

Műhely

Észak-Magyarország Régió Turizmusfejlesztési stratégiája 2007-13 Vezetői összefoglaló

A stratégiát a Magyar Turizmus Rt. megbízásából az RMC Regionális Marketing Centrum Kft. Miskolc készítette.

A tervezés irányítója Dr. Piskóti István, az együttműködő szakértői csoport tagjai Bárdos István, Breintenbach József, Gecsei Anikó, Kiss János, Kovács Gábor, Nagy Katalin, Valenta Linda és Varjas László voltak.

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 segítse, *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 nevezhetők. 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

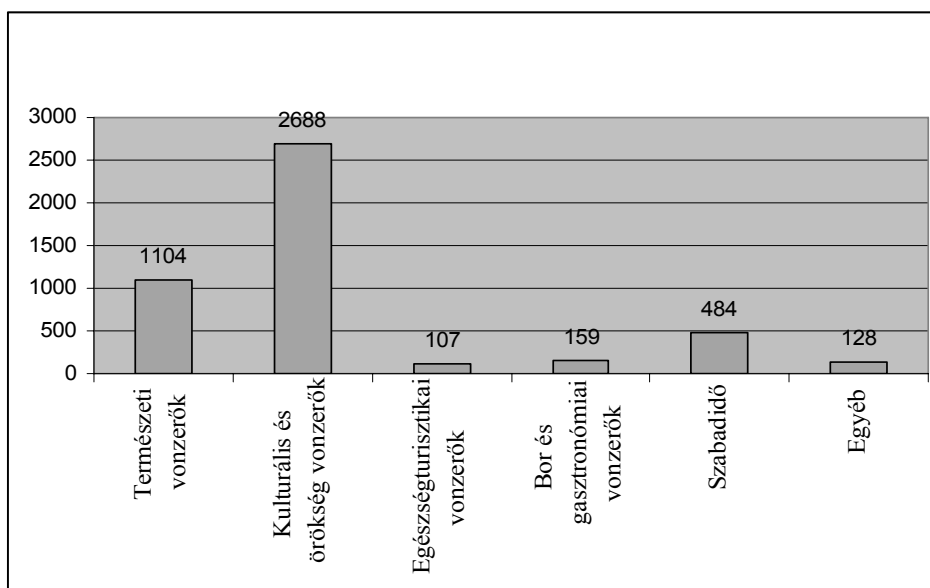
mind-mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a régió megerősödő turisztikai potenciállal rendelkezik országos és nemzetközi tekintetben is. A jelen stratégiai projekt során frissítettük a vonzerőleltárt – a régi, 1997-es vonzerőleltár adataiból kiindulva – most 4670 vonzerőelemet sikerült azonosítani, melyeket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

1. táblázat: Az Észak-magyarországi régió vonzerő leltára

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

Forrás: A szerzők szerkesztése

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.



1. ábra: Összevont vonzerők megoszlása

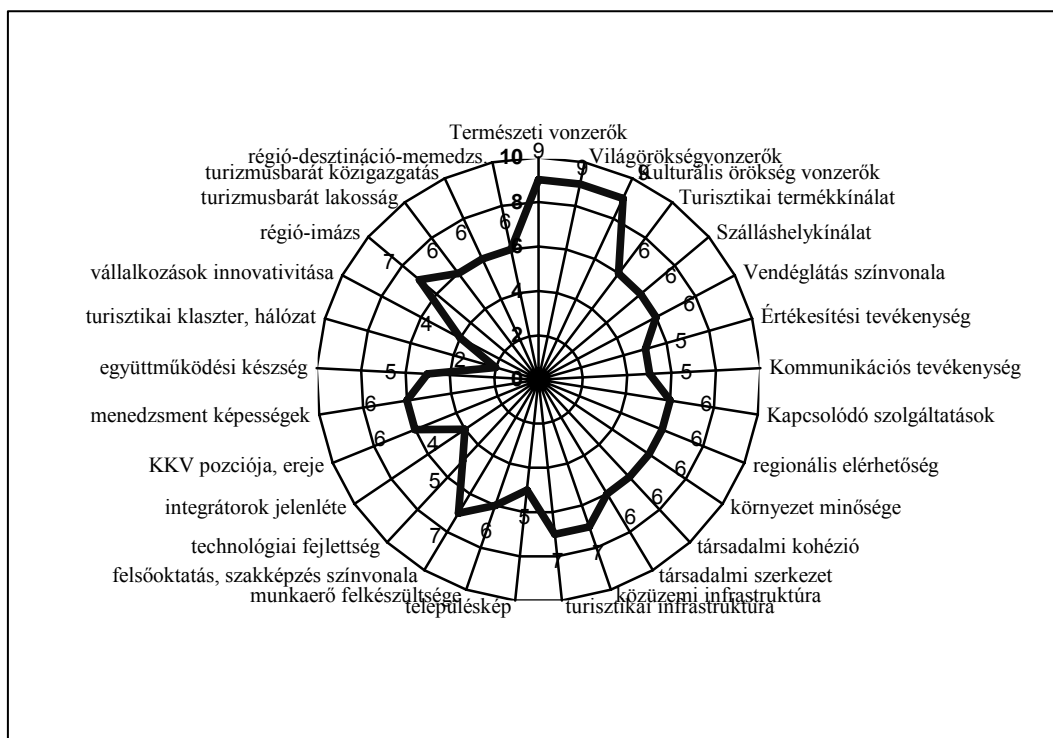
Forrás: A szerzők szerkesztése

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.

Összefoglalásként néhány kiemeltet teszünk:

- a jelentős turisztikai potenciált visszatükrözik a vonzerő-értékelések számai,
- a jelenlegi termékínálat 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 tökére, menedzsment, innovációképesség vonatkozásában, de különösen veszélyesnek a kooperációkészséget, a hiányzó együttműködésekkel 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.



2. ábra: versenyképességi csillag modell

Forrás: A szerzők szerkesztése

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 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:

Fogadóképesség javítása

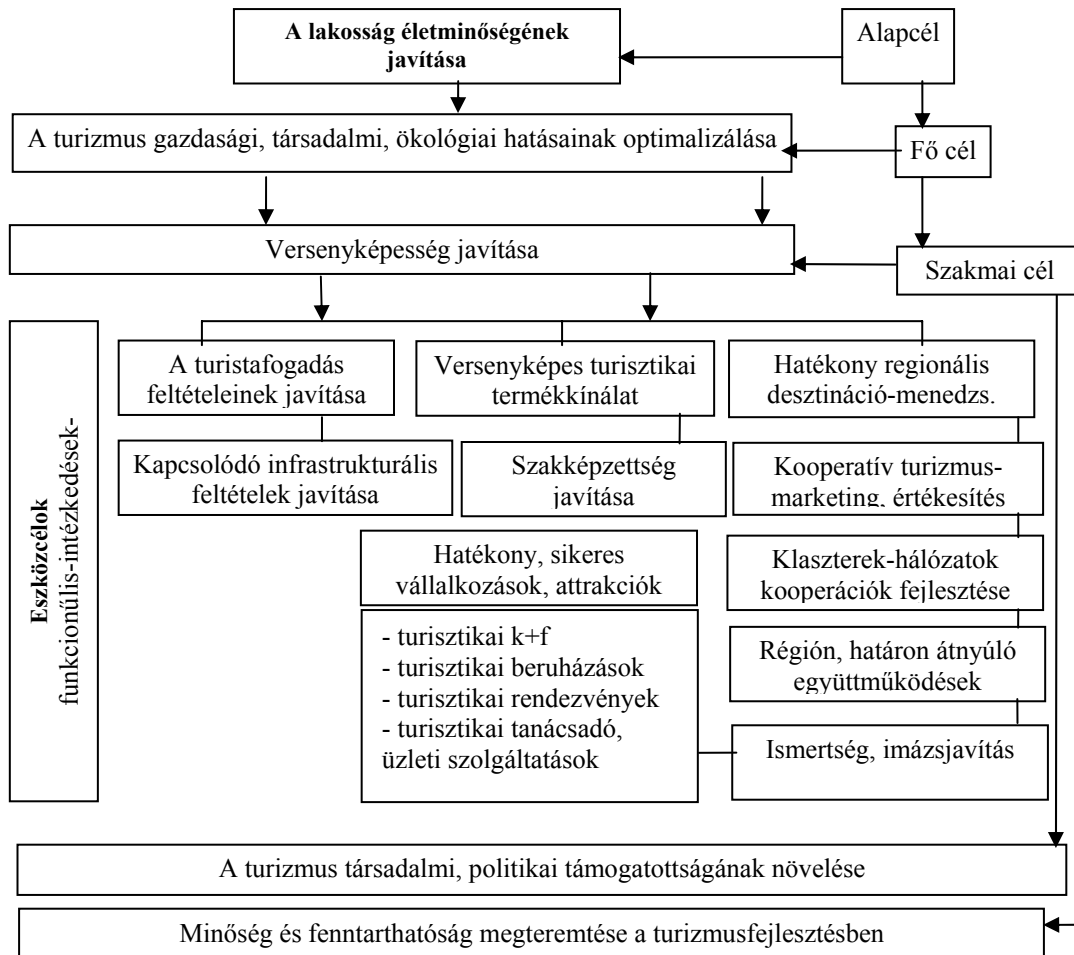
- javítani kell a fogadó-képességet, mind a közüzemi, mind a turisztikai infrastrukturális területeken, (megközelíthetőség, közlekedés, szálláshelyek stb.)

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.



3. ábra: A fejlesztési stratégia célrendszere

Forrás: A szerzők szerkesztése

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.

2. táblázat: A turizmusfejlesztési stratégia alprogramjai

| | Célok és realizáló programok | Intézkedések, kiemelt projektek | Várható költségek | Várható hatások, eredmények |
|--|---|---|--|--|
| <i>A turistafogadás feltételeinek javítása</i> | | | | |
| 1. | Közlekedésfejlesztés elérhetőség javítására | Regionális reptér megvalósítása Mezőkövesdnél (Klementina), vasút, közútfelújítás | A fejlesztések a régió operatív programjának más fejezetéhez kötődnek, s mintegy 450 Mrd. Ft-ot érintenek. | Turisztikai desztinációk jobb elérhetőség, |
| 2. | Településkép javítása | Településközpontok 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 |

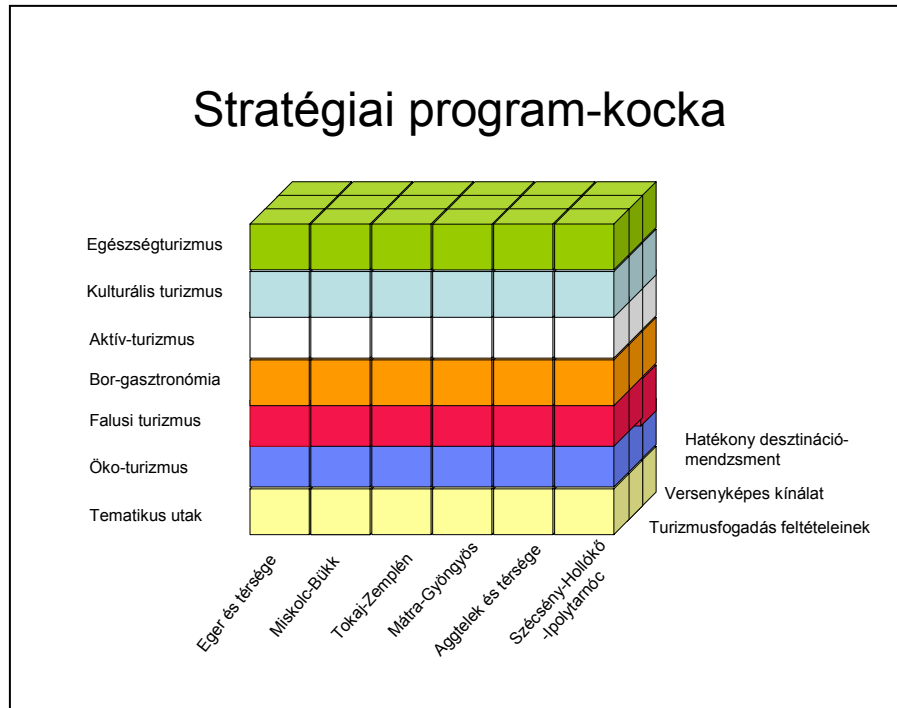
| | Célok és realizáló programok | Intézkedések, kiemelt projektek | Várható költségek | Várható hatások, eredmények |
|---|--|---|--------------------------|--|
| | | | | szálláshely |
| <i>Versenyképes kínálat – vonzerők és attrakciók korszerűsítése, létrejöttének támogatása</i> | | | | |
| 8. | Turisztikai 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 javul, |
| 12. | Vállalkozóvá válás ösztönzése | Turisztikai inkubáció, tanácsadás, tréningek | 1 Mrd. Ft. | Új vállalkozások száma nő. |
| <i>Hatékony turisztikai kooperációk, desztináció-menedzsment rendszer kialakítása</i> | | | | |
| 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 Mrd. Ft. | desztinációs márka-érték, pozitív imázs, hatékonyság javulása, |
| <i>Turisztikai termék-programok</i> | | | | |
| 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 kapacitás-kihasználtság, 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-, télisport és vadász-turizmus projektek | 16 Mrd. Ft. | |
| 19. | Falusi turizmus | Komplex település, térségi programok, szálláshely- és | 6 Mrd. Ft. | |

| | Célok és realizáló programok | Intézkedések, kiemelt projektek | Várható költségek | Várható hatások, eredmények |
|--|------------------------------|---|--|--|
| | | szolgáltatásfejlesztés, képzés és kiegészítő infrastruktúra | | |
| 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. | |
| <i>Kiemelt desztinációk fejlesztési programja</i> | | | | |
| 22. | Eger és térsége | A desztinációk menedzsmentjének, komplex fejlesztési programjainak kialakítása. Kiemelt projektek támogatása: „Város a város alatt”, Történelmi Park, 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. - mely az NFT2 (NSRK) regionáli operatív programja forrásai mellett, a régióban képződő turisztikai forrásokra is építhet. Jelentős támogatásfüggetlen források további megjelenését is indukálja a fejlesztési stratégia. | | | | |

Forrás: A szerzők szerkesztése

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 két évente 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.



4. ábra: Stratégiai programkocka

Forrás: A szerzők szerkesztése

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, határközei térségekkel való kooperációk is klaszterbe felfűzhetőek.

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

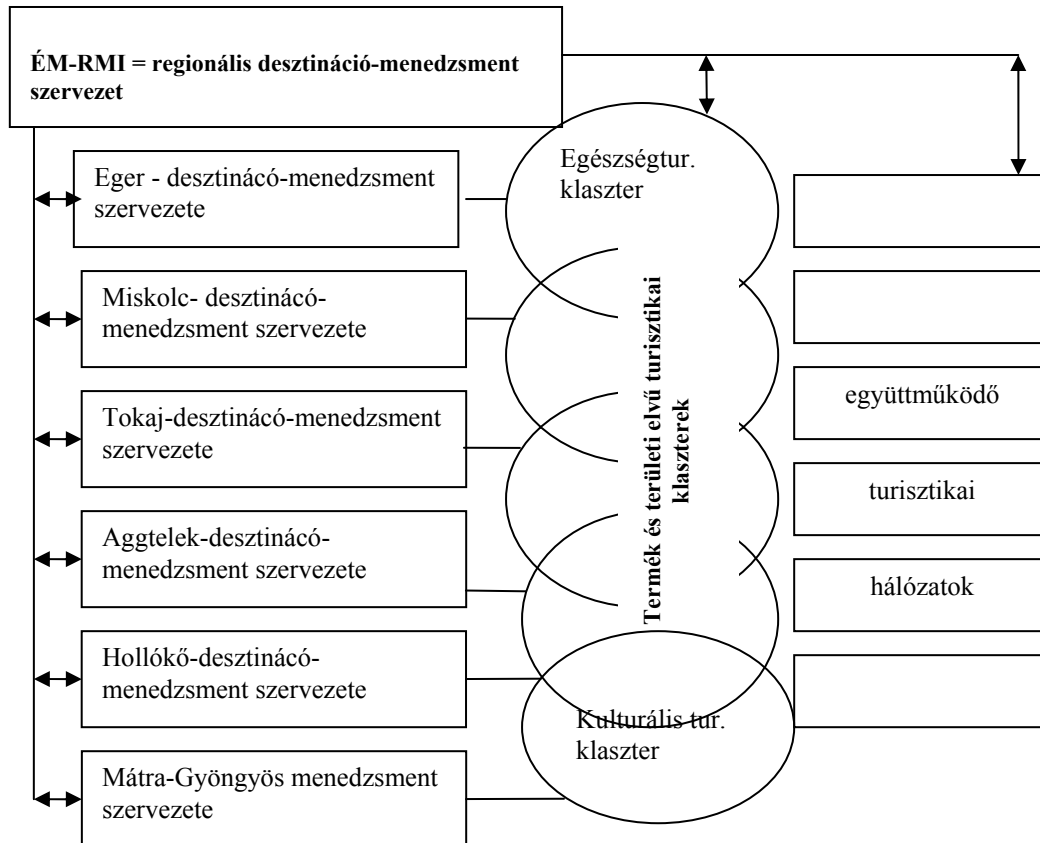
- Tisza-tó turisztikai régió, elsősorban
 - A Tiszához kapcsolódó vízparti, vízi turizmus és sport terén, a VTT-hez kapcsolódó turisztikai tervezési tevékenység részeként.
 - Az aktív és öko-turizmus terén, valamint
 - a kulturális és tematikus utak kapcsán.
- Észak-Alföld Régió, elsősorban
 - Az aktív turizmus, a „közös” Tisza turisztikai hasznosítása terén.
 - A nagy észak-alföldi egészségturisztikai desztinációk (Debrecen, Hajdúszoboszló) termékcsaládjának kiegészítéseként régióink kulturális és ökoturisztikai kínálata tekintetében.
- Közép-Magyarország Régió, elsősorban
 - 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
 - Aggtelek és környéke „közös adottságainak” egybekapcsolására, fejlesztésére épülően.
 - A Zemplén-térségében – a hármashatármenti együttműködés, a Kárpátok Eurorégió együttműködésére.
 - A Kassa-Miskolc interregionális együttműködés,
 - 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 komplex turisztikai fejlesztését, marketingjét koordináló szervezetek, összehangolt tevékenységének a lehetősége adja, mely a turisztikai vállalkozások klasztereinek, hálózatainak együttműködésére, támogatására épül. Javaslatunk az alábbi – közösségi típusú - desztináció-menedzsment szintek, szervezetek együttműködésére épít.

- *Regionális desztináció-menedzsment*, mely – az EM-RMI és a NORDA együttműködésére épülő -szervezete felelős a régió turizmusfejlesztési stratégiája megvalósításáért, folyamatos karbantartásáért, a szakmai koordinációért, a regionális közösségi típusú turizmusmarketing (piacorientált fejlesztés, kommunikáció, értékesítés) 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.



5. ábra: ÉM-RMI = regionális desztináció-menedzsment szervezet javasolt felépítése

Forrás: A szerzők szerkesztése

A régió turizmusfejlesztési rendszere szakmai kereteit bemutató ábránk jelzi, hogy a közösségi típusú tevékenységet folytató desztináció-menedzsment 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, márkák 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 régióon belül,
- szakmai lobbizási tevékenység szervezése, azaz a desztináció-menedzsment tevékenység lényege a tudatosan felépített régió, térségi és települési turizmusmarketing tevékenység megvalósítása.

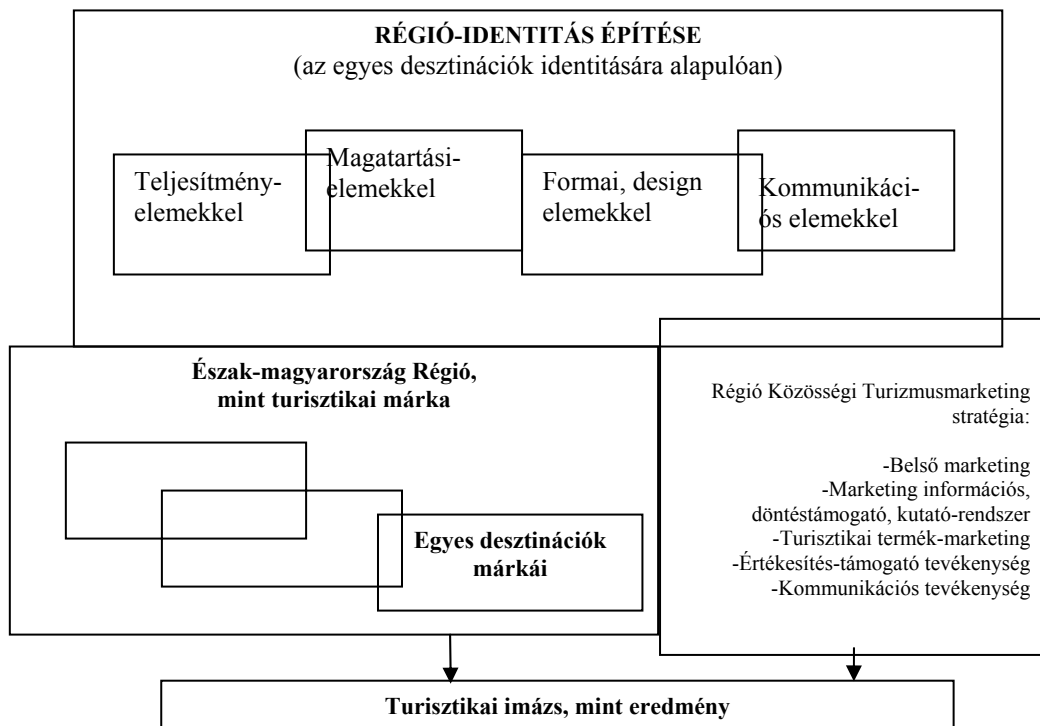
A szervezeti rendszer az – alapvetően közösségi típusú turizmusfejlesztési és marketing tevékenységet folytató - DM-szervezeteken túl szorosan kell, hogy kapcsolódjon, s ösztönözze a vállalkozások, közvetlen piaci és kapcsolódó szakmai szereplők klaszter típusú

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 vállalkozások a DM-szervezetek aktív szereplői, partnerei.

A klaszterek alapvető szervezési elve lehet:

- turisztikai terméktípus alapú, (pl. egészségturisztikai klaszter, kulturális turizmus klasztere, lovasturisztikai klaszter stb.) ahol egy közösen működtetett klasztermenedzsment 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 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.



6. ábra: Az egyes desztinációk identitására alapuló régió-identitás építés

Forrás: A szerzők szerkesztése

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