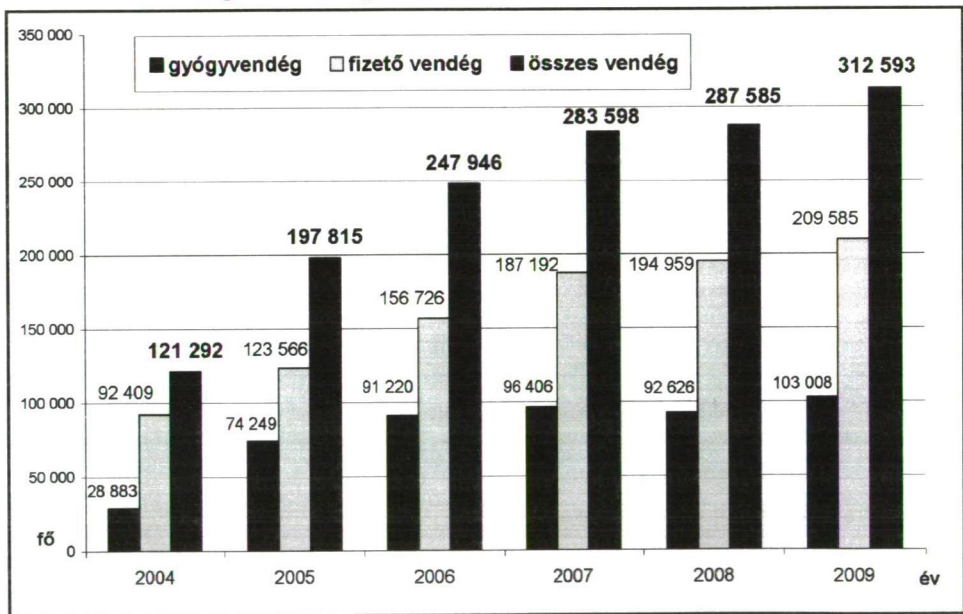
2008-ban újabb nagy léptékű, 880 milliós fürdőfejlesztésbe kezdett a város, melyhez az

Új Magyarország Fejlesztési Terv Dél-Alföldi Operatív Programja 50%-os támogatást nyújtott. A térségben egyedülálló fedett baba-mama barát fürdőszárny átadására 2010 októberében került sor, melynek köszönhetően a fürdő vízfelülete újabb 400 m²-el, területe pedig 3000 m²-rel bővült. A többszintes kalandmedence, a gyermek- és bébipancsoló, a két fedett csúszda, a termál ülőmedence, a jacuzzi, a kneipp-medence, a jégkása kút és a szaunavilág nem csak a forgalmat növeli, hanem a szezonaritást is csökkenti a településen. A fejlesztéssel párhuzamosan egy háromszintes kistérségi járóbeteg-szakellátó központ kialakítására is sor került.

A fejlesztések hatására jelentősen nőtt a fürdő vendégforgalma. A gyógyvendégek körében 2004 és 2005 között figyelhető meg ugrásszerű létszámnövekedés, ennek okai a 2004-es medencebővítések, az épületben megnyíló számos masszázs-szolgáltatás igénybevételenek lehetősége és a Panzió megnyitása, mellyel a gyógyulni vágyó vendégeknek lehetősége van hosszabb ideig is a fürdő közvetlen közelében megszállni. Míg 2004-ben még csak kb. 121 ezer látogatója volt a fürdőnek, addig 2009-re ez már meghaladta a 312 ezer főt, vagyis 5 év alatt közel háromszorosára nőtt a vendégforgalom (1. ábra).

1. ábra. A mórachalmi fürdő vendégforgalmának alakulása 2004 és 2009 között

Figure 1. Changes of arrivals at the Spa (2004–2009)



Forrás: Mórachalom Város Önkormányzatának adatai alapján saját szerk.

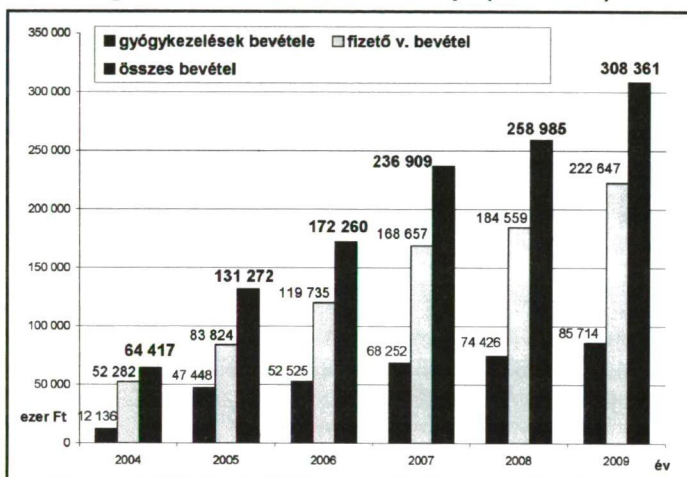
Mindez 2004-ben több mint 64 millió 400 ezer Ft bevételt jelentett, míg 5 évvel később már a 308 millió 300 ezer Ft-ot is meghaladta a fürdő bevétele. Ez azt jelenti, hogy a bevételek az 5 év alatt nemhogy háromszorosára, hanem közel 5-szörösére nőttek (2. ábra).

Az évek során a fejlesztésekkel párhuzamosan a belépőjegy árak is jelentős változáson mentek keresztül. A felnőtt jegy 1999-ben 180 Ft, a diák/nyugdíjas 150 Ft, a családi jegy – 2 felnőtt és 1 gyermek – pedig 540 Ft volt. 2009-ben a felnőtt jegy már 1500 Ft, a diák/nyugdíjas jegy 1100 Ft, a családi jegy pedig 3700 Ft. 2011-ben is emelkedtek valamelyest az árak, de a hatalmas szolgáltatásbővüléshez képest ez nem jelentős. Az emelésekhez hozzájárul természetesen a 10 év alatt bekövetkezett infláció is, de fő oka a jelentős szolgáltatás-bővülés.

Az áremelkedések ellenére országos viszonylatban Mórahalom még mindig az olcsó fürdők közé tartozik, különösen, ha figyelembe vesszük az egyes versenytársaknál elérhető szolgáltatásokat is. A vetélytársak összehasonlítása természetesen nehéz, hiszen minden fürdő más-más szolgáltatásokat kínál, de az Erzsébet Gyógyfürdő például a cserkeszőlői és a dávodi strandnál is több szolgáltatást nyújt, jegyár tekintetében mégis olcsóbb náluk. A szegedi Napfényfürdő ugyan egy jóval magasabb szintet képvisel, azonban a Mórahalomra érkezők szempontjából fontos motiváció lehet, hogy itt bár kevesebb szolgáltatást kapnak, mindenképp megfizethetőbb az itteni fürdő.

2. ábra. A fürdő bruttó bevételének alakulása 2004–2009 között

Figure 2. Gross revenues of the Spa (2004–2009)



Forrás: Mórahalom Város Önkormányzatának adatai alapján saját szerk.

A fellendült turizmus elengedhetetlen feltétele az elsődleges szuprastruktúra jelenléte, ez foglalja magában a szálláshelyeket és a vendéglátóhelyeket. Mórahalmon igen szegényes volt a szálláskínálat, mára azonban ez is jelentősen megváltozott. 2000-ben még csak 3 család foglalkozott magán-szállásadással, míg 2009-ben már közel 80.²⁶ A szálláshelyek száma 2001 és 2009 között több mint tízszeresére, a férőhelyeké 38-ról 682-re nőtt. A jelentős férőhely-bővülésre úgy tűnik szükség is van, ugyanis 2008-ban 35 734 vendégéjszakát tölthettek el a városban, amivel Mórahalom a megyei rangsorban a második hely. A vendégéjszakák után befolyó idegenforgalmi adó nagysága is jelentősen nőtt (2. táblázat).

2. táblázat. A város idegenforgalmi adóbevételének alakulása 2001–2009

Table 2. Tourist tax revenues in Mórahalom (2001–2009)

Évek	IFA bevétel (Ft/év)
2001	1700
2002	17 800
2003	612 500
2004	1 515 100
2005	3 657 300
2006	5 137 500
2007	6 344 800
2008	8 724 800
2009	8 660 000

Forrás: Mórahalom Város Önkormányzatának adatai alapján saját szerk.

Figyelemre méltó, hogy 2001 és 2008 között több mint 5000-szeresére emelkedtek az idegenforgalmi adóbevételek! A 2009-es év ugyanakkor kisebb csökkenést mutat, mely a gazdasági világválság negatív hatásainak és a sokszor csapadékos időjárásnak tudható be. A 2003-as évtől a bevételekben megfigyelhető ugrásszerű fejlődéshez hozzájárult a Thermál Panzió megnyitása, mely jelentős idegenforgalmi adóbevételt jelent a városnak.

5.4. Mórahalom turisztikai vonzáskörzete a Thermál Panzió adatai alapján

A 2011-ben nyílt Colosseum Hotel megnyitása előtt Mórahalom egyetlen kereskedelmi szálláshellyel rendelkezett: ez a 3*-os Thermál Panzió, melyet 2002 októberében adtak át. A helyi turizmus dinamikus fejlődését mutatja, hogy míg 2003-ban még csak 580 ezer Ft idegenforgalmi-adóbevételt hozott a városnak, 2008-ban már több mint 4 millió 700 ezer forintot. A panzió adatbázisát felhasználva az volt a célunk, hogy felmérjük, honnan keresik fel a leginkább a várost, illetve a gyógyfürdőt. Az adatok 2008 év végiek, de fontos megjegyezni, hogy a Panzió csak 2007. május óta rendelkezik ezzel az adatbázissal. 2008 év végi adatok alapján 603 különböző településről összesen 6744 új vendéget regisztráltak (a visszatérő vendég nem szerepel az adatbázisban), ebből Budapest 1263 új vendéget adott.

Budapest után a legtöbben Szegedről (220) érkeztek a Panzióba, viszont Csongrád megye a megyei listán csak ötödik. Ennek oka egyrészt az, hogy kevés település van a megyében, kevés a nagy küldő központ. Másrészt pedig jól kiépített a közlekedés Szeged és Mórahalom között, így a sűrű buszjáratokkal fél óra alatt elérhető a város, viszont Csongrád megye messzebbi településeiről már nem biztos, hogy megéri Mórahalomra utazni, hisz sok környező (és jobban elérhető) település rendelkezik saját fürdővel (Makó, Hódmezővásárhely, Szentes). A másik két legtöbb új vendéget küldő település Baranya megyében található: Pécs (214) és Mohács (210), míg Baranya megye a harmadik a küldő megyék listájában. A megyei listát vezető Bács-Kiskun megyéből az első település csak az 5. helyen áll: ez Baja (196) (3. táblázat).

3. táblázat. A panzió küldő településeinek top20-as listája Budapest kivételével

Table 3. The 20 most important tourist sending places according to the guesthouse's database (without Budapest)

Település	Megye	Fő	Település	Megye	Fő
1. Szeged	Csongrád	220	11. Százhalombatta	Pest	73
2. Pécs	Baranya	214	12. Bóly	Baranya	70
3. Mohács	Baranya	210	13. Paks	Tolna	70
4. Szekszárd	Tolna	207	14. Harta	Bács-Kiskun	58
5. Baja	Bács-Kiskun	196	15. Debrecen	Hajdú-Bihar	52
6. Kecskemét	Bács-Kiskun	193	16. Vecsés	Pest	48
7. Székesfehérvár	Fejér	122	17. Dunakeszi	Pest	46
8. Dunaujváros	Fejér	101	18. Jánoshalma	Bács-Kiskun	44
9. Kalocsa	Bács-Kiskun	79	19. Sükösd	Bács-Kiskun	44
10. Érd	Pest	78	20. Kiskunfélegyháza	Bács-Kiskun	42

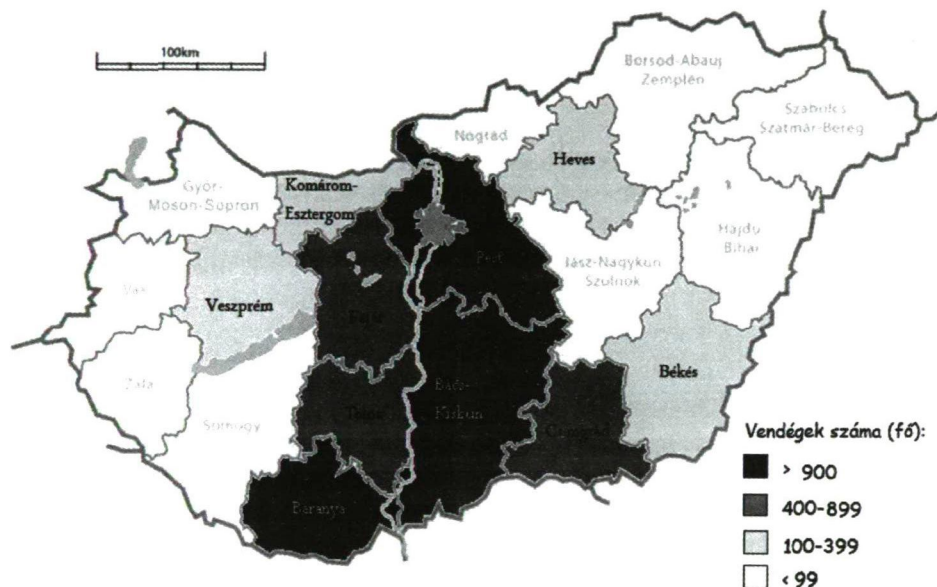
Forrás: Thermál Panzió adatbázisa alapján saját szerkesztés

A 2008. dec. 31-ig a panzióba érkezett új vendégek számát megyénk szerint vizsgálva megállapítható, hogy a három „dobogós” Bács-Kiskun, Pest megye és Baranya megye (3. ábra). Pest megye Budapest kivételével tartalmazza az adatokat, ugyanis a főváros nagymértékben torzította volna a megyei rangsort. Bács-Kiskun megyéből 1203 új fő érkezett a panzióba, ezzel magasan megelőzve a második Pest megyét. Jelentős küldő területnek

mondható még Tolna megye 520 új vendéggel. Szembetűnő, hogy a keleti szomszédos megyékből, valamint Csongrád megyéből kevesen jönnek. Ez persze annak is betudható, hogy aki közel lakik, az csak egy napra látogat el a fürdőbe, és nem tölt el vendégéjszakát a panzióban. A keleti megyék anyagi helyzete is kevésbé kedvező, valamint az ott élők saját megyéjükben is találhatnak jól elérhető és megfizethető árú gyógyfürdőt. A legkevesebben Vas, Borsod-Abaúj-Zemplén és Zala megyéből jöttek.

3. ábra. A panzióba érkezett vendégek megyénkénti megoszlása

Figure 3. Guests of the guesthouse by the county of origin



Forrás: Thermál Panzió adatbázisa alapján saját szerkesztés

5.5. Turizmushoz kapcsolódó egyéb fejlesztések

Ahhoz, hogy ez a város vonzó legyen, nemcsak a fürdő és a szálláshelyek szorulnak folyamatos fejlesztésre, hanem gyakorlatilag a város minden létesítménye. A tájkép szépségéhez ma már egyre nagyobb hangsúllyal járunk hozzá az épített elemek is,²⁷ így fontos ezek fejlesztése, hogy az ideérkező turista pozitív benyomást szerezzen és komfortosan érezze magát. Az integrált turizmusfejlesztés részeként Mórahalmon ezeket sem hanyagolják el, ezt az alábbi példák is jól illusztrálják.

Az általános iskola fejlesztése, bővítése, új tantermek átadása, arculatváltása 2000-ben történt. Középiszkolai résszel is bővítették 2005-ben, hogy minél több ideig maradhassanak a tanulók a városban és a tanulható szakmák is a város turizmusát szolgálják: gyógy-masszáz, fizioterápia, falusi vendéglátás.

Az Aranyszöm Rendezvényházat 2003 szeptemberében adták át, ezzel egy profi felszereltségű, 300 fős színháztermet alakítottak ki a város központjában. A színházi előadásokon, gálakon, koncerteken kívül konferenciáknak is helyet ad. 2011-ben már nyolcadjára rendezték meg a ház udvarában a Homokháti Sokadalmat, mely majdnem kététi programmal, koncertekkel várja az érdeklődőket. Egyre nagyobb számban vonz turistákat a környező településekről, sokan szándékosan ezt az időszakot választják nyaralási idejüknek.²⁸

Mindezek mellett a városban folyamatos a virágültetés, parkszépítés. 2004-ben és 2007-

ben a „Virágos Magyarországért” program különdíjazottja lett.²⁹ A vonzó környezet megőrzése érdekében 2000 óta szelektív hulladékgyűjtés működik a városban, 2009 óta pedig tilos közterületen dohányozni és alkoholt fogyasztani.

Az egészségturizmushoz kapcsolódóan Szent Margit Egészségházat alakítottak ki, számos szakrendelővel, így a városlakóknak, valamint az ideérkező vendégeknek nem kell ezen szolgáltatásokért sem Szegedre vagy más nagyvárosokba utazniuk.

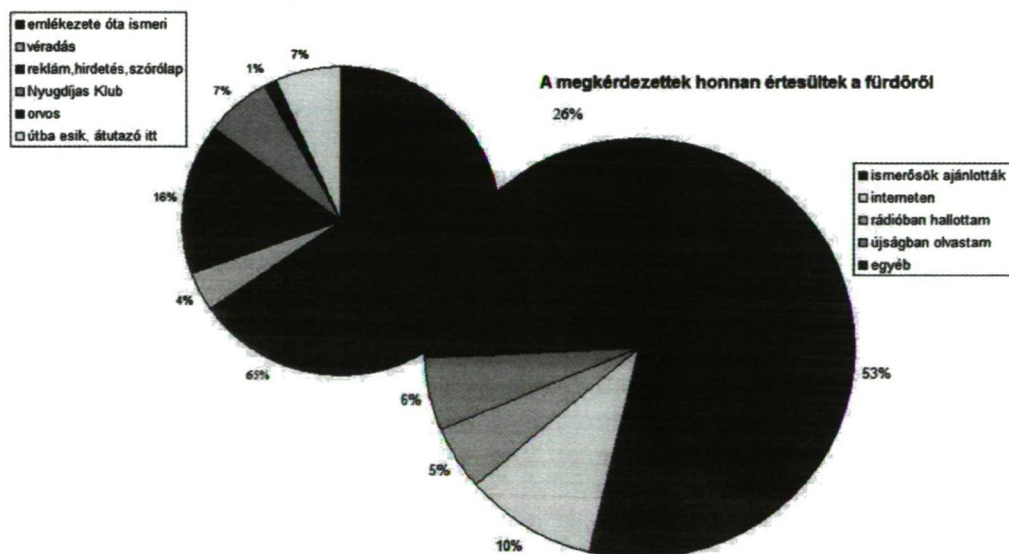
6. A mórachalmi fürdő a vélemények tükrében

Kérdőíves felmérésünkben elsősorban arra voltunk kíváncsiak, hogyan vélekednek a gyógyfürdő látogatói a szolgáltatásokról, az ár-érték arányról, illetve honnan értesültek a mórachalmi fürdőről.

A felmérésből úgy tűnik, az emberek kifejezetten jól érzik magukat a fürdőben. A megkérdezetteknek több mint 63%-a teljes mértékben jól érezte magát, 35% inkább jól és mindössze 4 ember válaszolta azt, hogy inkább nem érzi jól magát. Olyan ember nem volt a megkérdezettek között, aki egyáltalán nem érezte volna jól magát a fürdőben. Akik nem voltak elégedettek, azok közül ketten az építkezésre panaszkodtak (a zaj zavarta őket a nyugodt kikapcsolódásban), egy vendég a hosszú reggeli sorban állás miatt volt elégedetlen, a negyedik válaszadó pedig azért, mert nem kapott beutalót a gyógyvízre, pedig emiatt utazott ide. Kíváncsiak voltunk arra is, a vendégek honnan értesülnek leginkább a fürdőről, melyik reklámforma győzi meg az embereket a legjobban (4. ábra).

4. ábra. A megkérdezettek honnan értesültek a fürdőről

Figure 4. How the visitors heard about the Spa



Forrás: a kérdőíves felmérés alapján saját szerk.

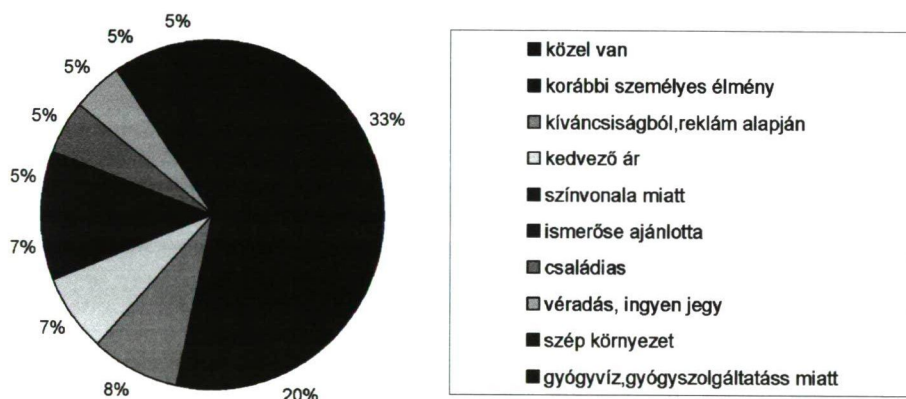
Az eredmény nem meglepő – számos kutatás jutott ugyanerre a következtetésre –, hogy a leghatékonyabb marketingeszköz, amikor az ember saját ismerőseitől, barátaitól kap ajánlást. Ez 53%-ban befolyásolta az ideérkezők döntését. 2 ember kivételével minden megkérdezett ajánlja a fürdőt barátainak, ismerőseinek. Sokan jelöltették be az egyéb kategóriát, amelyen belül elsősorban azt a választ kaptuk, hogy már emlékezete óta ismeri a

fürdőt, helyi vagy környékbeli lakos. Illetve sokan említették a buszokon elhelyezett reklámokat és a különböző szórólapokat is. A megkérdezettek 10%-a az interneten értesült a fürdőről, újságból 6% tudta meg, rádióból pedig mindössze 5%. Sokan több helyről is informálódtak (34-en). Az eredmény hasonló a 2008-ban végzett felméréshez, mely szerint szintén az ismerősök révén informálódtak a legtöbben, illetve magas volt az egyéb kategóriába tartozók száma (néhány tipikus válasz ebből a kategóriából: emlékezete óta ismeri, orvosi beutalót kapott, Nyugdíjas Klubbal jött, stb.).

Hogy miért épp a mórahalmi fürdőre esett a választásuk (5. ábra), arra a legtöbben (79 fő) azt választották, hogy a közelség játszott a legnagyobb szerepet döntésükben. Ennek megfelelően a megkérdezett vendégek közül a legtöbben Szegedről (82-en), Mórahalomról, Szabadkáról, Domaszékről, Bajáról, Röszkéről, Ásotthalomról jöttek. Az első 10 küldő településben csak Budapest nincs a közelben.

5. ábra. A legnépszerűbb okok, amiért a mórahalmi fürdőt választották 2010-ben

Figure 5. The most important reasons choosing the Spa at Mórahalom



Forrás: a kérdőíves felmérés alapján saját szerk.

Sokan korábbi, személyes tapasztalat miatt választották ismét a mórahalmi fürdőt (18%) – ez a motiváció jelentős volt a 2008-ban válaszadók között is (16%).

Többen kíváncsiságból, reklám alapján, illetve a kedvező ár és az ehhez képest magas színvonal miatt jöttek ide. 2008-ban a legtöbben az új medencék miatt jöttek a fürdőbe, ez az ok a 2010-es kérdőívben nyáron még nem jelentkezhetett, hisz az új fürdőszárny csak októberben került átadásra (míg a korábbi fejlesztéseket már megszokták a vendégek, így azok nem számítottak újnak). Nem elhanyagolható azok száma sem, akiknek ismerőse ajánlotta, hogy jöjjen el: 2008-ban 20%, 2010-ben 5%. Sokan voltak, akik azt szeretik, hogy családias a fürdő, hogy szép a környezet. Többen az önkéntes véradás során kapott ingyen jegy miatt jöttek és természetesen voltak olyanok is, akiket a gyógyszolgáltatások vonzottak ide.

Nem véletlen, hogy a korábbi személyes tapasztalat ilyen sok vendéget vonzott vissza újra, hiszen a megkérdezetteknek majdnem fele (119 fő) már 10-nél is több alkalommal járt a fürdőben. Mindössze 46-an voltak, akik most először jártak itt és azok közül is 43-an tervezik, hogy máskor is ellátogatnak ide. Azt, hogy a fürdő jó benyomást kelt az ideérkező vendégekben az is alátámasztja, hogy a 255 megkérdezettből szinte mindenki tervezi, hogy máskor is ellátogat ide. A visszatérő vendégek közül a legtöbben a környéken laknak, de sokaknak a távolság sem jelent akadályt az újbóli visszatérésre. Akik nem tervezik, hogy még egyszer idejöjjenek, azok a túlszűfoltásra, a kevés árnyékra hivatkoztak. Az elégedett vendégek 1/5-e a medencék sokféleségét emelte ki, hogy változatosak és minden korosztály igényeit kielégítik. 39 válaszadó

mindennel meg volt elégedve, konkrét dolgot nem tudott kiemelni. 33-an emelték ki a tisztaságot, 28-an pedig a vízminőséget. A válaszadók 10%-a volt elégedett a szép környezettel (az építkezés ellenére is). Többen említették pozitívként a fürdő sokszínűségét és a kiszolgálást. A medencék közül a legnagyobb elégedettséget a rendezvénymedence érte el, majd a csúszdás medencét, a szolgáltatások minőségét, a gyógyvizet, az udvarias személyzetet és a kedvező árakat emelték még ki sokan (10 vagy annál több válaszadó). Az elégedettséget mutatja az is, hogy a megkérdezettek közül 82-en semmit nem tartanak rossznak vagy javítandónak a fürdőben. 39-en a túlszűfoltásra panaszkodtak, 36-an a kevés árnyékra. Sok panasz érkezett még a kevés zöldterületre és arra, hogy meleg a vizek hőfoka.

A válaszadók közül 49-en nem jártak más fürdőben az elmúlt 3 évben. A többiek között a legtöbben Szegeden, Kiskunmajsán, Gyopárosfürdőn és Gyulán fordultak meg az utóbbi években. Szeged kiemelkedő népszerűsége nem is meglepő, hiszen mint már említettem, a megkérdezettek közül Szegedről érkeztek a legtöbben ráadásul Szeged könnyen megközelíthető, ismert turistaközpont. Az itt említett fürdők legtöbbjét már ár szempontjából is összehasonlítottuk a mórahalival, de kíváncsiak voltunk, ár-érték alapján milyenek tartják az emberek a mórahalmi fürdőt. Az eredmények alapján a válaszadók reálisnak tartják az árat, hiszen a többség (84%) pont jónak tartotta azt a nyújtott szolgáltatásokhoz képest. A megkérdezettek 12%-a mondta azt, hogy olcsó és csupán 4% tartotta drágának. Egyetlen válaszadó mondta azt, hogy kifejezetten drága.

A megkérdezettek közül mindössze 25-en vettek igénybe szállást, ebből 23-an Mórahalmon, ketten pedig Szegeden. A legjellemzőbb 2–5 eltöltött éjszaka volt (13-an), 4-en töltöttek 10 éjszakánál többet. Mórahalmon 14-en magánszálláson pihentek, 9-en pedig a Panzióban. 68%-uk csinál egyéb programot is a környéken, főként Szegedre és Ópusztaszerre látogatnak el. Ez az arány lehetőséget teremthet arra, hogy Mórahalom különböző turisztikai csomagokat nyújtson, amelyek a városon és fürdőn kívül a környékben lévő lehetőségeket is felölelhetnék.

Figyelemre méltó, hogy a megkérdezettek közül 180-an nem tudtak semmi mást a fürdőzésen kívül, amit Mórahalmon lehetne csinálni. Ezért érdemes lenne hangsúlyozni a város más vonzóit is, a természetjárást és a szabadidős tevékenységeket (kerékpározás, lovaglás, agroturizmus). Akik tudtak említeni más lehetőségeket, azok főként a lovaglást, a bivalyokat, a Homokháti Sokadalmat és a kirakodó vásárt emelték ki.

Összességében elmondható, hogy a turisták elégedettek voltak a kínált szolgáltatások színvonalával, megfelelőnek tartották az ár-érték arányt és többségük elégedett, visszatérő vendég, melyek mind hozzájárulnak a helyi lakosok életminőségének javulásához.

7. Összegzés

Ezen fejlődési út áttekintése után arra a következtetésre juthatunk, hogy Mórahalom jól példázza a turizmus alapú területfejlesztést, amelynek során a fejlesztések integráltan valósultak meg, és egymás hatásait erősítik. A statisztikai adatok (pl. adóbevételek alakulása) alátámasztják, hogy a turizmus hozzájárult a város gazdasági fellendüléséhez. A bevételeket nem csak a fürdő folyamatos fejlesztésére fordították, hanem az egész város szépítése, korszerűsítése, vonzóbbá tétele valamint a kapcsolódó szolgáltatások bővítése, színvonaluk emelése ment végbe – azaz a turizmus fejlesztését integrálták a városfejlesztés egészébe. Mórahalom a meglévő adottságok és a turisztikai tendenciák figyelembevételével kihasználta lehetőségeit és az egyre nagyobb igényt tartó egészségturizmusra fektette a hangsúlyt. Ez példaértékű lehet a hasonló adottsággal rendelkező települések számára is, hiszen kapcsolódni, gyógyulni vágyó emberek mindig lesznek, a turizmus ezen ágazatára a jövő-

ben is lesz igény. A települések számára tanulságos lehet belátni azt, hogy bizonyos célok elérése után sem szabad egy adott szinten megrekedni. Nem elég a turizmusba bekapcsolódni egy településnek, miután ezt megtette, folyamatosan fejlesztenie, újítania és szélesítenie kell kínálatát, hogy a turizmus piacán tartósan helyt álljon.

A fentebb bemutatott fejlesztések esélyt adnak arra, hogy a gazdasági válságot túlélve még versenyképesebb legyen Mórahalom, hiszen fejlődése nem spontán folyamat, hanem tudatos tervezés eredménye.

A fürdőben végzett kérdőívezés alapján elmondható, hogy az emberek szívesen látogatják ezt a kisvárost, elégedettek a szolgáltatások színvonalával, a medencék sokszínűségével és a környezet rendezettségével, szépségével illetve az ár-érték aránnyal. Nem véletlen, hogy a legtöbb megkérdezett vendég már több mint 10 alkalommal járt a fürdőben. Ugyanakkor az egészségturizmus mellett érdemes lenne a természeti adottságokat jobban kihasználni, hiszen így komplex turisztikai terméket kínálhatna a város az ideérkezőknek, szélesebb programlehetőséget nyújthatna főként a családosok és a fiatal korosztályok számára, és tovább növelné a vonzerejét, versenyképességét.

JEGYZETEK

1. http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf
2. http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITR_1950_2005.pdf
3. http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights09_en_HR.pdf
4. Mester Tünde (2003): Turisztikai trendek Európában. Turizmus Bulletin. 2003/4. szám. 39–42. old.
5. Smith, Melanie–Puczkó László (2010): Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika. Akadémia Kiadó. Budapest. 427 old.
6. Hanusz Árpád–Pristyák Erika (2007): A turizmus szerepe egy vidéki térség szerkezet- és funkcióváltásában. Földrajzi Közlemények. 2007/3. szám. 203–210. old.
7. Puczkó László–Rátz Tamara (2000): Az attrakciótól az élményig. Geomédia Kiadó Rt. Budapest. 49–55. old.
8. Michalkó Gábor (2001): Turizmus és területfejlesztés. In. Beluszky Pál–Kovács Zoltán (szerk.): A terület- és településfejlesztés kézikönyve. CEBA Kiadó. Budapest. 113–120. old.
9. Dávid Lóránt–Bujdosó Zoltán–Patkós Csaba (2003): A turizmus hatásai és jelentősége a területfejlesztésben. In. Süli-Zakar István (szerk.): A terület- és településfejlesztés alapjai. Dialóg Campus Kiadó. Budapest–Pécs. 433–453. old.; Puczkó László–Rátz Tamara (2005): A turizmus hatásai. Aula Kiadó Kft. Budapest. 49–115. old.
10. Michalkó Gábor (2001): Turizmus és területfejlesztés. In. Beluszky Pál–Kovács Zoltán (szerk.): A terület- és településfejlesztés kézikönyve. CEBA Kiadó. Budapest. 113–120. old.
11. Fürdőre gyűlik a turistahad. Délmagyarország (2010). 100/52. szám. 1. old.
12. Hanusz Árpád–Pristyák Erika (2007): A turizmus szerepe egy vidéki térség szerkezet- és funkcióváltásában. Földrajzi Közlemények. 2007/3. szám. 203–210. old.
13. Dávid Lóránt–Bujdosó Zoltán–Patkós Csaba (2003): A turizmus hatásai és jelentősége a területfejlesztésben. In. Süli-Zakar István (szerk.): A terület- és településfejlesztés alapjai. Dialóg Campus Kiadó. Budapest–Pécs. 433–453. old.
14. Aubert Antal (2001): A turizmus és a területfejlesztés stratégiai kapcsolata Magyarországon. Turizmus Bulletin 2001/1. szám. 44–49. old.
15. Péteri László (2003): A turizmus és a területi tervezés kapcsolata Magyarországon. Turizmus Bulletin 2003/1. szám. 28–35. old.
16. Michalkó Gábor (2001): Turizmus és területfejlesztés. In. Beluszky Pál–Kovács Zoltán (szerk.): A terület- és településfejlesztés kézikönyve. CEBA Kiadó. Budapest. 113–120. old.
17. Hanusz Árpád–Pristyák Erika (2007): A turizmus szerepe egy vidéki térség szerkezet- és funkcióváltásában. Földrajzi Közlemények. 2007/3. szám. 203–210. old.
18. Csordás László (2003): Helyzetkép az Alföld turizmusáról. In. Baukó Tamás–Nagy Imre (szerk.): A fenntartható fejlődés és az Alföld. Műhelytanulmányok. MTA Társadalomkutató Központ. Budapest. 103–144. old.

19. Szécsy György (1967): Képek Mórahalom múltjából és jelenéből. Mórahalmi Tanács. Mórahalom. 50–70. old.
20. <http://portal.ksh.hu/pls/portal/!CP.hnt2.telep?nn=04349>
21. Mészáros Rezső (1997): Magyarország megyei kézikönyvei. Csongrád megye kézikönyve. CEBA Kiadó. 389–404. old.
22. Hanusz Árpád–Pristyák Erika (2007): A turizmus szerepe egy vidéki térség szerkezet- és funkcióváltásában. Földrajzi Közlemények. 2007/3. szám. 203–210. old.
23. Juhász Antal (1992): Mórahalom – A település földje és népe. Mórahalom Város Önkormányzata. 20–125. old.
24. <http://www.erzsebetfurdo.morahalom.hu/partnerinfo/a/furdorol/furdotortenet/>
25. Mórahalmi Körképek 2007.
26. <http://www.delmagyar.hu/archivum/?kulcsszo=Mórahalom>
27. Szalai Katalin–Szilágyi Zsuzsanna (2007): A táj a turizmus fókuszában. Földrajzi Közlemények. 2007/3. szám. 147–156. old.
28. <http://www.rendezvenyhaz.morahalom.hu/?menuid=24>
29. Mórahalmi Körképek 1999–2009.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Aubert Antal (2001): A turizmus és a területfejlesztés stratégiai kapcsolata Magyarországon. Turizmus Bulletin. 2001/1. szám. 44–49. old.
- Aubert Antal–Berki Mónika (2007): A nemzetközi és a hazai turizmus területi folyamatai, piaci tendenciái a globalizáció korában. Földrajzi Közlemények. 2007/3. szám. 119–131. old.
- Csordás László (2003): Helyzetkép az Alföld turizmusáról. In. Baukó Tamás–Nagy Imre (szerk.): A fenntartható fejlődés és az Alföld. Műhelytanulmányok. MTA Társadalomkutató Központ. Budapest. 103–144. old.
- Dávid Lóránt–Bujdosó Zoltán–Patkós Csaba (2003): A turizmus hatásai és jelentősége a területfejlesztésben. In. Süli-Zakar István (szerk.): A terület- és településfejlesztés alapjai. Dialóg Campus Kiadó. Budapest–Pécs. 433–453. old.
- Hanusz Árpád–Pristyák Erika (2007): A turizmus szerepe egy vidéki térség szerkezet- és funkcióváltásában. Földrajzi Közlemények. 2007/3. szám. 203–210. old.
- Juhász Antal (1992): Mórahalom – A település földje és népe. Mórahalom Város Önkormányzata. 20–125. old.
- Lengyel Márton (1999): Turizmus Magyarországon. Európai Tükör 2000/5. szám. 54–65. szám
- Mester Tünde (2003): Turisztikai trendek Európában. Turizmus Bulletin. 2003/4. szám. 39–42. old.
- Mészáros Rezső (1997): Magyarország megyei kézikönyvei. – Csongrád megye kézikönyve. CEBA Kiadó. Budapest. 389–404. old.
- Michalkó Gábor (2001): Turizmus és területfejlesztés. In. Beluszky Pál–Kovács Zoltán (szerk.): A terület- és településfejlesztés kézikönyve. CEBA Kiadó. Budapest. 113–120. old.
- Michalkó Gábor (2007): Magyarország modern turizmusföldrajza. Dialóg Campus Kiadó. Budapest–Pécs. 288. old.
- Péteri László (2003): A turizmus és a területi tervezés kapcsolata Magyarországon. Turizmus Bulletin 2003/1. szám. 28–35. old.
- Puczkó László–Rátz Tamara (2000): Az attrakciótól az élményig. Geomédia Kiadói Rt. Budapest. 49–55. old.
- Puczkó László–Rátz Tamara (2005): A turizmus hatásai. Aula Kiadó Kft. Budapest. 49–115. old.
- Smith, Melanie–Puczkó László (2010): Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika. Akadémia Kiadó. Budapest. 427. old.
- Szalai Katalin–Szilágyi Zsuzsanna (2007): A táj a turizmus fókuszában. Földrajzi Közlemények 2007/3. szám. 147–156. old.
- Szécsy György (1967): Képek Mórahalom múltjából és jelenéből. Mórahalmi Tanács. Mórahalom. 50–70. old.