

TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ KEZDEMÉNYEZÉS
KONCEPCIÓ

1. Kezdeményezés címe:

Térségi identitás és márkáépítés – desztináció-menedzsment lehetőségeinek feltárása

2. Kidolgozók (1. melléklet),

Kapcsolattartó: ME-GTK Marketing Intézet - Dr. Piskóti István

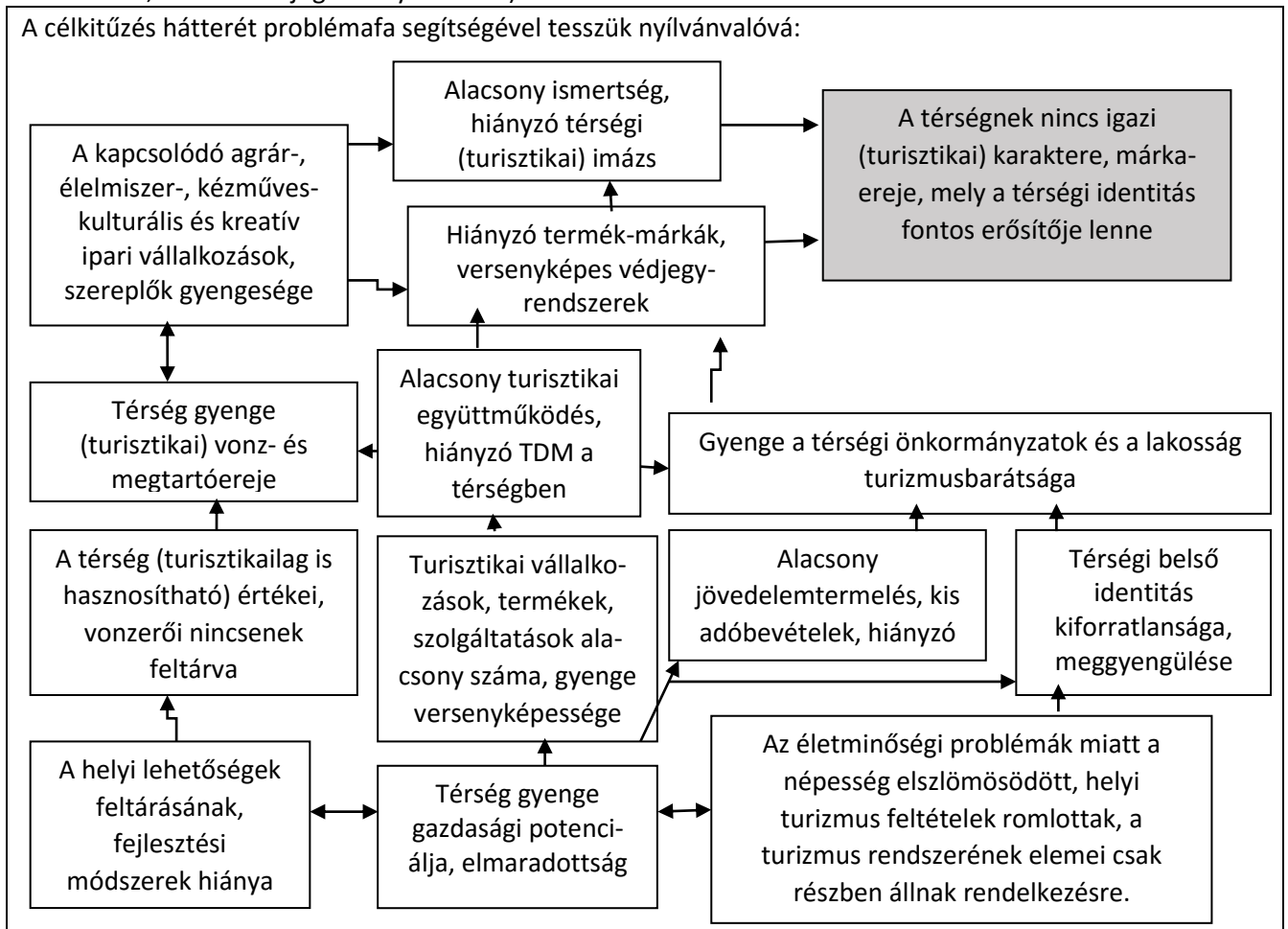
3. Kapcsolódó térségfejlesztési prioritás (a megfelelő pont aláhúzendő)

- a. regionális integráció
- b. térségi önellátás erősítése
- c. **térségi identitás és vonzerő növelése**

4. Háttér (max 2000 karakter)

(a kezdeményezést életre hívó kihívások, a megvalósítás természeti, társadalmi, gazdasági környezeti elemei, elméleti és jogszabályi keretek)

A célkitűzés háttérét problémafa segítségével tesszük nyilvánvalóvá:



A probléma-fa megmutatja, hogy a térség elmaradottsági tényezői (különösen humán készségek, jövedelem, az elvándorlás) az alacsony személyes és vállalkozói aktivitás, alacsony fejlesztési és változtatási eredmények, benne a turisztikai vonzerőelemek kiépületlensége, kihasználatlansága - meggyengítették a térségi identitást, kötődést, a pozitív tenni akarás szemléletét, akadályozzák a rendelkezésre álló erőforrások hasznosítását illetve új erőforrások bevonását. Ez a lehetőségként értelmezhető ún. autentikus, természeti és kulturális értékekre épülő turizmusra is igaz, gyengék illetve hiányoznak a turisztikai vállalkozások, attrakciógazdák, melynek egyik oka a koordináló TDM szervezet, a „gazda” hiánya. Láthatóan az egyes települések önmagukban nem tudják egyik tendenciát sem megfordítani, ezért valósi lehetőségnek **a térségi szintű, térségi keretben történő identitási, pozícionálási, turisztikai márka és vonzerő-építési megoldások irányába kell határozottabban elmozdulni.**

Ennek sikere számos tényező, feltétel függvénye, melyben az alábbiakat emelhetjük ki:

- a térség, Cserehát (részben nem fedi pontosan le az összekapcsolandó területet) másrészt ma az elmaradottság, a térségi problémák nehézségeiről ismert térség,
- az újrapozícionálást célszerű lenne egy új keretre pl. a már részben ismert, de igazából nem bevezetett „História-völgy” térségi identitásra építeni,
- a belső identitás erősítésében a történelem, a hagyományok, a természeti értékek, lehetőségek jó alapot kínálhatnak a közös értékek, „társadalmi és gazdasági tőke” építéséhez,
- a turizmus, s benne az autentikus, a kulturális-, örökség-turizmus alkalmas integráló szakmai terep lehet, mely előzményekkel, termék-elemekkel is bír,
- az identitásépítés, újrapozícionálás a jelenlegi helyzetében különösen csak akkor lehetséges, ha megfelelő szakmai összefogás, társadalmi marketing, turisztikai desztináció- menedzsment szemlélet, módszertan és programok révén a (szervezeti szereplőkön túl) a lakosságot is sikerül elérni, bevonni,
- konkrétan a História-völgy projekt újrafogalmazása, kiszélesítése (mint innováció-köri vezérfonal) alkalmas lehet a kiindulásra.

5. **Megcélzott társadalmi probléma (fókusz) (max 150 karakter)**

A Cserehát identitás meggyengülése, negatív megítélés, alacsony vonzerő, benne alig látható turisztikai kínálat akadályozza a meg-megjelenő kezdeményezések megvalósulását is, hiszen nem kínál egy támogató, bizalmi keretet. Újrapozícionálásra, új márka-tartalmak építésére, új turisztikai termékek fejlesztésére, üzenetek megfogalmazására van szükség.

6. **Mások példái, minták és ötletforrások (max 1200 karakter)**

A térségi újrapozícionálásra számtalan nemzetközi és hazai példa van, melyeket a kreativitásra épülő koncepció, a bátorság, az energiákat megmozgató kezdeményezőkézség és a „befolyásos szövetségesek, stratégiai partnerek megtalálása eredményezte a sikert. A „Művészetek Völgye” koncepció egyes elemei, valamint az ún. tematikus utak, mint speciális turisztikai termékek képezhetik a leendő koncepció, terv alapját. A probléma megoldás kulcsa a meglévő identitás-képző tényezők elemzésére épülő, a földrajzi elnevezéstől eltávolodó térségi pozíció, identitás és márkatartalmak meghatározásában, a *kooperáció, a földrajzi és szakterületi együttműködések, hálózatok, klaszterek és stratégiai szövetségek kialakításában van.*

7. **Kihívásra megfogalmazott rövid válasz (mit kellene csinálni) (max. 800 karakter)**

A kezdeményezés közvetlen célja kettős:

Egyrészt szakmai koncepció kialakítása az adott helyzetre kialakított módszertan alapján. Ennek lényege a vonzerőelemekre, a települési sajátosságokra, értékekre, szolgáltatásokra, vállalkozásokra épülő térségi identitás és turisztikai márkakoncepció kialakítása, az előzőekben jelzett hipotézisek, irányok alapján, minden érintett képviselőjének és külső szakértők bevonásával. Az eredmény egy térségi marketing koncepció, s a turizmus-súlypontra épülő desztináció-menedzsment rendszer megtervezése, az együttműködési körök létrehozása.

Másrészt az együttműködés felállítása, kialakítása mellett konkrét kulturális turisztikai termékfejlesztési ötletek, (tematikus út) program kialakítása és azt támogató márkaépítés, védjegyrendszer és ezekre épülő imázst erősítő kommunikációs-PR tevékenység kialakítása, megvalósítása.

8. Miben jelent társadalmi innovációt?(a megfelelő pont aláhúzendó)
- új társadalmi érték, cél
 - társadalmi célokat szolgáló új termék, szolgáltatás
 - új társadalmi szervezet, szervezeti működés
 - új társadalmi viszony létrehozása
 - új partnerség, együttműködés
 - új műszaki technológia alkalmazása társadalmi problémák megoldására

9. **Leküzdendő akadályok (max800 karakter)**

Meg kell küzdeni a kezdeményezés megvalósítása során a térségre általában jellemző pesszimizmussal, beletörődéssel, alacsony aktivitással. A helyi szereplők között és a ME (illetve az általa bevont) érintett szereplői között tartalmas és hosszú távú együttműködés alakuljon ki, ebben legyen kölcsönös érdekeltség, hogy a program önfenntartóvá fejlődhessen.

10. **Az ötlet kifejtése (az akadályokra is koncentrálni) (max. 8000 karakter)**

- potenciális megvalósítók (egyenkénti rövid bemutatás a 2. mellékletben)
- tevékenységek
- módszerek
- szükséges időkeret
- becsült költségek
- bevonható pénzügyi források

a.) *potenciális megvalósítók:* ME-GTK (MIM), helyi önkormányzatok, vállalkozások, civil kezdeményezések, valamint a kapcsolódó lehetséges külső partnerek

b.) *tevékenységek:*

- szakmai elemzések, programok kidolgozása a potenciálisan versenyképes (História-völgy) desztináció-területeken,
- kiválasztott területek fejlesztésében érintettek együttműködésének kezdeményezése,
- konkrét turisztikai vállalkozási és közösségi kezdeményezések, termék- és szolgáltatásinnovációk kialakítása,
- a „kulturális turizmus tematikus út és elemeinek termékfejlesztése”, és márkaépítési megoldásainak kialakítása, bevezetése,
- marketing-programok, közösségi értékesítési formák megvalósításának támogatása,

c.) *módszerek:*

- turisztikai közösség szervezése, operatív TDM-szervezet létrehozása, együttműködési megállapodások, kooperációs projektek, információs bázisok építése, fórumok és tapasztalatcserék, tutori-tanácsadói rendszer kialakítása,

d.) *szükséges időkeret:*

- a turisztikai együttműködési keretek és készségek (helyi TDM jellegű rendszer) felállítására egy év lehet szükséges,

e.) *becsült költségek:*

- a társadalmi innovációs keretek és készségek létrehozására mintegy 3-5 millió forint, elsősorban koordinációs, menedzsment és szakértői, információs tevékenységek fedezésére,

f.) *bevonható források:*

- önkormányzati hozzájárulások, vállalkozói hozzájárulások, társadalmi és üzleti innovációs projektek, pályázati támogatása,

További lehetőségek: A Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar egyes szakjainak (elsősorban Turizmus-vendéglátás) hallgatói – az oktatók irányításával – együttműködést alakítanak ki a turisztikai programban, tematikus útban érintett településekkel, vállalkozó szellemű emberekkel, a helyi turisztikai kínálat, szolgáltatások kialakításáért. Ezt követően az alábbi tevékenységek valósulnak meg:

- Turizmus és vendéglátás szakos hallgatók közreműködésével a természeti és gazdasági környezet turisztikai és gasztronómiai lehetőségeinek feltárása és fejlesztése;
- Közös helyi történelmi kutatások hallgatók és helyi értelmiségiek részvételével, s a hallgatók levéltári kutatásai, közös „oral history” módszerrel végzett kutatások a helyi mondák, hagyományok, sztorik, legendák megtalálása, megfogalmazása érdekében,
- Turizmus-vendéglátás és Kereskedelem és marketing szakos hallgatók a termékfejlesztés mellett a marketing (kommunikációs és értékesítési) feladatok tervezésében, ellátásában is közreműködhetnek;

- Informatikai szakos hallgatókkal együttműködve a szükséges on-line fejlesztések tervezése, megvalósítása, mindezekkel
 - a helyi turisztikai kisvállalkozások segítése, társadalmi vállalkozások ösztönzése, elindítása;
 - Igény szerint további más együttműködések kialakítása;
- Az elért eredményeket dokumentáljuk: kiállításokon, filmekben, kiadványokban, helyi sajtóban, médiumokban, dokumentumfilmekben, internetes honlapon.

11. Szükséges külső változások (jogszabályok, felsőbb szintű politikai döntések, intézkedések) (max 1200 karakter)

EU-EMVA program vidékfejlesztési forrásainak decentralizálása (a 2007-13-as évek UMVP-DIT forrásaihoz hasonlóan) a LEADER helyi akciócsoportokhoz, jelen esetben a térségben működő és releváns Abaúj/Rákóczi LEADER Vidékfejlesztési Egyesület felé. A megyei területfejlesztési program keretei között „kis pályázati alap” létrehozása a tőke nélküli, de helyi termékek termelésében érdekelt családok, emberek számára, A határon átnyúló EU programok (CBC, ETE) keretében a szomszédos szlovákiai térséggel (Rozsnyó, Szepsi, Kassa) a gazdasági kapcsolatok erősítése, akár a megyei kereskedelmi és iparkamarák, agrárkamarák gesztorsága mellett is.

12. Várható eredmények(max 1200 karakter)

- Új turisztikai és térségi márkaépítési program kialakulása
- Új turisztikai vállalkozások, kínálat kialakulása
- Újfajta turisztikai desztinációs hálózatok és együttműködések jönnek létre a térségben.
- Az érintett települések hálózati együttműködése és bekapcsolódása a TDM-rendszerbe
- A turisztikai vállalkozások, térségi turisztikai bevételek, az eredményesség és mutatóinak javulása
- A Miskolci Egyetem hallgatóinak gyakorlatorientált képzése erősödik.
- Új TDK dolgozati, szakdolgozati témák kialakulása. A Miskolci Egyetem regionális tudásközpont szerepének erősödése.

13. Várható hatások(max 1000 karakter)

- A települési és térségi turisztikai potenciál erősödése a meglévő lehetőségek jobb, újszerűbb, innovatívabb kihasználása által.
- A térségi (turisztikai) imázs és vonzerő erősödése
- A települések lakosságának megélhetősége, gazdasági vállalkozási lehetőségei javulnak, csökken az elköltözés, elvándorlás mértéke és vágya.
- Erősödik a kooperáció, a szövetkezés igénye és közösségi innovációk generálódnak, valósulnak meg, ahol a turisztikai szolgáltatásokhoz beszállítóként a mezőgazdasági, élelmiszeripari és kézműipari kapacitások és vállalkozások is újra bekapcsolódnak a (térségi) gazdasági vérkeringésbe.

14. Lehetséges ütemezés(a megfelelő pont aláhúzendó)

- 1 éven belül indítható
- 2-3 éven belül indítható
- hosszabb idő kell az indításhoz

15. A részletes kidolgozáshoz elvégzendő szakmai feladatok (max 1000 karakter)

- A „História-völgy” turisztikai desztináció és vezértermékeinek, megvalósítási menedzsmentjének kidolgozása
- A térségi és bevonható külső turizmus-szakmai szereplők megnyerése, együttműködési szándék elérése
- Az egyes Karokon a szakmai kapcsolattartók körének kialakítása, a kommunikációs csatornák kiépítése, működtetése
- A szemeszterek elején a kapcsolódó szakok releváns kurzusainak hozzárendelése a programhoz annak érdekében, hogy az félévről-félévre zökkenőmentesen megvalósulhasson
- Rendszeres időközönként workshop-ok, szakmai konzultációk, szabadegyetemek és nyári egyetemek megszervezése a tapasztalatcsere, a jó gyakorlatok és a know-how átadása érdekében
- Az addig elért eredmények rendszeres megvitatása, a felmerülő problémák beazonosítása és kezelési módjaik kimunkálása
- Az eredmények disszeminálása megfelelő fórumokon illetve különböző médiumokban

16. Mellékletek jegyzéke (adatok, kiegészítések)

- 1.sz. melléklet: A koncepció kidolgozásában résztvevők listája
- 2.sz. melléklet: A megvalósítás potenciális szereplőinek bemutatása
- 3.sz. melléklet:

1.sz. melléklet: A koncepció kidolgozásában résztvevők listája **EZ KIEGÉSZÍTENDŐ**

Miskolci Egyetem munkatársai		Térégi szereplők		
név, beosztás	intézet	név, beosztás	szervezet	település
Dr.Piskóti István	MIM	Bay Judit		
Nagy Katalin				
Dr. Dankó László				
Dr.Szakál Zoltán				
Dr.Fekete Éva				
....				
...				