

OTDK-DOLGOZAT

2015

Egy adott település területfejlesztésének turizmus szempontú értékelése

Miskolc idegenforgalmi fejlesztésének lehetőségei

Tourism development opportunities of Miskolc

Kézirat lezárva: 2014. április 15.

Tartalom

1. AZ IDEGENFORGALOM HELYZETE MAGYARORSZÁGON	3
1.1. A turizmus elméleti megközelítése	3
1.2. Nemzetközi turizmus tendenciái	6
1.3. Magyarország vendégforgalma	7
1.3.1. Értékesítési tendenciák az elmúlt időszakban	7
1.3.2. Belföldi turizmust segítő intézkedések: A SZÉP kártya	8
1.4. Az Észak-Magyarországi régió helyzete	9
2. MISKOLC TURIZMUSA.....	11
2.1. Miskolc történelme	11
2.2. Miskolc természetföldrajzi adottságai.....	13
2.3. Miskolc infrastruktúrája	14
2.3.1. Úthálózat	14
2.3.2. Vasúthálózat	14
2.3.3. Tömegközlekedés.....	14
2.4. Miskolc turizmusa	14
2.5. Miskolcon jelenlevő TDM szervezetek.....	17
2.6. Miskolc látnivalói.....	19
3. PRIMER KUTATÁS	23
3.1. ÁLTALÁBAN A KÉRDŐÍVEKRŐL	23
3.2. KÉRDŐÍV EREDMÉNYEI	24
4. FEJLESZTÉSI JAVASLATOK.....	26
4.1.MISKOLC SWOT-ANALÍZIS	26
4.2. SWOT-analízis, elemzés	27
4.3. Problémafelvetés	31
4.4. Interjúk	32
4.5. Fejlesztési javaslatok.....	33
ÖSSZEGZÉS.....	37
IRODALOMJEGYZÉK.....	38
MELLÉKLETEK	41

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra. Vendégek és vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken	7
2. ábra Turisztikai potenciál megvalósulása	15
3. ábra. Miskolc értékelése egy 1-től 5-ig terjedő skálán.....	24
4. ábra. A két kérdőív százalékos megoszlása.....	24
5. ábra. A turizmus megvalósulásának feltételei	41
6. ábra. SZÉP Kártyára vonatkozó forgalmi adatok.....	41
7. ábra. Vásárok és fesztiválok közötti különbségek.....	42
8. ábra. Kérdőív kiértékelése.	46
9. ábra. [Kérdőív kiértékelés] Problémák megoszlása.	47
10. ábra. [Kérdőív kiértékelés] Problémák megoszlása.	48
11. ábra. [Kérdőív kiértékelés] Döntések megoszlása.	49
12. ábra. Integrált városfejlesztési javaslat.....	50

Táblázatok

1. táblázat. Versenytársak vendégforgalma.....	9
2. táblázat Miskolci szálláshelyek forgalma	16
3. táblázat: Miskolcon jelen levő TDM szervezetek	18
4. táblázat. Észak-keleti régió fürdőhelyeinek vízösszetétele	42
5. táblázat. Miskolci TDM szervezetekről szóló adatok	43
6. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Válaszadók megoszlása a népszerűség tekintetében.	44
7. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Hipotézis felvetése, az eredmények változásáról.	44
8. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Turistát befolyásoló indokok.	44
9. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Látványosságok ajánlása.....	45
10. táblázat. Kérdőív kiértékelése.	45
11. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Problémák felmerülése.	46
12. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Programok megoszlása	47
13. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Programok lehetséges problémái.	48
14. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Lakossági vélemény.....	48
15. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Lakosság döntésének okai	49

BEVEZETÉS

A turizmus, mint jelenség egészen az őskortól kezdve meghatározó szerepet tölt be az emberek életében. Elődeink is felkerekedtek élelemszerzés, illetve jobb életkörülmények felkutatása érdekében. Az idő előrehaladtával megkezdődtek az utazások, melyek először kereskedelmi céllal jöttek létre, később pedig az ókori görögöknél az olimpiai játékok váltották ki ezt. Az úthálózat folyamatos fejlődésével megjelent az utazás egy újabb formája, mely nem csak árucserre vagy katonai jellegű volt, hanem kifejezetten kedvtelésből indultak útnak az emberek. Ezt teljesítették ki az újkor nagy találmányai, melyek megalapozták a modern turizmust, és segítséget nyújtottak abban, hogy mára üzletággá válhasson.¹

Számos ország és település használta ki ezt a lehetőséget, mitöbb, akadnak olyan területek, ahol csak az idegenforgalmi bevételekre számíthatnak. De hogyan is alakul ez Magyarországon, és a keleti régióban? Országunk rengeteg természeti adottsággal rendelkezik, emellett gyógyvizei, gasztronómiai és kulturális értékei is ismertek. Viszont idegenforgalmi jelentőségét nem tudta oly mértékben növelni a világháborúk után, mint Európa más országai. Ez még jellemzőbb az ország észak-keleti részére, ahol a turizmus szinte elhanyagolható mértékben van csak jelen. A helyzetet tovább rontja az a tény, hogy nem is tartozik a kedvelt célterületek közé.

Dolgozatomban választ kerestem azokra a kérdésekre, melyekből kiderülhet, hogy mi okozhatja a kialakult helyzetet. Elsődlegesen azt vettem számításba, hogy egy turista milyen motivációk hatására fog elutazni egy adott helyszínre. Az adatbegyűjtést követően fogalmazódott meg bennem az újabb gondolat, hogy Magyarország hová pozícionálhatja magát, európai viszonylatban, ha turistaérkezésekről van szó. És nem utolsó sorban, milyen intézkedésekkel lehetne motiválni az embereket arra, hogy utazásuk célterületéül Miskolcot válasszák.

A legfontosabb, és egyben a legnehezebb dolog, egy turista fejével gondolkozni. Mindenki igényét nem lehet kielégíteni, ezért fontos a célcsoportok kiválasztása. Az országban többnyire az a jellemző, hogy a fővárosban és a nyugatibb tájakon ezt a szisztémát követik, ellenben a keleti régióban nincsenek adott csoportokra specializálódva a települések.

¹ http://vilagutazo.blog.hu/2010/03/11/a_turizmus_rovid_tortenete

Fontos lenne olyan imázs kialakítása, amely miatt akár egy belföldi, akár egy külföldi úgy dönt, hogy hajlandó ezért az egyediségért az ország ezen felébe is ellátogatni. A továbbiakban ezért is szeretném bemutatni Miskolc adottságait, és fejlesztési terveimmel megváltoztatni az emberekben kialakult negatív képet.

1. AZ IDEGENFORGALOM HELYZETE MAGYARORSZÁGON

1.1. A turizmus elméleti megközelítése²

A következőkben a turizmus fogalmának múltbéli és jelenlegi változatait olvashatják:

"A turizmus az emberek lakóhelyükön kívüli utazásból és tartózkodásból eredő kapcsolatok és jelenségek összessége, amennyiben az utazást és tartózkodást nem letelepedési szándék, illetve jövedelemszerző tevékenység motiválta."³

A definíció korszerű továbbgondolásában és megfogalmazásában Dr. Lengyel Márton meghatározása lesz segítségünkre:

"Turizmus alatt egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén kívüli valamennyi helyváltoztatást és tevékenységet értjük, bármi legyen azok konkrét indítéka, időtartama és célterülete. A turizmus másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese."⁴

A WTO, vagy másik elnevezésén OMT (Organizacion Mundial del Turismo), azaz az Idegenforgalmi Világszervezet és az Interparlamentáris Unió 1989-ben elfogadott Hágai Nyilatkozata a turizmusról a következő definíciót fogalmazta meg:

"A turizmus magába foglalja a személyek lakó- és munkahelyén kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az ezekből eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat."⁵

² http://tavokt.kodolanyi.hu/ifodemo/vendeglato/vendeg_lecke02.htm

³ Hunziker és Krampf [1942].

⁴ Dr. Lengyel Márton meghatározása [1986].

⁵ Hágai Nyilatkozat a turizmusról [1989].

Emellett az alapfogalmak közé tartoznak még a turizmusban résztvevő személyek, akik lehetnek⁶:

- turisták: amennyiben 24 óránál többet töltenek a meglátogatott országban (a 24 óra tehát legalább egy éjszaka eltöltését feltételezi)
- kirándulók: amennyiben a tartózkodásuk nem éri el 24 órás időtartamot
- átutazók: azok a kirándulók, akiknek a tartózkodása nem az adott ország meglátogatására szorítkozik, hanem csak tranzit állomásként, tranzit útként használják az adott ország felségterületét

A turizmus rendszerének 2 eleme van, a kereslet, mint:

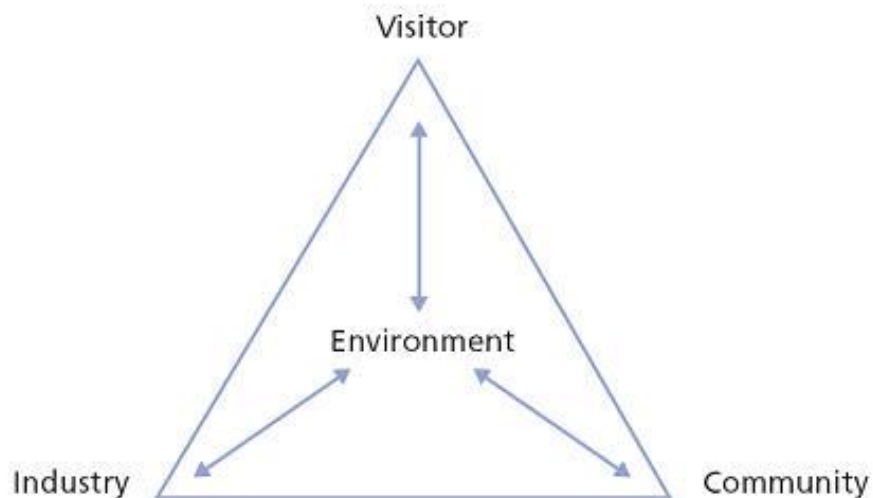
- motiváció - az utazásra ösztönző belső emberi indíték
- diszkrecionális, avagy szabadrendelkezésű jövedelem (az alapvető emberi szükségletek kielégítése után a jövedelemből fennmarad)
- szabadidő

És, mint kínálat:

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| • vonzerő vagy attrakció | • kultúra |
| • szállás | • vendégszeretet |
| • étkezés | • biztonság higiénia |
| • közlekedés | • turisztikai szervezetek |
| • egyéb infrastruktúra | • árak |
| • szórakozási lehetőségek | |

⁶ http://tavokt.kodolanyi.hu/ifodemo/vendeglato/vendeg_lecke02.htm

Fenntartható turizmus: „úgy elégíti ki a jelen igényeit, hogy nem teszi lehetetlenné a jövő generációk számára saját igényeik kielégítését”⁷.



1. Kép. VICE-modell.⁸

A VICE-modell (Visitor, Industry, Community, Environment): lényege, hogy a természet, és annak szépsége áll a középpontban. A turizmust ezek együttesével kell megteremteni, hiszen a turizmus nem egy lokális, vagy nemzetközi forma, hanem globális méretű, és a világ összes részén törekedni kell e négy elem harmonikus együttműködésére.

Turisztikai célterület, desztináció: olyan fogadóterület, amely turisztikai vonzerővel, infra- és szuprastruktúrával rendelkezik. A turista számára – vonzerői, és az azokra épített turisztikai termék alapján – komplex élményt nyújt, emellett a szolgáltatás igénybevétele során a kapcsolódó szükségleteit kielégítheti (közlekedés, szállás, ellátás).⁹

⁷ ENSZ [1987], Környezet és Fejlesztés Bizottság, Közös Jövők: a fenntartható fejlesztés politikája

⁸ Forrás: www.insights.org.uk

⁹ Turizmus Bulletin fogalomjegyzéke, XIV. évfolyam 1-2. szám

1.2. Nemzetközi turizmus tendenciái¹⁰

Az 1990-es években a világgazdaság gyors növekedése kedvezően hatott a turizmus fejlődésére. Ennek hatására az úthálózat nagy ütemű kiépítése is megvalósult, ami elengedhetetlen a hosszú távú utazásokhoz.

A turizmus napjainkban a világ bruttó nemzeti össztermékének kb. 12%-át adja, és mintegy 200 millió embernek biztosít munkahelyet.

A természeti és kulturális vonzerőkre épülő turizmus fenntartható módon történő hasznosítása, a turizmus jövőjének záloga.

Az idegenforgalom fontos az ország számára a devizabevételek miatt, és fontos az egyén számára is, mert bizonyos ágai hozzájárulnak az egészséges életmód kialakításához, emellett közvetítő szerepet tölt be a különböző kultúrák között, és toleránsabbá teszi őket egymás iránt.

A WTO az 1995-ös évhez viszonyítva, évi 4%-os növekedési ütemet jelez a nemzetközi turista érkezések és az ebből származó bevételek tekintetében is. A 2010-re jelzett 1 milliárd turistaérkezés 2020-ra 1,56 milliárdra növekszik. A három leglátogatottabb hely közül Európa várhatóan megőrzi a legmagasabb részesedését a világon regisztrált turistaérkezések tekintetében, de látogatottsága fokozatosan csökken. A WTO 2002-es adatai szerint a legnépszerűbb ország Franciaország, Spanyolország a harmadik helyen, Magyarország pedig a 12. helyen áll turistalátogatottság szempontjából.

Európai viszonylatban Magyarország számos olyan konkurencsall rendelkezik, melyek turizmusát tradíciók övezik. Olyan országokkal kellene felvennünk a versenyt, melyek lakossága generációk óta a látogatók igényeinek kielégítésével foglalkozik. Továbbá felismerték azt a tényt, hogy tematikusan kell kezelni a térségeket; a vidékből nem lehet makropoliszt, a városból pedig tanyasi világot teremteni.

A turisták körében leginkább kedvelt célterület Franciaország. Az ott található desztinációk különböző célcsoporttal rendelkeznek, más terület, más motivációjú látogatót vonz.

¹⁰Bodonyi Csaba kutatásai alapján, [2005]

Felismerték, azt a tényt, hogy Párizs, mint főváros, lesz az kulturális turizmus célpontja. Az idelátogatók, a múzeumokat, nevezetességeket, mulatókat és a városi forgatagot fogják keresni.

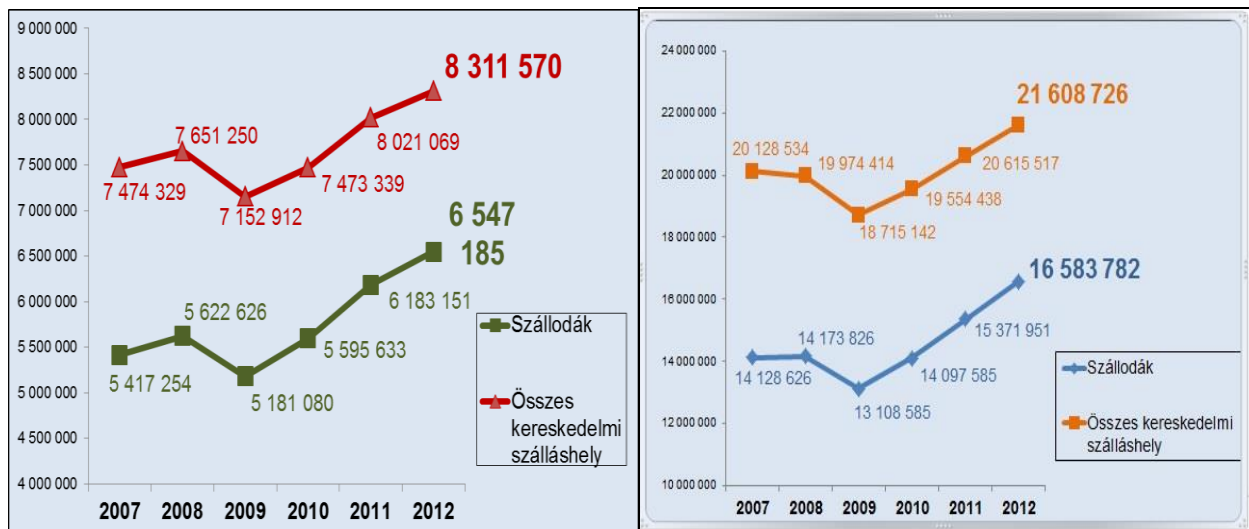
Ezzel szemben vidéken valósul meg az aktív pihenés, az üdülés, és a nemzeti kultúra megismerése. Legjobb példa erre Provence, mely szőlészetéről, borászatáról lett híres, vagy Côte d'Azur, ahová a nyaralni vágyók látogatnak el.

Hasonló felépítéssel rendelkezik Olaszország, ahol Róma testesíti meg „A Város”-t, melynek különlegessége, hogy egy önálló állam a Vatikán is itt található, míg Velence egy saját világot teremtett egyediségével.

Végezetül említsük meg a szigetországot, ahol, mint eddig is a főváros a kultúra központja. Itt azonban nem csak a történelmi látványosságok (Big Ben, Tower, London Bridge) örvidenek nagy népszerűségnek, hanem új tradicionális monumenteket is tudtak építeni, a gazdaság további növekedése érdekében, ilyen például a London Eye.

1.3. Magyarország vendégforgalma

1.3.1. Értékesítési tendenciák az elmúlt időszakban



1-2. ábra. Vendégek és vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken¹¹

¹¹ Dr. Horváth Viktória [2013] A hazai turizmus helyzete, aktuális kérdései, Nemzetgazdasági Minisztérium

A táblázatok alapján megállapíthatjuk, hogy az ország idegenforgalmi jelentősége folyamatosan növekszik, mégis elmarad az európai szinttől. Az imént felsorolt államokról mind elmondhatjuk, hogy rendelkeznek olyan gasztronómiai vagy kulturális jellegzetességgel, melyet a legtöbben rögtön azonosítani tudnak. Habár a hungarikumok egyre ismertebbek a környező országokban és lassan az Európai Unión belül is, az azonnali asszociáció elmarad.

Kutatva az interneten, és személyes megkérdezést végezve arra kerestem a választ, hogy mi jellemzi leginkább az országot. Sokféle válasz merült fel, legtöbben Budapest nevezetességeit választották, majd a Balatont, átfedésben a két helyszínt a Szigetfesztivált és a Balaton Sound-ot említették, és nem utolsó sorban a pálinka, gulyás, és a híres borok merültek fel. Mégis, ha ezek közül egyetlen egyet lehetne választani jelképnek, akkor majdnem egyöntetű választ kaptam a Parlament tekintetében. A hungarikumokat azért is volt fontos megemlíteni, mert ezek csakis a mi országunk ismertetőjegyei, és legtöbben pontosan az ilyen egyediségek miatt látogatnak el ide.

1.3.2. Belföldi turizmust segítő intézkedések: A SZÉP kártya¹²

A 2008-2009-es gazdasági válság az idegenforgalomra is óriási hatást gyakorolt, így elengedhetetlen volt a probléma mihamarabbi kezelése. 2011. tavaszán a kormány bejelentést tett, a hazai cafeteria-rendszer megreformálásáról, és a rendkívüli kiadásokkal járó üdülési csekket egy sokkal költséghatékonyabb eszközre cserélték. A Széchenyi Pihenő Kártya egy elektronikus utalványkártya, amit a hazai szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás piacának fellendítőjeként mutattak be. Az új rendszer nem csupán a munkavállalóknak kedvez, hanem az elfogadóhelyeknek is, hiszen lényegesen kevesebb járulékos költségük lesz, a korábbi 6 százalékos jutalék helyett mindössze 1,5 százalékkal kell számolniuk.

2012. januárjában az OTP bankon kívül az MKB és a K&H Bank is jelezte csatlakozási szándékát. Így került véglegesítésre az igénybe vehető három lehetséges alszámla is, illetve a munkavállalóknak szánt éves keretet is 450 ezer forintra növelték, amelyből 225 ezer Ft szálláshelyekre, 150 ezer Ft meleg étkezésre, a maradék 75 ezer Ft pedig rekreációs

¹²Forrás: <http://www.kormany.hu/hu/nemzetgazdasagi-miniszterium/hirek/jon-a-szechenyi-piheno-kartya>

szolgáltatásokra használható fel. Ezen intézkedések a belföldi turizmus fellendítését hivatottak elérni, és sikerességét a következő cikk is bizonyítja:

„Januárban a vendégek száma 15,7 százalékkal, a vendégéjszakák száma 13,5 százalékkal emelkedett a tavalyi év azonos időszakához képest, összesen 453 ezer vendég mintegy 1,1 millió vendégéjszakát töltött el a kereskedelmi szálláshelyeken. A belföldi vendégek száma 18,4 százalékkal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma pedig 16 százalékkal nőtt 2013 januárjához viszonyítva. A kereskedelmi szálláshelyek belföldiektől származó bevételei mintegy 21 százalékkal emelkedtek - ismerteti az NGM.”¹³

1.4. Az Észak-Magyarországi régió helyzete

Magyarországon jelenleg 9 turisztikai régiót tartanak számon, ez az ország idegenforgalmi szempontú felosztását jelenti. Az Észak-Magyarországi régióban több, nagy jelentőséggel bíró város szerepel, melyek hatással vannak a régió turizmusára, de főként Miskolcra, ami az évek során a város folyamatos turisztikai hanyatlásához vezetett. Hiába található Miskolcon sokfajta látványosság, ami a régió többi városában így együttesen nem jelenik meg, ha azok olyan színvonalú attrakcióval rendelkeznek, hogy önmagukban is vonzóbbak a turisták számára.

A városnak a megújulás tekintetében fontos lenne a gyógyturizmus fejlesztése, viszont ebben a szektorban található a legnagyobb konkurenciája. Bár azt hinnénk a Miskolc-Tapolcai Barlangfürdő egyedisége miatt vetélytársak nélkül maradt, az alábbi adatok más eredményt mutatnak. A városnak három fő riválisa van jelenleg, melyeket egy táblázaton keresztül szeretnék bemutatni:

Település	Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (1000 fő)	Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (1000 fő)
Miskolc	552	1160
Mezőkövesd	1592	3992
Sárospatak	1668	3650
Tiszaújváros	1066	2605

1. táblázat. Versenytársak vendégforgalma¹⁴

¹³ Forrás: http://hvg.hu/gazdasag/20140322_Dolnek_a_turistak_Magyarorszagra

¹⁴ Forrás: KSH adatok, 2009.

A négy település gyógyvizének összetételét a mellékletben szereplő táblázatban lehet megtekinteni. Megvizsgálva az adatokat, mind megfelelőek bizonyos betegségek kezelésére. Az viszont a vendégek és vendégéjszakák számából egyértelműen kitűnik, hogy Mezőkövesd, Sárospatak és Tiszaújváros az utóbbi évtizedben jobban használta erőforrásait, mint Miskolc-Tapolca.

Emellett további konkurenciákat is meg kell említenünk, mint például a Diósgyőri Várét, ami az:

- Egri és,
- Sárospataki Vár

A folyamatos versenyben maradás érdekében megkezdtek a rekonstrukciókat, hogy nagyobb létszámú látogató közönség befogadására is alkalmassá válják.

A Szent István – Cseppkőbarlangé az:

- Aggteleki-cseppkőbarlang

Igaz, nincs a közvetlen közelében, mégis hatalmas múltra visszanyúló történelme és, hogy régebb óta áll a nyilvánosság rendelkezésére, valamint monumentális méretei mind hozzájárulhatnak ahhoz, hogy turisztikai szempontból jelentősebb attrakciónak számítson.

És nem utolsó sorban említést kell tennünk a közelben levő világörökségi helyszínről, ami a Tokaji történelmi borvidék, melynek jelenléte további negatív hatással van Miskolc turizmusára. Igaz átutazó forgalmat biztosít a város számára, de erősebb vonzereje miatt átirányítja a forgalmat a saját vonzáskörzetébe.

2. MISKOLC TURIZMUSA

2.1. Miskolc történelme¹⁵

A környék Európa egyik legrégebben lakott területe, amit paleolit kori leletek is tanúsítanak. Miskolc területének első ismert lakói a kelták egyik törzse, a kotinusok, akik a vaskor végén jelentek meg a környéken.

A magyarság több mint egy évezrede telepedett meg ezen a tájon. A települést a Miskóc nemzetségről nevezték el, ami a XI. századtól jelentős szerepet töltött be.

A városias fejlődés alapköveit a Miskóc nemzetséget követő Széchy családnak köszönhetjük. Kivívták Miskolc részére az országos vásárt, s a kisebb fokú bíráskodási jogot, ami által a régebbi falu mezővárossá fejlődött.

1364. végén csatolta I. (Nagy) Lajos a várost a diósgyőri királyi váruradalomhoz, majd 1365-ben Miskolc városi rangot kapott. Ez nagyrészt kitűnő földrajzi adottságainak köszönhető, mivel már ebben a korban is fontos kereskedőutak haladtak keresztül a településen.

1544-ben viszont a török harcok csapásai elérték a várost. A budai török basa csapatai feldúlták a várost, majd később fel is gyújtották, melynek áldozatul estek a város legszebb épületei is.

Ezután újabb nehéz időszak következett a város életében. Rákóczi fejedelem a szabadságharc idején (1704. január 18-tól március 15-ig) Miskolcon rendezte be a főhadiszállását. Rabutin osztrák generális ezért bosszúból 1706. szeptember 25-én házról-házra járva kifosztotta, majd felgyújtotta a várost.

1707. január 1-jén megalakult a városi tanács, és kevesebb, mint két év alatt a fejedelem támogatásával, és a város lakóinak összefogásával újjá építették a várost.

A XVIII. századi nagy fellendülés idején épültek a város meghatározó épületei. A jelentősebb felekezetek templomot, iskolát építettek, a városháza, és a megyeháza is ekkor épült.

¹⁵ Miskolci internetes tudástár alapján és a http://varosatyak.hu/hun/s_!kepviselok/i_miskolc_874/t_Miskolc%20k%C3%83%C2%A9pvisel%C3%85%E2%80%98i/index.html internetes oldal alapján

1750-ben nyitott meg a környék első emeletes vendégfogadója, emellett a gazdagabb földbirtokosok sem akartak lemaradni, ezért egymás után építették kúriáikat, (Dőry-, Almássy-, Szathmáry-, Király).

A század második fele így már a dinamikus fejlődés jegyeit mutatta. Legfontosabb volt a szabad királyi város cím megszerzése.

Közben a szétrobbantott Diósgyőri Vár rohamosan pusztult, a kincstári összeírás 1755-ben már csak romként veszi számba. Majdnem kétszáz év telt el, míg elkezdődtek a felújítási, restaurálási munkálatok.

A kiegyezés után újra lendületet kapott a város fejlődése. Ennek alapja az egyre terebélyesedő vasúti hálózat. 1868-ban megnyitotta kapuit az egykori hámosi kohászat utódaként felépült diósgyőri vasgyár.

Amikor a század végén a híres szőlőterületek csaknem egészét kipusztította a filoxéra, azok újjátelepítésére nem került sor, mert a lakosság az iparban és a kereskedelemben kereste megélhetését. Ekkor épültek az utcákon ma is látható, városi jelleget adó új, emeletes lakóházak.¹⁶

A II. világháború után hanyatlás következett be, hiszen az elcsatolt országrészekből Miskolcra áradó menekültek lakás és munkahiányt teremtettek.

A felszabadulás után a város gyors ütemben újjáépült, a régió egyik ipari központjává vált, hatalmas gyárak, lakótelepek épültek, 1949-ben a Nehézipari Műszaki Egyetem is itt létesült.

A 60-as 70-es évek ipari fejlesztéseinek hatására a város lakossági létszáma jelentősen megemelkedett, amivel arányosan megnövekedtek az igények is. Ennek orvoslására hatalmas lakótelepek épültek a Kilián városrészben, a Szentpéteri kapuban, és létrejött az Avasi lakótelep, ahol napjainkban több mint 35 ezer ember él.

¹⁶

http://varosatyak.hu/hun/s_!kepviselok/i_miskolc_874/t_Miskolc%20k%C3%83%C2%A9pvisel%C3%85%E2%80%98i/index.html

A 80-as évek közepén kezdődött a belváros rekonstrukciója, mely szinte folyamatos, és a mai napig is tart. A város ütőere a Széchenyi utca, amely bevásárló utcaként díszburkolatot kapott. Megújult a 100 éves villamoshálózat is.

Megélénkült a kereskedelmi- és a bankélet. A 90-es évek Miskolca próbált elindulni azon az úton, hogy egy dinamikusan fejlődő polgárvárossá váljon, de ezt hátráltatta a piacvesztés miatt megszűnő szocialista nagyvállalatok csődje. Az itt rekedt lakosság sajnos a munkanélküliek táborát gyarapította.

A rendszerváltás óta Miskolc igyekszik kulturális és idegenforgalmi szerepét erősíteni.

A régió vezető városaként az ennek megfelelő funkciókat is betölti; egyetemi város, a megye és környéke gazdasági, kulturális központja.

2.2. Miskolc természetföldrajzi adottságai

Miskolc Északkelet-Magyarország egyik legnagyobb városa, emellett Borsod-Abaúj-Zemplén megye székhelye. Budapest, Debrecen és Szeged után Magyarország negyedik legnépesebb városa. A város a Bükk hegység keleti lábánál fekszik, legnagyobb folyója a Sajó. A Bódva, Hernád, Sajó folyók összeolvadó völgsíkja, és a Miskolci kapu az ősidők óta jelentős áru-és személyforgalom színtere.

Miskolc egyedülálló logisztikai adottságokkal is rendelkezik: földrajzi elhelyezkedés, helyi-kistérségi- országos- és nemzetközi közlekedési kapcsolatai rendkívül kedvezőek.

4 ország találkozása 200 km-es körzetben¹⁷:

- Szlovákia: Hidasnémeti (57 km)
- Románia: Nyírábrány (128 km)
- Ukrajna: Záhony (185 km)

Miskolc az M30-M3-as autópálya révén kapcsolódik az európai autópálya hálózathoz, emellett regionális vasúti csomópont, ami tovább könnyíti a közlekedést.

¹⁷ Autópálya adatok alapján

2.3. Miskolc infrastruktúrája¹⁸

2.3.1. Úthálózat

Önkormányzati tulajdonú belterületi úthálózat hossza:	421 km
Ebből burkolt:	411 km
Kerékpárutak hossza:	2,6 km
Kiépített járdák, gyalogutak hossza:	571 km

2.3.2. Vasúthálózat

Miskolc jelentős vasúthálózati kapcsolatokkal is rendelkezik. Több országos törzshálózati vasúti pálya is érinti a várost,¹⁹ mint a 80, 89, 90, 92, 94-es számú vasútvonal. Ezek forgalmát a Tiszai-pályaudvar biztosítja.

2.3.3. Tömegközlekedés

A társaság jelenleg 153 km autóbusz-vonalhálózaton 36 autóbusz-, és 11,6 km hosszú villamos-vonalhálózaton 2 villamos vonalat üzemeltet. A belterületen lakók 76%-a 300 méteren, a külterületen lakók 91%-a 500 méteren belül érhetik el a legközelebbi megállóhelyet. Az MVK Zrt. naponta körülbelül 380 000 ember utaztatását biztosítja.²⁰

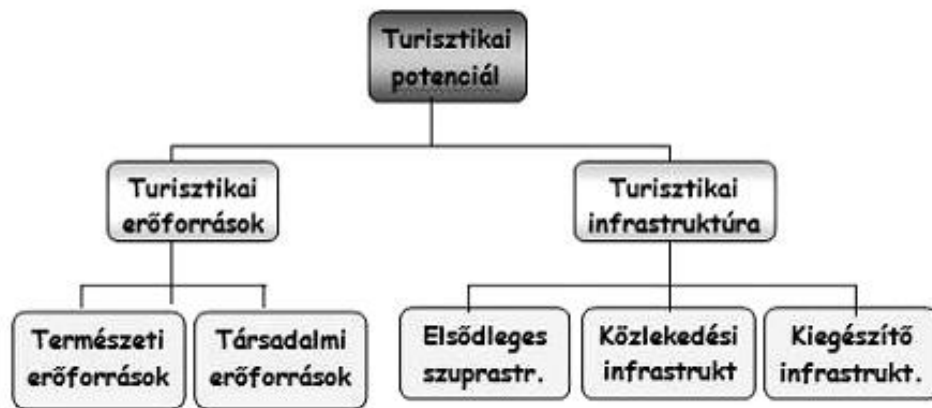
2.4. Miskolc turizmusa

Miskolc turizmusánál elsődlegesen azt kell figyelembe venni, mi a kiváltó ok, amiért az emberek ideutaznak. Miskolc turisztikai potenciáljai közé tartoznak látványosságai, rendezvényei. A következő ábra jelzi (2. ábra), mi szükséges ahhoz, hogy ez a vonzerő létrejöhessen, mik az első számú feltételei. Ezáltal választ adva arra a kérdésre, hogy mik azok a háttérbeli dolgok, melyek szükségesek a potenciál kialakulásához. Ezen dolgok fejlesztésével és erősítésével lehetne nagyobb turistaérkezést előidézni.

¹⁸ Balogh Bertalan munkássága alapján, 2011.

¹⁹ 2005. évi CLXXXIII. Törvény a vasúti közlekedésről 1. számú melléklete alapján

²⁰ MVK Zrt. adatai alapján



2. ábra Turisztikai potenciál megvalósulása²¹

Miskolcon több fajta turizmus van jelen. Főbb motívumai szerint lehet ez:

szabadidős turizmus

- üdülés
- kulturális turizmus
- egészség
- sport
- kiránduló
- vallási
- hobbi
- látogató
- bevásárló

hivatásturizmus

- üzleti út
- kiállításokon, vásárokon való részvétel²²
- incentive utazás
- konferenciaturizmus
- tréning turizmus
- diplomáciai út
- tanulmányi út

Miskolcon a szabadidős turizmus a jellemzőbb, de nem minden fajtájában. Kiemelkedően a kulturális turizmus van jelen a főbb látványosságok és múzeumok miatt, de emellett még érdemes megemlíteni a kirándulóturizmust is, főként a Bükknek, és a Bükki Nemzeti Parknak köszönhetően. Fontos lenne az egészségturizmus növelése, hiszen óriási bevételek származnának ebből az ágazatból. Hivatásturizmus oldalról egyik típus sem igazán jelentős, talán az üzleti és a tanulmányi utakról lehet említést tenni.

²¹ Forrás: Benedek J., [2008] felmérések alapján

²² A vásárok és a kiállítások közötti különbségeket a mellékletben lehet megtekinteni.

A következő táblázatban a Miskolcon levő szálláshelyek forgalmát mutatom be, miként változott a belföldi és külföldi látogatók érkezésének aránya az elmúlt években, 2004-es, és 2007-es adatok alapján.

Megjelölés	2004	2007	Változások aránya
Kereskedelmi és magánszálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma összesen (fő)	258.713	265.247	2,53%
Kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma összesen	240.881	245.928	2,1%
Magánszálláshelyen eltöltött vendégéjszakák száma összesen	17.832	19.319	8,34%
Belföldi vendégek száma	101.156	102.567	1,59%
Külföldi vendégek száma	20.952	21.713	3,63%
Kereskedelmi szálláshelyek férőhely száma	4.703	4.845	3,02%
Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)	2,12	2,13	0,73%

2. táblázat Miskolci szálláshelyek forgalma²³

A fenti táblázatból világosan látszik, hogy az elmúlt évek alatt nagyon csekély mértékben változtak az adatok. Leginkább a magánszálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma növekedett, ami megközelítőleg 10%-os változást eredményezett. Továbbá azt a tényt is figyelembe kell vennünk, hogy a Miskolcra látogató turisták jelentős része belföldről érkezik, a külföldi turisták száma ehhez képest jóval elmarad, a belföldiek 1/5-ét teszik ki. De ami a legfontosabb adat ebből a táblázatból, hogy az átlagos tartózkodási idő mindössze 2 nap, és ez nem is változott az elmúlt években. Ezek a tények azt igazolják, hogy Miskolcnak komoly fejlesztéseket kellene végeznie a kereskedelmi szálláshelyek esetében, a minőségi szolgáltatásra alapozva. Új célcsoportként a külföldi turistákat kéne figyelembe venni, számukra olyan turisztikai terméket létrehozni, vagy egy meglévőt feljavítani, kibővíteni, ami megnövelné az idelátogatók számát. Erre a 4. fejezetben fogok javaslatot tenni.

²³ Forrás: KSH [2004], és [2007] adatok alapján.

Fesztivál és kulturális-turizmus a városban:

A vonzerőknek köszönhetően jelenleg Miskolc kulturális-turizmusa a legjelentősebb, városnézés céljából és Lillafüred megtekintéséért sokan látogatnak el a városba, de meg kell említenünk a fesztiválturizmus egyre növekvő keresletét. Évről-évre egyre többen látogatnak el a városba, hogy részt vegyenek az Operafesztiválon vagy a Kocsonyafesztiválon. Igaz ez a két rendezvény nem említhető egy kategóriában, hiszen teljesen más célcsoportot céloznak meg, de pont ezért egészítik ki egymást. Az Operafesztivál zeneművészeti hagyományainak, nemzetközi operaszár vendégeinek és kiegészítő programjainak köszönheti a nagy létszámú látogatottságot. Míg a Kocsonyafesztivál a gasztronómia kedvelőit célozza meg, emellett viszont épp úgy megeléjűk a rangos, színes könnyűzenei és komolyzenei koncerteket, a folklór és hagyományőrző műsorokat, mint a kulturális és gyermekprogramokat, de főként persze a kocsonyát. Külön erre az alkalomra főzött, Korty-névre keresztelt sört is csapolnak az ide érkezőknek.

Ezenkívül a családok körében nagy látogatottságnak örvend a Diósgyőri Várfesztivál, ahol igazi hagyományőrző programokat lehet megtekinteni, gyermekprogramként a várárkot lehet körbelovagolni, majd egy valódi csatát lehet megtekinteni, melynek jeleneteibe a közönséget is bevonják.

Miskolc fesztiválturizmusának javítása érdekében elsőként a jobb marketing elemeket szeretném megemlíteni. Nincsenek a programok kellőképpen népszerűsítve, egyes programokról az ország nyugati felében még nem is hallottak. Ha ez megvalósul, az elkövetkezendő években nagyobb turistaforgalomra lehet számítani a fesztiválok idején.

2.5. Miskolcon jelenlevő TDM szervezetek

Miskolcon jelenleg több, mint 30 TDM (Turisztikai Desztináció Menedzsment) szervezet van jelen, melyek folyamatosan a város fejlesztésén és a turizmus fejlődésén munkálkodnak. Főbb feladataik közé tartozik a turisztikai szereplőket összekapcsoló hálózat létrehozása, marketing és információszolgáltatás, a termékfejlesztés, valamint a térséggel kapcsolatos összes szakmai és menedzsment feladat ellátása.

A következő táblázatban szeretném az öt kiemelkedő turisztikai vonzerő tulajdonosát, üzemeltetőjét megemlíteni, illetve, hogy éves szinten mennyi a becsült látogatók száma.

Vonzerő/attrakció neve és tulajdonosa, üzemeltetője:	Éves becsült látogató szám (ezer fő):	Teljes jogú tagja, tulajdonosa-e a TDMSZ-nek? (igen-nem)
1. Hunguest Hotel Palota; Hunguest Hotel Zrt.	55 000	igen
2. Barlangfürdő, Miskolc-Tapolca; Miskolci Turisztikai Kft.	430	igen
3. Operafesztivál; Miskolci Operafesztivál Nonprofit Kft.	20 000	igen
4. Kocsonyafesztivál; Több mint legenda Közhasznú Alapítvány	100	igen
5. Északerdő Zrt., Lillafüredi Állami Erdei Vasút	200	igen

3. táblázat: Miskolcon jelen levő TDM szervezetek²⁴

Ez az öt TDM szervezet tud legnagyobb mértékben hozzátenni a város fejlődéséhez. Az ő köreikben van akkora turista mozgalom, melynek adataiból már helyes konklúziót lehet levonni a megfelelő fejlesztési javaslatok elkészítéséhez. A TDM szervezeteken belül többszintű elosztások vannak a feladatok elvégzésére. Más feladatkörébe tartozik a kutatások, felmérések elvégzése, mint a turisztikai szakmai feladatok ellátása vagy az innovációs-stratégia elkészítése. Ez a közös együttműködés hozza meg a végső sikert, mikor egy új fejlesztési koncepció elkészül, amihez mind pénzbeli, mind tudásbeli értéket is hozzátesznek. A Miskolcon működő főbb TDM szervezetek összegyűjtött listáját a mellékletben lehet megtekinteni.

²⁴ Forrás: <http://www.miskolcturizmus.eu/TDM.pdf>.

2.6. Miskolc látnivalói

Lillafüred

Az ország egyik legszebb természeti adottságokkal rendelkező hegyvidéki pihenőhelye, a Szinva patak völgyében, a hegyoldalakkal határolt Hámori-tó mellett fekszik. A tavon nyaranta a Lillafüred Alapítvány csónak-kikötőt üzemeltet.

A Palotaszálló, Mátyás korabeli vadász kastélyt utánzó stílusban épült, melyet függőkert és hatalmas park vesz körül.

Lillafüredi vízesés

A Palotaszálló függőkertjéből látható a Szinva patak 20 méter magasból leomló vízesése, melyet a szálló építésekkor alakítottak ki, így az ország legnagyobb vízesése lett. A három szakaszból álló zuhatag nemcsak nyáron nagyszerű látvány, a befagyott vízesésen jégfalmászó versenyt is rendeznek, ami sokakat vonzó látványosság.

Szent István – Cseppkőbarlang

Az István-barlang a különleges formájú cseppkövek birodalma. Legnagyobb mélysége 55, hosszúsága mintegy 350 méter, levegője miatt gyógybarlang is.

A barlangot feltáró Kadic Ottokár a megnyitáskor történelmi nevekkal látta el a jelentősebb termeket. Így a táró utáni első Endre király csarnokának hívta, amit ma Nagy-teremnek neveznek. Fölül belátni abba a kürtőbe, a Kutya-lyukba, amelyen át a kutatók kezdetben leereszkedhettek.

Diósgyőri Vár

A XIV. században épült, melyet királyaink adtak jegyajándékként századokon át. Nagy Lajos király korában élte fénykorát. Ma az ország egyik legjelentősebb műemléke.

A Bükk északi lejtői alatt elterülő Diósgyőrt Anonymus – III. Béla király jegyzője – említi először. Károly Róbert uralkodásától kezdve egészen II. Lajos haláláig volt Diósgyőr

virágzásának időszaka. A későbbi évszázadok során a vár fokozatosan hanyatlásnak indult, majd lassan romossá vált.

Az elmúlt évtizedekben a kiállítások mellett (Történelmi Panoptikum, Turini békekötés ratifikálása, Fegyver- és páncéltörténeti kiállítás, Városház történeti kiállítás, Éremverde, XVI. századi díszágyú, Kronoszkóp) első sorban rendezvényhelyszíneként vált fontossá, és számos fesztiválnak, koncertnek ad otthont évről évre.²⁵

Miskolc Belvárosa:

Szinva-terasz

A Szinva-terasz Miskolc belvárosának egyik legszebben felújított tere. A városon keresztül folyó Szinva patak partján található, melyről a nevét is kapta.

Széchenyi utca – „Főutca”

A Belváros legjelentősebb útja a városrész teljes hosszán áthúzódó Széchenyi István út. A Városház tér és a Szinvapark (régiben Ady Híd) közötti szakasz a 80-as évek eleje óta sétálóutca, csak a villamosok közlekednek itt. Ez az úgynevezett „Főutca”, amelynek hangulata a 19. századot idézi.²⁶

A Városház tér és a Szent István tér

A Városház tér a Széchenyi utca nyugati végén, tőle északra terül el. Itt áll a romantikus stílusú városháza és a klasszicista megyeháza.

A Hősök tere

A Széchenyi úttól és a Villanyrendőrtől északra elterülő Hősök terén az 1956-os forradalom áldozatainak tiszteletére emelt emlékmű áll. A teret 19. századi hangulatú épületek szegélyezik, északról a barokk Minorita templom és a Földes Ferenc Gimnázium, keletről a Postapalota, délről a zsinagóga, nyugatról a Berzeviczy Gergely Kereskedelmi és Vendéglátóipari Szakközépiskola és a Magyar Államkincstár épülete.²⁷

²⁵ <http://miskolc.hu/turizmus/latnivalok/diosgyor/diosgyori-var>

²⁶ <http://hu.wikipedia.org/w/index.php?title=Belv%C3%A1ros+%28Miskolc%29&oldid=14340405>

²⁷ <http://hu.wikipedia.org/w/index.php?title=Belv%C3%A1ros+%28Miskolc%29&oldid=14340405>

Népkert

A Népkert Miskolc Belvárosának legnagyobb parkja, melyben sportlétesítmények is találhatóak. 1970-ben ide építették fel a város Sportcsarnokát, 2006-ban pedig a Jégcsarnokot. A Népkertet az 1870-es években alakították ki. Itt állítottak először szobrot Erzsébet királynénak, ezért ebben az időben a Népkert neve Erzsébet-liget volt. Majd az Erzsébet szobor mellé sok más szobor került, és ezek ma Szoborparkot alkotnak. A Jégcsarnok mellett található még a város egyik kedvelt étterme, a Miskolci Vigadó.

Tapolca:

Tapolca a természeti szépségekben bővelkedő Hejő patak völgyében, a Bükk hegység keleti részében helyezkedik el. Üdülőterületté válása a 20. század első felének Miskolc közelségében, egy nagyváros igényeinek megfelelően történt. A kis település sajátosságait az itt feltörő gyógyforrások adják. Ezek nemcsak a növényzetet határozzák meg, hanem egy jellegzetes, paradís levegőt is kialakítottak.

Az üdülőhellyé válás látványos következményeként megjelentek a vendéglátóhelyek, fogadók, panziók, s rohamosan nőttek egymás mellett az épületek, villák. A fejlődés és fejlesztés középpontjába a gyógyvíz került. Ennek jegyében bontották le 1938-ban a régi fürdőépületet, s helyén még ebben az évben megnyitották az új tavi-fürdőt, ami 1969-ig állt. A külső (jelenleg is látható) épület 1841-ben készült, s az akkori európai listán a harmadik helyen jegyezték fel. (A korszerűség és a vízminőség, gyógyhatás volt a mérlegelési szempont).

Barlangfürdő

A Barlangfürdő Északkelet-Magyarország gyönyörű, turisztikai látnivalókban is gazdag környezetében, Miskolc-Tapolcán található. Az itt található termálvíz nem olyan tömény, mint máshol található gyógyvizek (a fürdőegyüttesben felhasznált termálvíz összes sótartalma nem éri el az 1000 mg/l-t sem) és sokan éppen ezért kedvelik, hiszen korlátlan ideig lehet fürödni, úszkálni.

A természet alkotta barlangrendszerben napjainkban 5 beltéri medence található, amelyekben a gyógy- és wellness szolgáltatások széles választéka igazi regenerálódást biztosít a pihenésre és a gyógyulásra vágyók számára.

A Barlangfürdőt tápláló termálforrás víz hőmérséklete 29,4 Celsius-fok. A medencék vizének hőmérséklete 30-35 Celsius-fok.

Vadaspark

Írásos feljegyzések bizonyítják, hogy már 1355-ben királyi vadaskert működött a Csanyik-völgyben. Tehát ez hazánk legrégebbi múltra visszatekintő állattartó helye. A Miskolc Városi Vadaspark lakossági összefogással jött létre. 1983. augusztus 20-án nyílt meg, s egy 21 ha-os gyertyános-tölgyes elegyes erdőben található. Területünk közvetlenül kapcsolódik a Bükki Nemzeti Parkhoz, így ízelítőt ad a Bükk hegység gazdag növényvilágából is. Állatkerti látogatása egyúttal egy csodálatos természeti környezetben tett erdei kirándulás is. A helyi és a közelben fekvő települések általános iskolái rendszeres látogatói a parknak, emellett remek kikapcsolódást jelent az összes korosztály számára.

Érdekességek a várossal kapcsolatban

Miskolcon...

- van Magyarország leghosszabb, díszburkolattal ellátott belvárosi sétálóutcája
- található a legnagyobb vidéki universitas: 14000 hallgatóval, 723 tanárral és 85 hektár területű campusszal
- épült az első magyarországi kőszínház 1823-ban
- létesült az ország első 8 osztályos általános iskolája
- van a legnagyobb kisvasútviadukt: 64 méter hosszú a híd, a 20 méter mély völgy fölött
- van az Anna–Mésztufabarlang. A világon összesen három hasonló barlangról tudnak. Különleges, sejtelmes, mesebeli alakzatai felmérhetetlen értékű anyagból, mésztufából épültek.
- levő Ortodox templomban van Közép-Európa legnagyobb képfala
- a legmagasabb ponttal rendelkező város: 945 méter – Borovnyák-tető
- van az ország legmagasabb lakóépülete, a Szentpéter kapui toronyház, a maga 65 méterével. (20 emelet)

3. PRIMER KUTATÁS

3.1. ÁLTALÁBAN A KÉRDŐÍVEKRŐL

A helyes következtetések levonása érdekében 3 primerkutatási módszer áll rendelkezésünkre, (interjú, kérdőív és SWOT-analízis készítése), hogy megértsük a település helyzetét, és helyes döntést tudjunk hozni a fejlesztésekkel kapcsolatban.

Mindig is úgy éreztem, hogy a legtöbb információt egy kérdőív elkészítésével és kitöltésével tudnám megszerezni, mivel így a lakosok maguk „mondhatják” el véleményüket, tapasztalatukat, néhány esetben javaslataikat. Fontos viszont megemlíteni, hogy az általam készített kérdőív, csak alapot nyújt az értékeléshez, az alacsony számú mintavétel nem képes reprezentatív eredményeket kijelezni.

A kérdések arra összpontosulnak, hogy a Miskolcon élő lakosok, hogyan látják a város helyzetét. Az eredmény vizsgálatakor igen megdöbbentő adatokkal szembesültem, ugyanakkor a Miskolciak igyekeznek pozitívan gondolkozni, ami nagyon jót jelent, hiszen, ha változásokat szeretnénk elérni, akkor az csak is közös összefogással és azonos gondolkodásmóddal érhető el.

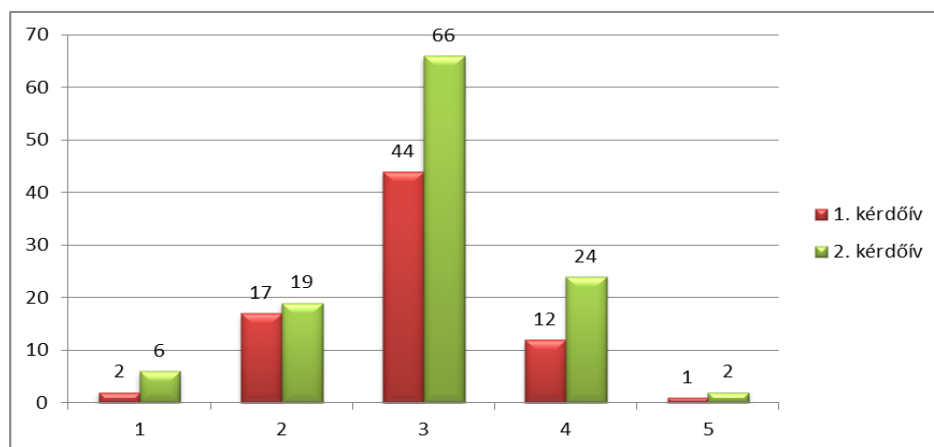
Lehetőségem nyílt a kérdőívet különböző korosztályú lakosokkal kitölteni, így egészen az általános iskolástól a nyugdíjasokig választ kaphattam a feltett kérdésekre, ami azért is fontos, mert így a különböző igények felmerülését is vizsgálni tudtam. Ezt a kérdőívet már 2 évvel ezelőtt is elkészítettem, akkor a szakdolgozatomhoz gyűjtöttem információkat. A felmérést első körben 76-an, most 117-en töltötték ki, ami hozzásegített a konklúzió levonásához.

A kérdőívben feltett kérdések közül az egyik legfontosabb, hogy, mint Miskolci lakos, mik azok a helyszínek, látványosságok, amiket szívesen megnézne, illetve melyek azok, amiket nem ajánlana egy odalátogatónak. Igaz ez nem nevezhető turizmusnak, pontosan amiatt, hogy helyi attrakció nem létezik, de ezzel a kérdéssel az volt a célom, hogy kiderítsem, mi az, ami érdekes egy helybeli számára is, és melyik az, amit érdemes lenne még tovább fejleszteni.

A másik fontos kérdéskör pedig a rendezvényekre, programokra irányult, hogy melyiken érdemes részt venni, illetve hogy melyik az, amit újra kellene gondolni, vagy teljesen megszüntetni, és miért.

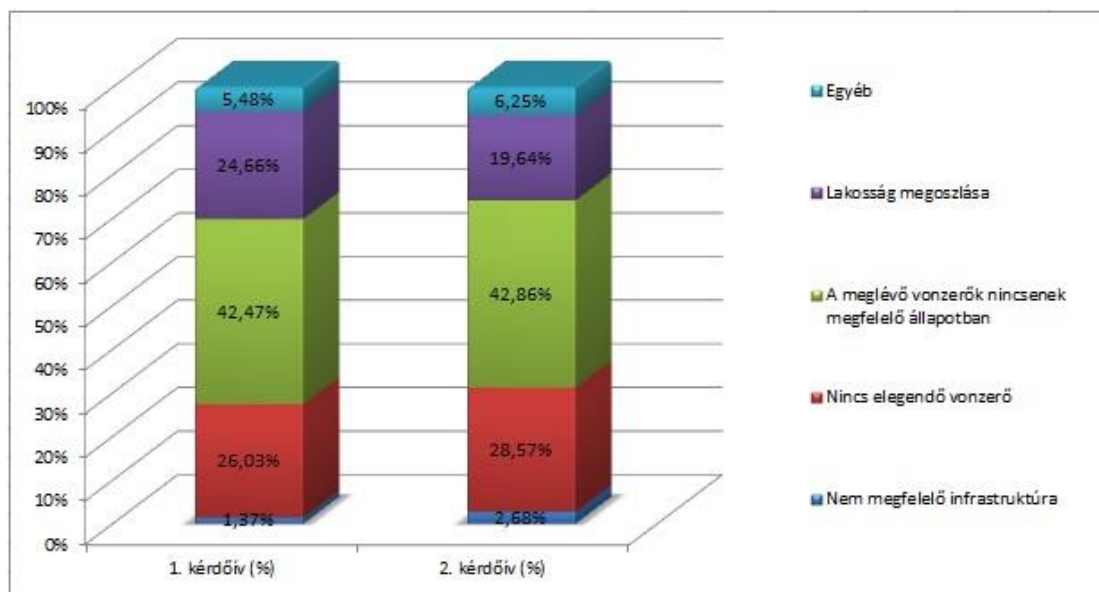
3.2. KÉRDŐÍV EREDMÉNYEI

Az összehasonlítást a mellékletben megtalálható exceltáblában végeztem gazdasági mutatók segítségével. Két alaphipotézist fogalmaztam meg, melyek szerint növekedett-e a város tetszési indexe a turisták körében, illetve, a 2 évvel ezelőtti felméréshez képest változott-e az emberekben kialakult kép a város látványosságaival kapcsolatban.



3. ábra. Miskolc értékelése egy 1-től 5-ig terjedő skálán

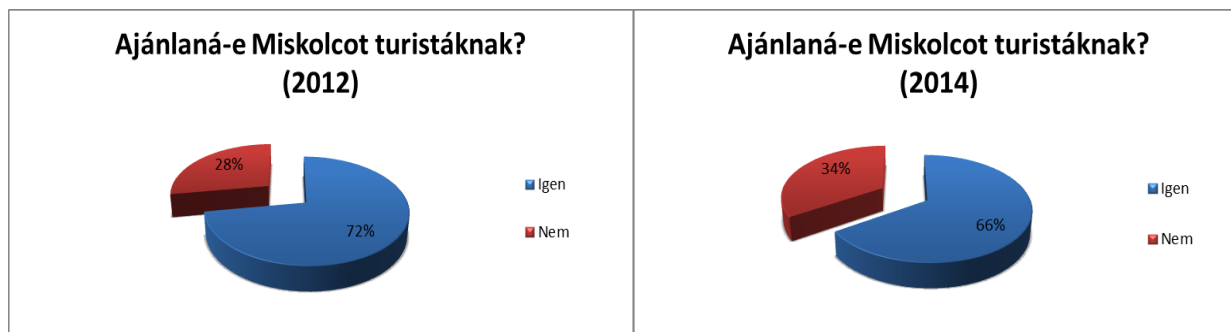
Első esetben beigazolódott a feltevésem, még ha nem is látványos mértékben, de 2,91%-ról 2,97%-ra növekedett a helyi lakosság szerint a város idegenforgalmi jelentősége. Sajnos, ez a változás – a mint említett alacsony számú mintavétel miatt - elhanyagolható, a város turisztikai szerepvállalása stagnál.



4. ábra. A két kérdőív százalékos megoszlása

A válaszadók legnagyobb mértékben (hasonló százalékszámot produkálva: 42,47%, illetve 42,86%) a „A meglévő vonzerők nincsenek megfelelő állapotban” lehetőséget jelölték be. Az egyéb kategóriában pedig ki is derült, hogy mit tartanak a legnagyobb problémának. Sokan kíváncsiak az idelátogatók közül az Avasi kilátóra, melyről az egész város belátható. Viszont az épület évek óta nem volt renoválva, környezete teljes elhanyagoltsága pedig tovább fokozza a problémát. Véleményem szerint, ez az egyik fontos jelképe a városnak, és a későbbiekben mindenképpen tervbe kellene venni a felújítását, környezete parkosítását. Néhány évvel ezelőttig működött benne egy koktél bár is, melynek újbóli megnyitásával tovább lehetne fokozni idegenforgalmi szerepét.

Második esetben arra voltam kíváncsi, hogy az első kérdőívben megjelölt legnépszerűbb látványosság tovább tudta-e növelni a válaszadók arányát. Itt viszont a nullhipotézist el kellett vetnem, és az alternatív hipotézis lépett érvénybe, mivel meglepő módon Lillafüred keresettsége visszaesett. Ráadásul 26,32%-ról egészen 17,09%-ig csökkent ez az arány. Ez nem feltétlenül jelenti, hogy magával a helyszínnel adódtak gondok, inkább arra utal, hogy egy másik attrakció ismertsége növekedett. Ezt a feltevést támasztja alá, hogy a Barlangfürdő népszerűsége 23,68%-ról 33,33%-ra növekedett. Ez köszönhető a kínálat bővülésének és a folyamatos fejlesztéseknek is. Illetve, hogy két évvel ezelőtt még az egyik legnagyobb problémát Tapolca kedvezőtlen állapota jelentette, mára viszont a belváros elhanyagolt környezetére terelődött a hangsúly.



Az utolsó fejezetben arra kerestem a választ, hogy maguk a miskolci lakosok, ajánlanák-e másoknak a várost, mint turisztikai célpontot. Az igennel válaszolók aránya az eltelt évek alatt 72,37%-ról 65,81%-ra esett vissza.

A további diagramok, és megoszlások a mellékletben megtalálhatóak.

4. FEJLESZTÉSI JAVASLATOK

4.1.MISKOLC SWOT-ANALÍZIS

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
• kedvező természeti adottságok • történelmi (mű)emlékek, történeti-gazdasági hagyományok, nemzetiségi kultúra • művészeti-kulturális-szociális intézmények, egyedi szakmai és kulturális rendezvények • a Miskolci Egyetem tudástermelő képessége • a népesség és az információk gyors mozgását biztosító infrastruktúra jelenléte • pénzügyi erőforrások, támogatási rendszerek működő jelenléte • az oktatási, kulturális pihenési és sportlétesítmények fejlettsége, könnyű megközelíthetősége • Tourinform iroda jelenléte • internetes honlapok folyamatos frissítése • gasztronómia	• a lakótelepek, épületek és a belváros elhanyagolt állapota • a város tömegközlekedési eszközei jelentős korszerűsítésre szorulnak • az idegenforgalmi látnivalók és fesztiválok marketingjének részbeni vagy teljes hiánya • nem kellően jó a város telephelyi vonzereje, imázsa • a nem működő egykori nagyipari üzemek területe rehabilitációra vár • Miskolc és a környező települések integrált fejlődése még nem valósult meg • a városról a kívülállókban a valóságos helyzetnél jóval kedvezőtlenebb kép él • a miskolciak identitásában is erősek a negatív elemek • a kulturális és természeti értékek teremtésének, megőrzésének és bemutatásának problémái, biztonság faktor fenntartásának hiánya • szuprastruktúra visszamaradottsága, a városra nem jellemző a kiváló vendéglátó helyek megléte • színvonalas szállodák hiánya

LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
• szociális jólét, az egészség megújulásának lehetősége • a társadalmi aktivitás, a foglalkoztatás javulása, egyéni és közösségi megújulás • az információs társadalom technikai, technológiai feltételeinek megteremtése • dinamikus településfejlődés, megújuló városkép, turisztikai vonzerő növekedése • a természeti és az épített környezet megújulása • turisztikai központ létrehozása • turisztikai kínálat bővítése • szakmai képzés és színvonal javítása (pl.: idegenvezetés) • tartózkodási idő növelése • szuprastruktúra fejlesztése • konferencia-központok kiépítése • programok, csomagok létrehozása	• a lakosság szociális jóléte rosszabb az országos átlagtól • az itt élő emberek élethossza rövidebb, többféle betegségben szenvednek, mint az ország más településein élők • kedvezőtlen demográfiai folyamatok • migráció iránya és mértéke • alacsony az átlagos jövedelmi színvonal, leértékeltek a munkateljesítmények • még vannak nyomortelepek Miskolcon. • belföldi és külföldi turisták elmaradása • a negatív sztereotípiák fennmaradása • vonzáskörzet előnyben részesítése (Diósgyőr, Lillafüred, Miskolctapolca) • pesszimizmus jelenléte

4.2. SWOT-analízis, elemzés

A SWOT-analízis elkészítése több tekintetben is lényeges, mivel egy város, illetve vidékfejlesztő program esetén sokat segíthet az érvek és ellenérvek kialakításában. Sok esetben a véleményünk már első ránézésre kialakulhat, mivel egy elemzés során rögtön észrevehetjük, mely pontok vannak túlsúlyban. Ebben az esetben, sajnos valóban megállapíthatjuk, hogy Miskolc esetében a gyengeségek és veszélyek oszlopba túlnyomóan több adat került, mint a másik két helyre. Ez elsőre azt bizonyítja, hogy a város nem igazán tartozik a kedvelt turisztikai desztinációk közé, de éppen ezért kell nagy hangsúlyt fektetni a lehetőségekbe és az erősségekbe, hogy ezt a mérleget pozitív irányba tudjuk elmozdítani.

Gyengeségek

A gyengeségek kategóriába egyértelműen a látnivalók és a város állapotát sorolnám, mint legnagyobb problémát. Ezt a kitöltött kérdőívem adatai is nagyban alátámasztják. Sokan gondolják úgy, hogy egyes területeit Miskolcnak azért nem látogatják, vagy látogatnák meg a turisták, mert annak a helynek az állapota nem megfelelő, vagy éppen már rossz benyomást keltő. Másrészről pedig még nagy problémát jelent, hogy az emberekben kialakult kép szintén nem a legkedvezőbb, és a város ez idáig nem is tudott elég jelentős lépést tenni annak érdekében, hogy ez megváltozzon. Ezt leginkább a marketing hiánya okozza, hiszen sem prospektusokban, sem a televízióban nem igazán hallunk vagy látunk leírást Miskolcra. Nincsenek programok, programcsomagok, sokszor egy-egy eseményről az ott lakók sem értesülnek. A fiatalok szórakozási lehetősége sem a megfelelő, a kikapcsolódásra nincs nagyon lehetőség, ami főként az elhanyagolt környezetnek köszönhető. Miskolc nem használja ki a csodálatos természeti adottságait, amit fejlesztésekkel hamar ki lehetne építeni. Ezenfelül a vendéglátóhelyek elmaradottsága, ami még jelentős problémát okoz. Egyetlen különleges éttermet tudok megemlíteni, ez a Belga Söröző, amely a Népkerttől nem messze található, ahol igazi egzotikus húsfajtákat is lehet kapni (pl. cápa, krokodil és kenguru húst), illetve szintén a Népkertben található Vigadó éttermet.

Veszélyek

A veszélyek kategória kielemezésének eredménye igen aggasztó. A nyomortelepek jelenléte, az etnikai összetétel, a város egészének állapota elég megdöbbentő. A városnak meg kellene próbálnia az elrugaszkodást ebből a „mély fázisból”. Előfordulnak más városokban is ilyen jelenségek, de ez legtöbbször egy konkrét helyre koncentrálódik, viszont Miskolcon ez túlzottan elszórtan jelenik meg. Sajnos több helyen előfordul, hogy egy turista éppen gyönyörködik egy attrakcióban, éppen csodálja a klasszicista stílusban épült épületsorokat, majd pár méter után egy teljesen „más világban” találja magát. Sürgető probléma lenne ezeknek a területeknek a felszámolása, hiszen nemcsak a turistákat, de az ott élőket is zavarja. Emellett a migráció jelentős megnövekedettsége is nagy gondot jelent a város számára, hiszen a kistérség fejletlensége miatt kialakult munkahelyhiány és munkanélküliség már a lakosság számára is hatalmas probléma, így

az ide érkezőket képtelen foglalkoztatni. Véleményem szerint ez is nagyban közrejátszik a hajléktalanok megjelenésében, ami tovább rontja a város összképét. Talán nem túlzok, ha azt állítom Miskolc város nem tartozik a legbiztonságosabb települések közé. A rendfenntartás megvalósítása igen nehéz feladatnak minősül, ami tovább csökkenti a város turisztikai érdekeltségét.

Lehetőségek

A lehetőségek kategória elemzésénél viszont már kicsit fellélegezhet az ember, mert rájön, hogy, mint megyeszékhely, és mint Északkelet-Magyarország legnagyobb városa, sok fontos szerepet kell betöltenie. Az acélváros korszak lezárult, most lehetőség nyílik arra, hogy megújuljon Miskolc, valami teljesen másfelé nyissa meg a kapuit. A város erőssége, és egyben lehetősége is a csodálatos természetben rejlik. Ezeket kellene kiaknázni, és új alapként felhasználni, amit elsősorban Lillafüred vonzerejében látok, hiszen irodalmi, történelmi, kulturális vonatkozásai egyaránt vannak, és ezen felül az ország egyik legszebb természeti adottságokkal rendelkező területe.

Emellett már a belváros jelenleg is folyó felújításával méginkább Miskolcra koncentrálódhatna a figyelem, hiszen a turisták inkább Miskolc vonzáskörzetét részesítik előnyben.

További lehetőségeket látok az élhető környezet megvalósításában, új szállodák, és konferenciatermek megépítésével, ahol sokan kapnának munkalehetőséget, ami csökkentené a jelenleg is magas munkanélküliségi rátát. Emellett szükségesnek tartom a színvonalas vendéglátóhelyek létesítését, amikre főként a belváros területén lenne igazán nagy szükség. Talán ezekkel a változtatásokkal az itt tartózkodási időt is növelni lehetne. A városnak az átutazó (tranzit) forgalommal jelenleg nincs gondja, a közelben lévő világörökségi helyszínek ezt biztosítják. A KSH statisztikai adatai szerint 10-ből 1 ember tölt el egy éjszakánál többet a városban. És jobban belegondolva, nincs is olyan látnivaló, vagy rendezvény, ami miatt hosszabb maradásra lehetne bírni egy-egy turistát. Ebben még az is közrejátszik, hogy nincsenek programcsomagok. Az utazásszervezők nem igazán veszik figyelembe Miskolcot, mint turisztikai célpontot, vagy ha szerepel is bármilyen belföldi körutazásban esetleg, akkor is egy fél napnál

többet nem szánnak a város megtekintésére. Ezeket figyelembe véve kellene komoly változtatásokat elérni Miskolcon.

Erősségek

Mint ahogy azt már a lehetőségek kategóriában is említettem, a kedvező földrajzi adottságok bekerültek az erősség kategóriába is. Ez azt jelenti, hogy Miskolc számára ez a legfontosabb tényező, ami már jelenleg is meghatározza a várost, de a benne rejlő lehetőségek kiaknázásával tovább növelhető turisztikai jelentősége.

Ezen felül meg kell említenünk a Miskolcon folyamatosan megrendezésre kerülő kulturális rendezvényeket, melyek nagyon sok látogatót csábítanak a városba, valamint a sportlétesítményeket, ami további kikapcsolódási lehetőséget nyújtanak nem csak a városba érkezőknek, hanem az ott élők számára is. Ehhez nagyban hozzájárul a jól kiépített infrastruktúra, a város bármely pontjába könnyedén el lehet jutni.

Értékelés

Az összegyűjtött adatokból az derült ki, hogy nem olyan súlyosak a felmerült problémák, mint ahogy az első ránézésre tűnik. Valóban a veszélyek kategóriában elég megdöbbentő információkkal találkozik az ember, de ezek is kezelhetőek lennének, valamint a gyengeségek kategóriában szereplő adatok sem megoldhatatlanok.

Miskolcnak azt kellene alapul vennie, hogy a turisták milyen motivációk alapján utaznak, mely a statisztikák szerint a következő:

„A belföldi utazások legfontosabb motivációja a pihenés, kikapcsolódás, a rokonok és barátok felkeresése, valamint a strandolás, fürdőzés.”²⁸

²⁸ Turizmus Bulletin X. évfolyam, 1. szám

Ha ezt a felmérést vesszük alapul, akkor rögtön rájöhetünk, hogy mire vágnak az utazni kívánók. A strandolás hosszú évek óta vezeti a motivációs listát, és ha jobban belegondolunk, egyelőre egyetlen egy „strand” van Miskolcon, ez pedig a Barlangfürdő. Mindenféleképpen ezen a vonalon kellene a városfejlesztésnek elindulnia. Ahogy azt már a vetélytársak fejezetben is kifejtettem, ennek az iránynak a fenntartása nem lesz egyszerű, hiszen egy olyan piacra kell összpontosítania, amely már eléggé telítve van, viszont itt érvényesülhetne a Barlangfürdő az egyediségével. Ehhez viszont az alapoktól kell elindulni, hiszen nem magával a fürdővel van a probléma, hanem a környezettel, amiben található. Azt az útszakaszt, amely a bejárathoz vezet, szemétdombok, betört ablakú vendéglátóhelyek, és omladozó szállodák veszik körül, és ezt nemcsak a turisták, hanem az ott élők is komoly problémaként érzélik.

4.3. Problémafelvetés

Miskolc alapvető problémája abban rejlik, - mint az kiderült a SWOT-analízisből, illetve a kérdőív kielemezéséből – hogy a város nincs berendezkedve a mostani állapotnál nagyobb turistaforgalomra. Ennek oka, hogy Miskolc „idegenforgalmát” nagyobb részt a helyi lakosok bonyolítják le.

A megye gazdasági pozíciója 1990 után, az ipari szerkezetátalakítás következtében jelentősen megváltozott. Ez nagyban összefüggött a nehézipari ágazatok összeomlásával. Ezt követően több területen is változás következett be, például nagymértékben csökkent a munkahely kínálat és a foglalkoztatottak aránya, ami a munkanélküliség további növekedését eredményezte.

Hosszú évekbe tellett, míg ezzel a komoly változással a városlakók is lépést tudtak tartani, de pár éve stabilizálódni látszik a helyzet. Sajnos ez nem azt jelenti, hogy több új munkahely létesült, vagy, hogy magasabb jövedelemhez jutottak volna a lakosok, csak azt, hogy a migráció és a társadalmi kiegyenlítődés miatt a városnak megadatott, hogy új lehetőségek irányába nyithasson. Borsod-Abaúj-Zemplén megye számára az adottságok alapján fontos gazdasági szektorként kellene megjelennie az idegenforgalomnak.

A kialakult helyzet kapcsán, a helyi lakosok is bátrabban kezdték tervezgetni nyaralásukat, szabadidejük aktív eltöltését. A gond csak az, hogy diszkrecionális jövedelmüknek megfelelő úti célt is kellett választaniuk, amely nem vezetett ki a városból. Így jött létre az a körforgás, hogy a

Miskolcra látogatók legnagyobb része helyi lakos. Ennek egyik következménye, hogy a szállodák kapacitáskihasználtsága nagyon alacsony, szinte nem is működik (egy-két kivétellel) nyereséges szálló. Másik pedig, hogy a meglévő attrakciók viszont a turistaforgalom árfolyamára vannak kalibrálva, ami túl drága egy olyan egyénnek, aki még a lakóhelyét sem tudta elhagyni.

Továbbá el kell fogadnunk a tényt, hogy a helyzetelemzésben felvetett idegenforgalmi felosztást nem lehet figyelmen kívül hagyni. Amennyiben növelni szeretnénk a városba látogató turisták forgalmát, számításba kell vennünk az utazó motivációját.

4.4. Interjúk

Személyes megkérdezés alkalmával választ kerestem különböző korosztályú egyének esetében, mi a fő motivációjuk utazáskor. Kérdéseim arra irányultak, hogy mikor, hova és főleg miért utaznának belföldön. A legnépszerűbb hely és ok a Balaton és környéke volt, ahol fürödni lehet. Ha ezt vizsgáljuk, és nem a helyszín a fő szempont, akkor a Barlangfürdő tökéletes színtér ennek megvalósítására, ráadásul télen-nyáron látogatható. A második helyezést a kirándulás és a természetjárás nyerte el. Célterületnek már felmerültek keletebbre lévő desztinációk, de sajnos nem Miskolc és környékére esett a választás. Ami leghamarabb eszébe jutott az embereknek az Szilvásvárad volt. Harmadik esetben pedig a különböző programok miatt utaznának el legszívesebben az egyének az adott helyszínekre. Sokan említették a bortúrákat, városnézéseket, gasztronómiai fesztiválokat, de helyszínként továbbra sem választotta Miskolcot senki sem.

Miután feltérképeztem, hogy mik az általános motivációk, feltettem egy utolsó kérdést a válaszadóknak, miszerint: Elutaznának-e Miskolcra akkor, ha ezek a feltételek adottak lennének a város környezetében? Miután elméletben felvázoltam, hogyan képzelném el a város jövőjét, a legtöbb válaszadó igennel válaszolt. Ez volt számomra a fő motiváció, hogy egy fejlesztési javaslatot készítsek az elképzeléseimről.

4.5. Fejlesztési javaslatok

Amikor kialakult bennem a végső kép, hogyan lehetne Miskolc idegenforgalmát növelni, számításba kellett vennem, hogy a város struktúráján nagy változtatásokat nem lehet végrehajtani. Az utcák szélessége, az épületek elhelyezkedése, az infrastruktúra adott. Ehhez mérten kellett megálmodni egy merészebb dolgot.

1. Csillag-alapú turizmus

A koncepciót a kérdőívhez és a megkérdezéshez igazítottam, és rájöttem, hogy sem fürdővárost, sem borturisztikai központot, sem belvárosi túrákat nem lehet Miskolcon kialakítani. A legnehezebb volt, - talán a magam számára is belátni - hogy a kialakult képet és helyzetet nagyon nehéz megváltoztatni. Hiszen a város nem ismert sem a borairól, nem rendelkezik nyílt vízzel sem, melyben fürödni lehet.

Viszont tranzit forgalma eddig is jelentős volt, és ebből kiindulva választottam azt a megoldást, hogy csillag-alapú utazási bázissá kéne alakítani a területet. Ezt a fajta utazási módot sokan választják a turisták közül, mert lényege, hogy egy adott desztináció a kiindulási pont, ahol megismerkedhet az utazó a város adottságaival, látványosságával, kultúrájával, de a kikapcsolódásra szánt időt nem csak ezen az egy helyszínen töltheti.

Akik fürdőzésre vágnak választhatják a Barlangfürdőt, de ugyan úgy meglátogathatják a mezőkövesdi Zsóry-fürdőt, illetve a Tiszaújvárosi Termál-komplexumot. Azok, akik bortúrákon kívánnak részt venni, felkereshetik a tokaji történelmi borvidéket, Eger várában az erre specializálódott programokat, és a Szépasszonyvölgyet. A természetjárók a Bükki Nemzeti Parkban, Lillafüreden, vagy Szilvásváradon is eltölthetik szabadidejüket, és nem utolsósorban a látványosságok kedvelői megtekinthetik az Aggteleki- és Szlovák-karszt barlangrendszerét, illetve a Szent István cseppkőbarlangot.

Az e fajta turizmus kialakítása viszont korántsem egyszerű. A legfontosabb feladat, hogy ezeknek a turistáknak megfelelő szállást tudjon biztosítani a város, ehhez pedig alkalmas területre van szükség. Fontos szempont, hogy a belváros könnyen megközelíthető legyen, mégis kulturált, szép környezetben helyezkedjen el. Erre a legalkalmasabb térség Miskolc-Tapolca. Bár a Barlangfürdő is itt helyezkedik el, és emiatt szállodából is van jópár, ezek sajnos nem ütik meg a

megfelelő színvonalat. Ez a része a városnak már régóta üdülő területnek lett minősítve, így megfelelő ráfordításokkal, tervekkel kivitelezhető lenne ez a megvalósítás. Tapolca 2014-2015-ös terveiben szerepelt egy wellness és gyógyközpont kialakítása, ami már egy hatalmas előrelépés. Ha a város ezen a vonalon el tudna indulni, az már óriási fejlődést jelentene

Fontos szempont volt, hogy ez a típusa a turizmusnak nem szezonfüggő, ami egy igen pozitív tulajdonsága. Ráadásul nem kötött programokon kell részt venni, hanem a turista maga döntheti el, hogy az itt tartózkodási időt, hogyan kívánja eltölteni. A csillagpontokba való eljutást a város a Miskolci Közlekedési Vállalat és a Volán Zrt. közreműködésével tehetné kényelmesebbé, miszerint olyan külön járatokat indítana, melyek csak az adott célterület és a bázis között mozognának. Ez gyökeresen megváltoztatná az egyes helyszínek közötti problematikus utazást, hiszen kizárná az eltévedés lehetőségét, és a zavaró utasforgalmat.

Véleményem szerint, ez egy járható út lenne, mivel nem dömpingszerű turistaérkezést váltana ki, hanem biztosítaná a városnak az egyenletes és folyamatos forgalmat. Nem okozna gondot a mindennapokban, mint egy fesztivál megrendezése, melynél forgalomelterelést is alkalmaznak. Így az idelátogatók és a városlakók nem akadályoznák egymást tevékenységükben.

2. Imázs-váltás

A turistákban fel kell kelteni az érdeklődést vidéki városok felkeresése iránt is, ezért szükségesnek tartanám Miskolc imázs váltását is. Jelenleg a város nemcsak, hogy nem szerepel a belföldi és külföldi utazó közönség tervei között, hanem kifejezetten kerülik ezt a régiót. Itt elsősorban nem az a probléma merült fel, hogy nincs elegendő látványosság, hanem a közbiztonság, illetve a berögzült sztereotípiák is elősegítették ezt a szokást.

Mind a kérdőívezés, mind a személyes megkérdezés alkalmával úgy vettem észre, nyílhatalna a városban akármilyen színvonalas szálloda, étterem, vagy kikapcsolódási lehetőség, a gyárváros okozta előítéletektől nem igazán tudnak elvonatkoztatni az emberek. Éppen ezért döntöttem, úgy, hogy nem is kellene ezt megváltoztatni, csak módosítani.

Megmaradna az ipartelepülés hangulat, a belváros néhány omladozó épülete, a Diósgyőri vár leharcolt külleme. A nagy csaták, és háborúk után az itt élőknek nem volt pénzük hatalmas villákat építeni, a megélhetése volt a prioritás. Azóta számos felújítás történt, a városkép mégis magán hordozza az elmúlt időszak nyomait. Ez viszont önmagában még nem kelt elég nagy

érdeklődést az utazni vágyókban, így arra a következtetésre jutottam, hogy az elhagyott gyárat bevonva, és a belvárost is átalakítva romkocsmák kialakítását kellene eszközölni, és ezzel főként a fiatalabb nemzedéket megcélozni. Ez a Magyarországon pár éve felkapott szórakozási helyszín egyelőre Budapesten örvend rendkívüli népszerűségnek, főként a külföldiek körében. Lényege egy valóban „lepukkant” helység eklektikus berendezése. Mind a falak és a mennyezet kialakításánál, valamint az asztalok körül levő székek esetében, ahol semmi sem egyforma, hanem olyan hatást kelt, mintha a környékről gyűjtötték volna őket össze.

A nagyobb vidéki városoknak már van egy kialakult arculatuk. Pécs, mint diákvárost, vagy mint a 2010-es kultúra fővárosát említhetjük meg, vagy akár Sopront, ahol a VOLT fesztivált rendezik meg rendszeresen. „Éljenek a romkocsmák” szlogennel válhatna Miskolc is egy ilyen helyszínné. Hangulatában a Diósgyőri vár nyújthatna megfelelő színteret egy nyitott szórakozóhely kialakítására, követve az említett stílust. Emellett már voltak kezdeményezések a gyárak hasznossá tételéről, ezt folytatva lehetne létrehozni néhányban paintball pályát, illetve a graffitisek számára legalizálni a művészetüket ezekben az üzemekben, sőt kiállításokat szervezni a legjobb alkotásokból.

Így együttesen tudna Miskolc létrehozni valami olyan új, és vonzó dolgot, ami segíthet leküzdeni a meglévő negatív benyomásokat.

3. Marketing

Végzőként meg kell említeni, hogy nem csak az imént felsorolt indokok okozzák az alacsony forgalmat. A marketing hiánya veti vissza véglegesen a város imidzsét. Az is elég gondot jelent, hogy a nyugatibb tájakon nem hallottak még például a Szent István-cseppkőbarlangról, de a fő probléma, hogy a lakosok sincsenek tájékoztatva a városban megrendezett fesztiválokról. Sokan írták a kérdőívemben, hogy azért nem ajánlanak egyet-kettőt a felsoroltak közül, mert még sohasem hallottak róla.

Ha ezen a téren nem történik változás, akkor hiába lenne sikeres bármilyen fejlesztés a városban, a környező területeken továbbra sem tudna róla senki. Ami nagyobb probléma, hogy a kiválasztott célcsoport sem értesülne róla.

A csillag-alapú turizmus promotálására a legalkalmasabbak az utazási irodák lehetnének, amelyek csomagban is árulhatnák az utazást. Ezek főként a kiemelt időpontokban lennének

érvényesek, viszont a folyamatos turistaáramlást a nyomtatott sajtó és a média felhasználásával lehetne beindítani. Az imázs-váltásról szóló tájékoztatáshoz ellenben egy átfogóbb marketing stratégiára lenne szükség, hogy arról ne csak az országban élők értesüljenek, hanem a külföldiek is.

Erre több lehetőség is a rendelkezésünkre áll, például standok felállítása olyan rendezvényeken, ahol a célcsoport szintén megjelenik. Fontos lenne még az itt fellépők támogatása, szponzorálása is, ami szintén pozitív benyomást keltene, nem mellesleg egyre szélesebb körben szereznének tudomást a városról.

Amikor már teljesen kirajzolódott az új arculat, és lassan be lehet indítani a vendégforgalmat, a gerillamarketing bevezetése lenne az egyik leghatékonyabb eszköz a figyelemfelkeltésre. Olyan szórólapok, plakátok, reklámok kivitelezése, melyek egyelőre nem fednék fel Miskolc imázs váltását, mégis egy ötletes, érdekes, és legfőképpen valami olyan képet alkotna az emberekben, ami elgondolkodtató és sokáig megmarad. Erre például olyan plakátok, hirdetmények összeállítását javasolnám, melyeken mindössze egy kép, vagy csak néhány szó található:



Végezetül - ha már csak a vendégek érkezésére vár az „új” város -, beindítani a leghatékonyabb eszközt: a közösségi médiát. Napjainkban ez a leggyorsabban terjedő információközlésre alkalmas lehetőség. Itt alkalmunk nyílna különböző honlapokon való hirdetésre, saját oldal készítésére, és nem utolsósorban a közösségi oldalakon való megjelenésre. Egy jól irányzott, frappánsan elkészített weboldal hatalmas sikereket érhet el, és talán az egyetlen módja a külföldre való terjeszkedésnek.

Ezen megoldások együttesével, úgy gondolom, sikeres lehet az idegenforgalom fellendítése a városban.

ÖSSZEGZÉS

A dolgozat során bejártuk azt a folyamatot, amikor felmerül a fogyasztóban a szükséglet, egyidejűleg teljesül a három alapfeltétel, és mindez utazással válik véglegessé. Összehasonlítottuk a magyarországi és az európai országokban lezajló turistaforgalmat, és mindazon okokat, amelyek ezt befolyásolják. Körbejártuk azokat a felmerülő problémákat, melyek hatással vannak az idegenforgalomra, legfőképpen az észak-keleti régióban.

Vizsgálat alá vontuk az európai szinttől elmaradó turistaérkezéseket, mindazon okokat, amelyek hatással vannak az országra, a régióra, a városra. Elemeztük a konkurencia helyzetét, és hogy egy adott körzet, milyen befolyásoltsággal bír egy településsel szemben.

A több hónapos kutatómunka eredményeként kiderült, melyek azok az indokok, amelyek miatt Miskolc városa nem tud kiszakadni a róla kialakított negatív sztereotípiákból. Továbbá az is világossá vált, hogy az idő múlása önmagában nem változtat a helyzeten, melyet a kérdőívek is alátámasztanak. Bár az eredmények nem reprezentatívak, a válaszokból világosan látszik, hogy két év elteltével szinte semmit sem változott az emberek véleménye.

Ezen adatok kiértékelésével az utolsó fejezetben javaslatot tettem, hogyan képzelem a város jövőjét. Melyek lehetnek azok az intézkedések, amelyek elősegítenék a város turisztikai fejlődését.

Úgy gondolom, Miskolc helyzete nem reménytelen. Ha a városvezetés és a lakók is úgy vélekednének, hogy a városnak szüksége lenne a megújulásra, és ezt a turizmusban látnák, akkor ezt közös összefogással rövid időn belül ki lehetne építeni. Én viszont úgy érzem, és úgy is tapasztalom, hogy egyelőre nem élnek ezekkel a lehetőségekkel, vagy ha mégis, akkor még nagyon kezdeti stádiumban, talán a tervezés fázisában tartanak.

„A megújulás elve – és folyamata – teszi lehetővé számunkra, hogy a szüntelen jobbulás, növekedés és változás spirálisán felfelé induljunk.”

(Stephen R. Covey)

IRODALOMJEGYZÉK

- Dobrossy István, Eszenyi Miklós [2008]: Miskolci életrajzi lexikon. Borsod-Abaúj-Zemplén megyei Levéltárért Alapítvány; Miskolc.
- Halmai László [2004]: Miskolc Portfolio 3-51. oldal. Av-Art Stúdió, Miskolc
- Körtvélyesi Erzsébet [2000]: Vendégváró Látnivalók Miskolcon. Well-Press Kiadó, Miskolc.
- Lengyel Márton: [1994], A turizmus általános elmélete, KIT Képzőművészeti Kiadó, Budapest.
- Michalkó Gábor [2007]: A turizmus szuprastruktúrájának földrajza. In: Magyarország modern turizmusföldrajza. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs
- Puczkó László – Rácz Tamara [2005]: A turizmus hatásai. Aula Kiadó Kft, Budapest
- Siskáné Szilasi Beáta [2009]: Miskolc-Tapolca – Majd elválík? In: Szabó V. – Fazekai I. Szerk.: Településkörnyezet. Rekreáció és turizmus a településeken, Debrecen.
- Turizmus Bulletin, X. Évfolyam, 1. szám. A magyar turizmus Rt. Szakmai és tudományos folyóirata.
- Turizmus Bulletin fogalomjegyzéke, XIV. évfolyam 1-2. szám.

INTERNETES FORRÁSOK

Borsod-Abaúj-Zemplén megye hivatalos oldala: megye idegenforgalmi statisztikája:

http://www.baz.hu/content.php?cid=cont_4731ca41bf20c4.03772597, márc. 12. 15:00.

Központi Statisztikai Hivatal oldala, Belföldi turisták utazási szokásai:

http://www.ksh.hu/stadat_eves_4_5, március 16. 13:00.

Miskolc Város honlapja, Városfejlesztés és kapcsolódó turisztikai információk:

<http://miskolc.hu/varosfejlesztes/varostervezes>

<http://miskolc.hu/projekt-celjai>

<http://miskolc.hu/varosfejlesztes/varos-jovokepe>

<http://miskolc.hu/varosfejlesztes/ervenben-levo-korabbi-programok-tervek-koncepcioik>

<http://miskolc.hu/turizmus/latnivalok>

<http://miskolc.hu/miskolc-belvaros-rehabilitacioja-projekt-i-utem>

<http://miskolc.hu/turizmus/szallashelyek-0>

<http://miskolc.hu/turizmus/turisztikai-informaciok>, március 24. 12:00.

Miskolc Megyei Jogú Város Önkormányzata által készített fejlesztési programok, és TDM szervezetek leírása:

<http://www.miskolcturizmus.eu/TDM.pdf>, március 24. 16:00.

Hámori-tó leírása, bemutatása:

<http://kovatt.lillacamp.hu/hamorito.htm>, március 13. 14:00.

Miskolc Történelmi leírása, adatiai: március 10. 13:00.

http://www.miskolc.xutazas.hu/tourinfo_miskolc_tudastar.html#anchor_1

http://www.miskolc.xutazas.hu/tourinfo_miskolc_tudastar.html#anchor_2

<http://miskolc.langlovagok.hu/cgi-bin/miskolc/index.cgi?view=ck&tID=1&nID=2>

A vendégváró oldala, Palotaszálló rövid ismertetője:

<http://www.vendegvaro.hu/palotaszallo-miskolc-lillafured>, március 10. 15:00.

Bükk utazás, Miskolc látnivaló:

http://www.bukk.xutazas.hu/latnivalok_info_bukk.html, március 3. 12:00.

<http://diosgyorert.hu/szandek.php>

http://hvg.hu/itthon/20120302_miskolc_avas

<http://tourinform.hu/latnivalok?title=&zip=Miskolc&district=0&submitbutton=Keres%C3%A9s&detailed=0>

Miskolc-Tapolca fejlesztési koncepciói:

<http://www.zoldinfolanc.hu/doksik/miskolc/helyiprogramok/epitettkornyezet/Tapolcafejl2005.pdf>, március 22. 14:00.

http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/miskolc_es_a_turizmus_2013_ban

<http://www.eszahirnok.com/miskolc/36819-szarnyal-a-miskolci-idegenforgalom.html#/popup>

<http://www.miskolc.hu/varoshaza/varos-szamokban>

http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztess/ch10s04.html

http://www.baz.hu/content/cont_4731ca41bf20c4.03772597/9.html

http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/bulletin_2006_1/belfolditur_alakulasa.html

ÁBRÁK FORRÁSANYAGA

Központi Statisztikai Hivatal honlapja:

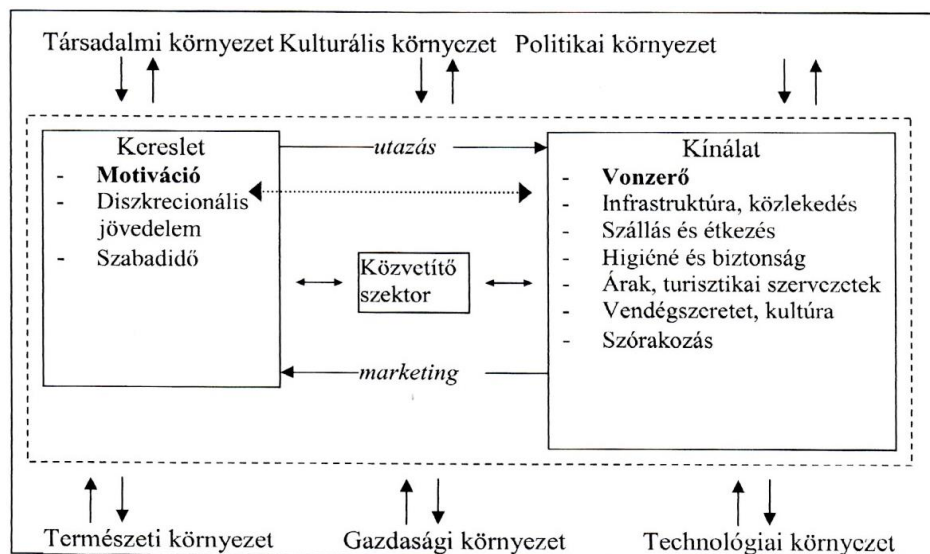
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogt010.html

http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogt011h.html,

<http://www.kormany.hu/hu/nemzetgazdasagi-miniszterium/hirek/jon-a-szechenyi-piheno-kartya>

MELLÉKLETEK

A mellékletben szereplő első ábrán a turizmus megvalósulásának feltételeit láthatjuk, illetve a külső - belső hatásokat.



5. ábra. A turizmus megvalósulásának feltételei²⁹

A második ábrán a SZÉP-kártya bevezetése óta történt változások figyelhetőek meg, hány helyen fogadják el, és milyen pénzáramlás történt a kártyákon.

SZÉP Kártya adatok 2013. január 31-i állapot szerint	
Elfogadóhelyek száma (db)	40 841
Szerződött munkáltatók száma (db)	19 128
Igényelt SZÉP Kártyák száma összesen (db)	785 415
Igényelt társkártyák száma (db)	18 218
Kiadott (már leszállított) SZÉP Kártyák száma (db)	778 501
SZÉP Kártyára feltöltött összeg összesen (eFt)	73 634 898
Szálláshely alszámlára feltöltött összeg (eFt)	18 109 831
Vendéglátás alszámlára feltöltött összeg (eFt)	44 539 910
Szabadidő alszámlára feltöltött összeg (eFt)	10 985 155
SZÉP Kártyával fizetett összeg összesen (eFt)	47 788 530
Szálláshely alszámláról fizetett összeg (eFt)	10 616 305
Vendéglátás alszámláról fizetett összeg (eFt)	31 540 383
Szabadidő alszámláról fizetett összeg (eFt)	5 631 842

6. ábra. SZÉP Kártyára vonatkozó forgalmi adatok³⁰

²⁹ Forrás: Lengyel, [1994]

³⁰ Forrás: Dr. Horváth Viktória [2013] A hazai turizmus helyzete, aktuális kérdései

A következő táblázatban a konkurens fürdőhelyek adatai láthatóak:

Név	Település	Típus	Hőmérséklet (°C)	Összetétel	Betegségek
Zsóry Gyógy- és Strandfürdő	Mezőkövesd	Gyógyfürdő	68-72	Kéntartalmú, Ca-Mg-hidrogénkarbonátos	Reumás betegségek, ízületi gyulladások, anyagcsere problémák
Barlang és Gyógyfürdő	Miskolc-Tapolca	Gyógyfürdő	28-31	Ca, Mg-hidrogénkarbonát	Gyulladásos betegségek, ízületi kopások, reumatikus betegségek
Termálfürdő Komplexum	Tiszaújváros	Gyógyfürdő	57-65	Só-koncentráci, NaCl, hidrogénkarbonát	Ízületi, nőgyógyászati, urológiai betegségek
Végardói Strandfürdő	Sárospatak	Termálfürdő	38-47	Ca, Mg, Na-szulfát	Ízületi és érrendszeri megbetegedéseknőgyógyászati problémák

4. táblázat. Észak-keleti régió fürdőhelyeinek vízösszetétele³¹

A következő táblázatban arra kaphatunk választ, mi a pontos különbség a vásárok és a kiállítások között

	Kereskedelmi kiállítás	Fogyasztói vásár
Résztvevők	Potenciális vevők Kereskedelmi képviselők Nagyközönség	Nagyközönség
Téma	Ágazati specializáció Nemzetközi kiállításokon akár alágazatok is	Széles skálájú tematika: szabadió, játék, divat, elektronika, ajándék, stb.
Méret	Korlátozott számban A számnál fontosabb a vásárlási szándék	Nagyszámú látogató
Nyitva tartás	3-4 nap, nagyobb nemzetközi kiállításoknál 5 nap	Nagyobb vásárok 6-10 nap, helyi rendezvények 2-3 nap
Piaci vonzókörzet	Nemzetközi kiállítások: 5-10 % nemzetközi látogató Regionális, helyi látogatók	Regionális vagy helyi látogatók
Kapcsolódó esemény	A kiállítással párhuzamosan a témához kapcsolódó konferencia, előadások	Nem jellemző
Termék	Reprezentatív ajánlat	Fizikailag is jelen van az árú, megvásárolható
Szezonalitás	Április, június, szeptember, október	Egész évben, a turisztikai főszezontól kivéve

7. ábra. Vásárok és fesztiválok közötti különbségek³²

³¹ Forrás: Siskáné Dr. Szilasi Beáta [2011], A Miskolci Egyetem Közleménye

³² Forrás: Lawson[2000]alapján szerkesztette: Happ[2010]

A következő két táblázatban olvashatunk a Miskolci TDM szervezetekről.

Tulajdonos/alapító/felügyeleti szerv neve	Tulajdoni hányad (tulajdonos esetén)	
	Összeg (ezer Ft)	százalék (%-ban)
Miskolc MJV Önkormányzata	8823	
Hunguest Hotel Zrt., Hotel Palota	24	
Miskolci Operafesztivál Nonprofit Kft.	12	
Sörház 2005 Kft.	24	
Hotel Kitty Kft.	24	
Calypsó Étterem	24	
Gold Park Kft.	24	
Serforrás Kft.	24	
Katona Ferenc	24	
Well-Press Kiadó Kft.	24	
Több Mint Legenda Kft.	12	

CINE-FEST Egyesület	12	
dr Tompa Sándor	6	
MIBOB Kft.	24	
Top-Rom Kft.	24	
Roland és Tamás Bt.	24	
Középeurópai Ipari Örökség Ú. E.	12	
Autó-Tapolca Kft.	24	
Szerviz Iroda Kft.	24	
Kohászati Múzeum	12	
Mogyoróssi István	6	
Animal World Farm Kft.	24	
Miskolctapolca Fejlesztési Kft.	24	
Jávorkút Kft.	24	
Egyetemi Fűtőmű Kft.	24	
Miskolci Turisztikai Kft.	24	
Hámor Holiday Zrt.	24	
X-Centrum Nonprofit Kft.	12	
Lillafüredi Állami Kisvasút	24	
Kispipa Halászcserda	24	

5. táblázat. Miskolci TDM szervezetekről szóló adatok³³

³³ Forrás: Miskolci TDM szervezetek listája [2010], Miskolc Megye Jogú Önkormányzat fejlesztési stratégiája lapján

KÉRDŐÍV KIELEMZÉS:

1. Ön hogyan értékelné Miskolcot, mennyire kedvelt turisztikai célpont? Kérem, válassza ki a megfelelő számot, ahol az 1-es az egyáltalán nem, az 5-ös a teljes mértékben!

Értékelő skála	1. kérdőív (fő)	2. kérdőív (fő)	Xi
1	2	6	0,5
2	17	19	1,5
3	44	66	2,5
4	12	24	3,5
5	1	2	4,5
Összesen:	76	117	
Válaszok átlaga: ($\bar{x}$)	2,91	2,97	
Szórás: (σ)	0,89	1,17	

6. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Válaszadók megoszlása a népszerűség tekintetében.

Hipotézis vizsgálat:	H0:	$\mu_1 = \mu_2$		
	H1:	$\mu < \mu_2$		
	Z0:	(-)0.407		
	$\frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{\sigma_1^2}{n_1} + \frac{\sigma_2^2}{n_2}}}$	$[Z\alpha ; \infty]$		
		$[Z0,05 ; \infty]$		
		1,645 ; ∞		
		Nincs benne, H1-et fogadjuk el.		

7. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Hipotézis felvetése, az eredmények változásáról.

2. Amennyiben Ön 1-4-ig értékelt, kérem, válassza ki az alábbiak közül azt az egy okot, ami legnagyobb mértékben befolyásolja a turisták döntését:

		1. kérdőív (fő)	Megoszlás	2. kérdőív (fő)	Megoszlás	Változás
Nem megfelelő infrastruktúra (úthálózat, közlekedés).		1	1,37%	3	2,68%	1,31%
Nincs elegendő vonzerő		19	26,03%	32	28,57%	2,54%
A meglévő vonzerők nincsenek megfelelő állapotban		31	42,47%	48	42,86%	0,39%
Lakosság megoszlása		18	24,66%	22	19,64%	-5,01%
Egyéb		4	5,48%	7	6,25%	0,77%
	Összesen	73		112		
	Leggyakoribb válasz:	31 3. válasz		48 3. válasz		
	Legritkább válasz:	1 1. válasz		3 1. válasz		

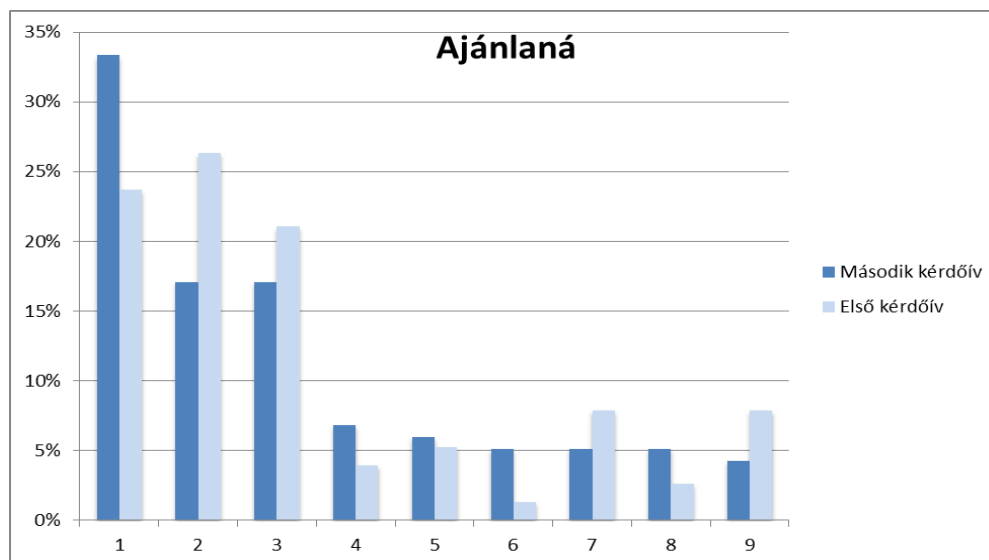
8. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Turistát befolyásoló indokok.

3-4. Az alábbi láttnivalók közül melyik az, amelyet Ön a leginkább megnézné, illetve nem ajánlaná egy turistának:

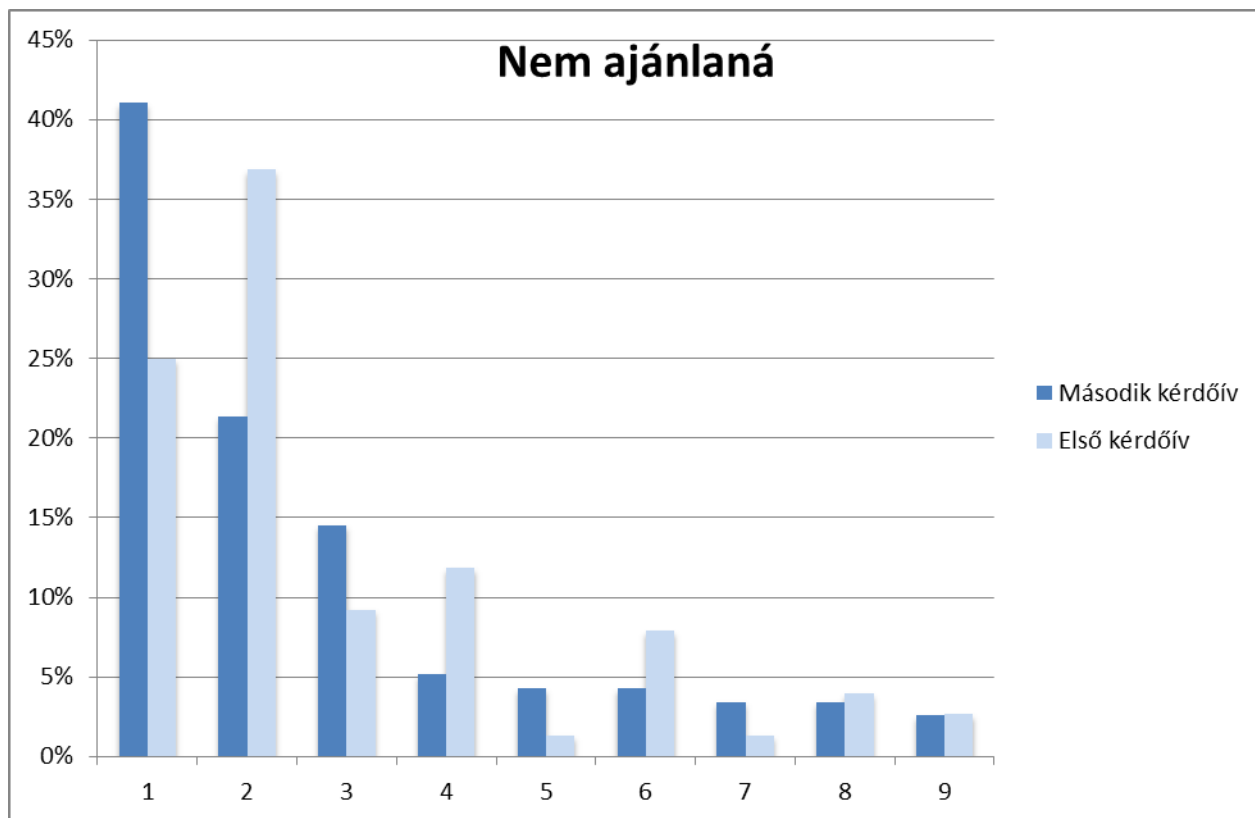
				1. kérdőív (fő)			
				Ajánlaná	Megoszlás(%)	Nem ajánlaná	Megoszlás(%)
Barlangfürdő				18	23,68%	2	2,63%
Tapolca				1	1,32%	28	36,84%
Miskolci Állat és Kultúrpark (Vadaspark)				3	3,95%	7	9,21%
Lillafüred				20	26,32%	1	1,32%
Palotaszálló, Palotaszálló függőkertje és a vízesés, Hámori-tó,				16	21,05%	1	1,32%
Szent István-cseppkőbarlang				6	7,89%	6	7,89%
Lillafüredi Állami Erdei Kisvasút				2	2,63%	9	11,84%
Diósgyőri vár				4	5,26%	3	3,95%
Miskolc belváros nevezetességei				6	7,89%	19	25,00%
Összesen:				76		76	
Leggyakoribb:				20		28	

2. kérdőív (fő)				Változás	
Ajánlaná	Megoszlás(%)	Nem ajánlaná	Megoszlás(%)	Ajánlaná	Nem ajánlaná
39	33,33%	3	2,56%	9,65%	-0,07%
6	5,13%	25	21,37%	3,81%	-15,47%
8	6,84%	17	14,53%	2,89%	5,32%
20	17,09%	4	3,42%	-9,22%	2,10%
20	17,09%	5	4,27%	-3,96%	2,96%
6	5,13%	5	4,27%	-2,77%	-3,62%
6	5,13%	6	5,13%	2,50%	-6,71%
7	5,98%	4	3,42%	0,72%	-0,53%
5	4,27%	48	41,03%	-3,62%	16,03%
117		117			
39		48			

9. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Látványosságok ajánlása



10. táblázat. Kérdőív kiértékelése.

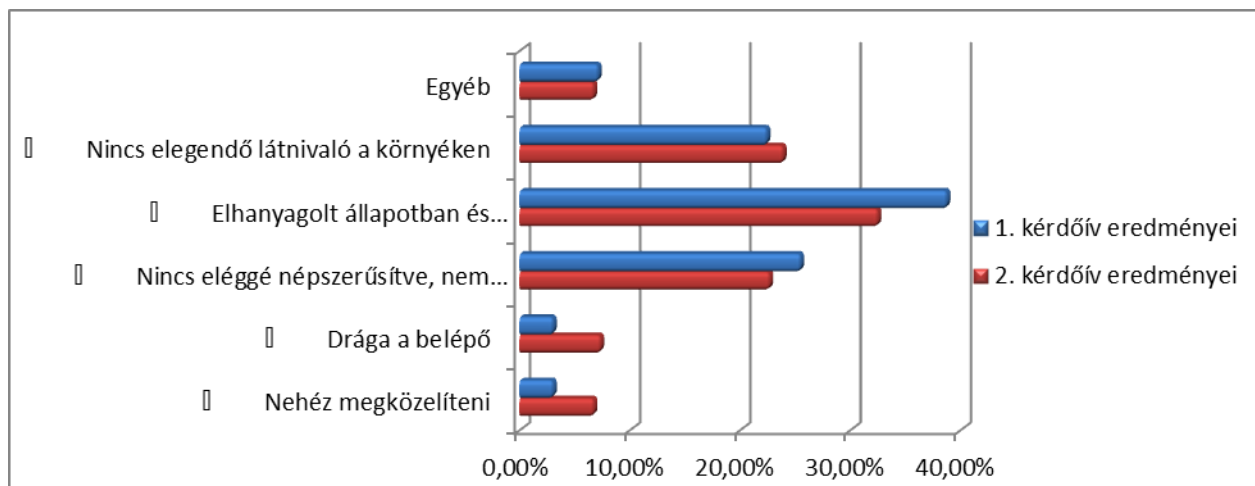


8. ábra. Kérdőív kiértékelése.

5. Indokolja döntését, válassza ki a megfelelő okokat:

		1. kérdőív (fő)	Megoszlás(%)	2. kérdőív (fő)	Megoszlás(%)
Nehéz megközelíteni		3	3,06%	11	6,75%
Drága a belépő		3	3,06%	12	7,36%
Nincs elég népszerűsítve, nem megfelelő a marketing		25	25,51%	37	22,70%
Elhanyagolt állapotban és környezetben van		38	38,78%	53	32,52%
Nincs elegendő látnivaló a környéken		22	22,45%	39	23,93%
Egyéb		7	7,14%	11	6,75%
	Összesen:	98		163	
	Leggyakoribb:	38		53	
	Legritkább:	3		11	

11. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Problémák felmerülése.



9. ábra. [Kérdőív kiértékelés] Problémák megoszlása.

6-7. A felsorolt programok közül válassza ki azt az egyet, amelyiken a legszívesebben részt venne? És amelyiket legkevésbé ajánlaná?

		1. kérdőív (fő)			
		Ajánlaná		Nem ajánlaná	
RocktoberFest		8	10,53%	25	12,82%
Miskolci Egyetemi Napok (MEN)		18	23,68%	17	8,72%
Miskolci Kocsonyafesztivál		22	28,95%	6	3,08%
Diósgyőri Várfesztivál		11	14,47%	12	6,15%
Miskolci Nemzetközi Operafesztivál		5	6,58%	9	4,62%
Borsodi Fonó Nemzetközi Folklórfesztivál		4	5,26%	29	14,87%
Dixieland Fesztivál		3	3,95%	29	14,87%
CineFest		2	2,63%	33	16,92%
Gyár Fesztivál		3	3,95%	35	17,95%
Összesen:		76		195	
Leggyakoribb		22		35	

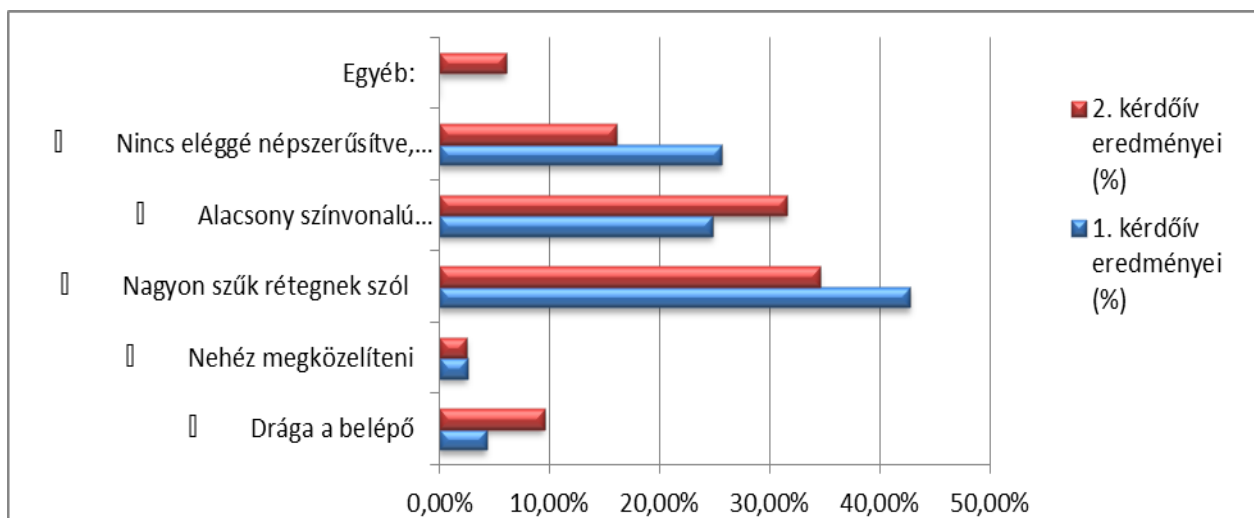
2. kérdőív (fő)					
Ajánlaná		Nem ajánlaná		Ajánlások változása	Nem ajánlások változása
9	7,69%	40	13,84%	-2,83%	1,02%
29	24,79%	19	6,57%	1,10%	-2,14%
39	33,33%	17	5,88%	4,39%	2,81%
15	12,82%	9	3,11%	-1,65%	-3,04%
7	5,98%	16	5,54%	-0,60%	0,92%
3	2,56%	47	16,26%	-2,70%	1,39%
8	6,84%	52	17,99%	2,89%	3,12%
7	5,98%	27	9,34%	3,35%	-7,58%
0	0,00%	62	21,45%	-3,95%	3,50%
117		289			
39		62			

12. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Programok megoszlása

8. kérdés: Indokolja választását, jelölje be a megfelelő okokat (max. 3):

			1. kérdőív (fő)	Megoszlás (%)	2. kérdőív (fő)	Megoszlás (%)
Drága a belépő			5	4,27%	19	9,50%
Nehéz megközelíteni			3	2,56%	5	2,50%
Nagyon szűk rétegnek szól			50	42,74%	69	34,50%
Alacsony színvonalú programok			29	24,79%	63	31,50%
Nincs eléggé népszerűsítve, érdeklődés hiánya			30	25,64%	32	16,00%
Egyéb:			0	0,00%	12	6,00%
	Összesen		117		200	
	Leggyakoribb		50		69	

13. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Programok lehetséges problémái.



10. ábra. [Kérdőív kiértékelés] Problémák megoszlása.

9. kérdés: Ön személy szerint ajánlaná-e Miskolcot turistáknak?

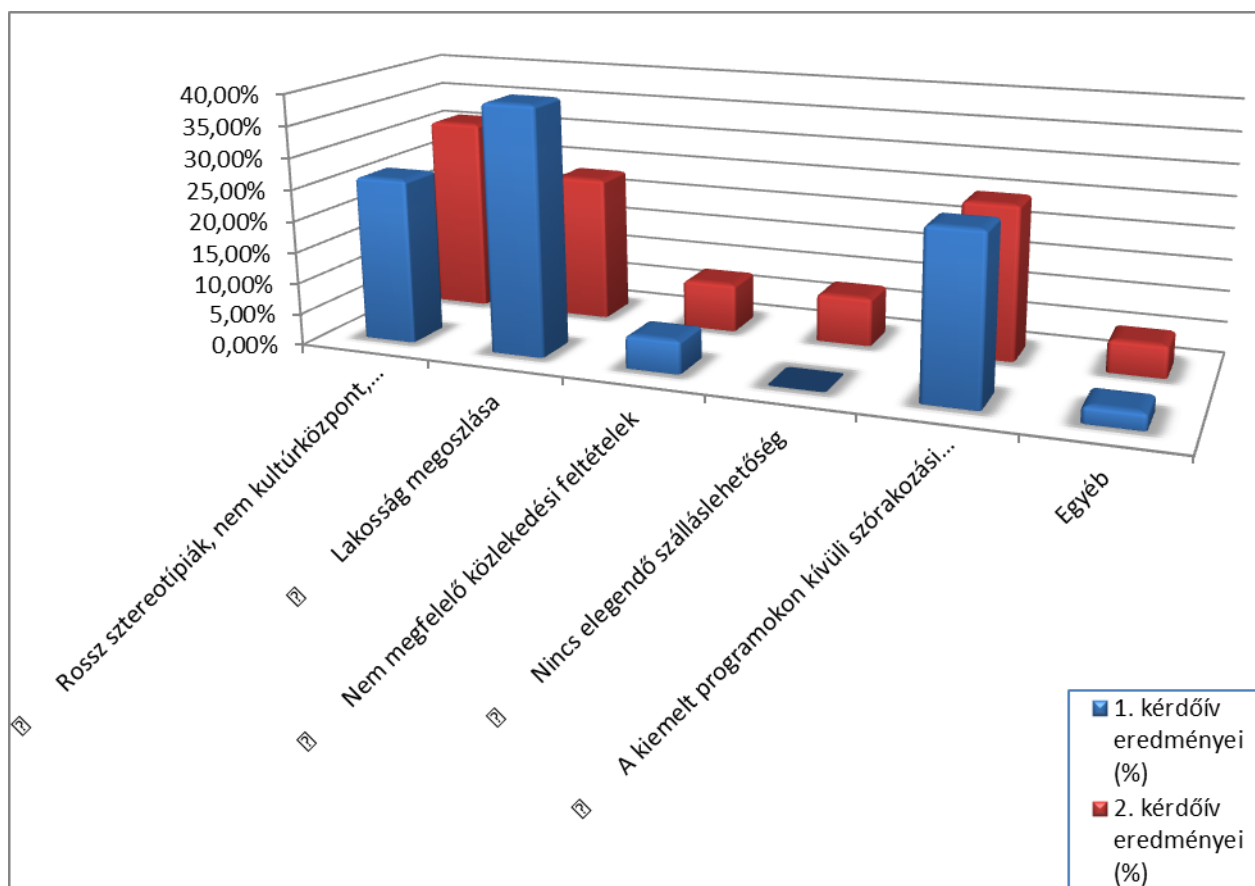
	1. kérdőív (fő)	Megoszlás(%)	2. kérdőív (fő)	Megoszlás(%)	Változás(%)
Igen	55	72,37%	77	65,81%	-6,56%
Nem	21	27,63%	40	34,19%	6,56%
Összesen	76		117		

14. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Lakossági vélemény.

10. kérdés: Amennyiben Ön nemleges választ adott, kérem indokolja, vagy válassza ki az alábbi lehetőségek közül:

		1. kérdőív (fő)	Megoszlás(%)	2. kérdőív (fő)	Megoszlás(%)	Változás (%)
Rossz sztereotípiák, nem kultúrközpont, hanem gyárváros.		10	26,32%	24	31,17%	4,85%
Lakosság megoszlása		15	39,47%	18	23,38%	-16,10%
Nem megfelelő közlekedési feltételek		2	5,26%	6	7,79%	2,53%
Nincs elegendő szálláslehetőség		0	0,00%	6	7,79%	7,79%
A kiemelt programokon kívüli szórakozási lehetőségek hiánya		10	26,32%	19	24,68%	-1,64%
Egyéb		1	2,63%	4	5,19%	2,56%
	Összesen:	38		77		
	Leggyakoribb:	15	2. válasz	24	1. válasz	

15. táblázat. [Kérdőív kiértékelés] Lakosság döntésének okai



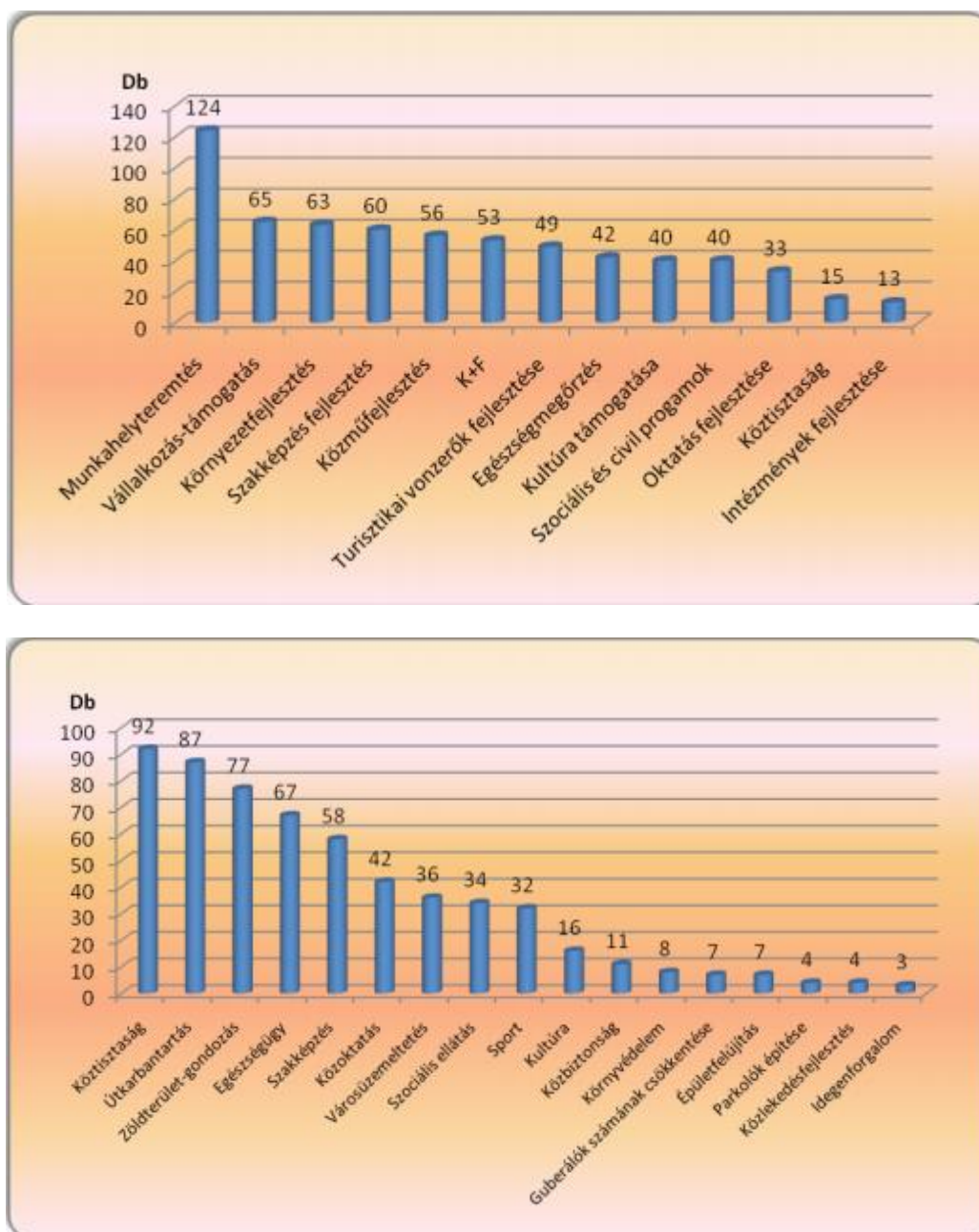
11. ábra. [Kérdőív kiértékelés] Döntések megoszlása.

A kérdőív megtalálható az interneten:

www.kerdoivem.hu/kerdoiv/517914626/ [2012]

www.kerdoivem.hu/kerdoiv/730047021/ [2014]

Az utolsó ábra pedig a miskolci városfejlesztési stratégia grafikonon ábrázolt megvalósítása.



12. ábra. Integrált városfejlesztési javaslat³⁴

³⁴ Forrás: Miskolc Megyei Jogú Város Integrált Városfejlesztési Stratégiájának jegyzetei, [2008].