

VIDÉKI TURIZMUSFEJLESZTÉS SZEGMENTÁLÁSON ALAPULÓ MÓDSZEREKKEL AZ ALSÓ-IPOLY MENTE PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kóródi Márta, Mondok Anita

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Debrecen, Magyarország
korodi.marta@econ.unideb.hu; mondok.anita@econ.unideb.hu

Egy sajátos területi jellemzőkkel rendelkező, a tanulmány alapját adó fejlesztési koncepcióban Alsó-Ipoly mentének nevezett vidéki térség turizmusfejlesztési lehetőségeit mérlegeli a kutatás és határoz meg olyan keresleti szegmentumokat, amelyek számára kialakított termékek – realizálásuk esetén – integrált és harmonikus fejlődést biztosítanak a lehatárolt tíz település számára.

A célterület sajátosságai egyrészt területi elhelyezkedésében (határmenti), rurális és egyben fővároshoz közeli, változatos táji adottságaiban (folyóvölgy, a Börzsöny nyugati lejtői, részben a Duna-Ipoly Nemzeti Park területe) jelennek meg, amelyek turisztikai szempontból megfelelő fejlesztési alapot adhatnak. Másrészt a demográfiai jellemzők kedvezőtlenége árnyalja a képet, az elnéptelenedés, a korösszetétel, a munkalehetőségek hiánya és a jövedelemszerzés nehézségei, mint vidékfejlesztési általános társadalmi és gazdasági problémák átlagon felül sújtják a térséget.

A tanulmány szakirodalmi része a rurálturisztikai piacon is alkalmazható szegmentálási módszereket foglalja össze, kitérve a fúziós turizmusra, figyelembe véve a térség sajátosságaiból adódó környezeti fenntarthatósági követelményeket. Egy előzetes, a térség fogyasztói és szervezeti piacára vonatkozó felmérés következtetéseit használja fel a tanulmány arra, hogy meghatározza a megjelenő vidéki turizmusfajtákat és leszűkítse a potenciálisan jelentős szerepet játszóakra az adottságok és a fejlesztési potenciál alapján.

A turisztikai fogyasztói szokások viszonylagos állandóságának és változékonyságának ellentmondását, valamint a térségi szolgáltatók, a fenntartói, működtetői intézményrendszer és a civil szervezetek véleményét is szem előtt tartva kerültek beazonosításra azok a turisztikai termékfejlesztési programcsomagok, amelyek jól körülhatárolható turistaszegmentumokat céloznak térben és időben differenciáltan. A szegmentumok rangsorolásra kerültek elsődleges, másodlagos és harmadlagos szegmentumnak nevesítve.

A meghatározott homogén fogyasztói csoportok számára összeállított kínálat veszélyeket is hordoz, mint a differenciált fejlesztések általában, de a számos szegmentum részére készült terméktervek összességében változatosabbá, sokszínűbbé teszik a meglévőnél a szolgáltatásválasztékot.

A kialakított szegmenseken alapuló tervezett fejlesztések egyrészt a különböző időtávokban megvalósítható projektek alapjaként vehetők számításba, másrészt a differenciált, ugyanakkor összefüggő, moduláris rendszerű termékkínálat létrehozására is lehetőséget nyújtanak.

Kulcsszavak: vidékfejlesztés, vidéki turizmus, szegmentálás, termékfejlesztés