

SLIDO – Tudásnap, 2025. december 10. – Eredmények



Ön szerint mi Hajdú-Bihar legnagyobb, ma még kevésbé kihasznált helyi értéke?

Wordcloud Poll 30 responses 28 participants



slido



A következő 5 évben melyik turisztikai termék fejlesztését tartja a LEGFONTOSABBNAK Hajdú-Biharban?

Ranking Poll 28 votes 28 participants

1. Fenntartható, felelős turizmus - ökoturizmus, gasztronómia, zöld minősítés, kevésbé ismert célpontok
2.607
2. Slow Travel - lassú, élménymélyítő utazás (élménycsomag, hosszabb tartózkodás, aktív helyi részvétel)
1.321
3. Staycation, microcation - közeli úticélok, rövid, intenzív élmények (hétvégék, családbarát csomagok)
0.714
4. Transzformációs utazás - önfejlesztő, lelki-rekreációs és egészségfókuszú turizmus
0.214
5. Éjszakai turizmus (noctourism) - éjszakai programok, késő esti élmények
0.929

slido

 Fontosnak tartja-e, hogy a következő időszakban a 18–35 éves korosztály külön kiemelt célcsoport legyen a megye turizmusában, és ha igen, kérem, indokolja néhány szóban!

Open text poll  28 responses  28 participants

 Anonymous
Igen, az új innovatív ötleteik meghatározóak lehetnek a jövőben

 Anonymous
Igen, mert sok esetben nincs is ismeretük arról, milyen lehetőségek vannak a megyében.

 Anonymous
Nem tartom fontosnak

 Anonymous
Igen, mert elvándorolnak

 Anonymous
Igen. A tudatosságukra lehet építeni.

 Anonymous
Nem

 Anonymous
Igen, ugyanis mindenki Budapestre vagy külföldre megy.

 Anonymous
Nem

Fontosnak tartja-e, hogy a következő időszakban a 18–35 éves korosztály külön kiemelt célcsoport legyen a megye turizmusában, és ha igen, kérem, indokolja néhány szóban!

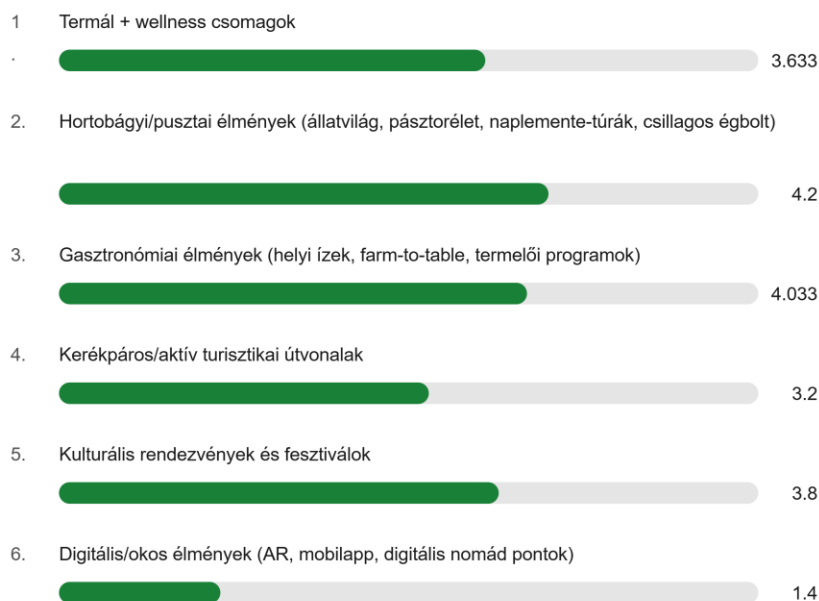
Open text poll 28 responses 28 participants

- Anonymous
Igen. Jelenleg a virtuális valóságból szerzik az információkat, valós élmények kellenek.
- Anonymous
Igen, Változó elvárások, változó környezet miatt érdemes megkeresni a generációt érdeklő pontokat
- Anonymous
Mindenképpen igen, új szemléletű generáció, a korábban megszokott módszerekkel és eszközökkel nem mindig működik a megszólításuk
- Anonymous
Igen! Az ismeretszerzés ezekben a korosztályokban a legintenzívebb!
- Anonymous
Igen, a helyi kötődés kialakítása, identitás erősítés miatt a megyeieknek
- Anonymous
A megtartás, itthon tartás miatt mondanépp, de ahhoz ez a terseg hatalmas fejeosztet kíván
- Anonymous
Igen
- Anonymous
Igen. Ők a települések, a régió jövője. Náluk már nem működnek az eddig kialakult módszerek.
- Anonymous
Igen. Mert ők a jövő és a jelenlegi fizető vásárlói.
- Anonymous
Igen Jövőt meghatározó tényező
- Anonymous
Igen, örökség, kulturális érték csak így marad meg
- Anonymous
Igen, a digitális jelenlétükkel a figyelmet koncentrálni tudják a térségünkre
- Anonymous
Igen, mert ők a következő fogyasztói generáció, így el kell kezdeni a szemléletformálásukat
- Anonymous
Hogy tovább vigyék a múltat és a hagyományokat !
- Anonymous
Szerintem nem, mert a megye attrakciói nem elsősorban ezt a korosztályt érintik.
- Anonymous
Igen, mert ők határozzák meg az irányokat igényeikkel
- Anonymous
Igen, mivel bennük van a lehetőség, hogy nemzetközi szinten erősítsék, népszerűsítsék a hazai turizmust.
- Anonymous
Igen, kisgyermekes családok megszólítása.
- Anonymous
Igen, ők a jövő felnőttei, szülői rétege
- Anonymous
igen, ők a legnyitottabbak az újításokra



Kérem rangsorolja, Ön szerint mely élménytípusok lennének a LEGJOBBAN értékesíthetők Hajdú-Biharban!

Ranking Poll ☒ 30 votes  30 participants

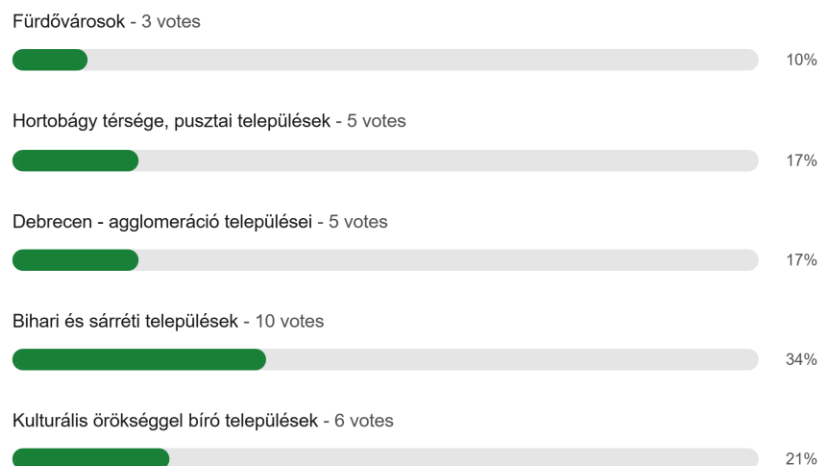


slido



Mely TÍPUSÚ településekben látja a legnagyobb potenciált új turisztikai fejlesztések számára?

Multiple Choice Poll ☒ 29 votes  29 participants



slido



Nevezzen meg maximum 3 konkrét tényezőt, ami Ön szerint leginkább erősítené a turizmus szereplői közötti együttműködést!

Open text poll



33 responses



28 participants



Anonymous

Egymásra épülés. Hálózatosodás. Win-win helyzetek.



Anonymous

Közös pályázati lehetőségek



Anonymous

pénz



Anonymous

kooperációs készség



Anonymous

Bizalom, információátadás, egymásrautaltág-érzés



Anonymous

Pénz, lokáció, lokálpatriótizmus



Anonymous

személyes kapcsolatok jó kommunikáció közös érdekek



Anonymous

Kozos Elhivatottsag, profizmus, mashonnam beszerzett jo tapasztalatok



Anonymous

Tudasátadás



Anonymous

Megfelelő kommunikáció



Anonymous

Kommunikáció, személyes találkozás, közös projektek



Anonymous

Win-win kapcsolat



Anonymous

Online platform

 Nevezzen meg maximum 3 konkrét tényezőt, ami Ön szerint leginkább erősítené a turizmus szereplői közötti együttműködést!

Open text poll  33 responses  28 participants

-  Anonymous
Kommunikáció kapcsolat hírnév
-  Anonymous
Internet, Tourinform személyes kapcsolat
-  Anonymous
Keresleti piac Legalább egy nagyságrenddel nagyobb pénzforgalom Szemléletváltás
-  Anonymous
Közös forrás
-  Anonymous
Anyagi forrás
-  Anonymous
Igények kielégítése, minőség, hitelesség
-  Anonymous
Kapcsolt turisztikai termékek fejlesztése.
-  Anonymous
Környezet Programok
-  Anonymous
Anyagi érdekeltség Elkötelezettség Anyagi források
-  Anonymous
Együttműködési készség anyagi forrás kommunikáció
-  Anonymous
Közös célok
-  Anonymous
Gyakori brainstorming Study tour-ok a megyében
-  Anonymous
Kiszámítható adokörnyezet
-  Anonymous
Közös érdekek
-  Anonymous
Forrás Dedikált munkacsoport
-  Anonymous
Folyamatos platform, ahol találkozhatnak "Generáló" szervezet Tudásmegosztó események
-  Anonymous
Hálózatosodás
-  Anonymous
Közös célok, kommunikáció, közös érdek
-  Anonymous
Rendszeres személyes találkozók
-  Anonymous
Egy menedzsment szervezet, aki összefogja a szereplőket