

BALI Lóránt – CSAPÓ János

Dr. habil. BALI Lóránt
egyetemi docens

MATE Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

associate professor

Hungarian University of Agriculture and Life Sciences
Institute for Rural Development and Sustainable Economy

email: Bali.Lorant@uni-mate.hu

Dr. habil CSAPÓ János
egyetemi tanár

PTE Közgazdaságtudományi Kar

professor

Univesity of Pécs

Faculty of Business end Economic

email: csapo.janos@tkk.pte.hu

MARKETING STRATÉGIA A SZELÍD TURIZMUS
SZOLGÁLATÁBAN A MURA RÉGIÓ ETT-BEN

MARKETING STRATEGY FOR SOFT TOURISM IN THE
MURA REGION ETT

ABSTRACT

As an association of local governments, the Regional Development Association of Nationalities Along the Mura (Muramenti Nemzetiségi Területfejlesztési Társulás) made significant contribution in order to develop the region along the Mura where both Croatians and Hungarians inhabit the area. The experiences of the last 25 years were based on confidence. This accumulated social capital resulted in the creation of the Mura Region EGTC with the participation of the Croatian Donja Dubrava,

Donji Vidovec and Gorican which will eventuate a quality change in terms of regional development and especially concerning tourism. The EGTC functions as a quasi-enterprise, acquiring legal status and so besides the national tender sources it can be candidated directly to the sources of the European Union. The uniqueness of this association is provided by the fact that, unlike in the Carpathian Basin where usually the Hungarian-Hungarian relations are dominating, in this case the Croatian-Croatian connections are characteristic. The Mura Region provides unique natural environment and a rather complex potential for tourism (Csapó 2014). Unfortunately the quantity and quality of the infrastructure demands further investments to satisfy the different needs of the tourists. Creating a good relationship for cooperation and permanent search for financial resources are essential tasks for local governments. The researched area is a border region of Hungary with unique social relations where not Hungarian-Hungarian but Croatian-Croatian relations are dominating. In addition, size and existing daily inter-ethnic relations contribute to the high level of success.

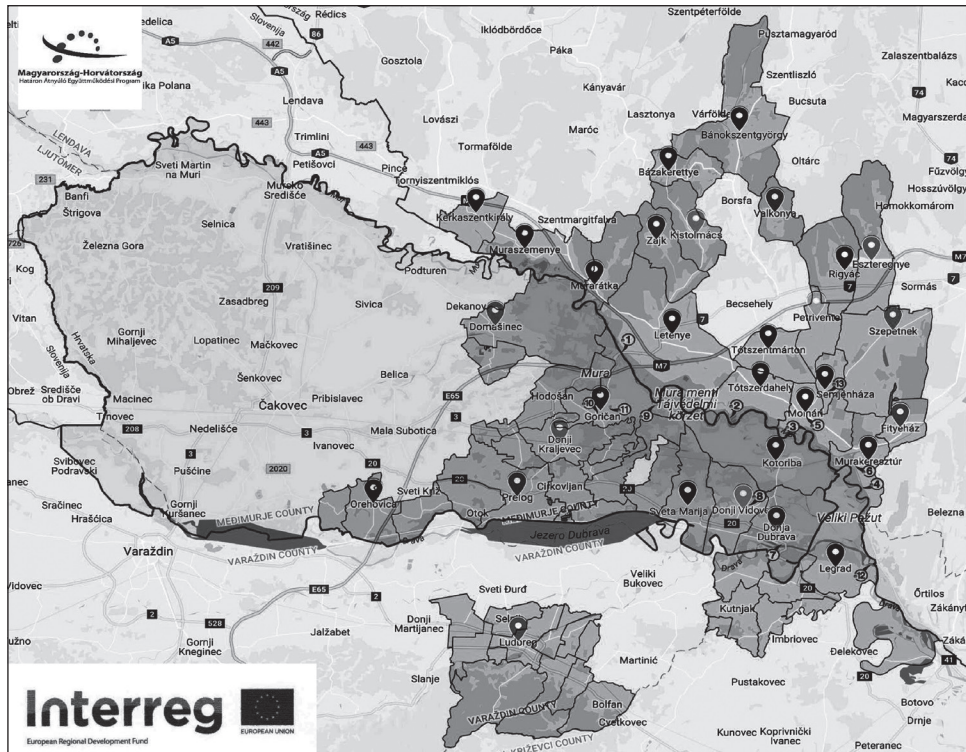
Keywords: Mura, EGTC, Croatian-Croatian relations, sustainable development, soft tourism

Kulcsszavak: Mura ETT, horvát-horvát viszonyrendszer, fenntartható fejlődés, szelíd turizmus

1. Bevezetés

A Mura Régió ETT csoportosulást 2015. május 28-án jegyezték be tótszerdahelyi székhellyel.¹ A határon átnyúló csoportosulás legfőbb gyökerének az 1993-ban létrejött regionális önkormányzati partnerség, a Muramenti Nemzetiségi Területfejlesztési Társulás keretei között folytatott együttműködés tekinthető.² A Mura Régió ETT összesen 21 tagtelepülés együttműködésével jött létre, ezek közül 13 található Magyarországon és 8 fekszik Horvátországban. A 13 magyarországi település név szerint, ABC sorrendben: Bázakerettye, Eszteregnye, Fityeház, Letenye, Molnári, Murakeresztúr, Petrivente, Rigyác, Semjénháza, Szepetnek, Tótszentmárton, Tótszerdahely, Valkonya. Valaminta a 8 horvát oldal települései: Donja Dubrava, Donji Kraljevec, Donji Vidovec, Goričan, Kotoriba, Legrad, Orehovica, Sveta Marija (1. ábra). Az alapító tagok száma eredetileg 16 volt.

1. térkép: A Mura Régió ETT terület Map. 1: The region of the Mura Region EGTC



Forrás: <http://muradrava.eu/wp-content/uploads/2019/05/20190416-z%C3%A1r%C3%B3.pdf>

2. A Mura ETT területének természetföldrajzi jellemzése

A Mura Régió ETT hazai települései a Kelet-zalai-dombság déli részén találhatóak. A közvetlenül a Mura mentén elhelyezkedő területek természetesen alacsony térszínek, a folyótól északra elterülő területek domborzata már változatosabb, dombvidéki jellegű és jellemzően észak-déli irányultságúak (pl. Principális-völgy). A térség kistájai a Mura-balparti sík/ Kerka-Mura-sík, a Principális-völgy és az Egerszeg-Letenyei dombság déli részei³. Horvát oldalon a Mura és Dráva által határolt Muraközben van, amely enyhén lankás terület, folyó menti síkság. A települések zöme ennek az északi részén fekszik. A térség életére jelentős hatást gyakorol a Mura-folyó, potamikus jellegét ad neki⁴.

3. A Mura ETT területének társadalmi-gazdasági helyzete, piaci környezete

A Mura Régió ETT magyarországi területének településszerkezetére az elaprózott, aprófalvas helyzet a jellemző, amely többek közt a változatos domborzati formáknak és a társadalmi-történelmi hagyományoknak is köszönhetően alakult ki. A térség legnagyobb hazai települése és egyben egyetlen városa, Letenye 4041 fővel. A falvak közül a két kiemelkedőnek a népessége is alig haladja meg az 1500 főt (Murakeresztúr – 1848 fő, Szepteknek – 1543 fő). A települések átlagos népessége Letenye nélkül mindössze 754 fő, de Letenyével együtt is csak 989 fő, a Mura Régió ETT teljes hazai településeinek lélekszáma 13 845 fő.

A gazdasági-társadalmi fejlődés és egyben a turizmusfejlesztés szempontjából is komoly probléma, hogy a népesség a térség falvaiban alapvetően elöregedő, a fiatalok elvándorolnak, a munkanélküliségi mutatók pedig magasak. További problémaként lép fel a helyi népesség iskolázottságának gyenge mutatói, illetve ki kell emelnünk, hogy a tágabb térség munkaerő lekötő ereje is limitált. A nemzetiségi, etnikai megoszlást vizsgálva fontos kiemelnünk, hogy a horvátok aránya kiemelkedő a Mura Régió ETT magyarországi településein, hiszen főleg horvát nemzetiségi falvakat találunk a térségben, amely a határmenti kapcsolatok és ezzel a határmenti turizmus fejlesztésében komoly helyzeti előnyt jelenthet. A romák száma szintén több település esetében magas, (Szepteknek, Murakeresztúr).⁵

A Mura Régió ETT horvátországi területének települései mind területre, mind népesség tekintetében jóval nagyobb méretűek a magyar oldalénál. A térség legnagyobb települése Donji Kraljevec 4659 fővel. A települések átlagos népessége 2658 fő, több mint kétszerese a magyar oldal értékének, a Mura Régió ETT teljes horvátországi településeinek lélekszáma 21 268 fő.

A mezőgazdaság és az erdőgazdálkodás szerepe a térségben – a települési, domborzati és demográfiai viszonyoknak is köszönhetően – magasabb az országos átlagnál. A turizmus szempontjából is kiemelkedő élelmiszertermelés tekintetében a helyi termékek szerepe értékelődik fel, így a térség borászatait kell elsősorban kiemelnünk. A magyar oldalon 9 borász részvételével megindult a Muramenti Borút kialakítása is, a borászat jelenléte azonban a horvát oldalra is nagy mértékben jellemző, Medimurska megyében mintegy 10 000 hektáron termelnek szőlőt. A horvát oldalon a méhészeteket és az általuk előállított termékeket kell még kiemelnünk, illetve mindkét területre jellemző a gyümölcsösök jelenléte, elsősorban az alma és

a szilva, így az azokból készült helyi termékek is erősíthetik a térség gasztronómiáját.

A további helyi termékek kapcsán a bor és a méz mellett kiemelhető még a térségre jellemző tökmagolaj, a törpeberkenye (gyümölcsle, tea formában hasznosítva), vagy a füge is. A térség magas erdősültsége következtében az erdőgazdálkodás szintén fontos szerepet tölt be a primer szektorban, melyet a turizmus a túrázás, kirándulás, kerékpározás és a vadásztatás szemszögéből tud hasznosítani. A tágabb térség gazdaságának központjai természetesen a nagyobb települések, így a magyar oldalon Nagykanizsa és kisebb mértékben Letenye, a horvát oldalon pedig Čakovec, Koprivnica, Varaždin és Prelog. A Mura Régió ETT területén található településeken a vállalkozás sűrűség alacsony, a jellemző vállalkozói méret a mikro- és kisvállalkozásoké. Az ipar területén természetesen a Mura Régió ETT településeinek szerepe elenyésző, a szekunder szektor inkább a nagyobb népességgel bíró településeken telepedett meg. Međimurje gazdasági és fejlesztési lehetőségei kapcsán a kedvező területi elhelyezkedést, a földrajzi helyzetet lehet kiemelni, hiszen Horvátország gazdasági-kereskedelmi kapcsolatainak kapujaként szolgál a térség Magyarország és Szlovénia felé.⁶

A közlekedés és egyben a turizmus szempontjából is nagyon fontos a megközelíthetőség tekintetében, hogy a Mura Régió ETT települései kedvező feltételekkel rendelkeznek amennyiben az M7-es és A4-es (horvátországi) autópályához történő rövid távolságot vesszük figyelembe (tehát a térség könnyen és biztonságosan elérhető), a falvak azonban már rossz minőségű és hiányosan kiépített közúti infrastruktúrával rendelkeznek. Határátkelés Letenyén közúton (Letenye-Goričan, M7-es autópálya)*, Murakeresztúrnál vasúttal (Murakeresztúr-Kotoriba) lehetséges, jelenleg a személyforgalom szünetel. A terület határfolyója a Mura alapvetően akadályozza a határ- és kishatárforgalmat.⁷

4. A szelíd és a felelős turizmus értelmezése

A turizmus globálissá és tömegessé válásával egyre nagyobb terhet ró a természeti és társadalmi környezetre⁸. Az általunk vizsgált terület számára a tömegturizmus egyrészt ismeretlen jelenség, másrészt a társadalmi-gazdasági-turisztikai adottságoknak köszönhetően a térség turizmusfejlesztésének a célja a fenntartható és felelős turizmus kiépítése kell, hogy legyen.

* A személyforgalom alkalmanként csak ideiglenes, nem menetrendszerű.

Ennek megfelelően a Mura Régió ETT marketing stratégiájában is a szelíd turizmus lehetőségeinek a kiépítése élvez prioritást.

A szelíd (alternatív, szoft) turizmus a tömegturizmussal „szemben élményt és értéket keres, tanulni és cselekedni akar, szociálisan érzékeny és környezetbarát turizmus”.⁹ Olyan vendégforgalmat jelent, amely a helyi lakosság és vendégek közötti kölcsönös elfogadáson és megértésen alapszik, kíméli a kultúrtáját és annak speciális sajátosságait.¹⁰

A turizmus negatív hatásainak felismerésével párhuzamosan a válaszok megtalálása is egyre sürgetőbb lett, amelyet a 21. század elejére a nemzetközi turizmus legfontosabb szereplői is felismertek, így kialakult a felelős turizmus fogalma, melynek legfontosabb eleme a 2002-es Cape Town Declaration elfogadása volt. „A dekrétum hat stratégiai irányon keresztül konkretizálja a turizmusfejlesztés fenntarthatósági céljait, amelyek azóta is az ágazat kiemelt prioritásai. Ennek értelmében a felelős turizmus minimalizálja a negatív gazdasági, környezeti és társadalmi hatásokat, nagyobb gazdasági hasznot generál a helyi társadalomnak, növelve ezzel a helyi közösség jólétét, fejlesztve a munkalehetőségeket és lehetőséget biztosítva a helyieknek a turizmusba való bekapcsolódáshoz”¹¹.

5. A helyi potenciálon alapuló turisztikai termékekre és marketing tevékenységre alapuló fejlesztési elképzelések

Ahhoz, hogy egy adott téregység turisztikai régióvá válhasson, a következő kritériumokat kell teljesítenie:

1. Jól beazonosítható és domináns turisztikai vonzerővel kell rendelkeznie;
2. A domináns vonzerőn alapuló turisztikai termékekkel, illetve ún. vezértermékkel jelenjen meg a piacon;
3. Területi identitástudattal rendelkezzen;
4. Regionális turisztikai szervezet- és menedzsment rendszerrel kell rendelkeznie;
5. Külön forrásokat kell elkülöníteni a termékfejlesztésre és a marketingre.

Szintén nagyon fontos megjegyezni, hogy a regionális turizmuspolitika vizsgálatánál külön kategóriát képviselnek a határmenti régiók, melyek különleges szereppel rendelkeznek az egységesülő Európa és a határokon átnyúló együttműködések kiépülése terén, így a Mura Régió ETT turizmusfejlesztésénél is komoly hangsúlyt kell kapnia a határ mentiségnek.

Az eddig vázolt adottságok, potenciális és reális helyzetkép alapján a következő megállapításokat hozhatjuk a térség turizmusának fejlesztése kapcsán:

- 1). Elengedhetetlen a terület ismertségének és imázsának növelése (főleg belföldön, de külföldön is) a már elemzett eszközökkel;
- 2). Elengedhetetlen a helyi lakosság bevonása a turizmusfejlesztésbe;
- 3). Elengedhetetlen a helyi lakosság turizmushoz történő hozzáállásának erősítése;
- 4). Elengedhetetlen a horvát nemzetiség kulturális-gazdasági potenciáljának sokkal komolyabb kihasználása a turizmusban (is);
- 5). Az Európai Unió határmenti turisztikai programjainak (IPA, CBC) maradéktalan kihasználása szintén prioritás kell, hogy legyen.
- 6). A térség turisztikai infra- és szuprastruktúrájának, továbbá határmenti közlekedési kapcsolatainak erősítése feltétlenül szükséges. Az idetartozó elképzelések a következők:
 - a). A térség turizmusa tekintetében nagyon fontos hiányosság a megfelelő szálláshelyek hiánya. Jelen esetben a szokásos magán-szállásadás kereteiből kilépve külön hangsúlyozandó az ún. ökoporták (környezetbarát szálláshelyek) kialakításának fontossága és lehetősége, a hálózat megismerése és alkalmazása a térségben.
 - b). A szállások kialakításának másik aspektusa a falusi vendéglátók számának növelése, konkrét kritériumokkal rendelkező minősítési rendszer kialakítása.¹² A határátkelők, kishatárátkelők számának növelése szintén nagyon fontos cél lenne (Mura-híd).
- 7). A turizmus fejlesztésének érdekében ki kell alakítani egy térségi szervezetrendszert a turizmus erősítésére és komplex fejlesztésére.
- 8). Felmérve és elemezve a térség turisztikai potenciálját a turizmus fejlesztését alapvetően az aktív turizmus (így főleg a vízi és a kerékpáros), az ökoturizmus, illetve a gasztronómia-örökségturizmus (kulturális turizmus) köré kell építeni, a többi turisztikai termék ezeket szervesen kiegészítő, csomagba gyúrt programok, rendezvények formájában kell, hogy erősítsék a turisztikai folyamatokat.

5.1. Közös kép, (arculat) kialakítása

Első lépésként az önkormányzatoknak össze kell fognia és egy közös imázs kiépítését kell elérnie. Ennek az arculatnak tükröznie kell a Mura jelenlétét, a hagyományokat, történelmet, az érintetlen környezetet és a közös horvát-magyar kapcsolatokat/barátságot.

Fontos, hogy minden résztvevő település csatlakozzon, és magáénak érezze ezt az elképzelést. Nem csak azért, mert így a kiépítés és bevezetés költségei megoszlanak, csökkennek, hanem azért is, mert így a folyamat a helyi lakosság számára is érdekessé és motiválóvá válhat.

Második lépésként ezt a kialakult képet kell a térségen belüli és a térségen kívüli lakosság számára továbbadni. Ezzel párhuzamosan a helyi vállalkozók bekapcsolására kell a továbbiakban koncentrálni.

Javasolt ezt a tevékenységet workshopok segítségével véghezvinni.

5.2. Elosztási csatornák

A programcsomagok értékesítésében az utazási irodákra, az egyes turisztikai termékek esetében a Tourinform irodahálózatra is lehet építeni. Azonban az elosztási csatornák meghatározása és működtetése – az önkormányzati szervezésű rendezvények kivételével – minden esetben vállalkozói feladat. Közös összefogás segítségével bővíthető az internetes portál és weboldalak révén az információ átadása és az értékesítés. Ajánlani lehet a Google Adwords oldalt a netes csatorna alapjaként, ami a keresések során kattintásonkénti fizetésen alapuló reklámfunkciót tesz lehetővé. Az internet kapcsán a közös imázs kialakításával párhuzamosan szintén nagyon fontos lesz a közösségi média (ráadásul ingyenes) felhasználása, elsősorban Facebook megjelenéssel és folyamatos kampányokkal, promócióval.

5.3. Promóciós lehetőségek belföldi és külföldi turisták számára

A külföldi turisták jellemzően hosszabb időt töltenek el utazással, nagyobb költési hajlandósággal bírnak és szeretik a turisztikai kínálatot végignézni/kipróbálni/átélni egy adott helyen. Ez alapján a hosszabb távú internetes hirdetések és turisztikai szolgáltatások vezethetnek célra. Esetükben az egészséges táplálkozás nagyobb költési szándékkal és lehetőséggel párosul, így a helyi termékek piaci megjelenése is erősödhet.

A belföldi turisták a nyaralás helyszínét, az úti célt a nemzetközi szokásokhoz képest igen rövid idővel az utazás előtt választják ki (last minute). Ennek megfelelően gyorsabb kampányokkal és a meglévő kapacitást akciókkal feltöltő metódus számít ésszerűnek. A Tourinform irodákat és a promóciós lehetőségeket ennek megfelelően kell tájékoztatni.

6. Piacszegmentálás és pozicionálás, célpiacok meghatározása

A Mura Régió ETT térség turizmusának fejlesztése kapcsán a potenciális piacot elsősorban belföldi és külföldi keresletre kell bontanunk. (Természe-

tesen a határmenti fekvés miatt ez a besorolás nem egyértelmű, mert ha magyar állampolgár látogat a térségbe, de átlépi a határt Horvátország felé, akkor nemzetközi turistává válik). A térség vonzerőstruktúrájából kiindulva azon turisztikai szegmensek, célcsoportok kerülhetnek előtérbe, akik az alternatív, vagy szoft turizmus (a tömegturizmus kerülése) válfajait részesítik előnyben.

Mivel a nemzetközi trendeket is figyelembe véve ennek a szegmensnek a mérete folyamatosan nő, így a keresleti oldalról pozitív jövőképben lehet bízni. A térség turisztikai marketingjét és kínálatát ennek köszönhetően elsősorban az aktív turisztikai termékek iránt érdeklődőkre, az emberközpontúságra, egy családbarát desztináció kiépítésére, a táji értékekre, a nyugalomra, csendre, mozgásra, egészségmegőrzésre, rekreációra kell alapozni. A tipikus térségbe érkező turista jellemzően városi térségből jön, inkább értelmiségi háttérrel rendelkezik, menekül a város zajától, a vidék nyugalma vágyik és szívesen vesz részt aktív programokon. A szegmens külföldi szereplői alapvetően valószínűsíthetően a környező országokból érkezhetnek, de megfelelő promóció esetén távolabbi régiókból is érkezhetnek.

1. ábra: A Mura Régió ETT turizmusának hívószavai

Figure 1.: Buzzwords of the tourism of the Mura Region EGTC

aktivitás
emberközpontúság
családbarát
táji értékek
nyugalom, csend, mozgás, egészségmegőrzés, rekreáció
helyi termékek, gasztronómia

Forrás: Saját szerkesztés

7. A termék, illetve szolgáltatásfejlesztés konkrét javaslatjai

A marketing stratégia jelen fejezete azokat a konkrét elképzeléseket és intézkedéscsoportokat nevezi meg, amelyekkel egyrészt elérhető a térség turizmusának hatékony fejlesztése, másrészt pedig a turisztikai marketing

tevékenység révén a terület ismertségének növelése. A stratégia konkrét, de átfogó javaslatokat jelenít meg, melyek projektszintű megvalósítása a tervezés következő lépcsője kell, hogy legyen.

7.1. A kiemelt turisztikai termékek mentén kialakított termékfejlesztés

Jelen fejezetben felsorolt fejlesztési javaslatok és irányok kapcsán ki szeretnénk emelni a legfontosabb, prioritásként kezelendő közös jellemzőket:

- az információs szolgáltatás bármilyen formáját (javasolt weboldaltól az információs táblarendszerig) minimum 4 nyelven kell megjeleníteni – magyar, horvát, angol, német;
- a fejlesztések folyamán törekedni kell arra, hogy
 - akadálymentes turisztikai fejlesztések menjenek végbe;
 - energia hatékony turisztikai fejlesztések menjenek végbe;
 - a fejlesztések a fenntarthatóság teljes mértékű figyelembe vételével menjenek végbe.
- Az aktív turisztikai elemeket érdemes (és kell is) egymással is összekötni (Pl. nem kizárt, hogy aki kerékpározik, szívesen evezne is 1-2 napot, részt venne gasztro rendezvényen stb.)
- Konkrét útvonalakat kell kidolgozni és reklámozni mind a kerékpáros, mind a vízi, mind a gyalogos túrázók számára
- Közös eseménynaptárat kell kidolgozni
- Kedvezményrendszert kell kialakítani, pl. „Mura kártya” formájában annak érdekében, hogy a turisták sokrétű tevékenységet végezzenek a szálláshelyektől a vendéglátáson át a komplex programokig és a térséget komolyabban is megismerhessék.

A kirándulók és turisták komplex élményszerzése érdekében kiemelkedően szükséges a területen a vendégek elégedettségét meghatározó infrastrukturális és szolgáltatási elemek fejlesztése, amelynek köszönhetően a rendelkezésre álló attrakciók hatékonyabb kihasználtsága érhető el. Ezekre a fejlesztési irányokra a Széchenyi 2020 „Társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmusfejlesztés” TOP-1.2.1-15 felhívása hívja fel a figyelmet:

- Tájékoztató, információszerzést biztosító kitáblázás.
- Parkolók építése.
- attrakcióhoz vezető (séta) utak kialakítása.
- Egységes települési tematika, arculat kialakítása (kapcsolódó egyedi tartalmi elemek fejlesztése, interpretációja).

- Interpretációs elemek fejlesztése a település, illetve attrakcióinak jobb megismertetése érdekében.
- Turisták által preferált helyeken (attrakció közelében, illetve település-központi helyeken) nyilvános mosdók kialakítása.
- Pihenőhelyek létesítése.
- Ivóutak elhelyezése.
- attrakcióhoz kapcsolódóan vendéglátóhely, ajándékbolt kialakítása.
- Internet hozzáférési pontok biztosítása.
- Szeméttárolók (szelektív) kihelyezése („Társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmusfejlesztés” A felhívás kódszáma: TOP-1.2.1-15)

7.2. A vízi turizmus fenntartható fejlesztése

A Mura Region ETT húzótermékeként, a térség jól beazonosítható kínálataként a Murára épülő vízi turizmust adhatjuk meg. A fejlesztések folyamán természetesen figyelembe kell venni, hogy természetvédelmi területről beszélünk.

A vízi turizmust erősítő szükséges fejlesztések a következők:

- a vízitúra-megállóhelyek, mini-kikötők építése és a kiszolgáló infrastruktúra (esőbeálló, pihenőhely, tűzrakó helyek, mosdók, zuhanyzók, sportpályák, szelektív hulladékgyűjtők) és a vendéglátás fejlesztése megfelelő elérhetőséggel (lejárók építése, parkolók kialakítása, kitérítés) és csatlakozással a közutakhoz;
- a vízi sportokhoz szükséges eszközök (kajak, kenu, evezősök, csónakok) beszerzése, kölcsönzési lehetőség biztosítása;
- különböző generációkat lefedő csoportok táboroztatásának segítése, vízi vándortáborok szervezése – párhuzamosan a szálláshely-fejlesztéssel;
- fürdőzési lehetőség kialakítása;
- a vízi túrázás tevékenységét célszerű oktatási-tanítási funkciókkal ellátni pl. a helyi élőhelyek megismertetésével. Ezt lehet vízitábla-rendszerrel is biztosítani.
- az adott szakaszoknál a szárazföldön található közeli nevezetességek kitérítése.
- vízi mentéshez szükséges feltételek megteremtése.

Figyelembe kell venni, hogy klasszikus, egy irányba tartó (jellemzően folyásirány) több napos vízitúrákkal nem lehet ott tartani a turistákat, mivel

a Mura közös szakasza mindössze 48 km hosszú, így csillagtúra-jellegű utak szervezése ajánlott.

A több napos egyirányú utakat sem szabad azonban elfelejteni, de ekkor már a Dráva-folyóval együtt kellene kiajánlani a túrákat, együttműködve a drávamenti településekkel.

Mindehhez a pályázati lehetőségek folyamatos monitorozása szükséges.

7.3. A horgászturizmus infrastruktúrájának fejlesztése

A horgászturizmus kapcsán a következő fejlesztési elképzelések kivitelezése javasolt:

- Horgász helyek, esőbeállók kiépítése a Mura és a térségben található horgásztavak mentén
- A horgász helyek elérhetőségének javítása, információs táblák, térképek elhelyezése, hogy hol találhatóak ezek a helyek.
- Turisták, kirándulók számára stégek, tűzrakó helyek kiépítése, kitáblázása
- A Mura-folyó élővilágának bemutatása kitáblázással, QR kódokkal, a később javasolt applikációval.

7.4. A kerékpárutak infrastruktúrájának és a kapcsolódó szolgáltatásainak erősítése

A kerékpáros turizmus fejlesztése kapcsán két irányban kell tervezni:

1. Egyrészt érzékelní kell, hogy a Mura Régió ETT térsége önmagában nem akkora, hogy huzamosabb időre ott lehessen tartani a kerékpáros turistát. Természetesen a magyar és a horvát oldal együttesen alkalmas lehet túrcsomagok kiajánlásával 2-3 napos programok kialakítására, de elsősorban kisebb távolságok megtételére képes turisták kapcsán (pl. iskolai csoportok).
2. Integrálni kell a Mura Régió ETT kerékpározási lehetőségeit a Nyugat-Dunántúl, illetve Dél-Zala egyéb kerékpáros turizmus számára alkalmas útvonaláival. A térségi együttműködés erősítése a turisztikai szereplők közt így természetesen elkerülhetetlen.

További konkrét fejlesztési elképzelések:

- konkrét, akár személyre szabott túracsomagok kiajánlása
- legalább 1 hazai és 1 horvátországi szerviz kiépítése, jelenléte
- kölcsönzési lehetőség kialakítása
- a kerékpáros útvonalak e-mobilitás eszközei számára is érdemes biztosítani a túrákat (pl. segway), érdemes lenne átgondolni egy ilyen irányú vállalkozás indítását.

A horvát oldalon a területet érinti az R3 kerékpáros útvonal, a Vasfüggöny nemzetközi kerékpáros útvonal, a Muramenti Murradweg R2 terep útvonalai, a Međimurje út és a Steinerova út. Ismertségük, kiépítettségük azonban általában még nem elégséges.²³

7.5. Információs táblahálózat, térképek kihelyezése

A Mura Régió ETT térségének professzionális megjelenítése tekintetében elkerülhetetlen egy egységes arculattal bíró információs táblahálózat kiépítése. A térségi együttműködés minden településén el kell helyezni egy, a legfontosabb információkkal ellátott komplex térképet, további fókuszált tartalommal bíró térképeket, táblákat is, pl. a horgászhelyek, kerékpárutak környékén:

- útirányjelző táblák – horgászhelyek, kerékpárutak, éttermek, épített emlékek – távolságadattal, időelérési adattal
- A megjelenített információknak legalább 4 nyelven kell megjeleníteniük: magyar, horvát, angol, német nyelveken.
- A hagyományos táblainformációkat QR kódokkal is ki lehet egészíteni.

7.6. Gasztronómia, vendéglátás

A Mura Régió ETT térségének vonzóbbá tétele kapcsán szintén prioritás a vendéglátás, gasztronómia erősítése, melynek a következő aspektusait kell megerősíteni:

- A helyi vendéglátásban részt vevők számára prioritássá kell tenni, hogy tájjellegű ételek is felkerüljenek az étlapra (dödölle, krumpliprósza, a kukoricamálé vagy a bocskorosvargánya-leves).
- Erősíteni kell a térségben már létező gasztronómiai rendezvények, fesztiválok szerepét (dödölle-, rétes-, böllér- és pálinkafesztivál).
- Össze kell gyűjteni a térség helyi (élelmiszer és kézműves) termelőit és termékeit, melyeket kiadványokban és a javasolt közös honlapon kell reklámozni.

7.7. Applikáció kialakítása

Ma már a modern turizmusfejlesztés fontos aspektusa a digitális technológia alkalmazásának elfogadása. A konkrét fejlesztési javaslatok fontos eleme lenne egy mobilos applikáció kialakítása, amely a közös arculat elemeit és a honlap információit is felhasználva a következő információkkal látná el a turistát:

1. A Mura Régió ETT vonzerőinek bemutatása, leírása
2. A Mura Régió ETT szálláshelyeinek bemutatása, leírása

3. A Mura Régió ETT szolgáltatóinak bemutatása, leírása
4. A Mura Régió ETT programjainak bemutatása, leírása
5. Időjárás információk
6. GPS alapú túraútvonalak megjelenítése

7.8. Minősített szálláshelyek kialakítása

A vidéki turizmus területén a minősítendő turisztikai szolgáltatások az alábbiak lehetnek:

- Szálláshelyek
- Vendéglátó-helyek, gasztronómiai szolgáltatók
- Szervezett programok
 - Rendezvények, fesztiválok
 - Kerékpáros-és lovastúra-útvonalak, szolgáltatások
 - Túravezetés
- Információszoolgáltatás, tájékoztatás és kommunikáció
- Szakemberek

A Mura Régió ETT területén, különösen a magyar oldalon kevés minőségi és még kevesebb minősített szállást találunk. A vidéki turizmusban használatos és követendő minősítési rendszerek a következők:

- Falusi szálláshelyek – napraforgó rendszer
- Ökoporták – ökoporta rendszer
- Lovaspanziók – patkós rendszer

Javasolt továbbá a térségben kemping fejlesztés is a modern kor turisztikai kihívásainak és igényeinek megfelelően (wifi, családbarát stb.).

A szálláshely-fejlesztés egy másik tényezője lehetne ún, kulcsosházak építése, melyek önellátó családoknak, társaságoknak biztosítanak szállást, de pl. csapatépítő tréningekre is kiválóak lennének.

A szálláshely-fejlesztés kapcsán a Kisfaludy program kiírásait és az egyéb pályázati lehetőségeket folyamatosan figyelni kell.

8. Minősített szolgáltatók jelenlétének erősítése

A helyi termékek terén javasolt lenne elkészíteni egy helyi termelői lajstromot, illetve felmérni, hogy a helyi termékeket előállító vállalkozók milyen mértékben vennének részt a turisztikai folyamatok alakításában, illetve hajlandóak lennének-e fejlesztéseket végrehajtani a termékeik turizmusban történő bevonása kapcsán. Az ehhez szükséges pályázati lehetőségekről tájékoztatni kell a vállalkozókat.

Ugyanez érvényes a stratégiában már említett vendéglátó-helyek kapcsán is, azok minősítése és minőségének javítása elengedhetetlen.

9. Önálló image és arculat kialakítása

A megfelelő minőségű és mennyiségű turisztikai termékek, csomagok, illetve a turisztikai infra- és szuprastruktúra kiépítése után a legfontosabb feladat a Mura Régió ETT önálló turisztikai imázsának, arculatának és a márkaépítésének a kiépítése. Ennek a komplex feladatnak a következő lépéseit kell betartani:

a). Egységes arculat és márkaelemek, branding kialakítása

A Mura Régió ETT turizmusának márkává történő fejlesztéséhez első körben javasolt a márkásítás, majd azt követően a termékmárka kiépítése. Ezt a folyamatot a következő lépések mentén kell kialakítani:

1. Márkaérték felépítéséhez a márkaelemek kiválasztása, amelyek a márkát alkotják
2. A márkaépítés szervezeti kereteinek megteremtése, a felelősök kijelölése
3. A márka erős, kedvező, egyedi márkaasszociációinak bevezetése
4. A márka és a márkaelemek ismertségének megteremtése
5. Márkahűség megteremtése
6. Átvitt, másodlagos asszociációk körének kialakítása

A márkaelemek kiválasztásánál és megformálásánál a márkaépítés alapvető kritériumait kell szem előtt tartani, úgy mint:

- emlékezetes, könnyen felidézhető legyen, meg lehessen különböztetni;
- utaljon a termék előnyeire;
- ésszerű és logikus legyen, utaljon a Mura Régió ETT területének turisztikai vezértermékeire, kitűzött céljaira és egyben a célcsoportok jellemzőire is;
- konzisztens legyen, ne legyenek benne egymásnak ellentmondó elemek;
- rokonszenves és esztétikus legyen, a célcsoportok számára a vizuális és a verbális megjelenés vonzó legyen;
- ne hordozzon negatív jelentést egyik nyelvben sem (illetve a külföldi turisták számára);
- védhető legyen, akár jogilag is (pl. védjeggyé formálás gondolata)

A Mura Régió ETT térségének esetében a márkaelemek a következőkből állhatnak össze:

1. a Mura-folyó, mint húzó tényező jelenléte párhuzamosan a térség természeti értékeivel;
2. a térség kulturális öröksége: épített és szellemi öröksége, hagyományai;
3. minősített ökoturisztikai termékek és szolgáltatók;
4. kiforrott turisztikai desztinációk kedvező imázs elemei;
5. helyi bio-, öko- és organikus termékek.

A kialakítandó közös arculati elemek a következők:

- logó;
- szlogen;
- arculati kézikönyv;
- honlap;
- tájékoztató táblarendszer kapcsán;
- kiadványok külalakja kapcsán.

b). Közös promóció, reklámozás, az ismertség megteremtése

A stratégiában elemzett és felsorolt elemeket el kell juttatni a potenciális turistához, melynek természetesen a megfelelő promóció lesz az eszköze. Ennek a tevékenységnek a legfontosabb javasolt eszközei a következők:

- közös honlap kialakítása (magyar, horvát, német, angol nyelven);
- online marketing kampányok kivitelezése;
 - a. Facebook kampány
 - b. bannerek, online hirdetések
 - c. megjelenés hazai online turisztikai felületeken, pl. turizmus.com;
- hagyományos reklámanyagok, prospektusok, leporellók, térképek készítése;
- turisztikai vásárokon történő megjelenés;
- kapcsolatfelvétel a Magyar Turisztikai Ügynökséggel.

Mindezen tényezők kivitelezésére javasolt lenne egy közös turisztikai marketing szervezet, képviselő kialakítása, melynek segítségével szakértők segíthetnék a helyi vállalkozókat, térségi szereplőket a Mura Régió ETT versenyképes turizmusának kialakításában.

10. Összefoglalás

A Mura- vidék egyedülálló természeti környezetet és potenciált biztosít a turizmus számára, ami jó kiindulási alapot nyújt a turizmus fejlesztéséhez. A szükséges minőségű és mennyiségű infrastrukturális háttér azonban még jelentős beruházásokat követel meg a turisták differenciált igényeinek kielégítéséhez. Ehhez szoros térségi összefogásra van szükség az önkormányzatok, a lakosság és a helyi vállalkozói szféra oldaláról.

Jelen tanulmány elemzi a Mura Régió ETT komplex társadalmi-gazdasági helyzetét és konkrét javaslatokat tesz a turizmus fenntartható fejlesztésének elérése érdekében. Fontos leszögeznünk, hogy a turizmus a társadalmi-gazdasági élet egyik, és nem egyetlen szereplője, nem lehet alkalmas a térség strukturális problémáinak teljes mértékben történő megoldására, arra azonban igen, hogy plusz bevételt termeljen a helyi lakosság és a vállalkozói szféra számára, rendezettebb és élhetőbb környezetet biztosítson, így az életminőség javítását érheti el a térségben.

A megjelölt fejlesztési javaslatok létrehozása után azt kell látnunk, hogy a vízi turizmus és részben a kerékpáros turizmus is erős szezonalitással bír, így a legtöbb látogató a hazánkra és Horvátországra általánosan is jellemző nyári periódusban érkezik a területre, azonban a horgászturizmus kapcsán és leginkább a gasztronómia, borturizmus, túrázás, kerékpározás terén a szezon a tavaszi és az őszi periódusba is kitolhatóvá válhat.

Ennek érdekében viszont a turizmusfejlesztés modern aspektusait, mindenekelőtt a felelős turizmus kiépítését, szem előtt tartva elengedhetetlenül szükséges a helyi potenciálon alapuló turisztikai termékekre és marketing tevékenységekre alapuló fejlesztési elképzelések kivitelezése egy egységes marketing stratégia, arculatkialakítás és célirányos és hatékony turisztikai termékfejlesztés segítségével.

JEGYZETEK / NOTES

1. Köszönet az EFOP-3.6.1-16-2016-00015 projekt anyagi támogatásáért.
2. A Mura Régió ETT Kohézióvizsgálata és Integrált Fejlesztési Stratégiája
3. Dövényi Zoltán (2010): Magyarország kistájainak katasztere. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet. Budapest, 876. old.
4. Feletar, Petar: (2005): Istočno Međimurje. Meridijani Izdavačka kuća. Samobor. 127. old.
5. KSH, 2017, Muramenti Nemzetiségi Területfejlesztési Társulás – Turizmusfejlesztési Terv
6. <http://www.redea.hr/en/investment-in-medjimurje/economic-profile-of-Medimurje-county>. Letöltés ideje: 2019. 12. 20.
7. KSH, 2017, Muramenti Nemzetiségi Területfejlesztési Társulás – Turizmusfejlesztési Terv
8. Töröcsik, Mária – Csapó, János. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó, János; Gerdesics Viktória – Töröcsik Mária (szerk.) Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet, Pécs, Magyarország : Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar 8-22. old
9. Fülöp Teofil (2003): Szelíd, öko- és természetjáró turizmus, az idegenvezetés és a túravezetés összekapcsolódása. A puszta. 1/20. 229-262 old.
10. Tasnádi József (1998): A turizmus rendszere. Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola. Szolnok 47. 280. old.
11. Duray Balázs (2017): Fenntartható turizmus, felelős vidékfejlesztés. In: Árpási, Zoltán; Gurzó, Imre (szerk.) Felelős turizmus: nemzetközi tudományos konferencia. Békéscsaba, Magyarország : Alapítvány a Felsőfokú Közgazdasági Képzésért Békés Megyében, pp. 13-19.
12. <http://www.fatosz.eu/marketing+lehetosegek/iranymutato+a+napraforgos+besorolashoz/iranymutato+a+napraforgos+besorolashoz.html>. Letöltés ideje: 2019. 11. 29.
13. http://www.mura-drava-bike.com/en/bic_trase.asp. Letöltés ideje: 2019. 11. 14.

FELHASZNÁLT IRODALOM / REFERENCES

- Dövényi Zoltán (2010): Magyarország kistájainak katasztere. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet. Budapest, 876. old.
- Duray Balázs (2017): Fenntartható turizmus, felelős vidékfejlesztés. In: Árpási, Zoltán; Gurzó, Imre (szerk.) Felelős turizmus: nemzetközi tudományos konferencia. Békéscsaba, Magyarország : Alapítvány a Felsőfokú Közgazdasági Képzésért Békés Megyében, pp. 13-19.
- Feletar, Petar: (2005): Istočno Medimurje. Meridijani Izdavačka kuća. Samobor. 127. old.
- Fülöp Teofil (2003): Szelíd, öko- és természetjáró turizmus, az idegenvezetés és a túravezetés összekapcsolódása. A puszta. 1/20. 229-262 old.
- Tasnádi József (1998): A turizmus rendszere. Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola. Szolnok 47. 280. old.
- Töröcsik, Mária – Csapó, János (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó, János; Gerdesics Viktória – Töröcsik Mária (szerk.) Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet, Pécs, Magyarország: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, 8-22. old.
- KSH, 2017, Muramenti Nemzetiségi Területfejlesztési Társulás – Turizmusfejlesztési Terv
- <http://www.redea.hr/en/investment-in-medjimurje/economic-profile-of-Medimurje-county>. Letöltés ideje: 2019. 12. 20
- <http://www.fatosz.eu/marketing+lehetosegek/iranymutato+a+napraforgos+besorolashoz/iranymutato+a+napraforgos+besorolashoz.html>. Letöltés ideje: 2019. 11. 29.
- http://www.mura-drava-bike.com/en/bic_trase.asp. Letöltés ideje: 2019. 11. 14.
- A Mura Régió ETT Kohézióvizsgálata és Integrált Fejlesztési Stratégiája