



Észak-Magyarország Régió Turizmusfejlesztési stratégiája 2007-13

Miskolc – 2006. március

Észak-Magyarország Régió Turizmusfejlesztési stratégiája 2007-13

A Magyar Turizmus Rt. megbízásából készítette:
RMC Regionális Marketing Centrum Kft. Miskolc

A tervezés irányítója
Dr. Piskóti István

Az együttműködő szakértői csoport tagjai:

Bárdos István,
Breitenbach József,
Gecsei Anikó,
Kiss János,
Kovács Gábor,
Nagy Katalin,
Valenta Linda
Varjas László

Köszönjük a régió kistérségei és Tourinform irodái menedzsereinek segítségét a vonzerőleltár elkészítésében.

Köszönet az ÉM-RMI munkatársainak szakmai támogatását:
Hidvéginé Molnár Judit, igazgató
Gulyás István, igazgató-helyettes
Barczai János, program-menedzser

Tartalomjegyzék

| | |
|--|------|
| 1. Vezetői összefoglaló..... | 4 |
| 2. Bevezetés..... | 14 |
| 2. 1. Dokumentum célja..... | 144 |
| 2. 2. Fejlesztési stratégia illeszkedése az országos turisztikai és a regionális fejlesztési stratégiához..... | 15 |
| 2. 3. Partnerségi folyamat bemutatása..... | 166 |
| 3. Rövid helyzetelemzés..... | 17 |
| 3. 1. Általános, földrajzi elhelyezkedés..... | 18 |
| 3. 2. Régió általános gazdasági-társadalmi helyzete, demográfia..... | 19 |
| 3.3. A turizmus kínálata – A régió korábbi turisztikai célú fejlesztése tapasztalatainak, eredményeinek bemutatása..... | 20 |
| 3.4. A turistafogadás feltételei..... | 37 |
| 3.4.1. Közlekedés..... | 37 |
| 3.4.2. Szálláshely és vendéglátás..... | 39 |
| 3.4.3. Környezeti állapot..... | 40 |
| 3.4.4. Egyéb köz- és turisztikai jellegű szolgáltatások..... | 41 |
| 3.5. Emberi erőforrás - turizmusban dolgozók képzettsége..... | 43 |
| 3.6. Turizmus szervezeti rendszere a régióban..... | 43 |
| 3.7. A turizmus kereslete - fogyasztói szokások..... | 45 |
| 4. SWOT elemzés - versenyképességértékelés..... | 68 |
| 5. Jövőkép..... | 72 |
| 6. Fejlesztési stratégia..... | 73 |
| 6.1. Átfogó illetve részcélok leírása..... | 74 |
| 6.2. „3D-STRATÉGIA” - Funkcionális – termék és területi prioritások a stratégiában.... | 766 |
| 6.2.1. Funkcionális fejlesztések leírása és indikátorai..... | 80 |
| 6.2.2. Terméktípus prioritások programjai és indikátorai..... | 87 |
| 6.2.3. Területi prioritások érvényesítése..... | 98 |
| 6.2.4. A régió turisztikai kínálata és fejlesztésének kapcsolódási pontjai a hazai és külföldi társ-régiókkal..... | 1000 |
| 6.3. A preferált célcsoportok – a régió turizmusfejlesztésének közösségi szervezeti rendszere és marketing stratégiai irányai..... | 1022 |
| 6.3.1. A turizmus meghatározó célcsoportja..... | 1022 |
| 6.3.2. Desztináció-menedzsment - a régió turizmusfejlesztésének közösségi szervezeti rendszere..... | 105 |
| 6.3.3. A régió közösségi turizmus-marketing stratégiájának fő irányai, eszközei..... | 107 |
| 6.4. Célok és a fejlesztési irányok programjainak, intézkedéseinek várható költségei és hatásai..... | 112 |
| 6.5. Megvalósítás folyamata, monitoring rendszer bemutatása..... | 115 |

1. Vezetői összefoglaló

Jelen dokumentum az észak-magyarországi turisztikai régió területére vonatkozó, a 2007-13-as tervezési időszakra szóló fejlesztési stratégia. Az Észak-Magyarország Régió turizmusfejlesztési stratégiájának feladata, hogy a 2000-ben készített regionális turizmusfejlesztési koncepció és stratégiai program óta eltelt idő eredményei alapján helyzetértékelést adjon, megfogalmazza a régió aktuális szakmai turizmusfejlesztési céljait, a célok elérését biztosító stratégiai megoldásokat és az alkalmazandó eszköz, intézkedésrendszert, mely segítője, *vezérfonala lehet a turizmus fejlődésében érintett közösségi, és vállalkozói aktivitásnak, kooperatív cselekvésnek.*

A stratégia készítése két lépésben történt. Először a régió turisztikai helyzetének, lehetőségeinek felmérése alapján megfogalmaztuk a jövőképet, a stratégiai célokat és kijelöltük a fő fejlesztési irányokat, prioritásokat. Ezt követően a stratégiai programok, intézkedések részleteinek, a realizálás és ellenőrzés feltételeinek a kidolgozására került sor.

A Fejlesztési Stratégia illeszkedik a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában megfogalmazott országos, s az Észak-Magyarország Régió fejlesztési koncepciójában és operatív programjában (ROP) megjelenő regionális törekvésekhez, de figyelembe vette az egyes megyék, kistérségek, városok programjait is, azaz mindkét irányból, alulról-felülről egyaránt építkezett.

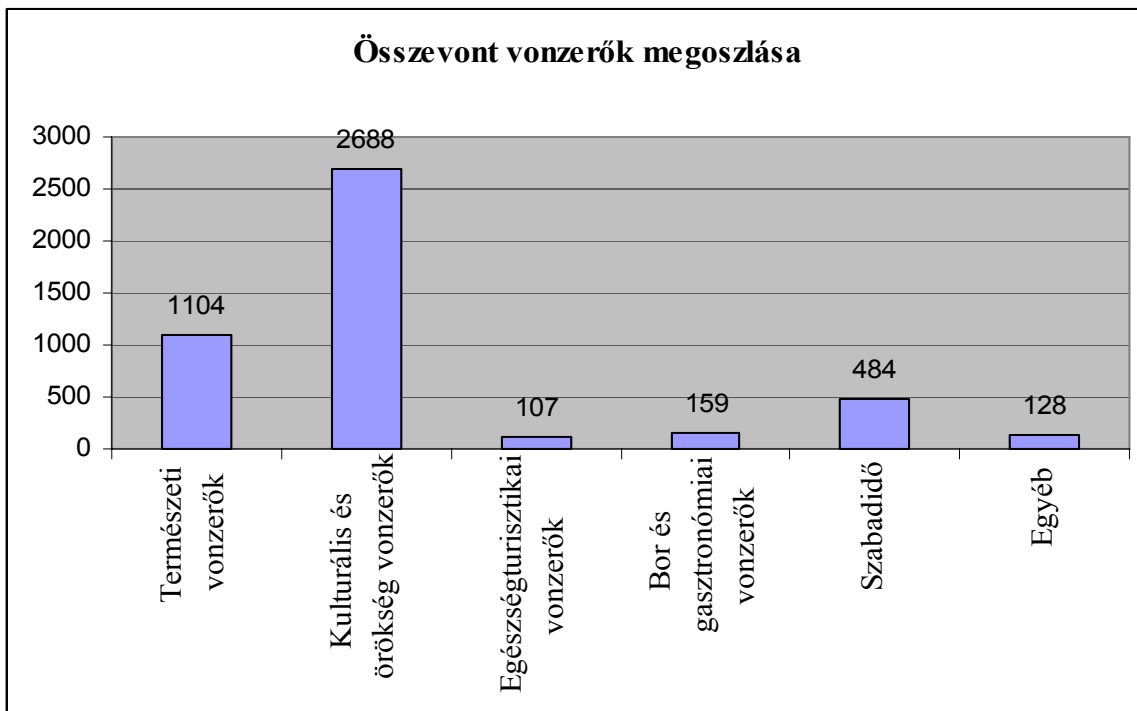
A tartalmilag átfogó, de rövid helyzetelemzés bemutatta, hogy az Észak-Magyarországi régió turisztikai adottságai sokrétűek, többeleműek, sőt komplexnek is nevezhetőek. Ez a tény a régió meghatározó jelentőségű erőssége. A vonzerők jelentős része az elmúlt öt évben még inkább felértékelődött, bővülő tartalmú turisztikai termékek alakultak ki. A kiemelkedő vonzerők ismertsége tovább nőtt,

- a három világörökségi helyszín (Hollókő és az Aggteleki cseppkőbarlang, a Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék, s várhatóan nemsokára Ipolytarnóc) mellett,
- a négy borvidék (Mátrai, Bükkaljai, Egri, Tokaj-hegyaljai)
- a történelmi városok, épített örökségek (várak, kastélyok) vallási és történelmi emlékhelyek, nemzeti parkok, a hegyvidékek (Mátra, Bükk, Zemplén),
- gyógy és termálfürdők, klimatikus gyógyhelyek továbbá
- az újonnan megalakult tematikus utak különösen, és
- az évről-évre visszatérő nemzetközi és országos rendezvények

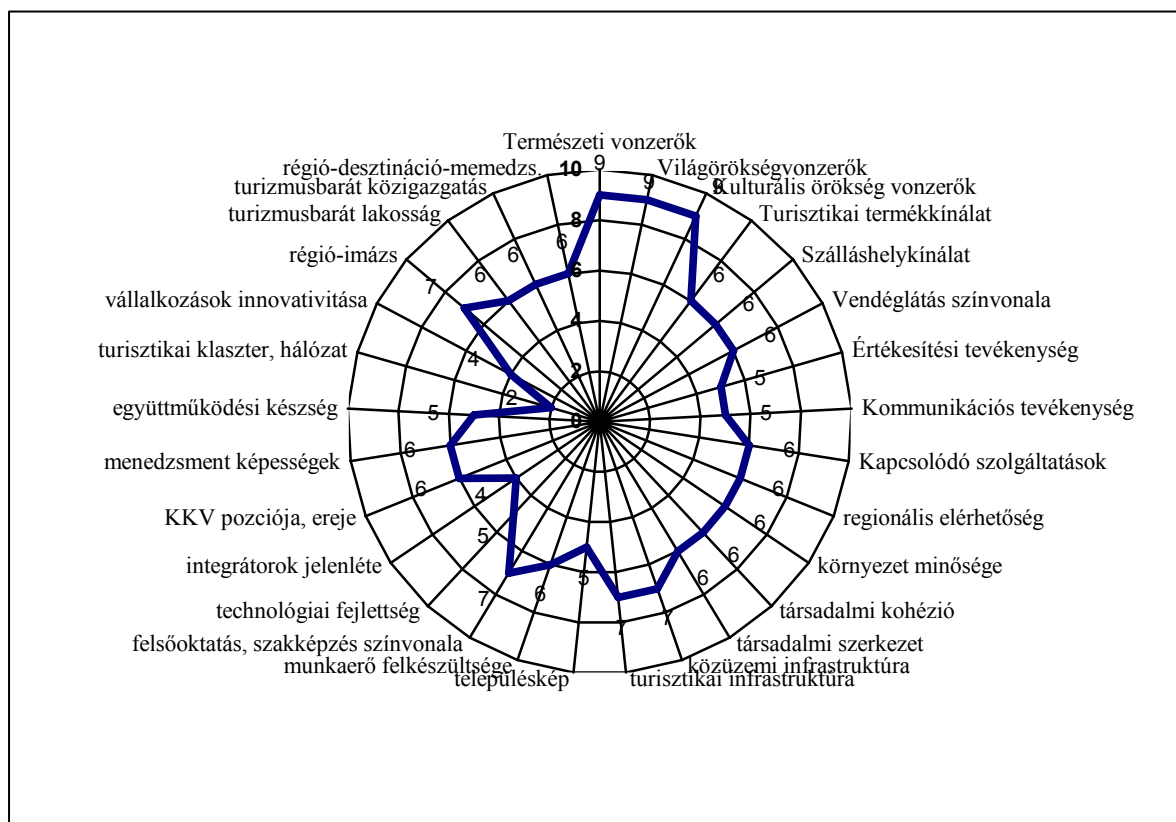
mind-mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a régió megerősödő turisztikai potenciállal rendelkezik országos és nemzetközi tekintetben is. A jelen stratégiai projekt során **frissítettük a vonzerőleltárt** – a régi, 1997-es vonzerőleltár adataiból kiindulva – most **4670** vonzerőelemet sikerült azonosítani, melyeket előzetesen **jelentőségük szerint** is értékeltünk.

| | <i>B-A-Z megye</i> | <i>Heves megye</i> | <i>Nógrád megye</i> | ÖSSZESEN: |
|-------------------|--------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| <i>Helyi</i> | 956 | 459 | 424 | 1839 |
| <i>Kistérségi</i> | 516 | 387 | 186 | 1089 |
| <i>Regionális</i> | 335 | 192 | 150 | 677 |
| <i>Országos</i> | 358 | 170 | 85 | 613 |
| <i>Nemzetközi</i> | 173 | 219 | 60 | 452 |
| ÖSSZESEN: | 2338 | 1427 | 905 | 4670 |

Célszerű lenne az összeállított adatbázis további finomelemzése, helyszíni értékelése, konkrét célok kitűzése melyek a stratégiánk operatív sikerességéhez jelentősen hozzá tudna járulni. A vonzerők megoszlásának jellegét az alábbi összevont táblázat adatsorai is mutatják.



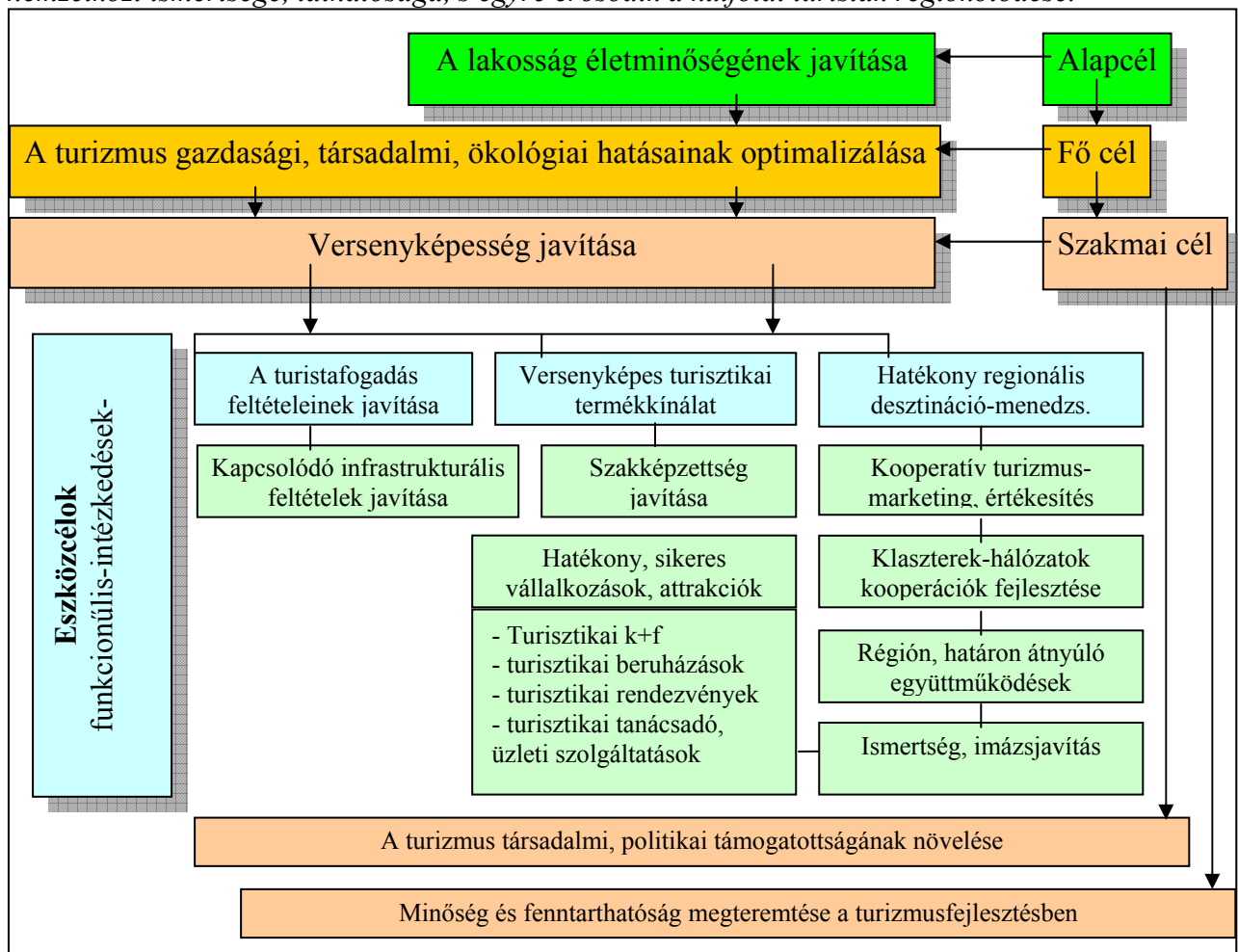
A versenyképességi-csillag modellünk - a hagyományos SWOT mellett - a tanulmány helyzetelemzésének, pozícióértékelésének összefoglalása. Az egyes dimenziók megítélése egyrészt konkrét adatokon, másrészt a folyamatok, teljesítmények szakértői megítélésén alapul. A potenciál-csillag feladata a teendők, a stratégia prioritásainak előrejelzése.



Összefoglalásképpen néhány kiemelést teszünk:

- a jelentős turisztikai potenciált visszatükrözik a vonzerő-értékelések számai,
- a jelenlegi termékinálat színvonala, a szálláshely-struktúra és minősége, valamint a vendéglátás teljesítményét közepesre értékeltük,
- ennél gyengébb az értékesítés és a kommunikációs tevékenység, annak ellenére, hogy sok elemmel találkozunk, de hiányolható a stratégiai tervezettség, célzottsága, a kooperációs előnyök kihasználása, s gyengék a szakmai hatékonysági mutatói is,
- a közüzemi, s a turisztikai infrastruktúrát relatíve kedvezőre értékeltük, de továbbra is kritikusak vagyunk a légi, vasúti közlekedés, a közutak állapotával kapcsolatban, míg a kapcsolódó szolgáltatási, elérhetőségi, környezeti minőséget 60% körülnek látjuk,
- a szakképzettség kívánivalót hagy maga után, ugyanakkor a felsőoktatási kínálat megfelel a tényleges keresleti mennyiségi, s alapvetően a minőségi igényeknek is,
- nagyon hiányoznak a turisztikai integrátorvállalkozások, s relatíve gyengék a régió KKV-i mind tökéreő, menedzsment, innovációképesség vonatkozásában, de különösen veszélyesnek a kooperációkészséget, a hiányzó együttműködésekét ítéltük,
- úgy látjuk, hogy mind a helyi lakosság, mind az önkormányzatok, közigazgatás turizmushoz való viszonya javítandó, nincs mindig összhang a nyilatkozatok, és a cselekvés között,
- jelentős elemei már megszülettek a leendő regionális desztináció-menedzsment tevékenységnek, de még hiányzik a komplexitása, rendszere a régióban.

A turisztikai régió jövőképét részletesen felvázolása az alábbi pozicionálási törekvésekből indult ki: „A régió Magyarország határozott arculattal, sokoldalú kínálattal rendelkező, célpiacain ismert és elismert, az ország második leglátogatottabb régiója. A régió turizmusában domináns szerepet (70%) a belföldi turizmus játszik, ugyanakkor jelentősen nő nemzetközi ismertsége, láthatósága, s egyre erősödik a külföldi turisták régióköltődése.”



A fejlesztési stratégia célrendszerét fenti ábra foglalja össze.

A régió stratégiai prioritásait 3 dimenzióban, az ún. 3D stratégiában foglaltuk össze.

A versenyképesség növelésének célját a régió turisztikai piaci kínálatának fejlesztésével lehet elérni, melynek érdekében több ún. **funkcionális területen kell beavatkozni, úgymint**

Fogadóképeség javítása

- javítani kell a fogadó-képességet, mind a közüzemi, mind a turisztikai infrastrukturális területeken, (megközelíthetőség, közlekedés, szálláshelyek stb.)

Versenyképes termékkínálat

- ösztönözni, pénzügyileg és szakmai szolgáltatásokkal is támogatni kell a vállalkozások, turisztikai szolgáltatók fejlesztési, beruházási, tevékenységét,

- fejleszteni kell az ágazat szakképzettségi színvonalát,

Hatékony desztinációmenedzsment rendszer kialakítása

- menedzsment és marketing tevékenységgel kell ösztönözni a kooperációkészséget, együttműködést, támogatva a turisztikai értékesítési és marketingkommunikációs munkát az ismertség és elismertség növelése érdekében.

A helyzetelemzésünk, a keresleti trendek értékelése alapján a régióban az alábbi **termékprioritásokat** jelöljük ki:

1. **Komplex** közösségi forrásokkal támogatott **fejlesztési program** megvalósítása indokolt a tervezési időszakban: az egészségturizmus és a kulturális turizmus terén.

2. **Kiemelt turizmusfejlesztési területnek** jelöljük meg: a bor és gasztronómia, az aktív-, az öko- és a falusi turizmust, mely területeken megvalósuló funkcionális fejlesztések közösségi forrásokkal történő támogatása különösen eredményes lehet.

3. A „**horizontális**” **termékprioritások** között kiemelten fontosnak ítéljük a **tematikus utakat**, a különböző terméktémákra felfűzött kínálatot, mely sajátos, izgalmas, komplexebb, multi-termék jellegű, jól értékesíthető kínálat kialakítását eredményezheti.

A földrajzi termék-komplexitási igény indokolja a **területi prioritások** meghatározását. Az Észak-Magyarország Régió szerencsés adottsága, hogy **több olyan desztinációval rendelkezik, melyekre karakteres arculat, turisztikai márka építhető, melyek együttese építi a régió-márkáját, imázsát.** Ezen megfontolásokra épülően földrajzi, területi prioritási javaslatunk három elvre épül:

1. A régió turisztikailag kiemelkedő nagyvárosi desztinációi Eger, Miskolc, mely városok nemzetközi és országos vonzerőkkel, jelentős turisztikai potenciállal bírnak.

2. A régió világörökség helyszínei, melyek egyediség, nemzetközileg definiálható márkává fejleszthető, különösen a térségére épülő komplex fejlesztési szemlélettel, nevezetesen: Aggtelek és térsége, Tokaj-Zemplén, Hollókő-Szécsény-Ipolytarnóc.

3. Mátra-Gyöngyös, mint a régió azon egyedülálló attrakciója és térsége, melyet az ország legmagasabb hegye, többemű turisztikai kínálattal, s kapuvárosával, Gyöngyössel együtt képezhet önállóan definiálható desztinációt.

A három prioritási elv alapján alakítottuk ki a fejlesztési stratégia alprogramjait, dolgoztuk ki a részletes beavatkozási lépéseket, intézkedéseket, azok konkrét céljait, a fejlesztések kívánatos tartalmát, a várható költségeket, az érintett és felelős résztvevőit, eredményességét megítélő indikátor-rendszerét. A stratégia ezen részleteit az alábbi táblázatban foglaltuk össze.

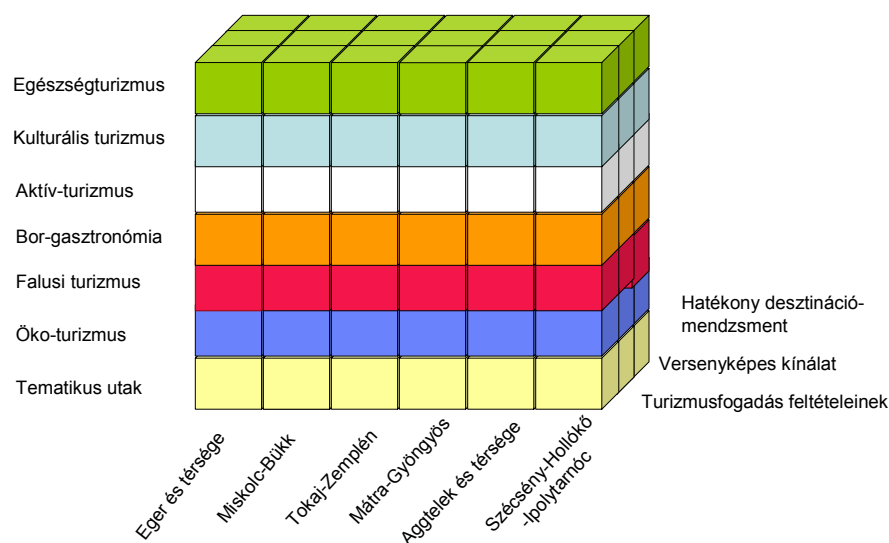
| | Célok és realizáló programok, | Intézkedések, kiemelt projektek | Várható költségek | Várható hatások, eredmények |
|---|---|--|--|---|
| A turistafogadás feltételeinek javítása | | | | |
| 1. | Közlekedésfejlesztés elérhetőség javítására | Regionális reptér, vasút, közútfejlesztés | A fejlesztések a régió operatív programjának más fejezetéhez kötődnek, s mintegy 450 Mrd. Ft. –ot érintenek. | Turisztikai desztinációk jobb elérhetőség, |
| 2. | Településkép javítása | Településközpont rehabilitációja | | Vonzóbb településkép |
| 3. | Környezetvédelem | Vízvédelmi, hulladékgazdálkodási, energetikai stb. beruházások | | A régió turisztikai vonzerejének növekedése |
| 4. | Köz- és kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése | Egészségügy, banki, személyi, tömegközlekedési szolgáltatások | | Színvonalas szakmai szolgáltatások |
| 5. | Vendéglátás, szabadidő szolgáltatások fejlesztése | Éttermek korszerűsítése, szabadidős szolgáltatások fejlesztése | | Korszerű szolgáltatások turistáknak |
| 6. | Attrakciók közvetlen elérhetőségi, infrastrukturális feltételei | Parkolók, kerékpárút, logisztikai bázisok, tájékoztató rendszer | 6 Mrd. Ft. | Közvetlen turisztikai infrastruktúra-feltételek vonzóbbá válnak. |
| 7. | Fogadóképesség javítása | Új szálláshelyek építése, meglévők korszerűsítés | 26,5 Mrd. Ft. | Mintegy 8-15 ezer új illetve korszerűsített szálláshely |
| Versenyképes kínálat – vonzerők és attrakciók korszerűsítése, létrejöttének támogatása | | | | |
| 8. | Turisztikai k+f ösztönzése | K+F és innovációs programok, termékfejlesztés támogatása | 1 Mrd. Ft. | Korszerűbb szolgáltatások, új termékek, vállalkozások |
| 9. | Turisztikai tanácsadó szolgáltatások | Szakmai tréningek, tanácsadás, tudományos, szakmai rendezvények | 1 Mrd. Ft. | Tanácsadói együttműködések új sikeres vállalkozások, projektek |
| 10. | Vonzerők, attrakciók fejlesztése | Potenciális, valós turisztikai vonzerők állapotának fejlesztése, attrakciók létrehozása, piaci bevezetése | 78 Mrd. Ft. | Új turisztikai termékek piacon való megjelenése, látogatószám és költség nő, |
| 11. | Szakképzés, felsőoktatás fejlesztése | Képzési programok kidolgozása, tananyagfejlesztés, képzések támogatása | 1,5 Mrd. Ft. | Szolgáltatási színvonal növekszik, foglalkoztatottság |
| 12. | Vállalkozóvá válás ösztönzése | Turisztikai inkubáció, tanácsadás, tréningek | 1 Mrd. Ft. | Új vállalkozások száma nő. |
| Hatékony turisztikai kooperációk, desztináció-menedzsment rendszer kialakítása | | | | |
| 13. | Turisztikai kooperációk ösztönzése | Termék- és térségorientált turisztikai klaszterek, hálózatok kialakítása | 1,25 Mrd. Ft. | Klaszter-programok, kooperációs projektek, |
| 14. | Regionális turizmusmarketing stratégia és eszközök | Desztinációk marketingstratégiái, s konkrét kampányai | 3,5 | desztinációs márka-érték, pozitív imázs, hatékonyság, |
| Turisztikai termék-programok | | | | |
| 15. | Egészségturizmus | Már meglévő termékek, fürdőhelyi fejlesztések hatékonyságának javítása, új wellness és gyógyturisztikai projektek | 21 Mrd. Ft. | Az adott turisztikai terméktípusok terén karakteres, a piacon jól pozicionált regionális kínálat létrejötte, hatékony működtetés, melyre épülően jelentősen növekvő látogatószám, javuló kapacitáskihasználtság, nagyobb turisztikai bevételek, a turizmus súlya, társadalmi és politikai elismertsége nő. Hatékony régió belüli és azon túlnyúló szakmai programok, projektek megvalósulása. |
| 16. | Kulturális turizmus | Infrastrukturális felújítások, kiemelt rendezvények támogatása, koordináció | 32 Mrd. Ft. | |
| 17. | Bor- és gasztronómia | Infrastrukturális fejlesztések, minőség biztosítása, új gasztronómiai turisztikai termékek létrehozása | 12 Mrd. Ft. | |
| 18. | Aktív turizmus | Lovas-bázisok, kerékpár-, extrém, vízi-, téli sport és vadász-turizmus projektek | 16 Mrd. Ft. | |
| 19. | Falusi turizmus | Komplex település, térségi programok, szálláshely- és szolgáltatásfejlesztés, képzés és kiegészítő infrastruktúra | 6 Mrd. Ft. | |
| 20. | Öko-turizmus | Öko-turisztikai bázisok, bemutatóhelyek, szakmai szolgáltatások, képzések, beruházások támogatása | 15 Mrd. Ft. | |
| 21. | Tematikus utak | Utak, mint termékek kidolgozása, technikai feltételek biztosítása, értékesítés támogatása | 8 Mrd. Ft. | |
| Kiemelt desztinációk fejlesztési programja | | | | |
| 22. | Eger és térsége | A desztinációk menedzsmentjének, komplex fejlesztési programjainak kialakítása. Kiemelt projektek támogatása: „Város a város alatt”, Történelmi Ávas, régészeti park, Kongresszusi Központ-Miskolc, Coburg-kastély, Aggteleki Nemzeti Park új attrakciók, Ipolytarnóc világörökség, Tokaji bor-turizmus. | Desztináció-menedzsment költségvetés (2,1 Mrd. Ft.) + kiemelt programok (49 Mrd. Ft.) | Desztináció-menedzsment és marketing szervezetek és működés kialakítása. Komplex desztináció-fejlesztési program és menedzselése. Kiemelt projektek megvalósítása. |
| 23. | Miskolc-Bükk | | | |
| 24. | Gyöngyös-Mátra | | | |
| 25. | Aggtelek és térsége | | | |
| 26. | Tokaj és Zemplén | | | |
| 27. | Szécsény-Hollókő-Ipolytarnóc | | | |
| A stratégia közvetlen turisztikai programjai összköltsége 130-150 Mrd. Ft., a 7 éves támogatási igénye 95-100 Mrd. Ft. | | | | |

A stratégiai program költségvetésének és várható hatásainak összefoglalásakor a korábbi elemzéseink, az egyes programelemek tevékenység-terve, az elmúlt évek turisztikai programjai megvalósításának konkrét tapasztalatai egyaránt figyelembe vételre kerültek. A pénzügyi tervezés időbeni ütemezése jelentős mértékben függ attól, hogy miként történik a programok, projektek konkrét realizálásának tervezése, előkészítése, különösen a kiemelt nagyprojektek, s a hozzá kapcsolódó tervezési munka időbeni ütemezése. A **források felhasználásában célszerű az időbeni arányosságra törekvés**, mely a támogatási források elérésének ritmusát is alapvetően meghatározza.

A konkrét időbeni részletezést 7-8 évre előre nem célszerű tervezni, ugyanakkor szükségesnek tartjuk, hogy a stratégia realizálási folyamatában – hasonlóan már területfejlesztési program realizálási gyakorlatához – **készüljön kétévente cselekvési terv, mely elvégzi a stratégia operacionalizálását, részletezését, s kialakítja a konkrét realizálási lépéseket.**

A 3D stratégiai programkocka metszetei adják a régió preferált turizmusfejlesztési irányait, területeit.

Stratégiai program-kocka



A turisztikai kínálat elemei eltérő mértékben nyújtanak lehetőséget a regionális együttműködésre.

- A kulturális turizmus és a tematikus utak terén a kiránduló, a történelmi nevezetességeket, városokat felkereső turisták számára termékek természetesen nem ragadhatnak meg a régió határain belül (vártúrák, irodalmi túrák stb.),

- Ígéretes együttműködésként jelenik meg az ún. DIREKT – a Dunán inneni regionális kulturális társulás ötlete, mely az Európa Kulturális Fővárosa nem nyertes pályázatban érintett városok együttműködésének szervezéséből indult el, s vált egyre szélesebb térséget megszólító kezdeményezéssé.

- A hivatás-turizmusban megfigyelhető a delegáltak érdeklődését kielégítő, nagy területi és időbeni távlatokat áthidaló szakmai programok szervezésének nagyobb haszna,

- Az aktív turizmus és az ökoturizmus, jellegét tekintve inkább a természeti környezethez kapcsolódik, mint ilyen nem tartja tiszteletben az adminisztratív jellegű régiók

határait, tehát az interregionális együttműködés ebben az esetben is létérdek, itt nyer különösen terepet a Tisza-tó régióval való stratégiai együttműködés, melyet a stratégia-készítés során a célok, prioritások egyeztetése és stratégiánkba történő beépítése biztosít.

- Az egészségturizmus, bár jellegében nem hasonlítható az előzőekben felsorakoztatott típusokhoz, mégis az ún. „fürdőcsömör” leküzdésére szervezhető programok, illetve a különböző gyógyvizek eltérő földrajzi elhelyezkedése igényelheti a régióhatárok átlépését, mely téren az Észak-Magyarország, Észak-Alföld együttműködés mellett, a dél-szlovákiai, határközeli térségekkel való kooperációk is klaszterbe felfűzhetőek.

A következő négy régióval való együttműködés részleteinek projekt-kidolgozását tartjuk kívánatosnak:

Tisza-tó turisztikai régió, elsősorban

- o A Tiszához kapcsolódó vízparti, vízi turizmus és sport terén, a VTT-hez kapcsolódó turisztikai tervezési tevékenység részeként
- o Az aktív és öko-turizmus terén, valamint
- o A kulturális és tematikus utak kapcsán.

Észak-Alföld Régió, elsősorban

- o Az aktív turizmus, a „közös” Tisza turisztikai hasznosítása terén
- o A nagy észak-alföldi egészségturisztikai desztinációk (Debrecen, Hajdúszoboszló) termékkálájának kiegészítéseként régióink kulturális és ökoturisztikai kínálata tekintetében.

Közép-Magyarország Régió, elsősorban

- o A Dunakanyar térséghez tartozó települések révén, például a falusi turizmus terén

Dél-kelet-Szlovákia, ahol a Szlovák-Magyar Interreg ösztönözheti az együttműködés konkrét formáit, elsősorban

- o Aggtelek és környéke „közös adottságainak” egybekapcsolására, fejlesztésére épülően,
- o A Zemplén-térségében – a hármashatármenti együttműködés, a Kárpátok Eurorégió együttműködésére,
- o A Kassa-Miskolc interregionális együttműködés,
- o valamint a Nógrád-megyeieket elsősorban érintő Duna-Ipoly együttműködés keretében, a kölcsönös turista forgalmat segítő közös fejlesztésű információs, tájékoztató rendszer kialakításával, általános infrastruktúra és turisztikai termékfejlesztéssel, marketing munka terén történő együttműködéssel.

A régió turizmusának sikeres fejlesztése csak egy jól működő, jól együttműködő rendszerben lehetséges. Az együttműködés mind területi, mind pedig turisztikai termékek vonatkozásában szükséges.

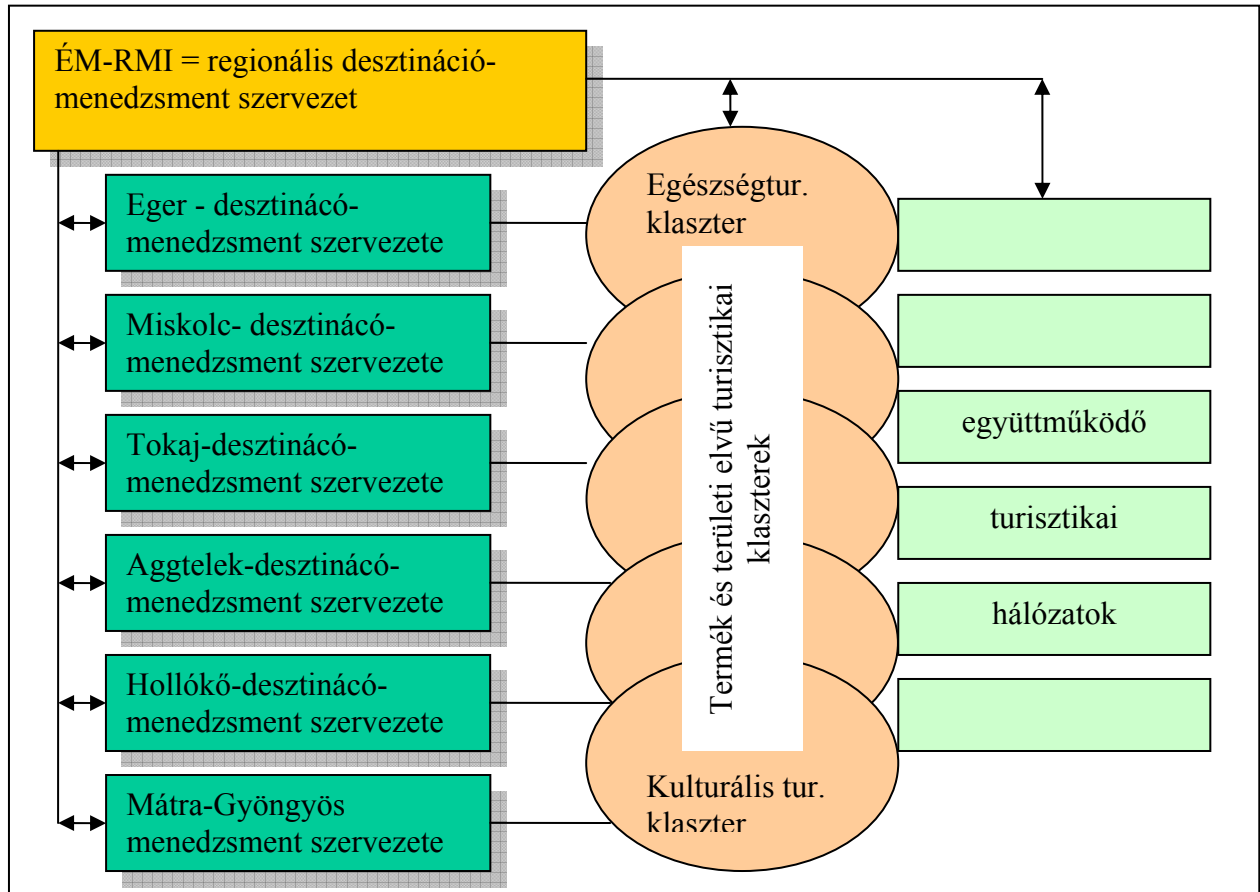
A szervezeti, együttműködési rendszer alapját a desztináció-menedzsment különböző szintjeinek, az adott fogadóterület marketingjét koordináló szervezetek, összehangolt tevékenység lehetősége adja. Javaslatunk az alábbi – közösségi típusú - desztináció-menedzsment szintek, szervezetek együttműködésére épít.

- *regionális desztináció-menedzsment*, mely – az ÉM-RMI és a NORDA együttműködésére épülő -szervezete felelős a régió turizmusfejlesztési stratégiája megvalósításáért, folyamatos karbantartásáért, a szakmai koordinációért, a regionális közösségi típusú turizmusmarketing megvalósításáért.

- *kiemelt turisztikai térségek desztináció-menedzsment szervezete*, mely térségek a korábban kifejtett területi prioritásokhoz szerveződnek, (együttműködve a megyei, kistérségi támogatókkal, menedzserekkel)

- városok, települések desztináció-menedzsmentje, melyek egy konkrét hely összefogásának szervezői. .

Desztináció-menedzsmentre különösen ott van szükség, ahol a fogadóterület egy komplex, - adott esetben sok termékből álló - sajátos terméként, s fizikai és szocio-kulturális entitásként jelenik meg.



A régió turizmusfejlesztési rendszere szakmai kereteit bemutató ábránk jelzi, hogy a közösségi típusú tevékenységet folytatódésztinációmenedzsment szervezetek szoros szakmai együttműködésben élnek a különböző turisztikai klaszterekkel és hálózati együttműködésekkel. A desztináció-menedzsment szervezetek –melyben a turizmuson belüli és kívüli szereplők egyaránt közreműködnek - alapvető feladata

- a desztináció-imázs, márka kialakítása,
- a konkrét termékfejlesztés stratégiák és lépések összehangolása, összefogások szervezése,
- a turizmus információs háttérének megalapozása,
- értékesítési és kommunikációs tevékenység szervezése, koordinációja,
- turisztikai vállalkozások szakmai támogatása,
- a piaci információk közvetítése az érintett szereplők felé,
- szakmai koordináció régió belül,
- szakmai lobbis tevékenység szervezése, azaz a desztináció-menedzsment tevékenység lényege a tudatosan felépített régió, térségi és települési turizmusmarketing tevékenység megvalósítása.

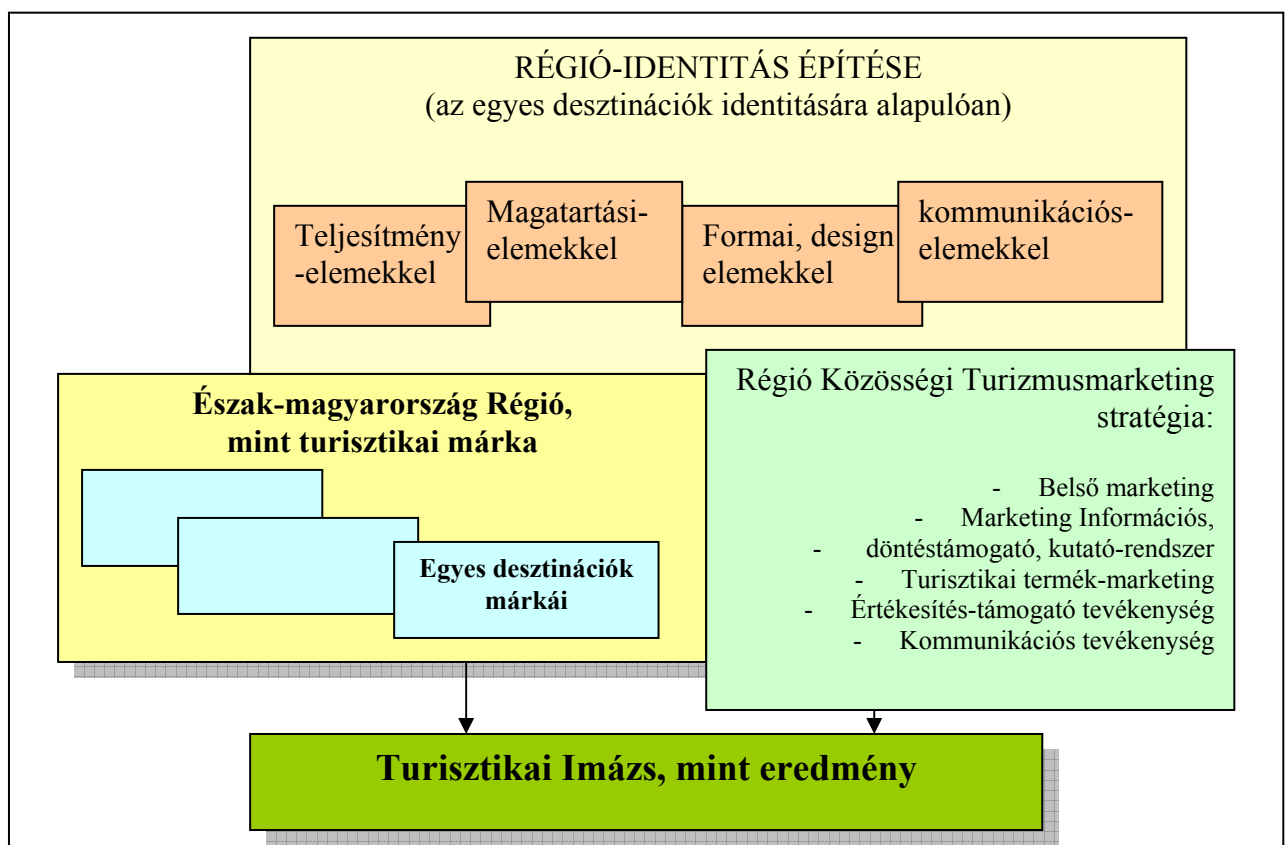
A szervezeti rendszer az – alapvetően közösségi típusú turizmusfejlesztés és marketing tevékenységet folytató - DM-szervezeteken túl szorosan kell, hogy kapcsolódjon, s ösztönözze a vállalkozások, közvetlen piaci és kapcsolódó szakmai szereplők klaszter típusú együttműködését, melyek a vállalkozások, non-business szervezetek (kulturális, tudományos, képzési stb.) kooperációjának kereteit adják, a turizmusfejlesztés, a turisztikai innovációk fő mozgatói a közös érdekek mentén.

A klaszterek alapvető szervezési elve lehet:

- turisztikai terméktípus alapú, (pl. egészségturisztikai klaszter, kulturális turizmus klasztere, lovasturisztikai klaszter stb.) ahol egy közösen működtetett klaszter-menedzsment kezdeményez, koordinál, konkrét vállalkozói, szakmai együttműködési programokat, projekteket,

- turisztikai desztináció, fogadókohortra szerveződő, földrajzi típusú, amikor pl. egy város turizmusának szereplőit fogja össze együttműködési rendszerbe, a különböző területeken érintett vállalkozások révén az adott terület komplex turisztikai kínálatának kialakítása, értékesítése érdekében.

A régió turizmusmarketing stratégiájának lényege, hogy tevékenységével márkaépítést végezzen, kialakítsa, és minél értékesebbé tegye Észak-Magyarországot, mint turisztikai márkát. A marketing-stratégia részleteinek kidolgozása meghaladja a jelen tanulmány kereteit, ugyanakkor fő modelljét, módszertanát, s eszközrendszerét a tanulmányban bemutattuk.



A turizmusfejlesztési stratégia realizálása csak akkor lehet eredményes, ha sikerül **az érintettek megismertetni, megértetni, elfogadtatni, s elérni a célokkal, a törekvésekkel való azonosulást**, annak érdekében, hogy híveivé, s aktív cselekvőivé váljanak a

végrehajtásnak. Ezt szolgálандó tájékoztatókat, ha szükséges képzéseket kell tartani, s megtenni azokat a konszenzust teremtő lépéseket a konkrét feladatok, felelőségek terén, melyek együttesen biztosítják a közös cselekvés garanciáit. Ha létrejön az érintett szereplők közötti konszenzus, az biztosítja a feladatvállalási készséget, a végrehajtásban való aktív közreműködést. **A realizálási stratégia konkrét kialakítása és végigvitele a regionális desztináció-menedzsment szervezet feladata.**

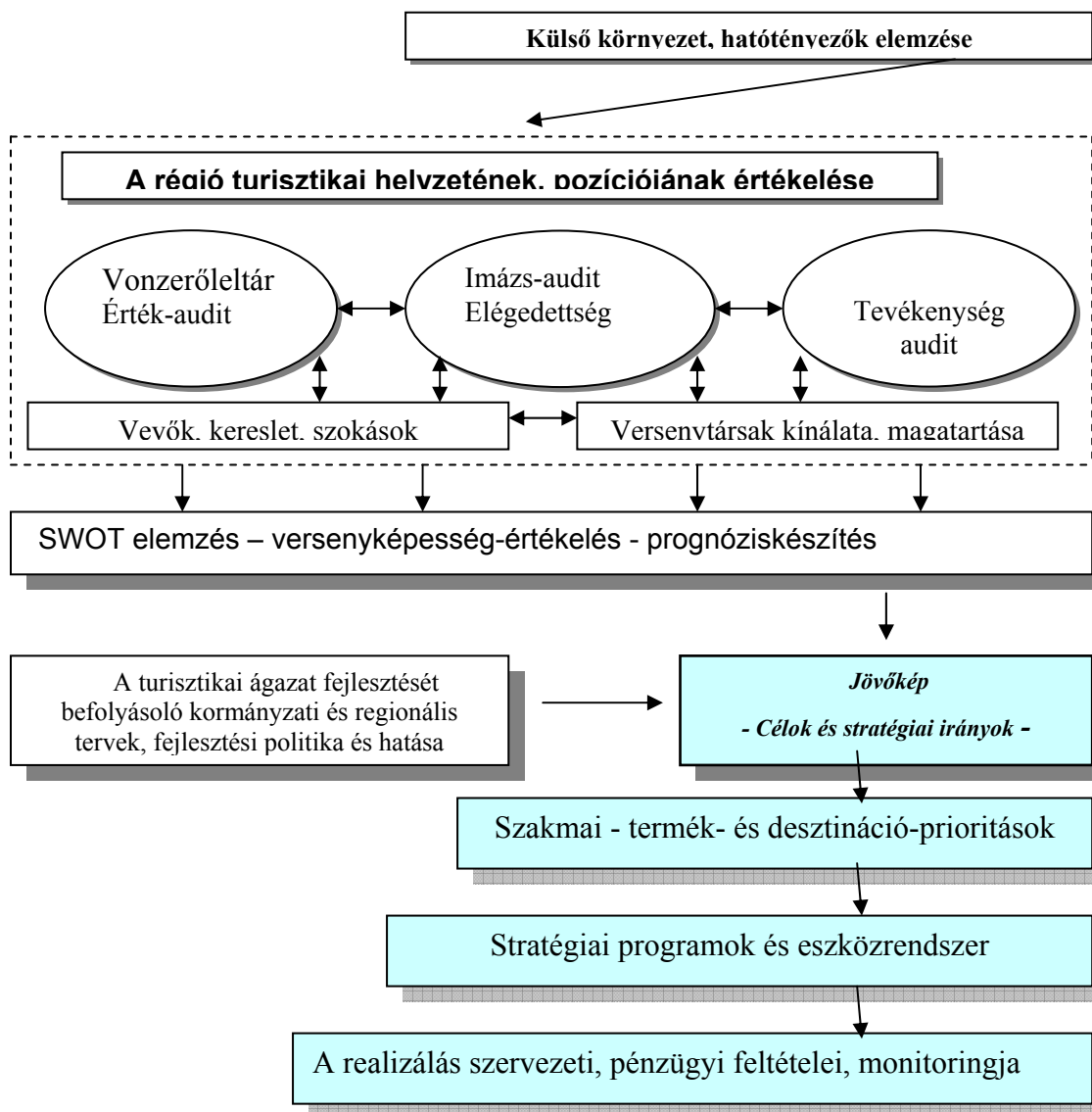
A regionális menedzsment szervezetnek kell kialakítania a stratégia végrehajtását követő, ellenőrző **monitoring rendszert** is, melynek feladata:

- a régió turizmusa legfontosabb folyamatainak, eseményeinek nyomon követése, rögzítése,
- a folyamatok szakmai hatékonyságának, eredményességének értékelése, kutatási, elemzési munkával,
- az outputok mérése, a stratégia indikátorai alakulásának számbavétele, értékelése,
- az időközi értékelések tapasztalatai alapján visszacsatolás a stratégia céljai, programjai esetleges módosítása, továbbfejlesztése érdekében,
- a regionális desztináció-menedzsment szervezet segíti a régió belüli desztináció-menedzsment szervezetek hasonló tevékenységét, támaszkodik rájuk a helyi folyamatok megítélésében, együttműködik velük a jövőbeni lépések összehangolásában.

2. Bevezetés

Jelen dokumentum az észak-magyarországi turisztikai régió területére vonatkozó, a 2007-13-as tervezési időszakra szóló fejlesztési stratégia.

A stratégia készítése két lépésben történt. Először a régió turisztikai helyzetének, lehetőségeinek felmérése alapján megfogalmaztuk a jövőképet, a stratégiai célokat és kijelöltük az ezek elérését biztosító, a fő fejlesztési irányokat, prioritásokat. Ezt követően a stratégiai programok, intézkedések részleteinek, a realizálás és ellenőrzés feltételeinek a kidolgozására került sor. Mindez az alábbi modell lépései szerint történt.



1. Ábra a stratégia-készítés modellje, lépései

2. 1. Dokumentum célja

Az Észak-Magyarország Régió turizmusfejlesztési stratégiájának feladata, hogy a 2000-ben készített regionális turizmusfejlesztési koncepció és stratégiai program óta eltelt idő eredményei alapján helyzetértékelést adjon, megfogalmazza azokat a régió aktuális szakmai turizmusfejlesztési céljait, a célok elérését biztosító stratégiai megoldásokat és az

alkalmazandó eszköz, intézkedésrendszert, mely segítője, *vezérfonala lehet a turizmus fejlődésében érintett közösségi, és vállalkozói aktivitásnak, kooperatív cselekvésnek.*

Minden stratégia relatíve hosszabb időre szól, ezért a konkrét közösségi lépések számára elsősorban stratégiai célok, keretek és realizálási módszerek kijelölését végzi el. Jelen stratégia ugyanakkor nagy súlyt helyez arra, hogy a konkrét megvalósítási eszközökre, megoldásokra is rámutasson.

A célok, a stratégiai programok és eszközök meghatározása során határozottan törekedtünk szakmai prioritások felállítására, hiszen e nélkül nehezen biztosítható a közösségi és vállalkozói források hatékony felhasználása, s nehezen indítható be az a multiplikatív folyamat, mely nélkül érzékelhetően kedvező fejlődés nehezen valósulna meg a 2007-13-as időszak turizmusának ágazatában.

2. 2. Fejlesztési stratégia illeszkedése az országos turisztikai és a regionális fejlesztési stratégiához

Az Észak-Magyarország Régió Turizmusfejlesztési Stratégiája a 2007-13-as uniós költségvetési időszakra készülő regionális szintű tervek része, s ezért különösen fontos, hogy biztosítsuk a szakmai, pénzügyi koherenciáját, egyrészt igazodva a már elkészült, legitimált stratégiákhoz, s másrészt befolyásolva a még készülő dokumentumokat a turizmus-fejlesztés szakmai törekvéseinek erősítése irányába.

A Fejlesztési Stratégia illeszkedik a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában megfogalmazott országos, s az Észak-Magyarország Régió fejlesztési koncepciójában és operatív programjában (ROP) megjelenő regionális törekvésekhez.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiai (2005-13) szemlélete, elemzési pillérei, horizontális témakörei, célrendszere és a kidolgozott fejlesztési eszközrendszer orientálta a régiós stratégia készítőit. Az átfogó célokban közös elemek vannak, hiszen a turistafogadás feltételeinek javítása, az attrakció-fejlesztés (termék- és desztinációfejlesztés), az emberi erőforrás-fejlesztés és a hatékony működési rendszer kialakítása a regionális stratégia fő feladata is. A célstruktúra tartalmában hasonló, szerkezete, összefüggései ugyanakkor más súlyt képeznek regionális és országos szinten. Domináns célként a turizmus gazdaságfejlesztési hatásainak növelését, versenyképességének növelését, s annak biztosítására szolgáló prioritásokat, s eszközrendszert határoztuk meg.

A régióra megfogalmazott szakmai prioritások, célok és stratégiai beavatkozások összhangban vannak az országos prioritásokkal, természetesen nem azok mechanikus leképezései, hanem a régiós sajátosságokat visszatükröző szakmai elképzelések, javaslatok. Különösen közvetlen kapcsolódást építettünk be a termékprioritások, s a desztináció-menedzsment javasolt megoldásai terén.

Míg az országos turisztikai stratégiához illeszkedés elsősorban a stratégiai prioritások, stratégiai irányok meghatározásában jelenik meg, addig a regionális fejlesztési program esetében a konkrét fejlesztési eszközrendszer, a konkrét programok, kiemelt fejlesztési projektek, szervezeti megoldások és pénzügyi keretek kapcsán is összehangolásra került sor.

2. 3. Partnerségi folyamat bemutatása

A régió turisztikai stratégiájának kidolgozása a relatíve rövid határidők mellett is széles partnerségre épült, lehetővé téve, hogy a szakmai közvélemény közvetlenül is részt vegyen, befolyásolja a sarkalatos célok, törekvések meghatározását, véleményt tudjon nyilvánítani a prioritások kapcsán, s konkrét javaslatokkal éljenek a programok, a projektek terén. Az alábbi együttműködéseket alakítottuk ki:

- szakértői munkacsoportot (10 fő) alakítottunk a régió, a három megye vezető turisztikai szakemberei bevonásával, akik mind a helyzetértékelés, mind a célokra, stratégiai irányokra és eszközökre vonatkozó javaslatokat megvitatták,
- folyamatos egyeztetést végeztünk a stratégia-készítés idején a Magyar Turizmus Rt. Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatóságával,
- szakmai javaslatainkat egyeztettük az Észak-Magyarországi Fejlesztési Ügynökséggel, vezetőjével, annak érdekében, hogy az Észak-Magyarországi Régió ROP-pal való összhang biztosított legyen,
- kérdőíves megkereséssel fordultunk a régió városaihoz, kistérségeihez egyrészt a vonzerőleltár frissítése, másrészt a fejlesztési elképzeléseik, javaslataik megismerése érdekében,
- a kistérségek, városok meghatározott körét személyesen is megkeresték képviselőink adatgyűjtésre, egyeztetésre,
- feldolgoztuk a korábban készült megyei, kistérségi, városi turizmusfejlesztési stratégiákat, programokat, az elkészült programok javaslatait figyelembe vettük, míg a folyamatban lévő tervezéseknél, pl. Miskolc Fejlesztési Pólus stratégia igyekeztünk hatni azokra,
- szakmai vitát, fórumot tartottunk az Észak-Magyarországi RIB, a fejlesztési ügynökségek, kamarák, kistérségek képviselők, tourinform irodák képviselőinek részvételével 2006. január 31-én Egerben, a Városházán a helyzetértékelés, stratégiai célok és prioritások témájában,
- a stratégia prezentációját, vitáját témájául tűző bemutatót, fórumot rendeztünk a „Menjünk világgá...” szakmai kiállítás kísérő rendezvényeként, ahová szintén meghívást kaptak az Észak-Magyarországi RIB, a fejlesztési ügynökségek, kamarák, kistérségek képviselői, a tourinform irodák vezetői és a kiállításon résztvevő szakemberek.

3. Rövid helyzetelemzés

3. 1. Általános, földrajzi elhelyezkedés

Az Észak-Magyarország Régió az Északi-középhegység és az Alföld északi szélén helyezkedik el. Területén három megye található Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves és Nógrád. Területe 13429 km², mely alapján a negyedik legnagyobb régió az országban. Északon Szlovákia, nyugaton a Budapest-Középdunavidék, Közép-Magyarország, délen az Észak-Alföld (és a Tisza-tavi programrégió), keleten, pedig Észak-Alföld Régió határolja.

A természetföldrajzi környezetet vizsgálva, megállapítható, hogy az észak-magyarországi régió földrajzi és természeti adottságai alapján az ország egyik legváltozatosabb régiója. Itt található hazánk legmagasabb középhegysége, Magyarország legmagasabb csúcsa az 1015 m magas Kékes. Északon a Szlovák határ mentén alacsonyabb közép-hegységek és dombságok húzódnak. A Börzsöny, a Mátra és a Zempléni hegység vulkanikus láncait magas csúcsok és mély völgyek tagolják, míg a Cserehát, Bükk és az Aggteleki-karszt lekopott mészkőhegységek.

A régió hegyei rengeteg felszín alatti csodát rejtnek. A Bükk-hegység hazánk barlangokban leggazdagabb vidéke, itt található az ország legmélyebb barlangja a 250 m mély és 4,5 km hosszú István-lápai barlang. Az Aggteleki-karszt Szlovákiába is átnyúló barlangrendszere Európában is egyedülálló, csakúgy mint a térségben feltárt „ősemberbarlangok”, (Szeleta-barlang) melyekből kiemelkedő jelentőségű ősrégészeti leletek kerültek elő.

Folyóvizeink közül legjelentősebbek a Tisza, valamint jobb oldali mellékfolyói a Bodrog, Hernád, Sajó, Zagyva és a régió nyugati felén az Ipoly. A terület állóvizekben viszonylag szegény, de a Mátra és a Bükk déli lejtőin több kisebb víztározó is épült, ugyanakkor jelentős a bányatavak száma.

A régió éghajlata az országos átlagtól kissé eltérő melyet az északi fekvés és a magasabb felszíni formák befolyásolnak. A klíma és a magaslati éghajlat lehetővé tették, hogy a régióban több klimatikus gyógyhely is kialakuljon, 800-900 m magasságon már a magas hegyihez hasonló biológiai hatások alakulhatnak ki, ilyen hatásokkal rendelkezik többek között a Kékes és Galyatető. Az évi középhőmérséklet 10,5 Celsius fok, mely némileg alacsonyabb az országos átlagnál. A csapadék mennyisége átlagosan évi 500-600 mm, bár az utóbbi két-három évben bizonyos területi eloszlásban igen szélsőséges időszaki értékeket mutatott. A napsütéses órák száma 2000 óra, mely az országos átlaghoz viszonyítva magasabbnak mondható. Az uralkodó szélirány az északi, de ezt a domborzati viszonyok módosíthatják.

A hegyvidéki talajadottságok kedveznek a szőlőtermesztésnek, különösen Heves és Borsod-Abaúj-Zemplén Megyében. A völgyekben réti és öntéstalajokat is találhatunk, míg a mélyebben fekvő síkságokon a vályog talaj a jellemző, de a legjellemzőbb a barna erdei talaj. A régió növénytakarója a magasabb hegyekben bükkös-tölgyes, lejjebb ereszkedve vegyes erdő, míg a síkságokon erdős-ligetes sztyep jellegű növénytakarulás található. Érintetlen, nem művelt „őserdő” csak a Bükkben található. Hiányoznak az út menti fasorok, és a telepített erdők, ezzel szemben sok a parlagon hagyott gazos, bozóttal fedett földterület.

A régió területének 13%-a országos és helyi jelentőségű védett természeti terület, mely az ország védett területeinek 22%-át adja. Természeti kincseink közé tartozik a hatalmas gyógy-, hévíz-, és ásványvíz készlet. Észak-Magyarországon a föld mélyében rejlő természetes erők, a klíma és természeti kincsek hasznosítására alapozott gyógyturizmusnak értékes hagyományai alakultak ki.

3. 2. Régió általános gazdasági-társadalmi helyzete, demográfia

A régió lakossága mintegy 1.280.000 fő, mely az ország népességének 12,7%-a a népsűrűség magasabb a vidéki átlagnál, a régióon belül az átlagosnál B.-A.-Z.-Megyében nagyobb, Nógrád megyében pedig alacsonyabb ez az érték..

Az Észak-magyarországi statisztikai régióban 605 település van, az ország városainak, falvainak egyötöde. A városi népesség aránya 50%. Az átlagos település nagyság kisebb, mint országosan, mivel a régió elzárt medencéiben az apró és törpe falvak dominálnak. A régió 28 statisztikai kistérségre tagolódik.

A GDP termelésében az utóbbi öt évet tekintve 6-7. helyen volt a régió. A GDP-n belül becsléseink alapján a *turizmus-ágazat részaránya növekedett 5-6%-ot ér el*, mely még mindig alacsonyabb az országos értéknél, annak ellenére, hogy a vonzerők, a turisztikai értékek vonatkozásában kiemelkedően jelentős régióról van szó.

A statisztikai régióbeosztás szerint az Észak-magyarországi régió három teljes megyéből áll (Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves és Nógrád), míg a 4/2000 (II.2.) GM rendelet alapján a turisztikai régió lehatárolás szűkebb területű, az ország kilenc turisztikai régiós felosztása miatt, azaz a 605 településből 573 tartozik a turisztikai régiókhöz.

BRUTTÓ HAZAI TERMÉK (GDP)

| Megye, régió | Bruttó hazai termék piaci beszerzési áron, millió Ft | | | Egy lakosra jutó bruttó hazai termék, 1000 Ft | | | Sorrend az egy főre jutó GDP alapján | | |
|---------------------------|--|-------------------|-------------------|---|--------------|--------------|--------------------------------------|------------|------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2001 | 2002 | 2003 | 2001 | 2002 | 2003 |
| Borsod-Abaúj-Zemplén | 694 657 | 765 754 | 845 579 | 925 | 1 025 | 1 141 | 18 | 17 | 17 |
| Heves | 355 841 | 394 107 | 432 501 | 1 087 | 1 209 | 1 333 | 11 | 12 | 12 |
| Nógrád | 180 401 | 197 437 | 215 009 | 816 | 897 | 983 | 20 | 19 | 20 |
| Észak-Magyarország | 1 230 899 | 1 357 298 | 1 493 089 | 947 | 1 050 | 1 162 | VII | VII | VII |
| ORSZÁG ÖSSZESEN | 14 849 809 | 16 740 415 | 18 408 815 | 1 458 | 1 648 | 1 817 | - | - | - |

Forrás: KSH

A BRUTTÓ HOZZÁADOTT ÉRTÉK A GAZDASÁGI ÁGAK FŐBB CSOPORTJAI SZERINT, 2003

Millió Ft

| Megye, régió | Mezőgazdaság, vadgazdálkodás, erdőgazdálkodás, halászat | Ipar | Építőipar | Szolgáltatások | Ágazatok összesen (alapáron) |
|---------------------------|---|------------------|----------------|-------------------|------------------------------|
| | A, B | C,D,E | F | G-O | A-O |
| Borsod-Abaúj-Zemplén | 27 112 | 237 096 | 37 662 | 440 810 | 742 680 |
| Heves | 20 759 | 126 898 | 20 531 | 211 354 | 379 542 |
| Nógrád | 6 343 | 50 792 | 12 089 | 119 254 | 188 478 |
| Észak-Magyarország | 54 214 | 414 786 | 70 282 | 771 418 | 1 310 700 |
| ORSZÁG ÖSSZESEN | 532 700 | 4 118 145 | 792 918 | 10 715 537 | 16 159 300 |

Forrás: KSH

| DEMOGRÁFIAI MUTATÓK 2004 | | | | | | |
|----------------------------------|--|--------------------|---------------------------|---------------|-----------------------|---------------|
| Kistérség, megye, régió | A lakónépes ség száma év végén 2004 | Népsűrűség 2004 | Természetes szaporodás | | Vándorlási különbözet | |
| | | | 2000 | 2004 | 2000 | 2004 |
| Abaúj-Hegyközi | 15 558 | 35 | -45 | -78 | -202 | -47 |
| Bodrogközi | 18 384 | 46 | -53 | -116 | -81 | -97 |
| Edelényi | 36 299 | 49 | -13 | -41 | -159 | -246 |
| Encsi | 24 251 | 54 | -31 | -38 | -51 | 3 |
| Kazincbarcikai | 64 077 | 127 | -124 | -227 | -473 | -440 |
| Mezőcsáti | 15 048 | 40 | -6 | -68 | -49 | -73 |
| Mezőkövesdi | 44 565 | 66 | -376 | -402 | 217 | -21 |
| Miskolci | 274 840 | 273 | -627 | -928 | -1 259 | -1 302 |
| Ózdi | 74 283 | 135 | -188 | -246 | -131 | -727 |
| Sárospataki | 27 146 | 57 | -106 | -232 | -194 | 8 |
| Sátoraljaújhegyi | 24 632 | 79 | -104 | -176 | -226 | -210 |
| Szerencsi | 45 006 | 90 | -51 | -113 | -45 | -238 |
| Szikszói | 19 586 | 65 | 17 | -28 | 124 | -23 |
| Tiszaújvárosi | 33 616 | 131 | 0 | -36 | 17 | -168 |
| Tokaji | 14 563 | 57 | -99 | -160 | 125 | -36 |
| Borsod-A.-Z. összesen | 731 854 | 101 | -1 806 | -2 889 | -2 387 | -3 617 |
| Bélapátfalvai | 13 739 | 53 | -100 | -147 | 109 | 86 |
| Egri | 79 484 | 184 | -184 | -263 | -299 | 124 |
| Füzesabonyi | 38 040 | 57 | -192 | -140 | 255 | 32 |
| Gyöngyösi | 77 773 | 104 | -347 | -355 | 126 | 73 |
| Hatvani | 53 952 | 153 | -269 | -304 | 382 | -63 |
| Hevesi | 36 481 | 52 | -117 | -72 | 114 | -97 |
| Pétervásárai | 23 287 | 49 | -259 | -244 | -21 | 4 |
| Heves összesen | 322 756 | 89 | -1 468 | -1 525 | 666 | 159 |
| Balassagyarmati | 42 581 | 80 | -250 | -281 | 185 | 54 |
| Bátonyterenyei | 26 319 | 96 | -185 | -160 | -13 | -92 |
| Pásztói | 33 641 | 61 | -194 | -263 | 19 | -159 |
| Rétsági | 25 795 | 59 | -119 | -100 | 131 | 12 |
| Salgótarjáni | 68 070 | 143 | -392 | -345 | -81 | -282 |
| Szécsényi | 20 095 | 72 | -59 | -121 | 78 | -60 |
| Nógrád összesen | 216 501 | 85 | -1 199 | -1 270 | 319 | -527 |
| Régió összesen | 1271111 | 95 | -4 473 | -5 684 | -1 402 | -3 985 |

Forrás: KSH

A régió társadalmi-gazdasági életében, a lakossági szolgáltatások biztosításában meghatározó jelentősége a megyékben központi szerepet betöltő nagyvárosoknak (Miskolc, Eger, Salgótarján) és a közepes városoknak (Gyöngyös, Hatvan, Ózd, Kazincbarcika, Tiszaújváros). E városok a környezetükben jelentős térszervező erővel bírnak, ami gazdasági és szolgáltató központ szerepükből adódik. Ugyanakkor befektetésvonzó lehetőségeiket korlátozzák a városszerkezetbe beépült alulhasznosított ipari területek, rendezetlen közterületek.

A kistérségek nagy részének központi települése általában funkcióját veszítő kisváros. E településeken hiányos a vállalkozói infrastruktúra, ami gátja a munkahelyteremtésnek. Továbbá nem illeszkedik az igényekhez az önkormányzati intézményi ellátás, miközben a szolgáltatás minősége sem kielégítő.

| TELEPÜLÉSHÁLÓZAT JELLEMZŐI 2004 | | | | |
|---------------------------------|-------------------|------------------------------------|--------------------|-------------------|
| | Települések száma | Városi jogállású települések száma | Lakónéesség aránya | Lakónéesség száma |
| -499 | 176 | 0 | 3,6 | 46 071 |
| 500-999 | 157 | 0 | 8,9 | 113 466 |
| 1000-1999 | 150 | 0 | 17,1 | 216 919 |
| 2000-4999 | 92 | 6 | 20,7 | 263 614 |
| 5000-9999 | 13 | 11 | 6,9 | 87 176 |
| 10000-49999 | 15 | 15 | 24,5 | 311 847 |
| 50000-99999 | 1 | 1 | 4,4 | 56 317 |
| 100000- | 1 | 1 | 13,8 | 175 701 |
| Összesen | 605 | 34 | 100,0 | 1 271 111 |

Forrás: KSH

A régióra, ezen belül is elsősorban Borsod-Abaúj-Zemplén megyére jellemző az aprófalvas település szerkezet. Ezt jelzi, hogy az 500 főnél kisebb lakosú aprófalvak aránya 29% a települések közül, és az itt élők aránya (3,6%) meghaladja országos átlagot (2,8%). Az aprófalvak a régió északi elzárt medencéiben, a határ mentén dominálnak, míg a Tisza mentén az alföldre jellemző óriásfalvak is megtalálhatók. Az edelényi és az encsi a leginkább aprófalvas kistérség, ahol a települések több mint felén 500 főnél alacsonyabb a lélekszám. Települések elnéptelenedésére még nem volt példa, azonban az elkövetkező évtizedben bekövetkezhet, azonban ez együtt járhat a tisztán üdülőfalvak megjelenésével.

A régió perifériájára szorult aprófalvas térségek kistelepüléseinek a sokszor nagyrészt roma lakosság jellemzően alacsony iskolázottságú, szociális helyzete rendkívül kedvezőtlen. A tömegközlekedés hiányosságából, az esetleges zsákfalvas jellegből adódóan az alapellátást biztosító (oktatási és szociális) intézményrendszer szolgáltatásai nem megfelelőek és a munkalehetőségek hiánya a fiatalabb és képzettebb korosztályt elvándorlásra kényszeríti. Az aprófalvas településszerkezet kikényszeríti többek között a közigazgatási, oktatási, gazdasági, üdülő, egészségügyi funkciók megosztását, a települések közti együttműködést.

3.3. A turizmus kínálata – A régió korábbi turisztikai célú fejlesztése tapasztalatainak, eredményeinek bemutatása

„Észak-Magyarország változatos természeti és táji értékei, nemzeti parkjai, termálvizei, kulturális és népművészeti hagyományai, híres borai, a magyar építészet jelentős értékei - köztük a Világörökség részévé nyilvánított Hollókő ófalva és táji környezete, az Aggteleki-karszt és a Szlovák-karszt barlangjai és a Tokaji történelmi borvidék kultúrtáj - varázsolják vonzóbbá az itt tartózkodást. Az aktív pihenésre vágyók a régió hegyeiben túrázhatnak, lovagolhatnak, vadászhatnak, sípályánkon síelhetnek, vagy éppen tavainkban, folyóinkban kihasználhatják a vízi sport lehetőségeit. A több száz éves fürdőkulturával rendelkező régióink több helyen is gyógyító és frissítő hatásokban gazdag gyógyfürdőiben várja az idelátogatókat. A tájjellegű ételek megkóstolása mellett a négy történelmi borvidékkel rendelkező gazdag régióink színes palettát kínálnak azoknak, akik kedvelik a könnyed fehér bort, a testes vöröset, vagy éppen az édes bort. Észak-Magyarországon „minden lépés új élmény”!

Az Észak-Magyarországi régió turisztikai adottságai sokrétűek, többeleműek, sőt komplexnek is nevezhetőek. Ez a tény a régió meghatározó jelentőségű erőssége. A vonzerők

jelentős része az elmúlt öt évben még inkább felértékelődött, bővülő tartalmú turisztikai termékek alakultak ki. A vonzerők ismertsége tovább nőtt,

- a három világörökségi helyszín (Hollókő és az Aggteleki cseppkőbarlang, a Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék) mellett,
- a négy borvidék (Mátrai, Bükkaljai, Egri, Tokaj-hegyaljai)
- a történelmi városok, épített örökségek (várak, kastélyok) vallási és történelmi emlékhelyek,
- nemzeti parkok, a hegyvidékek (Mátra, Bükk, Zemplén),
- gyógy és termálfürdők, klimatikus gyógyhelyek továbbá
- az újonnan megalakult tematikus utak különösen, és
- az évről-évre visszatérő nemzetközi és országos rendezvények

mind-mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a régió megerősödő turisztikai potenciállal rendelkezik országos és nemzetközi tekintetben is.

VONZERŐLELTÁR

Szemben az 1997-os, Magyar Turizmus Rt által országosan végeztetett vonzerőleltár-készítés során felvett 1788 vonzerőelemmel, a jelen stratégiai projekt során – a régi vonzerőleltár adataiból kiindulva – **4670** vonzerőelemet sikerült azonosítani. – Ez a települések, kistérségek általi említési gyakoriságot jelenti, s a részletes adatokból kiderül, hogy több kategória esetén (pl. Világörökségek, borvidékek) többszöröződések vannak: pl. Világörökség említése Borsod-Abaúj-Zemplén megyében 16, a valóságban 2 világörökségi terület található a megyében. Így gondolkodva átlagosan 20 %-kal számolhatjuk a többszöröződések, így a valós vonzerőelemek száma kb. **3700**, ami így is jelentős emelkedést mutat a régióban.

Az azonosított 4670 vonzerőelem **területi megoszlása:**

| | |
|-----------------------------|----------------|
| Borsod-Abaúj-Zemplén Megye: | 2338 (50,06 %) |
| Heves Megye: | 1427 (30,56 %) |
| Nógrád Megye: | 905 (19,38 %) |

A vonzerőelemek **jelentőségük szerint** is értékelésre kerültek, mely az alábbi eredményt hozta:

| | <i>B-A-Z megye</i> | <i>Heves megye</i> | <i>Nógrád megye</i> | ÖSSZESEN: |
|-------------------|--------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| <i>Helyi</i> | 956 | 459 | 424 | 1839 |
| <i>Kistérségi</i> | 516 | 387 | 186 | 1089 |
| <i>Regionális</i> | 335 | 192 | 150 | 677 |
| <i>Országos</i> | 358 | 170 | 85 | 613 |
| <i>Nemzetközi</i> | 173 | 219 | 60 | 452 |
| ÖSSZESEN: | 2338 | 1427 | 905 | 4670 |

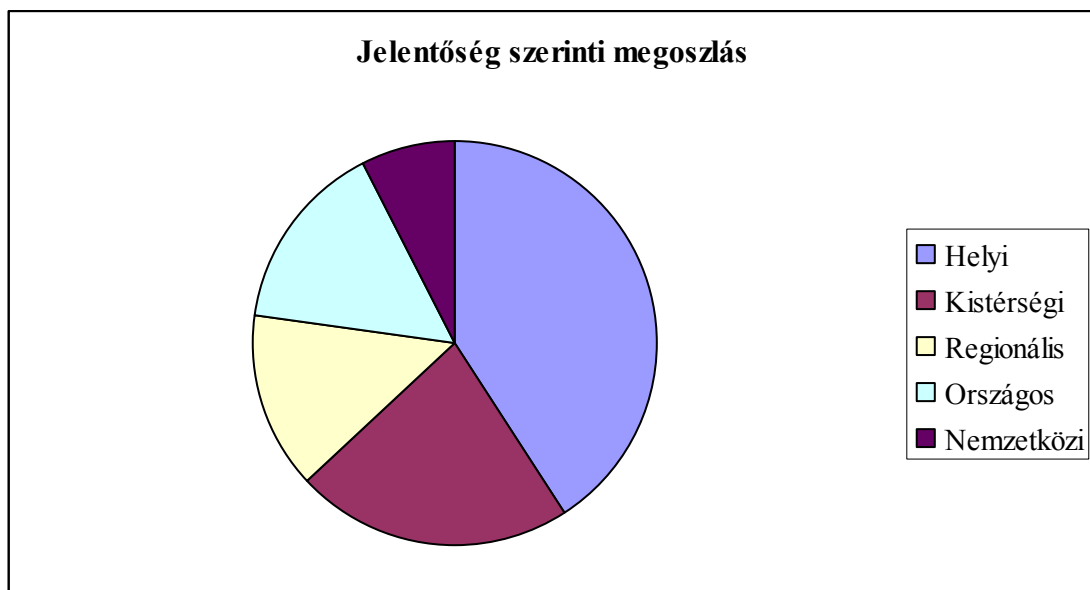
Saját kutatás, szerkesztés

A vonzerőleltár során a kiindulási alapot a korábbi vonzerőtípus-lista adta, melyet több, akkor még nem létező, vagy azóta sokkal nagyobb jelentőségre szert tett kategóriával is kiegészítettünk.

Módszertanilag azonban néhány fontos megjegyzést kell tennünk. Jó néhány olyan vonzerőelemet szerepeltettünk a leltárban, amely valójában „potenciális” vonzerő: van, számunkra érték, de valójában turisztikai hasznosítása még nem vagy alig történt meg.

Ilyenek zömmel a „helyi” minősítést kapott vonzerők, valamint a „kistérségi”-ek nagy része. Hasonló az eset a tematikus utakkal kapcsolatban is: valójában ajánlat és marketing-szinten léteznek, a valódi termékfejlesztési munka még hátra van, mindamelllett ezek azok a lehetőségek, melyeket hosszú távon nagyon eredményesen lehet majd kihasználni. Ezért fogalmazódhat meg regionális szinten az „Utak a Világörökséghez” valamint a „Panoráma-utak” program, amely a jelentős, területi prioritásokat is élvező térségek előnyeiket kihasználva fűzi fel a kisebb jelentőségű, sok esetben mégis nagy értéket képviselő látnivalókat.

Végül meg kell még említeni, hogy hiányzik a vonzerőleltárból néhány, a későbbiekben jelentőssé válható vonzerőelem (pl. extrém sportok), illetve a műemlékek turisztikai hasznosíthatósága sem pontosan derül ki ebből a leltárból, ennek szakmailag teljes körű elkészítése azonban meghaladja jelen project mind időbeli, pénzügyi, illetve szakmai kereteit. Javaslatként azonban megfogalmazásra került a teljes körű, aktuális turisztikai vonzerőleltár mielőbbi elkészítése.



Saját kutatás, szerkesztés

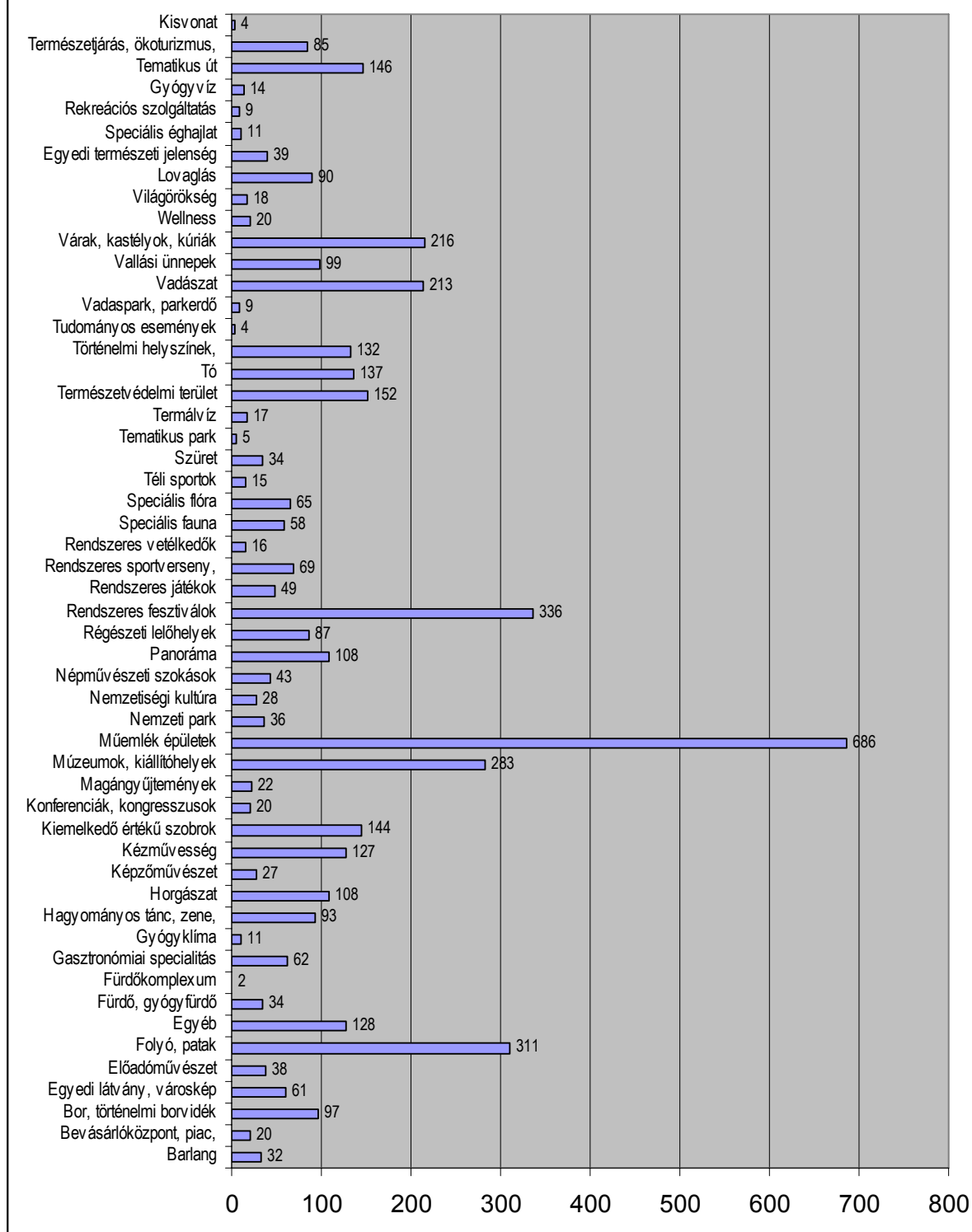
Jelen adatbázis a következő vonzerőtípusokat tartalmazza, a kapott eredményekkel együtt:

A vonzerőleltár adataiból egyértelműen látható (a korábbi megjegyzések mellett is), hogy a régióban a természeti és kulturális – örökségi jellegű vonzerők dominálnak, erre alapozva is születtek meg a területi és termék-prioritások.

A leltár adatainak könnyebb értékelése és értelmezése érdekében egyes vonzerőtípusok összevonásra kerültek, az alábbiak szerint:

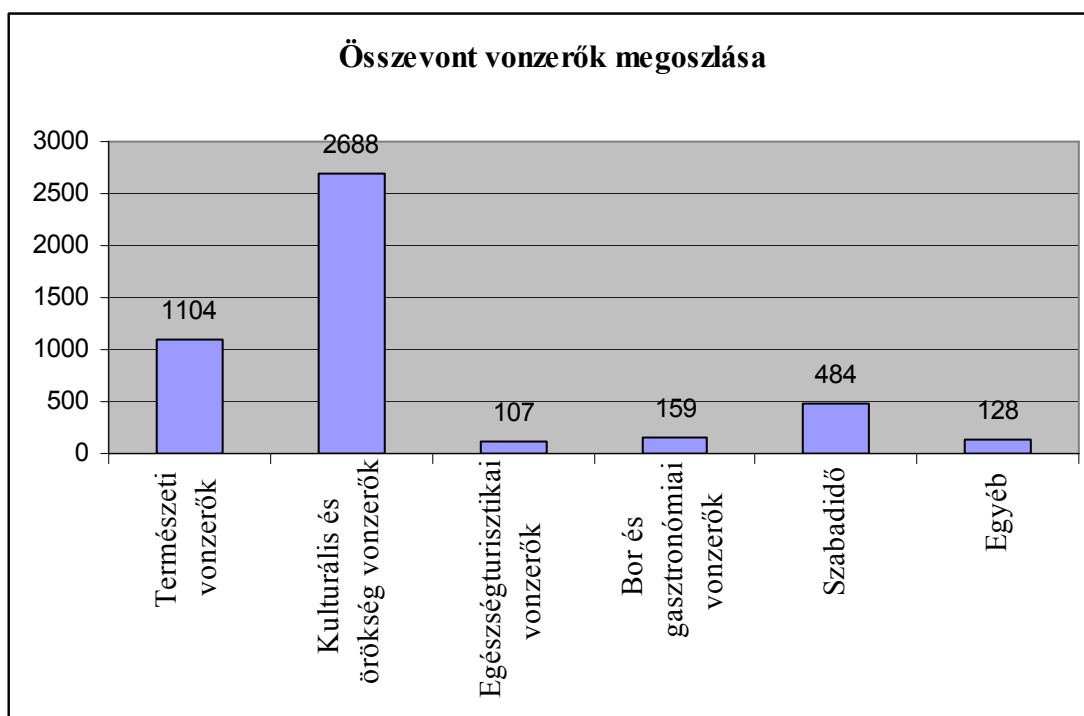
- természeti vonzerők
- kulturális és örökség vonzerők
- egészségturisztikai vonzerők
- bor és gasztronómiai vonzerők
- szabadidős lehetőségek
- egyéb.

Vonzerőtípusok megoszlása



Saját kutatás, szerkesztés

A részletes adatbázisok a stratégia háttéranyagaként a projektet vezető szakmai csoportnál elérhető.



Saját kutatás, szerkesztés

A régió idegenforgalmi potenciálját elsősorban a változatos természeti-táji adottságok, építészeti emlékek, kulturális, népművészeti hagyományok, termálvizek és a turisztikai rendezvények jelentik. Turisztikai szempontból kedvező, hogy a régió határos, ill. részint érinti a Dunakanyart (Duna-Ipoly Nemzeti Park) és a Tisza Tavi Régiót (Hortobágyi Nemzeti Park).

Az utóbbi öt évben *a vonzerőtípusokat vizsgálva megállapítható, hogy a kulturális vonzerők mellett a gyógy és wellness, a táji értékek, a hagyományok, a bor és gasztronómia a meghatározóak továbbra is.* Legújabban a legdinamikusabban fejlődő vonzerőtípusok a kulturális turizmussal, konferenciákkal és a speciális tematikus utakkal kapcsolatosak.

A vonzerők állapota még mindig számos területen kifogásolható, bár jelentős fejlesztések realizálódtak az elmúlt években. Csökkentek az elmaradások és feszültségek a tájsebkettől, környezetszennyezéstől kiindulóan az épületek állagán át, a szállodai illetve konferenciahelyi berendezésekig terjedően. Az új attrakciók, beruházásokhoz jelentős erőforrások pályázati forrásokból történtek, de sajnos a forráshiány továbbra is az egyik leglátványos tényező a turisztikai attrakciók korszerű fejlesztésében.

Észak-Magyarország az egyik ideális célpontja azoknak a turistáknak, akik pihenésük idején testük és szellemük felüdülésére vágnak. A régió klimatikus gyógyhelyei, barlangjai, gyógy- és termálfürdői, valamint az országban egyedülálló széndioxidos szárazfürdő méltán nyugtázza le a wellness életmód követőit. Az üdülőhelyek kínálta pihenés mellett a régióban sportolási és szórakozási lehetőségek, kulturális és természeti értékek, történelmi és népi hagyományok egyaránt az ideérkezők komplex kikapcsolódását szolgálják.

Regionálisan és országosan is különleges vonzerőt jelentenek a klimatikus gyógyhelyek, gyógybarlangok és az országban egyedülálló szén-dioxid szárazfürdő (Moffetta).

Manapság egyre nagyobb az érdeklődés a vallási és a kulturális turizmus iránt, így a várak, kastélyok, kúriák, templomok és kegyhelyek iránt is. A kulturális turizmus legfontosabb termékei épített, természeti örökségek, rendezvények.

Számos olyan kulturális örökséggel, értékkel bíró város is ezt a régiót gazdagítja, melyek nemcsak országos, de nemzetközi hírnévvel is bírnak: Eger, Miskolc, Sárospatak, Tokaj, Szécsény.

Érdemes megemlíteni a kulturális rendezvények sorát, melyek évről-évre egyre több turistát vonzanak a térségbe, nemcsak belföldről, hanem külföldről is egyaránt. Egyik legkiemelkedőbb a mára már nemzetközi hírnévnek örvendő miskolci Operafesztivál.

A történelmi és természeti értékek mellett fontos megemlítenünk a régióban található – méltán híres borvidékeket. Az egyik az egyébként is jelentős turisztikai attrakciókkal rendelkező Egri borvidék, illetve az e mellett található Bükkalja borvidék.

Mindezek mellett a Mátra-vidék is büszkélkedhet borvidékekkel, hiszen itt található Magyarország legnagyobb kiterjedésű történelmi borvidéke a Mátraaljai borvidék. A régió negyedik és talán leghíresebb borvidéke, a világörökségi címmel is büszkélkedhető Tokaj-hegyaljai borvidék, ahol a világhírű Tokaji-Aszú a "zászlósbor". Természetesen mind a négy borvidéknek megvannak a maga jellegzetes borai és mind a négy borvidéken található borút.

Az Észak-magyarországi régió feltételeket biztosít az öko-, természetközeli turizmus számára is. Több mint 1000 kilométeres kijelölt túraútvonalon és több mint 50 tanösvényen valamint, a régió nemzeti parkjaiban rejlő természeti értékek jelentős értékkel bírnak. A turistaútvonalak jelzései a korábbi években felújításra kerültek és tájékoztató táblák a Bükkben és a Zemplénben is kihelyezésre kerültek. Gyermekek számára is rengeteg program lehetőség kínálkozik, hiszen számos tanösvény található és sok erdei iskola működik a régióban.

A télisportok számára is megjelenik a régió, hiszen nemrég készült el Sátoraljaújhelyen Magyarország leghosszabb ülőszékes felvonója, amely télen-nyáron üzemel valamint a Mátrában, Kékesen Mátraszentistvánon és a Bükkben Bánkúton is nagyszabású télisport beruházások valósultak meg az utóbbi két évben, vállalkozói források bevonásával. Az aktív turizmus részére is kiváló lehetőségek adóttak. Három meghatározóbb típusa a régióban a lovas, kerékpáros és természetjáró turizmussal kapcsolatos.

A régióban számos olyan egyedi turisztikai attrakció és egyedülálló kezdeményezés található mely országos tekintetben is mintaértékű. Ezek egyike a regionális tematikus utak (borút, várút, Palóc út, Vas kultúra útja, Panoráma utak, stb.) A tematikus utak a régióban egy-egy megformált, együttműködésekre épülő, a látogatók számára felkínált helyek, melyek így a turistáknak jobban láthatóvá és érthetővé, megismerhetővé teszik napjainkban a múltunk és természetünk értékeit, úgy hogy meglévő régiós vonzerőkhöz hozzárendeli, hozzá kapcsolja az igénybevételt segítő turisztikai alapszolgáltatások széles körét.

2003. évben megalakult a Felső-magyarországi Várak Egyesülete, mely országosan egyedülálló szervezet és a regionális idegenforgalmi szereplők együttműködésének minta értékű példája. Ugyancsak a 2003. évben a négy történelmi borvidék borútjainak

összefogásával megalakult a Felső-magyarországi Borút Szövetség. Országos viszonylatban egyedülálló ez a borút projekt, mert kimagasló borpalettával rendelkező területen átívelő, változatos turisztikai lehetőségekkel társított borút, csak az Észak-magyarországi régióban valósítható meg.

2004-ben Heves és Nógrád megye egy újszemléletű virtuális turisztikai termék megvalósítását indította el. A Palóc Út mint tematikus út kialakítása és működése nagyban hasonlít a borút működéséhez, mely szintén egy példa értékű összefogás. Az Európai Vaskultúra útjához csatlakozva, 2004-ben elindult egy országos és egy régiós kezdeményezés, mely a régióban található ipari örökség védelmét, megóvását, bemutatását és a turizmusba való bekapcsolását tűzte ki céljául.

A régió legfontosabb turisztikai termékeinek helyzetértékelését az alábbi jellemzések alapján foglalhatjuk össze:

EGÉSZSÉG, GYÓGY- WELLNESS TURIZMUS

Észak-Magyarország vonzó célpontja azoknak a turistáknak, akik pihenésük idején testük és szellemük felüdülésére vágnak. A régió klimatikus gyógyhelyei, barlangjai, az országban egyedülálló széndioxidos szárazfürdő, valamint a gyógy- és termálfürdői méltán nyugozik le a wellness életmód követőit. A régió egészségturizmusának legfőbb erőssége a széles kínálati paletta, tehát a víz mellett a klimatikus gyógyhelyek és a szén-dioxid gázon alapuló gázfürdő kínálat jelenléte. A kínálatot színesítik továbbá a meglévő egyediségek, melyek az egri Török Fürdő, a mátraderecskei mofetta, a miskolctapolcai barlangfürdő, vagy az egerszalóki hőforrás, ami különleges természeti előfordulással rendelkező fürdőhely. Az egészségturizmus kínálatát tovább erősítik a kiegészítő szolgáltatások (bor-gasztró, kultúra, stb.), melyek nem találhatók meg ilyen komplexen az ország más területein.

A régió termálvizeinek gyógyító hatása régóta ismert, az erre alapozott fürdőkultúra több száz éves hagyományokra épül (pl. Eger Török Fürdő, Parád, Kács, Miskolc-Tapolca stb.). A XX. századi szénhidrogén-kutatások nyomán újabb gyógyhatású termálvízkezeteket tártak fel (pl. Egerszalók, Mátraderecske, Pásztó, Bükkszék, Sárospatak stb.). A régióban található termálvízkinccs sajátossága, hogy az egyes fürdők, kutak vízösszetétele, a vizek jellemzői különbözőek, ezáltal a legkülönfélébb betegségek gyógyítására alkalmasak.

Ha a Mátra klimatikus viszonyait is megvizsgáljuk, klimatikus gyógyhelyeit, továbbá a mátraderecskei mofetta (szárazfürdő), a jósvafői és a lillafüredi cseppkőbarlangok speciális gyógyító hatását, egyértelmű, hogy a régió egy az egészség turizmus területén is rendkívül komplex, ugyanakkor egyedülálló értékekkel bír. A régió legfontosabb termál és gyógyfürdőinek helyzete az elmúlt években igen sokat változott a fürdők megújultak, szolgáltatásaik bővültek.

Az egri strandon hét medence található: úszó, gyermek, termál és gyógyvízű medencék. Egerben a kedvelt, népszerű strandfürdő korszerűsítése befejeződött, medence felújítások zajlottak, nyitott-fedett élményfürdőt alakítottak ki, EU konform játszótér készült, a kiegészítő sportolási lehetőségeket kiszolgáló pályák megújultak, és a fürdőhöz kapcsolódó kiszolgáló létesítmények is korszerűsödtek (Pl.: öltözőkabinok). Egerben a török kori fürdőknek több megmaradt emlékével, hagyományával találkozunk. Az egri Török Fürdőt a jelen épületben megszálló törökök építették 1610-17 között. A rekonstrukció megőrizte a muzulmán fürdőkultusz és építészet hagyományait. A török fürdő ma modern balneoterápiás centrumként működik. A fürdő leginkább csak orvosi beutalóval vehető igénybe, csoportok

csak előzetes bejelentkezés alapján látogathatják, bár turisztikai szempontból mindenképp hatalmas értékkel bírna, ha sikerülne megtalálni a módját annak, hogy ez a létesítmény is jobban bekapcsolódjon a turizmusba.

Egerszalókon a Hőforrás szomszédságában folyamatban van a 17,5 hektáros területen a 12,5 milliárd forintos beruházás, melynek keretében elkészül egy 1890 négyzetméteres vízfelületű gyógyfürdő, illetve egy 1600 négyzetméteres nyári és egy 436 négyzetméteres téli strand. Ehhez kapcsolódóan megvalósul egy 206 szobás ötszallagos szálloda, valamint egy apartmanfalu is. Természetesen a fejlesztések mellett a fürdő különlegessége a megmarad, sőt még jobban kidomborításra kerül. A tervek szerint 2006-ban a beruházás első üteme megvalósul.

Bükkszéken a Salvus Strandfürdőben feszített víztükrű úszómedence, gyerekmedence, csúszda, szauna, masszázs várja a vendégeket. Ezen fejlesztések is az elmúlt fél évtized alatt valósultak meg. A Salvus gyógyfürdő viszonylag lassabban, de folyamatosan fejlődik. A forrás tulajdonának és a fürdő üzemeltetésének nem egy kézben történő összpontosulása nem mindig segíti elő a fejlesztést. A település ideális családi pihenőhely mely adottságot a kombinált fürdőfejlesztés tovább erősítené.

Mezőkövesd – Zsóry Termál- és Gyógyfürdő Észak-magyarország legnagyobb területen fekvő fürdője. A Zsóry Fürdőben sok új az elmúlt években elkezdődött és több lépcsőben zajló felújítási munkálatok valósultak meg. A gyógyászati részleg új épületszárnyat kapott, ezáltal a kezelőhelyek is bővültek, sőt további új szolgáltatással egészültek ki, mint a szénsav- és galvánkád. A fedett gyógymedencéket közvetlen vizes folyosó köti össze az új szabadtéri medencékkel. Elkészült a főbejárat rekonstrukciója és a Közép-Európa legnagyobb átmérőjű körmedencéjének burkolása és élményelemekkel történő beépítése is.

Miskolc-Tapolca – Termál-Barlangfürdő a Bükk-hegység lábánál, festői szépségű völgyben található. A fürdő termál részében két gyógymedence található, innen juthatunk a páratlan esztétikai élményt nyújtó barlangfürdőbe. 2001 végére befejeződött az emeleti öltözőrész korszerűsítése, és az épületkomplexum gépészeti felújítása, valamint pezsgőfürdő, a medencetérben fűtött padok, hidromasszázs-fülkék, zsilipelt forgóajtók, étterem, trezoros értékmegőrző, és szépségszalon teszi komplexebbé a fürdő szolgáltatásait. 2002. szeptemberére elkészült a főépület és a sziklafal határolta, a magasban pihenőterasszal szegélyezett fürdőcsarnok, mely 120 m²-es víztükrével 1267 m²-re növeli az élményszerzésre és gyógyulásra használható barlangi vízfelületet. A fürdő IV. fejlesztési ütemének munkálatai során a gyógyászati szárny bővítésénél újabb gyógyszolgáltatások kerültek bevezetésre (súlyfürdő, gerinctorna, száraz gyógytorna, stb.). Új fogadóépület kialakítására kerül sor, és a szabadtéri kagylómedence is átépítésre és bővítésre kerül ebben az évben. A meglévő medence felújításával párhuzamosan egy úszásra alkalmas medence is elkészül, amely vízforgatóval lesz ellátva.

A Bogácsi Strand- és Termálfürdő gyógyvizes medencéivel, gyermek medencéjével, valamint feszített víztükrű úszómedencéjével a Bükkalján várja a látogatókat. A 3500 fős napi befogadóképességű fürdő területén 5 db gyógyvizes medence, 1 db gyermek-pancsoló, 1 db feszített víztükrű úszó-medence), valamint a Szolgáltatóházban 1 db gyógymedence áll a vendégek rendelkezésére.

Vonzó és egyre komplexebb kínálatot felmutató termál és strandfürdő a tiszaujvárosi.

Tarnamérán két medencével ellátott termál strandfürdő üzemel. A fürdő jelenleg 2,5 hektáros területen fekszik. A fürdővel kapcsolatos fejlesztési elképzelések között szerepel még egy medence kialakítása, illetve a strand vizesblokkjainak bővítése és fejlesztése.

Strandfürdő Pásztó: a strandfürdőben hideg gyógyvizes nagymedence és gyermekmedence, szépen gondozott, füves napozórész, virágokkal parkosított és fákkal beültetett ligetes terület várja a gyógyulni, pihenni és kikapcsolódni vágyókat.

Mátraderecskén 1994 óta szén-dioxid szárazfürdő – elterjedtebb nevén mofetta üzemel. A mátraderecskei mofetta az egyetlen hely az országban, ahol szén-dioxiddal gyógyítanak. A mai kor európai követelményeinek megfelelő fejlesztése elkezdődött, és 2004 tavaszán átadásra került, egy 375 millió forintos beruházással megvalósuló komplex szén-dioxid gázra épülő gyógykomplexum. Az önkormányzat további fejlesztési tervei között szerepel egy szálloda, valamint egy kézműves centrum létrehozása, továbbá a mátraderecskei termálfürdő fejlesztése.

Az észak-magyarországi régió egyik különlegessége az is, hogy bővelkedik klimatikus gyógyhelyekben is. Itt a föld mélyében rejlő természetes erők, a klíma és természeti kincsek hasznosítására alapozott gyógyturizmusnak értékes hagyományai alakultak ki.

A Kékes és Galyatető magaslati éghajlathoz hasonló biológiai hatásokkal rendelkező üdülőhelyei kitűnően enyhítik az idült légzőszervi betegségekben, ipari porártalomban szenvedők panaszait. A betegek gyógyítását Mátraházán és Kékestetőn a Mátrai Állami Gyógyintézetben végzik.

A Karancs-Medves Tájvédelmi Körzet szubalpin klímája az asztmatikus betegségek gyógyítására alkalmas.

A jósavfői Béke-barlang az Aggteleki karszthoz tartozó cseppkőbarlang, amelynek két termét gyógybarlanggá minősítették, és évről-évre egyre több gyógyulni vágyó keresi föl. A kúrán résztvevők napi 3-5 órát töltenek a barlangban. Hasonlóan eredményesen működik Lillafüreden a Szent-István barlang mely szintén gyógybarlangként funkcionál.

További strandfürdő a sárospatak-végardói, és gyöngyösi ahol szintén szükség lenne további technológia-korszerűsítésre, szolgáltatásfejlesztésre, valamint a komplex turisztikai termékként való megjelenéshez kapcsolódó beruházások megvalósítására.

Összegezve megállapítható, hogy a működő fürdők, kapcsolódó szolgáltatások színvonala, kiépültsége sokat javult az utóbbi öt évben és sok egészségturizmushoz kapcsolódó fürdőfejlesztés valósult meg. Az a következtetés vonható le, hogy a régió termálturizmusa lassan fölveszi a versenyt a nyugat-magyarországi fürdőkkel, és a nagyhírű alföldi, dél-magyarországi fürdőkkel is, bár további fejlesztési lehetőségek még rejlenek a régió eme turisztikai szegmensében.

Az Észak-magyarországi turisztikai régió versenyképességének növelése érdekében a RIB az egészségturisztikai fejlesztések figyelemmel kísérése mellett kezdeményezte az egészségturizmus régiós klaszteresedését. Az észak-magyarországi fürdők fejlesztési és marketing együttműködési célján túl, a klaszter létrehozása és működtetése egy olyan példa

értékű összefogást kezdeményez, mely alapja lehet a további tematikus klaszterek létrehozásának és eredményes működtetésének.

Az Észak-magyarországi Egészségturisztikai Klaszter az Észak-magyarországi fürdők fejlesztési és marketing együttműködésén túl a gyógy- termál és a wellness turizmus szolgáltatói bázisának önkéntes együttműködésén alapulhat. A cél nemcsak non profit és profit alapú cégek tömörítése, hanem az üzemeltetők és tulajdonosok integrálása a klaszter keretei közé, mely biztosítja számukra a célirányos és hatékony hosszú távú, akár a régió is túlnyúló együttműködés lehetőségét.

KULTURÁLIS TURIZMUS

A régióban turisztikai attrakciót vizsgálva megállapítható, hogy egyre nagyobb az érdeklődés a vallási és a kulturális turizmus iránt is, hiszen a legfontosabb utazási motivációk egyike a kultúra. A kulturális turizmus legfontosabb termékei az épített, természeti örökségek, rendezvények. Legjelentősebb épített örökségeink a várak, kastélyok, kúriák.

A rendezvények között találunk opera-, balett-, színházi-, gasztronómiai, összművészeti fesztiválokat is. A legnagyobb, nemzetközi hírű fesztivál a miskolci Operafesztivál. Jelentős rendezvények színhelyei Aggtelek, Eger, Gyöngyös, Hollókő, Miskolc, Salgótarján, Sárospatak, Sátoraljaújhely, Szerencs, Szécsény, Szilvásvárad, Tokaj, de szinte a régió minden településén találunk kulturális, hagyományápoló rendezvényeket is. Az utóbbi években egyre több színvonalasabb és évről-évre visszatérő rendezvények száma, melyek jelentős számú turistát vonzanak a régióba. A rendezvények promóciójában nagy hangsúlyt kapnak a kiadványok, a helyi, térségi, régiós programfüzetek és az internetes oldalakon történő megjelenés is. Az utóbbi évtizedben a térség megyéiben kialakultak azok a kulturális programok, programsorozatok, amelyek a jelenlegi igényes kínálat alapját képezik. A rendezvénysorozatok széles területen fedik le a régiót, ill. a turisztikailag frekventált térségeket. A garantált programok száma még nem éri el a kívánatos szintet.

A kastélyok, várak, kúriák fontos szerepet kapnak a kulturális turizmus részeként. Számos kastély, vár, kúria található a régióban. Egy részük már működő építmény, de ezek közül sok felújításra szorul. Némelyiket szálláshelynek (Parádsasvár, Tarcál, Parád, Kéked, Pusztaradvány, stb.) másokat múzeumként a közgyűjtemények elhelyezésére használják, de sok közülük kihasználatlanul áll, és az állaga folyamatosan romlik. A funkciók természetesen összemosódhatnak, nem mindig választhatók teljesen szét. Mindezek tekintetében megállapítható hogy a kastélyok, kúriák sok kihasználatlan turisztikai potenciált jelentenek a régió számára, de a várak tekintetében javult a helyzet.

A régióban található három világörökségi helyszín, Hollókő, Aggtelek és Tokaj-hegyalja nagyban determinálja a kulturális turizmus térbeli lefedettségét, de a komoly kulturális örökségekkel rendelkező városok és települések is komoly látogatószámot tudhatnak magukévé. Pl.: Eger, Miskolc, Tokaj, Sárospatak, Szécsény, Vízsolymás, Széphalom, Sátoraljaújhely, stb.

Hollókő 1987 óta a világörökség részét képezi. Az Ófalu házainak jelentős részében ma is laknak – akik itt élnek, kultúrát hordoznak, viseletük motívumaiban, tájnyelvük dallamában, észjárásuk és mozdulataik könnyedségében –, másokban múzeum, orvosi rendelő, posta, étterem, óvoda működik. Az alig 400 lelkes település lakói a palócok. Különleges nyelvjárásuk mellett őrzik, ápolják hagyományaikat, színes, gazdagon díszített

népviselőket. Itt az utóbbi öt évben kisebb, de a turizmus szempontjából fontos fejlesztések valósultak meg, úgy mint a Tourinform technikai fejlesztése, korszerű turisztikai táblarendszer kialakítása, parkolóhely kialakítás az Ófalu bejáratánál, stb.

Az Aggteleki Nemzeti Parkot elsősorban az élettelen természeti értékek, a felszíni formák és a barlangok védelme érdekében hozták létre 1985-ben. A karsztvidék és egyben Magyarország leghosszabb barlangja a Baradla-barlang, melynek összhosszúsága az oldalágakkal együtt 25 km. Ennek egy 5,6 km-es szakasza Szlovákia területén fekszik és Domica néven ismert. 1995 óta világörökségi címmel büszkélkedhet. 2005 június elején felavatták az Aggteleki Nemzeti Parkban a Baradla-barlang felújított, Vörös-tó és Jósavő közötti szakaszát és az új Vörös-tói látogatóközpontot. A barlang rekonstrukciója során elbontották a régi műszaki berendezéseket és új járdákat, rozsdamentes acélkorlátot, lépcsőket, hidakat szereltek fel, valamint új elektromos rendszert alakítottak ki. A barlangbejárat köré háromszintes kiszolgáló létesítmény épült, amelyben a pénztár, egy információs iroda, egy előadóterem, büfé és ajándékbolt kapott helyet. A modern audiovizuális eszközökkel felszerelt előadóteremben a látogatók tanulmányozhatják a nemzeti park természeti és kulturális értékeit, az ideiglenes kiállításon pedig a barlang felújítás előtti arculatát tekinthetik meg.

A Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék kultúrtájként kapta meg a világörökségi rangot 2002-ben. A Tokaj nevet az egész világon a borral azonosítják, de a világörökségi címet az ezzel együtt járó szőlőtermelési és borszási kultúra megőrzéséért is kapta. Tokaj-Hegyalján tehát a táj, az ökoszisztéma, az emberi kultúra és tradíciók olyan egyedülálló összefüggése és egymásrautaltsága alakult ki, amelynek megőrzése és bemutatása egyetemes érdek. A térségben főleg a borturizmussal kapcsolatos kisebb fejlesztések, valamint jelentősebb szálláshelyfejlesztések valósultak meg 2000. évtől kezdődően (Pl.: Gróf Degenfeld Kastélyszálló, Hotel Hunor, Magita Hotel)

BOR ÉS GASZTRONÓMIA TURIZMUS

A borturizmus, a borutak az utóbbi években egyre frekvenciáltabban kerültek a köztudatba.

A hazai borvidékeken a szőlő- és bortermelésnek több évszázados hagyományai vannak. A bortermelés és a hozzá kötődő tradíciók, társadalmi, gazdasági, kulturális értékek kitűnő lehetőségeket kínálnak a borturizmus fejlesztésére. A bor-építészet-kultúra-vendéglátás hagyományainak gazdagsága, mai értékei, és színvonalas szolgáltatásai a borvidékeken alapja a borturizmus kibontakozásának és a borutak kialakításának. A színvonalas bortermelés és borkultúra, az épített és kulturális örökség értékei, a vendégszeretet, a családiasság, a falusi turizmus mind-mind kitűnő alap a régió-, térségimázs kialakításához is. Napjainkra jelentős ismertséget szerzett, sikeres idegenforgalmi terméknek minősül a bor.

Az Észak-magyarországi turisztikai régió a borturizmus tekintetében egyedülálló adottságokkal bír. Nincs még egy olyan tájegységünk, amely hasonlóan színes választékot tudna felmutatni az ínyenceknek: a könnyed fehértől a testes vörösön át a természetesen édesig.

Az Észak-magyarországi Régióban jelenleg négy nagy borvidékhez kapcsolódó, és két kisebb térséget felölelő borút működik:

- Mátraalja Borút
- Bükkaljai Borút
- Tokaj-hegyaljai Borút
- Egri Borút
- Történelmi Borút Tállya

- Rákóczi Borút Egyesület, Szerencs

A Felső-magyarországi Borút szövetsége jelenleg egy "laza" szövetséget alkot a benne résztvevő borút tagok által, melyek száma közvetve 260, amelyből a borászok száma 185, a többi tag önkormányzat és egyéb szolgáltatók.

A Felső-magyarországi Borút – a 4 borvidékre, a Mátraaljai-, az Egri- a Bükkaljai borútra és a Tokaj-hegyaljai borutakra alapozott –, komplex turisztikai termék kíván lenni. Olyan bejárható útvonalat jelenthet, ahol szőlő és borfeldolgozó, borkínáló és eladóhelyek, vendéglők és szálláshelyek, valamint látnivalók és programok várják az idelátogató turistákat. A látogatókat információs táblák, irodák és prospektusok, internetes web portál irányíthatnák a minősített, védjegytáblával jelölt szolgáltatókhoz. A fejlesztésekhez szükséges előkészületek már elkezdődtek, ugyanis elkészült a Borút Minősítési Kartája, mely a szolgáltatókkal szemben támasztható követelményrendszert határozza meg, egyfajta minőségbiztosítási rendszer ez, mely garantálja a színvonalas szolgáltatást minden minősített borút tag esetében. Ez a minőség szabályozás biztosítja a színvonalas szolgáltatások nyújtását, a szolgáltatási minimum meghatározását (EU normákhoz közelítés ill. ezek elérése), megbízhatóságot, és a hálózat kialakítására való törekvést.

A borút szakemberei, a vendégkör kiszélesítését, a turisták tartózkodási idejének meghosszabbítását, pénzköltési lehetőségeinek kibővítését jelölték meg célként, a fenntartható turizmusfejlesztés szempontjainak figyelembe vételével.

Emellett számos olyan bor és gasztronómiához kapcsolódó rendezvény van a régióban, mely évről-évre egyre nagyobb számú turistát vonz a régióba és egyre nagyobb, országos, sőt nemzetközi hírnévre tett szert (Pl.: Egri Bikavér Ünnepe Szent Donát Napján, Tokaj-hegyaljai Szüreti Napok, stb.)

A régió borásza is felismerték a borturizmusban rejlő lehetőségeket, és egyre többen kapcsolódnak be aktívan a turizmus eme ágába. Természetesen mindezek mellett is szükség van további fejlesztésekre, mind az ehhez kapcsolódó turisztikai infrastruktúrát, mind a szolgáltatásokat illetően.

ÖKOTURIZMUS

Az ökoturizmus fogalma nem túl régen nyert létjogosultságot. A térség számára e vonatkozásban az a legfontosabb, hogy a turizmuson belül fokozott hangsúlyt kapjon a környezet szeretete, védelme, a természet és a táj értékeinek bemutatása, megismerése. Az ökoturizmus tehát elsősorban új szemléletmódot is jelent. Az ökoturizmus magában foglalja mind a természeti, táji értékek iránti érdeklődésen alapuló túrázást, mind a természetben való pihenést, a szabadidő eltöltését, strandolást, horgászást, természetvédelmi területek, nemzeti parkok gyalogos, vagy kerékpáron történő bejárását is. Az ökoturizmus helyszíne a háborítatlan természeti környezet, amelybe számos turisztikai motiváció által inspirált turista látogat el, és vesz igénybe turisztikai szolgáltatásokat. Az ökoturizmus a jövőorientált környezeti szemléleten alapul, fontos tényezőnek ítéli az adott természeti táj teherbíró képességét: azaz mekkora az a turisztikai forgalom, amelyet az adott terület a környezet károsodása nélkül képes fogadni.

A régiót szerencsés adottságai - nemzeti parkok, természetvédelmi területek, folyói, a Tisza-tó - különösen alkalmassá teszik az ökoturizmus befogadására. Az Északi-középhegységet alkotó Börzsöny, Cserhát, Mátra, Bükk és a Zempléni-hegység, valamint a köztük fekvő dombságok és medencék több mint 1000 kilométernyi jelzett turistaút-hálózatukkal kitűnő terepet nyújtanak a természetjáróknak. Az 1100 km hosszú Országos Kéktúra vonalának a régióban áthaladó szakasza a legszebb látnivalókat összesíti. A bükki

őserdő növényvilágához százhatvan éve nem nyúlt emberi kéz. Európa legnagyobb kiterjedésű barlangrendszere az aggteleki, az ország legmélyebb barlangja, az István-lápi barlang.

A régióban az ökoturizmus szempontjából különösen az alábbi térségek, körzetek kiemelték: Aggteleki Nemzeti Park, Bodroghköz, Hegyköz, Galyaság, Cserehát Ipoly völgye, Duna-Ipoly Nemzeti Park, Karancs-Medves térsége, Cserhát térsége, Mátra, Mátrai Tájvédelmi Körzet, Bükk, Bükki Nemzeti Park, Gömör, Zempléni-hegység, s az önálló turisztikai régióként megjelenő Tisza-tó. .

A Nemzeti Parkok és az erdőgazdaságok szerepe elvitathatatlan az ökoturizmus fejlesztésével kapcsolatban, ezért fontos a rendszeres és konstruktív együttműködés, ami részben jól kialakult a nemzeti parkok, az erdőgazdaságok és az ökoturizmusban tevékenykedők között, annak érdekében, hogy elkerülhetőek legyenek ezen szereplők között a konfliktusok és kialakítható legyen egy fenntartható és az ökológiai és természeti értékeket megóvva, a régió turizmusában jól működő ökoturisztikai rendszer.

Az észak-magyarországi régióban jelenleg is több mint 1000 km jelzett túraútvonal létezik, melyek folyamatos karbantartása, és új túraútvonalak kijelölése elengedhetetlen feltétele ezen turisztikai szegmens fejlődéséhez. A pihenőhelyek, kilátók kiépítése, vagy a már meglévők felújítása, karbantartása csak kis, szinte elhanyagolható részben valósult meg.

Az elmúlt öt évben felértékelődött a természetközeli turizmus, bizonyítja ezt a számos erdei iskola, és a több mint ötven tanösvény is. A régióban található tanösvényeket összegyűjtve és térképre szerkesztve az Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság elkészítette a régió tanösvénytérképét. Továbbá igény mutatkozik látogatóközpontok iránt is, melyek az adott térség ökoturisztikai látnivalóit, flóráját, faunáját mutatják be az odalátogatóknak. Garantált programként az ökoturisztikai túrák szervezése, természetesen képzett vezetővel, tovább erősítheti a régió ökoturizmusban betöltött szerepét.

Ma már sikeresen működik egy minta értékű projekt, Gömör-szöllős mint ökofalu, mely a fenntartható fejlődés elvére épülő idegenforgalmi fejlesztést valósította meg, és mára már nemzetközileg is ismertnek, elismertnek tekinthető.

Néhány komoly jelentőséggel bíró túra is megrendezésre kerül a régióban évről-évre (Pl.: Hanák-Kolos teljesítmény túra, Mátra Bérc túra, Hegyikerékpár versenyek, stb.), de az ilyen jellegű rendezvényekre kevés hangsúly és figyelem jut.

AKTÍV-TURIZMUS

Az aktív turizmus részint önállóan, részint más turisztikai termékcsoportok részeként jelenleg is fontos elem a régió turisztikai kínálatában. Az aktív turizmus jelentőségét növeli, hogy egy része a sportolással, más elemei, vonzerői a természettel, annak pihenést, kikapcsolódást, maradandó élményt nyújtó szerepével vannak szoros összefüggésben. A régió komplex turisztikai kínálatából adódóan nagyon sok lehetőséget kínál az aktív turizmus számára.

Lovas turizmus

A lovak tisztelete, szeretete, a lótarthatás, a lovaglás iránti igény egyre nő mind itthon, mind külföldön. Egyre szélesebb körben tudatosul, hogy a lovaglás nem csupán egy igényes, szép sport, hanem a szabadidő-eltöltés izgalmas, az egészségmegőrzés fontos eszközét, lehetőségét jelenti. Egyre nagyobb érdeklődés mellett bonyolódnak le a díjlovaglós, díjjugratós versenyek, s a lovas-bemutatók. A lovas turizmus – mely sajátosságaiából eredően hazánk egyik jelentős turisztikai vonzerejévé válhat - a régió több körzetében, településen már manapság egyre fontosabb kínálati elem.

Az észak-magyarországi régióban, komoly tradíciói vannak a lovas életnek, gondoljunk csak a nemzetközi hírű lipicai ménesre. Hazánk lovas turisztikai létesítményeinek szám- és minőség szerinti megoszlásából következik, hogy az országos átlaghoz képest a régió – változatos földrajzi adottsága, kivételesen szép természeti környezete, kedvező talajadottsága, jó lovagolhatósága, az országban legkiválóbb egybefüggő túraterapei ellenére – kevés színvonalas lovas létesítménnyel rendelkezik, illetve a szolgáltatások köre, és piacra vitele is elmarad a lehetőségektől.

2001-ben elkészült az Észak-magyarországi és Észak-alföldi régió lovas turizmusának helyzete és kibontakozásának lehetőségei Regionális lovas turisztikai termékfejlesztési tervtanulmány és programjavaslat, melynek kapcsán azóta megvalósult a régióban a lovasturisztikai szolgáltatók szakmai kritériumrendszerek szerinti minősítése, így egyfajta minőségi lovasturizmus kialakulása is lehetővé vált. Ez jelentős előrelépés a lovasturizmus tekintetében, hiszen egy normarendszer alapján lettek minősítve a szolgáltatók, mely normarendszer és a minősítési rendszer garanciát nyújt az adott szolgáltató szolgáltatási színvonalát illetően.

A régió legismertebb lovasturisztikai bázisa a szilvásvárad Állami Lipicai Ménés gazdaság, mely egyben génbankként is szolgál. A lovas-bázisok egyre több helyütt kiépültek (pl. Eger-Egedhegy, Szilvásvárad, Vanyarc-Sarlópuszta, Nógrádgárdony, Parád, Heves körzete, Miskolc, Tokaj, Abaúj és a Zemplén térsége), és egyre színvonalasabb szolgáltatásokat nyújtanak, bár számuk még mindig alulmarad a más régióval történő összehasonlításban.

Mivel a túra- és tereplovaglás a kedvelt lovas-programok közé tartozik Célszerű lenne egy regionális, a lovas istállók és szolgáltatók együttműködésére épülő lovas hálózati rendszer, kialakítása. A szaktudás, a kiváló lóállomány részben adott, illetve a keresletnek megfelelően fejleszthető, ugyanakkor a jelenlegi turisztikai szolgáltatás még nem kellően összehangolt, nem kínálja a lovaglás, sportolás, szállás, vendéglátás, kulturális programok összekapcsolt rendszerét.

A lovasturisztikai rendezvények közül kiemelkednek a szilvásvárad lovas rendezvények, és fogathajtó versenyek. A régió lovas-turisztikai hagyományai, adottságai országos és nemzetközi találkozók, fesztiválok rendezésére igen alkalmas lehetőséget kínálnak. A tereplovaglás egyre népszerűbb, melyhez a régió nagyszerű terepet biztosít, és amelyhez jól kapcsolódhatna egy jól megszervezett és minősített lovasturisztikai hálózat, mely a minőség és a szakmai partnerség megteremtésének a védjegye is lehetne egyben a lovasturizmust illetően.

Nemcsak regionális, de országos szintű probléma, hogy nem megoldott a lovasoktatók képzése, ezáltal hiányzik egy jól felkészült lovasoktatói gárda. A lovasturisztikai szolgáltatókkal és a szakmai szervezetekkel közösen kidolgozásra kerülhet egy lovasoktató-képző program, mely a lovasbázisok számára lehetőséget biztosíthatna a lovasoktató-képzés megvalósítására.

Kerékpáros turizmus

A régióban a kerékpárút hálózat egyes szakaszai a belterületeken már kiépültek, külterületeken kevésbé. A térségben az országos kerékpárút hálózat regionális szakaszait követve, azzal összehangoltan nem valósult meg számottevő fejlesztés az elmúlt öt évben. Különösen fontos lenne, hogy a természetvédelem alatt álló területek közelében, azok

irányában épüljenek ki a kerékpárút hálózat elemei, kapcsolódási pontot jelentve más turisztikai elemekhez.

A meglévő hálózat kitáblázásában, a jelzések kihelyezésében némi előrelépés történt, de közel sem beszélhetünk 100 %-os kitáblázottságról.

További problémát jelent a szolgáltatások terén a kerékpárkölcsonzés, valamint az információs pontok hiánya, ahol kerékpáros térképekhez és kiadványokhoz juthatna a kerékpáros túrázó.

Külön figyelmet érdemel a hegyikerékpározás feltételeinek javítása a régióban, hiszen országos szinten is egyedülálló feltételek állnak rendelkezésre. Főbb területek: Bükk, Zempléni-hegység, Bükkalja, Galyaság, Bódva-völgy, Cserehát, Mátra-Mátrai Tájvédelmi körzet, Bükki Nemzeti Park és körzete, Mátra, Bükk, Nógrád. Ezen területek mindegyike alkalmas a hegyikerékpározásra és mindegyike összeköthető lenne egy jól kiválasztott kerékpárút-nyomvonal mentén, melyhez csatlakozni tudnának kisebb, már meglévő, vagy kiépítésre kerülő kerékpárutak. Ezt támasztja alá az is, hogy a nemzetközi kerékpárút, EUROVELO egyik útvonala is keresztülhalad a régió szintén kiváló csatlakozási pontot biztosítva az itteni kerékpárutaknak.

Vadászturizmus

A régióban közepesen jelentős a vadászturizmus, bár a feltételei szintén adottak. Az erdős, hegyes vidékek nagyvadakban, a síkvidéki dombos részek különösen apróvad, szárnyas állományban gazdagok. A vadászati területek a jelenlegi elvárásoknak csak részben felelnek meg sok elemük korszerűsítésre, fejlesztésre szorulna. Az elmúlt fél évtizedben mélyreható változás nem történt ezen a területen, annak ellenére, hogy nagyszerűen kapcsolható hozzá más egyéb attrakció is.

Téli sportok

A legjobb hótakarással rendelkező sítérek elsősorban a Mátrában és a Bükkben található, ahol ideálisan nyolcvan–száz síelésre alkalmas nappal számolhatunk. A Mátra két legmagasabb csúcsa és sícentruma: Kékestető (1014 m) és Galyatető (965 m) alkalmas a téli sportokra. Legkedveltebb helyek Mátraszentimre, Mátraszentlászló, és Mátraszentistván, ahol hóágyú is üzemel.

A téli sportok tekintetében a terepviszonyok és a hóviszonyok a Mátrában (pl. Kékes), a Bükkben (pl. Bánkút) és a Zempléni-hegységben (Sátoraljaújhely) jó adottságúak. Az itt meglévő sítérek az elmúlt öt évben jelentős fejlődésnek indultak. A kékestetői beruházás 2003. október 16-i kezdését követően a sípálya jelen pillanatban hazánk leghosszabb (1800 m) és legmagasabban fekvő síterülete (1014 - 770m). A vadonatúj 8 hektáros teljesen kivilágított, hangosítással rendelkező pálya a legmagasabb minőségi és biztonsági követelményeknek megfelelően készült el. A hó utánpótlásáról a felvonóval ellátott pályaszakaszon több hóágyú is gondoskodik. A már meglévő hó minőségének karbantartására pedig 2 ratrak áll rendelkezésre

Galyatető nógrádi részén, Mátraalmás közigazgatási területén található Magyarország egyetlen, nemzetközi versenyek lebonyolítására is alkalmas sífutópályája.

Zemplénben Sátoraljaújhelyen a Magas-hegyen van kiépített pálya, ahol két sífelvonó, két sípálya, szánkópálya, valamint sífutó-pálya várja az idelátogatókat. Ez Magyarország leghosszabb ülőszékes felvonós, libegős sípályája. Az ülőszékes felvonó pályájának hossza 1350, szintkülönbsége 374 méter.

Jól látható hogy ezen a területen komoly előrelépés történt az elmúlt öt évben, mely bizonyítja hogy a régió turizmusának ebben a szegmensében is volt és még maradt is kihasználható potenciál.

Extrém sportok

A régió adottságai lehetővé teszik egyéb, aktív tevékenységhez sorolható sportágak fejlesztését is. Manapság egyre népszerűbbek az extrém sport kategóriába sorolt tevékenységek. A térség jó lehetőségeket kínál sziklamászásra, siklóernyőzésre, motoros sárkányrepülésre, valamint az autó-és motorsportokra (pl. Bükk, Zemplén-Sárospatak, Eger-Egedhegy, Pásztó sárkányrepülő, Gyöngyös-Pipishegy sportrepülő mellett megemlíthető az örhalmi túlélő-kalandtúra). Bizonyos értelemben e kategóriába sorolható az utóbbi években tömegsporttá vált triatlon, a barlangászat (pl. Bükk, Szilváskő, Galyaság).

A sziklamászást nézve sok lehetőség közül lehet választani. A Mátrában a Csókakő és a Báránykő a mászás kimagasló iskolája. A Bükkben egyedül a Köpüskő mászható időszakosan. A Bükk északnyugati részén Nagyvisnyó és Mályinka szomszédságában található a romantikus szépségű Dédes. A szilárd kővön ötvennél több kiépített út közül válogathatunk, amelyek jelentős része nehéz mászás. A Sóllyomkő méltán versenybe szállhatna az ország legszebb mászóiskolája címért. Anyagában és látványában rokona a mátrai szikláknak, de azoknál komolyabb utak vezetnek rajta. Harmincnál több útjának egyharmada 18–25 m-es, VII–VIII-as nehézségű.

A régióban szilvásvárad bázishellyel és Tokaj mellett a Kopasz-hegyről van lehetőség siklóernyőzésre. Az ajánlott programok igény szerint lehetnek kevesebb vagy többnaposak is. A foglalkozásokat szakképzett oktatók, tanárok és pszichológusok vezetik.

A motoros sárkányrepülést a Vécsey-völgy tetején, Eger mellett, a maklári repülőtéren, valamint a Pipis-hegyi repülőtéren próbálhatják ki az érdeklődők. Autókrossz pálya Bogácson, a pincesorok feletti részen található. Nevezetessége az évente megrendezett roncsderbi. Az autósportért rajongók felkereshetik a Tolcsván kialakított versenypályát is. A térségben számos nemzetközi versenyt is rendeznek.

Továbbá minden évben az Országos Rally Bajnokság három futama is érinti a régiót, a nyitófutam az Eger-rally, valamint a bajnokság zárófutama a Zemplén-rally, és a Budapest vagy a Salgó -rally pedig Nógrád megyét érintve kerül lebonyolításra.

HIVATÁS TURIZMUS

A hivatás-turizmus a turizmus egyik leghatékonyabb, leggazdaságosabb, s az általános piacépítésben is hatásos területe. A hivatás-turizmus fejleszthetőségének ugyanakkor fontos feltételei vannak. A kiemelkedő infrastruktúra igények, szervezési, szolgáltatási kínálat megléte mellett többnyire csak olyan helyen gazdaságos, ahol rendezvények szervezőinek szakmai partnerei vannak.

A régióban a hivatás, az üzleti és konferenciaturizmus megerősödését a felsőoktatási intézmények léte, a gazdaság nemzetközi kapcsolati rendszerének bővülése egyaránt motiválja. A turizmus ezen ága főként a régió idegenforgalmában növekvő tendenciát mutat.

A régió kongresszusi, konferencia turizmus szempontjából figyelembe vehető, meglévő kapacitásai sokat fejlődtek az utóbbi öt évben, a szolgáltatások színvonala bővült és egyre jobbá vált. A különböző rendezvények megrendezésére alkalmas termek kapacitásait tekintve

még mindig mutatkoznak hiányosságok, de a felsőfokú oktatási intézmények és a megújult Hotel Eger&Park a maga 700 fős befogadóképességével és kapcsolódó szállodai és wellness szolgáltatásaival egy jelentős űrt tölt be a konferenciaturizmus területén. Természetesen a régió még elbírna több hasonló kapacitású konferencia helyszínt is, (hiányzik például Miskolcon egy jelentős, nagyobb méretű kongresszusi, konferencia, kiállítás és vásárcsopont). Sok kisebb szálloda is rendelkezik konferenciateremmel, melyek felszereltsége jónak mondható bár kapacitásbeli hiányosságok felfedezhetők. A hivatás-turizmus további területeinek, a hazai és nemzetközi rendezvények számára egyaránt alkalmas helyszínei a régió több városában adottak (pl. Salgótarján, Szécsény, Szirák, Gyöngyös, Sárospatak, Tokaj, Egerszalók, Eger, Miskolc, Lillafüred, stb.)

TEMATIKUS UTAK

Az elmúlt évtizedben egyre népszerűbbé váltak a tematikus jellegű turisztikai attrakciók. Egy jól kiválasztott téma önmagában is képes a potenciális látogatók figyelmének felkeltésére: tárgyiasult formában, azaz megfelelő interpretációs eszközökkel bemutatva és a látogatók igényeit kielégítő szolgáltatásokkal kiegészítve pedig jelentős regionális, nemzeti vagy akár nemzetközi vonzerővé is válhat. A tematikus jellegű attrakciók közül legismertebbek a tematikus parkok, a meghatározott témán alapuló események, illetve a tematikus utak (például borút vagy kastélyút). Az útvonalak a fenntarthatóság elveinek figyelembevételével mellett egyszerre kínálnak ismeretszerzési és szórakozási, kikapcsolódási lehetőséget.

Az észak-magyarországi régióban egyedülállóan sok tematikus út létesült és működik, melyek döntő része az elmúlt öt évben alakult ki, illetve indult el a működése, melyek közül a legjelentősebbek: Felső-magyarországi Borút, "Vaskultúra útja", "Palóc út", "Barokk út", Hagyományörző utak Nógrádban, Szakrális utak zarándokoknak, Felső-magyarországi Várút.

Felső-magyarországi Borút

2003-ban elindult egy kezdeményezés, a régió borvidékeinek összefogására és együttes megjelenésére, mely a borutak komplex turisztikai szolgáltatásokká alakítását tűzte ki célul. Ennek érdekében létrejött a Felső-magyarországi Borút, mely jelenleg egy "laza" szövetséget alkot a benne résztvevő tagok által, melyek száma 260.

A Felső-magyarországi Borút – a 4 borvidékre, a Mátraaljai-, az Egri- a Bükkaljai borútra és a Tokaj-hegyaljai borutakra alapozott –, komplex turisztikai termék. Olyan bejárható útvonalat jelenthet, ahol szőlő és borfeldolgozó, borkínáló és eladóhelyek, vendéglők és szálláshelyek, valamint látnivalók és programok várják az idelátogató turistákat.

"Vaskultúra útja"

A Vaskultúra útja olyan tematikus út, amelynek központi témája az ipari és a technikatörténeti értékek, örökségek.

Észak-Magyarországon három éve elindított kezdeményezésről van szó, mely a térség termelés-és technikatörténeti emlékeinek védelmének és hasznosításának céljából indult el. A cél az, hogy hazánk és ezen belül az észak-magyarországi régió ipartörténeti emlékeit tematikus kulturális útra felfűzve mutathassák be az érdeklődőknek. A program elemei sajátos, önálló turisztikai vonzerőt is képezhetnek.

Palóc-út

Az Észak-magyarországi Régió, Heves és Nógrád megye komoly palóc hagyományokkal rendelkezik. Az idei évben megalakult tematikus Palóc út elsődleges célja, hogy a palóc kultúra fennmaradjon és mindamelllett a Palóc szellemi kultúra felelevenítése és az azzal

kapcsolatos kínálati elemek fejlesztése révén a palóc kultúra jelenleginél hangsúlyosabb megjelenítése a megyék és az Észak-magyarországi Régió turisztikai kínálatában.

"Barokk út"

"A magyar barokk útja" egyben "Az európai barokk út magyar szakasza" része az Európa Tanács 1987-ben meghirdetett nagyszabású programjának. Bemutatja a régió barokk emlékeit, az e kort meghatározó művészeti irányzatot, a barokk jegyében született jelentős alkotásokat, ugyanakkor útleírást is, amely igyekszik megmutatni a régió városainak jól ismert és kistelepüléseinek rejtőzködő, e korszakból származó emlékeit. A Barokk út számos állomása található a régióban.

Szagrális utak zarándokoknak, Palócföld szagrális értékei

Szenthelyek, zarándokutak, legendák, jelenések, csodák Észak-Magyarország hegyvidékén. Szentnek nem csupán templomok, kápolnák és egyéb szagrális kisémlékek – út menti fészületek, szentek szobrai, kápolnák – által jelzett helyek bizonyulnak, hanem azok a természeti képződmények is, melyekhez valamilyen monda, hagyomány, mese fűződik vagy egyszerűen csak jó hatással vannak létállapotunkra: kellemes érzéssel töltenek el bennünket, békességérzetet nyújtanak számunkra. Az ilyen szent helyek tehát éppúgy lehetnek alig észrevehető természeti szépségek, hegyek, sziklák, források, patakok, mint jeles napokon ezrek által látogatott kegyhelyek.

A tematikus úthoz kapcsolódva 2005-ben az Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság elkészít Észak-Magyarország szagrális értékei címmel egy informatív térképes kiadványt, mely tartalmazza a régió szagrális emlékhelyeit, kegyhelyeit, csodáit, jelenésit.

Felső-magyarországi Várút

Az egri várban 2003. július 21-én ünnepélyes keretek között 14 észak-magyarországi vár képviselője írta alá a Felső-magyarországi Várak Egyesülete alapító okiratát. A Felső-magyarországi Várak Egyesülete célja az Észak-Magyarországon (Borsod-Abaúj-Zemplén-, Heves- és Nógrád megyében) lévő várakat működtetők érdekeinek képviselete és összehangolása, továbbá a várak megőrzésének, szakszerű helyreállításának, működtetésének, fenntartásának, fejlesztésének elősegítése, közös marketingtevékenység, a hasznosítás (kiállítások, programszervezés) szakmai támogatása, valamint részvétel a várakkal kapcsolatos tudományos kutatásokban. Az egyesület célja továbbá a várakat működtető szervezetek és személyek jó szakmai együttműködésének elősegítése, valamint az észak-magyarországi várakról honlap formájában adatbázis létrehozása.

3.4. A turistafogadás feltételei

3.4.1. Közlekedés

A régió Szlovákiával határos. A határátkelőhelyek kapacitása, kiépítettsége összességében megfelelő, ma jelentős feszültséggóc nincs. A közúti közlekedést jellemző mennyiségi mutatók a régióban az országos átlagnál még mindig kedvezőbbek, az útsűrűség magasabb az országosnál, míg a minőségi jellemzők maradtak kedvezőtlenebbek, viszont különösen jellemző az újonnan épült útvonalak útjelleg szerinti összetétele. A közúti közlekedés területén az elmúlt évek legfontosabb kérdése az M3-as és M30-as autópálya

megépítése volt. Az autópálya a régió már teljesen áthalad, míg az M30-as elérte Miskolcot. Jelenleg folyamatban van a Miskolc – Hidasnémeti – Kassa irányába történő út-korszerűsítés is. A turizmus szempontjából igen fontos, az M3-as és Eger-összekötő gyorsforgalmi út még nem készült el, ennek hiánya kihat a térség turizmusára is.

A turizmus szempontjából ugyanakkor nem elhanyagolható, hogy a régió belüli településeket összekötő illetve a településen belüli úthálózatok minősége nem mutat érezhetően javuló tendenciát. A régióban az elmúlt években a közlekedési hálózatokon az említett autópálya fejlesztéseken kívül a közúthálózatot jelentős mértékben befolyásoló útépités nem történt. Az É-D-irányú tranzitforgalomban továbbra is meghatározó a 2-es, 21-es főközlekedési út, ill. a K-Ny-irányú forgalmat levezető 22. sz. út. Az úthálózat minőségi paraméterei maradtak kedvezőtlenebbek, továbbra is sok a sürgős beavatkozást igénylő felújítási igény.

Turisztikai szempontból jelentős potenciált hordozó Eger és Miskolcot összekötő a Bükkön átvezető alsóbbrendű út minősége továbbra sem felel meg a turisztikai igényeknek. Az utak burkolat szerinti összetétele országosan jelentősen javult, de a régióban szinte változatlan maradt, de ennek ellenére az aszfalt és bitumen burkolatú utak aránya így is meghaladja a 98%-ot.

A helyközi autóbuszjáratokkal való ellátottság jónak mondható, a megállóval rendelkező települések aránya közel 100%, de a járatsűrűségben meglehetősen jelentős eltérések mutatkoznak. Több jelentős, meghatározó autóbusz pályaudvar felújításra került, kultúrált, utas-orientált módon. Az autóbusz ellátottság kedvező a régióban. A közúti gépjárműállomány országosan is jelentősen bővült, de a régióban az átlagot is meghaladó mértékben. Az utóbbi években a személygépkocsik darabszám növekedése játszotta a fő szerepet.

A régió helyzete a vasúti közlekedés szempontjából országos összehasonlításban még kedvezőnek mondható, bár továbbra is erőteljesen jelentkeznek a minőségjavítás, a műszaki állapot megtartásának, fejlesztésének problémái, s a gyorsvasút típusú fejlesztés igénye. Meghatározó a Budapest-Miskolc vasúti fővonal, mely egyben megteremti az összeköttetést a szomszédos Szlovákiával is. A fővonal mentén több nagy vasúti csomópont is van, ahonnan szárnyvonalak indulnak a régió turisztikailag frekventált helyszínei irányába is. A régióban a települések közel egyharmada rendelkezik vasútállomással.

Turisztikai szempontból kiemelten fontosak a keskeny-nyomtávú vonalak (kisvasutak) (pl. Felsőtárkány, Gyöngyös, Szilvásvárad, Lillafüred, Pálháza). Fenntartásuk, működtetésük fontos érdek. Összességében fejlesztésükre az elmúlt években jelentős mértékű összegek nem álltak rendelkezésre.

A vízi közlekedés elsősorban a Tiszát, a Bodrogot ill. a Tisza tavat érinti. A folyókon jelenleg menetrend szerinti hajójárat még nem üzemel. Fejlesztendő, bővítenő a hajópark és a kikötők, megállóhelyek száma. 2004-ben elkezdődött a Tiszai (négyrégiós) Víziturizmus Fejlesztési Program, mely a régióban a Tisza felső, tokaji szakaszát és fő mellékfolyóját, a Bodrogot és vízi turizmusát érinti.

A régió közforgalmi repülőtere továbbra sincs. A meglévő, füves sportrepülőterek (pl. Eger-Maklár, Gyöngyös-Pipishegy illetve Miskolc, Sárospatak) sportolásra, hobby tevékenységekre alkalmasak.

A régió idegenforgalma szempontjából fontos lenne egy regionális repülőtér kialakítása, melyre több alternatíva is rendelkezésre áll (a legkézenfekvőbb, pl. a mezőkövesdi, volt honvédelmi repülőterek polgári célú hasznosítása).

Figyelmet érdemel, hogy az utóbbi években a régió kínálata a sárkányrepüléssel is bővült (Eger-Egedhegy, Gyöngyös-Pipishegy). Ezáltal, ill. kis-gépes sétarepüléssel, túrákkal a régió turisztikai szolgáltatási kínálata is fejlődött.

A régió kerékpárút-hálózatának kiépítettsége, sűrűsége továbbra is messze elmarad az igényektől, ill. a lehetőségektől. Annak ellenére, hogy az Eurovelo egyik jelentős útvonala is keresztül halad a régión, továbbra sincs jelentős előre lépés a belterületi kerékpárutak építésében, vagy a már meglévők összekapcsolásában. Az utóbbi években az egyre divatosabb hegyi és extrém kerékpározás szempontjából kiváló adottságokkal bír a régió. Jelentős hegyikerékpáros „bázisok” Szilvásvárad, Bükk-Eger, és a Mátra és Miskolc és környéke. Évente két-három országos jelentőségű hegyikerékpáros sport rendezvény is megvalósul a régióban.

3.4.2. Szálláshely és vendéglátás

A régióban lévő szállásférőhelyek területi elhelyezkedését és kategóriák szerinti összetételét a statisztikai mellékletek tartalmazzák 2000-2004-ig éves bontásokban. A kereskedelmi szállásférőhelyek száma az elmúlt öt évben mintegy 10-11 %-kal bővült. A regisztrált férőhelyek mellett - különösen a frekventált üdülő-településeken - nagy számú a be,- és a be nem jelentett magánszálláshely. Már minőségi, a nemzetközi piacon is versenyképesebb szállodai kapacitások jellemzik a főbb turisztikai helyszíneket. Kis férőhelyes panziók minden városban és a lényeges turisztikai célpontokban megtalálhatók. Néhány kastély és kúria minőségi szálláshelyként funkcionál, ezek között található a régió egyetlen 5 csillagos szállodája is Parádsasváron. A szálláshely-kínálatot, a térben relatíve egyenletesen eloszló ifjúsági és turista-szállások, erdei iskolák valamint falusi vendégfogadó helyek egészítik ki.

A szálláshelyek száma már csak a további területi lefedettség követelményei szerint növekszik, az extenzív növekedés helyett inkább a műszaki és szakmai szolgáltatások színvonal és a kihasználtság erősítése kívánatos.

A szállásférőhely kínálat területileg, ill. a nyújtott szolgáltatások színvonala szerint azonban még egyenetlen. Borsod-Abaúj-Zemplén megyében még mindig hiány van a minőségi szállodai kínálatban, számos egykori neves szálloda vár korszerűsítésre, felújításra, annak ellenére, hogy az utóbbi öt évben tucatnyi minőségi három, vagy négy csillagos szálláshely nyitotta meg kapuit. A megyében 222 kereskedelmi szálláshely található

Nógrádban összességében még mindig kevés a kereskedelmi szálláshelyek száma (43), és ezen belül is hiányok vannak a magasabb szolgáltatást nyújtó szállásférőhelyekben. A szállásférőhelyek szakmai összetétele kevésbé megfelelő, többségben vannak a panziók, nyaralóházak. Kevés a szállodai férőhely, ezen belül továbbra is elenyésző a színvonalasabb ellátást biztosító több csillagos létesítmények hányada. Heves megye kereskedelmi szálláshelyeinek száma 2004-ben 138 volt. Azonban a régió szállásférőhely-kapacitásának mintegy 40-42 %-a található Heves megyében. Kedvező, hogy az elmúlt öt évben előtérbe

kerültek a magasabb színvonalat, több szabadidős és wellness szolgáltatást képviselő szálloda és panzióépítések, felújítások. Négy csillagos új hotelek, pl. Dégenfeld Kastélyszálló – Tarcál, Shiraz Hotel –Egerszalók, Grand Hotel Galya – Galyatető, Hotel Korona (egyik szárnya)- Eger, Hotel Hunor –Sátoraljaújhely.

Továbbra is hiány mutatkozik a konferencia turizmust kiszolgáló létesítmények körében, annak ellenére, hogy mind a 4 csillagos hotelekben, mind a régió korszerűsített felsőoktatási intézményeiben jelentős konferencia terem és technikai fejlesztések valósultak meg. Az elmúlt évek legjelentősebb régiós konferenciakapacitás fejlesztése valósult meg a Hotel Eger&Park Szállodában, ahol 700 fő egyidejű befogadására és színvonalas kiszolgálására van lehetőség. A wellness- és családbarát szolgáltatások felértékelődtek és a három és négy csillagos szállodák, és minőségi panziók jelentős része ilyen jellegű fejlesztéseket is valósított meg.

Kedvezőtlen jelenség továbbra is a meglévő kempingek korszerűtlensége, illetve a jelentős kempingek bezárása (pl. Eger).

A falusi szálláshelyek száma tovább növekedett az utóbbi öt évben, és minőségileg is jelentős előrelépések tapasztalhatóak.

A forgalmas üdülő-településeken sorra megújultak az egyéni karakterű, hangulatos kisvendéglők, fogadók, amelyek többsége jól illeszkedik a táj, környezet településkép jellegzetességeihez. Az éttermek egyre igényesebb, színvonalasabb berendezésekkel bírnak, és az utóbbi években egyre többet találunk a nyári turisztikai szezonban oly fontossá váló légkondicionálóból. A kerthelységek felértékelődtek és számuk is jelentősen szaporodott. Sajnos továbbra is kevés az egy-egy tájegység, település jellegzetességeihez kötődő, helyi hagyományokra támaszkodó fogadó, csárda (pl. halászcsernye, vadásztanya, palóc étterem, pisztrángétterem, stb.). Azonban az angol mintájú sörözők (Pub-ok) egyre elterjedtebbek és népszerűbbek, de leginkább a helyi lakosság körében. Az elmúlt három évben a régióban kezdetben szaporodtak az Internet-kávézók, melyek száma mára érdekes módon csökkenő tendenciát mutat. A régió belül a mátrai és egri borvidéken, illetve a Tokaj-hegyalján fontos kínálati elem a bor, illetve a borturizmus, ahol szintén megfigyelhetőek a fejlesztések, de elsősorban az utóbbi években jelentősen a borágazathoz kapcsolódó műszaki, technológiai és szőlőtelepítési fejlesztések valósultak meg, és a borturisztikai fogadóképesség fejlesztése ettől elmaradó.

A meglévő hagyományos pincesorok vendégcsalogató erejét mára már csak részben csökkentik az infrastruktúra hiányosságai, a rendezetlen környezet, a WC-k higiéniai viszonyai. Megszűnőben a korábbi vissza-visszatérő kifogás a borok minősége iránt, a tájidegen borok forgalmazásának gyakorlata szinte eltűnt. Új tendencia lett az elmúlt öt évben, hogy jelentősen megszorodtak a gasztronómiához kapcsolódó rendezvények, fesztiválok a kereslethez igazodóan. Pl.: Bikavér Ünnepe – Eger, Pisztráng Fesztivál – Szilvásvár, Kocsonya Fesztivál – Miskolc, Vadétfőző Fesztivál – Kács, és Tokaj-hegyaljai Szüreti Fesztivál, valamint több helyi kezdeményezésű falusi gasztronómiai rendezvény (szilva napok, kemencében sült ételek kóstolója, nyitott pince napok stb.)

3.4.3. Környezeti állapot

Jelentős problémája a régióknak a hulladékgazdálkodás, különösen a szelektív hulladékgyűjtés és annak feldolgozása, mindazok ellenére, hogy a lakások 93%-a kapcsolódik

a rendszeres hulladékgyűjtésbe, s annak ellenére, hogy a régióban számos ún. Integrált hulladékgazdálkodási program, ISPA-típusú nagyberuházás valósult meg, s sok tíz településen elindult a szelektív gyűjtési program.

A régió környezeti helyzete térségenként és megyénként eltérő képet mutat. A legális hulladéklerakók mindegyikéről sem lehet azt állítani, hogy azok megfelelnek a környezetvédelmi követelmény rendszernek. Továbbra is magas az illegális szemétkerakók száma, mely komoly gondokat jelent, és nem csak turisztikai szempontokból. A környezettudatos szemléletmód elterjedése továbbra sem következett be olyan mértékben, amennyire indokolt lenne.

2004-ben 33 település csatlakozott a régióban a Tiszta Magyarországért környezetszépítő mozgalomhoz, mely szintén jól mutatja a hajlandóságot és az igényt a települési környezeti hulladék mentesítésének és a település szépítésének, arculatának szebbé tételére. Az elmúlt évek során a Virágos Magyarország mozgalomban Észak-magyarországi települések és városok jelentős számban részt vettek és számos alkalommal díjazásban is részesültek (Pl.: Eger, Noszvaj, stb.). Azonban számos településen turisztikai szempontokból fontos települési arculatszépítő kezdeményezések továbbra is hiányoznak.

A régióban a nemzeti parkok területe 85.000 ha, a tájvédelmi körzeteké 100.000 ha és a természetvédelmi területek kiterjedése 3.000 ha valamint a természetvédelem alatt álló területek kiterjedése BAZ megyében 110.000 ha, Hevesben 47.000 ha, míg Nógrádban 33.000 ha. A régióban 4 nemzeti park és 5 tájvédelmi körzet található. Jelentős tájsebekkel is rendelkezik a régió, melyből országosan is a legnagyobb a visontai lignittermelő külszíni fejtés okozta tájseb, valamint jelentős turisztikai útvonal mentén található a belpátfalvai kőfejtő. Ez utóbbi környezetében kihasználva az adottságokat, tanösvényt alakítottak ki.

A legjelentősebb légszennyeződést kiváltó üzemek elsősorban az erőművek, acél és vegyipari vállalatok, de a legjelentősebb légszennyező ipari ágazat a régióban a villamos energia ipar. Az elmúlt tíz évben javult a levegőminőség, mivel csökkentek az ipari üzemek, a technológiák korszerűsödtek, és környezetvédelmi beruházások megvalósítására is sor került.

3.4.4. Egyéb köz- és turisztikai jellegű szolgáltatások

A kereskedelmi egységek, illetve a megszorodó hálózatok - rugalmasságuknak megfelelően - összességében jól alkalmazkodtak az idegenforgalom megváltozott keresletéhez.

A nagy alapterületű élelmiszer, illetve vegyes áruprofilú üzletláncok további térhódítása a régióban is jellemző. A megjelenő nemzetközi és hazai tulajdonú üzletláncok (Metro, Tesco, Jéé, Penny Market, Cora, CBA, COOP, stb.) mellé a Plus, a Lidl, is társult. Kínálat-befolyásoló hatásuk mára a legmeghatározóbbá vált. Ugyancsak szembevetendő a régió városaiban, a belső városrészekben található kereskedelmi egységek, boltok, butikok, minőségi árukínálatot és szolgáltatásokat nyújtó üzletek gyakori tulajdonos és profilváltása (pl. Miskolc, Eger, Salgótarján, Sárospatak, Gyöngyös, Tokaj stb.). Hasonló tapasztalható a frekventált idegenforgalmi települések kereskedelmi egységeinél is (pl. Szilvásvárad, Parád).

Ugyanakkor sajnos továbbra is főleg a jelentős, nagy forgalmú rendezvények időszakában - egyre zavaróbb mértékben van jelen az ún. sátorozó kereskedelem, az olcsó, színvonalatlan ruházati, édesség, játék, szuvenír árusítás. A turisztikai főszezon idejében a legfrekvenciáltabb centrumokban, egy-két jobb összefogás és kezdeményezés ellenére a belvárosi kereskedelmi üzletek, butikok nyitva tartása továbbra sem igazodik a turisták igényeihez.

A vendégek visszajelzései, és a kínálat látható jeleiből az a következtetés vonható le, hogy a turizmushoz lazábban-szorosabban kapcsolódó szolgáltatások fejlődtek, egy részük jó színvonalon, megfelelő kapacitással, és közel arányos területi elhelyezkedéssel képes kiszolgálni a vendégeket. A családbarát, wellness-, és aktív szabadidős szolgáltatások iránt az utóbbi években jelentkező igények hatására a régió szolgáltatói is fejlesztettek és a kínálat így jelentős mértékben színesedett.

A közbiztonság kérdésében a helyzet javuló tendenciát mutat. Az elmúlt évek országos tendenciáit, sajátosságait követi.

Az egészségügyi ellátottság továbbra sem tekinthető jónak, a szélesebb szolgáltatású rendelőintézetek szolgáltatás színvonala is alacsony, csakúgy, mint a régió meghatározó kórházaié.

A turisztikai attrakciónál található szervezett idegenvezetések területileg igen eltérő eloszlásban vannak jelen, leginkább csak a turisztikailag legfrekvenciáltabb helyszíneken. A turisztikai információs helyekkel (Tourinform) rendelkező települések száma az utóbbi két évben 20-ra bővült.

Az utazási irodákkal a települések csak három százalékában találkozunk, melyek továbbra is az erőfeszítések ellenére sajnálatosan elsősorban nem a beutazó turistaszervezéssel, fogadással, hanem a kiutaztatással foglalkoznak. A régióban jelenleg nincs megfelelő specializáció a beutaztató turistaszervezésre.

A wellness-, szabadidő és sportfeltételek terén megállapítható a kiugró és javuló tendencia. Az utóbbi öt évben számos strand és gyógyfürdő, valamint uszoda került az igényeknek megfelelően felújításra, korszerűsítésre (Miskolc-Tapolca, Bogács, Mezőkövesd, Eger, is jelentősen fejlődött e téren, és jelenleg is fejlesztés alatt áll Egerszalók is). Továbbra is kevés a kerékpárutak hossza, bár a hegyikerékpározás az erdei szakaszokon jól megoldható.

Az elmúlt években tovább fejlődtek a pénzügyi-banki, a gépkocsihoz kapcsolódó, valamint az ún. személyi szolgáltatások. A vendégek tapasztalata, visszajelzései szerint viszont kevés és szegényes a sportolási, kölcsönzési lehetőség (különösen a sporteszközök, kerékpárok kölcsönzése). A régióban korszerű, vendégbarát turisztikai kártyás kedvezményes szolgáltató rendszer igazából továbbra sincs, bár kezdeményezések már elindultak.

Turistabarát interaktív szolgáltatást nyújtó Touch-info megoldások hiányoznak, csak Miskolcon volt jelentősebb ilyen irányú fejlesztés.

3.5. Emberi erőforrás - turizmusban dolgozók képzettsége

A régió turisztikai oktatási rendszere, és a szakképző közép- és felsőfokú oktatási intézményekben bekövetkezett strukturális átalakulások és új képzési szakirányok kialakulása következtében az utóbbi öt évben jelentősen fejlődött a turisztikai szakemberképzés. Gyöngyös, Eger és Miskolc felsőoktatásában szak- és szakirányi képzések jöttek létre, s egyetemi posztgraduális turizmus szak is indult. Megsokszorozódott a felsőoktatási és közép fokú oktatási intézményekben turizmust tanulók száma, és több új szakoktató magán iskola is létesült, leginkább a vendéglátó szakmára specializálódottan. Jelentősen javult a nyelvi képzés és a végzett hallgatók nyelvtudási szintje is emelkedett.

Annak ellenére, hogy egyre több kistérségben és településen mára már alkalmaznak turisztikai referenst, akik szakmai munkájukkal jelentősen segítik az adott település, térség bekapcsolódását a regionális és országos turizmusba, még több helyen lenne ez indokolt, de általában a forráshiányos önkormányzatok anyagi forrásai ezt nem igazán teszik lehetővé. A Tourinform irodák személyi állományának szakmai színvonala megfelelő, azonban a főszezonban az állományok száma nem mindig elegendő, ezt gyakornokok bevonásával próbálják megoldani.

A megyei és regionális turisztikai szervezeteknél dolgozók szakmai felkészültsége és tapasztalata kiválónak mondható, felsőfokú szakirányú képesítésekkel és megfelelő nyelvtudással rendelkeznek. Kompetenciák tekintetében is hasonló a helyzet. Az együttműködési készség az elmúlt öt év során folyamatosan javult, a régióban való gondolkodás eszméje mára már jóval elfogadottabbá vált körükben. A megfelelő kétirányú információ csere és a belső PR működik, rendszeresek az egyeztetések, szakmai együttműködések a megyék a régió és a Tourinform szakemberei között

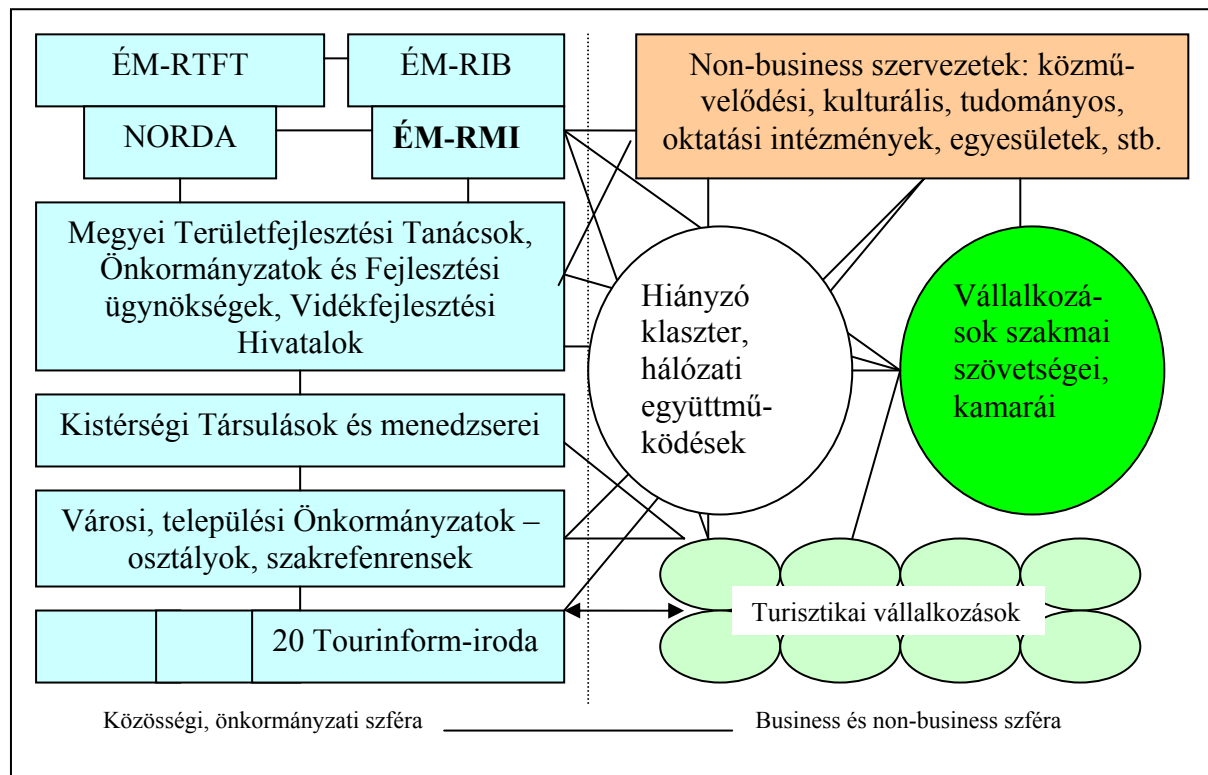
3.6. Turizmus szervezeti rendszere a régióban

A régió turizmusának jelenlegi szervezeti rendszerében közösségi, non-business és vállalkozói szereplőket találunk.

- a közösségi szervezetek közül regionális szinten a RIB, mint stratégiai döntéshozó, tanácskozó szerv, az ÉM-RMI - mint a közösségi marketing felelőse, s a RIB szakmai munkaszervezete - mellett a NORDA, az Észak-Magyarországi Régió területfejlesztési Tanács szervezete tevékenykedik.

Megyei szinten a területfejlesztési tanácsok és ügynökségeik, a megyei önkormányzatok és illetékes osztályai, s a vidékfejlesztés hivatalai a falusi turizmushoz kötődően foglalkoznak a turizmus támogatásával, segítségével. A kistérségi társulások, fejlesztési szervezetek és különböző munkaszervezetei, menedzserei szintén kifejtnek turizmust szervező, támogató, adott esetén program mellett működő tevékenységet. Hasonlóan – bár elsősorban önállóan vállalt feladatként – különböző mértékű aktivitást fejtenek ki a turizmus terén. Ennek mértéke gyakran egyáltalán nem mérhető, máskor túlzó, s vállalkozásokat kiszorító, versenyt befolyásoló aktivitásként jelenik meg. Kevés az arányos és célszerű közösségi szerepvállalási mérték. A megvalósított marketing akciók, kampányok nem egy marketing és kommunikációs stratégia mentén, hanem eseti kampányokként valósultak meg.

A turisztikai vállalkozások jellemzően önálló „farkasokként” működnek, alacsony az együttműködés készsége a tényleges tevékenységben, szakmai szervezeteik inkább lobbizási, érdekvédő funkciót, mint piaci koordinációt, kooperációt szervezők lépnek fel. Még nem jött létre turisztikai klaszter, együttműködő hálózat a régióban.



Saját kutatás, szerkesztés

A turizmus jelenlegi szervezeti rendszere

A non-business szervezetek a közösségi és vállalkozói szféra erőterében keresik helyüket, ma gyakran a nem mindig releváns működési, érdekeltségi formák közepette. (pl. múzeumok, művelődési házak stb.)

A jelenlegi szervezeti rendszer négy kardinális – versenyképességet meghatározó – gyengeséggel bír:

- hiányoznak a piacon ma már elengedhetetlen komplex kínálatot megvalósító vállalkozási kooperációk, klaszterek, hálózatok, melyek hatékony, versenyképes fejlesztések, kínálat gazdái, értékesítői lehetnének,
- a közösségi típusú turizmust támogató szervezetek beavatkozása, támogatása, szervező tevékenysége összehangolatlan, gyakran eseti, ötletszerűen jelenik meg a termékek fejlesztése, a marketing és az értékesítés terén,
- a területfejlesztés egyes színjei (kistérség, megye,) nem felelnek meg a turisztikai desztinációk földrajzi „logikájának”, míg a kistérségek kicsik, addig a megyék túl összetettek a desztináció-menedzsment szempontjából,
- a negyedik gond, hogy e két – turizmusban érdekelt – szféra közötti kapcsolat, együttműködés sem működik szervezeten, hiányzik a bizalom, érdekeltség, következetesség.

Egy régió, térség szervezeti gyengeségei napjaink turizmusának sikerességében megítélésünk szerint még nagyobb gond is lehet, mint magának a turisztikai kínálatnak a gyengesége, minősége.

3.7. A turizmus kereslete - fogyasztói szokások

A stratégiánk tervezését meghatározó keresleti tényezőket három dimenzióban vizsgáljuk:

1. Statisztikai adatokat mutatunk be, melyek a turisztikai régió iránti keresletet rögzítik az elmúlt évek összehasonlításában, a 2005 évre is kiterjedő alapadatokkal
2. A régióban készített primer kutatási eredményeket ismertetünk, melyek a kirándulások, utazások, fő utazások terén elemzi a régió iránti keresletet, annak sajátos szegmenseit
3. Összefoglaljuk nemzetközi tanulmányok alapján a napjaink nemzetközi és jellemzően a hazai turisták keresletének trendjeit, melyek a fejlesztések fő irányaira, jellegére adnak útmutatást

STATISZTIKAI ADATOK

Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma szállástípusonként régió összesen BELFÖLDI 2004. ÉV

| I-XII.HÓ , ÉSZAK - MAGYARORSZÁG | | | | | | | | |
|---------------------------------|----------|--------|----------------|----------------|--------|----------------|--------------------------|----------------|
| | Vendégek | | | Vendégéjszakák | | | Átlagos tartózkodási idő | |
| | száma | aránya | Előző év %ában | száma | aránya | Előző év %ában | nap | Előző év %ában |
| Mindösszesen | 514 554 | 100,0 | 98,2 | 1 140 845 | 100,0 | 95,3 | 2,2 | 97,0 |
| Szálloda összesen | 207 299 | 40,3 | 105,9 | 419 898 | 36,8 | 101,4 | 2,0 | 95,8 |
| ***** | 5 991 | 1,2 | 91,2 | 11 358 | 1,0 | 98,4 | 1,9 | 107,9 |
| **** | 45 882 | 8,9 | 145,0 | 89 372 | 7,8 | 146,9 | 1,9 | 101,3 |
| *** | 105 523 | 20,5 | 123,7 | 227 782 | 20,0 | 125,1 | 2,2 | 101,1 |
| ** | 39 265 | 7,6 | 78,6 | 70 622 | 6,2 | 64,9 | 1,8 | 82,5 |
| * | 10 638 | 2,1 | 47,6 | 20 764 | 1,8 | 40,9 | 2,0 | 86,0 |
| Panzió | 128 326 | 24,9 | 90,5 | 272 756 | 23,9 | 91,9 | 2,1 | 101,5 |
| Ifjúsági szálló | 39 748 | 7,7 | 107,7 | 106 657 | 9,3 | 100,7 | 2,7 | 93,5 |
| Nyarlóház | 48 454 | 9,4 | 90,1 | 114 701 | 10,1 | 78,9 | 2,4 | 87,6 |
| Kemping | 13 136 | 2,6 | 91,5 | 33 199 | 2,9 | 93,2 | 2,5 | 101,9 |

Forrás: KSH

A kereskedelmi szálláshelyeken megjelenő kereslet előző évhez viszonyított visszaesése a kedvezőtlen tendenciák folytatódását jelzi. A visszaesés elsősorban a panziók, a nyarlóházak és kempingek terén jelentkezett, míg dinamikus a növekedés a 3 és 4 csillagos szállodák forgalma terén.

A tendenciák mind a belföldi, mind a külföldi kereslet vonatkozásában is hasonlóak. A külföldiek esetében egyértelműen a magasabb minőségű szálláshelyek, s az ifjúsági szállások forgalma nőtt, s örömdetes, hogy – ha kis mértékben is – nőtt az átlagos tartózkodási idő.

**Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma szállástípusonként régióként
KÜLFÖLDI 2004. ÉV**

| I-XII.HÓ , ÉSZAK - MAGYARORSZÁG | | | | | | | | |
|---------------------------------|---------------|--------------|-------------|----------------|--------------|-------------|--------------------------|--------------|
| | Vendégek | | | Vendégéjszakák | | | Átlagos tartózkodási idő | |
| | száma | aránya | Előző év | száma | aránya | Előző év | nap | Előző év |
| | | | %-ában | | | %-ában | | %-ában |
| Mindösszesen | 80 915 | 100,0 | 94,5 | 215 671 | 100,0 | 97,4 | 2,7 | 103,0 |
| Szálloda összesen | 50 364 | 62,2 | 102,5 | 124 315 | 57,6 | 105,7 | 2,5 | 103,1 |
| ***** | 937 | 1,2 | 101,4 | 1 886 | 0,9 | 109,4 | 2,0 | 107,9 |
| **** | 9 281 | 11,5 | 187,0 | 21 086 | 9,8 | 176,1 | 2,3 | 94,2 |
| *** | 34 121 | 42,2 | 106,5 | 90 106 | 41,8 | 112,3 | 2,6 | 105,4 |
| ** | 5 322 | 6,6 | 87,3 | 10 015 | 4,6 | 78,7 | 1,9 | 90,2 |
| * | 703 | 0,9 | 13,7 | 1 222 | 0,6 | 11,2 | 1,7 | 81,3 |
| Panzió | 13 543 | 16,7 | 85,2 | 35 869 | 16,6 | 94,3 | 2,6 | 110,7 |
| Turistaszálló | 2 196 | 2,7 | 55,4 | 9 206 | 4,3 | 80,2 | 4,2 | 144,7 |
| Ifjúsági szálló | 1 690 | 2,1 | 148,9 | 5 445 | 2,5 | 133,5 | 3,2 | 89,7 |
| Nyarlóház | 3 195 | 3,9 | 91,4 | 11 854 | 5,5 | 105,4 | 3,7 | 115,3 |
| Kemping | 9 927 | 12,3 | 82,6 | 28 982 | 13,4 | 74,2 | 2,9 | 89,8 |

Forrás: KSH

**Kereskedelmi szálláshelyek szállásdíjbevétele régióként
2004. ÉV**

| I-XII.HÓ , ÉSZAK - MAGYARORSZÁG | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---------------------|--------------|--------------|---------------------|--------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|
| | Belföldi szállásdíj | | | Külföldi szállásdíj | | | Összes szállásdíj | | |
| | ezer Ft | aránya | Előző év | ezer Ft | aránya | Előző év | ezer Ft | aránya | Előző év |
| | | | %-ában | | | %-ában | | | %-ában |
| Mindösszesen | 3 647 251 | 100,0 | 114,2 | 1 085 810 | 100,0 | 119,5 | 4 733 061 | 100,0 | 115,4 |
| Szálloda összesen | 2 170 063 | 59,5 | 121,9 | 842 553 | 77,6 | 123,8 | 3 012 616 | 63,7 | 122,4 |
| 3*+4*+5*-os | 1 858 861 | 51,0 | 141,4 | 783 815 | 72,2 | 146,6 | 2 642 676 | 55,8 | 142,9 |
| ** | 253 812 | 7,0 | 82,5 | 53 297 | 4,9 | 85,3 | 307 109 | 6,5 | 83,0 |
| * | 57 390 | 1,6 | 36,2 | 5 441 | 0,5 | 6,5 | 62 831 | 1,3 | 25,9 |
| Panzió | 859 162 | 23,6 | 107,3 | 158 789 | 14,6 | 110,3 | 1 017 951 | 21,5 | 107,7 |
| Turista+Ifjúsági szálló | 382 564 | 10,5 | 106,8 | 21 123 | 1,9 | 108,9 | 403 687 | 8,5 | 106,9 |
| Nyarlóház | 197 316 | 5,4 | 91,5 | 28 322 | 2,6 | 121,9 | 225 638 | 4,8 | 94,5 |
| Kemping | 38 146 | 1,0 | 99,9 | 35 023 | 3,2 | 84,1 | 73 169 | 1,5 | 91,7 |

Forrás: KSH

Öröndetes, hogy a mennyiségi visszaesés ellenére a bevételek nőttek.

31. A magán szálláshelyek kapacitása turisztikai régiók szerint, 2004

| Régió | Vendéglátók | Férőhelyek |
|-----------------------------------|---------------------|----------------|
| | száma, július 31-én | |
| Fizetővendéglátás | | |
| Balaton | 27 419 | 148 682 |
| Budapest–Közép-Dunavidék | 1 007 | 4 826 |
| ebből: Budapest | 740 | 2 821 |
| Dél-Alföld | 666 | 3 705 |
| Dél-Dunántúl | 2 949 | 12 830 |
| Észak-Alföld | 1 695 | 11 590 |
| Észak-Magyarország | 850 | 4 905 |
| Közép-Dunántúl | 784 | 4 017 |
| Nyugat-Dunántúl | 840 | 4 120 |
| Tisza-tó | 248 | 1 336 |
| Ország összesen | 36 458 | 196 011 |
| Falusi szállásadás | | |
| Balaton | 1 786 | 9 850 |
| Budapest–Közép-Dunavidék | 435 | 2 466 |
| Dél-Alföld | 318 | 1 978 |
| Dél-Dunántúl | 655 | 3 427 |
| Észak-Alföld | 267 | 1 718 |
| Észak-Magyarország | 1 444 | 9 536 |
| Közép-Dunántúl | 424 | 2 448 |
| Nyugat-Dunántúl | 1 327 | 7 551 |
| Tisza-tó | 775 | 5 391 |
| Ország összesen | 7 431 | 44 365 |
| Magán szállásadás összesen | | |
| Balaton | 29 205 | 158 532 |
| Budapest–Közép-Dunavidék | 1 442 | 7 292 |
| ebből: Budapest | 740 | 2 821 |
| Dél-Alföld | 984 | 5 683 |
| Dél-Dunántúl | 3 604 | 16 257 |
| Észak-Alföld | 1 962 | 13 308 |
| Észak-Magyarország | 2 294 | 14 441 |
| Közép-Dunántúl | 1 208 | 6 465 |
| Nyugat-Dunántúl | 2 167 | 11 671 |
| Tisza-tó | 1 023 | 6 727 |
| Ország összesen | 43 889 | 240 376 |

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal

27. A kereskedelmi szálláshelyek szobakapacitás-kihasználtsága szállástípusok és turisztikai régiók szerint, 2004

| Régió | Szálloda | | Szállodából: gyógyszálloda | | Szállodából: wellness-szálloda | | Panzió | | Turistaszálló | | Ifjúsági szálló | | Üdülőház | | Összesen | |
|--------------------------|-------------|---------------|----------------------------|---------------|--------------------------------|---------------|-------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|
| | % | 2004/2003 (%) | % | 2004/2003 (%) | % | 2004/2003 (%) | % | 2004/2003 (%) | % | 2004/2003 (%) | % | 2004/2003 (%) | % | 2004/2003 (%) | % | 2004/2003 (%) |
| Balaton | 43,1 | 96,4 | 59,3 | 106,4 | 53,4 | .. | 24,3 | 100,7 | 40,1 | 100,8 | 35,4 | 114,2 | 31,5 | 97,5 | 40,0 | 97,9 |
| Budapest–Közép-Dunavidék | 57,6 | 114,6 | 66,8 | 117,6 | 38,5 | .. | 27,4 | 105,2 | 27,0 | 111,6 | 37,1 | 113,1 | 17,8 | 91,0 | 53,6 | 115,0 |
| ebből: Budapest | 59,3 | 115,1 | 69,0 | 121,3 | – | – | 31,9 | 105,7 | 31,2 | 121,4 | 37,6 | 110,4 | 5,8 | 47,2 | 57,1 | 115,3 |
| Dél-Alföld | 32,2 | 99,9 | 49,0 | 104,5 | 38,4 | .. | 22,9 | 106,1 | 11,4 | 93,0 | 12,6 | 83,8 | 27,9 | 106,9 | 25,8 | 100,6 |
| Dél-Dunántúl | 31,8 | 103,1 | 59,8 | 516,4 | – | – | 25,3 | 99,8 | 32,4 | 117,9 | 22,5 | 108,0 | 24,1 | 80,3 | 28,2 | 102,3 |
| Észak-Alföld | 44,1 | 100,1 | 58,3 | 97,7 | 67,7 | .. | 23,1 | 103,7 | 11,9 | 89,3 | 22,9 | 93,4 | 23,4 | 86,0 | 34,7 | 100,3 |
| Észak-Magyarország | 31,6 | 99,3 | 53,7 | 93,5 | 47,3 | .. | 19,7 | 98,1 | 19,2 | 87,6 | 17,2 | 129,1 | 21,1 | 91,6 | 24,3 | 98,8 |
| Közép-Dunántúl | 30,3 | 106,5 | 39,9 | 82,7 | 21,7 | .. | 21,9 | 108,5 | 20,5 | 99,0 | 15,7 | 80,0 | 18,9 | 96,7 | 25,2 | 105,3 |
| Nyugat-Dunántúl | 42,6 | 99,9 | 64,4 | 97,2 | 62,3 | .. | 18,9 | 85,1 | 12,1 | 101,6 | 24,3 | 78,4 | 31,0 | 93,7 | 30,5 | 97,4 |
| Tisza-tó | 32,0 | 100,2 | 35,3 | 95,9 | – | – | 26,2 | 100,6 | 9,6 | 72,4 | 26,3 | 86,1 | 26,3 | 112,7 | 27,6 | 103,3 |
| Ország összesen | 46,4 | 106,1 | 60,2 | 104,9 | 50,1 | .. | 22,7 | 98,9 | 17,3 | 96,5 | 24,9 | 106,9 | 26,0 | 95,5 | 38,0 | 105,5 |

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal

A kapacitáskihasználtsági adatok régióinkban - különösen más régiókkal való összehasonlításban - nem a legkedvezőbbek, s a marketing, értékesítési tevékenység erősítésére hívják fel a figyelmet.

16. A belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje a kereskedelmi szálláshelyeken, 2004

| Időszak | Ország összesen | | Balaton | | Budapest–Közép-Dunavidék | | Ebből: Budapest | | Dél-Alföld | | Dél-Dunántúl | | Észak-Alföld | | Észak-Magyarország | | Közép-Dunántúl | |
|--------------------------|-----------------|---------------|------------|---------------|--------------------------|---------------|-----------------|---------------|------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------------|---------------|----------------|---------------|
| | éjszaka | 2004/2003 (%) | éjszaka | 2004/2003 (%) | éjszaka | 2004/2003 (%) | éjszaka | 2004/2003 (%) | éjszaka | 2004/2003 (%) | éjszaka | 2004/2003 (%) | éjszaka | 2004/2003 (%) | éjszaka | 2004/2003 (%) | éjszaka | 2004/2003 (%) |
| Január | 2,4 | 99,5 | 2,8 | 100,2 | 2,4 | 108,9 | 2,5 | 112,5 | 2,3 | 101,2 | 2,2 | 107,4 | 2,7 | 96,3 | 2,0 | 96,6 | 2,3 | 6 |
| Február | 2,3 | 101,4 | 2,5 | 99,5 | 2,2 | 103,8 | 2,2 | 105,9 | 2,4 | 105,5 | 2,0 | 96,2 | 2,6 | 101,0 | 2,0 | 105,7 | 2,4 | 9 |
| Március | 2,3 | 101,1 | 2,4 | 100,4 | 2,3 | 105,9 | 2,3 | 102,2 | 2,2 | 91,8 | 1,9 | 95,8 | 2,4 | 102,9 | 2,0 | 108,5 | 2,4 | 9 |
| Április | 2,2 | 98,5 | 2,4 | 100,5 | 2,2 | 99,7 | 2,2 | 97,7 | 2,1 | 92,1 | 2,0 | 92,3 | 2,4 | 105,3 | 2,0 | 98,0 | 2,1 | 9 |
| Május | 2,1 | 101,2 | 2,3 | 99,9 | 2,1 | 105,3 | 2,3 | 105,8 | 1,9 | 99,4 | 1,8 | 98,7 | 2,3 | 101,2 | 1,9 | 100,5 | 2,1 | 9 |
| Június | 2,4 | 98,9 | 3,2 | 103,5 | 2,1 | 98,2 | 2,3 | 101,4 | 2,2 | 99,4 | 2,2 | 96,8 | 2,7 | 104,9 | 2,2 | 96,5 | 2,2 | 9 |
| Július | 3,2 | 94,6 | 4,0 | 88,9 | 2,5 | 90,6 | 2,5 | 85,6 | 3,0 | 101,8 | 3,0 | 95,9 | 3,2 | 102,4 | 2,9 | 88,7 | 3,1 | 9 |
| Augusztus | 3,2 | 100,1 | 3,9 | 97,3 | 2,6 | 104,0 | 2,6 | 104,0 | 3,0 | 105,4 | 3,0 | 94,9 | 3,1 | 107,7 | 2,7 | 93,2 | 3,0 | 9 |
| Szeptember | 2,3 | 99,3 | 2,3 | 87,4 | 2,2 | 96,6 | 2,2 | 93,1 | 2,2 | 101,5 | 1,9 | 96,8 | 2,6 | 104,6 | 2,1 | 104,8 | 2,3 | 11 |
| Október | 2,2 | 95,4 | 2,2 | 87,7 | 2,3 | 98,5 | 2,4 | 97,0 | 2,0 | 92,7 | 1,9 | 90,3 | 2,6 | 109,9 | 1,9 | 95,2 | 2,4 | 10 |
| November | 2,2 | 100,6 | 2,2 | 92,9 | 2,2 | 99,0 | 2,2 | 94,8 | 2,3 | 112,5 | 1,9 | 91,9 | 2,7 | 108,8 | 1,9 | 103,6 | 2,6 | 10 |
| December | 2,2 | 96,2 | 2,3 | 83,2 | 2,0 | 93,9 | 2,0 | 89,7 | 2,1 | 105,4 | 1,9 | 97,6 | 2,7 | 104,1 | 2,0 | 95,4 | 2,5 | 10 |
| 2004. év összesen | 2,5 | 98,5 | 3,1 | 94,8 | 2,3 | 99,9 | 2,3 | 98,6 | 2,4 | 100,9 | 2,2 | 95,4 | 2,7 | 104,2 | 2,2 | 97,0 | 2,5 | 9 |

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal

A magán szálláshelyek vendégforgalma turisztikai régiók szerint, 2004

| | Régió | Külföldi | Belföldi | Összes | Külföldi | Belföldi | Összes | Külföldi | Belföldi | Összes | Külföldi | Belföldi | Összes |
|----------------------------|--------------------------|-----------------|----------|---------|----------------------|-----------|-----------|----------|----------|--------|----------------------------|----------|--------|
| | | vendégek száma | | | vendégéjszakák száma | | | vendégek | | | 2004/2003%) vendégéjszakák | | |
| Fizetővendég látás | Balaton | 206 141 | 100 966 | 307 107 | 1 068 524 | 387 034 | 1 455 558 | 95,6 | 114,5 | 101,1 | 85,9 | 93,9 | 87,9 |
| | Budapest–Közép-Dunavidék | 17 529 | 21 057 | 38 586 | 67 932 | 89 992 | 157 924 | 140,7 | 85,1 | 103,7 | 100,5 | 72,1 | 82,0 |
| | ebből: Budapest | 14 437 | 6 831 | 21 268 | 55 190 | 39 295 | 94 485 | 145,1 | 79,0 | 114,4 | 96,7 | 75,4 | 86,5 |
| | Dél-Alföld | 2 644 | 20 675 | 23 319 | 12 656 | 88 726 | 101 382 | 96,4 | 106,3 | 105,1 | 109,9 | 89,9 | 92,0 |
| | Dél-Dunántúl | 13 763 | 19 732 | 33 495 | 112 250 | 93 514 | 205 764 | 99,4 | 130,2 | 115,5 | 101,0 | 102,4 | 101,7 |
| | Észak-Alföld | 24 155 | 32 170 | 56 325 | 97 977 | 148 200 | 246 177 | 102,6 | 108,0 | 105,6 | 98,5 | 107,3 | 103,6 |
| | Észak-Magyarország | 5 447 | 16 296 | 21 743 | 22 800 | 63 191 | 85 991 | 105,2 | 101,2 | 102,2 | 93,6 | 93,4 | 93,4 |
| | Közép-Dunántúl | 5 741 | 18 995 | 24 736 | 30 729 | 62 429 | 93 158 | 193,7 | 164,7 | 170,7 | 115,8 | 105,2 | 108,5 |
| | Nyugat-Dunántúl | 18 927 | 22 231 | 41 158 | 107 446 | 127 201 | 234 647 | 139,5 | 149,5 | 144,7 | 182,4 | 104,1 | 129,6 |
| | Tisza-tó | 1 365 | 2 561 | 3 926 | 5 313 | 12 673 | 17 986 | 140,1 | 38,2 | 51,1 | 155,4 | 27,7 | 36,6 |
| | Ország összesen | 295 712 | 254 683 | 550 395 | 1 525 627 | 1 072 960 | 2 598 587 | 101,7 | 112,4 | 106,4 | 92,6 | 92,5 | 92,6 |
| Falusi szállásadás | Balaton | 4 201 | 6 305 | 10 506 | 28 957 | 25 030 | 53 987 | 74,3 | 83,3 | 79,5 | 76,0 | 66,5 | 71,3 |
| | Budapest–Közép-Dunavidék | 1 952 | 7 229 | 9 181 | 8 467 | 26 283 | 34 750 | 98,8 | 101,8 | 101,2 | 98,5 | 84,5 | 87,6 |
| | Dél-Alföld | 918 | 4 943 | 5 861 | 2 786 | 16 670 | 19 456 | 86,1 | 163,5 | 143,3 | 86,4 | 135,3 | 125,2 |
| | Dél-Dunántúl | 2 494 | 9 627 | 12 121 | 12 401 | 36 589 | 48 990 | 110,9 | 102,3 | 104,0 | 94,1 | 100,0 | 98,4 |
| | Észak-Alföld | 1 229 | 4 632 | 5 861 | 3 039 | 18 313 | 21 352 | 136,4 | 95,0 | 101,5 | 149,9 | 89,6 | 95,1 |
| | Észak-Magyarország | 4 299 | 31 792 | 36 091 | 10 428 | 98 126 | 108 554 | 120,1 | 126,8 | 126,0 | 93,6 | 106,0 | 104,7 |
| | Közép-Dunántúl | 1 406 | 9 666 | 11 072 | 6 800 | 36 418 | 43 218 | 83,2 | 120,8 | 114,3 | 84,0 | 96,2 | 94,1 |
| | Nyugat-Dunántúl | 4 312 | 16 932 | 21 244 | 20 456 | 62 943 | 83 399 | 29,1 | 105,4 | 68,8 | 23,1 | 109,0 | 57,0 |
| | Tisza-tó | 1 406 | 16 526 | 17 932 | 13 636 | 68 295 | 81 931 | 85,7 | 98,4 | 97,3 | 88,6 | 94,8 | 93,7 |
| | | Ország összesen | 22 217 | 107 652 | 129 869 | 106 970 | 388 667 | 495 637 | 66,2 | 110,0 | 98,8 | 56,8 | 97,6 |
| Magán szállásadás összesen | Balaton | 210 342 | 107 271 | 317 613 | 1 097 481 | 412 064 | 1 509 545 | 95,1 | 112,1 | 100,2 | 85,6 | 91,6 | 87,2 |
| | Budapest–Közép-Dunavidék | 19 481 | 28 286 | 47 767 | 76 399 | 116 275 | 192 674 | 135,0 | 88,8 | 103,2 | 100,2 | 74,6 | 83,0 |
| | ebből: Budapest | 14 437 | 6 831 | 21 268 | 55 190 | 39 295 | 94 485 | 145,1 | 79,0 | 114,4 | 96,7 | 75,4 | 86,5 |
| | Dél-Alföld | 3 562 | 25 618 | 29 180 | 15 442 | 105 396 | 120 838 | 93,5 | 114,0 | 111,0 | 104,7 | 95,0 | 96,1 |
| | Dél-Dunántúl | 16 257 | 29 359 | 45 616 | 124 651 | 130 103 | 254 754 | 101,0 | 119,5 | 112,2 | 100,3 | 101,7 | 101,0 |
| | Észak-Alföld | 25 384 | 36 802 | 62 186 | 101 016 | 166 513 | 267 529 | 103,9 | 106,2 | 105,2 | 99,5 | 105,0 | 102,9 |
| | Észak-Magyarország | 9 746 | 48 088 | 57 834 | 33 228 | 161 317 | 194 545 | 111,3 | 116,8 | 115,8 | 93,6 | 100,7 | 99,4 |
| | Közép-Dunántúl | 7 147 | 28 661 | 35 808 | 37 529 | 98 847 | 136 376 | 153,6 | 146,7 | 148,1 | 108,4 | 101,7 | 103,5 |
| | Nyugat-Dunántúl | 23 239 | 39 163 | 62 402 | 127 902 | 190 144 | 318 046 | 81,9 | 126,6 | 105,2 | 86,7 | 105,7 | 97,2 |
| | Tisza-tó | 2 771 | 19 087 | 21 858 | 18 949 | 80 968 | 99 917 | 106,0 | 81,2 | 83,7 | 100,7 | 68,8 | 73,2 |
| | Ország összesen | 317 929 | 362 335 | 680 264 | 1 632 597 | 1 461 627 | 3 094 224 | 98,0 | 111,7 | 104,8 | 89,0 | 93,8 | 91,2 |

A turisztikai régiók legfontosabb küldő piacai a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött külföldi vendégéjszakák száma alapján, 2005

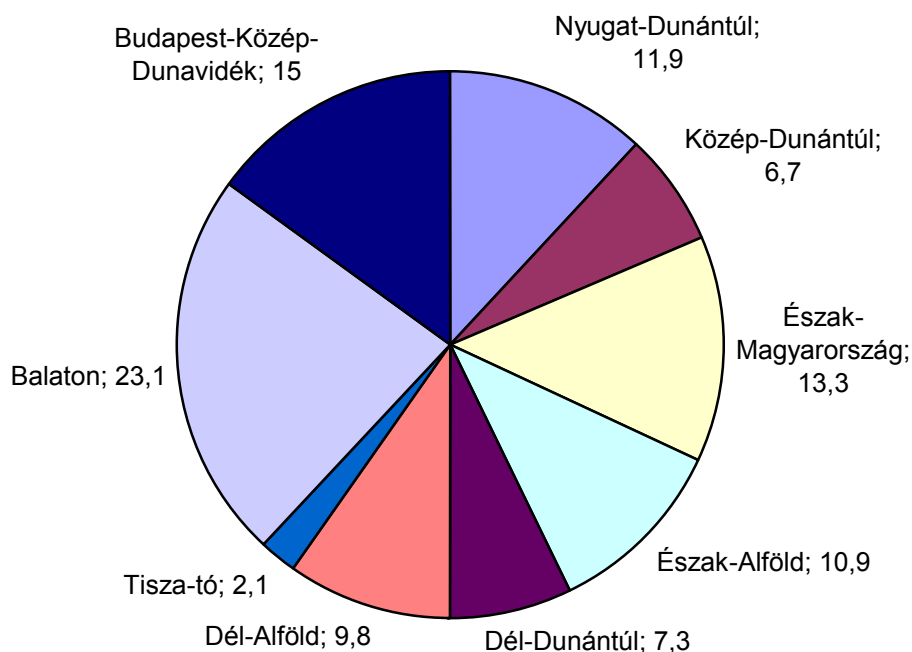
| | 1.hely | | 2.hely | | 3.hely | | 4.hely | | 5.hely | | 1-5. hely aránya összesen (%) |
|--------------------------|-------------|------|----------------|------|-------------|-----|-------------|-----|-----------------------|-----|-------------------------------|
| | ország | % | ország | % | ország | % | ország | % | ország | % | |
| Balaton | Németország | 59,0 | Ausztria | 10,8 | Dánia | 7,2 | Hollandia | 6,9 | Oroszország | 2,2 | 86,1 |
| Budapest-Közép-Dunavidék | Németország | 14,1 | Nagy-Britannia | 12,8 | Olaszország | 8,5 | USA | 7,9 | Spanyolország | 5,7 | 49,0 |
| Ebből: Budapest | Németország | 14,0 | Nagy-Britannia | 13,2 | Olaszország | 8,5 | USA | 8,1 | Spanyolország | 5,9 | 49,7 |
| Dél-Alföld | Németország | 33,7 | Románia | 9,3 | Olaszország | 5,6 | Hollandia | 5,5 | Szerbia és Montenegro | 4,9 | 59,0 |
| Dél-Dunántúl | Németország | 53,4 | Ausztria | 6,9 | Csehország | 6,4 | Olaszország | 3,8 | Hollandia | 2,9 | 73,4 |
| Észak – Alföld | Németország | 48,4 | Lengyelország | 12,9 | Románia | 5,3 | Ukrajna | 3,5 | Ausztria | 3,4 | 73,5 |
| Észak-Magyarország | Németország | 22,9 | Lengyelország | 13,2 | Románia | 5,8 | Szlovákia | 5,3 | Csehország | 5,1 | 52,3 |
| Közép-Dunántúl | Németország | 37,8 | Hollandia | 13,6 | Ausztria | 6,8 | Japán | 6,0 | Románia | 4,5 | 68,7 |
| Nyugat-Dunántúl | Németország | 45,4 | Ausztria | 25,1 | Svájc | 4,7 | Csehország | 3,8 | Románia | 2,7 | 81,7 |
| Tisza-tó | Németország | 31,0 | Lengyelország | 13,3 | Románia | 9,4 | Hollandia | 7,6 | Szlovákia | 7,1 | 68,4 |
| Ország összesen | Németország | 30,7 | Nagy-Britannia | 7,6 | Ausztria | 6,6 | Olaszország | 5,5 | USA | 4,7 | 55,1 |

Forrás: KSH előzetes adatok

| Régiók | 2005 | 2005/2004 |
|--------------------------|-------|-----------|
| Nyugat-Dunántúl | 8,5% | -1,5% |
| Közép-Dunántúl | 2,9% | +15,3% |
| Észak-Magyarország | 2,1% | +3,6% |
| Észak –Alföld | 4,8% | -2,7% |
| Dél-Dunántúl | 2,4% | -5,5% |
| Dél-Alföld | 2,3% | -3,6% |
| Tisza-tó | 0,7% | -14,0% |
| Balaton | 22,1% | -7,4% |
| Budapest-Közép-Dunavidék | 54,2% | +6,3% |

Forrás: KSH előzetes adatok

**A külföldi vendégéjszakák számának megoszlása és változása a turisztikai régiókban
(2005; 2005/2004)**



Forrás: KSH előzetes adatok

**A belföldi vendégéjszakák számának megoszlása és változása a turisztikai régiókban
(2005; 2005/2004)**

| | | <i>Vendégéjszakák száma</i> |
|-----|----------------|-----------------------------|
| 1. | Budapest | 870 344 |
| 2. | Hajdúszoboszló | 394 679 |
| 3. | Siófok | 303 399 |
| 4. | Sopron | 284 652 |
| 5. | Hévíz | 283 604 |
| 6. | Eger | 209 412 |
| 7. | Szeged | 205 994 |
| 8. | Pécs | 199 640 |
| 9. | Debrecen | 194 073 |
| 10. | Zalakaros | 181 845 |

Forrás: KSH előzetes adatok

A legnépszerűbb városok a belföldi turisták körében, 2005

| | <i>Vendégek</i> | | | | |
|--------------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|------------------|
| | <i>2003</i> | <i>2004</i> | <i>2005</i> | <i>2005</i> | <i>2005/2004</i> |
| Balaton | 1 056 600 | 1 024 495 | 1 098 841 | 15,8% | +7,3% |
| Budapest-Közép-Dunavidék | 2 260 493 | 2 646 567 | 2 844 227 | 41,0% | +7,5% |
| Dél-Alföld | 441 249 | 429 548 | 454 853 | 6,6% | +5,9% |
| Dél-Dunántúl | 392 529 | 372 693 | 362 520 | 5,2% | -2,7% |
| Észak –Alföld | 492 390 | 471 323 | 466 461 | 6,7% | -1,0% |
| Észak-Magyarország | 609 531 | 595 469 | 605 832 | 8,7% | +1,7% |
| Közép-Dunántúl | 278 086 | 274 838 | 295 515 | 4,3% | +7,5% |
| Nyugat-Dunántúl | 679 026 | 706 160 | 720 837 | 10,4% | +2,1% |
| Tisza-tó | 105 590 | 95 350 | 84 056 | 1,2% | -11,8% |
| Ország összesen | 6 315 494 | 6 616 443 | 6 933 142 | 100,0% | +4,8% |

| | <i>Vendégéjszakák</i> | | | | |
|--------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|------------------|
| | <i>2003</i> | <i>2004</i> | <i>2005</i> | <i>2005</i> | <i>2005/2004</i> |
| Balaton | 4 715 624 | 4 369 311 | 4 354 951 | 22,5% | -0,3% |
| Budapest-Közép-Dunavidék | 5 795 539 | 6 694 875 | 7 075 248 | 36,6% | +5,7% |
| Dél-Alföld | 1 048 566 | 1 027 630 | 1 096 999 | 5,7% | +6,8% |
| Dél-Dunántúl | 1 004 373 | 930 418 | 891 207 | 4,6% | -4,2% |
| Észak –Alföld | 1 554 364 | 1 502 160 | 1 458 450 | 7,5% | -2,9% |
| Észak-Magyarország | 1 419 177 | 1 356 516 | 1 374 653 | 7,1% | +1,3% |
| Közép-Dunántúl | 803 862 | 756 188 | 891 765 | 4,6% | +17,9% |
| Nyugat-Dunántúl | 1 950 970 | 1 981 142 | 1 938 602 | 10,0% | -2,1% |
| Tisza-tó | 318 639 | 281 243 | 252 875 | 1,3% | -10,1% |
| Ország összesen | 18 611 114 | 18 899 483 | 19 334 750 | 100,0% | +2,3% |

Forrás: KSH előzetes adatok

A vendégforgalom alakulása turisztikai régiók szerint, 2003-2005

A kereskedelmi szálláshelyek szobakapacitás-kihasználtsága szállástípusok és turisztikai régiók szerint, 2005

| | <i>Szálloda</i> | | <i>Panzió</i> | | <i>Turista- és ifjúsági szálló*</i> | | <i>Üdülőház</i> | | <i>Kemping**</i> | | <i>Összesen:</i> | |
|---|-----------------|------------------|---------------|------------------|-------------------------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | <i>2005</i> | <i>2005/2004</i> | <i>2005</i> | <i>2005/2004</i> | <i>2005</i> | <i>2005/2004</i> | <i>2005</i> | <i>2005/2004</i> | <i>2005</i> | <i>2005/2004</i> | <i>2005</i> | <i>2005/2004</i> |
| <i>Balaton</i> | 42,8% | -0,5% | 23,3% | -4,0% | 32,3% | -12,2% | 31,7% | +0,7% | 15,6% | -7,2% | 39,7% | -0,7% |
| <i>Budapest- Közép- Duanvidék</i> | 60,9% | +5,8% | 28,8% | +5,3% | 37,6% | +16,8% | 21,1% | +18,8% | 4,0% | -14,2% | 56,8% | +6,0% |
| <i>ebből: Budapest</i> | 63,4% | +6,9% | 35,2% | +10,4% | 40,1% | +16,6% | 7,7% | +33,0% | 4,5% | +34,9% | 61,2% | +7,1% |
| <i>Dél-Alföld</i> | 35,8% | +11,0% | 22,8% | -0,4% | 11,3% | -2,4% | 25,9% | -7,2% | 9,4% | -0,8% | 26,7% | +3,3% |
| <i>Dél-Dunántúl</i> | 31,6% | -0,8% | 23,2% | -8,4% | 25,9% | -0,5% | 26,7% | +10,8% | 7,3% | +5,8% | 27,6% | -2,5% |
| <i>Észak-Alföld</i> | 45,5% | +3,3% | 21,5% | -6,7% | 13,0% | -14,4% | 25,2% | +7,5% | 13,5% | -0,5% | 35,6% | +2,8% |
| <i>Észak- Magyarország</i> | 32,6% | +3,4% | 19,4% | -1,7% | 19,0% | +3,4% | 20,6% | -2,4% | 5,1% | -22,1% | 25,1% | +3,0% |
| <i>Közép- Dunántúl</i> | 34,2% | +12,7% | 26,5% | +21,0% | 24,1% | +33,4% | 19,2% | +1,5% | 7,8% | -11,4% | 29,6% | +17,3% |
| <i>Nyugat- Dunántúl</i> | 44,6% | +4,6% | 18,8% | -0,7% | 12,7% | -1,8% | 27,3% | -12,1% | 6,3% | -1,5% | 31,9% | +4,5% |
| <i>Tisza-tó</i> | 29,1% | -9,0% | 27,2% | +3,7% | 12,2% | +14,3% | 28,4% | +7,8% | 7,5% | -10,0% | 27,2% | -1,7% |
| <i>Ország összes</i> | 48,2% | +3,9% | 22,7% | 0,0% | 21,4% | +1,4% | 26,2% | +1,0% | 10,0% | -4,9% | 39,5% | +3,8% |

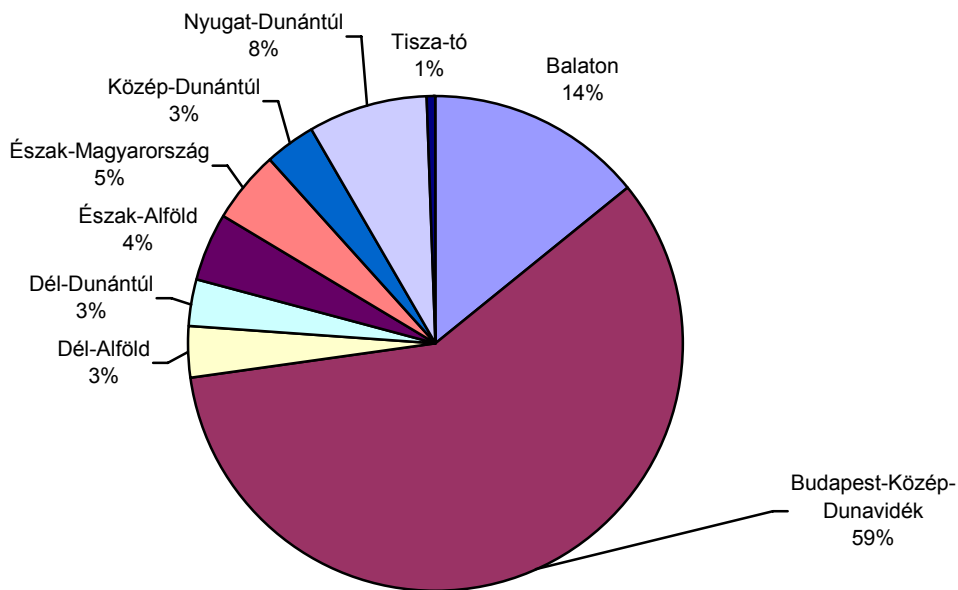
*Adatvédelmi okokból együtt publikálható. **Férőhelykapacitás-kihasználtság.

Forrás: KSH előzetes adatok

A kereskedelmi szálláshelyek bevételei szállástípusok szerint, 2005

| | Belföldi szállásdíjbevétel | | Külföldi szállásdíjbevétel | | Szállásdíjbevétel összesen | | Vendéglátás bevétele | | Egyéb szolgáltatásokból és reggeliből származó bevétel | | Bevétel összesen: | |
|----------------------------|-----------------------------------|------------------|-----------------------------------|------------------|-----------------------------------|------------------|-----------------------------|------------------|---|------------------|--------------------------|------------------|
| | <i>mFt</i> | <i>2005/2004</i> | <i>mFt</i> | <i>2005/2004</i> | <i>mFt</i> | <i>2005/2004</i> | <i>mFt</i> | <i>2005/2004</i> | <i>mFt</i> | <i>2005/2004</i> | <i>mFt</i> | <i>2005/2004</i> |
| <i>Szálloda</i> | 28 557 | +35,2% | 68 743 | +8,3% | 97 300 | +15,1% | 43 660 | +3,4% | 45 975 | +22,9% | 186 935 | +13,8% |
| 5 csillagos | 4 486 | +156,6% | 23 808 | +10,0% | 28 294 | +20,9% | 10 707 | -1,1% | 11 195 | +64,1% | 50 196 | +22,3% |
| 4 csillagos | 10 048 | +39,1% | 28 823 | +5,0% | 38 871 | +17,4% | 18 195 | +12,3% | 22 021 | +22,0% | 79 088 | +17,4% |
| 3 csillagos | 11 212 | +23,7% | 14 596 | +1,6% | 25 808 | +10,1% | 12 695 | -0,8% | 11 657 | +3,0% | 50 160 | +5,5% |
| 2 csillagos | 2 171 | -10,4% | 1 268 | -3,8% | 3 439 | -8,1% | 1 943 | -12,1% | 983 | -10,6% | 6 365 | -9,7% |
| 1 csillagos | 640 | -5,0% | 248 | +28,2% | 888 | +2,4% | 118 | -38,4% | 119 | -10,1% | 1 125 | -5,6% |
| Gyógyszálloda | 5 457 | +29,9% | 10 960 | +9,4% | 16 418 | +15,5% | 9 580 | +11,2% | 13 415 | +17,8% | 39 413 | +15,2% |
| Wellness-szálloda | 3 046 | +118,8% | 1 311 | +38,6% | 4 356 | +86,4% | 3 034 | +44,5% | 3 855 | +52,6% | 11 246 | +61,5% |
| <i>Panzió</i> | 5 100 | +7,8% | 3 083 | +9,7% | 8 183 | +8,5% | 9 071 | +8,6% | 1 523 | +17,6% | 18 777 | +9,2% |
| <i>Turistaszálló</i> | 1 085 | -3,7% | 122 | -4,1% | 1 208 | -3,7% | 178 | -31,6% | 72 | -1,8% | 1 458 | -8,2% |
| <i>Ifjúsági szálló</i> | 728 | -16,8% | 474 | +40,1% | 1 201 | -0,9% | 56 | -20,7% | 259 | +16,2% | 1 516 | +0,7% |
| <i>Üdülőház</i> | 1 494 | +3,8% | 620 | -20,6% | 2 114 | -4,8% | 536 | +21,6% | 272 | -23,5% | 2 922 | -3,1% |
| <i>Kemping</i> | 432 | -6,0% | 1 881 | -5,9% | 2 313 | -5,9% | 58 | 0,0% | 386 | -7,1% | 2 757 | -6,0% |
| <i>Mindösszesen</i> | 37 396 | +25,7% | 74 923 | +7,8% | 112 319 | +13,2% | 53 560 | +4,2% | 48 487 | +21,9% | 214 366 | +12,6% |

Forrás: KSH előzetes adatok

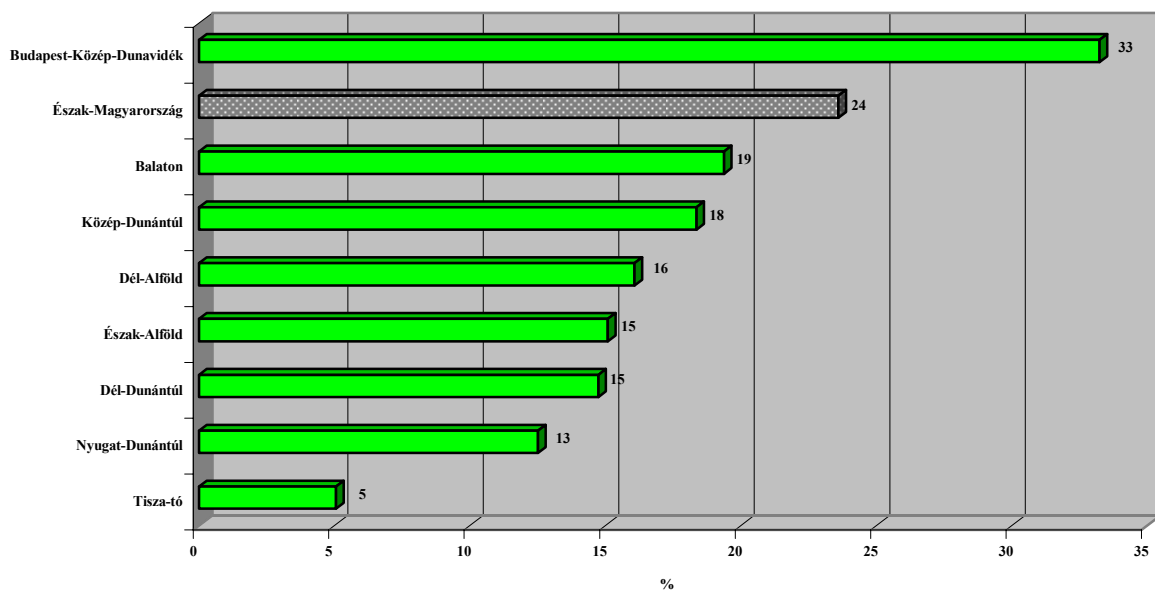


Forrás: KSH előzetes adatok

A kereskedelmi szálláshelyek bevételei turisztikai régiók szerint, 2005 (%)

ÉSZAK-MAGYARORSZÁG RÉGIÓ PRIMER KUTATÁS – 2004 ÉS 2005

Az átfogó keresleti arányokat, motivációkat, döntési szokásokat vizsgáló részletes kutatásból néhány jellemző grafikont emelünk ki, melyek jelzik, hogy a régió milyen szerepet játszik a belföldi keresletben, viszonyítva a legerősebb versenytársakkal, a két, országosan is kiemelt (Balaton, Budapest) régiókkal.



belföldön kiránduló háztartások úti célja

forrás: M.Á.S.T.2004

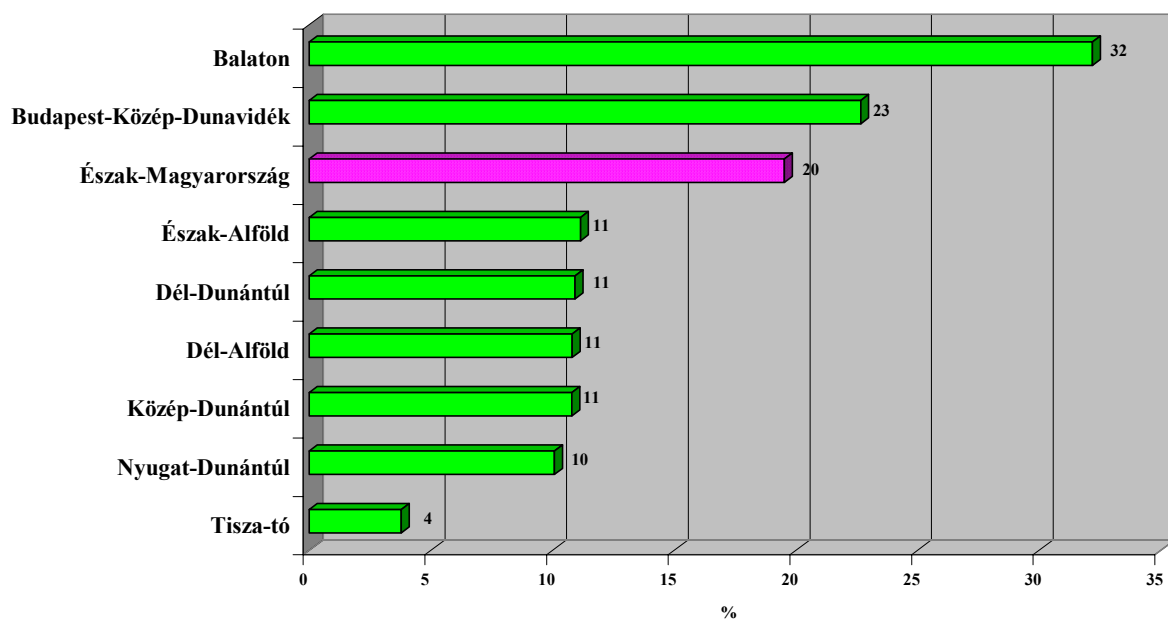
A

A kirándulók szegmensben elfoglalt előkelő hely jelzi, hogy az Észak-Magyarország Régió tényleges turizmusteljesítményét, a hivatalos (a kereskedelmi szálláshelyekre koncentráció) statisztikai adatok nem adják vissza. A régiót felkeresők az átlagnál (24%) magasabb arányban kerültek ki

- a 25-30 évesek (26%) és a 31-40 évesek (27%),
- a felsőfokú végzettségűek (26%),
- a legalább négyfős (29%) háztartások,
- a kisgyermekes házaspárok (29%)
- a földszintes családi házakban (29%) és az alacsony panelépületben (31%) lakók,
- és a városokban élők (27%) közül.

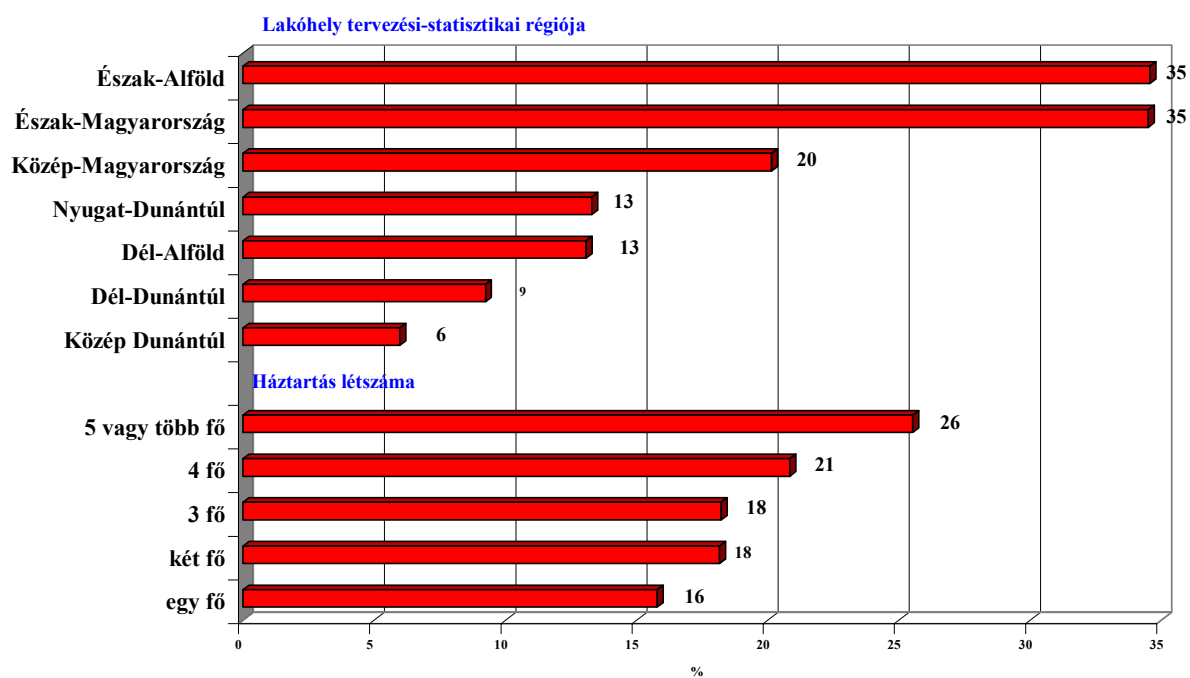
A kirándulás motivációja

| Fő cél | % |
|---|-----|
| pihenés | 20 |
| hegyvidéki kirándulás | 17 |
| rokonok, ismerősök felkeresése | 16 |
| természeti látnivalók megtekintése | 11 |
| strandolás, fürdőzés | 9 |
| horgászás | 5 |
| gyógyfürdő, gyógykezelés igénybe vétele | 4 |
| városlátogatás | 3 |
| vásárlás | 2 |
| vízparti kirándulás | 2 |
| hobby tevékenység | 2 |
| falusi kirándulás | 2 |
| kertészkedés, kerti munka | 2 |
| kulturális látnivalók megtekintése | 1 |
| egyéb sport | 1 |
| kerékpározás | 0,5 |
| tanulás, szakmai tábor, tanfolyamon való részvétel | 0,4 |
| szórakozás, diszkó, tánc | 0,4 |
| egyéb üzleti tevékenység | 0,4 |
| kulturális rendezvények meglátogatása | 0,4 |
| síelés | 0,3 |
| világörökség megtekintése | 0,3 |
| sporteseményen való részvétel | 0,3 |
| a helyi ételspecialitások megkóstolása, borkóstolás | 0,3 |
| színház, opera, hangverseny látogatás | 0,1 |
| zarándoklat, vallási turizmus | 0,1 |
| konferencián, incentive úton történő részvétel | 0,1 |
| egyéb | 2 |
| Összesen | 100 |



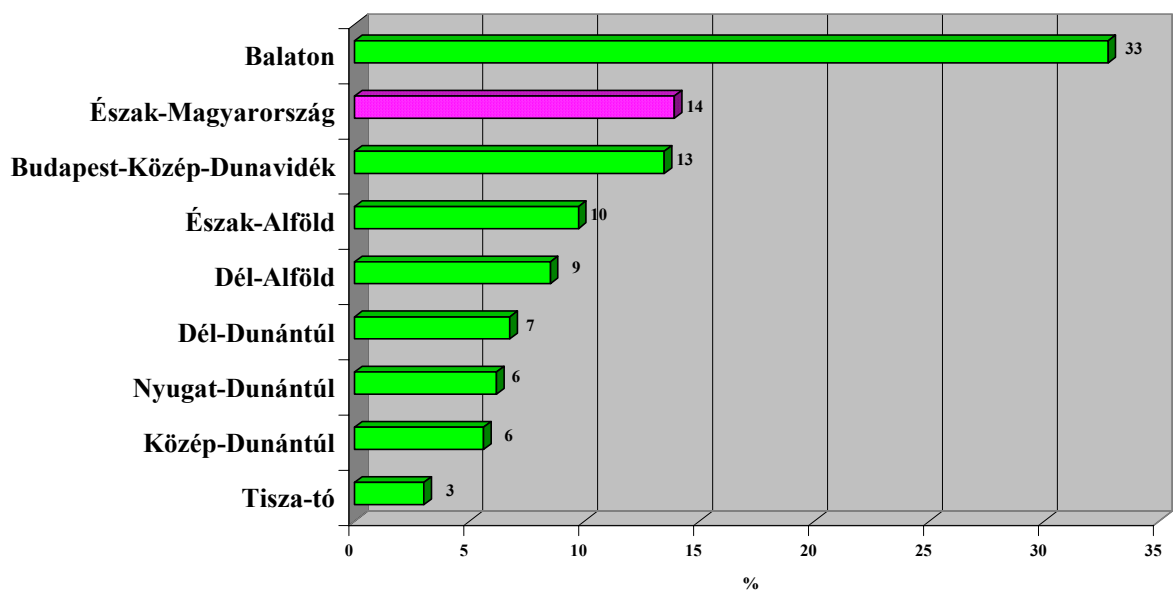
A belföldön utazó háztartások úti célja

forrás: M.Á.S.T.2004



Az Észak-Magyarország régióba utazók aránya a lakóhely tervezési-statisztikai régiója szerint

forrás: M.Á.S.T.2004



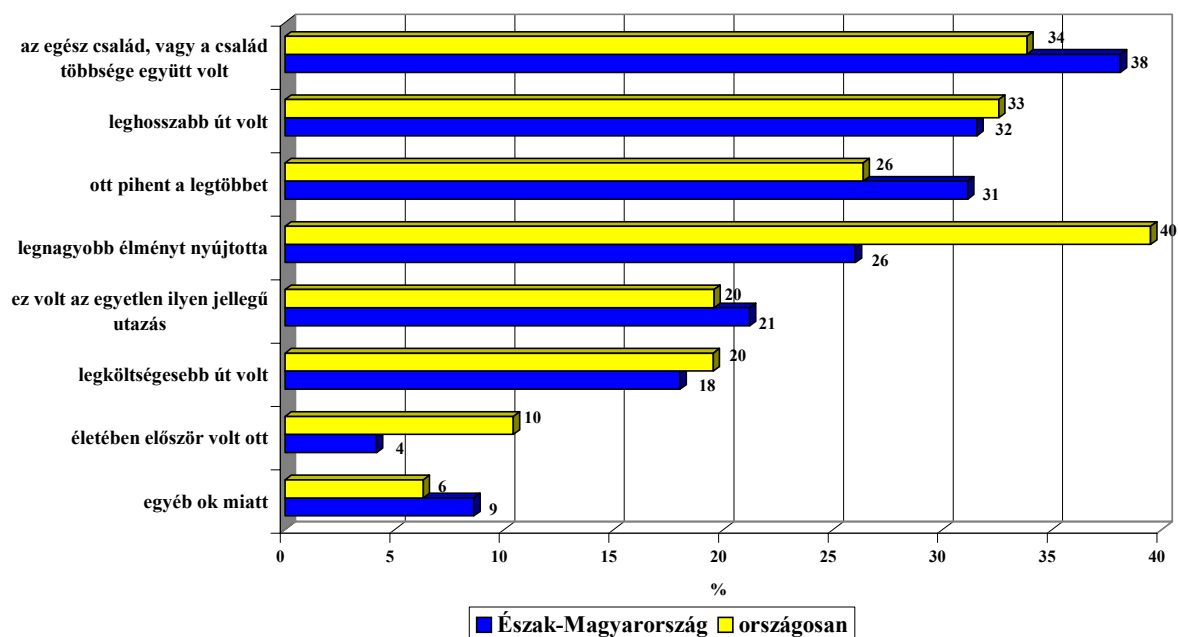
A főutazások úti célja

forrás: M.Á.S.T.2004

A régiót főutazásuk helyszínéül az átlagnál (14%) magasabb arányban választották

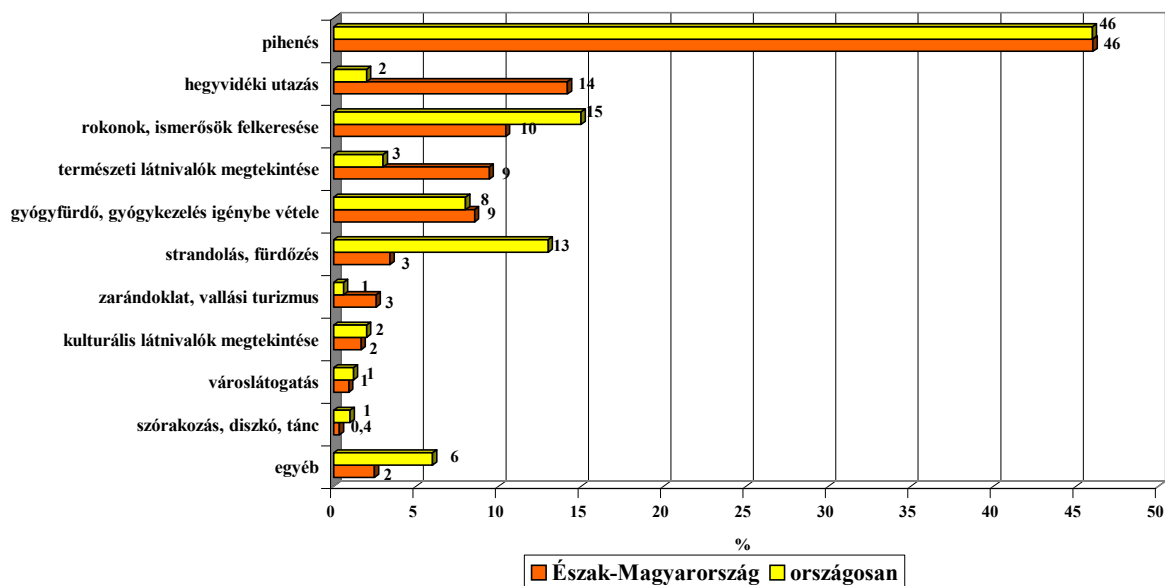
- a 41-50 évesek (17%),
- a nyolc általános iskolát végzettek (18%) és felsőfokú végzettségűek (17%),
- a négyfős (16%) háztartások,
- a kisgyermekes házaspárok (16%),
- az átlag alatti jövedelműek (24%),
- a hagyományos parasztházban (19%) és a földszintes családi házban (16%) lakók.

Minél nagyobb településen él a megkérdezett, minél jobb a jövedelmi helyzete, annál valószínűbb, hogy az Észak-Magyarország régióba utaztak főutazásra (4.2. ábra).



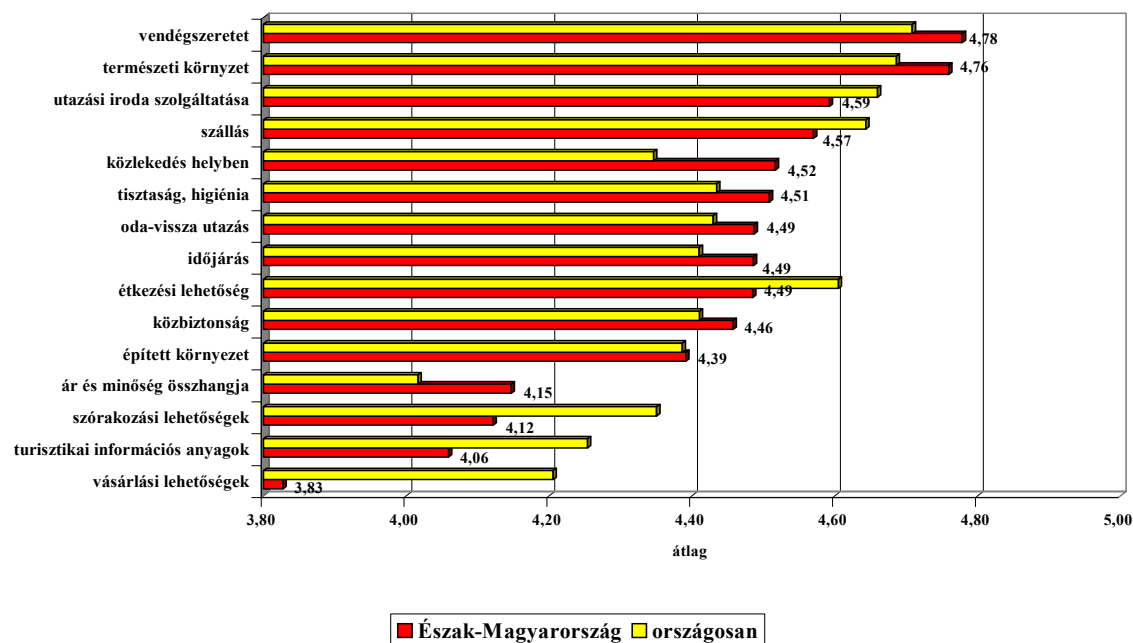
A főutazás kiválasztásának okai

forrás: M.Á.S.T.2004



A főutazás motivációja

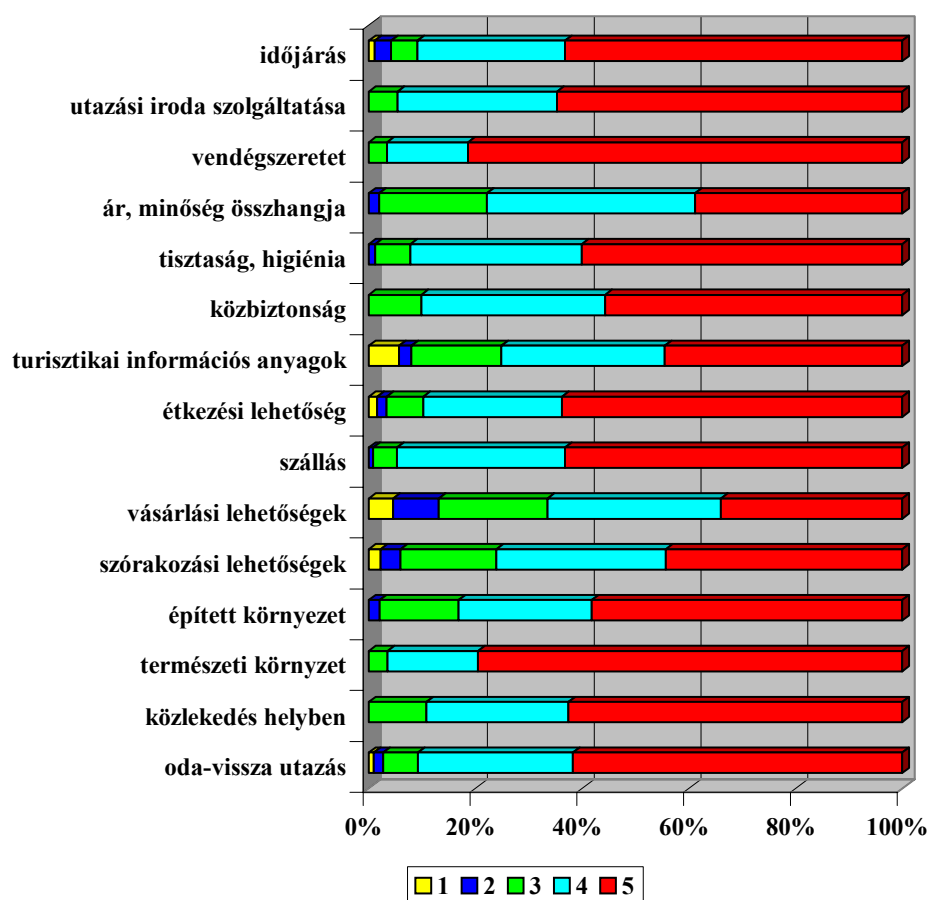
forrás: M.Á.S.T.2004



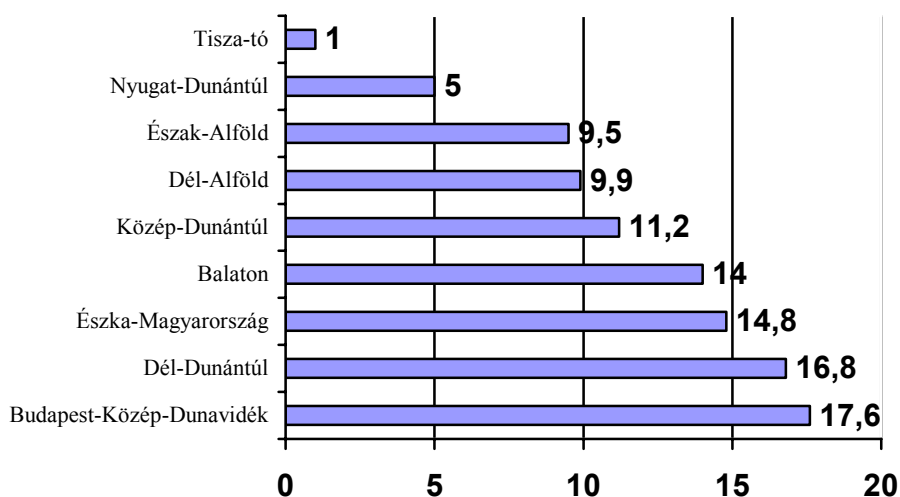
Elégedettség az utazás során tapasztaltakkal

forrás: M.Á.S.T.2004

Az elégedettség értékek kedvező képet mutatnak, ugyanakkor az ár-érték arány, a vásárlási és szórakozási lehetőségek relatíve alacsonyabb minősítése a fejlesztés fontos feladataira hívja fel a figyelmet.

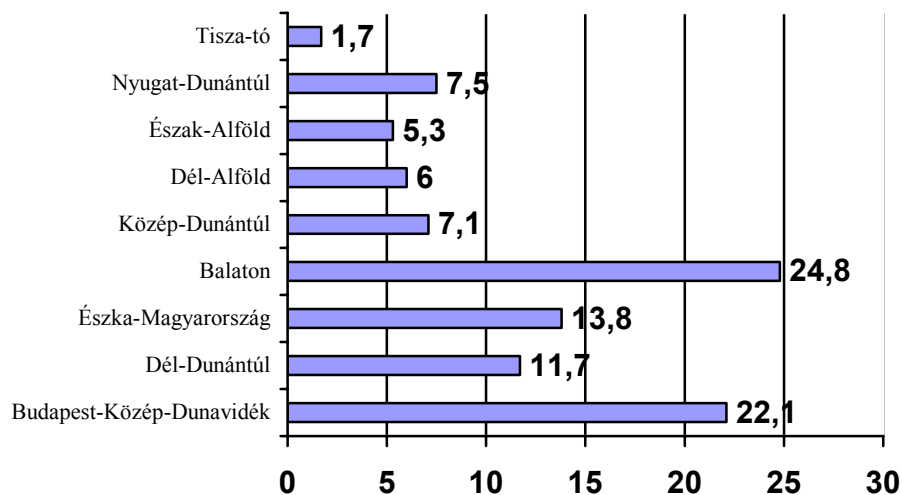


Elégedettség az utazás során tapasztaltakkal (öt fokozatú elégedettségi skálán)



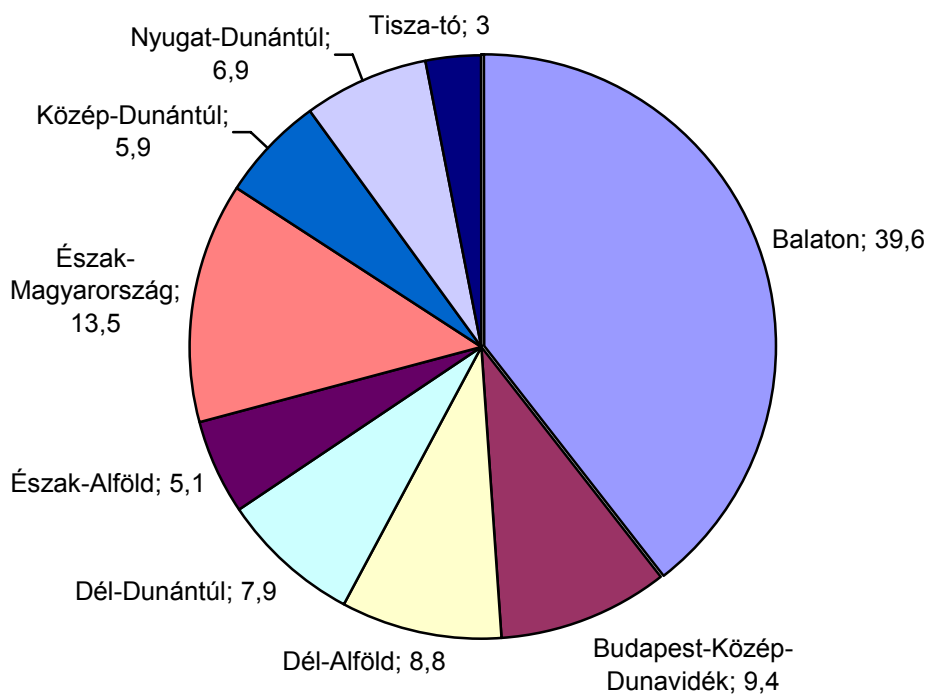
Forrás: Magyar Turizmus Rt. / M.Á.S.T

A belföldi kirándulások úti céljai regionális bontásban, 2005 (%)



Forrás: Magyar Turizmus Rt. /M.Á.S.T

A belföldi utazások úti céljai regionális bontásban, 2005 (%)



Forrás: Magyar Turizmus Rt. /M.Á.S.T

A belföldi főutazások úti céljai regionális bontásban, 2005 (%)

A TURIZMUS MEGATRENDJEI

A turizmus meghatározó megatrendjeit foglaljuk össze, melyek nem csupán a nemzetközi, hanem a belföldi turizmus keresletének jellegét, az utazási döntéseket leginkább befolyásolják. Elemzésünk a WTO kutatásaira, nemzetközi szakirodalomra épül.

| | Trend | Hatása a turizmusra, a turisták keresletére |
|----|--|--|
| 1. | DEMOGRÁFIA Az <i>idősebb korosztályokhoz</i> tartozók létszáma rohamosan nő. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Nő a minőség, a kényelem és a biztonság iránti igény.</i> 2. <i>Nő a kényelmes közlekedési formák iránti kereslet.</i> 3. <i>Nő a kereslet a nyugodtabb kikapcsolódást kínáló létesítmények (például golfpályák) iránt.</i> 4. <i>Nő a személyre szabott termékek iránti kereslet.</i> 5. <i>Emelkedik a kereslet a főszezonon kívüli hónapokban.</i> 6. <i>A marketingben kisebb hangsúlyt kell kapnia az életkornak és nagyobbat a kényelemnek.</i> |
| 2. | DEMOGRÁFIA A <i>háztartások átlagos létszáma tovább csökken, így szabadon elkölthető jövedelmük és vásárlóerejük tovább nő</i> , ami befolyásolni fogja a keresletet általában, de különösen erős hatása lesz a nagy távolságra történő szabadidős célú utazásokra és a rövid látogatásokra. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Nő a luxus iránti kereslet („egy kis kényeztetés nekem is kijár”).</i> 2. <i>Nő az olyan speciális turisztikai termékek iránti kereslet, amelyeket impulzusvásárlás révén szereznek be.</i> 3. <i>Nő a városlátogatások és a rövid külföldi utazások iránti kereslet a korábban kevésbé népszerű időszakokban.</i> 4. <i>Nagyobb fokú érdeklődés várható a „télből a nyárba” jellegű üdülések iránt.</i> |
| 3. | ISMERETEK ÉS KÉPZETTSÉG Az iskolai végzettség átlagos szintje emelkedik. Ebből adódik, hogy a szabadidős célú utazások során nőni fog a művészetek, a kultúra és a történelem szerepe, ami egyszerre mind a tanulásra irányuló és a szellemi gazdagodást elősegítő utak népszerűségének növekedéséhez is vezet. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Nő az ún. speciális termékek iránti kereslet.</i> 2. <i>A csomagutúrákon és az önálló szervezésben lebonyolított vakációkon belül nagyobb hangsúlyt kapnak a művészetekkel, a kultúrával és a történelemmel kapcsolatos elemek.</i> 3. <i>Az információ hatékonyabb és kreatívabb kommunikációjára lesz szükség.</i> 4. <i>Az új, közép- és kelet-európai desztinációk iránti kereslet erősödni fog.</i> |
| 4. | EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG Az emberek egészségtudatossága tovább erősödik. Az egészségtudatosság erősödése a kereslet mennyiségét ugyan nem befolyásolja, a <i>desztináció kiválasztására</i> és az utazás alatt tanúsított <i>magatartásra</i> azonban mindenképpen <i>hatni fog</i> . | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Az olyan desztinációkat, amelyekhez egészségre káros hatásokat asszociálnak a turisták, könnyebben el fogják kerülni, mint korábban.</i> 2. <i>A kizárólag napsütést kínáló vakációk iránti kereslet tovább csökken.</i> 3. <i>A szabadidő aktív eltöltése és az aktív turizmus népszerűsége erősödik, és egyre nő a kereslet az ilyen típusú kikapcsolódásra alkalmas létesítmények iránt.</i> 4. <i>Magasabb lesz a „wellness” termékek, a gyógyfürdők és a fitneszközpontok iránti kereslet.</i> |
| 5. | SZABADIDŐ A modern társadalomban egyre fokozódó nyomás nehezedik az emberekre a hétköznapi életben, így nő a szabadidő és a kikapcsolódás iránti vágy, ami károsan hat a szabadon elkölthető jövedelmek emelkedésére. A turizmus szempontjából ez a tendencia kedvezőtlen, mert fizetett szabadságnapok számának emelkedése megállt. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Erőteljesebbé válik az alacsony költségű termékek (pl. fapados légitársaságok, budget autóbérlés) iránti kereslet.</i> 2. <i>Nő a valódi, aktív kikapcsolódást kínáló termékek iránti kereslet.</i> 3. <i>A fődülések hossza egyre csökken, több, rövidebb szabadidős célú utazás válik jellemzővé.</i> |
| 6. | UTAZÁSI TAPASZTALATOK A tapasztaltabb fogyasztók egyre jobban meg tudják határozni szükségleteiket és egyre tájékozottabbak jogaikat tekintve. A turizmus szempontjából ez egyre szigorúbb elvárásokat teremt a minőségre és az ár/érték arányra vonatkozóan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Erősödik a verseny az utazás, valamint a pénzköltés és időtöltés egyéb formái között, a turizmuson belül pedig a desztinációk és szálláshelyek között.</i> 2. <i>Az elvárt színvonalat nem teljesítő desztinációk hátránya erőteljesebbé és tartósabbá válik.</i> 3. <i>Változatosabb fogyasztói magatartás: „most egyszerű nyaralás, a következő luxust – idén messzire, jövőre valahová a közelbe”.</i> 4. <i>A szabadidős célú utazási preferenciák a jövőben</i> |

| | | |
|----|--|--|
| | | <p>töredezettséggé válnak, ami befolyásolja az egyes desztinációkat ismételten felkeresők számát.</p> <p>5. Az évek során tovább csökken a desztinációk iránti lojalitás.</p> <p>6. Ezzel együtt azonban a tapasztalat és a kritikus hozzáállás arra is ösztönzi a turistát, hogy ismét meglátogassa azokat a desztinációkat, amelyekkel korábban elégedett volt.</p> <p>7. A tapasztaltabb utazók egyre kritikusabbá válnak a mesterségesen kialakított kínálattal szemben, és előnyben részesítik az autentikusabb kínálatot, különösen az érzelmi elégedettség és a személyre szabott szolgáltatások iránti igény szempontjából; a magas minőségű mesterséges kínálati elemek (például tematikus parkok) fontossága viszont a továbbiakban is növekedni fog.</p> <p>8. Az erősödő mobilitási igény ösztönzően hat a gépkocsi-, motorkerékpár- és kerékpárbérlésre.</p> <p>9. Egyre kedveltebbé válnak a teljes körű, változatos és kiegyensúlyozott élményt kínáló régiók, ami egyúttal hatékony desztináció-menedzsmentet igényel.</p> |
| 7. | <p>ÉLETMÓD A nyugati társadalmak életmódja fokozatosan változik. A turizmusban mindez azt a képet befolyásolja, amelyet a turista saját személyes szükségleteiről és viselkedéséről alakít ki.</p> | <p>1. Bár szolgáltatási színvonaluk növekedni fog, kiegészítő programok hiányában csökken az érdeklődés a Bed&Breakfast szálláshelyek iránt, mivel azt a turisták olcsónak értékelik.</p> <p>2. Mivel a „státusz” immár kevésbé fontos, mint korábban, a szabadidős viselkedésben a személyre szabottság egyre fontosabbá válik, ami növeli a kisebb szálláshelyek (pl. a kisebb, autentikus családi hotelek és falusi szálláshelyek) iránti keresletet.</p> <p>3. Az életre és életmódra vonatkozó percepciók átalakulása folytán csökken a kereslet a teljes mértékben utazási irodák által szervezett szabadidős célú utazások iránt.</p> <p>4. Azok a szolgáltatók lesznek előnyösebb helyzetben, akik képesek tökéletesen új terméket, koncepciót vagy szolgáltatást létrehozni, és amelyeket a hozzáadott értékük különböztet meg a versenytársaktól.</p> <p>5. A szolgáltatók hobbik és érdeklődési körök szerinti specializációja egyre fontosabbá válik, és ez egyre nagyobb jelentőségű lesz a szabadidős célú utazások esetén is.</p> <p>6. Az egyre bizonytalanabbá váló világban az emberek hajlamosak a megszokotthoz, a már ismerthez ragaszkodni, így egyre többen vágnak majd második lakásra, például kisebb regionális repülőterek közelében.</p> <p>7. A „vissza az alapokhoz” trend folytán kedveltebbé válnak a szabadidős célú utazás egyszerűbb formái: szálloda helyett bungaló, lakókocsi helyett sátor.</p> |
| 8. | <p>INFORMÁCIÓTECHNOLÓGIA Az internethez történő hozzáférés, illetve az internetnek turisztikai információgyűjtésre és turisztikai termékek megvásárlására történő használata tovább fog növekedni. A turizmuson belül a vizuális megjelenítés új módjait is lehetővé tevő internet szerepe tovább erősödik és a jövőben mindennél fontosabbá válik.</p> | <p>1. A desztinációkra és a termékekre vonatkozó turisztikai információ könnyű elérhetősége és az információt egyre kifinomultabban elemző keresőprogramok folytán a különféle információk összehasonlítása leegyszerűsödik, és az információk „fogyaszthatósága” a versenyt erőteljesen befolyásoló tényezővé válik.</p> <p>2. A tapasztalt turisták az egyes elemek közvetlen foglalása révén egyre gyakrabban saját maguk állítják majd össze saját utazásukat.</p> <p>3. Az utazási irodák szerepe visszaszorul, mert a teljes csomagútirat az utasok egyre inkább közvetlenül a világhálón keresztül vásárolják meg.</p> <p>4. Az internet egyre rohamosabb ütemben fogja átformálni a nemzeti turisztikai hivatalok és marketingszervezetek hagyományos szerepét, új szerepet jelölve ki számukra az e-marketing területén, beleértve az ügyfélkapcsolat-kezelés (CRM) alapú desztináció-marketinget.</p> <p>5. A desztinációmarketing (például a közszféra támogatásával</p> |

| | | |
|----|--|--|
| | | <p>végrehajtott hatékonyabb márkázás) erősödni fog, a honlapok látogatásának meghatározó tényezőjévé válik.</p> <p>6. A honlapok sikerességének előfeltételei közül fontosabb szerep jut annak, hogy egy desztináció honlapjai közvetlenül vagy linkeken keresztül a termékről részletes információt tegyenek hozzáférhetővé.</p> <p>7. Az internetes „vásárlás” lehetősége növelni fogja a késői foglalások gyakoriságát.</p> <p>8. Külön figyelmet érdemel a biztonságos online foglalások iránti igény erősödése, különösen a tapasztaltabb és magabiztosabb turisták esetében.</p> |
| 9. | <p>KÖZLEKEDÉS</p> <p>A nagy sebességgel közlekedő vonatok és a fapados járatok bővülő elérhetősége befolyásolja a hagyományos utasforgalmat. A közúti közlekedésben fokozódik a zsúfoltság.</p> | <p>1. A rövid utazások során gyorsan és olcsón megközelíthető desztinációk egyre előnyösebb helyzetbe kerülnek, különösen akkor, ha a főszezonon kívül egy-egy jelentős esemény megszervezésére kerül sor.</p> <p>2. A közvetlen vasúti és légi megközelítési lehetőségek bővülése a rövid, külföldi városlátogatások, illetve városok környékét célzó utazások keresletét fogja növelni, mégpedig a vidéki területek rovására.</p> <p>3. Közepes távolságon a menetrendszerű repülőjáratok jelentős részét kiszorítja a nagysebességű vasút.</p> <p>4. A közutak zsúfoltsága, különösen a főszezonban, negatívan hat a személygépkocsi-közlekedésre.</p> <p>5. Az autóbuzsós utak jelentősége csökkenni fog.</p> <p>6. Komolyabb negatív következményeket lesznek kénytelenek elviselni azok a desztinációk, amelyek a könnyű elérhetőség iránt egyre erőteljesebben megnyilvánuló igényt nem képesek kielégíteni a rugalmatlan és kedvezőtlen csatlakozási lehetőségeket kínáló menetrendek miatt.</p> <p>7. Emelkedni fog mind a drága, mind a „fapados” hajóutak népszerűsége, különösen az 50 éven fölöttiek körében.</p> |
| 10 | <p>FENNTARTHATÓSÁG</p> <p>A környezet iránt érzett felelősség tovább erősödik. A turizmusban ez a fenntartható desztinációk iránti kereslet növekedéséhez vezet, amiben egyre hangsúlyosabb szerep jut a természeti környezetnek és a lakosságnak. A fenntarthatóság költségeinek csökkentése érdekében ennek ára egyre inkább a turistákra terhelődik.</p> | <p>1. Nő a desztinációk regionális jellegének jelentősége.</p> <p>2. Koherensebb és következetesebb tervezéssel kell a desztináció-menedzsmentre vonatkozó politikán javítani.</p> <p>3. A desztinációk kedveltségének foka egyre szorosabban kötődik majd ahhoz, hogy a helyi lakosság mennyire fogadja szívesen a turisták számának növekedését.</p> <p>4. A túlzottan beépített régiók vonzereje egyre erőteljesebben csökken (különösen ott, ahol ez nincs összhangban a természeti környezettel).</p> <p>5. Az ökoturizmust nem lehet egyenlővé tenni a fenntartható turizmussal.</p> |
| 11 | <p>BIZTONSÁG</p> <p>A terrorizmus, a regionális háborúk, a környezetszennyezés és a mindennapi életünk sajnálatos velejárójává váló számos egyéb válsághelyzet befolyásolja a biztonság iránti igényt. Emiatt a turizmuson belül is egyre nagyobb szükség van a biztonságra, így a turisták elkerülik a veszélyesnek ítélt desztinációkat.</p> | <p>1. A desztináció kiválasztása szempontjából nagyobb jelentőséget kap a vízminőség (a tavak, úszómedencék és az ivóvíz tisztasága), ami fokozott védelmet tesz szükségessé.</p> <p>2. A kritikusabb turista hamarabb él panasszal, ha a kínált termék nem felel meg az elvárt színvonalnak.</p> <p>3. A biztonság megteremtésével járó költségek gyorsan emelkednek.</p> <p>4. Az ágazatnak jobban fel kell készülnie, hogy válság idején rugalmasabban felelhessen meg a turisztikai keresletnek.</p> |

A legjobb növekedési kilátásokat a következő szegmensek kínálják.

- A *seniorok*, szemben a fiatalabb generáció utazásaival, amelyek az utóbbi években a megfelelő közlekedési és egyéb szolgáltatások hiánya, valamint az oktatási intézmények támogatásának csökkenése miatt bizonytalan bővülést mutat.
- Az *üzleti utazások* növekedési potenciálja a marketingtől függ, például a speciális eseményekre összeállított csomagoktól, konferenciáktól, kereskedelmi bemutatóktól, különféle ösztönzőktől.
- A *barát- és rokonlátogatás*, továbbá a *speciális érdeklődési csoportok, és aktív turizmus* valamennyi formája jó növekedési potenciált mutat.
- A *városi turizmus* (különösen sport- és kulturális események megtekintése céljából) különösen több, rövid utazás formájában.
- A *téli „sunshine”* üdülések és tengeri körutak népszerűsége dinamikusabban fog növekedni a nyári vagy tengerparti üdüléseknél és a hagyományos téli sportoknál.
- A különböző célú *egynapos utak* továbbra is népszerűek maradnak.
- *Kombinált, üzleti és üdülési célú utazások* sport és szabadidős programokkal.
- A *kalandturák* és a *távoli desztinációkba* történő utazások becslések szerint jelenleg 18%-át teszik ki az összes szabadidős célú utazásnak (például dzsungelbe, kényelmes és biztonságos körülmények között). Ez a terméktípus egyre növekvő vendégkör számára lesz vonzó, beleértve a seniorokat is.
- A *társaságok*, szakmák és vállalati társadalmi szervezetek számára *szervezett csoportos utak* speciális utazásszervezőket igényelnek. Az ilyenfajta utazások jelentős része saját szervezésben zajlik, vagy non-profit szervezetek állítják össze őket.
- Fokozódik az érdeklődés a *falusi turizmus*, a "vissza a természethez" mozgalom, valamint kisebb mértékben a kempingezés és a lakókocsis turizmus iránt.

Szezonális

- A szezonalitást a jövőben *sokkal inkább marketinglehetőségnek, mint problémának kell tekinteni, amely az állami és magánszektor nagyobb mértékű együttműködését igényli a kereslet időbeli és térbeli koncentrációjának csökkentése érdekében.*

Utazási cél

- *Az utazási célok nagyobb változatossága* - például üzleti utak, konferenciák, barátok és rokonok meglátogatása, kulturális és sporteseményeken való részvétel, városközpontok felkeresése - egész évben megtekinthető vonzó látványosságokat és szórakozási formákat, lehetőségeket kínál, ami ösztönzőleg hat a mobilitásra és növeli az utazások gyakoriságát.

Utazások iránya

- Folytatódik a *nemzetközi és regionális áramlások változása*. A dél-észak, a kelet-nyugat és a nyugat-kelet reláció gyorsabban fog növekedni a hagyományos észak-dél viszonylatnál. Az Európán belüli, határokon keresztül utazás erőteljesebben nő a belföldi utazásoknál, amely egyes területeken eléri vagy már el is érte a telítettséget. Az Európai Unió bővülése természetesen növelőleg hat az új „belső határon átlépő” fogalomra.

Szálláshely szolgáltatás és vendéglátás

- E két szektor mindig is *dinamikus növekvő terület* volt. Ez valószínűleg továbbra is így marad, ám egyúttal jelentős változások is bekövetkezhetnek.
- Miközben a luxuskategóriájú szállodák közeledhetnek a telítettséghez, a háromcsillagos szállodák iránti kereslet tovább nő. A szállodai *szálláshely* szolgáltatást egyre gyakrabban *csomagban értékesítik*, különösen a rövidebb utazásoknál. A speciális jellegű központok (üdülőfalvak és -parkok, stb.), sport- és egészségcentrumok, Bed&Breakfast és egyéb kiegészítő szolgáltatások népszerűségének növekedése folytatódik, csakúgy, mint a különböző intézményi (például egyetemi) létesítmények saját "szezonon kívüli" használatával.

- A szállodai szobakiadás és az egyéb szolgáltatások kialakításakor egyre inkább figyelembe veszik a *változó igényeket*, melynek formái az egyéni és csoportos foglalások kezelése, az ételek közötti választási lehetőségek, speciális igények (például: diéta) figyelembe vétele, és egyéb, többféle választási lehetőséget biztosító szolgáltatások nyújtása, illetve mindezek csomagba foglalása és közvetlen értékesítése a szálloda által.
- A vendéglátási iparág, *az étteremláncok és a tematikus éttermek népszerűségének növekedése miatt jelentős növekedést ért el, a jövőben a jó minőségű kis éttermek és vendégfogadók iránti kereslet bővülése várható.* A minőség és az újdonság keresése iránti igény ugyancsak növekedni fog. *A divat befolyása erős marad.*
- A létesítményen belüli elszállásolás és vendéglátás a nagyszabású létesítmények, mint a témaparkok, a sport-, kulturális és egészségközpontok, valamint az üdülőfalvak esetében egyre általánosabb lesz.
- Továbbra is népszerű lesz a második lakás, és több lakást fognak üdülési céllal bérbe adni.

A siker egyre inkább a

- turisztikai termékek érték-növelésétől (customer value) – csökkenő ár és növekvő minőség együtt jelentkezése)
- a független – nem raktározható - teljesítmények csomagjának növekvő élményjellegétől,
- a vevőknek a szolgáltatási folyamatba történő integrálásától függ.

Ezen tényezők új megoldásokat, jelentős fejlesztéseket kívánnak a jelenleg nagyon sikeres turisztikai desztinációktól, szolgáltatóktól is, hiszen a csökkenő lojalitás miatt mindig újra meg kell vívni a turistákért folytatott harcot. Jelentős innovációs nyomás nehezedik a turisztikai piacra, mely az erre betörni, ezen terjeszkedni kívánok számára még inkább megnehezíti az eredmények elérését. Elsősorban arra kell vigyázni, hogy nem elégséges az elmúlt évek sikeres megoldásainak másolása, hanem új, hatékony innovációs teljesítményt kell felmutatni, s azt kellő intenzitással kommunikálni, értékesíteni.

A turisztikai innovációk lehetséges területeinek meghatározása az alábbi kulcselemek felhasználásával történhet:

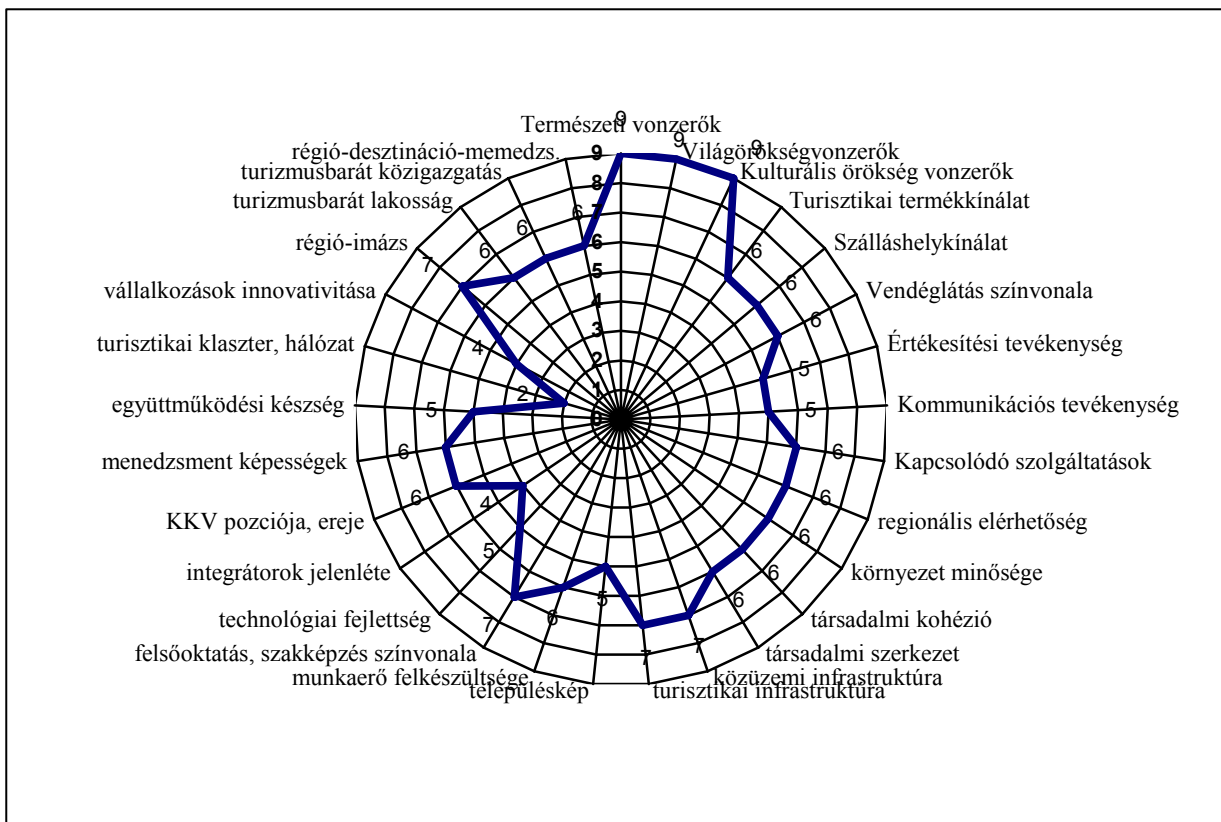
- a tömegturizmus individualizálása (customisation), azaz a hagyományos termékpiacokhoz hasonlóan a hatékonyság és egyediség kettős elvárásának kell megfelelni,
- az új kommunikációs és információtechnológiai rendszerek lehetőségeinek széleskörű felhasználása,
- speciális érték-elemek kialakítása az értelmi érvek mellé, (design, illat, fény, színek, emocionális hatások felhasználása a turisztikai élmény növelésére,
- az egyes desztinációk és vállalkozások ún. magkompetenciáinak erősítése,
- új piacok, célcsoportok kiszolgálása, azaz piaci, marketing-innovációk megalkotása,
- A turisztikai innovációk lényege, hogy új cél-eszköz kombinációkat, a piac illetve a vállalkozás számára új problémamegoldásokat alakít ki.

4. SWOT elemzés - versenyképességértékelés

| | | |
|---|---|--|
| Vonzerők Attrakciók, turisztikai termékek | Erősség | Kihasználás |
| | Természeti: Értékes tájképi környezet (Bükk, Mátra, Zemplén), Természetvédelmi területek (ANP, BNP, HNP) Gyógyforrások- s arra épülő fürdőkultúra, Világörökségek (Aggteleki Cseppkőbarlang, Hollókő, Tokaj) Borvidékek, Vadállomány Épített: Értékes műemlékek, történelmi emlékhelyek (pl. Eger barokk város, Sárospatak történelmi város, Hollókő, Kastélyok, várak) Kulturális örökség: Egyedi, gazdag adottságok („öseletek”: Szeleta, Ipolytarnóc, rudopitecus, vizsolyi biblia, hollóházi porcelán, parádi kristály, salgótarjáni üveg, bányászati múzeum, ómassa őskohó, sárospataki könyvtár,) Kiemelkedő rendezvények: Miskolci Operafesztivál, Egri Bikavér Ünnepe, Zempléni Művészeti Napok, Miskolci Nyár, Agraria Játékok, Hollókői Húsvét, Várjátékok, Bor gasztronómiai rendezvények Tokaj-hegylán stb. Vonzerők jellege megfelel a nemzetközi turisztikai trendeknek. Kedvező ár-érték arány a kínálatban, | A hegyvidéki jellegre, gyógyforrásokra, borkultúrára, világöröksége, mint vonzerőkre épülő turisztikai termékek tovább fejlesztése. Műemlékekre, történelmi emlékhelyekre épülő turisztikai termékek tovább fejlesztése. Kulturális értékek megismertetése, terméké fejlesztése, a kulturális rendezvényszervezés és marketing erősítése. Tematikus utak megjelenése, megismertetése, marketing erősítése |
| | Gyengeség | Kiküszöbölés |
| | Természeti értékek rossz megközelítése. Tájsebek, felszíni vizek sérülékenysége, Épített: Funkció-nélküliség, rossz fizikai állapotok, Kulturális örökség, kiemelkedő rendezvények: forráshiány, típusonkénti aránytalanság, főszezoni koncentráltág, kevés idegen nyelvű tájékoztatás kevés nemzetközi erejű vonzerő nincs egységes, határozott turisztikai termékimázs fenntarthatóság érvényesítésének mechanizmusa hiányos, Csökkenő kereslet trendje nehezen fordul meg, külföldi vendégforgalom visszaesése. | Infrastruktúra-fejlesztések Meglévő értékes épületek felújítása, turisztikai hasznosítása Szakmai koordinációs együttműködés további erősítése, „nagy attrakciók” kialakításának támogatása. |
| Turisztikai szolgáltatások, turizmusmenedzsment | Erősség | Kihasználás |
| | Szállás: Férőhelyek kielégítő száma, jó középkeletóriájú ellátottság, színvonalas falusi szálláshelyek, Vendéglátás: Falusi vendéglátás, bor- és gasztronómiai hagyományok, aktív idegenforgalmi szervezetek erősödése. Jó együttműködési bázis a turizmus szereplői között, s a szomszédos térségekkel. Közösségi és vállalkozói marketing erősödése. | Erőteljesebb értékesítés. Borturizmus segítése, hagyományápoló rendezvények fejlesztésének segítése. |
| | Gyengeség | Kiküszöbölés |
| | Szállás: magas minőségű hiánya, elavult kempingek, fekete szobakiadás, rövid távú gondolkodás, területi elosztás egyenetlensége Vendéglátás: Szakképzetlenség, áruismeret gyengesége. Szűk választék, gyakori sablon menü kínálat. Vonzerő mellett hiányzó tájjellegű kínálat illetve igénytelen kínálat, nyitva tartás nem vendégorientált kialakítása, nyelvismeret hiánya, Hely-specifikus ajándéktárgy-kínálat szegénysége. Programszervezés: Garantált, speciális programok hiánya, túlzott az ingyenes, utcai rendezvények aránya. Jegyes programok nem jól értékesítettek, kevés marketing, gyakori időpont változtatások turisztikai vállalkozások nem kellő felkészültsége alacsony on-line szolgáltatási arány, hiányzó klaszter turisztikai együttműködések, desztináció-menedzsment/marketing nem egységes rendszere | Minőségi szálláshely beruházások ösztönzése. Minősítési és folyamatos szakmai ellenőrzési rendszer kialakítása. Gyakorlatorientált szakképzés támogatása. Vonzerő, attrakció mellé település ösztönzése. Nyitva tartás meghosszabbítása. Kapcsolódó termelési tevékenység fejlesztésének támogatása. Rendezvény- és programszervező tevékenység marketing támogatása |
| Egyéb pénzügyi, egészségügyi személyes és kommunikációs | Erősség | Kihasználás |
| | Standard, megbízható színvonalú pénzügyi szolgáltatások a nagy- és közepes méretű városokban. | Információ biztosítása az elérhetőségről. |

| | | |
|--|--|--|
| szolgáltatások | Gyengeség | Kiküszöbölés |
| | <p>Területi aránytalanság. Nyelvi kommunikációs gyengeség. Szálláshelyek gyengék a szolgáltatások téren. Hitelkártya elfogadás kevés helyen. Sürgősségi ellátás, betegszállítás elérhetőségi, ellátási színvonal gyengeségei. Termál-helyeken hiányzó egészségügyi ellátás, egyes térségekben teljes ellátási hiány, nyelvtudás gyengesége az ellátásban. Szolgáltatási standardok hiánya a személyes szolgáltatásoknál. (kulturáltság, jó modor stb.) Helyi értékek ismeretének hiánya, Nyitva-tartás utáni információ elérhetetlen, kevés a korszerű Touch-info pont. Pozitív üzenetek küldésének hiánya, kiadvány terjesztés problémái.</p> | <p>Szolgáltatások telepítésének, fejlesztésének támogatása. Turisztikai vonatkozású fejlesztések támogatása, gyógy- és termálhelyeken, világörökségi helyszíneken történő beruházások fejlesztések ösztönzése. Szolgáltatások terén működő kisvállalkozások, fejlesztések támogatása, Szakmai továbbképzés, non-stop szolgáltatások fejlesztése.</p> |
| Infrastruktúra | Erősség | |
| | Jó közúti megközelítés, városképi-, város-rehabilitációs eredmények, | |
| | Gyengeség | kiküszöbölés |
| | <p>Alap: Szennyvíz hálózat, vezetékes gáz, vízelvezetés gyengesége, közvilágítás gyengesége, felújítások zavaróak az idegenforgalmi szezonban. Közlekedés: közutak minősége, repülőtér hiánya, gyorsvasúti megközelítés hiánya, öreg járműpark a tömegközlekedésben, tömegközlekedési eszközök állapota. É-D kapcsolat gyengesége. Turisztikai: kerékpárutak és hálózat, tájékoztató táblák hiánya, beutaztatók hiánya, erdei turisztikai „infrastruktúra” kiépítetlensége. Környezeti: Illegális személtelhelyezések. Közterületek tisztasága, téli úttakarítás hiánya, gyengesége.</p> | <p>Infrastrukturális beruházások turisztika-orientált prioritásainak érvényesítése. Jobb koordináció, tervezés. Közlekedés-fejlesztés országos prioritásainak befolyásolása. Szolgáltatók minőségjavításra ösztönzése, kényszerítése. Információs rendszer további fejlesztése. Értékesítési tevékenység fejlesztése. Ellenőrzési, munkaszervezési feladatok megoldására forrásbiztosítás.</p> |
| Humán erőforrás - szakképzettség nyelvtudás kulturáltság vendégszeretet közbiztonság | Erősség | Kihasználás |
| | <p>Erős, színvonalas szakképző intézmények, a régióban erősödő felsőoktatási szakmai képzési struktúra, fiatalok erősödő nyelvtudása, külföldi tapasztalatcserék, nyelvtanfolyami lehetőségek, Nemzetiségi hagyományok léte, műveltségi színvonal emelkedése. híres vendégszeretet, polgárórság, tourist police kezdeményezések, külföldiek elleni bűncselekmények csökkenése, jó pályázati aktivitás</p> | <p>Intézmények népszerűsítése, továbbfejlesztés támogatása. Kapcsolatépítési, kommunikációs együttműködési formák szélesítése. Hagyományápoló programok Megindult kezdeményezések szakmai és anyagi támogatása.</p> |
| | Gyengeség | Kiküszöbölés |
| | <p>Turisztikai képzés strukturális aránytalanságai Tanfolyami képzési aránytalanságok, kevés komplexen gondolkodó szakember, idegen-nyelvű feliratok hiánya. Nem vendégként kezelt turisták, idegenek tiszteletének hiánya. Szolgáltatás-orientáltság gyengesége Kelet-európai ellenesség jelensége. Túlzó lokálpatriotizmus A turizmus alacsony társadalmi elismertsége</p> | <p>Szakmai ellenőrzési. minősítési rendszer működtetése. Szemléletformálás, Helyismeret, turizmus alapjainak beépítése a közoktatásba. Ellenőrzési, bűnmegelőzési tevékenység támogatása.</p> |

| Lehetőségek | Kiaknázási módjuk |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Belső turizmus, kereslet növekedése tovább tart, Idősödő társadalom utazási kedve nő - Hálózati turizmussal, klasszterek kialakulásával, turizmus hatékonyság növekedése - Az életmódváltás, a jövedelmek növekedése miatt a belföldi turizmus kereslete nő. - Felértékelődik a régió határmenti fekvése, vonzóbbá tehető a régió a külföldi tőke és a turizmus számára. - A nemzetközileg jól ismert, világörökség „termékek” iránt erősödik a kereslet. - A régióban számos, eddig kevésbé kihasznált vonzerő intenzív fejlesztése valósul meg. - Információ-technológia szerepének növekedése a turizmusban. - Nem hagyományos küldő piacok erősödő kereslete - A régió a környező országokból (PL, SK,) növekvő mértékben érkező turisták egyik hagyományos célpontja. - A turisztikai fejlesztések támogatása nemzetközi, hazai kormányzati, s más forrásokból. - Egészségtudatosság növekedése a turizmusban. - Növekvő hivatás-turizmus. - Különleges attrakciók iránti igény növekedése. - A régió turisztikai arculatának, márkájának kialakulása, | <ul style="list-style-type: none"> - A régió imázs erősítésével a térség vonzerejének növelése. A tudatos ország és régiómarketing javítja a turisztikai pozíciókat. - Tudatos hálózati turizmus kialakítása, bevezetése - Klasszterekkel a fejlesztések és a marketing munka összehangolása, turizmus aktivizálása - Aktívabb közösségi marketing, befektetés-szervező munka megvalósítása. - Az Internet és regionális turisztikai adatbázisok tudatos használatának erősítése a marketing (kommunikációs és értékesítési) munkában. - Nemzetközi piaci marketing-aktivitás erősítése. - A pályázati lehetőségekben való részvétellel felkészülés segítése. - Az egészségturizmus és a kulturális turizmust erősítő attrakciókra épülő témák marketing támogatása, vezér-termékké fejlesztése. - Regionális desztináció-menedzsment hatékony működtetése |
| Veszélyek | Elkerülési módok |
| <ul style="list-style-type: none"> - Világgazdasági, európai dekonjunkció, recesszió fennmaradása, keresletcsökkenés - Nemzetközi terrorizmus negatív hatása - Infrastrukturális, fejlesztések stagnálása. - A turizmus regionális szemléletei nem mozdulnak el kellően pozitív irányba. - Környező országok, régiók kínálatának erősödése, versenyképességének növekedése. - A nagyfokú tőkehiány nem változik, a befektetők érdeklődése alacsonyabb szinten marad. - A környezetszennyezés, megóvás és állapotjavítás terén nem történik pozitív változás. - Fenntartható fejlődés elvének sérülése. - Ár-érték arány romlása - Országon belüli turizmusfejlesztési aránytalanságok fennmaradása - Hatékony desztináció-menedzsment feltételei nem érnek be | <ul style="list-style-type: none"> - Tudatos hálózati és klaszter tevékenység erősítése a régióbeli fejlesztések támogatottságának és a turizmus általános feltételrendszerének javítása érdekében. - Versenytárs régiók teljesítményének, fejlődésének tudatos figyelése. - Reagálási stratégiák kidolgozása, erős kommunikációs tevékenység. - Községi és vállalkozói marketing tevékenység kooperációjának motiválása - Tudatos befektetés-szervezői tevékenység erősítése a turizmus terén is. (pl. aktív turizmus: golf turizmus) - A turisztikai fejlesztési stratégia végrehajtásában a környezettudatosság erősítése. |



Saját szerkesztés

Észak-Magyarország régió turisztikai versenyképességének értékelése

A versenyképességi-csillag az előző oldalakon tárgyalt elemzésünk, értékelésünk összefoglalása. Az egyes dimenziók értékelése egyrészt konkrét adatokon, másrészt a folyamatok, teljesítmények szakértői megítélésén alapulnak. Faladatuk alapvetően a beavatkozási területek, a stratégia prioritásainak előrejelzése. Összefoglalásképpen néhány kiemelést teszünk:

- a jelentős turisztikai potenciált jelzik a vonzerő-értékelések,
- a jelenlegi termékinálat színvonala, a szálláshely-struktúra és minősége, valamint a vendéglátás teljesítményét közepesre értékeltük,
- ennél gyengébb az értékesítés és a kommunikációs tevékenység, annak ellenére, hogy sok elemmel találkozunk, de hiányolható a stratégiai tervezettség, célzottsága, a kooperációs előnyök kihasználása, s gyengék a szakmai hatékony mutatói is,
- a közüzemi, s a turisztikai infrastruktúrát relatíve kedvezőre értékeltük, de továbbra is kritikusak vagyunk a légi, vasúti közlekedés vonatkozásában, a közutak állapotával kapcsolatban, míg a kapcsolódó szolgáltatási, elérhetőségi, környezeti minőséget 60% körülnek látjuk,
- a szakképzettség kívánivalót hagy maga után, ugyanakkor a felsőoktatási kínálat megfelel a tényleges keresleti mennyiségi, s alapvetően a minőségi igényeknek is,
- nagyon hiányoznak a turisztikai integrátórvállalkozások, s relatíve gyengék a régió KKV-i mind tőkeerő, menedzsment, innovációképesség vonatkozásában, de különösen veszélyesnek a kooperációkészséget, a hiányzó együttműködésekét ítéltük,
- úgy látjuk, hogy mind a helyi lakosság, mind az önkormányzatok, közigazgatás turizmushoz való viszonya javítandó, nincs mindig összhang a nyilatkozatok, törekvések és a cselekvés között,
- jelentős elemei már megszülettek a leendő regionális desztináció-menedzsment tevékenységnek, de még hiányzik a komplexitása, rendszere a régióban.

5. Jövőkép

A régió Magyarország határozott arculattal, sokoldalú kínálattal rendelkező, célpiacain ismert és elismert, az ország második leglátogatottabb régiója. A régió turizmusában domináns szerepet (70%) a belföldi turizmus játszik, ugyanakkor jelentősen nő nemzetközi ismertsége, láthatósága, s egyre erősödik a külföldi turisták régióköltődése.

A turizmus fejlődése a természeti adottságok mellett a történelmi, kulturális értékekre épül, a turisták igényeihez illeszkedő, korszerű turisztikai termékkínálattal. Vezető termékei az egészség- és kulturális turizmus, valamint a bor- és gasztronómia, az aktív-, öko- és falusi turizmus, melynek régió belüli meghatározó desztinációi Eger, Miskolc, a világörökség helyszínéként Hollókő, Aggtelek és a Tokaji Borvidék, valamint a Tisza és a Tisza-tó.

A turizmus infrastrukturális és szolgáltatási feltételei nemzetközi színvonalúakká válnak, megvalósul a régió légi-, a gyorsvasúti közlekedési kapcsolódása, melyhez az autópályák mellett a jó minőségű belső közút- és kerékpárút-hálózat társul. A régió fejlődése kikényszerítette nemcsak a közlekedési, hanem a városrendezési, városépítészeti, településképi, s benne a parkolási rendszerek fejlesztését is.

A turizmus-rendszere a közösségi és a vállalkozói szféra együttműködésére épül, jól koordináltak az ágazat klaszterei, hálózatai, melyek számos régió kívüli szállal rendelkeznek. A turizmus terén, szorosán kapcsolódva a szabadidő-gazdaság további elemeihez jelentős beruházások, új egyedi, nagyhatású turisztikai attrakciók valósultak meg, ami a nemzetközi és a helyi vállalkozói, befektetői tőke jelentős bizalmát, pozitív megítélését tükrözi vissza.

Jól működő intézményrendszer és több szinten is hatékony desztináció-menedzsment jellemzi. A régió egészét átfogó, korszerű info-kommunikációs bázisra épülő közösségi információs, kommunikációs és értékesítési rendszer segíti a vállalkozásokat.

A turizmus sikeres, versenyképes gazdasági ággként, a régió GDP-jének több mint 10%-át termelő, jó jövedelmezőségű, az innovációs lehetőségeket kihasználó, a tudásalapú gazdasági fejlesztéshez igazodó, a fenntarthatóság kritériumainak megfelelően fejlődő szektor.

A turizmus kedvező gazdasági eredményessége mellett, az értékek-értékrendek tudatosulásával kibontakoznak pozitív társadalmi hatásai a hagyományőrzés, a helyi lokálpatriotizmus, identitás-tudat erősítése, a helyi közösségek fejlesztése, a települések építészeti, táji környezetének megóvása, fejlesztése révén. A régió lakossága nagyszámban érintett a turizmusban, a szolgáltatásban résztvevőket vendégszeretet, szaktudás és a szükséges nyelvismeret egyaránt jellemzi.

Mindezek eredményeként a turizmus hatékonyan járul hozzá a régió lakossága életminőségének javulásához, mint a regionális fejlesztés alapvető feladatának teljesítéséhez.

6. Fejlesztési stratégia

A fejlesztési stratégia alapvető célja, hogy segítse a régió turisztikai fejlesztésének hatékonyságát, ezáltal elősegítse a régió fejlesztési koncepciójában megfogalmazott gazdasági-társadalmi elképzelések megvalósulását. A turizmus, mint gazdasági ágazat elősegíti a térség egyes területi szintjein (megyék, kistérségek, települések), valamint szervezeti, egyéni szinteken (vállalkozók, családok) is megnyilvánuló fejlődését.

Az elkészített stratégia módszertani alapelvei a következők:

- először is alapvetően az országos és regionális, **közösségi típusú turizmusfejlesztés** számára kell, hogy megmutassa a támogatási, beruházási források hatékony felhasználásának irányait és annak módszereit, melynek segítségével **regionális szintű optimalizáció** válik lehetővé.
- másodsorban a stratégia **javaslatokat** és ajánlásokat fogalmaz meg a **térség turisztikájában működő szervezetek felé**, azok működésére, irányítására, működtetésére nézve. A regionális együttműködés, realizálás szintjén a régió turizmusának szereplői a közös érdekek alapján összehangolják tevékenységüket a fejlesztés irányainak meghatározásában, realizálásában, nemcsak a **marketing**, hanem a **forráskeresés, a kapacitások maximális kiaknázása, illetve a turisztikai klaszterek kialakítása** felé teendő egyéb lépések megvalósítása irányában is. Ezt a gondolkodásmódot ki kell terjeszteni a **szomszédos – országhatáron belüli és kívüli – turisztikai térségek felé is**, ezáltal ugyanis elérhető, hogy régióinkban a turistaérkezéseket és költségeket maximalizálhassuk, de nem elsősorban a szomszédos régiók rovására, hanem azok segítségével és az együttműködésen keresztül a kölcsönös hasznot is keresve.
- harmadszor a program közvetlen **iránymutatást kell, hogy jelentsen** azon a **turisztikában működő szereplők**, turisztikai vállalkozók, a desztinációk tulajdonosai és kezelői, a lehetséges befektetők számára.

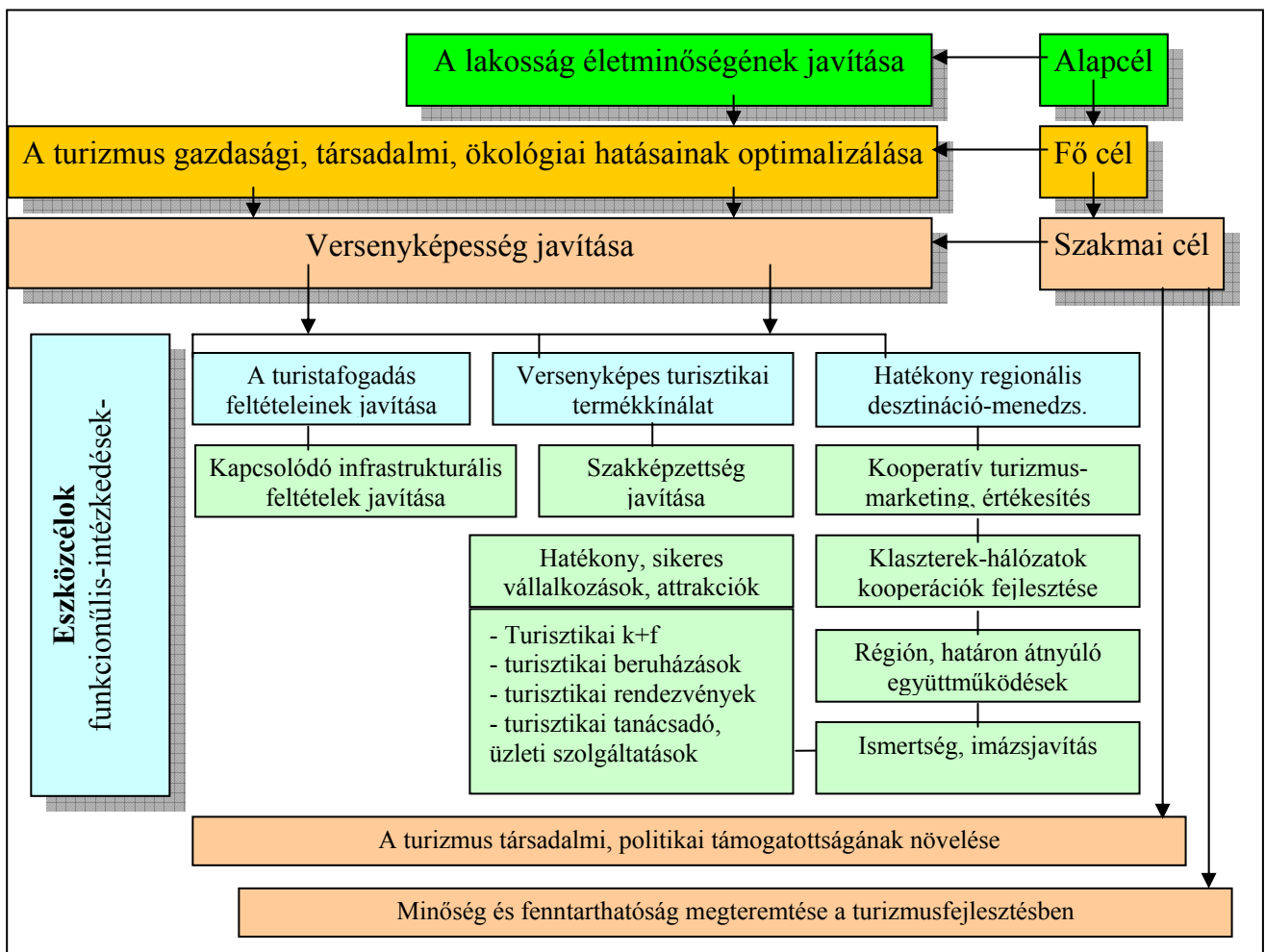
A régió turisztikai fejlesztésének meghatározásakor az alábbi alapelvekre, kiinduló tézisekre kellett építkeznünk, melyeket a haza és nemzetközi gyakorlat tapasztalatai, a régió turisztikai helyzetelemzése, és a lehetőségek feltárása szerint állapítottunk meg:

- **Tudatosság** :A régió turizmusának tudatos fejlesztése a meglévő és teremtenő vonzerők komplex kínálattá alakítása, a társadalmi, gazdasági és ökológiai hatások integrált érvényesítése, stabil szabályozó keretek biztosítása révén.
- **Gazdasági hatékonyság**: A turizmus még mindig alacsony gazdasági hatékonysággal működik, a középtávú tervek kialakításánál mindenképpen figyelmet kell fordítani a gazdaságossági, foglalkoztatási, jövedelmi hatásoknak.
- **Vállalkozások támogatása**: A turizmus fejlesztése alapvetően vállalkozási alapon kell, hogy megvalósuljon. A közösségi fejlesztések feladata a nagyobb, csak hosszabb távon megtérülő beruházások megvalósítása és segítése, illetve olyan vállalkozói környezet kialakítása, ami a magánszféra szereplőit az újabb befektetésekre motiválja.
- **Egyedi, „nagyhatású” differenciált kínálat kialakítása**: A termékfejlesztésnél törekedni kell vezértermékek, nagy vonzerőt jelentő attrakciók tudatos létrehozására, fejlesztésére, ezek minél szélesebb spektrumú marketingjére, illetve a többi attrakció ennek komplementerként való felhasználására.
- **Belföldi turizmus erősítése**: A régió turizmusának az elmúlt évtizedben meghatározó eleme volt a belföldi vendégkör, ahol középtávon továbbra is jelentős növekedési lehetőségek nyílnak. A tervezési időszak feladata, hogy megalapozza a nagyobb számú külföldi vendégek fogadásának feltételrendszerét is, különös tekintettel az Európai Unió korábbi és újonnan csatlakozott tagállamaira, illetve a keleti piacra is.
- **Marketing szemlélet és gyakorlat további erősítése**: A ma is számos vonatkozásban kedvező lehetőségek kihasználatlansága még mindig sokszor a marketing, az értékesítési és kommunikációs tevékenységének hiányából, gyengeségéből adódik, mely területen történő előrelépés jelentős növekedést gerjeszthet. Az elmúlt öt évben lezajlott fejlesztések csak akkor

válhatnak megfelelően kihasznált turisztikai terméké, ha marketingjük a megfelelő időben és a megfelelő célcsoport irányában realizálódik.

- **Humán erőforrás fejlesztés alapelve:** A szemlélet változtatásában és a szakképzettség növelésében szintén olyan lehetőségek nyílnak meg, melyek relatíve kisebb beruházás mellett növelhetik a turizmus hatékonyságát. A megtett lépések ellenére szükséges tovább erősíteni a turisztikában foglalkoztatottak képzettségi szintjét, ehhez elengedhetetlen az oktatási intézmények és az ágazat napi kapcsolatának megerősítése. Különösen fontos a felsőoktatási intézmények, mint a jelenlegi és leendő szakemberek képzésének szinterei, illetve a gazdasági környezet közötti kapcsolat erőteljes megerősítése.
- **Kooperáció, klaszteresítés alapelve:** A turisztikai ágazatban működő vállalkozások és szervezetek közös fórumba történő tömörítése, ami megkönnyíti a további tervezést, a régió adottságainak nagy hatékonyságú kiaknázását, a rendelkezésre álló erőforrások minél jobb felhasználását.

6.1. Átfogó illetve részcélok leírása



A régió turizmusfejlesztésének célrendszere

A régió turizmusának célrendszere visszatükrözi azt az alapcél, hogy a fejlesztéseknek mindig a helyben élő közösség, lakosság érdekeit kell szolgálnia, az egyéni életminőség növelését. Ez a kritérium a fejlesztések döntések alapvető elvárása is. Ebből következik, hogy a gazdasági, társadalmi és ökológiai érdekek, hatások optimalizálására kell törekedni. Ezen optimalizálásban ugyanakkor a következő tervezési időszakban a versenyképesség, a turizmus gazdasági

hatékonyságának a növelése kell, hogy álljon, mert ezzel válhat a régió, a térség társadalmi, gazdasági fejlődésének meghatározó ágazatává.

A régió adottságai lehetővé teszik a diverzifikált turisztikai kínálat kialakítását, ugyanakkor a különböző területek közötti együttműködés multiplikálja az egyes szakterületeken jelentkező előnyöket,

- a térség, a többi hazai turisztikai régióhoz képest zárkózzon fel, – adottságainak megfelelően - váljon a Kárpát-medencében is ismert és elismert turisztikai területté, és ez mind a vendégek száma, mind az itt töltött napok és az itt költött összeg növekedésében jelenjen meg,

- a külföldi vendégek viszonylag alacsony számában, csökkenésében megjelenő tendenciát meg kell állítani,

- a meglévő és újonnan teremthető vonzerőkre épülve egy hatékony és jól értékesített, kommunikált kínálat kialakítása a cél, ezért igyekezni kell a fokozott terméktisztaságra, illetve az érdekelt szereplők fokozott együttműködésére,

- a gazdasági, társadalmi és környezeti célokat egyaránt szolgálva kell tehát eljárni, a fenntartható turizmus nevében eljárva. a társadalmi (politikai és kulturális), gazdasági és környezeti (ökológiai) célok rendszere jelenik meg, mint a régiófejlesztés alapcéljának, az ott élők jólétének dimenzióinak, elemeinek rendszere. A célok eléréséhez a turizmus jelentős mértékben tud hozzájárulni, az alábbiak szerint :

Társadalmi célok-hatások : Imázs-építés, Hagyományőrzés, Közösségi élet fejlesztése, Identitás erősítése, Lokálpatriotizmus erősítése, Fiatalok megtartása, Képzettség növelése, Településkép fejlesztése.

Környezeti célok-hatások : Értékek védelme, Táj-megtartás, Védelem a környezeti túlterheléstől, Üdülőkörnyezet ápolása,

Gazdasági célok-hatások: foglalkoztatottság növelése, jövedelmek növekedése, a szolgáltatások, a turizmus súlyának növekedése a GDP termelésben.

A versenyképesség növelésének célját a régió turisztikai piaci kínálatának fejlesztésével lehet elérni, melynek érdekében több ún. **funkcionális területen kell beavatkozni**. Ezen területeken megfogalmazandó célokat, **eszközjellegű céloknak nevezhetjük:**

Fogadóképesség javítása

- javítani kell a fogadó-képességet, mind a közüzemi, mind a turisztikai infrastrukturális területeken, (megközelíthetőség, közlekedés, szálláshelyek stb.)

Versenyképes termékínálat

- ösztönözni, pénzügyileg és szakmai szolgáltatásokkal is támogatni kell a vállalkozások, turisztikai szolgáltatók fejlesztési, beruházási, tevékenységét,

- fejleszteni kell az ágazat szakképzettségi színvonalát, valamint

Hatékony desztinációmenedzsment rendszer kialakítása

- menedzsment és marketing tevékenységgel kell ösztönözni a kooperációkészséget, együttműködést, támogatva a turisztikai értékesítési és marketingkommunikációs munkát az ismertség és elismertség növelése érdekében.

A régiónk stratégiai célrendszerének kialakításában – a szerződési feltételeknek megfelelően - egyeztetést végeztünk a Tisza-tavi Régió stratégiájával. A Tisza-tó célrendszere az alábbiakban került összefoglalásra:

Átfogó cél: A Tisza-tavi Ökoturisztikai Régió komplex és fenntartható fejlesztése, versenyképességének javítása, a helyi lakosság életlehetőségeinek és megélhetőségének biztosítása a régió belső tartalékainak célszerű kihasználásával.

Stratégiai cél:

1 . A fenntartható turizmus gazdasági jelentőségének elismertetése, szakmailag megalapozott és megfelelő mértékű bővítése, minőségi színvonalának javítása a régióban

2. A turisztikai régió környezeti elemei dinamikus egyensúlyának megőrzése és fenntartása, integrált fejlesztése.
3. A turisztikai régió belső területi-társadalmi kohéziójának, a versenyképesség lehetőségeinek megteremtése, a periféria-jelleg megszüntetése, a felzárkóztatás elősegítése

Stratégiai programok, prioritások:

- I. Vonzerőfejlesztés és régió-specifikus komplex termékek kialakítása
- II. A turistafogadás feltételeinek fenntartható fejlesztése
- III. A turizmus szervezeti és működési feltételeinek biztosítása

Az Észak-Magyarország és a Tisza-tó Régió turizmusfejlesztési alapvető, átfogó céljai és a stratégiai beavatkozási irányok, a funkcionális jellegű fejlesztés tartalma egybeesik, hiszen

- a helyi lakosság életlehetőségeit, a versenyképességet és a társadalmi, fenntarthatósági céljai kerülnek kiemelésre,
- a hármas beavatkozási terület közös – turistafogadás feltételei – vonzerő és termékfejlesztés – szervezeti rendszer fejlesztése.

6.2. „3D-STRATÉGIA” - Funkcionális – termék és területi prioritások a stratégiában

A stratégia alaptörekvései, fő céljai elérése érdekében megfogalmazott aktuális szakmai cél, a versenyképesség érdekében javasolt hármas funkcionális beavatkozás-csomagban több konkrét intézkedés megvalósítása szükséges, melyet a stratégia a közösségi támogatási rendszer, a II. Nemzeti Fejlesztési Terv, s annak operatív programjai által segíthet, támogathat.

A régió stratégiai prioritásait 3 dimenzióban, az ún. 3D stratégiában foglaltuk össze.

A turizmusfejlesztési stratégia feladata, hogy a **funkcionális prioritások** mellett meghatározza azon további szakmai beavatkozásokat is, melyek arra adnak választ, hogy mely turizmusterületen és mely földrajzi desztinációkban lehet a fejlesztéseket a leghatékonyabban megvalósítani, azaz hol van a fejlesztési célok elérésére fordítandó erőforrások leghatékonyabb felhasználása.

A helyzetelemzésünk, a keresleti trendek értékelése alapján a régióban az alábbi **termékprioritásokat** jelöljük ki:

1. **Komplex** közösségi forrásokkal támogatott **fejlesztési program** megvalósítása indokolt a tervezési időszakban: az egészségturizmus és a kulturális turizmus terén.
2. **Kiemelt turizmusfejlesztési területnek** jelöljük meg: a bor és gasztronómia, az aktív-, az öko- és a falusi turizmust, mely területeken megvalósuló funkcionális fejlesztések közösségi forrásokkal történő támogatása különösen eredményes lehet.
3. A „**horizontális**” **termékprioritások** között kiemelten fontosnak ítéljük a **tematikus utakat**, a különböző terméktémákra felfűzött kínálatot, mely sajátos, izgalmas, komplexebb, multi-termék jellegű, jól értékesíthető kínálat kialakítását eredményezheti.

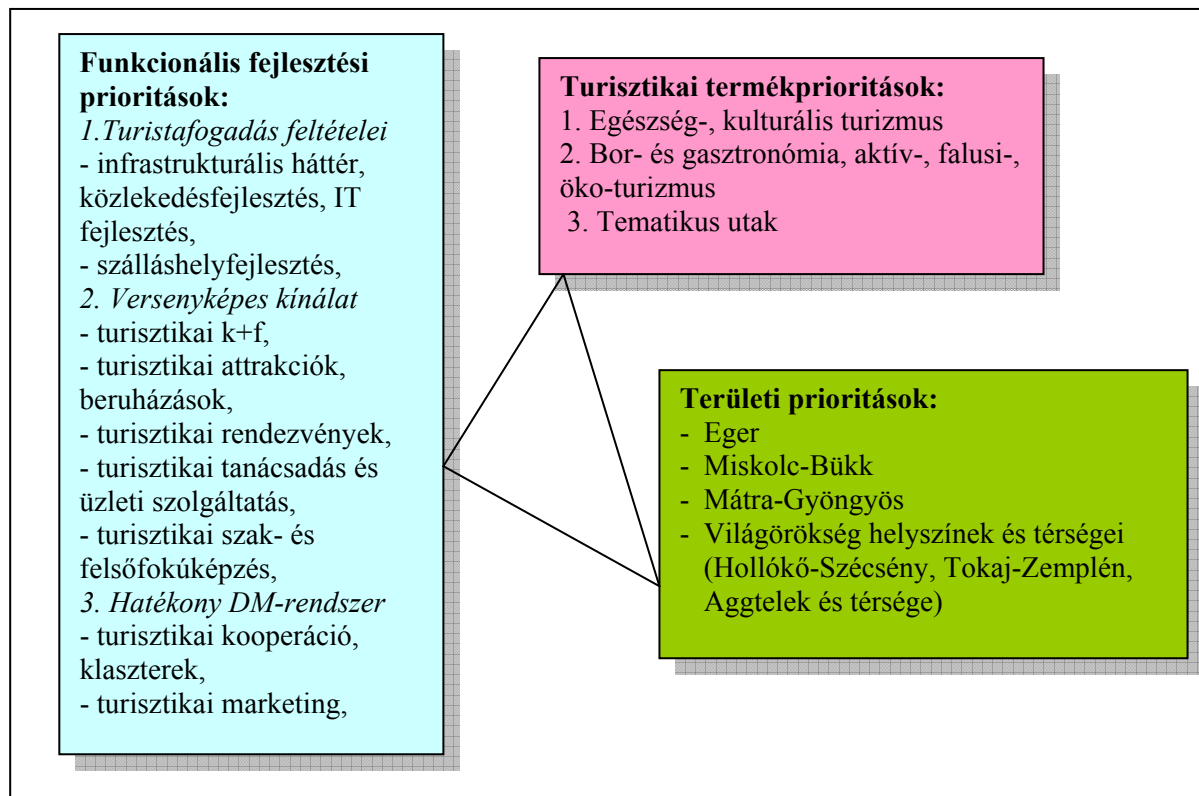
A funkcionális és termékprioritások mellett különösen fontosnak, a régió turisztikai arculatát, versenyképességét meghatározónak tartjuk, hogy a régióon belüli legjelentősebb desztinációk kiemelt figyelmet kapjanak, fejlesztésük koncentráltan, a keresleti igényeknek megfelelő termék-komplexitásban történjen, hiszen a turisztikai kereslet nem tisztán, túlszegmentáltan jelentkezik, hanem egy földrajzi helyen több termékkel szemben együttesen, kombináltan jelenik meg. Ez a földrajzi komplexitási igény indokolja a **területi prioritások** meghatározását. Az Észak-Magyarország Régió szerencsés adottsága, hogy **több olyan desztinációval rendelkezik, melyekre karakteres arculat, turisztikai márka építhető, melyek**

együttese építi a régió-márkáját, imázsát. Ezen megfontolásokra épülően földrajzi , területi prioritási javaslatunk három elvre épül:

1. A régió turisztikailag kiemelkedő nagyvárosi desztinációi Eger, Miskolc, mely városok nemzetközi és országos vonzerőkkel, jelentős turisztikai potenciállal bírnak.

2. A régió világörökség helyszínei, melyek egyediség, nemzetközileg definiálható márkává fejleszthető, különösen a térségére épülő komplex fejlesztési szemlélettel, nevezetesen: Aggtelek és térsége, Tokaj-Zemplén, Hollókő-Szécsény-Ipolytarnóc.

3. Mátra-Gyöngyös, mint a régió azon egyedülálló attrakciója és térsége, melyet az ország legmagasabb hegye, többemű turisztikai kínálattal, s kapuvárosával, Gyöngyössel együtt képezhet önállóan definiálható desztinációt.



A turizmusfejlesztési stratégia prioritásrendszere 2007-13 időszakra

Az ÉM-Régió turizmusfejlesztési stratégiájának céljai és programjai szakmailag összhangban vannak a Tisza-tó Régióra kidolgozott törekvésekkel, azok számára keretet, kapcsolódást, s részben finanszírozási lehetőséget biztosítanak a területfejlesztési operatív programban.

A Tisza-tó törekvéseit összefoglaló táblázatot az alábbiakban foglaljuk össze, ezzel is jelezve, hogy a tervezett konkrét intézkedések szintjén is szakmailag koherens kapcsolatok fogalmazódtak meg, melyek jelzik a közös helyzetre és a közös lehetőségekre építkező hasonló stratégia gondolkodást, annak ellenére, hogy a megoldások differenciáltsága, megközelítése kapcsán nem megegyező struktúrában került kifejtésre az Észak-Magyarországi és a Tisza-tavi program.

A célok elérését szolgáló stratégiai programok, alprogramok és intézkedések a Tisza-tónál

| Stratégiai programok (prioritások) | Alprogramok | Intézkedések | | |
|--|--|--|---|---|
| I. Vonzerőfejlesztés és régió-specifikus komplex termékek kialakítása | I.1. Ökoturizmus | I.1.1. | Ökológiai megfigyelő állomások, tornyok, ösvények kialakítása | |
| | | I.1.2. | Ökoturisztikai látogató-, és oktató- központok létrehozása és programkínálatuk kidolgozása | |
| | | I.1.3. | Az ifjúsági turizmus fejlesztését szolgáló öko-program kínálat kialakítása | |
| | | I.1.4. | Az ökológiai állapot fenntartását biztosító szervezeti - gazdálkodási rendszerek kialakítása | |
| | I.2. Vízi és vízparti aktív turizmus | I.2.1. | Vízi turisztikai eszközökhöz alkalmazkodó túraútvonalak, szolgáltatáscsomagok kialakítása | |
| | | I.2.2. | Szabadvízi strandok fejlesztése, szolgáltatásainak bővítése | |
| | | I.2.3. | Horgászturizmus feltételeinek javítása | |
| | I.3. Regionális vonzerővel rendelkező, egyedi kínálati elemek fejlesztése | I.3.1. | Egészségturisztikai kínálat fejlesztése és összehangolása, a régió termálvízkincsének komplex hasznosítása | |
| | | I.3.2. | Falusi turizmus szolgáltatásainak fejlesztése, a helyi népi értékek, hagyományok turisztikai terméké formálása | |
| | | I.3.3. | Konferenciaturizmus regionális kínálatának kialakítása | |
| | | I.3.4. | Kerékpáros túraútvonalak és szolgáltató hálózat kialakítása, csillagtúrák kidolgozása | |
| | | I.3.5. | Régióra jellemző, összehangolt rendezvénykínálat megteremtése | |
| | I.4. Kínálat színesítő egyéb vonzerők fejlesztése | I.4.1. | Vadászturizmus feltételeinek javítása | |
| | | I.4.2. | Az épített örökség turisztikai hasznosítása, tematikus utak kidolgozása, | |
| | | I.4.3. | Gasztroturizmus fejlesztése, tematikus utak kialakítása | |
| | | I.4.4. | Lovas szolgáltatások hálózatának kialakítása, komplex csomagok létrehozása | |
| | | I.4.5. | A régióban fellelhető unikális termékek előállító műhelyeinek látogathatóvá tétele | |
| | II. A turistafogadás feltételeinek fenntartható fejlesztése | II.1. Közlekedési infrastruktúra fejlesztése | II.1.1. | Kikötőhálózat fejlesztése |
| | | | II.1.2. | Vízi útvonalak kijelölése és fenntartása, vízfelületek hasznosításának szabályozása |
| | | | II.1.3. | Turisztikai attrakciók megközelíthetőségének javítása |
| II.1.4. | | | A régió belüli közúti hálózat fejlesztése, tiszai átkelő-helyek fejlesztése, a tömegközlekedés feltételeinek javítása | |
| II.1.5. | | | Kerékpárút-hálózat fejlesztése (EuroVelo 11.) | |
| II.2. Szálláshelyek fejlesztése | | II.2.1. | Minőségi szálláshelyek fejlesztése, korszerűsítése és kapacitásának növelése | |
| | | II.2.2. | Kempingek és nomád szálláshelyek fejlesztése | |
| | | II.2.3. | Falusi szálláshelyek minőségi fejlesztése | |
| | | II.2.4. | Kereskedelmi szálláshelyek arányának növelése | |
| II.3. Vendéglátás kínálatának fejlesztése és színvonalának emelése | | II.3.1. | A víz felől (is) megközelíthető vendéglátó egységek mennyiségi és minőségi fejlesztése | |
| | | II.3.2. | Tájjellegű és célcsoportonként differenciált vendéglátó infrastruktúra megteremtése | |
| II.4. Környezeti állapot tudatos fejlesztése | | II.4.1. | Rend és tisztaság megteremtése | |
| | | II.4.2. | Zöldfelületek arányának növelése | |
| | | II.4.3. | Szelektív hulladékgyűjtés | |
| | II.4.4. | Településközpontok arculatának és (köz)szolgáltatásainak fejlesztése | | |

| | | | |
|---|--|---|--|
| | | II.4.5. | Müemléképületek, kastélyok állagának megőrzése és javítása, turisztikai hasznosításra alkalmas átalakítása |
| III. A turizmus szervezeti és működési feltételeinek biztosítása | III.1. Humán erőforrás feltételek javítása | III.1.1. | Ökoturisztikai szemlélet kialakítása és erősítése az önkormányzati, civil és vállalkozói szférában |
| | | III.1.2. | Közép- és felsőfokú, szakma specifikus képzések elindítása |
| | | III.1.3. | Iskolarendszeren kívüli speciális képzések (túravezető, horgászvezető, etikett, protokoll) |
| | | III.1.4. | Küldő területeknek megfelelő nyelvek oktatása iskolarendszerben és azon kívül |
| | | III.1.5. | Önkormányzatok turisztikai szakértői háttérének, referenci biztosítása |
| | III.2. Marketing | III.2.1. | Marketingszemlélet kialakítása és erősítése az önkormányzati, civil és vállalkozói szférában |
| | | III.2.2. | Az Ökoturisztikai Régió® márkázása, imázsának növelése, a régióhoz kötődő unikális termékek márkázása |
| | | III.2.3. | A régióban élők identitástudatának erősítése, minőségbiztosítási rendszerek használata |
| | | III.2.4. | A két szomszédos területfejlesztési és turisztikai Régióval összehangolt, de egyedi arculatú marketing tevékenység. |
| | III.3. Szervezetek és együttműködési hálózatok fejlesztése | III.3.1. | A regionális turizmushoz kapcsolódó intézményrendszer fenntartása és fejlesztése, más szakmai intézmények és szervezetek átláthatóságának javítása, döntési mechanizmus egyszerűsítése |
| | | III.3.2. | Állami és interregionális kapcsolatok erősítése és hasznosítása |
| | | III.3.3. | Önkormányzatok együttműködési hajlandóságának növelése, a háttértelepülések integrálása |
| | | III.3.4. | Mini-klaszterek, szolgáltatói hálózatok létrehozása |
| | | III.3.5. | Ökológia és gazdaság érdekeinek összehangolása, eltérő profilú szervezetek együttműködése |
| | III.4. Információs rendszerek, telekommunikáció fejlesztése | III.4.1. | Tourinform irodák tevékenységének minőségi fejlesztése |
| | | III.4.2. | Digitális hálózatok és átjárható kommunikációs csatornák fejlesztése |
| III.4.3. | | Segélyhívó és viharjelző rendszerek kialakítása és működtetése | |
| III.4.4. | | Tájékoztatót és tájékoztatást szolgáló információs táblarendszerek kiépítése és továbbfejlesztése (vízterületek, közutak, települések belterületei) | |

A Tisza-tavi Ökoturisztikai Régió vezető terméke a világörökség részét képező Hortobágyi Nemzeti Park vizes élőhelyére épülő, szervezett ökoturizmus. Ez a régió számára azt a jövőképet fogalmazza meg, hogy a Tisza-tó az ország unikális, nemzetközi vonzerővel bíró ökoturisztikai kirándulóhelye, mely szervesen hozzájárul az országos kínálat bővítéséhez, garantált programként szolgálja ki a belföldi keresletet és a nemzetközi beutazó turizmus garantált programbázisává válik. A természeti adottságokból és attrakciókból következik, hogy a Tisza-tó *elsősorban a vízparti üdülések, a víziturizmus és a horgászturizmus egyedi arculatú, meghatározó desztinációja*. E markáns egyedi termékek nem konkurálnak az Észak-Magyarországi turisztikai régió kínálatával, hanem éppen erősíthetik, kiegészíthetik a termékek és desztinációk összekapcsolásával.

6.2.1. Funkcionális fejlesztések leírása és indikátorai

A TURISTAFOGADÁS FELTÉTELEI

A turistafogadás feltételeinek fejlesztése terén az alábbi területeken történő beruházások, programok megvalósítására van szükség:

- Közlekedésfejlesztés – mely elsősorban a turisztikai szempontból kiemelt desztinációk, attrakciók megközelíthetőségét kell, hogy szolgálja, hiszen az utazási célpont megválasztásának fontos kritériuma. A közlekedésfejlesztés a területfejlesztési operatív programokban nem a turizmus szakmaterületénél jelenik meg, ugyanakkor a stratégia feladata, hogy ezen infrastrukturális fejlesztések kijelölésében **kapjanak prioritást a turizmus-érintett programok, beruházások.** Kiemelten fontosnak tartjuk:
 - A régió légi közlekedésének fejlesztését, melyben elsősorban a **regionális – Mezőkövesd-Mezőcsát – reptér kialakítása** adna jelentős lökést a nemzetközi turizmusunknak. (Különösen fontos lenne Eger, Miskolc fejlesztésében.)
 - A nemzetközi tapasztalatok szerint is elsősorban a belföldi turizmus (ifjúsági, családi stb.) fejlődésében játszhat kiemelt szerepet a vasúti közlekedés, ezért fontosnak tartjuk a **gyorsvasúti hálózat fejlesztését**, s a technikai korszerűsítés mellett a „**turistabarát-tarifarendszer**” kialakítását.
 - A **szálláshely-kínálat** fejlesztése – miként a régió elemzésében bemutattuk elengedhetetlen. A várhatóan növekvő kereslet, s a kereslethez igazodó strukturális arányok kialakítása érdekében **új férőhelyek létesítése** (magas minőségű szállodák, konferencia-szállodák, valamint korszerű ifjúság szálláshelyek mellett kívánatosnak tartjuk a látogató-turizmus, s az üzleti utazás legalább egyéjszakás megtartása érdekében a nemzetközi sztenderdekhez hasonló (pl. Etap, Ibisz stb.) hotelek nagyvárosainkban való beruházásait. Támogatandónak ítéljük az arra érdemes, **meglévő kereskedelmi szálláshelyek korszerűsítését.**
 - **Vendéglátás fejlesztése** – a desztinációk, a célcsoport igényekhez történő illeszkedése érdekében jelentős fejlődés szükséges a kiemelt desztinációkban. A közösségi támogatás elsősorban bizonyos korszerűsítések (légkondicionálás, kerthelyiség stb.) ösztönzésével nyújthat segítséget a vállalkozásoknak.
 - Települési arculat, épített örökségek fizikai állapotának megóvása, korszerűsítése szintén fontos turista-vonzó elem. Ezen rehabilitáció-típusú települési, város-fejlesztések szintén elsősorban más szakmai területfejlesztési operatív programban kaphatnak támogatást. **A régió kiemelt turisztikai desztinációinak városai, települései e téren is kapjanak prioritást.**
 - Környezeti állapot javításának programjai ki kell, hogy térjenek a hulladék-gazdálkodásra, a tájképi sebek eltüntetésére, a városokban, kiemelt turisztikai településeken a zöldterületek fejlesztése, a vízbázisok védelme terén. Itt szoros kapcsolat építendő ki a Tisza-tó turisztikai régióval, a Tisza folyó hatékonyabb turisztikai hasznosításának megvalósításával. A Tisza árvízvédelmi beruházásai a Bodrog-közben jelentős turisztikai potenciált hoznak létre a tárgyidőszakban. (víztározók rendszere) A következő tervezési időszakban a térség vonzóbb desztinációvá fejlesztésében a regionális stratégia is kiemelt figyelmet adhat.

- Egyéb (köz)szolgáltatások terén elsősorban a tömegközlekedés, az e-közigazgatás, az egészségügy, a fogyasztóvédelem területén szükséges a közösségi, önkormányzati szféra fokozottabb odafigyelése, szerepvállalása. A közvetett eszközökkel, szabályozással szükséges befolyásolni az üzleti alapú, azzá váló szolgáltatások „turista-barát” jellegének erősítését, pl. kereskedelem nyitva tartása, higiénés feltételek biztosítása, taxi, postai, pénzügyi szolgáltatások stb.

A turista-fogadás feltételei témában a közvetlenül turizmusfejlesztés-orientált operatív programba is megjelenítendő fejlesztési intézkedéseket az alábbiakban foglaljuk össze :

1. A turisztikai szempontból kiemelt desztinációk attrakciói elérhetőségének javítása

| | |
|--|--|
| Háttér és indoklás | Egy régió versenyképességét erőteljesen befolyásoló tényező a régió különböző pontjainak elérhetősége. Az Észak-Magyarországi régióban a turizmust, mint kiemelt fejlesztési területet szintén befolyásolják az elérhetőségi lehetőségek. Az elérhetőség javítása tehát a turizmusban is, mint ágazatban kiemelkedően fontos szerepet játszik. Mivel ez a meghatározó tényező a jövedelmezőség egyik alappillére, ezért annak fejlesztése kiemelt terület. A régióban meglévő, az aktív turizmushoz kapcsolódó logisztikai szolgáltatások és infrastrukturális rendszerek elavultak, nem felelnek meg az igényeknek. A kerékpáros, a lovas és a bakancsos turizmushoz kapcsolódó turisztikai lehetőségek jobb kihasználtságának feltétele a logisztikai csomópontok kialakítása. |
| Cél: | Turisztikai szempontból kiemelt desztinációk elérhetőségének javítása, a vonzerő javítása, turizmushoz kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése, Az Észak-Magyarországi régióban is jellemző a turisztikai keresletre, egyedi és aktív turisztikai termékek és szolgáltatások iránti érdeklődés növekedése kapcsolódó logisztikai hálózatok kialakításával. |
| Támogatható tevékenységek: | Kerékpáros « logisztikai központok » építése, fejlesztése. Lovas turizmushoz kapcsolódó regionális logisztikai hálózat és csomópontok kialakítása, a kiemelt helyszínek megközelítését lehetővé tevő tömegközlekedési eszközök menetrendjének racionalizálása, Parkolóhelyek kialakítása az idegenforgalmi nevezetessége közelében, Idegenforgalmi nevezetességek elérhetőségét ismertető információs táblák elhelyezése közutak mentén |
| Elszámolható költségek: | Tervezés, építés költségei - Eszközbeszerzés költségei - Szolgáltatások igénybevétele |
| Támogatás formája: | Vissza nem térítendő - 95-100% |
| Projekt kiválasztási kritériumok | Regionális célokhoz való illeszkedés, megvalósíthatósági szempontok |
| Földrajzi beavatkozási területek a régióban: | Észak-magyarországi régió |
| Célcsoport (kedvezményezettek): | Gazdasági társaságok. Non profit szervezetek (közhasznú társaságok, egyesületek, alapítványok, valamint egyéb jogi személyiséggel rendelkező non-profit szervezetek); Helyi önkormányzatok és intézményeik. A kedvezményezetti körbe tartozó szervezetek által létrehozott partneri együttműködés. Nemzeti Parkok, Tájvédelmi Körzetek |
| Tervezett bekerülési költség: | 3 Mrd Ft |
| Output-Eredmény-Hatás indikátor | Turisztikai helyszínek fizikai elérhetőségének javulása Turisták számának növekedése a korábban nehezen megközelíthető helyeken. A régióban az eltöltött vendégéjszakák növekedése A régió bevételeinek növekedése Közvetett munkahelyteremtés Parkolóhelyek (logisztikai pontok) száma a nevezetességek közelében Racionalizált menetrendek száma Információs táblák száma Az aktív turizmus résztvevői számának növekedése Szállított személyek száma, |

2. Turisztikai fogadóképesség javítása az Észak-Magyarországi régióban

| | |
|---|--|
| Kapcsolódás a régió középtávú fejlesztési célkitűzéseivel | -A régió jelentős természeti értékeire, változatos táji adottságaira, hagyományaira támaszkodó turizmus kialakítása -Egyedi szolgáltatások iránti igény erősödésének kielégítése, a kulturális turizmus és a konferencia és rendezvényturizmus iránti növekvő igény kielégítése -A turizmus versenyképességének, jövedelmezőségének, jövedelemtermelő képességének erősítése -A régió kedvező turisztikai lehetőségeinek hatékony kihasználása esetén a vendégforgalom jelentős bővülésének elérése |
| Háttér és indoklás | Egy terület adottságainak kiaknázása magában foglalja a turisztikai fogadóképesség javítását, a szálláshelyek környezetbarát és tájba illő üzemeltetését, a turisztikai vonzerő növelését. A turisztikai vonzerők terméké fejlesztéséhez szükséges a vonzerőkhöz kapcsolódó szolgáltatás-kínálat választékának és minőségének fejlesztése. |
| Cél: | A kereskedelmi szálláshelyek színvonalának és szolgáltatásainak javítása, új szálláshelyek létesítése a vonzerők közelében. A turisztikai vonzerőkhöz kapcsolódó szolgáltatások bővítése |
| Támogatható tevékenységek: | Szálláshelyek fejlesztése, építés, felújítás, tervezés költségei Vonzerőkhöz kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése |
| Elszámolható költségek: | Tervezési, építési költségek - Eszközbeszerzés költségei - Szolgáltatásfejlesztés költségei - Tanácsadás, adminisztrációs költségek - Személyi jellegű költségek |
| Támogatás formája: | Vissza nem térítendő - 50-90% |
| Projekt kiválasztási kritériumok | Intézkedés specifikus szakmai szempontok - Megvalósíthatósági szempontok - Hatékonysági szempontok |
| Földrajzi beavatkozási területek a régióban: | A régió kiemelt desztinációi. |
| Célcsoport (kedvezményezettek): | Gazdasági társaságok. Non profit szervezetek (közhasznú társaságok, egyesületek, alapítványok, valamint egyéb jogi személyiséggel rendelkező non-profit szervezetek); Helyi önkormányzatok és intézményeik A kedvezményezetti körbe tartozó szervezetek által létrehozott partneri együttműködés. |
| Tervezett bekerülési költség: | 25 Mrd Ft |
| Output-Eredmény-Hatás indikátor | Felújított turisztikai fogadó-egységek száma és területe. Új turisztikai egységek száma és területe Az új munkahelyek száma. A megtartott munkahelyek száma. Turisztikai bevételek növekedése Tartózkodási idő a támogatott területeken. A befektetések összértékének növekedése a turizmus ágazatban. |

2. VERSENYKÉPES KÍNÁLAT – VONZERŐK – ATTRAKCIÓK LÉTREJÖTTÉNEK KÖZVETLEN ÉS KÖZVETETT TÁMOGATÁSA

A stratégiai program feladata, hogy támogassa a **turisztikai szolgáltatók**, a vállalkozások, non-business szervezetek, s közösségi-önkormányzati intézmények közvetlen **kínalat-termékfejlesztő tevékenységét**, illetve **általános, vállalkozói-innovációs képességeinek, kompetenciáinak fejlődését** annak érdekében, hogy a régió turisztikai kínálat ne csupán egy adott időpontban, hanem **folyamatosan versenyképes legyen** az innovációk révén, s **létrejőjenek a szakszerű, felkészült működtetésük garanciái**. A stratégia e funkcionális fejlesztési programja szorosan kapcsolódik a régió operatív programjának versenyképességet javító (TECHNORÉGIÓ) programjához, s az innováció-tudás alapú fejlesztési elemeiben a TECHNOPOLISZ, Miskolc Fejlesztési Pólus stratégiához, programhoz.

A funkcionális fejlesztéseknek területei, melyekhez konkrét támogató intézkedések építhetők:

- a turisztikai k+f, innovációs tevékenység támogatása,
- a turisztikai vállalkozásoknak, szervezeteknek nyújtandó üzleti tanácsadó, szolgáltatási tevékenység támogatása ,
- új turisztikai vállalkozások létrejöttének, a vállalkozóvá válás feltételeinek támogatása,
- turisztikai szak- és felsőfokú képzések támogatása,

1. A turizmushoz kapcsolódó kutatások és fejlesztések támogatása

| | |
|--|---|
| Háttér és indoklás | A régió turizmusának fejlődéséhez elengedhetetlen az ágazathoz kapcsolódó kutatási és fejlesztési lehetőségek biztosítása a felsőoktatási intézmények számára. A régió turisztikai szereplőinek magas színvonalú termék és szolgáltatásfejlesztése hozzájárul a turizusból származó bevételek növekedéséhez, a turisztikai szereplők együttműködéséhez és az igényeknek megfelelő szakmák és szakok létrehozásához és feltételrendszerének megteremtéséhez. |
| Cél: | K+F tevékenység támogatása, turisztikai termék és szolgáltatásfejlesztés Turisztikai technológiai megoldások, rendszer kifejlesztése és működtetése. A gazdasági élet szereplői és a régió felsőoktatási intézményei kapcsolatrendszerének bővítése. Régió specifikus, innovatív turisztikai termékek létrehozása |
| Támogatható tevékenységek: | Kutatás, fejlesztés – Turisztikai innovációk - termék és szolgáltatásfejlesztés megvalósítása Vállalkozások – felsőoktatás kooperációs kutatási programjainak támogatása |
| Elszámolható költségek: | Szellemi tevékenység, Személyi jellegű kiadások, bérek, bérjellegű költségek, Termékfejlesztés és szolgáltatás fejlesztés költségei |
| Támogatás formája: | Vissza nem térítendő - 100 % |
| Projekt kiválasztási kritériumok | Regionális turizmusfejlesztési stratégiához való illeszkedés Intézkedés specifikus szakmai, hatékonysági, gazdaságossági szempontok |
| Földrajzi beavatkozási területek a régióban: | Észak-magyarországi régió |
| Célcsoport (kedvezményezettek): | Felsőoktatási intézmények, Gazdasági társaságok, Non-profit szervezetek, Közhasznú társaságok, Kereskedelmi és Iparkamarák |
| Tervezett bekerülési költség: | 1 Mrd Ft |
| Output-Eredmény-Hatás indikátor | Kutatási programok, projektek száma – létrejött új szolgáltatások és termékek száma - Innovatív turisztikai szolgáltatások - Turisztikai bevételek növekedése |

2. Turisztikai tanácsadói és üzleti szolgáltató hálózat kialakítása és fejlesztése

| | |
|---|--|
| Kapcsolódás a régió középtávú fejlesztési célkitűzéseivel | -Turisztikai szolgáltatások fejlesztése -Turisztikai szakemberek képzése -Turizmushoz kapcsolódó humán erőforrás fejlesztése -Régió specifikus szakmai képzések |
| Háttér és indoklás | A régió gazdasági versenyképességének növeléséhez a piaci igényeknek megfelelő ismeretekkel rendelkező, döntésképes vezető szükséges. A vezető alkalmazottak, menedzserek, tulajdonosok szakmai ismereteinek fejlesztése, stratégiai és operatív döntéseinek támogatása a régió gazdasági fejlődése szempontjából fontos ágazatokban, a turizmusban is jelentősen növelheti az adott szektor gazdasági szereplőinek és ez által az egész régió gazdaságának versenyképességét. A tény szakma- és ágazat specifikus tanácsadói (vállalkozásközvetlen) program indítását teszi indokoltá. A „szakmabeliek” találkozásának és tapasztalatcseréjének egyik fontos színtere a rendszeres regionális szakkiállítások és konferenciák szervezése. |
| Cél: | Emeltszintű szolgáltatás és tanácsadás nyújtása a turizmus szereplői számára, regionális turisztikai konferencia és szakkiállítás rendszer kialakítása. |
| Támogatható tevékenységek: | Kiállítás és konferencia szervezése turisztikai szakembereknek Regionális „utazás kiállítás” szervezése a nagyközönség számára Szakmai fórumok, tréningek, továbbképzések, tanácsadás nyújtása a turizmus vezető munkatársai, szakemberi számára. |
| Elszámolható költségek: | Szolgáltatások igénybevétele, szakmai rendezvények szervezési költségei, Igényfelmérés költségei, Tanácsadói, tréning program költségei |
| Támogatás formája: | Vissza nem térítendő - 90% |
| Projekt kiválasztási kritériumok | Regionális célokhoz való illeszkedés - Megvalósíthatósági, hatékonysági szempontok |
| Földrajzi beavatkozási területek a régióban: | Észak-Magyarországi régió |
| Célcsoport (kedvezményezettek): | Gazdasági társaságok. Non profit szervezetek (közhasznú társaságok, egyesületek, alapítványok, valamint egyéb jogi személyiséggel rendelkező non-profit szervezetek); Helyi önkormányzatok és intézményeik, a kedvezményezetti körbe tartozó szervezetek által létrehozott partneri együttműködés. Képző intézmények |
| Tervezett költség: | 1 Mrd Ft |
| Output-Eredmény-Hatás indikátor | Tanácsadók, szolgáltatók száma, Szolgáltatások igénybevételének növekedése, Szolgáltatások színvonalának növekedése, Közvetett munkahelyteremtés |

3. Turisztikai vonzeró, attrakciók fejlesztése

| | |
|--|---|
| Háttér és indoklás | A turisztikai vonzerók hasznosításához a régióban meg kell teremteni a versenyképes kínálatot, attrakciókat. A nemzetközi trendek által is jelzett változások közül az egyedi szolgáltatások iránt fokozódó igényeknek megfelelő turisztikai vonzerók, attrakció képezik a legalkalmasabb lehetőséget. Az intézkedés keretében létrejövő fejlesztések célja a régió idegenforgalmának növekedése, amely az eltöltött vendégéjszakák számának növekedésében, továbbá az idegenforgalom kínálati oldalán megjelenő szolgáltatások, látványok, események látogatottságának növekedésében jelentkeznek. |
| Cél: | Nemzetközi szinten is versenyképes turisztikai attrakciók, termékek fejlesztése, amelyek a régió sajátos kulturális örökségeire és természeti értékeire építenek. A turisztikai termékek regionális koncentráltságának csökkentése. Természeti értékek megóvása, látogatóbarát fejlesztése |
| Támogatható tevékenységek: | Nemzeti parkok és más védett természeti területek turisztikai látogatottságához szükséges fejlesztések ösztönzése; Jelentős potenciállal rendelkező világörökségi helyszínek és történelmi városközpontok fejlesztése; Kastélyok és várak turisztikai funkciókkal való fejlesztése; Múzeumok látogatóbarát fejlesztése; háttér infrastruktúrájuk fejlesztése, interaktív múzeumi szolgáltatások kialakítása, Regionális nagyrendezvények kiemelt támogatása, Borút helyszíneinek, szolgáltatásainak fejlesztése, Tematikus utak helyszíneinek, állomásainak fejlesztése, Termál és wellness turizmus infrastruktúra és szolgáltatás fejlesztése, Speciális egészségügyi turizmus infrastruktúra és szolgáltatás fejlesztése, Aktív turizmushoz kapcsolódó infrastrukturális fejlesztés pl. golfpályák létesítése. Kulturális rendezvények, fesztiválok. Bor és gasztronómiai rendezvények, fesztiválok. Kulturális örökséghez kapcsolódó kulturális rendezvények. Legalább regionális vonzeróval bíró kulturális turisztikai rendezvények |
| Elszámolható költségek: | Tervezési, építési költségek - Eszközbeszerzés költségei - Szolgáltatásfejlesztés költségei Tanácsadás, adminisztrációs költségek - Személyi jellegű költségek - Szolgáltatások költségei - Marketing költségek - Rendezvényszervezés költségei |
| Támogatás formája: | Vissza nem térítendő - 75-95 % |
| Projekt kiválasztási kritériumok | Intézkedés specifikus szakmai szempontok, Megvalósíthatósági szempontok, Hatékonysági szempontok |
| Földrajzi beavatkozási területek a régióban: | A régió belüli kiemelt desztinációkhoz, szakmai klasszterekhez kapcsolódó földrajzi területek. |
| Célcsoport (kedvezményezett): | Helyi önkormányzatok és intézményeik, Helyi önkormányzati társulások, Közhasznú tevékenységet folytató, nem profitorientált gazdasági társaságok, amelyekben a közszféra többségi tulajdonnal bír, Központi költségvetési szervek és intézményeik; Non-profit szervezetek |
| Tervezett bekerülési költség: | 37 Mrd Ft |
| Output-Eredmény-Hatás indikátor | Versenyképes turisztikai attrakciók, termékek száma, Felújított turisztikai szempontból kiemelt helyszínek száma Látogatottság növekedése, Eltöltött vendégéjszakák számának növekedése, Addicionális költség növekedése, Szezonális költség csökkentése, A turisztikai bevételek arányának növekedése a régióban. Kiemelt rendezvények száma. Támogatott rendezvények száma. Részvevők száma |

4. A turizmus szereplőinek, szolgáltatóinak többszintű képzése az iskolarendszerben, s az iskolarendszeren kívüli

| | |
|--------------------|--|
| Háttér és indoklás | A képzések során, a turizmus terén dolgozó szakemberek a felmerülő feladatok megoldására alkalmas specifikus ismereteket sajátíthatnak el, így hatékonyabban működtethetik a vállalkozásokat és szervezeteket. A nyelvi képzések javítják a régió beutaztatási feltételeit. A fokozódó idegenforgalmi versenyben való érvényesülés feltétele a gyors reagálás, pontos tájékoztatás és rugalmasság. Ennek nélkülözhetetlen feltétele az IKT használatának készségi szintű elsajátítása. A RAT által kitűzött célt a korszerű technológia alkalmazását, csak megfelelő ismeretekkel és kompetenciákkal rendelkező vállalkozók és munkavállalók tudják megvalósítani. |
| Cél: | A turizmusban résztvevők képzése (alap, közép és felsőfokon) Humán erőforrás fejlesztése, tartalékok mozgósítása - Továbbképzések, átképzések, szakképzési formák korszerűsítése - Turizmus humán erőforrás feltételeinek biztosítása Idegenforgalmi, kommunikációs, informatikai képzés, Kapcsolódó kompetenciák kialakítása, fejlesztése |

| | |
|--|---|
| | Korszerű technológia alkalmazása, Marketing Információs Rendszer kialakítása, Turisztikai információs rendszer személyi feltételeinek megteremtése |
| Támogatható tevékenységek: | Képzések tananyagának kidolgozása - Tankönyvek, képzési segédanyagok megírása kidolgozása, előállítása - Képzések megtartása - Felhasználó orientált informatikai képzések tananyagának és segédanyagainak kidolgozása, adaptálása, képzések megtartása - Kommunikációs tréningek tartása |
| Elszámolható költségek: | Szerzői és szerkesztői honorárium, szakértői díj - Tankönyvek és segédanyagok előkészítésének és előállításának költségei - Képzés szervezési és járulékos költségei -- Tanárok óradíja - Tanácsadó és trénercégek szolgáltatásainak díja |
| Támogatás formája: | Vissza nem térítendő- 50-80 % |
| Projekt kiválasztási kritériumok | Regionális célokhoz való illeszkedés - Megvalósíthatósági szempontok Újszerű metodikai megoldások alkalmazása - Régióspecifikus képzési-tematika kialakítása |
| Földrajzi beavatkozási területek a régióban: | Észak-Magyarországi régió |
| Célcsoport (kedvezményezettek): | Non profit szervezetek (közhasznú társaságok, egyesületek, alapítványok, valamint egyéb jogi személyiséggel rendelkező non-profit szervezetek); Helyi önkormányzatok és intézményeik, A kedvezményezett körbe tartozó szervezetek által létrehozott partneri együttműködés. Felnőttképzési intézményi akkreditációval rendelkező képzőintézmények |
| Tervezett bekerülési költség: | 1,5 Mrd Ft |
| Output-Eredmény-Hatás indikátor | Kidolgozott tananyagok száma - Kiadott tankönyvek és oktatási segédanyagok száma - Megtartott képzések - Képzést elvégzők száma - Megszerzett nyelvvizsgák száma - Képzésen résztvevő szakemberek hatékonyabb munkája - Régió idegenforgalmi szervezeteinek, vállalkozásainak magasabb színvonalú működése - Idelátogató turisták igényeinek jobb kielégítése - Idegen anyanyelvű turistákkal való kommunikáció színvonalának javulása - Informatikai ismeretek színvonalának emelkedése - IKT eszközök hatékonyabb felhasználása - Felhasználói kompetenciák kialakulása, fejlődése - Vállalkozások eredményesebb működése |

5. A turizmusban résztvevők vállalkozóvá válásának segítése

| | |
|--|--|
| Háttér és indoklás | A régióban alacsony szintű az 1000 lakosra jutó vállalkozások száma. A turizmusban rejlő gazdasági lehetőségek kihasználásához helyben élő, a helyi adottságokat és lehetőségeket ismerő és kihasználó vállalkozókra van szükség, akik vállalkozásukat rugalmasan és hatékonyan képesek működtetni. Ilyen kis- és középvállalkozói réteg kialakulását és a piacon való érvényesülését támogatja a program. |
| Cél: | Vállalkozóvá válás segítése, vállalkozói eredményesség javítása - vállalkozói szemlélet és képességek erősítése - Turisztikai vállalkozások szervezeti, működési feltételeinek javítása |
| Támogatható tevékenységek: | Vállalkozóvá válást segítő képzések, tananyagának és segédanyagainak kidolgozása, képzések megtartása, Turisztikai inkubátorház kialakítása - Tanácsadó és trénercégek szolgáltatásainak igénybevétele működő vállalkozások számára |
| Elszámolható költségek: | Szerzői és szerkesztői honorárium, szakértői díj - Építési költségek - Gép- és eszközbeszerzési költségek - Tanácsadó és trénercégek szolgáltatásainak díja |
| Támogatás formája: | Vissza nem térítendő - 50-90 % |
| Projekt kiválasztási kritériumok | Regionális célokhoz való illeszkedés - Megvalósíthatósági szempontok - Földrajzi beavatkozási területen folytatott eddigi tevékenység - Szakmaterület specifikus igényeinek figyelembevétele |
| Földrajzi beavatkozási területek a régióban: | Észak-Magyarországi régió kiemelt turisztikai desztinációi |
| Célcsoport (kedvezményezettek): | Gazdasági társaságok - Non profit szervezetek (közhasznú társaságok, egyesületek, alapítványok, valamint egyéb jogi személyiséggel rendelkező non-profit szervezetek); - Helyi önkormányzatok és intézményeik a kedvezményezett körbe tartozó szervezetek által létrehozott partneri együttműködés. |
| Tervezett bekerülési költség: | 1 Mrd Ft |
| Output-Eredmény-Hatás indikátor | Megtartott képzések- Megtartott tréningek - Igénybe vett tanácsadói szolgáltatások - Képzések résztvevőinek száma - Tréningek résztvevőinek száma - Tanácsadócégek szolgáltatásait igénybevevő vállalkozások száma - Új turisztikai vállalkozások létrejötte - Meglevő turisztikai vállalkozások hatékonyabb működése - Több turisztikai termék értékesítése, létrejövő turisztikai inkubáció, s infrastruktúrája. |

HATÉKONY TURISZTIKAI KOOPERÁCIÓK, DESZTINÁCIÓ-MENEDZSMENT RENDSZER

1. A turisztikai kooperációk, klaszterek, hálózatok létrehozása – interregionális együttműködések

| | |
|--|--|
| Háttér és indoklás | A nemzetközi turisztikai trendek, versenyképesség-vizsgálatok és a hazai, régiókon belüli elemzések is igazolják, hogy az egyre élesebb turisztikai versenyben, az egyre növekvő, komplexebbé váló vendégelvárásokban csak azok a desztinációk tudnak versenyelőnyre szert tenni, ahol megvalósul a turisztikai piac szereplőinek sokrétű, termék- és területspecifikus együttműködése. Az elemeire töredezett kínálat egyre kevésbé vonzó, egyre kevésbé működtethető gazdaságosan. A turisztikai vállalkozásoknak, non-business szervezeteknek meg kell tanulni « együttműködve versenyezni », létrehozva olyan stabil klaszter és hálózat típusú együttműködések, melyek alapelemei a desztináció menedzselésének, a versenyképes kínálat kialakításának. |
| Cél: | A desztináció-menedzsment hatékony megvalósítását lehetővé tevő turisztikai klaszterek, turisztikai hálózatok létrehozása, a régióon túlnyúló hazai és nemzetközi partnerekkel történő együttműködése, közös kooperációs formák kialakítása. |
| Támogatható tevékenységek: | Klaszter, hálózat szervező tevékenység, szervezés, tanácsadás, szakmai rendezvények szervezése, klaszter- és hálózati menedzsment kialakítása, klaszter és hálózati együttműködési rendszer kialakítása, működtetése, szükséges infrastruktúra kialakítása, |
| Elszámolható költségek: | Tervezési, építési költségek - Eszközbeszerzés költségei - Szolgáltatásfejlesztés költségei - Tanácsadás, adminisztrációs költségek - Személyi jellegű költségek |
| Támogatás formája: | Vissza nem térítendő - 90% |
| Projekt kiválasztási kritériumok | Regionális célokhoz való illeszkedés kritériuma - Intézkedés specifikus szakmai szempontok – kiemelt termékekhez és régióon belüli desztinációkhoz kötődés, nemzetközi, interregionális együttműködés, |
| Földrajzi beavatkozási területek a régióban: | Észak-magyarországi régió |
| Célcsoport (kedvezményezettek): | Regionális Fejlesztési Ügynökség - Regionális Marketing Igazgatóság – szakmai szervezetek, kamarák, vállalkozások |
| Tervezett bekerülési költség: | 1,25 Mrd. Ft |
| Output - Eredmény-Hatás indikátor | Az együttműködések, klaszterek, hálózatok száma, résztvevők köre, száma, létrejövő menedzsment szervezetek, infrastruktúra, külső hazai és nemzetközi együttműködések, partnerek száma, közös programok, projektek, Vállalkozások eredményesebb működése Idelátogató turisták igényeinek jobb kielégítése, hatékonyabb, gazdaságosabb kínálatfejlesztés, kommunikáció, értékesítés |

2. Regionális Turizmusmarketing – márkaépítés – arculatformálás

| | |
|----------------------------|--|
| Háttér és indoklás | A regionális szintű turizmus fejlesztésének egyik alappillére a hozzá kapcsolódó marketingstratégia kidolgozása. Egy regionális szintű turisztikai stratégia megmutatja azokat az irányokat, melyek további alapot teremtenek az Észak-Magyarországi Régió helyi adottságainak és potenciáljának jobb kihasználtságához. A stratégia célja, hogy segítse a régió turisztikai fejlesztésének hatékonyságát. Az elemzések, a kritériumrendszer és a kívánatos fejlesztési irányok kijelölése, valamint a módszertani javaslatok mind a régió turisztikai adottságainak optimális kihasználtságát, a turisztikai hálózatok együttműködését és a tőke bevonását teszik lehetővé. |
| Cél: | Az Észak-Magyarországi régió egységes turisztikai arculatának, márkájának kialakítása, regionális turisztikai marketing- és értékesítési stratégiájának kidolgozása, s a realizálását biztosító marketing eszközök megvalósítása. |
| Támogatható tevékenységek: | Marketing- és értékesítési stratégia kidolgozása - Marketing eszközök fejlesztése : piackutatások – marketing információs rendszer, adatbázis létrehozása és frissítése - kínálati koordináció – értékesítés –kommunikációs tevékenység, kampányok, programok megvalósítása. Web-szerkesztés, a programozás költségei, Anyaggyűjtés költségei, Kommunikációs költségek, Szakértői díjak, Regionális – kommunikációs és értékesítési turisztikai portál működtetése. |
| Elszámolható költségek: | Szakértői, kutatási tevékenységek, marketingszolgáltatások, médiaköltségek, kiadványok stb. |

| | |
|--|---|
| Támogatás formája: | Vissza nem térítendő - 90% |
| Projekt kiválasztási kritériumok | Regionális célokhoz való illeszkedés kritériuma - Intézkedés specifikus szakmai szempontok - Horizontális elvekhez való illeszkedés kritériuma |
| Földrajzi beavatkozási területek a régióban: | Észak-magyarországi régió |
| Célcsoport (kedvezményezettek): | Regionális Fejlesztési Ügynökség - Regionális Marketing Igazgatóság – desztinációs szervezetek, közösségi, non-business szervezetek, klaszterek, hálózatok |
| Tervezett bekerülési költség: | 3,5 milliárd Ft |
| Output - Eredmény-Hatás indikátor | Elkészült marketing stratégia - Alkalmazott marketing eszközök – régió-ismertség, imázs javulása itthon és külföldön, A turizmusból származó bevételek növekedése a régióban |

6.2.2. Terméktípus prioritások programjai és indikátorai

A funkcionális fejlesztések irányainak, beavatkozásainak kidolgozásában kiemeltük, hogy azok megvalósításának indokolt tartalmát, szakma-területeit a turisztikai termékprioritások jelölik ki. A fejlesztési stratégia második dimenzióját tehát a termékek, a kínálati területek képezik, melyeket az alábbiakban foglaljuk össze:

Az egészségturizmus és a kulturális turizmus terén komplex fejlesztési program kidolgozását javasoljuk az alábbiak szerint.

1. Egészségturizmus -

Cél: Az egészség-turizmus a régiót integráló hatású, vezér-termékké fejlesztése megkezdődött, ezt a folyamatot mindenképpen folytatni kell:

- a hagyományos gyógy-turizmus fejlesztési program kiszélesített tartalmú megújítását, a 21. század igényei szerint,
- az egészségturizmus régiót átfogó klaszterének fejlesztése, versenyképességének javítása,
- a turizmus szezonáltságának csökkentése, a régióban eltöltött idő, és az itt-tartózkodás során megvalósult költség mértékének növelése,
- a meglévő kapacitások gazdaságosabb használatának, kihasználtsági fokának megerősítése, javítása,
- a megvalósítandó beruházások és a működtetés során jelentős gazdasági, térségfejlesztési multiplikációs hatás érvényesítése,
- az egyedi adottságú helyek révén a program imázs-formáló hatásának erősítése.

A fejlesztési prioritás tartalma:

1. Az egészségturizmus-program komplex megvalósítása, a piaci lehetőségek optimális kihasználása érdekében szükségesnek tartjuk egy egészségturisztika-klaszter létrehozását, mely összekapcsolódhat régió kívüli érdekeltekkel, elsősorban az Észak-Alföld, de a határmenti szlovákiai fürdőhelyekkel egyaránt,
2. Koncentráció a jelenleg is működő, eltérő jellegű (fürdő, klíma, barlang) egészségturisztikai „bázisok” továbbfejlesztésében, korszerűsítésében a beruházások iránya egyrészt a gyógyászati és prevenció egészségmegőrző központok kialakítására, másrészt az élmény- és sport jelleg erősítésére koncentrálnon.
3. Üdülőhelyi komplex fejlesztések - Minőségi szálláshely-fejlesztés megvalósítása a gyógyászati illetve a prevenció profilokhoz kötődően történjen.
4. Turisztikailag is vonzerőt jelentő wellness-szolgáltatások, wellness-innovációk támogatása,
5. Szakirányú humán erőforrás fejlesztés szükséges a szolgáltatás-minőség javítása érdekében.

Célcsoportok:

- hagyományos, (elsősorban, de nem csupán) idősebb betegek, akik alapvetően orvosi javallatra veszik igénybe a szolgáltatásokat,
- a prevencióra figyelmet fordító, egészség-tudatos, magasabb jövedelmű középkorosztály, fiatalok,
- gyermekes családok a fürdők, strandok élmény-medencékre épülő használói,
- aktív, szórakozást kereső fiatalok a sportolás keretében, úszás, fitnes, wellness programokkal, szolgáltatásokkal,
- öngyógyító fürdőző, üdülő idősebb korosztály.

(e turizmus területen gyakori a célcsoportok összekapcsolódása, pl. háromgenerációs üdülés formájában, mely a kínálat minél komplexebb kialakítására hívja fel a figyelmet)

A szükségesség indoklása:

A gyógy- és termálturizmus, a wellness, mint az egészségturizmus része Magyarországon egyre jobban kezd elterjedni, ugyanakkor világviszonylatban, Európában már a turizmus egyik legjelentősebb területe. (sőt egyes országokban a wellness-konjunktúra már leáldozóban is van)

Az egészségturizmus szerepe a jövőben várhatóan tovább fokozódik, hiszen a növekedő civilizációs ártalmak és azok kísérőbetegségei miatt az emberek természetes gyógymódok iránti fogékonysága nő, a megelőzés a gondolkodás középpontjába kerül. Ennek megvalósításában a legkézenfekvőbb és legjobb partner a turizmus. A gyógy- és termálturizmus elsődleges feladatának a gyógyítást és a rehabilitációt tekinti. A fürdőlátogató közönség egyre inkább azokat a helyeket keresi fel, ahol a termál- illetve gyógyvizet, mint alapszolgáltatást olyan egyéb szolgáltatások is kiegészítik, mint a gyógykezelések, a szauna, az élményfürdő, egyéb sportolási lehetőségek, azaz az egészségturizmus egyéb elemei, a fitness- és wellness szolgáltatások is megtalálhatóak. A turizmus ezen ágazatának fejlesztését a régióban több tényező is lehetővé és sürgetővé teszi, melyek közül a legfontosabb, hogy a kialakuló új értékrend a magyar társadalmat is elérte, jelen van tehát egy ilyen irányú igény, szükséglet. A meglévő lehetőségek jobb kihasználását ugyanakkor több tény is gátolja: egyrészt sok esetben hiányoznak vagy nem teljes körűek a gyógy- és termálvizek szakszerű hasznosítását lehetővé tevő szolgáltatások, másrészt a fitness- és wellness-turizmus feltételei még csak napjainkban kerülnek kialakításra. A gyógy- és termálvíz hasznosításával kapcsolatban ugyanakkor igen fontos kiemelni a fenntarthatóság biztosítását: a fejlesztésekhez szükséges vízkiemelés ne veszélyeztesse e természeti erőforrás későbbi hasznosítását.

A régió jó gyógy-, termálvízi, **egyedülálló klimatikus** (Mátra csúcsai, Karancs-Medves térsége) és **barlang-gyógyászati** (Miskolc, Jósvafő) adottságai találkoznak a növekvő, hazai és külföldi kereslettel, kellően megalapozzák a kiemelt fejlesztési törekvéseket. Mindamellet, hogy az orvostudományban megoszlanak a vélemények a termál- és gyógyvizek hatékonyságáról, hatásosságáról, s a biztosítási alapú fürdőkezelési támogatás csökkent, s az ilyen jellegű nemzetközi keresletre sem igen számíthatunk, az egészségtudatosság erősödésével, a prevenció, a rekreáció jelentőségének felismerésével, valamint az életszínvonal növekedésével az egészségturizmus iránt erősödő kereslettel számolhatunk. Az egészség-turizmus – elsősorban a gyógy- és prevenció fajtája – hosszú turisztikai szezont, lényegében egész éves kihasználtságot biztosít, s a relatíve magas költsémmérték is jellemzője. A másik három vevői szegmens esetében is növekvő kereslet jelenik meg, igaz kisebb átlagos költséssel.

A régió fürdői – szinte kivétel nélkül - az elmúlt években kisebb-nagyobb léptékű fejlesztéseket már megvalósítottak, egyrészt a befogadóképesség növelése, másrészt a technológiai korszerűsítés érdekében. A legkedveltebb fürdők pedig már újabb kapacitás-problémákkal küzdenek. Az elmúlt évek régióbeli fürdőhelyi fejlesztéseire, rekonstrukcióira ugyanakkor megalapozottan építkezhet egy jövőbeni minőségi továbbfejlesztés.

Megvalósítás kiemelt helyszínei:

- Bogács, Bükkszék, Eger, Egerszalók, Mátraderecske, Mezőkövesd, Miskolc-Tapolca, Parádfürdő, Pásztó, Sárospatak-Végházi, Jósvafő-Béke-gyógybarlang, István-cseppkőbarlang, Mátraháza-gyógyintézet, Mátraderecske.

- A gyógy-vizek mellett kiemelt fontosságot kell tulajdonítani a légúti, tüdő, asztma stb. típusú megbetegedésekhez kapcsolódó klimatikus egészség-turisztikai kínálat fejlesztésére is. E vonatkozásban a mátrai üdülőhelyek, mátraházi gyógy-szolgáltatások, Karancs-Medves térségi, valamint a barlang-gyógyászati fejlesztések programjait javasoljuk támogatni.

A projekt lehetséges kiválasztási kritériumai:

- *A beruházás közvetlen hatékonysága* (méretgazdaságosság, költségek, megtérülési számítások alapján a konkrét beruházás realitása, jövőbeni működési hatékonysága, egységnyi beruházott tőkére eső éves új érték stb. alapján).
- *A kialakítandó turisztikai termék komplexitása*, kapcsolódó termékek, szolgáltatások mértéke, köre (a fejlesztési beruházások többnyire ezen, kapcsolódó vállalkozási területeken térülnek meg gyorsabban).
- *Új munkahelyek teremtése, a jövedelem és adóbevételek növekedésére gyakorolt hatás.*
- *Vállalkozói tőke közreműködésének mértéke*, az előbbieken vázolt hatások érdekében való együttműködés felmutatása.
- Egészség-turisztikai központként, egységes gyógyfürdőhelyként való működtetés (fürdőigazgatóság).
- A közvetlen és tágabb környezet minősége, termékkonceptiót-támogató kialakítása.-
- A humán erőforrás feltételek biztosítása és azok fejlődésére gyakorolt hatás.

Monitoring mutatók (indikátorok):

Egészségturisztikai beruházások mértéke, (korszerűsödik a régió mintegy 10 termálfürdője és 3-4 új fejlesztési program indul el), egészségügyi- és szabadidős szolgáltatások növekedése a fürdők területén, a turisták átlagos tartózkodási idejének növekedése, a közvetlen jövedelmek és az adóbevételek növekedése, a szezonorgorbe kiegyenesedése.

Felelős, kedvezményezett szervezetek: RIB, települési önkormányzatok, fürdő és gyógy-, s wellness termékek üzemeltetői

2. Kulturális turizmus

Cél: Az Észak-magyarországi régió történelmi múltja és az épített környezet adottságai, valamint a megszervezésre kerülő rendezvények lehetővé teszik a kulturális-, s kapcsolódóan a vallási és örökségi turizmusban rejlő lehetőségek korábbinál hatékonyabb kihasználását. A kulturális, történelmi emlék- és kiállítóhelyek turisztikai hasznosításának bővítése, valamint a nemzetközileg, országosan is kiemelkedő jelentőségű rendezvényi program szervezése, melyek tartalmilag és minőségileg megfelelnek a főbb turisztikai célcsoportok igényeinek, ezáltal növelve a régió országos és nemzetközi vonzerejét, az itt eltöltött vendégéjszakák számát és a költség mértékét.

Tartalom:

1. *A régió várainak, kastélyainak turisztikai funkció illesztésével történő megújítása, meglévő kiállító- és bemutatóhelyek turisztikai szempontú fejlesztése*, melynél az alábbi részelemek megvalósítása kívánatos:

- az egyes épületek hasznosítási koncepciójának, az építészeti változtatások tervezési munkálatainak elvégzése,
- **kiemelt projektnek** tekintjük
 - **Eger és Miskolc** Európai Kulturális fővárosa pályázatában megfogalmazott projektjeinek megvalósítását,
 - (ebből elsősorban a „**Város a város alatt**” illetve a „**Történelmi Avas**” fejlesztési programot,
 - nagyprojektként kiemelendőnek tartjuk az **edelényi Coburg-kastély** régóta húzódo turisztikai hasznosításának programját,

- a Felső-magyarországi Várak Egyesülete keretébe tartozó létesítmények klaszteresítése, komplex rendszerbe foglalása,
- a magántőke bevonását jelentő befektető-szervezési tevékenység,
- a turisztikai kínálat „attrakció” rendszerébe történő beillesztés, szolgáltatás-fejlesztés, piaci bevezető marketing munka.

2. *Nagy* - nemzetközi, országos hatású - rendszeresen megtartandó *rendezvények létrehozása, fejlesztése.*

- szükséges kiemelten támogatni azon régi, vagy újonnan létrehozandó „nagy-rendezvényeket, melyek imázs-formáló hatásúak, jelentős érdeklődést vonzanak és kedvező indirekt turisztikai hatást fejtenek ki (nemzetközi fesztiválok, találkozók, sportversenyek, nemzetközi kupák, bajnokságok stb.)

3. *Üdülő, valamint a látogató, kiránduló turizmus számára kulturális program-összeállítás, bemutató programok kialakítása* (vártúrák, városnéző-túrák, irodalmi túrák). A kulturális turizmus e formái jelentősen növelik az alap-termék hatékonyságát. A programok gazdaságossága tehát csak komplexen ítéhető meg, sikeres megvalósítása feltételezi az érintett vállalkozások, „termék-gazdák” aktív együttműködését.

4. Az utóbbi évtizedben a térség megyéiben kialakultak azok a kulturális programok, programsorozatok, amelyek a jelenlegi igényes kínálat alapját képezik. A rendezvénysorozatok széles területen fedik le a régiót, ill. az idegenforgalmilag frekvenciált térségeket. A garantált programok száma még nem éri el a kívánatos szintet. Ennek érdekében, a rendezvény-struktúra szakmai „ésszerűsítése”. A javaslat a jelenlegi kulturális rendezvény-szervezési gyakorlat hatékonyságát kívánja fokozni azáltal, hogy a regionális, térségi szemlélet érvényesítésével racionális lépéseket kezdeményez (időpont-egyeztetés, rendezvény-struktúra változtatása, specializálás stb.), illetve a közösségi marketing révén erősíti az egyes rendezvények önálló marketing-munkájának hatékonyságát.

Az alprogram turisztikai célcsoportjai:

- A történelmi emlékhelyek megismerése iránt érdeklődők, tanulmányaikat elmélyítő, kiegészítő diákok, iskolai csoportok, egyetemisták,
- családi hétvégi kirándulók, az ún. 3. generációs kirándulók, akiknél az aktuális úti cél kiválasztásában döntő, illetve megerősítő kritériumként jelenik meg egy-egy rendezvény is,
- szórakozni vágyó fiatalok illetve társaságok, művészetkedvelők, „művészet-sznobok”, akiknél az adott esemény (fesztivál, találkozó, színházi program-sorozat stb.) képezi a vonzerőt,
- a régióban üdülő vendégek, akiknél a programok „kiegészítő” jellegűek, színesítik, élményekben gazdagabbá teszik a régióban töltött időt, ösztönzik a hosszabb itt-tartózkodást, a nagyobb költést.

Indoklás: Az ezredforduló turizmusának egyik fontos jelensége a *történelmi örökség és a kulturális rendezvények* korábbinál aktívabb felhasználása, amely különböző okokkal magyarázható. Egyrészt a városi életforma elterjedésével, a társadalom általános tudásszintjének az emelkedésével az emberek egyre fogékonyabbá és érdeklődőbbé váltak a történelmi örökség épített és szellemei emlékei iránt. Másrészt az életszínvonal és a rendelkezésre álló jövedelem emelkedésével egyre inkább nőtt az igény más népek, tájegységek kultúrájának irányába.

Növekszik a kereslet a speciális attrakciók, megismételhetetlen élmények iránt. A régióban az elmúlt években jelentős számú, igényes hagyomány-teremtő rendezvény jött létre, melyek továbbfejlesztésével, a marketing tevékenység megerősödésével még nagyobb turisztikai hatások érhetőek el. Növekszik a hétvégi családi, baráti és egyéb közösségek (nyugdíjas klub, vallási közösség) kirándulásainak száma, gyakorisága, melyek szintén az érdeklődés, a kereslet bővülését jelzik.

A meglévő épített és természeti adottságok önmagukban nem elégséges vonzerők, programot kell kínálni az itt maradáshoz, ezért a kulturális rendezvények más turisztikai irányok fontos kiegészítői, „erősítői” is. Az építészeti értékek, kulturális örökség megőrzésének fontos formája az átgondolt

turisztikai célú hasznosítás, ahol a beruházások megvalósításában a közösségi és vállalkozói források összekapcsolása kívánatos.

A kulturális turizmus rendezvényei erősítik a helyi lakosság identitástudatát, büszkeségét, jelentős közösségformáló hatásúak is egyben.

Felelős, kedvezményezett szervezet: RIB,ÉM-RMI,ÉM-RFT,ÉM-RFÜ, önkormányzatok, az érintett ingatlanok tulajdonosai, kulturális, rendezvény-szervező, marketing és PR szervezetek,
A támogatandó projektek kiválasztási kritériumai között az alábbiak érvényesítését javasoljuk:

Az épített örökséget érintő fejlesztési projektek esetében:

- A beruházás közvetlen hatékonysága (méretgazdaságosság, költségek, megtérülési számítások alapján a konkrét beruházás realitása, jövőbeni működési hatékonysága alapján).
- A kialakítandó turisztikai termék hatékonysága, komplexitása, kapcsolódó termékek, turisztikai szolgáltatások mértéke, köre (a fejlesztési beruházások többnyire e kapcsolódó vállalkozási területeken térülnek meg gyorsabban).
- Vállalkozói tőke közreműködésének mértéke.
- A beruházás foglalkoztatási, gazdasági, személyi jövedelmi és adó multiplikációs hatásai.
- A közvetlen és tágabb környezet minősége, termékkonceptiót-támogató kialakítása.
- Térségfejlesztési, társadalmi hatások
- A biztosított humán erőforrás feltételek.

A térségi kulturális rendezvények támogatása esetén:

- a program nemzetközi jellege,
- a program művészeti minősítése,
- a megcélzott célcsoportok turisztikai jelentősége,
- a tervezett résztvevők, közönség száma,
- rendelkezésre álló turisztikai infrastruktúra megléte, mely kiváló színvonalon tudja kielégíteni a vendégek igényeit,
- a rendezvény marketing, PR értéke, imázs-formáló hatása, média hatékonysága,
- a rendezvény turizmus-ösztönző közvetlen és közvetett (multiplikációs) gazdasági és társadalmi hatása,
- a költségvetés realitása,
- a rendezvény egyéb forrású támogatottsága,

Javasolt monitoring mutatók: - a meglévő építészeti értékek, várak, kastélyok megújulása, turisztikai jellegű hasznosítás (szálloda, panzió, múzeum stb.) formájában, a meglévő funkciók bővülése,

- nemzetközi érdeklődést vonzó, régió-imázs formáló rendezvények számának növekedése,
- látogató és hosszabb ideig itt-tartózkodó turistaszám növekedés, vendégéjszakák számának növekedése,
- turisztikai jellegű vállalkozói, személyi jövedelmek és adóbevételek növekedése.

A régió kiemelt turisztikai termékek kategóriái

1. Bor- és gasztronómiai turizmus

Cél: A régió négy történelmi borvidékének vezető turisztikai vonzerővé fejlesztése, valamint a gasztronómiai hagyományok ápolása, felelevenítése révén helyi, kiegészítő turisztikai termékek, kulturális programok kialakítása. A nemzetközileg is ismert bor-kultúra turisztikai hasznosítása jelentős imázs-formáló, s más turisztikai termékek hatékony kiegészítője.

Tartalom:

1. Bor-utakhoz kötődő infrastruktúra-fejlesztés, (esetleg 1-1 évben 1-1 borút), kapcsolódó programszervezés támogatása, komplex turisztikai termékfejlesztése érdekében
2. Minősítő és információs rendszer kiépítése, továbbfejlesztése
3. A térségre jellemző agrár-termékek, gasztronómiai hagyományok turisztikai termékfejlesztése

Az alprogram turisztikai célcsoportjai:

- Családi üdülők elsősorban a gasztronómiai hagyományok terén,
- Baráti társaságok,
- Középkorú férfiak, házaspárok,
- Átlagosnál magasabb jövedelműek, magasabban kvalifikáltak,
- Szakmai (hazai és külföldi) vendégek, csoportok

Indoklás: A magyar borok, (benne a régió igen karakteres borai) és a magyar konyha nemzetközi hírneve és a gasztronómiai turizmus nemzetközi térnyerése indokoltá teszik e terület önálló programként való kezelését. Egy-egy település, térség turizmusának vezértermékeként gyakran jelenik meg egy speciális termék, gyümölcs stb. A régióban az elmúlt években megindult a gasztronómiai termékínálat programszerű megszervezése, illetve a borok tematikus turisztikai termékfejlesztése is. Emellett sok esetben más turisztikai formák – üdülés, konferencia-turizmus, falusi turizmus stb. - kiegészítőjeként, kapcsolódó programjaként is jelentős szerepet kaphatnak a bor- és gasztronómiai turizmus elemei.

Felelős szervezet: RIB, ÉM-RFT, Borút-egyesületek, Felső-magyarországi Borút Szövetség, települési önkormányzatok, kulturális-hagyományápoló szervezetek

Érintett szervezetek: Kormányzat, Hegyközségek, Magyar Borutak Szövetség tagjai, gasztronómiai társaságok, önkormányzatok, vállalkozók.

A támogatandó projektek kiválasztási kritériumai között az alábbiak érvényesítését javasoljuk:

- Amely projektek a hagyományos térségi értékek fenntartását célozzák
- Ahol az innovativitás, új ötletek meghonosítása nagy szerepet kap, ugyanakkor a hagyományos szőlőfajták, receptek újszerű felhasználását teremtik meg.
- Ahol a hagyományos gazdasági keretek fenntartása projekt-részcelként megjelenik
- Amelyek munkahelyek megőrzését, illetve újak létrehozását célozzák
- A környezeti fenntarthatóságot és a társadalmi esélyegyenlőséget preferáló ötletek
- A projektek költség-hatékonyasága bizonyított projekt tervezetben

Javasolt monitoring mutatók:

- bor-út kiépítettsége, résztvevők száma, tagok minőségi bor- és turisztikai kínálata,
- gasztronómiai rendezvények száma és minősége,
- kapcsolódó programok, szolgáltatások számának növekedése,
- marketing munka (kiadványok, szervezeti együttműködés)

2. Aktív turizmus

Cél: A régió aktív turisztikai kínálatának komplexszé tétele, minőségi fejlesztése. Aktív turizmus alatt olyan utazásokat kell értenünk, amelynek során a turista a hétköznapiól eltérő, intenzív mozgást végez, miközben valamilyenfajta árut, vagy szolgáltatást is vásárol. A turizmus e formái napjainkban egyre fontosabb szerepet töltenek be a különböző desztinációk kínálatában. A régió adottságai sokszínű aktív turizmusba tartozó termék megvalósítását valószínűsítik.

Tartalom: lovasturizmus, kerékpárturizmus, vadászturizmus, téli sport turizmus, extrém turizmus. víziturizmus, horgászturizmus,

1. A lovas-bázisok komplex turisztikai hasznosítása. Lovas túraútvonalak kiépítése, lovas rendezvények szervezése.

2. A víziturizmus meglévő lehetőségeinek feltárása, a VTT-hez kapcsolódó komplementer fejlesztési program létrehozása.
3. A kerékpáros turizmus infrastrukturális elemeinek kiépítése, a hazai és nemzetközi rendszerekhez történő kapcsolódás. A nemzetközi és Nemzeti Kerékpár Programhoz kapcsolódó két kiemelt (EUROVELO) kerékpárút építése mellett regionális szinten az üdülőhelyekhez, falusi szálláshelyekhez kötődő programok kialakítása (út, kölcsönzés, rendezvények) emelendő ki. Útvonalak kijelölése, közlekedésbiztonsági szempontoknak megfelelő kialakítással jelentős mértékben a meglévő úthálózaton is megoldható, de a főútvonalak elkerülését jelentő szakaszok, illetve új attrakcióhelyeket összekötő kerékpárutak építésére szükség van. A kerékpár-turizmus fejlesztésének fontos eleme, hogy a turisztikai bázisokon kialakuljon a kölcsönzők, szervizek vállalkozói hálózata. Az utak építése, útvonalak összeállítása mellett e kerékpár-bázisok létrejöttének ösztönzése, támogatása kívánatos. Évente két-három országos jelentőségű hegyikerékpáros sport rendezvény is megvalósul a régióban. Ezek anyagi támogatása regionális konstrukciókban mindenképpen javasolandó.
4. A vadászturisztikai fejlesztések előkészítését lehetővé tevő tanulmány elkészítése. A régió vadászturizmusát szervező társaságok kiváló vadászati, s számos helyen jó minőségű, igényes szállás és vendéglátási feltételeket biztosítanak. A jól szervezett elsősorban külföldi „profik” vadászprogramok mellett, lehetőséget kellene teremteni egy szélesebb érdeklődés kielégítésére is. A következő években a vadásztársaságokkal együttműködve célszerű a vadász-turizmust egybekapcsolni más, pl. kulturális, falusi, lovas turizmus fejlesztésével, közös hagyományok, rendezvények kialakítása, nem-profik vadászprogramok, túrák szervezése révén. (lövészet, főzés stb.)
5. A meglévő téli sport-telepek kihasználtságának javítása a marketing tevékenység javításával. A téli sportok üzésére, síelésre mindhárom megyéjében alkalmas helyeket, pályákat találunk. Síelésre alkalmas helyek megközelíthetőségének, illetve a parkolási lehetőségeknek a javítása mindenütt jelentős infrastrukturális beruházási igénnyel jelentkezik. A sportolási infrastruktúra feltételek bővítésének, kiépítésének támogatása jelentősen segítené a jelenlegi adottságok jobb kihasználását. A régióban kialakított télisport központok kihasználtságának és műszaki infrastruktúrájának növelése mindenképpen szükséges.
6. Az extrém turizmust művelő rétegek igényeinek megfelelő infrastrukturális fejlesztések megtétele, marketing tevékenység végzése. Ebbe a kategóriába tartozik például a sziklamászás és barlangászat. Ez előbbi hódolóinak kiszolgálását mászófalak építésével is elő kell segíteni.

Az alprogram turisztikai célcsoportjai:

- A régió lakosságának aktív turizmusban részt vevő tagjai
- A környező területek mozgósítható turistái
- A nyugat-európai, modern mozgásban gazdag életmódot folytató turisták
- A nyugdíjasok azon rétege, akik a mozgásban gazdag életmód hívei
- Iskolások, felsőoktatási hallgatók, baráti társaságok
- A különböző sportokat űző turisták

Indoklás: Az aktív turizmus híveinek száma az életmódváltás miatt egyre nő mind itthon, mind külföldön. Egyre szélesebb körben tudatosul, hogy a turizmus nem csupán egy időtöltés, hanem a szabadidő-eltöltés izgalmas, az egészségmegőrzés fontos eszközét, lehetőségét jelenti. A régióban, ha országos összehasonlítást végzünk megállapítható, hogy nagyszerű lehetőségek léteznek, de jelenleg még kevés a kiépített és bejáratott turisztikai bázisok száma. Sajnos kevés bázisnál találunk komplex szolgáltatási rendszert, szállást, vendéglátást, szervezett bemutatót, programot, mely adott esetben egy üdülő-turizmushoz, falusi turizmushoz kapcsolódó kiegészítő termékként is megjelenítené a kínálatot. Az alprogram révén egy tudatos, összehangolt, az egyéni ötletekre, hagyományokra épülő középtávú fejlesztési program indulhat el, mely jelentős turisztikai bevétel-növekedést, minőségi fejlődést eredményez.

Felelős, kedvezményezett szervezet: RMB, EM-RFÜ, szakmai szervezetek, szakmai szervezetek, önkormányzatok, kistérségek, vállalkozók, civil szervezetek, sportegyesületek (beleértve a horgász- és vadásztársaságokat is)

A támogatandó projektek kiválasztási kritériumai között az alábbiak érvényesítését javasoljuk:

- Amely projektek a hagyományos térségi értékek fenntartását célozzák,
- Ahol az innovativitás, új ötletek meghonosítása nagy szerepet kap, ugyanakkor a hagyományos szőlőfajták, receptek újszerű felhasználását teremtik meg,
- Ahol a hagyományos gazdasági keretek fenntartása projekt-részcelként megjelenik,
- Amelyek munkahelyek megőrzését, illetve újak létrehozását célozzák,
- A környezeti fenntarthatóságot és a társadalmi esélyegyenlőséget preferáló ötletek,
- A projektek költség-hatékonysága bizonyított a projekt tervezetben

Javasolt monitoring mutatók: Komplex aktív-turisztikai termékek száma. Szakmai és bemutató rendezvények száma. Aktív turizmusban részt vevőturisták száma. Aktív-turisztikai bevétel-növekedés, foglalkoztatási és kapcsolódó agrár- és ipari termelési gazdasági hatások.

3. Falusi turizmus

Cél: A helyi hagyományokra és programokra épülő, a térség sajátosságait hangsúlyozó, igényes (minősített) szálláshelyek- és azt turisztikailag megjelenítő, hasznosító programkínálat létrehozása. A meglévő szálláshelyek bővítésével, s kihasználásuk hatékonyságának növelésével a gazdasági, jövedelmi hatás jelentős emelése, ezáltal a kistélepülések társadalmi feszültségeinek oldása érdekében történő fejlesztés kívánatos.

Tartalom:

1. A falusi turizmus szálláshelyek szakmai minősítésének általánossá tétele. A jelenleg országosan elfogadott napraforgós értékelési rendszeren túl az ágazatban működő vállalkozások összefogására regionális keretek között is sort kell keríteni akár egy falusi turizmus klaszter létrehozásával. Ezen belül ki lehet dolgozni egy regionális minőségbiztosítási és értékelési rendszert a szálláshelyek kategorizálására.
2. A rurális térségekben elérhető szolgáltatások, bemutatóhelyek és programok kialakítása, a vidéki rendezvény helyszínek alapvető műszaki infrastruktúrájának kiépítése.
3. A szakmai és értékesítést segítő civil szervezetek megerősítése, üzleti alapú termék-értékesítő integrátori rendszer kialakításának támogatása.
4. Oktatás, képzés, továbbképzés szervezése.
(A képzés történhet egyrészt szervezett tréningek, rövid kurzusok formájában (vendéglátói ismeretek, kommunikáció, stb.), másrészt a sikeres példák, a falusi turizmusban tevékenykedő szervezetek egymás tapasztalatainak megismerése révén, kapcsolódva más, pl. tudás-ház, illetve az iskolai oktatásba beépítendő képzési programokhoz (hagyományok megismerése, ápolása) stb.)
5. Az egész régióban egységes tájékoztató/táblarendszer kialakítása, mely történhet egyenként kistérségi keretekben is.

Az alprogram turisztikai célcsoportjai:

- A rurális térségek kínálta értékek, hagyományok, a falvakban megmaradt nyugalom egyre szélesebb rétegeket vonz Európában és Magyarországon is. Ide tartoznak
- Külföldi urbanizált területeken élő nyugdíjasok
- A hazai fizetőképes közép- és nagyvárosi nyugdíjasok
- Az aktív pihenést választó középkorúak
- A fiatalok természetközeli aktivitásra fogékony rétegei
- A megfelelő egzisztenciával rendelkező „gyökérkeresők”
- A nyugalmat kereső sokgyerekes családok

Indoklás: Az aprófalvas térségekben jelentős kulturális, hagyományőrző, identitás- és lokálpatriotizmus-erősítő, valamint foglalkoztatást-növelő, jövedelemkiegészítő hatású a falusi turizmus fejlesztése. Széles, komplex kínálat esetén egyre keresettebb szabadidő eltöltési, üdülési formává válhat a régióban. Az elmúlt évek fejlesztési programjainak hatására a régió szinte minden

kistérségében létrejöttek a falusi turizmus fogadó helyei, bázisai.¹ A kihasználtság mutatói ugyanakkor – néhány kivételtől eltekintve – még jelenleg sem elég magasak, ez sokszor a szálláshelyekhez kapcsolódó szolgáltatások, programok hiányára, valamint a marketing tevékenység nem megfelelő voltára vezethető vissza.

Felelős, kedvezményezett szervezet: RIB, ÉM-RFT, kistérségek, helyi önkormányzatok, önszerveződések, civil szervezetek, szakmai és vállalkozói egyesületek, kulturális szervezetek, vállalkozók, egyéni gazdák.

A támogatandó projektek kiválasztási kritériumai között az alábbiak érvényesítését javasoljuk:

- Az érintett önkormányzatok, vállalkozások és civil szervezetek partnersége.
- A létrejövő szolgáltatások minél szélesebb köre, s folyamatos biztosítása, a rendezvények rendszeres megtartásának kötelezettségével.
- Hagyományápoló projektek indítása, pl. kézműves táborok, kismesterségek megőrzése, stb., kapcsolódó termelési tevékenység folytatásának beépítése.
- Minőségbiztosítási rendszerek elterjesztése.
- Integráló szervezet, egyesület stb. működésének kialakítása (a helyi szervező, értékesítő, marketing tevékenységre).

Javasolt monitoring mutatók: Integráló szervezetek, egyesületek, hálózati rendszerek létrejötte és működtetése, bemutatóhelyek, szolgáltatások, programok számának növekedése, vendégszám, vendégéjszakák számának, helyben költés mértékének növekedése.

4. Ökoturizmus

Cél: A turizmus leginkább fenntartható fejlesztési iránya az ökoturizmus. A prioritás célja, hogy a megfelelő célcsoportok számára olyan desztinációkat alakítsunk ki, melyekben a megvalósuló turisztikai tevékenység a nélkül járuljon hozzá a táj és a benn élő közösség fenntartásához, hogy ne veszélyeztesse a társadalmi és a természeti táj egyensúlyát. Az Észak-magyarországi régió egyes tájainak ökológiai tűrőképességéhez viszonyított mértékű fejlesztések megvalósítása a térségben, lehetőleg a helyi közösségek minél nagyobb fokú részvételével. Különösen kiemelt helyszínként jelentkezik a kapcsolódó Tisza-tó, a turisztikai régióval való együttműködés keretében.

Tartalom: Az ökoturizmus fogalma nem túl régen nyert létjogosultságot. A térség számára e vonatkozásban az a legfontosabb, hogy a turizmuson belül fokozott hangsúlyt kapjon a környezet szeretete, védelme, a természet és a táj értékeinek bemutatása, megismerése. Az ökoturizmus tehát elsősorban új szemléletmódot is jelent. Az ökoturizmus magában foglalja mind a természeti, táji értékek iránti érdeklődésen alapuló túrázást, mind a természetben való pihenést, a szabadidő eltöltését, strandolást, horgászat, természetvédelmi területek, nemzeti parkok gyalogos, vagy kerékpáron történő bejárását is. Az ökoturizmus helyszíne a háborítatlan természeti környezet, amelybe számos turisztikai motiváció által inspirált turista látogat el, és vesz igénybe turisztikai szolgáltatásokat. Az ökoturizmus a jövőorientált környezeti szemléleten alapul, fontos tényezőnek ítéli az adott természeti táj teherbíró képességét: azaz mekkora az a turisztikai forgalom, amelyet az adott terület a környezet károsodása nélkül képes fogadni.

Az alprogram turisztikai célcsoportjai:

- A nyugat-európai országból érkező 30-50 év közötti korosztály az, amely elsődlegesen érdeklődik a természeti különlegességek iránt.
- A magyarországi iskolai oktatásban résztvevők alacsony fizetőképes keresletet jelentenek, és szezonális jellegű a keresletük. Ennek ellenére el kellene ismertetni és jelentősebb támogatásban kellene részesíteni az ifjúsági turizmus ezen ágát. Elsősorban azért, mert a környezettudatos és természetvédelemre való nevelés nagyon fontos feladatait valósítják meg, kiemelten hangsúlyozni kell ebben az erdei iskolák szerepét

¹ Zemplén, Tisza-Bodrog, Cserhát, Aggtelek térsége, Gömör, Galyaság, Ó-Bükk, Dél-Borsod, Bükk, Mátraalja, Tisza-tó, Tarján-környéke, Belső-Cserhát, Hollókő környéke, Dunakanyar térsége

- Emellett az ökoturizmus a nemzetközi hivatásturizmusban és egészségturizmusban résztvevők kiegészítő programjává válhat.

Indoklás: A régiót szerencsés adottságai - nemzeti parkok, természetvédelmi területek – különösen alkalmassá teszik az ökoturizmus befogadására. Az Északi-középhegységet alkotó Börzsöny, Cserhát, Mátra, Bükk és a Zempléni-hegység, valamint a köztük fekvő dombságok és medencék több mint 1000 kilométernyi jelzett turistaút-hálózatukkal kitűnő terepet nyújtanak a természetjáróknak. Az 1100 km hosszú Országos Kéktúra vonalának a régióban áthaladó szakasza a legszebb látnivalókat összesíti. A bükki őserdő növényvilágához százhatvan éve nem nyúlt emberi kéz. Európa legnagyobb kiterjedésű barlangrendszere az aggteleki, az ország legmélyebb barlangja, az István-lápi barlang. A régióban az ökoturizmus szempontjából különösen az alábbi térségek, körzetek kiemeltek:

Aggteleki Nemzeti Park, Bodrogek, Hegyköz, Galyaság, Cserhát Ipoly völgye, Duna-Ipoly Nemzeti Park, Karancs-Medves térsége, Cserhát térsége, Mátra, Mátrai Tájvédelmi Körzet, Bükk, Bükki Nemzeti Park, Gömör, Zempléni-hegység, s az önálló turisztikai régióként működő, de részben az Észak-magyarországi statisztikai régióhoz tartozó Tisza-tó.

A Nemzeti Parkok és az erdőgazdaságok szerepe elvitathatatlan az ökoturizmus fejlesztésével kapcsolatban, ezért fontos a rendszeres és konstruktív együttműködés, ami részben jól kialakult a nemzeti parkok, az erdőgazdaságok és az ökoturizmusban tevékenykedők között, annak érdekében, hogy elkerülhetőek legyenek e szereplők között a konfliktusok és kialakítható legyen egy fenntartható és az ökológiai és természeti értékeket megóvva, a régió turizmusában jól működő ökoturisztikai rendszer.

Az észak-magyarországi régióban jelzett túraútvonalak folyamatos karbantartása, és új túraútvonalak kijelölése elengedhetetlen feltétele e turisztikai szegmens fejlődéséhez. A pihenőhelyek, kilátók kiépítése, vagy a már meglévők felújítása, karbantartása csak kis, szinte elhanyagolható részben valósult meg.

Az elmúlt öt évben felértékelődött a természetközeli turizmus, bizonyítja ezt a számos erdei iskola, és a több mint ötven tanösvény is. A régióban található tanösvényeket összegyűjtve és térképre szerkesztve az Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság elkészítette a régió tanösvénytérképét. Továbbá igény mutatkozik látogatóközpontok iránt is, melyek az adott térség ökoturisztikai látnivalóit, flóráját, faunáját mutatják be az odalátogatóknak. Garantált programként az ökoturisztikai túrák szervezése, természetesen képzett vezetővel, tovább erősítheti a régió ökoturizmusában betöltött szerepét.

Ma már igen sikeresen működik egy minta értékű projekt, Gömörzöllős mint ökofalu, mely a fenntartható fejlődés elvére épülő idegenforgalmi fejlesztést valósította meg, és mára már nemzetközileg is ismertnek, elismertnek tekinthető.

Néhány komoly jelentőséggel bíró túra is megrendezésre kerül a régióban évről-évre (Pl.: Hanák-Kolos teljesítmény túra, Mátra Bérc túra, Hegyikerékpár versenyek, stb.), de az ilyen jellegű rendezvényekre kevés hangsúly és figyelem jut.

Felelős, kedvezményezett szervezetek: RIB, ÉM-RFÜ, nemzeti parkok, az érintett települési önkormányzatok, gazdasági szervezetek, a természetvédelmi területén tevékenykedő civil szervezetek,

A támogatandó projektek kiválasztási kritériumai között az alábbiak érvényesítését javasoljuk:

- A projekt munkahely-megőrzési, illetve teremtési kapacitása
- A megvalósítás helyeül szolgáló kistérség foglalkoztatottsági és gazdasági elmaradottsága
- A program költség-hatékonyság szerinti megalapozottsága
- A táji terhelés minimalizálásának garanciája
- A helyi partnerség megalapozottsága és mélysége, a nemzeti parkok pozitív hozzáállása és aktív részvétele
- A saját források megléte és felhasználási hatékonysága

Javasolt monitoring mutatók:

- szálláshelyek számának növekedése
- szervezett programok száma, hossza
- a létrehozott tanösvények, látogató centrumok száma
- a megvalósított ökotúrák száma
- az életmód-turizmusban résztvevő turisták száma

Horizontális termékprioritásként definiáltuk a tematikus utakat, melyek több, klasszikus terméktípushoz is köthetően alakíthatóak ki.

1. Tematikus utak fejlesztése

Célja: Egymáshoz különböző szempontból, szakmai és földrajzi értelemben egyaránt kapcsolódó turisztikai kínálati elemek, attrakciók felfűzése, s vonzó, komplex, egységes, időben és szervezésében koncentrált termékként, tematikus útként történő kialakításának a megvalósítása.

Indoklás: A modern társadalomban egyre inkább felértékelődött az egészséges környezet, életmód szerepe, az élmények iránti vágy, az ismeretszerzés és a testmozgás igénye. Ennek egyik fontos terepe lehet, a különböző témák (gazdálkodási mód, természetű növények, természetes élőhelyek, épített környezet stb.) szerint szerveződő utak rendszere. A régióban található tájak érintetlen, vagy természetközeli részeivel, épített környezetével hagyományos gazdálkodási formáival a turizmus ezen ágában kínálatot nyújthatnak az új igényekkel fellépő turistáknak.

A tematikus utak a régióban egy-egy jól megformált együttműködési formák, sajátos hálózatok, melyek a turisták számára jobban láthatóvá és érthetővé, megismerhetővé teszik napjainkban a múltunk és természetünk értékeit, úgy hogy meglévő régiós vonzerőkhöz hozzárendeli, hozzá kapcsolja az igénybevételt segítő turisztikai alapszolgáltatások széles körét.

A turisztikai desztinációk téma szerint földrajzi sorozatba rendezése egyik fontos eleme lehet a regionális turisztikai klaszterek kialakításának. Az elmúlt öt évben nagyon sok fontos lépés történt ebben az irányban, hiszen megszerveződött a régió borvidékeit (Felső-magyarországi Borút Szövetség), várait (Felső-magyarországi Várak Egyesülete), néprajzát (Palóc Ut), ipartörténetét (Vas kultúra)

Tartalom: Az intézkedésen belül további beavatkozások szükségesek:

1. A tematikus-turizmushoz szükséges tárgyi eszközök kialakítása:

- meglévő eszközök fejlesztése; információs kiadványok, táblák számának növelése
- megfelelő szállás és vendéglátóhelyek kialakítása;
- foglalkoztató-házak megteremtése;

2. Tematikus utak tervezése:

- hagyományos termékek gyártásának, biogazdálkodás hagyományainak feltárása
- a terület feltérképezése, az attrakciók témák szerinti felfűzése;
- partneri viszonyok kialakítása a tematikus utak működtetésének segítésére

3. Tematikus utak szervezése

Az alprogram turisztikai célcsoportjai:

- A különböző regionális témák megismerése iránt érdeklődők, a régió lakosai és más térségek turistái egyaránt. Tanulmányaikat elmélyítő, kiegészítő diákok, iskolai csoportok, felsőoktatási hallgatók
- Családi hétvégi kirándulók, az ún. 3. generációs kirándulók, akiknél az aktuális úti cél kiválasztásában döntő, illetve megerősítő kritériumként jelenik meg az adott téma
 - a régióban üdülő vendégek, akiknél a tematikus utak „kiegészítő” jellegűek, színesítik, élményekben gazdagabbá teszik a régióban töltött időt, ösztönzik a hosszabb itt-tartózkodást, a nagyobb költést.

Közreműködő, kedvezményezett szervezetek: RMB, EM-RFÜ, szakmai szervezetek, a témák gazdái: Várak, műemlékek, múzeumok, népi lakóházak tulajdonosai, fenntartói

A támogatandó projektek kiválasztási kritériumai között az alábbiak érvényesítését javasoljuk:

- Amely projektek a hagyományos térségi értékek fenntartását célozzák
- Már bevált és működő szervezetek, tematikus utak működtetéséhez és továbbfejlesztéséhez kapcsolódó projektek
- Nemzetközi kapcsolatrendszerbe illeszthető tematikus utak
- Amelyek munkahelyek megőrzését, illetve újak létrehozását célozzák
- Halmozottan hátrányos helyzetű térségekben megvalósuló tematikus utak tervei
- A projektek költség-hatékonysága bizonyított a projekt tervezetben

Javasolt monitoring mutatók: Turisztikai tematikus utak elemeinek száma. Tematikus utakat meglátogató turisták száma. Aktív-turisztikai bevétel-növekedés, foglalkoztatási és kapcsolódó gazdasági hatások.

6.2.3. Területi prioritások érvényesítése

A funkcionális fejlesztési típusok és a turisztikai termékprioritások meghatározása révén a stratégia alapvetően kijelöli a következő évtized támogatott turizmusfejlesztésének tartalmát. Természetes minden versenyképes vállalkozás, versenyképes ötlete, fejlesztése, minden sikeres rendezvény, kulturális kezdeményezés, önkormányzati program erősíti a régió turizmusát, akkor is, ha nem a stratégiában kiemelt termékeknél, nem a kiemelt fejlesztési irányokban történik, de ez esetben az elvi, szakmai elismerés mellett nem élvezzi a közösségi anyagi támogatást. Ugyanakkor a régió egésze, a régió-szinten megfogalmazott gazdasági és társadalmi célok elérése érdekében szükséges a közösségi források szakma koncentrációja, a szinergia-hatások érvényülése érdekében szükségesek a stratégiai prioritások, melyek reményeink szerint a vállalkozói beruházásokat is e területekre vonzzák.

A funkcionális és termékprioritások mellett szükségesnek tartjuk a földrajzi, területi koncentrációt is, elsősorban azokra a desztinációkra, melyek ma is a régió turizmusának meghatározó belső csomópontjait képviselik, amelyek fejlesztése a következő 7-10 évben a legjobb megtérüléssel bír. Régióinkban **jól kirajzolhatóak a turisztikai pólusok, melyek ma is önálló desztinációkat, önálló turisztikai márkát képeznek.**

Az itt megvalósuló fejlesztések nem csupán a funkcionális és termékprioritások egyszerű koncentrált megvalósítási helyei, hanem önálló, s komplex turisztikai termékcsomagként, valódi sokoldalú desztinációként jelennek meg, működnek. A földrajzi prioritásaink:

- Eger és térsége
- Miskolc-Bükk
- Mátra-Gyöngyös
- Világörökség helyszínei és térségei
 - o Hollókő-Szécsény-Ipolytarnóc,
 - o Tokaj-Zemplén,
 - o Aggtelek és térsége

A földrajzi prioritások nem egy-egy várost, hanem olyan térségeket jelölni ki, ahol léteznek, s a desztináció menedzsment helyszínei lehetnek a nagyobb városok, mint **kapuvárosok**. Az adott városok, települések (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Szécsény, Tokaj, Aggtelek) mint a **térségi desztináció „házigazdái” koordináló, turisztikai térség-szervező, fejlesztő szerepet kell, hogy betöltsenek.**

A regionális turizmusfejlesztési stratégia részleteiben nem tartalmazza e térségek konkrét fejlesztési programját. Eger, Miskolc-Bükk, Tokaj-Zemplén esetében részletes turizmusfejlesztési koncepciók, stratégiák készültek, de megfogalmazta – ha nem is ezen desztinációs keretekben – saját programját Gyöngyös, Aggtelek és a nógrádi Szécsény, Hollókó is.

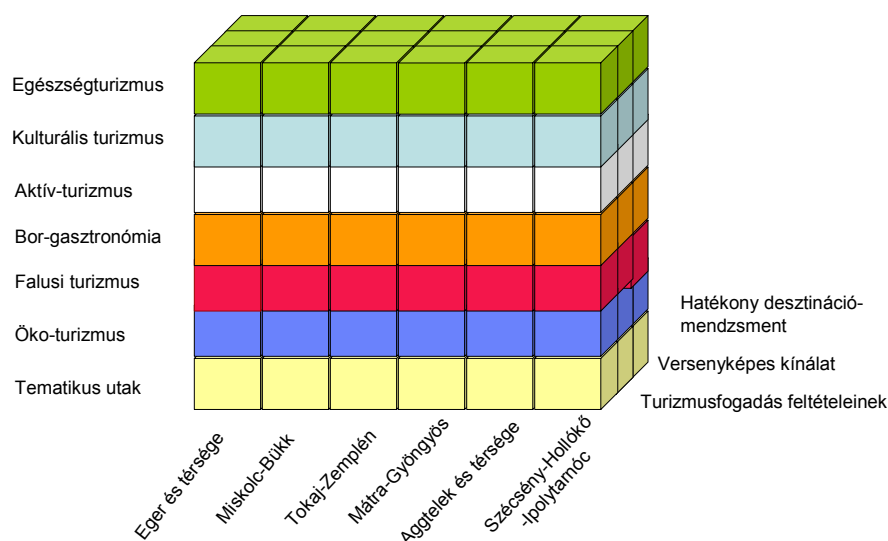
A régió stratégia javasolja, hogy a desztináció-menedzsment, a szakmai kooperációk, klaszterek kialakítása során kerüljenek összehangolásra a különböző fejlesztési elképzelések, készüljenek konkrét akció-programok.

A javasolt 6 desztinációban ugyanakkor nem csak arról van szó, hogy a kiemelt termékek, fejlesztési funkciók helyszínei legyenek, hanem olyan **komplex turizmusfejlesztés valósuljon meg, hogy igazi desztinációként működjenek, komplex, de jól pozicionált turisztikai kínálat, határozott turizmusmarketinggel.** Ez a megközelítés megengedi olyan kiegészítő termékek fejlesztését is, melyek nem elemei a kiemelt termékprioritásnak.

| | |
|-------------------------------------|---|
| Tokaj-borvidék - Zemplén | |
| | A térség húzóágazata a borászati és turisztikai szektor, melynek multiplikátor hatása kiterjed a térség gazdaságának egészére, lehetővé téve a kiegyensúlyozott, fenntartható fejlődést. A Világörökségi területté nyilvánított borvidéknek akkor van jövője, ha a szőlészet és borkultúra és az erre épülő idegenforgalom jövedelmező munkalehetőséget ad a térségben élők számára. Ehhez a világörökségi értékek fenntartható fejlesztésére és - a turizmus számára - bemutathatóvá tételére van szükség. A jövőképet elérését a következő célrendszer segíti elő: Szőlő- és borkultúra bemutatásához kapcsolódó turisztikai kínálat kialakítása A térség történelmi borkultúrához, a térség történelmi, kulturális hagyományaihoz kapcsolódó arculatának erősítése |
| Miskolc-Bükk | |
| | Miskolc turisztikai pozicionálása a kulturális értékek, (rendezvények, fesztiválok) történelmi emlékhelyek, hagyományok, (Diósgyőr, Ortodox-templom stb.) egyedi attrakciók (Tapolcai barlangfürdő, Történelmi Ávas, régészeti kutatási eredmények) egyedülálló természeti értékek (Bükk) képezi a sokoldalú pozicionálásának lehetőséget, melynek meghatározó elemeit az európai kulturális főváros pályázat foglalta össze. A Bükk-program a bükki kisebb települések mintaszerű együttműködésére, a táj egyedi adottságaira, a nemzeti parkkal való kooperációra épít. Legfontosabb részelemei: Kongresszusi-kiállítás és vásárközpont, Ávas Régészeti Park, Science Museum, Rock Museum, Diósgyőri Vár, Vizek völgye Tapolcán, ifjúsági témapark, stb.) |
| Eger és térsége | |
| | Főbb fejlesztési területként az idegenforgalmi programja az épített vonzerőn alapuló városlátogató, kulturális turizmust, a konferencia és üzleti turizmust, a vízhez kötődő egészségutizmus (gyógy, wellness), a természeti vonzerőn alapuló öko, aktív, hobby és falusi turizmust, valamint a bor- és gasztronómiai turizmust előli ki. Eger esetében is kiemelkedő szerepet játszik a következő évek fejlesztésében az európai kulturális főváros pályázatban kidogozott programok megvalósítása. (pl. Város a város alatt kiemelt programja) |
| Szécsény-Hollókő-Ipolytarnóc | |
| | A desztinációként történő fejlesztés célja, hogy integrálja Nógrád megye turisztikailag legfrekvenciáltabb, összekapcsolható térségeinek kínálatát a már világörökség helyszín, Hollókő falu hagyományaira, Szécsény kulturális, történelmi értékeire, a térség további kulturális és természeti, klimatikus értékeire építve, különös tekintettel a világörökség „várományos” Ipolytarnóc lehetőségeire. |
| Aggtelek és térsége | |
| | Az Aggteleki Nemzeti Park elsősorban a cseppkőbarlanghoz kötődően jelentős fejlesztéseket valósított meg, melyek folytatására, új feltárásokra, környezeti fejlesztésekre további nagyprogramokat dolgozott ki. Aggtelek település is komplex fejlesztésekbe kezd, pl. vadrezervátum, tó-rehabilitáció, közösségi ház, falusi turizmus terén. A desztinációkénti működés keretében fontos, hogy a jelenleg földrajzilag nagyon koncentrált (Aggtelek, Jósvalfő, barlang) fejlesztések kiszélesedjenek, integrálják egy jelentősen nagyobb térség – elsősorban öko-turisztikai, falusi- és kulturális turizmus kínálatát, fejlesztését, egészen a gömői, csereháti turisztikai fejlesztésekhez kötődéshez. (Gömörszöllős, Edelény, Putnok stb.) |
| Mátra-Gyöngyös | |
| | A desztináció Gyöngyös város turizmusfejlesztése (bor, kulturális turizmus) mellett, a Mátra, mint hazánk legmagasabb hegye természeti értékeire épülő turizmusfejlesztését kell, hogy integrálja, menedzselje. |

A stratégia realizálási folyamatának fontos lépése, hogy a felépülő desztináció-menedzsment a fenti, már meglévő törekvések mentén kialakítsa a konkrét fejlesztési program-csomagot, melyet a regionális stratégiába illeszkedően megvalósításra előkészít.

Stratégiai program-kocka



3D – stratégiai programkocka

A három dimenzióban, a 3D-stratégiában megfogalmazott prioritások közös metszete képezi azt a tért, azokat a konkrét program és projekt-rendszert, melynek közösségi eszközökkel, uniós- és kormányzati forrásokból származó, különböző fejlesztési pályázatokba illeszkedően leginkább támogatásra érdemesek, hiszen leginkább szolgálják a régió egészének társadalmi-gazdasági fejlődését.

6.2.4. A régió turisztikai kínálata és fejlesztésének kapcsolódási pontjai a hazai és külföldi társ-régiókkal

Megállapítható, hogy a hazai turisztikai régiók mérete viszonylag kicsi ahhoz, hogy egyedüli, elszigetelt egységként igazán hatékonyan részt tudjanak venni az össz-európai térség turisztikai versenyében. Mindenképpen szükséges tehát a hazai turisztikai régiók együttműködése, amely a tervek szintjén is meg kell, hogy mutakozzon. Jelen fejezet igyekszik bemutatni azokat a pontokat, ahol az Észak-magyarországi turisztikai régió megtalálhatja a koordináció lehetséges pontjait a szomszédos térségekkel.

A turisztikai kínálat elemei eltérő mértékben nyújtanak lehetőséget a regionális együttműködésre.

- A kulturális turizmus és a tematikus utak terén a kiránduló, a történelmi nevezetességeket, városokat felkereső turisták számára termékek természetesen nem ragadhatnak meg a régió határain belül (vártúrák, irodalmi túrák stb.),
- Ígéretes együttműködésként jelenik meg az ún. DIREKT – a Dunán inneni regionális kulturális társulás ötlete, mely az Európa Kulturális Fővárosa nem nyertes pályázatban érintett városok együttműködésének szervezéséből indult el, s vált egyre szélesebb térséget megszólító kezdeményezéssé.

- Az hivatás-turizmusban megfigyelhető a delegáltak érdeklődését kielégítő, nagy területi és időbeni távlatokat áthidaló szakmai programok szervezésének nagyobb haszna,
- Az aktív turizmus és az ökoturizmus, jellegét tekintve inkább a természeti környezethez kapcsolódik, mint ilyen nem tartja tiszteletben az adminisztratív jellegű régiók határait, tehát az interregionális együttműködés ebben az esetben is létérdek,
- Az egészségturizmus, bár jellegében nem hasonlítható az előzőekben felsorakoztatott típusokhoz, mégis az ún. „fürdőcsömör” leküzdésére szervezhető programok, illetve a különböző gyógyvizek eltérő földrajzi elhelyezkedése igényelheti a régióhatárok átlépését, mely téren az Észak-Magyarország, Észak-Alföld együttműködés mellett, a dél-szlovákiai, határközeli térségekkel való kooperációk is felfűzhetőek.

A régió potenciális lehetőségei jók az inter-regionális együttműködésre, hiszen az egyes térségek kínálata nem csupán versenyez egymással, hanem jól kiegészíti is egymást. A fejlesztési alprogramokban is jelzett kapcsolódási területek tudatos kiépítése csak úgy fog megvalósulni, ha a realizálási stratégiában kialakításra kerülnek azok az „intézmények”, szervezett kapcsolattartási formák, fórumok, melyek megteremtik, sőt készítetik az együttműködés lehetőségét.

A 2000. évi regionális turisztikai program javaslatait a következő periódusra is fontosnak tartjuk a régiók-közi turisztikai együttműködések, konkrét projektek területén. Így mi is a következő négy régióval való együttműködés részleteinek projekt-kidolgozását tartjuk kívánatosnak:

- Tisza-tó turisztikai régió, elsősorban
 - o A Tiszához kapcsolódó vízparti, vízi turizmus és sport terén, a VTT-hez kapcsolódó turisztikai tervezési tevékenység részeként
 - o Az aktív és öko-turizmus terén, valamint
 - o A kulturális és tematikus utak kapcsán.
- Észak-Alföld Régió, elsősorban
 - o Az aktív turizmus, a „közös” Tisza turisztikai hasznosítása terén
 - o A nagy észak-alföldi egészségturisztikai desztinációk (Debrecen, Hajdúszoboszló) termékcsaládjának kiegészítéseként régióink kulturális és ökoturisztikai kínálata tekintetében.
- Közép-Magyarország Régió, elsősorban
 - o A Dunakanyar térséghez tartozó települések révén, például a falusi turizmus terén
- Dél-kelet-Szlovákia, ahol a Szlovák-Magyar Interreg ösztönözheti az együttműködés konkrét formáit, elsősorban
 - o Aggtelek és környéke „közös adottságainak” egybekapcsolására, fejlesztésére épülően,
 - o A Zemplén-térségében – a hármashatármenti együttműködés, a Kárpátok Eurorégió együttműködésére,
 - o A Kassa-Miskolc interregionális együttműködés,
 - o valamint a Nógrád-megyeieket elsősorban érintő Duna-Ipoly együttműködés keretében, a kölcsönös turista forgalmat segítő közös fejlesztésű információs, tájékoztató rendszer kialakításával, általános infrastruktúra és turisztikai termékfejlesztéssel, marketing munka terén történő együttműködéssel.

6.3. A preferált célcsoportok – a régió turizmusfejlesztésének közösségi szervezeti rendszere és marketing stratégiai irányai

A régió turisztikai termékeinek elemzésekor, fejlesztési programjainak meghatározásakor az adottságok elemzéséből, a célpiacok, a tényleges és a potenciális vendégek vizsgálatából indultunk ki, mely utóbbiakat az alábbiak szerint foglalhatjuk össze:

6.3.1. A turizmus meghatározó célcsoportja

Az egészség-turizmus célcsoportjai:

- Hagyományosan, (elsősorban, de nem csupán) idősebb betegek, akik alapvetően orvosi javallatra veszik igénybe a szolgáltatásokat,
- A prevencióra figyelmet fordító, egészség-tudatos, magasabb jövedelmű középkorosztály,
- Gyermekes családok a fürdők, strandok élmény-medencékre épülő használói,
- Fiatalok a sportolás keretében, úszás, fitnes, wellness programokkal, szolgáltatásokkal,
- Öngyógyító fürdőző, üdülő idősebb korosztály

A kulturális turizmus célcsoportjai:

- A történelmi emlékhelyek megismerése iránt érdeklődők, tanulmányaikat elmélyítő, kiegészítő diákok, iskolai csoportok, egyetemisták
- Családi hétvégi kirándulók, az ún. 3. generációs kirándulók, akiknél az aktuális úti cél kiválasztásában döntő, illetve megerősítő kritériumként jelenik meg egy-egy rendezvény is
- Szórakozni vágyó fiatalok illetve társaságok, művészetkedvelők, „művészet-sznobok”, akiknél az adott esemény (fesztivál, találkozó, színházi program-sorozat stb.) képezi a vonzerőt
- A régióban üdülő vendégek, akiknél a programok „kiegészítő” jellegűek, színesítik, élményekben gazdagabbá teszik a régióban töltött időt, ösztönzik a hosszabb itt-tartózkodást, a nagyobb költést

Bor- gasztronómia turizmus célcsoportjai:

- Családi üdülők elsősorban a gasztronómiai hagyományok terén,
- Baráti társaságok,
- Középkorú férfiak, házaspárok,
- Átlagosnál magasabb jövedelműek, magasabban kvalifikáltak,
- Szakmai (hazai és külföldi) vendégek, csoportok

Aktív turizmus célcsoportjai:

- A régió lakosságának fiatalsága, diákok, felsőoktatási hallgatók
- A környező területek mozgósítható turistái
- A nyugat-európai, modern mozgásban gazdag életmódot folytató turisták
- A nyugdíjasok azon rétegei, akik a mozgásban gazdag életmód hívei
- A különböző sportokat űző turisták

Az ökoturizmus célcsoportjai:

- A nyugat-európai országból érkező 30-50 év közötti korosztály az, amely elsődlegesen érdeklődik a természeti különlegességek iránt
- A magyarországi iskolai oktatásban résztvevők alacsony fizetőképes keresletet jelentenek, és szezonális jellegű a keresletük. Ennek ellenére el kellene ismertetni és jelentősebb támogatásban kellene részesíteni az ifjúsági turizmus ezen ágát. Elsősorban azért, mert a környezettudatos és természetvédelemre való nevelés nagyon fontos feladatait valósítják meg, kiemelten hangsúlyozni kell ebben az erdei iskolák szerepét
- Emellett az ökoturizmus a nemzetközi hivatásturizmusban és egészségturizmusban résztvevők kiegészítő programjává is válhat

A falusi turizmus célcsoportjai:

- Külföldi urbanizált területeken élő nyugdíjasok
- A hazai fizetőképes közép- és nagyvárosi nyugdíjasok
- Az aktív pihenést választó középkorúak
- A fiatalok természetközeli aktivitásra fogékony rétegei
- A megfelelő egzisztenciával rendelkező „gyökerkeresők”
- A nyugalmat kereső sokgyerekes családok

Tematikus utak célcsoportjai:

- A különböző regionális témák megismerése iránt érdeklődők, a régió lakosai és más térségek turistái egyaránt. Tanulmányaikat elmélyítő, kiegészítő diákok, iskolai csoportok, felsőoktatási hallgatók
- Családi hétvégi kirándulók, az ún. 3. generációs kirándulók, akiknél az aktuális úti cél kiválasztásában döntő, illetve megerősítő kritériumként jelenik meg az adott téma
- A régióban üdülő vendégek, akiknél a tematikus utak „kiegészítő” jellegűek, színesítik, élményekben gazdagabbá teszik a régióban töltött időt, ösztönzik a hosszabb itt-tartózkodást, a nagyobb költést

A hivatás-turizmus célcsoportjai:

- Szakmai, tudományos, kulturális és civil szervezetek, különösen az országos és nemzetközi rendszerekhez kapcsolódóak, akik rendszeresen tartanak szakmai rendezvényeket, közgyűléseket stb.
- Jelentősebb, multinacionális kötődésű vállalkozások, cégek,
- A szakmai kiállítások iránt érdeklődő, aktív cégek,
- Tárgyalásokon, üzleti ügyekben a régióban tartózkodó üzletemberek,
- Testületi ülésekhez kötődő utakon részt vevők
- Oktatási-kutatási rendszerekhez kötődő szakemberek

A régió turizmusának jellemző célcsoportjainak áttekintése

| Terméktípusok → | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. |
|--|------|-------|-----------|-----------|-----------|------|-----------|------|
| Célcsoportok ↓ | E.t. | K.t. | B.t. | A.t. | Ö.t. | F.t. | T.u. | H.t. |
| Iskolai csoportok, | *∇□ | *∇□ | | *∇□ | *∇□ | *∇□ | *∇□ | |
| Középiszkolás fiatalok | | | | *∇□ | *∇□ | | *∇□ | |
| Egyetemisták | *∇□ | *∇□◇⊕ | *□◇ | *□◇ | *∇□ | * | *∇□◇ | |
| Baráti és szakmai társaságok, | | *□ | *□⊕ | *□⊕ | | | *□⊕ | *□⊕ |
| Gyermekek családok | *∇ | | | *∇□◇ ⊕ | *∇□◇ ⊕ | *∇□ | *∇□◇ ⊕ | |
| Körutazó, üdülő családok | | *□◇ | *∇□◇ ⊕ | *∇□◇ ⊕ | *∇□◇ ⊕ | | *∇□◇ ⊕ | |
| Városi családok | | *∇ | *∇□◇ ⊕ | *∇□◇ ⊕ | *∇□◇ ⊕ | *∇□ | *∇□◇ ⊕ | |
| Sportot kedvelők, szurkolók, | *□ | *□ | | □◇⊕ | | | | |
| Sportolók | □◇ | □◇⊕ | | □◇⊕ | | | | |
| Művészetkedvelők, | | *□◇⊕ | | | | | *□◇⊕ | |
| Népi hagyományokat, romantikát keresők | | *□◇ | *□◇⊕ | | | *□⊕ | *□◇⊕ | |
| Szakmai, kulturális és civil szervezetek, | | *□◇⊕ | *□◇⊕ | *□◇⊕ | *□◇⊕ | | *□ | *□◇⊕ |
| Gyógyulni vágyók | *□◇ | | | *□◇ | | | | |
| Vállalkozások, cégek képviselői | | | *□◇⊕ | *□⊕ | | | | *□◇⊕ |
| Magas jövedelmű középkorosztály | *□ | *□ | *□◇ | *□◇⊕ | *□ | | *□ | *□◇ |
| Nyugdíjas szervezetek | *□ | *□ | *□ | ⊕ | *□ | | *□ | |
| Élményt, kalandot keresők | *□ | | | *□⊕ | *□ | *□ | *□ | |
| célcsoportok → | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. |
| Terméktípusok → | E.t. | K.t. | B.t. | A.t. | Ö.t. | F.t. | T.u. | H.t. |

(legjelentősebb „turista-küldő” területek: * = régió-belső turisták, ∇ = szomszédos hazai régiókból, □ = Magyarország ◇ = szomszédos, közeli külföldiek (SL,PL, UA)
⊕ = Nyugat-Európa)

Az egyes célcsoportok különböző termékek iránti keresletben való megjelenése jól jelzi a kínálati oldal a szükséges szakmai együttműködések irányait is.

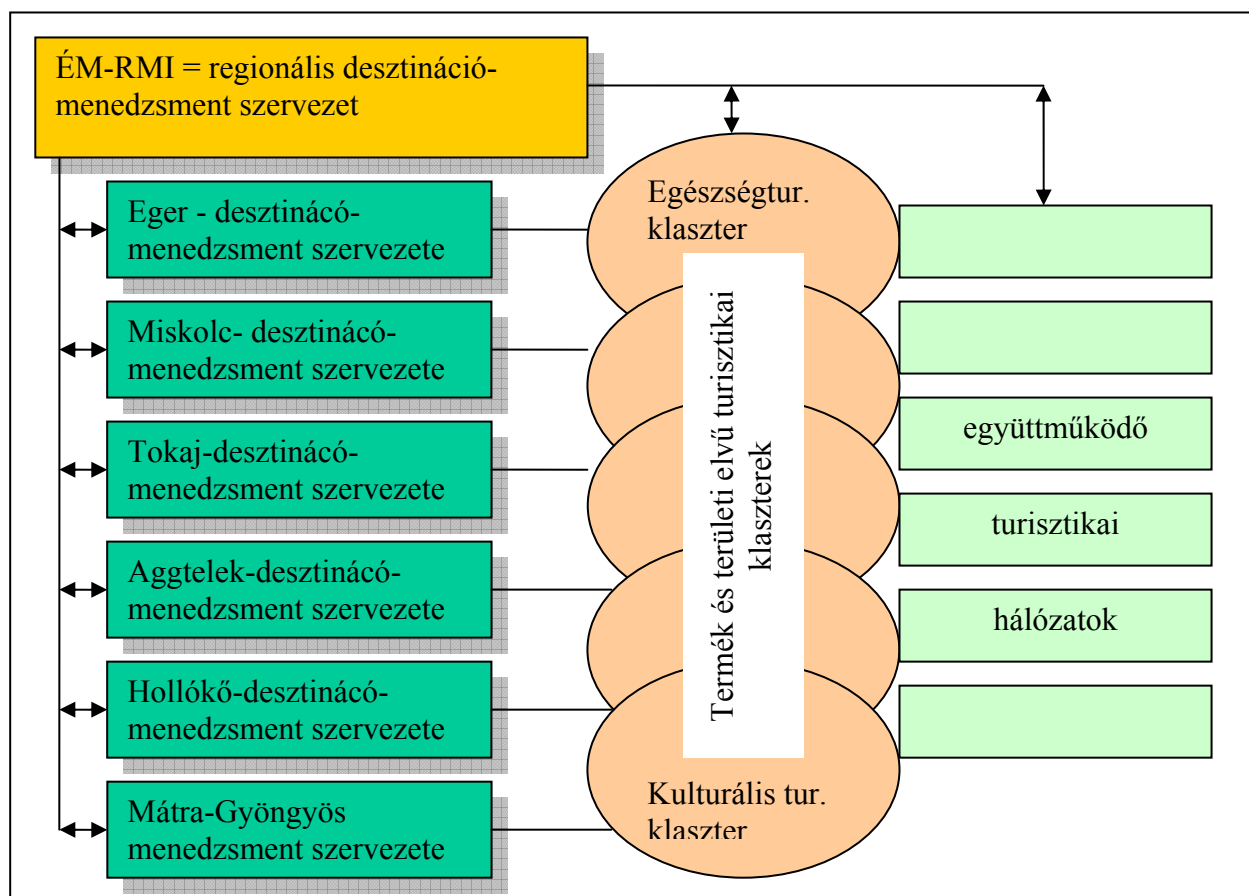
6.3.2. Desztináció-menedzsment - a régió turizmusfejlesztésének közösségi szervezeti rendszere

A régió turizmusának sikeres fejlesztése csak egy jól működő, jól együttműködő rendszerben lehetséges. Az együttműködés mind területi, mind pedig turisztikai termékek vonatkozásában szükséges.

A szervezeti, együttműködési rendszer alapját a desztináció-menedzsment különböző szintjeinek, az adott fogadóterület marketingjét koordináló szervezetek, összehangolt tevékenység lehetősége adja. Javaslatunk az alábbi – közösségi típusú - desztináció-menedzsment szintek, szervezetek együttműködésére épít.

- regionális desztináció-menedzsment, mely – az ÉM-RMI és a NORDA együttműködésére épülő - szervezete felelős a régió turizmusfejlesztési stratégiája megvalósításáért, folyamatos karbantartásáért, a szakmai koordinációért, a regionális közösségi típusú turizmusmarketing megvalósításáért.
- kiemelt turisztikai térségek desztináció-menedzsment szervezete, mely térségek a korábban kifejtett területi prioritásokhoz szerveződnek, (együttműködve a megyei, kistérségi támogatókkal, menedzserekkel)
- városok, települések desztináció-menedzsmentje, melyek egy konkrét hely összefogásának szervezői. .

Desztináció-menedzsmentre különösen ott van szükség, ahol a fogadóterület egy komplex, - adott esetben sok termékből álló - sajátos termékként, s fizikai és szocio-kulturális entitásként jelenik meg.



A régió turizmusfejlesztési rendszere szakmai keretei

A szervezetek –melyben a turizmuson belüli és kívüli szereplők egyaránt közreműködnek - alapvető feladata

- a desztináció-imázs, márka kialakítása,
- a konkrét termékfejlesztés stratégiák és lépések összehangolása, összefogások szervezése,
- a turizmus információs hátterének megalapozása,
- értékesítési és kommunikációs tevékenység szervezése, koordinációja,
- turisztikai vállalkozások szakmai támogatása,
- a piaci információk közvetítése az érintett szereplők felé,
- szakmai koordináció régión belül,
- szakmai lobbizási tevékenység szervezése, azaz a desztináció-menedzsment tevékenység

lényege a tudatosan felépített régió, térségi és települési turizmusmarketing tevékenység megvalósítása.

A szervezeti rendszer az – alapvetően közösségi típusú turizmusfejlesztés és marketing tevékenységet folytató - DM-szervezeteken túl szorosan kell, hogy kapcsolódjon, s ösztönözze a vállalkozások, közvetlen piaci és kapcsolódó szakmai szereplők klaszter típusú együttműködését, melyek a vállalkozások, non-business szervezetek (kulturális, tudományos, képzési stb.) kooperációjának kereteit adják, a turizmusfejlesztés, a turisztikai innovációk fő mozgatói a közös érdekek mentén.

A klaszterek alapvető szervezési elve lehet:

- turisztikai terméktípus alapú, (pl. egészségturisztikai klaszter, kulturális turizmus klasztere, lovasturisztikai klaszter stb.) ahol egy közösen működtetett klaszter-menedzsment kezdeményez, koordinál, konkrét vállalkozói, szakmai együttműködési programokat, projekteket,
- turisztikai desztináció, fogadóhelyre szerveződő, földrajzi típusú, amikor pl. egy város turizmusának szereplőit fogja össze együttműködési rendszerbe, a különböző területeken érintett vállalkozások révén az adott terület komplex turisztikai kínálatának kialakítása, értékesítése érdekében.

A turisztikai klasztereken belül több konkrét együttműködési megállapodás-rendszer jöhet létre a részes klaszter-tagok, avagy külső szereplők között, annak érdekében, hogy egyes konkrét projektek, termékek, kínálat, attrakció közös kialakítását, működtetését megvalósítsák. Ezen megállapodásokban, szerződéseikben rögzített hálózati együttműködések, a klaszterek működésének konkrét eredményei.

Minként az ábránk is jelzi a régióban a

- a közösségi típusú, elsősorban kormányzati és más adóforrásokból működő desztináció-menedzsment szervezetek,
- a széles vállalkozói és non-business szereplők kooperációkészségét felmutató klaszterek és
- a konkrét hálózati együttműködések képezik turizmus fejlődésének szakmai szervezeti vonalát, melyet
- természetesen további közösségi (pl., megyei önkormányzat stb.), és vállalkozásokat képviselő (pl. kamarai, szakmai szövetségi stb.) szervezetek, intézmények támogatnak, kapcsolódnak a tevékenységhez.

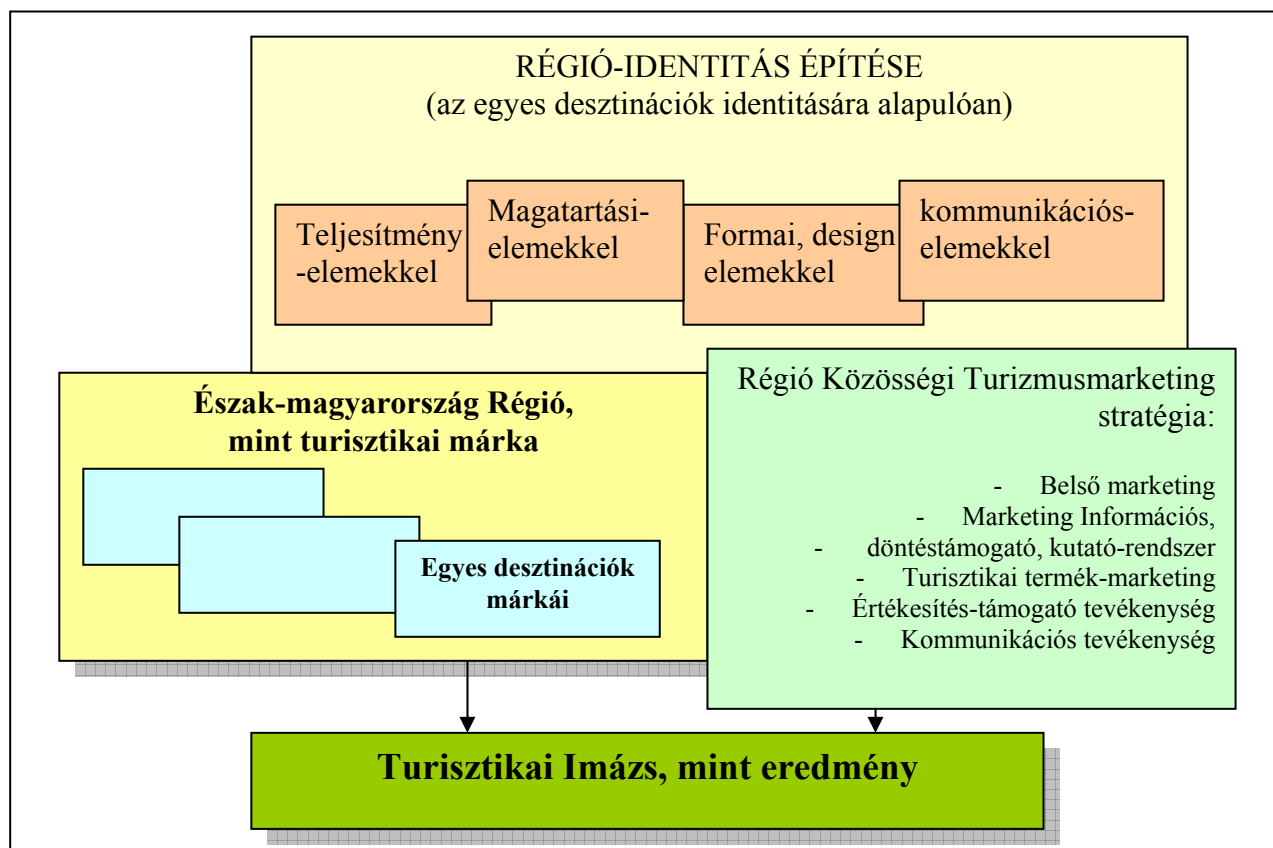
Miként erre utaltunk a közösségi szakmai tevékenység legalapvetőbb területi a turizmus-marketing. A következő oldalakon a régió turizmus-marketing stratégiájának fő elemeit, területeit, eszközeit foglaljuk össze, mely alapja lehet a desztináció-menedzsment szervezetek, valamint a klaszterek, hálózatok együttműködése marketingjének.

6.3.3. A régió közösségi turizmus-marketing stratégiájának fő irányai, eszközei

Az Észak-magyarország régió turisztikai marketingjének célja nem más, minthogy eszközeivel segítse a turizmus fejlesztési célok elérését, a lakosság életszínvonalának, életkörülményeinek javulását, a helyi közösségek megerősödését, gazdasági és ökológiai fenntarthatóságának növekedését.

A közvetlen turisztikai fejlesztési cél, a helyi erőforrásokra épülő, de azokat túlzott mértékben ki nem zsákmányoló, mind a régióban élő, mind pedig a kívülről érkező (bel- és külföldi) turisták igényeit kielégítő, diverzifikált, ugyanakkor határozott saját arculattal rendelkező, az ágazati és területi szereplők együttműködését preferáló és azt kiaknázó turisztikai kínálat megteremtése és hatékony értékesítése, ami elősegíti a térség szocioökonómiai versenyképességének javulását. A régió turisztikai fejlődése érdekében folytatandó marketing tevékenységet ma is sok szereplő végzi, formálja. Az önkormányzatok (települési, megyei), a területfejlesztés szereplői (kistérségek, régiók) a számos szakmai, kulturális, tudományos stb. szervezet mellett az üzleti szféra vállalkozásai, a régió lakossága folytat tudatosan és a mindennapi, a vendégekkel, turistákkal való kapcsolataiban, vendégszeretettel, ügyintézői készségével pedig spontán módon marketinget.

A marketing stratégia lényege, hogy tevékenységével márkaépítést végezzen, kialakítsa, és minél értékesebbé tegye Észak-Magyarországot, mint turisztikai márkát. A marketing-stratégia részleteinek kidolgozása meghaladja a jelen tanulmány kereteit, ugyanakkor fő modelljét bemutatjuk.



A turizmusmarketing modellje

A határozott identitás, arculat és elemeire tudatosan épülő márka-érték a turisztikai szegmensek szemében egyre pozitívabbá formálja a régió-egésze, s egyes desztinációi turisztikai imázsát. A régió-imázs építése az egyes termék-stratégiai és desztináció-területekre felépített

marketing programokból áll össze. Ez a többeleműség, komplexitás kell, hogy meghatározza a régió turisztikai marketingjének gyakorlatát.

A MT Rt. ÉM-RMI, mint desztináció-marketing szervezet ebben a rendszerben sajátos belső marketing aktivitásokat koordináló, erősítő közösségi marketing funkciót tölt be, s egybekapcsolja a régió szereplőinek marketing-aktivitását az országos desztináció-menedzsment, turisztikai marketing szervezet munkájával.

Az Észak-Magyarországi Régió Marketing Igazgatóság feladata, hogy

- fejlessze, koordinálja a régió-marketing turisztikai oldalát, folyamatosan karbantartva a stratégiát, konkrét programokra, akciókra lebontva azt,
- segítse elő a régió turizmusának kínálati bővülését, fejlődését,
- katalizátor szerepet töltsön be a turisztikai termékek fejlesztésében,
- növelje a régió turisztikai termékeinek ismertségét, imázsát,
- segítse azok piacra jutását, hatékony értékesítését, melynek érdekében,
- alakítsa ki a vállalkozói és közösségi turisztikai marketing tevékenységének összhangját,
- annak hatékony szervezeti, együttműködési rendszerét.

A MARKETING ESZKÖZRENDSZERE

Belső marketing

A belső marketing terén az alábbi teendők, programok fogalmazhatóak meg, melyek hozzájárulnak ahhoz, hogy még marketing-orientáltabbá, tudatosabbá, jobbá, sikeresebbé váljon a régió turizmusának fejlesztése és működtetése:

- a lakosság turisztikai szemléletének, vendégszeretetének javítása érdekében PR akciók indítása,
- a közös régió megismerésének ösztönzése az itt élőknel, a három megyét átfogó iskolai vetélkedőkkel, települések közötti játékokkal („játék régió-határon belül”)
- a régió szemlélet erősítése, az együttműködésben rejlő lehetőségek bemutatásával,
- a sikeres, jó turisztikai vállalkozások példájának megismertetésével, a nehézségekkel küzdő vállalkozások segítése,
- marketing-orientált „fogyasztó- és turistavédelmi” program indítása, mozgalom a régió legjobb turisztikai vállalkozása címért, különböző szakmaterületeken,
- „A régió turizmus-barát önkormányzata” cím, díj alapítása és évenkénti odaítélése a település vállalkozói és vendégei javaslata alapján,
- A turizmus innovációinak segítésére marketing-innovációs díj alapítása

Kínálat-, termékfejlesztés

A marketing feladata, hogy a régió turisztikai fejlesztési stratégiában kijelölt vezértermékek pozíciójának erősítéséhez hozzájáruljon, a piaci oldalról ellenőrizze a k+f tevékenység, a termékek fejlesztésének relevanciáját, fenntarthatóságát, s segítse azok piaci bevezetését.

A régió turisztikai marketingje a szervező, információ-szolgáltató, támogatást-közvetítő tevékenységével járul hozzá a régió ismertségének, imázsának erősítéséhez, úgy, hogy segíti a turisztikai vállalkozások hatékonyságának, piaci sikereinek növelését.

A kínálatfejlesztés piac-orientációját piackutatásokkal, elemzésekkel, azok eredményeire épülő szakmai konferenciák, tapasztalatcserék szervezésével szükséges elősegíteni. E fórumokon a régió vállalkozásai megismerkedhetnek a nemzetközi és hazai szakmai normákkal, jó megoldásokkal nemcsak a termékek, szolgáltatások kialakításának minőségére, hanem az értékesítés feltételeire, módszereire vonatkozóan is.

A marketing a turisztikai kínálatot fejlesztők, beruházók részére rendszeres információ-szolgáltatást nyújt a pályázati lehetőségekről, forrásokról és azok elérését lehetővé tevő módszerekről, technikákról. Javaslatokat fogalmaz meg a pályázati rendszer korszerűsítésére, a régió termékfejlesztési prioritásaihoz igazodó cél-orientált formák és a támogathatósági kritérium-rendszer megfogalmazására vonatkozóan.

A marketing információs és döntéstámogató rendszer eredményei.

A marketing stratégia céljainak megvalósítása érdekében az alábbi marketing eszközök alkalmazhatók:

- kutatások
- szakmai konferenciák, tapasztalatcserek
- termékfejlesztés, befektetések ösztönzése érdekében fórumok, eszközök koordinálása
- hirdetési kampányok belföldön, külföldön
- média, sajtókapcsolatok
- kiemelt jelentőségű rendezvények marketingjének támogatása
- tematikus kiadványok,
- kiállítások, vásárok külföldön, belföldön egyaránt
- study-tour-ok szervezése

Az ÉM-RMI a marketing munka során széles szakmai együttműködési rendszert alakított ki, melyben

- országos szakmai szervezetek, intézmények,
- a megyei, városi, települési önkormányzatok turisztikai, marketing, PR munkatársai,
- kistérségi menedzserek, megbízottak,
- turisztikai szolgáltatók,
- önálló turisztikai és marketing tanácsadók,
- tanácsadó cégek és felsőoktatási tudományos közösségek egyaránt résztvevők

A Marketing Információs Rendszer elemeinek tudatos építését kell megvalósítani részben az ÉM-RMI keretein belül, de segítségül felhasználva a szakmai, tudományos-oktatási intézmények, partnerek kapacitásait is, alapvetően korszerű informatikai alapokon:

- működtetni kell egy belső nyilvántartási, információgyűjtési rendszert a régió turisztikai teljesítményének mérésére, működtetési sajátosságainak rögzítésére,
- működtetni kell egy „külső figyelő rendszert” is, mely a régió és turisztikai termékeinek megítélését, imázsát méri, tükrözi vissza,
- marketing kutató rendszer működtetése szükséges, az egyes konkrét feladatok, problémák megoldására irányuló döntések, tevékenységek megalapozása érdekében, melyet egy
- elemző, feldolgozó szakmai szakértői módszertannak kell segítenie.

A MIR építésének érdekében szükséges tevékenységek:

- regionális szintű turisztikai adatbázis készítése, adatok rendszerbe szervezése, kiegészítése, rendszeres karbantartó adatszolgáltatási mechanizmusának, feltételeinek.
- az adatbázisok felhasználási módjainak, szoftvereinek kidolgozása, eljuttatás a régió Tourinform irodáiba.
- a Tourinform Információs Pont hálózat regionális továbbfejlesztésének megtervezése, előkészítése, megvalósítása.
- a régió turisztikai információs rendszerének folyamatos Internetes frissítése.
- A turisták folyamatos adatokkal, információkkal való ellátása érdekében célszerű egy térségi (az egyes kistérségek szintjén mozgó, vagy régiós) kék, vagy zöld számon hívható, esetleg SMS alapú telefonos információs rendszer kiépítése.
- Támogatni szükséges – a non-profit információs szolgáltatói rendszerek mellett - a turisztikai vállalkozások által rendszerre alakítandó - profitorientáltan megvalósuló információs, együttműködési háló kialakítását. (vendégközvetítés, más szolgáltatók ajánlása stb.) („i-projekt”)

A kínálatfejlesztési és kommunikációs kampány összeállítását megalapozó döntések érdekében rendszeres marketingkutatások végzése kívánatos:

- Vendég-elégedettség vizsgálatok a régió vezér-termékei vonatkozásában a legjelentősebb turisztikai helyeken, attrakcióknál a termék-fejlesztési törekvések megalapozására
- A régió vezető turisztikai vállalkozásainak megkérdezése a szakmai tapasztalatokról, fejlesztési javaslatokról, elégedettségről, konjunktúra alakulásáról
- Konkrét fejlesztési projekteket tesztelő, megvalósítási hatékonyságot ellenőrző kutatások végzése.
- Marketing munka hatékonyságelemzése általában, s a különböző rendezvényeken.
- Szekunder kutatások, a KSH adatgyűjtési rendszerével való együttműködés.

Értékesítést támogató promóciós, kommunikációs tevékenység

A turisztikai marketing értékesítés-támogató oldala közösségi (versenysemleges) és közvetlen profitorientált vállalkozói marketing aktivitásból áll. A jelen marketing stratégiai javaslatok a közösségi oldal tevékenységének fejlesztésére irányulnak.

A közvetítő csatornákkal való kapcsolattartás terén:

- szükségesnek tartjuk, hogy a régióban az egyes turisztikai helyeket, turisztikai termékeket menedzselő szervezetek, (DM, klaszterek) mint integrátorok (marketing irodák) működjenek. Az integrátor –egy település vagy egy termék-típus földrajzilag eltérő helyeken megjelenő kínálatának értékesítését végzi, melynek keretében feladata, hogy igazi terméké formálja a szolgáltatásokat, (az egyes vállalkozók együttműködésének kialakítása), a megfelelő minőségi és jogi garanciákat nyújtson a vendégek illetve az értékesítésben közreműködők (utazási irodák, Tourinform Irodák stb. felé), konkrét szervező, vendég-közvetítő tevékenység folytasson, az adott turisztikai termék kínálatát megjelenítő marketing akciókat szervezzen, (kiadványok készítése, direkt marketing, hirdetések megjelentetése, PR munka stb.)

Az integrátor az érdekelt vállalkozók megbízásából, azok üzleti érdekeinek szolgálatában tevékenykedik. Hosszabb távon egyértelműen vállalkozói finanszírozásban kell, hogy működjön. A tevékenységével a vállalkozások számára termelt többletbevételek egy részét jutalékként, költségtérítésként megtartva történhet a finanszírozása. A jelenlegi körülmények között számos területen, térségben a vállalkozások még nem képesek fenntartani egy ilyen szervezetet, sőt nem is mindenütt látják be egy közös marketing, értékesítő tevékenység folytatásának szükségességét mindamelllett, hogy látványosan panaszkodnak a vendéghiányra, a marketing gyengeségekre. A fenntartás és működtetés alternatív formája lehet egy ún. taniroda, ahol a felsőoktatási intézmények hallgatói gyakorlatszerzés közben közreműködnek az integrátori tevékenység végzésében. Ezáltal a szakmai szervezetek és a felsőoktatás közötti kapcsolatok szorosabbá fűződhetnek, illetve az irodák anyagi fenntartása is könnyebbé válhat pályázati alapon (ROP pályázatok).

Számos termék (egészségturizmus, hivatásturizmus stb.) értékesítésében egyre fontosabb szerepet töltenek be a szakmai, tudományos szervezetek, melyek feltérképezését, tartós kapcsolatok erősítését folyamatos tevékenységként definiáljuk.

Szakmai fórumok, értekezletek, érdekegyeztető és együttműködést támogató rendezvények, work-shopok legalább negyedévente kerüljenek szervezésre az egyes terméktípusokat érintő szakmai, üzleti szervezetek részvételével.

Tovább kell építeni az MT Rt., az ITDH külföldi képviselőivel, a nagykövetségekkel való közvetlen szakmai kapcsolatokat (információcsere, szakmai anyagok, kiadványok megküldése, folyamatos információ-szolgáltatás formájában.)

A marketing-kommunikációs, promóciós tevékenység legfontosabb elemei:

- A régió turisztikai logója szolgáljon minőségi védjegyként, azaz a pályázati rendszerben támogatott kiadványok esetén legyen kötelező a használata, míg saját, vállalkozói, önkormányzati forrású kiadványoknál használata legyen engedélyhez kötött. Csak olyan kiadványra kerüljön rá a „logó-védjegy”, melyet egy megbízott szakértői kör arra alkalmasnak tart. Az egységes formai arculat ne csupán a logóban, levélpapírban esetleg egy-egy kiadványban jelenjen meg, hanem kerüljön

megtervezésre a „teljes arculati kézikönyvnek” megfelelő rendszer, a filmektől, a kiállítási installációig.

- Kiadványok, PR anyagok készítése. Szükséges egy új típusú régió imázs-kiadvány sorozat elkészítése. A régió részletes esemény-naptárát negyedévente célszerű elkészíteni, de mindegyikben jelezni kell előre a teljes évre a már ismert programokat. Folytatni kell a nyomtatott tematikus régió-kiadványok készítését a vezér-termékek esetében. Anyagilag is támogatni kell a települések, városok, megyék és vállalkozói közösségek kiadvány-készítési kezdeményezéseit, ugyanakkor ezek információtartalmának frissességét ellenőrizni célszerű. Szükséges egy rövid és hosszabb terjedelmű informatív videó-film (sorozat) készítése és forgalmazása. Egy imázs-poszter sorozat készítése mellett, támogatni kell a rendezvényekhez kapcsolódó plakátok készítését. A belföldi turizmus ösztönzésére egy city-light kampány tavaszi, kora nyári megvalósítását javasoljuk. Megfontolandó az óriás-plakátok alkalmazása is. Megvizsgálandó, kidolgozandó egy negyedévente megjelenő regionális turisztikai magazin létrehozásának szakmai és pénzügyi terve.
- Kiállításokon, vásárokon való részvétel
- A belföldi turizmust elősegítő Road-show rendszer fenntartása és továbbfejlesztése.
- Regionális turisztikai kedvezményi kártya-rendszer - Meg kell vizsgálni, hogy az országos, egyéb régiókat érintő (Balaton) illetve a Borsod-Abaúj-Zemplén megyében működött megyei turisztikai kártyarendszer mintájára érdemes-e és szükséges-e egy, a régió területén érvényes önálló konstrukció kialakítása.
- Médiumokban való megjelenés. Az elektronikus médiában hirdetési kampány szervezése a szezonindítás mellett, elsősorban a konkrét rendezvényekhez kapcsolódóan kerüljön előtérbe. Az anyagi korlátok miatt elsősorban a PR-jellegű, a szakmai műsorokban, vetélkedőkben történő rendszeres megjelenés szervezésére szükséges a hangsúlyt fektetni. A rendezvényekhez kapcsolódó „hírjellegű”, tudósító, tájékoztató programokban, műsorokban való megjelenések ösztönzése kívánatos. A nemzetközi és hazai piac elérését hatékonyan szolgálná egy tematikus televízióban rendszeresen bemutatandó imázs-film. A regionális sajtó kapcsolati-térképének elkészítésére, kapcsolati személyek megkeresésére épülő rendszeres sajtótájékoztatók szervezésével, sajtóinformációk küldésével építendő a tudatos sajtókapcsolat.
- Study Tourok, szakmai bemutatkozó programok szervezése

A régió turizmusmarketingjében az értékesítéstámogatás és a kommunikáció legjelentősebb eszköze az internetes portál vált, s válik méginkább a jövőben. A kutatások, tapasztalatok egyértelműen mutatják, hogy a turisztikai döntések meghozatalának legfontosabb eszköze az internet. Az internet már nem csupán az információ-szerzés, tájékozódás terepe, hanem a döntések meghozataláé, a vásárlási is. **A régió egész turizmusfejlesztésnek, de különösen az értékesítési tevékenységének sikere attól függ, hogy sikerül-e az elektronikus piacokon megjelenni, illetve saját elektronikus piacot szervezni.**

Az internet, elektronikus-piacként definiálása, használata jelentős mértékben újraformálja a közösségi turizmusmarketinget. A közösségi beavatkozás legfontosabb terepe lesz, s újragondolásra, az alkalmazások technikáiban, módszereiben teljesen új megoldásokra készíti, kényszeríti a hagyományos marketing eszközök terén is a marketingeseket.

A közeljövőben elkészítendő részletes régió turizmus-marketing stratégiának, s az operatív marketing tervének a középpontjába a marketingnek azt az újraépítkezését kell állítani.

6.4. Célok és a fejlesztési irányok programjainak, intézkedéseinek várható költségei és hatásai

| | Célok és realizáló programok, | Intézkedések, kiemelt projektek | Várható költségek | Várható hatások, eredmények |
|---|---|--|--|---|
| A turistafogadás feltételeinek javítása | | | | |
| 1. | Közlekedésfejlesztés elérhetőség javítására | Regionális reptér, vasút, közútfejlesztés | A fejlesztések a régió operatív programjának más fejezetéhez kötődnek, s mintegy 450 Mrd. Ft. –ot érintenek. | Turisztikai desztinációk jobb elérhetőség, |
| 2. | Településkép javítása | Településközpont rehabilitációja | | Vonzóbb településkép |
| 3. | Környezetvédelem | Vízvédelmi, hulladékgyűjtési, energetikai stb. beruházások | | A régió turisztikai vonzerejének növekedése |
| 4. | Köz- és kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése | Egészségügy, banki, személyi, tömegközlekedési szolgáltatások | | Színvonalas szakmai szolgáltatások |
| 5. | Vendéglátás, szabadidő szolgáltatások fejlesztése | Éttermek korszerűsítése, szabadidős szolgáltatások fejlesztése | | Korszerű szolgáltatások turistáknak |
| 6. | Attrakciók közvetlen elérhetőségi, infrastrukturális feltételei | Parkolók, kerékpárút, logisztikai bázisok, tájékoztató rendszer | 6 Mrd. Ft. | Közvetlen turisztikai infrastruktúra-feltételek vonzóbbá válnak. |
| 7. | Fogadóképesség javítása | Új szálláshelyek építése, meglévők korszerűsítése | 26,5 Mrd. Ft. | Mintegy 8-15 ezer új illetve korszerűsített szálláshely |
| Versenyképes kínálat – vonzerők és attrakciók korszerűsítése, létrejöttének támogatása | | | | |
| 8. | Turisztikai k+f ösztönzése | K+F és innovációs programok, termékfejlesztés támogatása | 1 Mrd. Ft. | Korszerűbb szolgáltatások, új termékek, vállalkozások |
| 9. | Turisztikai tanácsadó szolgáltatások | Szakmai tréningek, tanácsadás, tudományos, szakmai rendezvények | 1 Mrd. Ft. | Tanácsadói együttműködések új sikeres vállalkozások, projektek |
| 10. | Vonzerők, attrakciók fejlesztése | Potenciális, valós turisztikai vonzerők állapotának fejlesztése, attrakciók létrehozása, piaci bevezetése | 78 Mrd. Ft. | Új turisztikai termékek piacon való megjelenése, látogatószám és költség növekedése, |
| 11. | Szakképzés, felsőoktatás fejlesztése | Képzési programok kidolgozása, tananyagfejlesztés, képzések támogatása | 1,5 Mrd. Ft. | Szolgáltatási színvonal növekszik, foglalkoztatottság |
| 12. | Vállalkozóvá válás ösztönzése | Turisztikai inkubáció, tanácsadás, tréningek | 1 Mrd. Ft. | Új vállalkozások száma nő. |
| Hatékony turisztikai kooperációk, desztináció-menedzsment rendszer kialakítása | | | | |
| 13. | Turisztikai kooperációk ösztönzése | Termék- és térségorientált turisztikai klaszterek, hálózatok kialakítása | 1,25 Mrd. Ft. | Klaszter-programok, kooperációs projektek, |
| 14. | Regionális turizmusmarketing stratégia és eszközök | Desztinációk marketingstratégiái, s konkrét kampányai | 3,5 | desztinációs márka-érték, pozitív imázs, hatékonyság, |
| Turisztikai termék-programok | | | | |
| 15. | Egészségturizmus | Már meglévő termékek, fürdőhelyi fejlesztések hatékonyságának javítása, új wellness és gyógyturisztikai projektek | 21 Mrd. Ft. | Az adott turisztikai terméktípusok terén karakteres, a piacon jól pozicionált regionális kínálat létrejötte, hatékony működtetés, melyre épülően jelentősen növekvő látogatószám, javuló kapacitáskihasználtság, nagyobb turisztikai bevételek, a turizmus súlya, társadalmi és politikai elismertsége nő. Hatékony régió belüli és azon túlnyúló szakmai programok, projektek megvalósulása. |
| 16. | Kulturális turizmus | Infrastrukturális felújítások, kiemelt rendezvények támogatása, koordináció | 32 Mrd. Ft. | |
| 17. | Bor- és gasztronómia | Infrastrukturális fejlesztések, minőség biztosítása, új gasztronómiai turisztikai termékek létrehozása | 12 Mrd. Ft. | |
| 18. | Aktív turizmus | Lovas-bázisok, kerékpár-, extrém, vízi-, téli sport és vadász-turizmus projektek | 16 Mrd. Ft. | |
| 19. | Falusi turizmus | Komplex település, térségi programok, szálláshely- és szolgáltatásfejlesztés, képzés és kiegészítő infrastruktúra | 6 Mrd. Ft. | |
| 20. | Öko-turizmus | Öko-turisztikai bázisok, bemutatóhelyek, szakmai szolgáltatások, képzések, beruházások támogatása | 15 Mrd. Ft. | |
| 21. | Tematikus utak | Utak, mint termékek kidolgozása, technikai feltételek biztosítása, értékesítés támogatása | 8 Mrd. Ft. | |
| Kiemelt desztinációk fejlesztési programja | | | | |
| 22. | Eger és térsége | A desztinációk menedzsmentjének, komplex fejlesztési programjainak kialakítása. Kiemelt projektek támogatása: „Város a város alatt”, Történelmi Ávas, régészeti park, Kongresszusi Központ-Miskolc, Coburg-kastély, Aggteleki Nemzeti Park új attrakciók, Ipolytarnóc világörökség, Tokaji bor-turizmus. | Desztináció-menedzsment költségvetés (2,1 Mrd. Ft.) + kiemelt programok (49 Mrd. Ft.) | Desztináció-menedzsment és marketing szervezetek és működés kialakítása. Komplex desztináció-fejlesztési program és menedzselése. Kiemelt projektek megvalósítása. |
| 23. | Miskolc-Bükk | | | |
| 24. | Gyöngyös-Mátra | | | |
| 25. | Aggtelek és térsége | | | |
| 26. | Tokaj és Zemplén | | | |
| 27. | Szécsény-Hollókő-Ipolytarnóc | | | |
| A stratégia közvetlen turisztikai programjai összköltsége 130-150 Mrd. Ft., a 7 éves támogatási igénye 95-100 Mrd. Ft. | | | | |

A stratégiai program költségvetésének és várható hatásainak összefoglalásakor a korábbi elemzéseink, az egyes programelemek tevékenység-terve, az elmúlt évek turisztikai programjai megvalósításának konkrét tapasztalatai egyaránt figyelembe vételre kerültek.

A saját tervezői, szakértői számítások, becslések mellett felhasználtuk a NORDA, Észak-Magyarországi Regionális Fejlesztési Ügynökség tervezési dokumentumait, amelyeket a II. Nemzeti Fejlesztési Tervhez kötődő területfejlesztési programjainak számításaira készítettek. A munka során az EM-RMI bekapcsolásával folyamatosan egyeztettünk a programelemek tervezett költségei és támogathatóságuk vonatkozásában. (A NORDA ROP turisztikai fejezetének költségtervének aktuális változatát a következő oldal foglalja össze.)

A pénzügyi tervezés időbeni ütemezése jelentős mértékben függ attól, hogy miként történik a programok, projektek konkrét realizálásának tervezése, előkészítése, különösen a kiemelt nagyprojektek, s a hozzá kapcsolódó tervezési munka időbeni ütemezése.

A források felhasználásában célszerű az időbeni arányosságra törekvés, mely a támogatási források elérésének ritmusát is alapvetően meghatározza.

A konkrét időbeni részletezést 7-8 évre előre nem célszerű tervezni, ugyanakkor szükségesnek tartjuk, hogy a stratégia realizálási folyamatában – hasonlóan már területfejlesztési program realizálási gyakorlatához – **készüljön két évente cselekvési terv, mely elvégzi a stratégia operacionalizálását, részletezését, s kialakítja a konkrét realizálási lépéseket.**

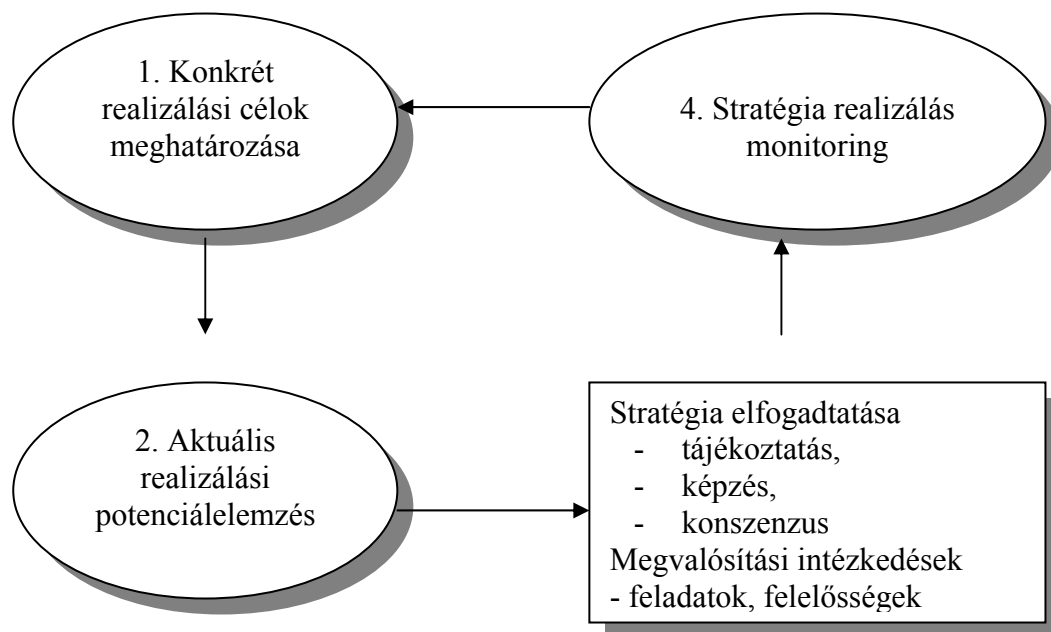
A realizálás tudatossága, a stratégia sikerességének biztosítója, ezért célszerűnek tartjuk, hogy a záró fejezetben összefoglaljuk a realizálási stratégia tartalmi követelményeit, feladatrendszerét, s annak szervezeti felelősségét.

| | | Tervezett projektek száma (db) | Fajlagos bekerülési költség (Millió Ft) | Beruházás összköltsége (Millió Ft) | Támogatási arány % | Támogatási igény (Millió Ft) |
|--|--|--------------------------------------|--|--|-----------------------|------------------------------------|
| II. REGIONÁLIS TURISZTIKAI HÁLÓZATI RENDSZER KIALAKÍTÁS AZ ÉSZAK-ALFÖLDI RÉGIÓVAL KÖZÖSEN | | | | | | |
| II.1.1. | A régiók közös turisztikai marketingstratégiájának elkészítése | | 30 | 30 | 0,90 | 27 |
| II.1.2. | A stratégiának megfelelő marketing eszközök előállítás és alkalmazása | 7 | 65 | 455 | 0,90 | 410 |
| II.2.1. | A Regionális turisztikai klaszter központ fizikai kialakítása (ROP) ERFA | 1 | 1000 | 1 000 | 0,90 | 900 |
| II.2.3. | K+F tevékenység, termék és szolgáltatás-fejlesztés(ROP) ERFA | 21 | 50 | 1 050 | 1,00 | 1 050 |
| II.2.4. | Régiókon belüli hálózati együttműködések támogatása (ROP) ERFA | 7 | 40 | 280 | 0,90 | 252 |
| II.2.5. | Nemzetközi hálózatokba történő bekapcsolódás támogatása (ROP) ERFA | 1 | 200 | 200 | 0,90 | 180 |
| II.3.1. | Fogadókapacitás fejlesztés (új szálláshelyek, meglévő szálláshelyek bővítése) (ROP) ERFA | 8 000 férőhely | 3 | 24 000 | 0,60 | 14 400 |
| II.3.2. | Szálláshelyek minőségi fejlesztése (szolgáltatásbővítés) (ROP) ERFA | 15 000 férőhely | 1,5 | 22 500 | 0,60 | 13 500 |
| II.3.3. | Informatikai és telekommunikációs fejlesztés (ROP) ERFA | 7 000 | 0,7 | 4 900 | 0,60 | 2 940 |
| II.3.4. | Attrakciók kialakítása, fejlesztése (SOP-ROP) ERFA | 15 | 5000 | 75 000 | 0,70 | 52 500 |
| II.4.1. | Logisztikai hálózat fejlesztése, kialakítása (pl. többnyelvű idegenvezető, tolmács, animátorok) (ROP) ERFA | 1 200 | 1,2 | 1 440 | 0,50 | 720 |
| II.4.2. | Logisztikai csomópontok kialakítása, közlekedési eszközök beszerzése(ROP) ERFA | 350 | 12 | 4 200 | 0,70 | 2 940 |
| II.4.3. | Tanácsadói és üzleti szolgáltató hálózat(ROP) ERFA | 210 | 1 | 210 | 0,90 | 189 |
| II.4.4. | Kiemelt rendezvények fejlesztése (ROP) ERFA | 210 | 12 | 2 520 | 0,70 | 1 764 |
| II.5.2. | Idegenforgalmi többszintű kompetencia alapú képzés az iskolarendszerben (ROP) ERFA | 8 | 30,0 | 240 | 0,90 | 216 |
| | II. Turizmus program összesen | | | 138 025 | | 91 988 |

6.5. Megvalósítás folyamata, monitoring rendszer bemutatása

Már közhelyszerű kijelentés, hogy minden stratégia annyit ér, amennyit megvalósítanak belőle. A tanulmány készítői éppen ezért fontosnak tartják azon módszertani javaslatok összefoglalását, melyek követése biztosíthatja a stratégia megvalósulását, az annak érdekében történő intézkedéseket.

A « realizálási stratégia » tehát nem más, mint annak számbavétele, hogy a kijelölt célok elérése érdekében a megvalósításhoz aktuálisan milyen feltételek szükségesek, melyek állnak rendelkezésre, melyek fejlesztendők, milyen intézkedések, ellenőrző mechanizmusok kívánatosak a folyamatos eredményesség, a siker érdekében.



A stratégia elvi realizálási folyamata, lépései

A realizálás csak akkor lehet eredményes, ha sikerül **az érintettek megismertetni, megértetni, elfogadtatni, s elérni a célokkal, a törekvésekkel való azonosulást**, annak érdekében, hogy híveivé, s aktív cselekvőivé váljanak a végrehajtásnak. Ennek érdekében tájékoztatókat, ha szükséges képzéseket kell tartani, s megtenni azokat a konszenzust teremtő lépéseket a konkrét feladatok, felelősségek terén, melyek együttesen biztosítják a közös cselekvés garanciáit. Ha létrejön az érintett szereplők közötti konszenzus, az biztosítja a feladatvállalási készséget, a végrehajtásban való aktív közreműködést.

A stratégia célkitűzései, céljai kijelölték a realizálás során elérendő kívánatos outputokat, eredménymutatókat, melyeket az egyes stratégiai programok, intézkedések leírásakor bemutattunk. A helyzetelemzéskor a realizálási feltételrendszer is értékelésre került, melyek továbbfejlesztési irányait az alábbiakban részletezzük.

Humán erőforrás feltételek biztosítása a realizálás sikertényezője. A személyi feltételek terén igen sokoldalú elvárás-rendszer fogalmazódik meg. A turizmus rendszerének regionális szintű működtetése alapvetően a rendelkezésre álló humán feltételek által határozódik meg, méghozzá az elsősorban az alábbi területeken:

- A régióban élő lakosság,
- turisztikai vállalkozók, cégvezetők,
- turisztikai vállalkozások alkalmazottjai,
- turisztikai szakértők, tanácsadók,
- non-profit, szakmai és civil szervezetek,
- marketing-szolgáltató cégek,
- települési önkormányzatok és munkatársaik,
- kisebbségi önkormányzatok,
- kistérségi szervezetek,
- Megyei Önkormányzatok és munkatársaik,
- Megyei Területfejlesztési Tanácsok és ügynökségeik,
- RIB és munkaszervezete,
- Regionális Területfejlesztési Tanács és ügynöksége hozzáállásán, magatartásán.

Az előzőekben felsoroltak – személyek és szervezetek – mindenekelőtt meg kell, hogy ismerjék, megértsék, elfogadják és azonosuljanak a fejlesztési koncepcióval, s annak stratégiai irányjaival. Ennek érdekében:

- fórumokat, szakmai vitákat kell szervezni a koncepcióról, melyen tisztázódnak a megfogalmazott törekvések, megtervezhető a résztvevők közvetlen érintettsége, kapcsolódási lehetőségei,
- a stratégiákat fokozatosan konkretizáló projektek kidolgozásával egyre közvetlenebbé válnak a települések, vállalkozások számára a realizálásból eredő teendők és előnyök, melyek révén erősödik az elfogadás, létrejön a megvalósítás érdekében szükséges konszenzus.

A humán erőforrás feltételek továbbfejlesztése terén az alábbi programok, javaslatok fogalmazhatóak meg:

- a régió lakossága felé,
 - o vélemények megismerésével be kell vonni az itt élőket a további tervezésbe, az egyes desztinációk programjai és projektjei kialakításába,
 - o a belső marketing keretében erősíteni kell az identitástudatot, be kell kapcsolni a lakosságot a hagyományok ápolásába, a hagyományok, a szokások felélesztésébe,
 - o PR munkával erősíteni kell a turisztikai szemléletet, a vendégszeretetet,
 - o képzéssel kell javítani a nyelvismeretet,
 - o be kell építeni a közoktatásba a turizmussal kapcsolatos alapvető ismereteket, a készségek fejlesztését.
- a vállalkozások felé,
 - o a turisztikai kooperációs formák, klaszterek, hálózatok lehetőségeinek megismertetése, együttműködésük elérése,
 - o a marketing szemlélet és magatartás, tevékenység erősítése (vevőorientáltság)
 - o képzési programok kialakítása a turisztikai vállalkozások szakmai működtetésére, marketingjére, a környezettudatos fejlesztésre, az etikai normák betartására irányulóan, valamint
 - o szakképzési programok kialakítása a turisztikai szakmák területén, a falusi turizmusban,

- a vállalkozások - értékesítés, kommunikáció terén - szükséges társulására, együttműködésére irányuló ösztönzés megvalósítása, (integrátorok, marketing irodák létrehozásának támogatása, információs rendszer kiépítése)
- a vállalkozások aktív bevonása a további tervezési munkába,
- szakmai és pályázat-technikai információk nyújtása a vállalkozóknak,
- az önkormányzatok és együttműködéseik, társulásaik felé,
 - az érintett (megyei és települési) önkormányzatok megismerve a fejlesztési prioritásokat, alakítsák ki viszonyukat vele kapcsolatban, s amennyiben szükséges, gondolják át a következő évekre szóló turizmus-fejlesztési stratégiájukat, a régióban várható feltételrendszerhez igazodva,
 - alakítsanak ki saját programokat, projekteket, melyekkel kapcsolódni tudnak a regionális prioritásokhoz,
 - az infrastruktúrafejlesztésben adjanak prioritást a turisztikai területeknek, segítsék a vállalkozások beruházásait erről az oldalról is,
 - a szervezeteiken belül foglalkozzanak tudatosan, szervezetileg is megjelenítetten a turizmus kérdéseivel,
 - működtessenek szakmai, szakértői fórumokat a turizmus fejlesztési kérdéseinek, aktuális területi feladatainak megvitatására, előkészítésére,
 - segítsék a helyi szakmai szerveződések, non-profit szervezetek, civil kezdeményezések munkáját,
 - az idegenforgalmi adó bevételekből származó forrásokat konszenzuson alapuló, szakmai prioritások szerint használják fel,
 - aktív alakítóként vegyenek részt a kistérségi, megyei, regionális együttműködésben,
 - készítsenek szakmai elemzéseket, nyújtsanak információkat a turizmus terén tevékenykedő vállalkozások, non-profit, civil szervezetek számára,
- szakmai, tudományos és civil szervezetek felé,
 - kívánatos a bevonásuk a további tervezésbe, a végrehajtás szervezésének, koordinációjának folyamatába,
 - a belső és külső marketing megvalósításában való közreműködés települési, megyei szinten,
 - a szakmai és versenyalapú „minőségbiztosító” rendszerek, versenyek, mozgalmak szervezése, működtetése,
- turisztikai szakértők, tanácsadók,
 - szakmai egyeztetések, workshopok a további tervezési folyamatok összehangolása érdekében,
 - a pályázati tevékenység segítésére való felkészülés,

A realizálási stratégia konkrét kialakítása és végigvitele a regionális desztináció-menedzsment szervezet feladata.

A regionális menedzsment szervezetnek kell kialakítania a stratégia végrehajtását követő, ellenőrző **monitoring rendszert** is, melynek feladata:

- a régió turizmusa legfontosabb folyamatainak, eseményeinek nyomon követése, rögzítése,
- a folyamatok szakmai hatékonyságának, eredményességének értékelése, kutatási, elemzési munkával,
- az outputok mérése, a stratégia indikátorai alakulásának számbavétele, értékelése,
- az időközi értékelések tapasztalatai alapján visszacsatolás a stratégia céljai, programjai esetleges módosítása, továbbfejlesztése érdekében,
- a regionális desztináció-menedzsment szervezet segíti a régió belüli desztináció-menedzsment szervezetek hasonló tevékenységét, támaszkodik rájuk a helyi folyamatok megítélésében, együttműködik velük a jövőbeni lépések összehangolásában.