

Dankó László

## Zemplén régió turizmusának fejlesztése

**Zemplén régió Magyarország északkeleti részében a szlovák-ukrán hármashatárnál helyezkedik el. Tanulmányunkban összefoglaljuk az elmúlt tíz évben a térség turizmusának fejlesztését előmozdítani hivatott szakértői munkáink főbb eredményeit, tapasztalatait.**

### *1. Zemplén turisztikai régió*

Zemplén régió Magyarország északkeleti részében a szlovák-ukrán hármashatárnál helyezkedik el. Nyugatról a Hernád, délről a Tisza folyók határolják. A hazánkban kialakult ún. funkcionális fejlesztési régiókkal megegyező területű idegenforgalmi régiók közül a északkelet-magyarországi régió adja meg azt a kapcsolódási keretet, melynek révén Borsod-Abaúj-Zemplén megyén túl, éppen a Tisza turisztikai hasznosítása kapcsán a szomszédos Szabolcs-Szatmár-Bereg megyével közös fejlesztésekbe kezdhet.

Borsod-Abaúj-Zemplén megye Zemplén térsége az 1950-ig önálló Zemplén vármegye magyarországi részét, valamint az ugyancsak a megyeegyesítésig működő Abaúj-Torna vármegye Hernád folyó és mai országhatár közötti részét öleli fel.

Mindkét vármegye az államalapítás korában szerveződött, Abaújnak Kassa, Zemplénnek Sátoraljaújhely volt a székhelye. Az 1920. évi trianoni békeszerződés után a „*csonka*” Abaúj székhelye Szikszó lett, míg Zemplén megyeszékhelyét a Ronyva folyó vonalában kettévágták, elsősorban a Csehszlovákiához került – Magyarországot megkerülő – vasútvonal okán. 1938-ban a I. Bécsi döntéssel (*Felvidék visszacsatolása*) újból kiegészültek a csonka megyék, de teljes területüket nem kapták vissza. 1945-ben visszaállt az 1938 előtti állapot, s 1950. január 1-jétől megtörtént az önálló megyék összekapcsolása Borsod-Abaúj-Zemplén néven, Miskolc székhellyel. Ugyanakkor a Zemplén régióhoz kapcsoltak néhány Tiszától északra lévő települést a Bodrogekben és a Taktaközben.

A Zemplén régió lehatárolásánál Zemplén vármegye területének relevanciája egyértelmű, ugyanakkor magyarázatra szorul, hogy Abaúj Hernádtól keletre eső részét miért tekintjük vizsgáldásunk tárgyához kapcsolódónak.

A turisztikai vonzerővel rendelkező települések rendszerezésénél a *I. sz. táblázatban* megjelölt „Zemplén”, a Zempléni hegység tájvédelmi körzetét és annak környezetét egységes üdülőkörzetként megjelölve integrálja az ún.

„Abaúji Hegyalját”, a Zempléni hegység nyugati peremvidékét is, hisz ebben az esetben a közigazgatási körzetek mentén való lehatárolás éppen a térség tájvédelmi körzetét vágná ketté!

Tájegység	Nemzetközi vonzáskörzet	Országos vonzáskörzet	Regionális vonzáskörzet	Idegenforgalmi település összesen
Mátra-Bükk	2	11	10	23
Aggtelek vidéke	2	2	22	26
Zemplén	5	12	33	50
Felső-Tiszavidék	-	2	2	4
Közép-Tiszavidék	-	-	3	3
<b>Összesen:</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>70</b>	<b>106</b>

**1. táblázat: BAZ megye tájegységeinek turisztikai vonzású települései**

Borsod-Abaúj-Zemplén megye idegenforgalmi stratégiájában a stratégia alkotói a megyét turisztikai szempontból öt körzetre osztották, s ezek között Zemplénnek meghatározó szerepe van.

A körzetek lehatárolásánál a turisztikai kínálat egységes, vagy egymáshoz szorosan kapcsolódó jellegéből indultak ki, s igyekeztek az egész megyét lefedő, a meglévő üdülőkörzeti beosztást és a valós területi kapcsolódásokat is tükröző rendszert kialakítani.

**Zemplén turisztikai körzetet** négy – jellegükben erősen eltérő - tájegységre bonthatjuk tovább, melyek a következők:

- Bodrogek,
- Taktaköz-Harangod,
- Tokaj-hegyalja, (zárt borvidék - világörökség,
- Zempléni-hegység (*Abaúji Hegyalja, Hegyköz*).

A megyei turisztikai stratégiában kijelölt körzethez a megye 346 településéből 104 tartozik, népességszáma mintegy 160 ezer fő.

Zemplén turisztikai körzetet az öt zempléni statisztikai kistérségi vonzáskörzet teljes egészében, valamint az Abaúji Hegyalja 20 települése alkotja.

Amint azt már érintettük Zemplén régió a hajdani Zemplén vármegye mai Magyarországon lévő területét, továbbá a hajdani Abaúj-Torna vármegye

Zempléni hegységében lévő településeit öleli fel az országhatár és a Hernád folyó közötti területen.

### **Turisztikai települések, turisztikai vonzerők**

Zemplén térség településeit az idegenforgalom területi irányításáról és tervezési rendszerének korszerűsítéséről szóló 2006/1979. (III.16) Mt. h. sz. határozat alapján sorolhatjuk az üdülőkörzetek, vagy gyógy-helyek közé. Ezen és más jogszabályok szerint a térség nem tartozik kiemelt üdülőkörzetekhez, kiemelt idegenforgalmi körzethez, országos, illetve kiemelt gyógyhelyekhez, viszont két üdülőkörzetben már releváns, így:

Felső-Tisza szakasz üdülőkörzetben ide tartozó települések: Cigánd, Csobaj, Kenézlő, Révleányvár, Ricse, Taktabáj, Tizzacsermely, Tizsakarád, Tiszaladány, Tiszalúc, Tiszatardos, Zalkod, Zemplénagárd *(összesen: 13 település)*.

Zemplén üdülőkörzetben a régióhoz tartozó települések: Abaújalpár, Abaújkér, Abaújszántó, Abaújvár, Alsódobsza, Alsóregmec, Arka, Baskó, Bodrogkeresztúr, Bodrogkisfalud, Bodrogolaszi, Boldogkőváralja, Bózsva, Erdőbénye, Erdőhorváti, Felsőregmec, Filkeháza, Fony, Füzér, Füzeskajata, Füzérkomlós, Füzéradvány, Golop, Gönc, Göncruszka, Háromhuta, Hejce, Hercegekút, Hernádcéce, Hollóháza, Kéked, Kishuta, Komlóska, Korlát, Kovácsvágás, Makkoshotyka, Mád, Megyaszó, Mezőzombor, Mikóháza, Mogyoróska, Monok, Nagyhuta, Nyíri, Olaszliszka, Pálháza, Pányok, Prügy, Pusztafalu, Rátka, Regéc, Sáradsadány, Sárospatak, Sátoraljaújhely, Sima, Szegi, Szegilong, Szerencs, Tarcal, Tállya, Telkibánya, Tokaj, Tolcsva, Újcsanános, Vágáshuta, Vámosújfalud, Vilmány, Vilyvitány, Vizsoly, Zsujta *(összesen: 71 település, amiből abaúji 20)*.

Az üdülőkörzeten kívüli üdülési-idegenforgalmi adottságokkal rendelkező térségek, illetve települések közül ide tartozik:

- Tokaj és környéke, *(1 település)*
- Műemléki városok települések: Sárospatak, Karcsa, Pácin, *(összesen 3, ebből 2 még nem szereplő település)*.

Az idegenforgalmi települések száma a Zemplén térség 84 településéhez viszonyítva nagy: 67, ami 79,8%-os aránynak felel meg, s mindenképpen komoly potenciális vonzerő együttesről árulkodó.

Amint azt az *1. sz. táblázatban* bemutattuk a Zemplén térség települései közül, egy a nyolcvanas években végzett felmérés 54-et talált olyannak, amelyik nemzetközi (5), országos (4), vagy regionális (35) vonzásjelleggel rendelkezik.

## 2. Zemplén térségi turizmusfejlesztési terv

A turizmusban rejlő térség- és gazdaságfejlesztési lehetőségek hasznosításának igénye vezette a Zempléni Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítványt, amikor kidolgoztatta az érintett kistérségek önkormányzatai részéről is elfogadott térségi turizmusfejlesztési tervet.

A Zempléni térségi SWOT (*erősségek, gyengeségek, lehetőségek, veszélyek*) elemzés keretében a négy kistérségre külön-külön vizsgáltuk meg a régió erős és gyenge pontjait (*2. sz. táblázat*), s meghatároztuk az egyes kistájakra vonatkozó fejlesztési célokat is:

1. Minőségi szállások fejlesztése
2. Turistautak rendbetétele, felülvizsgálata
3. Tájrendezés
4. Információs hálózat kiépítése
5. Vadászati kínálat fejlesztése
6. Marketingtevékenység fejlesztése
7. Lovasturizmus feltételeinek javítása
8. Montainbike és síklub működésének támogatása
9. Turisztikai termécsomagok összeállítása
10. Helyi túravezetők képzése
11. Szálláskatalógus összeállítása
12. Pihenőhelyek, esőbeállók, illemhelyek létesítése
13. Kerékpárutak kijelölése, építése
14. Falusi vendégfogadók képzése
15. Tájékoztató táblák kihelyezése
16. Kulturális programok szervezése
17. Kisvasút rekonstrukciójának, fenntartásának támogatása
18. Koordináló, együttműködési szervezet segítése
19. Ökológiai szakmai rendezvény szervezése
20. Hagyományos erdőkielési mesterségek (*szénégetés, hordókészítés, faipar*) újjáélesztése, támogatása
21. Gépkocsimentes övezetek létrehozása
22. Az erdő- és vadgazdálkodás összehangolás a turizmusfejlesztéssel
23. Az ifjúsági, természetjárás turizmus újjáépítése Zemplénben
24. Kereskedelmi, vendéglátói szolgáltatás fejlesztése
25. Szlovák-magyar határátkelők nyitása.

	Bodrogköz		Taktaköz Harangod		Tokaj- Hegyalja		Zempléni hegység	
	E	GY	E	GY	E	GY	E	GY
<b>Fekvés, megközelítés</b>	5	3	4	1	8	2	3	5
• országhatár	x	x			x			x
• megyehatár	x						x	
• hegyek					x			
• folyó, árterület	x		x		x			
• repülőtér					x			
• jó közút	x	x	x	x	x			x
• vasút		x	x		x	x		x
• kerékpárút	x		x		x		x	x
• turistautak					x	x	x	x
<b>Látnivalók</b>	9	1	5	0	15	0	14	1
<i>a.) természeti</i>	5	0	3	0	6	0	7	0
• háborítatlanság	x		x		x		x	
• hegyvidék					x		x	
• vízpart	x		x		x			
• erdők, ligetek	x						x	
• geológia					x		x	
• élővilág	x						x	
• tájkép					x		x	
• természetvédelem	x				x		x	
• gondozott sz.föld, szőlők			x		x			
<i>b.) kulturális és gazdasági</i>	4	1	2	0	9	0	7	1
• műemlékek	x	x	x		x		x	
• történelmi emlékek					x		x	
• építészet, település					x		x	
• művészet, kultúra					x			x
• múzeumok					x		x	
• folklór, hagyományok	x				x		x	
• termék			x		x		x	
• mesterség	x				x			
• vállalkezési övezet	x				x		x	

<b>Programok</b>	5	0	3	0	9	1	7	0
• rendezvények	x				x			
• természetjárás	x		x		x		x	
• strand, fürdő					x		x	
• lovaglási lehetőség	x				x		x	
• vadászat	x		x		x		x	
• sportlehetőség			x		x		x	
• táborozás					x		x	
• borkóstolás, borút					x	x		
• gasztronómia	x				x			
• erdei kisvasút							x	
<b>Szállás</b>	1	5	1	5	6	0	6	2
• szálloda		x		x	x		x	x
• panzió		x		x	x		x	x
• kemping		x		x	x		x	
• turistaház		x		x	x		x	
• nyaralóház		x		x	x		x	
• falusi vendégforgalom	x		x		x		x	
<b>Vendéglátás</b>	1	4	1	4	5	1	5	4
• étterem		x		x	x		x	x
• büfé		x		x	x		x	x
• korcsma, borozó	x		x		x	x	x	
• cukrászda		x		x	x		x	x
• presszó		x		x	x		x	x
<b>Szolgáltatás</b>	0	3	0	2	2	1	0	3
• autós		x						x
• sífelvonó					x	x		
• kereskedelmi		x		x	x			x
• egészségügyi		x		x				x
<b>Humán erőforrás</b>	0	3	0	2	4	2	4	2
• szemlélet				x	x		x	
• előregedés, elvándorlás		x				x		x
• vegyes etnikum							x	
• nyelvtudás		x		x		x		x
• szakemberek					x		x	
• szakképzés		x			x			
• vendégszeretet					x		x	

<b>Települési környezet</b>	1	4	1	3	3	3	2	3
• úthálózat		x		x	x			x
• közművesítettség, infrastruktúra	x	x	x	x	x	x	x	x
• rendezettség		x						
• pihenőhelyek								x
• biztonságos parkolás						x		
• értékes településkép					x		x	
• közbiztonság		x		x		x		
<b>Tájékoztatás</b>	1	1	0	1	3	2	2	1
• meglévő hírnév					x		x	
• kiadványok	x				x		x	
• inform. táblák		x		x		x		x
• turinform					x	x		
<b>Intézmény</b>	1	3	0	0	2	2	2	2
• kistérségi em.	x	x			x	x	x	x
• szakmai em.		x					x	
• utazási irodák		x			x	x		x
<b>Piac</b>	0	2	0	1	1	2	0	2
• értékesítés, marketing		x		x		x		x
• tőke					x			
• távolság		x				x		x

2. táblázat: Zemplén térségi SWOT elemzés

*Megjegyzés:* Az x jel az adott szempont relevanciája a kistáj erősségei vagy gyengeségei tekintetében a Baz megyei idegenforgalmi stratégia alapján.

*A SWOT elemzés és az erre alapozott fejlesztési célkitűzések alapján meghatároztuk Zemplén térség turisztikai jövőképet:*

- a célcsoportok,
- megközelíthetőség, elérhetőség,
- turisztikai termékkínálat,
- fogadóképességek,
- táji és települési környezet,
- szereplők tekintetében.

A fejlesztésre ajánlott turisztikai termékcsoportokat a 3. sz. táblázatban foglaltuk össze:

Turisztikai terméktípus	Bodrogköz	Taktaköz Harangod	Tokaj- Hegyalja	Zempléni- hegység
1. Üzleti utazások: <ul style="list-style-type: none"> <li>• konferencia, szeminárium</li> <li>• incentive</li> </ul>	+	+	+	+
2. Wellness: <ul style="list-style-type: none"> <li>• termálturizmus</li> <li>• falusi turizmus</li> <li>• ifjúsági turizmus</li> </ul>	+	+	+	+
3. Speciális érdeklődés: <ul style="list-style-type: none"> <li>• természetjárás</li> <li>• kerékpáros turizmus</li> <li>• sportturizmus</li> <li>• vadászat</li> <li>• kulturális turizmus</li> <li>• kastélytúrák, műemléki turizmus</li> <li>• borturák, szüreti programok</li> </ul>	+	+	+	+
4. Vízparti üdülés: <ul style="list-style-type: none"> <li>• vízi sportok</li> </ul>	+	+		

### 3. táblázat: Turisztikai termékcsoporthajánlások

A térségi turizmusfejlesztési feladatokat a vázolt jövőkép alapján általános és termékenkénti csoportosításban határoztuk meg.

Minden fejlesztésre ajánlott termékhez megjelöltünk a térségből egy-egy olyan intézményt, vállalkozást, személyt aki a térségi termékfejlesztésben érintettsége okán a leginkább generálója, gesztora lehet az irányított, vagy spontán fejlesztésnek.

*Általános fejlesztési feladatok:*

#### 1. Látnivalók feltárása, megóvása és bemutatása

- A bemutatható értékek turisztikai szemléletű leírása, szóróanyagok formájában való megjelentetése
- A térség turisztikai értékeinek megóvása, helyreállítása és bemutatása
- Helyi értékörző szerveződések bátorítása, anyagi és szakmai támogatása
- Magángyűjtemények minősítése és bemutatathatóvá tétele



## 2. Turisztikai programcsomagok kialakítása

- A térség turisztikai kínálatát meghatározó öt termék (*borutak, termálturizmus, falusi turizmus, viziturizmus, vadászati, turizmus*) kimunkálása, komplex rendszerbe való fejlesztése
- További wellness programok, kulturális és szórakozási programok, a természeti adottságokra épülő öko- és vadászati programok, kulturális hagyományokat bemutató aktív programok, gazdasági adottságokra épülő praktikus programok kifejlesztése
- Termelő üzemek technológiáit bemutató és vásárlást is lehetővé tevő túráinak kifejlesztése
- Üzletemberek, munkahelyi csoportok fogadását segítő speciális szolgáltatások kialakítása
- A kistérségi programkínálatból térségi termékek kialakítása

## 3. Szállásfeltételek javítása

- A minősített, katalógusokban megjelenő kempingek, falusi vagy fizető vendéglátó- helyek és közösségi szállások számának növelése
- Szálláshelyek korszerűsítése, rekonstrukciója
- A vendégek számára programot és színvonalat, változatos szolgáltatásokat nyújtó panziók, szállodák férőhelyeinek fejlesztése, szakmai és műszaki színvonalának növelése
- Szálláshelyek hálózatba szerveződésének és más turisztikai szolgáltatásokkal való integrációjának elindítása

## 4. A vendéglátás fogadókapacitásainak és minőségének javítása

- Egyenletes területi eloszlásban házias kis éttermek indításának segítése
- A rurális térségekben az önkormányzati konyhák turisztikai hasznosítása
- A meglévő éttermek műszaki és szakmai színvonalának növelése, belső arculatának javítása, az étlapok esztétikumának javítása és idegen nyelvre történő lefordítása
- Tájjellegű ételek és italok felkerülése az étlapra, helyi termékek felhasználásának növelése

## 5. A kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése

- Kölcsönzői szolgáltatások (*autó, kerékpár, csónak, egyéb sportszerek*) fejlesztése
- Ajándékboltok hálózatának kialakítása és áruválasztékának fejlesztése
- Pénzváltóhelyek térben és időben elérhető szolgáltatást biztosító hálózatának kialakítása
- Információs irodák, utazásszervezői, idegenvezetői és helyi túravezetői szolgáltatások fejlesztése

## 6. A szervezeti háttér megerősítése

- A Zempléni Idegenforgalmi Szövetség szerveződésének és munkájának segítése
- A kereskedelmi és iparkamara turisztikai feladatokat is ellátó területi hálózatának kialakítása
- A vállalkozói integrációk kialakulásának elősegítése
- Kistérségi turisztikai szervező irodák létesítésének segítése, megyei szakmai hálózatba történő szervezése

## 7. Aktív turizmus növelése

- A különböző szervezetek aktív turizmust növelő feladatainak meghatározása (*utazási irodák, utazásszervezők*)
- Az utazási irodák tevékenységében a beutaztatás ösztönzése, a közgazdasági és jogi környezet biztosítása
- Beutazó programok kidolgozása

## 8. Települési, táji környezet fejlesztése

- Turista pihenőhelyek és információs pontok többszintű hálózatának kialakítása
- Turista utak, városnéző útvonalak kijelölése, felfestése, leírása és szórólapokon való bemutatása
- Kastélyok, műemlékek turisztikai célú hasznosításának felgyorsítása
- Parkosítási, településszépítési akciók szervezése
- Falufelújítás, belváros rehabilitáció folytatása, az ingatlantulajdonosok rekonstrukciós tevékenységének ösztönzése

## 9. Elérhetőség javítása

- Az M3-as autópálya kiépítése és a kapcsolódó utak felújítása
- Kerékpárutak építése
- Határátkelők hálózatának és az ott elérhető szolgáltatások fejlesztése
- Az autóbusz és a vasúti menetrendek egyeztetése
- A zempléni kisvasút nyomvonalán kerékpárút folytatása Pálháza felé.

## 10. A marketing tevékenység fejlesztése

- Kiadványok (*szórólapok, utifüzetek, képeslapok, katalógusok, video-filmek*) megjelenítése
- A turisztikai célpontokhoz vezető utak mentén a turisztikai lehetőségeket mutató jelzőtáblarendszer kialakítása
- A médiában való megjelenítés tudatos alakítása
- A térség képviselője rangos nemzetközi és belföldi vásárokon
- Megjelenés az INTERNET-en

- Ízléses, a kívánt arculat kialakulását erősítő ajándéktárgyak kifejlesztése és gyártása
- A helyi és a térségi külkapcsolatok erősítése, turisztikai hasznosítása
- Kapcsolattartás szakmai és társadalmi szervezetekkel

### 11. Humánerőforrások fejlesztése

- Felsőfokú idegenforgalmi menedzserképzés indítása
- Felnőttek idegennyelv oktatásának fejlesztése, különös tekintettel a vendéglátás területén dolgozókra
- Tolmácsok, idegenvezetők listájának összeállítása és nyilvánossá tétele
- Vendégfogadók és vendéglátók képzése, továbbképzése
- Helyi túravezetők képzése

### 12. Finanszírozási feltételek megteremtése

- Regionális/megyei Turisztikai Fejlesztési Alap elkülönítése a központi decentralizált és az idegenforgalmi adóbevételeket kiegészítő központi támogatás egy részéből és ebből a közvetlen turisztikai feladatok megvalósulásának támogatása.
- Országos/Regionális fejlesztési forrásból (NFT) közvetett fejlesztési feladatok (pl.: út, közlekedés) megvalósulásának elősegítése.
- Turisztikai Célleírányzat pályázati lehetőségeinek kihasználása.

A turizmusfejlesztési terv záró része tartalmazza a turizmusmarketing koncepciót, illetve a releváns szereplők felé megfogalmazott főbb fejlesztési javaslatokat.

### 3. Zemplén térségi megvalósult turisztikai fejlesztések

Zemplénben a térségszintű turisztikai fejlesztések első lépésének a Zempléni RVA „*Zemplén*” című színes, négy nyelvű kiadványának 1995. évi megjelentetését tekintjük.

A Magyar Turizmus Rt. támogatásával készült kiadvány a négy zempléni várost, valamint a három jellemző kistájat (*Bodrogekő, Hegyalja, Hegyköz*) mutatja be 7x8 oldal terjedelemben, térképpel és idegenforgalmi adattárral kiegészítve.

A Magyar Turizmus Rt. támogatásával a Zempléni RVA megbízásából készítettük el 1997-ben a *Zemplén térségi turizmusfejlesztési tervet*, melyben turisztikai helyzetértékelésre, a régió turisztikai keresletének, célcsoportjainak azonosítására, majd turisztikai SWOT analízisre és a fejlesztési célkitűzések meghatározására került sor, hogy mindezek alapján kimunkáljuk a régió turizmusfejlesztési stratégiáját.

A térségi PR marketing munka összehangolására 1998-ban a Zemplén RVA-nál elkészült **Zemplén public relations stratégiája**, majd megkezdődött és azóta is folyik annak realizálása:

- Kiállítási installáció készült, melynek hordozható elemein a négy város és a három tájegység turisztikai célú bemutatása látható,
- A Zemplén Televízió 30 perces videofilmet készített angol, magyar, német hangalámondással Zemplénről,
- Utánnnyomásra került a „Zemplén” idegenforgalmi kiadvány 4000 példányban,
- 1999. májusában elindult a Zemplén komplex bemutatására törekvő website a [www.zemplen.hu](http://www.zemplen.hu) címen az interneten,
- 1999-ben az Utazás kiállításon Borsod-Abaúj-Zemplén megye standján önálló Zemplén kiállítás és bemutató került kialakításra.

A **Zempléni** Idegenforgalmi Szövetség égisze alatt összeállított EU-Phare **kistérségi komplex fejlesztési program** a Hegyköz szinte egyetlen kitérési pontjaként az idegenforgalmat megjelölve, annak fejlesztésére koncentrált.

A pályázatban együttműködő szervezetek:

- Bózsza Község Önkormányzata,
- Pálháza Nagyközség Önkormányzata,
- Vágáshuta Község Önkormányzata,
- Mikóházi Mezőgazdasági és Ipari Szövetkezet,
- Palágyi János magánvállalkozó, *Bózsza*,
- Parkfalu Kft., *Vágáshuta*,
- Zempléni Idegenforgalmi Szövetség, *Sátoraljajújhely*
- Zempléni Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány, *Sátoraljajújhely*.

A Zemplén térségi turisztikai fejlesztések programjai (1998-99):

- Zemplén térségi turizmustermékek fejlesztése, promóciója (*Zempléni RVA*), (*Vonzerőleltár, termékszintű együttműködés, termékismertető, promóció*)
- Zempléni Idegenforgalmi Szövetség marketing iroda felszerelése (*ZISZ*)
- Idegenforgalmi tanfolyami oktatás szervezése, rendezése (*ZISZ*)
- Erdei kisvasút végállomás építése, idegenforgalmi pont kialakítása (*Pálháza Önkormányzat*)
- Gumikerekes „kisvasút” beszerzése (*Mikóházi Szövetkezet*)
- Üveghuta építése és nemzetiségi tájház kialakítása (*Vágáshutai Önkormányzat*)
- Vendégház és oktatási centrum kialakítása (*Parkfalu Kft. Vágáshuta*)
- Melegkonyhás vendéglő kialakítása (*Palágyi János, Bózsza*)

- Pálháza-Rostalló-Susulya rakodó erdei kisvasút továbbfejlesztési hatástanulmány (*Pálháza Önkormányzat*)
- Kisbózsvai Lónyai –kastély rekonstrukciójának hatástanulmánya (*Bózsvai Önkormányzat*)

***Az ezredforduló óta megvalósult - folyó főbb turisztikai fejlesztések:***

- Bodrog Hotel wellness részleg (*Sárospatak*),
- Füzéri Vár rekonstrukciója (*Füzér*),
- Hunor Hotel építése (*Sátoraljaiújhely*),
- Huszár panzió építése (*Sárospatak*),
- Interregionális turisztikai együttműködések (klaszter) kialakítása,
- Károlyi kastély rekonstrukciója (*Füzéradvány*)
- König hotel rekonstrukció (*Sátoraljaiújhely*)
- Magas-hegyi libegő kiépítése és üzemeltetése (*Sátoraljaiújhely*),
- Múzeumkert Vendéglő fejlesztése panzióvá (*Széphalom*),
- Művelődési Központ építése (*Pálháza*),
- Nagy-Milic Naturpark kialakítása, fejlesztése (*Füzér és még 3 község*),
- Rákóczi Vár rekonstrukció + Múzsák Palotája (*Sárospatak*),
- Sonta-Safari Park fejlesztése (*Bózsva*),
- Sportsarnok és uszodaépítés (*Sátoraljaiújhely*),
- Termálfürdő rekonstrukciók és beruházások (*Sárospatak*),
- Tokaj-hegyalja Világörökség program fejlesztései (*TH települései*),
- Vadász kastély és szálloda-panzió fejlesztés (*Kőkapu*),
- Zempléni Művészeti Napok átalakítása eurorégiós Zemplén Fesztivállá,
- ZTK látogatóközpontok megvalósíthatósági és építészeti tervtanulmányai.

***4. A fejlesztés turizmusmarketing eszközei***

A térségi turizmusfejlesztési stratégia Zemplén turisztikai jövőképre támaszkodva határoz meg turisztikai fejlesztési és ezt támogató turizmusmarketing feladatokat.

A marketing megfontolások az ún. termék/piaci döntések állnak, vagyis azok a termékpolitikai döntések, melyek a „mit” és azok a piacpolitikai döntések, melyek a „kinek” szegmentációs kérdésekre válaszolnak. Nyilvánvaló, hogy ezek a döntések nem kerülhetik meg az árproblémát tehát szerepelniük kell az alapvető árpolitikai céloknak és eszközöknek is („mennyiért”). Továbbá hasonló módon szerepet kap a kommunikációs és értékesítési stratégia is.

#### 4.1 A térség turisztikai keresletének értékelése

Zemplén turisztikai keresletét az országos középtávú turisztikai marketingstratégiához és a Zemplén térségi turizmusfejlesztési tervhez felhasznált megkérdezéses vizsgálatok alapján a következők szerint értékelhetjük:

*A turisztikai keresletet négy termékcsoportha bontva célszerű vizsgálni:*

- Üzleti utazások: a térség vonatkozásában a kisebb konferenciák, szemináriumok és az incentive (ösztönző) turizmus relevanciáját mutattuk be. Számosságuktól eltérően azonban ezen utazók, kirándulók egyrészt véleményformáló lehetőségeik, másrészt költségi hajlandóságunk okán sem hanyagolhatóak el.
- Wellness: vidéki rekreációként az ifjúsági, termál és a falusi turizmus terméktípusok kapcsolódnak Zemplén fejlesztési programjához. Mindkét típusú terméket nagy tömegben veszik igénybe, bár a szezonális különösen az ifjúsági és a termál turizmusnál májustól szeptember végéig, míg a falusi turizmusnál húsvétól az őszi szünetig jellemző. Vannak próbálkozások a téli programok szervezésére (szánkózás, disznótor), de tömegszerűségükben ezek jelentősen elmaradnak a szezonális turistaszámtól.
- Speciális érdeklődés: Zemplén területén ezen termékcsoporthból 7 turizmus termék van jelen: természetjárás (kirándulás), kastély- és műemlékturizmus, bor- és gasztronómia, kulturális turizmus, kerékpáros turizmus, sportturizmus és vadászati turizmus.
- A vízparti üdülés – vízi sportok a Tisza, Bodrog és Hernád folyókon, illetve partvidékükön releváns.

Az értékesítési területeket, beutazási forrásokat számba véve térségünkben jellemzően a belföldi turisták a meghatározóak, akik a fővárosból, az alföldi területekről, illetve a Dunától keletre eső városokból érkeznek ide, de mellettük jelentős szegmens a Zemplénben élő helyi lakosság is, akik főként hétvégéken, nagyobb ünnepnapokon kerekednek fel kirándulni.

Külföldről a sárospataki termálfürdőt látogató nagyszámú szlovák és lengyel, valamint az érintetlen hegyvidéki területeket kedvelő holland, dán turisták megjelenését, mozgását tapasztalhatjuk, míg a vadászat főként német és olasz vendégvadászokat csábít erre a tájra.

A keresletet befolyásoló tényezők a minőség különböző összetevői tekintetében:

- Szolgáltatás minősége, azaz a megbízhatóság, segítőkészség, empátia, kézzel fogható dolgok,
- A hely minősége: azaz a táj- és településkép, a természeti és épített környezet, közbiztonság, társadalmi és gazdasági állapotok,
- A funkcionális és infrastrukturális minőség: azaz a szállás- és vendéglátóhelyek, szórakozás, vásárlás lehetőségei,
- A termék minősége: azaz a tájékoztatás, programkínálat, választék, tetszetősség, az életmód és szolgáltatások,
- Az imázs minősége: azaz a kínált termékek tudatosításához, megismertetéséhez használt eszközök, média, légkör, szimbólumok,
- Az ár, azaz a piaci megítélés, a kereslet, költségek és az ajánlat feltételei.

Az üdülési és kirándulási programok, a leginkább végzett tevékenységek rangsorát mindkét esetben a természetjárás vezeti. Mind az üdülésnél, mind a kirándulási programoknál a második leggyakoribb program az országjárás *(azaz esetünkben ide sorolható az ifjúsági, kastély- és műemlék, valamint a falusi turizmus)* mely üdüléseknél alig marad el a természetjárástól, míg kirándulásnál a természetjárók számának kevesebb, mint fele választja ezt a programtípust.

A vizsgálatok alapján jelentős még a strandolási (3.) és a pihenési (4.) tevékenység, a többi tevékenységi kör gyakorlatilag egyenletes eloszlásban, szárosságát tekintve messze leszakadva került említésre, ahogyan ez térséget látogató turisták gyakorlatában is tapasztalható.

Az üdülések és kirándulások időtartamát vizsgálva azt tapasztaltuk, hogy az egyhetes üdülések a leggyakoribbak, míg a kirándulások jellemzően egynaposak, esetenként kétnaposak.

A közlekedés tekintetében meghatározó a személygépkocsi, de a csoportos autóbuzsós és vasúton utazás is számottevő, főként az ifjúsági csoportok esetében. Térségünkben az országosnál számottevőbb a kerékpáros turizmus is.

Az üdülési-kirándulási igények köréből elemzésünkhöz a keresett hely imázsát, földrajzi, kulturális és mentális adottságai fontosságát vizsgáltuk, s a válaszadók az előre megadott jelzőkből hetet jelölhettek meg, s így kirajzolódott a tipikusan szívesen választott célterület, mely: hegyvidéki, csendes, várostól távoli, történelmi hangulatú, kulturális élményt is nyújtó, pihentető, erdős.

A turisztikai szokások és igények egymásra vetítésével meghatároztuk a Zemplén térség számára az elérendő célcsoportokat.

#### **4.2 Előzetes célkitűzések**

A marketingterv összeállításához szekunder információk alapján meghatároztuk a kiinduló helyzetet a térségre, korábbi turisztikai fejlesztési programokra és a keresletre vonatkozóan.

Ezek a szekunder és primer információk, elemzések képezik a marketing eszköztudomány meghatározásának alapját. Sajnos nem sikerült fellelnünk a megkérdezettek körében olyan koherens, konszenzusra épülő, egységesnek mondható elképzeléseket, melyeket a térségi turizmusfejlesztéshez kapcsolhatnánk, ezzel is erősítve a hatékonyságot, pozitív hatásokat.

Márpedig a Zemplén térség turisztikai fejlesztésének – s az ezt támogató marketingnek – az együttműködésre, együttgondolkodásra, koordinációra célszerű alapozódnia, hisz az ide látogató turisták, kirándulók komplex szolgáltatást igényelnek, egy rekreációs programot szeretnének megélni.

A természetes marketing cél az, hogy kiválasztott termékcsoportjaival Zemplén nemcsak komplexitásra törekvő kínálatával, hanem annak megjelenítésével is megkülönböztethető legyen a versenytárs térségektől. Óhatatlan, hogy a fejlesztések eredményeként nagyobb számban idelátogató turisták által negatív hatások is érik a térséget, melyekre alternatív programok tudatos ajánlásán keresztül megvalósítható „terelésekkel” lehet felkészülni.

#### **4.3 Turizmusmarketing koncepció és stratégia**

Mindezek figyelembevételével határoztuk meg a térség releváns turisztikai termékcsoportjait, s készítettük el a termékfejlesztési ajánlásokat. Ezek megfelelnek az alábbi kritériumoknak:

- Zemplén sajátos, egyedi, más versenytárs térségektől jól megkülönböztethető vonzerőin alapulnak,
- Integrálni és hasznosítani képesek Zemplén egyéb, még nem kellő hatékonysággal működtetett erőforrásait,
- Reflektálnak Zemplén történeti-kulturális értékeire,
- Harmonizálnak a természet- és környezetvédelmi törekvésekkel,
- Sajátos, egyedi, arculatot, térségi megjelenést tesznek lehetővé.

Ezen előzetes célkitűzésekkel és a fejlesztéssel összhangban 12 térségi turizmustermék-csoport eredményes értékesítésének látjuk a realitását, ezekre vonatkozóan fogalmaztuk meg a marketing feladatokat.



A fejlesztési program marketing koncepciójának lényege, hogy meghatározzuk: a jelenlegi helyzetünk és a külső tendenciák figyelembe vételével hová kívánunk eljutni? Ezt a kérdést Zemplén vonzerejének növelésével összefüggésben a prognosztizált turisztikai jövőkép részletezésével válaszoltuk meg.

A marketing célok (*jövőkép*) elérésének lehetséges változatai (*piaci térhódítás, piaci fejlődés, szolgáltatásfejlesztés, diverzifikálás*) közül az együttműködő szolgáltatásfejlesztés útján valósíthatjuk meg leginkább térségi törekvéseinket.

A térségi turizmusmarketing stratégia főbb elemei:

- egyediségre, a természeti, történelmi és kulturális értékek bemutatására építés,
- kínálat minél komplexebb tétele, együttműködő, külső elemekkel való kiegészítése,
- vertikális marketing értékesítési rendszer kialakítása, szerződéses együttműködés utazási irodákkal, közvetítő cégekkel elsősorban a kulturális és rendezvényközpontok, kereskedelmi szálláshelyek kapacitásainak kihasználása céljából,
- a termékfejlesztési, értékesítési és kommunikációs tevékenység összehangolására, szervezésére, lebonyolítására együttműködési hálózat (klaszter) kialakítása külső intézmények, szakcégek bevonásával,
- a közösségi marketing tevékenység realizálása, finanszírozása érdekében is aktív pályázati tevékenység.

#### **4.4 Marketing program**

A marketingstratégia megvalósításának eszköze a marketing-mix, melynek elemeire vonatkozóan az alábbi javaslatokat tesszük:

##### ➤ Turisztikai termék-mix

Elemzéseink eredményeként kirajzolódott célcsoport és a hozzájuk kapcsolódó igények, valamint Zemplén adottságai alapján határoztuk meg azon turisztikai termékeket, melyek a fejlesztési programhoz szorosan, illetve lazábban kapcsolódnak.

A szolgáltatások fejlesztésénél alapelvnek tekintettük, hogy keskeny, de mély szolgáltatási területtel teremsünk választékot. A látogathatók feltételezett igényeit csak részben tudjuk és akarjuk kiszolgálni, hisz feladatnak tekintettük a térségi értékek megőrzését is, ezért kompromisszumokat kellett kötni: olyan térségi turisztikai kínálatot ajánljunk ki, mely összeegyeztethető a védett és megőrzendő értékek védelmével.

Ajánlataink egyedisége Zemplén természeti és emberalkotta adottságaira épít és fokozható a kiegészítő szolgáltatások újszerűen megtervezett kombinációjával. Erre akkor célszerű visszatérni, ha a látogatók a kiegészítő szolgáltatásokat is preferálnak (*létszám, egyidejűség, fizetőképesség stb.*). A turizmushoz kapcsolódó kínálati elemeknek ugyanis ki kell elégíteniük a következő feltételeket:

- Az alapcél (*szolgáltatások értékesítése és az értékek védelme*) konzekvens megvalósítása,
- Gazdaságosság (*a befektetések megtérülését biztosítani kell*),
- Rendszeresség (*tervezettség, célirányosság*),
- A helyi, térségi, határon túli turisztikai célú vállalkozások együttműködése.

A fejlesztésre javasolt turisztikai termékcsoportok lehetőséget kínálnak arra, hogy változatos, egymással jól kombinálható, egymást kiegészítő és egyben erősítő programokat kínáljanak az egyes turisztikai szereplők részben saját égiszük alatt, részben kapcsolódó térségi vállalkozások közreműködésével.

#### ➤ Ár-mix

Az árpolitika alapja a saját költségek, a konkurencia és a piac árszínvonalának ismerete, melyet a piaci szegmensek vásárlóereje, költsége hajlandósága nagyban determinál.

A kínálandó szolgáltatások árait, a várható pénzforgalmat, a kalkulálható bevételeket az egyes turisztikai vállalkozások, intézmények önállóan tervezik, a fejlesztési programmal alapvetően – térségi szempontokból következően – a látogatók színvonalasabb kiszolgálását, s irányított mozgását szeretnék elérni, ezért az árképzést legális közösségi eszközökkel célszerű befolyásolni.

A megalapozatlan árképzés következménye kétféle lehet:

- Túlzottan magas ár: látogatók nem/kevésbé veszik igénybe a térségi szolgáltatásokat – vendéghiány,
- Túlzottan alacsony ár: bevételkiesés, a turisztikai beruházások megtérülési idejének növekedése.

#### ➤ Értékesítés

A fejlesztési program eredményeként létrejövő termékek, létesítmények, szolgáltatások kereskedelmi jellegű (*utazási irodák*) értékesítését mind közvetlenül, mind tour operátorokon keresztül ajánljuk. Fontosnak tartjuk a jól megjelenített kínálat helyi, regionális és országos médián keresztüli kommunikációját, de az interneten keresztüli interaktív tájékoztatást is.

A tágabb – határon átnyúló – térség turisztikai kínálatának értékesítésében a már több szálon működő interregionális együttműködések hálózattá (klaszterré) szervezése jó megoldásnak látszik, annak előkészítésére és kiépítésére a Zempléni RVA-nál Interreg pályázatot készítettünk.

➤ Kommunikációs-mix

A kommunikációs-mix helyes megválasztása a kulcsa a turizmusmarketing sikerének. Nemzetközi tapasztalatok szerint a tevékenység eredményessége legalább 80 százalékban ettől függ.

A tájékoztatás, a befolyásolás és a meggyőzés a marketingkommunikáció fő feladatait jelentik, melyet a turizmus területén is a reklámozás, közönségkapcsolat (PR), vásárlásösztönzés és személyes eladás közösségi és egyéni módszereivel, eszközeivel valósíthatunk meg.

**Forrásmunkák:**

- [1] Dankó L.: A regionális marketing alkalmazása a területfejlesztésben  
*Publ. of the Univ. of Miskolc, Series F. Volume 2. Miskolc, 1995.*
- [2] Dankó L.: Zemplén térségi turizmusfejlesztési terv  
*Magyar Turizmus Rt. – Zempléni RVA, Sátoraljaiújhely, 1997.*
- [3] Dankó L.: Zemplén térségi public relations stratégia  
*USAID-CIPE és Zempléni RVA, Sátoraljaiújhely, 1998.*
- [4] Dankó L.: A kisbózsvai Lónyai kastély rekonstrukciójának megvalósíthatósági és hatástanulmánya  
*EU-Phare, Bózsva, 1999.*
- [5] Dankó L.: Pálháza – Rostalló erdei kisvasút továbbfejlesztésének megvalósíthatósági és hatástanulmánya  
*EU-Phare, Pálháza, 1999.*
- [6] Dankó L.: Hogyan lehetünk sikereesebbek Európában?  
*Zempléni RVA, Sátoraljaiújhely, 2004.*
- [7] Dankó L.: A Zempléni Tájvédelmi Körzet ökoturisztikai fejlesztése  
*Pro Marketing Miskolc Egyesület, Miskolc, 2004.*
- [8] Ferner, F.K.: Idegenforgalmi marketing  
*Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1994.*
- [9] Jandala Cs. – Gubán P.: Regionális marketingterv készítésének módszere a turizmusban  
*Marketing 1995. 2. szám pp. 23-27.*
- [10] Mudroczó Gy.-né – Stone G.: Turizmus elmélet és gyakorlat  
KJK, Budapest, 1996.