

TURISZTIKAI STRATÉGIAI TERV

1. Rövid helyzetelemzés (max. 2000 karakter):

A HACS a Bükk szinte teljes területét lefedi, természeti értékekben páratlanul gazdag, (Bükki Nemzeti Park, Natura 2000, bogácsi termálfürdő, kaptárkövek)
Összeköti Miskolcot és Egert, központi területe az Észak-magyarországi turisztikai régiónak, része az Egri Tört. Borvidéknek.
Az alapfokú oktatás, egészséges ivóvíz ellátás, hulladékszállítás megoldott. A szakképzés jó szintű, a felsőfokú oktatás kiváló. A keleti részeken alacsony a csatornázottság aránya, ill. alacsony színvonalú a szociális, eü.-i ellátás.
A közúti közlekedés jó a települések gyorsan elérhetők az M3-as autópályáról. A vasúthálózat elhanyagolható, a kerékpárutak hálózata fejlődik. A tömegközlekedési infrastruktúra helyenként korszerűtlen, összehangolatlan.
A turisztikai szolgáltatók elszórtan találhatóak, és nem működnek összhangban, hatékonyan. A szálláshelyek száma elégséges, színvonala, kihasználtsága alacsony.
A megyei és regionális turisztikai szervezeteknél dolgozók szakmai felkészültsége és tapasztalata kiváló és több kistérségben és településen alkalmaznak turisztikai referenst, segítik a bekapcsolódást a regionális és országos turizmusba, még több helyen lenne ez indokolt, de az önkormányzatok anyagi forrásai ezt nem teszik lehetővé. A Tourinform irodák dolgozóinak szakmai színvonala megfelelő, de a főszézenban a létszám nem mindig elegendő.
Regionális szinten a RIB, mint stratégiai döntéshozó, tanácskozó szerv, az ÉM-RMI - mint a közösségi marketing felelőse, s a RIB szakmai munkaszervezete - mellett a NORDA tevékenykedik.
Megyei szinten a területfejlesztési tanácsok és ügynökségeik, a megyei önkormányzatok és illetékes osztályai, s a vidékfejlesztés hivatalai a falusi turizmushoz kötődően foglalkoznak a turizmus támogatásával, segítségével.
A kereslet főként az öko- lovas, bor, és gasztronómiai irányokba, családi turizmus irányába mutat, kevés átlagos vendégéjszakával. Alapvetően belföldi, de fejlődő lengyel, német és szlovák érdeklődés mellett. Igény van a komplex szolgáltatásokra, fesztivál jellegű rendezvényekre.

2. SWOT elemzés

2.1. Vonzerők, attrakciók, turisztikai termékek (max. 1500 karakter):

Erősségek
Értékes tájképi környezet (Bükk, Zemplén), természetvédelmi területek (BNP) gyógyforrások, az arra épülő fürdő kultúra, vadállomány,
A: borvidéki jelleg, egyedi, gazdag adottságok (Suba-lyuk őskohó, stb) kiemelkedő rendezvények, gasztronómiai és népi kulturális hagyományokra épülő fesztiválok megléte.
A vonzerők jellege megfelel a nemzetközi turisztikai trendeknek és kedvező ár-érték arány a kínálatban.
Kihasználása
A hegyvidéki jellegre, gyógyforrásokra, borkultúrára, mint vonzerőkre épülő turisztikai

termékek tovább fejlesztése. Kulturális értékek megismertetése, terméké fejlesztése, a kulturális rendezvényszervezés és marketing erősítése.

Gyengeség:

A természeti értékek rossz megközelítése

Épített értékek: rossz fizikai állapotok,

Kulturális örökség, rendezvények, szálláshelyek, turisztikai szolgáltatók: forráshiány, típusonkénti aránytalanság, főszezoni koncentrálttság, kevés idegen nyelvű tájékoztatás, kevés nemzetközi erejű vonzerő nincs egységes, határozott turisztikai termékimázs, nincs egységes összefogott értékesítési rendszer, fenntarthatóság érvényesítésének mechanizmusa hiányos, Csökkenő kereslet trendje nehezen fordul meg, külföldi vendégforgalom alacsony volta.

Kiküszöbölése: A marketing tevékenység erősítése, a turisztikai termékek, attrakciók elérése érdekében közös fellépés pályázatokkal, a szolgáltatások egységes rendszerben való kezelése, képzés javítása. A versenyhátrányban lévő kis szolgáltatók, települések piacra segítése.

2.2. Turisztikai szolgáltatások, turizmusmenedzsment (max. 1500 karakter):

Erősség:

Szállás: Férőhelyek kielégítő száma, jó középkeletgóriájú ellátottság, színvonalas falusi szálláshelyek,

Vendéglátás: Falusi vendéglátás, bor- és gasztronómiai hagyományok, idegenforgalmi szervezetek erősödése.

Jó együttműködési bázis a turizmus szereplői között, s a szomszédos térségekkel.

Közösségi és vállalkozói marketing erősödése

Kihasztnálás:

Erőteljesebb értékesítés. Borturizmus segítése, hagyományápoló rendezvények fejlesztésének segítése

Gyengeség:

Szállás: magas minőségűek hiánya, elavult kempingek, fekete szobakiadás, területi elosztás egyenetlensége

Vendéglátás: Szakképzetlenség, áruismeret gyengesége. Szűk választék, Vonzerő mellett hiányzó tájjellegű kínálat illetve igénytelen kínálat, nyitva tartás nem vendégorientált kialakítása, nyelvismeret hiánya,

Hely-specifikus ajándéktárgy-kínálat szegénysége.

Programszervezés: Garantált, speciális programok hiánya, túlzott az ingyenes, utcai rendezvények aránya. Jegyes programok nem jól értékesítettek, kevés marketing, gyakori időpont változtatások turisztikai vállalkozások nem kellő felkészültsége alacsony on-line szolgáltatási arány, hiányzó ill. a marketing nem egységes rendszere

Kiküszöbölése: Minőségi szálláshely beruházások ösztönzése.

Minősítési és folyamatos szakmai ellenőrzési rendszer kialakítása.

Gyakorlatorientált szakképzés támogatása.

Vonzerő, attrakció mellé település ösztönzése.

Kapcsolódó termelési tevékenység fejlesztésének támogatása.

Rendezvény- és programszervező tevékenység marketing támogatása

2.3. Egyéb pénzügyi, egészségügyi, személyes és kommunikációs szolgáltatások (max. 1500 karakter):

Erősség:

Standard, megbízható színvonalú pénzügyi szolgáltatások a városokban és a turisztikailag frekvenciáltabb településeken. Kielégítő egészségügyi szolgáltatások.

Kihasználás:

Információ biztosítása az elérhetőségről.

Gyengeség:

A területi aránytalanság nyelvi kommunikációs gyengeséggel párosul. Szálláshelyek gyengék a szolgáltatások téren, hitelkártya elfogadás kevés helyen van. Sürgősségi ellátás, betegszállítás elérhetőségi, ellátási színvonal generális probléma. Termál-helyeken hiányzó egészségügyi ellátás, egyes térségekben teljes ellátási hiány. Szolgáltatási standardok hiánya a személyes szolgáltatásoknál.(kulturáltság, jó modor stb.)

Helyi értékek ismeretének hiánya,

Nyitva-tartás utáni információ elérhetetlen, kevés a korszerű Touch-info pont, nincs elérhető on-line adatbázis. Hiányzó tájékoztató kiadványok.

Kiküszöbölése:

Szolgáltatások telepítésének, fejlesztésének támogatása. Turisztikai vonatkozású fejlesztések támogatása, beruházások fejlesztések ösztönzése.

Szolgáltatások terén működő kisvállalkozások, fejlesztések támogatása, piacralépés elősegítése

Szakmai továbbképzés, on-line szolgáltatások fejlesztése.

2.4. Infrastruktúra (max. 1500 karakter):

Erősség: Jó közúti megközelítés, településképi, turisztikai vonzerővel attrakciók elérhetősége, részben kijelölt kerékpár- és turistaút-hálózat.

Kihasználása: Nem értelmezhető, léte alapkövetelmény lenne a minimális szolgáltatási színvonalhoz

Gyengeség:

Alapközművek: Szennyvíz hálózat, vezetékes gáz, vízelvezetés gyengesége, közvilágítás gyengesége, felújítások koordinálatlansága az idegenforgalmi szezonban.

Közlekedés: közutak minősége, repülőtér hiánya, vasúti megközelítés hiánya, öreg járműpark a tömegközlekedésben, szolgáltatók tevékenységének összehangolatlansága.

Turisztikai: kerékpárutak és hálózat, tájékoztató tábláinak hiánya, beutaztatók hiánya, erdei turisztikai „infrastruktúra” kiépítetlensége.

Környezeti: Illegális személtelhelyezések.

Közterületek tisztasága, utak karbantartatlansága, kerékpársávok hiánya, téli úttakarítás

hiánya, gyengesége.

Kiküszöbölése:

Infrastrukturális beruházások turisztika-orientált prioritásainak érvényesítése. Jobb koordináció, tervezés. Tömegközlekedési ágazatok (vasút-autóbusz) közötti egyeztetés, koherens menetrend kialakítás.

Közlekedés-fejlesztés országos prioritásainak befolyásolása.

Szolgáltatók minőségjavításra ösztönzése, kényszerítése.

Információs rendszer további fejlesztése. Értékesítési tevékenység fejlesztése.

Ellenőrzési, munkaszervezési feladatok megoldására forrásbiztosítás.

2.5. Humán erőforrás – szakképzettség, nyelvtudás, kulturáltság, vendégszeretet, közbiztonság (max. 1500 karakter):

Erősség: Erős, színvonalas szakképző intézmények, a régióban erősödő felsőoktatási szakmai képzési struktúra, fiatalok erősödő nyelvtudása, külföldi tapasztalatcserék, nyelvtanfolyami lehetőségek,

Nemzetiségi hagyományok léte, műveltségi színvonal emelkedése.

híres vendégszeretet, polgárórság, tourist police kezdeményezések, külföldiek elleni bűncselekmények csökkenése, jó pályázati aktivitás

Kihasztnálás: továbbfejlesztés támogatása.

Kapcsolatépítési, kommunikációs együttműködési formák szélesítése.

Hagyományápoló programok

Megindult kezdeményezések szakmai és anyagi támogatása.

Gyengeség:

Turisztikai képzés strukturális aránytalanságai

Tanfolyami képzési aránytalanságok,

kevés komplexen gondolkodó szakember, idegen-nyelvű felíratok hiánya.

Nem vendégként kezelt turisták, idegenek tiszteletének hiánya.

Szolgáltatás-orientáltság gyengesége

Kelet-európai ellenesség jelensége.

Túlzó lokálpatriotizmus

A turizmus alacsony társadalmi elismertsége

Kiküszöbölése: Szakmai ellenőrzési, minősítési rendszer működtetése.

Szemléletformálás, a turizmus, mint lehetséges „húzóágazat” népszerűsítése

Helyismeret, turizmus alapjainak, beépítése a közoktatásba.

Ellenőrzési, bűnmegelőzési tevékenység támogatása.

3. Jövőkép (max. 500 karakter):

A turisztikai rendezvények koordinálásával, elősegítésével és szolgáltatók összefogásának megteremtésével olyan rendszer fog kialakulni, ami segíti a működő struktúrákat, és az idelátogatók, illetve az érdeklődők számára egy olyan komplex ajánlatot és valós kínálatot tud

*biztosítani, mely növeli a vendégéjszakák számát, és az ágazatban dolgozók számára stabil megélhetést, a befektetők részére kecsegtető üzleti lehetőséget biztosít.
A növeli a helyi bevételeket és munkalehetőséget teremt.*

4. Fejlesztési stratégia

4.1. Átfogó illetve részcélok leírása (max. 2000 karakter):

Alapcél: lakosság életminőségének javítása

Fő cél: A turizmus gazdasági, társadalmi, ökológiai hatásainak optimalizálása

Szakmai cél: versenyképesség növelése

A régió turizmusának célrendszere visszatükrözi azt az alapcél, hogy a fejlesztéseknek mindig a helyben élő közösség, lakosság érdekeit kell szolgálnia, az egyéni életminőség növelését. Ez a kritérium a fejlesztési döntések alapvető elvárása is.

Ebből következik, hogy a gazdasági, társadalmi és ökológiai érdekek, hatások optimalizálására kell törekedni. Ezen optimalizálásban ugyanakkor a következő tervezési időszakban a versenyképesség, a turizmus gazdasági hatékonyságának a növelése kell, hogy álljon, mert ezzel válhat a régió, a térség társadalmi, gazdasági fejlődésének meghatározó ágazatává.

Stratégiai cél:

1. A fenntartható turizmus gazdasági jelentőségének elismertetése, szakmailag megalapozott és

megfelelő mértékű bővítése, minőségi színvonalának javítása a régióban

2. A turisztikai régió környezeti elemei dinamikus egyensúlyának megőrzése és fenntartása, integrált fejlesztése.

3. A turisztikai régió belső területi-társadalmi kohéziójának, a versenyképesség lehetőségeinek megteremtése, a periféria-jelleg megszüntetése, a felzárkóztatás elősegítése

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

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

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

4.2. Funkcionális – termék és területi prioritások a stratégiában

4.2.1. Funkcionális fejlesztések leírása (max. 1500 karakter):

Közlekedés

Fontos lenne, az M3-as és Egert összekötő gyorsforgalmi út. Az alsóbbrendű úthálózat felújításra szorul.

A települések közel egyharmada rendelkezik vasútállomással, de hiányzik a

gyorsforgalmi vasút. A kisvasutak fejlesztése szükséges.

Fontos lenne egy regionális repülőtér kialakítása.

Győr a régió kerékpárút-hálózatának kiépítettsége, sűrűsége.

Szálláshely és vendéglátás

A szálláshelyek műszaki és szakmai színvonalának és a kihasználtságának erősítése fontos.

Kevés a szállodai férőhely, alacsony a több csillagos létesítmények hányada.

A meglévő kempingek korszerűsítése.

Kevés a település jellegzetességeihez kötődő fogadó, csárda.

Környezeti állapot

Jelentős probléma a hulladékgazdálkodás, különösen a szelektív hulladékgyűjtés és annak feldolgozása, magas az illegális személerakók száma. A települési arculatszépítő kezdeményezések továbbra is hiányoznak.

Egyéb köz- és turisztikai jellegű szolgáltatások

. A belvárosi üzletek, butikok nyitva tartása továbbra sem igazodik a turisták igényeihez.

Az egészségügyi ellátottság rossz.

A szervezett idegenvezetés fejlesztendő, nincs megfelelő specializáció a beutaztató turistaszervezésre.

Kevés a és szegényes a sportolási, kölcsönzési lehetőség (különösen a sporteszközök, kerékpárok kölcsönzése). A régióban korszerű, vendégbarát turisztikai kártyás kedvezményes szolgáltató rendszer nincs.

Turistabarát interaktív szolgáltatást nyújtó Touch-info megoldások hiányoznak.

4.2.2. Terméktípus prioritások programjai (max. 1500 karakter):

1. Komplex közösségi forrásokkal támogatott fejlesztési program megvalósítása indokolt a tervezési időszakban: az egészségturizmus és a kulturális turizmus terén.
2. Kiemelt turizmusfejlesztési területek: 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 fontosak a tematikus utak, a különböző terméktémákra felfűzött termékkínálatok, mely sajátos, izgalmas, komplexebb, multi-termék jellegű, jól értékesíthető kínálat kialakítását eredményezhetik.

4.2.3. Területi prioritások érvényesítése (max. 1500 karakter):

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-Ipoltarnóc.

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

4.2.4. Az akcióterület turisztikai kínálata és fejlesztésének kapcsolódási pontjai más területekkel (max. 1500 karakter):

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.),

- Az aktív turizmus és az ökoturizmus, jellegét tekintve inkább a természeti környezethez kapcsolódik, mint ilyen nem tartja tiszteletben az adminisztratív jellegű régiók határait, tehát az interregionális együttműködés ebben az esetben is létérdek,

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

A régió potenciális lehetőségei jók az inter-regionális együttműködésre, hiszen az egyes térségek kínálata nem csupán versenyez egymással, hanem jól kiegészíti is egymást.

4.2.5. A preferált célcsoportok – a régió turizmusfejlesztésének közösségi szervezeti rendszere és marketing stratégiai irányai (max. 2000 karakter):

Célcsoportok:

egészség-turizmus

- idősebb betegek

-egészség-tudatos középkorosztály,

- Gyermekes családok

- Fiatalok a sportolás keretében

kulturális turizmus

-diákok

-ún. 3. generációs kirándulók

--művészetkedvelők,

Bor- gasztronómia turizmus

-Családi üdülők

- Baráti társaságok

- Középkorú férfiak, házaspárok,

-Szakmai csoportok

Aktív turizmus

- diákok, sportolók
- A nyugat-európai turisták
- A nyugdíjasok

Ökoturizmus

- A nyugat-európai országból érkező 30-50 év közötti korosztály

Falusi turizmus

- Bel és külföldi urbanizált területeken élő nyugdíjasok
- Az aktív pihenést választó középkorúak
- A fiatalok
- „gyökérkeresők”
- okgyerekes családok

A hivatás-turizmus

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

A turizmus fejlesztés közösségi szervezeti rendszere, szintjei, feladatai

- regionális (piacra jutás, regionális marketing tevékenység)
- kiemelt turisztikai térségek (helyi termékek népszerűsítése, szervezés, kijárlás információadás)
- helyi (helyi termékek népszerűsítése, szervezés, kijárlás információadás)

Marketing irányok:

- Belső marketing
- Marketing Információs,
- döntéstámogató, kutató-rendszer
- Turisztikai termék-marketing
- Értékesítés-támogató tevékenység
- Kommunikációs tevékenység

4.2.6. Turizmusfejlesztésének szervezeti rendszere

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

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

Megyei szinten a területfejlesztési tanácsok és ügynökségeik, a megyei önkormányzatok és illetékes osztályai, s a vidékfejlesztés hivatalai a falusi turizmushoz kötődően foglalkoznak a turizmus támogatásával, segítségével. A kistérségi társulások, fejlesztési szervezetek és különböző munkaszervezetei, menedzserei szintén kifejtenek turizmust szervező, támogató, adott esetén program mellett működő tevékenységet.

5. Turizmus-marketing stratégiájának fő irányai, eszközei (max. 3000 karakter):

A marketing célja, hogy eszközeivel segítse a turizmus fejlesztési célok elérését, a lakosság életszínvonalának, életkörülményeinek javulását, a helyi közösségek megerősödését, gazdasági és ökológiai fenntarthatóságának növekedését.

A marketing stratégia lényege, hogy tevékenységével márkaépítést végezzen, kialakítsa, és minél értékesebbé tegye a térséget, mint turisztikai márkát.

A határozott identitás, arculat és elemeire tudatosan épülő márka-érték a turisztikai szegmensek szemében egyre pozitívabbá formálja a régió-egésze, s egyes desztinációi turisztikai imázsát.

A régió-imázs építése az egyes termék-stratégiai és desztináció-területekre felépített marketing programokból áll össze.

RÉGIÓ-IDENTITÁS ÉPÍTÉSE (az egyes desztinációk identitására alapulón)

Teljesítmény -elemekkel

Formai, design elemekkel

Magatartási elemekkel

kommunikációs elemekkel

Észak-magyarország Régió, mint turisztikai márka, ezen belül egyes desztinációk márkái

Régió Községi Turizmusmarketing stratégia elemei:

- Belső marketing
- Marketing Információs,
- döntéstámogató, kutató-rendszer
- Turisztikai termék-marketing
- Értékesítés-támogató tevékenység
- Kommunikációs tevékenység

Turisztikai Imázs, mint eredmény.

Ez a többbeleműség, komplexitás kell, hogy meghatározza a régió turisztikai marketingjének gyakorlatát.

Eszközei:

Belső marketing

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

Kínálat-, termékfejlesztés

A marketing feladata, hogy a régió turisztikai fejlesztési stratégiában kijelölt vezértermékek pozíciójának erősítéséhez hozzájáruljon, a piaci oldalról ellenőrizze a k+f tevékenység, a termékek

fejlesztésének relevanciáját, fenntarthatóságát, s segítse azok piaci bevezetését.

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

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

4.3. Célok és a fejlesztési irányok programjainak, intézkedéseinek várható hatásai (max. 2000 karakter):

1. Közlekedésfejlesztés az elérhetőség javítására (Regionális reptér, vasút, közútfejlesztés) Turisztikai desztinációk jobb elérhetőségét eredményezik.
2. Településkép javítása , településközpont rehabilitációja, környezetvédelem, hulladékgazdálkodási,energetikai stb. beruházások növelik a régió, a települések turisztikai vonzerejét.
3. Köz- és kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése, egészségügy, banki, személyi, színvonalas szakmai szolgáltatásokat eredményeznek.
4. Vendéglátás, szabadidő szolgáltatások fejlesztése, éttermek korszerűsítése turisztikai vonzerő növelés.
5. Attrakciók közvetlen elérhetőségi, infrastrukturális feltételeinek javulásávalnő a látogatottság, a vonzerő.
6. Potenciális, valós turisztikai vonzerők állapotának fejlesztése, attrakciók létrehozása, piaci bevezetése, az új turisztikai termékek piacon való megjelenése, látogatószám és költség növekedését hozza magával.
7. Szakképzés, felsőoktatás fejlesztése révén és képzési programok kidolgozásával a szolgáltatási színvonal növekszik, javulnak a foglalkoztatottsági adatok.
8. A fogyasztási volumen növekedés, a vendégéjszakák számának emelkedése és a több igénybe vett magasabb színvonalú szolgáltatás hatására nőnek az ágazat bevételei, javul a foglalkoztatás és további fejlesztéseket, befektetéseket indukál az ágazatban.