A TURIZMUS SZEREPE A KISTÉRSÉGEK ÉS A RÉGIÓK GAZDASÁGI FELZÁRKÓZTATÁSÁBAN

A Nyíregyházán 2008. május 22-23.-án megtartott konferencia előadásai

Szerkesztette: Dr. Hanusz Árpád



Nyíregyháza, 2008

Kiadja: Nyíregyháza Város és a Nyíregyházi Főiskola Természettudományi Főiskolai Kar
Turizmus- és Földrajztudományi Intézete

Felelős kiadó: *Dr. Hanusz Árpád* intézetigazgató, főiskolai tanár

Technikai szerkesztő: *Mizsur Bálint*

Szerzők:

Ács Rezső - Szekszárd MJV alpolgármestere
Dr. Aubert Antal - egyetemi tanár
Bácskainé Pristyák Erika - főiskolai adjunktus
Belus Tamás - vezérigazgató, Sóstó-Gyógyfürdők Zrt.
Furkóné Szabó Marianna – turisztikai referens
Dr. Hanusz Árpád – intézetigazgató, főiskolai tanár
Dr. Kókai Sándor - főiskolai tanár
Dr. Kovács Miklós - turisztikai szakállamtitkár
Nagy Adrienne - főiskolai adjunktus
Petykó Csilla - főiskolai adjunktus
Dr. Sütő László - főiskolai adjunktus
Dr. Szabó Géza - egyetemi docens
Dr. Vinnai Győző – főiskolai docens

A közölt tanulmányok tartalmáért a szerzők a felelősek

ISBN 978-963-7336-97-3

Nyomás, kötés: Kapitális Nyomdaipari és Kereskedelmi Kft.
Debrecen, 2008
Felelős vezető: Kapusi József igazgató

A TURIZMUS SZEREPE A KISTÉRSÉGEK ÉS A RÉGIÓK GAZDASÁGI FELZÁRKÓZTATÁSÁBAN

A Nyíregyházán 2008. május 22-23.-án megtartott konferencia előadásai

Szerkesztette: Dr. Hanusz Árpád

Nyíregyháza, 2008

ÁCS REZSŐ

Turisztikai fejlesztések Szekszárdon

1. Előzmények

A Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság (DDNP) a Szekszárd város vonzáskörzetéhez tartozó bárányfoki kirándulóközpont területén jelenleg bemutatóhelyet üzemeltet, amelynek tematikáját a gemenci táj természeti értékei, a hagyományos gazdálkodás adja, kialakítása pedig a területen egykor trófeamúzeumként hasznosított épület megőrzésére alapozódott.

A jelenlegi látogatói kereslet, amelynek folyamatosságát és tematikus irányultságát a Gemenci Erdő- és Vadgazdálkodási Zrt. által üzemeltetett erdei vasút kihasználtságának mértéke is jól jelzi (biztosítja), hogy a célterületen markánsan szélesebb bemutatási fókuszt és ennek megfelelően növekedő látogatottságot feltételező ökocentrum fejlesztés egyrészt meglevő keresletet elégítene ki, másrészt gazdaságilag fenntartható beruházást jelentene.

A meglévő turisztikai attrakciók főbb megoldandó problémája az alternatív kínálat erősítése. A térségben a turizmusnak igen nagy fontosságot tulajdonítanak, az ehhez szükséges potenciál is jelentős (pl. magterületi stratégia prioritásoknál a régió térségei közül a legtöbb magas potenciál-besorolást kapta). A térségben a turizmus számos, önállóan azonban nehezen fenntartható turisztikai tevékenységgel büszkélkedhet: (kiemelten: borturizmus, vadászturizmus, falusi turizmus, vízi turizmus, kisvasút és kiépített látványelemek a vasút mentén, kerékpárút-lehetőségek, gyalogtúra lehetőségek, kulturális turizmus – tájházak, faluházak, múzeumok, stb. –, lovasturizmus, horgászturizmus, rendezvényturizmus). A jelenleg már meglévő és a tervezett tevékenység mindenképpen erősítik egymást.

A fejlesztést a DDNP a térség turisztikai stratégájának megfelelően integrálni kívánja a környező Duna menti térség turisztikai kínálatával. E célból egyeztetések folytak Szekszárd Megyei Jogú Város Önkormányzatával a fejlesztési irányok összehangolása érdekében (szintén szem előtt tartva a kiegészítő/integráló jelleget). A projekt megvalósításában partnerként vesz részt Szekszárd MJV Önkormányzata. A város a Szekszárd-tolnai statisztikai kistérség központi szerepét tölti be. A város fejlesztési koncepcióiban fontos célkitűzésként határozta meg a térség turizmusának fejlesztését, a már meglévő turisztikai adottságok és infrastruktúra kiegészítéseként a Gemenc térségének sokkal nagyobb mértékű bevonását a turisztikai fejlesztésbe.

A DDNP által kezdeményezett Gemenci Látogatóközponthoz kapcsolódva, annak terveit megismerve Szekszárd Megyei Jogú Város Önkormányzata a térség természeti értékeinek minél sikeresebb bemutatása érdekében saját ele-

mekkel járul hozzá az ökoturisztikai vonzerő kialakításához, melyek kiegészítik a DDNP által megadott fejlesztéseket. Emellett a város az attrakciók növelése, bizonyos célcsoportok igényeinek jobb kiszolgálása érdekében egy tematikus parkot is létre kíván hozni (a Csodák Parkját), mely jellegében szintén természet-közeli elemekkel bír. Harmadik elemként Szekszárd a város évről-évre jelentősebb kulturális rendezvényeihez kapcsolódva a kulturális turizmus infrastrukturális fejlesztést kívánja megvalósítani. A kulturális rendezvények infrastruktúrájának fejlesztése szervesen kapcsolódik a Gemenc területén megvalósítandó, és a környező térségben már működő egyéb turisztikai vonzások által generált turizmushoz.

A fejlesztés több helyszínt érint és több beruházás megvalósítását célozza meg. Három elemre épül:

- ökoturizmus fejlesztése
- tematikus park létrehozása
- kulturális turizmushoz kapcsolódó fejlesztések

Ahhoz, hogy a turizmus hatékony és eredményes tevékenységet eredményezzen, megfelelő turisztikai attrakciók biztosította vonzást kell kialakítani. A kialakított létesítmények fenntartható működtetése és fejlesztése érdekében biztosítani kell a megfelelő turistaforgalmat és az ezáltal gerjesztett bevételeket. Ennek érdekében a Gemenc területén kialakított vonzerőnek illeszkednie kell a környék egyéb turisztikai vonzásaihoz, emellett a természeti, szabadidős és kulturális örökség körébe illő tevékenységek erősítése a cél az attrakciók integrált, hálózatos működtetése érdekében.

A célcsoport kialakításánál figyelembe kellett venni a térség jelentős turista forgalmát adó eddigi turisztikai tevékenységek közönségét, illetve a tervezett attrakciók is determinálták a célcsoport jórészét. A térségben alternatív turisztikai célpontokat keresnek azok, akik pl. a borturizmus, vízi turizmus kapcsán érkeznek, illetve szabadidős célú látogatók első számú attrakciójává tehető a Gemenci erdő a természet-közeliségével. A gyermekes családok részére, illetve a speciális turisztikai céllal a térségbe érkező turisták számára az itt megvalósuló látogatóközpont és tematikus park összekötő és kiegészítő jellegű is lesz.

A Szekszárd és kistérségében zajló rendezvények nagyszámú látogatót vonzanak (pl. a Szüreti Napok kulturális fesztivál-rendezvényének 2007-es becsült látogatói létszáma 25.000 fő felett volt). Ezek a látogatók is részei azon célcsoportnak, akik számára a térség természeti erőforrásainak bemutatását tervezzük.

2. A kistérség fontosabb természeti adottságai és kulturális értékei

A megyeszékhely és egyben a térség legnagyobb városa Szekszárd, melynek 96,3 km^2-es területén három (egymástól igen eltérő) tájegység találkozik: a sík Sárköz, a lankás Mezőföld és a Dunántúli-dombsághoz tartozó, meredek lejtőkkel, völgyekkel tagolt Szekszárdi-dombvidék. Ez a sajátos helyzet, az eltérő földrajzi adottságok tették lehetővé, hogy a Sárközben halászat, pákászat, ártéri állattartó és gyümölcstermesztő gazdálkodás, a Mezőföldön az általános földművelés, gabonatermelés és állattenyésztés, a dombvidéken pedig a szőlő- és gyümölcstermesztés alakulhatott ki.



A térség legjelentősebb, meghatározó felszíni vize a Duna, második legjelentősebb felszíni vize a Sió.

A Gemenci-erdő a térség egyik legfőbb természeti értéke. A Duna-Dráva Nemzeti Park tájegységei közül Gemenc az egyik legnagyobb, és az élővilág sokszínűségét tekintve az egyik legváltozatosabb.
A védgátak és a Duna közé fogott, erdővel borított hullámtér telis-tele van elhalt vagy mesterséges levágás után keletkezett holt medrekkel, fattyúágakkal, gyűrűkkel, tavakkal. A területet átszövik a "fokok", melyek részben természetes, részben mesterséges keskeny csatornák. Ezeken keresztül biztosították hajdan a belső területek elárasztását, mely területeket a fokok híján a víz óriási rombolással öntene el.

A kivételes szépségű dunai hullámteret nagyrészt erdő borítja, és még mindig fellelhető rajta a korábbi folyóparti keményfa erdők maradványa.
Az állatvilág léte több szállal kötődik a terület jellegzetességeihez. Gyakoriak a nagyvadak, gímszarvas, vaddisznó, ezért Gemenc hazánk mindmáig egyik legjelentősebb vadászterülete. Az ártéri erdő a kisemlősök és madarak búvóhelye.

A térség épített örökségeit elsősorban Szekszárd városában találjuk. Az egyházi műemlékek kora-románkori épületei ill. a barokk kor jellegzetes építészeti emlékei is megtalálhatók a megyeszékhelyen. Szekszárd idegenforgalmi értékei közül kiemelhető a város történelmi magja, a *Béla tér*. A tér jellegzetes épülete Közép-Európa legnagyobb egyhajós temploma; a teret nyugatról a szecessziós *Városháza*, keletről pedig a régi *Vármegyeháza* zárja le. Garay János a névadója a város másik jelentős terének, mely az elmúlt időszak fejlesztései révén teljesen megújult, „igazi tér" funkciót betöltve. A *Garay tér*en található a város kulturális életében jelentős szerepet játszó *Deutsche Bühne Ungarn*, a Német Színház, melynek tevékenysége a városon túlmutató értékeivel szolgálja a német nemzetiségi kultúrát.

Nem csupán építészeti, de kultúrtörténeti emlék az *Augusz-ház* jellegzetes épülete, melyet báró Augusz Antal építtetett, s ahol Liszt Ferenc négy alkalommal járt. Emlékét az épület falán emléktábla és a benne működő, nevét viselő zeneiskola örökíti meg. A mester emlékét is őrizvén, Szekszárdon hagyományosan színvonalas zenei élet zajlik ma is, melynek méltó otthona a *Művészetek Háza*, a város és a térség egyik legszebb kulturális intézménye.

Tolnavármegye Múzeuma néven kezdte meg működését az 1896-ban létrehozott megyei Múzeum, amely *Wosinsky Mór* régész és múzeumszervezőről kapta nevét: az ő céltudatos munkájának köszönhető, hogy 1902-ben megalakult és kapuit megnyitotta a látogatók előtt.

A Béla térről rövid sétával érhető el *Babits Mihály szülőháza*, a Kelemenház - ahogyan a szekszárdiak nevezték - 1780 körül épült copf stílusban, ma is eredeti állapotában áll. A költő nagyapja, Kelemen József, szekszárdi letelepedésekor, az 1850-es években vásárolta meg. Az első szoba édesanyjáé, Kelemen Auróráé volt. Az itt álló ágyon született 1883. november 26-án Babits Mihály.

A *Dienes Valéria Emlékszoba* a Babits Mihály Emlékház udvari szárnyában található. Dienes (Geiger) Valéria filozófusnő és táncteoretikus életútját és munkásságát követi végig a kiállítás. Geiger Valéria 1879. május 25-én, Szekszárdon született, a Babits-ház után következő második házban. Gyermekként gyakran találkozott a nála néhány évvel fiatalabb Babits Mihállyal a Séd patak partján levő házban. *Baka István Emlékszoba* a költő világát könyvtára, íróasztala és néhány személyes tárgya idézi meg. Baka István a költői képalkotás és szerepjáték-költészet egyik legjelentősebb megújítója, író, műfordító szerkesztő. 1948. július 25-én született Szekszárdon.

A Babits-ház szomszédságában található a szecessziós homlokzatú földszintes polgárház, az *Irodalom Háza*. Mészöly Miklós (1921-2001) hagyatékának jelentős részét özvegye, Polcz Alaine 2003-ban az író szülővárosának, Szekszárdnak ajándékozta. Az állandó kiállítás valósághűen idézi fel Mészöly Miklós és Polcz Alaine budapesti lakásának két részletét.

A Béla térről a felfelé indulva érjük el a *Mézeskalács Múzeum*ot. A Petrits család 1825 óta foglalkozik mézeskalács, gyertya, cukorka és sütemények készítésével. A mesterség az évszázadok során apáról fiúra szállt. Jelenleg a hatodik generáció készíti a mézeskalácsokat és a gyertyákat. Sok éves álmuk valósult meg, amikor 2003. július 6-án megnyitotta kapuit a "Mézédes Emlékeink" Mézeskalácsos, Gyertyaöntő és Cukorkakészítő Múzeum. Ezzel egy országosan is egyedülálló turisztikai látványossággal bővítve Szekszárd értékeit.

E rövid ízelítő összefoglalásaképp elmondhatjuk, hogy Szekszárdnak és térségének kulturális adottságai az alábbi területek mentén mind-mind fellelhetők:

- történelmi emlékek, műemlékek
- múzeumok, templomok, színházak
- néprajzi értékek
- zenei hagyományok, rendezvények
- sportesemények, rendezvények

3. A fejlesztéssel érintett helyszínek bemutatása

Projekthelyszín: Gemenc

Duna-Dráva Nemzeti Park tájegységei közül Gemenc az egyik legnagyobb és az élõvilág sokszínűségét tekintve az egyik legváltozatosabb. A Duna utolsó, nagy természetes árterei közé tartozik. Északon a Sió, keleten a Duna, nyugaton a gát, délen a bátai erdőségek határolják a 36 ezer holdas vadrezervátumot.

A múlt századi vízrendezések ellenére ma is 18.000 ha kiterjedésű területet éltet a folyó dinamikája. Az áradások hozták létre a lenyűgöző, unikális ártéri növény- és állatvilágot. A vizes élőhelyekre jellemző növénytársulások szinte minden variációja megtalálható, fehérfűz-feketenyár ligetek, fehér nyár ligetek,

tölgy-kőris-szil ligeterdők. Ezekhez változatos, fajgazdag növényvilág társul a cserje és gyepszinten is. Ilyenek a feketegalagonya, a ligeti szőlő, a mogyoró, borostás sás, fehér madársisak. Az állatvilág léte még több szállal kötõdik a terület jellegzetességeihez. Gyakoriak a nagyvadak, gímszarvas, vaddisznó, ezért Gemenc hazánk mindmáig egyik legjelentősebb vadászterülete. Az ártéri erdő a kisemlősök és madarak búvóhelye. Több helyütt előfordul a vízi életmódhoz alkalmazkodott, főként halakkal táplálkozó vidra. 1996 őszén megkezdődött az európai hód visszatelepítése, amely Magyarországról a XIX. század közepén pusztult ki emberi hatásra. A több mint 30 példány kihelyezését követően ma már a védett terület különböző részein élnek és szaporodnak.

A terület jelentős madárrezervátum. A morotvák, mocsármaradványok, a vízimadarak egész sorának - az ezüstsirálynak, a fekete récének, a fekete gólyának, a barna kányának, a békászó sasnak, a fekete sasnak és a kerecsensólyomnak - nyújtanak kiváló terepet. Nevezetes ragadozó ritkaság a rétisas és a kis héja is. A háborítatlan mocsárerdőkben gémtelepek találhatók, a bakcsó, a szürkegém és a kiskócsag is fészkel itt. Vonulási időben rendszeresen megfigyelhető a nagykócsag, a kanalasgém, a vadrécék és a vadludak számos faja Gemencben.

Ezekhez a körülményekhez alkalmazkodott a környező települések - a Sárköz néprajzi vidékének - lakossága is. Az általuk kialakított fokgazdálkodás egyedülálló. A mesterségesen kialakított fokokon fordították saját hasznukra a pusztító-éltetõ áradásokat. A halászat hagyománya és tradicionális eszközei, a színes népi folklór máig a sárközi kultúra és megélhetés részei maradtak. Ezeknek az értékeknek a bemutatóját készíti el a Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság Szekszárd-Bárányfokon. A Trófeamúzeumban a halászat és a foki gazdálkodás eszközei, az élővilág jellegzetes és ritka fajai láthatóak. A közelben kisvasút, a természeti értékeket, valamint az egykori gazdálkodást bemutató tanösvények és madármegfigyelõ torony várja a kirándulókat. A Duna árvízvédelmi töltése része a nemzetközi kerékpárút hálózatnak. Szabadon látogatható az országos kék túra útvonala is.

Projekthelyszín: Szekszárd – Béla tér , Kápolna tér

Szekszárd városközpontja, „szíve” a *Béla tér*, mely a Szekszárdnak 1061-ben városi rangot adományozó I. Béláról nyerte nevét. A teret az 1805-ben épült copf stílusú templom őrzi, melynek nevezetessége, hogy Közép-Európa legnagyobb egyhajós temploma. Naponta háromszor harangjáték hallható. Szemben a pestisjárvány szomorú emlékét őrző Szentháromság-szobor. A teret a Városháza épülete nyugatról, a régi Vármegyeháza keletről zárja le. A klasszicista épülettömböt Pollack Mihály tervezte, 1836-ban építették, az átadás emlékét a belső udvaron ma is látható tiszafák őrzik. Ugyanitt kerülnek bemutatásra az I. Béla király által alapított, 1061-ben emelt monostor romjai, mely köré rendház és vár épült. A kereszténység megszilárdításában fontos szerepet játszó I. Béla szobra egyébként a róla

elnevezett téren látható, Lessenyey Márta alkotása. A Vármegyeháza ma hivataloknak és a levéltárnak ad otthont, utóbbiban kiállítások tekinthetők meg: itt található „ A régi vármegyeháza világa" c. kiállítás, Mattioni Eszter hímeskövei, a Liszt Ferenc emlékszoba. Az épület külső udvarán, előkertjében található a díszes Borkút, Baky Péter és Szatmári Juhos László alkotása, amely Dionüsszoszt, a bor és mámor istenét, és a színjátszást szimbolizáló alakot ábrázolja. A Borkút csapjaiból neves alkalmakkor, különböző rendezvények idején bor folyik.

A város immáron számos, évről-évre megrendezésre kerülő kulturális eseménnyel rendelkezik, melyek fő helyszíne a Béla tér és a szervesen hozzákapcsolódó utcák, terek, mint a Bezerédj utca, Garay tér.

Szekszárd belvárosához, a Béla térhez közel található a *Kápolna tér*, mely a régi Szekszárd emlékét idézi fel. Ez a helyszín már a múlt század óta közösségi térként funkcionált, kulturális és egyházi programok helyszíne volt. Itt található a szekszárdi Remete kápolna, mely fogadalmi kápolnák közé tartozik.
A régi kápolna mellett a XVIII. században egy „agg harczos remetéskedett" - értesülünk egy múlt század közepi híradásból, s a kegyhelyet a későbbi évtizedekben is remeték gondozták. A búcsújáró hely az egykori remeteházról kapta a Remete kápolna nevet. Az ide vezető útnak is Remete utca a neve. Ennek végén, a kápolna tőszomszédságában áll a Kálvária, búcsú alkalmával a keresztúti ájtatosság színhelye.

A Remete-kápolna és környéke kirándulások kedvenc célpontja is lehet.

4. A fejlesztés által érintett turisztikai ágakról általában – jelenlegi helyzetük Szekszárd térségében

Ökoturizmus

A turizmus sok egyéb gazdasági tevékenységnél erőteljesebben függ az érintett térség és népessége integrált és fenntartható fejlődésétől. A turizmus fejlődése gazdasági, környezeti és társadalmi szempontból is fenntartható kell, hogy legyen. Erre megoldást jelenthet az ökoturizmus.
Az ökoturizmus egyrészt szemléletet, másrészt gyűjtőfogalmat jelent. Mint szemlélet lényegében a fenntartható turizmus eszméjét képviseli, mint fogalom pedig mindazon természeti vonzerőkön alapuló turizmusformák gyűjtőneve, amelyek tiszteletben tartják a fogadó térségek természeti és kulturális örökségét. Az ökoturizmus szempontjából térségünk is jelentős adottságokkal, természeti kincsekkel rendelkezik. Természeti értékeink gazdagsága, az ökológiai sokszínűség kiváló terepet nyújtanak az ökoturizmus fejlesztésére. Az ökoturisták elsődleges motivációja a természet megfigyelése, ezen kívül a helyi, hagyományos kultúrák megismerése is cél. E motivációnak térségünk, Szekszárd és a környező területek, települések adottságai megfelelőek, hisz e térségre a természet és kultúra szimbiózisa jellemző, mely természetközeli kultúrtájakat eredményez. Ökoturisztikai szempontból legnagyobb értékünk és adottságunk a

Gemencben található. Ezen adottságok teljes kiaknázásához azonban további fejlesztések szükségesek. Olyan mértékű fejlesztések szükségesek, melyek a természeti kincsek, térségi adottságok teljes bemutatását, megismerését szolgálják. A jelenleg funkcionáló bemutatóhelyek, melyek tartalmukban színvonalas anyagokat mutatnak be, még nem elégítik ki ezt az igényt. Többek között Szekszárd-Bárányfokon található az *„Élet az ártéren”* kiállítás Frigyes főherceg vadászkastélyt szimbolizáló, vörösfenyőből készült épülete, amely vadásztrófeáinak bemutatását szolgálta a millenniumi kiállításon. Az 1980-as években került az épület Bárányfokra. A hangulatos belső térben a dunai ártér természetes és kultúrtörténeti értékeit diorámák, korabeli fotók és használati eszközök mutatják be. Az emberi szem számára rejtett élethelyzetek, élőhelyek tárulnak fel és megelevenednek az eltűnt ártéri mesterségek is. Az épület jelenleg a Duna árterén áll, emiatt a tavaszi áradások alkalmával nem látogatható. Emellett az épület körüli területek más (magán)tulajdonos kezelésében vannak, ami sok esetben problémát jelent az épület látogathatóságát illetően. A jelen projekt részeként kialakítandó Ökocentrumban kapna helyet a kiállítás, ezáltal biztosítva a folyamatos látogathatóságot.
Több tanösvény is található a térségben: a Szekszárd-Bárányfoki tanösvény, a Malomtelelő-tó és a Nyéki-Holt-Duna mentén kialakított, az egyik legsajátosabb gemenci tanösvény.

Tematikus parkok

A tematikus parkok olyan nagyméretű turisztikai és szabadidős attrakciók, amelyek jelentős volumenű keresletet vonzanak, programot kínálnak a család minden tagja számára, és viszonylag magas egy főre jutó bevételt generálnak, így katalizátorként működve hozzájárulhatnak egy térség gazdasági fellendüléséhez.

Tematikus park nem található térségünkben. Jelen fejlesztés keretében tervezett park a tematikus parkokra jellemző kritériumokat szem előtt tartva került kialakításra.

Kulturális turizmus

Nincs olyan egységes definíció, mellyel a kulturális turizmus leírható. A kulturális turizmus olyan utazást jelent, amelyben a motiváció a kultúrák megismerése, a kulturális eseményeken való részvétel, kulturális attrakciók meglátogatása.

Szekszárd és térsége kulturális turizmusát illetően építészeti értékei, egyedülálló páratlan gazdag néprajzi kincsei valamint rendezvényei jelentik. Az építészeti és egyéb kulturális értékek főként Szekszárd városához kötődnek. A egyik legszínesebb néprajzi táj a Sárköz is itt található, mely szellemi, tárgyi és építészeti emlékeivel és kulturális rendezvényeivel (*Hímestojás fesztivál, Keszeg fesztivál, Sárközi Lakodalom*) kínál feledhetetlen élményeket a térségbe érkezők számára.

Szekszárd város immáron számos kulturális programmal, rendezvénnyel büszkélkedhet. Kiemelkedőek ezek közül az alábbiak:

- *Szekszárdi Pünkösdi Fesztivál*
- *Szent László Napok*
- *Duna Menti Folklórfesztivál*
- *Gemenci Nagydíj Nemzetközi Kerékpárverseny*
- *Szekszárdi Szüreti Napok*

Ugyanígy jelentős program a *Szent István Ünnepe, Örökség Országos Gyermektánc Fesztivál, Szekszárdi Néptánc fesztivál, Városi Örömünnep.*

A kulturális turizmusban jelentős szerepet játszó tematikus útvonalak kialakítása is elindult, bár ezen a területen igazán jelentős eredmények még nem születtek elsősorban a források szűkössége miatt. Ilyen útvonal többek között az *Irodalmi séták Szekszárdon: Garay János, Babits Mihály és Mészöly Miklós emlékhelyei.*

A kultúra és a turizmus összekapcsolása alapját képezi a kulturális örökség, kulturális programok fenntarthatóságának, gazdaságos működtetésének. A kulturális termékfejlesztésnél fontos szempont, hogy a helyiek igényeit is kielégítse, a helyieknek is szóljon, hisz a folyamatos fenntartásának a helyiek is részesei kell, hogy legyenek. A kulturális örökség attrakcióvá fejlesztésénél és annak hosszútávú fenntarthatóságánál elengedhetetlen a helyszínnel kapcsolatba kerülő minden érdekelt bevonása.

A fejlesztéseknél fontosnak tartjuk, hogy a mai kor igényeinek megfelelő minőségi attrakciók jöjjenek létre, melyek különös, egyedi élményt nyújtanak. Így tudnak megfelelni az egyre kritikusabb és nagyobb elvárásokkal érkező látogatóknak, és így lehetnek versenyképesek a kulturális turizmus piacán.

A kulturális turizmus fontossága mellett kell megemlítenünk az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleményét a „*Turizmus és kultúra: a növekedés két tényezője*" tárgyában. A kulturális turizmus egyike a legjelentősebb növekedést mutató szegmenseknek. A kulturális turizmus fejlesztése – az európai művészeti kincsek történelmi és társadalmi összefüggéseinek bemutatása, valamint a természeti kincsek feltárása révén – a világ bármely országából érkező turista számára lehetővé teszi Európa kulturális hátterének valódi megértését.

Fontosabb turizmuságak a térségben

Borturizmus

A híres magyar szőlőtermesztés és borkultúra egyik kiemelkedő területe a Szekszárdi borvidék. Szőlőterülete 2255 hektár. A borvidék hazánk egyik legősibb bortermelő vidéke, hiszen itt a szőlőművelés már a rómaiak idejében is jellemző volt.

A borturizmus feltételei a Szekszárdi borvidéken adottak. A borászatok az elmúlt évek fejlesztései nyomán színvonalas kínálattal várják a vendégeket. Így többek között a Takler-, a Vesztergombi-, a Heimann-, a Mészáros-, a Bodri-, a Dúzsi-, a Sárosdi-pince kínál lehetőséget a térségbe érkező borturisták számára.

Vízi turizmus

A Duna teljes magyarországi szakaszán szabályozott és hajózható, a nagyméretű személy- és teherhajók közlekedése miatt elsősorban a holtágak alkalmasak a vízi turisztikai szerepkör betöltésére. Azonban a Gemencben található kikötő továbbfejlesztésével más irányból is megközelíthetővé válik e természeti környezet.

A Duna holtágai, homokzátonyai fürdőzésre is alkalmasak, ilyen holtág található a térségünkben is, Fadd-Domboriban, ahol 2 strand, kiépített kajak-kenu pálya biztosít megfelelő feltételeket a nyári aktív üdüléshez. A 215 hektár kiterjedésű Duna holtág mellett üdülőházak, táborok várják az ideérkezőket.

Dél-Dunántúlon vízparti üdülőterületek alakultak ki a mesterséges tavak körül, ezek közé tartozik a Szekszárd térségében található Szálkai-tó is. A 67 hektár területen elterülő tórendszer horgászatra és vízi sportokra egyaránt alkalmas.

Vadászturizmus

A térség idegenforgalmának egyik kiemelkedő ága a vadászturizmus. A régió legkedveltebb vadászterületei között találjuk a 20 704 hektár nagyságú Gemenci-erdőt. A vadászterület a gímszarvas világszerte ismert élőhelye. Egyedülálló, különleges élmény a gemenci bőgő szarvasbika vadászata. A terület jól szervezett, nagyterítékű vaddisznóhajtásai ismertek az idelátogató törzsvendég vadászok körében.

A vadászterületen nagy létszámú vaddisznóállomány található. A vadászterületeken 5 különböző, minden igényt kielégítő vadászház szolgálja a vendégek kényelmét, segíti a sikeres vadászatot, biztosítja a teljes kikapcsolódást.

Horgászturizmus

A horgászturizmus számára kedvező adottságokkal rendelkezik a régió, mind a folyóvizek, mind a természetes, mind a mesterséges állóvizek mentén lehetőség van e tevékenység művelésére. Szekszárd térségében is találunk több ilyen helyet a Duna-mentén, a holtágakban és több, a térségben található természetes és mesterséges tó mellett: Bogyiszlói Holt-Duna, Fadd-Dombori-Holt-Duna, Sötétvölgyi horgásztó, Keselyűsi Holt-Sió, Szálkai iszapoló-tó, Szálkai víztározó, Kétyi tó.

5. A projekt célkitűzései, elvárt eredmények, hatások

A jól működő turizmus szektor legalapvetőbb célja, hogy részt vállaljon:

- egy egészséges gazdaság kialakításában,
- hozzájáruljon a helyi népesség jólétéhez,
- megőrizze a természeti értékeket, védje az erőforrásait,
- járuljon hozzá a helyi kultúra reális értékeléséhez, önfejlődéséhez, a lehető legtökéletesebben elégítse ki a turisták igényeit.

Jelen fejlesztés fő célja, hogy kihasználatlan, ill. alulhasznosított erőforrásokat aktiváljon a gazdaság fejlesztése érdekében a szekszárdi kistérségben, ezen belül is Szekszárd külterületén, Gemencben. Cél továbbá a térségben élő helyi lakosság bevonásával aktív partnerség kialakítása, új munkahelyek, kiegészítő jövedelmek megteremtésére. Alapvető cél, hogy a fejlesztés eredményeként olyan termék jöjjön létre, mely munkaerőigényénél fogva alkalmas a magasabb kvalifikációt igénylő helyi munkaerő regenerálására, vagy újbóli létrehozására, valamint a térség inaktív lakosainak (idősek, otthon lévő nők) foglalkoztatását lehetővé tevő szolgáltatások kialakítására.

A beruházásnak a szolgáltatási kínálat bővítésével többféle élményt kell biztosítania, így a több szolgáltató nagyobb turisztikai volument képes menedzselni a térségben.

6. A projekt fejlesztési elemei

A pályázatban három turisztikai elem megvalósítását tűztük ki célul:

1. Ökoturisztikai programelem

Gemenci Ökocentrum és Látogatóközpont

A *projektelem célja* a Gemenc ökológia értékeire épülő, bemutató és oktató jellegű központ kialakítása.

A Gemenci-erdő keselyűsi bejáratánál az alábbi fejlesztések valósulnak meg:

Fogadóépület, beltéri előadóterme és kiállítóhely:

Kialakításánál arra törekedtünk, hogy az épület kapuként jelenjen meg: határvonalat képezzen épített és természeti környezet között, szimmetriájából adódóan útirányt jelöljön, természeti környezetében azonban belesimuljon, oldalsó és park felőli irányokba azzal szinte eggyé váljon, önmaga is átmenet legyen épület és természet között. Ugyanakkor lebegjen, légies legyen, a szellősség, a jól átláthatóság érzetét keltse, átmenet legyen levegő és föld között, s ezzel magában hordozza az indulás és érkezés pillanatát, mint akikor egy madár a fészkéről felszáll. Innen adódónak az épület egyes részeinek elnevezései: madár, fészek és tojás.

A beltéri kiállítóhelyen megvalósuló funkciók:
Interaktív eszközöket alkalmazó terepasztalok, élőlények folyamatos megfigyelésén alapuló filmek (pl. vidra, rétisas, fekete gólya, róka) és webkamera nélkülözhetetlen elemei a látványorientált, sikeres bemutatónak

- Gemenc élővilága
- Gemenc arca a négy évszak alatt
- Gemenci szarvas és vadászat hagyománya
- Időszaki kiállító terület fotókiállításoknak, rajzpályázatoknak, festményeknek, gyűjteményeknek,
- Panoráma mozi
- Folyóvízi akvárium
- Szúnyog-szoba

Külső programhelyszín - szabadtéri bemutató elemek:

- bemutató park élőhely – állatsimogató
- mocsári teknős élőhely és bemutató; hódvár
- gemenci fok mini ártéri terület kicsiben
- az Ökocentrum egyes elemeit összekötő, a terület erdős részén átvezetett tanösvény – erdő tisztás részein foglalkoztató (padok,.asztalok), játszótér ártéri elemekkel. A tanösvény egy része a lombkorona szintjén vezetve egyedülálló élményt nyújtva a látogatóknak.

Főbejárat, előtér díszkúttal
Trófeamúzeum (meglévő épület áthelyezése)

A Millecentenárium kiállító épülete, mely Budapestről Szekszárdra, majd onnan mintegy 10 km-re került. Romantikus stílusa miatt a szív alakú tó partján kapna helyet, tükörképével a vízben, fákkal körülvéve.

„A természet vad erői" új épület (840 m^2) és újonnan kialakítandó interaktív eszközök a természeti jelenségek bemutatására
Egy teknőc formájú épület, mely megbújik a tó partján, és természetismerethez szorosan kapcsolódó interaktív funkciót valósít meg. A látogató személyes és közeli tapasztalatokat szerezhet a természeti erőkről. Az épület emeleti része kiállító teremnek, illetve konferenciák szekcióüléseinek is kiválóan alkalmas.

A parkban az eredeti növényállomány megőrzése mellett fakéreg borítású gyalogutak kerülnek kialakításra. A fogadóépület közelében a tájra utaló játékokkal (liánhinta, hídvár) berendezett játszóudvart alakítunk ki.

2. Tematikus park programelem

Csodák Parkja

Ez a fejlesztési elem tematikus park terméktípusba tartozó elemeket tartalmaz. A fejlesztés célja, hogy min. egy egésznapos programlehetőséget biztosító termékek, szolgáltatáscsomagok jöjjenek létre.
A Csodák Parkja elsősorban a kisgyermekes családok, gyermekek, fiatalok részére nyújt szórakozási lehetőséget. A tapasztalatok szerint azonban más korosztályok is szívesen próbálják ki a színvonalas szolgáltatások biztosította élményeket. Itt is a természet közelségét tematizálják a létesített attrakciók (Gemenci flóra és fauna felhasználásával).

A parkban az alábbi elemek kerülnek kialakításra:

- *Sokdimenziós mozi valós-helyzetek szimulációjára*
- *Árvíz szimulátor -szabadtéri elem*
- *Szélgenerátor -szabadtéri elem*
- *Függőhíd -szabadtéri elem*
- *Vitorlázzunk a viharban -szabadtéri elem*
- *Mézeskalácsház -szabadtéri elem*
- *Energiajátékok -szabadtéri elem*
- *Rókalyuk -szabadtéri elem*
- *Egyéb hagyományos szabadtéri játékok, különféle figurák és játszók*

3. Kulturális turizmus programelem

Kulturális rendezvények infrastruktúrája

Ez a fejlesztési elem a térség jelenlegi turisztikai vonzerejében komoly jelentősséggel bíró kulturális turizmus infrastruktúrájának fejlesztését célozza két módon:

- egyrészt rendezvényhelyszín infrastrukturális fejlesztésével
- másrészt pedig a kulturális rendezvényekhez kapcsolódó infrastruktúra kialakításával

Kápolna tér rehabilitációja, a Szent Anna kápolna felújítása (restaurálás – falfestés és szobor)

A szekszárdi Kápolna tér rendezvények fontos helyszíne; az itt található Remete hegyi Szent Anna kápolna a térség egyik legrégibb és legjelentősebb épített műemléke. A tér és a kápolna megújulása fellendíti a régi idők óta zajló vallásos turizmust, a hagyományosan szeptember 8-án megrendezésre kerülő búcsú ennek egyik legfontosabb eseménye, mely egyben városi és térségi ese-

mény is. Innen indulnak a Szekszárdi-dombság és a Völgység irányába vezető gyalogos és kerékpáros túraútvonalak is.

A Kápolna téri területet a meglévő búcsú rendezvényének, illetve az ide tervezett rendezvények megszervezésének érdekében kell átalakítani (Mountain-bike rendezvény, kisebb kulturális rendezvények, egyéb meglévő rendezvényekhez kapcsolódó rendezvényhelyszínek).

Kulturális rendezvényekhez kapcsolódó infrastruktúra kialakítása
A projektelem megvalósítása a következő eszközök beszerzését célozza meg:

- Fedett szabadtéri színpad
- Színpadhoz kapcsolódó világosítás- és hangtechnika
- Mobil széksorok
- Nagyméretű LCD panelek
- Nagyméretű sörsátrak
- Köztéri bútor jellegű eszközök, kapuk, díszletek, sörasztalok, tájékoztató oszlopok, paravánok
- Beléptető rendszerek és térfigyelés, zártrendszerű info-kommunikációs rendszer/elektronikus adattovábbítók
- Pavilonok
- Mobil Internet konzolok
- Képi technikával/művészi kivitelezésben megvalósított variálható díszítő elemek (fényképek, grafikák, alkotások)

A pályázatban szereplő projektelemek különböző vonzerőkhöz és helyszínekhez kötődnek. Önálló turisztikai termékek, melyek a továbbiakban is megőrzik önállóságukat, de komplex termékként integráltan is megjelennek a már meglévő turisztikai elemekkel együtt.

7. A PROJEKT KÖLTSÉGEI

Megnevezés	Elszámolható költség	Önerő	Támogatás
Ökocentrum	999 990 473 Ft	199 998 095 Ft	799 992 378 Ft
Kulturális Elem	373 737 527 Ft	74 747 505 Ft	298 990 022 Ft
Tematikus Park	401 272 000 Ft	200 636 000 Ft	200 636 000 Ft
Összesen	**1 775 000 000 Ft**	**475 381 600 Ft**	**1 299 618 400 Ft**

DR. AUBERT ANTAL

A desztináció lehatárolás problematikája a fejlesztési programok és a TDM-modell bevezetésének folyamatában

Bevezető

A konferencia időpontja a címben megfogalmazott tartalmak köztes állapotára is utal, köztudott a turizmus szereplői előtt, hogy az ÚMFT ROP 2.4. prioritása a desztinációs szervezetek felállítását célozza, melynek pályázati anyaga a véglegesítés előtt áll. Sok tehát a még a bizonytalanság, de a kritériumrendszer szakmai vitája ismeretében, továbbá a témakörben publikált és alkalmazott kutatást végzőként szeretném véleményemet, tapasztalataimat megosztani Önökkel.

A fogadóterületek turizmusának fejlesztéséhez szükséges decentralizált menedzsment rendszer kialakításának szükségességét ma már senki sem vitatja, a szakmai szempontok között kiemelten szerepel a különböző térségi szinteken történő megvalósíthatóság lehetősége, a területi lehatárolás kérdése. A tanulmány ez utóbbira fókuszál, a desztinációk földrajzi értelmezése mellett azok tartalmi jellemzőivel is foglalkozik, nem tér ki a szervezeti rendszer felállításának jogi és menedzsment feladatainak részleteire.

1. A desztináció menedzsment értelmezése

Számos tradicionális üdülőkörzet számára a stagnáló, vagy csak alig bővülő piacon a *versenyképesség* biztosítása jelenti manapság a legnagyobb kihívást. Ez azonban nemcsak az egyes turisztikai értékesítők részéről – beleértve a településeket is –, hanem az adott helység illetve régió teljes turizmuságazatától is a tervezés és menedzsment új formáit követeli meg.

A turizmustudományi viták során ebben az összefüggésben már régen felmerült a „desztináció menedzsment" fogalma, amely a turizmus tervezésének és szerveződésének újrahangolását jelenti. Az eddigi leginkább gazdaságilag domináns kezdeményezések változatos tartalma ellenére a desztináció menedzsment alapvetően azt a célt követi, hogy az üdülőterületek versenyképességét kooperatív problémamegoldás révén erősítse.

A desztináció menedzsment *Észak-Amerikából* származik. Az ottani üdülőhelyek szerkezete és szervezettsége alapján valójában egy üzemgazdasági értelemben vett menedzsmentről beszélhetünk, mivel azt gyakran egy vállalkozásként illetve holdingként szervezik meg, azaz egy domináns vállalkozás tulajdonában vannak a legfontosabb szolgáltatási egységek – hotelek, sportlétesítmények, szabadidőközpontok stb. Az egyes szolgáltatók e hatáskörön belül a

holding leányvállalataiként funkcionálnak: meghatározzák a vállalkozási stratégiát, felügyelik annak betartását, koordinálják a kínálat „előállítását", majd továbbértékesítését.

Európában az ilyen koncepciók átvételében elsősorban *Svájc és Ausztria* jutott előre az utóbbi évek során. Eközben a koncepciók – pontosabban: azok a kezdeményezések és intézkedések, melyeket desztináció menedzsmentnek neveznek – nagyon különböző, és eltérő hatáskörű tartalmakat foglalnak magukban. A desztináció menedzsment eredeti, észak-amerikai modelljét kétségkívül nem lehet minden további nélkül az európai viszonyokra alkalmazni. Egy ily módon centralizált irányítás nálunk nem lehetséges az évtizedek alatt kialakult szereplők miatt. Az egyenlőtlenül nagy számú kis- és középvállalat révén elsősorban olyan sokszereplős helyzet alakult ki, amely egy intézményeket és vállalkozásokat egyaránt felölelő menedzsmentforma kialakítását indokolná.

A desztináció menedzsment a turisztikai fejlődést meghatározó összes paraméter integrált figyelembe vételére is törekszik, mellyel túlmutat mind a projektmenedzsment, mind a turizmusmarketing területén. Bár a sikeres turizmusfejlesztésnek mindkét szegmens fontos alkotórésze, önmagukban mégsem képesek a desztináció egységként való irányításának feladatát ellátni. A desztináció menedzsment így az irányítás egy új minőségét testesíti meg, mivel a középpontban a speciális vendégszegmensek számára összeállított kínálati és szolgáltatási csomagok állnak.

A desztináció menedzsment teljes hatását azonban csak akkor képes kibontakoztatni, ha – a tervezési és kivitelezési intézményekkel szoros együttműködésben – egy tartós kooperációs- és irányítási folyamattá tud alakulni. Ez azonban csak akkor valósulhat meg, ha rendelkezésre áll a településeken túlmutató kooperáció, az informális tervezés, illetve a közös problémamegoldás erősítésére vonatkozó politikai akarat.

Ebben az összefüggésben utalni kell arra, hogy a desztináció menedzsment keretei között kidolgozott intézkedési és eljárási program *jogi szempontból nem kötelező érvényű.* A kivitelezés kritikus pontjává válhat, hogy a kötődési hatás csekély, illetve egyáltalán nem is létezik. Egy ilyen fajta intézkedési és eljárási programban sem a települési és területi igazgatás, sem a közösségi turizmusszervezetek, a magánszolgáltatók pedig még kevésbé kötelezik el magukat. Maga a desztináció menedzsment szervezete nem gyakorolhat felsőbbrendű nyomást (például fiskális eszközök formájában), csak meggyőző erejével és szaktekintélyével képes az intézményekre hatni, melyek végső soron a gyakorlatba ültetik át az intézkedéseket.

Problematikus az is, hogy a mai napig *nem léteznek objektív sikerességi kritériumok és indikátorok* a desztináció menedzsment hatékonyságának mérésére. Az általánosan elfogadott indikátorok hiányából az a veszély fakad, hogy az egész eljárás – és ezáltal az egész folyamat is – legitimációs problémákkal szembesül. Amennyiben a desztináció menedzsment az együttműködés-orientált

turizmusfejlesztés innovatív eszközeként kíván hosszú távon érvényesülni, akkor olyan kritériumokat kell meghatározni, amelyek segítségével egyben mérhetővé is válik. Egy ilyenfajta indikátorrendszer középpontjában olyan kritériumoknak kell állniuk, mint értékteremtés a régió számára, a vendégek és a helyi lakosok elégedettsége, a környezethasználat valamint egyéb, hasonló léptékű tényezők, amelyek a turizmusfejlesztés fenntarthatóságát biztosíthatják. További sikerességi faktor, hogy az érdekcsoportok számára a desztináció képében létezik egy *közös identifikációs pont.* A kompromisszum- és kooperációs készség elengedhetetlen feltétele az összetartozás érzésének, valamint a desztinációhoz kapcsolódás tudatának felépítése. Döntő lesz ezek alapján, hogy a releváns szereplők készen állnak-e a párbeszédre, illetve együttműködésre.

A desztináció a turisták által kiválasztott földrajzi területegység, amelynek geográfiai és történelmi szempontból is egyedi jellemvonásai vannak. Ez a területegység az attrakciók megjelenésének a helyszíne, amelyek ezekben összekapcsolódnak a turisztikai infrastruktúrával és a szolgáltatásokkal, végső soron egy szolgáltatási és programcsokrot nyújtva a desztinációt felkereső vendégeknek.

A „desztináció" fogalmát az általános szóhasználatban gyakran a „turizmusrégió" fogalmának szinonimájaként alkalmazzák. Így mindenekelőtt olyan régiók általános megnevezését jelentené, melyeket a turisták utazási célként választanak ki, s amelyek bizonyos ismertetőjegyek alapján összefüggő tereket alkotnak.

A fogalom azonban *tágabb értelmezést* is feltételez, s nem kizárólag térbeli összefüggésekre szorítkozik. A desztináció azokat a különböző kínálati szereplőket is magában foglalja, amelyek biztosítják az ott-tartózkodáshoz szükséges létesítményeket és szolgáltatásokat – s így a desztináció egyaránt értelmezhető utazási célként valamint turisztikai termékként is. A desztinációk ezzel a turizmusrendszer központi elemeivé válnak, mivel keresleti szempontból homogén kínálati egységeket alkotnak, melyek biztosítják a turisták számára a különböző szolgáltatásokat; s bár a szolgáltatások összeállítása kollektív módon zajlik, azok egymástól függetlenül is teljesülnek. Mindemellett a kínálati paletta nem állhat csupán különböző szolgáltatók eltérő minőségű termékeinek összehangolatlan egymás mellé állításából, mivel a vendég rendszerint nem a különböző vállalkozások alapján differenciál, hanem a desztináció minőségét összességében értékeli. A desztináció számára éppen ezért létfontosságú egy bizonyos fokú rendezettség, hogy valóban versenyképes egységként léphessen fel és tevékenykedhessen.

A menedzsment a turizmusban egy olyan folyamatos szervezési feladatot lát el, melynek célja, hogy a szolgáltatók illetve a háttérterületek közötti horizontális és vertikális integráció megteremtése által növelje, valamint tartósan biztosítsa az értékteremtést. A desztináció menedzsment így a következőképpen határozható meg: *egy adott régió turisztikai kínálatának közös tervezésen és irányításon alapuló fejlesztése, szervezése és értékesítése; célja a turizmusfejlesztésben érdekelt illetve abban résztvevő csoportok érdekkülönbségeinek ki-*

egyenlítése (BIEGER, TH. 2003). Átfogó és összekötő szemlélettel rendelkezik, emellett nagy hangsúlyt fektet az aktőrök és szolgáltatók együttműködésére a térségi turizmusfejlesztési folyamatok alakításában. Az erőforrások összerendezése által olyan szinergia-hatás érhető el, hogy ezzel a desztináció teljességében is továbbfejleszthető.

A fent vázolt célokból levezethetőek azok a *feladatok,* amelyekkel a desztináció menedzsment keretein belül kell foglalkoznunk.

- Jövőkép és tervezés
- Az érdekkülönbségek harmonizálása és érdekképviselet
- Kínálatfejlesztés
- Marketing

Fontos előfeltételként rendelkezésre kell állniuk a feladatok koordinációjához szükséges hatékony szervezeti struktúráknak. Egy turizmusszervezet ebben olyan hatóságként funkcionál, amely minősíti, s ennek megfelelően átalakítja a kommunikációs és együttműködési struktúrákat, biztosítja az erőforrások összehangolt alkalmazását, valamint felügyeli és gyorsítja az egyeztetett intézkedések gyakorlatba ültetését. A turizmusszervezet tervei között távlati eszményképeket és fejlesztési stratégiákat is kidolgoznak a „desztináció-vállalkozás" számára, illetve előremozdítják azok alkalmazását is.

A desztináció menedzsment feladatait átvevő turizmusszervezet számára nem szükségszerű, hogy újonnan jöjjön létre. Manapság már a legtöbb régióban léteznek olyan településhatárokon átnyúló hatáskörrel rendelkező intézmények (Tourinform), melyek feladatkörét az adott helyzethez kell igazítani – tartalmilag és térben egyaránt –, hogy ezáltal elláthassa egy „desztináció menedzsment szervezet" feladatait.

Jövőkép és tervezés

Mivel a turizmusban a magánvállalkozások és a közintézmények együttesen alakítják a terméket, az elérni kívánt fejlesztési célok kérdésében is egyet kellene érteniük. Ebben nyújt segítséget a tervezési eszközként szolgáló, közösen kidolgozott jövőkép. Ez tulajdonképpen egy hosszú távra érvényes igazodási vonalat jelöl ki, és egyfajta „csapásirányt" ad minden további intézkedés számára – azaz minden következő döntés a jövőkép normatív kereteihez igazodik. Ekként a közérdek intézkedései, illetve a turizmusgazdaság számára orientációs keretként szolgál. Jövőkép, mint irányadó célkitűzés csak akkor fejtheti ki eredményesen hatásait, ha a desztináció minden felelős szereplője részt vesz annak kialakításában és továbbvitelében.

Az érdekkülönbségek harmonizálása és érdekképviselet

A többi gazdasági ágazathoz hasonlóan a turizmus is különböző érdek- és jogosultsági csoportok területén tevékenykedik. E csoportok a szolgáltatók, a piaci érdekcsoportok és a nyilvános érdekcsoportok körébe sorolhatóak, miközben a turizmusszervezet a szolgáltatók és a nyilvános érdekcsoportok metszetében helyezhető el.

A terveket érintő konfliktusok nemcsak az érdekcsoportok között, hanem még az egyes csoportokon belül is jellemzőek: például a szállodaiparban, turisták csoportjaiban (a különböző vendégcsoportok helyenként nagyon eltérő igényei és elvárásai); vagy a helyi lakosság körében (beállítottságuk jórészt attól függ, hogy a lakosság gazdaságilag profitál-e, vagy inkább csak a terhelést érzékelik). A desztináció menedzsment feladata az egyes érdekek kiegyensúlyozása oly módon, hogy a csoportok továbbra is érdekeltek maradjanak a turizmusban való részvételben, illetve készek legyenek ahhoz hozzá is járulni. A szolgáltatók, a nyilvánosság és a lakóközösség keresztmetszetében álló turizmusszervezet feladata továbbra is az, hogy a település és más nyilvános érdekcsoportokkal szemben a turizmus érdekképviseleti szerveként lépjen fel. Mivel a turisztikai szolgáltatókat jelentősen befolyásolják a politikai és adminisztratív döntések, ezért a turizmusszervezet a politikát szakmai szempontú tanáccsal tudná ellátni. Ebből kifolyólag mindkét oldalnak törekednie kell arra, hogy a településeket és a térséget érintő általános fejlesztési célok kijelölésekor a turizmusszervezet beleszólási jogot kapjon.

Kínálatfejlesztés

A desztináció menedzsment egyik legfontosabb feladata a közjavak és -kínálatok rendelkezésre bocsátása. Mivel az egyes kínálati területek puszta összeadásával (szállás, ellátás, sport, szórakozás stb.) aligha váltható ki fokozottabb ott-tartózkodási kötődés, ezért kínálati kombinációkat, illetve szolgáltatási csomagokat kell létrehozni, amelyek illeszkednek az adott vendégcsoportok különleges igényeihez. A desztináció menedzsmentnek éppen ezért hatnia kell a részszolgáltatások fajtájára, terjedelmére és minőségére, hogy így egy kiegyensúlyozott kínálati mix jöhessen létre.

Egy desztináció vagy egy település nem tud és nem is szükséges, hogy minden vendég részére minden egyes kínálati elemet felvonultasson: mert aki mindenki kedvére akar tenni, az végső soron egyik célcsoport igényeit sem tudja teljesen és tökéletesen kielégíteni. A kihívás éppen abban áll, hogy a kínálati elemeket szolgáltatási csomagokba rendezve állítsuk a meghatározott vendégszegmensek rendelkezésére. Egy desztinációnak a széles alapkínálat mellett arra kell törekednie, hogy legalább egy területen – amelyben különleges erősségek rejlenek – sajátosan egyedi arculatot alakítson ki, azaz ezen a kitüntetett

területen pontosan azt kell felkínálni, amit a kiválasztott célcsoport keres. Egy desztináció kínálatfejlesztésének elsődleges célja tehát nem más, mint a már rendelkezésre álló kínálati erősségek, illetve a kulcsfontosságú gazdasági területek meglévő potenciáljainak kiépítése és továbbfejlesztése.

Marketing

A marketing-intézkedéseknek hozzá kell járulniuk ahhoz, hogy a piac elvárásainak megfelelő turisztikai kínálat jöjjön létre, és elérjék a rendelkezésre álló kapacitások optimális kihasználtságát. A desztináció menedzsment feladatai között szerepelnek azok a marketing-intézkedések is, amelyeket magas fokú vállalkozói és professzionális szinten kell végrehajtani, hogy ezzel rugalmassá váljanak, és a piachoz idomulva tevékenykedhessenek. Mivel a turizmusmarketing különböző szinteken megy végbe – egyes vállalatok, települések, desztinációk szintjén –, egy átfogó marketingkoncepció kidolgozására van szükség, amely megalapozza a közös célokat és stratégiákat, valamint koordinálja a marketingeszközök alkalmazását.

Az idegenforgalmi desztináció imázsa (Szabó G. 2006)

A turisták jellemzői és az idegenforgalmi desztinációkról kialakított kép alapján elmondható, hogy az egyes idegenforgalmi desztinációkat márkaként (brand) kell kezelni, mégpedig a turizmus változásai, a folyamatos versenyhelyzet és a turisták elvárásainak és szokásainak változása miatt. Ennek a márkának természetesen stratégiai menedzselésre van szüksége, hisz a márka imázsa (image) rendkívül nagy jelentőséggel bír a tekintetben, hogy az adott desztináció sikeresen tud e szerepelni a konkurensekkel tarkított piacon. Igen érdekes tehát megvizsgálni, hogy miképpen alakítják ki magukban a turisták egy adott desztináció imázsát. Először azonban definiáljuk, hogy mit is jelent egy idegenforgalmi desztináció imázsa:

A szakirodalom szerint az imázst a fogyasztók tudatos érzelmi interpretációja, vagyis két, egymással szorosan összefüggő komponens alakítja ki: (1) a tudatos, felfogáson alapuló/kognitív értékelés, mely az egyénnek a szóban forgó dologgal kapcsolatos saját tudásával és hitével, elképzelésével függ össze, valamint (2) az érzelmi, (affektív) értékelés, mely az egyénnek a szóban forgó dologgal szemben viseltetett érzéseivel kapcsolatos.

Az érzékelt imázs fogalma további problémákat vet fel, hisz nincs egységes értelmezés annak mérésére. Többféle megközelítés létezik tehát, melyek (1) az információgyűjtés formájában (többdimenziós skálák, szemantikai megkülönböztetés, Likert-típusú skálák, szabadon választott jelzők stb.) és (2) a desztináció imázsának méréséhez használt jellemzők (attribútumok) terén térnek el egymástól.

Fenti ismérvek alapján a legutóbbi kutatások eredményeit figyelembe véve a desztináció imázsának ismérveit összesen kilenc csoportra oszthatjuk: természeti erőforrások; általános infrastruktúra; idegenforgalmi infrastruktúra; idegenforgalmi kikapcsolódás és üdülés; kultúra, történelem és művészet; politikai és gazdasági tényezők; természeti környezet; társadalmi környezet; a hely légköre.

A turisztikai desztináció márkái, desztinációmarketing (Szabó G. 2006)

A turizmus marketingben is teret nyert a marketing posztmodern megközelítéseit alkalmazó márka, vagy „Brand" fejlesztés. Ez arra utal, hogy nevet, ismertséget, hírnevet kell szereznie annak a célterületnek (desztinációnak), amely piacra kíván lépni. A vásárlók, esetünkben a vendégkör, márkanevek bűvöletében él és dönt arról, hogy mit fogyasszon, vagy hová utazzon? A turizmusban a márkanevek olyan területek, amelyek különleges, csak rájuk jellemző összetételű idegenforgalmi kínálattal, tevékenységekkel, vonzerőkkel és termékekkel rendelkeznek. Ez elismert és keresettnek számít, jelentős a piaci elfogadottsága, beágyazottsága. Sikeres termék, turisztikai kínálat ismertté teszi annak a területnek, vagy településnek a nevét, ahol megvalósul. Az elismert név maga a márka, ami önmagában jelzi az adott kínálat értékét, tulajdonságait.

Mindezeket megfontolva javasoljuk, hogy a régiók is mozgósítsák a turizmus marketingben már országszerte, sőt határainkon túl is elfogadott területi márkáit. Ezeket erősítve a termékfejlesztésben és a marketingben, irányítsa a vendégkör figyelmét a régióra és annak vonzerőkben és turisztikai termékekben gazdag területeire.

A desztinációk átfogó jellemvonásai:

- Egyedi vonzerő összetétel és intenzív vonzás:
  - legalább országos, de inkább nemzetközi vonzás;
  - komplex attrakció spektrum, vagy egy-két domináns vonzerő megléte
- Kiforrott turizmus termékek, amelyeket jellemez:
  - szolgáltatásaik száma és minősége;
  - kapcsolatok a termékek és szolgáltatások között
  - jelentős kereslet, piaci elfogadottság
  - kialakult, meghatározható célcsoportok, piaci szegmensek
- „genius loci" (a hely varázsa, a hely szelleme) és annak kisugárzása:
  - érzékelhető földrajzi és történelmi identitás
  - széleskörű ismertség és elismertség
  - kialakult turisztikai imázs, vonzó arculat

A desztinációk alapvető jellemvonása, azok földrajzi megjelenése. A „génius loci", ami a hely szellemére, varázsára utal, éppen a legfontosabb jellemvonást, az egyediséget hordozza magában. Ez a vonzó különlegesség fakadhat a táj egyedi megjelenéséből, látványából, esztétikumából (panoráma érték). Erősítheti ezt máshol el nem érhető egyedisége (ritkaság érték), vagy olyan individuális értéke, amely kialakító folyamatainak mintaértékű megjelenéséből (tudományos érték) származik. Az egyediség formálói még a földrajzi jellemvonások mellett, az ember által alkotott, vagy felismert elemei a tájnak (pl. települések, szent helyek). A desztinációk vonzó, egyediséget alkotó, önálló imázst hordozó helyei lehetnek a földrajzi térben pontszerű megjelenésűek (települések, várak, városok, kilátópontok stb.), vagy vonalakba, övezetekbe rendezettek (vízpartok, domborzati szegélyek stb.).

A „hely szellemének" megtalálása az a kulcs a szolgáltatások és programok színes csokrával felszerelkezett desztináció identifikálásánál, amelyből ki lehet indulni a területi márkák építésénél, piaci bevezetésénél. Kutatásaink szerint a desztinációk is *energikus pontokból* és egymást erősítő *vonalakból, övezetekből* fejleszthetők ki.

Az egyes régión belüli desztinációk tartalmát alapjaiban határozza meg attrakcióik összetétele, erőssége és az ezeket kiegészítő programok, valamint szolgáltatások által kirajzolt kínálat, aminek megjelenítői a turisztikai termékek. A célterületek fejlesztésénél jellemezzük a meglévő, vagy kívánatos, fejlesztendő kínálati profilt, valamint az ezt erősítő, jellegadó (1.) vagy kiegészítő (2.) termékeket.

A meghatározható, a fenti kritérium rendszernek megfelelő célterületeket kategóriákba sorolhatjuk a régióban.

Átfogó célterület, amely egyben a régión belüli turisztikai integráció és fejlesztés beavatkozási területe is. Földrajzi, történeti, néprajzi és turisztikai jellemzői alapján identifikálható, területi márkává fejleszthető. Az átfogó célterületen belül további gócterületek, „Brand-embriók" is meghatározhatók.

Formálódó gócterület, desztináció, amely már meglévő kínálata és gazdag adottságai okán jelentős potenciálokat hordoz, egyedi márkává fejleszthető.

Kiforrott, valódi területi márka: „Brand", jellemzője, hogy a vonzerői, turisztikai termékei már ma is jelentős volumenű forgalmat gerjesztenek, hatókörük nemzetközi, nevük elismert márka a turisztikai piacon. Mindezeken túl még jelentős fejlesztési potenciálokat is hordoznak, összekapcsolódva a területileg közel fekvő további desztinációkkal erősíthetik, dinamizálhatják azokat.

2. A magterületektől a desztinációig

A NTS-től a TDM-ig

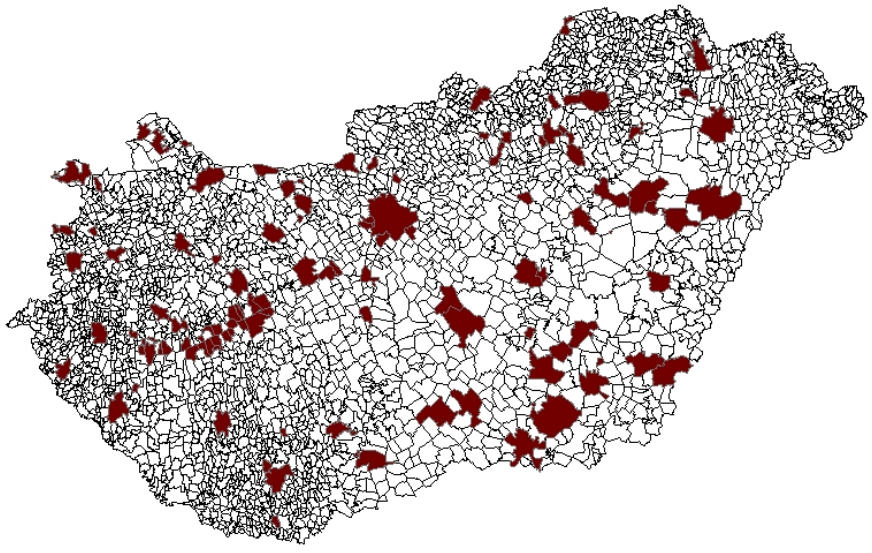
A turisztikai desztináció menedzsment rendszer (TDM) kialakítása a 2005-től 2013-ig szóló Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában (NTS) országosan kiemelt fejlesztési célként került meghatározásra. Megfogalmazta a helyi-, a regionális-és a nemzeti szintű desztináció fejlesztés feladatait és menedzsment szervezeteik kialakításának alapelveit (Aubert A. – Csapó J. – Szabó G., 2007). *A desztinációkat a fejlesztés területi kereteként (attrakció és termék) és a piaci megjelenés egységeként jeleníti meg.* Az NTS prioritásai az ÚMFT-ben a regionális operatív programokba (TDM), illetve az Új Magyarország Vidékfejlesztési Programba (ÚMVP) épültek be. E dokumentumok, ill. a hozzájuk kapcsolódó pályázati rendszerek ismeretében bátran állítható, hogy a hazai turizmusfejlesztésben a területiség kérdése igen jelentős változások előtt áll. *Tekintettel arra, hogy a turisztikai térségek térbeli lehatárolásának kérdése mind a mai napig nyitott kérdés, a TDM rendszer kialakítása és megvalósítása során a pályázati rendszerben megjelenő szakmai feltételek mentén alakulhatnak meg önszervező módon.* Az előkészületekből nyilvánvaló, hogy az NTS szellemében három térségi szinten szerveződnek a TDM-ek, helyi-, mikro-régiós-és regionális szinten. Ez utóbbi számos területfejlesztési-és turisztikai intézményrendszert érintő (RFT/RFÜ, RIB/RMI) konfliktust is hordoz magában, így a közeljövőben a helyi-és térségi szerveződésnek van realitása (Kovács B. - Gerlach V. 2007). A nevezéktant illetően a geográfus mondatja velem, hogy a mikro-régió kifejezést a szakirodalom nem ismeri, a régió egy nagyobb földrajzi teret jelent, számtalan típusával, a mikro-, mint jelző a gazdasági régió alegysége. Javaslom a *mikro - térség* használatát, ha már a kistérség „foglalt" a hazai terület felosztási rendszerben.

A magterületektől a desztinációig

Magterületek alatt olyan turisztikai gócpontokat értünk, amelyek részben jelenleg is, összességében azonban a jövőben húzóerőként szolgálhatnak az adott régió turizmusának fellendítésében. A turizmus fejlesztése során tehát a tematikus, termék-alapú fejlesztés helyett az egyes magterületek komplex fejlesztésén van a hangsúly. Ahhoz, hogy a turisztikai fejlesztések a koncentráció és a partnerség elveinek is megfeleljenek, szükséges a magterületek lehatárolása települési szinten. A TDM pályázati kiírás tervezetében a térségi lehatárolást alapvetően eldöntő kritérium a települések vendégéjszaka száma, melynek értékei a 20 - 50 ezer vendégéjszaka közötti tartományban mozognak. A 2007. évi statisztika ismeretében az országos helyzetet prezentáló térképeken a min. 20 ezer vendégéjszaka esetén régiónként 8 (Közép-Magyarország) és 29 (Balaton),

a min. 50 ezer vendégéjszakánál pedig 3 (Közép-Magyarország) és 22 (Balaton) között szóródnak a települések. A desztinációk száma és elhelyezkedésük egyrészt szorosan összefügg a hazai táji keretekkel és a településhálózati sajátosságokkal, másrészt az attrakciók és termékek típusaival (*1. és 2. ábra*).

1. ábra. Az összes kereskedelmi vendégéjszakák száma Magyarországon településenként, 2007 (Vendégéjszakák száma: 20 000 felett)

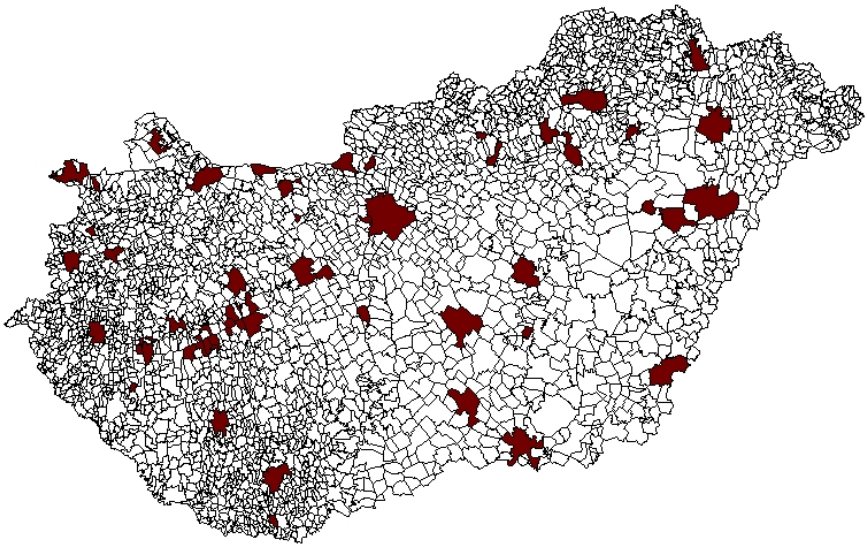


Lakosság 44,7 %-a
Vendégéjszakák 89,5 %-a
Települések 3,38 %-a

Szerk.: Pirkhoffer E. 2008

Bár az NTS megfogalmazta a TDM szervezetek térségi szintjeit, a *lehatárolás szakmai kritériumait nyitva hagyta*, ill. azok a pályázati előkészítés során formálódnak napjainkig. A DDRFÜ tett először kísérletet arra, hogy a településszintű lehatárolást szakmailag megalapozza 2007-ben, majd ezt követte az ÉARIB 2008-ban (lezárás előtt).

2. ábra. Az összes kereskedelmi vendégéjszakák száma Magyarországon településenként, 2007 (Vendégéjszakák száma: 50 000 felett)



Lakosság 37,7 %-a
Vendégéjszakák 81,9 %-a
Települések 1,83 %-a

Szerk.: Pirkhoffer E. 2008

3. A magterületek területi lehatárolásának szakmai kritériumai a Dél-Dunántúl példáján

A Dél-Dunántúlra elkészített településszintű lehatárolást egy összetett szakmai kritériumrendszer mentén végeztük el és amely alkalmasnak bizonyult településcsoportok, magterületek körülhatárolására (www.ddrft.hu). E tanulmány keretében az értékelési szempontok áttekintésére és a kapott eredmény térképi bemutatására vállalkozhatunk (*Aubert A.-Puczkó L.-Szabó G. 2007*).

1. A vonzerők értékelése

A turizmus alapja, a fejlesztendő termékeinek lételeme az attrakciók megléte egy adott településen. A régió magterületei sem határozhatók meg vonzerőik hatókörének ismerete nélkül. A legutóbbi (többé- kevésbé) egységes metodikájú és teljes körű vonzerő felmérés a Magyar Turizmus Rt. irányításával, 1997-

ben készült el. Ez a közel 10 éves felmérés több vonatkozásban sem alkalmas a régió települési vonzerőinek az értékelésére. A mai helyzetkép megismerésére, a DDRFÜ közreműködésével, a kistérségi menedzserek felkészítésével, újra elvégeztettük a teljes körű vonzerő felmérést.

2. Minősített szolgáltatók

Az értékelés második nagy kvalitatív kategóriája a régióban működő turisztikai hálózatokhoz tartozó, a saját tevékenységükre vonatkozó minősítési rendszeren sikeresen megfelelt szolgáltatók számbavétele. A Dél-Dunántúlon a borutak tagjai, a falusi vendégfogadók, a lovas turisztikai szolgáltatók és az alkotó kézművesek kerültek bele értékelésünkbe. Felmérésre került településenként az adott kategóriákban minősített szolgáltatók száma.

3. Forgalmi mutató

A kereskedelmi és magánszálláshelyek kapacitása és vendégforgalma adatainak régiós áttekintésekor nyilvánvalóvá vált egy olyan ellentmondás, hogy számos esetben a regisztrált kapacitás értékekhez nem kapcsolódott vendégforgalmi érték. Valójában tehát egy nem működő, vagy minimális forgalmú szálláshelyekről beszélhetünk ebben az esetben. Szakmai szempontból a vendégéjszaka mutatja a tényleges turisztikai forgalmat, melynek azonban abszolút értékei a régióban óriási szélsőségek között szóródnak (Siófokon 675541-, míg Decsen 18 fő/éj/év). Indokoltnak tartottuk a fajlagos mutató használatát, melyre a KSH adatbázisában az 1000 főre vetített települési értéket, illetve annak kategóriákba való besorolását választottuk.

4. Turisztikai hálózatok és fejlesztési aktivitás

Ebbe a csoportba azok a mutatók kerültek, melyek értékei nem képeznek összehasonlítási alapot a kiértékelés szempontjából. A jellemző válaszadási lehetőség az igen-nem kategória.

4. 1. Elnyert turisztikai támogatások

Fontosnak tartottuk figyelembe venni az utóbbi években, forrásoktól függően (2000-2006) a nyertes turisztikai témájú pályázatokat, melyek felerősítik a már meglévő vonzerőket, vagy új attrakciót hívnak életre.

4. 2. Turisztikai szuprastruktúra (inkl. Tourinform hálózat)

A turizmus térségi hálózatának alapját jelentik azok a létesítmények, kiépített objektumok, amelyek a vonzerők hasznosítását, a turisztikai termékek kialakítását teszik lehetővé. Ilyen kiépített struktúrának tekintjük:

- a védett területeken (nemzeti park, tájvédelmi körzet, természetvédelmi terület) létrehozott és működő *látogatóközpontokat*, amelyek sokrétű szolgáltatási kínálattal fogadják a turistákat;
- a szintén a védett természeti értékek bemutatását elősegítő *tanösvényeket*;
- a folyók és állóvizek túraútvonalainak csomópontjaiban létrehozott vízi túra megállóhelyeket (kikötő, pihenőhely);
- ebből a kategóriából kimagasodó, a konferencia turizmus alapját jelentő objektumokat (MICE);
- a termál- és gyógyfürdőket
- itt értékeltük a régió turisztikai információ és marketing hálózat egységeit, a Tourinform irodákat.

4.3. Tematikus út tagja

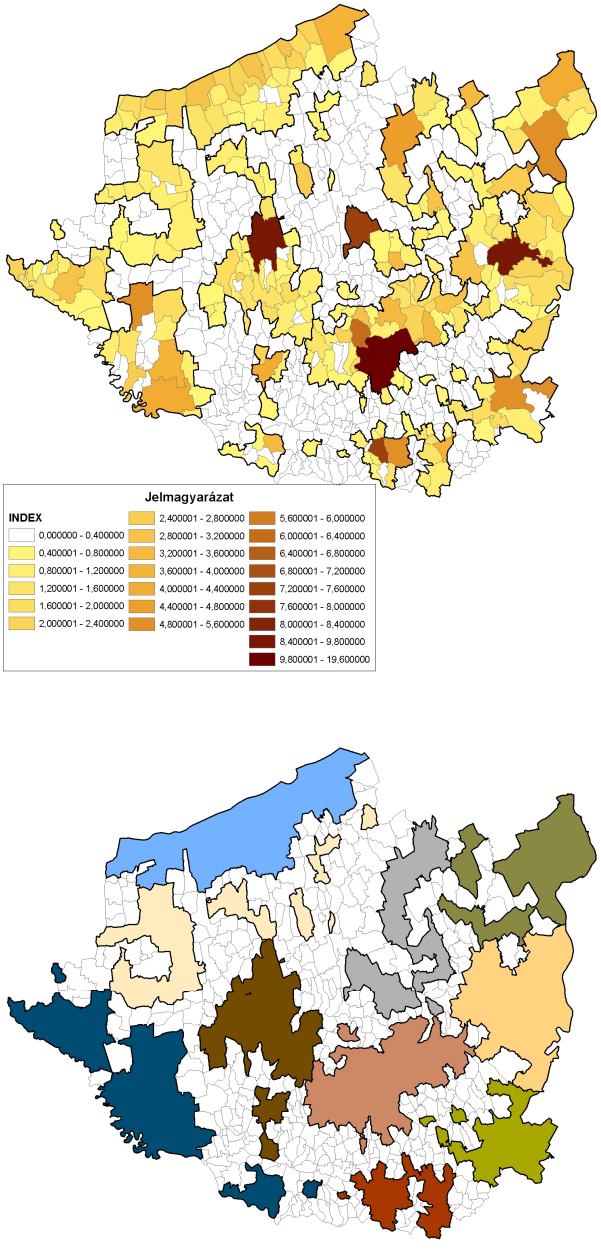
A turisztikai hálózatok szerveződését kiemelt értékként kezeljük, a turisztikai fejlesztések és a térségi menedzsment szempontjából a jövő útját jelentik. Három alaptípust képeztünk, melyből a tematikus út egy-egy termék térbeli szerveződését jelenti (borút), míg a klaszteresedés egyben a térben elkülönülő szolgáltatók specializálódását és komplementer együttműködését fejezi ki.

5. Helyi Idegenforgalmi Adó (IFA)

A valós települési idegenforgalom egyik mérhető jelzője, hogy az adott települési önkormányzat helyi idegenforgalmi adót vet-e ki. Amennyiben ez így van, úgy biztosak lehetünk abban, hogy a településen turisztikai vállalkozások működnek és adóznak.

A települési önkormányzatok számára a helyben szedett idegenforgalmi adó egyrészt azt is jelenti, hogy statisztikai szempontból hivatalosan is nyilvántartott idegenforgalmi település, másrészt a beszedett IFA-hoz állami támogatás társul. Így megnő a település esélye a turizmust érintő helyi fejlesztéseket illetően.
Összesen 653 település adatait tartalmazta a modell, a számítások azt mutatják, hogy 197 település nem tudott elérni egyetlen pontot sem, míg a legtöbb pontot elérő település (Pécs) pontjainak száma 19. Azt javasoltuk, hogy a fejlesztések és az együttműködések érdekében a 0. 4 pontértéket elért települések kerüljenek kiválasztásra. A modell alapján az alábbi ábrák (*3. és 4. ábra*) mutatják a települési-és a magterületi lehatárolás eredményeit.

3-4. ábra. Települési és a magterületi lehatárolás a Dél-Dunántúlon



Forrás: Pirkhoffer E., 2007

Jól látható, hogy még ezen az alacsony értéken is látszik a régió széttöredezettsége (3. ábra). Ha azon településeket is, közvetve, a magterület részeinek tekintjük, amelyek jelenleg még „fehér foltnak" számítanak, de valójában egy potenciális magterületben, szigetszerűen vannak jelen, akkor a töredezettség már kevésbé szembetűnő (4. ábra). Munkánk hasznosulása a régió pályáztatási eljárásában a kedvezményezetti kör konkretizálásában már jelentkezett, ill. inspirálja a szereplőket az együttműködésre azokon a településeken, akik fejleszteni szeretnének, de ezt csak a magtelepülési listába már bekerült településekkel való kooperációban tudják megtenni. A modell egy adott állapotot rögzít, melynek adatbázisát évről-évre frissíteni szükséges, hogy nyomon követhesse a változásokat és a fejlesztési politika számára további segítséget nyújtson.

Irodalom

Aubert A. (2007): Desztinációkutatás és földrajzi szemlélet. In: Aubert A. (szerk. 2007): A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei. PTE, Bornus Kft. Pécs, pp. 56-66.

Aubert A. – Csapó J. – Szabó G. (2007): A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS 2005-2013) területi vonatkozásai. In: Aubert A. (szerk. 2007): A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei. PTE, Bornus Kft. Pécs. pp. 104-108.

Aubert A.- Puczkó L.-Szabó G. (2007): A Dél-Dunántúli régió turisztikai magterületeinek lehatárolása. www.ddrft.hu 38. p.

Bieger, TH. (2003): Management von Destinationen und Tourismusorganisationen. R. Oldenburg Verlag, München-Wien, 369 p.

Kovács B.- Gerlach V. (2007): A 2007-20013 közötti hazai fejlesztéspolitika turisztikai vetülete. Turizmus Bulletin, 2007/3. sz, Bp. pp. 39-46.

Lengyel M. (szerk. 2008): TDM működési kézikönyv. Heller Farkas Főiskola, Bp. 216 p.

Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia, 2005-2013

Szabó G. (2006): Területi márkák Baranya és a Dél—Dunántúl turizmusában. In: Aubert A. (szerk.): Desztináció-építés és-menedzsment. Dél-dunántúli Turizmus Kiskönyvek, DDRIB, Pécs, pp. 60-89.

BÁCSKAINÉ PRISTYÁK ERIKA

A beregi térség lehetséges TDM modellje

Bevezetés: a turisztikai desztináció menedzsment

Magyarországon a turisztikai desztináció menedzsment technikáit, módszereit az elmúlt években alakították ki, alkalmazkodva és figyelembe véve a hazai viszonyokat. A WTO (Word Tourist Organization) által kialakított és sikeresen használt TDM (Total Destination Management) technika kitűnően alkalmas az adaptációra. A desztináció-menedzsment új típusú struktúrája a nagyobb fokú flexibilitást, a piaci változásokra gyorsabb és könnyebb alkalmazkodást tesz lehetővé annak révén, hogy ebben az esetben nem a hagyományos funkcionális munkamegosztással találkozunk a menedzsmentszervezetnél amely a marketing, termékfejlesztés, minőségbiztosítás, információszolgáltatás felosztásán alapul), hanem alapvetően két fő tevékenységkörre bontja szét a szervezet feladatrendszerét:

- *márkamenedzsment* (specifikus, sajátos, az egyedi adottságokon nyugvó termékfejlesztés és promóció): pl. wellness, kulturális turizmus, aktív turizmus, örökség turizmus.
- *üzleti tevékenység* (információ-menedzsment, kommunikáció és kapcsolattartás a turisztikai szférában jelen lévő és érdekelt szervezetekkel). (*Aubert A. 2006.)*

A NTF (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia) a helyi,(= térségi, kistérségi), regionális és nemzeti desztináció-menedzsment szervezetek kialakítását javasolja. Országos elterjedéséhez a 15/2005. OIB (Orzságos Idegenforgalmi Bizottság) állásfoglalás a „Térségi desztinációs menedzsment" című előterjesztés nagyban hozzájárult. Vidéki turisztikai régiók közül a Dél-Dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság ezen irányú tevékenysége kiemelkedő, a balatoni TDM modell is jól működik. Az Észak-alföldi régióban a rendszer megalapozása történik, turisztikai magterületeket jelölnek ki, és a ROP-on belüli pályázatként fog szerepelni. A Szatmár-Beregi területeken is a konkrét lépések, pályázatok most vannak kialakulóban, a szükséges együttműködés ilyen jellegű szervezeti kialakítását célszerűnek látják.

TDM lehetősége a Szatmár-Beregi síkságon

A Szatmár-Beregi síkságot lefedő 4 kistérségnek (vásárosnaményi, fehérgyarmati, mátészalkai, csengeri) valójában közösen volna célszerű kialakítani egy TDM szervezetet, hiszen a turizmusnak még a belföldi piacán belül is haté-

konyan csak így tudnak fellépni. Kistérségi vagy települési modellek ezen a területen nem célszerűek. A térségi TDM-nek nem kell pontosan egybeesnie a közigazgatási kistérségek határaival, területével, hiszen a turisztikai értelemben vett „kistérség" nem azonos vele. Tájegységek (Beregi-Tiszahát, Beregi-síkság, Szatmári-síkság, stb.) vagy közös turisztikai termékkínálaton alapuló egységek jelenthetik a magját. Az egységesebb és önálló beregi térségben azonban az együttműködésre jó példák vannak: utazási kiállításokon való részvétel, kiadványok, rendezvények, stb.

Kistérségi vagy települési önkormányzatok, turisztikai menedzserek, civil szervezetek, turisztikai szolgáltatók, és egyéb, a turizmussal közvetett kapcsolatban lévő vállalkozások partnerségi együttműködése szükséges. A tagok közösen dönthetik el az együttműködés formáját, tartalmát. Az együttműködéshez szükséges pénzeszközök forrásait is közösen pályázhatják. Egy döntéshozó testület felállítása a professzionalizmust célozhatja meg, akik a napi feladatokat ellátó munkaszervezetet is felállíthatnak, melynek infrastrukturális hátterét például a Tourinform iroda és egy desztinációs honlap rendszer adhatja. Térségi szinten hatékonyabb marketingtevékenység végezhető, a vonzerők erősíthetik egymást.

A térségi együttműködés szükségességét legalább egy évtizede jól látják a Szatmár-Beregi-síkságon tevékenykedő, a turizmusnak bármely területével foglalkozók. A turisztikai szakemberek és szereplők közösen alakítottak ki olyan turisztikai termékeket, mely hasonló együttműködést kényszerít ki, ezek legjobb példái: Szatmári Fesztivál, Jeles napok a Beregben (mindkét rendezvények 7-8 település összefogása valósul meg), vagy a Szatmár-Beregi Szilvaút. Az *1. táblázatból* kitűnik, hogy 2007-ben általában csökkent a vendégéjszakák száma az előző évhez képest, legnagyobb csökkenés Lónyán volt, míg Tarpán és Beregdarócon nőtt a belföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák aránya, az önkormányzatok tevékenységének köszönhető mindez. Ezért is szükséges további szakmai lépések megtétele, a desztináció népszerűsítése.

Szatmár-Beregi Szilvaút: egy olyan tematikus útvonal, melynek célja a térség gasztronómiai értékeinek megőrzése, valamint ezek elkészítéséhez kapcsolódó tevékenységek bemutatása. Egy tájegység hagyományos terméke, például a bor, a sajt, stb., egy idegenforgalmi termék vázát képezheti. A Szatmár-Beregi síkság jellemző tradícionális mezőgazdasági terméke a szilva. Emellett jelentősebb látnivalóit, gasztronómiai sajátosságait (lekvárfőzés, Lekvárium megtekintése, pálinkafőzde, aszalás, stb) és a hagyományőrzés színhelyeit (pl kenderáztatás, vászonszövés) a Nagy Szilvaút fűzi össze. „Naménytól–Naményig" tart, 4-5 napos programot kínál, elsődleges és másodlagos szuprastruktúra áll mögötte, 16 települést fűz össze, 32 térkép és információs tábla segít a tájékozódásban. A Kis Szilvaút Penyigétől–Panyoláig tart, útvonalak: Vásárosnamény, Tákos, Csaroda, Beregdaróc, Beregsurány, Márokpapi, Tarpa, Tivadar, Penyige, Túristvándi, Szatmárcseke, Tiszacsécse, Milota, Sonkád, Kölcse, Panyola.

1. táblázat Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében, kistérségenként, Vendégéjszaka 2007.

	Vendégéjszakák száma			Előző év=100,0%		
	külföld	belföld	összesen	külföld	belföld	összesen
Baktalórántháza ***kt***	922	1 943	2 865	132,5	96,7	105,9
Apagy	98	1 951	2 049	100	90,5	90,9
Levelek	38	635	673	475	121,2	126,5
Csenger ***kistérség***	797	4 105	4 902	143,3	359,5	288,7
Garbolc	0	1 387	1 387	0	80,4	80,4
Fülesd	0	421	421	0	73,2	73,2
Tunyogmatolcs	0	1 118	1 118	0	90	90
Túristvándi	0	2 705	2 705	0	83,3	83,3
Tiszabecs	0	1 841	1 841	0	88,3	85,2
Fehérgyarmat ***kt***	36	1 572	1 608	81,8	76,7	76,8
Nagyhódos	0	480	480	0	56,5	56,5
Szatmárcseke	35	453	488	0	91,7	98,8
Kisvárda ***kistérség***	9 457	8 710	18 167	125,3	69,4	90,4
Tuzsér	3	794	797	0	159,8	160,4
Dombrád	0	2 389	2 389	0	74,8	74,8
Záhony	165	290	455	15,7	31,2	23
Tornyospálca	8	304	312	0	98,1	100,6
Komoró	1 269	104	1 373	66	57,1	65,2
Vaja	0	449	449	0	35,5	35,5
Mátészalka ***kistérség***	598	4 733	5 331	191,1	79,4	84,9
Nagykálló ***kistérség***	0	859	859	0	128,2	128,2
Bátorliget	0	1 053	1 053	0	58,8	58,8
Nyírbátor ***kistérség***	2 427	10 133	12 560	79,2	140,5	122,2
Máriapócs	320	5 183	5 503	102,6	113,3	112,6
Nyírbogát	7	567	574	28	57,3	56,6
Napkor	189	1 945	2 134	82,2	95,2	93,9
Nyírtelek	376	907	1 283	170,1	77,9	92,6
Nyíregyháza ***kt***	46 003	79 495	125 498	112,7	107,5	109,4
Kótaj	80	384	464	0	1477	1784
Tiszadada	4	267	271	0	207	210,1
Tiszavasvári ***kt***	1 438	5 562	7 000	0	81,2	102,2
Tiszadob	24	237	261	240	53,6	57,7
Rakamaz	689	22 219	22 908	62,3	92,7	91,4
Tiszalök	75	4 791	4 866	63,6	41,8	42
Tarpa	**16**	**769**	**785**	**0**	**164,7**	**168,1**
Jánd	**0**	**96**	**96**	**0**	**41,2**	**41,2**
Vásárosnamény kt	**1 375**	**17 538**	**18 913**	**56,7**	**103,4**	**97,5**
Tivadar	**80**	**7 648**	**7 728**	**2000**	**77**	**77,8**
Lónya	**0**	**86**	**86**	**0**	**34,4**	**33,3**
Beregdaróc	**62**	**2 321**	**2 383**	**114,8**	**132,9**	**132,3**
Tiszatelek	0	22	22	0	29,3	29,3
*Ibrány-***Nagyh. kt**	12	1 350	1 362	6,2	138,9	117
Nyírbogdány	0	81	81	0	197,6	126,6
Sz-Sz-B m. össz	66 612	200 877	267 489	109,4	96,1	99,1
É-A Régió Ö	596 539	1 265 392	1 861 931	103,6	101,1	101,9

Forrás: ÉA RIB Marketing IG.

Szatmár-Beregi Szilvaút szolgáltatói:

- Tarpa Natura Kft. - Bereg Kincsei ajándékbolt (Tarpa)
- Tarpa Manufaktura Kft. - Pálinkái, biolekvárai, aszalványai (Tarpa)
- Panyolai Szilvórium Kft. - Hagyományos pálinkafőzde és palackozóüzem (Panyola)
- Szilva Fürdő (Vásárosnamény)
- Atlantika Vízividámpark (Vásárosnamény - Gergelyiugonya)
- Winkler Ház Panzió és Étterem (Vásárosnamény)
- Szatmár Fogadó (Szatmárcseke)
- Kőrösiék Vendégháza (Penyige)
- Falusi vendégház (Penyige)
- Lekvárium (Penyige)
- Danó porta (Tivadar)
- Lipták üdülőház (Vásárosnamény - Gergelyiugonya)
- Mini Camping (Vásárosnamény - Gergelyiugonya)
- Fenyves Idegenforgalmi és Turisztikai Centrum (Baktalórántháza, 41-es főút mellett)

A Bereg turisztikai helyzetképe, szolgáltatói, szolgáltatásai, termékei

A vidéki (falusi) turizmus a gazdasági-társadalmi térkapcsolatok erősítőjévé válik, túllép a települési határokon, markáns arculatú kistérségek sorát alapozhatja meg. A turizmus fejlesztésében a legutóbbi két évtized új elvek, gondolatok, elvárások és célok térnyerését hozta. Ezek a turisták minőségi igényinek és a környezeti érzékenység felerősödésével újfajta turizmusformák megteremtését segítették elő. Az alternatív, szelíd és vidéki turizmusok azonos alapelveken nyugvó turizmus formák: eredeti értékekre koncentrál, környezet és társadalomkímélő, vidéket támogató, megismerés, aktivitás és élményközpontú (SZABÓ G. 2007).

A Beregi síkságon elhelyezkedő települések (zömében aprófalvak) a tradícionális értékekre és a természetközeliségre szerveződő kínálattal jelennek meg, ezt egészítik ki kulturális és egyéb rendezvény attrakciók. A kistérségi központtal, Vásárosnaménnyal a térség egyetlen városával, jól kiegészítik egymás kínálatát. Magyarországon a vidéki turizmus megfelelője a falusi turizmus, de célszerűbb volna a szélesebb megközelítést adó vidéki turizmus megnevezés alkalmazása (SZABÓ G. 1993, 2000). Turisztikai fejlesztésben és desztináció alkotásban összefognak a települések, éppen az ilyen jellegű együttműködés miatt célszerűbb a vidéki elnevezés.

Turisztikai helyzetkép: A kistérségben a turisztikai besorolású vállalkozások száma tízezer lakosra vetítve csaknem 23%-kal meghaladja a megyei átlagot, azonban a társas vállalkozásokat vizsgálva csupán megközelíti azt (89%). A turisztikai vállalkozások több mint négyötöd részét egyéni vállalkozás formájában üzemeltetik (121 db), egyedül Márokpapiban és Mátyuson nincs ilyen cég. 21 szálláshely-szolgáltatást, vendéglátást nyújtó vállalkozás működik a térségben, közülük 11 Vásárosnaményban, 2-2 Nagyvarsányban, Tiszaszalkán és Tivadaron, és további 1-1 Barabáson, Gemzsén, Ilken és Tarpán. A kistérségben található a megyei kereskedelmi szálláshelyek 11,4%-a és a magánszálláshelyek 28,9%-a. A kistérség mindkét szállodája Vásárosnaményban vehető igénybe. A 7 panzió közül 1-1 van Beregdarócon, Lónyán, és Tivadaron, Tarpán és Vásárosnaményban pedig 2-2, emellett 1 turistaszállás Vásárosnaményban, 3 kemping (1 Tivadarban és 2 Vásárosnaményban), 5 üdülőház (Jándon és Tivadarban 1-1, Vásárosnaményban 3) és 3 ifjúsági szálló (1 Tivadarban és 2 Vásárosnaményban) biztosít szálláshelyet az ide látogatók számára. Fizetővendéglátással 26-an foglalkoznak (mindegyik Vásárosnaményban), falusi szállásadással pedig 34-en (Csarodán, Nagyvarsányban, Tákoson és Tiszaadonyban 1-1, Gyürén és Tiszaviden 2-2, Beregsurányban 3, Jándon és Tarpán 5-5 és Vásárosnaményban 13). A külföldi vendégek aránya elenyésző (7 % körüli), az átlagos tartózkodási idő az egyébként alacsony megyei szintet alig haladja meg. Átlagos tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken 2,1 nap, külföldi 2,4, magánszállásokon 4,8, külföldi 7,6 nap.

A térség turisztikai lehetőségei, szolgáltatások és termékek köre:

- Templomtúra: Tákos, Csaroda, Lónya, Beregdaróc, Tákos paticsfalú, kazettás mennyezetű templom. Csaroda, Lónya XIII. századi, freskói gazdag, piros-kék népi motívumok. Továbbá: Vámosatya, Márokpapi, Gemzse, Tarpa, Tivadar. A Reformáció útja vallási körutazás részei ezek a templomok.
- Fa haranglábak közül kiemelkedik a Csaroda, Lónya és Vámosatya
- Templomi hangversenyek: Csaroda
- Tájházak: Tákos, Beregdaróc, Beregsurány, Csaroda, Tarpa a beregi keresztszemes hímzés bemutatása, kipróbálása
- A megújult Bereg Múzeum a 2008-ban felújított Tomcsányi Kastélyban (Vásárosnamény). A Felső-Tisza-vidék régészeti gyűjteménye, beregi keresztszemes hímzés, vaskályhagyűjtemény, festett tojásgyűjtemény, Eötvös kúria: iskolatörténeti kiállítás
- Kendertől a vászonig, Beregdaróci vászonvirág (Beregdaróc)
- Tarpai szárazmalom (ipartörténeti emlék)
- a Szatmár-Beregi Szilvaút és szolgáltatói
- Szatmár-Beregi Pálinka Lovagrend versenyei, rendezvényei

- Tisza-party nyári rendezvénysorozat a gergelyiugornyai szabad strandon
- Beregi Ünnepi Hét, Vásárosnamény
- Aranyosapáti Alkotótábor
- Tákos: Málenkij robot emlékünnep
- Jeles napok a Beregben rendezvénysorozat:

2004-ben volt az első, azóta évente nagy összefogással megvalósult idegenforgalmi rendezvénysorozat. Több ezer vendég fordul meg sorra a falvakban, a szakemberek, a falvak vezetése is meggyőződhetett az összefogás életrevalóságáról. A bekapcsolódott nyolc falu mind külön sajátossággal mutatkozik be. A rendezvények jellegében változatosak, a turistáknak is választási lehetőséget kínálva. Általában tíz napon át tart a rendezvény, két hétvégével, de van olyan év, hogy csak hétvégenként, így négy hétvégére tesznek programot. A résztvevőknek sikerült megismerniük a Bereg jellemzőit, értékeit. Sorra véve a programot:

Csaroda: *Csaronda Parti Kulturális Fesztivál*: 2007-ben a nyolcadik alkalommal megrendezett fesztivál egyre színvonalasabb, válogatás alá esnek fellépők. Azzal, hogy a népi mesterségeket ténylegesen ki lehetett próbálni, a gyerekektől a nyugdíjasokig sok embert vonzott, hímzés, kovácsolás, fafaragás, íjászkodás, kenderfeldolgozás, korongozás, a hagyományápolásnak ezt a módját kell még inkább erősíteni. A Csaronda-parti hangulat nagyon kellemes. A turisztikai kínálat egyik csomópontja ez, a vendégforgalom évente növekszik. A Csaronda másik partját és a szomszédságában elterülő ártéri szilvás megtekintését egy ösvény kialakításával kevés ráfordítással is meg lehetne oldani. – Ártéri gyümölcsöst, dzsungelgyümölcsöst, szilvást, egy-egy öreg körte-, diófát bemutató helyszín kialakítása, akár ártéri tanösvény formájában.

Lónya: *Lónyay Örökség Napja:* Igazi tartalmas falunap, a meghívott közigazgatási, szakmai vendégek magas számú részvétellel. A Lónyay kápolnában a koszorúzás méltó ünneplés. Ügyes megoldás az első alkalomtól, hogy a résztvevők megszámlálására, hogy dobjanak egy pénzérmét a bejáratnál kitett korsóba (716 pénzérme, Lónya népessége 316 fő). A Szatmári Fesztivál szervezőivel való intenzív kapcsolat látszott a kostoló-utca díszleteiben. A református templom újonnan feltárt freskók történetét az érdeklődőknek szívesen mondta el a lelkész, ennek alaposabb szervezettebb bemutatását későbbre, a restaurálás befejezésére tartogatják.

Tákos: *Aratónap és a Beregi Keresztszemes Napja:* kedvet kap a kaszáláshoz a messziről érkezett vendég is. Több helyen lehetett hímezni, vásárolni a beregi keresztszemes motívumait megismerni. A szatmári (penyigei) Lekváriumhoz hasonlóan egy hímzőház működtetése, fiatalok számára is lehetőséget biztosítva a hímzés kipróbálására, érdeklődésre tarthatna számot egész évben. Ha bekanyarodunk Tákosra, a paticsfalú templom megtekintése után elidőzhetnénk a keresztszemes technikát kipróbálva.

Beregsurány: *Boldog Békeidők Hangulata a Bárókertben:* A helyreállított Uray-kúriában sikerült megidézni a tervezett hangulatot, a színház-művészet dominált, korhű öltözettel és tartalommal. A Lónyayak, az Urayak, a Bayak életét egyszerűen bemutató, állandó pénzkiállítással bővített kiállítás is látható.

Vámosatya: *Beregi Vadásznap:* Tudományos jellegű konferencia is a rendezvény része, mely a területfejlesztéssel foglalkozik, színvonala fokozható. A Bockereki erdőben lovaskocsis barangolásra adódott lehetőség. A trófeakiállítás és vadászkutya-bemutató sok vadászt és érdeklődőt vonzott. Nem szerepel külön a programban a templom és harangláb megtekintése, de sokan, profi fotósok is besétálnak a faluközpontba. Országosan ismert színész fellépők fokozzák a vidámságot. Az ártéri erdőt bemutató tanösvény és a lovaglási lehetőség, már kialakultak a Bockereki erdőben, mely a Szatmár-Beregi Tájvédelmi Körzet legnagyobb összefüggő erdősége, a Bereg tüdeje. A Hortobágyi Nemzeti Park fehérgyarmati helyi központján és oktatási intézményeken kívül végre itt is meg lehet ismerni az ide érkezőknek, miért is olyan értékes ez az érintetlennek nevezett táj.

Tivadar*: Világok zenéje,* vagy *Színházi előadás, Musical, Színház a kanyargó Tisza partján:* Megvalósult, hogy a fesztivál idejének közepén kellemes, csendesebb, nyugodtabb pihenőnap legyen. Az eddigiektől eltérő komolyzenei, színházi program így helyénvaló. A Tivadari Református Ifjúsági Konferencia- és Üdülőközpont is bekapcsolódott a rendezvénybe.

Beregdaróc: *Daróci Kenderes Napok:* Hangulatos, élethű, színvonalasan kialakított helyszín és falukép fogadja az ide érkezőt: szalma és kender-emberek sora, már a főúton is. Az új tájházba, bemutatóterembe a vendégek nagy része elsétál, turisták tépik és kévézik a kendert, a kenderázatáshoz, a hét km-re lévő tóhoz már kevesebben jutottunk el. Ezt a sajátosságot, a kenderfeldolgozás egymásra épülő folyamatának bemutatását folytatni kell. A gyönyörű református templom itt is nyitva áll. A Beregdaróci Református Ifjúsági Konferencia-és Üdülőközpont modern, többcsillagos épületegyüttese is fogad vendégeket. A program összekapcsolható a Reformáció útja a Szatmár-Beregben településeit érintő vallási körúttal.

Tarpa: *Kuruc étkek fesztiválja*: Finom étkek, tárogató, lantzene, korhű öltözékek, színpadi műsorok fogadják az ide érkezőket. Sokan felkeresik a Huszti Majort is (biofarm). A Nagy-hegyre, a kilátóba és szőlőbe is ki kellene vezetni a vendégeket, a kőbánya udvarán egy geológiai bemutatóhely is kialakulóban van.

- Szatmár-Beregi Tájvédelmi Körzet látnivalói:
  (Báb-tava, Nyíres-tó, Bence-tó, Zsid-tó tőzegmohalápjai, Tiszavirágzás (kérészrajzás), Barabási hegy madárvilága, tarpai Nagy-hegy vulkáni kúpja, égerlápok az erdőkben, némelyik engedéllyel és kísérővel látogatható)
- Beregi tanösvény Gelénes és Vámostya között:

7 km gyalog, kerékpárral, lovaskocsival, a természeti kincsek mellett a hagyományos szarvasmarhatartást is bemutatja és általában a csordát is láthatjuk. Büdy-várrom maradványai

- E-Misszió Természet- és Környezetvédelmi Egyesület Beregi Iroda
  Beregi Hírlevél: Ár-Tér, 3 havonta megjelenő hírújság.
  Magyar-ukrán komplex árvízvédelmi-vízgazdálkodási-ártérrevitalizációs fejlesztési tervek kidolgozása a Bereg és a Borzsa vízgyűjtőjére című INTERREG program.
  Minősített Erdei Iskola Szolgáltató program Márokpapi és környéke természeti és kulturális értékeinek megismertetésére van kidolgozva. Időtartalma 5 nap, mely megközelítőleg 50 órát vesz igénybe. Barabási madárgyűrűzés. A Kaszonyi-hegy Természetvédelmi Területen 2007-ben 9-dik alkalommal rendeztek több hetes madárvonulás-kutató tábort.
- dzsungelgyümölcsösök (a legnagyobb kiterjedésű a Kisari Tisza parton)
- ökoturisztikai program, Csaroda
- Szilva termál és wellnessfürdő
- Atlantika vízividámpark
- Szabadstrandok
- Vízitúra a Tiszán: kajak, kenu,
- sétahajózás: Szerafin-kirándulóhajó
  rövidebb-hosszabb víziutakra bérelhető, emellett van egy menetrend szerint közlekedő hajó is, mely egy órás utat kínál (hétköznap 16 órától, hétvégén reggeltől két óránként indul Vásárosnaményból, a Szamos és a Túr torkolatát, a jándi nagylapályt és kisebb zátonyszigeket érinti).
- Kerékpártúrák: kerékpárral a Felső Tisza-vidék gátjain, dűlőútjain
- Lovaglás: Gyüre: Balázs lovastanya
- Horgászhelyek: pl. Jánd (Patkó-holtág), Beregdaróc
- Biofarm: Huszti-major (mangalica, szürke marha, racka-juh) Tarpa
- Tenisz: Vásárosnamény, Beregdaróc
- Vadászat: Lónya, Tapa, Vásárosnamény
- Tourinform-iroda, Vásárosnamény
- Vendéglátás: éttermek, vendéglők
- Szálláslehetőségek:
  Hotelek, Panziók: 11 db; Turistaszálló, Ifjúsági szálláshely: 8 db
  Kempingek: 7 db; Falusi szálláshely. 46 ház - hagyományos portákon, és a 2001-es árvíz után szépen újjáépített házakban
  Faházak: Gergelyiugornyán: 30db
  Hét Csillag Üdülő és konferenciaközpont (Beregdaróc)
  Ház az Élő Vízhez Ifjúsági Üdülőközpont (Beregdaróc)

A turizmusban ismert 4A közül (Attraction–vonzerő, Approach–megközelítés, Accommondation–szállás, Attitude–vendégszeretet) a közúti *közlekedésföldrajzi* helyzete miatt nevezhető Vásárosnamény, a „Bereg kapuja"-nak, hiszen a vásárosnaményi Tisza-híd köti össze a Beregi-síkságot a Nyírséggel. Közúton a Bereg a fővárostól 280-300 km-re fekszik, két útvonalon érhető el: Nyíregyháza, Vásárosnamény felől a 41-es főúton, ez a rövidebb, gyorsabb, vagy délről, a Szatmár felől, Debrecen irányából, a 471-es úton. A 41-es főúton Kárpátalja irányába, a 2005-ben korszerűen felújított Beregsurányi határátkelőn át, Beregszász felé egyre nő a közúti forgalom, a záhonyi határátkelő személyforgalmát megközelíti. Az M3-as autópálya a tervek szerint Vásárosnaményt délnyugatról megkerülve, fog haladni Ungvár felé. A munkálatok 2008 tavaszán a régészeti feltárásoknál tartanak, és mint ahogyan a Felső-Tisza vidék jelentős honfoglalás kori emlékekről ismert, sok lelőhely várható. Az előző tervben lefektetett nyomvonal helyén, kelet felé, Beregdaróc–Beregszász leágazással egy új autóút haladna.

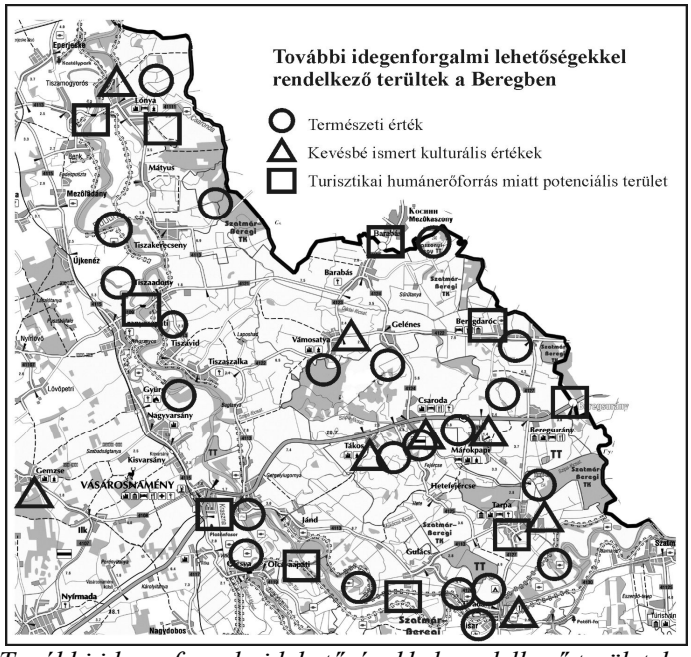
A másik irányából, Szatmár felől közúti híd Kisar és Tivadar között található. Tivadar a beregi kistérség másik idegenforgalmi központja, az árvíz után szépen újjáépített falvak egyike. Szintén a tiszai strandja miatt vált ismertté már az 1980-es évektől, mára kiemelkedő szálláskínálattal. Sokan innen keresik fel a Bereget.

A nehézkes megközelítés nagy versenyhátrányt jelent. Vasúton a megye egyetlen jól megközelíthető városa a megyeszékhely. A térség vasúton történő elérésére a turizmust nem lehet építeni. Vásárosnaményig, a mindössze 60 km-nyi távolságot a járatok majdnem két óra alatt teszik meg, két InterCity vonathoz oda és vissza is közlekednek közvetlen csatlakozásként InterPici járatok, menetidejük 1 óra és 18 perc és Nyíregyházáig mindössze 4 állomáson állnak meg. A Tisza jobb oldalán vasútvonal 1920 óta csak az országhatár másik oldalán, azzal párhuzamosan húzódik. Vásárosnaményból a falvak irányába a buszcsatlakozás is nagyon körülményes.

Vízi közlekedés: a Tiszai híd lábánál folyami kikötő található, ez az alapinfrastruktúra. Nyaranta magánvállalkozás jellegű vízibusz bérelhető (Szerafin-kiránduló(séta)hajó. A vízi közlekedés igen sok tartalékkal rendelkezik, melyet a jövőben érdemes kiaknázni. Lejjebb a Tiszán, Tiszabercelnél nagyszabású kishajó, kenu és motorcsónak kikötő épül.

Kerékpártúrák is tehetők: az újjáépített gátakon a FETIKÖVIZIG gondozásában: Kerékpárral a Felső Tisza-vidék gátjain, dűlőútjain, egészen Tarpán túlra, közel az országhatárig. Ez a vonal is bekapcsolódott az EuroVelo vonalba. Csatlakozási lehetőség regionális kerékpárutakhoz a másik irányba Gergelyugornya vagy még tovább haladva, Aranyosapáti, Lónya felé is lehetséges. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye Kerékpárforgalmi Hálózatfejlesztés koncepciójában is magas kilométerszámmal szerepelnek a kistérséget érintő szakaszok. A törzshálózat részeként a Tisza töltésén:

- a Vásárosnamény és Aranyosapáti közötti szakasz.
- A Vásárosnamény–Fehérgyarmat útvonal Vásárosnamény és Olcsva közötti szakasza.
- A Tisza töltés–Tiszaadony–Barabás–Országhatár útvonal.
- A Tisza töltés–Tiszaszalka (letérővel) Vámosatya-Gelénes–Beregdaróc–Beregsurány útvonal.



1. térkép. További idegenforgalmi lehetőségekkel rendelkező területek a Beregben

Vásárosnamény vendégszerető kisváros (9380 fő) a Tisza, a Szamos és a Kraszna folyók találkozásánál, a Tisza bal partján fekszik. A történelmi Bereg vármegyének nem része, a trianoni határok meghúzása után lett e terület központja, Vitka és a jobb parti, homokfövenyes Gergelyiugornya összevonásával 1979 óta a kistérség egyetlen városa.

A fő vonzerőnek Vásárosnaményban is a Tiszát tartják, de emellett a hagyományos (építészeti, tardícionális) és új turisztikai termékek (szilvaút, élményfürdő) nagyobb hangsúlyt kapnak. Vásárosnamény Szabolcs-Szatmár-Bereg megye egyik legjobb turisztikai adottságokkal rendelkező települése, a Felső-Tisza vidék jelentős üdülőhelye, homokfövenyes szabad-strandját a – gergelyiugornyai Tisza-partot – nyaranta több tízezren keresik fel. A parton napközben fürdőzés mellett lehetőség nyílik vízi és vízparti sportok űzésére, az esti órákban pedig a szabadtéri színpadon megrendezett szórakoztató és könnyűzenei műsorok megtekintésére, mely a Tisza-Party idején csúcsosodik ki (ez önkormányzati rendezvénysorozat).

A Kraszna város felőli oldalán 2007-ben megnyílt a korszerű Szilva Termál- és Wellnessfürdő, mely illeszkedik az elmúlt évek során, az ország egész területén átadott aquaparkok-élményfürdők sorába. Ez is önkormányzati érdekeltségű, és a szezonalitás egyoldalú megszüntetése is célja. Az olasz érdekeltségű Atlantika Vízividámparkot (a gergelyiugornyai oldalon) már 2002 óta látogathatják az ide érkező vendégek, mely egész napos családi szórakozást kínál.

Egyediséget a városnak a régi épületek (Tomcsányi-kastély, Városi Könyvtár, Bereg Múzeum), és kulturális emlékek, események kölcsönöznek. Immár hagyományosnak nevezhető rendezvénye a Beregi Ünnepi Hét, a 1999 óta megrendezett Tisza Party nyári rendezvénysorozat és a fafaragó tábor. A Nagy Szilvaút kiinduló és célállomása a város.

Az idén 32. alkalommal eveztek a Nemzetközi Tisza Túra keretében, hivatalosan a magyar szakasz 4. napi megállója Gergelyiugornya. A rövid, kb. 6-8 hetes nyári szezonban, óvatos becslések szerint is több mint 20.000 ember csorog le a Felső-Tiszán, Tiszabecstől Tokajig. Ezt a 235 km-t 6-7 nap alatt teszik meg.

Vásárosnaményban az elsődleges szuprastruktúra kielégítő. Emellett 2004-től, nagy hiányt pótolva, Tourinform iroda is működik a városban, egyre bővülő, színvonalas szolgáltatásokkal. A két darab három csillagos szálloda és a három csillagos panzió piaci megjelenésével megteremtődött a városban az országosan is versenyképes minőségi kínálati piac. Becslések szerint ebben a kategóriában az átlagos havi foglaltság 35-40% körül mozog. Ezek a szálláshelyek mind jól kialakított arculattal viszonylag széles szolgáltatási skálával (konferenciaterem, szauna, stb.) és igen jó ár/érték aránnyal rendelkeznek.

A kereslet elemzése: a városban lévő kereskedelmi szálláshelyek elsősorban magyar vendégeket fogadnak, de csekély számban előfordulnak külföldiek is. Országos összevetésben a megye és ebből adódóan a város is igen csekély számban részesül a vendégforgalomból. Külön probléma, hogy az érkező vendégek igen rövid időt töltenek itt, esetleg nem is akarnak megszállni, hanem tovább utaznak. A belföldi vendégek összetételüket tekintve fiatalok és családosok, akik alacsony fizetőképességűek, az egyéb turisztikai szolgáltatások terén is alacsony a vállalkozók bevétele. A vendégek zöme a nyári szezonban a vakáció és szabadidő eltöltése céljából érkezik a városba, általában az üdülőterületre, és rendszerint kempingeket, fizető-vendéglátó szálláshelyeket vesznek igénybe itt tartózkodásuk ideje alatt.

A városban működő szállodák vendégeit többnyire a hivatásturizmus keretében érkező üzletemberek adják, akik munkájuk befejeztével céljaik elérése után gyakorlatilag azonnal elhagyják Vásárosnaményt. A szállodákban a kapacitás kihasználtság kb. 35-40% közötti. A beregi falvakba a vakációzók és az üzletemberek is csak legfeljebb kirándulást tesznek. Tehát a város turistaforgalmának jelentős része a gergelyiugornyai üdülőterületen bonyolódik le, de mivel ez szezonális jellegű a nyári hónapok kivételével gyakorlatilag nincs számottevő turistaforgalom.

A kistérség 15 önkormányzata tűzte napirendre az utóbbi években képviselő-testületi ülésen a turizmust, elsősorban valamely látványosság fejlesztési lehetőségeinek feltárásával, azok megvalósításával, illetve rendezvények szervezésével, valamint turisztikai tervek, koncepciók készítésével kapcsolatban. Mindezek ellenére a turisztikai referensek száma – a többi kistérséghez hasonlóan – szerény: kizárólag turizmussal foglalkozó munkatárs két önkormányzatnál (Csaroda és Vásárosnamény), részben a turizmussal is foglalkozó munkatárs öt településen (Beregdaróc, Tarpa, Tákos, Tiszakerecseny, Tiszavid) dolgozik. Idegenforgalmi adót két településen vetettek ki, Jándon és Tivadarban. A kistérség 27 településrendezési tervből előreláthatólag húsz foglalkozik turizmussal, ebből nyolc készült el.

A rendezvények közül nemzetközi jelentőségűnek ítélik az aranyosapáti Alkotótábort, valamint a Nemzetközi Tisza Túra érkezését. Regionális jelentőségű a Jeles napok a Beregben című rendezvénysorozat, melynek több település is helyet ad, a barabási természetvédelmi tábor, a beregdaróci Kenderes napok, a csarodai templomi hangversenyek és magyar nóta énekverseny, a tarpai Kuruc fesztivál és Megyei Népzenei fesztivál, valamint a gergelyiugornyai Tisza parton megrendezett Tisza Party rendezvénysorozat. Helyi jelentőséggel bír a tákosi Málenkij robot emlékünnep, a Gulácsi napok, a vásárosnaményi Beregi Ünnepi Hét, valamint a különböző utcabálok, fáklyás felvonulások stb.

Az önkormányzatok a felvetődő problémák megoldásaként szinte kivétel nélkül a pályázatok készítését, pályázati források, néhány településen a magántőke bevonását, az infrastruktúra fejlesztését, a szálláshelyek bővítését és a rendezvények szervezését fogalmazták meg. Valamennyi önkormányzat fontosnak érzi a település népszerűsítését. Tizenhat település szórólapokat készít, tizenkettő fejlesztési pályázatokat állít, tíz újsághirdetést alkalmaz, kilenc internetes honlapot tart fenn, öt pedig turisztikai kiállításokon is részt vesz. Az elmúlt években a települések több mint felében jelent meg valamilyen turisztikai kiadvány. Mindegyik szerepel az Irány a Bereg! című térképes prospektusban. Több önkormányzat adott ki magyar és idegen nyelvű kiadványokat a településről, főként a különböző rendezvényekhez kapcsolódóan. Ezen kívül egyes helyeken képeslapokat, térképet, naptárt jelentettek meg.

A kistérség legfrissebb fejlesztési dokumentumaiban szerepel a turizmusfejlesztés: Kistérségi Innovációs Program (2004), Kistérségi Agrárstruktúra- és Vidékfejlesztési Program (2005). Hosszú távú célként megfogalmazzák, hogy a kistérség váljon a magyarság számára a természethez, a népi kultúrához és a múlthoz való kötődés minta régiójává, ahol a helyi lakosság számára is biztosítottak a komfortos életfeltételek és jövedelemszerzési lehetőségek.

Kistérségi, illetve településszintű turisztikai projekteket már bemutattam. Emellett a turisztikai infrastruktúra és fogadóképesség fejlesztése (falusi turizmus fejlesztése; szálláshely fejlesztés; a turisztikai infrastruktúra fejlesztése) az önkormányzatok általános célja. A települések és vonzerők fejlesztése (falufejlesztés- megújítás, a települési környezet javítása; programcsomagok kialakítása). A turisztikai szakmai háttér fejlesztése (koordinációs központ létrehozása; a térségi marketing fejlesztése; a képzés-továbbképzés fejlesztése)

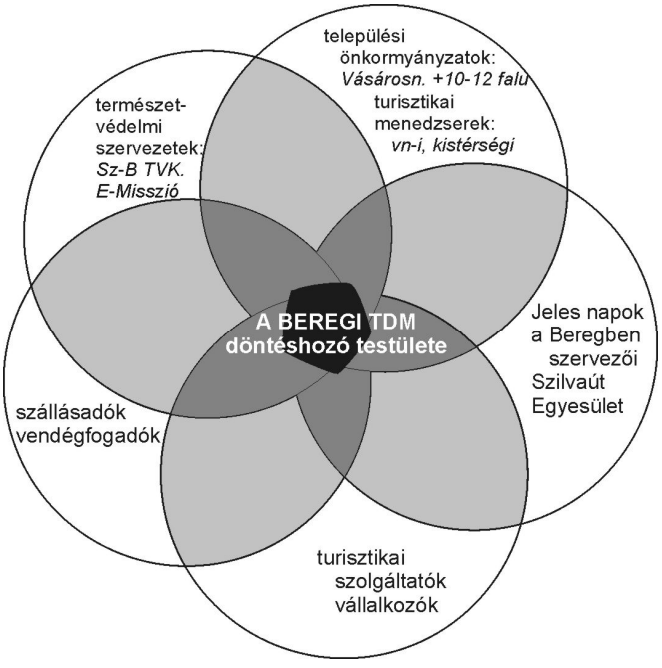
Egy lehetséges TDM modell a Beregben

A turizmus működési keretei, szervezeti felépítése: a turizmus rendszerének szereplői között kiemelt említést érdemel az 1999-ben megalakult Vásárosnamény és Térsége Turisztikai Egyesület, melynek az önkormányzat is tagja. A városi önkormányzat – mivel kiemelten fontos területként kezeli a turizmust – első lépésként úgy határozott, hogy a politikai és döntéshozásbeli képviseleten túl a hivatali apparátusban is képviselni kell a turizmust. Ennek megfelelően a hivatal 2000-től főállású szakembert foglalkoztat, a városnak van turisztikai menedzsere, emellett a kistérségnek is van turisztikai szakembere (Csarodán), turizmusfejlesztési koncepciók rendszeresen készülnek. Legfőbb feladatuk a megfelelő együttműködés és kapcsolattartás kialakítása. A már említett Tourinform iroda is Vásárosnamény központjában működik. A szakemberek közös célja a térsége turisztikai tevékenységének fejlesztése, az egységesebb érdekérvényesítés és a hatékonyabb piaci megjelenés. A turizmus humán erőforrás szükségletének megteremtése céljából egy középiskolában 1995 óta folyik vendéglátás-idegenforgalom szakon a képzés, legközelebbi felsőfokú szakemberképzés Nyíregyházán van.

A turizmusfejlesztési stratégia rendszerébe – alapvető hangsúly eltolódásként – a termékfejlesztés mellé felzárkózott a turisztikai célterületek: a desztinációk fejlesztése is. A desztinációkat a fejlesztés (attrakció, termék) területi keretén és a piaci megjelenés egységeként jelenítik meg. Olyan komplex szemléletű integrált megoldásokkal operáló desztinációfejlesztés szerepel a tervekben, amely:

- földrajzi alapokon meghatározható
- egymáshoz kapcsolódó
- együttesen megjeleníthető kínálattal rendelkező területegységet preferál.

Az ilyen jellegű fejlesztéseknél összekapcsolódnak a területi és a marketing feladatok. A fejlesztés helyi rendszerei a megfelelő turisztikai potenciállal rendelkező kistérségekben és településeken hozandók létre, ennek megnevezése helyi desztináció menedzsment szervezet (HDMSZ). Feladatai közé a desztináció termékfejlesztése, a helyi szintű turisztikai promóció és a vállalkozások, a szolgáltatások nyújtóinak összefogása, versenyképességük javítása. (*Aubert A.–Csapó J.–Gonda T.–Hegedüs V.–Szabó G. 2007*). Ez a Nemzeti Turizmusfejlesztési Startégia (NTS 2005-2013) része, hiszen az alulról jövő kezdeményezés, a helyi szint bevonása általában hatékonyabb eszköz a továbblépésre. Turizmusfejlesztést sok hátrányos, elmaradott térség preferálna, azonban csak a megfelelő adottságokkal és már kialakulóban lévő feltételekkel rendelkező területeken célszerű komolyan áldozni rá. A falusi (vidéki) turizmus fejlesztésénél a mezőgazdasági termelőkkel való együttműködés hatékonyabbá, kézzel foghatóbbá való tétele indokolt, így valósulhat meg tényleges területfejlesztés.



1. ábra. A beregi térség lehetséges TDM-modellje

A beregi térség lehetséges TDM-modellje jól tükrözi a közös érdekterületeket. Az ötszirmú kisvirág (például a Beregi ártereken is előforduló bogláros szellőrózsa) lehetne hat vagy többszirmú, de legalább 5 különböző szervezetű és érdekű társaságnak kell összefognia. A közös halmazokban az azonos érdekek rajzolódnak ki, a belső szirmokon egy-egy szakember képviseltei magát, és végül a virág közepén, a termő helyén a döntéshozó testület áll, mely szintén legalább öttagú. Fürtös vagy bogas típusú virágzat struktúrája is felhasználható, a lényeges eleme a desztináció, azaz a Bereg hatékony menedzselése.

Ha tényleges turisztikai célponttá kíván válni a térség, akkor a kitartás elengedhetetlen. Mivel a Beregbe többnyire Vásárosnaményon keresztül érkezik a vendég, a várossal való együttműködést lehet átgondoltabbá tenni. Ötletekből, további tervekből akad bőven, megfelelő átgondoltsággal szakemberek bevonásával történik a programbővítést. A vendéglátóhelyek, szállás és étkezés színvonalas módon való megoldása, a református egyházzal, új létesítményeivel együtt, és a környék turisztikai szolgáltatóink megnyerésével, bevonásával lehetséges egy jól működő TDM kialakítása. A Jeles napok a Beregben rendezvénysorozatnak átgondoltan, egyediségét megőrizve kell tovább élnie, a kívánt

területfejlesztő hatást elérnie, itt is a további fejlődési irány a várossal való együttműködés lenne. Mindezek kidolgozása további alapos, széleskörű munkát igényel. Az összefogást ki lehet terjeszteni: polgármesteri hivatalok, református egyház, természetvédelmi szervezetek, tudományos háttér, vállalkozói réteg stb. Kapcsolódnia kell a környező térségek rendezvényeihez is, megfelelő marketingmunkával, célcsoportok megválasztásával, mely irányban az első lépések: szép kiadványok, programfüzetek, ajánlók már a 2008. évre is megjelentek.

Irodalom

Aubert A. (szerk) 2007: A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei, Pécs 2007. p 392.

Aubert A.–Csapó J.–Gonda T.–Hegedüs V.–Szabó G. 2007: Turizmus és a terület- valamint vidékfejlesztés. In: Aubert A (szerk) 2007: A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei, Pécs 2007. pp 103-120.

Aubert A. (szerk) 2006: Desztináció-építés és -menedzsment, Dél-dunántúli Tutizmus Kiskönyvek, Dél-dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság, Pécs, 2006. p 118.

Szabó G. 2006: Területi márkák Baranya és a Dél-Dunántúk trizmusában, In: Aubert A. (szerk) 2006: Desztináció-építés és -menedzsment, Dél-dunántúli Tutizmus Kiskönyvek, Dél-dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság, Pécs, 2006. pp. 60-91.

Bereg Térségi Fejlesztési Társulat Agrárstruktura és vidékfejlesztési programja

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye Turisztikai Operatív Programja

A Bereg kincsei turisztikai kiadvány

Irány a Bereg! Turisztikai kiadvány

http://www.e-misszio.hu/dok/Ar-ter_2007_1.pdf

BELUS TAMÁS

Parkfürdő fejlesztés Nyíregyházán

A fürdő a várostól 5 kilométerre található, kellemes környezetben, közelében több olyan intézmény is található, amely az ideérkezőknek változatos szórakozási és kikapcsolódási lehetőséget nyújt. Ezek közül kiemelkedik a vidék legnagyobb gyűjteményével rendelkező Állatpark, a megye jellegzetes népi hagyományait, építészetét bemutató Múzeumfalu. A területen 998 méter mélyről 50 fokos termálforrás tör fel. Az első kutat Pávai Vajna Ferenc geológus javaslatára 1957-ben fúrták. A víz kloridokban és karbonátokban gazdag, bel- és nőgyógyászati, légcső- és mozgásszervi betegségek gyógyítására használható. Magyarország 17 kiemelt, nemzetközi jelentőségű fürdői közé tartozik.

A termálvizet a Parkfürdőn kívül három fürdő hasznosítja:

- Aquarius Élményfürdő (gyermekvilág, játékvár, Kneipp medence, szaunavilág, gyógymedencék, pezsgőfürdő, relaxációs kezelések, óriáscsúszdák, hullámmedence, vadvízi sodrófolyosó, szabadtéri termálmedence és egyéb élményelemek),
- Fürdőház Panzió (40 férőhelyes szálláslehetőség fürdő és gyógyászati részleg: 2 termálmedence, hidegvizes medence, pezsgőfürdő, szauna, hőlégkamra, gyógyászati kezelések),
- Tófürdő (fürdő- és csónakázótó, 40 m³ termálmedence, éttermek, büfék, vízicsúszda, strandröplabdapálya, 14 m2 gyerekmedence).

Az 5,68 hektár területű, közel 45 éves Parkfürdő arculata megnyitása óta jelentős mértékben nem változott, bár 2002. és 2007. között végrehajtottak néhány felújítást, fejlesztést. A fürdő sem megjelenésében, sem a nyújtott szolgáltatások körében nem felel meg a kor színvonalának. Mai állapotában csak kistérségi jelentőséggel bír, a látogatók száma jelentősen elmarad az 1998-2002. évek közti időszak vendégforgalmától, alacsony a tartózkodás időtartama és az egy főre jutó pénzköltés összege is, amelyek az üzemeltetés eredményességét rontják.

Az alacsony vendégszám és egy főre jutó pénzköltés a keresleti igények megváltozásával, a versenytársak megerősödésével is magyarázható. Miközben az elmúlt években jelentősen felértékelődött a hazai gyógy –termálturizmus szerepe, a fejlesztések hatására, statisztikai adatokkal alátámaszthatóan nőtt a látogatószám és a bevétel is, addig a Parkfürdő a kisebb fejlesztésekkel nem tudott nagyobb növekedést produkálni.

A Parkfürdő medence létesítményei:

- 1000 m3-es, 1000 m2 vízfelületű, 400 fő egyidejű befogadóképességű és terhelhetőségű termál, - élménymedence.
- 335 m3-es, 275 m2 vízfelületű, 80 fő egyidejű terhelhetőségű tanmedence, mely egyben egy 100 fm-es óriáscsúszda fogadómedencéje.
- 50 m-es, 2000 m3-es, 1.190 m2 vízfelületű, 240 fő egyidejű terhelhetőségű sportverseny□ és úszómedence.
- 45 m3-es, 50 m2 vízfelületű, 12 fő egyidejű befogadóképességű tanmedence.
- 60 m3-es, 176 m2 vízfelületű, 88 fő egyidejű befogadóképességű gyermekmedence.
- 233 m3-es, 260 m2 vízfelületű, 104 fő egyidejű befogadóképességű, Gyógy- és pihenőmedence.

A medencék a töltő-ürítő rendszerű gyógy- és pihenőmedence kivételével vízforgatásos üzemeltetési technológiával működnek.

Kiszolgáló létesítmények:

- férfi és női nyári öltöző,
- 2 x 1500 öltözőszekrény,
- 2 x 1000 vállfás öltöző,
- zuhanyzók: 46 db zárttéri,
- zuhanyzók: 11 db szabadtéri,
- WC-k férfi 30 db,
  női 29 db,
- vendéglátóegység: 9 db,
- öltözőkabinok: 108 db,
- lelátó napozó: 250 m2,
- női napozó: 100 m2,
- teniszpálya: 2 db,
- sportpálya: (strandfoci, vízifoci) 2 db,
- pénztár: 4 db,
- stúdió, kölcsönző, értékmegőrző létesítmény,
- elsősegélynyújtó,
- gyermekjátszótér és homokozó,
- parkosított, beépítetlen, pihenő terület 4,1 ha.

A fürdő egyidejű befogadóképessége: 2322 fő.

A Parkfürdő egész évben folyamatosan üzemel, két üzemmódban:

- főszezonban (130 nap) minden medence és létesítmény üzemel teljes kapacitással, 2322 fő egyidejű befogadóképességgel,
- főszezonon kívül (téli üzemmód 230 nap) az 50 m-es uszoda sátorfedéllel, tanmedencével, téli öltözővel, 120 fő egyidejű befogadóképességgel működik.

Ezekkel a létesítményekkel és szolgáltatásokkal a fürdő nem versenyképes. A Parkfürdő területén 2005-ben nyílt meg az Aquarius Élményfürdő, amely a mai elvárásoknak megfelelően, több generáció számára is minőségi fürdőszolgáltatásokat nyújt. A Parkfürdő fejlesztése elengedhetetlenül fontos, hogy egymással harmonizáló színvonalú, magas minőségimázsú, a keresleti igényeket kielégítő egészségturisztikai komplexum jöjjön létre.

Nyíregyháza középtávú stratégiájában a turizmusnak fontos szerepe van, amelyben elsődleges a város turisztikai „vezértermékének" a Sóstó fejlesztésének jelentősége. 2008-2010-ben a Parkfürdő rekonstrukciója mellett két jelentősebb beruházás is megvalósul, az Állatpark fejlesztése, amely kiemelt projektként kerül támogatásra, és magántőkéből, valamint EU-s pályázati forrás bevonásával egy négy csillagos szálloda megépítése. Így a fejlesztések egymást erősítő hatása révén is egy olyan komplex, piacképes turisztikai desztináció jön létre, amely egyedi arculattal, minőségi szolgáltatásaival, tartalmas, élménydús kikapcsolódást képes nyújtani vendégeinek.

Kínálatelemzés, versenytárselemzés

Az Észak-alföldi régióban mintegy 30 gyógy- és termálfürdő működik ebből 7 gyógyfürdő, és a szomszédos Borsod-Abaúj–Zemplén megyében is több jelentős fürdő található. Ezek közül is kiemelkedik Hajdúszoboszló és Debrecen, amelyek a külföldi vendégek körében is ismert és látogatott. Az elmúlt években, a régióban is jelentős fejlesztések zajlottak le, amelyek nagymértékben növelték a szolgáltatások színvonalát mind az országos, mind a regionális vagy helyi jelentőségű fürdők esetében is. A fejlesztések igazodva a keresleti trendekhez a szolgáltatások, élményelemek számát és színvonalát növelték a gyógy és wellness kínálat esetében. A látogatók számát tekintve nincs egzakt adatbázis, de a becsléseket figyelembe véve a felújított, bővített és az új attrakciók tekintetében is nőtt a látogatottság.

Ezek megfigyelhetők a Parkfürdő versenytársai tekintetében is. Például Debrecenben, Hajdúszoboszlón, Tiszaújvárosban, Kisvárdán, vagy Hajdúnánáson is jelentős fejlesztéseket hajtottak végre, sőt Hajdúszoboszló kiemelt projektként több milliárdos támogatást kapott, és Debrecenben is 2 milliárd forint nagyságrendű fejlesztést terveznek végrehajtani a közeljövőben. A Parkfürdőben az elmúlt években nem történt jelentősebb, a szolgáltatások és attrakciók

számát és színvonalát növelő beruházás. Mindezeket összevetve szükséges a fürdő keresleti igényeknek megfelelő fejlesztése, hiszen a Parkfürdő jelen állapotában nem versenyképes. A projekt eredményeként az Aquarius Élményfürdővel egységes színvonalú, egyedi arculatú fürdőkínálat jön létre.

Ki kell emelni, hogy a városban hiányzik egy megfelelő minőségű szálloda is, amely kiegészítő szolgáltatásokat nyújtana. Ezért fontos, hogy a projekttel egyidőben egy négy csillagos szálloda is felépül magántőkéből, pályázati források bevonásával. Ezek a szolgáltatások egymás hatásait erősítik.

FURKÓNÉ SZABÓ MARIANNA

Nyíregyháza város turisztikai marketingje

A turizmus tudatos fejlesztése érdekében Nyíregyháza Megyei Jogú Város Önkormányzata elkészítette a város középtávra szóló **Turizmusfejlesztési Koncepcióját**, amelyet 2006. májusában fogadott el a Közgyűlés. A koncepció követi a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában megfogalmazott célokat és szervesen kapcsolódik a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei, valamint az Észak-alföldi régió Turizmusfejlesztési Stratégiájához, ugyanakkor figyelembe veszi a város adottságait és e szerint határozza meg az alprogramokban kijelölt fejlesztési irányokat, melyek a következők:

1. Sóstógyógyfürdő komplex fejlesztése
2. A belváros kulturális örökségének továbbfejlesztése
3. Tirpák hagyományápolás a bokortanyákon

2006 decemberében elkészült a koncepcióhoz kapcsolódó **Intézkedési Terv**, amely 2008. június 30-ig határozza meg a konkrét feladatokat a turisztikai termékfejlesztésre és a turisztikai marketingre vonatkozóan.

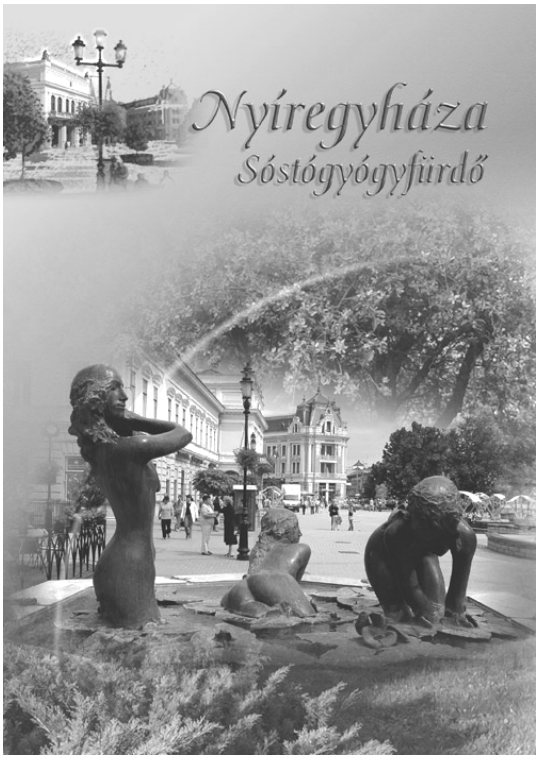
A középtávú célok megvalósításának pénzügyi alapja a beszedett **idegenforgalmi adó** és a hozzátartozó állami támogatás összege, melyet a város - a Közgyűlés 62/2003.(III.26.) sz. határozata alapján - turisztikai marketing feladatok ellátására használ fel és ebben a szállásadók érdekképviseleti szervének véleményezési jogot biztosít. Az adó mértéke 2007. dec. 31-ig 100 Ft/fő/éj volt, 2008. jan. 1-től Közgyűlési döntés alapján 200 Ft/fő/éj. Az évente befolyt adó és a hozzátartozó állami támogatás a költségvetésben teljesen elkülönítve „Idegenforgalmi célfeladatok előirányzata" címsoron szerepel. Az összeg tényleges felhasználásáról az Európai Uniós Ügyek, Nemzetközi Kapcsolatok és Idegenforgalmi Bizottság dönt.

Idegenforgalmi adóbevétel (ezer Ft)

Megnevezés/év	2003	2004	2005	2006	2007
IFA bevétel	6 724	6 928	6 964	7894	8592
Állami támogatással együtt	20 172	20 784	20 892	23 682	25 776

Az elmúlt évek egyik legfontosabb feladata a város turisztikai szereplőinek összefogása, az egységes és koncentrált megjelenés megvalósítása volt. Ennek érdekében az önkormányzat **egységes arculatú kiadványsorozatot** jelentetett meg, amelyek tájékoztatják a városba érkező vendégeket a látnivalókról, a szálláslehetőségekről, a programokról. A sorozat legattraktívabb eleme a turista

csalogató **Invitatív kiadvány**, amelyet 2006-ban az év első három legszínvonalasabb városi kiadványa közé sorolt a „Kiadvány Trend" versenyben a szakmai zsűri. A szabadidő hasznos eltöltésében segít a **Programajánló**. A prospektus tartalmazza a belföldi turizmussal foglalkozó helyi utazási irodák és szálláshelyek által összeállított csomagajánlatokat, amelyek megismertetik az egyénileg vagy csoportosan érkező turistákat Nyíregyháza-Sóstógyógyfürdő, valamint Szabolcs-Szatmár-Bereg megye legfontosabb idegenforgalmi nevezetességeivel. Ezek a kiadványok elkészültek angol, német, szlovák, lengyel, orosz, ukrán és román nyelven is. A **Szálláshely katalógusban** valamennyi szálloda, panzió, ifjúsági és egyéb szálláshely szerepel, az általuk nyújtott szolgáltatásokat is felsorolva. Minden évben kiadásra kerül a város kiemelt rendezvényeit, koncertjeit, kiállításait, hagyományőrző programjait és jelentős sport eseményeit tartalmazó **Eseménynaptár** . A turisták tájékozódását segíti a több nyelvű idegenforgalmi mini **térkép**. A sorozat legújabb eleme a **Nyíregyháza A-tól Z-ig** kiadvány. Első része mintegy idegenvezetőként szolgál. Egy séta keretében körbekalauzolja a turistát a belvárosban és Sóstógyógyfürdőn. A második rész az ajándékbolttól kezdve a pénzváltáson keresztül a templomokig, abc sorrendben felsorolja azokat a fontos információkat, amelyekre bármikor szükség lehet.



Szintén a turisták tájékozódását segítik a nemrégiben elkészült **turisztikai tájékoztató táblák**. Sóstógyógyfürdő után a belvárosban is felfigyelhettek a járókelők az új táblákra, melyek Nyíregyháza 5 forgalmasabb pontján kerültek kihelyezésre: a Kossuth téren, a Hősök terén, az Országzászló téren, az Autóbusz pályaudvaron és a Vasút állomás előtti buszmegállóban. A városba látogatók 65 %-a belföldről, 35 %-a egyéb országokból érkezik, ezért a tábla magyar és angol nyelven informálja a vendégeket a legfontosabb látnivalókról, nevezetességekről. Bárkit elkalauzol a Tourinform irodákba, ahol további segítséget nyújtanak a turistáknak.

Egységesen mutatkoznak be a szolgáltatók az **utazás kiállításokon** külföldön Ungváron, Krakkóban, Kassán, belföldön Pécsen, Veszprémben Miskolcon, Debrecenben, Szolnokon, Nyíregyházán, valamint Budapesten az Utazás, a Főszezon, a Spa és Wellness kiállításokon. A teljesség igényével készült egy 4 m-es kiállítási display, amely méltó módon reprezentálja a várost. Hazánk legnépszerűbb szakmai és nagyközönség fórumán az Utazás kiállításon Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyével közös standon jelenünk meg, ahol a szakmai napon megtartott sajtótájékoztató után az érdeklődők az attrakciókkal kapcsolatos TOTÓ-t tölthetnek ki. A helyes megfejtők között különböző nyereményeket sorsolunk ki. Az elmúlt években a budapesti vásár nagyszínpadán történt a sorsolás, ezzel is népszerűsítve a szálláshelyeket. Ajánlatainkkal elsősorban a családokat célozzuk meg ezért a kicsiknek feliratozott stressz labdával, figurás ceruzával, cukorkával kedveskedünk.

A látogatók örömmel fogadják Nyíregyháza turisztikai jellegű bemutatkozását belföldön és külföldön egyaránt, hiszen egyre többen utaznak Magyarországra pihenés, kikapcsolódás céljából. Sokan hallották, hogy van egy szép, új fürdő az ország keleti részén, amely gyerekbarát és több generáció együttes szórakoztatását biztosítja, illetve többen érdeklődtek a csodálatos természeti környezetben található Állatpark iránt. Pozitív meglepetéssel fogadták az anyanyelvükön megjelent invitatív kiadványt, a programajánlót, a szálláshelykatalógust, a térképet. A legtöbben a szolgáltatásokról, az elérhetőségről, a távolságokról, az árakról kérnek felvilágosítást.

Többször csatlakozunk és megjelenünk olyan nagyszabású nem kimondottan turisztikai rendezvényen, ahol sok család megfordul. Legutóbb a Cifra palota – Hetedhét ország rendezvénysorozaton vettünk részt a Művészetek Palotájában Budapesten, ahol bemutattuk a város kulturális élete mellett az idegenforgalmi értékeket is.

Rendszeresen **hirdetünk** külföldi, országos és regionális kiadványokban, mint pl. az Észak-alföldi Eseménynaptárban, a Thermál-Wellness című szaklapban, a Comp-Almanach kiadványban, a Fesztiválnaptárban, a Hungary Info kiadványban, az Itthon- otthon van műsorban és az újság mellékletében, a Veszprémi 7 nap , a Hazanéző, a Vakantie In Hongarije, a Ferien in Ungarn, a Wakacje na Wegrzech, a Magyar Vakáció, a Templomnéző, és a Kikelet című újságban.



A Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Tourinform irodával együttműködve hamarosan elkészül egy turistabarát, könnyen használható **információs kártyarendszer**. Ennek alapelemei elsőként a megye nagyobb szálláshelyein és a Tourinform Irodákban kerülnek elhelyezésre, a fejlesztés sikere esetén pedig további, idegenforgalmi szempontból kiemelkedő helyszíneken is megjelenhetnek majd. A fejlesztés elsődleges célja, hogy a megyébe látogató vendégeket közvetlenül a szálláshelyen is hatékonyan lehessen tájékoztatni a kiemelkedő látnivalókról. A rendszer fő egységét azok a 7x14 cm-es, képeslap minőségű kártyák képezik, amelyek egyik oldalán a látnivalókról készült fotómontázs, a település és a látnivaló neve, valamint a rendszer logója, a hátoldalon pedig rövid ismertető, egyéb információk és térkép található. Ezek a kártyák egy falra szerelhető, 30 férőhelyes – igény esetén tovább bővíthető – tartóban kerülnek kihelyezésre, amelyek folyamatos feltöltéséről a projektgazda gondoskodik. A projekt megvalósulása esetén várhatóan nő a látnivalók, programok látogatottsága, amelyekről a szálláshelyeken és a Tourinform irodákban első kézből kaphatnak tájékoztatást a vendégek. Tapasztalatok szerint a szálláshelyek többsége a kelleténél kevésbé tud megfelelő tájékoztatással és programajánlattal élni vendégek felé, ez a probléma a kártyák segítségével csökkenthető. A gazdag programkínálat láttán remélhető, hogy a vendégek hosszabb időt töltenek el az adott szálláshelyen, a településen, illetve visszatérő vendéggé válhatnak. A marketing egy olyan újszerű és nagy hatékonyságú eszközéről van szó, amely a kezdeti beruházás után viszonylag alacsony költséggel tartható fenn.

Az önkormányzat rendszeresen szervez turisztikai **szakmai fórumokat** a **VAKÁCIÓ Nemzetközi Idegenforgalmi, Utazási, Szabadidő Kiállítás és Vásár** kísérő programjaként: 2006-ban „Turisztikai Információs tevékenység Nyíregyháza testvérvárosaiban", 2007-ben „Családi és ifjúsági szervezett utaztatás a testvérvárosi kapcsolatok keretében", 2008-ban „Turisztikai fejlesztések Sóstógyógyfürdőn" címmel. A szakemberek értekeznek a turisztikai információs szolgáltatások működéséről, a városi turisztikai információs irodák működésének feltételeiről, az önkormányzatok és a vállalkozók kapcsolatáról, programcsomag csere lehetőségekről. A rendezvény a visszajelzések alapján kiváló lehetőséget teremt Nyíregyháza és testvérvárosai között a vélemények és tapasztalatok kicserélésének, a további együttműködési lehetőségek kialakításának. A fórumon rendszeresen részt vesznek a Nagybányáról, Máramarosszigetről, Szatmárnémetiből, Eperjesről, Rzeszóvból, Kajaaniból és Kárpátaljáról érkező idegenforgalmi szakemberek és a helyi szakemberek képviselői.



A külföldi turisták közül a legtöbben a szomszédos országokból és Németországból érkeznek hozzánk, ezért a környező országokat, mint kiemelt célpiacokat kezeljük. Csatlakozunk az ideirányuló Magyar Turizmus Zrt. Északalföldi Regionális Marketing Igazgatóság által szervezett kampányokhoz. Az egyre élénkebb szlovák, román és lengyel vendégforgalom további növelésére a Sóstó-Gyógyfürdők Zrt.-vel közösen **„Nyíregyháza házhoz megy"** címmel mi magunk is szervezünk bemutatkozó **road showkat**, melynek első állomása 2008. márciusban Szatmárnémeti volt. Júniusban Rzeszóvban, később pedig

több szomszédos városban tartunk sajtótájékoztatóval, zenés folklór műsorral egybekötött prezentációt, ahol tájjellegű ételekkel, italokkal kínáljuk a térségi utazási irodák és a média képviselőit.

A potenciális utazóközönség meghódítása érdekében a Sóstó-Gyógyfürdők Zrt. és az Állatpark rendszeresen **kampányol** a szomszédos országokban. **Óriásplakátokat** helyeznek ki, **szórólapokat** készítenek, együttműködnek a Szatmárnémetiben székelő **City rádióval**, akik a városhoz kapcsolódó spotokat és játékokat szerveznek.

2006-ban a város polgármestere pályázatot hirdetett a városban működő utazási irodák részére a Nyíregyházára és Szabolcs-Szatmár-Bereg megyébe irányuló **beutaztatási tevékenység elősegítésére**. Pályázatot nyújthatott be minden olyan legalább 2 éve működő nyíregyházi székhelyű utazási iroda, amelyet a Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal által vezetett közhitelű hatósági nyilvántartásba bejegyeztek. A beérkezett pályázatokat a Kulturális és Idegenforgalmi Bizottság és egy szakmai bizottság véleményezése után a polgármester bírálta el. Az önkormányzat két utazási irodával kötött egy évre szóló feladat ellátási szerződést. A szerződés értelmében az irodák feladata volt a pályázati anyagban szereplő programcsomagok megismertetése, népszerűsítése és értékesítése, illetve további programcsomagok kidolgozása és értékesítése a különböző csatornákon keresztül. Az irodák marketing célú kiadványt, szórólapot készítettek és 1-1 tanulmányutat (study tourt) szerveztek az általuk meghívott utazásszervezők és utazási irodai munkatársak részére.

A város turisztikai szolgáltatói rendszeresen csatlakoznak a Magyar Turizmus Zrt. Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóság által szervezett **study tourokhoz,** illetve saját maguk is szerveznek tanulmányutakat. Többen részt vettek a „Torkos Csütörtök" és az „Aludjon rá még egyet" akcióban.

Tudatosan törekszünk régióban működő szolgáltatókkal és önkormányzatokkal való kapcsolattartásra, ezért **szakmai tapasztalatcserére** hívtuk Hajdúszoboszló és Debrecen város önkormányzatának képviselőit, valamint a hajdúszoboszlói Vendéglátósok Egyesületét és a Debrecen Turizmusáért Egyesületet. A találkozó célja az volt, hogy az önkormányzatok és a vállalkozók egymással összefogva segítsék a térségbe irányuló beutazó turizmus fejlesztését. A szakemberek a bemutatkozás és az ismerkedés után konkrét együttműködési javaslatokat fogalmaztak meg a Városháza Krúdy termében. Szabó Zoltán, az MCO Net Hungary ügyvezető igazgatója felajánlotta egy közös turisztikai online oldal elindítását, amelyen a három város együttesen kínálja turisztikai termékeit. A debreceniek a Debreceni Nemzetközi Repülőtér lehetőségeinek jobb kihasználása érdekében javasolták egy légi marketing alap létrehozását, amelyből fedezni lehetne egy meghatározott célpiacra irányuló, a régió beutazó turizmusát elősegítő marketing kampányt. A hajdúszoboszlóiak saját tapasztalataik alapján összeállított programcsomagot fognak ajánlani fürdővendégeik részére. A hajdúszoboszlói Silver Hotel és a sóstógyógyfürdői Szinbád Hotel együttműködési

szerződést kötött, amelyet később írásban is megerősítenek. A program nem ért véget, hiszen a Sóstói Vállalkozói Klub tagok hamarosan a hajdúsági városokba utaznak, hogy tovább dolgozzanak a turizmus fejlődéséért.

A **Sóstói Vállalkozói Klub** immár három éve dolgozik Sóstógyógyfürdő turizmusának fejlesztéséért. A szervezetnek csaknem 30 tagja van, akik a sóstói fejlesztések koordinálásáról, az idegenforgalmi ajánlatok közös reklámozásáról, a rendezvények lebonyolításáról és az idegenforgalmi adó hatékony felhasználásáról rendszeresen egyeztetnek. A cél, hogy minél több turista keresse fel ezt a desztinációt. Jövőbeli álmokat, élményeket adnak el, amihez a legkorszerűbb csatornákat használják. Kiemelten fontosnak tartják a világhálón történő megjelenést és az internet kommunikációt. Ezt bizonyítja a sikeresen felépített és jelentős látogató számmal rendelkező „sosto online". A jövőben szeretnének erre a területre még nagyobb hangsúlyt fektetni, ezért egy turisztikai hírcsatorna létrehozásának és működtetésének lehetőségét kérik a város honlapján, a nyiregyhaza.hu-n. Az idegenforgalmi témájú híreket a 24 felsőfokú szakmai végzettséggel rendelkező klubtagság töltené és szerkesztené. A nyiregyhaza.hu-n megjelenő híreket átvenné a nyiregyhaza online is és tovább közvetítené a lakosság felé. A tartalmi szolgáltatás menedzselése, a Google optimalizálása még nagyobb ismertséget tudna biztosítani Nyíregyházának a turizmus területén.



2007. december 13-án tartotta alakuló ülését az **Idegenforgalmi Kerekasztal,** melynek tagjai Nyíregyházán élő, turizmussal aktívan foglalkozó, gyakorló szakemberek. A Kerekasztal a turizmus egészét érintő legfontosabb időszerű témákkal foglalkozik alkalomszerűen. A résztvevők megosztják egymással az aktuális eseményekkel kapcsolatos véleményüket, tapasztalataikat, hangsúlyozva a szakmai háttérmunka jelentőségét.

A Kerekasztal tagjai szerint az egyik legfontosabb feladat a Turisztikai Desztinációs Menedzsment szervezet felállítása. Legalább ilyen fontos az erőteljesebb turisztikai marketing munka. A befolyt idegenforgalmi adóból származó bevételeket a TDM szervezet felállítása és működtetése mellett a fő küldő piacokon történő erőteljes promócióra, a bevált marketing akciók folytatására javasolja felhasználni. Az Idegenforgalmi Kerekasztal vélemény formálásával nagyban segítheti a döntéshozók munkáját a turizmust érintő kérdésekben.

Sikeresek és eredményesek az **idegenforgalmi szezonra felkészítő tanfolyamok**, amelyeket egy-egy turizmushoz közeli iparág dolgozói számára szervez a Polgármesteri Hivatal. 2004-ben a Főtaxi Szakmai Egyesülés kezdeményezésére idegenforgalmi ismereteket szereztek a város taxisai. A 20 órás tanfolyamon, amelyet a Kodolányi János Főiskolán tartottak, 57-en vettek részt. Az illemtant, etikettet, városismeretet, angol nyelvet és környezetvédelmet, főiskolai tanárok és elismert idegenforgalmi szakemberek oktatták. A városismereti blokkon belül idegenvezető segítségével a városban sétálva ismerkedtek Nyíregyháza és Sóstógyógyfürdő nevezetességeivel. Az idegen nyelvi blokkban szintén illemtant és némi városismeretet sajátítottak el, de csak a legfontosabb kifejezéseket. A tanfolyam rövid számonkéréssel zárult. A sikeres résztvevők "Vendégbarát" matricát kaptak, amelyet kitettek az autójukra. Készült egy keménylapos kis füzetecske is, amiben néhány idegen nyelvi kifejezés szerepelt, ezt forgathatják miközben utasra várakoznak. A tanfolyamdíj 80%-át a hivatal, 20%-át a taxisok fizették.

A nagy sikerre való tekintettel 2005-ben a Szabolcs Volán helyi járatú autóbuszvezetői vettek részt hasonló képzésen. A 190 autóbuszsofőrnek illemtant, etikettet, kommunikációt, városismeretet, környezetvédelmet oktattak a szakma nagyjai. Felhívták a figyelmet arra, hogy milyen sokat jelent az udvariasság, a kedvesség, a megállóhely nevek folyamatos bemondása a turista számára. A városismereti blokkon belül megismerkednek azzal, hogy a szálláshelyek, konferencia központok, idegenforgalmi nevezetességek leggyorsabb eléréséhez melyik megállónál kell leszállnia a vendégnek.

2006-ban is folytatódott ez a kezdeményezés, amelynek célja tudatosítani a helyi lakosságban a turizmus fontosságát. Akkor a szállodákban, éttermekben, egyéb vendéglátóhelyeken dolgozó felszolgálók szakmai alapismereteinek felelevenítése, a legújabb szakmai elvárások és követelmények ismertetése volt a cél. A résztvevők az alapvető felszolgálási szabályok ismétlésén túl, megismerték a szakmai legújabb trendjeit, a vendéggel való kapcsolatteremtés különböző módjait. A Sipkay Barna Kereskedelmi Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Szakközépiskola és Szakiskola tanárai és Török István János SCHNITTA-díjas éttermi mester hangsúlyozta a vendégközpontú szemlélet, a minőségi munkavégzés fontosságát a vendéglátás és az idegenforgalom területén. A tanfolyam hozzájárult ahhoz, hogy méltán híres vendéglátásunk jól képzett szakemberekkel várja a hazai és a külföldi vendégeket.

2007-ben a város közterület felügyelői ültek iskolapadba. A 16 órás tanfolyamon 18-an vettek részt, melyet szintén a Sipkai Barna Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Szakközépiskola és Szakiskola közreműködésével szervezett a hivatal. Az idegenforgalmi ismeretek mellett illemtant, etikettet, kommunikációt tanult az igazgatási, közterület-felügyelői és a kerékbilincses csoport magyar és idegen nyelven. A városba érkezők gyakran fordulnak segítségért az egyenruhásokhoz, akik a felkészítést követően még szakszerűbben informálják a turistákat.

Az országosan egyedülálló eseményt igen élénk érdeklődéssel figyeli a sajtó és a média. Többször tudósított a továbbképzésekről a megyei és városi televízió, az RTL KLUB híradója és Fókusz című műsora, a TV 2, a Sláger rádió, valamint a szakmai lapok és honlapok.

2008-ban az idegenforgalmi adó mértékének emelkedése miatt 45 000 e. Ft fordítható turisztikai marketing célra. Ezért a már bevált akciók mellett az egyik legfontosabb feladat a **TDM szervezet**, illetve az ahhoz kapcsolódó **városi turisztikai iroda** felállítása.

A non profit alapon működő iroda főbb feladatai:

- Nyíregyháza-Sóstógyógyfürdő, mint turisztikai desztináció ismertségének növelése elsősorban belföldön és a környező országokban
- Promóciós és PR tevékenység folytatása
- A városi turisztikai kínálat piacra juttatásának segítése versenysemleges módon
- Turisztikai információs rendszer működtetése
- Információszolgáltatás a potenciális utazók, az érdeklődők, a turisztikai szolgáltatók és turisztikai szakma részére
  Az információs rendszer naprakészen tartása
- Turisztikai kiadványok kezelése, aktualizálása
- Az e.marketig erősítése, a nyiregyhaza.hu turisztikai részének kezelése
- Hatékony turisztikai kommunikáció
- Együttműködés kialakítása a megyében, a régióban és a Kárpátok Eurórégióban működő turisztikai szervezetekkel, szolgáltatókkal, vállalkozókkal

A turisztikai kínálat piacra segítése nem képzelhető el magas színvonalú marketing tevékenység nélkül. A hazai és a nemzetközi piacon tapasztalható rendkívül kiélezett versenyhelyzetben a fizetőképes kereslet megnyerése érdekében egyre nagyobb szerepe van a professzionális turisztikai marketing tevékenységnek és a piaci szereplők összefogásának. Hosszabb távon szükséges a turizmus fejlesztés egyik alappillérét jelentő marketing stratégia kidolgozása és a megvalósításban közreműködő desztinációs menedzsment szervezet felállítása.

DR. HANUSZ ÁRPÁD

Turisztikai programok, mint a vidékfejlesztés lehetséges eszközei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

Bevezetés

A turizmus nem lehet egy település egy kistérség, vagy egy régió egyedüli gazdasági-, társadalmi felemelkedésének meghatározója. Hiszem és vallom viszont, hogy egy halmozottan hátrányos terület felzárkóztatásához jelentősen hozzájárulhat a turisztikai kínálat. Előadásomban gyakorlati példák sokaságával próbálom igazamat bizonyítani, és a tíz éves munka eredményeinek az ismertetésével – a teljesség igénye nélkül – megismertetni a hallgatóságot. Azok az elméleti tételek, amelyek számos szakirodalomban megfogalmazásra kerültek, arra adtak magyarázatot, hogy hogyan kell a vidék turizmusát úgy fejleszteni, hogy közben a hagyományai, népi értékei ne sérüljenek.

Tizenkét évvel ezelőtti célom, hogy a Szatmár - Beregi Síkság területén élő emberek közreműködésével hazánk néphagyomány ápolásában élen járó turisztikai mintaterülete jöjjön létre, ahol a természeti érték megóvása, a rendezvények szervezése a turisztikai fenntartható fejlődés biztosítása a mindennapi együttgondolkodáson alapuljon.

Nem lehet színvonalas turizmusfejlesztést generálni akkor, ha a helyi lakosságot nem sikerül turistabarát magatartásra szoktatni. Nem elég a vendégszeretet, az összefogás a lényeges a közös cél érdekében, a közös programok voltak a fontosak, ahol valamennyi résztvevő tudatosan tevékenykedett a Szatmári Fesztivál, valamint a Jeles Napok a Beregben című rendezvény sikeréért!

A bemutatkozás, a népi gasztronómia, a népi iparművészet a turista számára nyújtott egyedi élményszerzés mindig meghatározó volt és lesz a rendezvények életében, de kiemelném, hogy mindez hozzájárul az itt élő emberek identitástudatának erősítéséhez, és a terület gazdasági felzárkózásához.

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye gazdasági fejletlensége, az agrárorientáció, alacsony jövedelmi és foglalkoztatási szint, az infrastruktúra hiányossága és e tényezők következményei közvetlenül is jelentkeznek az itt élő emberek életkörülményeiben, tudati viszonyaiban.

A gazdasági szerkezet átalakítása során sajátos irányt jelenthet a turizmus, illetve annak speciális ágazata a falusi turizmus. A varázslatos tájat, a néprajz, a népi építészet kincsesbányáját, műemlék templomok és kastélyok együttesét, és az itt élő emberek hagyománytiszteletét felhasználva lehet új turisztikai terméket előállítani. A termék egyúttal jövedelem-kiegészítés vagy jövedelem-szerzés lehet az itt élő embereknek, amely javítja az életminőségüket.

Van azonban a térségnek még ezeknél az értékeknél is nagyobb kincse: a szabolcsi-szatmári ember romlatlan lelkülete és vendégszeretete. Olyan része ez az országnak, amely az urbanizációs ártalmak közepette is képes volt megőrizni a régit, az ősit s a természet szépségét, mely itt számos területen még érintetlenül megtalálható.

A turizmus gazdasági szerepe és jelentősége

A turizmust húzó ágazatként szokták emlegetni, amely elősegítheti az elmaradottabb térségek gazdasági felzárkózását, a természeti és kulturális értékek megőrzését és hasznosítását, valamint a lakosság életkörülményeinek javítását.

Az elmúlt harminc évben a turizmussal kapcsolatos gazdasági teljesítmények növekedése nemzetközi szinten folyamatosan, jelentősen meghaladta a gazdaság egészének növekedési ütemét.

Az Idegenforgalmi Világszervezet előrejelzése alapján ez a tendencia az elkövetkező években is tartósan fennmarad.

A magyarországi turizmus helyzete

A turizmus gazdasági jelentősége az elmúlt évek során hazánkban is felértékelődött. A rendszerváltás előtti hazai turizmust középszerű, a tömeges igények kielégítését szolgáló kínálat jellemezte, a nemzetközi turizmusban a KGST-országokra alapoztunk, a belföldi idegenforgalomban pedig a szociálturizmusnak volt elsőbbsége. Politikai szempontból a turizmussal szemben bizalmatlanság uralkodott (a rendszer fellazításának veszélyét látták benne), a népgazdaságban egyes iparágaknak volt elsőbbsége, az ún. harmadik szektort – ezen belül a turizmust – visszafogták.

Mindezek hatását még ma is érezzük, így a magyar turizmust a következők jellemzik:

- Nagy volumen, szerény gazdasági hozam: 2006-ban 37 millió külföldi látogató érkezett, de ezeknek csak mintegy fele volt turista (aki legalább egy éjszakát nálunk töltött).
- A turisták száma alapján a világforgalomban kb. 4 százalékot képviselünk, a nemzetközi bevételekből azonban csak 0, 5 százalékkal részesedünk.
- A világranglistán az érkező turisták számát illetően a 7., a bevételek alapján a 35. helyen állunk.

A magyar turizmus elmúlt tizenhét évi teljesítménye azonban számos erősségünkre is rámutat:

- Hazánk iránt jelentős a nemzetközi kereslet, ami elsősorban kedvező földrajzi helyzetünkből, természeti és kulturális adottságainkból következik. Különösen a szállodák forgalma emelkedik, amelyben a nyugat-európai és a tengerentúli érkezés a meghatározó. Mindez annak is köszönhető, hogy nő a

magasabb szolgáltatási színvonalat nyújtó szálláshelyek kapacitásának aránya. Ugyancsak fokozódik a vállalkozók érdeklődése a turizmus iránt, jelentős beruházások valósultak meg, bővítve sajátos vonzerőink kínálatát (gyógy-, konferencia-, lovas- és kastélyturizmus, stb.).

- A turizmus 300-350 ezer embernek nyújt munkaalkalmat. Több térségben (pl. Budapesten, Balatonnál) a legjelentősebb gazdasági tevékenység, de máshol is jó lehetőséget kínál a gazdaság élénkítéséhez. Az ún. multiplikátor (megtöbbszöröző) hatása révén legalább hasonló vagy jobb foglalkoztatást és jövedelemképzést jelent mint a gazdaság más, kapcsolódó területei.

A falusi turizmus Magyarországon

Napjaink egyik terebélyesedő turisztikai területe a falusi turizmus, amelyet a katalógusok úgy hirdetnek és ajánlanak, hogy „Üdülés a magyar falun és tanyán."

A városi lakosság a divatos üdülőközpontok túlzsúfoltsága és környezetük szennyezettsége miatt új szabadságélményre vágyik. A zaklatott élet kimeríti, ezért csendet szeretne maga körül. Van benne egy kis romantikus harmónia utáni vágy is, amelyet az érintetlen természetben talál meg; ugyanakkor segíti a falu szellemi, kulturális hagyományainak, az örökségének a megőrzését is. Így ez a jövő egyik vezető üdülési formája. Nagyon sokan próbálták definiálni a falusi turizmust több-kevesebb sikerrel.

A fenti megállapítás teljes mértékben takarja a falusi turizmus egyszerű meghatározását, a mind erőteljesebb visszatérő szokást a természethez való közeledést, a csendes pihenést, a teljes értékű kikapcsolódás iránti igény fokozódását. A szatmári és beregi részen jó néhány település rendelkezik ezekkel az adottságokkal.

A klasszikus értelemben vett falusi turizmus azt jelenti, hogy a faluban élők fő foglalkozásuk mellett (mezőgazdaság, ipar) jövedelem-kiegészítő tevékenységként saját házaikon belül kihasználatlan szálláshelyeiket az üdülés szolgálatába állítják, miközben a falu - környezetével és hangulatával - megmarad eredeti állapotában.

A falusi turizmus történeti fejlődése

A falusi turizmus több évtizedes múltra tekinthet vissza Európa-szerte, így hazánkban is. Általában jövedelem-kiegészítő tevékenységnek számított faluhelyen. Az utolsó évtizedekben azonban már az EU-országokban is az agrártúltermelés egyik válságkezelési eszközévé lépett elő, amelyet központilag is támogatnak

Magyarországon már a II. világháború előtt jelentős volt a falusi idegenforgalom, főleg a gyermeküdültetés és a gyalogos kiránduló-turizmus. A vendéglők olcsó menüket, a magánházak teljes ellátást kínáltak, sok helyen strandok, kulturális nevezetességek várták az odautazókat. A háború után – az olcsó és szervezett szakszervezeti üdültetés miatt – visszaesett a falusi turizmus, és újraindítása csak a nyolcvanas évek végén kezdődött meg.

Elsősorban az értelmiségiek, a középkorúak, valamint az alkalmazottak városi rétegei érdeklődnek a falusi turizmus iránt. A leggyakoribb a 4-8 napos családi üdülés, alacsonyabb komfortfokozatú szolgáltatásokkal. A kereslet területi eloszlása egyenletes. A turisztikai időtöltés kulturális emlékek megismeréséből, természetjárásból, mesterségek bemutatásából (fazekasság, hímzés, szövés, stb.), illetve a ház körüli munkákban való részvételből áll (kertészkedés, állatgondozás).

A falusi turizmus erősödését az árviszonyok is befolyásolják: az olcsó szociálturizmus visszaszorulása, a hazai lakosság számára viszonylag magas szállodai és éttermi árak, a dráguló közlekedési költségek az olcsóbb szolgáltatások irányába terelik a keresletet.

A falu tehát – az előbbiekben említett rétegeken belül – elsősorban az alacsonyabb jövedelmű családok és az ifjúsági korosztály érdeklődésére számíthat.

Általános helyzetkép

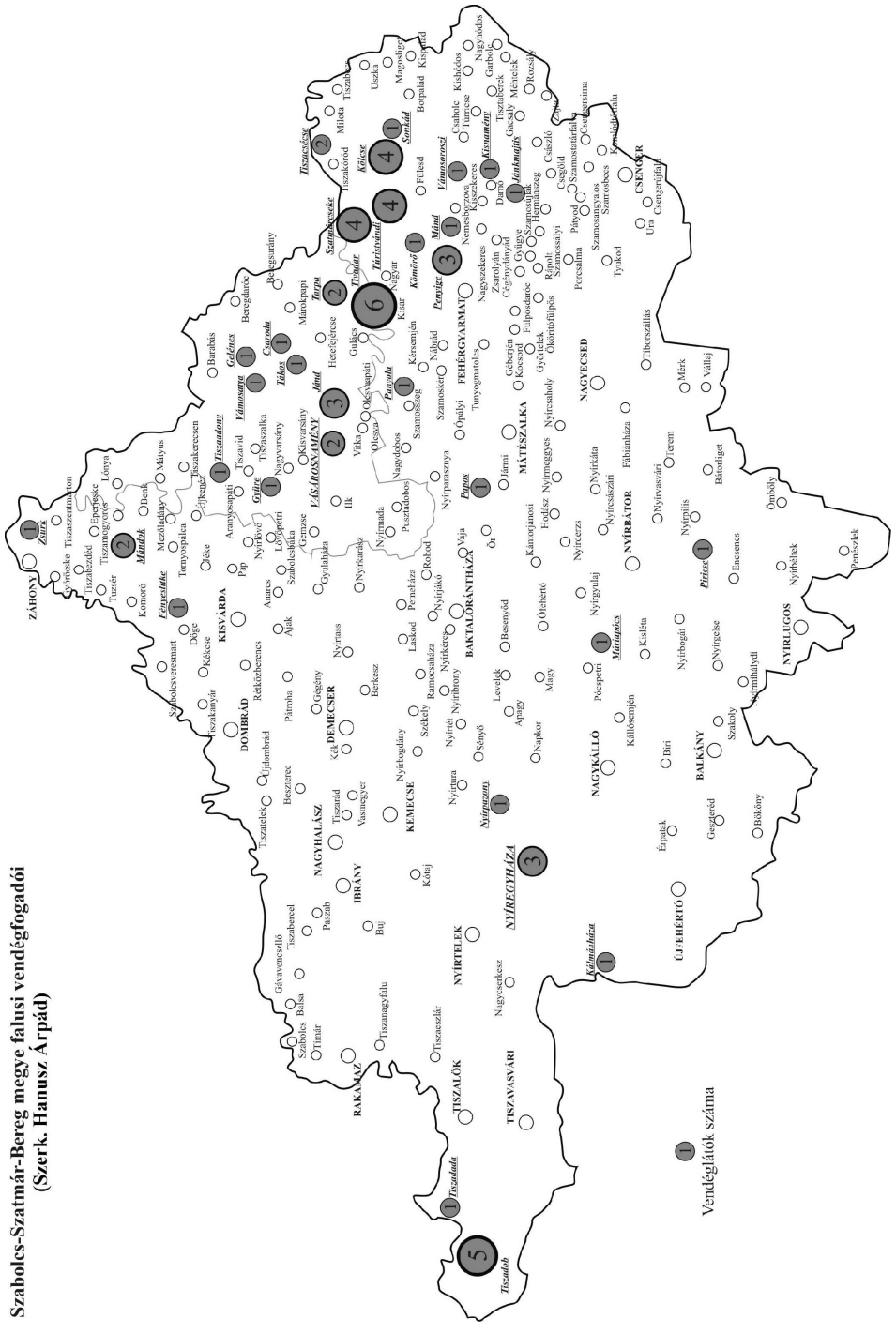
A megye kiemelkedő hatású vonzerői – a tiszta levegő, csend, falusi életmód, a táj érintetlensége, a természet közelsége – önmagukban nem elegendőek a falusi turizmus színvonalas műveléséhez. A turizmus „közösségi alkotás". A falusi vendéglátásra vállalkozónak ki kell tudnia egészíteni saját lehetőségeit települése, tájegysége lehetőségeivel, s mindezeket összefogva vonzó kínálattá alakítani.

A kínálati oldal fejlesztésének viszont csak akkor van értelme, ha a megfelelő keresletet is mellé lehet állítani. Nagyon fontos a kereslet növelésében a folyamatosság biztosítása. Hangsúlyozni kell a fokozatos növelés fontosságát. Káros lenne olyan kereslet keltése, melyet a térség nem képes megfelelő színvonalon kielégíteni.

Mivel a jelenlegi szálláshely-kapacitás sincs megfelelően kihasználva, a legelső feladat a már meglévő kereslet és kínálat összekapcsolása. A kutatások szerint nem arról van szó, hogy nincs megfelelő érdeklődés, hanem hogy az ide utazni kívánók nem rendelkeznek elegendő információval.

A falusi turizmus összekapcsolva színvonalas, népi hagyományokat bemutató, azokat tanító programokkal (pl.: néptánc, népi mesterségek tanítása) érdeklődésre tarthat számot belföldiek és külföldiek körében egyaránt.

Bármilyen akció, program, fejlesztés azonban csak abban az esetben lehet sikeres, ha azok, akik részt vesznek benne, valóban hisznek is a megvalósításában. Nyilvánvaló, hogy egy-egy vendégfogadásra vállalkozó, falun élő ember aligha tudja felvirágoztatni vállalkozását, ha egyedül kell elindulnia, nem pedig egy szerveződés tagjaként. Nem elég a „tiszta szoba", a kiváló főztjéről híres háziasszony, a gyönyörű táj és önmagában még a nyelvtudás sem. Tudni kell informálódni a keresletről, megszerezni a vendéget, együttműködni más vendégfogadókkal is.


Szabolcs-Szatmár-Bereg megye falusi vendégfogadói
(Szerk. Hanusz Árpád)
Vendéglátók száma
1
2
3
4
5
6
ZÁHONY
Záhonyi
Tiszaszentimre
Gyüreske
Tiszaeszlár
Tiszaszentmárton
Tiszaeszlári
Tiszamogyorós
Eperjeske
Lónya
Tüzér
Komoró
Mátyók
Benk
Mezőladány
Tornyospálca
Mátyus
Tiszaszalka
Tiszaszentmárton
Tiszaszentmártoni
Tiszacsécse
Tiszakóród
Milota
Tiszabecs
Usztáj
Magosliget
Kispalád
Botpalád
Tiszabecsi
Tiszabecsi Kishódos
Nagyhódos
Garbolc
Tiszabecsi Tűzrőse
Csaholc
Rozsály
Mérk
Tiszabecsi Mérkfürdő
Tiszabecsi Mérkfürdő
Tiszabecsi Mérkfürdő

A falusi turizmus szempontjából az esetek jelentős részében azok a települések a legvonzóbbak, amelyek az ipari munkahelyek hiányában és a központoktól való távolság miatt hátrányos helyzetűeknek minősülnek. Természetesen ahhoz, hogy a falusi turizmus számára valamelyest vonzerővel bírjanak, el kell hogy érjék az infrastrukturális ellátottság meghatározott szintjét, mert nyilvánvaló, hogy azok a lepusztult falvak, amelyek lakóhelynek nem megfelelőek, üdülésre sem alkalmasak.

A falusi turizmus egyfajta minőségi turizmus, ahol a vendég és a vendégfogadó igényes a környezetével szemben, ahol az egyediségre törekednek, és kapcsolatuk bizonyos fokig a bizalom jegyeit hordozza.

Falvaink fogadóképességét biztosítja az itt élő emberek vállalkozókészsége. Messze földön ismert a szatmári és beregi ember vendégszeretete, s ennek őszinte megnyilvánulása, mely főleg a falusi embereknél tapasztalható. Az a szeretet és gondoskodás, amit ezek a családok nyújtanak vendégeik számára, maradandó élményt jelent.

A felkínált vonzerők – tiszta levegő, csend, falusi életmód, hagyományok, népi szokások, a természet közelsége – csak megfelelő szintre fejlesztve és „tálalva" képesek a vonzásra, a vendég csábítására. Joggal vetődik fel a kérdés: vajon mi teszi vonzóvá a falusi turizmust? A kérdésre könnyű választ adni abban az esetben, ha csokorba gyűjtjük mindazokat a várható előnyöket, pozitív hatásokat, amelyek a falusi turizmus beindulása esetén a településeken jelentkeznek.

A települések és így az önkormányzatok számára is rendkívül kedvező, hogy:

- a falusi turizmusból helyben képződik a jövedelem, és ez a lakosságot maradásra ösztönzi;
- ez a turisztikai tevékenység újfajta vállalkozásként jelenik meg falun, erősítve ezzel a vállalkozói kedvet, alternatív mozgásteret nyitva a vidéki emberek számára;
- a turisták érdeklődése a település esetleges felértékelődését vonja maga után, egyrészt a helybeliek rádöbbennek szülőfalujuk értékeire, erősödik lokálpatriotizmusuk, másrészt a kereslet az ingatlanok esetében értéknövekedést jelenthet;
- a falusi életstílus a programszervezés révén mobilizálódik;
- a vendégek igényei a szállásadókon kívül más vállalkozóknak is helyi piacot teremtenek, pl.: szolgáltatás, szállítás, kereskedelem. (helyi export)

A falusi turizmus a fogadók oldaláról nem csupán úgy jelentkezik, mint egyfajta jövedelem-kiegészítési lehetőség, hanem mint a hátrányos helyzetben lévő, elnéptelenedő, munkahelyhiánnyal küszködő, zömmel aprófalvas régiók megmaradásának, sőt esetleges fellendülésének egyik lehetséges módja.

Sokan állítják, hogy a falusi turizmus megmentheti az elmaradott térségeket. Ez nem azt jelenti, hogy ez az egyetlen lehetőség fennmaradásának érdekében, de ez szerves része lehet az átgondolt és mindenkire kiterjedő falufejlesztési programnak. Tehát jelentős szerepet játszhat a hátrányos térségek lakosságának foglalkoztatásában és jövedelem-kiegészítésében.

A falusi turizmus gazdasági tényezők mellett a településfejlesztéssel összefüggő falumegújítási, épületörökségi és életmegőrző hatásokat is jelenti. Az üdülés növeli a falusi ember látókörét és falvaink funkcióját.

Az utóbbi időben a turisták összetételének átrendeződése figyelhető meg, és ezzel együtt a kereslet is változik. Növekszik az igény – elsősorban a nyugati vendégek körében – a családias jellegű, kis kapacitású szálláshelyek iránt. 1992-től évről-évre növekszik a külföldi vendégek száma a szatmári és beregi részen. A külföldi keresletet két tényező motiválja a magyarországi turizmus iránt: a természet szeretete és az emberi kapcsolatteremtés igénye. Miután az utóbbi meghatározó, elsősorban olyan beutazókra számíthatunk, akikkel kisebbek a nyelvi problémák.

Főleg német és holland turisták keresik fel a falusi turizmus vendéglátóhelyeit, de jó vendégkörre számíthatunk még pl. Dániából, ahol nagy az érdeklődés a népi hagyományok és a különleges látnivalók iránt. A hollandok mentalitásban közel állnak hozzánk, vonzza őket a háborítatlan természet, a falusi életmód.

A falusi turizmus kialakításában és az ezzel járó fejlesztésben különösen nagy hangsúly helyeződik azon falusias térségekre, amelyek még vagy már nem érik el az átlagos fejlettségi színvonalat. Sajátos és elodázhatatlan feladatot jelent ma e térségben annak intenzív fejlesztése.

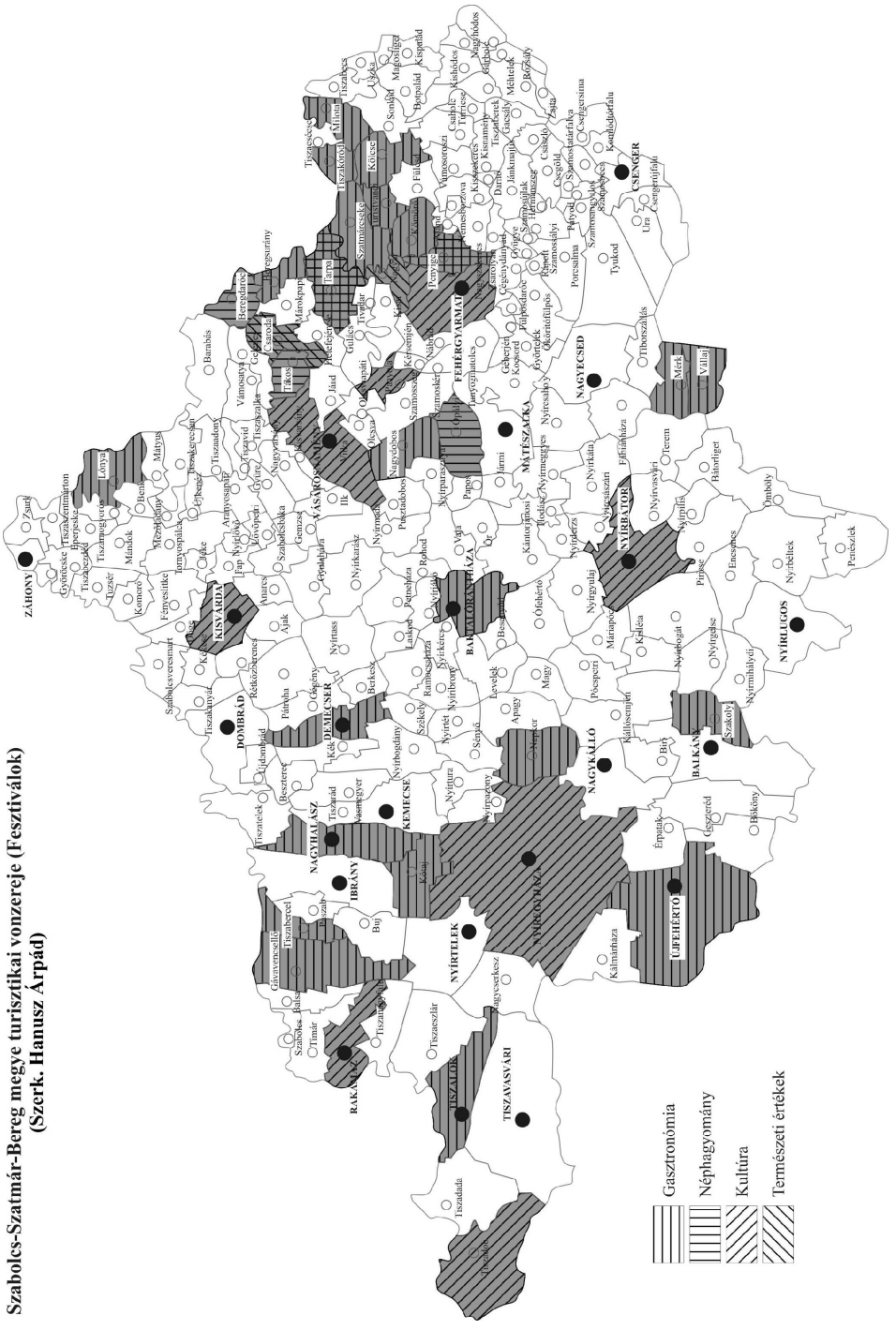
Néhány évvel ezelőtt felmérték az üdülésbe, turizmusba bevonható tájegységek, falvak adottságait. A legfontosabb szempont a különböző helyszíneken található természeti és tájbeli értékek feltárása volt.

A falvak és a tanyák adottságainak, sajátos vonzerőinek figyelembe vételével elkezdték a turisztikai létesítmények kiépítését, és programok kidolgozását: pl. a kézműves műhelyek helyreállítását (fazekasság, faragás, szövés), a magánstrandok létesítését, kerékpárutak kiépítését. A turisták termelésbe való bevonásának lehetőségét (kerti munkák, szőlőművelés, gyümölcsszedés, gyógynövénygyűjtés, biotermékek előállítása, stb.). Mindezt összekapcsolták a termékek értékesítésének megszervezésével, a tájak speciális ételeinek, italainak bemutatásával (gasztronómia, szilvaút).

Gasztronómiai rendezvények a megyében
A rendezvények vidékfejlesztő hatása

A filozófia váltás a 90-es évek közepén következett be, amikor rádöbbentek a falusi turizmus résztvevői, hogy nem a szálláshelyeket kell reklámozni, hanem olyan a térségre jellemző hagyományőrző programokat kell szervezni, amelyek vonzzák a turistát és szállásszolgáltatást is igényelnek.

Az első rendezvény szervezői, még nem akarták elhinni, hogy igazi turisztikai attrakciót készítenek és olyan terméket állítanak elő, amely végre alkalmas a turisztikai piacra. A termék, a szilvalekvár, amely évek óta a szilkékben állt és nem tudták értékesíteni.



Szabolcs-Szatmár-Bereg megye turisztikai vonzereje (Fesztiválok)
(Szerk. Hanusz Árpád)

Mára megváltozott a szemlélet. Első jele az volt a fejlesztésnek, hogy egyre több család ültetett „nemtudom vagy penyigei" szilvafát bizonyítva azt, hogy kezdenek hinni abban, hogy a megtermett szilvából készült lekvár, mint késztermék is eladható. Mind a szilvát, mind a belőle készült lekvárt sokféle formában lehet fogyasztani. A szilvából frissen és aszalva szilvaételt (habart levest, kompótot) lehet készíteni. A lekvárral lekváros laskát (mocskos galuskát), pirított laskát, kalácsot, palacsintát, fánkot, gombócot, derelyét lehet tölteni, lehet puliszkára és kenyérre kenni. Mindenképp egészséges, közkedvelt eledel. Egyedülállóan finom íze, zamata, tartóssága, sokféle felhasználási lehetősége teszi e térség egyik legnagyobb gasztronómiai kincsévé.

A magas cukortartalmú gyümölcs a szilvapálinka főzésre is igen alkalmas. A rendezvényekkel meghosszabbítható a szatmári térség turisztikai szezonja és az idelátogatók megteremtik a „helyi exportot" azzal, hogy megvásárolják a helyben készült termékeket.

Tematikus turisztikai termék

Tematikus gasztronómiai utak

Tematikus utak sorában Magyarországon igazi sikerrel a borutak jelentek meg a turisztikai kínálatban. Mára számuk jelentősen megnőtt és megjelent az almaút és a szilvaút is a kínálati piacon.

A „Szatmári Fesztivál országosan követendő példaértékű gasztronómiai rendezvénysorozat, ami augusztus végén úgy kerül megrendezésre, hogy a turista akár egy hetet is a térségben tölthet és gazdag tartalmas rendezvények során vehet részt, miközben alaposan megismerheti a szatmári síkság épített népi építészeti emlékeit és megtapasztalhatja a szatmári emberek mérhetetlen vendégszeretetét. Ma még nem elfogadott kifejezés de a fesztivált nyugodtan lehet a „NÉPI ÉTELEK ÚTJÁNAK" nevezni. Természetesen azokat a kínálati elemeket, amelyek az év minden szakában bemutathatók a településeken a „Szilvaút" keretében szándékoznak majd hasznosítani.

A rendezvénysorozat a kistérség turizmusában igen nagy jelentőségű, mert ilyen jellegű és méretű rendezvény még korábban nem került megrendezésre, továbbá olyan unikális elemeket is tartalmaz, amelyekkel a látogató csak itt találkozhat.

Az eseménysorozat a közvetlenül érzékelhető turisztikai hatáson túl a kistérség imázsának és arculatának tudatos alakítását és fejlesztését is szolgálja. Ez a rendezvény tulajdonképpen alapja és irányadója kell, hogy legyen a turizmus kultúrát érintő fejlesztésének is.

A rendezvénysorozat a jól koordinált marketingnek köszönhetően fokozhatja a kistérség ismeretségét. Ennek köszönhetően megnőhet az érdeklődés a szatmári térség iránt. Ez az érdeklődés akkor válik konkrétummá, ha a látogatók

valóban eljönnek és eltöltenek egy bizonyos időt, személyesen is meggyőződve arról, amit hallottak és egyszeri, megismételhetetlen élményekben részesülve térnek haza. Természetesen az itt tartózkodásuk ideje alatt igénybe veszik, „használják" a kistérség turisztikai kínálatát, amely bevételt jelent a kínálatot létrehozók és működtetők számára.

A turizmus kínálati oldalának szereplőire is jótékony hatást gyakorol a mára 10 naposra bővült rendezvénysorozat, hiszen mind a szállásadók és mind a vendéglátó vállalkozások és az egyéb turisztikai szolgáltatók is jelentős bevételt realizálhatnak a rendezvény ideje alatt.

„Szilvaút"

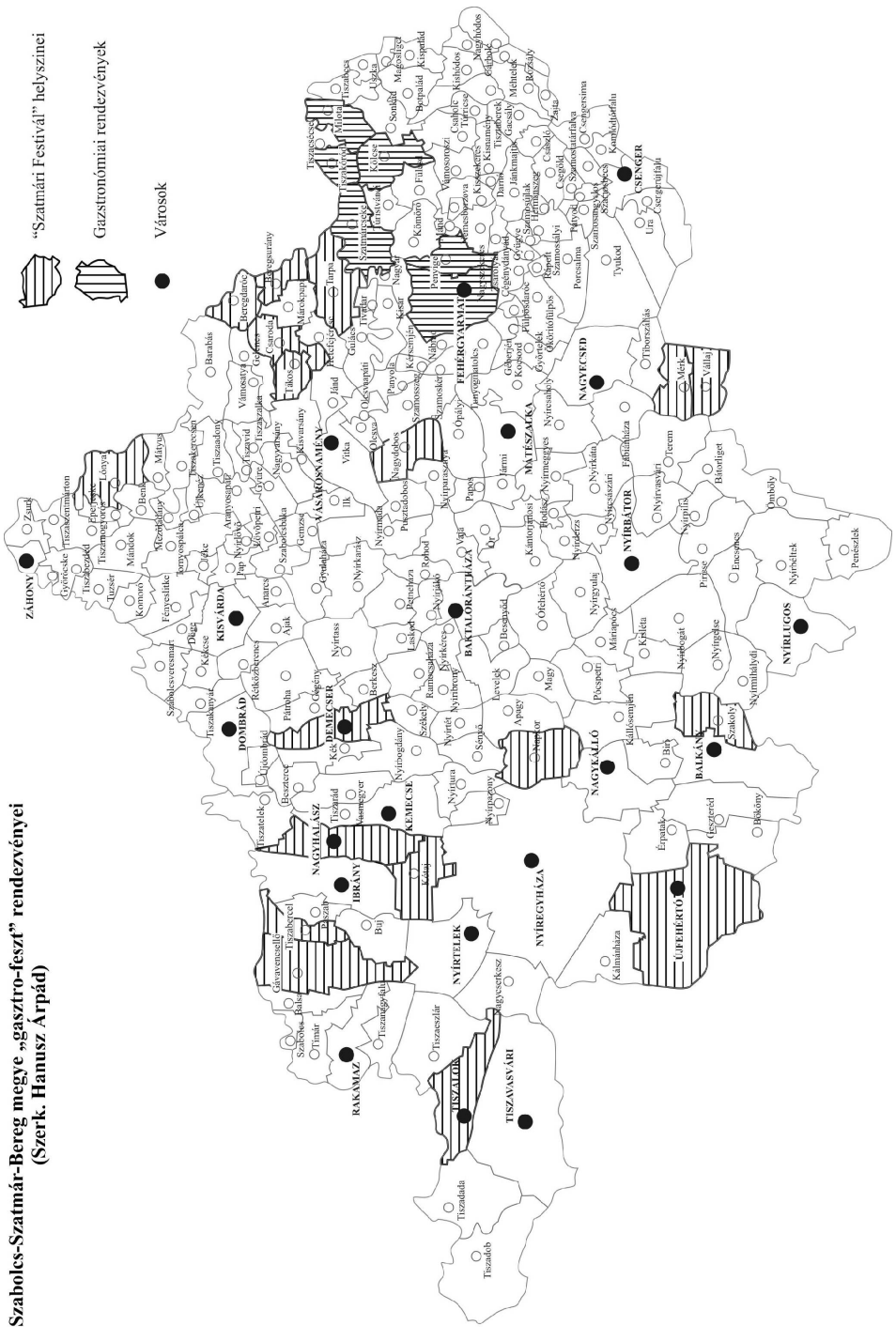
A „Szilvaút" egy speciális turisztikai termék, amely rendkívül sokrétű, térben és időben szerteágazó. A borút mintájára szervezhető, hiszen hasonló jellegű termékről van szó és talán a szilva többoldalú felhasználása szélesebb kínálatot takar. A „Szilvaút" alatt olyan, már bevezetett és keresett, valamint bevezetésre váró új turisztikai szolgáltatások, rendezvények sorának egységbe rendezését értjük, amelyek között az összekötő kapocs, a meghatározó szerep a szilvának jut.

Természetesen nem lehet megfeledkezni arról, hogy a szilva feldolgozásának évszázados hagyományai vannak és nemcsak mint árugyümölcs, mint mezőgazdasági termék fontos. hanem a belőle készített pálinka mint élvezeti cikk szerepel már régen a gasztronómiai palettán.

A „Szilvaút" keretet ad egy- egy kistérség komplex turisztikai bemutatásának és felfűzi azokat a turisztikai termékeket, amelyek a szatmári-beregi térségben önállóan nem jelentenek kiemelt turisztikai vonzerőt. A hangsúly a komplexitásra, az összefogásra helyeződik és nem az egyéni kezdeményezésre.

A „Szilvaút" olyan komplex turisztikai termék mely sajátos egyedi kínálatokkal rendelkezik, szervezett egységben működik. Piacra jutását a közösségi marketing segíti. Szolgáltatásai minősítettek és garantáltan megfelelnek a nemzetközi turisztikai elvárásoknak. Azokat a szolgáltatásokat foglalja egységes keretbe, amelyek a kisrégió turisztikai vonzerejét jelentik külön-külön. A „Szilvaút" nem pusztán a szilva feldolgozott és piacképes termékeinek a megismerését jelenti. A turista meg kell hogy ismerje a különböző, ma már csak kevés helyen megfigyelhető különböző szilvafajták termesztését. Ehhez a „Szilvaút" megvalósítási tervében fontos megtervezni egy Szilvafa Múzeumot, amely a turista számára bemutatja a különböző fajtákat, és egyben garantálja a folyamatos feldolgozhatóságot kora nyártól késő őszig.

A sikeres „Szilvaút" a legkisebb beruházással a meglévő humán erőforrások, tárgyi eszközök kihasználásával, a feltárt, eddig is eredményesen működő potenciálok egymást erősítő, tudatos összekapcsolásával fejlődhet.



Szabolcs-Szatmár-Bereg megye „gasztro-feszt" rendezvényei
(Szerk. Hanusz Árpád)

- A települések kis és közép vállalkozóinak a köre.
- Tovább szélesedhet a szilva feldolgozásából eredő termékek értékesítési lehetősége.
- Új munkahelyek teremthetők a munkanélküliek számának csökkentésével.
- A falusi lakosság újabb rétegei jutnak jövedelemhez.
- A népi hagyományok ápolása felerősödik fokozva ezzel a szülőföldhöz való ragaszkodást.
- A lakosság identitástudata erősödik.
- Növekszik a falvak népességmegtartó szerepe.
- Erősödik a lakosság és az önkormányzatok együttműködési szerepvállalása.

A „Szilvaút" a borút mintájára az idegenforgalom, a kultúra, a néphagyomány és a mezőgazdaság egymásra épülését jelenti, mely az egységes turisztikai termék kifejlesztésére kell, hogy törekedjen.

A „Szilvaút" megvalósításának a feltételei már régóta adottak a Szatmár-beregi térségben. Igaz, az elmúlt 50 évben nagyon megcsappant az ártéri dzsungel gyümölcsösök mennyisége és a mezsgyehatáron díszlő szilvafák is rendre fogytak, azonban a beindított gasztronómiai rendezvények oda vezettek, hogy mára újra divat ezeken a területeken a szilvafa telepítés.

A „Szilvaút" kialakításának alapvető követelménye, hogy a szilva feldolgozása során keletkezett termékek minőségbiztosítása és a turisztikai szolgáltatások (kóstolás, bemutatás), látnivalók egységes kínálata valósuljon meg.

A „Szilvaút" nem egy most kialakításra váró, a térségben nem létező turisztikai termék, amit ki kell találni. Azokat a tevékenységeket és késztermékeket kell bemutatni, kóstoltatni és kapcsolni a térség egyéb turisztikai termékeihez, amelyek már évszázadok óta készülnek ezen a vidéken.

A szilva feldolgozása során keletkező termékek:

- Aszaltszilva
  - maggal
  - mag nélkül
- Szilvalekvár
- Szilvapálinka
- Szilvalekváros ételek és sütemények

A felsorolt termékek ma is megtalálhatók a térségben és különböző minőségben készülnek. Fontos viszont, hogy a minőségi termelés irányába fejlesszenek a vállalkozók, akik nem csak saját szükségletre kívánnak termelni, hanem a vendégek kiszolgálását is vállalják.

A termékbemutatás, kóstolás nem jön létre, ha nem komplex minőségi szolgáltatásban gondolkodnak a vállalkozók. Fontos a szállás, az étkezés és a

szabadidős programok megléte. Itt kapcsolódhatnak a programba azok a szállásadók, akik a falusi turizmus keretében már bizonyítottan minőségi szálláshellyel rendelkeznek. Szabadidős programot képesek szervezni és hozzájárulnak a kulturált települési környezet kialakításához.

A megfelelő falusi környezet, a családias vendéglátás, a minden szempontból kielégítő szabadidős programok és a mérhetetlen vendégszeretet ötvözve a gasztronómiai élvezetekkel és a kulturális hagyományok, valamint néphagyományok megismerésével nyugodtan tekinthető új turisztikai terméknek.

A szabadidős programok (lovaglás, kerékpározás, horgászat, vadászat, stb.), a sportolási lehetőségek, a kulturális programok, a gasztronómiai és kulturális fesztiválok (szilvalekvárfőzés, cinkefőzés, Szatmári Népi Színjátszók Fesztiválja) széles kínálatot kínálnak a tartalmas időtöltésre.

Együttműködő partnerek összefogása

A „Szilvaút" eredményes működtetésének egyik záloga a partnerségi viszonyok kialakítása és működtetése. Ez szemléleti kérdés és kialakítása egy hosszabb folyamat. Feltétlen fontos a bel- és külföldi gasztronómiai (bor, alma, stb.) tematikus utak tapasztalatainak a megfigyelése azzal a szándékkal, hogy a résztvevők megismerjék annak az összefogásnak a lényegét, amely a szolgáltatások zavartalan és minőségi színvonalát biztosítani tudja.

A „Szilvaút" nem egy gasztronómiai élvezetet nyújtó termék szűk keresztmetszetű fogyasztói rétegét célozta meg. A sokrétű feldolgozás bemutatása és a fogyaszthatóság minden korosztály és vásárlói kör számára nyújt piacképes árut. Ennek érdekében valamennyi turisztikai célcsoport megnyerése a fontos a különböző marketing eszközök bevetésével.

Alkalmazható marketing eszközök:

1. Leghatékonyabb a direkt marketing, vagyis azoknak a bemutatóknak, kóstolóknak a szervezése, amelyet a helyi és budapesti gasztronómiai rendezvények jelentenek.
2. Színes információs kiadványok készítése és terjesztése Tourinform irodák, vásárok, kiállítások alkalmával.
3. Promóciós filmek CD, DVD készítése, amely egy-egy gasztronómiai rendezvény, egy szolgáltatás hangulatát jeleníti meg.
4. Prezentációk megszervezése hazai és külföldi vásárokon, ahol a termékek közvetlen kóstolásával keltjük fel a turisták érdeklődését.
5. Study tour-ok szervezése utazási szakemberek és újságírók részére a termék előállításának helyére.
6. Reklám kampányok, bemutatók, kóstolók szervezése egy-egy nagyvárosi bevásárló központba.

A falusi turizmus fejlesztésének lehetőségei

A gasztronómiai rendezvények az Észak-alföldi régió turizmusában és vidékfejlesztésében nagy jelentőséggel bírnak, mert a régióra irányítják a bel- és külföldi turisták figyelmét. Hagyományteremtő mivoltuk miatt a régió gasztronómiai hagyományainak tovább éltetői lehetnek. A rendezvények prezentálhatják, és ezáltal jobban eladhatóvá tehetik a régió gasztronómiai értékeit, másrészt a szabadidő turizmus mint turisztikai termék kínálatát szélesítik, melyek kínálatszélesítése hozzájárulhat a kereslet érdeklődésének felkeltéséhez, később a kereslet bővüléséhez, növekedéséhez.

A turisztikai szolgáltatásokra is jó hatást gyakorolnak a gasztronómiai rendezvények akár rövidtávon is, de közép és hosszú távon mindenképpen, hiszen a feltételezhetően jól sikerült rendezvények után a turisták körében nagyobb érdeklődésre számíthat a régió a jó és ízletes ételei, italai és tradicionális termékei miatt is.

A terület rendelkezik elérhető árú és a minőségi követelményeknek megfelelő szálláshelyekkel. A gasztronómiai rendezvények igen fontos elemei lehetnek a térség turizmusának.

Az alágazat jövőbeni fejlődésének számos feltétele van. Ezek egyrészt központi, állami feladatok formájában jelennek meg, másrészt helyi jellegűek. Ami az előzőeket illeti, elsősorban tárcaközi összehangolásra van szükség, ugyanis a falusi turizmus olyan komplex tevékenység, amely számos minisztérium (gazdasági, környezetvédelmi, pénzügyi, közlekedési, stb.) együttműködését és közös fejlesztési, pénzügyi stratégia kialakítását igényli.

A falusi turizmus a magyar turizmus eddig még nem eléggé kihasznált lehetősége. Adottságaink kitűnőek, ezért a vidék gazdasági felemelkedésének egyik kulcstényezője lehet. Az eddigi spontán fejlődést lassan felváltja a koncepciózus fejlesztési munka, amely mind a humán, mind az anyagi szférát átfogja. A meglévő kínálat eredményes piacra viteléhez azonban erőteljesebb marketingtevékenységre lenne szükség.

A falusi turizmus fontos szerepet játszhat a turizmus területi és időbeni koncentrációjának csökkentésében, a kapcsolódó turisztikai szakterületek – pl. kerékpározás, kirándulás, horgászat, vízi sportok, vadászat stb. – „magához illesztésében", a turisztikai kis- és középvállalkozások beruházásainak megindításában. A kedvező adottságú kis településeken új szálláshelyek létesülhetnek, hozzájárulva a munkahelyteremtéshez és a helyi kereskedelmi forgalom megélénküléséhez.

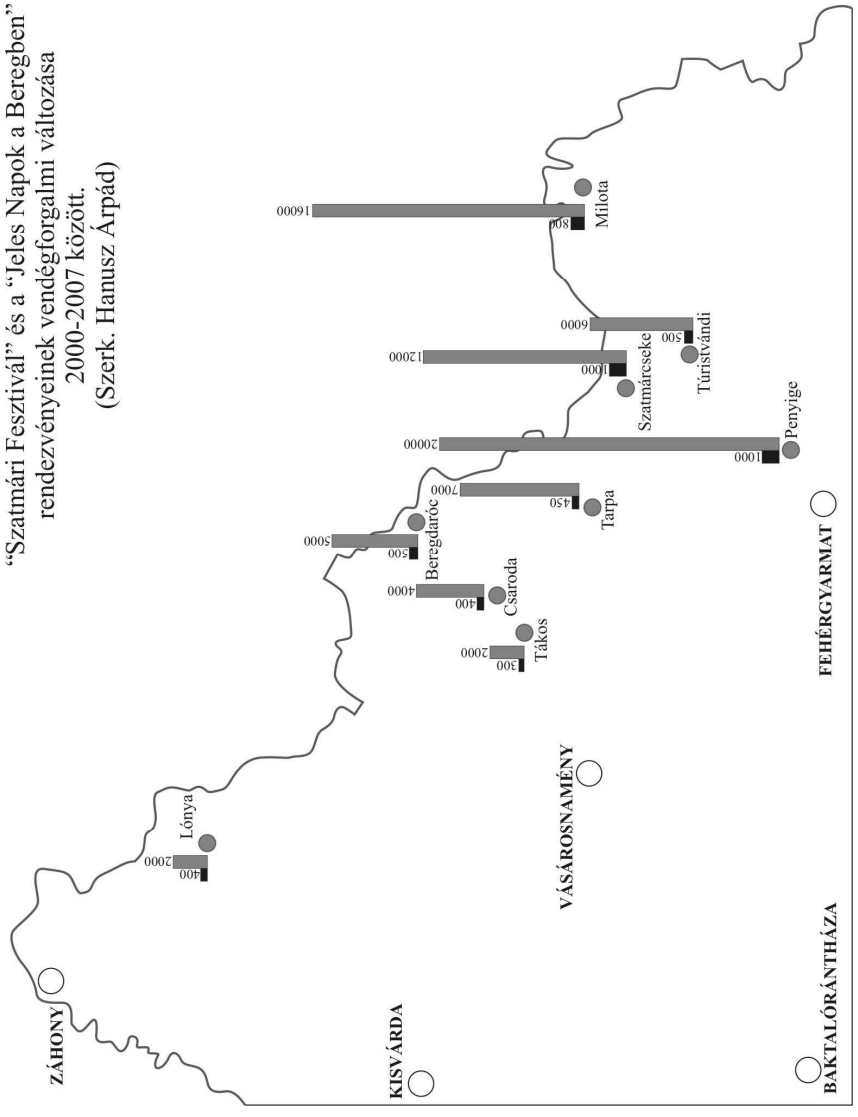
A falusi turizmus a fogadók oldaláról nem csupán úgy jelentkezik, mint egyfajta jövedelem-kiegészítési lehetőség, hanem mint a hátrányos helyzetben lévő, elnéptelenedő, munkahelyhiánnyal küszködő, zömmel aprófalvas régiók megmaradásának, sőt esetleges fellendülésének egyik lehetséges módja. Sokan állítják, hogy a falusi turizmus megmentheti az elmaradott térségeket. Ez nem azt jelenti, hogy ez az egyetlen lehetőség fennmaradásának érdekében, de ez

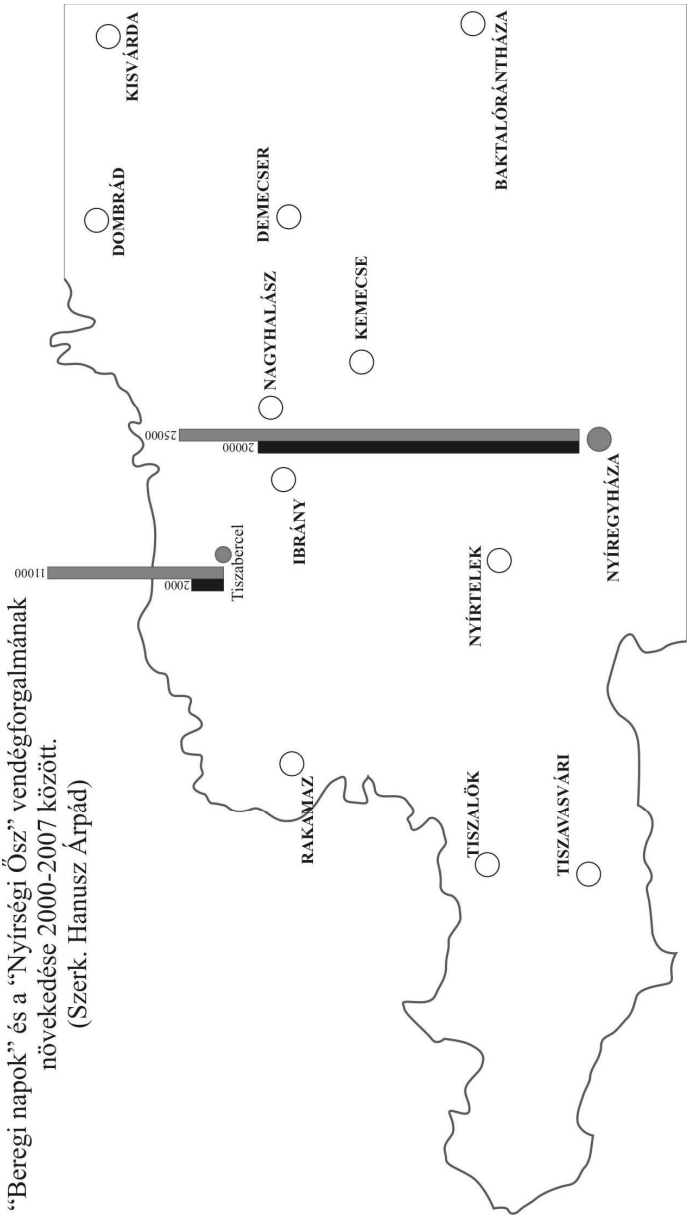
szerves része lehet a mindenre kiterjedő falufejlesztési programnak. Tehát jelentős szerepet tölthet be a hátrányos térségek lakosságának foglalkoztatásában és jövedelem-kiegészítésében. Létrejöhet az önfoglalkoztatás és az agrártermékek értékesítésével létrejöhetnek mikro és kisvállalkozások. Az agrárium termékeinek feldolgozásával és az ajándéktárgyak készítésének megteremtésével jelentős kézműves mesterség fejlesztés generálható.

A fejlesztési folyamat szakaszainak stratégiai kimunkálásakor a következő alapelveket célszerű szem előtt tartani:

- a fejlesztés legyen gyors, de fokozatos, nem szabad kihagyni egyetlen szükséges lépcsőfokot sem,
- helyi kezdeményezésekre épüljön, váljon szerves részévé a helyi gazdasági-társadalmi struktúráknak, (Leader program.)
- a fejlesztés hasson a helyi foglalkoztatásra, biztosítson jövedelmet a lakosság számára,
- határozottan fogalmazódjanak meg a lakossági, önkormányzati és vállalkozói érdekek,
- egyértelműen választódjanak ki azok a vállalkozások és non-profit szervezetek, melyek a fejlesztés gazdaszervezetei és hosszútávon fenntartói lehetnek,
- biztosítani kell a fejlesztésben résztvevő érdekcsoportok koordinált együttműködését és versenyét,
- össze kell hangolni a fejlesztésben résztvevő vállalkozások tevékenységét,
- olyan finanszírozási konstrukciót kell kidolgozni, mely részben helyi erőforrásokra épül, s a lakosságot résztulajdonosként vonja be, ezáltal a nyereségből a helyi önkormányzatok és vállalkozók megfelelő arányban és összegben részesednek a további önerőből történő fejlődéshez,
- a fejlesztések eredményeként létrejövő idegenforgalmi tevékenységek folytatása csak ellenőrzött körülmények között, engedélyek birtokában legyen lehetséges,
- biztosítható legyen az adózási fegyelem mind az állam, mind az önkormányzatok felé,
- a fejlesztés legyen tájba illő, a természeti környezet viszonylagos érintetlenségét messzemenően tiszteletben tartó.

A falusi turizmus fellendítése több alapvető tényezőre hatna pozitívan a térségben: együtt járna egy infrastrukturális fejlesztéssel és fontos szerepet tölthetne be az elmaradott falusias térségek felzárkóztatásában, kiemelkedő szerepet játszana mind a vendégfogadók, mind a vendégek látásmódjában. A vendéglátók oldaláról nézve szélesítené azok látókörét, gondolkodásmódját, a vendégek szemszögéből pedig a megye igazi megismerését jelentené, megváltoztatva ezzel a keleti régióról alkotott negatív képet.


“Szatmári Fesztivál” és a “Jeles Napok a Beregben”
rendezvényeinek vendégforgalmi változása
2000-2007 között.
(Szerk. Hanusz Árpád)
ZÁHONY
KISVÁRDA
VÁSÁROSNAMÉNY
FEHÉRGYARMAT
BAKTALÓRÁNTHÁZA
Lónya
400
2000
Beregdaróc
500
5000
Csároda
400
4000
Tákos
300
2000
Tarpa
450
7000
Penyige
1000
20000
Szatmárcseke
1000
12000
Túristvándi
500
6000
Milota
800
16000



"Beregi napok" és a "Nyírségi Ősz" vendégforgalmának növekedése 2000-2007 között.
(Szerk. Hanusz Árpád)

Irodalom

A falusi turizmus az átalakuló mezőgazdaság és a vidék gazdaságának egyik diverzifikációs lehetőse Magyarországon. SZIE – Gödöllő, 2002. pp. 23-28.

Antal K. – Csizmadia L. – Horváth Á. – Kenéz Gy.-né: Fizetővendéglátás és falusi turizmus II. kötet. KIT. 1992. pp. 12-49.

Bodnár Zs.: Tirpák népi ételek, étkezési szokások. Nyíregyháza, 1999. pp. 12-29.

Csizmadia L. – Kádas L. – Kenéz Gy.-né – Reischl G.: Fizetővendéglátás és falusi turizmus I. kötet. KIT, 1992. pp. 35-88.

Falusi Turizmus Tájékoztató, 2002. 1. szám. p 6.

Hanusz Á.: Gasztronómiai barangolások az Észak-alföldi régióban. Magyar Turizmus Rt. Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóság. Szolnok.

Hanusz Á.: Szabolcs-Szatmár-Bereg megye idegenforgalma. In: Szabolcs-Szatmár-Bereg megye Monográfiája II. kötet. (szerk. Frisnyák S.) Nyíregyháza, 1996. pp. 409-423.

Hanusz Á.: A Felső-Tiszavidék idegenforgalmi fejlesztése, különös tekintettel Kárpátaljára. In: Határon innen-határon túl. (szerk. Pál Á.) Szeged, 1996. pp. 275-287.

Hanusz Á.: Szabolcs-Szatmár-Bereg megye idegenforgalmának fejlesztési lehetőségei. Vízügyi tájékoztató. (szerk. Komlóssy A.) 4. sz. Nyíregyháza, 1996. pp 4-5. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye, Vízügyi Igazgatóság

Hanusz Á.: Adalékok Szabolcs-Szatmár-Bereg megye idegenforgalmához. In: Földrajzi kaleidoszkóp. Tanulmányok Krajkó Gyula professzor 70. születésnapjára (szerk. Mészáros R. - Tóth J.) Pécs-Szeged, 1998. pp. 204-225.

Hanusz Á.: Szabolcs-Szatmár-Bereg megye természeti viszonya. In: Szabolcs-Szatmár-Bereg Megye Kézikönyve (szerk. Vincze I.) Ceba Kiadó Miskolc, 1998. pp. 23-35.

Hanusz Á.: Falusi turizmus és a gasztronómiai hagyományápolás lehetőségei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. A Nyírség és a Felső-Tisza-vidék történeti földrajza (szerk. Frisnyák S.), Nyíregyháza 2002. pp. 259-267.

Hanusz Á.: Szabolcs-Szatmár-Bereg megye turizmusfejlesztési koncepciója. (társszerző) (szerk. Lengyel M.), Nyíregyháza 2002. pp. 82-105.

Hanusz Á.: Falusi turizmus és a gasztronómiai hagyományápolás lehetőségei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. A Nyírség és a Felső-Tisza-vidék történeti földrajza (szerk. Frisnyák S.), Nyíregyháza, 2002. pp. 259-267.

Hanusz Á.: A falusi turizmus elméleti kérdései és fejlesztési lehetőségei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. Természettudományi Közlemények 2., Nyíregyházi Főiskola, Természettudományi Főiskolai Kar (szerk. Kókai S.) Nyíregyháza, 2002. pp. 127-138.

Hanusz Á. – B. Pristyák E.: A kisvárosok szerepe Szabolcs-Szatmár-Bereg megye turizmusában. Település Konferencia, Szombathely, 2007. (megjelenés alatt) /Role of small town in the tourism of Szabolcs-Szatmár-Bereg country./

Jenkei L.: Idegenforgalmi Értelmező Kéziszótár. BGF-KVIFK, 2002. pp. 5-31.

Jenkei L.: Idegenforgalmi magánszálláshelyek minősítése és működtetése. A vidéki, falusi vendégfogadásra vonatkozó jogi szabályok. Budapest, 2000. p. 125.

Kiss J.: Könyv a szilváról. Penyige, 2001. pp. 6-20.

Kormány M.: Hagyományok Penyigén. Rím Könyvkiadó. Nyíregyháza, 1996. pp. 11-31.

Magyar S.-né – Magyar S.: HACCP szemlélet és módszerek alkalmazása a falusi vendéglátásban. Budapest, 2002. pp. 56-67.

Milotai Önkormányzat – Turisztikai hatástanulmány, 2002. (kézirat)

Páll I. – Szabó S. – Bodnár Z. – Erdős J. – Ratkó L.: Szabolcs-Szatmár-Bereg megye értékei. A megye néphagyományai. Medicina Grafikai Stúdió és Nyomda, Nyíregyháza, 2001. pp. 30-52.

Penyigéről 2000-ben - Önkormányzat Képviselőtestülete. Penyige, 2000. pp. 7-23.

Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei rendezvények. Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Önkormányzat TOURINFORM Irodája. Nyíregyháza, 2003.-2007.

Takács J.: A falusi turizmus és a hátrányos területek felzárkóztatása. In.: A Falu, 1990. 1. pp. 60-62.

Turizmus Panorama. II. évfolyam, 20. szám. pp. 21-38.

Vendégváró – Látnivalók Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. Well-Press Kiadó Kft. Miskolc, 1999. pp.76-81

DR. KÓKAI SÁNDOR

A szolgáltatási szféra és a turizmus kapcsolata Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

1. Bevezetés

A turizmus világszerte több százmillió dollár bevételt termel, az egyik legnagyobb munkahelyteremtő és a legnagyobb adózó. A világ GDP termeléshez való hozzájárulása becsült adatok alapján 10-12%. Magyarország turizmusa is növekvő jelentőségű, *a GDP 8,5%-át adja*, és közvetve illetve közvetlenül 400 ezer embernek biztosít munkát. A turizmusból származó bevételek növekedésében – az infláció mellett – döntő elem a szolgáltatások nagyobb, sokoldalúbb igénybevétele. E felismerés alapján a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) egyik prioritása, hogy a turizmus haszna több mint a devizabevételek megjelenése a nemzetgazdaságban. A *stratégia öt alappillére* közül a szolgáltatások és a turizmus szoros kapcsolatai a meghatározóak:

- Versenyképes, fenntartható fejlődés
- Attrakciófejlesztés (termék- és desztináció fejlesztés)
- Infrastruktúra és turisztikai infrastruktúra fejlesztése, a turistafogadás feltételeinek javítása
- Emberierőforrás-fejlesztés, a turisztikai szolgáltatások és a termékek minőségi színvonalának növelése
- Intézményrendszer, a desztináció menedzsment-szervezetek létrehozása

A turizmus fejlődésére ható tényezők száma igen nagy, e tanulmányban arra keresem a választ, hogy a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei szolgáltatások egyes elemeinek mennyisége, minősége és színvonala képes-e a NTS-ban lefektetett prioritások teljesülését elősegíteni, azaz megfelelni a turizmus fokozódó kihívásainak, s ez által is hozzájárulni a területfejlesztéshez. *A turizmushoz való viszony alapján is lehet a szolgáltatás megelőző, párhuzamos és utólagos fejlődési típusba tartozó.* A turizmust megelőző szolgáltatás kiépülés lenne a legideálisabb, azonban a szolgáltatások nagy beruházás igénye miatt ennek megvalósulási realitása igen csekély. A kapcsolatok szorosságát mutatja, hogy *a turizmus nem csupán egy gazdasági ágazatként jelenik meg, hanem az élet szerves részeként*. Ez az új szempontú megközelítés azt is jelenti, hogy a turizmus az életminőség javítását is elő kell, hogy segítse, azaz a turisztikai infrastruktúra és szolgáltatások fejlesztése, fejlettsége nem lehet közömbös a lakosság egésze számára sem. Egy régió vonzereje, látogatottsági szintje nagymértékben függ az általános (alap), illetve a speciális (ún. turisztikai) szolgáltatások fejlettségétől (*Lengyel M. 1992*). A szolgáltatások közül azokat emelem ki, melyek szorosabban kapcsolódnak a turizmushoz, markánsan befolyásolva versenyképességét.

2. A Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei szálláshelyi kapacitások fejlődése, formái, szerkezeti arányai

A *speciális turisztikai szolgáltatások* elemei (pl.: szállás, étkezés, kereskedelem, helyi turisztikai létesítmények, stb.) az alapszolgáltatásokra épülnek és a turizmust közvetlenül kiszolgáló ágazatoknak tekinthetők. *Michalkó G. (2005) turisztikai szuprastruktúráról* ír, amelybe az utazási irodáktól, a szórakozó helyeken át, a pénzváltókig és ajándék üzletekig minden bele tartozik, azaz a turistát ellátó szolgáltatási rendszer speciális elemeit sorolja. A fogadóhely turisztikai kínálatának vonzereje mellett e szolgáltatások fejlettsége napjainkra meghatározóvá vált, különösen a turisták számát és a bevételeket illetően.

A turizmusból származó bevételek nagyságát alapvetően *a vendégek szállásköltségei* határozzák meg. 2006-ban mintegy *123 ezer vendég több mint 306 ezer éjszakát* töltött el az ún. kereskedelmi és magánszálláshelyeken Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. A szálláshelyi kapacitást tartalmazó statisztikai adatok elemzése alapján (*1. táblázat*) a legszembetűnőbb változás, hogy a fejlesztések elsősorban -az országos viszonyoktól eltérően- a panziók és kempingek irányába tolódtak el. A szállodai beruházások igen magas költségigénye ellenére 1994-2006 között *a szállodák száma 43 százalékkal* (16db-ról 23db-ra), a *szállodai férőhelyeké 49,2 százalékkal* (743db-ról 1109db-ra) emelkedett és 2006-ban már több mint ezeregyszáz szállodai férőhely állt a vendégek rendelkezésre, mindazok ellenére, hogy 2000-től a bővülés mérséklődött, sőt stagnált és visszaesett. A minőségi átalakulást mutatja, hogy 1994-ben nem volt négy vagy öt csillagos szálloda a megyében, s a három csillagos kategóriába is csak nyolc szálloda tartozott. A 2006. évi adatok alapján *négy darab négy csillagos és tizennégy darab három csillagos szálloda működött* a megyében. Nem elhanyagolható tény, hogy a négy csillagos szállodák kapacitás kihasználtsága volt a legkedvezőbb (48%), megelőzve a többi szállodai szobák éves szintű 30%-os kihasználtságát. A *turistaszállások (14db), nyaralóházak (13db) és kempingek (15db.)*, amelyek fejlesztésével korábban igyekeztek a szálláshelyi gondokat enyhíteni, a kempingek kivételével csak mérsékeltebb ütemben gyarapodtak. A *fizetővendéglátás*, amely a lakosság aktív közreműködésével, különösebb anyagi befektetés nélkül, szintén a szálláshelyi gondok levezetésére szolgált, mára lényegesen veszített jelentőségéből.

Mindezek következtében a *szálláshelyi kapacitás szerkezete* az elmúlt években lényegesen és kedvezőtlenül alakult át, a keresleti tendenciákkal ellentétesen. A turisták nagy része ugyanis színvonalasabb elhelyezést igényel, és a színvonal garantálása érdekében valamilyen kategóriájú *szállodát* vagy *panziót* vesz igénybe. A színvonalasabb szálláshelyeket tekintve e férőhelyek már 2000-ben is túlsúlyban voltak, részarányuk 66,8 százalék volt, e részarány 2005-re valamelyest, 54,5 százalékra csökkent. Ezzel egyidejűleg a turistaszállások és az ifjúsági szállók férőhelyeinek száma alig emelkedett, arányuk pedig csaknem változatlan maradt.

1. táblázat: A kereskedelmi szálláshelyek kapacitásának alakulása Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében (2000-2006)

Szállástípus	2000			2006			Index 2000/2006	
	szobák (db)	férőhely		szobák (db)	férőhely		szobák (db)	férőhely (db)
		(db)	megoszl.%		(db)	megoszl.%		
Szálloda	484	1076	12,3	504	1109	11,4	20	33
Panzió	981	3052	35,0	775	2125	21,9	-206	-927
Turistaszállás	232	1157	13,2	236	1152	11,9	4	-5
Ifjúsági szálló	102	552	6,3	192	905	9,3	90	353
Színvonalasabb szálláshelyek összesen	1799	5827	66,8	1707	5291	54,5	-92	-536
Kemping	-	2590	29,6	-	3980	41,0	-	1390
Üdülőház	91	311	3,6	123	435	4,5	32	124
Együtt	1890	8728	100,0	1830	9706	100,0	-60	978

Forrás: KSH, SZ.-SZ.-B megyei Statisztikai Évkönyv 2006.

Kiemelkedik azonban egy szállástípus, mégpedig a *panzió*, amelynek férőhelyi részaránya 1994 és 2000 között látványosan (633-ról 3052-re) emelkedett, majd visszaesett. *Valamennyi szállástípus közül a panziók számának szaporodása volt a leggyorsabb, s 2006-ban már 55 panzió* működött a megyében az 1994. évi harminccal szemben. Így e szállástípus férőhelyi részaránya az igényes szállástípusok között már *meghaladta az 50 százalékot,* és a szállodákkal együtt 71 százalékot képviselt. A panziók dinamikus fejlődését a *privatizáció*, a hazai *magánszektor* szerepének előretörése, megerősödése és a *keresleti tendenciák* egyaránt elősegítették. Panziót létesíteni és működtetni ugyanis drága dolog és nem tartozik a gyorsan megtérülő tevékenységek közé. Ráadásul panziót vezetni életforma is és akik ezt vállalták volna, illetve vállalják, többnyire nem rendelkeztek ilyen nagyságrendű tőkével sem. A panzióépítés igazán a magánszektor szerepéhez, méreteihez és lehetőségeihez szabott feladatnak tűnt és tűnik.

A panziók terjedését azonban a megyében *egyéb okok* is segítették. Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében ugyanis évek óta *hiányoztak az igényes, közepes árfekvésű szálláshelyek*, és joggal merült fel az az igény, hogy olyan szállástípus-megoldást találjon a turisztikai szakma, amely a fejlett világban szinte mindenütt fontos formája a vendéglátásnak. A korábbi állami szállodafejlesztési programokban az egy- és kétcsillagos szállodák megépítése volt a leginkább kérdéses. Valójában azonban éppen ez az a szállodatípus, amit megfelelő minőségben kivitelezett és megfelelő üzletpolitikával vezetett panziók is helyettesíthetnek. Az egy-és kétcsillagos szállodák és a panziók tehát egymással nagyjából helyettesítési viszonyban állnak. Az ilyen *5-10-15 szobás magánpanziókban* a kül- és belföldi vendégek egyaránt elérhető árakon, kellemes, családias környezetben szállhatnak meg (*2. táblázat*).

2. táblázat. A kereskedelmi szálláshelyek forgalma Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében (1980-2006)

Megnevezés	1980	1990		1993	2000		2003	2006	
	össz.	*össz.*	*szálloda*	*össz.*	*össz.*	*szálloda*	*össz.*	*össz.*	*szálloda*
Szoba	746	932	305	753	1890	484	2224	3422	504
Férőhely	2420	3398	745	3547	8738	1076	10120	9706	1109
Vendég	87708	90872	52082	75704	104829	47063	125995	122938	47125
Ebből: külföldi	20335	37018	20910	35045	24620	13461	23319	23300	12219
Vendégéjszaka	283481	262858	87060	166582	221533	86241	248911	269837	91614
Ebből: külföldi	46548	66629	29072	58887	66920	31546	51748	60906	31274
Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)	3,2	2,9	1,7	2,2	2,1	1,8	2,0	2,2	1,9
Ebből: külföldi	2,3	1,8	1,4	1,7	2,7	2,3	2,2	2,6	2,6

Forrás: KSH, SZ.-SZ.-B megyei Statisztikai Évkönyv 2006.

A panziók előretörése és sikere annak is köszönhető, hogy többnyire olyan területen létesültek, ahol a kereskedelmi szálláshelykínálat korábban sem volt elégséges. Vannak olyan megyei területek (pl. Szatmár, Bereg), ahol a panziók férőhelyszáma nagyságrendekkel felülmúlja a szállodákét. A létesített *panziók jellemzője*, hogy méretük kicsi, a szállodák kapacitását nem éri el. A megyében üzemelő 55 panzió átlagos szobaszáma 12,4, átlagos férőhelyszáma 34,3. A beruházások lebonyolítása és az üzemeltetés e körben többségében családi jellegű. Üzemeltetésüket általában 5-10 fő látja el. Az 1 éjszakára jutó szállásdíj bevétel a panziókban 2006-ban 3448 Ft volt (3. táblázat), kb. hatvan százaléka a szállodák hasonló adatának (5680 Ft). E szálláshelyek árai a vendégeknek jobban megfizethetők és bővült a panziók által nyújtott kiegészítő szolgáltatások (étkezés, fürdőmedence, teniszpálya, mini golf, tekepálya, szauna, szolárium, stb.) köre is. A fejlődési tendenciákat és az eredményeket áttekintve egyértelmű, hogy a körülmények *a panzióknak az elmúlt években kiemelkedő szerepet és piacot juttattak*. Joggal feltételezhető, hogy egyre nagyobb szerepet vállalnak a jövőben is a megyei turizmus lebonyolításában e szálláshelyek.

A kereskedelmi és magánszálláshelyek területi megoszlását tekintve (*4. táblázat*) megállapítható, hogy *a megyei helyzetkép rendkívül differenciált*. Mind a férőhelyek mind a vendégek és az általuk eltöltött vendégéjszakák viszonylatában dinamikus gyarapodást produkáltak a Felső-Tisza szakasz üdülőkörzetbe tartozó települések, míg a körzeten kívüli települések súlya minden tekintetben csökkent.

3. táblázat. A kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj-bevétele Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében (2000, 2006)

Szállástípus	Szállásdíj-bevétel (millió Ft)				Egy vendégéjszakára jutó szállásdíj (Ft)			
	összesen		ebből: külföldi		összesen		ebből: külföldi	
	2000	2006	2000	2006	2000	2006	2000	2006
Szálloda	335	520	155	211	3884	5680	4924	6735
Panzió	120	296	28	63	1672	3448	2502	3217
Turistaszálló	11	35	1,7	5	697	1520	658	1761
Ifjúsági szálló	17	39	2,4	4	769	1549	1071	3644
Üdülőház	11	22	5,5	1	1084	1910	1068	1487
Kemping	7	25	3,2	8	494	768	501	1326
Összesen	**502**	**937**	**19,6**	**291**	**2267**	**3474**	**2935**	**4775**

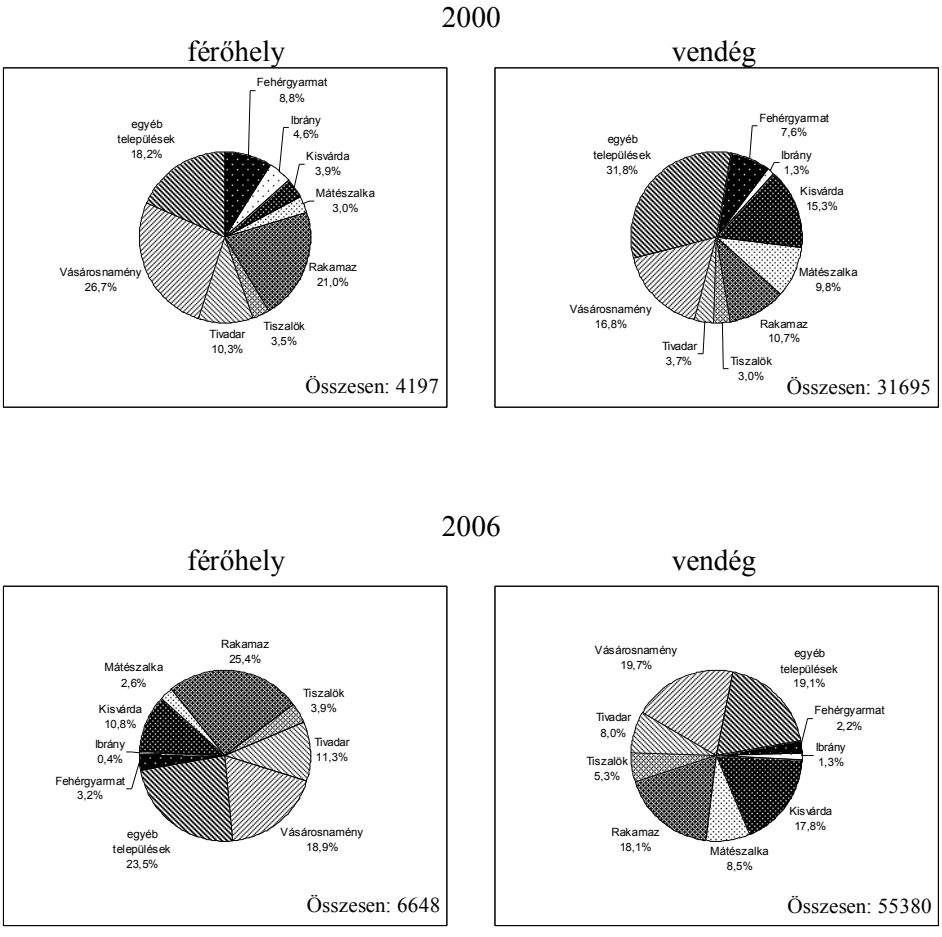
Forrás: KSH, SZ.-SZ.-B megyei Statisztikai Évkönyv 2006.

4. táblázat. A kereskedelmi és magánszálláshelyek területi megoszlása Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében (2000, 2006)

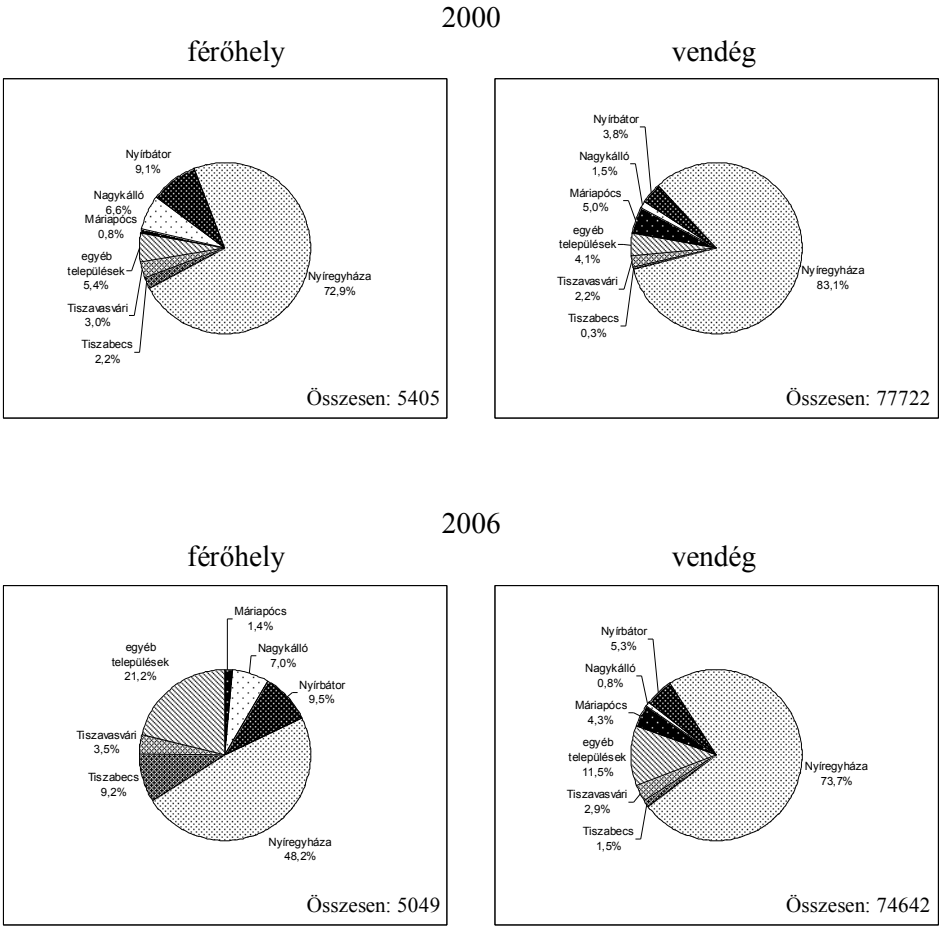
Megnevezés	Férőhely		Vendég				Vendégéjszaka			
			összesen		ebből: külföldi		összesen		ebből: külföldi	
	2000	2006	2000	2006	2000	2006	2000	2006	2000	2006
Felső-Tisza üdülőkörzet	4197	6648	31695	55330	5775	7987	69361	135127	9036	20704
Egyéb üdülő-körzethez nem tartozó	5405	5049	77722	74642	20546	16710	171769	170876	65743	48729
Összesen	**9602**	**11697**	**109417**	**129972**	**26321**	**24668**	**241130**	**303003**	**74779**	**69433**
Ebből: városok	6965	8207	99553	111821	24182	22942	216582	262210	71313	66769
községek	2637	3490	9864	18151	2139	1746	24548	43793	3466	2664

Forrás: KSH, SZ.-SZ.-B megyei Statisztikai Évkönyv 2006.

A *súlypontok eltolódása* az egyes régiókon belül is igen markáns, melynek eredménye, hogy a *Felső-Tisza szakasz üdülőkörzetben* a szállás férőhelyek közel 85%-a *nyolc településre* koncentrálódott 2000-ben (*1. ábra*), s ide érkezett a vendégek több mint kétharmada. 2006-ra a jelentős falusi szállásférőhely bővítések (pl.: Dombrádon 18-ról 183-ra, Jándon 24-ről 91-re, Szatmárcsekén 84-ről 148-ra, Kisaron 28-ról 98-ra, stb.) ellenére *a vendégek közel 81%-a* továbbra is a kiemelt nyolc települést látogatta. E koncentrációs folyamattal ellentétes a *Felső-Tisza szakasz üdülőkörzeten kívüli* települések helyzete, ahol mind a férőhelyek, mind a vendégek számát tekintve a kiemelt *hat település* (2. *ábra*) jelentősége mérséklődött. Természetesen mindez a szolgáltatások fejlesztését tekintve is megosztottságot és fokozott differenciáltságot igényel, sajnálatos tény, hogy *Szabolcs-Szatmár-Bereg megye turizmusa alig 15 településre koncentrálódik*. Joggal vetődik fel a kérdés: Képes lesz-e a turizmus elősegíteni a területfejlesztést és az életminőség javulását? Ahhoz, hogy egzakt választ adjunk a kérdésre meg kell vizsgálni a speciális turisztikai szolgáltatások minőségét és az emberi erőforrások felkészültségét, képzettségét is.



1. ábra. A kereskedelmi és magánszálláshelyek és a vendégek megoszlása a Felső-Tisza-vidéki üdülőkörzetben (2000, 2006)



2. ábra. A kereskedelmi és magánszálláshelyek és a vendégek megoszlása Szabolcs-Szatmár-Bereg megye Felső-Tisza-vidéki üdülőkörzeten kívüli településein (2000, 2006)

3. Az üzleti szolgáltatások a turizmus szolgálatában

Az üzleti szolgáltatásokat az európai *gazdaság legdinamikusabb szektorának* tekintették az elmúlt évtizedekben. Az ide sorolt tevékenységek (pl.. pénzügyi- és számviteli szolgáltatások, biztosítás, pénzügyi tanácsadás, könyvvizsgálói tevékenység, piackutatás, hirdetés-reklám, stb.) legfontosabb közös vonása *tudás- és információközvetítő szerepük*ben ragadható meg, amelynek révén növelik a szolgáltatások un. hozzáadott értékét azzal, hogy *segítik új módszerek, eljárások alkalmazását*, javítják az elosztás, az irányítás, a marketing és a vállalkozásokon belüli szervezés hatékonyságát. *Az üzleti szolgáltatások struktúrája, sokszínűsége hű lenyomata egy-egy régió gazdasági fejlettségének és szerkezetének.* Nagy Erika (2002) szerint: „… a vidéki térségek közötti egyenlőtlenségeket konzerválja a periférikus térségek viszonylag gyenge ellátottsága üzleti szolgáltatásokkal, továbbá ez utóbbiak gyenge beágyazottsága a helyi és térségi gazdaság szerkezetébe: ily módon nem tölthetik be sem kohéziós, sem gazdasági szerkezet megújító szerepüket…". Hiányoznak a megyéből a jelentős nemzetközi ügyfélkörrel és kiterjedt információs háttérrel rendelkező turisztikai szolgáltatók, s a csupán rutinjellegű szolgáltatásokat biztosító kisszervezetek dominálnak.

Az üzleti szolgáltatások szoros kapcsolata a gazdasággal és társadalommal Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében is jelzi közvetve és közvetlenül a régió turisztikai vállalkozásainak (pl.: szellemi potenciál, vállalkozói kultúra, stb.) *szerkezeti* és *szervezeti* sajátosságait:

- a turisztikai vállalkozási aktivitás tartósan gyenge, a tőkefelhalmozás, az iskolázottság alacsony szintje és az infrastruktúra hiányosságai miatt
- a turisztikai szervezetek nagyobb része kényszervállalkozásként alakult
- a mikro vállalkozások aránya országos összehasonlításban is tartósan magas
- az ezer vállalkozásra jutó turisztikai szolgáltatást nyújtó szervezetek száma az országos átlag alig háromnegyede, melynek egyik következménye, hogy az ágazatban foglalkoztatottak száma is alacsony
- a turisztikai szektor gyenge pontjai közé tartozik a helyi, térségi igényekhez igazodó ajánlatok, konstrukciók alacsony száma
- az elmúlt öt évben kedvező folyamatok is megindultak az ágazatban (pl.: profilbővítés, kvalifikált munkaerő egyre jelentősebb bevonása, jelentősebb költséggel járó informatikai fejlesztések végrehajtása, stb.), amely egyben a differenciálódás felgyorsulásával jár

A Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei turisztikai vállalkozások az üzleti szolgáltatások szerepét *elsősorban a vállalkozás zavartalan működtetésében tekintik fontosnak*, az üzleti partnerek felkutatásában általában, a piaci közvetítésében, a versenyképesség növelésében és a piaci terjeszkedésben játszott szerepét alig ismerik fel. A működőképesség megőrzését a kisvárosi és *falusi székhelyű vállalkozások* tulajdonosai hangsúlyozzák, akik az üzleti szolgáltatások igen *sze-*

rény körét veszik csupán igénybe (pl.: pénzügyi, számviteli, jogi- és adótanácsadás, stb.). A turisztikai középvállalkozások , mindazok ellenére, hogy néhány üzleti rutintevékenységet (pl.: számvitel) cégen belül megoldanak, mégis ők az üzleti szolgáltatások legnagyobb fogyasztói. Sajnos *a legritkábban igénybe vett szolgáltatások közé tartozik a kutatás-fejlesztés és a befektetési tanácsadás*, mindazok ellenére, hogy a kistérségek turisztikai stratégiai terveikhez egyre gyakrabban kérik szakértők segítségét.

A legkedvezőtlenebb helyzetben azok a turisztikai mikrovállalkozások kerülnek, amelyek falvakban működnek és szerény forgalmukhoz viszonyítva nagy rezsi költségekkel dolgoznak. E csoport számára *létkérdés az adminisztrációhoz kapcsolódó terhek csökkentése*, így ők nem engedhetik meg azt a „luxust", hogy az üzleti szolgáltatásokat vegyenek. , ha igen akkor a szolgáltatók kiválasztása döntően személyes kapcsolatrendszereken keresztül történik, *fennáll azonban annak veszélye, hogy a kevesebb vagy kevésbé friss információk miatt az igénybevevő piaci hátrányba kerül*. Ettől súlyosabb probléma, hogy az üzleti szolgáltatások megyén belüli erős területi, a városokba koncentrálódó (5. táblázat) szolgáltatásokkal kapcsolatos információk miatt *a falusi turisztikai mikrovállalkozások lemondanak e szolgáltatásokról.*

5. táblázat. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye fontosabb kisvárosainak üzleti szolgáltatásai (2001)

Megnevezés	*Kisvárda*	*Mátészalka*	*Fehérgyarmat*	*Nyírbátor*	*Vásárosnamény*	*Tiszavasvári*	*Nagykálló*	*Baktalórántháza*
APEH iroda	+	+	+	-	-	+	-	-
ÁNTSZ iroda	+	+	+	+	+	-	-	-
Biztosító	*5*	*5*	*3*	*3*	*2*	*1*	*1*	*1*
Bíróság	+	+	+	+	+	-	-	-
Ügyészség	+	+	+	+	+	-	-	-
Ügyvédi munkaközösség	+	+	+	-	-	-	-	-
Közjegyzői iroda	*1*	*2*	*2*	*1*	-	-	-	-
Könyvelő iroda	*3*	*2*	*2*	*1*	-	-	-	-
Ipartestület	+	+	+	+	+	+	-	-
Vám- és pénzügyőrségi központ	+	+	+	+	+	-	-	-
Számviteli és adószakértői iroda	*10*	*11*	*7*	*5*	*6*	*2*	*2*	*1*
Kereskedelmi banki fiókok	*5*	*6*	*2*	*3*	*2*	*2*	*1*	*1*
Idegenforgalmi Hivatal	+	+	+	+	+	-	-	-
Telekommunikációs iroda	+	+	+	+	-	-	-	-
Városi TV	+	+	+	+	+	+	-	-
Nyelviskola	*3*	*2*	-	*1*	-	-	-	-

Forrás: KSH, SZ.-SZ.-B megyei Statisztikai Évkönyv 2001., KSH, Cég-Kód-Tár. 2001. adatai alapján

Az üzleti szolgáltatások térbeli elhelyezkedése erősen hierarchizált, sőt polarizált a megyeszékhely dominanciájával. A többi centrum helyét a megye üzleti szolgáltatásaiban a működő vállalkozások tömege és az őket ellátó szolgáltatók száma jelöli ki. Jól elkülönülő szinteket alkotnak a fejlett középvárosok (Mátészalka, Kisvárda, Fehérgyarmat), a viszonylag gyenge szolgáltatói hátterű kisvárosok (pl.: Nagykálló, Vásárosnamény, Záhony stb.) és néhány dinamikusabb község (pl.: Tuzsér, Komoró, Porcsalma stb.). A kisvárosokban elérhető biztosítási, pénzügyi, jogi és számviteli szolgáltatásokat igénybe veszik a helyi turisztikai vállalkozók, de a reklámmal, piackutatással, adótanácsadással és irodatechnikai szolgáltatásokkal kapcsolatos igényeikkel jelentős részük Nyíregyháza valamelyik szolgáltatójához fordul. Az üzleti szolgáltatások térbeli egyenlőtlenségeit erősíti a kereskedelmi bankok, a könyvvizsgálói szolgáltatások és biztosító társaságok telephely választása, ezért népszerűek a kisvállalkozások körében a nagy fiókhálózattal rendelkező takarékszövetkezetek. Az alapszintű üzleti szolgáltatások vonatkozásában perifériku s területnek számítanak Szabolcs-Szatmár-Bereg megye országhatár menti belső perifériái.

4. Az emberi erőforrások a turizmus szolgálatában, különös tekintettel a HDI-re

Az emberi erőforrások és a turizmus kapcsolatában számunkra nem csak a számszerűsíthető egyszerű demográfiai jellemzők (pl.: népességszám, kor-, vallás-, etnikai megoszlás, stb.) lehetnek fontosak, hanem a megszerzett tudásszint, az ún. *humán tőke*. A humán vagy emberi tőke a tudásba, a képességekbe vagy szakértelembe befektetett anyagiakból származik, ezért egy adott régió versenyképességének, a rendelkezésre álló emberi erőforrások minőségének és innovatív képességének fontos „lázmérője". *A turizmus szempontjából sem közömbös, hogy a régió humán erőforrásai felkészültek-e a minőségi turisztikai tervezés, fejlesztés és marketing tevékenységre, azaz van-e megfelelő szakmai háttér és gyakorlati szakember.*

A humán tőke, az emberi fejlettség mérése, megragadása mind mennyiségileg, mind minőségileg nehéz feladat, s tovább bonyolítja a problémát, ha mindezt térségi, területi szemléletben szeretnénk vizsgálni. A népszámlálási adatok alapján területi szinten meghatározható az *alap-, közép- és felsőfokú iskolai végzettséggel* rendelkezők megfelelő korúakhoz viszonyított aránya, valamint az elvégzett *átlagos osztályszám*, ami az iskolarendszerben megszerzett tudásmennyiségre utal, s az országon belül jelentős területi eltéréseket jelezhet. A felsőoktatási hallgatók és oktatók száma, illetve ezer lakosra vetített értéke szintén *jól mutatja a magasabb képzettséggel rendelkezők területi eloszlását, koncentrációit*. Nemzetközi szinten, az egyes országok és régiók humán fejlettségének mérésére és összehasonlítására alkalmazzák az Emberi Fejlettség Indexét (Human Development Index, HDI). E meghatározás szellemében készülnek országokra, régiókra az emberi fejlettség indexei az alábbi tényezők alapján:

- *hosszú és egészséges élet* (a születéskor várható átlagos élettartam, 25 és 85 év között)
- *a tudás szintje* (a felnőtt lakosság írás-olvasás tudása, valamint az iskolák három típusába, alsó, közép, felsőfokú oktatásba bekapcsolódottaknak a megfelelő korosztályhoz mért aránya, rendre kétharmad-egyharmad súllyal)
- *az életszínvonal* (az egy lakosra jutó GDP vásárlóerő-paritáson vett nagysága, 100 USD és 40.000 USD)

Az Emberi Fejlettség Indexének területi szintű kiszámítása Magyarországon Nemes Nagy József nevéhez fűződik. A szerző tanulmányában hangsúlyozza, hogy az index „a területegységek (megyék) egymáshoz viszonyított relatív fejlettségi pozícióját érzékelteti, s olyan regionális különbségeket erősít fel, amelyek a nemzetközi (országok közötti) összevetésben alig érzékelhetők". *Nemes Nagy József* és *Jakobi Ákos* megyei szintű HDI számításának eredményei összhangban vannak a más módszerekkel végzett területi kutatások eredményeivel. A számítások során kiderült, hogy *a születéskor várható élettartam és az oktatás mutatói nem jeleznek erőteljes területi különbségeket*. A születéskor várható élettartam 2001-ben Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében volt a legalacsonyabb (70,6 év), s Győr-Moson-Sopron megyében mutatta a legmagasabb értéket (73,7 év). Az írni-olvasni tudók aránya mindegyik megyében elérte a 98 százalékot, míg az *átlagos elvégzett osztályszám* már értelmezhető területi különbségeket jelenít meg. *Budapest és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye* e mutatója között napjainkban is *több mint két osztálynyi a különbség*. Az oktatási mutatók területi különbségeiben az intézményhálózat különbségei, területi eloszlásának egyenetlenségei is megjelennek.

A HDI összetevői közül valójában *a jövedelemmutató az egyedüli, ahol igazán jelentős különbségeket tapasztalunk,* Budapest és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye egy főre jutó, vásárlóerő paritáson mért GDP értékei *3,6-szoros* különbséget mutatnak. Mindebből az következik, hogy *a HDI területi szintű alkalmazása arra jó, ha érzékeltetni kívánjuk a területi egységek egymáshoz mért eltéréseit, különbözőségeit, illetve azok lehetséges változásait.* Semmiképpen nem alkalmas az országon belüli területi egységek „fejlettségének" meghatározására, kimutatására. A HDI elmúlt évtizedbeli és 2001. évi értékeit az *6. táblázat* mutatja. A táblázatból látható, hogy a HDI adatokban rejlő jelentős különbségek fokozatosan besűrűsödtek az ezredfordulóra *(6. táblázat)*. *A legnagyobb és a legkisebb érték között a különbség 2001-re 1,13-szeres.* A mutató országos értéke is növekszik (2001/1990 1,39-szeres), ennek oka döntően *a népesség iskolázottságának emelkedése*, valamint a GDP folyamatos növekedése. Az átlagos életkor sajnos nem nőtt, de annak mérséklődését már jóval nagyobb mértékben kompenzálta az iskolázottság és a jövedelmi pozíció, miközben a tudásszinten belül az írás-olvasás ismeretének magas szintje (98-99%) stabilnak tekinthető a kilencvenes években.

6. táblázat: A megyei szintű humán fejlettségi indexek (HDI) alakulása 1990-2001 között.

Megye, régió	1990	1996	1999	2001
Budapest	0,899	0,915	0,866	0,865
Pest	0,448	0,471	0,790	0,802
Közép-Magyarország	*0,673*	*0,693*	*0,838*	*0,847*
Fejér	0,656	0,709	0,821	0,828
Komárom-Esztergom	0,517	0,562	0,805	0,802
Veszprém	0,685	0,733	0,805	0,806
Közép-Dunántúl	*0,619*	*0,668*	*0,812*	*0,814*
Győr-Moson-Sopron	0,818	0,883	0,841	0,839
Vas	0,652	0,788	0,823	0,825
Zala	0,593	0,684	0,813	0,804
Nyugat-Dunántúl	*0,688*	*0,785*	*0,827*	*0,826*
Baranya	0,452	0,451	0,798	0,795
Somogy	0,324	0,280	0,789	0,784
Tolna	0,462	0,376	0,805	0,799
Dél-Dunántúl	*0,413*	*0,369*	*0,797*	*0,792*
Borsod-Abaúj-Zemplén	0,261	0,169	0,788	0,782
Heves	0,508	0,524	0,800	0,789
Nógrád	0,419	0,218	0,776	0,772
Észak-Magyarország	*0,396*	*0,304*	*0,790*	*0,782*
Hajdú-Bihar	0,359	0,406	0,797	0,792
Jász-Nagykun-Szolnok	0,411	0,330	0,789	0,785
Szabolcs-Szatmár-Bereg	0,029	0,039	0,773	0,764
Észak-Alföld	*0,266*	*0,258*	*0,786*	*0,780*
Bács-Kiskun	0,295	0,322	0,796	0,787
Békés	0,519	0,543	0,796	0,789
Csongrád	0,592	0,610	0,815	0,806
Dél-Alföld	*0,468*	*0,491*	*0,802*	*0,794*
Összesen	0,584	0,595	0,817	0,814

Forrás: Nemes Nagy J.- Jakobi Á.(1999). A 2001. évi HDI saját számítás a KSH adatai alapján.

Egyértelmű volt, hogy a főváros megtartotta vezető szerepét, azt stabilan tartani tudja, sőt kisebb mértékben növelte. Az emberi fejlettség indexében a nyugat-dunántúli megyék és Fejér megye állt az élen a vidék viszonylatában. Ugyanakkor *az észak-magyarországi megyék nem voltak képesek javítani helyzetükön, sőt egyre jobban leszakadtak* (a jövedelmi pozíciók erős befolyása érvényesült). Érdekes viszont, hogy bár a dél-alföldi és a dél-dunántúli régió, valamint *Szabolcs-Szatmár és Hajdú-Bihar képes volt stabilizálni a helyzetét, mérőszámaik jóval az országos átlag alatt maradtak*. Az 5. táblázatban HDI értékek összehasonlítása alapján látható, hogy országos értéke az elmúlt évtized

közepéhez képest 2001-re ugrásszerűen, közel 37%-kal nőtt. Ennek hátterében vélhetően az országnak a rendszerváltozás utáni gazdasági válságból való kilábalása áll, ami többek között *a GDP dinamikus növekedésé*ben nyilvánult meg, s ez *jelentős befolyást gyakorolt mind a megyei, mind az országos szintű HDI értékekre* (*6. táblázat*). Egyértelmű, hogy a főváros és a nyugat-dunántúli, esetleg egyes közép-dunántúli megyék már számottevően nem képesek a GDP-t növelni, „beállt" egy stabilan magas érték, ahol a további elmozduláshoz már jelentős erőforrásokra van, lesz szükség. Az ország többi részében, a HDI szerinti felzárkózásban a GDP növekedése erőteljesebben hatott az index alakulására, így aztán a nevezett megyék elmozdulása látványosabb. *2001-ben Nógrád, Jász-Nagykun-Szolnok, Borsod-Abaúj-Zemplén és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye tartozott a legalacsonyabb, 0,785 alatti HDI értékeket tömörítő kategóriába, e területi egységek közül is Szabolcs-Szatmár-Bereg megye rendelkezett a legalacsonyabb HDI értékekkel.*

Egy adott ország területi egységeire meghatározott GDP és a HDI között – szakirodalmi források szerint – fennálló erős pozitív korrelációt saját számításaim is megerősítették. Ebből kifolyólag *a HDI index értelmezése során tekintettel kell lennünk mind a nemzetgazdasági szintű, mind a regionális GDP számítás hiányosságaira, pontatlanságaira*. Ezek közül a legfontosabbak: *a fekete gazdaságból származó jövedelmek, valamint a nem piaci módon folyó termelés (házimunka) nem jelennek meg a GDP-ben.* A területi GDP kiszámításánál főként a területi árindexek hiánya, valamint a vállalati székhelyek és telephelyek eltérő régióban való elhelyezkedése okoz problémát.

Az emberi tényező minőségének javítását szolgáló oktató-kutató fejlesztő tevékenység területi koncentrációja olyan mértékű Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében, amely eleve kizárja a harmónia lehetőségét. Közismert, hogy nincs a megyében felsőfokú turisztikai szakember képzés, s így a legmagasabb szintet az idegenforgalmi szakmenedzser képzés jelenti a Nyíregyházi Főiskolán. Idegenforgalmi ügyintéző képzés Nagykálló, Nyíregyháza és Nyírbátor oktatási intézményeiben folyik. Szakközépiskola vendéglátóipari specializációval Nyíregyházán és Vásárosnaményban működik. A középfokú turisztikai szakemberképzés is mindössze két középiskolában Nyíregyházán és Nyírbátorban.

5. Összegzés

A vizsgálatok bebizonyították, hogy a szolgáltatások és a turizmus fejlesztésének diszharmóniája azt eredményezi, hogy a turizmus nagyságát, hatékonyságát erőteljesen fékezi a szolgáltatások elmaradottsága, szűk keresztmetszete. A megye turizmusának fejlesztési elképzeléseivel összhangban új szolgáltatási igények, majd pedig új szolgáltatások jelennek meg. Nem közömbös, hogy e folyamatban a szolgáltatások az eddigi követő stratégiát folytatják-e, vagy a szemléletváltás és a jelentősebb hazai és nemzetközi működő tőkebefektetések eredményeként a holtpontról elmozdulva a párhuzamos fejlesztés válik dominánssá, azaz a szolgáltatások és a turisztikai vonzerőt képező attrakciók együtt fejlődnek.

Irodalom

Aubert A. (2001): A turizmus és a területfejlesztés stratégiai kapcsolata Magyarországon. Turizmus Bulletin 1. sz. pp. 44-49.

Lengyel M. (1992): A turizmus általános elmélete. KIT, Budapest. p. 180.

Michalkó G. (2005): Turizmus és humánökológia. Kodolányi J. Főiskola-MTA FKI, Budapest-Székesfehérvár. p. 215.

Michalkó G. (2004): A turizmuselmélet alapjai. Székesfehérvár. p. 218.

Hanusz Á. (1998): Adalékok Szabolcs-Szatmár-Bereg megye idegenforgalmi földrajzához. In.: Földrajzi kaleidoszkóp. Pécs-Szeged, pp. 204-224.

Fóti K. (szerk.) (2003): A szegénység enyhítéséért – helyzetkép és javaslatok 2000–2002. A Human Development Report, Hungary 2000–2002 magyar nyelvű változata. Magyar Tudományos Akadémia Világgazdasági Kutatóintézet, Budapest.

Nemes Nagy J. – Jakobi Á. (2002): A Humán Fejlettségi Index (HDI) megyék közötti differenciáltsága 1999-ben. Kézirat. ELTE, Budapest.

Obádovics Cs.–Kulcsár L. (2003): A vidéki népesség humánindexének alakulása Magyarországon. *Területi Statisztika*, 6. (43.) évfolyam, 4. szám.

Kókai S. (2007): Kisvárosok helye és szerepe Szabolcs-Szatmár-Bereg megye térszerkezetében. In.: Nyíregyházi Főiskola TTFK: Természettudományi Közlemények. 7. szám. pp. 161-172

A kistérségek társadalmi-, gazdasági helyzete (Észak-Alföld). KSH, Debrecen, 2006. p. 91.

Nagy E. (2002): Az üzleti szolgáltatások jelenlegi és lehetséges szerepe egy perifériikus térség gazdasági fejlődésében. In.: A magyar társadalomföldrajzi kutatás gondolatvilága. Szeged, pp. 333-344

KOVÁCS MIKLÓS

A turisztikai desztináció menedzsment rendszerről

1. Háttér

A magyarországi turizmus fejlődésének egyik fő problémája, hogy hiányzik a fogadóterületek turizmusának fejlesztéséért és menedzsmentjéért egyértelmű kompetenciákkal, szakismerettel és megfelelő finanszírozással rendelkező, összehangolt szervezeti rendszer. A desztináción, azaz turisztikai fogadótérségen (a turista számára utazási célterületen) alapuló, decentralizált szervezeti rendszer kialakítása nélkülözhetetlen a fenntartható és versenyképes magyar turizmus megteremtéséhez.

A turisztikai desztináció menedzsment rendszer (röviden TDM) kiépítése a hazai turizmus versenyképességének növelése szempontjából kiemelt szakmai feladat. A TDM kialakítása a 2005-től 2013-ig szóló Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában a legfontosabb országosan kiemelt turisztikai szervezet- és rendszerfejlesztési célként került meghatározásra.

2. Alapelvek

A TDM szervezeti rendszer kialakításában három horizontális alapelv általános érvényesítése kiemelt feladat: a **fenntarthatóság** és a **versenyképesség megteremtése,** valamint **a területi szempontok érvényesítése.** A fenti elvek érvényesítése egyszerre cél, kihívás és összetett feladat, mely sok szereplő együttműködését kívánja meg és feltételezi a turizmus rendszerének és irányításának átfogó ismeretét.

3. A rendszer felépítése, szintek

Magyarországon a turisztikai térségek és az adminisztratív, statisztikai térségek határai több esetben átfedik egymást, amely sokszor körülményessé teszi a területi együttműködéseket, nem segíti elő a térségi turisztikai versenyképesség erősödését, hiszen mások a közigazgatási működtetés és mások a turisztikai rendszerek működtetésének szempontjai (vannak kivételek: egyes esetekben - így pl. Balaton és a Tisza-tó esetén – valódi desztinációkról beszélhetünk). Mások a közigazgatási és mások a turisztikai és területfejlesztési területi hagyományok, az együttműködés keretei, a piaci elvárások. Különbség van az ágazati célok elérésében, azok ütemében, eredményességében, az eltérő célcsoportok vonzásában, a piaci folyamatokhoz való alkalmazkodás rugalmasságában. Ahhoz, hogy egy turisztikai desztináció életképes és versenyképes legyen, rugal-

masan kell reagálnia a mikro- és a makrokörnyezeti tényezők változásaira. Ma még egy adminisztratív, statisztikai régió nem tud olyan gyorsan reagálni a piaci elvárásokhoz, mint ahogyan tudna pl. egy szoros együttműködésen, az érdekek szoros kapcsolatán alapuló, a non-profit és a piaci elvek együttműködésén alapuló desztináció. Valamely térség turisztikai versenyképességének meghatározó tényezője ugyanakkor a hatékony, megfelelő kompetenciákkal és kiszámítható finanszírozási és szervezeti háttérrel rendelkező menedzsment szervezeti rendszer kialakítása és működtetése. Mindehhez, egy olyan országos szinten egységes rendszer kialakítása indokolt.

Az alulról építkező regionális TDM szervezeti rendszer legalsó szintjét a **települések, illetve a települések közötti együttműködések** jelentik, a rendszer kiépítését tehát itt kell elkezdeni. Első ütemben a szakértői megbeszélések alapján azokat a településeket/település együtteseket indokolt kiválasztani a helyi TDM szervezet létrehozására, ahol ehhez megvan vagy felkelthető a megfelelő érdeklődés az önkormányzatok, a turisztikai vállalkozások és az érdekelt lakosok, civil szervezetek és más partnerek részéről. Az érdeklődés érdekeltségen alapul, ez utóbbi viszont döntően a jelenlegi turistaforgalom függvénye. A tagsággal járó tagdíjfizetési kötelezettséget ugyanis nemigen vállalja olyan önkormányzat vagy vállalkozás, amelynek nincs még turizmusból származó bevétele. A térség jövője viszont nagymértékben a tervekben előirányzott új fejlesztésektől függ, ezek pedig érinthetik a turizmusba eddig be nem kapcsolt településeket (pl. a háttérterületeken kialakítandó új öko-, lovas- és kerékpártúrák mentén).

A **közép szintű térségi szervezetet** a helyi szintű TDM szervezetek hozzák létre. Erre a szintre azért van szükség, mert a hatékony turisztikai partnerségi kapcsolatok kialakítása a nagy kiterjedésű régió központjától távol eső térségek számára nehéz lenne, a mindennapos munka- és életfeltételek általában kisebb földrajzi térségekben kapcsolják össze a turisztikai térségeket. Fontos indok a középső szintű szervezet létrehozása mellett az is, hogy egy-egy település, településcsoport ritkán, de egy nagyobb térség már képes lehet önálló turisztikai terméket kialakítani és így önálló desztinációvá válni, mert a földrajzi közelség következtében a vonzerők összegződnek és hatókörük kitágul, ami már komplex turisztikai termékek létrehozását teszi lehetővé (pl. falusi-, öko-, lovas-, kulturális-, bor-, termál- stb. turizmus

Regionális TDM szervezet (a szövetségek szövetsége) több közép szintű TDM szervezet, az állam és a kiemelt regionális turisztikai szolgáltatók szakmai együttműködésének eredményeként létrejövő regionális szervezet – folyamatban van a rendszer kialakítása.

4. Az egyes szintek feladatai

A TDM szervezetek (TDMSz) feladatai a TDM céljából következnek: a fenntartható és versenyképes turizmus rendszerének kialakítását és működtetését kell elősegíteniük a desztinációban**.** Az ebből adódó TDM feladatok a gyakorlatban minden szinten jelentkeznek, de egyes tevékenységek fontossága, jelentősége és gyakorisága eltérő a különböző szinteken.

A TDMSz-ek számára minden szinten kötelező feladatok a következők:

- A partnerség kialakítása és fenntartása
- Koordináció
- Kutatás és információ menedzsment (információ gyűjtés és terjesztés);
- Turisztikai termékfejlesztés
- Projektmenedzsment
- Beruházások ösztönzése
- Pályázatokon részvétel, pályáztatás
- Emberi erőforrás menedzsment
- Szakmai segítségnyújtás, tanácsadás
- Adminisztráció

A TDM szervezetek sajátos feladatai a különböző szinteken:

Feladat	Település	Mikro-régió/térség	Régió
Tervezés	□	●	●
Fejlesztés	●	●	□
Desztinációs marketing	□	●	●
Attrakció és látogatómenedzsment	●	●	□
Minőségbiztosítás	□	□	●
Monitoring	□	□	●
Szakmai képzés	□	□	●
Érdekképviselet	□	□	●

Jelmagyarázat: ● kiemelt feladat □ rész vagy eseti feladat

5. A TDM szervezetek jogi formái

A TDM modellben megkövetelt alapelvek egyidejűleg két szervezet létrehozását igénylik. A partnerséget leginkább egy demokratikus **egyesület** keretében lehet megvalósítani. A professzionalizmus viszont egy **felkészült munkaszervezetet** követel meg, amely több formát is ölthet, de minden esetben az egyesület hozza létre és annak alárendelten működik. A **döntéshozó és a munkaszervezet együtt** jelenti a **TDMSz**-t.

Az egyesület alapvetően magán és jogi személyek által létrehozott társadalmi szervezet. Bármely célra alapítható, de elsődlegesen gazdasági tevékenység végzésére nem. Az egyesület legfontosabb előnye, hogy **rugalmas és nyitott szervezet**, tagsága bármikor bővülhet, az új tag belépése nem igényli az alapító okirat módosítását**.**

6. A finanszírozás forrásai

A TDMSz önálló cselekvőképességéhez és folyamatos működéséhez szükséges pénzügyi forrásokat **a TDMSz tagjainak kell megteremteniük**. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy az egyesület tagjainak legalább annyi **tagdíj** befizetését kell vállalniuk, amennyi biztosítja a munkaszervezet (Tourinform iroda v. non-profit kft.) rezsi, bérleti és egyéb költségeit; a menedzser (titkár) és munkatársai bérköltségét, illetve az alapvető szakmai munkák (pl. marketingtevékenység, a honlap fenntartása, pályázati önerő stb.) ellátásához szükséges forrásokat. Tagdíjat az egyesület jogi formájának megfelelően minden tag fizet, de annak mértéke tagonként eltérő (a település önkormányzata, a szobakiadók, az étterem tulajdonosok, a helyi kereskedők stb. érdekeltségüknek és képességüknek megfelelően más-más nagyságrendű tagdíjat fizetnek). A megalakulásakor ki kell dolgozni az egyesületi tagdíjrendszert, melyet az alakuló közgyűlés fogad el. A szervezet költségvetése kiegészülhet még központi támogatással, szponzoroktól származó bevételekkel, pályázati forrásokkal, üzleti tevékenységből származó bevételekkel (pl. marketingszolgáltatás, helyi termékek értékesítése, tanácsadás stb.).

A finanszírozás elvileg szintén alulról felfele történik: a helyi szervezetek hozzájárulása biztosítja a mikro-régiós vagy térségi és a regionális szervezet számára a működéshez szükséges költségvetést, amely kiegészülhet még a fentebb már említett külső forrásokkal, bevételekkel.

Ez azonban az ideális célállapot. Az önkormányzatok és a turisztikai (zömmel kis- és közép-) vállalkozások jelenleg nem képesek az önállósághoz elengedhetetlen költségvetést tagdíjbefizetéseikkel biztosítani. Ezért egy átmeneti időszakra szükségessé válik a külső források jelentősebb mértékű bevonása és a saját bevételt is eredményező tevékenységek kialakítása (ez utóbbira leginkább egyes szolgáltatások bevezetése és a közös marketingakciók nyújtanak lehetőséget, azonban ezek kialakításához időre van szükség).

7. Támogatás

Az Új Magyarország Fejlesztési Terv Regionális Operatív Programjai (ÚMFT ROP) 2007-2013 között egyedülálló lehetőséget adnak a hazai desztináció menedzsment szervezetek/rendszer kialakítására és azok fejlesztési tevékenységeinek támogatására.
A ROP keretében 2008. I. félévének végén megnyíló pályázati konstrukció segítségével **egységes szakmai elvek** mentén teremthető meg a magyarországi turisztikai szervezeti rendszer térségi és helyi szintű átalakulása. Cél, hogy a pályázat **ösztönözze az alulról jövő turisztikai kezdeményezéseket és megteremtse az egységes hazai TDM rendszer működéséhez szükséges szakmai és fejlesztési keretfeltételeket**.

8. Mik a TDMSz létrehozásának előnyei?

A legfontosabb előny, hogy a település/térség turizmusának lesz gazdája, és elérhetővé válik **a fenntartható és versenyképes turizmus megteremtése**.
További előnyök:

a. általánosan

- valamennyi szereplő érdekével számoló tudatos fejlesztés valósul meg (mert a tervezésben részt vesz mindenki);
- a partnerség kialakulásával létrejön az önálló cselekvőképesség (saját forrás és kompetencia), amit külön-külön egyik szereplő sem tudna elérni;
- a marketing hatékonyabb lesz;
- a közös tevékenység túllép a marketingen és kiterjed a tervezésre, a fejlesztésre, a minőségellenőrzősre, a képzésre stb. is;
- kialakíthatók komplex turisztikai termékek, a térség sajátos arculatot nyer, márka-termékek jöhetnek létre, így a turisták tökéletesebb élményhez jutnak és visszatérnek, jó hírünket keltik – mindez versenyelőnyt jelent;
- elégedettebbek lesznek a turisták és jobb forgalom várható;

b. az önkormányzat és a helyi közösség számára

- az önkormányzat több turisztikai feladata elvégzését a TDMSz-re bízhatja;
- a turizmussal kapcsolatos döntések szakszerűen elő lesznek készítve;
- nagyobb és tisztább forgalom várható a térségben, így másképpen nem hasznosítható erőforrások (tájkép, vízpartok, népi hagyományok stb.) a turizmusban az eddiginél jobban értékesíthetővé válnak;

- a turizmus nagyobb mértékben hoz be máshol megtermelt jövedelmeket a település/térség gazdaságába;
- új munkahelyek teremtődnek, a fiatalok kevésbé vándorolnak el a térségből;
- a közösségteremtés új lendületet kap;
- az önkormányzat idegenforgalmi adóbevételei nőnek;

c. a vállalkozások számára

- egyedül meg nem valósítható szakmai feladatok válnak teljesíthetővé, pl. komolyabb marketing akciók, közösségi léptékű fejlesztések;
- biztosabb forgalom és nagyobb bevételek várhatók;
- jobb érdekérvényesítés;
- szakmai gondokkal lesz kihez fordulni, senki sem marad egyedül.

NAGY ADRIENNE

A kastélyturizmus fejlesztési lehetőségei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

1. Bevezetés

A turizmus résztvevőinek körét olyan látogatók (turisták, kirándulók) alkotják, akiket az utazásra valamilyen motiváció ösztönöz. Egy meghatározott területre (országba, régióba, megyébe) érkező látogatók – utazási motivációjuknak megfelelően – különböző szolgáltatásokat vesznek igénybe, s az ezekből származó bevételek révén növekedhet a térség gazdasági ereje. Ez a turizmus térségfejlesztő erejének egyik formája.

A turizmus rendkívül sokrétű rendszerében általános az a csoportosítás, mely során megkülönböztetésre kerülnek a turizmus hagyományos- és alternatív ágai. Az alternatív turizmustípusok körébe sorolható kulturális-, és örökségturizmus a kastélyhasznosítás szempontjából kiemelt figyelmet érdemel.

A turizmus rendkívül sokrétű rendszeréből a kastélyturizmus egyértelműen a kulturális turizmus részét képezi. Fontos tisztázni tehát, mit takar a fogalom. „Kulturális turizmus a kulturális motivációból, intellektuális igényekből fakadó utazás, mely esetében új kultúrák megismerése, kulturális eseményen való részvétel és kulturális attrakciók meglátogatása egyaránt megjelenik. A magas kultúra és a tömegkultúra egyaránt vonzerőt szolgáltathat”[1].

A nemzetközi szakirodalom szűkebb és tágabb értelemben vett kulturális turizmust és ahhoz kapcsolódóan vonzerőket különít el. A szűkebb értelmezés a kultúra hagyományos elemeit tartalmazza – a művészeti ágak által létrehozott épületeket, tárgyakat és programokat -, addig a tágabb értelmezéshez a hit, hagyományok, gasztronómia, népművészet és a kreatív iparágak – filmművészet, szórakoztatóipar - is hozzátartoznak.

Swarbrooke (1994)[2] megfogalmazásában az örökségturizmus a következőképpen definiálható: „örökségen alapuló turizmus, amelynek esetében az örökség egyrészt a termék központi eleme, másrészt pedig a fő motiváció a turisták számára.”

Szakmai körökben máig vita tárgya, hogy az örökségturizmus egyet jelent-e a kulturális turizmussal, illetve annak része-e? Jelen cikkben a kettőt önálló fogalomnak tekintem.

---

[1] Michalkó G. 2004

[2] In: Puczkó-Rátz: Az attrakciótól az élményig, Geomédia szakkönyvek, 2000. p. 70.

2. A hazai kastélyhasznosításról röviden

A XX. század első felében a kastélyok önfenntartó ereje kezdett meggyengülni. Ez a folyamat a II. Világháborúval tetőzött és okozott változásokat szerte Európában. A keleti blokk országaiban az államosítás idézett elő komoly fordulatot. Megfogyatkoztak a rendelkezésre álló pénzügyi források és az épületek állapota leromlott. Az a társadalmi és gazdasági struktúra, amely hajdan létrehozta és fenntartotta a kastélyokat, aligha tér vissza. Az is világos, hogy a nagyszámban meglévő és az európai örökség szerves részét képező épületek fenntartását kizárólag állami pénzből megoldani nem lehet. A történeti örökség megőrzése akkor biztosítható, ha azt a társadalom jelentős része fontosnak és jelentősnek érzi.

A kastélyok olyan értékeket jelentenek, melyek minden ország számára fontosak, és a kulturális örökség részét képezik. A turisztikai hasznosítás legelterjedtebb módja a múzeumok mellett a szállodai és rendezvénytípusú hasznosítás. A legnagyobb nehézséget a turisztikai célú hasznosításban az jelenti, hogy a II. világháborút követően a legtöbb kastély teljes berendezése, vagyontárgyai és parkja is megsemmisült vagy eltűnt. Napjainkban a következő kastélyhasznosítási módokat különböztethetjük meg:

- közösségi funkciók ellátása (kastély-idegen funkciók): egészségügyi és szociális hasznosítás; oktatási célú; ismeretgyűjtést szolgáló; tudományos célú; illetve igazgatási épületként történő hasznosítás,
- magáncélú hasznosítás: lakás- vagy üdülőfunkcióval, nagyközönség elől elzártan,
- turisztikai hasznosítás: szálláshely, múzeum, rendezvény- helyszín, alkotóház.

A turisztikai hasznosítás ún. „nyílt funkció", mely biztosítja a nagyközönség számára az épület látogathatóságát. Természetesen a gazdaságossági szempontok miatt gyakori a vegyes, többcélú hasznosítás, különösen az idegenforgalomban.

Egy projekt kezdetekor az első nehézséget a tulajdonviszony tisztázása jelenti. Kastélyaink négy, ill. öt nagy tulajdonosi kör kezében vannak:

1. Az állam a legnagyobb kastélytulajdonos hazánkban. Ebben az esetben a Magyar Nemzeti Vagyonkezelő ZRt[3] és a MNG[4] (korábban MÁG) képviseli az államot, mint tulajdonost.
2. Másik nagy tulajdoni kör az önkormányzat. Ilyen esetekben a kastély valamely önkormányzati feladat ellátásához biztosít helyszínt. Amennyiben az épületek önkormányzati hasznosítása nem megoldott, cél az értékesítés.
3. Magántulajdonban elsősorban a védettség alatt nem álló épületek vannak.
4. A rendszerváltást követően az egyházi ingatlanok visszaadásával az egyházak jelentős tulajdonossá léptek elő.

[3] 2008. 01.01-től működő hivatal, mely az ÁPV Rt, az Állami Földalap és a KVI összevonásával jött létre.
[4] Az intézmény önálló jogi személyiségű, önállóan gazdálkodó költségvetési szervezet a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumához tartozóan, az Országos Műemlékvédelmi Hivatal szakmai felügyelete alatt.

5. A legsajátságosabb helyzet az előzőek kombinációjából adódó vegyes tulajdon. Ilyen helyzetben az szokott problémát jelenteni, hogy nem tudnak egyezségre jutni a tulajdoni hányad és a kötelezettségek tekintetében.

A hasznosítás során nagyon gondosan kell eljárni a **funkcióválasztás**kor[5]. Mérlegelésre kerülnek a következő szempontok: gazdaságos üzemeltetés, műemlékvédelmi szempontok, funkcionális szempontok (szobák száma, kialakítása, lehetséges közösségi terek), látogathatóság, illetve turisztikai vagy magáncélú hasznosítás történik-e. Mindezekkel párhuzamosan mérlegelni kell a **finanszírozás**i lehetőségeket. A magántőkén és a hiteleken kívül, az üzemeltetés bevételeiből (szobaár, fotózás vagy reklámfelvételek, belépőjegyek vagy bérleti díj a szolgáltatóktól) visszaforgatott hányad lehet finanszírozási forrás, valamint a pályázatok által biztosított források. Állami tulajdonú épület azonban nem szolgálhat jelzálog fedezeteként. Egy műemlék kastély helyreállítási és fenntartási költségei a többszörösét teszik ki egy klasszikus szálloda költségeinek. A költségek fedezéséhez pénzügyi segítséget jellemzően pályázatok útján nyerhetnek az erre vállalkozók.

3. Tiszadob

Tiszadob gazdasági és társadalmi helyzete

A régión belül is halmozottan hátrányos helyzetű településnek számít, az ipari létesítmények, a települési infrastruktúra, a szolgáltatási hálózat hiányosságai, a munkahelyek száma és minősége szempontjából egyaránt[6].



Forrás: saját szerkesztés 2008

[5] PRAZNOVSZKY H. 2005: A kastélyhasznosítás problémái, in: Turizmus Bulletin IX. évf. 3. szám, pp: 49-60.
[6] Pro Tiszadob Egyesület: Fejlesztési tanulmány 2006

A lakosság összetétele, képzettsége, a munkanélküliek száma mind a negatívumokat szaporítja. Pozitívum viszont a tájhoz illő kézműves hagyományok megőrzése, ami a – turisztikai célú – természetes anyagokból tervezett épületek, berendezések és felszerelések készítését teszi lehetővé.

Az előzőek ismeretében és a jövőbeni célokat, lehetőségeket összefoglalva elkészült a település fejlesztési koncepciója. A fejlesztési célok a település és a turizmus fejlesztését egyaránt szolgálják: infrastrukturális és turisztikai beruházásokból adódnak össze, továbbá a vendégeket vonzó kulturális rendezvényekből, valamint a szabadidő kellemes és hasznos eltöltését célzó programokból.
Tiszadob turisztikai fejlesztésének célja a természeti és kulturális örökségének a helyhez méltó, tudatos védelme és hasznosítása. Mindezek mellett a tiszadobi Andrássy-kastély és környezete, eredeti szépségében való helyreállítása, és kulturális turisztikai hasznosításának fejlesztése, illetve a környezetében tervezett beruházások megvalósítása és működtetése lehetőséget teremt az egykor természetes gazdasági és kulturális együttműködések helyreállításához, s határokon átívelő kulturális-turisztikai koncepciót valósít meg.

Tiszadob turizmusa

Jelenleg a falusi turizmusban az „Üdülőfalu a faluban" című program eredményeként a nyári szezonban már megjelennek külföldi vendégek is a településen, nagyobb látogató-forgalom a zongora fesztivál egy hete alatt tapasztalható. A látogatók többsége a környező településeken (Tisza-tó partján) üdülők és közeli nagyvárosok lakói[7].
A település turizmusára jellemző mért / mérhető statisztikai adatok nincsenek. A faluba érkező vendégek elszállásolása a 72 főt – főleg diákszállás formában – befogadó Andrássy-kastélyban és a falusi turizmusban – de inkább a szolgáltatások tartalma szerint: fizető vendéglátásban – fogadó szálláshelyeken történik.
A településen nincs olyan vendéglátóhely, amely melegkonyhás étkezést biztosítana, csak a kastélyban működő vendéglátó-ipari tanüzem tesz erre kísérleteket. A faluban elérhető szolgáltatások száma és tartalma minimális.

4. Kastélyhasznosítás Tiszadobon

Az Andrássy-kastély a kulturális turizmus központja a térségben, a megye nyugati kapuja, a térségi turisztikai fejlesztések kiindulópontja. Tervezett hasznosítása: reprezentatív találkozók helyszíne, a gróf Andrássy család múzeuma, az Andrássy Kulturális Út központja. A kastély turisztikai hasznosítására többféle elképzelés született. Ezekből ragadtam ki a két utóbbit, melynek mások által is hasznosítható tapasztalatai vannak. A két projekt egymástól függetlenül, más – más finanszíro-

[7] Pro Tiszadob Egyesület: Fejlesztési tanulmány 2006

zási háttérrel és közreműködőkkel zajlott. Az időrendből következően az első eredményeit figyelembe lehetett venni a második projekt folyamán.

4.1. Alapok – az ECHo projekt[8] és eredményei

Az ECHo projekt az Európai Bizottság Kultúra 2000 programja támogatásával, Csehország, Hollandia, Írország, Magyarország, Nagy-Britannia és Szlovákia együttműködésében, 2005 folyamán valósult meg, a kastélyok hasznosításának témakörében és a közösség részvételével történő döntéshozatal elterjesztése céljából. Ennek keretében hazánkban két épület hasznosításáról tartottak fórumot – Tata, Eszterházy kastély és park, valamint Tiszadob, Andrássy kastély és park esetén. A projekt jelentősége abban rejlett, hogy az épületeket részletesen felmérték és alkalmat teremett az együttgondolkodásra – önkormányzati-, szakmai-, civil – szervezeteknek, továbbá a helybélieknek -, valamint kikristályosodott az ilyen jellegű műhelymunkák menete és haszna.

Műhelymunka a hasznosításról

A kastélyok hasznosításában vagy újra-hasznosításában nagyon különböző emberek és csoportok lehetnek érdekeltek. A gazdasági és társadalmi előnyökkel járó hasznosítás megtalálásához elengedhetetlen az érintettek igényeinek és véleményének megismerése és megértése. Ezen felül összhangot kell teremteni a tulajdonos elképzelései, a műemléki szempontok, valamint a helyi közösség számára kibontakoztatható gazdasági és társadalmi előnyök között is. A meghívandók köre nyilvánvalóan változhat a helyi körülmények függvényében, de az itt közölt lista támpontot nyújthat a meghívandók körét illetően.

Műhelymunka résztvevői:

- Az ingatlan tulajdonosa, akár magánszemély, akár intézmény
- Az ingatlan használója, ha eltér a tulajdonostól
- A kastély, a melléképületek és a környező terület fenntartója/kezelője
- Állami kulturális és természeti örökségvédő hatóságok/szervezetek, nemzeti, regionális és helyi szintről
- Nem-állami kulturális és természeti örökségvédő szervezetek, nemzeti és helyi szintről
- A megyei és helyi önkormányzatok képviselői, főleg a gazdasági, társadalmi, területfejlesztési, építészeti, kulturális és környezetvédelmi kérdésekkel foglalkozók
- Regionális, megyei és helyi turisztikai szervezetek képviselői
- A helyi közösség képviselői, a Kereskedelmi Kamara helyi tagjai

[8] Bányai B. - Rácz J. (2006): ECHo Projekt, Kutatási eredmények – beszámoló, MÁG, pp:19-20

- Megyei és helyi kulturális intézmények képviselői
- Környezetvédelmi, ökológiai szervezetek képviselői
- A helyi oktatási intézmények tanárai vagy más képviselői
- A helyi kisebbségi csoportok képviselői

A műhelymunka pénzügyi háttere

Általában felmerülő költségek:
A helyszín bérleti díja, eszközbérleti díjjak, előadók honoráriuma, a résztvevők úti és szállásköltsége, a szervezőknek az előkészítésre fordított munkája, a megelőző anyagok elkészítése (meghívók, tájékoztató anyagok, fénymásolás, telefon, fax, posta, étkezési költségek, eredmények közzététele).

Források: természetbeni hozzájárulás (pl.: terem ingyen), pénzügyi támogatások (állami, önkormányzati, magánvállalkozók, szponzorok, turisztikai szervezet támogatása, szakmai vagy fejlesztési szervezet támogatása), pályázatok útján megszerezhető források (EU, országos, regionális, megyei, helyi).

Eredmények hasznosítása

Nem várható el, hogy egy kastély jövőbeni hasznosítására és kezelésére részletes megoldást adjon. Elvárható, hogy néhány alapvető elv körvonalazódik, együttműködési kezdemények jönnek létre. Olyan írásos javaslatokat kell eredményeznie, melyeket a tulajdonos, a kezelő és az önkormányzat figyelmébe ajánlanak a kastély jövőbeni hasznosításával kapcsolatban.
Minden épület esete más és más, de a változásokat jelzésértékűen ki kell mutatni (a park fizikai állapotában történő javulás, a helyszíni bevétel növekedés, foglalkoztatottság növekedése, új vállalkozások, közös marketing, önkéntesek, sikeres együttműködés).

Tiszadobi összegzés 2005[9]

- A kastély jelentősége abban rejlik, hogy az épület mintegy a korabeli Magyarországon föllelhető várkastélyok építészeti elemeiből összeállított montázs-kompozíció. Fontos az Andrássy családhoz való kötődése is.
- A park az őstölgyesbe való beágyazódása és a bukszus-labirintus a legnagyobb értéke.
- A kastélyterület tulajdonosa, a Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei önkormányzat turisztikai potenciált lát a helyszínben, ezért korábban az ingatlan eladását, jelenleg a meglévő gyermek-intézmény kiköltöztetését és az új funkció betelepítését támogatja.

[9] Kivonat az elkészült dokumentációból, Bányai B. – Rácz J. 2006

- A kastély a település életében mindig fontos szerepet játszott. Így volt ez az Andrássyak idejében is, akkor a kastély megélhetést, szociális biztonságot jelentett a lakosság egészének. De így van ez a Gyermekváros működése óta is, mert sokan állást találnak itt, és sok gyermek, köztük a helyi roma kisebbség fiataljai is itt szereznek szakképesítést. Az emberekben erős a kötődés a hely természeti szépsége iránt is.
- A Tisza az egész térséget meghatározó ökológiai rendszer, annak vízügyi, természetvédelmi, turisztikai, gazdasági fejlesztést csak egészben és a kapcsolódó területekkel együttesen átgondolva lehet megtervezni.
- A kastély a Tokaj-Hortobágy-Tiszadob háromszög egyik sarokpontját alkotja, így, két világörökségi terület közelében, a Tisza mentén rendkívül kedvező földrajzi helyzettel rendelkezik.
- A kastélyban évek óta működő nyári Zongorafesztivál nagy népszerűséget szerzett a helyszínnek, ennek hatására a településen fellendülőben van a turizmus, ami kezdeményezést váltott ki a helyi vállalkozók részéről is.
- A kastélyterület nem zárt intézmény, látogatható, számos iskolai rendezvénynek is helyt ad.

Végkövetkeztetések 2005[10]

- Az Andrássy kastély a megyei önkormányzat tulajdonában marad.
- A gyermekintézményt ki kívánják költöztetni, részben a településen, részben a környéken fognak egyes egységei tovább működni.
- A helyszínnek bevételt biztosító és a turisztikai adottságokat jobban kihasználó funkciót kell találni.
- A hasznosítási tervektől való gondolkodásba a helyi önkormányzatot és a helyi közösséget is be kell vonni, a rendszeres tájékoztatást biztosítani kell.
- Az új funkció részben kulturális, a helyiek számára is elérhető kell hogy legyen.
- A kevésbé rentábilis kulturális funkciót olyan fejlesztésekkel kell vegyíteni, amelyek biztosíthatják a helyszín önfenntartását, illetve plusz bevételek képzését.
- A különböző funkció-telepítések / fejlesztések során az épületek és a park adottságait, az örökségvédelmi és természetvédelmi szempontokat figyelembe kell venni.
- A hasznosítást a Tisza-régiót érintő ökológiai és természetvédelmi elvekkel összhangban kell megtervezni.

[10] u.a.

- Az új hasznosítás mind a helyszínen folyó munkálatok közben, mind a későbbi működtetés közben támaszkodjon a helyiek munkaerejére, képzettségére, vállalkozási kedvére.
- Meggondolandó a Nemzeti Fejlesztési Tervhez való kapcsolódási lehetősége.
- EU-s és a hazai pályázatokon többletforrást kell találni a tervek megvalósításához.
- A magántőke bevonására a hely kedvező adottságait nagy lehetőséget teremtenek, ugyanakkor ennek veszélyeit el kell kerülni.
- A helyszín jobb fizika megközelíthetősége és bizonyos szolgáltatások hiánya jelentős infrastrukturális befektetéseket tesznek szükségessé.
- A Tiszatér Társulás által jól összekovácsolt önkormányzati együttműködésre és az általuk elért eredményekre a kastélyhasznosítás folyamatában nagymértékben támaszkodni kell.
- Az új hasznosításról való gondolkodásnál az eddig elkészült összes tanulmányt és információt át kell tekinteni és az optimális, a tulajdonos és a helyiek számára egyaránt kedvező megoldást kell előtérbe helyezni.
- A helyi embereket fel kell készíteni a várható lehetőségeknek a saját érdekükben történő kihasználására.

4.2. Az „Andrássy Kulturális Út" létrehozása

A „kulturális út" a tematikus útvonalak közé sorolható turisztikai termék. A tematikus utak definíciója: Természeti és mesterséges attrakciókat fűz fel egy adott téma köré. Különböző közlekedési formák igénybevételével végigjárható. A fenntarthatóság elvének figyelembevétele mellett egyszerre kínálnak ismeretszerzési és szórakozási, kikapcsolódási lehetőséget[11].

Az a terület, amelyen keresztül kell haladniuk a látogatóknak, kikerülhetetlen részét képezik az élménynek. Ezért az útvonalak nyomvonalának kijelölésekor nemcsak az attrakciókra kell figyelemmel lenni, hanem az azok között elterülő területre is. Előfordulhat ugyanis, hogy ha a téma és a környezete nem felel meg egymásnak, akkor a látogató csalódottá válik, és felhagy eredeti céljával. Az útvonalak felfűzhetnek olyan attrakciókat is, amelyek a témába jól illeszkednek, de önmagukban nem vonzanának látogatókat, továbbá a témához kapcsolható kiegészítő szolgáltatásokat is (pl. vidéki élet/táj bemutatása). Egy tematikus út szervező ereje ilyen formán figyelhető meg legmarkánsabban.

Öt, egykor az Andrássy család tulajdonában volt kastély közös kulturális hasznosítására törekednek magyar és szlovák szakemberek. A műhelymunka során körvonalazódó elképzelések és a fentiek ismeretében a megyei önkormányzat szakértői szlovák partnerekkel egy határokon átnyúló (Interreg III)

[11] Puczkó L.-Rácz T: Az attrakciótól az élményig, Geomédia Kiadó, Budapest, 2000

projektet állítottak össze és kiviteleztek. Megismerték egymás turisztikai adottságait, a megszervezhető programokat és közlekedési módokat a határ két oldalán. Egy éves együttműködés során alakult ki az útvonal tervezet, mely öt olyan települést fűz egy „útvonalra", ahol az Andrássy család kastélyai találhatók. Hazánkból két település, Tiszadob – gróf Andrássy Gyula építtette a kastélyt, és Monok – a család birtokaihoz tartozott, Szlovákiából a Sajó völgyében fekvő Betlér –itt található a család vadászkastélya, a hozzá közeli Krasznahorka – a várban a család gyűjtötte tárgyakat bemutató múzeum működik, valamint a zempléni részen elhelyezkedő Tőketerebes –itt őrzik Andrásssy Gyula és családjának hamvait, írták alá az alapításról szóló megállapodást. A program az Európai Unió és a Magyar Köztársaság finanszírozásával valósult meg. Az aláírás óta eltelt időben csatlakozott a programhoz az Andrássyak „ősi fészke" az erdélyi Csíkszentkirály önkormányzata is. A program célja, hogy az útvonal bekerüljön az Európai Kulturális Utak körébe.

Sokkal könnyebb egy útvonalat megteremteni, mint karbantartani és üzemeltetni. Ez azzal is összefüggésben van, hogy a kialakításhoz szükséges forrásokat könnyebben meg lehet szerezni, mint a folyamatos működtetéshez szükséges alapokat. Tehát már a kialakítás fázisában biztosítani kell a folyamatos működés feltételeit.

A tematikus út kialakítása azonban csak akkor válhat eredményes területfejlesztő, az európai követelményeknek megfelelő eladható turisztikai termékké, ha:

- szakképzett idegenforgalmi és marketing szakemberekre bízzák a tervezést, vezetést, irányítást
- összefognak a települések önkormányzatai, a régiók szakmai bizottságai, vezetői, vállalkozói, lakosai
- az érintett települések mindegyike kínál valamilyen szolgáltatást
- komplex térségi kínálatot nyújt
- megfelel a minőségi feltételeknek
- a kulturális, természeti értékek védelmét is figyelembe veszi
- egységes fejlesztési és marketing stratégiával rendelkezik.

A tematikus utak egységének egyik alappillére a közös marketingtevékenység, ugyanis a tematikus utak attól válnak önálló, egységes termékké, hogy az egyes szolgáltatók nem önállóan, hanem csokorba fűzve, közösen jelennek meg a piacon.

5. Összegzés

Törekedni kell arra, hogy a kastélyok minél nagyobb mértékben legyenek képesek hozzájárulni szűkebb, tágabb környezetük közösségének jólétéhez, fejlődéséhez, azaz, biztosítson közvetlenül és közvetve munkát, munkahelyeket a helyieknek, nyújtson olyan szolgáltatásokat, amelyek vonzóak és elérhetőek a környék lakossága számára. A jelentős turisztikai vonzerőt képviselő kastélyok multiplikatív hatásaikon keresztül hozzájárulhatnak a környék turisztikai szolgáltatásinak bővüléséhez, a turisztikai hálózatosodás erősödéséhez.

Véleményem szerint az alapvető probléma elsősorban az ingatlan (települési, térségi) szintű, jól átgondolt stratégiák hiány(osság)ában keresendő, ami a többi problémából adódó negatív hatásokat megsokszorozza. Úgy tűnik a kastélyturizmus sem országos szinten, sem a régiónkban nem tölti be még azt a kitüntetett helyet, ami a tőlünk nyugatabbra fekvő országokban megszokott.

A tematikus útvonalak kialakítása tulajdonképpen arra ad lehetőséget, hogy összekapcsolja a regionális közösségeket, partnerségek jöjjenek létre általa, ösztönözze a turizmus fejlesztését, maximalizálja a helyi vállalkozások bevételeit, úgy hogy arra bátorítsa az utazókat, hogy hosszabb ideig tartózkodjanak, és több pénzt költsenek a régióban.

A tematikus utak fejlesztésénél arra jöttek rá, hogy az utazók által átélt élmények legalább olyan fontosak, mint maguk a desztinációk. Az egyik előnye az út alapú turizmusnak, hogy úgymond az utazók szét tudják szórni az igényeiket, vagyis nem egy helyen koncentrálódnak.

A divat mellett a tematikus utak sikerének titka, hogy a téma kiválasztása lehetőséget ad a turisztikai desztinációk számára egyediségük hangsúlyozására, ugyanakkor pedig a turisták úgy érezhetik, hogy nem tömegterméket, hanem az egyéni érdeklődésüknek megfelelő élményt kapnak, amelyre manapság egyre nagyobb az igény.

Minden tematikus út központi témája köré– legyen az rövid vagy hosszú – kapcsolódó kínálati elemek is tartoznak, úgy mint, programok, szálláshelyek, vonzerők, helyi hagyományok, kultúra. Ezek az elemek fontos részét képezik az egésznek, mivel ezek teszik komplexé, érdekessé az utat.

Ugyanakkor ezek az utak épített és természeti területeken haladnak keresztül, ami megkerülhetetlen része az élménynek, egyben lehetőséget biztosít egyéb élmény elemek becsatolására. Döntő fontosságú a távolság, az útvonal megtervezése. Ezért a jól kialakított tematikus utaknak van jövőjük, a kérdés csak az, hogy hol a határ.

Irodalom

A mi Andrássy utunk in: Kikelet, Szabolcs – Szatmár – Bereg megye idegenforgalmi lapja 2008. p:5

Bányai B. - Rácz J. (2006): ECHo Projekt, Kutatási eredmények – beszámoló, MÁG, pp:19-20

Bányai B. - Rácz J.(2006): ECHo Projekt, Útmutató MÁG, 2006 pp: 3-12

Journal of Vacation Marketing, 2003/4. szám 9.évf., 314-329 p

Kovács Viktória Imelda (2003): Kastélyok a turizmusban – Az Európai Hagyományok Konzorcium munkája in: Turizmus Bulletin, VII. évf, I szám

Magyarország idegenforgalma, Szakkönyv és atlasz *szerk*: dr. Aubert A. Cartographia Tankönyvkiadó Kft, Budapest, 2006 p:26.

Nagy A. – Petykó Cs.(2007): A megközelíthetőség és a kastélyturizmus kapcsolata Észak – Magyarország régióban, 2007

Praznovszky H. (2005): A kastélyhasznosítás problémái Magyarországon. Turizmus Panoráma, Budapest.

Pro Tiszadob egyesület: Fejlesztési tanulmány 2006

Puczkó L.-Rátz T. (2005): A turizmus hatásai. Aula Kiadó, Budapest.

Puczkó L.-Rátz T: Az attrakciótól az élményig, Geomédia Kiadó Budapest, 2000

Steinecke, A.(2007): Kulturtourismus, Oldenbourg Verlag, München, pp: 73-85

PETYKÓ CSILLA

A közlekedés szerepe a turizmus fejlődésére Északkelet-Magyarországon

1. Bevezetés

Közlekedés és turizmus, turizmus és közlekedés – egymástól elválaszthatatlan fogalmak. Tulajdonképpen a közlekedés fejlődése hozta létre, vagy inkább eredményezte a turizmus kialakulását. A különböző közlekedési eszközök elterjedése, valamint a kiszolgáló infrastruktúra hálózatának növekedése lehetővé tette, hogy egyre többen jussanak el egyre több helyre. A turizmus létrejöttének pedig alapfeltétele, hogy a földrajzi tájak által kínált vonzerők valamilyen módon megközelíthetőek legyenek. Egy meghatározott területre érkező látogatók – utazási motivációjuknak megfelelően – különböző szolgáltatásokat vesznek igénybe, melynek révén növekedhet a térség gazdasági ereje és teljesítménye. Ennek megvalósulását pedig jelentősen elősegítheti az egyes közlekedési alágazatok hálózatának kiépítése. Az úthálózat fejlesztése természetesen hozzájárul a térség versenyképességének javulásához is. A versenyképes régiók négy jellemzője közül az egyik az előnyösebb regionális elérhetőség. (A megfelelő gazdasági szerkezet, a képzett munkaerő és az innovációs tevékenység kiterjedtsége mellett.)[1] A regionális elérhetőség biztosítása pedig egyben javítja a térség turisztikai vonzerőinek megközelíthetőségét, csökkenti az eljutáshoz szükséges időt, s ezzel növelheti a látogatási kedvet is. Így a két ágazat fejlesztése egymást erősítő hatásként mutatkozhat meg bármely térség életében, különösen, ha ezek a fejlesztések összehangoltan mennek végbe.

A vizsgálat során cél volt annak megállapítása, hogy milyen szerepet játszhat a közúthálózat fejlesztése az egyes idegenforgalmi attrakciók hasznosításban, illetve forgalmának növelésében.

2. Kutatási eredmények

2.1. Északkelet-Magyarország közúti közlekedési adottságai

A mobilitás iránti igény, és azon belül a közúti közlekedés iránti igény Európa országaiban folyamatosan növekszik – dacolva azoknak a különböző tényezőknek a hatásával (pl. a távmunka elterjedése), amelyek eredményeként az 1990-es évek elején még a forgalom csökkenését, azaz a közlekedés iránti igény

[1] ERDŐSI F. 2002: Gondolatok a közlekedés szerepéről a régiók/városok versenyképességének alakulásában, Tér és Társadalom, XVI. évf. 2002/1: 137-161. o.

csökkenését prognosztizálták. Jól ismert az a tény, hogy az EU országaiban a személyszállítás mintegy 90 %-a és az áruszállítás 70 %-a közúton zajlik. A szakemberek véleménye szerint a közúti közlekedés volumenének alakulásában Magyarországon is az EU országaiban mutatkozó tendencia érvényesülésére kell számítani.

A forgalmi vizsgálatok adatai azt mutatják, hogy napjainkban Magyarországon az ország közúti forgalmának 70 %-át az országos közúthálózat viseli. Ezen belül ugyancsak a forgalom 70 %-a terheli a gyorsforgalmi utakból és a főutakból álló főhálózatot, mely főhálózat a teljes országos közúthálózatnak mindössze a 23 %-át teszi ki[2] (2006-ban már 24,5 %-át – lásd a 1. ábrát[3]). A 1. ábra adatai bizonyítják, hogy az ország közúthálózatának forgalomterhelési adatai a legfrissebb mérések alapján hasonló nagyságrendet érnek el, mint a korábbi években, vagyis a közúti közlekedés volumene hazánkban sem csökken. Az Országos Közúti Adatbank (OKA) adatai szerint 2004 és 2005 között a közúti gépjárműforgalom futásteljesítménye országos átlagban mintegy 2,9 %-kal, ezen belül a személygépkocsi forgalom 3,6 %-kal nőtt. Útkategóriák szerinti bontásban az elmúlt évben az autópályák és autóutak forgalmi teljesítménye 6,2 %-kal nőtt, míg a többi főúté csak 1,3 %-kal, az összekötő és mellékutaké pedig 3,3 %-kal.[4]

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye egészen 2007-ig az ország azon megyéi közé tartozott, amelyeknek nem volt gyorsforgalmi útvonala, azaz sem autópályával, sem autóúttal nem rendelkezett. A 2007. augusztus 31-én átadásra került autópálya szakasz, az M3 autópálya Görbeháza-Nyíregyháza közötti 41 km hosszú szakasza végre Szabolcs-Szatmár-Bereg megyét is bekötötte az ország gyorsforgalmi úthálózatába. Meg kell jegyezni azonban, hogy az M3 autópálya megyét érintő szakasza alig néhány kilométer (kb. 15 km) hosszúságban lépi át a megyehatárt, mégis fontos előrelépés abból a szempontból, hogy a megyeközpont így a gyorsforgalmi úthálózaton elérhetővé vált (a 4-es elsőrendű főút kiegészítő szakaszának segítségével). Az M3 autópálya irányából lényegesen lecsökkent tehát az eljutáshoz szükséges idő mind a megyeszékhely, mind pedig a megyeszékhelyen keresztül a megye többi települése tekintetében.

Az M3 autópálya az V. számmal jelölt Velence-Trieszt-Ljubljana-Budapest-Lvov-Kijev irányú közép-kelet-európai közlekedési folyosó része, ezért fontos északkelet-délnyugati tranzitszerepet tölt be mind a személy-, mind az áruszállításban. A magyar gyorsforgalmi- és közúthálózat fontos elemét, a délnyugat-északkeleti irányú, ill. a nyugat-kelet irányú fő közlekedési útvonalak

[2] TÁJÉKOZTATÓ Az országos közúthálózat 2003-2015 között megvalósítani tervezett fejlesztéseiről, Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Közúti Közlekedési Főosztály, 2003. március, Készítette: Útgazdálkodási és Koordinációs Igazgatóság (UKIG), Hálózatfejlesztési Főosztály

[3] Az országos közutak 2006. évre vonatkozó keresztmetszeti forgalma I., A főúthálózat átlagos napi forgalma, összesítő táblázatok (országos és megyei), Magyar Közút Állami Közútkezelő Fejlesztő Műszaki és Információs Közhasznú Társaság, Budapest, 2007. május 31.

[4] OKA 2004 és 2005 adatai alapján

Budapesttől keletre eső részét alkotja. Ukrajnán keresztül Kelet-Európa, Szlovákián keresztül pedig Északkelet-Európa felé teremt gyorsforgalmi közúti kapcsolatot. Gyakorlatilag az M7 és az M3 autópályák hiányzó szakaszainak megépítésével, valamint az M0 igénybevételével megvalósulhat a délnyugat-északkelet irányú kapcsolat, a Mediterránum (Olaszország), ill. Szlovénia és Kelet-Európa országai (FÁK államok) közötti pályalánc. Hazánk Nyugat- és Kelet-Európa, ill. Észak- és Dél-Európa közötti közvetítő szerepéből adódóan az átmenő forgalomnak különleges jelentősége van közlekedésünkben[5]. Mivel Szabolcs-Szatmár-Bereg megyén az egyik említett tranzitútvonal keresztül halad, így a tranzitforgalom ebben a megyében is kiemelkedő jelentőségű. Ez egyrészt többletterhelést jelent a megye közúthálózata számára, másrészt azonban az itt lebonyolódó nagy volumenű személyforgalom kiváló lehetőséget biztosíthat a térség idegenforgalmának fellendítéséhez.

Vitathatatlan a tény, hogy a közúthálózat állapota, a hálózat fejlettsége közvetlen hatással van a nemzetközi és hazai gazdasági és kulturális kapcsolatokra, a külföldi és belföldi beruházások megjelenésére, az úthasználók közlekedési költségeire, stb. Az adott térség közlekedésének fejlettsége, a térség elérhetőségének, megközelíthetőségének minősége a versenyképesség szempontjából is kiemelkedő jelentőséggel bír, ezért az ország valamennyi területi egysége számára fontos kérdés fejlődése szempontjából közútjainak hossza és minősége. A gyorsforgalmi útvonalakon túl Szabolcs-Szatmár-Bereg megyének a legfontosabb közútja a 4-es elsőrendű főút (Debrecen irányából), amely 93 km hosszan halad a megye területén, egészen az országhatárig (Záhony – Csop). Az úthálózat fontos kiegészítőjét jelentik még azok a további elsőrendű és másodrendű főutak, amelyek megteremtik a megye belső összeköttetéseit és megadják a szomszédos térségekkel való kapcsolatteremtés lehetőségét is. Ilyenek

- a 41-es elsőrendű főút (72,3 km, csak a megye területén megvalósuló belső kapcsolat, Nyíregyháza – Vásárosnamény – Beregsurány – országhatár),
- a 403-as elsőrendű főút (14,9 km – az M3 autópálya végétől vezet Nyírtura északi részéhez),
- a 36-os másodrendű főút (39,9 km, Polgár (Hajdú-Bihar megye) – Tiszavasvári – Nyíregyháza), végül
- a 38-as másodrendű főút (30,5 km, Bodrogkeresztúr (Borsod-Abaúj-Zemplén megye) – Tokaj (Borsod-Abaúj-Zemplén megye) – Rakamaz – Nyíregyháza).[6]

Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében 2000-től a közúthálózat hossza nem nőtt jelentős mértékben, 2006-ig kevesebb, mint 1 %-os növekedés történt[7]. A megye teljes főúthálózatának hossza 380,7 km, az összekötő és mellékutak további 1722,0 km úthálózatot jelentenek. A megye teljes közúthálózata 2006-ban – az

[5] Szerk. Perczel Gy.: Magyarország társadalmi-gazdasági földrajza, ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, 2003., p.378.
[6] OKA 2006 adatai alapján
[7] Az Észak-alföldi régió turizmusfejlesztési stratégiája 2007-2013, Szolnoki Főiskola, Szolnok, 2006. április 24.

országos közúthálózatot szem előtt tartva – 2102,7 km-t tett ki. Ezzel a megye közútjai az országos hálózatban 6,9 %-os részarányt képviselnek, főúthálózata pedig 5,1 %-kal veszi ki a részét az országos főúthálózatból (*lásd 1. ábra*).

1. ábra. Útkategóriák hossza és átlagos napi forgalma (2006)

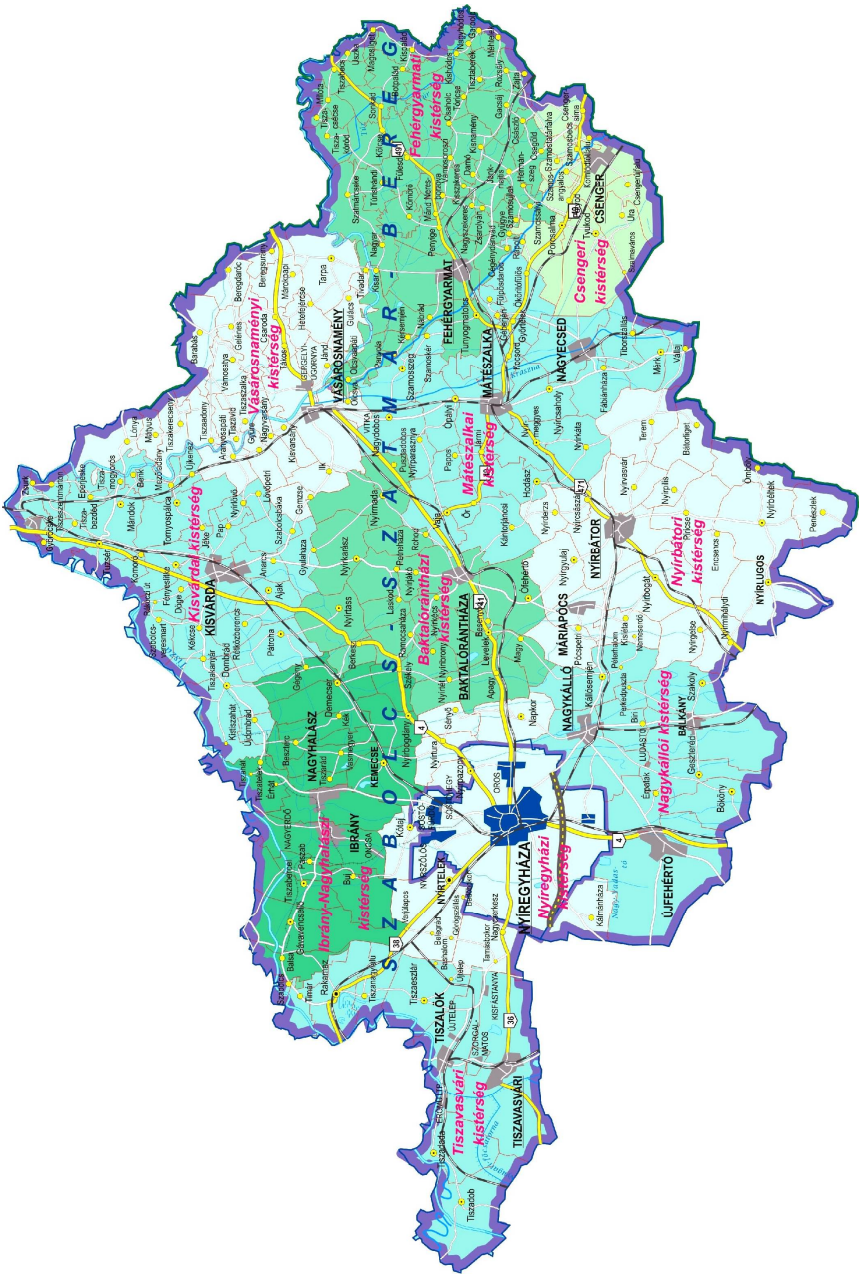
2006	**országos közúthálózat**				**Szabolcs-Szatmár-Bereg megye közúthálózata**				
	úthossz (km)	összes forgalom (j/nap)	szgk forga-lom (j/nap)	kp forga-lom (j/nap)	úthossz (km)	*részarány (országos %-ában)*	összes forgalom (j/nap)	szgk forgalom (j/nap)	kp forgalom (j/nap)
autópályák	749,7	22 721	15 293		0,0		0	0	
autóutak	128,9	16 998	10 100		0,0		0	0	
elsőrendű főutak	2196,2	8 611	5 993	22	172,9	*7,9*	8 626	6 354	25
másodrendű főutak	4408,3	5 836	4 009	56	207,8	*4,7*	6 800	4 662	69
főúthálózat összesen	**7483,1**	**8 534**	**5 827**	**40**	**380,7**	***5,1***	**7 629**	**5 431**	**49**
összekötő és mellékutak	23118,0	1 512	1 024	73	1722,0	*7,5*	1 445	949	105
közúthálózat összesen	**30601,1**	**3 229**	**2 199**	**65**	**2102,7**	***6,9***	**2 565**	**1 760**	**95**
főúthálózat aránya (%)	***24,5***				***18,1***				

Forrás: OKA 2007-es adatai alapján saját szerkesztés

Az ország közúthálózatára vonatkozóan elmondható, hogy míg a meglévő gyorsforgalmi úthálózat jó minőségű, addig a fő- és mellékúthálózat minősége nagyon leromlott, jelentős hányadában kiépítése és teherbírása nem megfelelő[8]. Ez a megállapítás Szabolcs-Szatmár-Bereg megye közúthálózatára nézve is igaz, valamelyest azonban javítja a helyzetet az, hogy az elmúlt években bekövetkezett Tisza árvizek helyreállítási munkái során a megye közúthálózatának egyes elemei megújultak. Az országos úthálózat műszaki állapotának, minőségének javítására (teherbírásának, forgalomáteresztő-képességének növelésére, az elérhető sebesség és a biztonság növelését is lehetővé tevő korszerűsítésére) nagyon nagy szükség van.

A fejlesztések során feltétlenül figyelemmel kell lenni arra is, hogy megfelelő alsóbbrendű hálózat nélkül a kiépülő nagy teljesítményű nemzetközi korridorok erős szívóhatást fejtenek ki a mögöttes térségekre (a földrajzi és gazdasági perifériákra), ezáltal előidézői lehetnek a területi színvonalbeli differenciálódás erősödésének[9]. Ezt szem előtt kell tartani Szabolcs-Szatmár-Bereg megye közlekedésének fejlesztése során is.

[8] Egységes Közlekedésfejlesztési Stratégia, I. Zöld Könyv, Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Budapest, 2007.
[9] Szerk. Perczel Gy.: Magyarország társadalmi-gazdasági földrajza, ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, 2003., p.399.



2. ábra. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye közúthálózata. Forrás: http://terkep.mconet.biz

A megye földrajzi elhelyezkedéséből adódó egyik sajátossága az, hogy három országgal is határos, Szlovákiával, Ukrajnával és Romániával. Napjainkban az államhatárok elválasztó szerepének csökkenésével egy időben a térségek közötti együttműködésben egyre nagyobb szerepet kap a határon átnyúló közlekedési kapcsolatok szélesítése. A közlekedési infrastruktúra fejlesztésének országos szinten a térségi és a nemzetközi elérhetőséget, valamint az átjárhatóságot kell biztosítania, helyi szinten pedig a térségek közötti mind szorosabb kapcsolat kialakulását, és az akadálytalan, szűk keresztmetszetektől mentes működést[10].

2.2. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye turizmusának általános jellemzői

A turizmus elősegítheti az elmaradottabb térségek gazdasági felzárkózását, a természeti és a kulturális értékek megőrzését és hasznosítását, a helyi lakosság életkörülményeinek javítását. Nem véletlen tehát, hogy Magyarország valamennyi megyéje, illetve régiója igyekszik megtalálni a módját a turizmus társadalmi-gazdasági előnyei hasznosításának. A turizmus szempontjából vizsgálva Szabolcs-Szatmár-Bereg megye alapvetően támaszkodhat kedvező földrajzi adottságaira (folyók, termál- és gyógyvíz készlet), valamint gazdag kulturális és történelmi örökségeire (várak, kastélyok, néphagyományok, vallási műemlékek), amely adottságok kedvező alapot teremtenek egy széleskörű idegenforgalmi kínálat kialakításához.

A megye turizmusában kiemelkedő jelentőséggel bírnak a következő turizmusfajták: az örökség turizmus, a falusi turizmus, az aktív turizmus egyes típusai (vízi turizmus, horgászat, lovas turizmus, természetjárás), a vallási turizmus és a kulturális fesztiválok turizmusa. A kulturális fesztiválok közül külön ki kell emelni a megye gasztronómiai rendezvényeit, amelyeknek az évek során látványosan megmutatkozott a vidékre gyakorolt fejlesztő hatásuk. Például „A Szatmári Fesztivál országosan követendő példaértékű gasztronómiai rendezvénysorozat, ami augusztus végén úgy kerül megrendezésre, hogy a turista akár egy hetet is a térségben tölthet és gazdag tartalmas rendezvények során vehet részt, miközben alaposan megismerheti a Szatmári-síkság népi építészeti emlékeit, és megtapasztalhatja a szatmári emberek mérhetetlen vendégszeretetét. Ma még nem elfogadott kifejezés, de a fesztivált nyugodtan lehet Népi ételek útjának nevezni."[11]

Az idegenforgalmi kínálat egyik legfontosabb eleme a szálláshelyek biztosítása. Az Észak-alföldi Idegenforgalmi Régióban a legtöbb kereskedelmi szálláshely Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében található (131 egység 2005-ben). A megye kereskedelmi szálláshelyeinek vendégforgalma 2007 évet tekintve kissé elmarad a 2006. évitől, a vendégek és vendégéjszakák tekintetében egyaránt 1

[10] Egyházy Z.: Magyarország EU-integrációja közlekedési szemszögből, Európai Tükör, 2008/3 március
[11] Dr. Hanusz Á.: Turisztikai programok, mint a vidékfejlesztés lehetséges eszközei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében, Habilitációs tézisek, PTE Földtudományok Doktori Iskola, Pécs, 2008

%-os csökkenés következett be (2007-ben a vendégek száma 121.821 fő, ebből a külföldiek száma 26.488 fő volt, a vendégéjszakák száma 267.489, ebből a külföldiek által eltöltött vendégéjszakák száma 66.612 volt.). A mérséklődést a belföldi vendégforgalom 4 %-os visszaesése okozta. A vendégkör kisebb hányadát adó külföldiek száma ugyanakkor 14 %-kal, vendégéjszakáiké pedig 9 %-kal több volt, mint egy évvel korábban. Legnagyobb számban ukránok (3.863 fő), lengyelek (3.431 fő), románok (3.374 fő) és szlovákok (3.184 fő) érkeztek, akik az összes külföldi több mint felét adták. (Jelentős számban érkeztek még német (3.171 fő), olasz (1.466 fő) és orosz (1.374 fő) vendégek is.) A külföldi vendégek háromnegyede az Európai Unió országaiból látogatott a megyébe. A belföldi vendégek a 2006-os évhez hasonlóan 2,1 éjszakát, a külföldiek az előző évinél kevesebbet, 2,5 éjszakát töltöttek el átlagosan a szálláshelyeken. A szálláshelytípusok közül a panziók és főként a turistaszállók forgalma mérséklődött, a szállodáké, az üdülőházaké, a kempingeké és az ifjúsági szálló-ké növekedett. A vendégéjszakák bővülése ellenére a szállodák szobakihasználtsága a megyében csupán 31 %-os volt[12].

2.3. A közlekedés és a turizmus kapcsolatának jellemzői a vizsgált térségben

A közlekedés, a megközelíthetőség az ország bármely pontján alapvető feltétele a turizmus kialakulásának. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye esetében vizsgálhatjuk az elérhetőség jellemzőit egyrészt a főváros irányából érkező forgalom szempontjából, másrészt a három szomszédos ország határállomásai irányából, harmadrészt pedig a régióközpont, Debrecen irányából érkező forgalom szempontjából. A főváros felől érkezők esetében egyértelmű javulást jelentett az M3 autópálya Nyíregyházáig történő meghosszabbítása, amelynek eredményeként Budapestről számítva személygépkocsival az eljutási idő minimum fél órával csökkent Nyíregyházáig. Természetesen ennek hatása tovább gyűrűzik a megye távolabb fekvő települései felé is, hiszen ha a megyeszékhely elérhetősége javul, akkor ugyanabból az irányból a többi település elérhetősége is javul. A szomszédos országok határainak irányából érkezők számára a megye elérhetőségét sokkal inkább a határátlépés szabályai befolyásolják. Jelenleg a három ország határállomásain három különböző szabály van érvényben. Szlovákia Magyarországgal együtt a schengeni övezet országai közé tartozik, így a határátlépés gyakorlatilag egyszerű formalitás, és a legtöbb esetben időveszteséggel nem jár, azaz nem hosszabbítja meg az eljutási időt. Románia ugyan 2008 óta az Európai Unió tagja, azonban a schengeni övezeten kívül fekszik, így a határokon való átkeléssel járó ellenőrzési procedúra elsősorban a beutazókkal szemben szigorú, s így a vizsgálatokkal töltött idő hozzáadódik az eljutási időhöz. Ukrajna esetében kell számolnunk átlagosan a legnagyobb időveszteséggel,

[12] Statisztikai tájékoztató – Szabolcs-Szatmár-Bereg megye, 2007/4, KSH Debreceni Igazgatósága, Statisztikai tükör, II. évf. 33. szám, 2008. március 13.

mert az EU-n kívüli ország határállomásain az általános határátlépési vizsgálat mellett számolni kell az utóbbi időszakban jellemzővé vált csempészések miatti további kiegészítő vizsgálatok lehetőségével is. Az ilyenkor történő hosszas várakozás a turizmus szempontjából akár gátló tényezőként is jelentkezhet már (meggondolja magát a turista és visszafordul). A Debrecen irányából érkezők számára az új autópálya szakasz egyelőre azért nem jelent változást az eljutási időben, mert az a lehajtó ág, amely lerövidíthetné a távolságot a két megyeszékhely között, egyelőre nem készült még el.

A turizmus alakulására a közúthálózat fejlesztése több módon is hatást gyakorolhat. Egyrészt megvan annak a veszélye, hogy a kiépített jó minőségű gyorsforgalmi útvonal tranzit régióvá alakítja át azt a térséget, amelyen áthalad, hiszen a nagy sebességű, jó minőségű közlekedési infrastruktúra biztosítja a nagyobb távolságra történő eljutás lehetőségét azonos időtartam alatt. Így az a turista, aki eddig megállt az érintett területen azért, mert elfáradt, pihenésre volt szüksége mielőtt tovább utazott volna, most gond nélkül halad tovább erejéhez mérten egy következő megállóhelyig. Ennek azonban az ellenkezője is bekövetkezhet, egy távolabbról érkező vendég éppen itt áll meg, és veszi igénybe a megye szálláshelyeit, mielőtt tovább utazna valamely szomszédos országba vagy területre. A megépült autópálya viszont egészen biztosan megváltoztatja megyébe érkező belföldi vendégek átlagos tartózkodási idejét, mert a vendégek egy része, akik a nagy távolság és a hosszú eljutási idő miatt eddig legalább egy éjszakát a térségben töltöttek, azok egy része a lerövidült utazási idő miatt már nem fogja igénybe venni a szálláshelyeket, hanem a megnyert időt a hazautazásra használja fel. A szolgáltatók szempontjából a jobb eset az, ha a megnyert időt további szolgáltatások igénybevételére fordítják a vendégek, azonban ez a szolgáltatók részéről feltétlenül többletmunkát igényel majd.

A következő vizsgálati szempont ahhoz kapcsolódik, hogy a megye kiemelkedő fontosságú tranzit útvonal környezetében helyezkedik el. Ennek következtében az idegenforgalomban dolgozó szolgáltatók számára az egyik feladat a tranzit utasok megállítása a térségben, amelynek eredményeként turisztikai szolgáltatásokat vesznek igénybe. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye esetében több olyan turizmusfajta is számba vehető, amelynek segítségével az átutazókból itt tartózkodó vendégek válhatnak. Ilyenek lehetnek a kulturális fesztiválok, gasztronómiai rendezvények, a termál-, ill. gyógyturizmus, de ilyen termék lehet a megye imázsához egyértelműen köthető pálinka, amelynek kóstoltatása (a borkóstolók mintájára) vagy tematikus útvonalba szervezése szintén helyben tarthatja a vendégeket. Mivel azonban tranzit utasokról van szó, nagyon lényeges, hogy a felsorolt termékek igénybe vételének lehetőségéről valamilyen módon informálni kell a kiemelt útvonalakon közlekedő potenciális vendégeket. Méghozzá olyan vonzó módon, aminek hatására hajlandók utazásukat megszakítani, meghosszabbítani, vagy átszervezni.

A közúthálózat-fejlesztési térképeken jól látható, hogy a megépült vagy még csak tervezett főközlekedési útvonalak mellett Szabolcs-Szatmár-Bereg megyének továbbra is lesznek olyan területei, amelyek „fehér foltot" mutatnak a gyorsforgalmi úthálózat elérhetőségi időtérképein. Ez azonban a turizmus szempontjából összességében nem baj. Ezek a területek ugyanis olyan érintetlen természeti területek, amelyek már ma is a megye húzó vonzásadottságai közé tartoznak, és remélhetőleg a jövőben is az ökoturizmus vagy a falusi turizmus alapját fogják képezni.

Végül nem lehet szó nélkül hagyni a közúti közlekedésnek azt a típusát sem, amelynek már napjainkban is jóval jelentősebb szerepet kellene játszania a megye turizmusában, és ez a kerékpáros turizmus. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye rendkívül jó adottságokkal bír a kerékpározáshoz, hiszen nincsenek a területén jelentős térbeli szintkülönbségek, van viszont szép természeti környezet, és vannak a kerékpározók számára kijelölhető útvonalak (pl. a folyók gátjai). S mivel a kerékpározás egyre népszerűbb, a családok által is kedvelt időtöltés, valamint a kerékpár egy könnyen szállítható közlekedési eszköz, így igen jó lehetőséget teremt a turisták számára egy-egy terület bejárására, egyszerű módon való felfedezésére. Ez a turizmusfajta a megye turizmusának egy eddig kellőképpen ki nem fejlesztett területe.

3. Következtetések

Összességében megállapítható, hogy a főváros irányából érkező vendégek esetében az M3 autópálya Nyíregyházáig történő meghosszabbítása egyértelműen javított a vizsgált térség megközelíthetőségének minőségén, annak ellenére, hogy csak a megye déli csücskét érinti, és egyelőre csak a megyeszékhelyet köti be az ország gyorsforgalmi úthálózatába.

Az is egyértelmű, hogy a közúthálózat fejlesztése pozitív és negatív hatásokat egyaránt gyakorolhat a megye turizmusára, ezért nagyon fontos a körültekintő és összehangolt tervezés a két ágazat vonatkozásában. A turizmusban dolgozó szolgáltatóknak mindenképpen fel kell készülniük az úthálózat fejlesztésével kialakuló új helyzetekre, és megoldást kell találniuk a tranzitforgalom megállítására. Ennek megvalósulásához a szolgáltatások magas színvonalán túl erőteljes marketing munkával kell a turisztikai szakembereknek hozzájárulnia.

Jelentőséggel bír továbbá a közlekedési infrastruktúra fejlesztése során a megye idegenforgalmi vonzásadottságaihoz való eljutási időnek a „megközelíthetőségi küszöbérték" alá történő kerülése egyes keresleti célcsoportok vonatkozásában. Minden célcsoport esetében létezik ugyanis egy olyan határérték, amely elérése alatt még hajlandóak erőfeszítéseket tenni egy vonzerőhöz való eljutás érdekében, de amely túllépése esetén azonban már nem indulnak útnak. Az eljutási időnek a küszöbérték alá történő csökkenése tehát eredményezheti a vendégek számának növekedését.

Levonható tehát az a végkövetkeztetés, hogy a gyorsforgalmi úthálózat és a közutak fejlesztése feltétlenül alapot teremt a turizmus fejlesztéséhez Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében.

Irodalom

Az országos közutak 2006. évre vonatkozó keresztmetszeti forgalma I., A főúthálózat átlagos napi forgalma, összesítő táblázatok (országos és megyei), Magyar Közút Állami Közútkezelő Fejlesztő Műszaki és Információs Közhasznú Társaság, Budapest, 2007.

Az Észak-alföldi régió turizmusfejlesztési stratégiája 2007-2013, Szolnoki Főiskola, Szolnok, 2006. április 24.

Egyházy Z. 2008: Magyarország EU-integrációja közlekedési szemszögből, Európai Tükör, 2008/3 március.

Egységes Közlekedésfejlesztési Stratégia, I. Zöld Könyv, Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Budapest, 2007.

Erdősi F. 2002: Gondolatok a közlekedés szerepéről a régiók/városok versenyképességének alakulásában, Tér és Társadalom, XVI. évf. 2002/1: 137-161. o.

Dr. Hanusz Á. 2008: Turisztikai programok, mint a vidékfejlesztés lehetséges eszközei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében, Habilitációs tézisek, PTE Földtudományok Doktori Iskola, Pécs, 2008

Statisztikai tájékoztató – Szabolcs-Szatmár-Bereg megye, 2007/4, KSH Debreceni Igazgatósága, Statisztikai tükör, II. évf. 33. szám, 2008. március 13.

TÁJÉKOZTATÓ Az országos közúthálózat 2003-2015 között megvalósítani tervezett fejlesztéseiről, Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Közúti Közlekedési Főosztály, 2003. március, Készítette: Útgazdálkodási és Koordinációs Igazgatóság (UKIG), Hálózatfejlesztési Főosztály

DR. SÜTŐ LÁSZLÓ

TDM lehetőségei Cserépfalu turizmusfejlesztésében

A TDM szükségessége Cserépfalun

Gyakorlati szakemberek által az utóbbi évtizedben, a turizmusfejlesztés hazánkban is egyre többször hangoztatott kulcsfeladata, a turisztikai célterületek piaci változásokra érzékeny irányítási rendszerének megszervezése *(Lengyel M. 2005; Puczkó L. et al. 2007, 2008; Tőzsér A. 2008)*. Ez a tevékenység tulajdonképpen nem más, mint a turisztikai desztináció menedzsment, amely célja az együttműködés megvalósítása a turizmusban résztvevő vállalkozók között, miközben minél teljesebb turisztikai élménnyel szolgáljuk ki a látogatót, kézben tartva a turizmus pozitív és negatív hatásait egyaránt a fenntarthatóság érdekében *(Lengyel M. 2005)*.

Hazánk több turisztikai vonzerőkkel rendelkező térsége napjainkban jutott el odáig, hogy saját jól felfogott érdekében valamilyen szintű irányítási, beleszólási lehetőséget szeretne az odaérkező turizmus koordinálásában. Ilyen település Cserépfalu is, ahol az utóbbi évtizedben mind a turisztikai fogadókészség, mind a turisztikai termékek jelentős fejlesztésen mentek keresztül, részben a helyi önkormányzat irányításával. Azonban a turizmus már olyan szintet ér el az adott célterületen, hogy a személyes kapcsolatok megléte mellett, már szükségessé vált a turisztikai szolgáltatások magasabb szintű, szakmai koordinálása, mert csúcsidőszakban vagy egy-egy turisztikai esemény lebonyolítása során a vendégforgalom már meghaladja a helyi lakosság létszámát.

Ez magyarázható azzal, hogy ezek a kedvező adottságú területek a Butler-féle *(Butler 1980 in.: Rátz T. 1999)* desztinációs életciklus bekapcsolódási/fejlődési fázisának határán járnak. Azaz fokozatosan szélesedik a küldő piacok köre, amelyben Cserépfalun most kezdenek megjelenni az intézményesített turisták. Éppen ezért a természeti és kulturális vonzerők egy részét mesterséges turisztikai termékké kezdik átalakítani, amely már éppen a személyes kapcsolatok rovására mehet. Azaz a folyamatok ellenőrzése már szakmai menedzselést igényel(ne), amelynek időbeli kerete több annál – az önkormányzat és a helyi lakosság teljes körű elhivatottsága és érdekeltsége ellenére is –, hogy hosszú távon részfeladatként megoldható legyen.

Valódi turisztikai desztinációról azonban csak akkor beszélhetünk, ha tényleg megtalálhatóak a komplex élményszerzés attrakciói, szolgáltatásai. Ennek menedzsmentje pedig akkor tekinthető megszervezettnek, ha a turisztikai termékek kialakítása, piacra vitele, a szolgáltatások és a szolgáltatók összefonódása tudatos koncepció alapján történik.

A tanulmányban azt szeretném bemutatni melyek azok a tényezők, amelyek valódi turisztikai desztinációvá avathatják Cserépfalut, valamint egy esettanulmányon keresztül arra térek ki, hogy mennyire léteznek a TDM spontán kialakult kapcsolatrendszerei, s milyen irányú és mértékű fejlesztést igényel ennek továbbvitele.

Cserépfalu, mint turisztikai desztináció

Buhalis, D. (2000) szerint a turisztikai desztinációk az alábbi indikátorokkal írhatóak le:

- a turisztikai attrakciók száma és minősége a területen (ilyenek lehetnek természeti, kulturális és történelmi vonzótényezők, egyedi rendezvények stb.);
- a desztináció megközelíthetősége, (amely magában foglalja a közlekedési infrastruktúra minőségét és a teljes közlekedési szolgáltatások egészét);
- a vendégfogadás feltételei, mint pl. szálláslehetőség, vendéglátó szolgáltatás, kiskereskedelem, egyéb turisztikai szolgáltatások, stb.;
- a működő turisztikai attrakciók, termékek;
- turisztikai szabadidős tevékenységek lehetőségei;
- közszolgáltatások, mint pl. bankok, telekommunikáció, kórházak, stb.;

A versenyképesség megőrzése érdekében a területhez egy olyan egyedi embléma kialakítására kell törekedni, amely márkajelzésként szolgál a küldő területek számára. A modern marketing koncepciók szerint ugyanis a márkajelzések a mai globalizálódó világban az állandóságot és a minőséget szimbolizálják az emberek számára. Sajnos a hivatalos marketinganyagokban még változó szlogenek szerepelnek, ami így nem válhatott még általános megkülönböztető jelzéssé, s hiányzik a hozzá tartozó figyelemfelkeltő jelkép is, ami pedig fotók alapján könnyen megoldható asszociációt kelt.

A több jelmondat közül leginkább találónak a „Kőkultúra a Bükk déli kapuján" szlogen tekinthető, amely megkülönbözteti Cserépfalut a hasonlóaktól, s állandóságával hosszú távon tudatosítja a település egyediségét. A jelmondat sajátossága, hogy egyszerre alkalmazza földrajzi fekvésre utaló általános megfogalmazást (kapu). Ugyanakkor – tekintve, hogy ez a szlogen a Bükkben is előfordul, s egyébként is gyakorinak tekinthető turisztikai asszociáció – kiegészíti egy speciális megkülönböztető képpel, amely nemzetközi szinten is érthető, sőt figyelemfelkeltő tulajdonságot hordoz (kőkultúra).

A legfontosabb területi adottság, hogy a település külterületének nagyobb része a Bükki Nemzeti Park területén helyezkedik el. Ez erősen korlátozza a gazdasági tevékenységek jelentős részét, tulajdonképpen kijelölve az utat az ökoturisztikai fejlesztések felé. Ezt támasztják alá a terület ún. kulcstényezői *(Crouch - Ritchie, 1999 in: Tőzsér A. 2008):* a természeti vonzerők; örökség és kultúra, a turisztikai infra- és szuprastruktúra, a speciális rendezvények; aktív időtöltést biztosító tevékenységek.

Turisztikai vonzerők és szolgáltatások Cserépfalun

A kulcstényezők között eső helyen szerepelnek a turisztikai vonzerők, amelyek már turisztikai attrakciók, vagy megfelelő fejlesztéssel azzá válhatnak a jövőben. A település természeti és kulturális adottságai alapján számos vonzótényezővel rendelkezik, de nem célom a teljes körű vonzerő leltár bemutatása, a bemutatott példák a védjegy bizonyításához (kőkultúra), valamint a vonzóhatás területi kiterjedését támasztja alá. Ehhez felhasználtam a Putzkó L. és társai (2007) által kidolgozott vonzerő tipizálást. Az itt kialakult értékek olyan országos vonzótényezők, amelyek a régióban kiemelt fontosságúak, ám a határon túlról, valamint országos szempontból csak egy-egy speciális vendégkörnek jelentenek keresletet, de más szegmenseket csak ritkán mozdítanak meg.

Cserépfalu turisztikai vonzerőt jelentő felszínalkotó kőzetei mintegy 21-12 millió év között, többször ismétlődő vulkáni törmelékszórások során rakódtak le. A riolitos-riodacitos összetételű vulkáni tufák elég változatosak; a könnyen porlótól az összesült, kemény tufaváltozatokig több típus is előfordul. A könnyen porló szürkésfehér tufaváltozat az anyaga a kaptárköveknek. A 1,5-30 m magas formák némelyikébe a honfoglalás előtt itt élt balkáni népcsoport fülkéket faragott méhészkedés céljából.

A pleisztocén idején alakultak ki az összesült, kemény tufavonulatokat átvágó patakok szurdokvölgyei. A Bükkalja idősebb völgyei közé tartozó Tardi-patak a pliocén végi (2,5 millió éve) szerkezeti mozgások hatására egyre mélyebbre vágta völgyét a könnyen erodálódó tufába. A Felső-szoros keményebb kőzeteiben azonban csak szűk szurdokot tudott kialakítani. Formailag leggazdagabb a szurdok legszűkebb és legmélyebb középső szakasza, ahol a pleisztocén eljegesedések idején a fagy okozta aprózódás következtében orgonasípok módjára sorakozó kőzetoszlopok alakultak ki, s végigkísérik az erősen kanyargó, medencékkel, eróziós üstökkel tagolt medret.

Szerkezeti vonalak mentén zömében mészkövön alakult ki a Hór-völgy, amely földtani alapszelvények, feltárások, barlangok sokaságával és a Bükk legszebb krioplanációs – azaz a pleisztocén a fagyaprózódás hatására kialakult – formakincsével rendelkezik. Ide tartoznak az egybefüggő sziklafalak, kőtornyok, lépcsők, ördögbordák, teraszok és kőkapu-sorozatok legyezőszerűen kiterjedő törmelékkúpokkal. Több helyen felfedezhetjük az egykori hegységképző mozgások nyomait is egy-egy hullámszerűen meggyűrt, vagy egymás mellett elmozdult mészkőrétegen. Visszafelé menve a Subalyuk-barlangba jutunk, amelynek vízszintes járatait valószínűleg a Hór, vagy egy mellékpatakja formálta ki, míg a függőleges szakaszok az itt húzódó törésvonalak találkozásánál helyezkednek el. A barlang kedvező fekvése miatt a neandervölgyi ősember számára védelmet és jó szálláshelyet biztosított, s Európa hírű leleteket őrzött meg. Később pedig a híres bükki betyár, a névadó Suba Mihály tanyájaként szolgált.

Az Oszlát elhagyva a Hór-völgy legszebb részén emelkedik az Ódorvár meredek, sziklás csúcsa tetején őskori és középkori vár nyomaival. A hegyet három feltolódott, erőteljesen összetördelt szürke tűzköves mészkőből álló „pikkely" építi fel. A pleisztocénben a csupasz kőzetfelszínen a fagy repesztő hatására, fentebb jellemzett változatos formakincs alakult ki. Egyedülállóak a kiterjedt törmelékmezők és a kőkapu-sorozatok a közel 100 m hosszú törmelékfolyásokkal. Itt található továbbá a kiemelkedő földtani-őslénytani értékeket rejtő Hajnóczy-barlang, mely valószínűleg a Bükk egyik legidősebb barlangja. A Hosszú-völgy és a Hór-völgy mentén futó törésvonalak találkozásánál emelkedő Füzérkőn egy középkori vár alig felismerhető alapjai, valamint az erősen összetöredezett mészkőrétegeken kialakult szurdokszerű völgyrészletek és az ismert kőtornyok, kőkapuk és rombarlangok láthatók.

A település határa felnyúlik a fennsík peremére, ahol kőzetminőségi, szerkezeti okok miatt alakultak ki, a tájképileg is értékes „bükki kövek" a Cserepeskő, a Tar-kő, a Három-kő; vagy a Vörös-kő. Ezek szintén a jégkorszakok idején nyerték el mai arculatukat. A természetjárók körében országosan ismert sziklákról ma csodálatos formagazdag tájkép tárul a szemünk elé.

A Nyomó-hegy, a Bükk idősebb, 7-8 millió éves, hegylábfelszínének szigetszerű maradványa. Az eróziónak ellenálló, összesült riolittufa részletek kipreparálódtak, s a kialakuló új felszín fölé magasodtak. Ez a Mész-hegy - Nyomó-hegy - Perpác aszimmetrikus hegycsoport őrzi a régebbi felszínmagasságot. Innen É felé érdemes visszanézni a Hór-völgy bejáratára, amely alátámasztja a desztináció jelmondatát.

A település gazdálkodása közül több a változatos kőzettani felépítéshez is kapcsolható. A terület a Bükkaljai történelmi borvidék része, amely – a jórészt savanyú vulkáni tufákon kialakult – ásványi anyagokban gazdag talajnak köszönhető. A mészkőterületen már mészégetők álltak, egész országba vitték innen lovas kocsival a meszet, így a település lakóit „meszeseknek" hívják. Az egyéni stílusban díszített szerszámnyelek, használati eszközök cserépi készítőit pedig „cifra faragóknak" keresztelte el a környék népe. Látogatásra érdemes még a hét pincesor, köztük is kiemelkedik a Háromsoros Berezdi pincesor, a boroshordókat őrző hat kőkatonával; a „Kisamerika" barlanglakásai; a védett paraszthá zak, köztük a gazdaházzal; a megye egyik legmagasabb (54 m) református temploma; a Subalyuk Múzeum, valamint a legendás könyvkiadó Cserépfalvi Imre emlékszobája.

A legfontosabb természeti értékekről a falu körül kialakított Ördögtorony tanösvény ad képet *(Kiss G. szerk. 2003)*.

A vendégfogadás feltételei közül a falusi turizmus-szolgáltatások emelkednek ki. A faluban húsz hangulatos környezetben megőrzött, részben eredeti stílusú paraszthá z rejti a szálláshelyeket, amelyek a falusi turisztikai minősítésben 3-4 napraforgós szolgáltatók.

A legnagyobb hátrányt a közszolgáltatások és az éttermek jelentik, amelyek alacsonyabb minőségűek, vagy részben hiányoznak (kórház, fogorvos, teljes idejű orvosi ellátás, teljes körű banki szolgáltatás). Ugyanakkor a vendégszeretet és a biztonság növeli a vendégek komfortérzetét. Az alulról jövő kezdeményezések közül kiemelkedik a falu hét pincesorát felölelő bortúra kialakítása, valamint a turisztikai szállások on-line helyfoglalási rendszerének működtetése. Bár a turisztikai értékláncban *(Tőzsér A. 2008)* a település nem tud minden szolgáltatást maga megvalósítani, de célja az odautazás feltételeinek megkönnyítése, információellátottsága és eszközparkja segítségével.

Egy speciális turisztikai termék szerepe az együttműködésben

A desztináció menedzsment legfontosabb elemei közé tartozik, az alulról építkező rendszer, amelyben a szervezet képes – megfelelő jogi és pénzügyi háttérrel rendelkezve – szakértő módon működtetni a koordinációt *(Carter, R. – Fabricius, M. 2007; Tőzsér A. 2008)*.

A kulcstényezők között említhető a település egyik legnagyobb látogatószámot produkáló rendezvénye a „No megállj csak! Less Nándor Emléktúra", amelynek fejődésében nyomon követhető a desztináció menedzsment fő elemeinek – még be nem teljesedett – fejlődése. Ezért a rendezvény jó példa lehet arra, hogy a település képes egy alulró jövő turisztikai kezdeményezés házigazdájaként működni, ami hozzájárulhat ahhoz, hogy megfelelő szakmai háttértámogatással képesek egyenek komplex turisztikai desztináció menedzsment alkalmazására.

A teljesítménytúra 1997-ben indult, akkor 169 résztvevővel a Debreceni Hexasakk és Természetbarát Egyesület szervezésében. Ma a 3-4. legnagyobb gyalogos sportturisztikai rendezvény az országban. 2007-ben már 1660 fő vett részt a rendezvényen, amely öt távon mutatja be a térség turisztikai vonzerőit. Kezdetben még egyszerű tornatermi szállást igénybe vevő vendégkör elsősorban a Debreceni Egyetemről, valamint a környékbeli településekről érkezett (a szervezők egyetemi kapcsolata miatt). Ma már, az azóta kialakított falusi turizmus szállásférőhelyek mindegyike egy hónappal a rendezvény előtt megtelik, s a vendégkör 426 településről érkezett, azaz az ország hetedéből. Ez ma már csak magas szintű szervezés során mehet. Az előmunkálatok már hónapokkal a rendezvény előtt elkezdődnek. A túra adatbázisa és on-line jelentkezési rendszere tulajdonképpen egész évben üzemel.

- Az alulról jövő kezdeményezést mutatja, hogy az ország több mint tíz településéről ékezik szervező, akikhez ma már helyi szolgáltatók csatlakoznak az informatikai területtől, az étkezési szolgáltatáson át a szállásadásig.
- Szervezeti szempontból lényeges a feladatok megosztása. A szállásférőhelyek, a rendezvényhelyszín informatikai biztosítása és az étkezési

lehetőségek megoldása a helyi szervezők feladata, míg a marketingtevékenység, a rendezvény szakmai lebonyolítása az egyesületi tagok és turisztikai menedzser szakos hallgatók feladata.

- A feladattípusokat rendszereztük, amelyekhez koordinátorokat rendeltünk, akik felelősek a közvetlen megoldásért, a fő koordinációt pedig sportturisztikai szakemberek végzik.
- A rendezvény anyagi hátterét országos pályázati források biztosították kezdetben, ma már a nevezési díj bevételek, s a szponzorok biztosítják a forrást, amelyet pályázati források csak a további minőségi fejlesztések, beruházások esetén egészítenek ki.

A rendezvény menedzselésének, az együttműködésnek a sikerét mutatja, hogy évről évre az első tíz helyezett között szerepel a teljesítménytúrák országos szavazásán több mint száz rendezvény között, s 2008-ban elnyerte az ultramaratoni túrázók bajnoki futamának megrendezési jogát. Az eddigi sikerek alapján pedig a francia Mount Blanc Ultra Szövetség felkérte, hogy vállaljuk 2009-től e nagyhírű nemzetközi sportturisztikai és ultrafutó rendezvény magyarországi kvalifikációs futamaként történő megrendezését.

A rendezvény pozitív hatásának tekinthető, hogy termékeit a rendezvény ideje alatt helyben értékesítheti, ezáltal többletbevételhez jut, amely a vendégek révén mentesül a szállítás, csomagolás stb. költségeitől *(Mundruczó Gy. - Graham, S. 1996)*. Az általunk szervezett sportturisztikai rendezvény kapcsán ez maximálisan érzékelhető. Személyes interjúk alapján megállapítható, hogy a helyi éttermek forgalma a rendezvény előestéjén és másnapján megközelítette az átlagos egyhavi (turisztikai szezonon kívüli) forgalmat.

Kifejezetten turisztikai szempontú jótékony hatásnak tekinthető, hogy a rendezvény médiába kerülése kapcsán nő a desztináció turisztikai ismertsége, és a sikeres lebonyolításról szóló beszámoló a vendégkör bővülését hozza magával *(Lee et al. 2005 in: Kozma G. 2007)*. Az elmúlt egy évtized alatt a túra bekerült az országos és regionális médiába is (Zöldpont szabadidősport és turisztikai műsor; miskolci, debreceni rádiók stb.). A személyes beszélgetések alapján kiderült, hogy részben ezen reklámlehetőségeknek is köszönhetően érkezik a település vonzerőinek megismerésére az ország távolabbi pontjairól egyre több vendég. Ugyanakkor a túrára érkezők a pozitív élmények hatására, később átlagos látogatóként is gyakran visszatérhetnek *(Kozma G. 2007),* mint azt az önkormányzat kedvező tapasztalatai mutatják. Nem utolsó szempont az sem, hogy erősíti a helyi lakosságban a tradíciók megőrzését, valamint kikapcsolódási lehetőséget jelent számukra *(Kozma G. 2007)*. Ezt támasztja alá, hogy 2007-ig eltelt tíz éves időszakban, a helyi résztvevők aránya rendszeresen a falu lakosságának 10 %-a körül mozog.

Összegzés, avagy lehet -e turisztikai magterület Cserépfalu

Egy turisztikai desztináció sikerességének legfontosabb jellemzői, hogy imázsalkotó turisztikai attrakcióval/attrakciókkal rendelkezik, egyszerre lakó és fogadóterület, amely szolgáltatásait magas szinten valósítja meg, a komplex turisztikai kiszolgálás kiemelkedő szinten menedzselt, ezért a köz- és a magánszféra együttműködésével rugalmasan képes reagálni a piaci változásokra *(Putzkó L. et al. 2007, 2008)*.

Fentebbi szerzők szerint *(Putzkó L. et al. 2007, 2008)* turisztikai magterületnek tekinthetők azok a térségek, amelyek egyrészt jól elkülöníthető, bár rugalmas határokkal rendelkeznek, másrészt megfelelő turisztikai desztináció menedzsment esetén képesek egy térség turisztikai fejődésében húzóerőként részt venni.

Ha a turisztikai vonzerőket nézzük, akkor megállapíthatjuk, hogy a település több szegmensben is rendelkezik olyan országos jelentőségű potenciális attrakcióval, amely réteg célcsoportot érint. Ezen kulcstényezők közé tartozik az európai tudományos jelentőségű ősemberlelet, a Bükkaljai történelmi borvidék, a nemzeti parki Ördögtorony tanösvény, valamint a „No megállj csak!" sporttúrisztikai rendezvény. Azaz megfelelő fejlesztés esetén az attrakciók imázsalkotók lehetnek, ezért húzóerőnek tekinthetőek.

A turisztikai fogadókészségben mennyiségi javulás egyértelműen kimutatható, ugyanakkor a falusi turizmus vendégházak minősége fejleszthető, valamint az ún. támogató tényezők (kiskereskedelem, étterem) komoly beruházásokat igényelne! Bizonyos közszolgáltatásokat a település méreténél fogva valószínűleg a jövőben sem tud ellátni (kórház, banki szolgáltatások, fogorvos), de törekednie kell rá, hogy megteremtse az eléréshez szükséges információk online begyűjtését, valamint ezen szolgáltatások elérésének eszközét.

Amennyiben sikerül összefognia a kistérség településeivel, úgy meglévő szolgáltatásait tovább bővítheti (férőhelyek, éttermek, közszolgáltatások stb.), attrakcióit újakkal egészítheti ki (pl. bogácsi termálfürdő: egészségturizmus). Ha képesek ehhez együtt, egy összefogó turisztikai menedzsment szervezetet létrehozni és működtetni, úgy valóban komplex szolgáltatássá tudják fejleszteni a meglévő vonzerőket és a Mátra-Bükk üdülőkörzet egyik magterületévé válhatnak. Ha mindezeket egyedül kell megoldania úgy mindenképpen szükséges egy profi menedzsmentszervezet alkalmazása a marketingstratégia kidolgozására és a kőkultúra szlogenhez illő olyan tematikus park és látogatóközpont kialakítása, amely a meglévő vonzerőket olyan attrakcióként tálalja, hogy az abból származó bevételi többet stabil jövőbeni lehetőséget nyújtson a hiányzó szolgáltatások elérésének biztosítására.

A további gyakorlatorientált kutatásokban, össze kell állítani a települési paraméterek indexelt adatbázisát, s ezáltal alátámasztani a magterületeknek megfelelő települések kiválasztását.

Irodalom

Buhalis, D. 2000. Marketing the competitive destination of the future = Tourism Management 21. pp. 97-116.

Carter, R. – Fabricius, M. 2007. Destination management an overview. – In: "Creating competitive advantage for your destination": proceedings of the Conference of UNWTO, Budapest, 7th February 2007.

Kiss G. 2003. Cserépfalui Ördögtorony tanösvény. Cserépfalu Község Önkormányzata. 45 p.

Kozma G. 2007. Terület- és településmarketing. – Debrecen, Kossuth Egyetemi Kiadó. 178 p.

Lengyel M. 2005. Térségi (desztinációs) turisztikai menedzsment. – Budapest, MATUR. 8 p. kézirat, előterjesztés az Országos Idegenforgalmi Bizottság részére.

Mundruczó Gy.-né - Graham, S. 1996. Turizmus elmélet és gyakorlat. – Budapest, Közgazdasgi és Jogi Könyvkiadó. 192 p.

Puczkó L. – Aubert A. – Szabó L. 2007. A Dél-dunántúli Régió turisztikai magterületeinek lehatárolása. – Budapest, Xellum Kft. 38 p. kéziratos jelentés

Puczkó L. – Aubert A. – Szabó L. 2008. Az Észak-alföldi Régió turisztikai magterületeinek lehatárolása. – Budapest, Xellum Kft. 18 p. kézirat, előadásvázlat

Rátz T. 1999. A turizmus társadalmi-kulturális hatásai. – Budapest, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Külgazdaságtan Tanszék Turizmus Kutatócsoport. pp. 75-78. PhD dolgozat

Tőzsér A. 2008. A turizmus korszerű irányításának rendszere: a desztináció menedzsment

http://www.matur.hu/ufiles/dok/444/1/1/DM_korszeru_turizmusiranyitas_cikk_1.doc

DR. SZABÓ GÉZA

Tematikus utak és termékmárkák a vidéki turizmus fejlesztésében

Bevezetés

A hazai turizmusfejlesztés követve a nemzetközi trendeket, a 90-es évek termékfejlesztési súlypontú gondolkodását követően (*Lengyel M. 1992*) felismerte a vonzó célterületek, a desztinációk fejlesztésével megnyíló új lehetőségeket. Míg a „termékfejlesztés évtizede" alatt látszólagos dömping alakult ki a különböző vonzerőkön alapuló termékcsoportoknál és az ezeket felépítő terméktípusoknál, addig turizmusunk területi képe éppannyira koncentrált maradt, mint a 90-es évek elején volt. Tehát önmagában a termékfejlesztés nem elegendő a kevéssé ismert és így szerény keresletű területek és települések turisztikai mozgósítására. A kifejlesztett termékek mennyisége jelentős például az egészségturizmusban, vagy a fesztiváloknál, de a borutaknál is. Az általuk érintett települések száma több tucatra, de akár százakra is rúghat, ám önmagában a termék nem biztosíték a keresletre! Az azonos terméktípusba tartozó termékek között óriásiak a különbségek. Egészségturizmusra építhet egy falusi termálfürdő, meg egy nagyvárosi élményfürdő komplexum is. Borutakat fejleszt valamennyi borvidékünk (nem ritkán egy borvidéken több borúti szerveződés is próbálkozik). Szinte már nincs olyan ételünk és helyi termékünk, amelynek ne volna fesztiválja valahol. Ám a terméktípus nevénél jóval fontosabb a keresleti oldal számára az, hogy hol, milyen területen, vagy településen kínálják azt? Egy turisztikai hely, egy célterület már önmagában is biztosíték, márkavédjegy a vendég számára, ami szavatolja az élmények és szolgáltatások minőségét és gazdagságát.

Tehát kimondható, hogy a **mit kínál?** milyen terméke van mellett sokkal fontosabb az, hogy **hol kínálja és hogyan?** A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában (NTS)[1] is preferált desztinációfejlesztés a turizmusfejlesztés napjainkban követett iránya. Ebben kezdeményező szerepet játszanak a térségi jellegű termékek, mint például a tematikus utak. A fejlesztés célja, olyan területi márkák létrehozása, amelyek egyedi termékösszetétellel rendelkeznek és jelentős forgalom gerjesztésére képesek. A fő cél, működő desztinációk létrehozása, amelyekben a turisztikai termékek területi szinergiája, egymást erősítő szerepe adja a fejlődés hajtóerejét. Területi márkát csak minőségi termékek alkothatnak, a célterületté válás valamennyi termék számára kereslet-bővülést hozhat.

Mindezen elvek és szempontok érvényesülését vizsgáljuk jelen tanulmányunkban egy tipikusan területi termékekben megjelenő szakterületnél, a vidéki turizmusnál. Ezen belül is a tematikus utak hazai „vezér" termékeinél, a borutaknál.

[1] Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005-2013. Turizmus Bulletin IX. évf. Különszám 2006.

A tematikus utakat is jellemző diffúz attrakciók sora felhívja a figyelmet ezen vonzerők értékesülésének kérdéseire. A célterületnek, adott esetben egy településnek is fel kell készülnie arra, hogy látogatói megismerhessék értékeit. Ennek alkalmazott módszere a látogatómenedzsment, amit a legkisebb falvakban is alkalmazni kell.

1. A vidéki turizmus termékei

A kilencvenes években a turisták motivációiban átrétegződés figyelhető meg a tömegturizmus élvezet- központúságának (hedonizmus) irányából az egyedi élmények és az új tudás szerzésének igényei felé (*Freyer W. 1997*).

Az egyéni igények a fogyasztási és vásárlási szokásokban is megjelennek. Híres borvidékek jeles borai, valamint a hozzájuk kapcsolódó étel- különlegességek képesek felkelteni ezen igényes üdülők figyelmét. Azoknak a szolgáltatóknak, vendégfogadóknak javul a pozíciójuk, akik képesek kínálatukban a minőséget az egyéni megoldásokkal és különlegességekkel kiegészíteniük. A kommersz, tömeges és középszintű szolgáltatások időszaka leáldozóban van. Az új kihívásokra a turizmus alternatív megoldásokkal válaszolt, a turizmusfejlesztés olyan formákat preferál, amelyek felértékelik és védik a vidéki térségeket természeti értékeikkel, kulturális sajátosságaikkal együtt, hozzásegítik a helyi lakosságot hagyományaik megőrzéséhez és a turizmus fogadási oldalába való bekapcsolódáshoz (*Travis 1988, Culbertson K.-Mazanec J. 1991*). Ezen fejlesztési irányok egyik legmarkánsabb megvalósítója a vidéki turizmus.

1.1. A vidéki turizmus

A tömegturizmus megszokott formái mellett - mediterrán tengerparti üdülés, magashegységi síelés, a metropoliszok városnéző turizmusa - az utóbbi évtizedekben felerősödtek az igények, olyan aktív turizmus változatok iránt, amelyek viszonylagos épségben fennmaradt természeti területeket tárnak fel, közeli kapcsolatot biztosítanak a gazdag tradíciókkal rendelkező tájak és lakóik, valamint a turisták között. Ezek a formák alternatívát jelentenek a tömegességgel szemben, megadják a személyes ismeret- és élményszerzés lehetőségét, valamint teret adnak az aktív sportolási, kikapcsolódási igények kielégítésére. Ezek az igények összekapcsolódnak a helyi kultúrák iránti érdeklődéssel és tisztelettel, lehetővé teszik a táj megkímélését.

A vidéki turizmus fő vonzerőiként a természet közelsége, a még élő tradíciók (tárgyi, szellemi, kulturális, valamint termelési hagyományok), a vidéki életmód, a családi miliő, az emberi kapcsolatok emelhetők ki. Mindezek azonban nem egy meghatározott turizmus-változat alapját jelentik, hanem sokszínű, tájegységenként, településenként, de akár vendégfogadónként is eltérő, sajátosságaikhoz kötődő kínálat és annak megfelelő vidéki turizmus formák kialakulásá-

hoz adnak jó feltételeket. Mivel ezen turizmus változatok közül több is szerves részét képezi borvidékek és településeik turisztikai kínálatának, ezért érdemes áttekintenünk a vidéki turizmus kínálati csomópontjait a falusi turizmustól az agroturizmuson és az ökoturizmuson át egészen a borutakat is tartalmazó tematikus kínálatokig

A vidéki térségek alapvetően kis intenzitású, szétszórt, de sokszínű vonzerőire épül a vidéki turizmus legáltalánosabb formája a ***falusi turizmus*** (*Szabó G. 2006a*).

Magyarországon, a falusi turizmus a falusi környezetben történő szállásadáson túl (a vendégfogadó saját portáján kialakított szálláshelyen fogadja vendégeit):

- kulturális kínálatot (helyi hagyományok, ünnepek, rendezvények, folklór), gasztronómiát (saját ételeivel, házi termelésű borral, pálinkával, szörppel stb. kínálja vendégeit),
- borturizmust (saját pincéjében mutatja be a gazda borait), természetjárást (a természetvédelmi területek felkeresésével),
- gyógyturizmust (közeli gyógyfürdő, vagy speciális helyi klíma kihasználásával), lovas turizmust (helyi lovasudvart bevonva a kínálatba),
- valamint gyermektáborozást jelenthet. Ez utóbbi gyakran kapcsolódik összse a kézműves hagyományok ápolásával, népi kismesterségek bemutatóival is (*Csizmadia L. et al. 1992*).

Fontos jellegzetessége a falusi turizmusnak, hogy vonzerői három nagy csoportba sorolhatók: *a természet közelsége, a természetesség; a megőrzött hagyományok; kiemelkedő jelentőségű a falusi vendégszeretet, a családiasság, mint vonzerő.*

A falusi turizmushoz képest profiljában szűkített, specializált kínálat jellemző az ***agroturizmusra***. Ebben az esetben a vidéki adottságok kosarából, a mezőgazdasághoz kötődőket alakítják üdülési, turisztikai programmá (*Gannon A. 1990*). Az agroturizmus magában foglalja az agrártérségekbe települő, a mezőgazdasági adottságok és termékek értékesítésére szerveződött turizmust. A legegyszerűbben úgy tehetünk különbséget e két forma között, ha azt mondjuk, hogy míg a falusi turizmus a vidéki élet élményeit kínálja a látogatóknak, addig az agroturizmus, a helyi termékeket teszi hozzáférhetővé. Az agroturizmus egy olyan konkrét kínálatot testesít meg a vidéki turizmuson belül, ahol a vidéki környezetben folyó vendégfogadás kereteit működő agrár (kis)üzem adja, a vonzerők jelentős része is az agrárium tevékenységei és termékei közül kerül ki, ezeket a vendégek ellátásánál is felhasználják.

Erősen kötődik a vidéki turizmus gyakorlatához az ***ökoturizmus*** is. A Québec-i Nyilatkozatban meghatározottak szerint, az ökoturizmus legfontosabb jellemzői:

- A turizmus minden olyan természeten alapuló formáját felöleli, amelynél a turisták fő motivációja a természet. Emellett a helyi kultúra emlékeinek megismerése is előtérbe kerül.
- A turistáknál erős tanulási motivációk, környezeti nevelés jelentkezik.
- Általában kisebb csoportokban szerveződik, szervezésében helyi vállalkozások is szerepet játszanak, nem tömeges turizmus és vezetéssel zajlik.
- Alapvető törekvés a természeti és a társadalmi-kulturális környezetre gyakorolt esetleges káros hatások elkerülése, minimalizálása.
- Kiemelkedően fontos szempont, hogy a helyi közösségnek meg kell adni a lehetőséget arra, hogy bekapcsolódjon a turizmus szervezésébe, irányításába.

A megfogalmazott elvek és kritériumok azt jelzik, hogy az ökoturizmus gyakorlata beilleszkedik a szelíd turizmus elvárásainak rendszerébe, és szoros kapcsolatokat ápol a fenntartható turizmus tartalmi jellemvonásaival is.

Kiindulva az ökoturizmus átfogó értelmezéséből, mely szerint: *az ökoturizmus a turizmus minden olyan természeten alapuló formáját felöleli, amelyeknél a turisták fő motivációja a természet, valamint a természeti terület hagyományos kultúrájának megfigyelése...* [2], valamint abból az ajánlásból, hogy: *a helyi közösségeket is be kell vonni a turisztikai fejlesztésekbe, mert az munkát és bevételt biztosít...*[3], a fejlesztéseknek ki kell tekinteniük a természetvédelmi oltalom alatt álló területeken kívülre, és kapcsolatokat kell építeniük az ökoturizmussal együttműködő turisztikai formák felé is. Kiemelten foglalkozva az ökoturizmussal jól összekapcsolható falusi turizmussal is. Ezt a kibővítő megközelítést támasztják alá a legutóbbi évtizedben a turizmusban tapasztalható keresleti trendek, valamint a tömegturizmussal szemben valós alternatívát kínáló turisztikai formák és módszerek tapasztalatai egyaránt.

1.2. Tematikus utak

A vidéki régiók turisztikai attrakcióit fűzik fel azok a földrajzilag is meghatározható kínálatok, amelyek valamilyen téma köré szerveződve, útvonalként kötik össze a terület fő vonzerőit. A formálódó kínálatok a vidéki tájak és települések egy-egy olyan kiemelkedő adottságát választják ki, amely önmagában is képes reprezentálni az adott körzet vonzerejét. Ebben az esetben a tájegység közös jellemvonásait megtestesítő értékek közül keresnek témát az érdekeltek, olyat, ami összeköti a tematikus út kialakítóit. Ilyen kiemelkedő, az idegenfor-

[2] Az ENSZ és a WTO által a Québec-i Ökoturisztikai Világtalálkozón (2002. május 19-22.) elfogadott közös nyilatkozata alapján Québec-i nyilatkozat az ökoturizmusról, 2002: Turizmus Bulletin 2002/4. sz. pp. 13-18.

[3] A fenntartható turizmus fejlesztése c. szakkönyv ökoturisztikai tervezési elvei közül kiemelve 73. p. (WTO 1998)

galmi kínálat „vázát” képező vonzerő lehet egy tájegység hírnevet szerzett, hagyományos terméke: pl. bor, sajt, dohány. Ugyanígy egy körzet, vagy akár régiók azonos korból származó műemlékei is összefoghatók egy útvonalba.

A tematikus kínálatok (utak) lényege, hogy az adott körzetet azonosságaival és természetesen meglévő különbségeivel együtt, egy adottság köré szervezve mutatják be (*Plet F. 1996*). A borutaknál a program vázát a szőlő- és a borkultúra helyi megjelenési formái adják, kezdve a szőlőskertektől, a pincéken, a palackozókon át, a gasztronómiai létesítményekig. A látogatók a kijelölt úton végighaladva megismerhetik a helyi termék előállításának fázisait, megkóstolják a borokat, ismerkednek a történeti, és kulturális háttérrel. A kapcsolódó rendezvényeken (szüret, borfesztivál, borárverés, borrendi ceremónia stb.) részesei lehetnek a helyi mítosz, a hagyományok továbbélésének. A program gerincére a szállásadás, az aktív kikapcsolódás és ellátás adott vidékre jellemző formái fűződnek fel, így téve teljessé a kínálatot.

A tematikus utak - épüljenek azok borra, pezsgőre, konyakra, sajtra, dohányra, vagy kulturális illetve műemléki vonzástényezőkre - egy-egy idegenforgalmi kínálatba „csomagolva”, a vidéki élmények teljes körét adják. A múltból eredő hagyományok összekötik a városokat a vonzásterületükön fekvő falvakkal, így jelentős földrajzi egységekre, régiókra is kiterjedő kínálatok jöhetnek létre. Jó példája ennek Németország, ahol a borutak a vidéki turizmus többi terméktípusával összekapcsolódó rendszerben működnek.

1.3. Borturizmus és a borutak

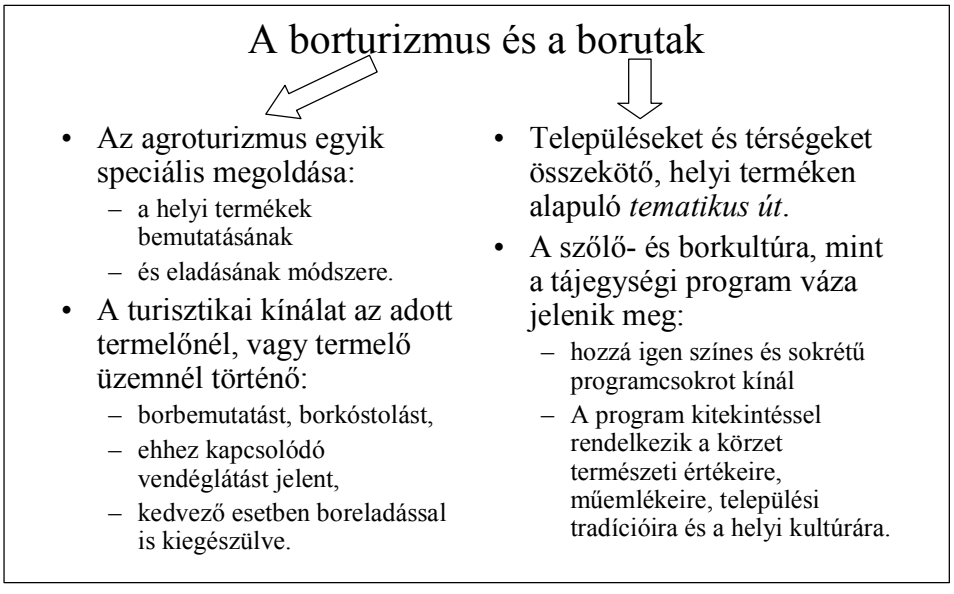
A bor az európai civilizáció egyik legősibb és legtöbb hagyományt hordozó produktuma. Szinte kínálja magát egy- egy tájegység turizmus kínálatának vezérfonalául. A közös termék létrehozása kölcsönös előnyöket jelent a bortermelés és a turizmus számára egyaránt.

A bortermelők számára a turizmus elsősorban helybeli értékesítési lehetőséget, helyi piacot jelent. A vendégek igényei a bortermelés minőségi megújítását ösztönzik. A turizmus egy igen erős imázsjavító tényező, hírnévkeltője az egész tájegységnek, de legfőképpen agrártermékének a bornak. Ez utóbbi reklámhatást nem szabad lebecsülni! A túltermeléssel küzdő borpiacra betörni, ott pozíciókat szerezni a marketing hagyományos módszereivel igen nehéz, hiszen a borkereskedők ragaszkodnak megszokott szállítóikhoz, ugyanakkor a fogyasztók turistaként könnyebben megnyerhetők. A borút közvetlen kapcsolatot jelent a termelők és a piac között.

A vendégek számára a borturizmus a borral, annak termelőjével, a termőhellyel, a helyi tradíciókkal való közvetlen ismerkedésre kínál kiváló lehetőséget. A bor minőségi és bizalmi termék, ennek a fogyasztói bizalomnak a megteremtése történhet meg egy borkóstoló közben, a gazdával beszélgetve, információkat gyűjtögetve magáról a borról, értékeiről a benne megtestesülő hagyomá-

nyokról. Mindezek kiegészülve a termőtáj turisztikai kínálatával, élményekben és az új ismeretek megszerzésének örömében részesítik a látogatót. A jó bor mellé személyes tapasztalatok és kapcsolatteremtés társul, valamint a borkultúra napjainkban igen népszerű ismereteinek egy újabb szelete. A borvidéki kirándulásról hazatérő vendég kellemes emlékei, a pihenés legszebb pillanatait megörökítő fotói mellett „tárgyi bizonyítékként" ott vannak a megvásárolt borosflaskák is, amelyeket egy meghitt estén felbontva a pihenés, üdülés élményét idézheti fel. Mindezt baráti körben téve a boroknak, a borkultúrának és magának a kirándulásra csábító tájnak toboroz újabb híveket.

A borturizmus és borutak vendég és vendégfogadó számára egyaránt megszerezhető előnyeinek áttekintése után érdemes röviden meghatározni, hogy mit tartalmaz a két gyakran használt kifejezés, milyen azonosságok és persze milyen lényeges különbségek vannak közöttük?



***A borút térségi turisztikai termék és közösségi alkotás*,** amiben szerepet vállalhatnak mindazok – a magánszemélyektől a vállalkozásokon át az önkormányzatokig – akik a tájegység turisztikai fejlesztésében és a borvidék megerősítésében érdekeltek:

- A szőlővel-borral foglalkozó őstermelők, vállalkozások, szervezetek;
- Vendéglátással, gasztronómiával, turizmus szervezéssel foglalkozók;
- A vonzerők „birtokosai": rendezvények szervezői, múzeumok működtetői, kézművesek, helyi termék előállítók, művelődési és hagyományőrző intézmények, szervezetek;

- A vendégfogadással foglalkozók a falusi vendégfogadástól a panziókon át egészen a hotelekig;
- A helyi és térségi szakmai és civil szervezetek;
- Valamint a települések „gazdái" az önkormányzatok és ezek intézményei.

A hazai borutak[4] szerveződő országos képviselete is meghatározta a fogalom tartalmát. *A borutat olyan összetett turisztikai terméknek tartják, amely sajátos, egyedi kínálatokkal rendelkezik, szervezett egységként működik, piacra jutását közösségi marketing segíti, és szolgáltatásai minősítettek, így megfelelnek a nemzetközi turisztikai elvárásoknak*. A megfogalmazás hangsúlyozza a turisztika, a helyi kultúra és a borászat szoros összekapcsolódását és jelentőségét a vidékfejlesztésben, valamint a civil szerveződések kiemelt szerepét a helyi érdekeltek összefogásában.

1.4. Hazai példák és tapasztalatok a borutak fejlesztésében

A borút idegenforgalmi kínálatként csak a legutóbbi 8-10 évben vált ismertté Magyarországon. Az Európai Bortermelő Régiók Gyűlésének (AREV)[5] az elsődlegesen EU-s borvidékeket támogató borút fejlesztési programjaiba bevont Baranya megyében jött létre az első hazai példa, a Villány-Siklósi Borút. A Villány- Siklósi Borút Egyesület, amelynek tagjai között a települések önkormányzatai és helyi polgárok mellett a vállalkozók is képviseltetik magukat, működési céljaként határozta meg: „a borvidéki borút létrehozását, a borvidék sajátos arculatának és tájegységi képének erősítését, a borturizmus fellendítését, a kétezer éves borkultúrában rejlő fejlesztési lehetőségek kibontakoztatását". A Phare alap támogatásával megvalósított borút program három alappillére: a kínálatok és programok minősítési rendszere, az idegenforgalmi információs rendszer és a közösségi marketing tevékenységek. A kiépült borút programjai természetesen erősen kötődnek a borhoz. A bortermelő, szőlőművelő hagyományok bemutatása, a pincészethez-borászathoz kötődő kézműves mesterségek megismerése, borkóstolás, borvásárlás a borút minősített pincéiben, vendéglátás, pinceprogram, üdülés a borosgazdánál. Ezeket kiegészítő programok teszik még gazdagabbá:

- falusi turizmus, falusi programok,
- gasztronómiai programok,
- természetjáró programok,
- kerékpáros, lovas programok,

[4] 2007-ben 22 borvidékünkön 33 szervezet regisztráltatta magát borútként, képviselőik az országos érdekképviselet szervezését (Magyar Borutak Országos Szövetsége) a fogalom tartalmi definiálásával együtt kezdték meg.
[5] A szervezet több mint 60 régiót fog össze Európa különböző uniós tagállamaiból.

- különböző hobbi tevékenységek,
- kulturális és művészeti programok,
- rendezvények, helyi ünnepségek,
- vallási turizmus stb.

1.4.1. A hazai borutak jellemzői, turisztikai típusaik

Ismerve a hazai borvidékek egyéni sajátosságait nehezen képzelhetnénk azt el, hogy mindegyik borvidéki borút hasonló jellegű kínálatot hozna létre. A táji, termőhelyi és idegenforgalmi adottságok borvidékenkénti különbségeit ehhez igazodó turisztikai kínálattal, borút kialakítással érdemes megjeleníteni. Erre szerencsére az európai borutakon számos követendő példát találhatunk.

A Borutak Európai Tanácsa (CERV), figyelemmel a kontinensen több évtizedes hagyományokkal rendelkező borutakra (Rajna-Pfalz, Elzász), és az 1992 óta, az Európai Unió Dionysos programjával fejlesztett borutakra (többek között: Alentejó, Porto régió, Szicília, Stájerország, Katalónia, Lombardia) a következő típusaikat határozta meg (*Szabó G. 2000, 2006b*):

1. *Nyitott borút*, borkóstoló helyek laza hálózata. Borkóstolásra és étkezésre, vendéglátásra felkészült egységek egy idegenforgalmi régióban.
2. *Tematikus borút*. Ebben a borkóstoló helyek speciális programokkal egészülnek ki. Leggyakrabban kultúra, természet (különleges értékekkel rendelkező védett terület), gasztronómia kapcsolódik hozzájuk.
3. *Klasszikus borút*. Konkrét bejárható útvonal, „borkörút", ahol minősített borkínáló és eladóhelyek, vendéglők, szálláshelyek, látnivalók, valamit programok várják a turistákat. A látogatókat információs táblák irányítják a keresett szolgáltatáshoz.

A hazai adottságokra átültetve ezt a típusbeosztást a következők jellemzik (*Szabó G. – Sarkadi E. 2006*):

<u>Nyitott borút</u>: a széttagolt, egymástól viszonylag távol fekvő termőhelyekből összetevődő borvidékek borturisztikai kínálata. Sajátosságok:

- a nagy földrajzi távolságok az egyes borúti állomások között,
- a szolgáltatók kevéssé ismert borokkal és vendéglátással rendelkeznek, hírnevük erősítésre szorul,
- nincsenek országos vonzású, borkultúrához, turizmushoz kapcsolódó rendezvények,
- nem fekszik olyan nagyváros, vagy üdülőhely a közelben, amely állandó keresletet biztosítana,
- a viszonylag kis intenzitású kínálat főként a borturizmus három alapvető formájára támaszkodik, melyek a kóstolás, eladás, vendégfogadás,

- jellemző a borászatok nagy száma, valamint azok jelentős technológiai színvonalkülönbsége,
- alacsony a palackozott bor részaránya a kibocsátott termékek között.

A fejlesztés célja egy olyan vidéki turizmus hálózat kialakítása lehet, amely a táj és a borvidék megismertetésén keresztül a borok hírnevének erősödését is magával hozza. A borturizmus konkrét kínálatai mellett, az ilyen borvidékeken a falusi turizmus, az agroturizmus és a kulturális ajánlatok fejlesztése lehet a helyi lakosság mozgósításának, borúthoz kapcsolásának kulcsa, a fejlesztés megalapozója.

A Dél-Dunántúlról ilyen nyitott borútnak minősíthetjük a Tolnai Borutat, de az észak-magyarországiak közül több is ebben a fejlesztési irányban keresheti jövőjét. Kimondottan ez lehet az „útja" az alföldi borvidékek borút fejlesztéseinek.

Tematikus borút: koncentráltabb borászati és turisztikai kínálatot feltételez

- már fellelhetők olyan jelentős idegenforgalmi attrakciók, amelyekhez érdemes kapcsolni a borturisztikai szolgáltatásokat,
- a speciális programok itt már meglévő turisztikai kínálatokat jelentenek, úgymint:
  - *védett természeti érték megtekintése, ökoturizmus;*
  - *ismert kulturális rendezvény, fesztivál, helyi ünnep, kulturális és örökség turizmus;*
  - *vagy a borturizmus harmonikus kiegészítője, a gasztronómia.*
  - *vízparti üdülés,*
- a „sűrűbb" borúti kínálat létrejöttét gátolják a termelőket és a borútba bekapcsolódott szolgáltatókat egymástól elválasztó földrajzi távolságok is,
- a meglévő és működő, a piacon ismert turisztikai kínálatok mellett feltörekvő, minőségi jegyeket felmutató borokat találunk.

A tematikus borút kialakítására alkalmas borvidékek egymást erősítve kapcsolhatják össze a borút szolgáltatásait a már meglévő, keresett attrakcióikkal. Ezeken a borvidékeken a borok hírneve, a borászkodás és a hozzá kapcsolódó vendéglátás kínálata még erősítésre szorul, ebben a turisztikai programok sokat segíthetnek. Ebbe a csoportba sorolhatjuk a frissen létrehozott, fejlődő kínálatú Dél-Balatoni Borutat, vagy a Bóly-Mohácsi „Fehér bor útját". A meglévő és működő, a piacon ismert turisztikai kínálatok mellett feltörekvő, minőségi jegyeket felmutató borokat találunk. Összekapcsolódva minkét terület, a turizmus és a borászkodás is nyerhet.

A *Klasszikus borút,* vagy borkörút a borutak harmadik válfaja.

- Az ide sorolható borvidékek nagy hírnévvel és látogatottsággal büszkélkedhetnek.
- Termelőik és borúti szolgáltatóik száma jelentős, ezek egymáshoz viszonylag közel helyezkednek el.
- Jól kiépített, a szolgáltatások, a programok gazdag választékát nyújtani tudó vendégfogadók és borkóstolók, gasztronómia létesítmények találhatók.
- A borvidéken, vagy annak közelében jelentős számú vendéget biztosítani képes nagyváros, ill. üdülőhely, vagy gyógyhely fekszik.
- Meghatározó adottságaik a:
    - kis földrajzi távolságok,
    - sok egymást kiegészítő vonzerejű település, nagy számú helyi szolgáltató,
    - jelentős számú látogató.

Ebbe a típusba nagy hírű, de kis kiterjedésű, a vendégfogadásban elismert borvidékeink tartozhatnak, mint a példává vált Villány-Siklósi Borút, a Badacsonyi Borvidéki Borút, vagy a Somló hegyének borútja. Az egymáshoz közeli fogadóhelyek és települések lehetővé teszik a táj útvonalszerű bejárását. Ilyen „borkörút" létrejöttének irányába mutatnak a Szekszárdi és a Sopron borvidékeken tapasztalható idegenforgalmi fejlesztések is. A fejlesztési irány a magas színvonalú borászkodással, magas elismertségű borokkal jellemezhető borvidékek számára realitás, olyanoknak, ahol a borászok felismerték a borturizmusban rejlő lehetőségeket és maguk is beléptek a szolgáltatók közé. Közülük több a borkóstoltatás és eladás mellé a vendéglátásban, a gasztronómiában és még a szállásadásban (családi panzió kialakítása) is létrehozott kínálatokat.

A fenti típusalkotás rámutat a hazai borútfejlesztés meghatározó szakmai kérdésére, a borvidékenként jelentősen eltérő egyéni sajátosságok figyelembevételére a turisztikai kínálat kialakításánál. Nem szabad mechanikusan átvenni egyik borvidékről és annak működő borútjáról a másik borvidékre az ott már bevált módszereket és példákat. A kidolgozott módszereket adaptálni kell a helyi adottságoknak megfelelően, meg kell találni azokat az egyedi jellemvonásokat, amelyek a kínálatot különlegessé, csak arra a borvidékre jellemzővé teszi. Az egyediség lehet az a szempont, ami alapján hasonló módszerekkel, de helyhez igazítva jönnek létre egymástól is különböző borúti fejlesztési irányok, itt a változatosság és sokszínűség lehet a siker záloga elszakadva az egyszerű másolástól. A siker mércéje ne a kialakult példák „receptszerű" követése legyen, hanem a borvidék és borainak hírnév emelkedése, a borúti települések ismertté és keresetté válása, a helyi szolgáltatások forgalom bővülése.

1.5. A Pannon Borrégió borútjainak helyzete, szolgáltatásai

A négy dél-dunántúli borvidéket tömörítő (Villányi, Pécsi, Szekszárdi, Tolnai) Pannon Borrégióban a Villány-Siklósi Borút példáján érdemes áttekinteni a borúton kifejleszthető szolgáltatás kategóriákat. A borút idegenforgalmi kínálatának gerincét természetszerűen a bor, annak előállító-, bemutató-, kóstoló- és eladóhelyei jelentik. Erre épülhetnek rá a különféle ellátást, szállást és programot nyújtó szolgáltatások (*1. ábra*).

A kifejlődő sokszínű kínálatot értékelve kétféle típusú szolgáltatás határozható meg. Az első a borra alapozódó szolgáltatások láncolata. Ennél a különböző szolgáltatások, mint borkóstolás, boreladás, vendéglátás, vendégfogadás, programok a saját borra szerveződnek. A gazdák, a vendégfogadók különböző fejlesztéseket favorizálhatnak, kínálatuk is ennek megfelelően egymásétól eltérő lehet, de az alapja minden esetben a jó bor.

A szolgáltatások másik csoportja a kínálat egy-egy szintjén kiegészítő, kapcsolódó ajánlatokkal jelenik meg. Saját bor ezeknél nincs, de étkeztetéssel, gasztronómiai specialitásokkal, különböző kategóriájú szálláshelyekkel és változatos programokkal gazdagítják a borút turisztikai kínálatát.

Borra alapozódó szolgáltatások	**Kiegészítő kínálatok**
	→Programok (kulturális, sport és szabadidős)
↑Üdülés bortermelő gazdánál	→Szálláshelyek (hotel, motel, panzió, falusi vendégfogadás, kemping)
↑Borkóstolás+ vendéglátás	→Gasztronómiai létesítmények (étterem, vendéglő, csárda)
↑Boreladás+ kóstolás	→Boreladás (Bor szakbolt, vinotéka)

1. ábra. A borutak szolgáltatás- csoportjai (Szabó G. 2000, 2006b)

A Villány-Siklósi Borút építés első etapjának, 1997. év végére már több mint 30 minősített szolgáltató várta a borvidékre érkezőket. Ez a szám napjainkra megközelítette 60-at, az általuk kínált szolgáltatások száma pedig 160-ra emelkedett. A kedvező tapasztalatok nyomán a Villány-siklósi példa továbbadására szintén a Phare alapok támogatásával már a dél-dunántúli régió többi borvidékére kiterjedő borút fejlesztési program indult. A villányi, a mecsekaljai, mai nevén Pécsi borvidék Bóly-mohácsi termőkörzetének, a szekszárdi, a tolnai és a dél-balatoni borvidékek[6] két éves együttmunkálkodása számos új tapasztalatot és eredményt hozott, megteremtődtek a borvidéki borutak kínálati alapjai a Dél-Dunántúlon.

[6] A Dél-Balatoni, vagy mai nevén Balatonboglári Borvidék az időközben létrehozott Balatoni Borrégió tagja lett.

A borutak fejlesztésben a Villány-Siklósi Borút Egyesület partnereiként elsőként a borvidékek bor szakmai (hegyközségek) kulturális (borrendek) és civil szerveződései (borkultúra alapítványok) jelentek meg, majd ezek "bábáskodásával" sorra alakultak meg a borút egyesületek. Mára valamennyi partner borvidéken működik ilyen.

A borút fejlesztés első lépéseként bor- szakmai, vállalkozói, vendégfogadói és marketing elemekből álló helyi képzések zajlottak az érdekeltek felkészítésére. A borvidékek borosgazdái és vendégfogadói a tanultak alapján készültek fel szolgáltatásaik bővítésére, színvonaluk emelésére.

A közreműködő borvidékek átvették a Villány-Siklósi Borút példáját az információs hálózat létrehozásában és a marketing tevékenységek végzésében. Mindegyik borút elkészítette turistákat vonzó és tájékoztató kiadványait, borút térképeit, megtervezte információs táblarendszerét. A borút egyesületek igyekeznek vendégkör szervezőként is fellépni, információs központként a látogatókat a működő szolgáltatókhoz irányítani. A kialakult borúti szolgáltatások minősítését is elvégezték a Villány-Siklósi Borút rendszere alapján.

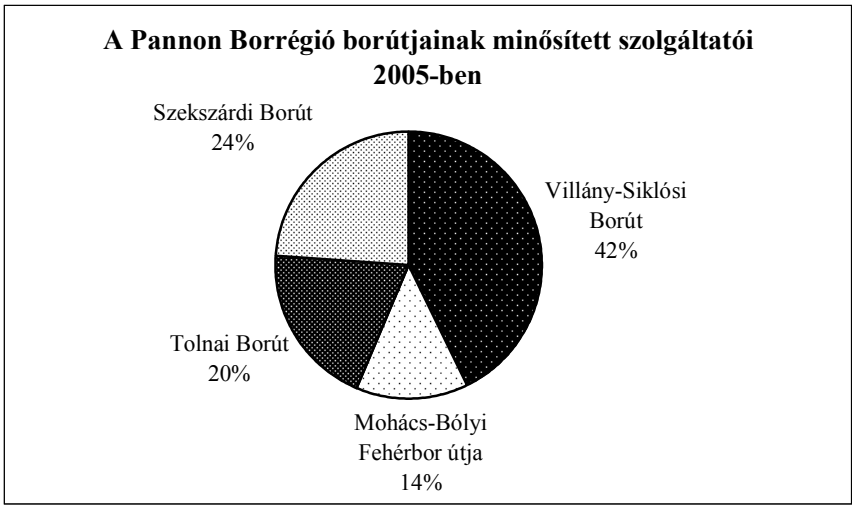
A régiós program eredményeként a meglévő Villány-Siklósi Borút mellé csatlakozott a Bóly - Mohács körzetében megszerveződött "Fehér bor útja", a Szekszárdi Borút, a Tolnai Borút és Somogy északi részén a Dél-Balatoni Borút.

1.5.1. A borrégió borútjainak meglévő minősített kínálata

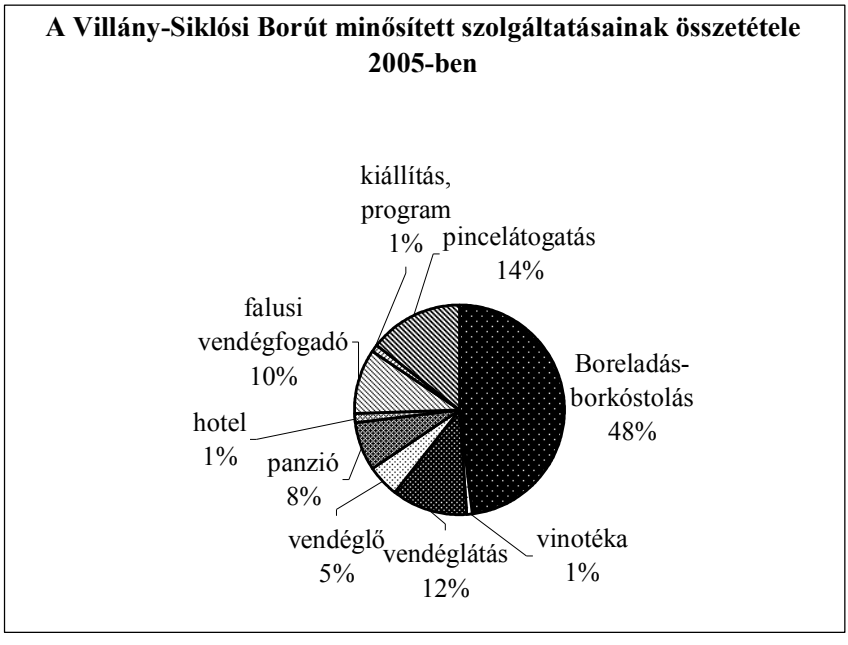
A Pannon Borrégióban – a Pécs Mecseki Borúton kívül – működő négy borút minősített szolgáltatóit vizsgálva – összesített számuk megközelíti a 140-et - ma is egyértelmű a Villány-Siklósi Borút meghatározó szerepe (2. ábra). A régió minősített szolgáltatóinak 42%-át ez a borút adja. A II. Phare támogatással beindított borutak szolgáltatóinak száma egyenként 20 és 33 közé esik, tehát nagy kínálat bővülésről az elmúlt fél évtizedben nem beszélhetünk. Némileg kedvezőbb a helyzet, ha szolgáltatók kínálatait vesszük számba. A borrégióban ezek együttesen megközelítik a 400-at. A szolgáltatások csokra 62-től (Mohács-Bólyi Térségi Fehérborút) 80-90 -es átlag mellett 160-ig terjed a Villány-Siklósi Borúttal bezárólag. Ez azt is jelenti egyben, hogy egy-egy minősített szolgáltató kínálatában legalább kétféle, ha nem három szolgáltatás található.

A kínálat zömét adó **Villány-Siklósi Borút** szolgáltatási képe alapjaiban alig változott a kilencvenes évek vége óta. Az „érett" termékciklusba lépett borút a 3. ábrán látható módon igen sokszínű kínálattal rendelkezik. A szolgáltatások meghatározó része, közel 2/3-a erősen a borhoz kapcsolódik (borra épülő terméklánc), boreladást és kóstolást, valamint pincelátogatást tartalmaz. Ehhez a vonulathoz ízesülnek még a borkóstoló mellé kínált ételek (vendéglátás) és a jelentős súlyú, 10%-ot elérő falusi vendégfogadás is. Jellemzője a kínálatnak, hogy a pincelátogatástól a kóstolón és vásárláson, a borok mellé kínált ételeken át a szálláshelyig törekednek a vendégfogadók végigkísérni a látogatót.

Ez a törekvés testesül meg a jeles borászok által működtetett kóstoló és vendéglátóhely, panzió együttesek esetében is. Jó néhány bortermelő falusi vendégfogadóként is képes üdülésre fogadni borbarát vendégeit.



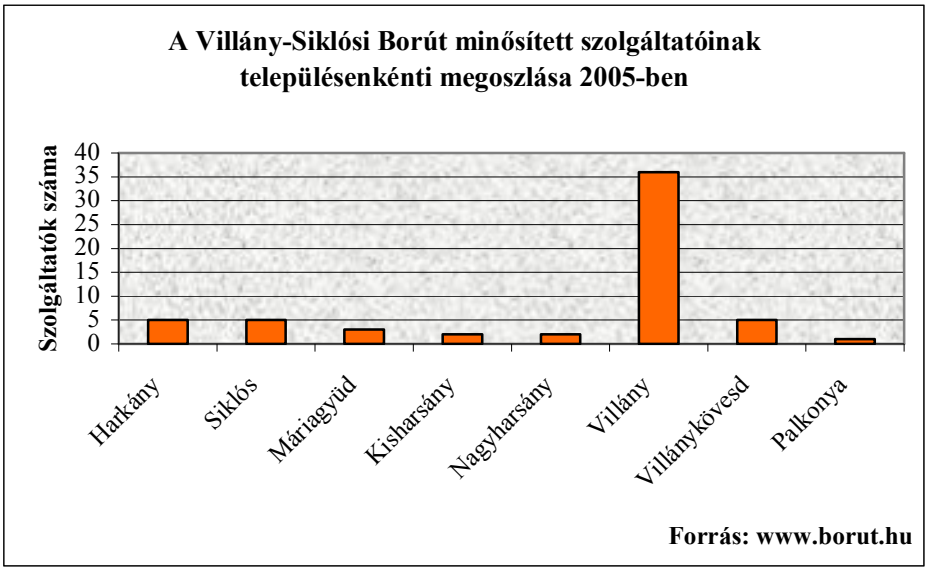
2. ábra



3. ábra

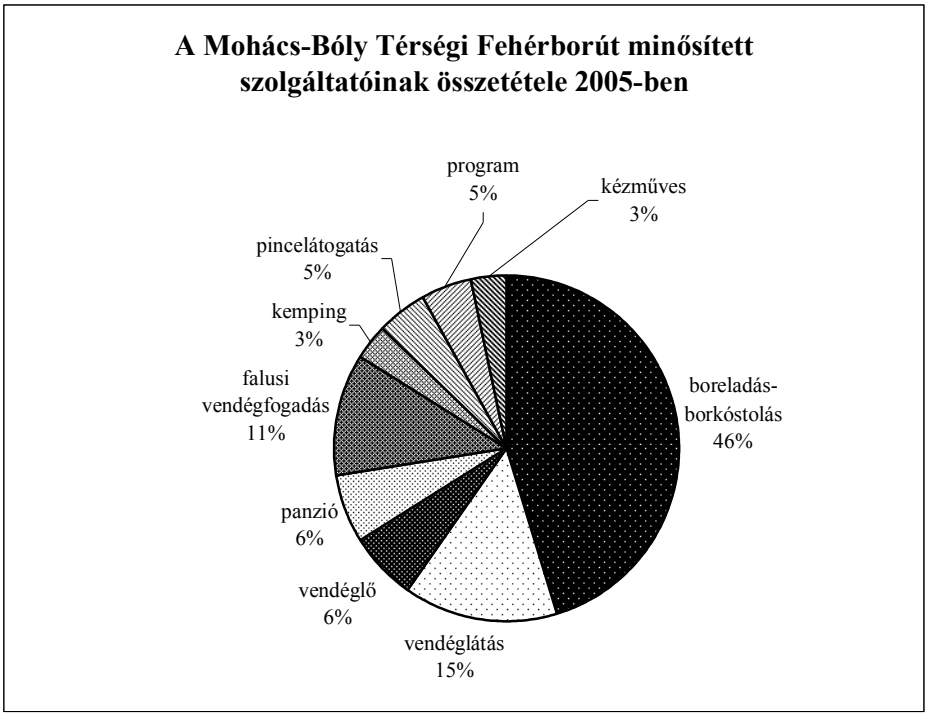
A kiegészítő szolgáltatások is teljes körben kiépültek. Minőségi és tájjellegű éttermek, vinotékák fogadják a borúton kirándulókat, akik bátran válogathatnak a minősített szálláshelyek széles választékából a panziótól a hotelig. További attrakciókat pedig a borút kiállításai, valamint programjai hoznak.

A Villány-Siklósi Borút fejlett kínálata egy dologban elgondolkodtatják az értékelőt és lehűtik az adaptáció lehetőségein morfondírozókat. A 4. ábrán látható módon a borút kínálata rendkívüli módon településfüggő! Villány szolgáltatói közel 60%-os súlyt képviselnek, a többi borúti település alig jelenik meg 1-5-ig terjedő szolgáltatóval. Ez a rendkívüli differenciáltság alig oldódott az első minősítések óta, ami jelzi, hogy a borút alapvetően Villányt jelenti.



4. ábra

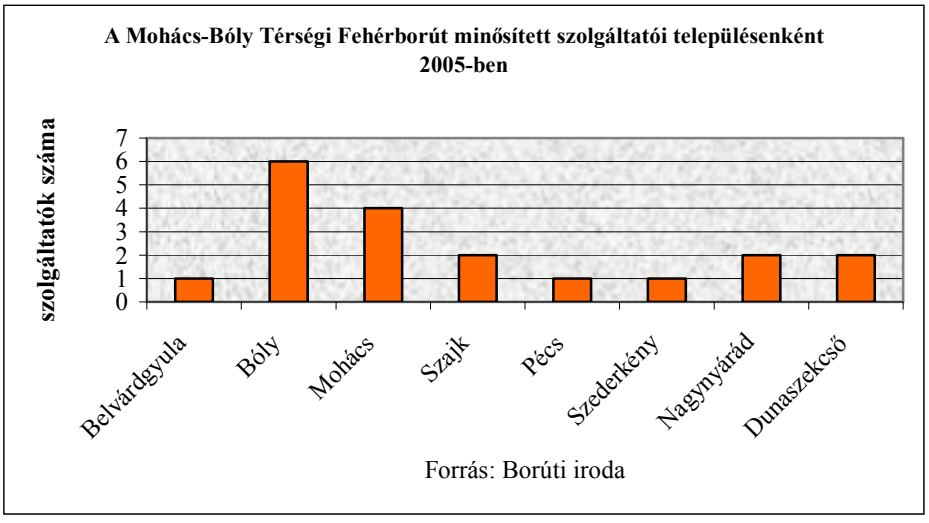
A kilencvenes évek végén, a Villány-siklósi mintára létrehozott borutak szintén adhatnak tapasztalatokat a Pécs-mecseki fejlesztésekhez. A Pécsi borvidék dél-keleti részén működő *Mohács-Bóly Térségi Fehérborút* kiépített kapacitásait tekintve (19 minősített szolgáltató mintegy 62 -féle szolgáltatással) a kisebbek közé tartozik. Az 5. ábrán látható módon, a borút szolgáltatásai összetételüket tekintve erősen hasonlítanak a bevallottan példának tekintett Villány-Siklósi Borúthoz. Meghatározó súlya a boreladásnak és borkóstolásnak van. Jelentősebb arányt képvisel még 10% feletti részvétellel a vendéglátás és a falusi vendégfogadás. A borúti turisztikai termék komplexitását a kiegészítő kínálatok erősödő megjelenése mutatja, úgymint: vendéglő, panzió, kézműves tábor. Jó példák ezek arra, hogy nem csak bortermelők kaphatnak szerepet a borút kínálatának kialakításában, hanem a vidéki turizmus számos vállalkozása, szolgáltatása is szervesen kapcsolódik össze a tematikus kínálat gerincét alkotó borral.



5. ábra

A Mohács-Bóly Térségi Fehérborút térségi megjelenését mutató 6. ábra alapján megállapítható, hogy a borút – kedvező jellemvonásként – meglehetősen kiterjedt, a termőkörzet nyolc településén találhatók minősített szolgáltatók. Ám ez a kiterjedtség egyelőre még csak első látásra erősség, hiszen a két kiemelt centrum (Bóly és Mohács) mellett a többi településen csupán egy vagy két szolgáltató készült fel a vendégfogadásra. Ezek az adatok még csak kiépítés közben lévő borútra utalnak. A kínálatban feltűnő, kisebb kínálatú települések még csak azt jelzik, hogy az „idea", a tematikus kínálat fejlesztése már megragadt a szolgáltatók egyéni fejlesztési elképzeléseiben, ám ez még nem általános elterjedtségű, inkább potenciál-hordozónak tekinthető. Ami fontos tapasztalat, és a Pécs-Mecseki Borút számára is megszívlelendő, hogy a kínálati centrumnak számító településeken kívül – ahol a szolgáltatások széles skálája formálódik ki – a többi falu specializálódó, saját egyedi adottságaikat hangsúlyozó kínálatot fejleszt ki. Ilyenek minősül Dunaszekcső, ahol a rendezvény kínálatok és a római örökség adja a profilt, ami korhű vendéglátással és gyermektáborral is kiegészül. Az összefoglalóan Lugió projekt (a település római kori nevére utalva) ugyan ma még csak részleteiben illeszkedik be a borúti kínálatba, ám igen jelentős fejlesztési, arculati és kommunikációs potenciálokat hordoz. A másik

specializálódó kínálat, települési profilalkotás példája Nagynyárád, ahol a megyei szinten is elismert falusi turizmus mellé országos vonzású rendezvények (pl. Kékfestő Fesztivál, Savanyítási Verseny) kapcsolódnak.

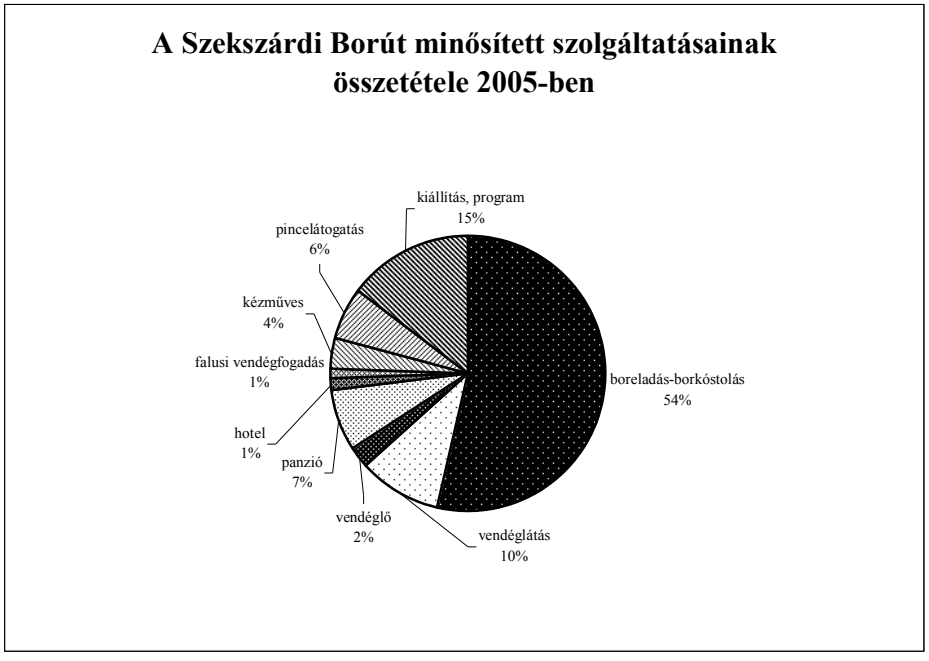


6. ábra

A Pécsi Borvidékkel szomszédos Szekszárdi Borvidék szintén a kilencvenes évek végén kezdte meg kiépíteni borturisztikai kínálatát. A **Szekszárdi Borút** a maga 33 minősített szolgáltatójával és 82 szolgáltatás fajtájával a Pannon Borrégió jelenleg még csak közepes méretű borútját képezi. A borút 7. ábrán látható szolgáltatási összetétele egy fejlődésének első szakaszában lévő borúti kínálatra utal. Szolgáltatásai zömmel még az iniciális kategóriába tartozó boreladást és borkóstolást (54% a teljes kínálatból) jelentik. Szekszárd kiemelt szerepét egyik borúti település sem kérdőjelezheti meg. A 8. ábrán jól kivehető, hogy a város szolgáltatói uralják a borúti kínálatot, Szekszárd dominanciája egyértelmű Villány méretű saját borvidékén és borútján. Ez is a kiindulás és elsődleges fejlődés állapotára jellemző.

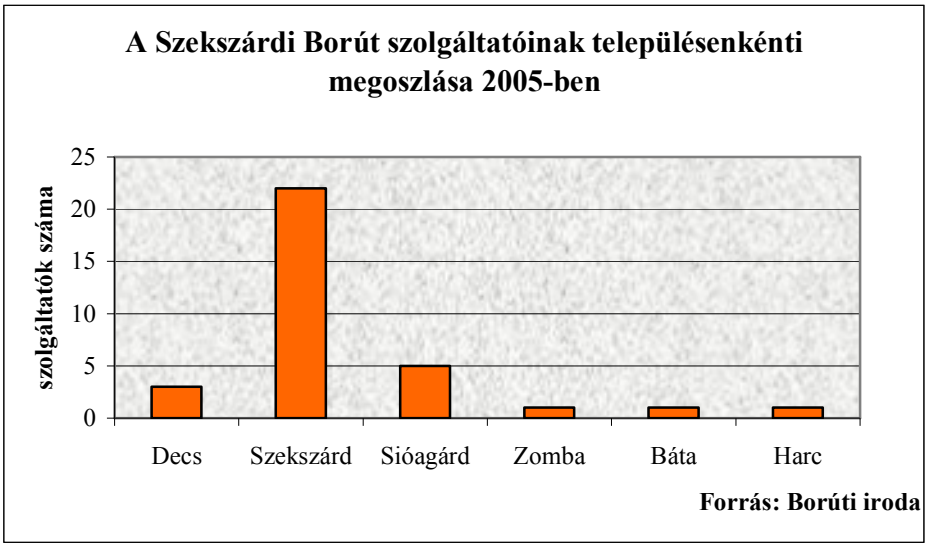
A kínálatban további sajátosságok is felfedezhetők. Pozitív, hogy a kiegészítő kínálatoknál számos rendezvény, kiállítás és program is erősíti a borút vonzását. Ebben a vonatkozásban a legerősebb kínálatot szervezte meg Szekszárd az egész dél-dunántúli borút hálózatban! Egyéni sajátosság, hogy a szálláshely-kínálatban bővül a kategóriák sora. Megjelenik a panzió és a hotel is, ami városi dominanciájú borútnál természetesnek tekinthető. Így nem szabad meglepődni azon sem, hogy a falusi turizmus – a régió többi borútjától markánsan eltérve – alig jelenik meg a minősített szolgáltatások között.

A borút meghatározó centrumán kívüli települések közül csak a Leányvárral és hírneves pincesorral büszkélkedő Sióagárd képes felmutatni jelentősebb kínálatot (5 minősített szolgáltató), a többi négy település egyelőre még csak belekezdett a borúti fejlesztésbe, de jelentősebb megjelenésükre még várni kell. Ez a kezdeti jelleg nyomja rá bélyegét a Szekszárdi Borútra, a térségi jellegből fakadó előnyöket a Szekszárdra koncentrálódó kínálat még nem produkálta, a központ köré, mellé még nem szerveződött jelentős – magát a centrumot is erősítő – szolgáltatási kínálat.



7. ábra

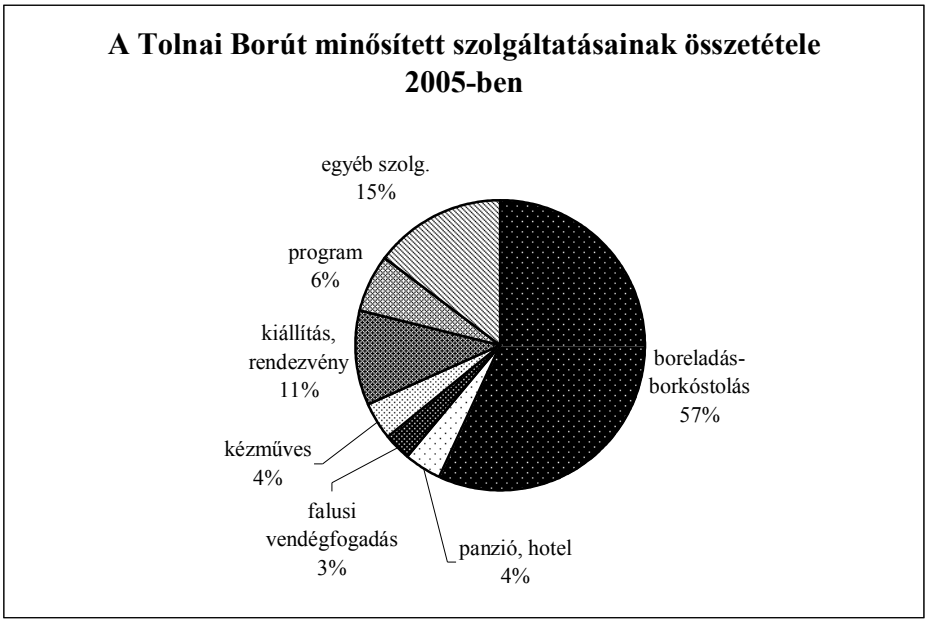
Különleges színfoltja, elemzendő egyedisége a Pannon Borrégió borútjainak a Tolnai Borvidéken kifejlesztett tematikus kínálat. A **Tolnai Borút** talán valamennyi régiós borút közül is a legmostohább alapfeltételekkel indult. A borvidék ismertsége és elismertsége alacsony a borok iránt érdeklődők köreiben. A terület igen kiterjedt, több tájegységet is érint a Külső-Somogytól, a Tolnai Hegyháton és Mezőségen át egészen a Völgységig és a Duna-mentéig. A döntően rurális térség turisztikai vonzása meglehetősen szerény, vendégforgalmi adatai a régió sereghajtói közé sorolják. Mindezek ellenére egy ábráinkból (9. és 10. ábrák) is szépen kibontakozó, a borúti tipológia alapján „nyitott borútnak" minősíthető térségi tematikus kínálat jött létre, nagyon szorgos szervező és fejlesztő munkálkodás révén.



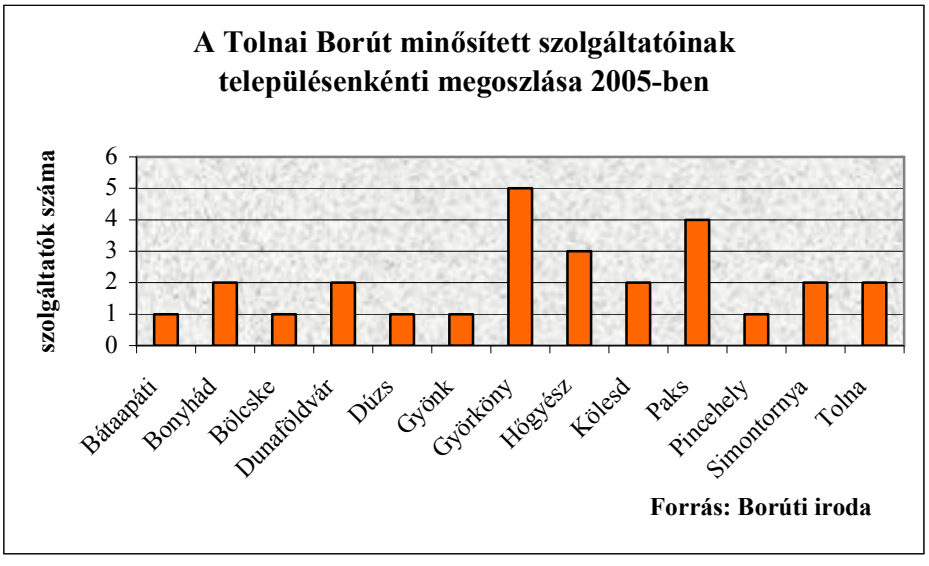
8. ábra

Ez a kínálat közel 60%-ban az alapvető borúti szolgáltatásokat tartalmazza: a boreladást és a borkóstolást. Figyelmet érdemel egy ilyen területileg rendkívül kiterjedt borúton, hogy a kínálat fennmaradó 1/3-része milyen sokféle elemet foglal magába! Ebben szintén egyedülálló a régióban. A másodlagos kínálati súlypontok inkább a programok, rendezvények kategóriába tartoznak, ami kedvezőnek tekinthető és további kommunikációs, valamint arculati előnyöket is hordoz. Ám attól sem szabad eltekinteni, hogy a szálláshelykínálat – ami alapja lehet egy tartamosabb, üdülést és kiterjedtebb kirándulásokat, valódi borút bejárást magába foglaló programoknak – meglehetősen szerény, szinte alig jelent meg!

A kínálat második elemzési szempontjában lévő térségi jellegben a Tolnai Borút eddigi produkciója mintaszerű. A borúti szolgáltatások már eddig is 13 tájegységbe tartozó településen jelentek meg, ezzel a számmal első a borrégióban! A kiterjedt térségi jellegét hangsúlyozza az is, hogy nincs, nincsenek domináns centrumai. Györköny, vagy Paks, ill. Hőgyész, Kölesd csupán 2-3-mal több szolgáltatót tudnak felmutatni, mint a többi, bekapcsolódott borúti település. Ez egy kiegyenlített kép, ám inkább kedvezőtlennek ítélhető idegenforgalmi szempontból, semmint kedvezőnek. A turizmusban a centrumok jelentős kínálatai hordozzák a meghatározó mozgatóerőt. Ez az imázs és vonzerő kiterjed a többi térségi településre is. Valódi, masszív kínálatú és vonzású centrum nélkül a „kicsik” is az ismeretlenség árnyékában maradhatnak, nehezen tudnak kibontakozni a meglehetősen szelektáló piacon.



9. ábra



10. ábra

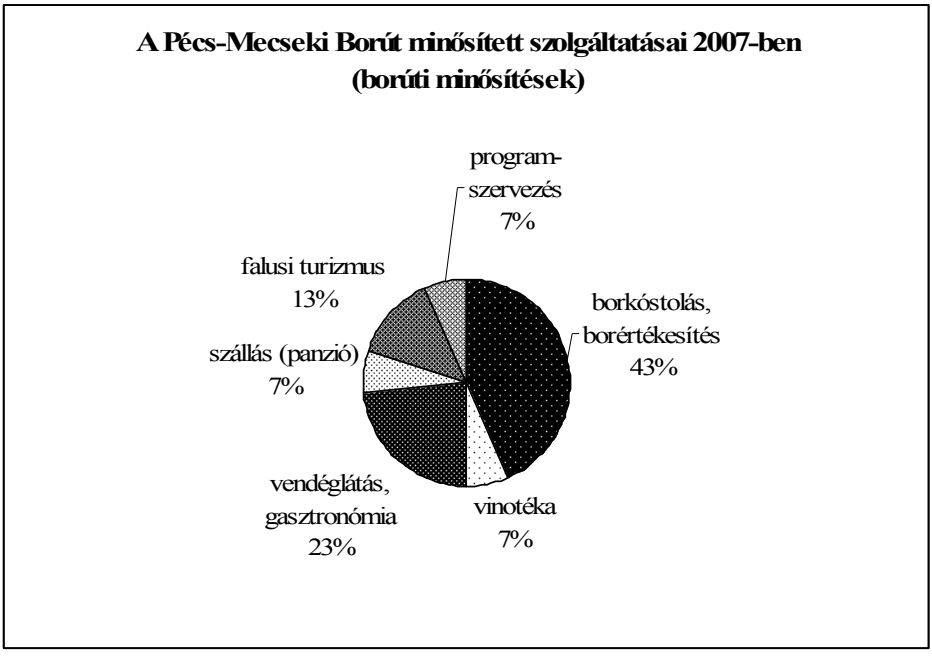
A már közel évtizedes múltra visszatekintő Pannon Borrégiós borutak nyomán, a Pécsi Borvidék mecsekalji termőterületei is belekezdtek borúti szerveződésükbe. A Mecseknádasdtól Pécsváradon és Hosszúhetényen át, a borvidék centrumát Pécset is magában foglalva, egészen Szigetvár-Turbékig terjedő termőterület borászai, szőlősgazdái, gasztronómiában és turizmusban, kultúrában érintett vállalkozásai és szervezetei 2005-ben alapították meg a **Pécs-Mecseki Borutat**. A borút fejlesztési stratégiája 2006-ban elkészült[7]. Ennek nyomán megindult a borúti rendszerek fejlesztése, kiépítése. 2007. év tavaszán a felkészült szolgáltatók bevonásával megindult a minősítés is. Az első körben még csak pécsi, pécsváradi, mecseknádasdi, valamint a borút nyugati oldaláról Szigetvár környéki, turbéki szolgáltatók kerültek be a minősített borúti tag kategóriába. A minősítés első körébe bevont 20 szolgáltató összességében 30 -féle szolgáltatása nyomán már kezd kibontakozni a borút szolgáltatásainak profilja, amit a 11. ábra mutat be.

A minősített szolgáltatások összetételét látva egyrészt egy iniciális állapot fogható meg, másrészt illeszkedés tapasztalható a Pannon Borrégió többi borútjának a kínálatához. A diagram jelzi, hogy itt is, mint valamennyi értékelt borútnál a borúti alapszolgáltatás, a borkóstolás ás boreladás a meghatározó, közel felét adva a kínálatnak. A borút egyik erőssége lehet a már ma is a szolgáltatások mintegy negyedét adó gasztronómia és vendéglátás.

Még ezen a városok uralta termőhelyen is előkelő helyet foglal el a falusi vendégfogadás kínálata, mintegy 13%-át adva a jelenlegi szolgáltatásoknak. A maradék helyeken egyenletes eloszlással a programszervezés (ez más borutakra kevéssé jellemző), a bor szakboltok (vinotékák) és egyéb szálláshely szolgáltatók (panziók) osztoznak. Az induló szakaszban még elég kevés a minősített szolgáltatás és viszonylag szűk a kínálati spektrum is a Pécs-Mecseki Borúton.

A területi-települési megoszlása a szolgáltatásoknak is erre a kezdeti állapotra utal, hiszen Pécs mellett (12 -féle szolgáltatás), csak Mecseknádasd (13 -féle szolgáltatás) képez jelentősebb gócpontot, Szigetvár, vagy Pécsvárad még csak néhány kínálattal szerepel.

[7] Szabó G. – Sarkadi E. 2006: A Pécs-Mecseki Borút Turizmusfejlesztési Stratégiája. Pécs-Mecseki Borút Egyesület, Pécs



11. ábra

Áttekintve a Pannon Borrégió eddig kifejlődött négy borútjának és a legfrissebb Pécs-mecsekinek a jellemzőit, a fejlesztés és a további hazai borutak szempontjából az alábbi megállapításokat tehetjük:

- A borútnak rendelkeznie kell jelentős centrummal, centrumokkal – itt a több nem hátrány -, amelyek jelentős számú szolgáltatóval rendelkeznek, értékelhető turisztikai imázsuk és keresletük van.
- A centrumok – a régióban inkább az egyközpontúság a jellemző lásd a Villány-siklósi, vagy a szekszárdi borutak példáját – széles szolgáltatási spektrummal rendelkezzenek, amelyhez a többi település kínálatai csatlakozhatnak, ill. kiegészíthetik azt.
- Kedvező, hogyha az „érettebb" borutakra jellemzően, a boreladás-borkóstolás szolgáltatások nem egyedüli súlypontjai a kínálatnak. Fontos elemek még – főleg a centrumokban – a szálláshelyek (széles minőségi tagolásban) és a programok, rendezvények. Különösen a centrumokban fontos a gasztronómiai kínálatok jelentős volumene és minőségi jellege, ezt a borkóstoláshoz kapcsolódó vendéglátás szolgáltatásai nem pótolhatják!
- A borutak fejlődése során figyelmet érdemlő jellemvonás, hogy a saját megtermelt borra alapozott szolgáltatásokat kiegészítve egyre több kapcsolódó kínálat jön létre a vendéglátástól a szálláshelyeken át a progra-

mokig. Ezekben a kiegészítő szolgáltatásokban jelentős fejlődési perspektívák rejtőznek, kiaknázásuk a bekapcsolódók körét jelentősen kibővítheti, a fejlesztés térségi hatását erősítheti!

- A borutak szempontjából kedvező, ha a centrumot/centrumokat specializálódó kínálatú és jelentős számú, szolgáltatással rendelkező település egészíti ki. Ezek a települések jelenítik meg a borút térségi jellegét, és hozzák be a jórészt városi centrumok mellé a vidéki turizmus kiterjedt szolgáltatási és programkínálatát. Alapját adják a turisztikai funkciómegosztásnak!
- A borútba bekapcsolódó települések jelentős fejlődési potenciállal rendelkeznek és megteremtik a hálózatos, térséget átfogó turisztikai fejlesztések lehetőségét: kerékpárutak, ökotúra útvonalak, természetjárás, kulturális útvonalak stb.

A borút, mint tematikus turisztikai kínálat képes egy egész térség, tájegység, esetünkben termőterület, idegenforgalmi fogadóterület teljes kínálatát integrálni. Az egyes, elkülönülten már eddig is létezett szolgáltatások, rendezvények, programok összekapcsolhatók egymással, kiegészítik egymást, ráépülhetnek a meglévő vonzerőkre, felszabadíthatják a szinergiákat. Az egymás mellett létezésből a jóval hatékonyabb együtt fejlődés felé mozdulhatnak el. A szolgáltatók a bortermelőktől a szállásadókon keresztül a gasztronómiában vállalkozókon át egészen a programszervezőkig – kulturális rendezvény- és fesztiválszervezők – a közös érdekeik mentén foghatnak össze. A közös érdek összefogásra ösztönzi a vonzerő tulajdonosokat és fenntartókat (egyházak, nemzeti parki igazgatóság, műemlékvédelmi szervezet, hagyományőrző szervezet stb.), a tájegységi településeket, valamint a turisztikai kínálatot előállító szolgáltatókat.

A borút, mint tematikus út a térségi összefogást követeli meg fejlesztése során. Létrehozásához valamennyi érdekelt, a vállalkozói és civil szféra, valamint az önkormányzati és intézményi szakterületen dolgozók együttműködése szükséges. Ez a területi alapú együttműködés már jó bevezető a térségi kínálatokat, desztinációkat menedzselő szervezetek létrehozására. Ám a piaci siker nagyban múlik a desztinációt felépítő települések vendégbarát megjelenésén. A településeken dől el a termék- és desztináció fejlesztő munkálkodás eredményessége! Az érkező vendégek felismerik-e a helyi attrakciókat, kibontakozik-e előttük a falu vagy kisváros turisztikai vonzása, vagy mindez rejtve marad? A település bemutatása és bemutatkozása kulcskérdés, a megismertetés hatékony módszereinek áttekintésével éppen a tematikus kínálatok és márkaként felfogható termékek piaci sikere alapozható meg.

2. Látogatómenedzsment a településeken

Az attrakciókkal és megfelelő fogadóhelyi szolgáltatásokkal rendelkező települések kiinduló kérdése, hogy miként mutassuk be lakóhelyünk és környékének értékeit, vonzerőit a hozzánk érkezőknek? A bemutatás, vagy szakmai nyelvezet szerint az ***interpretáció*** *„... olyan folyamat, amelynek során egy-egy helyszín, vagy objektum jelentőségét és értékeit közvetítik a látogatóknak annak érdekében, hogy azok élményeket szerezzenek, jobban megértsék a bemutatott örökséget, és jobb legyen a viszonyuk az értékek megőrzéséhez”*[8]

Felkészülésünk elején tisztáznunk kell, hogy:

- Mit akarunk bemutatni?
- Kinek akarjuk bemutatni?
- Hogyan szeretnénk elvégezni a bemutatást?

Hogy mit szeretnénk bemutatni azt legegyszerűbben településünk, lakóhelyünk és környezetének (ebbe beleértve természeti környezetét is) vonzerőit felmérve és értékelve tudjuk eldönteni. Első feladat tehát, hogy birtokába kell kerülni a helyi tudásnak, a természeti, kulturális, történelmi, műemléki és szellemi hagyományoknak, azok tájban, településen megjelenő tárgyiasult elemeinek (épületek, településrészek, műalkotások), vagy átöröklődött, kulturális emlékeinek (helyi legendák, történetek).

A megcélzott közönség ismerete sem hanyagolható el, hiszen a bemutatás módját is erősen befolyásolja az, hogy:

- érett felnőttek érdeklődésére, múltbeli nosztalgiáira és gyermekkori falusi élményeire tudunk alapozni;
- vagy a magyar hagyományokat kevéssé ismerő külföldiek a vendégeink;
- ill. szerencsés esetben kíváncsi, de szertelen kiskamaszokkal indul el a bemutatást vezető települést és tájat bemutató túrájára.

A meglévő vonzerők és a célközönség is befolyásolja a bemutatás módját. Elindíthatjuk önállóan a csoportot, mert úgy felkészült településünk, hogy útbaigazító, tájékoztató táblák és térképek, helyi kiadványok segítik az ismerkedést, tehát megadható az önálló felfedezés öröme vendégeinknek. Ám ha személyesen is közre kívánunk működni a megismerésben és a látnivalók élményekké alakításában, akkor más módszert és más felkészülési módot kell választanunk az interpretáció előkészítésére!

[8] In. Puczkó L. – Rácz T. 2003: Turizmus történelmi városokban. *Turisztikai Oktató és Kutató Kkt. Bp*. 56. p.

A felkészülés alaplépéseit két megoldásban taglaljuk, kapcsolódva ahhoz a kérdéskörhöz, hogy ***mit mutassunk be?*** Egymástól eltérő sajátosságaik miatt külön foglalkozunk a településeken megoldandó feladatokkal és a védett területek bemutatásával.

2.1. A település bemutatása

A kínálat értékelése

A települési turisztikai attrakciók jelentik minden bemutatás alapját. Ezen belül fel kell mérni, hogy a hely hangulatát, sajátos egyedi – más településektől megkülönböztethető – arculatát minek köszönheti? Ebben a műemlékek, védett településrészek, épületcsoportok (pl. a főtér, vagy a pincesor), megkapó, szép látványt nyújtó panorámák (a település látképe) mellett legalább ilyen súllyal esik latba a helyi múzeum, vagy tájház, egy néprajzi gyűjtemény, vagy egy kellemes hangulatú presszó, ahol egy kávét kortyolhat el a vendég sétája során. Ekkor tapasztalhatja meg a település lakóinak kedvességét, szerezhet élményeket a mindennapi élet apró örömeiből, érezheti annak a varázsát, hogy vidékre, a nyugalomba érkezett meg.

Elsőként a település „fő" vonzerőit kell számba venni, azokat, amelyekről ismert és melyekre a helybeliek is büszkék:

- különleges természeti képződményei (pl. vízpart) , szép panoráma pontjai;
- műemlékei, a hagyományos építészet fennmaradt értékei, helyi védettségű épületei, településrészei, közterei;
- ehhez kapcsolódva külön figyelmet szenteljünk a helyi szakrális kultúrát hordozó egyházi épületekre (templomok, kápolnák), akár településkép formáló kálváriákra, útmenti kőkeresztekre;
- szintén felmérendők a helyi kultúra fő hordozói, a múzeumok, kiállítások, vagy a tájház;
- a kultúra hordozói között figyelmet érdemelnek a hagyományos gazdálkodás fennmaradt emlékei, a kézművesek, a helyi termékelőállítók (pl. méhészet, gyógynövény szárító);
- fontos szerepe van a látogatók szempontjából a helyi ellátó szolgáltatásoknak is, mint: bolt, presszó, étterem, borozó stb.
- figyelmet érdemelnek a helyi szellemi kultúrát is bemutató rendezvények, fesztiválok, helyi ünnepek is.

Az attrakciók ismeretében már könnyebb áttekinteni a hozzáférés módját. Miként érkezik meg a vendég, hogyan tudja megközelíteni a fő látnivalókat, milyen útvonalon haladva szerezheti meg a legtöbb élményt? Mindezeket végiggondolva a parkolás problematikáját sem hanyagolhatjuk el!

A település bemutatását célszerű előre megtervezett útvonalakra építeni. Ebben a célszerűség, hogy minél könnyebben és gyorsabban elérhetők legyenek a látvány és élménypontok, a fő vonzerőink; szerepet kell adni magának a bejárás élményének is. Sétautak, kertek, gyalogos átjárók, patakpart igénybevétele, még ha növeli is az út hosszát, annak attraktivitását jelentősen emelheti.

Terveinkben számolnunk kell a települési eseményekkel is! Egy helyi ünnep, vagy hetivásár, esetleges falunap, vagy helyi fesztivál olyan különleges látnivaló, amit be kell vonnunk a javasolt programokba.

A települést bemutató programoknál fel kell készülni arra is, hogy a vendégek hogyan tudnak információkat szerezni az adott látnivalókról?

- Van-e információs pont, turisztikai információs iroda a településen, vagy vállalkozik e arra pl. az önkormányzat, vagy a helyi boltos, hogy szóban, vagy helyi kiadvány terjesztésével segíti a kirándulókat?
- Ki vannak-e táblázva a látnivalók, hogyan lehet bejutni mondjuk a tájházba?
- Mikor fogad látogatót a fazekas és mikor lehet vásárolni a helyben készült savanyúságokból?
- Milyen a helyi fesztivál programja és hogyan szerez erről tudomást a látogató?

Amennyiben mindezeket tisztáztuk még érdemes azon is morfondírozni, hogy milyen napszakos rendet javasolhatunk vendégeinknek a felmért látnivalók megtekintésére. Ebben az esti órák is fontosak lehetnek!

2.2. A látogatók

A településünket felkereső vendégek korosztályi sajátosságaira és ebből fakadó motivációs különbségeire már fentebb felhívtuk a figyelmet. Ám a látogatók ezen befolyásoló tényezőkön túl is kategorizálhatók. A szakirodalom az ismeretbefogadás módja, a látogatók személyiségi jegyeiből is kiinduló érdeklődése alapján is meghatároz csoportokat (*Puczkó L. – Rácz T. 2000, 2003*).

1. A legkedveltebb, igazán motivált célcsoportot az erőteljesen érdeklődő „*kutató, kereső, érdeklődő*” csapat jelenti. Ők keresik a látnivalókat, önállóan is felkutatják az információkat, mert valóban mindent meg akarnak tudni az adott attrakcióról. Hálás vendégkör, amelyik minden segítséget értékel és elfogad, amit az ő tájékozódásához felkínálnak. Jelentős kihívás is egyben ez a vendégkör, mert mindenről többet akar tudni, és vannak korábbi tapasztalatai hasonló látnivalókról. Csak a jól felkészült, szuggesztív és rugalmas kísérő alkalmas tudásvágyuk kielégítésére, amit több csatornán is elvégezhetünk. A szóbeli információkon kívül, ők az in-

formációs táblák, múzeumi leporellók és helyi kiadványok buzgó olvasói és legtöbbször kritikusai is. Szívesen mondják el élményeiket és véleményüket, ezt hallgassuk nyitott fülekkel, próbáljunk okulni belőle!

2. A látogatók második csoportját az igen találóan „*botladozó*”-nak nevezettek alkotják. Ők még kevésbé rutinosak a helyi látnivalók felderítésében. Szerencsés véletlenek folytán találnak rá a megismerhető attrakcióra. Elérésükhöz alapvető fontosságúak az információs táblák és a könnyen felfedezhető információadó helyek, turisztikai irodák, ahol kedvesen fogadják őket! A "botladozás" egyik oka lehet az idegen közeg, a nyelvismeret hiánya. Ezért segítsük a külföldi vendégeket abban, hogy ők is tudjanak tájékozódni, ők is megismerhessék településünk látnivalóit! Ebben a nyelvi korlátokat áttörő piktogramos információs táblák, az idegen-nyelvű kiadványok és a helybeliek kedvessége sokat jelenthet.

3. A harmadik csoport a „*követőké*”. Ők az igazán segítségre szorulók. Az információ megszerzésében mindenképpen másik személyre, az interpretátorra támaszkodnak. Ők ragaszkodnak az idegenvezetőhöz, a helyi kirándulást szervezőhöz. Híven követik akár egy múzeumi sétán, vagy egy fél napos település bejáráson. Önállóan nem kezdeményeznek látogatást, de szívesen fogadják a javaslatokat.

4. A „*menekülők*” kategóriába tartozók jelentik a helyi bemutatással foglakozók számára a másik nagy kihívást a „*kutatók…*” mellett. Nálunk a kihívás abban jelentkezik, hogy ők a legkevésbé érdeklődők a megszerezhető információk irányában. Legszívesebben nem vesznek tudomást a látnivalókról, sőt elkerülik a vezetett bemutatókat. Ők is „becserkészhetők” ám csak finom módszerekkel, az erőszakos ajánlgatás éppen ellenkező hatást fejti ki náluk. A legcélszerűbb hagyni őket saját megszokott életrendjükben, de főleg írásos információkkal, azokat megfelelően adagolva (mondjuk múzeumi katalógust a reggeliző asztalon hagyva) felhívhatjuk figyelmüket a programlehetőségekre.

2.3. A bemutatás módja

A látogatók tipizálásából is kiderült, hogy vendégeink csak igen széles eszköztárral érhetők el. Csak ezek kombinálásával, a vendégkör sajátosságait figyelembe vevő tervezéssel, bemutatási technikák ügyes kiválasztásával érdemelhető ki a siker, amit úgy hívnak, hogy elégedett vendég!

A bemutatás módszerei között alkalmazhatunk:

- *Személyes bemutatást*, amikor idegenvezető, tárlatvezető, múzeumpedagógus, vagy kirándulásvezető foglalkozik a vendégekkel. Ez esetben az interaktivitás, a közvetlen információszerzés és visszajel-

zés a meghatározó. A látnivaló sikere, vagy éppen a bemutatás eredménye a vendégek szemében azonnal visszatükröződik.

- A *részvétellel működő eszközök* már önállóan is használhatók. Ilyenek az írásos kirándulásvezetők, vagy a látnivalót bemutató kiadványok, amelyeket a látogató hazavisz és otthoni élmény felidézésében is használhat.
- Az *élő, élményszerű bemutatást* segítő technikák (pl. vetített előadás, film) mozgás közben és hangokkal is alátámasztva egészítik ki a helyi élményeket. Ez önállóan is igénybe vehető, sőt a használt diasor, vagy film, hangok, zene megvásárolható, otthon is felidézhető.
- A *statikus bemutató* módszer során képekkel, táblákkal, ábrákkal oldják meg az informálást. Erre példa a tanösvények kihelyezett információs táblarendszere, amelyet a látogatók önállóan is használhatnak.
- A bemutatás történhet *„újszerű technikai eszközök"* segítségével is, amelyek akár képek, szövegek, hanghatások közvetítésére is alkalmasak az előre kijelölt helyszíneken. Ez lehet egyszerű CD lejátszó, de ismerünk már GPS-el kombinált multimédiás kirándulásvezetőket is a világ nagy múzeumaiból.

Mindezek az eszközök és a használatukkal támogatott eszközök igen hasznosak abban, hogy a lehető legteljesebb élményt adjuk településünk látogatóinak. Arról se feledkezzünk meg, hogy az interpretációs módszerek leghatékonyabbja a kedves emberi szó. A felkészült és figyelmes kísérő, akit nevezhetünk idegenvezetőnek, vagy kirándulásvezetőnek, és aki lehet egy gondos házigazda is, megfelelő helyismerettel és a helybéliek magabiztosságával!

Összegzés

A termékfejlesztés szcenárióját váltó desztinációfejlesztés a térségi turisztikai termékek révén indítható el. Ilyen térségi, a szolgáltatások széles körét összegyűjtő, a magánszemélyek, a vállalkozások, a helyi közösségek és önkormányzatok közreműködését is megkövetelő turisztikai termékek a borutak. Fejlesztésük Pannon Borrégiós tapasztalatai az ország más vidéki térségei számára is fontos információkat hordoznak. Egyik ilyen tapasztalat, hogy a piaci siker csak elfogadott területi márkává, földrajzilag is identifikálható célterületté válva érhető el.

A meglévő értékek, a feltárt turisztikai vonzerők még a kistelepüléseken is csak a látogatómenedzsment módszereivel válnak ismert és elfogadott kínálattá.

Irodalom

A fenntartható turizmus fejlesztése (Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek) WTO 2000: Geomédia Bp. 185 p.

Assam, R. 1993: Entwicklungstendenzen des ländlichen Tourismus in der Europäischen Gemeinschaft (In. Europäisches Forum für Landtourismus 1993 Mai, Weiden) pp. 15-18.

Balog Á. 1995: Ökoturizmus: álom és valóság. ÖKO 4. évf. 1-2. sz. pp. 25-35.

Becker, C. 1984: *Der* Weintourismus an der Mosel. In.: Berichte zur Deutschen Landeskunde 58.

Culbertson, K. - Mazanec, J. 1991: Sanfter Tourismus, WiSt Heft 8, 1991, pp. 413-414.

Csizmadia L. – Kádas L. – Kenéz Gy. – Reischl G. 1992: Fizetővendéglátás és falusi turizmus (Alapismeretek a szállásadók és vendégfogadók részére) I. kötet. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző, Vállalat Bp.

Freyer, W. 1997: Tourismus - Marketing. R. Oldenbourg Verlag München/Wien, 267 p.

Fructus, M. (ed.) 1996: Guide pratique des gestionnaires de routes du vin. EU Ouverture-Reset Project, Université de Bordeaux 1. 180p.

G. Fekete É. 2007: A turizmus megjelenése és szerepe az aprófalvak funkcióváltásában.Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek IV. évf. 1. sz. pp. 21-55.

Gannon, A. 1990: Rural development through agri- tourism, REUR Technical Series No. 14. FAO Roma

Henselmann, M. 1991: Fremdenverkehr versus Umweltschutz im Alpenraum. Kyrill & Metód Verlag München. 209 p.

Kabai R. 2001: Falusi turizmus és tájvédelem. Turizmus Bulletin 2001/4. sz.

Kenéz Gy-né 1995: Az agroturizmus A falu X. évf. 2. sz. pp. 83-91.

Kiss K. 2001: Falusi turizmus eltérő értelmezések, eltérő piaci lehetőségek. Turizmus Bulletin 2001/1. sz. pp. 19-32.

Lengyel M. 1992: A turizmus általános elmélete. VIVA Reklámügynökség Bp. 211. p.

Plet, F. 1996: A termék bemutatásától a vidék bemutatásáig: „a borutak". Falu-Város-Régió Francia területfejlesztés különszám, pp. 57-62.

Puczkó L. – Rácz T. 2003: Turizmus történelmi városokban. Turisztikai Oktató és Kutató Kkt. Bp. 56. p.

Puczkó L. – Rácz T. 2000: Az attrakciótól az élményig, a látogatómenedzsment módszerei. Geomédia Budapest, 399 p.

Sarkadi E. - Szabó G. - Urbán A. 2000: Borturizmus szervezők kézikönyve I. AMC - Baranya megyei Falusi Turizmus Szövetség, Pécs. 86 p.

Souchier, R. 1996: Három együttműködési program az európai bortermelő régiók részvételével. In. A falusi turizmus mint a vidéki térségek megújításának egyik esélye. Velem, 1996. Csapó T. - Szabó G.(ed.) MTA RKK-FTOSZ Szombathely, pp. 17-28.

Sucha, S. M. 1996: Német-cseh turizmus: kanyargó folyók, ódon várak és festői hegyek között. Deutschland 2. sz. pp. 38-39.

Sustainable Development of Tourism, A Compilation of Good Practices. 2000: WTO Madrid, 185 p.

Szabó G. 1999: A területfejlesztés és a turizmus tervezés kistérségi tapasztalatai a Dél-Dunántúlon, különös tekintettel a falusi turizmus fejlesztési feladataira. Alma Mater II. évf. 3. sz. Budapest. pp. 65-85.

Szabó G. 2000: A vidéki turizmus fejlesztési lehetőségei és módszerei geográfiai megközelítésben hazai példák alapján. Ph.D. disszertáció, PTE TTK Földrajzi Intézet Pécs. 221 p.

Szabó G. (szerk.) 2007: „A vidéki jövedelemszerzési lehetőségek bővítése" – az „idegenforgalmi tevékenységek fejlesztése révén" tárgykör szakmai elemzése. II. részteljesítés az FVM, mint AVOP Irányító Hatóság számára. FATOSZ Bp. 135p.

Szabó G. 2006a: A vidéki turizmus Magyarországon. In.: Aubert A. (szerk.) Magyarország idegenforgalma. Szakkönyv és atlasz. Cartographia Kiadó Bp. pp. 38-41

Szabó G. 2006b: A borturizmus Magyarországon. In.: Aubert A. (szerk.) Magyarország idegenforgalma. Szakkönyv és atlasz. Cartographia Kiadó Bp. pp. 42-45

Szabó G. 2007: Turizmus és geográfia; Turizmus és a terület valamint vidékfejlesztés; A geográfia és a turizmus területi aspektusai; Az idegenforgalmi helyzetértékelés elvei és módszerei; Fejlesztési stratégiák és modellek a térségi turizmusban fejezetek szerzője, társszerzője In.: Aubert A. (szerk.) A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei. PTE TTK FI Pécs, 391p.

Szabó G. – Sarkadi E. 2006: Weinstrassen als ein speciells touristisches Produkt: Konzeption, Erfahrungen und Beispiele in Ungarn Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung. Universitat Bayreut. Heft 243. pp. 127-147

Travis, A. S. 1988: "Alternative" tourism. Naturopa 1988/59. pp. 25-27.

Québec-i nyilatkozat az ökoturizmusról, 2002: Turizmus Bulletin 2002/4. sz. pp. 13-18.

DR. VINNAI GYŐZŐ

Hagyományápolás és turizmusfejlesztés Nyíregyházán

Bevezetés

Nyíregyháza fontos területévé, gazdasági húzóerejévé válhat az idegenforgalmi ágazat. Az elmúlt évtizedek fejlődése, a város kedvező földrajzi fekvése, a világhírű Tokaj és a természeti szépségekben gazdag Felső-Tiszavidék közelsége, a három határon átívelő kapcsolatok, a javuló infrastruktúra és a turisztikai szolgáltatások színvonalasabbá tétele mind-mind felértékeli Nyíregyháza és a megye turizmusban betöltött, pontosabban betöltendő szerepét.

Közismert, hogy a turizmus az egyik leggyorsabban növekvő ágazat, s a szakemberek az előttünk álló években is dinamikus fejlődést jósolnak az idegenforgalomnak. Nekünk itt Nyíregyházán és térségében úgy lehet bekapcsolódni ebbe a pozitív folyamatba, hogy egyfelől a hagyományokra építve különleges (egyedi) kínálatot nyújtunk az ideutazóknak, másfelől a nevezetességeink és a fürdőszolgáltatásunk egymásra épülő rendszerét a mai követelményeknek megfelelve a pihenni vágyó emberek igényeihez igazítjuk. Célunk, hogy növeljük a bel- és külföldi látogatók számát, emeljük a térségben eltöltött vendégéjszakák számát, visszaszorítva ezzel a kirándulóturizmust. Fel kell építeni Nyíregyháza vonzerejét, elő kell segíteni a nyaraló és fürdőturizmust, gyógy-és wellness szolgáltatásokat kell nyújtanunk.

Milyen célokat kell kitűznünk, ahhoz, hogy sikeresek legyünk?

- Térségben kell gondolkodni (Nyíregyháza, Tokaj, Felső-Tiszavidék, Kelet-Szlovákia, Kárpátalja, Partium északi része)!
- Nyíregyházáról egy határozott imázst kell kialakítani!
- A város idegenforgalomban érintett vállalkozóival és szakembereivel való egyeztetés és összefogás az önkormányzat halaszthatatlan feladata!
- Hagyományokra és a magas színvonalú idegenforgalmi szolgáltatásokra kell felépíteni a turisztikai terméket, vonzerőt.
- Nyíregyháza-Sóstógyógyfürdő fürdő kínálatát, a gyógy- és wellness szolgáltatásokat külön meg kell jelenítenünk!
- Minőségi és nagy kapacitású szállodákat kell építeni!
- Komplex fejlesztésre és összehangolt marketingre van szükség!
- Sok-sok kiadványra, hirdetésre és internetes megjelenésre van szükség!

Nyíregyháza rövid története

A város híres szülötte Váci Mihály így jellemezte Nyíregyházát:”nem történelmi város. Nem fűződnek nevéhez csaták, békeszerződések, nincsenek nagy számmal történelmi nevezetességei, régi műemlékei királyi lábnyomokkal...” de azt gondoljuk, hogy különleges a táj hangulata, különlegesek a város alapítói a tirpákok, különleges a bokortanyás településszerkezete, és különleges az a fejlődési pálya, amelyet a 19. század második felétől, pontosabban a kiegyezéstől napjainkig négy nemzedéken át befutott. Nyíregyháza fiatal, szép és hangulatos, hagyományait büszkén őrző és modernségre törekvő város, Magyarország legkeletibb nagyvárosa.

A 18. században az újjáépítés és polgárosodás évszázadának közepén, 1753-ban érkeztek azok a szlovák telepesek, mai szóhasználattal tirpákok, akik benépesítették a területet. Szorgalmas, vallásos és szűkszavú parasztemberek és iparosok voltak, akik 1824-ben megváltották magukat a földesúri joghatóság alól, majd 1837-ben városi rangot, privilégiumot szereztek Nyíregyházának. A paraszt-polgárosodás kiteljesedéséről, a város legnagyobb ívű fejlődési periódusáról a kiegyezéstől az első világháborúig beszélhetünk. Ez a mintegy ötven év méltán nevezhető aranykornak, ekkor vált megyeszékhellyé, igazi nagyvárossá, ekkor épültek középületei, első gimnáziuma, bírósága, börtöne, ipari üzemei, a bankpaloták, ekkor épült meg a város első modern szállodája, ekkor lett igazán központja: tágas, virágos terekkel, szobrokkal. Belvárosa ma is őrzi a Monarchia építészeti stílusát, a dualista korszak sajátos arculatát.

Véleményem szerint Nyíregyháza fejlődésében domináns szerepet játszott a vasút, amelynek köszönheti kereskedelmi központtá válását, a hegység és a síkság közötti áruforgalom lebonyolítását, igazgatási, kulturális és oktatási megerősödését. Úgy gondolom, a vasút Nyíregyháza dualizmuskori fejlődésének jelképe lehetne. Sőt a vasút kiépítése után vált katonavárossá, ahogy a dal is szól „messze van a nyíregyházi kaszárnya”. Turizmusának, fürdővárossá válásának pedig Sóstó, amely ebben az időben vált ismert fürdőhellyé. Sóstót igazán ismertté Krúdy Gyula írásai, Blaha Lujza rajongása és nem utolsósorban gyógyító hatású természetes tófürdője tette.

Napjainkban Nyíregyháza és a megye méltán válhat egy megújuló turizmus központjává, az újdonság erejével hatnának természeti értékei, műemlékei és színvonalas fürdőszolgáltatásai. Fel kell építeni egy új turisztikai terméket, amely egyedi, és csábítóan hat a pihenni, kikapcsolódni vágyó bel- és külföldi turistákra.

Hagyományokra épített turisztikai vonzerő Nyíregyházán

Több mint nyolcvan éve Krúdy Gyula a magyar irodalom kiemelkedő alakja így írt szülővárosáról:*"Észak felől erdőket ültetett az a Károlyi gróf, akit a város alapítójának tisztelnek. A fák már százesztendősek, a tölgyeknek nagy szakálluk nőtt, még az akácok is meghaladják a rövid emberéletet. A hideg széltől és futóhomoktól védett város ma bizonyos történelmi múltra tekint vissza. A lutheránusok tornya, amely az észak felől érkező idegennek először mutatja a nyíregyházi határt: egy szorgalmas, józanul kereskedő város cserepes háztetői közül emelkedik fel, míg a dél felől robogó vonat már egy órajárásnyira az állomástól nyíregyházi földekre ér, a nádas, a fekete földes, császárszállási domíniumra, ahol a városgazda neveli híres gulyáit, méneseit és körül a messziföldre terjedő tanyák, ahol verejtékező munkában tölti életét a tirpák és gyönyörű lovain, cifra öltözetben, asszonya selyemben és bársonyban a városba látogat, mintha a százesztendős történelemből, a város alapításának korából nyargalna vissza ősi erkölcsében, öregségre sem hajló egészségben. Ennek a városnak a gazdagsága a hagyományokon épül."*

1. **Tirpák hagyományok**
   a. A munka szeretete: a paraszti munkák bemutatása a bokortanyán
   b. Állatszeretetük: lóval való bánásmód – lovashagyományok – lovasturizmus
   c. Mély vallásosságuk – az evangélikus vallás és a műemléknek tekinthető evangélikus templom bemutatása – vallási toleranciájuk más felekezetekkel szemben
   d. Jellegzetes ételeik bemutatása: a gasztronómiai turizmus fellendítése

2. **Sóstó a város gyöngyszeme**
   a. Fürdőélet Sóstón – a 19. sz-i fürdőkultúrára épített fürdőszolgáltatások komplex fejlesztése /élményelemek a parkfürdőben, természeti körülmények a tófürdőben, gyógy- és wellness szolgáltatások és élményelemek az Aqariusban)
   b. Állatpark fejlesztése – az ország második legtöbb látogatót vonzó állatparkja, amely nagyszabású fejlesztéssel és igazi látványelemekkel bővül 2010-re!
   c. Sóstói Múzeumfalu – valódi skanzenné alakítása, új elemekkel történő fejlesztése

3. **Nyíregyházi séta: nevezetességek, épületek, szobrok megtekintése**
   a. Belvárosi séta
   b. Híres nyíregyháziak és megyebeliek szobrai, emlékhelyei (Krúdy, Váci, Kölcsey, Móricz, Benczúr)
   c. A város templomai, püspöki épületei, egyházi iskolái
   d. A Nyíregyházi Főiskola új campusának megtekintése

Turizmusfejlesztés Nyíregyházán

Nyíregyháza Megyei Jogú Város önkormányzata 2006-ban fogadott el egy idegenforgalmi koncepciót, amely tartalmazza a legfontosabb célokat, s szakmailag alkalmas arra, hogy a szakemberek áldozatos és összehangolt munkával, az önkormányzat gesztor szerepével egy megújuló, turistát a városba csalogató idegenforgalmat generáljon Nyíregyházán és a térségben. A koncepció kidolgozásába magam is rész vállaltam, tehát természetes, hogy erre építve villantom fel milyen irányú turizmusfejlesztésre lenn szükség. Megjegyzem, ezek lehetőségek, s még messze vagyunk attól, hogy jól eladható turisztikai termékkel jelenjünk meg a piacon.

Az Észak-alföldi régió az ország legelmaradottabb térségei közé tartozik. Az elmaradottság a turizmus szempontjából hátrányt jelent, hiszen a fejlett infrastruktúra és változatos szolgáltatások, illetve a helyi fizetőképes kereslet megléte a turizmus fejlesztésének általában fontos előfeltétele. A turizmussal szembeni várakozások azonban egyre fokozódnak, hiszen segítségével máshol megtermelt jövedelmeket lehet a térségbe bevonni, ami hozzájárul a helyi munkaalkalmak és jövedelmek növekedéséhez, valamint a gazdaság dinamizálásához. Fontos, hogy fejlesztése az általános gazdasági háttérrel összhangban történjen.

A régió legnagyobb vonzerőit - melyekre a tematikus útvonalak kialakítása során figyelemmel kell lenni - a gyógy- és termálvizek, a Tisza és Tisza-tó, a Tiszai-víztúra, a természeti értékek és a Hortobágy képezik. A régió településeiben a vonzerő-adottságok többsége önmagában jelentős egyedi vonzást nem képvisel, ezért a versenyképes kínálat kialakításához az egyes adottság-elemek összekapcsolásával idegenforgalmi „csomag" összeállítása szükséges. A város vonzáskörzetében található erőforrásokon túl a csomagokba be kell építeni a megye, a szomszédos régiók, sőt a határ menti térségek turisztikai kínálatát is. (pl. Tokaj, Sárospatak, Hortobágy, Kassa, Ungvár, Munkács, Verecke)

A jövőben a gyógy- és wellnessturizmus, a kulturális és gasztronómiai rendezvények, az örökségturizmus (Hortobágy-világörökség, Debrecen), az egészségturizmus és a MICE kap nagy hangsúlyt. A megye turizmusát jelenleg a földrajzi helyzetéből adódó tranzit forgalom túlsúlya, Nyíregyháza és Sóstógyógyfürdő, Vásárosnamény, Mátészalka, Tiszalök, Kisvárda, Máriapócs kirándulóforgalma, a Tisza és mellékfolyóinak szezonális vízparti turizmusa, komplex turisztikai termékek hiánya jellemzik. A megye turizmusára is jellemző az átutazó és a kiránduló forgalom túlsúlya, az erős szezonalitás és területi koncentráció. Alacsony a fajlagos költés, a turizmust szolgáló létesítmények fenntartási nehézségekkel küszködnek. A megyében található turisztikai vonzerők változatossága, valamint a turizmus működtetési feltételeinek kialakításában rejlő tartalékok a jelenleginél sokkal előkelőbb

helyre predesztinálják a turizmust a megye életében, illetve a megye helyét az ország turizmusában. A lehetőségek kihasználásához azonban fejlesztések szükségesek, ugyanis a megye vonzerői jelenlegi állapotukban csak regionális és helyi jelentőséggel bírnak.

Nyíregyháza legjelentősebb természeti kincse Sóstógyógyfürdő, emellett említésre méltó a Tuzson János Botanikus Kert és az Igrice mocsár. A város számos építészeti értékkel és kulturális hagyománnyal rendelkezik, turisztikai hasznosításuk azonban nem számottevő és nem kellően kihasznált. A Nyíregyháza külterületén található, Európában egyedülálló bokortanyák a turizmus egyik igen fontos szereplőivé válhatnak. Egyedi hatókörrel rendelkező látványosság a Sóstói Múzeumfalu mellett az Állatpark. Nyíregyháza legfontosabb rendezvényei közé tartozik a Gyümölcskarnevál, VIDOR Fesztivál, Nemzetközi Cantemus Kórusfesztivál és a Nyírség Nemzetközi Néptáncfesztivál.

Az erős szezonalitás, s az hogy nincs egy jól eladható termékre felfűzve a város idegenforgalma jelentős hátrányt okoz a városnak. Probléma az is, hogy a fizető-vendéglátói tevékenység többnyire Sóstógyógyfürdőre koncentrálódik, s ott is kevés kereskedelmi szálláshely áll rendelkezésre, s a meglévők többsége is zömmel alacsony kategóriás hely. Úgy vélem komoly lehetőség rejlik szállodák építésében és egy komplex Sóstó fejlesztésben.

Nyíregyháza turizmusfejlesztésének fő irányai tehát:

a. Sóstógyógyfürdő fejlesztése

b. A belváros „idegenforgalmi felfedezése”

c. A bokortanyák turisztikai fejlesztése

Tudatos, a hagyományokra építkező és a piaci igényeket szem előtt tartó turisztikában kell gondolkodni ebben a futóhomokra épült, „szőke” nagyvárosban. A fejlesztés csak a következő kulcsfogalmak mentén képzelhető el: magas szintű szakmaiság, széleskörű összefogás, egyedi kínálat.

Nyíregyháza turizmusának SWOT-analízise
(A turisztikai koncepcióban megfogalmazottak alapján, de saját nézőpontból, saját prioritásokkal)

ERŐSSÉGEK

- a turizmus számára előnyös földrajzi adottságok
- gazdag gyógy- és termálvízkészlet, javuló infrastrukturális alapellátottság
- hagyományokon alapuló gazdálkodás
- a város lakossága vendégszerető
- gasztronómiai hagyományok továbbéltetése
- országos hírű állatpark és múzeumfalu
- gazdag és egyre színvonalasabbá váló rendezvények és fesztiválok
- a bokortanyák megőrzött tradíciói, örökségi értékei (etnikai sokszínűség)

GYENGESÉGEK

- a vendégforgalom hosszan tartó stagnálása, piacvesztés
- kedvezőtlen területi és strukturális arányok kereskedelmi szálláshelyeknél, a magasabb színvonalú kínálat szűkössége
- egységes és elfogadott nyíregyházi arculat, „Nyíregyháza imázs" hiánya
- egyedi vonzerők jelentős része kihasználatlan (pl. műemléki értékek, természeti értékek, helyi termékek)
- sok kényszervállalkozás hiányos felkészültséggel
- alacsony jövedelmi színvonal
- kevés nyelvet beszélő szakszemélyzet
- komplex turisztikai termékek hiánya (fejletlensége)

LEHETŐSÉGEK

- Sóstógyógyfürdő a régió és a hazai turizmus meghatározó minőségi és forgalmi centrumává válhat
- Nyíregyháza erősödő kulturális turizmusa – remények szerint a kulturális fesztiválokkal – magával viszi a megye további örökségi helyszíneinek a turizmusát is
- Szabolcs–Szatmár-Bereg megye kínálati övezetei és turisztikai centrumai Nyíregyházával együtt közös termékeket fejleszthetnek és menedzselhetnek, turisztikai csomagot készíthetnek
- helyi termékek (tradicionális élelmiszerek és kézműves termékek) bekapcsolása a turizmusba

- jók a feltételek egy komplex turisztikai kínálattal rendelkező város kialakításához, fokozható a turisztikailag vonzó, kiajánlható rendezvények, események minősége
- a gyógy- és wellness szolgáltatások bővítése
- javítható a testvérvárosi kapcsolatokon alapuló turisztikai vonzerő (nemzetiségi napok)
- jelentős mértékben javítható a város imázsa

VESZÉLYEK

- elmaradó nagyobb volumenű fejlesztések, befektetések a turizmusban
- jó adottságokkal, vonzerőkkel rendelkező tanyák, továbbra is kimaradnak a turizmusból, a területi különbségek tovább mélyülnek
- romló gazdasági környezet
- fizetőképes kereslet alacsony szintje
- a belföldi és a beutazó turizmus stagnálása
- nem javul az együttműködési készség a régió és a város turisztikai résztvevői között
- nehezen halad előre a turisztikai vállalkozások együttműködése
- erősödik az országon belüli, illetve a határon túli konkurens desztinációk versenyképessége

Befejezésül engedjék meg, hogy Krúdy Gyula 1924-ből származó leírásával ajánljam a tirpákok alapította várost, amely messziről indult, de megkapaszkodott a nyíri homokon:

„… Igen én tirpák vagyok. Az én ősapám alapította ezt a gyönyörű várost, itt a Nyírség futóhomokján. Mi műveltük meg a legelőnek se jó szikes, mocsaras, bűdi boszorkány járta, vadmadár lakta, futó betyár látogatta földterületeket. Mi ültettünk erdőket, azokra a helyekre, ahol odáig legfeljebb a bozót, a bús nyírfa, a sovány akác tudott megélni. Mi dolgoztunk száz esztendeig, hogy ezek az elhanyagolt, parlagon heverő földek ma csaknem a legjobbak közé számítanak Magyarországon. Igen én tirpák vagyok, mondja manapság a nyíregyházi polgár, akár zsidó, akár keresztény, akár pálinkát főzött az apja, akár a bokortanyák között nyomta az ekét.”

Igen én nyíregyházi vagyok, mondhatjuk mi kik itt lakunk, s jó szívvel ajánlhatjuk a városunkba látogatóknak: fedezzék fel ezt a fiatal, történelminek nem igazán nevezhető, de igazán vendégszerető, barátságos, hangulatos, emberléptékű Nyíregyházát itt a keleti határ szegletében.

Tartalomjegyzék

Ács Rezső
Turisztikai fejlesztések Szekszárdon 3

Dr. Aubert Antal
A desztináció lehatárolás problematikája a fejlesztési programok és a TDM-modell bevezetésének folyamatában 17

Bácskainé Pristyák Erika
A beregi térség lehetséges TDM modellje 33

Belus Tamás
Parkfürdő fejlesztés Nyíregyházán 49

Furkóné Szabó Marianna
Nyíregyháza város turisztikai marketingje 53

Dr. Hanusz Árpád
Turisztikai programok, mint a vidékfejlesztés lehetséges eszközei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében..... 63

Dr. Kókai Sándor
A szolgáltatási szféra és a turizmus kapcsolata Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében 83

Kovács Miklós
A turisztikai desztináció menedzsment rendszerről..... 97

Nagy Adrienne
A kastélyturizmus fejlesztési lehetőségei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében 103

Petykó Csilla
A közlekedés szerepe a turizmus fejlődésére Északkelet-Magyarországon 115

Dr. Sütő László
TDM lehetőségei Cserépfalu turizmusfejlesztésében 125

Dr. Szabó Géza
Tematikus utak és termékmárkák a vidéki turizmus fejlesztésében 133

Dr. Vinnai Győző
Hagyományápolás és turizmusfejlesztés Nyíregyházán.....163