



A Szászi Értékek jövője, az értékek ápolása, turisztikai hasznosításuk lehetőségei

2015. október 21.

Dr. Horváth Endre



Szászvár értékei

1. AGRÁR- ÉS ÉLELMISZERGAZDASÁG
2. EGÉSZSÉG ÉS ÉLETMÓD
3. ÉPÍTETT KÖRNYEZET
4. IPARI ÉS MŰSZAKI MEGOLDÁSOK
5. KULTURÁLIS ÖRÖKSÉG
6. SPORT, SZABADIDŐ
7. TERMÉSZETI KÖRNYEZET
8. TURIZMUS, VENDÉGLÁTÁS



Helyi márka építése

Füzéri látogatóközpont

Miért a turizmus?

- Gazdasági előnyök
 - Termelés növelése
 - Jövedelem emelkedése
- Társadalmi előnyök
 - Munkahelyek teremtése
 - Hagyományok megőrzése
- Környezeti előnyök
 - Helyi márka építése
 - Szállítás csökkentése

Mi a baj a stratégiával?

1. Nem kézzelfogható
2. Nem közösen készül
3. Nem minden érdeket mérlegel
4. Nincs forrása
5. Nincs felelősségvállalás
6. Nincs elérhető távolságon belül
7. Nem ismert



K4 1000m

Kammerer Zoltán, Kulifai Tamás, Tóth Dávid, Pauman Dániel

Kinek a stratégiája?

- Nem a külső tanácsadóé
- Nem az önkormányzaté
- Nem a nagyvállalkozóké
- Nem a kisvállalkozóké
- Nem a lakosságé
- Nem a látogatóké

Mégis kié?

Mi legyen az eredmény?

- Közös terv
- Az érintettek bevonása
- Azonosulás
- Versenyelőny
- Intézkedési terv

Elkötelezettség = Fönntarthatóság



Indián

Egyedi adottságok

... mi bennünk a különleges?

Hogyan csináljuk?

- Közös műhelymunka
- Csoportdinamika (8-12 fő)
- Tréningtechnikák
- Kreatív technikák (szinektika)
- 2 nap teljes elszigeteltség

A közös munka hatása és kimenete egy évre szól, a hosszú távú eredményességhez évente ismétlendő.

Ki kell hozzá?

- 8-12 érintett személy
 - Önkormányzat
 - Vállalkozók
 - Szolgáltatók
 - Lakosság
 - Látogatók
 - ...

Mi tartozik bele?

1. Helyzetértékelés
2. Célkitűzés
3. Versenyelemzés
4. Éves akcióterv

Egyetértés elérése: hol tartunk,
hová jussunk el, mi bennünk a
különleges, mit tegyünk most?



Via Sancti
Martini
A Magyarországi Evangélikus Egyház Szeged-Csanádi Egyházközsége

Tematikus utak

Szt. Márton útja

1. Hol tartunk?

- Mi a legsürgősebb teendő?
- Mi a legfontosabb számunkra?
- Kiket vonjunk be?

Meghatározzuk a fontos ügyeket, a közös értékeket és az érintettek körét.

2. Hová jussunk el?

- Mik az érdekeink?
- Miben vagyunk jobbak másoknál?
- Hogyan tudjuk ezt megfogalmazni?

Feltárjuk a bennünk rejlő
mozgatórugókat, egyediségünket,
jövőképünket, küldetésünket.

3. Mi bennünk a különleges?

- Kihez mérjük magunkat?
- Miben mérjük a sikert?
- Hol van a kitörési pont?

Elemezzük a versenyhelyzetet,
számszerűsítjük, és
meghatározzuk erősségeinket és
lehetőségeinket.

4. Mit tegyünk most?

- Miben vagyunk lemaradva?
- Kit bízunk meg vele és mikorra?
- Hogy kerüljük el a buktatókat?

Kemény célokat tűzünk ki, elosztjuk a feladatokat és elemezzük a kockázatokat.



Városlogó jelmonddal

Mitől fog ez működni?

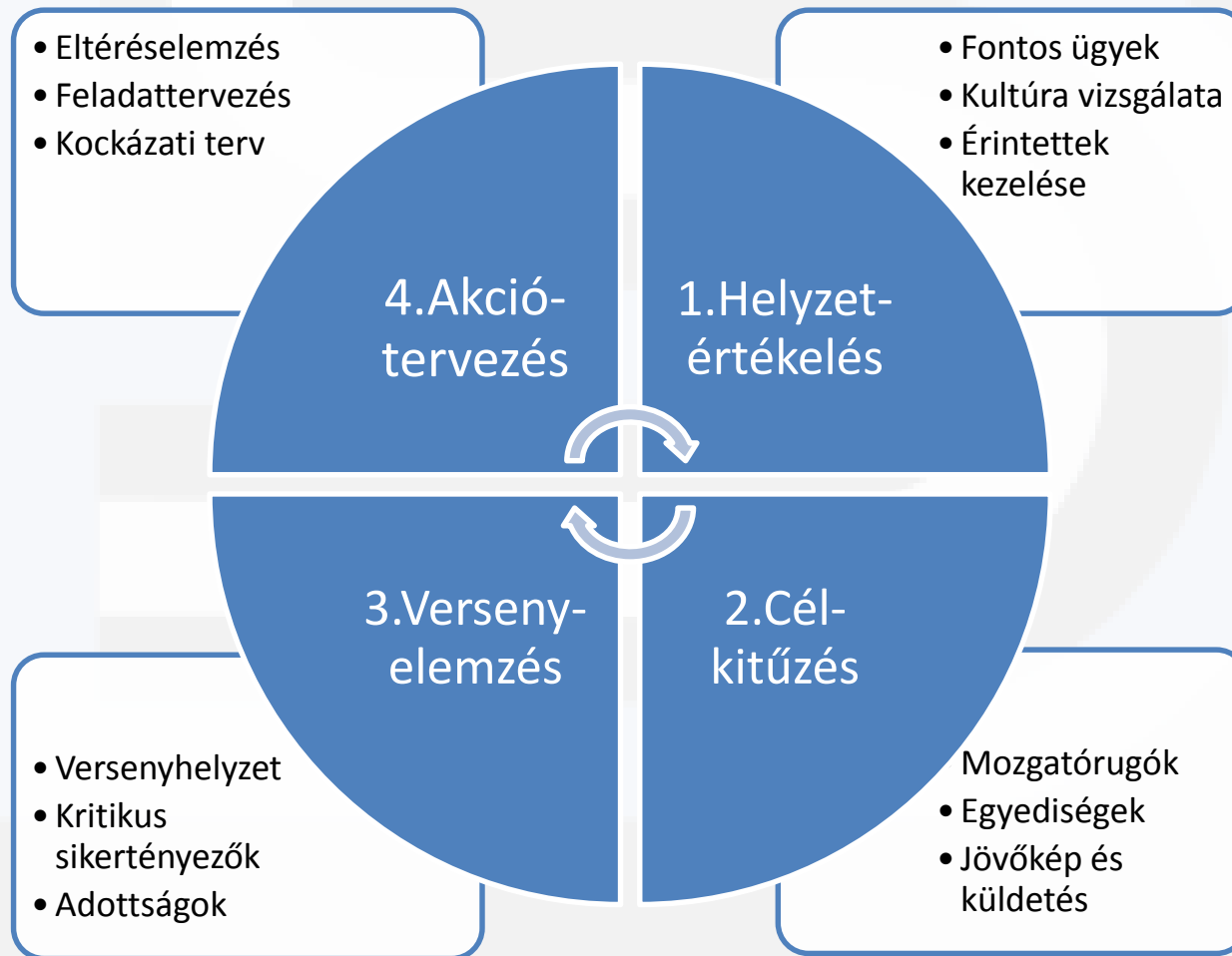
- Egyediség (D)
- Költségelőny (C)
- Fókusz (F)

A sikeres turizmus-stratégia alapja a valóságos helyzet értékelése alapján közösen kialakított helyi márka, mely a saját erőforrásokra alapul és meghatározott látogatói szegmensre irányul.

Versenysztratégia

- Helyi termék: méz, sajt, bor, szóda F, C
- Strand F, C
- Vár D, F
- Régi malmok F,C
- Bútorkészítés D, C
- Szászvár Bánya D, F
- Mocorgók Egyesület F, C
- Bükk a Csiszár tetőn D, F
- Szászvár Pokla D, C

Tervezési szakaszok/lépések



Hogyan működik valójában?

- Válassz egy partnert
- Válasszatok mindketten egy-egy értéket
- Írd le egy mondatban, miért különleges az
- Hasonlítsátok össze a válaszokat
- Egyeztetek meg egy-egy közös válaszban
- Most ketten válasszatok egy másik párt
- Szülessen 1-4 közös válasz
- Ismétlés 8 fős csoportokban

<i>Stratégiaalkotási szakaszok (I–IV.)</i>	<i>Stratégiatervezési lépések (1–12.)</i>	<i>Megközelítés</i>	
		<i>régi (1990–2010)</i>	<i>új (2010–2030)</i>
I. Helyzetértékelés	1. fontos ügyek 2. közös értékek 3. érintettek	magánérdek nemzetközi politika koalíciók	közérdek nemzeti politika együttműködők
II. Célkitűzés	4. mozgatórugók 5. egyediség 6. jövőkép és küldetés	haszon költségelőny túlélés	növekedés helyi adottságok élhetőség
III. Versenyelemzés	7. versenyelőny 8. sikertényezők 9. adottságok	kiszolgálás trendkövetés lehetőség/veszély	megkülönböztetés iránykijelölés erősség/gyengeség
IV. Akciótervezés	10. eltéréselemzés 11. feladattervezés 12. kockázatelemzés	előrevetítés taktikai programok eseti kezelés	előrelátás stratégiai programok átfogó kezelés

Polgári Szemle, 2010. augusztus – 6. évfolyam 4. szám

Forrás: Stratégiatervezés a gazdaságfejlesztés szolgálatában

Kapcsolat

Dr. Horváth Endre

főiskolai docens www.gdf.hu

ügyvezető partner www.budasys.com

További információ:

www.budasys.com/stratégia

endre@budasys.com

www.facebook.com/budasys