



„Tuzsér Községért” Közalapítvány

H-4623 Tuzsér, Kossuth út 70., Tel./fax: 06 (45) 441-001
Mobil: 06 (20) 474-1807, E-mail: klicsu21@t-online.hu, www.tkka.hu

BESZÁMOLÓ

a

Tuzsér Községért Közalapítvány

*TU*dástranszfer mint *Z*SinórmÉrték (TUZSÉR) – Transz- és internacionális kulturális együttműködések a Kárpát-medencében című,
EFOP-5.2.2-17-2017-00025 azonosítószerű projekt

Turizmusmarketing esettanulmányok

című workshopjáról

2019. október 28.

(Tuzsér, Lónyay-kastély)

A projekt 11. workshopjára került sor szépszű érdeklő mellett. A workshop célja egyrészt a napjainkat meghatározó turisztikai megatrendek ismertetése és a kulturális turizmusban, a látogatókra jellemző fogyasztási szokások bemutatása. Másrészt olyan marketingtervezési módszerek bemutatása, amelyek adaptálhatók a örökségturisztikai attrakciók üzemeltetése esetén. A workshop keretében olyan marketing esettanulmányok bemutatására is törekszünk, amelyek minta értékűek lehetnek brand építésben, turisztikai termékek piacra vezetésében és a településmarketingben.

A jelenlévőket dr. Tilki Attila országgyűlési képviselő és Ferkovics Tibor polgármester köszöntötte. Ezt követően Dr. Szakál Zoltán egyetemi docens (Miskolci Egyetem) tartotta meg előadását.

Elmondta többek között azt is, hogy hogyan változtak a fogyasztói/vásárlói szokások az elmúlt években, évtizedekben a turizmust illetően. A turisták egyre jobban előtérbe helyezik az interaktív, innovatív kikapcsolódási és szabadidős tevékenységeket. A felgyorsult információs világban mindenki gyorsan jut információkhoz, s ezt várják el a szabadidejükben is az emberek. Ha versenyképes szeretne lenni a szolgáltatást nyújtó, bizonyos célcsoportoknak hasonlóan kell kínálni nem csak a szolgáltatást, de a „terméket is”. Minden képen elengedhetetlen a „termék” bevezetése a piacra, melyet egy marketing tervezés előzön meg. Ez tartalmazhat piackutatást, SWOT analízist, BCG-mátrixot.

Érdemes meghatározni a megcélozni kívánt célcsoportokat, s rájuk szabva kell a piac szegmentációt alkalmazni, lebontva a megnyerni kívánt csoportokra. Ezen csoportok legtöbb tagja az „okos” világban él, és onnan is tájékozódik. Ezért gyorsan informálódnak, gyorsan hoznak döntéseket, s ami nagyon fontos, önállóan. (reklámoktól, média hatásoktól függetlenül) Így lehet némi esélyünk arra, hogy látókörükbe kerüljünk, s utazási célként válasszanak minket. Mindezek figyelembe vételével kell a PR és marketing tevékenységet tervezni, megvalósítani. Később megtérülhet.



„Tuzsér Községért” Közalapítvány

H-4623 Tuzsér, Kossuth út 70., Tel./fax: 06 (45) 441-001
Mobil: 06 (20) 474-1807, E-mail: klicsu21@t-online.hu, www.tkka.hu

Második előadónk Nagy Katalin, a Miskolci Egyetem mesteroktatója volt, aki már sokkal konkrétabban beszélt nekünk a kulturális turizmus tapasztalatairól, még nemzetközi kitekintésben is.

Fontosnak tartotta az előadó, hogy magáról a kulturális turizmusról, mint olyanról beszéljen nekünk. A turizmus világméretű iparág lett, melynek a kulturális turizmus is szegmense. Nagyon sok lehetőség rejlik benne, de csak akkor, ha azokat a látogatókat is megtudjuk nyerni, akik egyébként más miatt vannak a térségben, nem úgy, mint azok, akik célirányosan érkeznek egy-egy épített örökségi helyszínre. Szükséges a tömegek bevonása annak érdekében, hogy kulturális erőforrások turisztikai attrakciókká fejlődhessenek. A kulturális turisztikai kínálat lehet sokféle, de érdemes ötvözni őket: épített örökségi helyszínek kultúrába és közművelődésbe bevonása révén például, ami itt Tuzsérnak is érdekes, sőt ajánlatos lenne. Ezekre már természetesen vannak próbálkozások, de ezeket tovább kell gondolni és fejleszteni.

Napjaink kulturális turizmusa is változásokon esik át, mondta hölgy, ott is többféle szempontnak kellene megfelelni, hogy a turista minket válasszon. Pl. az épített örökségi helyszíneknek olyan élmény központú „attrakciókat”, rekreációt, szellemi örökségi tárgyú kínálatot kellene kínálni, melyek azért lássuk be, nem mindig találkoznak az ezeken a helyszíneken elérhető szolgáltatásokkal, de azért vannak már rá törekvések.

Azt is elmondta a hölgy, hogy az útvonalak közül a tematikus és a kulturális is befogadhat minket, hiszen a mi épített örökségünk egyben lehet része tematikus útnak is, így az ide látogatók egy része lehet, hogy már tematizált keretek között keresné fel adott esetben a Lónyay Örökség Központot. Természetesen nemzetközi viszonylatokban is lehet gondolkodni, - ha már 3 országot érintünk – de ennek az elfogadtatása az Európai Tanáccsal, nem kis feladat lenne. S akkor jönne a működtetéssel, fenntartással kapcsolatos sok-sok teendő.

Harmadik előadónk Mártonné Máthé Kinga a Magyar Természetjáró Szövetség marketingkommunikációs igazgatója volt. A hölgy elmondta, hogy talán sokak szerint nem biztos, hogy idevaló az előadása, de végére ki fog tűnni, hogy igen is számos kapcsolódási pont van. Igaza lett.

Az Országos Kéktúra történetén és jelenlegi helyzetén keresztül bepillantást kaphattunk a Szövetség ténykedésének egy szeletkéjébe. A Kéktúra megismerése után, illetve már közben is bemutatott kapcsolódási pontokat és hasonlóságokat, lehetőségeket, melyeknek szinte mi még nem nagyon felelünk meg. Felhívta a figyelmünket, hogy a működtetésben, fenntarthatóságban nagyjából milyen kritériumoknak kellene megfelelnünk, melyeket ők is folyamatosan tapasztalnak és folyamatosan küzdenek vele.



„Tuzsér Községért” Közalapítvány

H-4623 Tuzsér, Kossuth út 70., Tel./fax: 06 (45) 441-001
Mobil: 06 (20) 474-1807, E-mail: klicsu21@t-online.hu, www.tkka.hu

Ilyen pl. a 365 napos nyitva tartás, XXI. századi igényekhez való alkalmazkodás, folyamatos fejlesztés, csillogó szemű, elhivatott munkatársak, szerethető és átgondolt termékmenedzselés, médiában folyamatosan jelen lenni, PR és marketing tevékenység online is.

Nem zárta ki annak a lehetőségét, hogyha ha a komplexum létre jönne, akkor az Országos Kékkör vérkeringésébe való bekerülésben segítségünkre lennének mind szakmailag, mind az információs háttérükkel.

Negyedik, egyben utolsó előadónk Muhari Zoltán volt, Panyola Község polgármestere. Elmondta, hogyan lehet egy vidéki, szatmári, kis településnek bekerülnie az országos kulturális és turisztikai vérkeringésbe, a PanyolaFeszt-en keresztül. Beszámolt arról, hogy a rendezvény felvonultatja a hagyományos vidéki étellel kapcsolatos kulturális programokat, (népzene, népi gasztronómia, népijátékok stb...) de mellette modernebb, populárisabb programelemek is megjelennek. Már szervezés szinten bevonásra kerültek a helyi szereplők és megvalósítók, így az elkötelezettségnek a megvalósulásban nincs hiánya. Felhívta rá a figyelmet, hogy a lokális és térségbeli PR és marketing ténykedést bizony ki kellett bővíteni, mondhatni országosra annak érdekében, hogy a kívánt látogatói számot el tudják érni. A különböző felületeken elhelyezett hirdetések, cikkek stb.. viszont nem csak a rendezvényt népszerűsítették, hanem a települést magát is, valamint a település tágabb környezetének értékeire is felhívta a figyelmét a lehetséges kulturális turistának. Országos televíziós műsorok, sajtó reggelig, utazás kiállításokon és konferenciákon való folyamatos részvételek nélkül nem lenne ennyire közismert és látogatott a település és a rendezvény.

Tehát nagyon fontosnak tartja polgármester úr azt, hogy egy rendezvény, vagy egy kulturális komplexum a lehetőségei szerint legyen jelen az országos médiákban, országos turisztikai eseményeken, utazás kiállításokon. Ennek az eredménye előbb-utóbb meg fog jelenni a rendezvény látogatottságán.

Összegzés: Az előadók mindegyike tapasztalt PR és marketing területen dolgozó, vagy ezek fontosságát valló, saját területükön ezt elengedhetetlennek tartó személyek. Minden képen fontosnak tartják, hogy az „áruba bocsájtott” termék vagy szolgáltatás megjelenése előtt kellőképpen legyen bevezetve a piacra. Ha ez megtörtént, akkor is folyamatosan jelen kell lenni a megfelelő fórumokon, felületeken, naprakész információkkal.

A PR és marketing tevékenység úgy látszik megkerülhetetlen, s ez (is) vezet a látogatók sokaságához, melyek egyrészt hozzá tudnak tenni a működtetés sikerességéhez.

Klicsu Ferenc
szakmai munkatárs

Klicsu Ferenc
szakmai munkatárs



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

SZÉCHENYI 2020

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE