

Turisztikai kutatások az Észak-alföldi régióban, 2001–2010

Szerzők: Kóródi Márta¹ – László Éva² – Dudás Péter³

Egy turisztikai régió kínálatának sokszínűsége egyszerre jelenthet előnyt és hátrányt a turisztikai teljesítményt szám-
szerűsíteni, az okokat feltárni szándékozó kutatóknak. Előny az alkalmazható kvalitatív és kvantitatív módszerek
sokasága, hátrány a sokféleség miatt az eredmények összesítése, illetve összehasonlíthatóvá tételének nehézsége.
Az Észak-alföldi turisztikai régió esetében mindezekhez társult a térséget jellemző fejlettségi-fejlődési megosztott-
ság, a vidékies területek nagy aránya, a fejlett, városias területek alacsony és néhány kistérségre koncentrálódó
hányada. Ez az összetettség tükröződik a régió elmúlt tíz évének kutatásairól készített összefoglaló tanulmányon
is, ami – a teljesség igénye nélkül – néhány, a régió turisztikai teljesítményének jellemzésére alkalmas módszer-
tani eljárást mutat be az eredmények értelmezésével és a további hasznosíthatóságuk kiemelésével. A kutatások
következtetései a régió turisztikai értékeinek hatékonyabb piacra vitelét, a regionális marketing igazgatóság további
piacfejlesztő munkájának szükségességét támasztják alá.

Kulcsszavak: Észak-alföldi régió, turisztikai teljesítmény, kutatásmódszertan, faktoranalízis, klaszteranalízis, vidéki turizmus fejlesztése.

1. Bevezetés

Sajátos helyzet elé állította a turisztikai kutatással foglalkozó, főként a felsőoktatási intézményekhez kötődő tudományos műhelyeket, kutatócsoportokat, egyéni kutatókat az Észak-alföldi turisztikai régió területi lehatárolása, a

statisztikai régióértelmezéstől való eltérése a Tisza-tó önálló turisztikai régióvá válása miatt. A fizikailag kettészakadt régió turizmusát nem egyszerű menedzselni, mert alapjában véve alföldi, de jellegében, vonzerőiben és a turisztikai hagyományait tekintve is nagyon eltérő a három megye. A régió kitaró kutatóinak próbálkozásai nyomon követhetők az elmúlt évtizedben, ha nem is a teljes régiót átfogó vizsgálatokon keresztül, de számos kistérségi vagy megyei szintű adatfelvételt követő elemző munkában, amelyek stratégiákat alapoztak meg, fejlesztési koncepciókat támasztottak alá, vagy egy-egy tudományos értekezéshez kapcsolódtak. A sajátos helyzet a módszertan sokrétűségét is eredményezte. A szekunder kutatásokhoz alapos

¹ Főiskolai tanár, Szolnoki Főiskola, e-mail: korodi@szolf.hu.

² Főiskolai docens, Szolnoki Főiskola, e-mail: laszlo@szolf.hu.

³ Főiskolai docens, Szolnoki Főiskola, e-mail: dudas@szolf.hu.

adatválogatás szükséges a területi lehatárolás miatt. A primer kutatások az adottságok és a turisztikai termékek változatossága miatt szerteágazóak, jellemzően statikus, helyzetfeltáró jellegűek, de néhány területen végeztek dinamikus elemzéseket is. Jelen tanulmány az elmúlt tíz év kutatásainak módszereibe és eredményeibe ad betekintést.

2. A kutatások összegzése

2.1. KUTATÁSOK ÉS KUTATÓK

A régiós kutatások négypólusúak voltak, a regionális marketing igazgatóság (RMI) önálló elemzéseit egészítették

ki a régióban turisztikai képzéssel foglalkozó felsőoktatási intézmények, a Szolnoki Főiskola, a Nyíregyházi Főiskola, majd a Debreceni Egyetem szakmai tanszékeinek, intézeteinek vizsgálatai. A kutatások adatbázisát időrendbe gyűjtve, vonatkozási terület, téma, módszer, eredmény, hasznosítás és résztvevők alapján jellemezve az 1. táblázat tartalmazza.

A kutatások első csoportját a stratégiakészítést megalapozó elemzések alkotják. A 2003–2006. évekre szóló régiós Turizmusfejlesztési Koncepció és Stratégiai Program elkészítése az uniós tervekészítés régiós „prototípusa” volt. A bázis szemléletű tervezésről át kellett térni az adottságokon és a piaci lehetőségeken alapuló

1. táblázat

Jelentősebb kutatások az Észak-alföldi régióban, 2002-2009

A kutatás						
időszaka	vonatkozási területe	témája	módszere	eredménye	hasznosítása	résztvevői
2002	Magyarország vidékies kistérségei	a turizmus megjelenési formái és fejlesztési lehetőségei	szekunder kutatás, főkomponens analízis, kiegészítve primer mérésekkel	tanulmány, fejlődési-fejlesztési kategóriák és módszerek	fejlesztési tervek készítésénél	Szolnoki Főiskola
2003	Szolnok	gasztrofesztiválok látogatóinak motivációi	primer, standardizált kérdőív, szóbeli lekérdezés	tanulmány és prezentáció	a további rendezvények előkészítését segíti	Expo stúdió, Szolnoki Főiskola
2004	Jász-Nagykunszolnok megye	megyei strand- és termálfürdők látogatóinak elégedettségmérése	kérdőíves primer kutatás	kutatási jelentések az egyes fürdőkre vonatkozóan	fürdővezetők által hasznosítva	JNSZM Termál- és Gyógytur. Egyesület, Szolnoki Főiskola
2005	Szolnok	gasztrofesztiválok látogatóinak motivációi	primer, standardizált kérdőív, szóbeli lekérdezés	tanulmány és prezentáció	a további rendezvények előkészítését segíti	Expo stúdió, Szolnoki Főiskola
2006	Észak-Alföld	Az Észak-alföldi régió tur. fejleszt. stratégiáját (2007–2013) megalapozó szekunder kutatás	szekunder kutatás (területi és szolgáltatói statisztikák)	helyzetelemzés a stratégiakialakításhoz	ÉAR turizmusfejlesztési stratégiájának megalapozása	SZF, DE TTK, DE AVK, NYF, Compudoc Kkt., ÉARMI
2007	Jász-Nagykunszolnok megye	JNSZM turisztikai stratégiát (2007–2013) megalapozó primer kutatás	kérdőíves primer kutatás	kutatási jelentés a megyére és Szolnok városra vonatkozóan	JNSZ megye turizmusfejlesztési stratégiájának megalapozása	JNSZM Önkorm. Szolnoki Főiskola Tiszainform
	Szolnok	gasztrofesztiválok látogatóinak motivációi	primer, standardizált kérdőív, szóbeli lekérdezés	tanulmány és prezentáció	a további rendezvények előkészítését segíti	Expo stúdió, Szolnoki Főiskola
2008	Jász-Nagykunszolnok megye	a kistérségi turisztikai potenciál és teljesítmény összefüggése	szekunder kutatás	tanulmány publikálása	megyei fejlesztéseket alapoz meg	Szolnoki Főiskola
2009	Szolnok	gasztrofesztiválok látogatóinak motivációi	primer, standardizált kérdőív, szóbeli lekérdezés	tanulmány és prezentáció	a további rendezvények előkészítését segíti	Expo stúdió, Szolnoki Főiskola
	Észak-Alföld	a kistérségi turisztikai potenciál és teljesítmény összefüggése	szekunder kutatás	tanulmány publikálása	kistérségi fejlesztéseket alapoz	Szolnoki Főiskola

Forrás: saját szerkesztés

tervezésre. Az ezt előkészítő kutatások alapvetően szekunder információk összegyűjtését és elemzését foglalták magukba, alkalmazva az uniós módszertant. Az Észak-alföldi régió turizmusfejlesztési stratégiáját (2007–2013) megalapozó, a helyzetelemzést szolgáló szekunder kutatás területi és szolgáltatói statisztikák alapján a Szolnoki Főiskola, a Debreceni Egyetem, a Nyíregyházi Főiskola, a Compudoc Kkt. és az Észak-alföldi RMI közreműködésével készült.

A másik jellemző kutatási témacsoport a települési, térségi, megyei, régiós pozicionálást érintette, jellemzően szekunder információkból a hasonlóságot, összetartozást, illetve az eltéréseket, különbözőségeket keresve a térségek adatai alapján, a követhető gyakorlat beazonosítását tűzve ki célként. Az elemzéseket egyéni kutatásként végezték, jobbra doktori értekezések részeként láttak napvilágot.

A harmadik jellemző kutatási témacsoportnak a termékorientált kutatások tekinthetők. Három, a régióban hangsúlyos területre vonatkoztak a vizsgálatok: az egészségturizmusra, a gasztrofesztiválokra és a vidéki turizmusra. Az egészségturizmus jelentőségének növekedése a kutatásokban is megjelent. 2004-ben a Jász-Nagykun-Szolnok megyei Termál- és Gyógyturizmus Egyesület a megyei strand- és termálfürdők látogatóinak elégedettségét mérte, dolgoztatta fel és értékelte a Szolnoki Főiskola munkacsoportjával. Az összesített javaslatokon kívül az egyes fürdőkre vonatkozóan önálló kutatási jelentések készültek, amelyeket a fürdővezetők hasznosítottak (például Cserkeszőlő, Berekfürdő).

A régió gasztroturisztikai kínálatában számos fesztivál szerepel. A gasztrónómiai fesztiválon részt vevők motívációit vizsgálta egy kétévenként visszatérő, a Szolnoki Gulyásfesztivál látogatóit érintő felmérés, amely 2005 óta többek között az indítékok, a fogyasztói szokások változására vonatkozóan enged következtetéseket levonni.

A régió kistérségeinek többsége a vidékies területek közé tartozik. A vidéki turizmus szerepének értékeléséhez több kutatás is kapcsolódott 1999-től kezdve.

Könyves Erika Jász-Nagykun-Szolnok megye kistérségeit, részletesen a kunhegyesi falusi turizmust vizsgálta, Kóródi Márta az ország vidékies kistérségeit, részletesen a „Nyitott porták, műhelyek...” programban részt vevő programgazdák szerepét kutatta, Dudás Péter az Észak-alföldi régió vidékies kistérségeinek problémáit tárta fel. A legfrissebb eredményeket „A vidékfejlesztés és a vidéki turizmus összefüggései az Észak-alföldi régióban” címmel László Éva kutatása szolgáltatja, amelyben részletesen elemzi a Jászság önkormányzatainak turizmusfejlesztési tevékenységét is. A régió kutatóhelyeinek integrációja azonban még nem valósult meg.

2.2. A STRATÉGIAKÉSZÍTÉST MEGALAPOZÓ KUTATÁSOK MÓDSZEREI ÉS EREDMÉNYEI

Az Észak-alföldi régió turizmusfejlesztési stratégiája (2007–2013) a régiót a dinamizmussal azonosítja. Mind a turisztikai kínálat, mind a kereslet esetében az egyes tényezők fejlődésének mértékében és ütemében a helyzetelemzésnél és a célmeghatározásnál is jól tetten érhető a dinamikuság. A stratégiát előkészítő elemzések során ismételtelen beigazolódott, hogy a gazdaság fejlődési ütemének elégtelen volta általában nem gátja a turizmus fejlődésének, de az eltérő fejlettség és fejlődés különböző fejlesztési módszereket igényel. A két, nem vidékies kistérségtől (Debreceni, Nyíregyházi) eltekintve a gazdasági és turisztikai potenciált jellemző mutatók (az egy lakosra jutó személyijjvedelemadó-befizetés, az 1000 állandó lakosra jutó szállásférőhelyek száma) és a turizmus teljesítményére utaló mutató (a turisták által eltöltött vendégéjszakák száma 1000 állandó lakosra vetítve) alapján a kistérségeket a 2. táblázatban látható csoportokba lehetett osztani, amely azon kívül, hogy helyzetmeghatározó jellegű, kijelölt számokra egyfajta fejlődési-fejlesztési irányt. Azonban a turisták úti céljuk kiválasztásakor sokkal inkább a desztináció turisztikai kínálatát, a vonzerőket veszik alapul, mintsem a esztináció gazdasági fejlettségére koncentrálnának.

2. táblázat

Az Észak-alföldi turisztikai régió kistérségeinek csoportjai a gazdaság és a turizmus összefüggései alapján

Csoportok közös jellemzői	A csoportba tartozó kistérségek	
	neve	száma
1. Mutatók többsége átlag feletti: Vezetők	Balmazújvárosi, Hajdúszoboszlói, Kunszentmártoni, Tiszavasvári, Vásárosnaményi	5
2. Átlag alatti statikus, átlag feletti dinamikus mutatók: Felzárkózók	Baktalórántházai, Hajdúböszörményi, Kisvárdai, Mezőtúri, Püspökladányi	5
3. A mutatók többsége átlag alatti: Kényelmeselek	Szolnoki, Jászberényi, Polgári	3
4. Turizmus dinamikus átlag feletti: Fejlődők	Mátészalkai, Nyírbátori, Törökszentmiklósi	3
5. Gazdasági dinamika átlag felett, turizmus átlag alatt: Lemaradók	Berettyóújfalui, Csengeri, Derecske-Létavértesi, Nagykállói, Fehérgyarmati, Hajdúhadházi, Ibrány-Nagyhalászi	7

Forrás: László É. 2009

A kutatás eredménye egyértelműen a vonzerőfejlesztés elsődlegességét támasztja alá.

A dinamizmus mellett a fenntarthatóság kérdése különösen fontos az olyan régiók esetében, ahol az egyedi természeti értékek országos és nemzetközi jelentőséggel bírnak. Az élővilág olyan egyedi sajátosságokkal jellemezhető a régió bizonyos területein, hogy annak megőrzése még a gazdasági szükségességet is felülírja.

A fenntarthatóság, a turizmus környezetre gyakorolt hatásának mérésére kevés olyan mutatószám áll rendelkezésre, amelynek alapján biztonsággal állíthatnánk, hogy a természeti értékek károsodása nélkül jelenik meg a turistaforgalom a vidéki területeken. A TPI (turisztikai fenntarthatósági index) a gazdasági, társadalmi és környezeti hatások számszerűsítésére alkalmas; három adat egyszerű számtani átlaga: a gazdasági hatást jelző, a turisták költségét kifejező adatnak, a környezeti hatást jelző, adott területre jutó szállodai szobaszámnak vagy vendégéjszakának, valamint a társadalmi hatást jelző 1000 lakosra jutó turistaszámnak. A mutató abszolút értékének nincs valós jelentése, viszont az egyes térségek összehasonlítására alkalmas.

A kistérségekre vonatkozóan rendelkezésre álló adatok korlátai miatt a fenti mutató a kistérségi vendégéjszakák számának és a kistérségek területének hányadosaként határozható meg. A fenntarthatóság szempontjából az alacsonyabb értékű adat tekinthető kedvezőbbnek. Az 1. ábrán látható eredmények alapján megállapítható, hogy az Észak-alföldi turisztikai régió kistérségeiben megjelenő turizmus eltérő mértékben

érinti a környezetet. A legnagyobb leterhelést a Hajdúszoboszlói kistérség értékei mutatják.

A stratégia kommunikációs fejezetének elkészítéséhez a régió ismertségére vonatkozó információkra van szükség. Régiós kistájakra vonatkozóan készült egy 324 fős kutatás, standard kérdőíves, szóbeli személyes megkérdezéssel, amelyben a mintasokaság lakóhely és életkor szerint reprezentálja a felnőtt magyar lakosságot. A kutatás eredményei iránymutatást adhatnak a marketingkommunikációs intézkedésekhez. A kapott értékek gyenge (Bihar, Bereg, Szatmár, Sárrét) és erős-közepes (Jászság, Hajdúság, Tiszasziget) ismertséget jeleznek az ötfokozatú skálán. A kistájak ismertsége eltérő mértékű és eloszlású, ismertségük fokát mutatja a 2. ábra.

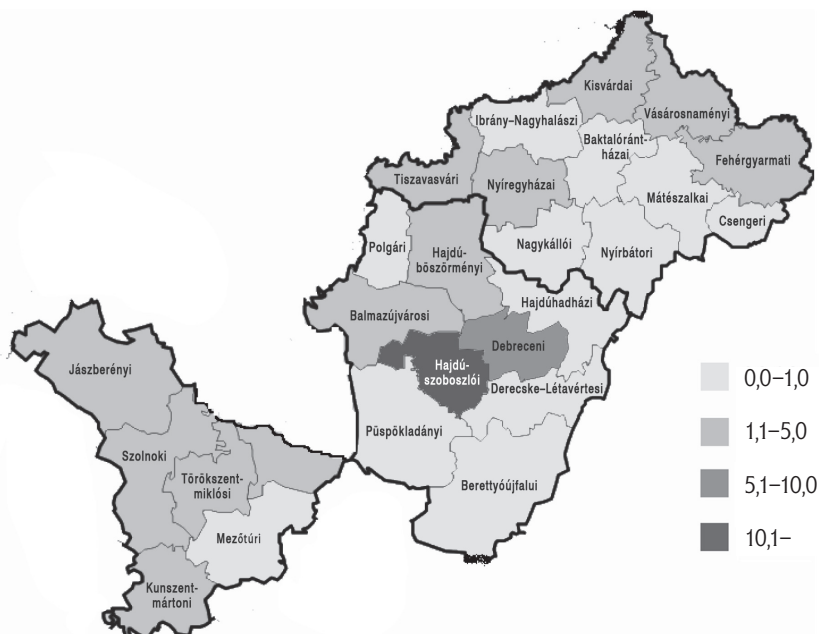
Megállapítható, hogy a válaszadók legalább 15%-a a tájak többségéről nem is hallott. A Jászságról és a Hajdúságról állítják a legkevesebbet, hogy nem ismerik, de a Jászság nagy arányban szerepel a tökéletesen ismert térségek között is. Azon kistájoknak, amelyek ismertsége nagyon alacsony, turisztikai fejlesztésekben csak úgy érdemes gondolkodni, ha azt összekapcsolják egy ismertséget növelő kampánnyal.

2.3. A PIACI POZÍCIÓ MEGHATÁROZÁSÁNAK MÓDSZEREI ÉS EREDMÉNYEI

A fejlesztési irányok további meghatározásához a kistérségek turizmusának pozicionálása szükséges, amelyet több módszer alapján lehet elvégezni. A kvantitatív kutatás 2003 és 2005 között az előző vizsgálatban használt

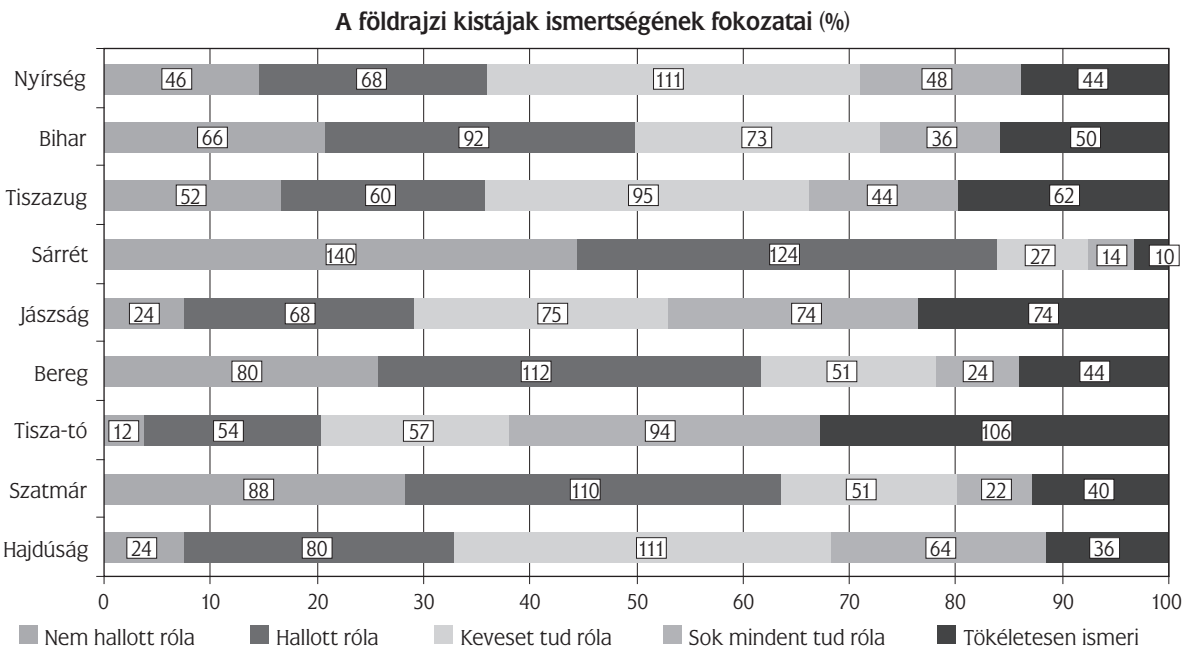
1. ábra

A TPI értékei az Észak-alföldi régió kistérségeiben



Forrás: László É. 2009

2. ábra



Forrás: László É. 2009

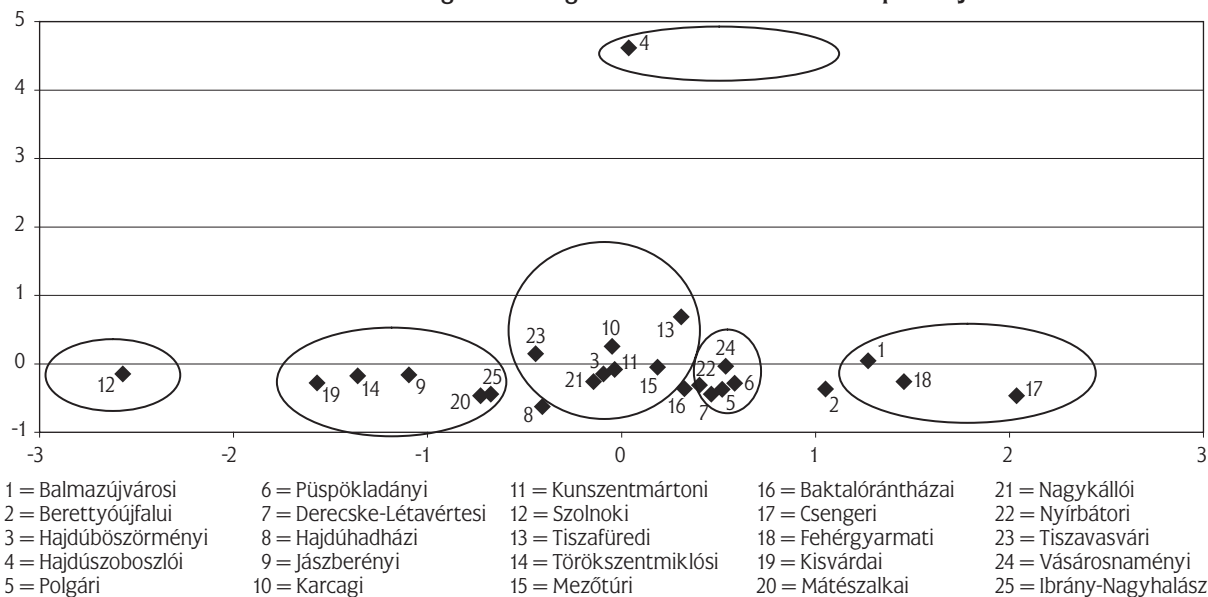
mutatóknak az idő függvényében végbement együttes változását vizsgálta diszkriminancia-analízissel. A módszer az adott változóhalmazból kiválasztja azokat a változókat, amelyek bizonyos csoportokat a lehető legjobban elkülönítenek egymástól. A stratégiakészítés szempontjából első lépésként az idő által meghatározott két csoportba tartozás került elemzésre, majd a csoportokba nem tartozó hét, illetve nyolc kistérség külön vizsgálata következett, így négy alapvető fejlesztési-fejlesztési irány került megkülönböztetésre. A 2003-ban már magasabb fejlettségi szintről induló, és így a 2005-ös átlaghoz közelebb álló kistérségek a régió turisztikailag fejlettebb kistérségeinek tekinthetők (Berettyóújfalui, Hajdúböszörményi, Hajdúszoboszlói, Mátészalkai, Mezőtúri, Polgári, Püspökladányi, Török-szentmiklósi). Ugyanakkor 2005-ben hét kistérség nem érte el az átlagot, és inkább a 2003-as átlaghoz álltak közelebb. Az egyik ok lehet az átlagos vagy magasabb szintről induló alacsonyabb ütemű fejlődés, vagy az alacsony szintről induló és átlag alatti ütemű fejlődés. Ilyen jelenséget mutat a Baktalórántházai, Balmazújvárosi, Csengeri, Ibrány-Nagyhalászi, Nagykállói kistérség. Számukra nem a turizmus jelenti majd a kitörési pontot, nem található olyan vonzerő és fogadóképesség, amely megalapozná a turisztikai fejlesztést. A harmadik kategória a dinamikus fejlődő kistérségek csoportja, jellemzőjük, hogy nagyon alacsony szintről indultak, átlagos vagy átlagosnál nagyobb fejlődést mutatnak, ami még így is a 2003-as átlaghoz áll közelebb (Fehérgyarmati). A fejlődés üteme a turisztikai fejlesztések sikerességét vetíti előre.

A kutatás eredményeiből és a kistérségek jellemzőiből a régió három megyéjének turisztikai pozíciójára is lehet következtetni. Hajdú-Bihar mind a fejlettség mértéke, mind a fejlődés üteme tekintetében vezető pozíciót foglal el, fejlettebb kistérségei mutatják a legnagyobb fejlődést a vizsgált területek között. Ugyanakkor itt található két olyan kistérség is, ahol a turizmusnak egyáltalán nincs hagyománya.

Jász-Nagykun-Szolnok megye vidékies kistérségeinek teljesítménye és pozíciója átlagos, a fejlődés négy kistérség esetében egyenletes, míg az ötödik a klasszikus „kitörő” kistérségnek nevezhető, kiemelkedő növekedési mértékkel.

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye kistérségeiben egyértelmű a fejlődés, ennek az üteme és a fejlettség szintje azonban gyenge pozíciót jelentett az összehasonlításban. Az okok a távolságban, a rövid tartózkodási időben, az unikális választékelemek hiányában keresendők. A 2007-ben lezárult kutatás megállapítása szerint ezek növelése és a marketingkommunikáció jelenthetné a fejlődés felgyorsulásának feltételét. Azóta az egyedi kínálati elemek fejlesztése és a kommunikáció jelentősen javította a megye pozícióját.

A kistérségek pozicionálása, fejlesztési irányaik alátámasztása újabb módszerek alkalmazására serkentették a kutatókat. A nagyszámú befolyásoló tényező hatását többváltozós eljárásokkal (főkomponens-analízis, faktoranalízis, klaszteranalízis) elemezték. A vizsgálatok eredményeként a régió turizmusát befolyásoló tényezők közül két faktorba tömörültek a vidékiséggel, illetve a vendégfogadással közvetlenül

Az Észak-alföldi régió kistérségeiből létrehozott klaszterek pozíciója


Forrás: László É. 2009

kapcsolatos tényezők. Eszerint pozicionálva a kistérségeket a 3. ábrán kirajzolódó csoportok jöttek létre.

A diagram függőleges tengelyéhez viszonyítva a kistérségek egy szinten helyezkednek el, az értékek közötti szórás nem nagy, kivéve a Hajdúszoboszlói kistérséget, amelynek pozíciója meghatározó. A vízszintes tengely mentén már szóródnak a kistérségek, megállapítható, hogy a köztük lévő különbség elsősorban a vidékiséget mutató jellemzőkben van jelen.

A klaszterek jellemzői és kistérségei:

1. a „legvidékibb” klaszter: Balmazújvárosi, Berettyóújfalui, Csengeri, Fehérgyarmati kistérség,
2. a „fejlődő Kisvárosok” klasztere: Ibrány-Nagyhalászi, Jászberényi, Kisvárdai, Törökszentmiklósi, Mátészalkai kistérség,
3. az „arányosak” klasztere: Baktalórántházai, Derecske-Létavértesi, Mezőtúri, Nyírbátori, Polgári, Püspökladányi, Vásárosnaményi kistérség,
4. a „gyógy- és termálvizek” klasztere: Hajdúszoboszlói kistérség,
5. az „esélyesek” klasztere: Hajdúböszörményi, Hajdúhadházi, Kunszentmártoni, Nagykállói, Tiszavasvári kistérség,
6. a „nagyvárosi központú” klaszter: Szolnoki kistérség.

2.4. A TERMÉKORIENTÁLT KUTATÁSOK MÓDSZEREI ÉS EREDMÉNYEI

A termékorientált kutatások tipikus módszere a primer adatfelvétel volt. A 2009-es kutatás néhány, fejlesztési

szempontból tanulságos és figyelembe veendő sajátosságot tárt fel a lakossági attitűdre vonatkozóan.

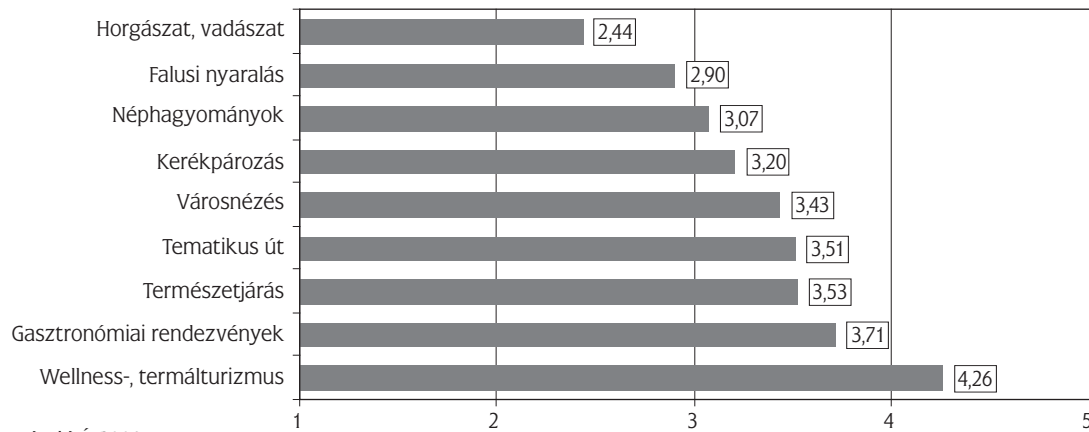
A vidéki turisztikai szolgáltatók a vidéki turizmussal szembeni pozitív attitűddel találkoznak, tehát azokkal az emberekkel, akik számára a vidéken történő pihenés egyik vagy másik formája preferált. Az emberek más csoportjai azonban a vidéki pihenést nem választják annak esetleges hátrányos jellemzői miatt. A megkérdezés arra irányult, hogy a vidéki turizmus egyes formái és tevékenységei mennyire vonzóak az emberek számára (4. ábra).

A válaszadók a vidéki turizmus egyes formáiban való részvételt közel azonos mértékben tartják vonzóknak. Kiugróan vonzó a wellness-, illetve a termálfürdőben való pihenés. A néphagyományok megismerését és a horgászatot, vadászatot való részvételt kedvelők aránya közel azonos, alig több mint 20%-os mértékben találják az átlagosnál vonzóbbnak ezt a szabadidő eltöltési formát. A falusi turizmus különböző formáinak vonzerejét vizsgálva a legtöbb válaszadó a horgászat után a falusi nyaralásra mondta azt, hogy nem vonzó számára. A falusi nyaralást átlag alatti mértékben preferálják a 18–25 évesek és a 36–45 év közöttiek, jelentősen átlag felett pedig a 26–35 évesek. A kerékpározás kedveltsége átlag feletti a 26–45 év közötti megkérdezettek körében. Meglepő a gasztronómiai rendezvények kedveltségének életkor szerinti megítélése, ezek iránt jelentősen átlag feletti a fiatalabb korosztály érdeklődése.

A gasztrrofesztiválok résztvevőinek motivációjáról készített felmérések is igazolták az előbbi eredményeket, alátámasztva az élményalapú utazási döntések előtérbe kerülését.

4. ábra

A vidéki turizmus formákhoz kapcsolódó tevékenységek vonzereje, 2009
(öt fokozatú egyetértési skálán, 1=egyáltalán nem ért egyet, 5=teljesen egyetért, a válaszadók körében)



Forrás: László É. 2009

3. Összegzés

A kiemelt kutatások mozaikszerűen adnak képet a régió turizmusáról, egyes területeken visszatérő elemzéseket is végeztek, de számos terület kutatása még fehér foltot képez. A turizmusfejlesztés kistérségi léptéke a vidékiség miatt egyértelmű a régió nagy részén, iránya a csoportosításokból következtethető (új szegmensek megnyerése, a választék diverzifikálása, termékfejlesztés, attrakciómenedzsment, térségmárkázás, kommunikáció).

A kiemelt kutatásokon túl nagy tapasztalatra tettek szert a Nyíregyházi Főiskola turizmussal foglalkozó kutatói a falusi turizmushoz és a határokon átnyúló fejlesztések előkészítéséhez kapcsolódó kutatásokban, a Debreceni Egyetem turisztikai kutatói a pályázatokhoz kapcsolódó kutatásokban, a Szolnoki Főiskola turisztikai kutatói pedig a kutatási módszerek alkalmazásának kipróbálása területén. A jövőben a régióra vonatkozó kutatások szétaprózottsága a kutatásokat végző intézmények hatékonyabb együttműködésével mérsékelhető lenne.