

# HÉTKÖZNAPI TURIZMUS

## A turizmuselmélettől a gyakorlatig

**Doktori (PhD) Értekezés**

**Írta:**

**dr. Fekete Mátyás**

---

NYUGAT-MAGYARORSZÁGI EGYETEM  
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR DOKTORI ISKOLÁJA  
Gazdasági folyamatok elmélete és gyakorlata doktori (PhD) program  
Vállalkozás gazdaságtan és menedzsment alprogram  
SOPRON

---

## HÉTKÖZNAPI TURIZMUS

A turizmus elmélete és gyakorlata

Értekezés doktori (PhD) fokozat elnyerése érdekében  
a Nyugat-Magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar Doktori Iskolája  
Gazdasági folyamatok elmélete és gyakorlata doktori (PhD) programja  
Vállalkozás gazdaságtan és menedzsment alprogram alprogramjához tartozóan.

**Írta:**  
dr. univ. oec. Fekete Mátyás

**Témavezető:** .....

Elfogadásra javaslom (igen / nem)

.....  
(alíírás)

A jelölt a doktori szigorlaton ..... % -ot ért el,  
Sopron, 200...

.....  
a Szigorlati Bizottság elnöke

Az értekezést bírálóként elfogadásra javaslom (igen /nem)

Első bíráló (Dr. .... ) igen /nem

.....  
(alíírás)

Második bíráló (Dr. .... ) igen /nem

.....  
(alíírás)

(Esetleg harmadik bíráló (Dr. .... ) igen /nem

.....  
(alíírás)

A jelölt az értekezés nyilvános vitáján.....% - ot ért el  
Sopron, 200.....

.....  
a Bírálóbizottság elnöke

A doktori (PhD) oklevél minősítése.....

.....  
Az EDT elnöke

# TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS.....	8
2.	A TURIZMUS ALAPJAI.....	9
2.1	A turizmus rendszere .....	9
2.2	A turizmus fogalomrendszere .....	11
2.2.1	A turizmus fogalom kialakulása, fejlődése .....	11
2.2.2	Új turizmus szemlélet .....	13
2.2.3	A turizmus mai fogalma.....	13
2.3	A turizmus és környezete .....	20
2.3.1	A közgazdasági környezet .....	20
2.3.2	Társadalmi-kulturális környezet .....	21
2.3.3	A politikai környezet .....	22
2.3.4	A technológiai környezet .....	23
2.3.5	A természeti környezet .....	24
3.	A TURISTA MINT A TURIZMUSRENDSZER ALANYA.....	26
3.1	Szükséglet és motiváció.....	26
3.1.1	A szükségletek és motivációk .....	26
3.1.2	A fogyasztási szokások változásai .....	27
3.1.3	Változások a keresletet befolyásoló gazdasági tényezőkben .....	29
3.2	A turizmus alanyainak típusai .....	31
4.	A TURIZMUS TÁRGYA, INTÉZMÉNYEI .....	33
4.1	A turisztikai kínálat .....	33
4.1.1	Az eredeti és a származtatott kínálat .....	33
4.1.2	Turisztikai infrastruktúra .....	34
4.1.3	Turisztikai szuprastruktúra.....	35
4.1.4	Összefüggés a kínálat elemei közt .....	35
4.2	A turisztikai desztináció, a turizmus helyi intézményei.....	36
4.2.1	A turisztikai desztináció.....	36
4.2.2	A turisztikai település .....	37
4.2.3	Turisztikai vállalkozások .....	45
4.2.4	A turisztikai szervezetek – civilek és nem civilek .....	49
4.2.5	Együttműködés kényszere .....	51
4.2.6	Területrendezés, fejlesztés és tervezés .....	52
4.2.7	Horizontális és vertikális kapcsolódások .....	57
4.3	A turizmus tárgyának keretfeltételei .....	58
4.3.1	Természeti keretfeltételek .....	58
4.3.2	Szelíd és kemény turizmus.....	63
4.3.3	Kulturális örökségünk védelme, bemutatása.....	65
4.4	Társadalmi-gazdasági előnyök és hátrányok .....	65
5.	A TURIZMUS GAZDASÁG.....	66
5.1	A turisztikai piac.....	66
5.1.1	A turisztikai kereslet .....	66
5.1.2	A turisztikai kínálat.....	68
5.2	A turizmus gazdasági-pénzügyi vetületei .....	69
5.2.1	Fizetési mérleg funkció.....	72
5.2.2	Kiegyenlítési funkció.....	74
5.2.3	Foglalkoztatási funkció.....	74
5.2.4	A jövedelemfunkció (multiplikátor-hatás).....	76
5.2.5	Termelési funkció (értékteremtés).....	76
5.3	Az idegenforgalom statisztikai mérése .....	78
5.3.1	A statisztikai adatfelvétel formái .....	78
5.3.2	A turisták statisztikai csoportosításának WTO-rendszere .....	80
5.3.3	A piackutatás fajtái és az adatgyűjtés, értékelés új módszerei .....	82
6.	VÁLTOZÁSOK A TURIZMUSTERVEZÉS-FEJLESZTÉS SZEMPONTJAIBAN, KÖRNYEZETÉBEN .....	85
6.1	Az új tervezési szemlélet jellemzői.....	86
6.1.2	Az önerős fejlődés elősegítése, az innovációs képesség fokozása .....	88
6.1.3	Összefüggés az emberi tényezőkkel, a kulturális örökséggel .....	89
6.1.4	Ökobarát turizmusfejlesztés.....	89
6.1.5	Rugalmasan kezelt területi struktúrák kialakítása.....	89
6.1.6	Az üdülő-idegenforgalmi területi tervezés legfontosabb tartalmi követelményei.....	90

6.1.7	Az üdülés-idegenforgalom fejlesztésének szakmai koncepciója.....	90
6.1.8	Gazdálkodási szempontok.....	91
6.2	Az idegenforgalmi jellegű területi tervek főbb munkaszakaszai, tartalmi követelményei.....	92
6.2.1	A helyzetértékelés általános alapelvei.....	92
6.2.2	Helyzetértékelés tartalmi követelményei.....	93
6.2.3	A vendégforgalom nagyságrendje, szerkezete, jellemző tendenciái.....	94
6.2.4	Az üdülés-idegenforgalom gazdasági eredményeinek alakulása.....	95
6.2.5	A turisztikai kínálat és kereslet egyensúlya, feszültségei.....	95
6.2.6	A turizmusfejlesztési stratégia számára levonható következtetések.....	95
6.3	Tartalmi elvárások a turizmushoz kapcsolódó más témaköröknél.....	95
6.3.1	A turizmus társadalmi-gazdasági környezete a térségben.....	96
6.3.2	Környezeti feltételek.....	96
6.3.3	Az üdülés-idegenforgalom infrastrukturális feltételei.....	97
6.3.4	Térszerkezeti, területfelhasználási összefüggések.....	98
6.3.5	A turizmus gazdaságszervezési összefüggései.....	98
6.4	Koncepció (cél- és eszközrendszer, a megvalósítás feltételei).....	99
6.4.1	Általános alapelvek.....	99
6.4.2	Tartalmi követelmények.....	100
6.5	A kapcsolódó egyéb témakörök fejlesztési koncepciói.....	102
6.5.1	A társadalmi-gazdasági környezet alakulása.....	102
6.5.2	Környezetfejlesztési feladatok.....	103
6.5.3	A hálózati infrastrukturális ellátás fejlesztési javaslata.....	103
6.5.4	Térszerkezet, területfelhasználás koncepcionális javaslata.....	104
6.6	A terv elkészítése és karbantartása.....	105
7.	<b>PUBLIKUS ÉS NEM PUBLIKUS PREKONCEPCIÓ</b> .....	106
7.1	Publikus hipotézisek és elvárások.....	106
7.2	Nem publikus hipotézisek és elvárások.....	106
8.	<b>TURISZTIKAI TERVEZÉS A GYAKORLATBAN</b> .....	107
8.1	Turisztikai kutatási program indítása, feladatelhatárolás.....	107
8.1.1	A stratégia kidolgozása során alkalmazott módszerek.....	107
8.1.2	Az idegenforgalmi stratégia elkészítésének szakaszai, ütemterve.....	108
8.2	Turisztikai kutatás egyes állomásai.....	110
8.2.1	Vonzeróleltár elkészítése.....	110
8.2.2	Alap- és turisztikai infrastruktúra vizsgálata.....	112
8.2.3	A szálláshely és vendéglátó kapacitás kiemelt elemzése.....	114
8.2.4	Településkép, környezetállapot elemzése.....	114
8.2.5	Turisztikai szervezeti háttér áttekintése, értékelése.....	115
8.2.6	Humán erőforrás, szakember ellátottság vizsgálata.....	115
8.2.7	Megyei szintű marketing munka értékelése.....	116
8.2.8	Regionális és eurorégiós együttműködések értékelése.....	116
8.2.9	Személyes interjúk lebonyolítása.....	117
8.3	A helyzetfelmérés legfontosabb megállapításai.....	119
8.3.1	Kínálat.....	119
8.3.2	Keresletelemzés.....	125
8.3.3	Szolgáltatások rendszere, színvonala, kiszolgáló infrastruktúra.....	126
8.3.4	Turizmus irányítása, önszerveződések.....	126
8.3.5	Marketing, kommunikáció.....	126
8.3.6	Ágazati kapcsolódások, szükséges együttműködések.....	126
8.4	Stratégiai programok lehetséges struktúrája.....	127
8.5	Általános érvényű stratégiai célok (rövid, közép és hosszú távú).....	127
8.5.1	A versenyképesség erősítése.....	127
8.5.2	Jól körülhatárolt szervezeti és felelősségi rendszer.....	128
8.5.3	Marketing és információs tevékenység javítása.....	128
8.6	Középtávú turisztikai stratégia 2002-2007.....	128
8.6.1	Turisztikai kínálat fejlesztése (1-7. stratégiai program).....	128
8.6.2	Turisztikai kereslet javítása (8. stratégiai program).....	129
8.6.3	A turizmus hosszú távú fenntarthatóságának biztosítása (9-11. stratégiai program).....	130
8.6.4	Jövőkép a konkrét fejlesztési javaslatok tükrében.....	130
9.	<b>ÖSSZEFOGLALÁS</b> .....	133
9.1.	A helyzetfelmérés összegzése.....	133
9.2.	A stratégia kiemelt elemei, megállapításai.....	135
9.3.	Visszacsatolás a prekonceptióra.....	136
10.	<b>IRODALOMJEGYZÉK</b> .....	138

---

11.	MELLÉKLETEK.....	150
	M1 MELLÉKLET – Interjútematika.....	150
	M2 MELLÉKLET – Turisztikai desztinációmenedzsment és Gyenesdiás.....	151
	M3 MELLÉKLET – Látogatóközpontok külföldön.....	161
	M4 MELLÉKLET – Turisztikai Attrakciók Minősítése külföldön.....	166
	M5 MELLÉKLET – KOMÁROM-ESZTERGOM MEGYE TURISZTIKAI STRATÉGIAI PROGRAMJA 2002-2007.....	173
12.	KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS.....	176

## ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra - A turizmus rendszerének felépítése .....	9
2. ábra - A turizmus rendszere és környezete .....	10
3. ábra - A motivációk és a turizmusfajták összefüggései .....	27
4. ábra - A keresletet befolyásoló indítékok foglalkozás szerint.....	28
5. ábra - A turisták tipologizálása .....	31
6. ábra - Üdülőtípusok négy jellemző csoportja szerint.....	32
7. ábra - Az egyes kínálati elemek és az ún. <i>kínálathordozók</i> .....	35
8. ábra - A turisztikai települések típusai .....	39
9. ábra - A szálláshelyek svájci kategorizálása .....	46
10. ábra - A kapcsolatteremtő turisztikai vállalkozások feladatmegosztása .....	48
11. ábra - A turisztikai szövetség kapcsolata az intézményekkel és a vállalkozásokkal.....	51
12. ábra - Összefüggés a vendég célcsoportok és a turisztikai létesítmények között .....	56
13. ábra - A turisztikai infrastruktúra tervezésének sematikus ábrázolása.....	56
14. ábra - Kvantitatív növekedési spirál.....	60
15. ábra - A gazdasági és ökológiai kapcsolatrendszer.....	62
16. ábra - Az idegenforgalmi kereslet jövedelemrugalmassága.....	67
17. ábra - Közvetlen, közvetett és indukált értékteremtés.....	77
18. ábra - A nemzetközi forgalomban érkezők csoportosítása.....	81
19. ábra - A piackutatás fajtái és módszerei.....	82
20. ábra - A tervezési folyamat jellemző kapcsolati rendszere .....	86
21. ábra - A tervezési folyamat szakaszai, ütemterve .....	108



## 1. BEVEZETÉS

Annak ellenére, hogy a hazai szakirodalomban az elmúlt években több turizmussal foglalkozó tanulmány, illetve szakkönyv is megjelent, az elmúlt években végzett kutatások egyik tapasztalata, hogy a turizmus jelenéről és jövőjéről döntő választott tisztségviselők, felső- és középvezetők jelentős része nem rendelkezik szakirányú ismeretekkel. Nem várható el, hogy az államigazgatás és az önkormányzatok valamennyi szintjén csupa-csupa szakember döntsön turizmusfejlesztési kérdésekről, de az igen, hogy ezt kellő megalapozottsággal tegyék – ezt segíti elő ez a munka.

Az Értekezés elkészítésének fő célja, hogy az elméleti alapokat és a mindennapok gyakorlatát ötvözve praktikus segédesszöveget adjon mindazok kezébe, akiknek a kapcsolata a turizmussal és felelőssége a térség valamelyest több, mint a hétköznapi embereké.

Elsősorban azok számára hasznos ez a mű, akik a választott képviselőként vagy valamilyen országos vagy helyi testület, szervezet tagjaiként találkoznak turisztikai fejlesztési elképzelésekkel, és döntés-előkészítő, netán döntési helyzetben vannak. Segítséget jelenthet továbbá ezen testületek vagy szervezetek fő- és részfoglalkozású munkatársainak, a végrehajtó apparátusok dolgozóinak is, hogy a turizmus alapjaival megismerkedve felelősen és a külső szakértőkkel együtt gondolkodva minél eredményesebben tudják valóra váltani régiójuk, megyéjük, kistérségük, településük turizmusfejlesztéssel kapcsolatos terveit.

A tervezés társadalmasítása, a közös hang megtalálása az érintettekkel és a külső szakértőkkel, és nem utolsósorban a vállalkozói szférával nagyban hozzájárulhat ahhoz, hogy a vágyálmokból megvalósítható, pályázati kiírásokon is eséllyel induló konkrét projektek fémjelezzék a terület- és településfejlesztés idegenforgalmi vetületeit, amelyet szükségszerűen a turisztikai piac determinál a marketingszemlélet és a marketing eszközrendszerének célirányos alkalmazásával.

A tanulmány első része a turizmus elméletének alapjait tekinti át alapfokon, majd ezt követi a turisztikai tervezést érintő változások bemutatása először elméleti síkon, azután pedig egy saját kutatásra támaszkodó munkára épülő gyakorlati példa levezetése.

Az értekezés harmadik részében a kutatást és annak eredményeit sajnos csak kivonatossan mutathatom be inkább a módszertanra, a vizsgálati szempontokra és a kulcsterületekre helyezve a hangsúlyt, egyrészt terjedelmi megfontolásokból, másrészt az általánosíthatóság érdekében. A használt kérdőívek, a készített interjúk mintáit a mellékletekbe soroltam be.

A tanulmány megírását az tette időszerűvé, hogy a terület- és településfejlesztésben, a vidékfejlesztésben mind nagyobb hangsúlyt kap a turizmus, egyre több a kiaknázzható, de mégis kihasználatlanul maradó lehetőség. Az elmaradt haszon problematikájával szembe-sülünk mindinkább, amelyről köztudott, hogy nem oly egyszerű kimutatni, viszont annál könnyebb jelentéktelenné nyilvánítani. A terület- és vidékfejlesztés már csak az EU gazdasági fejlettségéhez való közelítés szándéka miatt is kulcsfontosságú, miközben a turizmus hozzá tud járulni hosszabb távon a Magyarországon a gazdasági struktúraváltás miatt fel-erősödött foglalkoztatási gondok megoldásához, a nem kívánatos globalizációs hatások mérsékléséhez és a magyar kulturális örökség ápolásához, gyarapításához.

Az Értekezés témaválasztása a Nyugat-Magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Karán és Doktori Iskolájában kifejezetten újszerű, amely tükrözi a Kar vezetőinek és neves professzorainak támogatását, valamint a társadalmi-gazdasági igények felismerését.

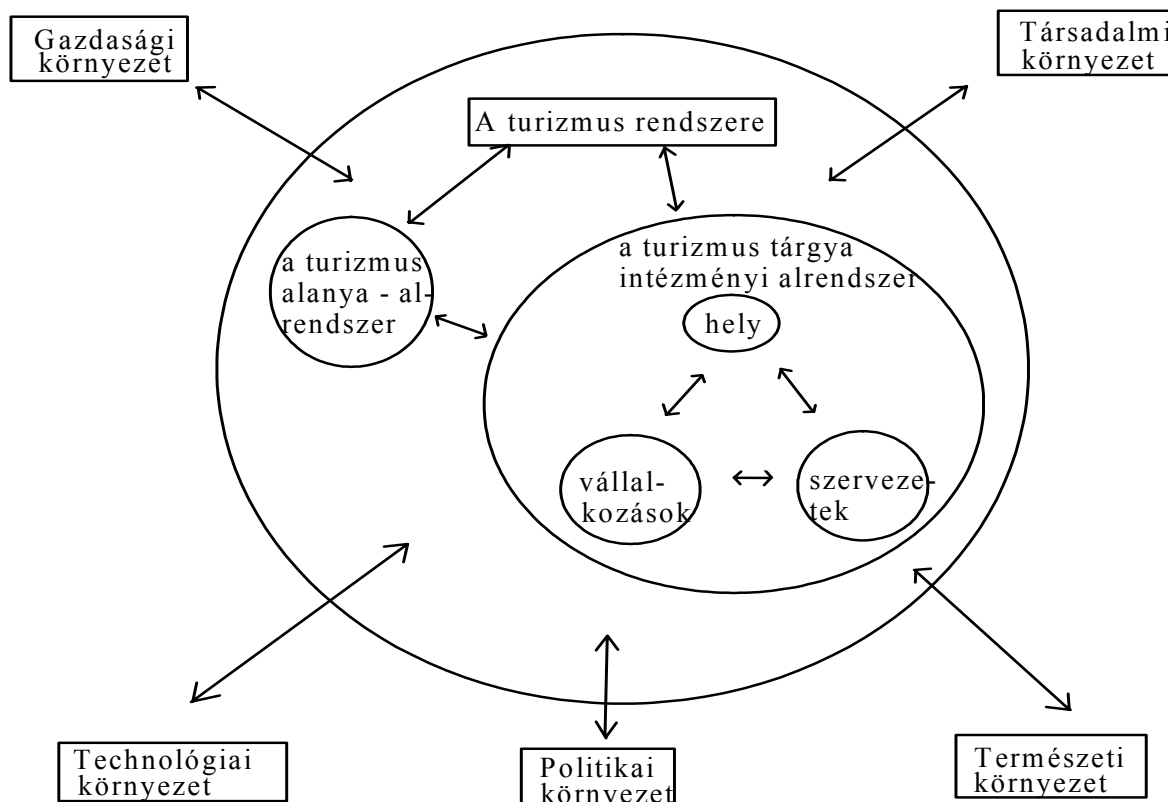
Sopron, 2006.



## 2. A TURIZMUS ALAPJAI

### 2.1 A turizmus rendszere

A turizmust, vagy szinonimáját az idegenforgalmat, nem szabad a tágabb értelemben vett környezettől elkülönítve szemlélni. Elsődlegesen a közgazdasági környezetet vizsgáljuk, miközben cél, hogy minél inkább bevonjuk vizsgálódásainkba a társadalmi, technológiai és ökológiai környezet tudományon belüli dimenzióit, amelynek során igen fontos a problémák összefüggéseinek kimutatása. Ennek eszköze a rendszerelmélet, amely részben formális eszközként, részben pedig empirikus úton lesz a segítségünkre.



Forrás: Dr. Lengyel Márton: Turizmus általános elmélete, VIVA. Bpest, 1992

1. ábra - A turizmus rendszerének felépítése

Ulrich<sup>1</sup> az általános rendszerelméletet valamely rendszer felépítése, kapcsolódásai és magatartása formai tudományának nevezi, míg rendszer alatt elemek olyan rendezett összességét érti, amelyek között valamilyen kapcsolat van vagy létrehozható.

Ha a turizmus formai oldalait a környezethez való sokoldalú kapcsolataival és az alrendszerekhez való belső kapcsolataival együtt az 1. ábrán látható vázlat szerint ábrázoljuk, még semmit sem mondtunk a kapcsolatok jellegéről és terjedelméről. Az ábra csak nagyon leegyszerűsített formában ábrázolja a turizmus kapcsolatainak és jelenségeinek rendszerét.

A turizmus rendszere és a fölérendelt rendszerek, valamint az elemek (alrendszerek) közötti kapcsolatok áttekinthető és világos bemutatása céljából a lehetséges kapcsolatokból csak a vizsgálat szempontjából legfontosabbak szerepelnek.

<sup>1</sup> Ulrich H., Die Unternehmung als produktives soziales System, 105. oldaltól

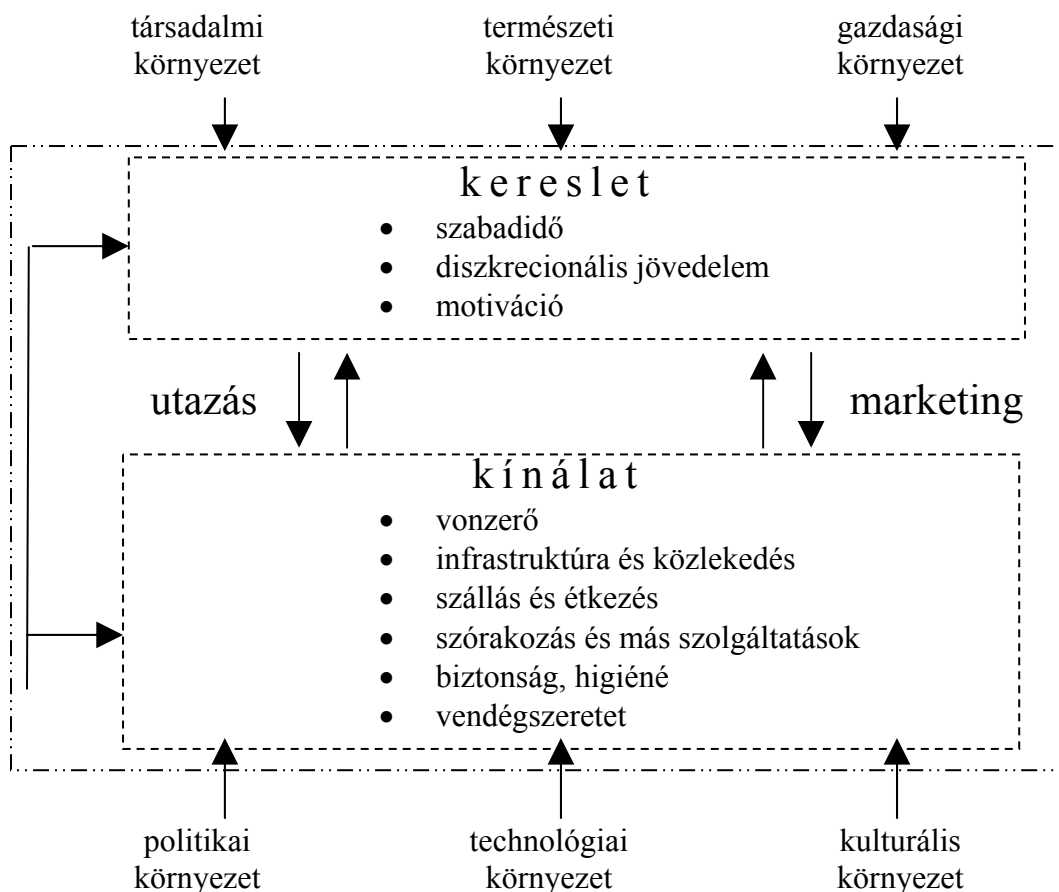
A turizmus rendszer definiálása megkívánja az alábbi elemek lehatárolását és elemzését:

- környezet,
- alrendszerek, összetevők, alkotóelemek,
- alrendszerek funkciói és kölcsönhatásai,
- a rendszer működési mechanizmusa.

A turizmus rendszere a környezethez való kapcsolódása miatt nyitott rendszer. Mivel a turizmus rendszert nemcsak a környezete befolyásolja erősen, hanem maga a turizmus rendszer is rányomja bélyegét a környezetre, beszélhetünk input hatásokról (mellé- vagy fölérendelt rendszerek, illetve dimenziók részéről gyakorolt hatásról), vagy output hatásokról (a mellé- vagy fölérendelt rendszerekre, illetve dimenziókra gyakorolt hatásról).

Az inputok, illetve outputok intenzitása a mellé- vagy fölérendelt rendszerek idegenforgalomra, illetve az idegenforgalmi rendszernek más rendszerekre gyakorolt hatásának erősségét fejezi ki.

Dr. Lengyel Márton a *Turizmus általános elmélete* című először 1992-ben, és azóta többször is megjelentetett könyvében a turizmus rendszerének és környezetének összetevőit a kereslet és a kínálat köré csoportosítja (2. ábra).



Forrás: Dr. Lengyel Márton: Turizmus általános elmélete, KJK. Bpest, 1992

2. ábra - A turizmus rendszere és környezete

A fölé- és mellérendelt rendszereket a következő dimenziókkal ábrázolja:

- közgazdasági környezet<sup>1</sup>,
- társadalmi-kulturális környezet,
- politikai környezet,
- technológiai környezet,
- természeti környezet.

A turizmus rendszerének alrendszerei a következők :

- a turizmus alanyának alrendszere,
- az intézményi alrendszerek,
- turisztikai település,
- turisztikai létesítmények illetve vállalkozások,
- idegenforgalmi szervezetek (köz- és magánjogi szervezeti formák).

A turisztikai menedzsment szempontjából bármelyik megközelítést is vegyük alapul, egyértelmű, hogy egy turisztikai, vendéglátó stb. vállalkozás vagy éppen vállalkozó nem hagyolhatja el sem az alanyi, sem pedig a tárgyi alrendszert, illetve sem a keresleti, sem pedig a kínálati tényezőket, ha a piacon eredményesen és jövedelmezően kívánja tevékenységét kifejteni. A tényezők egy része számára nyilvánvaló adottságként jelentkezik, amelyen rövid távon egyáltalán nem tud változtatni, közép távon sem biztos, de ha igen, akkor is a változtatás nagy valószínűséggel beruházás- és költségigényes. Még inkább igaz ez hosszabb távon. Ilyen adottságnak (konstansnak) számítanak például az ábrán jól megkülönböztetett környezeti elemek, az ún. külső hatótényezők, amelyek determinálják a vállalkozás vagy az üdülőhely menedzsmentjének mozgásterét, vagy a kereslet markáns jellemzői és ezen belül is a motivációk, amelyek befolyásolhatók ugyan a reklám eszközeivel, de az ún. „tehetetlenségi nyomatók” miatt többnyire csak lassan és nehezen mérhető módon.

## 2.2 A turizmus fogalomrendszere

### 2.2.1 A turizmus fogalom kialakulása, fejlődése

Mindenekelőtt tekintsük át a turizmus fogalmának kialakulását és fejlődését a kezdetektől egészen az új turizmusszemlélet kialakulásáig. Ennek ismerete azért lényeges, mert egyre bővülő értelmezése mutatja a turizmus társadalmi jelentőségének növekedését, az életmód részévé válását, és a több tudományágat, ágazatot átölelő komplexitását.

<b>Glücksman<sup>2</sup></b>	A turizmus személyek utazása egy olyan helyre, ahol nincs állandó lakásuk.
<b>Schwink<sup>3</sup></b>	Oly személyek áramlása, akik állandó lakhelyüket bármilyen szellemi, testi vagy szakmai motivációtól vezérelve ideiglenesen hagyják el.
<b>Norwal<sup>4</sup></b>	A turista egy olyan személy, aki <ul style="list-style-type: none"> <li>— ideiglenes jelleggel idegen országba látogat, azaz</li> <li>— ott nem telepszik le állandó jelleggel</li> <li>— és nem folytat rendszeres üzleti tevékenységet,</li> <li>— az adott országban máshol megkeresett jövedelmet költ el.</li> </ul>
<b>Népszövetség<sup>1</sup></b>	A turizmus minden olyan személyre vonatkozik, aki 24 órát, vagy annál többet utazik bármely állandó lakóhelyén kívüli országba.

<sup>1</sup> A környezetet, mint az életér összességét értjük alatta.

<sup>2</sup> A berlini iskola egyik alapítója, 1929-ben.

<sup>3</sup> 1929-30-ból származó definíció..

<sup>4</sup> The Tourist Industry, 1936.

<b>Hunziker— Krapf<sup>2</sup></b>	A turizmus az emberek lakóhelyén kívüli utazásából és tartózkodásából eredő kapcsolatok és jelenségek összessége feltéve, hogy az utazást és a tartózkodást — nem letelepedési szándék, illetve — nem jövedelmező tevékenység motiválta. Ez ma is használatos definíció, amelyet a Tudományos Idegenforgalmi Szakértők Nemzetközi egyesülése, az AIEST az eredetihez képest kissé megváltoztatott. Legutóbbi változatában már így hangzik:
<b>AIEST<sup>3</sup></b>	A turizmus azoknak a kapcsolatoknak és jelenségeknek az összessége, amelyek utazásból és nem az adott településen lakók tartózkodásából származnak feltéve, hogy a tartózkodás nem letelepedés jellegű és nem kapcsolódik hozzá keresőtevékenység.
<b>dr. Kolacsek András<sup>4</sup></b>	A turizmus önkéntes és békés célú rendszeres utazási forgalom, melynek keretében az utasok, mint fogyasztók, szolgáltatásokat vesznek igénybe és átmenetileg tartózkodnak a meglátogatott helyen.
<b>ENSZ konferencia, 1963. Róma<sup>5</sup></b>	— „látogató” minden olyan személy, aki állandó lakóhelyén kívüli más országba látogat bármely más célból, kivéve, hogy ott kereső foglalkozást végezzen. — „turista” olyan időszakos látogató, aki legalább 24 órát tölt a meglátogatott országban és utazásának célja szabadidő eltöltése, vagy üzlet, család, kiküldetés, értekezlet. — „kiránduló” az az időszakos látogató, aki nem tölt 24 órát a meglátogatott országban, beleértve a körutazásokon résztvevőket is.
<b>Leiper<sup>6</sup></b>	A turizmus egy öt elemből álló és a szélesebb környezettel kölcsönhatásban lévő nyílt rendszer, amelynek elemei: — a turisták képezik a dinamikus emberi elemet;  — a kibocsátó terület, — a tranzit út és — a fogadóterület } a három földrajzi elem; végül  — a turizmus szektor a gazdasági elem.  Az egyes elemek funkcionálisan és térbelileg rendezettek, fizikai, technológiai, társadalmi, kulturális, gazdasági és politikai tényezőkkel kölcsönhatásban állnak. A dinamikus elemet az utazó személyek képezik, akiknek az utazása bizonyos mértékig szabadidőn alapul és otthonuktól távoli időleges, legalább egy éjszaka tartózkodással jár.
<b>Korábbi összefoglaló jellegű definíció<sup>7</sup></b>	A turizmus önkéntes, tömeges, rendszeres és békés személyforgalom, melynek alanyai ideiglenesen utaznak el állandó lakóhelyükről máshová nem kereső tevékenység céljából, és ott pénzüket költik.

<sup>1</sup> Abból a célból készült 1937-ben, hogy a turizmus nemzetközi statisztikáit jobban összehasonlíthatóvá tegyék

<sup>2</sup> Hunziker és Krapf svájci professzorok dolgozták ki 1942-ben.

<sup>3</sup> Association internationale d'experts scientifiques du tourisme - International Association of Scientific Experts in Tourism, 1951. május 31-én Rómában fogadták el az alapító okiratát ([www.aiest.org](http://www.aiest.org))

<sup>4</sup> A budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem professzora, a hetvenes-nyolcvanas évek egyik meghatározó alakja az idegenforgalom gazdaságtanának jeles hazai képviselője volt.

<sup>5</sup> Kifejezetten statisztikai megközelítésű meghatározás.

<sup>6</sup> Rendszerelméleti megközelítésű definíció 1981-ből.

<sup>7</sup> Ez a definíció mintegy az új turizmus szemlélet kialakulását megelőző meghatározások summázása.

## 2.2.2 Új turizmus szemlélet

A fogalmakat a gondolkodás eszközeinek, a világos és félreérthetetlen beszéd segédeszközeinek tekintjük, ezért nagy jelentőségű Hunziger—Krapf alapvető definíciója az idegenforgalom jelenség kapcsolatrendszerének tudományos leírásában és tisztázásában, valamint kialakításában. E definíció újra és újra a viták középpontjában áll.

Az idegenforgalom az elmúlt évtizedekben jelentős strukturális változáson ment át, amely az eredeti definíció hangsúlyát megváltoztatta. Az idegenforgalomnak a Krapf<sup>1</sup> által tudományosan előadott fogyasztásorientáltsága, a turizmusnak mindenféle munkavégzési szándék vagy keresőtevékenység hiányával történő azonosítása az üzleti utazások és a kongresszusi turizmus jelentőségének növekedésével egyre inkább tarthatatlanná vált.

A turizmus lényege *az állandó környezetből való kiszakadás*, a rövidebb-hosszabb helyváltoztatás, amely történhet szabadidőben, vagy munkaidőben. A helyváltoztatás azért lényeges, mert összefügg több definíció azon megszorításával, amely a lukratív<sup>2</sup> célú utazásokat kizárja a turizmus köréből. A vendégmunkások fizetésüket a befogadó országban keresik meg, és nem az otthon szerzett jövedelmüket költik el. Nem vetik el viszont a hivatásturizmust (üzleti, kongresszusi turizmus, tanulmányutak stb.). Van, ahol minimális utazási távolság esetén tekintik turizmusnak a helyváltoztatást, de ez önkényesnek tűnik, mert a technikai fejlődés lecsökkentette a térbeli és időbeli korlátokat.

Nyilvánvaló, hogy a szabadidő csak részben vehető figyelembe, mert a munkaidőn felüli részt az alvásra, más biológiai szükségletekre és az alapvető életvitelre fordított idő csökkenti. A turizmusnak csak a szűkebb értelemben vett szabadidő a természetes kerete.

A motivációk, az indítékok számtalan csoportosítása ismert, ezek szinte teljes körűen lefedik az életet, és azt sugallják, hogy a turizmus az élet szerves része. A hivatásturizmustól eltekintve a turizmus egy szabadidő tevékenységet jelent az állandó lakáson kívül, amelyet a változatosság igénye motivál. Ezeknek az elemeknek a kiemelése képezte egy új turizmus-definíció meghatározásának az alapját.

## 2.2.3 A turizmus mai fogalma

Mint már említettem, a hagyományosan nagy tömegeket megmozgató szakrális turizmuson túl az üzleti utazások és a kongresszusi forgalom erős növekedése a turizmusra gyakorolt hatásával szükségessé tette az AIEST-fogalom felülvizsgálatát. Az üzleti utak és a kongresszusi forgalom kizárását tisztán dogmatikusan, azaz gazdaságtudományi indoklással (fogyasztásorientáltság) aligha lehetett fenntartani, mivel a turizmus már rég nem egy tisztán nemzetgazdasági sajátosságokat magán viselő jelenség.

A definíciónak az a része, hogy a turizmus „kapcsolatok és jelenségek összessége”, tükrözi az előző fejezetben alkalmazott rendszerelméleti tételt<sup>3</sup>, és hangsúlyozza a turizmus multidiszciplináris jellegét. A földrajzi elem pl. a turizmusban helytől is időtől függetlenül akkor is megjelenik, ha véletlenül egy-egy esetben konkrétan nem kerül szóba, mert az mindig az adott vizsgálat vagy kutatás céljától és tárgyától függ, hogy mire kell helyezni a hangsúlyokat. Ugyanez érvényes az ideiglenes helyváltoztatással kapcsolatos számos, ám egyenként fel nem sorolt motivációra is.

<sup>1</sup> Krapf, K., Der touristische Konsum (A turisztikai fogyasztás), Habilitationsschrift, Bern 1954.

<sup>2</sup> Kereső célzatú, munkavégzés szándékával motivált.

<sup>3</sup> Rendszer, mint elemek rendezett összessége, amelyek között valamilyen kapcsolat van, vagy létesíthető.

Az idegenforgalom jelenségében meghatározó a **helyváltogatás**, amely azt jelenti, hogy az „idegen” helyen való **tartózkodás** mellett az utazás, mint teret legyőző elem lépett be a turisztikai folyamatba. Kikötés viszont, hogy a *tartózkodási hely* nem lehet sem a szokásos lakó-, sem pedig a szokásos munkahely, így az effektív munkába járás ki van rekesztve az idegenforgalom fogalmából. Fontos tehát, hogy az idegen helyen tartózkodó személy számára ez a hely ne a szokásos és tartós lakhely, és ne a munkahely legyen. Ily módon a második lakásában (hétvégi házában, nyaralójában) tartózkodó vagy az idegen hely szállodai szolgáltatásait igénybe vevő, üzleti célból utazó személy már a turizmus alanyának minősül, ha magatartása egyébként megfelel a tulajdonképpeni turista viselkedésének.

Az adott körülmények között a lakástól kis távolságra irányuló és időben is korlátozott üdülési forgalom szintén a turizmus részét képezheti. Az utazás időtartama és a határátlépés, mint kategorizálási ismérv, ahogyan ezt a nemzetközi összehasonlításokban máig alkalmazzák, az általános idegenforgalom meghatározásához már nem célszerű.<sup>1</sup> A nemzetközi utazási forgalom fontos forrásává vált egynapos üzleti vagy bevásárló utak ennél a statisztikai számbavételi gyakorlatnál például rendre kimaradtak a megfigyelési körből, összemosódtak a kiránduló és a tranzitforgalom regisztrált adataival.

A turizmus fogalmának fejlődésében jelentős állomás a **Manilai Nyilatkozat** kiadása 1980-ban. Az Idegenforgalmi Világszervezet (WTO)<sup>2</sup> manilai konferenciáján az alábbiakat fogalmazták meg:

<p><b>Manilai Nyilatkozat</b> (1980)</p>	<p>A turizmus alapvető tevékenység a nemzetek életében, mivel közvetlen hatást gyakorol az országok társadalmi, kulturális és gazdasági életére, valamint nemzetközi kapcsolataikra. Fejlődése szorosan összefügg a társadalmi és gazdasági haladással, s csak akkor teljesezhet ki, ha az embereknek joguk van az aktív pihenéshez, az utazáshoz, a szabad időhöz.</p> <p>A turizmus nem csupán gazdasági kategória, hanem jelentős politikai, társadalmi, kulturális és nevelési tényező, fontos környezeti hatásai vannak, és alapvető szerepe van az életminőség alakulásában.</p> <p>A turizmus léte és fejlődése teljes mértékben a tartós békétől függ, ugyanakkor ennek megteremtéséhez a turizmusnak is hozzá kell járulnia.</p> <p>Az Emberi Jogok Nyilatkozatából kiindulva és több ország alkotmányára is hivatkozva általánossá vált a pihenéshez, a szabad időhöz és az utazáshoz fűződő jog. Ennek fényében mérsékelni kell a turizmus fejlődését korlátozó kööttségeket és ezek negatív hatásait.</p> <p>A Manilai Nyilatkozat a turizmus világgazdaságban és a nemzetgazdaságokban játszott egyre erősödő szerepén túl kihangsúlyozza a belföldi turizmus és ezen belül az ifjúsági, a senior- és a szociálturizmus, valamint a mozgáskorlátozottak turizmusának fontosságát.</p> <p>Lényeges megállapítás, hogy a turizmus fejlesztésében, ösztönzésében a gazdaságosság nem lehet az egyetlen, kizárólagos szempont. A turisztikai igények kielégítése ugyanakkor nem csorbíthatja, nem szoríthatja háttérbe a helyi lakosság társadalmi és gazdasági érdekeit, nem károsíthatja a környezetet, a történelmi és a kulturális emlékeket.</p> <p>A társadalom különböző területei között kölcsönhatás érvényesül, az államok felelősséggel tartoznak a turizmus fejlesztéséért.</p>
--	--

<sup>1</sup> Lásd a Népszövetség Statisztikai Szakértői Bizottságának 1937. január 22-i, illetve az ENSZ világkonferenciáját az idegenforgalomról és a nemzetközi utazásokról, Róma 1963.

<sup>2</sup> Korábban WTO, újabban már UNWTO/OMT = World Tourism Organization is a specialized agency of the United Nations / Organization Mondiale du Tourisme

Ezeknek az elemeknek a kiemelése képezte az alapját egy új turizmus-definíció meghatározásának, amely dr. Lengyel Márton fogalmazott meg 1986-ban, és amit a WTO is átvett.

<b>Lengyel Márton</b> (1986)	Turizmus alatt egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén (lakásán és munkahelyén) kívüli valamennyi helyváltoztatását és tevékenységét értjük, bármi legyen azok konkrét indítéka, időtartama és célterülete. A turizmus másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese.
---------------------------------	--

Két formája van:

- **hivatásturizmus**: a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatások során végzett szakmai és szabadidő tevékenységek együttese.
- **szabadidő turizmus**: az állandó lakáson kívül szabadidőben végzett és szabadon választott tevékenységek összessége, amelyeket az ember változatosság igénye motivál. A turizmus önkéntes, tömeges, rendszeres és békés személyforgalom, melynek alanyai ideiglenesen utaznak el állandó lakóhelyükről máshová nem kereső tevékenység céljából, és ott pénzüket költik.

A WTO és az Interparlamentáris Unió 1989-ben fogadta el Hágai Nyilatkozatot, amely a turizmus fogalmának élő, a kor jelenségeit leginkább összefoglaló eszenciája.

<b>Hágai Nyilatkozat</b> (1989)	A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.
------------------------------------	---

**A Hágai Nyilatkozat új elemei:**<sup>1</sup>

- A lakáson kívül, de az adott településen belül végzett tevékenységek is egyértelműen beleszámítanak
- A hangsúly áttér a turisták által eddig is használt, de alapvetően a helyi lakosság számára létrehozott szabadidő létesítményekre, pl. színházakra, klubokra, sportlétesítményekre, múzeumokra stb.
- A turizmus gazdasági oldalával szemben előtérbe kerülnek a társadalmi, kulturális, környezeti és életminőség aspektusok, miközben a bevételek volumene megnő a lakáson kívüli szabadidő kiadások hányadával.
- Az arány még inkább eltolódik a belföldi turizmus javára, s szükségessé válhat egy új fogalom, a **helyi turizmus**<sup>2</sup> megkülönböztetése a belföldin belül.
- Nyilvánvalóbbá válik a turizmus társadalmi jelentősége.

A helyi turizmus fogalmának felvetését nem fogadta osztatlan elismerés, mivel a lakóhelyen folyó rendszeres sportolás, színház-, mozilátogatás, éttermi fogyasztás inkább a napi életritmushoz tartozik, ezekből fogyasztási többlet nem keletkezik, és az így jelentkező vásárlóerő pedig nem kívülről származik.<sup>3</sup> Ugyanakkor átértékelhető a turizmus társadalmi-gazdasági jelentőségét tudva, hogy az aktív marketingtevékenységet nem folytató szolgáltatók egy részének szinte közömbös, hogy vendégkörük és forgalmuk honnan származik. Mérése viszont metodikailag eléggé nehézkes és nem túlzottan költséghatékony...

<sup>1</sup> Dr. Lengyel Márton: A turizmus általános elmélete, VIVA Budapest 1992. c. könyve alapján.

<sup>2</sup> Statisztikai felmérhetősége, elemezhetősége igényli a metodika kidolgozását, megoldásra vár!

<sup>3</sup> Mundruczó Györgyné–Graham Stone: Turizmus elmélet és gyakorlat, KJK Budapest 1996.

A felsorakoztatott szempontok alapján a turizmust vagy idegenforgalmat tehát mindazon kapcsolatok és jelenségek összességéként határoztuk meg, amelyek olyan személyek utazásából és tartózkodásából adódnak, akik számára a tartózkodási hely se szokásos vagy tartós lakhelyet, se munkahelyet nem jelent. A turizmus fogalmának meghatározása ugyanakkor az idegenforgalom egészét átfogja, ezért különböző pontosításokat igényel. Ez különösen érvényes a fogalomrendszer alkalmazására a gyakorlati munkában (idegenforgalmi statisztikában, a jogi szabályozásban és a menedzsmentben).

Bernecker megkísérli első megközelítésben csoportosítani a turizmus fajtáit és formáit. Ennek során a meghatározó befolyásoló tényezőket, azaz a motivációt és a környezetet használja fel csoportosítási ismérvként.

A **turizmusfajták** a motivációk szerint, az utazó szempontjából:

- **Pihenési célú turizmus:** közeli pihenés és nyaralás (szabadság) fizikai és pszichikai regenerálódás céljából, gyógyüdülés, természeti gyógyító tényezőkkel történő pszichikai és testi gyógyulás (víz, gázok, peloidok, klíma),
- **Kulturális célú turizmus:** tanulmányi és alternatív turizmus (más kultúrák, szokások, hagyományok; mások életének, életvitelének megismerése), vallási turizmus (zarándoklatok, búcsúk és más egyházi események, szent helyek felkeresése)
- **Társadalmi célú turizmus:** rokonlátogatás, klubturizmus az üdülővendégek (nyaralók) tudatos csoportosítása kifejezetten szórakoztató program céljából,
- **Sportturizmus:** az aktív és passzív sport turizmusa,
- **Gazdasági célú turizmus:** üzleti turizmus, kongresszusi turizmus, kiállítási és vásári turizmus, incentív turizmus (vállalkozások jutalomújtjai),
- **Politikaorientált turizmus:** diplomata- és konferencia-turizmus, politikai rendezvényekkel kapcsolatos turizmus.

**Turizmusformák**, külső okok és hatások szerinti csoportosításban:

<i>A turizmus alanyától kiinduló ismérvek</i>	<i>Vonatkozó turizmusforma</i>
<i>Eredet</i>	— Belföldi turizmus — Külföldi turizmus
<i>Az idegenforgalomban résztvevők száma</i>	— Egyéni turizmus (az utazás és a tartózkodás egyéni kialakítása és szervezése, ez is lehet szervezett vagy nem szervezett) — Kollektív turizmus (többnyire szervezett) <sup>1</sup> — csoportos vagy társas turizmus (az utazás és/vagy tartózkodás közös lebonyolítása) — klubturizmus (az utazás túlnyomórészt, a tartózkodás teljesen közös, miközben tudatosan elősegítik az üdülővendégek egy üdülőcsoporttá integrálódását) — Tömegturizmus (turisták tömeges megjelenése, ahol a jelleg és a környezet szerint negatív kísérőjelenségek már kevés csak sok turista megjelenése esetén felléphetnek) — Családi turizmus

<sup>1</sup> A szervezett turizmusnál utazási iroda, ügynökség a szervező-értékesítő, a szervezetlennél pedig a turista maga állítja össze úttervét, foglal szállást, spontán tér be egy-egy étkezésre stb.



<b><i>Az idegenforgalomban résztvevők életkora</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Ifjúsági turizmus (a 15-24 évesek idegenforgalma, akik már nem a szüleikkel és még nem a saját, megalapítandó családjukkal utaznak szabadságra)</li> <li>— Senior turizmus (a 60 év feletti, nyugdíjas, már nem aktív keresők idegenforgalma)</li> </ul>
<b><i>Évszakok szerint</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Nyári turizmus</li> <li>— Téli turizmus</li> <li>— Főszezon turizmus</li> <li>— Szezonon kívüli turizmus</li> </ul>
<b><i>A tartózkodás időtartama</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Rövid idejű turizmus</li> <li>— átutazó vagy tranzitturizmus (a tartózkodási helyre való visszatérés nélkül)</li> <li>— tulajdonképpeni rövid idejű turizmus, főleg hét közbeni üzleti turizmus</li> <li>— egynapos kiránduló turizmus (szállás nélkül)</li> <li>— hétfégi turizmus (1-3 vendégéjszakával)</li> <li>— Hosszú idejű turizmus</li> <li>— nyaralási (szabadság) turizmus négy-nél több vendégéjszakával</li> <li>— gyógyturizmus (orvosi tapasztalatok szerint leginkább 3 hét)</li> </ul>
<b><i>Szállásforma</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Szállodai turizmus</li> <li>— Szállodán kívüli turizmus</li> <li>— bungalow- vagy appartement-turizmus</li> <li>— hétfégi ház turizmus</li> <li>— kemping- vagy lakókocsi-turizmus</li> </ul>
<b><i>Igénybe vett közlekedési eszköz</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Vasúti turizmus<sup>1</sup></li> <li>— Autós turizmus</li> <li>— Hajóturizmus</li> <li>— Repülő turizmus (legújabb: diszkont vagy „fapados...” is)</li> </ul>
<b><i>Hatás a fizetési mérlegre</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Aktív turizmus (külföldiek beutazó turizmusa belföldre, de tulajdonképpen minden fogadott turizmus ide sorolható)</li> <li>— Passzív turizmus (kimenő turizmus, a belföldiek idegenforgalma külföldön)</li> </ul>
<b><i>Finanszírozás módja</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Szociálturizmus (gyenge fizetőképességgel rendelkező lakossági rétegek részvétele a turizmusban, miközben ezt külön intézkedésekkel teszik lehetővé vagy könnyítik meg)</li> <li>— Turizmus elő- vagy utófinanszírozással (hitelkártya)</li> </ul>
<b><i>Utazási forma (az utazás szervezésének módja)</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Egyéni turizmus (utazási iroda szervezésében vagy anélkül)</li> <li>— Átlagáras turizmus (az utazásszervező által kínált csomag, ami általában tartalmazza az utazással és tartózkodással kapcsolatos szolgáltatásokat: teljes vagy részleges átalánydíjas utak, illetve rendező által szervezett utak)<sup>2</sup></li> </ul>
<b><i>Utazási magatartás</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Intelligens turizmus</li> <li>— Kedvtelésből folytatott turizmus</li> </ul>

<sup>1</sup> Gyakran beszélnek repülő vagy vasúti turizmusról, ha ajánlatokban repülő vagy vasút szerepel.

<sup>2</sup> Pauschalreisen, packages, csomagutak...

<b><i>Szociológiai tartalom</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Luxus és exkluzív turizmus</li> <li>— Hagyományos turizmus (az egyéni utak és szállodai tartózkodások turisztikai jellegének hangsúlyozása a modern turizmus kezdeti éveiben)</li> <li>— Ifjúsági turizmus</li> <li>— Felnőtt turizmus</li> <li>— Szociálturizmus</li> <li>— Szelíd turizmus</li> </ul>
---	--

A felsorolás természetesen nem teljes, mivel számos olyan összetett forma is előfordul, amelyet nem lehet egyértelműen valamely turizmusfajtaéhoz vagy formához hozzárendelni.

A turisztikai motivációkban, valamint a turizmus jelenségeire ható külső hatásokban bekövetkezett jelentős változások ezen túlmenően mindig új változatok megjelenéséhez vezetnek, amelyek az átlagáras turisztikai kínálatokkal (packages-el) szemben a célcsoport-specifikus kínálatot támogatják.

Gyakran nem egyértelmű a *szabadidő* fogalma sem. A szabadidő fogalmát a szabadidő-kutató, Dumazedier úgy fogalmazta meg, mint mindazon elfoglaltságok összességét, amelyekkel az egyén tetszése szerint foglalkozhat, legyen az pihenés, szórakozás, szabadon választott képzés, amely társadalmi helyzetét javítja oly módon, hogy munkahelyi, családi és társadalmi kötelezettségektől általa mentesül. Mivel a napi életvitel lényeges romlása a pihenés iránt fokozott igényt támaszt, az idegenforgalom jelentősége és részesedése a szabadidő eltöltésében folyamatosan növekszik.

Opaschowski a szabadidő felhasználásának három szakaszát különbözteti meg<sup>1</sup>:

- A háborúk után és még az ötvenes években is a pihenés-orientált szabadidő dominált (a munkaerő újratermelése).
- A hatvanas és a hetvenes éveket a fogyasztásorientált szabadidő jellemezte (szabadidő egyenlő a fogyasztási idővel).
- a nyolcvanas évektől jelentkezik erőteljesebben az élményorientált szabadidő-fázis (kulturált szabadidő életstílus). Azáltal, hogy a fogyasztás tekintetében alternatív, új élménylehetőségekre tesznek szert, az embereknek jut idejük a nem anyagi természetű életértékek megteremtésére, növekszik a készségük, hogy szabadon felhasználható idejüket társasági élettel és hozzájuk közel álló társadalmi elfoglaltsággal, kreatív öntevékenységgel és produktív tevékenységgel töltsék el.

<sup>1</sup> Opaschowski H. (1980): Probleme im Umgang mit der Freizeit (A szabadidő problémái), 7-8. oldal

Aktualizált tendenciák a szabadidő társadalmi-gazdasági környezetében<sup>1</sup>

<i>Tendenciák</i>	<i>Következmények a szabadidőre</i>
<i>Lakosság számának stagnálása fokozott elöregedés mellett</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— a fiataloknak szóló szabadidő-kínálat csökkenő jelentősége</li> <li>— egyre több a „szabadidő-aktív” idős ember</li> </ul>
<i>Az együttélés formáinak változása</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— növekvő kereslet a szabadidős áruk és szolgáltatások iránt</li> <li>— a család, mint szabadidő környezet kizárólagosságának elvesztése, jelentőségének csökkenése</li> <li>— szingli-életmód elterjedése a fiatalok körében; több egyszemélyes háztartás (több kifelé orientált életstílusú fiatal; több egyedül maradt és elzárkózott idős ember)</li> </ul>
<i>A munka és a szabadidő újraértékelése</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— élvhajász életstílus = jó táptalaj a szabadidő-ipar számára</li> <li>— az olyan életterek és -értékek felértékelődése, mint szabadidő, család, ill. barátok, képzés, kultúra</li> <li>— olyan szabadidő-értékek átvitele a hivatásra és munkára, mint életöröm, önmegvalósítás, társaságkedvelés</li> </ul>
<i>A hagyományos munkaidő-struktúrák felbomlása</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— a rövidebb munkaidő és a kereső tevékenységen belüli és kívüli nagyobb idő-autonómia felé mutató tendencia</li> <li>— tendencia új vállalkozási formák irányába, új munka(idő)etikával</li> <li>— a közlekedési áramlatok időbeli kiegyenlítődése</li> </ul>
<i>A saját munka jelentőségének növekedése</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— barkácstevékenység terjedése</li> <li>— fokozott igény a szabadidő-autonómia iránt</li> <li>— a munka és szabadidő határának elmosódása</li> </ul>
<i>A nemekről alkotott kép változása</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— hivatás és háztartás/gyerekek =&gt; a nők kettős terhelése</li> <li>— munkamegosztást kíván a férfiak/nők között a háztartásban, nevelésben és hivatásban, átértékelődik a hagyományos munkamegosztás a családokban</li> </ul>
<i>Növekvő képzettségi szint</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— a szabadidő-magatartásban kritikusabb gondolkodás és választás</li> <li>— az aktív sporttevékenység és kulturális aktivitás fokozódása</li> <li>— nő a szabadidőnek, mint képzésre és önképzésre fordított időnek a jelentősége.</li> </ul>
<i>Fokozott környezet-érzékenység</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— az ökoszemlélet kezd kiterjedni a szabadidő-területre is</li> <li>— a szabadidő-élvhajászok esetében kevés önkéntes lemondási képesség</li> </ul>
<i>Növekvő motorizáció</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— az autós szabadidő- és pihenő forgalom újabb áradatai</li> <li>— bevásárlás mint szabadidő-élmény = növekvő bevásárló forgalom</li> <li>— „zöld mező” (kirakodóvásárok, Szedd magad árusítási formák, bio-termékek stb.) iránti igények erősödése</li> <li>— a mobilitáshoz kötött szabadidő-tevékenységek, mind szörfözés, golf, hosszútávfutás stb. elterjedése</li> <li>— a rövid utazással összekapcsolt hosszú hétvégék térnyerése</li> </ul>
<i>Gazdasági növekedés a termelékenység növekedése mellett</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— a kilencvenes évek gazdasági növekedési klímájának kedvező hatása a szabadidő-piacra</li> <li>— a jövedelem és munkaidő alakulásának mozgásteret a termelékenység növekedése alapján</li> </ul>

<sup>1</sup> A kiindulási alap: Kramer, B. (1990): Freizeit - Politik - Perspektiven. Unter besonderer Berücksichtigung der Konzepte von Parteien und Verbänden in der Schweiz (Szabadidő - politika - perspektívák. Svájci pártok és szövetségek koncepcióinak figyelembevételével), Berner Studien zu Freizeit und Tourismus 27

<p><b>Fokozott városiasodás</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— plaza-jelenség a nagyobb városokban: bevásárlóközpontok, mint közösségi terek (!)</li> <li>— a lakás- és szabadidő-értéket az ingázó és bevásárló közlekedés fokozottan befolyásolja</li> <li>— a városok kihalása a hétvégeken, közlekedési dugók miatti problémák állandósulása</li> <li>— a városok vonzáskörzetében az alvótelepülések körkörös gyűrűje a kitelepülésre, a közlekedési problémák súlyosbodása pedig visszatelepülésre ösztönöz</li> <li>— komfortosság és életkörülmények szempontjából a falu és a város közeledése egymáshoz</li> </ul>
<p><b>A második lakhelyek elterjedése</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— fokozódó környezeti és esztétikai terhelés a turisztikai területeken – az ezredforduló felé a növekedés lassulása, egyes térségekben leállása, nem feltétlenül csökkentette a környezeti-esztétikai terhelést</li> <li>— ingatlanárak emelkedése a felkapott pihenő- és célterületeken</li> <li>— átértékelődik a mezőgazdaság szerepe — veszteség a kulturális és tájképi sokoldalúság tekintetében</li> </ul>

## 2.3 A turizmus és környezete

Az idegenforgalom nyitott rendszerként történő ábrázolása hangsúlyozza a környezetnek a turizmus szerkezetében és alakulásában betöltött szerepét. Elsőként - a közgazdasági tényhelyzetnek az idegenforgalom számára való fontosságának megfelelően - a közgazdasági környezetet, mint fölérendelt rendszert szükséges bemutatni, mivel főképpen a közgazdasági adottságok, a lakó- és munkahelyen kívüli helyváltogatások, az utazás, pihenés stb. iránti szükséglet teszi lehetővé a hatékony, a piacot befolyásoló kereslet kialakulását.

### 2.3.1 A közgazdasági környezet

Az idegenforgalom az Angliában megindult iparosodásig a társadalmi és pénzügyi felső réteg nagyok szűk körére korlátozódott. A technikai találmányokkal erősen fellendített ipar vállalkozói szinten a jövedelmek és a vagyon növekvő koncentrációját eredményezte. A 19. sz. hatvanas évei után a vagyonos nemesek és nagybirtokosok a vállalkozókkal együtt az erősen fejlődő szállodaiipar vendégei lettek.

Változás csak az első világháború után volt tapasztalható. A tisztviselőkből és ipari káderekből álló polgári középréteg felváltotta a háború következtében elszegényedett nemeseket és földbirtokosokat. A jobb szociális törvényhozás eredményeként (főleg a fizetett szabadság bevezetésével) egyre szélesebb lakossági rétegek, mint pl. a munkások nagy tömege vált fontossá az idegenforgalom számára. Az emberek utazási magatartását lényegében már nem az úgynevezett leisure-class vagyona, hanem az önálló és nem önálló személye jövedelme határozta meg. Ily módon a közgazdasági környezet messzemenően a turisztikai fejlődés meghatározó tényezőjévé válik.

A turizmusra **pozitívan** ható közgazdasági tényezők:

- a rendelkezésre álló reáljövedelem növekedése,
- jobb jövedelem-eloszlás,
- stabil valutahelyzet,
- kedvező konjunktúra-helyzet.

A turizmusra *negatívan* ható közgazdasági tényezők:

- gazdasági válságjelenségek,
- az ipari termelés visszaesése (növekvő munkanélküliség, lét- szám- és bértstop, rövidített munkaidő, túlmunka kiesése),
- bizonytalan valutahelyzet,
- kedvezőtlen konjunktúra-helyzet.

A gazdasági helyzet és a turisztikai fejlődése közötti összefonódás világossá válik, ha a nemzetgazdaság gazdasági teljesítményét kifejező bruttó társadalmi termék változásait a turisztikai kiadások alakulásával, az idegenforgalom mérőszámával hasonlítjuk össze. Általánosságban megállapítható, hogy az elmúlt 20-30 évben a turisztikai kiadások erősebben növekedtek mint a bruttó társadalmi termék.

Egy ország turisztikai fejlődésére nem kis hatást gyakorolnak a változó valutaárfolyamok. Egy nemzeti valuta 10%-os felértékelése például a külföldről érkezők szállásköltségét 12-15%-kal is növelheti, mintegy tovább gyűrűző hatásként, amelyet ugyanakkor árengedményekkel vagy kiegészítő szolgáltatásokkal kompenzálni lehet. A turisztikai piac globálissá válása erősíti nyomást az árbeli versenyképességre.

Feltűnő a turisztikai kiadásoknak a külföldi turizmusra jutó lényegesen nagyobb hányada, ami annak tulajdonítható, hogy árrugalmassági foka lényegesen nagyobb<sup>1</sup>. Ez a rugalmassági fok tükrözi a bruttó társadalmi termékben nem tartalmazott gazdasági és nem gazdasági hatótényezőket (pl. politikai helyzet, időjárási viszonyok, motivációk stb.). Az összehasonlítás a külföldi turizmusra fordított turisztikai kiadásokon alapszik. Tendenciájában a turisztikai kiadások összességében, beleértve a belföldi turizmust is, hasonló fejlődést feltételez annak ellenére, hogy a belföldi turizmus keresleti rugalmassága lényegesen kisebb.

### 2.3.2 Társadalmi-kulturális környezet

Az idegenforgalom fejlődése nem kizárólag közgazdasági tényezőktől függ. A „nem gazdasági” szükségleteket és értékeket is mindig figyelembe vevő turizmus nem különül el a többi gazdasági tevékenységtől.<sup>2</sup>

A 20. századi *társadalmi rendek* növekvő részében a demokrácia mint államforma, a szociális piacgazdaság pedig mint meghatározó gazdasági rend jelentkezik. Fő vonásai:<sup>3</sup>

<i>jóléti társadalom</i>	— növekvő társadalmi termék és a jövedelmek állam általi újbóli elosztása
<i>fogyasztói társadalom</i>	— fogyasztás a megtakarítás rovására
<i>teljesítményt nyújtó társadalom</i>	— növekedéspolitika a jólét ellenére
<i>mobilitás társadalom</i>	— felemelkedés magasabb jövedelmi osztályba — a foglalkozás fokozott megválasztása — nagy térbeli mobilitás
<i>oktató társadalom</i>	— jobb képzési és továbbképzési lehetőségek

<sup>1</sup> Schulmeister a külföldi utazások ezen nagy rugalmasságát a német háztartások nettó jövedelme alakulásának példájával támasztotta alá, miközben általában 1-2 éves időeltolódással kell számolni.

<sup>2</sup> Ulrich H., az idézett helyen, 162. oldaltól

<sup>3</sup> Ulrich H., az idézett helyen, 178. oldaltól

<i>pluralista társadalom</i>	— szervezett érdekcsoportok
<i>bürokratikus társadalom</i>	— a szövetségek, hatóságok és nagyvállalatok jelentős szervezetekké válnak
<i>technikai társadalom</i>	— a technika gyors fejlődése
<i>szabadidő-társadalom</i>	— a szabadidő, az élmény-orientáltság nagy helyértékkel rendelkezik

A mai társadalmi rend létrejötte a modern turizmus kialakulásának fontos előfeltétele volt. A turizmust elősegítő közgazdasági tényezők, mint a rendelkezésre álló szabad (diszkrecionális) jövedelem és a jobb jövedelemmegoszlás a jóléti társadalom velejáráói. A szolgáltató-társadalom elősegíti a gazdasági növekedést és ezáltal a jövedelme képződését, és pedig a viszonylag magas fokú jólét ellenére. A fogyasztói társadalom gondoskodik arról, hogy a jövedelem a fogyasztásba kerüljön be és kevésbé vagy egyáltalán ne halmozzák fel. Végül a mobil társadalom ugyanúgy, mint az oktató társadalom oda vezet, hogy egyre nagyobb lesz a turizmus iránti igény. A demokrácia mint államforma, és a társadalmi piacgazdaság mint gazdasági rend ily módon magyarázatot ad az idegenforgalomnak a társadalmi motivációból táplálkozó erős növekedésére.

Nem szabad azonban figyelmen kívül hagyni, hogy az idegenforgalom is visszahat a társadalmi környezetre. A klasszikus idegenforgalommal rendelkező országokban ez a befolyás főleg a 19. században jelentős. Egy újabb példa Spanyolország, ahol a tömegturizmus betérése a 20. század közepe felé az évszázadok óta változatlan társadalmi szerkezetet változtatta meg. Ez a veszély főleg az úgynevezett fejlődő országokat fenyegeti.

A kulturális globalizáció, az ellaposodás, a hasonulás, valamint a földtulajdon és az infrastruktúra túlzott mértékű idegen kézbe kerülésének veszélye az utóbbi időben riasztotta a hatóságokat, és ellenintézkedésekre készítette őket (a kulturális sajátosság támogatása, ingatlanok külföldieknek történő eladásának megnehezítése). Mindezt az egyéb politikai, gazdasági és társadalmi folyamatok, mint pl. az európai integrációs törekvések, csak erősítik.

### 2.3.3 A politikai környezet

Az idegenforgalom az emberi együttélés egyik megnyilvánulási formája, amelyet döntően a felső hatalom, tehát a politikai elhatározás és magatartás határoz meg. Az idegenforgalmat a politikai tényezők erősen befolyásolják. Alapjában véve igaz, hogy

- a turizmus közvetve vagy közvetlenül politikai funkciókat tölt be, miközben
- a turizmus a maga részéről a politikának impulzusokat ad.

Ezek a megállapítások azonban mindenkor erősen függenek attól a társadalmi formától, amelyekben az idegenforgalom fejlődik:

- a liberális jogállamban az állampolgároknak lehetővé teszik az elképzelhető legszabadabb kibontakozást. Ily módon politikailag adottak az idegenforgalom korlátlan fejlődésének feltételei, a maga előnyeivel és hátrányaival együtt;
- a szociális jóléti államban benne rejlő jóléti cél lehetővé teszi a turizmus közvetett és közvetlen támogatását (például a szociális idegenforgalom ápolásával illetve széles néprétegek anyagi jólétének biztosításával és megteremtésével, ami végső soron az idegenforgalom javát is szolgálja);
- a totalitárius államban az idegenforgalom állami és politikai funkció. Az idegenforgalmat a politikai céloknak rendelik alá, és ennek megfelelően tervszerűen irányítják. Ezen túlmenően a totalitárius államban benne rejlik az elzárkózási tendencia.

A turizmus ma egyre több országban jelentős **gazdaságpolitikai tényező**. Az anyagi jólét emeléséhez az idegenforgalom is hozzájárul mind a külgazdaság (bevételegyensúly), mint a belgazdaság területén (kiegyenlítési funkció a gazdaságilag gyenge vidékeken). Ezáltal érthetővé válik az a tény is, hogy az állam gazdaságpolitikájával egyre inkább a turizmuspolitika hordozójává válik.<sup>1</sup> A turizmus állami támogatása iránti fokozódó igény bizonyos centralizálási tendenciát mutat annak ellenére, hogy inkább az örökölt centralizáció oldása, a regionális/kistérségi, valamint település szintű idegenforgalmi szerveződések serkentése és erősítése lenne a kívánatos folyamat.

A turizmus azonban nem csak az ún. nagypolitikával, hanem az ágazati politikák szinte teljes körével külön-külön is kölcsönhatásban áll. Közlekedéspolitika, vidékfejlesztés, kulturális, oktatási stb. politika, egészségügy, mezőgazdaság – mindenütt fellelhetők a találkozási pontok, amelyek az értekezés későbbi részeiben bemutatásra kerülő folyamatoknál kiemelhetetlenek.

### 2.3.4 A technológiai környezet

A közlekedési hálózat és eszközei, a kommunikációs és szállástechnika a turisztikai környezet fontos elemei. Míg eddig a turizmus fejlődésére főleg a közlekedéstechnika fejlődése volt döntő hatással, ma már elmondható, hogy a kommunikációs technika vette át a helyét, az elektronika és az informatika alapvető és mélyreható változásokat indított el.

A gyorsaság, biztonság, teljesítőképesség és gazdaságosság tekintetében a közlekedés területén több mint száz évvel ezelőtt beindult figyelemre méltó fejlődés (vasúti közlekedés, légi közlekedés, tengeri közlekedés, közúti közlekedés) a turizmusnak a történeti folyamat bemutatásakor ismertett növekedéséhez vezetett. A közlekedés relatíve olcsóbbá válása következtében a turizmusra gyakorolt pozitív mennyiségi és minőségi hatások mellett elsősorban a társadalmi és kulturális jellegű hatásokat kell megemlíteni. A közlekedéstechnika fejlődése különösen a turisták nagyfokú térbeli és személyi szabad mozgásához vezetett. Manapság úgyszólván mindenki minden idegenforgalmi helyszínt el tud érni.

A közlekedéstechnika elmúlt évtizedben végbement fejlődésének köszönhetően a turizmus vonatkozásában a következő javulások következtek be a közlekedés területén – ez nem feltétlenül azonosítható a hazai állapotokkal!

- nagyobb biztonság,
- nagyobb sebesség, azaz az utazásra fordított idők rövidülése,
- rendszerességük (járatsűrűségük) javulása,
- nagyobb kényelem- és komfortkínálat,
- a tömegközlekedési eszközök (vasút, repülő) kapacitásának növekedése.

A közlekedéstechnika fejlődését más, hátrányosnak ítéltető jelenségek is kísérték:

- a turisták növekvő technikai mobilitása ellentétes lehet a pihenés igényével,
- nagy utazási sebesség esetén az utazás közben befogadható élmények és benyomások kisebbek és felületesebbek, mintha lassabban utaznának,

<sup>1</sup> Tipikus példaként szolgálnak a konjunktúra-törvények, amelyek a turisztika fejlődését jobban befolyásolják, mint magára az idegenforgalomra alkotott olyan törvények, mint a svájci szállodai és gyógyhelyi hiteltörvény, a német szövetségi kormány turizmuspolitikai súlyponti programja vagy az idegenforgalmi beruházási hiteleknek az osztrák Kereskedelmi és Újjáépítési Minisztérium hitelintézetinél történő felvételét megkönnyítő akció (1960).

- a közlekedési eszközök által okozott zaj- és légszennyezés nem csak a pihenést zavarja, de a helyi lakosság mind nagyobb részét
- az utas gyakran tömegfogyasztási szférában találja magát (közlekedési dugók az utakon, jumbo-gépekkel történő szállítás, társasutak).

A dinamika és az összetettség fokozódása állapítható meg a kommunikációs technikáknál:

- informatika (adatfeldolgozás, kommunikáció, irodatechnika),
- elektronikus információs és foglalási rendszerek, check-in/check-out eljárás, automatizált vállalatirányítás, integrált információs, könyvelési és elszámolási rendszerek, biztonsági/ellenőrző rendszerek stb., elektronikus piacterek, árusítási formák
- koncentráció, szakosodás, befektetés/tőkeintenzitás.

### 2.3.5 A természeti környezet

A Massachusetts Institute of Technology (MIT) „*A növekedés határai*” című tanulmányának publikálásával az emberiség számára széles körben ismeretessé vált, hogy a tapasztalható exponenciális növekedés miatt milyen kritikus helyzetbe került Földünk. A bűnös levegő- és vízszennyezés, a termőföldek gondatlan beépítése, a rendelkezésre álló természeti kincsekkel folytatott rablógazdálkodás komoly mértékben zavarja a természeti egyensúlyt, aminek szörnyűséges következményei lehetnek az emberiségre. Az ökológia, mint az élet és környezete kapcsolatának tana, az emberi túlélés meghatározó elemévé vált.<sup>1</sup>

A turizmus természetesen függ a természeti adottságainál fogva vonzó környezettől. Az idegenforgalomnak az ökológiai környezettől való függősége sokkal nagyobb, mint a többi gazdasági ágazaté. A természeti erőforrások felélése ill. a „táj” lerombolása, amelynek elemei a föld, a vizek, a levegő, a növények, az állatok, valamint a különböző jellegű emberi alkotások, hosszabb-rövidebb idő alatt az idegenforgalom tönkretételéhez vezet.

A környezetvédelem általános célkitűzésének ily módon - a turizmus szempontjából is - a következőkre kell tekintettel lennie:

Össze kell hangolni egymással egyrészt a fejleszhető természeti lehetőségek megengedett terhelését, másrészt a technika, a gazdaság, a jólét és a szabadidő fejlesztését. Ehhez meg kell tenni azokat az intézkedéseket, amelyek a bioszférát elemeivel, a talajjal, vízzel, levegővel, klímával, növényzettel és állatvilággal együtt hosszú távon optimálisan fenn-

<sup>1</sup> Meadows, Dennis L. : **De grenzen aan de groei: rapport van de Club van Rome** / Dennis Meadows ; met commentaar **van de Club van Rome**. Location: Published: Utrecht : Spectrum, 1972. (Original title: The limits to growth; a report for the **Club of Rome** project on the predicament of mankind). ISBN: 9027452466 A tanulmányt a Római Klub felkérésére készítette szerzője a Massachusetts Műszaki Egyetemen (Massachusetts Institute of Technology, MIT). Amikor ez a jelentés megjelent, a Római Klub Gábor Dénes elnökletével egy külön munkacsoportot hozott létre e tanulmány értékelésére. Megállapításait A pocsékolás kora után című könyvben tették közzé. E könyv végkövetkeztetése: csak akkor van remény a javulásra, ha az emberiség hajlandónak mutatkozik arra, hogy a jövő nemzedékek érdekében fesse magát. Gábor Dénes szavaival: „...az úgynevezett nyugati civilizáció rendkívül sikeres technológiára épül, de szellemileg, gyakorlatilag, semmi alapja. ... A kreatív technológusoknak valóban fontos, sőt meghatározó szerepet kell vállalniuk a következő száz évben. Ha azonban ennek a háttérben nem lesz legalább ugyanakkora politikai bölcsesség és kreativitás, ez a száz év nem lesz egyéb, csak ragyogás, és a végén nem marad egyáltalán ipari civilizáció.” Gábor Dénes figyelmezteti a veszélyekre az emberiséget, a világképe, a jövőképe azonban optimista: „Bízom benne, hogy a problémák megoldhatók, noha elismerem, hogy reményeim inkább az optimizmusomon, mint sziklaszilárd adatokon alapulnak. Én azonban mindig az optimizmust tartottam a felelős tudósok egyetlen munkahipotézisének.”



tartják és fejlesztik. Ennek során figyelembe kell venni, hogy a megengedett terhelés nem állandó érték. Meg kell kísérelni az emberi tevékenységeknek a fejleszthető természeti lehetőségekre gyakorolt hatásait oly módon összehangolni, hogy az egész bioszféra - amelyhez az ember is hozzá tartozik - hosszú távon ne csak fenntartható, hanem fejleszthető is legyen. A környezet terhelése alatt a természeti viszonyok változását, azaz főleg az emberek, állatok és növények életfeltételeinek mennyiségi és minőségi romlását értjük.

Az idegenforgalom számára legfontosabb minőségi terhelések a következők:

- a levegő, a vizek és a talaj elszennyeződése,
- a zaj,
- a táj beépítése és feldarabolása, a *buldózerdenudáció*, a táj képének lerombolása.

A környezetnek az idegenforgalmat közvetlenül érintő, legjelentősebb mennyiségi terhelése az üdülési területek igénybevétele idegen célokra.

A turizmus keretében a környezetvédelemmel kapcsolatos célok főleg

- területrendezéssel, illetve területtervezéssel és
- a kibocsátások csökkentését vagy megelőzését szolgáló intézkedésekkel

valósíthatók meg.

A turisztikai tevékenységek döntően kihatnak a környezetre, főleg ha az idegenforgalmat, mint tömegjelenséget tartjuk szem előtt. Az utóbbi években egyre inkább követelik az úgynevezett *szelíd turizmust*, az olyan idegenforgalom fejlesztését, amely magával hozza a táj, a pihenés és a gazdasági értékalkotás közötti egyensúlyt és összhangban van a természeti, társadalmi és kulturális környezettel, és amelyet a tájjal való kíméletes bánásmód jellemez.

A manapság sikeres koncepcióként elismert minőségi turizmus az ismertett környezetet az idő és tér viszonyában foglalja magában. Íme egy konkrét hazai példa illusztrációként:

*Esztergom, és főleg a Vár a Bazilikával a vidék meghatározó látványeleme. Már messziről kibontakozik – Dunáról, közútról, vasútról egyaránt – ez a felemelő látvány, amely a táj és az épített környezet összhangját példázza. A településhatárt jelző táblák ugyan megfelelőek, szabványosak, de nem tükrözik a város egyéni arculatát. A tömegközlekedési eszközök állomásairól, megállóiról előre megtervezett turistairányító rendszer nincs. Maga a város polgármestere is úgy értékelte, hogy a település közlekedési táblarendszere a turizmus szempontjából tekintve sajnos nem felel meg a kor követelményeinek és lehetőségeinek. A turisták számára készült figyelemfelkeltő táblák jelenleg nem egységesek, nem harmonizálnak teljes mértékben sem egymással, sem a környezettel. Esztergom büszkélkedhet a megye legnagyobb vendégforgalmával, ennek ellenére a forgalom szinte teljes egészében a Várra koncentrálódik a megfelelő irányítórendszerek hiánya miatt. A turisztikai látnivalók közvetlen környezetének állapota inkább közepes, mint jó. Sok objektumnál kevés vagy hiányzik a többnyelvű információs felirat, kivitelezésük enyhén szólva nem mindenütt elegáns. A Duna-parti királyváros az ország húsz legszennyezettebb levegőjű városa között szerepelt, ennek oka Esztergom földrajzi fekvése: az uralkodó észak-nyugati széljárás a városon kívül keletkező légszennyező anyagokat a városnak helyet adó zárt katlanba szorítja be. Ebből következik, hogy csak térbeli szemlélettel oldható meg ez a probléma. Esztergom környezeti állapota mégis inkább közepesnek mondható, mert a Duna-part, a nemzeti park, a Pilis ellensúlyozza bizonyos fókig a környezet ipari terhelését. (Forrás: Inn-Side kutatási program, 2002)*

### 3. A TURISTA MINT A TURIZMUSRENDSZER ALANYA

A turizmus rendszerének dinamikus, egyben legfontosabb eleme a humán elem, maga a turista. Az emberi tényezővel kapcsolatos minden keresletkutatás, a fogyasztói magatartás-vizsgálatok sora. A turisták szükségletei, elvárásai és motivációi jelentős részben és mértékben állandó változásban vannak, ezért elengedhetetlenek a preferenciavizsgálatok, a célterületek megfelelőség-vizsgálatai, az imázskutatások, valamint az elégedettség- és igény-kutatások. Ezek ismerete a tudatos turizmusfejlesztés és -szervezés fontos kelléke.

#### 3.1 Szükséglet és motiváció

A kutatások mai állása szerint bebizonyosodott, hogy a turista, aki az idegenforgalmi szolgáltatási csomagot, az utazást és tartózkodást igénybe veszi minden, csak *nem racionálisan gondolkozó és cselekvő lény*. A nagyon is objektíven hangzó szó, a turizmus „alanya” azt jelenti, hogy a turista szükségletei és motivációi nagyon sokoldalúak, sőt részben elmentmondásosak.<sup>1</sup> A turista e „jellemvonása”<sup>2</sup> magyarázza a turisztikai események közép-pontjában álló ember magatartásának változásait és függőségét a divattól.

Ha megkíséreljük ezeket a befolyásokat és mozgató rugókat rendszerezni, előnyös, ha a szükséglet és a motiváció megkülönböztetéséből indulunk ki.

##### 3.1.1 A szükségletek és motivációk

A *szükséglet* a hiány érzéséből keletkezik és az emberben vágyat és igényt ébreszt ezen érzés legyőzésére. A pszichológusok nyelvén kifejezve a hiányállapotok olyan feszültségeket váltanak ki, amelyeket az egyén meghatározott, célelképzések által vezérelt tevékenységgel illetve megfelelő magatartással próbál megszüntetni.

A gazdaságelméletben a szükségletek fontos szerepet játszanak, mivel kielégítésükre gazdasági javak és szolgáltatások iránti konkrét kereslet keletkezik.

Az emberek szükségletei ugyanakkor időbeli átalakulásnak vannak alávetve. Maslow bebizonyította, hogy létezik egy bizonyos prioritásos szükségletstruktúra (ún. Maslow-i szükségletpiramis). Eszerint minden ember - ha ezt életkörülményei lehetővé teszik - négy fázison megy keresztül: alapszükségletek, társadalmi szükségletek, önalakítás és önmegvalósítás. Az önmegvalósítás alapját a szabadidő, turizmus, kultúra, sport és hasonlóké képezik. A turizmusban újra meg újra a pihenési, gyógyulási és utazási szükségletet, valamint a társasági élet iránti igényt említik.

A turizmus alanyának újabb vizsgálatai a turista magatartását és tevékenységét vizsgálva mindig az *okokból* és a *motivációkból* indulnak ki. Kevésbé kérdezik magát a szükségletet, inkább az indítóokot, a magatartást kiváltó célelképzést. A motiváció azon okok összessége, amelyek az egyéni magatartást mozgatják és szabályozzák. A turistákat mozgó okként nehéz világosan behatárolt okcsoportokat vagy motivációkat meghatározni: McIntosh<sup>3</sup> négy, Grill<sup>4</sup> nyolc indítékból indul ki, ezek öt motiváció-csoportba sorolhatók, amelyek egyidejűleg meghatározzuk a hozzájuk tartozó turizmus-fajtákat is. Az egyes motivációkat azért nehéz egymástól elhatárolni, mert a turistának gyakran egyidejűleg több oka van lakó- és munkahelyének elhagyására. Ugyanakkor ezek a motivációk lehetnek tudatosak vagy tudatalattiak, és ezen túlmenően erősen ki vannak téve külső hatásoknak.

<sup>1</sup> Pl. a nyugalom - vidámság követelménye/a tartózkodási kínálat szórása

<sup>2</sup> Itt általánosított értelemben, és nem mint egy túra, egy utazás résztvevője értendő.

<sup>3</sup> McIntosh, Tourism, 65.o.

<sup>4</sup> Idézi: Nettekoven L. (1972), Massentourismus in Tunesien, Starnberg

<i>Motivációcsoportok illetve motivációk</i>	<i>Megfelelő turizmusfajta-csoportok illetve turizmus-fajták</i>
<b><i>Fiziológiai motivációk</i></b>	
— pihenés (az erő fizikai regenerálása) — gyógyulás (a testi egészség helyreállítása) — sport (testi tevékenység)	— üdülőturizmus — gyógyturizmus — sportturizmus (a szó passzív értelmében is)
<b><i>Pszichikai motivációk</i></b>	
— kitörés a mindennapi elszigeteltségből — szórakozás — élmény iránti vágy	— tulajdonképpen élményturizmus, ahogyan a tanulási, üdülési és klubturizmusban előfordul
<b><i>Társadalmi motivációk</i></b>	
— barátok és ismerősök meglátogatása — vidámság, társasági kapcsolatok — menekülés (a túlságosan civilizált mindennapoktól, visszatérés a természethez)	— rokonit turizmus — klubturizmus — élményturizmus, pl. kempingturizmus — stb.
<b><i>Kulturális motivációk</i></b>	
— más országok, szokásaik, hagyományaik és nyelvük megismerése) — művészeti érdeklődés	— utazás vallási okokból — tanulási célú turizmus
<b><i>Státusz- és presztízs-motivációk</i></b>	
— személyes kibontakozás(képzés és továbbképzés) — elismerés és értékbecslés iránti vágy	— üzleti és kongresszusi turizmus — pl. élményturizmus, de a kongresszusi turizmus is

Forrás: Kaspar C., Management im Tourismus, St.Galler Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrswirtschaft, Reihe Fremdenverkehr, Band 13, Bern und Stuttgart 1995.

3. ábra - A motivációk és a turizmusfajták összefüggései

### 3.1.2 A fogyasztási szokások változásai

A turisták motivációi a középkorban, az újkorban és az iparosodás korában minden bizonytalansággal egyértelműbbek voltak és mint J. Knebel feltételezi, besorolhatók David Riesmann szociológus három alapmodelljébe<sup>1</sup>. A mai turista magatartását a demonstratív fogyasztás kimutatása motiválja ugyan, de nem kizárólagosan, a kívülről vezérelt társadalmi jelleg nem hanyagolható el. A 4. ábra a motivációk sokszínűségét és összetettségét illusztrálja, miközben az egyes kiváltó okok intenzitását is figyelembe veszi.

— Tendencia a közelség és az otthonosság felé

A távolsági utazások kiegészítéseképpen és mint azok ellentendenciája tartalmazza az otthonos miliőbe irányuló gyors környezetváltoztatás iránti igényt, ahol nagy fizikai és pszichikai ráfordítás nélkül tehetnek szert változásokban gazdag élményekre. Ebből vezethető le a rövid szabadság tendenciája, amelyre megfelelően kialakított kínálatokkal kell reagálni.

<sup>1</sup> - Tradíció által vezérelt társadalmi jelleg (egészen a felvilágosodás koráig)  
- Belülről vezérelt társadalmi jelleg (az ipari forradalom kezdetéig)  
- Kívülről vezérelt társadalmi jelleg (az ipari forradalom óta). Knebel J. (1960): Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus, Stuttgart

	Vállalkozó	Kisiparos, közép- tisztviselő	Munkás, egyéb tisztviselő
<b><i>I. Társadalomtól függő indítékok</i></b>			
Utánzás		•••	••
Differenciálás, kiemelkedés	•		
Komolyan vétel mások által		••	•••
Önmegvalósítás	••	•	•
Önmegvalósítás a kultúrán keresztül	••	••	••
Kapcsolat idegen civilizációkkal	••	••	••
A világ megértése	•	••	••
Élményszerzés	•	••	•••
„Tömegesztétika”		••	•••
<b><i>II. Családtól vagy rokonságtól függő indítékok</i></b>			
Régi családformák újbóli megtalálása	•	••	••
A család integrációja	•	••	•••
A beszűkülő család elhagyása	•••	••	•
Részvétel a gyermeknevelésben	•	••	•••
<b><i>III. Személyes vagy egoisztikus indítékok</i></b>			
Kapcsolat a természettel	•••	•••	•••
Feszültségek elkerülése	••	•••	••
Emberek és dolgok megismerése kultúrán keresztül		•	••
Kapcsolat idegen civilizációkkal	•	•••	••
Megfelelés a saját magunkról alkotott elképzeléseknek	•••	•••	•••
Egyszer másnak, s nem önmagunknak lenni	•••	•••	•••
Szokatlan, „gyerekes” életmódot felvenni	••	•••	••
Játszani, tágabb értelemben	••	•••	••
Hogy sütkérezni lehessen	•	•••	••
A lelki egyensúlyt helyreállítani	•	•••	••
Aktív és passzív fizikai pihenés	•••	•••	•••
A másik nemnek tetszeni	•••	•••	•••

Jelmagyarázat:      •••    nagyon erősen megvan  
                               ••     erősen megvan  
                               •     megvan

Forrás:    Kaspar C., Management im Tourismus, St.Galler Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrswirtschaft, Reihe Fremdenverkehr, Band 13, Bern und Stuttgart 1995.

#### 4. ábra - A keresletet befolyásoló indítékok foglalkozás szerint

— Tendencia a presztízst adó fogyasztási célokhoz történő orientálódáshoz

Olyat tenni vagy olyan helyre menni, amely presztízst teremt - nem azonos a luxussal! Itt főként a hegyekben vagy falun eltöltött nyár problémája nyilvánvaló, mivel ezek presztízse nagyrészt hiányzik. Ebből a tendenciából következik a márkák egyre nagyobb szerepe a turizmusban.

— Tendencia a többszörös választási lehetőségre

Egyre több vendég „mind...mind” fogyasztó. Az üdülőhelyen a lehető legnagyobb választékot akarják, sokféle választási lehetőséggel - ami nem jelenti, hogy a vendég mindezeket ténylegesen igénybe is veszi. Ezek a választási lehetőségek a pihenéstől, nyugalomtól, lazítástól egészen a sport, kulturális, szórakozási lehetőségekig terjednek. Ez a tendencia magas követelményeket támaszt a kínálati palettával szemben és normál esetben egy kínáló aligha tudja biztosítani.

— A belső értékekhez orientálódás tendenciája

Ez a tendencia azt mutatja, hogy növekszik a kultúrafogyasztás jelentősége, fokozódik a környezet iránti fogékonyság és keresik az egészség megővését szolgáló kínálatot. Ezeknek a tényezőknek pozitívnak, azaz élvezettel töltöttnek kell lenniük és nem párosulhatnak lemondással vagy nélkülözéssel.

### 3.1.3 Változások a keresletet befolyásoló gazdasági tényezőkben

Az a megállapítás, hogy csak a vásárlóerővel rendelkező szükséglet jelenik meg igényként és a piacon keresletként, alátámasztja a gazdasági tényezők jelentőségét és befolyásukat a turizmus alanyára. Csak abból a szükségletből lesz turisztikai igény és kereslet, amelynek kielégítéséhez megvan a készség és rendelkezésre állnak az eszközök. A turizmus alanya turisztikai keresletének nagyságát elsősorban jövedelmi és vagyoni viszonyai illetve a kínálati ár határozza meg, másodsorban azok a korábban már ismertetett motivációk, amelyek a turisztikai szolgáltatások megvásárlásának hajlandóságát különböző fontossággal rangsorolják. A meghatározó tényezők e kettős csoportja magyarázza az idegenforgalomban részben hiányzó és késleltetett törvényszerű függőséget egyrészt a jövedelemtől és vagyontól, mint gazdasági befolyásoló tényezőtől, másrészt a megállapítható utazási motivációktól.

Közép- és Kelet-Európában a növekvő munkanélküliség és a nyugat-európaiktól elmaradó bérszínvonal nem kedvezett a turizmusnak, és e mellett ráadásul még a szabadidő is de facto csökkent, mert aki teheti különmunkákkal és túlórák felvállalásával menti korábbi életszínvonalát, amelyet a korábbi utazási korlátok megszűnése sem volt képes kompenzálni, az utazási intenzitás mind belföldön, mind pedig külföldre visszaesett. Ezt a folyamatot az az utazásszervezői és utazási ügynökségi vállalati kör atomizálódása, valamint a hajdani idegenforgalmi hivatalok széthullása felerősítette és felgyorsította, amelyet a kistérségi és települési civil szerveződések és a formálódó TOURINFORM-hálózat eddig képtelen volt ellensúlyozni. Bizonyított tény, hogy

- az a növekvő jövedelem, amelyik csak a szigorúan vett létszükségletet tudja fedezni, nem hat ki az idegenforgalomra,
- az a növekvő jövedelem, amely még lehetővé teszi a magasabb igényeket kielégítő cikkek fedezését, az idegenforgalom fejlődése szempontjából a leghatékonyabb,
- az a növekvő jövedelem, amely már a luxusigények kielégítését is lehetővé teszi, korlátozott mértékben hat támogatólag az idegenforgalomra.

Lényeges a turisztikai kereslet reagálása a gazdasági recessziós időszakokra. Schulmeister a turisztikai recesszió strukturális eltolódásait a következő magyarázó („rétegelmélet”) modellel világította meg:

Gazdasági válság, a gazdasági elvárások általános romlása idején a magán háztartások a turisztikai keresletre társadalmi rétegenként - elsősorban a különböző jövedelmi szintek szerint - feltűnően eltérő módon reagálnak:

A legmagasabb jövedelmű társadalmi réteg, amelyik számára évente legalább két szabadság időszak természetes, a negatív gazdasági változásokra alig reagál; turisztikai kereslete a jövedelem tényleges arányának, valamint a hosszú távú tendenciáknak megfelelően növekszik. Alacsonyabb jövedelmű társadalmi rétegeknél:

- Előbb a tényleges ráfordítás csökken, főleg a szállásválasztásnál. Az olcsóbb szállodákról áttérnek a magánszállásokra és takarékoskodnak a járulékos kiadásokon,
- majd az összességében drágább külföldi utazást a belföldi szabadság váltja ki,
- végül a korábbi turisták társadalmilag legszegényebb rétege lemond magáról a szabadság igénybevételéről is.

A romló gazdasági viszonyok egyik következménye több országban is az lett, hogy a lakosságnak általában nem a szabadsága volt kevesebb, hanem azt inkább belföldön és az olcsóbb szálláskategóriákban töltötte el, illetve mint pl. Magyarországon felértékelődtek a belföldinél is olcsóbb, ugyanakkor könnyen elérhető külföldi célterületek.

Az utóbbi évek nyomott gazdasági fejlődése, a viszonylag magas munkanélküliség Opaschowski<sup>1</sup> szerint a gyakoribb, olcsóbb utazásokhoz vezet. Erre alkotta az „intervalum-utak” kifejezést: a rendszeres, hosszabb, éves szabadságot kitöltő utak helyett rövidebb utak egész évben, mivel a szabadság alatt elmaradt utazás sokakra az élet elmulasztott lehetőségeként hat. Ezáltal a szabadidő-mobilitás és a közeli üdülés, a napi kirándulások és a hétvégi utak, a rövid utak és a hosszabbak, a szabadság alatt megtett utak közötti határok elmosódnak, kevésbé lesznek élesek.

---

<sup>1</sup> Opaschowski H., Verändertes Urlaubsverhalten und neue Kurbedürfnisse (Megváltozott szabadság és új gyógyigények), Hamburg 1984

## 3.2 A TURIZMUS ALANYAINAK TÍPUSAI

Már a turizmus fogalomrendszerénél felsoroltam az osztályozás bizonyos ismérveit. Ennek során besorolási ismérvként Bernecker megfogalmazásában

- a turizmus motiváció szerinti csoportosításából és
- a turizmus környezettel összefüggő formájából (külső okok és létesítmények)

indulhatunk ki. Több szerző felvázolta már a turisták típusait jellemző magatartásuk és célkitűzéseik alapján. A különböző tipologizálásokról Hahn leírását választottam, amely azért érdekes, mert az „aktivitásból” indul ki, amely a mai üdülővendégek általános ismérve.

<i>Turistatípus</i>	<i>Jelszó</i>	<i>Jellemzők</i>
1. típus	pihenő turista	nap, homok, tenger, menekülés a napi stressztől, nyugalmas, kényelmes szabadság, nem túl sok idegenszerűség, nem túl sok nyaralási mozgalmasság
2. típus	élményt kereső turista	távolság, flört, vállalkozó kedv, változatosság, szórakozás, nagyvilági atmoszféra
3. típus	mozgást kereső turista	erdő, túrázás, az egészség aktív elősegítése, természetkedvelő, gyógyüdülés
4. típus	sportoló turista	erdő, verseny, fontos a hobby, vonzzák az erőfeszítések
5. típus	kalandkereső turista	5/a típus: csak korlátozottan igazi kalandvágyó és egyedül járó, inkább egyszeri élményt keres bekalkulált kockázattal, személyes bizonyítás, rajongó, álmodozó 5/b típus: igazi kalandokra vágyó, akár a testi épségét és az életét is kockára tévő turista (túlélőtűrák, extrém sportok résztvevői) 5/c típus: katasztrófaturisták (árvizek és más természeti katasztrófáknál kíváncsiskodók, fényképezgetők...)
6. típus	tanulni vágyó, látni vágyó, vallási kötelezettségeinek eleget tevő turista	tanulás, nézelődés, <i>hitgyakorlás</i> 6/a típus: útikalauzok szerint gyűjti a látnivalókat és helységeket 6/b típus: az idegen világ új érzéseit, hangulatát gyűjti 6/c típus: természet, kultúra, természettudomány iránt érdeklődő 6/d típus: <i>vallási-egyházi kötelezettségeit teljesítő</i> <sup>1</sup>
7. típus	volunturista, karitatív turista	<i>A társadalmi egyenlőtlenségek csökkentése érdekében fellépő, a nyomor, éhínség, betegségek és katasztrófásújtotta országok, térségek lakosait adományokkal és önkéntes munkavállalással segítő „turista”</i> <sup>2</sup>

Forrás: Kaspar C., Fremdenverkehrsökologie - eine neue Dimension der Fremdenverkehrslehre, Festschrift Prof.Dr.P.Bernecker, Hochschule für Welthandel, Wien 1973. – a saját kiegészítéseket dőlt betűvel jelzem.

5. ábra - A turisták tipologizálása

<sup>1</sup> Ebbe a körbe sorolhatók a vallásgyakorlással és a vallási előírásokkal összefüggő utazások (vallásdiplomácia, teológiai kutatások és tanulmányutak, de leginkább a vallási központok, a szent helyek és a búcsújáróhelyek felkeresése: Máriapócs, Csatka, Csíksomlyó, Lourdes, Róma, Mekka, Benáres stb.)

<sup>2</sup> Hajdanában misszionáriusok és önkéntes gyógyítók járták a világot. A legújabbkori *segítőkéz-export* a Kennedy-kormány idején 1961-ben alapított Békehadtesthez kötődik, ám az igazi fellendülés az utóbbi években következett be. Az angol önkéntesség és a turizmus szavak összevonásából keletkező új fogalom, a *volunturizmus* évi 50 milliárd dolláros üzletgá nőtt ki magát, sőt 2010-re a magánutaztatás vezető üzletágává válhat az adományok felhasználását a helyszínen ellenőrző és az önkéntes munkára szervezett külföldi „nyaralás”. Részesei meg akarnak győződni arról, hogy segítségük jó helyre kerül. (Forrás: HVG 2006. márc. 18., XXVIII. évf. 11. szám, 37-38. o.)

Míg régebben a piacot inkább csak társadalmi-gazdasági ismérvekkel (pl. életkor, foglalkozás, jövedelem alapján) szegmentálták, néhány éve egyre inkább már pszichografikai változókat is alkalmaznak. Az utazási motivációk, érdeklődés és tevékenység mellett az életstílus-kritériumok (eurostílus-típusok, mint az óvatos üdülő, a fiatal családok, az igényes üdülők, az élvezetes üdülést kereső fiatalok) mind nagyobb jelentőségűek.

A szabadidő- és életcél-csoportoktól kiindulva Felizitas Romess-Stracke a 6. ábrán látható négy típust különbözteti meg.

A szabadság alatti tevékenységekkel kapcsolatban az Urlaub und Reisen, Hamburg kutató közösség által végzett megkérdezés szerint a szabadság alatti leggyakoribb tevékenység a sétálás/túrázás, kirándulás/látogatás, könnyű fizikai tevékenység és az üdülőhely környékének megismerése. A fürdés és a napozás az utazások felénél tartozik az aktív tevékenységek közé, míg a specifikusabb tevékenységeket, mint sport, kultúra az utazók mintegy egynegyede adta meg.

<i>Típus</i>	<i>Részesedés a keresletben</i>	<i>Jellemzők</i>
<b>A-típus:</b> <i>Aktív élvhajhászok</i>	Jelenlegi részesedése a szabadidő- és turisztikai piac keresletében kb. 30-40%; Tendencia 2000-ig: még kissé növekvő, utána stagnálás	Élvezetre, testi jó közérzetre és szórakozásra orientált, igényes fogyasztói magatartás, sportosan aktív, „technikai csodabogár”, mérsékelten határozott környezeti tudat, életstílusának megfelelő helyiségekben jelenik meg, az utazás fontos életmegnyilvánulás.
<b>B-típus:</b> <i>A tendencia-érzékenyek</i>	Jelenlegi részesedése a szabadidő- és turisztikai piac keresletében kb. 20%; Tendencia 2000-ig: erősen növekvő	A szabadidő és szabadság eltöltése a személyes tudatbővülés módja, korszemlempre orientált, fogyasztói magatartás, nagyon célratörő és kritikus, politikai és kulturális érdeklődésű, nagyon környezettudatos, ökológiailag tájékozott, spontán.
<b>C-típus:</b> <i>A családiasak</i>	Jelenlegi részesedése a szabadidő- és turisztikai piac keresletében kb. 20%; Tendencia 2000-ig: változatlan	Szabadidő és szabadság családdal, rokonokkal, barátokkal (az időt együtt eltölteni), ár/szolgáltatás gondolkodásmód, fogyasztói magatartásban minőségi tudat, csoportélmény bizalmas helyzetekben (jókedv), hajlamos a környezeti tudatra, kifelé mérsékelten aktív.
<b>D-típus:</b> <i>A csak pihenők</i>	Jelenlegi részesedése a szabadidő- és turisztikai piac keresletében kb. 30%; Tendencia 2000-ig: erősen csökkenő	Passzív pihenés szabadidő és szabadság alatt megszokásból, kevéssé kialakult fogyasztói magatartás, divat és társadalmi irányzatok iránti érdektelenség, környezeti tudat az enyhétől az erősig, kevés kísérletező készség.

Forrás: Romess F.-Stracke (1989): Új gondolkodás a turizmusban - turizmuspolitikai koncepció idegenforgalmi települések részére. ADAC, München

6. ábra - Üdülőtípusok négy jellemző csoportja szerint



## 4. A TURIZMUS TÁRGYA, INTÉZMÉNYEI

A turizmus alanya turisztikai szükségleteit csak akkor tudja kielégíteni, ha turisztikai motivációinak megfelelő szolgáltatásokat tud igénybe venni. Mindazt, amely a természetben, kultúrában, gazdaságban és társadalomban turisztikai helyváltoztatás célja lehet, tágabb értelemben az idegenforgalom tárgyának nevezzük. Ennek megfelelően a turizmus rendszerében minden elemet hozzá kell rendelni a turizmus tárgya alrendszerhez, amely lehetővé teszi a turizmus alanya alrendszer „megvalósulását”. Hunziker olyan eszköztárról vagy intézményekről ír, amelyeknek a turizmus alanya rendelkezésére kell állni, ezért intézményi alrendszerektől is beszélünk, amelynek összetevői:

- turisztikai település
- turisztikai létesítmények (vállalkozások)
  - a primer, közvetlen szolgáltatási területeken
  - a másodlagos, közvetett szolgáltatási területeken
- turisztikai szervezetek.

Ez a felosztás megfelel a két fő csoportra osztható turisztikai kínálatnak is:<sup>1</sup>

Az **eredeti kínálat** tartalmazza mindazon tényezőket, amelyek lényegüket tekintve nem vonatkoznak közvetlenül az idegenforgalomra, de vonzerejük következtében a turizmusnak irányt adnak és alakítják;

A **származtatott kínálat** minden olyan szolgáltatást tartalmaz, amelyet turisztikai felhasználás céljából készenlétben tartanak.

### 4.1 A turisztikai kínálat

A turisztikai kínálat, tekintettel a turisták igényeinek gazdag skálájára, igen sokféle, változatos. Az eredeti, valamint a származtatott kínálat a motivációktól függően eltérő jelentőségre tesz szert, és ezen két fő csoport egyes elemeinek súlyozása különböző. A fizikai motiváció például az eredeti kínálatnak ad nagyobb jelentőséget, a státusz- és presztízs-motiváció a származtatott kínálatra helyez nagyobb súlyt. A fizikai motivációk között felsorolt sport lényegében a táj adott topográfiájától (téli sportok/helyi sportok), a gyógyulást kereső ember a természeti gyógyító tényezők (termál- és ásványvíz, klíma) meglététől függ.

#### 4.1.1 Az eredeti és a származtatott kínálat

Az **eredeti kínálat**hoz sorolhatók (alcsoporthoz is képezhetők) :

- természeti adottságok (földrajzi fekvés, egyes geológiai képződmények, geomorfológiai, vízrajzi formációk, klíma, topográfia, domborzat, táj, növényzet, állatvilág);
- társadalmi-kulturális viszonyok, mint kultúra, vallási és világi építmények, hagyományok, nyelv, mentalitás, vendégszeretet, népszokások;
- általános infrastruktúra, amely lehetővé teszi átfogó gazdasági és társadalmi tevékenységek kibontakozását.

Szorosabban, bennünket érdeklő értelemben az infrastruktúrához soroljuk az ellátási (közlekedés, energia- és vízszolgáltatás) és a köztisztasági létesítményeket (szennyvíz-tisztító és személtávolító berendezéseket), az úgynevezett alpinfrastruktúrát. Ne feledje, az eredeti kínálat minden olyan tényezőt magában foglal, amely nem közvetlenül az idegenforgalomra vonatkozik, de vonzereje következtében a turizmusnak irányt ad és alakítja.

<sup>1</sup> Krippendorf J. (1980): Marketing im Fremdenverkehr, Bern, 22. oldaltól

A *származtatott kínálat* ezzel szemben a következőket foglalja magában:

- a helyváltoztatást szolgáló létesítmények
- a tartózkodást szolgáló létesítmények, azaz
  - ❖ a szálláshelyek, ellátást és szórakozást, illetve pihenés jellegű, rekreációs sporttevékenységet szolgáló létesítmények,
  - ❖ gazdasági tevékenységet szolgáló létesítmények (kongresszus és tanfolyam lehetőségek, bevásárlási lehetőségek stb.)
- közvetítési létesítmények, amelyek szolgáltatásokat és információkat egyaránt közvetíthetnek (utazási ügynökségek, turisztikai egyesület ill. szövetség, Tourinform).

Az általános infrastruktúra, mivel nem speciálisan turisztikai felhasználású, az eredeti kínálat része, míg a turisztikai infra- és szuprastruktúra a származtatott kínálatához tartozik.

#### 4.1.2 Turisztikai infrastruktúra

*Turisztikai infrastruktúra* alatt az összes olyan közösen, azaz nyilvánosan használható létesítményt értjük, amelyek turisztikai tevékenységet tesznek lehetővé és nem tartoznak a turisztikai szuprastruktúrához. A turisztikai infrastruktúrához tartozik a turizmustól függő szűkebb infrastruktúra, azaz az idegenforgalom miatt szükséges további, az ott lakók szükségleteit meghaladó ellátási és köztisztasági infrastruktúra. A szorosabb értelemben vett tulajdonképpeni turisztikai infrastruktúra a következőkből áll:

- turisztikai közlekedési szállítóeszközök (*speciális közlekedési eszközök*) pl. függő- és fogaskerekű vasutak;
- *a helyi turizmus létesítményei*<sup>1</sup>, azaz a vendégek pihenését és szabadidős tevékenységét szolgáló létesítmények, mint pl. séta- és túrautak, uszodák (szabadtéri, strand- és fedett fürdők), parkok, sípályák, jégpályák (természetes- és műjégpályák), wellness- és egyéb sportlétesítmények (horgászat, kerékpározás, torna, lövés stb.), gyermek játszóterek, kis sportpályák (kuglipálya stb.); kulturális közösségi terek (színházak, koncerttermek, kiállítóhelyek); szakrális turizmus speciális kiegészítő létesítményei és szolgáltatásai (látogatóközpontok...);
- *gyógyhelyi létesítmények*, azaz a természeti tényezőknek gyógyászati eszközként történő felhasználását szolgáló létesítmények;
- *gyógyfürdők* esetén a jellegtől és a javallattól függően a gyógyhelyi létesítményekhez sorolhatók: ivó- és sétafolyosók gyógyparkkal; gyógyház, melegvízű fürdők, gáz- és iszapfürdők a kezelő helyekkel; inhalatórium inhalációs kezelésekre; mozgásszervi kezeléseket szolgáló létesítmények; utak tereptúrákhoz;
- *klimatikus gyógyhelyen*: épületek és létesítmények klímakúrásra alkalmas terápiai lehetőségekkel. pl. gyógyház, tájképileg kedvező helyen lévő fekvőcsarnokok napos és árnyékos fekvésű résszel, nagy park és erdő, terepkúra-gyakorlatokhoz jelzett gyógyutakkal; sport-, játék- és pihenőpázsitok; mozgásterápiás létesítmények (gyógytorna, torna és sport);
- *szórakozóhelyek*: gyógyhelyi társalgó, játékkaszinó, zenés-táncos helyek, kongresszusi termek és más nyilvános helyiségek (társalgók, olvasótermek stb.);
- *kongresszusi központok*;
- *ellátási és információs szolgálatok*.

<sup>1</sup> Érdemes (lenne) kerülni az erre gyakran használt gyógyhelyi létesítmények kiejezését azért, hogy határozottabban különbséget tehessünk a pihenést (rekreációt, relaxációt) szolgáló helyek, létesítmények és a gyógyhelyek (fürdők és klimatikus gyógyhelyek) között

### 4.1.3 Turisztikai szuprastruktúra

A turisztikai szuprastruktúrába tartoznak a következők:

- szálláshelyek: szállodák, vendéglők, panziók, apartman-szállók, egyéb szállások, mint apartmanok üdülőházak, kemping- és lakókocsi-helyek, tömegszállások,
- ellátást biztosító helyek: éttermek, snack- és önkiszolgáló létesítmények,
- ide sorolom továbbá a szabadidős vagy a hivatásturizmus, továbbá a rendezvényturizmus programszolgáltató létesítményeit és helyszíneit is.

Kiemelésük indoka, hogy az eredeti kínálat mellett a turisták számára e három kínálati összetevő meghatározó jelentőségű. A közeli üdülések esetében más prioritások állapíthatók meg a turisztikai infrastruktúra elemeiből.

### 4.1.4 Összefüggés a kínálat elemei közt

A turisztikai kínálat sokoldalúsága azt jelenti, hogy a turista szükségleteinek kielégítésekor nem elkülönített egyedi szolgáltatást, hanem szolgáltatáscsomagot vesz igénybe. Az eredeti és a származtatott kínálat szolgáltatásai ily módon egymást kiegészítő, szoros kapcsolatban állnak egymással. Ezen a két kínálati kategórián belül is szoros függőségi kapcsolatok vannak, mint például a klíma és a topográfia (téli sport szempontjából) vagy a szállás és az ellátás között. Az idegenforgalmi vállalkozás szintjére vonatkoztatva Krippendorf megállapítja, hogy rendszerint kiegészítő kapcsolat áll fenn<sup>1</sup>

- az idegenforgalmi vállalkozások és a további kínálat hordozóinak termékeivel,
- a legtagabb értelemben vett emberi tevékenység jellegének eredeti tényezőivel.

Gyakorlatilag sohasem egyetlen szolgáltatást keresnek, pl. egy szálloda ágykínálatát, hanem mindig további szolgáltatásokkal összekapcsoltan. Ezért a turisztikai kínálat megítélése nem korlátozódhat az üzemeltetési és egyéni vállalkozási szemléletmódra, hanem mindig ki kell terjednie azoknak a szolgáltatásoknak az összességére, amelyeket az eredeti és származtatott kínálat különböző elemeiből képzett csomagok képviselnek.

Kínálati struktúra	A kínálat hordozója
<b>Eredeti kínálat</b>	
Természeti adottságok	↔
Általános infrastruktúra	↔
Társadalmi-kulturális viszonyok	↔
	Községi önkormányzatok, hatóságok Ingatlantulajdonosok
	Község, mint a lakosság összessége
<b>Származtatott kínálat</b>	
Helyváltoztatási létesítmények	↔
Tartózkodási létesítmények	↔
<input type="checkbox"/> szállás, ellátás (turisztikai szuprastruktúra), szórakozás	↔
<input type="checkbox"/> pihenést és sporttevékenységet szolgáló helyi turisztikai létesítmények (turisztikai infrastruktúra)	↔
<input type="checkbox"/> gazdasági tevékenység (bevásárlás, tanfolyami és kongresszusi lehetőségek)	↔
	Közlekedési társaságok
	Szállodások, vendéglősök, esetleg községek
	Községi hatóságok, létesítmények tulajdonosai
	Ipari üzemek, községi előljáróságok, szállodások, vendéglősök
<b>Közvetítő létesítmények</b>	↔
	Gyógyhelyi és turisztikai szövetség, illetve turisztikai hivatal, utazási iroda

Forrás: saját szerkesztés

7. ábra - Az egyes kínálati elemek és az ún. *kínálathordozók*

<sup>1</sup> Krippendorf J., Marketing im Fremdenverkehr (Marketing az idegenforgalomban), Bern 1980., 21. old.tól

## 4.2 A turisztikai desztináció, a turizmus helyi intézményei

### 4.2.1 A turisztikai desztináció

A turisztikai település, kistérség, atraktív táj és objektum a turisztikai események *kikristályosodásának* középpontjai.<sup>1</sup> Desztinációként rendelkeznek vonzerővel, a szükséges fogadási feltételekkel, a látogathatóság kritériumaival mind szervezeti háttér, mind pedig szolgáltatások és a marketing vonatkozásában. A termék- és vállalkozásközpontú kínálatot egyre inkább a turizmus desztinációs menedzsment (TDM) egészíti ki, ill. váltja fel, amelyhez már tudatosan újszerű turisztikai tervezési gyakorlat és marketing-szemlélet, ezen belül márkaépítés párosul<sup>2</sup>. A fogyasztói döntéseket ugyanis erőteljesen befolyásolja egy bevezetett márka. Sok utazó az ismert nagy utazási irodákban magasabb árat is hajlandó kifizetni egy komplexebb szolgáltatáscsomagért. Ugyanígy egy felkapott úti cél csak a nevével is tömegeket vonz, miközben és a package tartalma *szinte* másodlagossá válik.

A turizmusban egyszerre igyekeznek egyedi ajánlatokkal kitűnni a többi közül, másrészt standardizálni, mint pl. az azonos arculati elemekkel és szolgáltatásokkal operáló nemzetközi vagy országos szálloda/éttermi láncok a különféle minőségbiztosítási rendszerek és védnöki táblák segítségével, amelyek a láncot magát, de a szakma egészét is átfoghatják.

Horkay írja<sup>3</sup>, hogy a turisztikai „túlkínálat” piacán a turisztikai desztinációk közötti verseny és a vendégekért folytatott harc folyamatosan erősödik. A desztinációk versenyében a turisztikai termékek évről évre ki-és lecserélhető, arc nélküli „no-name” áruvá degradálódnak, így a turisztikai döntés egyetlen meghatározó eleme az ár marad, amelynek következménye az elkerülhetetlen árverseny. A „desztinációk nemzeti és nemzetközi versenyében” csak azok a turisztikai célterületek és régiók maradhatnak sikeresek, amelyek a megcélzott célszegmens preferenciáit és a legsikeresebb nemzetközi desztinációk tapasztalatait (benchmarking) a középpontba állító, innovatív minőségi turisztikai termékfejlesztést világos és konzekvens pozicionálási és differenciálási stratégiával ötvözik. Hosszú távon csak az a turisztikai desztináció számíthat a turisztikai «túlkínálat» versenyében maradandó sikerre, amely mint turisztikai márka összetéveszthetetlen, más desztinációval nem helyettesíthető turisztikai márkaterméke(ke)t kínál, megjelenésében vonzerőt sugároz, érzelmeket közvetít és megfelelő szintű ismertséget tud felmutatni. Megfigyelhető egyes turisztikai termékek bizonyos metamorfózisa, mert az utóbbi 10-20 évben mind több „desztinációszerű”, új turisztikai termék, mint pl. szabadidőparkok, élményparkok, különböző klubok növelték az egyre átláthatatlanabb turisztikai kínálatot. Disneyland, Euro-Disney, Madurodam, Mini Mundus, a monstre vidámparkok, élmény- és aquaparkok egyszerre teremtenek új vonzerőt, új desztinációt, és teszik egyenletesebbé a korábbi vendégforgalmat.

A TDM azon tevékenységek összessége, amelyek egy adott földrajzi térség számára ahhoz szükségesek, hogy látogatókat vonzzon, és számukra ottani tartózkodásuk során tökéletes utazási élményt nyújtson, tehát a térség turisztikai fogadóterületté – desztinációvá – váljon. Horkay jól foglalja össze, hogy a fokozatosan globalizálódó turisztikai versenyben mindennél fontosabb és szükségesebb a világos és egyértelműen besorolható turisztikai termé-

<sup>1</sup> Mariotti turisztikai vonzásoközpontjairól beszél, innen vezethető le a turisztikai desztináció fogalma is.

<sup>2</sup> A TDM-féle megközelítés miatt itt és most nem részletezem a tervezési-statisztikai ill. közigazgatási régióalkotás sajátosságait, a településhálózat klasszikus összefüggéseit és a települések más tipologizálását, miközben az Európai Unió regionális politikája és a hozzá kötött területfejlesztési finanszírozási rendszer ismerete elkerülhetetlen. Utóbbi témakörrel részletesen olvasható pl. *A terület- és településfejlesztés alapjai* c. könyvben (szerk.: Süli-Zakar István, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs 2003)

<sup>3</sup> Az Európai Turizmus Intézet szaktanácsadója, PTE Földrajzi Intézet Turizmus Tanszék. Tanulmánya a Turizmus Bulletin 2003/1-2. számaiban jelent meg. Horkay akkor még PhD-hallgatóként publikálta.

kek és turisztikai desztinációk megjelenése a sikeres marketingkommunikáció elengedhetetlen előfeltételeként. A desztináció a turizmus egészének egyik legfontosabb egysége, ahol a turisztikai termékek előállításában több érdekelt szereplő és vállalat vesz részt.

Bieger<sup>1</sup> a turisztikai desztináció fogalmánál négy fontos ismertető jegyet emel ki. Ez

1. egy földrajzi terület: resort, hely (kistérség, település stb.), régió, ország, kontinens,
2. amelyet a vendég, ill. a vendégek egy szegmense (preferenciái alapján) mint utazási célt, célterületet kiválaszt,
3. és amely tartalmazza a tartózkodáshoz elengedhetetlen turisztikai célú szolgáltatásokat, mint szállás, ellátás, valamint a kikapcsolódás és/vagy a munkavégzés feltételeit.
4. A desztinációk ily módon az incoming-turizmus (beutaztatás) legfontosabb versenyegységei, amelyeket, mint stratégiai üzlet egységet kell vezetni.

Horkay Bieger nyomán írja, hogy a desztinációmenedzsment alkalmazása és a desztináció márkásítása a keresletet megtestesítő turista számára a következő haszonnal jár:

- A desztináció azonosíthatóvá válik számára.
- A desztináció speciális fogyasztói igények kielégítésére alkalmas egyedi, megbízható, és kiszámítható turisztikai terméké válik.

A kínálati oldal számára jelentkező előnyök:

- A marketingeszközök célirányosabban és eredményesebben alkalmazhatók. A termékfejlesztési politika a turisztikai kereslet igényeihez való tudatosabb alkalmazkodást és célirányos, speciális fejlesztéseket tesz lehetővé.
- A turisztikai márkatermék egyszerű helyettesíthetősége és kicserélhetősége megszűnik.
- A desztináció a turisztikai piacon egyedi arculatot kap, felismerhetővé válik, amely a vevők hatékonyabb megkötését, megtartását eredményezheti.

Egyetlen turisztikai termék és egyetlen turizmus régió sem tud minden ember számára egyformán vonzó lenni, de ez nem is lehet cél. A márkaprofil kialakításánál a régió, ill. desztináció egyedi imázsának a megteremtésére kell törekedni. A desztináció egészében, mint turisztikai márkában fellelhető termékekben, nem szabad, hogy egyszerre jelenjenek meg egymásnak ellentmondó és egymást kizáró imázs-és terméktulajdonságok, ezért egy desztináció, egy turisztikai régió termékeinek pozicionálásában szükségszerű az összpozicionálás, azaz egy pozicionálási hierarchia felállítása. Annak nincs akadálya, hogy eltérő időben és helyszínekkel egy desztináció más és más célcsoportokhoz forduljon márkás kínálatával, de ilyenkor ügyelni kell arra, hogy az *üzenetek* ne keveredjenek.

Az M2-es melléklet (55. o.) részletesen tartalmazza egy hazai TDM-szervezet leírását.

## 4.2.2 A turisztikai település

Magyarországon elfogadott a települések felosztása a következő négy csoportra<sup>2</sup>:

1. kiemelt üdülőkörzetekhez tartozó (pl. Sopron-Kőszeghegyalja, Balaton, Tisza-tó stb.);
2. üdülőkörzetekhez tartozó (Mecsek-Villány, Szigetköz, Aggtelek és környéke stb.);
3. üdülőkörzeten kívüli, üdülés-idegenforgalmi adottságokkal rendelkező és
4. nem üdülőhely jellegű települések.

<sup>1</sup> BIEGER, Thomas (2002): Management von Destinationen. Aufl. München; Wien: Oldenbourg

<sup>2</sup> MICHALKÓ G. (2005): Turizmusföldrajz és humánökológia, Kodolányi J. Főiskola-MTA Földrajz-tudományi Kutatóintézet, Székesfehérvár-Budapest; 64. o.

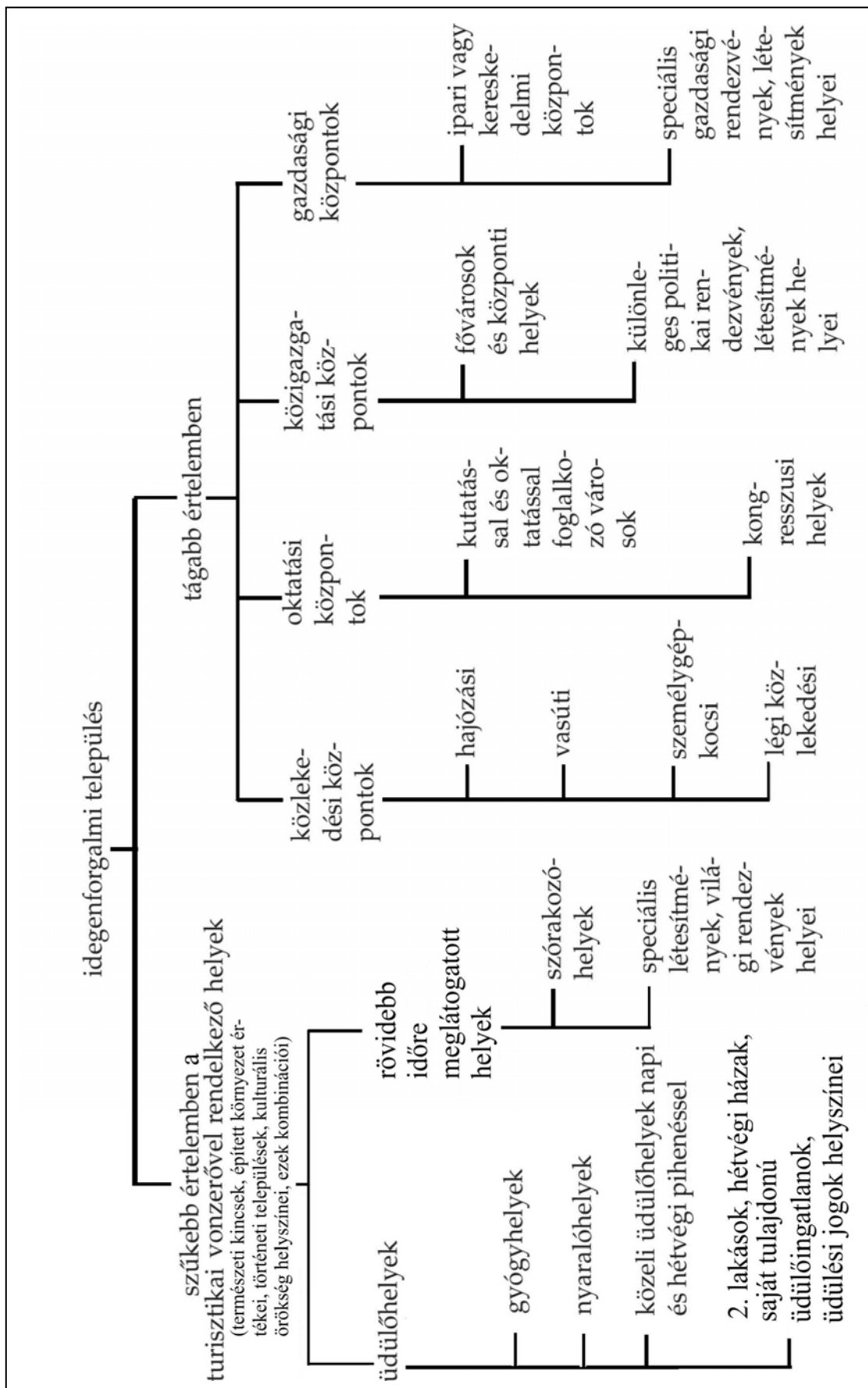
A kiemelt üdülőkörzetek lehatárolását annak idején azzal indokolták, hogy a többnyire összefüggő településcsoportokat alkotó üdülőkörzetekre koncentrálnak a látogató turizmus és az üdültetés túlnyomó, meghatározó része, ezért a térségek kiemelt figyelmet, nagyságrendekkel jelentősebb állami forrásokat és saját irányító-koordináló szervezetet érdemelnek. Mindez csak részben valósult meg, üdülőkörzetenként nem egyforma módon. Miközben a Balaton szinten állandó jelleggel a fókuszpontban áll, az 1985-ben létesített Sopron-Kőszeghegyalja kiemelt üdülőkörzet annak ellenére sem került a figyelem középpontjába, hogy területére ugyanúgy Lengyel Márton készített annak idején átfogó fejlesztési koncepciót, akinek a neve a balatoni turizmusfejlesztési koncepcióhoz is kapcsolódik. Sopron-Kőszeghegyalja a papíron beígért, infrastruktúrafejlesztésre és térségi marketingre szánt milliárdokat sohasem kapta meg, sőt intéző bizottsága és titkársága is elhalt, vagy mondhatjuk akár, hogy részben beintegrálódott a később megalakított Nyugat-Dunántúli turisztikai régióba. Más fejlődési utat járt be pl. a Tisza-tó, amely az utóbbi 10-20 év pozitív példájának is tekinthető, habár a fejlesztési és a marketingpénzek itt sem elegendők.

Az üdülőkörzetekhez tartozó magyarországi települések sem elégedettek maradéktalanul, sőt a szűkös költségvetési források miatt a kiemelt üdülőhely címnek helyenként több a hátránya, mint az előnye, amely eléggé abszurd helyzetet teremt. Többletforrásokhoz nem jutnak, miközben elesnek egyes kedvezményektől, így például a magánszállásadók sem vehetik igénybe a falusi turizmus adókedvezményét. A cím a településekre átlag feletti kötelezettségeket ró, közben a teljesítésükhöz szükséges források és eszközök hiányoznak.

Ez a település-besorolás azonban nem végérvényes kategorizálás. Számos olyan kistérség és település akad, amely annak ellenére vált turisztikai desztinációvá, hogy a VÁTI korábban turizmus fogadására alkalmatlannak találta őket, ilyen például a Tápió-mente vidéke. A pusztán a természeti értékekre, az épített környezetre, a megközelíthetőségre és a turizmusfogadás szolgáltatási infrastruktúrájára alapozó értékelési rendszert a humán tényező képes felülmúlni. Egy az önkormányzatok, a helyi civil szervezetek és a vendégfogadásban érdekelt vállalkozások képviselőiből, jó pályázatírókból álló aktív mag a fejlődés motorját képezheti, és felboríthatja a papírformát. Egy az egyéb vonzerőket nézve amúgy jellegtelen település is kitörhet egy jól bevezetett, visszatérő programmal, rendezvénysorozattal. A hagyományteremtés az egyedi arculat kialakításának egyik nem lebecsülendő eszköze.

A települések funkcionális csoportosítása szerint megkülönböztethetők az üdülturizmus, a falusi turizmus, az ökoturizmus, az aktív turizmus, az egészségturizmus, a bor- és gasztronómiai turizmus, a kulturális és örökségturizmus, a bevásárlóturizmus és a városi turizmus helyszínei, valamint ezek kombinációi, ahol a térség vagy a település alapvető jellegét a középpontban álló kínálat határozza meg, vagyis homogén célterület nem nagyon van. Elmondható, hogy az üdülés-idegenforgalmi alkalmassági vizsgálatok korábban nem számoltak a hivatásturizmushoz és a normál üzleti kapcsolatok által generált turisztikai kereslettel sem. A legkülönbözőbb szolgáltatásoknál itt-ott tapasztalható árkülönbségek a határok két oldalán ugyancsak képesek egyfajta sajátos turizmust kiváltani, ilyen például a fogászati turizmus, amelynek egyik fő célterületét a nyugati határszél települései alkotják.

A turisztikai település vonzereje miatt az idegenforgalom célpontjává és középpontjává válik; és mint ilyen, meghatározó a turisztikai tartózkodásra és ez által a turisztikai szolgáltatások keresletére, Mivel a vonzási tényezők különböző jelentőségűek a turisztikai kereslet szempontjából, a turizmus alanya - az idegenforgalom tárgya kapcsolat specifikus jellegének megfelelően a 8. ábrán látható turisztikai településtípusok különböztethetők meg.



Forrás: Kaspar C., Fremdenverkehrsökologie - eine neue Dimension der Fremdenverkehrslehre, Festschrift Prof.Dr.P.Bernecker, Hochschule für Welthandel, Wien 1973. saját átdolgozásban és kiegészítésekkel

8. ábra - A turisztikai települések típusai

A turisztikai települések felosztása tágabb és szorosabb értelemben megfelel a tulajdonképpeni motiváció-helyzetnek, Míg a turisztikai szolgáltatások igénybevétele a turisztikai településen tágabb értelemben csak a célt szolgáló eszköz - egy gazdasági centrum felkeresése és ott éjszakázás üzleti tevékenység végzése céljából - a pihenőhely felkeresésének tulajdonképpeni célja a kínálat szolgáltatás-csomagja keretében az idegenforgalmi szolgáltatások „fogyasztása”. Ez a megkülönböztetés ugyanakkor semmit nem mond a keresett turisztikai szolgáltatások jelentőségéről.

A turisztikai keresletet a következő tényezők váltják ki és ezek egyidejűleg a turisztikai települések formáló erőit is képezik:

- természeti tényezők (klíma, kivételes táj, tájképi, geomorfológiai adottságok stb.)
- közlekedési fekvés (általános földrajzi fekvés, a közlekedési összeköttetések minősége és mennyisége)
- létesítmények és rendezvények (turisztikai infra- és szuprastruktúra, a gazdasági és kulturális élet létesítményei és rendezvényei).

A turisztikai települést formáló erők nem határolhatók el egymástól élesen. Sokszor a fentebb említett formáló erők kombinációja alakítja a földrajzi helyet idegenforgalmi településsé. Ehhez kapcsolódnak azok a munkák, amelyek a területrendezés keretein belül vizsgálják a turisztikai alkalmasságot.<sup>1</sup> Alapjában véve a természeti, kulturális-történeti és társadalmi tényezőkkel szemben támasztott követelményekből indulnak ki, ezek választékától és az egyes tényezők súlyától függ, hogy történeti településként, a kulturális örökség egyik központjaként könyveljük-e el a települést, vagy valamelyik másik jellemző lesz rá a meghatározó – miközben a település egyaránt lehet kiránduló vagy tartós üdülést szolgáló hely.

Szűkebb értelemben a turisztikai településekhez soroljuk a kifejezett **üdülőhelyeket**, amelyek turisztikai szempontból kétségtelenül a legrangosabbak közé tartoznak. A gyógyhelyekre, üdülőhelyekre és gyógyforrásokra vonatkozó definíciók szerint az üdülőhelyek klíma és táj szempontjából olyan kiemelkedő területek (települések ill. településrészek), melyek túlnyomórészt a pihenést szolgálják és ennek megfelelő helyi jelleggel rendelkeznek.

Az üdülőhelyek kapcsán Svájcban főleg **gyógyhelyekre**, Oroszországban *курорт*-okra gondolnak. A gyógyhely, mint gyógyfürdő-hely, évszázadok óta a turisztikai események központja. Mint Hunziker írja, a „kúra” (gyógyítás) szó a latin „cura”, „curatio” szóból származik. Eredetileg kettős jelentése volt: jelentette egyrészt a gyógyulást, másrészt az orvosi kezelést, a gyógyulás céljából végzett gyógyászati kezelést. Ma inkább a második jelentésében használják, mivel - legalábbis Svájcban - sokszor indokolatlanul, minden üdülőhelyet gyógyhelyként jelölnek. Másutt, így Németországban is, az elnevezés alkalmazását a törvény pontosan meghatározott feltételekkel rendelkező településekre korlátozza.

Magyarországon szintén törvény<sup>2</sup> mondja ki, hogy a gyógyhely, üdülőhely, fürdőváros, illetőleg üdülőváros megnevezést használni csak engedély alapján szabad. A gyógyhely betegellátási célra szolgáló részét a betegek nyugalmanak és a gyógyítás rendjének biztosítása érdekében védett területként kell kijelölni. A gyógyhely és az üdülőhely éghajlati tényezői hatásának és tájjellegének megóvása érdekében a település szabályozási tervében vé-

<sup>1</sup> BEZZOLA A., Probleme der Eignung und der Aufnahmekapazität turisticcher Bergregionen der Schweiz (Svájc hegyvidékei alkalmasságának és felvevőképességének problémái) és a műben feltüntetett irodalmi hivatkozások.

<sup>2</sup> Lásd az 1997. évi CLIV. törvényt az egészségügyről és a 74/1999. (XII. 25.) EüM rendeletet a természetes gyógytényezőkéről



dővezet jelölhető ki a kijelölt hatóság/intézmény előzetes egyetértésével. Gyógyhelyeken minden olyan tevékenység tilos, amely a betegek gyógykezelését hátráltatja. A gyógyhelyként, illetőleg üdülőhelyként kijelölt területen ideiglenesen tartózkodó személyeket - a gyógy- és üdülőhelyek védelme, fejlesztése érdekében - jogszabály gyógyhelyi, ill. üdülőhelyi díj fizetésére kötelezheti. Ez nem azonos a helyi adóként alkalmazható idegenforgalmi adóval!

Az előbbieken említett fogalmi meghatározások a gyógyhelyeket olyan területként (településként vagy településrészként) határozzák meg, amelyek különleges természeti adottságokkal - a föld, a tengerek és a klíma természeti gyógyító eszközeivel -, a célnak megfelelő létesítményekkel és a gyógyulást, az emberi betegségek enyhítését vagy megelőzését szolgáló kúrákhoz megfelelő gyógyhelyi jelleggel rendelkeznek. A rendelkezésre álló természeti gyógytényezők jellege szerint megkülönböztetünk

- fürdő-gyógyhelyeket (fürdő- és ivókúrák az orvosi javallatoknak megfelelően)
- klimatikus gyógyhelyeket (védő- és ingertényezők szerinti ajánlással)
- fürdő- és klimatikus gyógyhelyeket.

Ahhoz, hogy a világosan elhatárolhassuk egymástól gyógyhelyeket és az üdülőhelyeket, a természeti gyógytényezőket (víz, gázok, peloidok, azaz iszap, láp, klíma) a Nemzetközi Balneológiai és Klimatológiai Egyesülés FITEC fürdő- és gyógyhelyek elismerésére vonatkozó minimális feltételei szerint tudományosan be kell vizsgáltatni, el kell ismertetni és hatóságilag igazolni. Gyógyászati célokra való alkalmasságukat komplex fizikai, kémiai, biológiai és farmakodinamikai vizsgálatokon és klinikai megfigyeléseken alapuló tudományos elemzésekkel és szakvéleményekkel kell alátámasztani.

A természeti gyógytényezőkre határértékeket kell meghatározni és azokat rendszeresen felül kell vizsgálni. A természeti tényezőknek a tervezett gyógyászati célú felhasználásra való megfelelő hatékonyságáról meg kell bizonyosodni. Biztosítani kell, hogy tulajdonságaik állandósága megfelelő igénybevétellel az előírt kereteken belül maradjon. A természeti gyógytényezőket gyógyászati eszközként alkalmazó gyógyászati létesítmények a gyógyhely jellege és hatásai szerint különbözőek. Épületek, létesítmények és készülékek tartoznak hozzá. Ezeket használatra alkalmas és higiéniaileg kifogástalan állapotban kell tartani, valamint megfelelően betanított ápolószemélyzetet kell rendelkezésre bocsátani.

A feltételezett gyógyhelyi jelleg a FITEC minimális követelményei szerint a következő tényezők meglétét követeli meg:

- A gyógyászati célt szolgáló táj kifejezetten pihenő terület legyen.
- Az infrastruktúrát a lehető legjobban biztosítani kell. Kiemelten minden intézkedést meg kell tenni a kifogástalan ellátás és köztisztaság, valamint a környezetvédelem érdekében (ipar, közlekedés, zajvédelem, levegő tisztasága, gázok stb.).
- Külön figyelmet kell fordítani a gyógyhely építészeti kialakítására. Barátságos környezetet kell teremteni, pihenési jelleggel. A gyógyhelyi vendégek szórakoztatására megfelelő nagyságú épületeket vagy helyiségeket kell létesíteni.
- A gyógyhely közelében lévő közlekedési létesítmények ne zavarják a gyalogosokat. A közlekedési főútvonalakat a gyógyterület peremén kell elhelyezni.
- az év során a gyógyászati célú üzemelés ideje alatt legalább egy gyógyhelyi orvosnak (fürdőorvosnak) folyamatosan a helyszínen kell tartózkodnia. Ennek az orvosnak speciális ismeretekkel kell rendelkeznie a gyógyhelyen kezelt betegségekről. Rendelkeznie kell a betegségek diagnosztizálásához és a gyógyhely hatásai szerinti gyógyulás ellenőrzéséhez szükséges eszközökkel.

- Biztosítani kell a kiegészítő egészségügyi szolgáltatásokat (mentő, betegszállítás, fertőző betegségek elleni védelem).
- A gyógykezeléshez tartozó szállásnak higiéniailag kifogástalannak és lakhatóság szempontjából kellemesnek kell lennie.
- A gyógykezelés során a gyógyhelyi orvos előírásainak megfelelő (normál és diétás) ellátást (étkezési lehetőséget) kell biztosítani.

A klinikai orvostudomány és a gyógyszer tudomány látványos gyógyászati sikereinek fényében az utóbbi évtizedekben elsősorban gyógyászati oldalról, egyre több fenntartással és kétellyel tekintenek a fürdő- és klimatikus kúrákra. A Nemzetközi Balneológiai és Klimatológiai Egyesülés a Német fürdőszövetség jelentős közreműködésével kidolgozta a korszerű gyógykezelés alapelveit. Jelentős az a felismerés, hogy egyrészt a klinikai orvostudomány és a gyógyszer tudomány, másrészt a balneológia és a klimatológia egymásnak nem versenytársa, hanem egymást kölcsönösen kiegészítik. A gyógyszerekkel és a kúrával végzett egymást megelőző, követő vagy egyidejű kezelések egymást erősítik. A gyógyhelyi kúra ezért nem a klinikai gyógyászat alternatívája, hanem a kórház és az orvosi kezelés ésszerű kiegészítése, a betegség optimális terápiája más súlypontokkal, maradandó károsodás esetén a lehető legjobb eredménnyel.

A gyógyhelyi kezelés az egészséges életfunkciók erősítésére és ennek érdekében a pácienseknek az orvos által irányított tevékenységére (ha kell, életmódjának átalakítására) irányul – ezen belül főleg a megelőzésre és a rehabilitációra, valamint a balesetet szenvedetteknek a mindennapi életbe és a munkába történő visszatérésének elősegítésére.

A gyógyhelyek részletes ismertetése támpontot nyújt az **üdülő, illetve vakáció- és közeli pihenőhely** jellemzéséhez. Mindkettő az ember fizikai és pszichikai erejének helyreállítását, fenntartását és megelőző védelmét szolgálja. Leginkább az általános terápia funkcióját teljesítik, azaz az üdülő- és közeli pihenőhelyen hiányzik a gyógyhely lényegi komponensét képező speciális orvosi terápia.

A **wellness** egyre nagyobb jelentőségre tesz szert az utóbbi években a megelőzés és az egészség fenntartása terén. A megelőzés ma egészséges életvitelt, ezen belül rendszeres testmozgást, a pihenést és az élményt megfelelő kombinációját, valamint azokat a tényezőket jelenti, amelyek célja az egészség aktív megőrzése és erősítése. Ily módon a „szelíd” turizmus részét képező wellness egyre inkább az egészségturizmus tartóoszlopa lesz.

Az üdülő és közeli pihenőhelyre történő felosztás megfelel a hozzá tartozó turisztikai kínálat jellegének és földrajzi fekvésének, valamint a vonatkozó turisztikai keresletnek.

Az **üdülőhelyeken** a vendégek hosszabb ideig tartózkodnak<sup>1</sup>. A kínálat igazodik az üdülési pihenés speciális szükségleteihez: komfortos szálláshelyek és ellátási létesítmények, sokféle elfoglaltsági lehetőség (sportlétesítmények) az időjárástól való függetlenség figyelembe vételével, speciális helyi jelleg és lehetőség szerint természeti állapotában meghagyott pihenő helyiségek, nyugodt, azaz zajmentes fekvés.

---

<sup>1</sup> Egyes országokban, pl. Svájcban, statisztikailag a közeli pihenés és üdülés forgalmát időben oly módon különítik el egymástól, hogy a maximum 3 egymást követő vendégéjszakával összekapcsolt utakat a közeli üdülési forgalomhoz számítják. Üdülési forgalomhoz azokat az utakat számítják, amelyek legalább 4 egymást követő, nem üzleti célú lakóhelyen kívüli éjszakázással járnak együtt.

A munka- és lakóhelyen kívüli pihenés iránti szükséglet erősödése az utóbbi évtizedekben nagy mértékben kihatott a **rövid idejű** (egynapos és hétfégi pihenést magába foglaló) **közeli, városkörnyéki üdülésekre**. Egy svájci vizsgálatból, amely a hétfégi kirándulóforgalomról készült, az derül ki, hogy a háztartások több mint 80 százaléka évente legalább egyszer részt vesz a hétfégi kirándulóforgalomban, és hogy minden hétfégén átlagosan a lakosság 20-40 százaléka úton van. A kirándulások elsődleges közlekedési eszköze a magánautó, amelynek részesedése 70-79 százalék.

Hasonló eredményt mutatnak a közeli üdülésekről a Münchenben és környékén végzett vizsgálatok, valamint a hazai kutatások. A fiatal, egyszemélyes háztartások és a közép- és felső társadalmi rétegek többszemélyes háztartásai a legaktívabb résztvevői a közeli, városkörnyéki pihenésnek. A célterületek évszakonként eltérőek.

A klasszikus, tartós üdülést szolgáló üdüléshelyeken kívül a tulajdonképpeni közeli, városkörnyéki üdüléshelyek főleg a közép-európai térségben találhatók. Az Alpok alján és az Alpok vidékén a közeli üdüléshelyek és az üdülésterületek gyakran egybeesnek (pl. a Bodeni tó, Bündnerland, a berni felföld, Allgäu, a bajor Alpok, Salzburg tartomány stb.). Mivel ezek az üdülésterületek az agglomerációk viszonylagos közelségében vannak és a táj (hegyek, tavak), a klíma és az infrastrukturális létesítmények a közeli üdülésnél és az üdülésnél egyaránt meghatározóak. Ezek az átfedések ugyanakkor súlyos problémákat vetnek fel, mivel a közeli üdülést és a tartós üdülést keresők viselkedése nem azonos.

A hétfégi vendég bizonyos értelemben pihenést keres, a heti rohanástól ugyanakkor rövid idő alatt nem tud szabadulni, és ezért tevékenységre és szórakozásra gondol. A hétfégi vendégnek ez a jellemző képe a téli sportoknál szembeűnő, és abból is adódik, hogy a hétfégi vendég többnyire fiatalabb. A nyugtalanság elemét azonban a tömeg váltja ki. Jó példa erre vasárnap esete az utakon az üdüléshelyekről a városi agglomerációk irányába haladó személyautó-forgalom vagy a sportpályák állomásainál várakozó hatalmas sorok, valamint a sípályák, túrautak vagy uszodák elárasztása hétfégi és egynapos kirándulókkal.

A hétfégi vendégek ezen áradata feltétlenül hátrányosan hat a közeli üdülésterületekre. Egyrészt az üdülésvendég irtózik az ilyen hétfégeken elárasztott közeli üdüléshelyektől, mivel a keresett nyugalmat és az „emberektől való mentességet” nem találja meg, ráadásul ezeken a napokon ellátásában vagy tevékenysége során és a sportlétesítmények igénybevételénél a közeli pihenést keresők tömege kifejezetten a *falhoz szorítja*. A közeli és a távoli üdülési forgalom időben nyitott, csak nyáron, egy meghatározott időre érvényes a túlszűfolttság.

A hétfégi üdülésvendég speciális követelményeket támaszt az ellátást nyújtó vállalkozásokkal, a különféle létesítmények és a pihenőhely befogadóképességével szemben. Az igénybevett létesítményeknek rövid távon képesnek kell lenni csúcsteljesítményekre, miközben a nagy kapacitás a hét többi napján és a többi évszakban (pl. síliftek) alig vagy egyáltalán nincs kihasználva.

Ehhez járul a hétfégi üdülésforgalomnak az a további tulajdonsága, mondhatni az a tendencia, hogy mind többen **második lakással** (nyaralóval, hétfégi házzal) is rendelkeznek valamelyik tájképileg és közlekedésileg előnyös helyen. Ezek a mozgalmak elsősorban az agglomerációk közelében fekvő üdüléshelyeket érintik a hétfégi házak és apartman-lakások sokaságával. Egyes klasszikus üdüléshelyeket, mint pl. Davos, St.Moritz és Lenzerheide, az a veszély fenyegeti, hogy valóságos alpesi városokká válnak. Pszichológiailag az üdülésvendégre ugyanakkor hátrányosan hat az üdülések idejére lezárt számtalan hétfégi ház látvány, mivel tulajdonosaik gyakran nem a hétfégi telkükön akarják tölteni szabadságukat.

Ezen a ponton kezdődik az ún. üdüléstervezés új feladata. Abból kell kiindulni, hogy a közeli üdülés jelentősége a második lakások arányának emelkedésével a következő években jelentős mértékben növekszik. Ebből adódik a területrendezés számára az új feladatot, hogy a hétvégi üdülés részére közlekedésileg és tájképileg megfelelő területeket biztosítson. Ezzel egy időben megy végbe az üdülőterületek és üdülőhelyek természetes természetes tehermentesítése, amelyek így meg tudják tartani eredeti rendeltetésüket.

A megfelelő közeli üdülőhelyek megteremtése kétségtelenül jelentős beruházásokat igényel a nagyvárosok részéről. Az ilyen intézkedések ugyanakkor azoknak az agglomerációknak a feladatát képezik, amelyek szeretnék elérni, hogy érdemes legyen élni bennük. A helyzeti előny egyre inkább azon városok javára tolódik el, amelyek lakóik részére városi és városközeli üdülőterületek formájában vonzó életmódot kínálnak.

A tágabb értelemben vett idegenforgalmi településeken belül a **közlekedési csomópontok** mindig is jelentős feladatot töltek be. Az évszázadok során, amikor a ló, a lovas kocsis és a hajó volt az egyedüli közlekedési eszköz, a fogatváltó-helyek és a kikötőhelyek az utazási forgalom középpontjában álltak. Ma a közlekedési központok, azaz a vasúti, közúti és légi közlekedési csomópontok és kereszteződések az emberek mobilitásának növekedésével tartósan elveszítik jelentőségüket. A jobb vasúti és légi közlekedési csatlakozások, valamint az autópályák kiépítése lehetővé teszi fontos gazdasági és közigazgatási központok rövid időre történő felkeresését anélkül, hogy az adott helyen kellene éjszakázni. Ez a fejlődés azonban oda vezetett, hogy a konferenciákat, értekezleteket, kiállításokat és üzleti tárgyalásokat túlnyomórészt azokban a központokban tartják, amelyek jó, sőt nagyon jó kontinentális és interkontinentális közlekedési összeköttetéssel rendelkeznek. Ez magyarázza többek között a repülőtérrel rendelkező városokban a szálloda és kongresszusi centrum építkezések évek óta tapasztalható fellendülését.

Mivel a **kulturális rendezvények** (zenei és színházi hetek, elismert oktatási és képzési helyeken tartott tudományos szimpóziumok) alkalmasak arra, hogy – főleg a turisztikai elő- és utószezonban – kiegészítő utasforgalmat hozzanak, ezt a lehetőséget nem szabad figyelmen kívül hagyni. Az oktatási célú turizmusban a történelmi épületek és a kultúrtörténetileg fontos helyek, mint azt Olaszországban, Görögországban, Izraelben, Egyiptomban, Indiában stb. számos példa mutatja, meghatározó szerepet játszanak. A vallási központok (Róma, Mekka, Benáres) az előzőekhez hasonlóan jelentős évi utazási áradatot váltanak ki.

A **közigazgatási központok**, főleg ha egyben **gazdasági központok** is, meghatározó turisztikai lehetőséggel bírhatnak, ha konferenciák és kongresszusok ürügyén a vendégek hosszabb ideig tartózkodnak ott. Az évente megrendezett vásárok és kiállítások az érintett városoknak csúcspontot hoznak és nagymértékben támogatják a helyi szálloda- és vendéglátóipart. Az üdülőhelyekkel ellentétben a gazdasági és közigazgatási központok látogatottsága az egyes hónapokat nézve éves szinten egyenletesebb. Ezzel szemben ezekben a városokban a hétvégeken, szabadságidő alatt és ünnepnapokon minimális a látogatottság.

A felsorolt különféle településtípusok zöme csak egymással szorosan együttműködve képes hatékonyan fejleszteni a fogadási feltételeket, markáns arculatot építeni, igazi turisztikai desztinációt teremteni. Az együttműködésnek vannak spontán, alulról kezdeményezett formái, és vannak jogszabályilag létesített, az állami pénzeszközök redisztribúciójához kapcsolódó társulásai. A tervezési-statisztikai régiók és a turisztikai régiók lehatárolása eltér egymástól – szerintem eléggé szerencsétlenül és nem feltétlenül szükségszerűen. A KSH által kezelt kistérségi társulások jelentős része sem éppen turizmusfejlesztés miatt alakult, hanem a területfejlesztési pénzekhez jutás egyik eszközeként. Az igazi élő együttműködések egységes turisztikai desztinációk körül formálódnak és működnek...

### 4.2.3 Turisztikai vállalkozások

A vállalkozások és „üzemek” az emberi társadalom keretében termelő tevékenységet végeznek annak érdekében, hogy valamilyen anyagi vagy nem anyagi javakat a társadalom valamely elemei és alrendszerei számára előállítsanak<sup>1</sup>. A turizmus tárgya alrendszer keretében az idegenforgalmi vállalkozások turisztikai szolgáltatásokat állítanak elő.

A **turisztikai vállalkozások** célja tárgyi és személyi vonatkozású szolgáltatások előkészítése, előállítása és értékesítése a megfelelő termelési eszközök (munka, tőke, föld) tartós összekapcsolásával a turizmus keretében. A turisztikai vállalkozások feladata többekévvé kizárólag a dologi és személyi vonatkozású idegenforgalmi szolgáltatások előállítása lehet. Ennek következtében jelentőségük a turizmus tárgya alrendszerben különböző.

Azok a turisztikai létesítményeket nevezhetők **primer turisztikai vállalkozásoknak** vagy **elsődleges szolgáltatású turisztikai vállalkozásoknak**, amelyek szolgáltatásaikkal kizárólag vagy túlnyomórészt az idegenforgalmat szolgálják, és ez jelenti számukra az egzisztenciális alapot, a fő tevékenységi profilt.

A tényleges turisztikai vállalkozások a jobb megkülönböztetés céljából az adott turisztikai vállalkozás elsődleges kapcsolati rendszeréből kiindulva osztályozhatók:

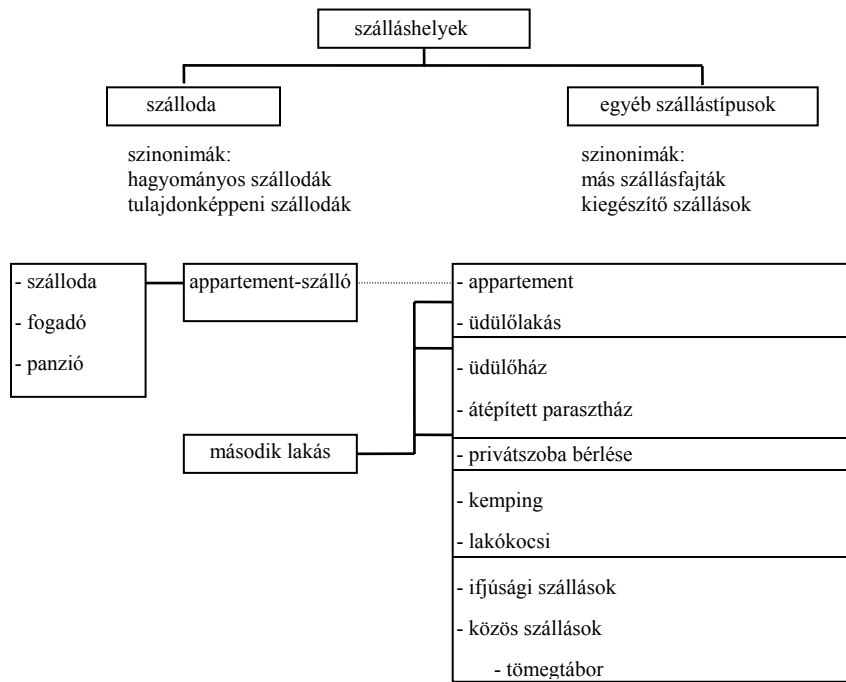
- tárgyi vonatkozású turisztikai vállalkozások
- alanyi vonatkozású turisztikai vállalkozások
- kapcsolatteremtő turisztikai vállalkozások.

Az elsődleges szolgáltatási terület **tárgyi vonatkozású turisztikai vállalkozásai** szoros kapcsolatban állnak a turisztikai településsel. Elsősorban a **szálláshelyek** említhetők. A szállást nyújtó vállalkozások sokféle formája megfelel a különböző komfortfokozatú és árfekvésű szolgáltatások iránti különböző szükségleteknek. Különbséget szoktak tenni kereskedelmi és nem kereskedelmi szálláshelyek, valamint szállodajellegű és egyéb szállástípusok közt.

Svájcban a **szállodák egységes osztályozása** a következő ismérvekből indul ki:

- helyszín (fekvés), a szállodai ingatlan (építészeti kialakítás, közvetlen környezet),
- a fő szolgáltatások, a szálláshoz és az ellátáshoz kötődő szolgáltatások minősítése,
- személyi szolgáltatások (szakképzettség, szakmai tapasztalat stb.),
- dologi szolgáltatások (építészeti állapot, helyiségek, technikai berendezések),
- a termelési és kereskedelmi szolgáltatások minősítése az ellátás területén,
- konyhai szolgáltatások,
- pinceszolgáltatások (italválaszték, kínálat),
- a személyi és dologi szolgáltatások, valamint kereskedelmi szolgáltatások összesített minősítése a kiegészítő szolgáltatás-területeken
- az összes ismerv rend és tisztaság vonatkozású minősítése.

<sup>1</sup> Lásd ULRICH H. (1968): Die Unternehmung als produktives soziales System, Grundlagen der allgemeinen Unternehmungslehre, Institut für Betriebswirtschaft an der Hochschule St. Gallen, Paul Haupt, Bert/Stuttgart



Forrás: Kaspar C., Fremdenverkehrsökologie - eine neue Dimension der Fremdenverkehrslehre, Festschrift Prof.Dr.P.Bernecker, Hochschule für Welthandel, Wien 1973.

9. ábra - A szálláshelyek svájci kategorizálása<sup>1</sup>

A primer szolgáltatási terület sajátos turisztikai vállalkozásának nevezhetjük a **gyógyászati létesítményeket**. A szállodákkal és egyéb szálláshelyekkel összehasonlítva az eltérés abban rejlik, hogy működésükben jelentős az orvosi és gondozási tevékenység, beleértve a speciális terápiákat (fürdőkúrák, klímakúrák stb.). Ezeknél a szállás és az ellátás csak kiegészítő szolgáltatás.

A primer szolgáltatási terület turisztikai vállalkozásaihoz kell sorolni a **turisztikai közlekedési létesítményeket** is, mivel szinte kizárólag csak turisztikai szolgáltatást végeznek és szolgáltatási kínálatukat (menetrendjüket) a turisztikai kereslethez igazítják (szezoniális üzem). A turisztikai közlekedési létesítményekhez soroljuk a sportcélú és más szabadidős attrakciót jelentő közlekedési eszközöket, mint pl.

- drótkötélpályák (oda-vissza közlekedő és körforgó üzemmóddal), drótkötél-vasutak (függőkabinos „lanovka” v. téléphérique),
- sí- és ülőszékes liftek (vontatólifteket),
- fogaskerekű vagy egysínű vasutak
- lovas- és gyaloghintók, echós szekerek, riksák, tutajok,
- kiránduló személyautó- és buszjáratok, a kiránduló és körutazási járatok és a légi turisztikai vállalkozások charter-járatai.

A **speciális termelő „üzemek”** mint tulajdonképpeni turisztikai vállalkozások közé tartoznak pl. az utazási cikkek (bőr, textilárak), sportfelszereléseket (sí, csónakok stb.), emléktárgyakat és utazással kapcsolatos nyomdai termékeket (útikalauzok, térképek stb.) gyártó cégek. Ezekkel a gyártókkal együtt meg kell említeni a kapcsolódó kereskedelmi árusító helyeket is (kioszkok stb.).

<sup>1</sup> A szakirodalomban helyenként az első csoportot **hôtellerie**, a másodikat **parahôtellerie** névvel is jelölik.

A primer szolgáltatási terület *speciális szolgáltató vállalkozásaihoz* soroljuk pl. a kollégiumokat, szórakoztató létesítményeket, sportfelszerelés-kölcsönzőket, csónakkölcsönzőket, idegenvezetőket, hegyi vezetőket, sportoktatókat, tolmácsokat, hordárokat.

Bernecker az *alanyi vonatkozású turisztikai vállalkozásokhoz* sorolja mindazokat az idegenforgalmi létesítményeket, amelyek a turizmus alanya, a turista körül tevékenykednek.

A primer szolgáltatási területnek a turizmus alanyára irányuló idegenforgalmi létesítménye az *idegenforgalmi információs iroda*. Bernecker különbséget tesz egy idegenforgalmi vállalkozás megbízásából tevékenykedő *reklámügynökség* és a helyi, regionális és országos idegenforgalmi non-profit *reklámintézmények* között.

Ebben az értelemben a reklámhoz kellene sorolni a PR-munkát is, habár a reklám és a közvéleményt *kezelő* Public Relations a turizmusban is elkülönítendő egymástól. Ez a megosztás a turisták informáltságának növekvő jelentőségére vezethető vissza. Míg a Public Relations és az általános cégreklám fő feladata az imázsépítés, a termékreklám arra irányul, hogy egy konkrét áru vagy szolgáltatás vonatkozásában vételre késztesen. Így a Public Relations mint általános közönségkapcsolatot szolgáló eszköz, a reklámot megelőzi.<sup>1</sup>

Alanyi vonatkozásúak azok a létesítmények is, amelyek az idegenforgalom résztvevőit a különböző *utazási kockázatok ellen biztosítják*. A turizmus jelentős fejlődése a különböző utazási tevékenységek biztosítási védelmének kialakulását eredményezte (utazási baleset, utazás közbeni betegségi és kórházi költségek, autó-casco, jogsegély, poggyászbiztosítás, lemondási költségek, hazaszállítás stb.).

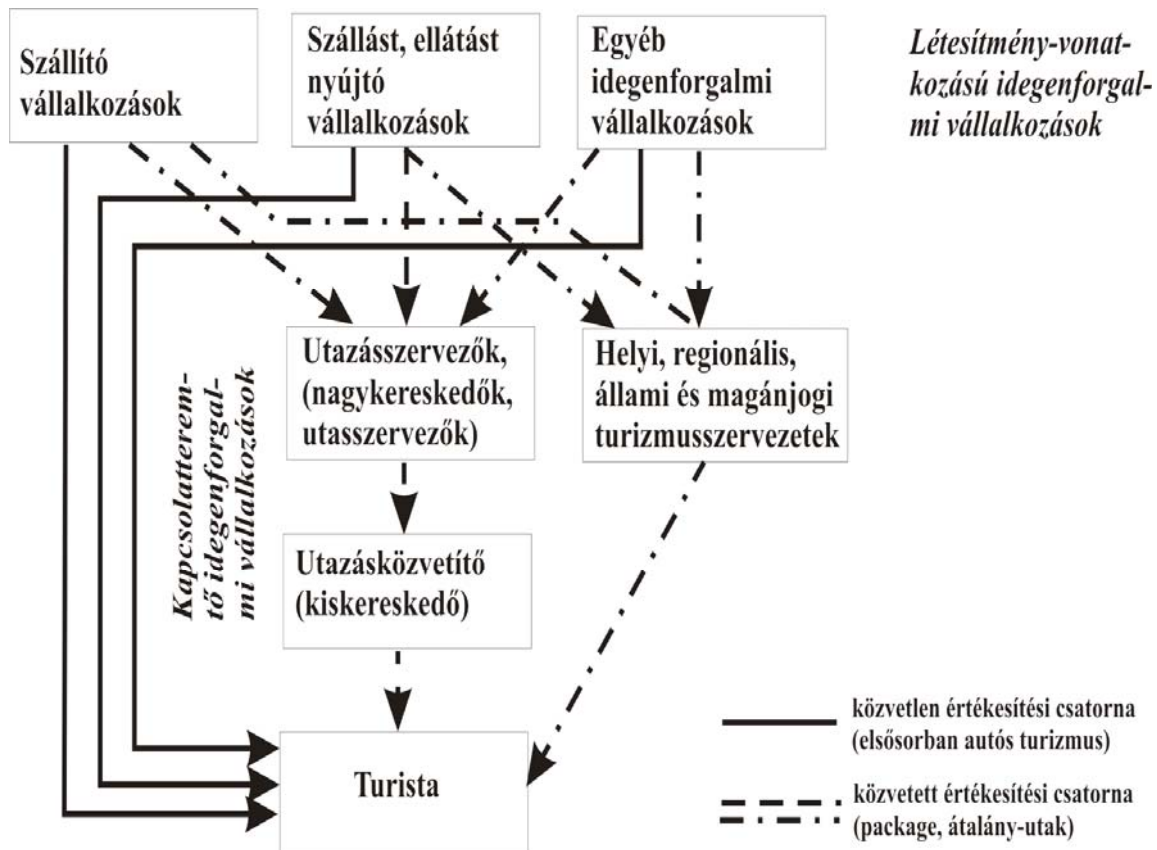
Végül utalni kell azokra a szervezetekre, amelyek *utazás-finanszírozással* foglalkoznak. Ennél előtérbe kerül az úgynevezett fogyasztási hitel, az utazás finanszírozása későbbi fizetési határidő mellett. Ez a finanszírozás főleg a hitelkártya intézményével - Diners Club vagy Amexco és *VISA/Mastercard stb.* - történik. A megfelelő hitelkártyák lehetővé teszik a termékek és szolgáltatások igénybevételének készpénz nélküli, későbbi számlázás mellett történő igénybevételét.

A turizmus alanya és a turizmus tárgya közötti tulajdonképpeni kapcsolatot az ún. *kapcsolatteremtő turisztikai vállalkozások* hozzák létre. (10. ábra) Ebbe a csoportba tartoznak elsősorban az utazási irodák, mint utazásszervező és utazásközvetítő vállalkozások. Az elmúlt évtizedben ez a két funkció a szakosodást követelő konkurencia nyomására elkülönült egymástól. Az utazások rendezvényként történő szervezését, meghatározott úti célokra szóló „utazás csomagok” utazással és tartózkodással együtt történő kínálatát egyre inkább átvették az utazási iroda ágazat vállalatai, az úgynevezett túraszervezők vagy utazásszervezők. Az utazási kínálatot saját irodákon vagy a közvetítő utazási irodák hálózatán (kiskereskedőkön) keresztül adják el a vevőknek. Meglévő értékesítési szervezeteik előnyei a csomagküldő áruházakat is arra ösztönözte, hogy az utazásokat levélben történő megrendelés útján értékesítsék (Hertie, Kaufhof, Karstadt stb.).

A helyi, regionális és állami turisztikai szervezetek, valamint a légitársaságok (saját foglalási rendszer) turisztikai szolgáltatások direkt közvetítésével és eladásával magukra vállalják a kapcsolatteremtő idegenforgalmi vállalat feladatát.

Minden esetre megállapítható, hogy az utazásoknak csak mintegy negyedét-ötödét szervezik (közvetett vagy többlépcsős értékesítési mód) kapcsolatteremtő turisztikai vállalkozások (utazási irodák, közlekedési irodák). A közvetett értékesítési mód akkor előnyös, ha a turista turisztikai szolgáltatás csomagot vesz igénybe.

<sup>1</sup> A turisztikai reklámvállalkozással mint turisztikai reklámintézménnyel a következő fejezetben, valamint a turisztikai politikánál még foglalkozunk.



Forrás: Kaspar C., Fremdenverkehrsökologie - eine neue Dimension der Fremdenverkehrslehre, Festschrift Prof.Dr.P.Bernecker, Hochschule für Welthandel, Wien 1973.

10. ábra - A kapszolatlateremtő turisztikai vállalkozások feladatmegosztása

A szekunder vagy **közvetett turisztikai vállalkozás mint a másodlagos szolgáltatási terület turisztikai „üzeme”** a turisztikai kereslet szolgálatában áll anélkül, hogy az döntően érintené, a tevékenységi fő profilja lenne, illetve eltartaná.

Ennél az elhatárolásnál minden esetre tudatában kell lennünk annak, hogy vannak fontos kivételek. Ez az eset főleg a **vendéglátóhely**, mint ellátást nyújtó vállalkozás esetében áll fenn, ahol a helyszín döntően meghatározza a besorolást.

Az éttermi üzem általában sokkal inkább közvetve szolgálja az idegenforgalmat és közvetlenül a hazai vendég szükségleteit. Ennek kijelentése azonban nem ellentétes a megállapítással, hogy az ellátást nyújtó vállalkozások, eltekintve a szállás és az ellátás közötti szoros kapcsolattól, az idegenforgalmi helyen meghatározó feladatot látnak el.

A szállodáknál megállapítottakhoz hasonlóan az éttermi üzem is sok megjelenési formában létezik. Ez a formai gazdagság az ellátást nyújtó üzemenél is a mai kereslet nagyon eltérő követelményeire vezethető vissza. A belső berendezés, az étlap és az italválaszték szerint megkülönböztetjük **éttermet**, mint minőségileg vezető ellátási üzemet (grill-vendéglő, francia étterem), a **vendéglőt** (részben egyszerűbb, szokásos kínálat), az **étkezdét**, valamint a korlátozott, illetve speciális választékot nyújtó **pizzériákat, kávézókat, teázókat, bárókat, borozókat és sörözőket, snack-bárókat és önkiszolgáló létesítményeket**.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Speciális vevőkre irányuló választékkal rendelkeznek, pl. Mövenpick-egységek: Mövenpick-éttermek (Baron de la Mutte-Rotisserie, Beef-Clubs), a Silberkugel-vállalkozások (gyors kiszolgáló büfék és éttermek), a Cindy-féle családi éttermek, az autópálya-pihenők, szállodai éttermek, valamint a Mövenpick szállodalánc.



Ehhez hasonlóan helyszínorientált a **közlekedési vállalkozások** besorolása a primer és szekunder szolgáltatási területek idegenforgalmi „üzemei” közé. A turisztikai közlekedési létesítményektől eltekintve a turisztikai forgalom részesedése a közlekedési vállalkozások árbevételében és profitjában nagyon változó. A nem turisztikai közlekedés nagyobb hányada például azzal függhet össze, hogy a közlekedési eszközök egészben évben üzemelnek és a közlekedési jövedelem specifikus összetételét üzemi és díjszabási intézkedésekkel veszik számításba.

Az idegenforgalomra vonatkoztatva a másodlagos szolgáltatási terület közlekedési vállalatai tulajdonképpen szállítóként működnek. Ez érvényes az általános közlekedésű vasutakra, a koncessziós autófuvarozási vállalkozásokra, a mozgópostára, a hajók vonaljárataira és a menetrendszerű repülőjáratokra.

A **termelő és kereskedelmi vállalkozások** nagy része közvetve hasznot húz az idegenforgalomból - ezt több kutatás is alátámasztja. E közben nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy az idegenforgalom a lakossági jövedelemhez országos, regionális és helyi szinten történő hozzájárulásával a vásárlóerő és ez által a különböző szolgáltatások iránti kereslet növekedéséhez vezet. Nyilvánvaló a szoros kapcsolat egyrészt a szállást és ellátást nyújtó létesítmény, másrészt a mezőgazdasági, kisipari és ipari termelő vállalkozások között.

#### 4.2.4 A turisztikai szervezetek – civilek és nem civilek

Ahhoz, hogy a turizmus tárgyának nevezett turisztikai kínálat a szolgáltatásomagját kereső turisztikai alany elvárásainak megfelelően, a kínálati elemek közötti egyes kapcsolatokat speciálisan kell kialakítani és szervezni. Az egyes turisztikai vállalkozások és az egyes turisztikai települések részfunkcióit külön szervezési rendszerekkel és módszerekkel összhangba kell hozni. **A turisztikai szervezetek a turisztikai vállalkozások és turisztikai települések részfunkcióit koordinálják.** Ezek főleg a **politikai-közigazgatási szervezetek** vállalják magukra a szervezési és koordinációs feladatok egy részét. A politikai intézmény mintegy non-profit turisztikai szervezetként lép fel.

**Svájcban** a községek a turisztika támogatását és az ezzel összefüggő szervezési és kialakítási problémákat speciális helyi gyógyászati és turisztikai egyesüléseknek engedik át. Ezzel szemben Németországban és Ausztriában ezek a feladatok részben az idegenforgalmi hivatalokhoz, részben a községi közigazgatáshoz tartoznak, vagyis nincs egységes gyakorlat.

**Magyarországon** a települések többnyire forráshiányos önkormányzatai eltérő intenzitással és hatékonysággal foglalkoznak turizmusszervező és marketingtevékenységgel, a nagyobb központokban információs irodákat (Tourinformokat) működtetnek. Konkrétan jogszabályban nevesített idegenforgalmi feladatokkal csupán a fővárosnál, a megyei jogú városoknál és a megyei önkormányzatoknál találkozhatunk. Települési szinten a törvény a turizmust nem sorolja a kötelező feladatok közé, ezért a legtöbb önkormányzatnál ez önként vállalt feladat. A települési és kistérségi turisztikai egyesülések, szövetségek szerveződése folyik, a svájcihoz hasonló szerep-átvállalás még kevésbé jellemző.

A politikai szervezetek feladatvállalását a **civil turisztikai szervezetek** munkája egészíti ki. Ahogy az egyesületként vagy szövetségként létrehozott helyi és regionális turisztikai szervezetek feladatjegyzéke is mutatja, a közigazgatási, a vállalkozói szféra és a lakosság közös érdekérvényesítő és szervező fórumai. A helyi és regionális turisztikai szervezetek szerepkörét több külföldön több helyen is városi/községi vagy regionális hivatalok töltik be.

A civil szervezetek (gyógyhelyi és turisztikai egyesülések, regionális szövetségek) az adott ország politikai-gazdasági rendjébe tagolódva komoly szereppel bírnak a turisztikai ágazat

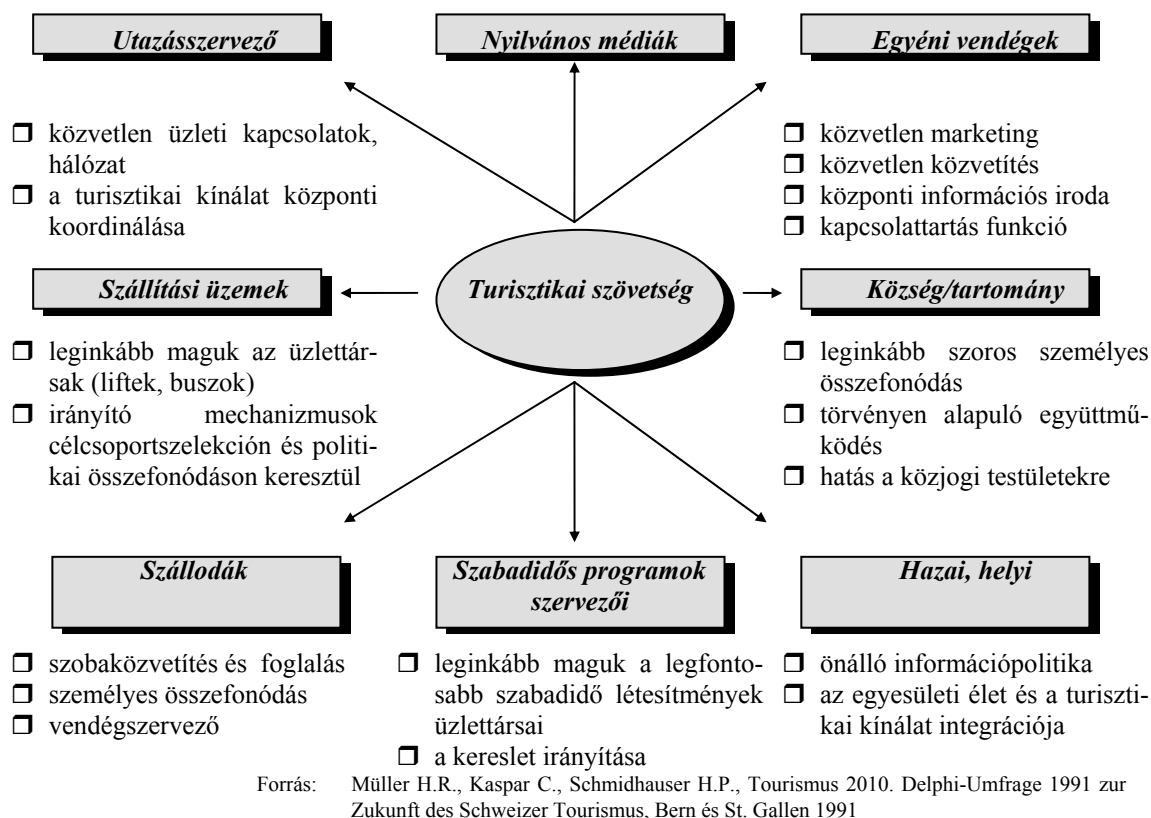
magánkezdeményezéseinél és önfenntartásánál. Ez a privát jelleg a szervezetet rendkívül rugalmassá teszi, és a többi szolgáltatót is együttműködésre készíti. **Feladataik:**

- a) Általános helyi és regionálpolitikai idegenforgalmi feladatok
  - gyógyhelyi, illetve idegenforgalmi politikai, illetve regionális idegenforgalmi politika kidolgozása és megvalósítása,
  - a kulturális, népművészeti, társasági és sportélet elősegítése stb.;
- b) Közigazgatási jellegű feladatok
  - turisztikai információs iroda működtetése,
  - a vendégfogadásra vonatkozó javaslatok, útmutatások és panaszok intézése;
- c) A turisztikai kínálat együttes alakítása, közreműködés és üzemeltetés
  - részvétel a turisztikai kínálat alakításában és koordinálás,
  - gyógyhelyi és idegenforgalmi létesítmények működtetése;
- d) Public Relations, reklám, médiakapcsolatok
- e) Rendezvényszervezés, a kongresszusi és konferencia-turizmus elősegítése.

Növekszik a turisztikai szervezetek munkájának jelentősége a turisztikai érzék (a turizmus összefüggéseinek megértésével) vagy a turisztikai tudat vagy a turisztikai gondolkodásmód elősegítésével kapcsolatban. Müller/Boess szerint a turisztikai tudat „*a kollektív település- és üdülőhely-identitás tisztázását szolgálja és ezért öntudatot teremt. Elősegíti azt a szükséges feltételt, hogy a vendégek és vendéglátók mint felvilágosult, egyenjogú és emancipált emberek találkozhassanak.*” A turisztikai tudat és a turisztikai érzék befolyásolásának eszközeként és módjaként a következőket nevezik meg: nyílt turisztikai fórum, akciók a lakossággal, akciók a politikai mandátumok birtokosainál, akciók az iskolákkal. A turisztikai tudat az átfogó kínálati minőség feltétele.

A Győr-Moson-Sopron Megyei Falusi Turizmus Egyesület 2005 decemberében elfogadott alapszabálya többek között az alábbi feladatokat nevesíti:

- a) A falusi turizmus fejlesztése és népszerűsítése, ezen belül az ún. zöld turizmus, öko- és bioturizmus kialakítása, a hagyományok megőrzése, a sajátosságok és adottságok felkutatása, többi turisztikai vonzástényező feltárása, ill. összegyűjtése;
- b) Marketing stratégia kidolgozása, célja a desztinációk, a tagok és szolgáltatásaik bemutatása, piacra jutásuk támogatása. Szervezi a kínálat megjelenítését szakkonferenciákon és vásárokon, egyéb rendezvényeken, kiadványokban és más médiákban.
- c) A helyi (települési) és kistérségi falusi turizmus szervezetek és szolgáltatók összefogása, koordinálása, az egyesületi rendszer segítése.
- d) Együttműködik minden olyan helyi és országos társadalmi szervezettel, intézménnyel és vállalkozással, amely hatást gyakorol a falusi turizmus fejlődésére.
- e) A falusi turizmushoz kapcsolódó országosan elfogadott minősítési rendszerek és védjegyek alkalmazása.
- f) A falusi vendégfogadás etikai kódexének kidolgozása és betartásának ellenőrzése.
- g) Véleménynyilvánítás a falusi turizmussal kapcsolatos szakmai kérdésekben. (oktatás, minősítés, területfejlesztés stb.), szaktanácsadó hálózat működtetése.
- h) Rendszeres információk biztosítása a tagok részére a falusi turizmust érintő döntésekről, fejlesztési és pályázati lehetőségekről.



11. ábra - A turisztikai szövetség kapcsolata az intézményekkel és a vállalkozásokkal<sup>1</sup>

Magától értetődő, hogy az egyes feladatok turisztikai településenként különböző jelentősé-  
gűek. A specifikus feladatokat, mint magán idegenforgalmi szervezetek, a szakmai szerve-  
zetek, kamarák és a speciális célú intézmények vállalják magukra.

#### 4.2.5 Együttműködés kényszere

A sürgető idegenforgalmi problémák megoldásában egyre erősödik a **községek közötti együttműködés**. Svájcban az elmúlt évtizedekben egyre több kanton adott ki idegenfor-  
galmi törvényt, amelyek célja az volt, hogy az idegenforgalom támogatására irányuló tö-  
rekvéseket támogassák és főleg, hogy olyan létesítmények és projektek költségeihez járul-  
janak hozzá, amelyek elsősorban idegenforgalmi érdekeket szolgálnak. A kanton azonban  
csak akkor nyújt támogatást, ha a községek maguk is támogatják a turisztikai törekvéseket,  
egymással összefognak, és e közben segítik a településen belüli együttműködést is!<sup>2</sup>

A magyarországi gyakorlat szintén ebbe az irányba mutat, ám bár sokszor mintha nem len-  
ne eléggé rugalmas... A tervezési-statisztikai, de még a turisztikai régiók kialakításánál  
sem volt elsődleges szempont, hogy figyelembe vegyék a turisztikai desztinációkat formá-  
ló természeti és gazdaságföldrajzi hatótényezőket, a kulturális örökség kisugárzásait, e he-  
lyett a létező közigazgatási rendszer egyes elemeit, a megyéket, kistérségeket és települé-  
seket foglalták csoportokba. A felülről kitalált együttműködés azért működik, mert más-  
képpen nincs mód a helyi érdekérvényesítésre, a centralizált állami pénzeszközök redisz-  
tribúciójának ez a kialakított csatornája. Az alulról formálódó kistáji turisztikai együttmü-  
ködések száma ugyanakkor örömdetesesen nő, ezek az igazán életképes formációk...

<sup>1</sup> HOPFENBECK W. & ZIMMER P. (1993): Umweltorientiertes Tourismusmanagement, Landsberg

<sup>2</sup> SCHLEGEL F. (1980): Kantale Fremdenverkehrsgesetze im Lichte des Tourismuskonzepten des Bundes, Sonderreihe des Instituts für Fremdenverkehr an der Hochschule St. Gallen, St. Gallen

#### 4.2.6 Területrendezés, fejlesztés és tervezés

A tervezési-statisztikai régiók kialakítása lényegileg az Európai Unió csatlakozás követelményeinek eleget téve ment végbe Magyarországon. Ennek lényege röviden:

Az Európai Unió statisztikai területi egységeinek jegyzékét (NUTS) abból a célból alakították ki, hogy egy egységes és összefüggő váz álljon rendelkezésre az Unió területi felosztásáról, és ennek alapján állíthassák össze a regionális statisztikákat. Minden tagállamnál meghatározták a NUTS1 elsőszintű, NUTS2 másodsztintű és NUTS3 harmadsztintű régiókat. A NUTS jegyzék lényegében a tagországokban érvényben lévő területi felosztásokra épül. A területi rendszert folyamatosan építették be az Unió statisztikáinak különféle területeire, és az egyes számításoknál is áttértek az új beosztásra. A NUTS jegyzék: a megfogalmazott célok területi vetületének alapját képezi, mivel az egyes régiók társadalmi-gazdasági mutatói révén határozzák meg az anyagi támogatásban részesülő területeket. A három szint közül itt a NUTS2 szint elsődleges fontosságú, mivel a regionális célkitűzések közül az 1. számú cél, az elmaradott régiók gazdasági felzárkóztatása, ezt a régiószintet célozza meg. A NUTS2 szint (alaprégiók) az a szint, amely a tagországok által általánosan használt keret a régiókra vonatkozó regionális politikai célok megvalósítására, míg a NUTS3 szint a helyi problémák feltárására és a konkrét akciók megvalósítására alkalmas. A NUTS2 szint az Unió regionális politikájának kiemelt célterülete, s így jelentős anyagi támogatást ezen a szinten ítélnék meg.

Magyarországon a kormányzati oldal új, több megyét egybefoglaló régiók kialakítása mellett döntött, ennek alapján a NUTS1 szintet az ország, a NUTS2-t a régiók, a NUTS3-t pedig a megyék jelentik. Az Országos Területfejlesztési Konceptióban nevesített tervezési-statisztikai regionális beosztás hét régiót jelölt ki, Komárom-Esztergom megye a **Közép-Dunántúli Régió**ba lett besorolva Fejér és Veszprém megyékkel együtt.<sup>1</sup>

A tervezési-statisztikai régióknak megteremtették a szervezeti/intézményi hátterét, létrehozták a Regionális Fejlesztési Tanácsokat, munkaszervezeteiket, ill. a Regionális Fejlesztési Ügynökségeket. A területfejlesztési célelőirányzatból leosztott regionális forrásokból turisztikai tervezést és infrastruktúrafejlesztést is támogatnak pályázati rendszert működtetve – a vonatkozó területfejlesztési jogszabályok keretei között. A statisztikai-tervezési régiók szintjén az érdekegyeztetési és döntéshozatali folyamat azonban jellemző módon inkább politikai, mint szakmai szempontok figyelembevételével valósul meg, az adott régióban az egyes megyék nincsenek azonos lobbihelyzetben – Komárom-Esztergom megye ebből a szempontból mintha hátrányban lenne a Fejér és Veszprém megyével szemben.



A turisztikai régiók kialakítása nem követi a tervezési-statisztikai régiós felállást. Komárom-Esztergom megye döntő része a Közép-Dunántúli Turisztikai Régióba, míg Esztergom és a Dunakanyar néhány Komárom-Esztergom megyei falva a Buda-



peszt–Közép-Dunavidéki Turisztikai Régióba kapott besorolást. E kettősség nem feltétlenül szerencsés, habár tény, hogy Esztergom és a Dunakanyar települései szinte alig kötődnek a megye többi részéhez a turizmusfejlesztés és –szervezés során.

<sup>1</sup> Miután a 8. fejezettől kifejezetten a Komárom-Esztergom megye áll a vizsgálat középpontjában, a regionális tervezés alapelemeit erre a megyére és befogadó régiójára, régióira hivatkozva vázolom fel.

A **Közép-Dunántúli Turisztikai Régió** a Dunától a Balaton-felvidékig terjed. A Magyar Turizmus Rt honlapja így jellemzi: „...Magyarország kicsiben. Ami országunkra jellemző, az itt mind megtalálható. A régió „fővárosaként” itt fekszik a régi koronázó város, Székesfehérvár, a királyok városa, a magyar államiság bölcsője, de itt található a királynék városa, Veszprém is.” A találomra kiválasztott rövid kedvcsinálóban egyedül csak az Ászár-Neszmélyi borvidéket említik meg Komárom-Esztergom megyéből. A **Budapest-Közép-Dunavidék Turisztikai Régió** magában foglalja Budapestet, Pest megyét, ezen kívül 8 települést Komárom-Esztergom megyéből, illetve 13 települést Nógrád megyéből. A turisztikai régiókhoz igazodva működnek a Regionális Idegenforgalmi Bizottságok és a Magyar Turizmus Rt. Regionális Marketing Igazgatóságai. Talán a szűkebb profilnak köszönhetően az idegenforgalmi szakmai irányultság és a szakszerűség ezen a szinten jobban érvényesül, mint a területfejlesztés teljes vertikumával foglalkozó tervezési-statisztikai térségek intézményrendszere esetében, Komárom-Esztergom megye megjelenése is markánsabb

A NUTS 4 szerinti kistérségi felosztás Komárom-Esztergom megyében 7 területfejlesztési kistérséget különböztet meg, melyből 3 térség (esztergomi, komáromi, tatai) közvetlenül határ mentén fekszik, a többi (dorogi, kisléber, oroslányi és a tatabányai) a Dunától távolabb. Ezeknek a kistérségeknek a kialakításakor idegenforgalmi szempontokra nem nagyon voltak tekintettel, kézzelfogható jelentőséggel csak a statisztikai feldolgozások során, valamint a területfejlesztési érdekérvényesítés mechanizmusában bírnak. A kistérségek idegenforgalmi kínálatát és helyzetét áttekintve jól érzékelhető, hogy ez a fajta településcsoportosítás mennyire távol áll a turizmusfejlesztés korszerű elveitől. Egyértelműen pozitív ellenpélda a tatai kistérség szerepvállalása, amely pl. régiótérképet jelentetett meg *Az Által-ér vízgyűjtő területe és a Tatai kistérség épített és természetvédelmi értékei* címmel, és mind közül a legaktívabban segíti a megye „zöldturizmus”-konceptiójának megvalósítását.

Nem véletlenül alakultak ki az önkormányzati társulások és a kistérségi civil szerveződések, amelyek önkéntesek, és rendszerint egy vagy több közös szándék motiválta szerveződésüket. Ilyen pl. a Bakonyalja Környezetvédelmi és Turisztikai Egyesület, az Esztergom Környezetkultúra Egyesület, vagy a Pilis-Gerecse térség Vendégváró Egyesülete. Ebben a körben az egyik legmeghatározóbb a Komárom-Esztergom megyei Falusi Turizmus Egyesület. Az önkormányzati társulások és a civil szerveződések közös jellemzője a pénztelenség, amely számtalan esetben a pályázati forrásokat is elérhetetlenné teszi számukra, mert nem képesek felmutatni az előírt saját erőt.

A megyén túlnyúló együttműködési megállapodásra épül az **Észak-Pannon Kultúr-turisztikai Társulás**, amely a Bábolnai Ménesudvar, a komáromi Monostori-erőd Hadkultúra Kht, a Herendi porcelángyár Rt és a Pannonhalmi Főapátság részvételével közös turisztikai termékcsomagok kialakítására és piacra vitelére irányul, hogy ezáltal több napos nivós programokkal növelhessék a vendégforgalmat és az idegenforgalmi bevételeket.

A regionalizmus sajátos megjelenési formáját képezi a **Vág-Duna-Ipoly Eurorégió**, amely Magyarország területéről Komárom-Esztergom, Veszprém, Fejér és Pest megyéket, Szlovákiából pedig Nyitra kerületét egyesíti. A Vág-Duna-Ipoly Eurorégió a magyarországi területfejlesztési és az ahhoz csatlakozó idegenforgalmi régiós felosztásból így lefedi a Közép-dunavidéki és a Közép-dunántúli régiók nagy részét. Az Eurorégió megalakításakor kijelölt főbb turisztikai célok:

- A régió vonzóbbá tétele, a gazdaság és az idegenforgalom összehangolt fejlesztése a határon átnyúló kapcsolatok erősítése révén. A területfejlesztés és a területrendezés összehangolása. Közös projektekre, programokra ajánlások kidolgozása, koordinálása, közös projektek, programok kidolgozásának, lebonyolítása, támogatása.

- A közös kulturális örökség ápolása, oktatási, tudományos és innovációs bázisok közötti kapcsolatok fejlesztése.
- EU közösségi finanszírozási programban való eredményes részvétel.
- Az információcsere feltételeinek kiépítése, az információ áramlás biztosítása.

*Az Eurorégió tagjai tevékenységüket a települési és területi önkormányzatok, megyei, térségi, regionális területfejlesztési tanácsok, köztestületek, tudományos intézmények, vállalkozói, befektetői réteget tömörítő képviselői szervek, civil szerveződések, az érdekelt minisztériumok és államigazgatási szervek bevonásával, együttműködésével végzik. A határon átnyúló, több régiót egyesítő Eurorégiós szemléletnek az alapját az egyes régiók stratégiájának összehangolása és azok harmonikus megvalósítása jelenti. A Vág-Duna-Ipoly Eurorégiós Fejlesztési Kht (Tatabánya) lenne hivatott a felsorolt koordinációs feladatok szervezésére, az akcióprogramok és operatív projektek megvalósítására, de ehhez sem elegendő létszáma, sem anyagi eszköze nincs.*

\*\*\*

A konkrét földrajzi-tervezési lehatárolás mellett ismerni kell a döntésre jogosult és a közreműködő partnerek körét is, valamint nem árt röviden áttekinteni a tervtípusokat és a tervezési folyamatokat.

A politikai testületek és szervezetek főleg a turisztikai tervek célkijelölésében és megvalósításában vesznek részt. A turisztikai tervezés ebben az értelemben **területrendezést** (helyi és regionális tervezést), valamint a turisztikai **infrastruktúra tervezését** jelenti. Egy nagyrészt érintetlen környezetnél a föld racionális hasznosításának jelentősége, valamint az idegenforgalom számára szükséges létesítményeknek a piacnak illetve a keresletnek megfelelő kiépítése kiemelten igényli az állami szerepvállalást, a hatósági támogatást, főleg ha ellentétes érdekek és hasznosítási konfliktusok is vannak.

A helyi, ill. regionális **turisztikai arculatot** abból a jövőbeni fejlődéssel foglalkozó, az erősségek/gyenge pontok profilját és célelképzeléseket tartalmazó helyzetelemzésből célszerű levezetni, amelyből az intézkedési javaslatok származnak. Az arculatterv a hasznosítási illetve terület-felhasználási tervek - főként építési, mezőgazdasági és védőövezetek kialakítása - s konkretizálását szolgálja. A turisztikailag fontos területeket a túlzott beépítéstől vagy a más célra történő felhasználástól védeni kell és az optimális kiépítéshez szükséges területeket szabadon kell hagyni.

Az ország területének tervszerű felhasználása, a településhálózat ésszerű rendszerének kialakítása, továbbá a főbb építmények térbeli és megvalósításuk időbeni összehangolásának biztosítása céljából az ország meghatározott területrészeire regionális terveket kell készíteni. A regionális terveket az országos tervek, a rendezési programok, a településrendezési tervek elkészítése, az építmények elhelyezése és műszaki megoldása, ill. az építési engedélyek megadása során figyelembe kell venni.

Az 1997. évi LXXVIII. törvény szabályozza az épített környezet (építészeti örökség) alakítását és védelmét. Ennek alapján készülnek az ún. településrendezési tervek. A település-szerkezeti terv<sup>1</sup>, a helyi építési szabályzat és a szabályozási terv<sup>2</sup> elkészítése előtt meg kell állapítani a város, illetőleg a község településfejlesztési koncepcióját – ezek alkotják együttesen a településrendezés eszközeit. A helyi építési szabályzatban megállapított építési övezetek, illetőleg az övezetek területi lehatárolását a szabályzat mellékletét képező ún. *Övezeti terv* tartalmazza.

<sup>1</sup> Régebben általános rendezési terv (ÁRT)

<sup>2</sup> Korábban alapterv és részletes rendezési terv (RRT)

A településfejlesztési alapküldetűmentumokat a telepűlűs fejlesztűse, a kapcsolűdű tervek őr szabályozások elkűsűtűse, továbbá az őrítűsűgyi hatűsűgi engedűlyek megadűsa során figyelembe kell venni. A telepűlűsrendezűs eszkűzeinek meghatározűsa őr elfogadűsa az őrnkorműnyzati kűpviselűtestűlet hatűskűre. Vűgleges megállapítűsuk elűtt egyeztetik terveket őr a szabűlyzatokat az őrdekelűt őrllamigazgatűsi őr őrdekkűpviselűti szervekkel, ill. a lakossággal. A lakosság az egyeztetűs során vűleműnyt nyilvűnűthűt, őr javaslatokat tehet.

Az emlűtűt jogszabűly kiemelten foglalkozik az őrűtűt kűrnyezet fenntartűsának, hasznűlatűnak őr őrűtűkei vűdelműnek szabűlyozűsűval, amely a turizmus szempontjából is kiemelkűdű fontossűgű. Az őrűtűsűzati őrűksűghez tartozű műemlűkeket, műemlűki kűrnyezeteket, valamint a műemlűki jelentűsűgű terűleteket őr tűrtűneti tűjakat hűrom: nemzetkűzi (egye-temes), orszűgos (nemzeti) őr helyi őrűtűsűzati őrűksűg alapsocortok valamelyikűbe sorolja. A turizmusfejlesztűs őr tervezűs során alapvetű ezek fenntartűsa őr megűvűsa őrűy, hogy hasznűlatuk őr bemutatűsuk biztosított legyen – rűszben ennek őrdekeben a 4/2003. (II.20.) NKűM rendűlet egyes esetekben őrűksűgvűdelmi hatűstanulműny kűsűtűsűt írűja elű.

A fűntiekhez illeszkűdik a terűletfejlesztűsrűl őr a terűletrendezűsrűl szűlű 1996. őrű XXI. tűrvűny, amely őrű helyzetet teremtűt Magyarorsűgon. Az emlűtűt jogszabűly tűl azon, hogy pontosan definiűljű a terűletfejlesztűs őr terűletrendezűs alapfogalmain, cűljait, illetve feladatait, valamennyi őrűntűt szereplűnűl meghatározűsa a felelűssűgeket, hatűskűrűket őr az eszkűzűket. A szereplűk:

- Orszűgyűlűs, a Korműny őr annak tagjai, az egyes miniszterek,
- Orszűgos Terűletfejlesztűsi Tanács,
- terűletfejlesztűsi őrnkorműnyzati tűrsulűs,
- megyei őrnkorműnyzat őr a megyei terűletfejlesztűsi tanács,
- regionűlis terűletfejlesztűsi tanács.

Az őrű felűllűsban a terűletfejlesztűsi tanácsok kulcsszerepet tűltenek be. Az orszűgos terűletfejlesztűsi tanács tűbbek kűzűtt rűszűt vesz a terűletfejlesztűsi politika kialakítűsűban őr őrűvűnyesítűsűben, kűzreműkűdik az orszűgos őr a tűrsűgi fejlesztűsi programok, a kűzponti, őrazati őr a tűrsűgi elkűpzelűsek őrsszehangolűsűban, kűzreműkűdik az orszűgos jelentűsűgű, valamint az orszűghatűrokon őrűnyűlű infrastrukűra tervezűs (lűtesűtműnyek, hűlűzatok elhelyezűse) őrsszehangolűsűban.

A megyei terűletfejlesztűsi tanácsok a megye terűletűn hangolűjk őrssze a korműnyzat, a helyi őrnkorműnyzatok, azok terűletfejlesztűsi tűrsulűsai őr a gazdasűgi szervezetek fejlesztűsi elkűpzelűseit. A megyehatűrokon tűlterjedű egyes terűletfejlesztűsi feladatok ellűtűsűra a megyei terűletfejlesztűsi tanácsok regionűlis fejlesztűsi tanácsot hozhatnak lűtre.

Bizonyos, akár feleslegesnek is lűtsűlű pűrhuzamossűgok jelentkezhűtnek a regionűlis fejlesztűsi tanácsok őr a regionűlis idegenforgalmi bizottsűgok (RIB-ek) kűzűtt. Voltak is műr kűsűrletek arra, hogy a RIB-eket beolvassűk a regionűlis terűletfejlesztűsi tanácsokba. A turisztikai telepűlűsek őr vűllalkozűsok őrdeke egyűrtűlműűn az, hogy megmaradjon a RIB-ek őrűllűsűga, őr a turizmustervezűsnűl, a rűgiűs marketingnűl őr a helyi pűlyűzati rendszerknűl hatűkonyan felűgyelhűssűk őr őrűnyűthűssűk a tűrsűgi folyamatokat.

A **turisztikai infrastrukűra-tervezűs** szorosan őrsszefűgg a turisztikai terűletrendezűssel, mivel a turisztikai arcultű jűvűterve a tervbe vűtű turisztikai lűtesűtműnyeket is felsorolja az adott telepűlűsen vagy tűjegysűgben. **A turisztikai infrastrukűra tervezűsűnek kiűndűlű-pontja a turisztikai arcultű illetve koncepcűlű**, amennyiben tartalmazűsa az idegenforgalmi illetve gyűgyhelyi lűtesűtműnyek kiűpűtűsűnek őrűnyelűveit. A kiűndűlűsnűl nagyműrtűkben a kűzigazgatűs testűleteire, valamint az őrű. civil szervezetekre szűksűges tűmaszkűdni.

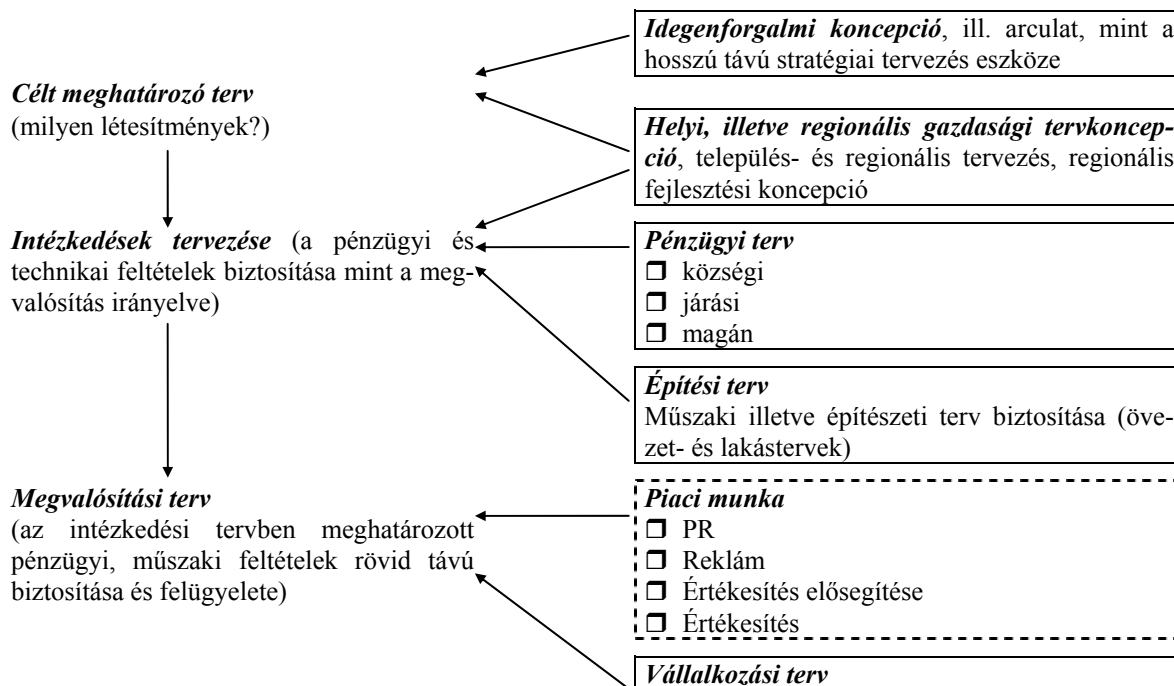
Újabb kutatások mutattak rá a **vendég-célcsoportok** és az általuk előnyben részesített turisztikai létesítmények összefüggéseire. A már említett „idegenforgalmi közösség” arculat így a következő összefüggéseket tartalmazza:

<b>Túrázó típus</b>	<b>Sétáló</b>	<b>Strandoló típus</b>	
parkolók kijelölt túra utak padok/ülőalkalmatosságok vendéglők menedékházak	parkolók körséta-utak padok/ülőalkalmatosságok vendéglők/kávéházak	parkolók napozó pázsit szabadtéri fürdők kioszkok labdázó és játszóterek	
<b>Sportoló</b>		<b>Családi üdülés</b>	
parkolók szabadtéri/fedett fürdők evezés, vitorlázás tenisz, asztali tenisz siliftek korcsolyapályák fakutyázás	lovaglasi lehetőségek szánkópályák horgászás, kerékpározás torna, gokart lövés mérleghinták vitorlázás	parkolók padok/ülőalkalmatosságok játszó és napozó pázsit gyermek játszóterek grillhelyek	erdei tanösvények erdei (látogatható) vadasparkok madárvédő és oktató fávágások természeti és régészeti emlékek meseerdők

Forrás: MÜLLER H.R. at al. (1991): Tourismus 2010. Delphi-Umfrage 1991 zur Zukunft des Schweizer Tourismus, Bern és St. Gallen

12. ábra - Összefüggés a vendég célcsoportok és a turisztikai létesítmények között

A turisztikai infra- és szuprastruktúrát biztosító beruházás-tervezést hosszú ideig elhanyagolták, a megfelelő létesítmények kiépítését akadályozták, fékeztek vagy az infra- és szuprastruktúra finanszírozója keveredett felelőtlen pénzügyi kalandokba<sup>1</sup>. Ezért nagyon jelentős a **turisztikai infrastruktúra tervezése**, amelynek sematikus váza a következő:



Forrás: MÜLLER H.R. at al. (1991): Tourismus 2010. Delphi-Umfrage 1991 zur Zukunft des Schweizer Tourismus, Bern és St. Gallen

13. ábra - A turisztikai infrastruktúra tervezésének sematikus ábrázolása

<sup>1</sup> KASPAR C. (1971): Probleme und Methoden der Investitionsplanung für Kurorteinrichtungen, Zeitschrift für Fremdenverkehr Nr. 1973/1. és Theus R., Planung und Finanzierung der Infrastruktur im Fremdenverkehrsorten., St. Gallen Diss., Chur



#### 4.2.7 Horizontális és vertikális kapcsolódások

Végül a sajátos piaci helyzet - a merev kínálattal szemben álló viszonylag rugalmas kereslet - a modern idegenforgalom fellendülése óta különösen erős integráló hatást gyakorolt a turisztikai szervezetekre. Ez a turisztikai szervezetek különböző szintű megjelenési formáinak határozott fölé- illetve alárendelésében és mellérendelésében mutatkozik meg.

Az érdekek tekintetében hasonló szervezetek, létesítmények egymás között **horizontális kapcsolódás** tapasztalható a munkaadók és a munkavállalók szakmai szövetségeiben a szállás és ellátás, az utazásközvetítés, a gyógyító és nevelési ágazat, valamint a közlekedés területén. A nemzeti egyesületek többnyire kapcsolódnak a megfelelő nemzetközi egyesületekhez is. Az utóbbi években tisztán üzleti alapon az egyes létesítmények horizontális kapcsolódásaként főleg a szállodaláncok fejlődtek. Másrészt megállapítható, hogy a szállodaláncok a nagy hagyományokkal rendelkező tömörülési formákhoz tartoznak (Ritz-hotel). Ugyanakkor említésre méltó az amerikai szállodaláncok betörése az európai piacra.

Az utóbbi időben a szálloda- és vendéglátóiparban a kooperáció formájaként erősen elterjedt a **franchising rendszer**. A franchise-vásárló kötelező jelleggel átveszi a franchise-tulajdonos szálloda- és vendéglátóipari társaságnak a szolgáltatás és felszereltség színvonalára, az üzemvezetés bizonyos alapfeltételeire és a franchise-adó felügyeleti szervek ellenőrzési tevékenységére vonatkozó feltételeit. A franchise-vevőnek a szerződésből fakadó joga elsősorban a közös márka- és cégjel használata (pl. Holiday Inn). Ezen túlmenően az őt kötelező társaság különböző vonatkozásokban tanácsokkal látja el és folyamatosan gondozza (reklám, személyzet képzése és továbbképzése, értékesítés elősegítése, a szolgáltatási kínálat bővítése, tapasztalatcsere stb.). A pénzügyi ellenszolgáltatás az egyszeri franchise-díj és a változó, folyamatos fizetések, amelyek rendszerint a szállodai és éttermi forgalom meghatározott százalékát jelenthetik.

A **vertikális kapcsolódások**, azaz a termelési-értékesítési folyamat szempontjából alá- és fölérendelt vállalkozások ill. szervezetek kapcsolódásainak ellenőrzése rendkívül hatékony eszköz a piac uralásának szempontjából. Ezekhez a vertikális szervezetekhez soroljuk elsődlegesen az állami turisztikai irányító szervezet különböző formáiból álló, az ország gazdasági rendjétől függően különböző integráltságú, utazást és tartózkodást kínáló országos, regionális és helyi turisztikai intézményeket és létesítményeket.

De az utazási és szállodai ágazat kapcsolódásai (mint például a szállodaláncokkal rendelkező légitársaságok vagy pl. az éttermi hálózattal rendelkező élelmiszergyártó cégek) is egyre inkább képesek a turisztikai piac befolyásolására.

A nemzetközi idegenforgalom viharos fejlődése lényegesen elősegítette a koncentrálódást, mert egyfelől az volt a cél, hogy rövid időn belül megfelelő kínálat álljon rendelkezésre, másfelől a feljövő, részben erős konkurencia a haszonkulcsok csökkentését hozta magával a nemzetközi idegenforgalomban. Ez a racionalizálási lehetőségek kiaknázására kényszerített. Az összekapcsolódások sikere számos vállalkozói és üzemi feltétel, mint piacutatás, képzés és továbbképzés, marketing (termékkialakítás, árképzés, piaci munka), számvitel és ellenőrzés, a személyzet rotációja, különböző üzemi funkciók, mint árubeszerzés, konyha stb. racionalizálása, finanszírozás, központi foglalási rendszer és megfelelő image és corporate identity megteremtése optimális hasznosításán alapszik. A piac uralásának negatív hatásai sokkal inkább a vállalkozások vertikális, mint horizontális kapcsolódásaiból fakadnak.

### 4.3 A turizmus tárgyának keretfeltételei

Ha a turisztikai szervezeteket a turizmus fejlődéséhez szükséges szervező és koordináló szervezeteknek neveztük, e meghatározás már nyilvánvalóvá teszi tevékenységük bizonyos határait. Ezek a határok egyben minden turisztikai fejlődés legfontosabb keretfeltételeit képezik. Mindenekelőtt a turisztikai önrombolás veszélyét magukban rejtő **természeti keretfeltételekre**, valamint a turisztikai **infrastruktúra tervezésénél** már megismert **pénzügyi keretfeltételekre** utalok.

#### 4.3.1 Természeti keretfeltételek

A táj megőrzésének, a tájvédelemnek a problémája csak az utóbbi időben, elsősorban a hétvégi pihenőforgalom formájában erősen megnövekedett idegenforgalom keretében vált sürgetővé. A turizmus a lehető leginkább érdekelt a táj megőrzésében, miközben ezt a területet ő maga különösen veszélyezteti. Ezt az ellentmondást Krippendorf „*Die Landschaftsfresser*” (A tájpusztítók) című könyvében nagyon hatásosan mutatja be, de utalnom kell H. Boers és M. Bosch „*A Föld mint üdülőhely - Bevezetés a turizmus és a környezet kapcsolatrendszerébe*” 1994-ben a KVIF kiadásában magyarul is megjelentetett könyvére. Az ily módon meghatározott feladat az idegenforgalom szemszögéből ítélve kettős:

- a pihenőterületek kiemelt védelme valamint
- a turisztikai hasznosítás korlátozása.

Míg az első feladat területrendezési intézkedésekkel teljesíthető, a második feladat bonyolult speciális terhelhetőségi vizsgálatokat igényel. A turisztikai hasznosítás korlátozása sokszor népszerűtlen, és keresztülvitele sokszor csődöt mond. Büchi<sup>1</sup> az idegenforgalom úgynevezett önrombolását az extenzív pihenési formák térbeli konfliktusára vezeti vissza, amelyek a tájjal szemben ellentétes követelményeket támasztanak. Büchi tézisei az ökológiai egyensúly turizmus érdekeit szolgáló fenntartásának és a területi idegenforgalom tervezésének szükségességével kapcsolatban a következők:

- Az intenzitás növekedésével csökken a kulturális és természeti tájképi integritás és a táj esztétikai kiegyenlítetttségének jelentősége.
- Az intenzitás csökkenésével növekszik a helyszükséglet.
- Az intenzitás növekedése kiváltja a tájba történő beavatkozás szükségességét.
- Az extenzív üdülés számára a gazdaságilag gyenge, elmaradott területek különösen érdekesek és alkalmasak.
- Az üdülési tevékenységek növekvő intenzitásával növekszik az abból elérhető gazdasági haszon lehetősége.
- A tájban történő üdülés minden fajtájánál jelentős szerepet játszanak az extenzív üdülési formák értékelképzelései.
- Sok pihenést keresőre az intenzív üdülési formát hirdetésekkel szuggerálják, vagy presztízs képzetekkel kényszerítik rá.

Ebből következik, hogy a terület funkcionális felosztásánál a különböző üdülési formáknak intenzitásukkal ellentétes sorrendben kell prioritást adni. Ez azt jelenti, hogy

- intenzív pihenési formákhoz csak ott kell létesítményeket építeni, ahol az extenzív pihenési fajtákat nem zavarják;

<sup>1</sup> BÜCHI W. (1974): Grundsätze zur Konfliktvermeidung, Beilage zur Arbeitstagung „Raumplanung und Fremdenverkehr”, Chur, 1974. szeptember 20.

- a turisztikai lakás-, szolgáltatás- és kommunikációs létesítmények tájképileg érzéketlen területekhez tartoznak, ezért lehetőleg az extenzív pihenési területek határán kell lenniük, hogy tőlük minden pihenési forma egyaránt könnyen elérhető legyen;
- a hasznosítási intenzitásban kisebb különbséget mutató területek betelepítése ugyan kívánatos, alaposan át kell azonban gondolni, hogy ne keletkezzen konfliktus.

A térbeli üdüléstervezésnél a különböző üdülési potenciállal rendelkező szomszédos területeket olyan szervezeti egységbe célszerű összefogni, amelyben biztosított a teljes pénzügyi kiegyenlítés. Az urbanizációs és ipari centrumok lakóinak igénye egy lehetőleg érintetlen, *emissziómentes* tájon lévő üdülőterület iránt ellentétben áll a célterületek lakóinak azzal a törekvésével, hogy a kiegyenlítési hozzájárulással gazdasági egzisztenciát teremtsenek.

Már 1970-ben, a Strasbourg-ban megtartott Európai Természetvédelmi Konferencián elhangzottak az alábbi kompromisszumos javaslatok, amelyek máig érvényesek:

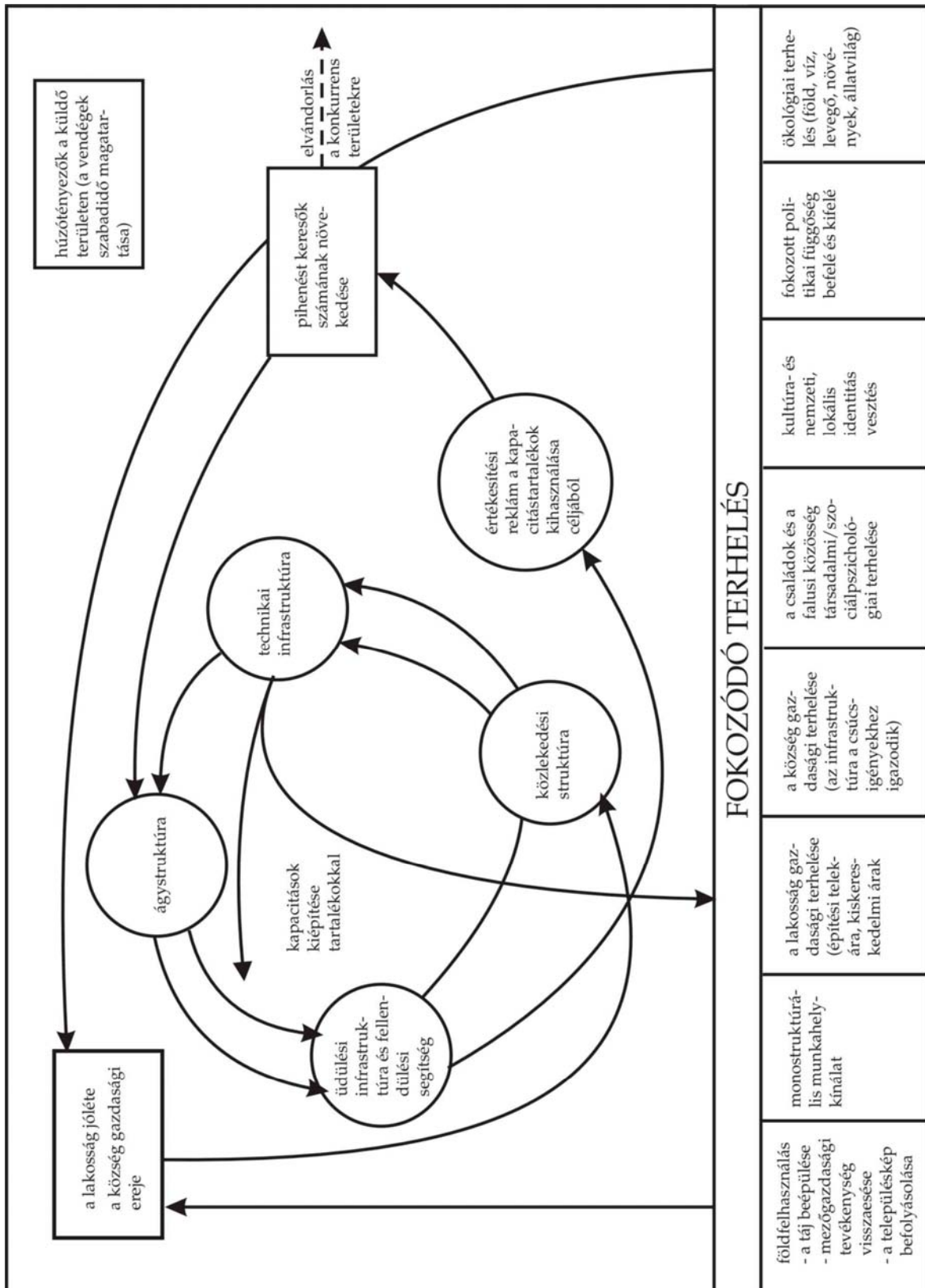
- Ha egy turisztikai célú építkezés a természetet hátrányosan befolyásolja, azt csak akkor szabad támogatni, ha általa a régóta ott lakók gazdasági helyzete javítható.
- Az elhagyott, lakatlan hegyi vagy síkvidéki területeken nincs turisztikai fejlődés. Az ilyen területeket inkább tisztán természeti tájként kell fenntartani és védeni.
- Az olyan tájegységeken, amelyeket már feláldoztak turisztikai építésekre, gyorsan alkalmazott, gondos regionális és helyi tervezéssel a további fejlesztést irányítani kell, hogy a szükséges beavatkozást a tájba minimálisra lehessen csökkenteni.
- Az új turisztikai projekteknél - amelyek csak akkor ésszerűek, ha a helyi lakosság-nak munkát és keresetet adnak - gondos tervezéssel kezdettől fogva megfelelő figyelmet kell fordítani a természet- és lakóhely-védelemre.

A turizmusnak a tájra gyakorolt ökológiai és gazdasági rombolásának veszélyeivel az utóbbi években egyre többet foglalkoznak. A növekvő kereslet az üdülőterületek iránt eddig főleg a tájegységek turisztikai alkalmasságáról és kapacitásáról szóló tanulmányokat igényelte. A tanulmányok szükségességét Baretje 1982-ben így látta:

A szabad terület fogyasztói		
<b>a lakó</b>	1980-ban a városokon kívül 100-300 m <sup>2</sup> szabad (zöld) területet igényeltek közeli pihenésre;	
<b>a turista</b> (üdülő)	a turistának is szabad területre van szüksége, személyenként mintegy 750 m <sup>2</sup> -re;	
<b>a turisztikai szállás- létesítmények</b> helyigé- nye (közlekedési és hasonló területekkel együtt)	1 szállodai ágy	30 m <sup>2</sup>
	1 ágy/hálóhely kempingben	50 m <sup>2</sup>
	1 ágy második lakásban	200 m <sup>2</sup>
	1 ágy üdülőfaluban	100 m <sup>2</sup>
	1 ágy falusi szálláson	50 m <sup>2</sup>
Azonos kihasználtság mellett 4-5 további turistára 1 további ágy kell.		

A vizsgált országokban üdülés és hétfégi pihenés céljára 1980-ig 13500-19000 km<sup>2</sup> volt a többlet területigény. Ez utóbbi szám az összes mezőgazdasági hasznos terület mintegy 2 %-ának felelt meg! Ennek nagyobb részére beépítetlen szabad területként van szükség, „csak” alig több mint 5 %-ának kell a további kereken 12 millió ágynak áldozatul esnie, amely még mindig 650-1000 km<sup>2</sup>-t tesz ki. Hopfenbeck/Zimmer<sup>1</sup> és Seiler kiszámították a harmonikus turisztikai fejlődés mutatóit (14. ábra).

<sup>1</sup> HOPFENBECK at al. (1989): Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, 24. kötet, Bern 1989.



Forrás: Berner Studien zu Freizeit und tourismus, 24. kötet, Bern 1989.

14. ábra - Kvantitatív növekedési spirál<sup>1</sup>

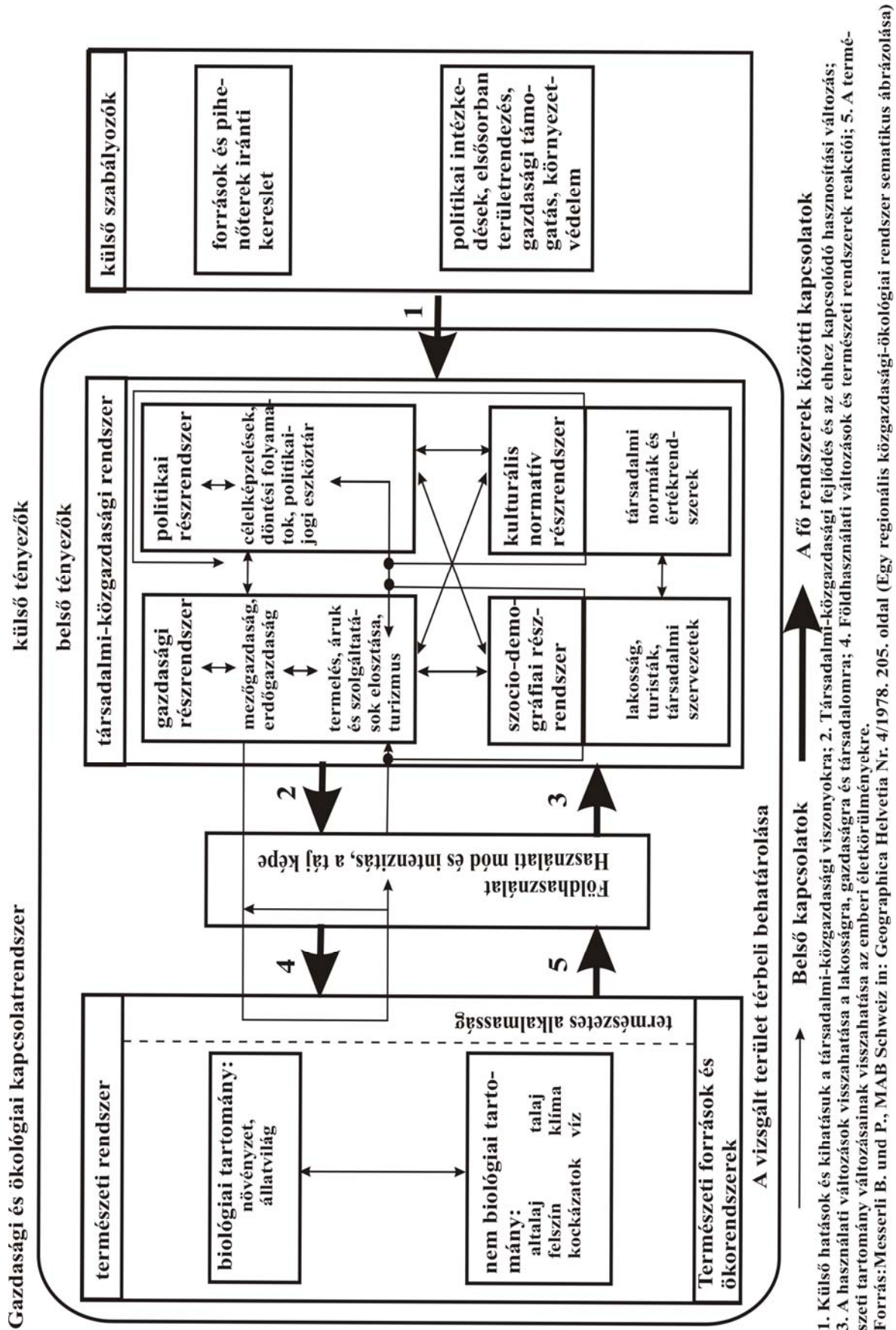
<sup>1</sup> HOPFENBECK W. & ZIMMER P. (1993): Umweltorientiertes Tourismusmanagement, Landsberg

**Egy tájegység vagy település turisztikai kapacitása** viszonylagos fogalom, mivel az üdülési és hétfégi idegenforgalom kapacitásnormái a térbeli attraktivitás, a vonzáskörzet eltérő nagysága következtében erősen differenciálódnak. Míg a közeli pihenést keresőt inkább a nagy látogatottság vonzza, az üdülővendég számára ugyanez a látogatottsági szint inkább taszító.

A turisztikai tájegység felvevő-kapacitása az elvárt vagy kívánt élmény jellegétől függ (közeli pihenés, üdülés, a tevékenység jellege mint síelés, túrázás stb.). A turisztikai kapacitásnak a turisztikai fejlődés értelmében vett korlátozott jellege akkor válik érthetővé, ha felsoroljuk a turisztikai vidék befogadóképességének meghatározó tényezőit. Ezek:

- A behatárolt, véges „fizikai kapacitás”, amely pihenésre, illetve turisztikai célú beépítésre rendelkezésre áll, azaz a földterület nagysága, a vízhez kapcsolódó üdülési formáknál a vízfelület nagysága, vagy mindkettőnél az ivóvízbázis ellátó kapacitása. Ez képezi elméletileg az úgynevezett maximális kapacitást.
- A felvevőképesség, amelyet a pihenési célú hasznosítást korlátozó más tényezők (beépítés, ipari vagy mezőgazdasági hasznosítás) határoznak meg.
- Az ökológiai kapacitás, amelynek az ökológiai károk (a táj károsodása, levegő- és vízszennyezés stb.) szabnak határt.
- A szociálpszichológiai kapacitás, amelyet az ott lakók, valamint a pihenést keresők magatartása (toleranciája, tűrőképessége), érdeke és készsége határoz meg (a túlszűfolt üdülőhelyek negatív hatása).
- A környezet- és hatáskapacitás, amelyet a környezet kihasználása, valamint az adott közlekedési, infra- és szuprastrukturális kapacitások határoznak meg.

A felsorolt kapacitások üdülési fajták szerint változhatnak. A nyári *fizikai kapacitás* általában lényegesen nagyobb, mint a *téli fizikai kapacitás*, mivel a síterületeknek magassági fekvés, előkészítés, lejtés és esésvonal tekintetében bizonyos követelményeket ki kell elégíteni. A síterületek kapacitászámításának pl. a turisztikai közlekedési eszközök méretezésénél van döntő jelentősége (15. ábra). Fürdőhelyeken egyaránt számolnak a vízfelület nagyságán kívül a kapcsolódó zöldfelülettel is, vagy üdülőövezetekben a terület engedélyezett beépíthetőségi százalékával, általában véve a helyileg érvényes építésügyi előírásokkal.



Forrás: Bener Studien zu Freizeit und tourismus (Berni tanulmányok a szabadidőről és a turizmusról), 24. kötet, Bern 1989.

15. ábra - A gazdasági és ökológiai kapcsolatrendszer

A fizikai kapacitástól eltekintve az idegenforgalmi szervezetek a többi kapacitást jelentősen befolyásolni tudják. A politikai hatóságok a turisztikai kapacitást

- területtervezési intézkedésekkel (a felvevő-kapacitást),
- rendőri intézkedésekkel (ökológiai kapacitást) és
- pénzügyi intézkedésekkel (környezet- és hatáskapacitást)

megfelelőképpen változtatni tudják. Másfelől a helyi és regionális idegenforgalmi egyesülések a szociálpszichológiai kapacitást (a lakosság tűrőképességét) tudják befolyásolni, ha az idegenforgalmi tudat elősegítésére vagy a keresleti csúcs leépítésében segítő reklám- és értékesítési tevékenységre gondolunk.

Joggal fordítanak nagy figyelmet az őslakosok és a vendégek kapcsolatára. A területi infrastrukturális tervezést gyakran az ott lakók közreműködése nélkül végzik. A létesítményeket kívülállók finanszírozzák, ily módon az ott lakók beleszólása kizárt. A kívülállónak ez a sokszor kíméletlen eljárása és a turisták gyakran értetlen viselkedése feszültségekhez vezetett (Krippendorf szerint a világlátottak lázadása), amelyek a lakosság idegenforgalmi tudatára károsak és akadályozzák a harmonikus egymást mellett élést.

### 4.3.2 Szelíd és kemény turizmus

A turisztikai fejlődés ökológiai és társadalmi problematikája olyan szellemi magatartásra ösztönzött, amelyet a „szelíd turizmus” fogalmával jelölnek. Krippendorf *A tájpusztító, az üdülésnek élők* című és Jungks műveiből kiindulva a szelíd és kemény turizmus közötti el-  
lentét az alábbiak szerint fogalmazható meg:

<i>kemény turizmus</i>	<i>szelíd vagy lágy turizmus</i>
tömegturizmus	egyéni, családi utazás, barátokkal történő utazás
kevés idő	sok idő
gyors közlekedési eszközök	célszerű (esetleg lassú) közlekedési eszközök
fix program	spontán döntések
külső irányítás	belső irányítás
importált életstílus	a vidéken szokásos életstílus
„látnivalók”	élmények
kényelmes és passzív	fárasztó és aktív
kevés vagy egyáltalán semmi szellemi előkészítés	előzetes foglalkozás a meglátogatandó országgal
idegennyelv tudás nélkül	nyelvtanulás
főlény érzése	tanulás öröme
bevásárlás („shopping”)	ajándékokat hozni
szuvenírek	emlékek, feljegyzések, új ismeretek
fényképezgetés és képeslapok	fotózás, rajzolás, festés
kíváncsiság	tapintat
hangos	csendes

Forrás: Saját szerkesztés

A Nemzetközi Bizottság az Alpok védelmére (CIPRA) a következőket állapítja meg 1984-ben: „*A CIPRA szelíd turizmus alatt olyan vendégforgalmat ért, amelyik megteremti az ott lakók és a vendégek egymás iránti megértését, a meglátogatott terület kulturális jellegét nem befolyásolja, a tájjal szemben maximálisan erőszakmentes. A szelíd turizmus szellemében pihenést keresők elsősorban a meglévő létesítményeket használják a lakossággal együtt és lemondanak a kiegészítő, a tájat lényegesen terhelő turisztikai létesítményekről.*” A CIPRA a szelíd turizmusban látja annak esélyét, hogy az Alpok térségének az élet számára fontos környezetét a lakosság és a vendégek részére a jövőre megőrizték:

- A környezetre vonatkozó tervezéseknél a „helyi lakosságról, a lakossággal és a lakosság részére” alapelv szerint kell eljárni.
- A célterületen a turisztikai kínálatnak túlnyomórészt a térségben meglévő forrásokra kell támaszkodnia [az endogén (belső eredetű) fejlődési lehetőségek hasznosítása].
- A helyi és a településen kívüli közlekedési infrastruktúrát a turizmus céljára nem szabad továbbépíteni.
- A lakatlan, feltáratlan tájakat a feltárástól óvni kell (pl. pihenőterületek övezetekre osztása).
- Az ott lakók és a vendégek folyamatos tájékoztatása és ösztönzése a „környezettel és a társadalommal összeegyeztethető” üdülési utak előnyeiről.
- A városi térségekben a napi és hétfégi pihenés létesítményeinek kiépítése, hogy ezáltal csökkenjen a nagy megterhelést jelentő egynapos kirándulóforgalom.
- A környezeti nevelés erősítése, főleg az üdülési forgalom és a mobilitási magatartás kérdéseivel kapcsolatban.
- A támogatási eszközök átcsoportosítása a szelíd turizmus pihenési formái javára.
- Üdülési tervek készítése csak kis területre vonatkozó tájkonceptiók keretében; lemondás a nagy technikai projektekről, a megvalósítás felügyelete („kis lépések politikája” fejlesztési út).

Az ökológiai és a társadalmi konfliktusok jobb megoldásának reményében alakította ki Haimayer az „*intelligens turizmus*” forgalmát:

- Az intelligens turizmus nem a turizmus új formája, hanem új gondolkodásmód.
- A turisztikai jövő alakításának egységes szemléletmódja.
- Az embert mint a turisztikai problémák okozóját és érintettjét állítja a középpontba, és benne látja egyidejűleg a megoldás kulcsát is.
- A turizmus három tartópillére a környezet, a gazdaság és a társadalom - az intelligens turizmusban egyenrangúként kezelik mind a hármat.
- A hálós gondolkodásmódot (a turisztikai települések közötti összefüggések felismerését) közelebb kell hozni a lakossághoz, hogy a helybéliek
- demokratikusan és saját maguktól keressék a megoldásokat, irányítsák a fejlődést.
- A tervező team a lakosság képviselőivel munkacsoportokat hoz létre; ott alakítják ki másfél év leforgása alatt (mintegy 8-10 egész napos ülés után) a településnek, a tájegységnek azt az arculatát, amely a lakosságtól indul ki és nem fentről diktálták, ezért joggal remélhető, hogy nem egy fiókban köt ki.
- Az egyetemek tudósai, a hallgatók és a team munkatársai mértéktartó modellekkel segítik őket a döntésben - fejlesztési segítség a sokszor hiábavaló vitákhoz.



### 4.3.3 Kulturális örökségünk védelme, bemutatása

A szelíd vagy lágy turizmushoz kapcsolódva egyre több nemzetközi és nemzeti szintű állásfoglalás lép fel a kulturális örökség védelmében, mintegy válaszként a globalizáció és az ellenőrizetlen tömegturizmus veszélyeire. Az UNESCO, az Idegenforgalmi Világszervezet, az ICOMOS egyaránt rendszeresen foglalkozik ezzel a témával. Állásfoglalásaikkal komoly szerepet vállalnak az emberiség kulturális örökségének megóvásában és ápolásában. Az ICOMOS nevéhez kapcsolódik a Kulturális Turizmus Karta (Brüsszel, 1976), ezt váltotta fel a Kulturális Turizmus Nemzetközi Kartája (Mexikó, 1999). Ebben kihangsúlyozzák a turizmus és a kulturális örökség között működő dinamikus kölcsönhatásokat, miközben kiállnak a kulturális örökség védelme mellett, és jól menedzselte fogadóközpontokra támaszkodva szorgalmazzák, hogy a látogatók megismerhessék más népek és népcsoportok szokásait, hagyományait, hajdanvolt és mai életét. Az örökségvédelemnek és a turizmusnak egyszerre kell szolgálnia a jelen és a jövő generációinak érdekeit. A Karta nyomatékosítja a fogadóterületek településein működő önkormányzatok, civil szervezetek és vállalkozások együttes kötelezettségét az örökségturisztikai helyszínek ápolásában, hasznosításában és bemutatásában, egyaránt szolgálva a látogatóközönség épülését és a helyi érdekeket.

A Turizmus Etikai Kartája (1966) szintén az ICOMOS nevéhez kapcsolódik, ezt követte a Turizmus Globális Etikai Kódexe, amelyet 1997-ben az Idegenforgalmi Világszervezet fogadott el, és amit két évvel később már az ENSZ Tartós Fejlődés Bizottsága is felkarolt. Újabb két év után hivatalos ENSZ-határozat szentesítette a kódex alapelveit, célkitűzéseit.<sup>1</sup>

Az UNESCO 2003-ban Párizsban fogadta el az immateriális kulturális örökség megóvására irányuló Konvencióját – ez tette teljessé az örökségvédelem által érintett területeket.

A hazai jogrendszerbe mindez a kulturális örökség védelméről szóló 2001. évi LXIV. törvény révén épül be szervesen.

### 4.4 Társadalmi-gazdasági előnyök és hátrányok

Tietz a turizmus társadalmi és gazdasági előnyeit és hátrányait így foglalja össze:

<i>Előnyök</i>	<i>Hátrányok</i>
1. Kulturális értékek megőrzése az építmények restaurálásával	1. A táj beépítése turisztikai építményekkel, elsősorban szállodákkal
2. Gazdasági erősödés árutermeléssel és a turistáknak nyújtott szolgáltatásokkal	2. A művészet és kézművesség turisták ízléséhez történő igazodásának veszélye és ezáltal az identitás elvesztése
3. A lakosság ált. ellátási szintjének javulása	3. Lemondás a tájegység forrásainak alternatív hasznosításáról
4. A tájegységen belül a gazdasági tevékenységek sokféleségének bővülése	4. Tájrombolás a terhelés tervezésének hiánya miatt
5. A mezőgazdasági vidékeken a részfoglalkoztatás lehetővé tétele, megfelelő munkaerő-kínálat mellett	5. Infrastrukturális építmények visszafordíthatatlansága
6. A regionális és kommunális felszereltség javulása a turisztikai infrastruktúra révén	6. Nagy ökológiai terhelés a turisztikai tevékenységek következtében
7. A speciális turisztikai infrastruktúra használata a lakosság által	7. A turisztikai infrastruktúra nem használható, mert hiányoznak az eszközök vagy a turisták el vannak különítve
8. A tájegység ismertetése többek között más szociológiai és kulturális példákkal egészen a civilizációk keveredéséig	8. A kulturális és vallási egyensúly zavara

Forrás: TIETZ B. (1980): Handbuch der Tourismus-Wirtschaft, München, 189. oldal

<sup>1</sup> A/RES/56/212 ENSZ-határozat, 2001. december 21., a Turizmus Globális Etikai Kódexéről

## 5. A TURIZMUS GAZDASÁG

Ismertetésünk elején már utaltunk arra, hogy a turizmus több szakterületet érintő interdiszciplináris rendszer. Az ezt követő vizsgálódások megerősítették ezt a több dimenziós jelleget. A turisztikai gazdaság külön bemutatása nem jelent lemondást az idegenforgalom többirányú vizsgálatáról.

Az idegenforgalomban az embert, a turistát helyzetük a középpontba. Az *idegenforgalmi gazdaságot* - Von Stackelberg nyomán -, mint az ember turisztikai javak iránti szükségleteinek célszerű kielégítését szolgáló létesítmények és intézkedések összességét lehet megfogalmazni.

Hunziker—Krapf rávilágít, „hogy ha a turizmust mint komplex egészet értelmezzük, akkor feltételeiben, jelentésében és kihatásaiban a gazdaságtól független nézőpontból kell megközelíteni, mivel a gazdaságtól független hatásoknak is alá van rendelve, de ugyanakkor lebonyolításának egyes részeiben mint pl. a közlekedés és intézményeinek működtetésében, a gazdasági megfontolások döntő jelentőségűek.”

### 5.1 A turisztikai piac

A turizmus gazdaság vizsgálata nem más, mint a turizmus rendszerének a vizsgálata. Az idegenforgalom gazdasági elemzéséből következett, hogy a turisztika alanyának ismertetésénél turisztikai keresletről beszéljünk és a turizmus tárgyának bemutatásánál pedig a turisztikai kínálat fogalmát használjuk. Így kanyarodunk vissza a turizmus alanyához (magához a turistához, ill. a kereslet forrásának tekinthető turistaküldő területhez), továbbá a turizmus tárgyához (a kínálatot megtestesítő turistafogadó területhez).

A turista és a termék, a kereslet és a kínálat összekapcsolását az utazásszervező és közvetítő szektor biztosítja, nem tekintve per pillanat a korábban már tárgyalt közlekedési eszközöket és infrastruktúrát. Ebből a megközelítésből a turizmus piaca valójában a kereslet és a kínálat találkozási pontjaként fogható fel. Anélkül, hogy még egyszer részletesen visszatérnénk a turisztikai kereslet és a turisztikai kínálat elemeire, foglaljuk össze röviden mind a kettőt, mivel ezek képezik a turisztikai piacot.

#### 5.1.1 A turisztikai kereslet

A turisztikai kereslet a turistáknak az a készsége, hogy különböző, meghatározott mennyiségű turisztikai terméket különböző, meghatározott pénzmennyiségért elcseréljenek, azaz megvásároljanak. A definícióból világosan kitűnik a szubjektív hasznosság (motivációk) jelentősége, továbbá az is, hogy a keresletet számos, zömében irracionális tényező határozza meg.<sup>1</sup>

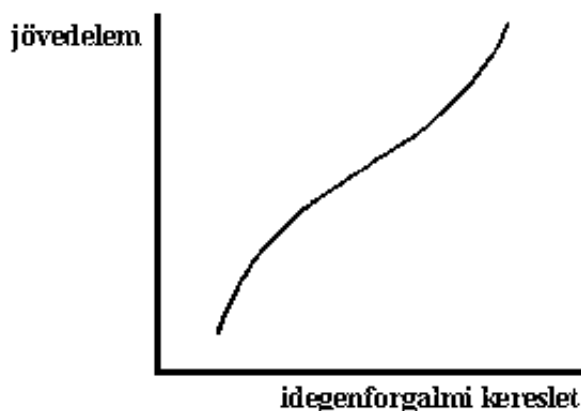
A kereslet erőteljes *árfolyam-érzékenységet* tekintve ki kell emelni a turisztikai termék hasznosságának fontosságát a tényleges értékhez képest. Hunziker—Krapf a turisztikai kereslet változásaira is utal, amelyek általánosságban nézve fordítottan arányosak a turisztikai áruk átlagos árszintjével, azaz a turisztikai keresletet az átlagos árszint növekedése mérsékelheti. A kereslet a belföldi forgalomnál a pénz hazai, a külföldi forgalom esetében pedig a pénz külső vásárlóerejével arányban jut kifejezésre. A nemzetközi aktív idegenforgalom, azaz a külföldi vendégek jelentőségétől függően a belföldi szolgáltatások árszintjén kívül a valutaváltási árfolyamok is döntően meghatározzák a turisztikai keresletet. Ezek a paritások (értékegyenlőségek) a kínált szolgáltatások árszintjét pozitívan csökkentik vagy negatívan drágítják. Nem szabad elfeledkezni egy-egy valuta tartós alul- vagy felülérté-

<sup>1</sup> Ezzel kapcsolatban visszautalunk a turizmus alanyával kapcsolatban már elmondottakra.

keltségének hatásairól a nemzetközi turizmusra, illetve konkrétan egy-egy eseti vagy rendszeres Ft-leértékelés következményeiről a magyarországi aktív és a passzív turizmusra.<sup>1</sup>

A monetáris (fizetőképes) kereslettel kapcsolatban ezen túlmenően utalni kell még arra, hogy a turisztikai kereslet az adott szükségletstruktúra mellett az ártól és a jövedelemtől is függ - ezt akár matematikai funkcióként kezelhetjük. Jelentős a kereslet reagálása a jövedelem- és árváltozásokra, ahogyan ez a vonatkozó **jövedelem- és ár rugalmasságban** kifejezésre jut.

A Zünd vizsgálataira épülő megállapításokkal összhangban kijelenthető, hogy a belföldi idegenforgalmi kereslet **jövedelemrugalmassága** a fejlettebb államokban gyakorlatilag 1 alatti értékeket vesz fel. Ezt azt jelenti, hogy a jövedelem viszonylagos változása az idegenforgalmi keresletre aránytalanul kis hatással van. Eközben az idegenforgalom luxus igényeket kielégítő áruból létszükségleti áruvá alakult, e folyamat általánosságban csökkentette az idegenforgalmi kereslet jövedelemrugalmasságát. Ezen túlmenően feltételezhető, hogy egy alacsony és egy viszonylag magas jövedelemszint mellett az idegenforgalmi kereslet jövedelemrugalmassága kisebb, mint a közepes jövedelmeknél, azaz - ahogyan Zünd is mondja - a turizmus alakulását azok az emelkedő jövedelmek befolyásolják a legjobban, amelyek még lehetővé teszik a magasabb igényeket kielégítő áruk megvételét. Az **idegenforgalmi kereslet jövedelemrugalmassága** ily módon általánosságban a következő görbével szemléltethető:



16. ábra - Az idegenforgalmi kereslet jövedelemrugalmassága

Nyilvánvalóan a passzív, azaz a külföldre irányuló utazási forgalomban nagyobb a jövedelemrugalmasság. Ez azt is jelenti, hogy a külföldi idegenforgalmat a recessziós jelenségek erősebben érintik, mint a belföldi utazási forgalmat. Igazolható, hogy a turisztikai kereslet egy viszonylagos telítettségi szinthez, azaz az összjövedelemben egy állandó részesedéshez közeledik.

Az **ár rugalmasság** ugyancsak általánosan csökkent az idegenforgalomnak luxuscikkből fentebb már említett szükségleti cikké alakulásával. Ezen túl azonban áremelkedés esetén a turistának kompenzációs lehetőségei vannak az úti cél megválasztása (olcsóbb idegenforgalmi vidékek), szálláslehetőség (az egyéb szállástípusokba történő átvándorlás) és közlekedési ráfordítások tekintetében (kisebb távolságok, belföldi turizmus). Jelentősek a gazdaságon kívüli, pl. pszichológiai körülmények, amelynél egy országról kialakult magas ár-

<sup>1</sup> A Ft leértékelése relatíve olcsóbbá teszi az aktív turizmus résztvevői számára a magyarországi idegenforgalmi szolgáltatásokat, tehát ösztönzi a beutaztatást. A passzív turizmust tekintve a hatás ellentétes, mert a magyarok számára a külföldi utazás megdrágul, itthon megkeresett jövedelmének külföldi vásárlóereje csökken.

szint-image, a politikai, valamint gazdasági okokból bekövetkezett elbizonytalanodás következményeire lehet gondolni. Az idegenforgalmi kereslet árrugalmasságáról ma még nem állnak rendelkezésre tapasztalati adatok. Általánosságban azonban megállapítható, hogy az árrugalmasság többek között a jövedelmek nagyságától, valamint a mindenkori gazdasági helyzettől függ. Recessziós gazdasági helyzetben a vendég általában jobban odafigyel az árakra; bekövetkezik az eltolódás az olcsóbb kínálat felé.

Az utóbbi évek megfigyelései szerint a nemzetközi turisztikai piac az árváltozásokra érzékenyen reagál. A legtöbb tapasztalati tanulmány a kereslet 1-nél nagyobb árrugalmasságából indul ki. A határon átmenő turizmus vonatkozásában 2,12 és 2,5 árrugalmasságot mértek. Ez azt jelenti, hogy az áremelések a szálláséjszakák és szállások esetében aránytalanul nagy visszaeséshez vezetnek, mégpedig nemcsak a külföldi vendégek esetében, mivel a turisztikai piacot nem lehet nemzeti határokkal definiálni.

A turisztikai kereslet-csomagban rendkívül árintenzív (árérzékes) a szállás, míg az üdülési költségvetés többi összetevője (pl. vidámpark, egyéb turisztikai és kulturális látványosság) kevésbé reagál az árváltozásokra.

### 5.1.2 A turisztikai kínálat

A turisztikai kereslet sokfélesége a turisztikai kínálat sokféleségét is feltételezi. A turisztikai kínálatához tartozó eredeti és származtatott kínálat terjedelme erőteljesen a turisztikai szervezetek hatékonyságának függvénye. Ezek a szervezetek messzemenően meghatározzák intézkedéseikkel a turisztikai kínálat lehetőségeinek bevonását és erősítését - az eredeti kínálat turisztikai feltárásával és a származtatott kínálat kiépítésével. Végül a turisztikai szervezetek specifikus reklám- és értékesítési intézkedéseikkel többszörösen meghatározzák, vagy legalábbis befolyásolják, hogy a turisztikai kereslet mennyire veszi igénybe a kínálati lehetőségeket.

A turisztikai kínálatot, amennyiben az létesítményeket és berendezéseket érint, erős helyi kötöttség, valamint viszonylag nagy tőkeigényesség jellemzi. Mint Hunziker—Krapf megjegyzi, *„a tetszés szerinti átrendeződés és megsokszorozódás lehetetlensége és nem ritkán a magas tőkeigény a turisztikai kínálatnak túlnyomórészt, de nevezetesen a közlekedés- és szállásszektorok kifejezetten merevséget, mozdulatlanlanságot kölcsönöz, ami a turisztikai kereslet labilitásával és változékonyságával feltűnő ellentétben áll”*. Ez a diszkrepancia (lényegbeli eltérés) megnehezíti a természetes kiegyenlítést és **az árak fontos piacsabályozó funkciót ad.**

**A turisztikai piac** esete mindenképpen különleges, mivel - mint Krippendorf megjegyzi - „az idegenforgalmi vállalkozások, a szolgáltatások közvetítőjeként megjelenő utazási irodák kivételével, **a vevő jelenlététől függő** szolgáltató üzemek”. A turisztikai árúknak az eladótól a vevőhöz történő eljutása ennek megfelelően nem a szállítás elvén megy végbe, mint az iparban, hanem a lakóhely-elv<sup>1</sup> szerint. Itt sokkal inkább „látatlanban” vásárlásról van szó, mivel a szolgáltatást nem lehet előre megnézni vagy kipróbálni. A szolgáltatás előállítása ugyanakkor hely és idő tekintetében a fogyasztással egybeesik. A piac áttekinthetőségének hiánya, a turisztikai árúk komplementaritása, az erős szezonális függőség, a raktározással történő folyamatos szolgáltatás-előállítás hiánya és a vevők jelentős preferenciája így meghamisítja a piacsabályozó árfunkciót.

A turisztikai kereslet és a turisztikai kínálat szembeállítása kényszerűen azt eredményezi, hogy a piac- és árképzésben a piacnak van meghatározó szerepe (vevők piaca). Minden-

<sup>1</sup> KRIPPENDORF J. (1980): Marketing im Fremdenverkehr, Bern, 15. oldal

esetre vannak kivételek, mint a gyógy-idegenforgalom (gyógyulás és lábadozás), ahol a turisztikai szükséglet kielégítése kényszerpályán van. Ugyanakkor a fürdő- és klímaterápiákon kívüli egyéb kezelések, mint pl. a gyógyszeres kezelés, ezen gyógyhelyek kvázi monopoljellegét (pl. tüdőszanatóriumok) lényegesen csökkentették.

Mint megállapítottuk, az idegenforgalmi kereslet az erősen eltérő motivációk miatt viszonylag rugalmas pláne, hogy a szükségletintenzitás eltérő. A jövedelem az idegenforgalmi piac tulajdonképpeni rendezőjévé válik, ahol a kedvező idegenforgalmi kínálat az alacsonyabb jövedelmű lakossági köröknek is lehetővé teszi az idegenforgalomban való részvételt, ily módon ők is elérik az úgynevezett **turisztikai egzisztencia-minimumot**. A turisztikai vállalkozásra érvényes, hogy kapacitását maximálisan és az árkoncessziók keretei között kihasználja. A fizetési készséget és a fizetőerőt megfelelő árdifferenciálással minél inkább ki kell aknázni, hogy adott teljesítőképesség mellett el lehessen érni a kihasználtság intenzitás-maximumát.

Az így kiváltott árverseny veszélye a szállodaiparban kartellszerű megállapodásokhoz vezetett. A közlekedésben a díjszabások, azaz az előre meghatározott árak akadályozzák a szabad árversenyt.

Ugyanakkor az idegenforgalom árképzésével kapcsolatban meg kell állapítani, hogy a nemzetközi szektorban az árképzés túlnyomórészt nem a közvetlen résztvevők direkt kapcsolatán keresztül, hanem kerülő úton, egy közbenső láncszemen, az **utazásközvetítésen** keresztül történik. Az utazási iroda emellett nem feltétlenül tölt be árfelhajtó szerepet, hanem éppen ellenkezőleg, az utóbbi években sokkal inkább árleszorítóként hatott. Ez főleg a csomagutaknál, az átalány- vagy inclusive-utaknál mutatkozott meg. Az egység- vagy átalányárak rendszere az árdifferenciálás eredményes eszközének bizonyult. Végül a turisztikai árképzésnél utalni kell arra, hogy a turisztikai szolgáltatások árait, pl. a szállodai árakat több államban hatóságilag szabályozzák, illetve rögzítik, amely a piacszabályozási funkciót végső soron kizárja.

## 5.2 A turizmus gazdasági-pénzügyi vetületei

Eltételezve a politikai hatóságok idegenforgalom iránti megértésének és érdeklődésének már sokszor megállapított hiányától, a turisztikai támogatást, annak aktivitását és mértékét a **pénzügyi diszponibilitás** (rendelkezésre álló lehetőség) lényegesen meghatározza. Theus *Az idegenforgalmi települések infrastruktúrájának tervezése és finanszírozása* című munkájában hatásosan rávilágít a turisztikai infrastruktúra finanszírozásának és megvalósításának szoros összefüggésére.

A turisztikai infrastruktúra, és főleg a turisztikától függő szorosabban vett infrastruktúra tőkeintenzitása messze meghaladja az idegenforgalmi települések adó- és más természetű költségvetési bevételeit. A községek ezért arra kényszerülnek, hogy erre a szűkebb infrastruktúrára *feltárási illetékeket* (területi hozzájárulásokat, csatlakozási díjakat és használati illetékeket) és helyi adókat vezessenek be, amelyek az ingatlantulajdon specifikus használatát (üdülő és hétvégi ház, második lakás stb.) is figyelembe veszik. A községek egyre gyakrabban vetnek ki célhoz (pl. infrastruktúra kiépítéséhez) kapcsolt kiegészítő adókat (ingatlanadó, telekadó, adásvételi illeték), amely az állandó lakosokat és az ideiglenesen ott tartózkodókat is érinti. Magyarországon a kivethető helyi adók körét az 1990. évi C. törvény rögzíti. Ilyenek pl. az építményadó, telekadó, kommunális adó, idegenforgalmi adó és a helyi iparüzési adó.

Magyarországon a területfejlesztési célok megvalósításának forrásrendszere átalakulóban van, előtérbe kerültek a strukturális és kohéziós alapok<sup>1</sup>, a Nemzeti Fejlesztési Terv és a hozzá kapcsolódó operatív programok, amelyekben az uniós pénzek és a hazai társfinanszírozás találkozik. Ehhez kapcsolódva a Területfejlesztési Célleitől<sup>2</sup> és a Turisztikai Célleitől<sup>3</sup> is fordítanak hasonló célokra bizonyos összegeket.

Mivel a tökeigényes idegenforgalmi és gyógyhelyi létesítmények építése, működtetése meghaladja a magánbefektetők pénzügyi erejét, kombinált finanszírozási formák alakultak ki a működőtőke behozatal ösztönzésétől a PPP-ig. Sok országban természetes dolog, hogy a helyi önkormányzatok aktív szerepet vállalnak a turisztikai infrastruktúra finanszírozásában, valamint a folyamatos marketingmunkában a települések versenyképességének megőrzése vagy javítása érdekében. Messze nem mindegy azonban, hogy a települések visszaforgatják-e turisztikai bevételeiket a turizmus szervezésébe és fejlesztésébe. Svájcban *az üdülöhelyi díjat céladó jellegű közjogi illetéknek*, azaz magyar szóhasználattal címzett bevételnek tekintik, amelynél kötött a pénz rendeltetése. Az üdülöhelyi díjból származó bevételeket e miatt csak olyan turisztikai létesítmények és rendezvények finanszírozására használhatják fel, amelyeket a vendégeknek hoztak létre és melyeket túlnyomórészt ők használhatnak. Ennek oka az a felismerés, hogy az idegenforgalom egyben a lakosság javát is szolgálja, akik ezeket az előnyöket tagsági díjak formájában nyújtott közvetlen szolgáltatással csak részben egyenlítik ki. Másrészt az turisztikai reklám pl. nemcsak a helyi idegenforgalmi vállalkozások számára előnyös, hanem pozitívan befolyásolhatja a település image-ének alakulását, és ily módon a településen folytatott minden tevékenység számára előnyöket hozhat: a településen vagy a környéken meglévő pihenési lehetőség következtében kedvezőbb lesz a munkahelyi légkör, javul a település presztízse a térségben, a megyében és a régióban ill. országosan.

Zehäusern a gyógyhelyi és turisztikai egyesületek reprezentatív megkérdezésével és a gyógyhelyi turisztikai egyesületek feladataira a következő fontossági rangsort készítette el:

<i>Jelentőség szerinti rangsor</i>	<i>Munkaráfordítás szerinti rangsor</i>
1. A vendégek és az újságírók ellátása	1. Információs szolgálat
2. Árpolitika	2. A létesítmények fenntartása
3. Információs szolgálat	3. Reklám
4. Reklám	4. A vendégek és újságírók ellátása
5. Sajtószolgálat	5. Rendezvények
6. A létesítmények fenntartása	6. Sajtószolgálat
7. Rendezvények	7. Általános idegenforgalom-politikai feladatok
8. Általános idegenforgalom-politikai feladatok	8. Szolgáltatások eladása
9. Szolgáltatások eladása	
10. Közlekedési problémák megoldása	

Forrás: ZEHNHÄUSERN J. (1975): Fremdenverhrswerbung, dargestellt am Beispiel schweizerischer Kur- und Verkehrsvereine, St. Galler Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrswirtschaft, Reihe Fremdenverkehr, Band 8, Bern/Stuttgart.

<sup>1</sup> 6/2005. (III. 23.) TNM-FMM-FVM-GKM-KvVM-PM-TNM együttes rendelet az Európai Unió strukturális alapjaiból, valamint Kohéziós Alapjából származó támogatásokhoz kapcsolódó költségvetési előirányzatok felhasználásának részletes szabályairól

<sup>2</sup> A területfejlesztési célleitől kapcsolatos főbb irányelveket a területfejlesztésről és a területrendezésről szóló 1996. évi XXI. törvény, a 24/2001. (IV. 20.) OGY határozat a területfejlesztési támogatások és a decentralizáció elveiről, a kedvezményezett területek besorolásának feltételrendszeréről, valamint a törvény 7. §. e) pontjában kapott felhatalmazás alapján a célleitől felhasználásával kapcsolatban kiadott kormányrendelet határozza meg.

<sup>3</sup> Lásd a 14/2002. (XI. 16.) MeHVM rendeletet a Turisztikai Célleitől felhasználásának és kezelésének részletes szabályairól

Mind e mellett megállapítható, hogy egyes **társadalmi költségek** és negatív **külső hatások** nem kerülnek be a turisztikai vállalkozások költségkalkulációjába – ámbár ez korántsem annyira turizmus-specifikus. A **társadalmi költségeket** olyan nemzetgazdasági többletkiadásnak lehet nevezni, amely okozójának üzleti terveibe, gazdaságossági számításaiba nem, vagy csak részben épül be, és alkalmasint számára hozamnövekedést éppen e tételek elhanyagolása eredményezhet. Ilyen társadalmi költség pl. az egyeseknek okozott egészségkárosodás, a víz- és levegőszennyezés, zajkibocsátások, közlekedési balesetek, a táj, a növényzet és az állatvilág tönkretétele.

Másképpen fogalmazva a turisztikai kezdeményezések és vállalkozások élveznek olyan előnyöket is – szerencsés vagy balszerencsés módon –, amelyekre kevés a ráhatásuk, viszont nem is lennének képesek kitermelni az ehhez hasonló természetű költségek fedezetét. Ha például az üdülőhelyeken lévő nyaralók és hétvégi házak (második lakások) tulajdonosainak felszámolnának minden általuk okozott többletkiadást, ez a szabadidő eltöltési forma soha nem tudott volna ilyen mértékben fejlődni. Az viszont belátható, hogy az okozott károk csökkentésében alig érdekeltek részéről esetenként tapasztalható természet- és tájrongálás negatívan befolyásolja az üdülőterület, valamint a távolabbi üdülő- és hétvégi pihenőrégiók pihenési értékét. Azaz az idegenforgalmi településeken éppen ezért ma igen hibás értékrend<sup>1</sup> uralkodik!

Az úgynevezett „teljes” gazdaságossági számítás megkövetelése, mint amilyent például a **költség-haszon elemzésnél** végeznek, elsősorban a közösség, mint az idegenforgalmi politika hordozója döntéshozatalánál aktuális.

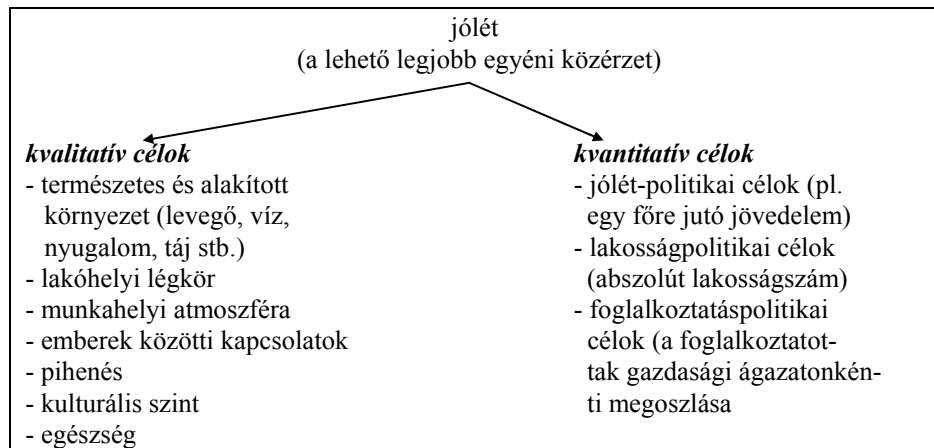
A költség-haszon elemzés elkészítésével kapcsolatos nehézségek ismeretében Krippendorf<sup>2</sup> az **idegenforgalom-politikai döntések költség-haszonszerű feltárásának** alábbi **szabályait** dolgozta ki:

- operatíván meghatározott célok megléte
- a turisztikai fejlesztéssel elérendő célok meghatározása,
- e célok képezik a meghatározott intézkedés költségei és haszna mérésének értékelési mércéjét,
- az állami szervezetek tevékenységének célterületek:
- prioritások meghatározása
- az idegenforgalom-politikai intézkedések hozzájárulásának tisztázása a célhoz
- a tevékenységi alternatívák felállítása
- több tevékenységi alternatíva vizsgálata
- az idegenforgalom-politika tevékenységi alternatívák hatásainak meghatározása

<sup>1</sup> KASPAR C. (1973): Hierarchie der Werte in Fremdenverkehrszentren, Tourismus, Umweltschädigung und soziale Kosten, S.A. Mitteilungen der Schweiz. Verkehrszentrale, Zürich. Ebben olvasható az alábbi: „Érdekesek az USA-ban ebben az összefüggésben elvégzett költség-haszon elemzések. Egy idevágó elemzésben pl. a Delawares erős vízszennyeződésének a környezetre gyakorolt hatását a víz pihenési értékével hozták kapcsolatba. A tanulmány azt igazolta, hogy a víz oxigéntartalmának 100 mill. dollár költséggel történő javítását az ennek köszönhetően realizált üdülési többletbevétel indokolja. Azt is kimutatták, hogy a levegőszennyezés elleni hatékony fellépés az ingatlanok értékének növekedéséhez vezet.”

<sup>2</sup> KRIPPENDORF J. (1973): Kosten-Nutzen-Diskussion im Tourismus - Versuch eines Brückenschlages zwischen Theorie und Praxis, Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr.2., Bern

*Egy társadalmi-jóléti intézkedési cél összes hatásvizsgálata  
(egészként történő vizsgálat)*



Forrás: idézett mű

- közgazdasági hatások
- társadalmi-kulturális hatások
- környezeti hatások
- ha lehet a hatások mennyiségi kifejezése
- a hatások felosztása közvetlen, közvetett, rövid és hosszú távú hatásokra
- ellenőrző lista
- Az optimális tevékenységi alternatívák meghatározása
- Értékelés a legnagyobb plusz hasznot jelentő alternatíva meghatározásával.

Kaspar és Krippendorf felismerte azokat a gondokat, amelyek a költség-haszon elemzés integrált bevezetését gátolják. A területi és pénzügyi keretfeltételek minden olyan eszköz alkalmazását szükségessé teszik, amelyek a források optimális felhasználását szolgálják.

A közgazdasági környezet idegenforgalmi rendszerre gyakorolt hatásának ismertetése után vegyük sorra az idegenforgalom gazdasági vonatkozású néhány kiemelt tényezőjét:

- fizetési mérleg funkció
- kiegyenlítési funkció
- foglalkoztatási funkció
- jövedelemfunkció (multiplikátor-hatás)
- termelési funkció (értékteremtés)

### 5.2.1 Fizetési mérleg funkció

Ha a külföldi turizmusból származó éves bevételek és az arra fordított kiadások növekedése jóval nagyobb, mint a bruttó társadalmi terméké, az az idegenforgalom jelentőségét támasztja alá egy ország devizamérlegében. *A fizetési mérleg funkció* az idegenforgalmi mérleg, *a belföldön külföldieknek eladott áruk és szolgáltatások (export) és a külföldön belföldiek által vásárolt áruk és szolgáltatások (import) arányát tükrözi.*

Kunz<sup>1</sup> szerint egy ország idegenforgalmi mérlege a belföld idegenforgalmában a külföldieknek eladott és a külföld idegenforgalmában a belföldiek által vásárolt áruk értékének vi-

<sup>1</sup> KUNZ B.R. (1990): Die Bedeutung des Auslandsfremdenverkehrs für die Schweizerische Volkswirtschaft, Schweizerische Beiträge zur Verkehrswissenschaft, 23. füzet 23. oldaltól



szonyát mutatja. E szerint a turizmus alanyán keresztül a külfölddel lebonyolított fizetési forgalmat tartalmazza (kivétel a tőkeforgalom). A külföldiek idegenforgalmának egy országra, illetve annak gazdaságára gyakorolt hatásai különbözőek, attól függően, hogy

- egy túlnyomórészt turistákat fogadó ország, aktív idegenforgalommal és idegenforgalmi mérlege aktívumot mutat (ilyenek általában a hagyományos idegenforgalmi országok, mint Ausztria, Svájc, Olaszország illetve Görögország, Spanyolország, Portugália stb., valamint Magyarország is);
- egy főleg turistákat küldő ország, rendszerint passzív idegenforgalommal rendelkezik, idegenforgalmi mérlege passzívumot mutat (Németország, USA, Japán stb.)

A nemzetközi idegenforgalomból származó bevételek a fizetési mérleg szempontjából a kereskedelmi mérleg exportjával, ill. a kiadások az importtal egyenértékűek. Míg az import és az export statisztikailag pontosan rögzíthető, az idegenforgalomnál ez a lehetőség hiányzik, így **a turizmus láthatatlan, hallgatólagos importnak, illetve exportnak minősül.** A láthatatlan export előnyeit a „normál” áruexporttal szemben Jandala Csilla így jellemzi:<sup>1</sup>

- A kiegyenlítés általában azonnal fizetéssel történik (kivéve közvetítő szervezetek bekapcsolása esetén)
- Az ország határain belül bonyolódik, így vámok nem terhelik, plusz szállítást és csomagolást nem igényel.

Az idegenforgalmi, illetve turisztikai mérleg a nemzetközi megállapodások (Nemzetközi Valutaalap) szerint a következő fő tételeket tartalmazza:

- üdülés, illetve üzleti tartózkodás,
- gyógyászati, kórházi és tanulmányi célú tartózkodás,
- egynapos és tranzit forgalom,
- nemzetközi személyszállítás (vasúti, hajózási és légi forgalom).

Az idegenforgalmi (fizetési) mérleg aktív oldalán szerepel:

- A külföldi vendégek szállodákban, gyógyintézményekben és más szálláshelyeken történő elszállásolásából és ellátásából származó bevételek. A svájci idegenforgalmi mérleg tartalmazza a kórházak és klinikák külföldi pácienseinek, az intézetek, panziók és gyermekotthonok külföldi növendékeinek, ill. a főiskolák külföldi hallgatóinak ellátási ráfordításait is.
- A turisztikai vállalkozások külföldi vendégektől származó bevételei.
- A külföldi vendégek, főleg az egynapos vendégek vásárlásaiból eredő bevételek.
- A külföldi vendégek részére nyújtott szolgáltatások bevételei.

Az idegenforgalmi (fizetési) mérleg passzív oldalán szerepel:

- A belföldiek külföldön felmerült idegenforgalmi célú kiadásai (üdülési, üzleti, gyógyászati célú tartózkodás, tanulmányút, egynapos kiránduló forgalom).
- A belföldiek nemzetközi közlekedési kiadásai a külföld javára.

Az idegenforgalmi mérleg a külföldiek miatt jelentkező élelmiszer- és élvezeti cikk importot nem veszi figyelembe. Ezt a tényt főleg a turizmus gazdasági jelentőségének a fejlődő országok idegenforgalmi mérlege alapján történő megítélésénél kell figyelembe venni.

<sup>1</sup> JANDALA CS. (1992): A turizmus közgazdasági elemzésének módszerei, KIT, Budapest

### 5.2.2 Kiegyenlítési funkció

Az a tény, hogy a turizmus főleg a „kevésbé fejlett” területeken, azaz olyan övezetekben vetette meg a lábát, amelyeket a környezeti ártalmakkal terhelt ipari termelés elkerült, vagy onnan kivonult, gazdasági kiegyenlítéshez vezet. Óvakodni kell azonban attól, hogy az idegenforgalmat minden lokális problémát megoldó orvosságnak tekintsük. Az eredeti és a származtatott kínálat jelentőségére tekintettel kell lenni. Egy ún. fejlesztési koncepció - az egyes tájegységek támogatásra való érdemességének és képességének megfelelő vizsgálataira támaszkodva - az idegenforgalom optimális fejlesztésére és támogatására törekszik.

Egy tájegység „exportképessége” nem más, mint a turisztikai vonzereje. ***A regionális gazdaság fejlődéséhez történő hozzájárulás annál nagyobb, minél kevésbé függ a tájegység beszerzési oldalról a tájegységen kívüli piacoktól.*** Ez egyaránt vonatkozik a pénzügyi eszközök beáramlására, valamint az áru- és munkaerőszektorra (tájegységen kívüli források és termékek behozatala, más tájegységek munkaerőinek bevonása).

Az idegenforgalom azonban gyakran a regionális gazdaság bővítési és differenciálódási folyamatának vélt vagy valós kitörési pontja.

A kiegyenlítési funkció érvényesülhet országok, régiók, városok és falvak között egyaránt. Mint Jandala írja, a fejlődő országok számára a turizmus elsősorban a külföldhöz való kapcsolódás lehetőségét és devizabevételt jelent, amely javítja a fizetési mérleget. A turizmus és az ahhoz kapcsolódóan megjelenő iparosodás a felzárkózáshoz ad esélyt. Országon belül a turizmus hozzájárulhat a fejletlen területek felzárkóztatásához, a turizmus elősegítheti a falvak fennmaradását (munkaalalmat teremt, a városihoz közelítő jövedelmeket és életminőséget eredményezhet) és fejlődését.

Ugyanakkor azt sem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy az eredeti kínálatra épülő turisztikai vonzerő nem egyszer területileg koncentráltan jelentkezik, s ez kizárhatja, vagy legalábbis megnehezíti az adott vonzerővel nem rendelkezők számára a bekapcsolódást a turizmusba. Ez a szituáció a kiegyenlítési funkciót gyengíti, tovább erősítheti a fejletlen, elmaradott térségek leszakadását.

### 5.2.3 Foglalkoztatási funkció

Az idegenforgalom fizetési mérleg (nemzetközi idegenforgalom) és kiegyenlítési (tájegységek közötti idegenforgalom) funkcióinak gazdasági jelentősége pontosabban a foglalkoztatási, multiplikátor- és értékképző hatás tanulmányozása után értékelhető.

Mint Schmidhauser<sup>1</sup> kifejti az egy községben vagy egy tájegységben az idegenforgalomtól függő munkahelyek számának a pontos meghatározásánál zavaró tényező, hogy

- nemc elég a szálloda- és vendéglátóiparban foglalkoztatottakat az idegenforgalomtól függő munkahelyekhez sorolni, hanem a terciér szektor más területein lévő olyan további munkahelyek egész sorát is figyelembe kell venni, amelyeket a turizmus közvetlenül vagy közvetve befolyásol;
- a nem idegenforgalmi községekben is jelen van egy bizonyos számú vendéglátóipari munkahely (a helyiek szükségleteinek kielégítésére);
- turisztikai településeken magas a szezonális és részmunkaidős foglalkoztatás, míg a statisztikák gyakran csak az egész évben betöltött állásokat veszik figyelembe.

<sup>1</sup> SCHMIDHAUSER H.P. (1979): Der Beschäftigungseffekt des Fremdenverkehrs im tertiären Sektor dargestellt am Beispiel der Schweiz, Tätigkeitsbericht des Instituts für Fremdenverkehr und Verkehrswirtschaft an der Hochschule St. Gallen, St. Gallen

A szoros értelemben vett idegenforgalmi települések és a nem idegenforgalmi települések összehasonlító vizsgálatával Schmidhauser arra a következtetésre jut, hogy a nem idegenforgalmi községekben a lakosság számának emelkedésével a szolgáltatási szektorban foglalkoztatottak százalékos aránya is növekszik, még ha nem is egészen lineárisan. Egyedül a vendéglátóiparban állapítható meg a munkahelyeknek a lakosság számának arányában stagnáló, sőt csökkenő hányada. Ez valószínűleg azzal magyarázható, hogy a vendéglátóipar a nem idegenforgalmi településeken túlnyomórészt helyi igényeket elégít ki, miközben a többi szolgáltatási terület elsősorban a nagy településeken koncentrálódik és a beszerzés is a környező kisebb településekre van utalva.

Az idegenforgalom foglalkoztatási hatásánál egyaránt szó van a direkt (pl. szállodai munkahelyek), valamint az indirekt hatásokról (mellékkereset, részmunkaidő stb.). A mennyiségi foglalkoztatási hatásnak azonban nem kell szükségszerűen a munkahelyek számának emelkedésében megnyilvánulnia. Az is a foglalkoztatási szint emelkedésének tulajdonítható, ha a jövedelmek emelkednek.

A foglalkoztatási funkció kapcsán a turizmus szektor munkaerőigényének sajátosságai Jandala nyomán így foglalható össze:<sup>1</sup>

- A szakképzettségi igény összetett, szakképzetlen és magasan kvalifikált munkaerőre egyaránt szükség van. Magas a szakképzetlenek vagy az alacsony szakképzettségűek aránya.<sup>2</sup>
- A turizmus szezonális koncentrációjához igazodva a foglalkoztatottság is szezonális természetű, az idény foglalkoztatottság főleg az alacsony szakképzettségűeknél fordul elő nagyobb mértékben. Magas a fluktuáció.
- A szezonálisan jelentkező többlet munkaerőigényt nem mindig tudják helyi munkaerőforrásból kielégíteni, ez plusz költségekkel jár és nem egyszer feszültségek forrása is (pl. vendégmunkások tömeges alkalmazása esetén).
- A napi és a heti munkaidő mind a hosszát, mind pedig a rendszertelenségét tekintve is eltér a más ágazatok foglalkoztatottsági rendjétől (sok a túlóra, a több műszakos beosztás, jellemző a részmunkaidős foglalkoztatás, a szabadnapok és a szabadság szezonon kívülre szorul stb.).
- Magas a nők és a fiatalok részaránya.
- Nem a fix, hanem a különböző jutalékokkal kombinált bérezési formák terjedtek el.

Magyarországon a turizmusban közvetlenül és ahhoz közvetve kapcsolódva dolgozók száma megközelíti a 300 ezer főt.

<sup>1</sup> JANDALA CS. (1992): A turizmus közgazdasági elemzésének módszerei, KIT, Budapest

<sup>2</sup> Ez nem baj, ha a szakképzettség és a betöltött munkakör szinkronban van. Amikor Magyarországon a szakma felhígulásáról beszélnek, valójában az összhang hiánya a fő probléma, mert a kisvállalkozások akut tőkehiánya és ennek következménye: a túlzott érdekeltség vagy kényszer a szakképzetlenek foglalkoztatásánál, továbbá a nyakló nélküli privatizáció, a szakképesítési előírások semmibevétele olyan szerencsétlen helyzetet szült, amelynek orvoslása időigényes.

### 5.2.4 A jövedelemfunkció (multiplikátor-hatás)

A multiplikátor-elmélet az elsődleges kiadások jövedelemhatását írja le (beruházások egy gazdaságban). A multiplikátor általában értéknövelő, sokszorosító tényezőt jelent. regionális vagy nemzeti versengésből.

A **turisztikai multiplikátor** azt mutatja, hányszor nagyobb a turisztikai kiadással kiváltott jövedelemsokszorozódás, mint az a tényleges kiadás, amely kiváltotta. Más megfogalmazásban arra utal, hogy egységnyi plusz fogyasztás a gazdaság egészében mekkora többlet termelést, azaz mekkora többlet jövedelmet vált ki, illetve hány új munkahelyet teremt. Az idegenforgalom területén a megfigyelések azt igazolják, hogy a vendég által kiadott minden euró vagy dollár új jövedelmet generál feltéve, hogy a turista-bevételeket nem takarítják meg, vagy nem vonják ki az adott gazdaságból.

A **turisztikai multiplikátor-hatás** akkor magas, ha a turizmus intraregionális (régió belüli) beszerzési összefonódásai dominálnak, azaz a turisztikai termék hazai „nyersanyagokból” épül fel, következésképpen az idegenforgalom elsődleges bevételei a helyi mezőgazdaságba, kereskedelembe és iparba áramlanak, továbbá a kereső tevékenységet folytatók a régió belüli költik el jövedelmüket. A turisztikai multiplikátor nagysága függ a gazdasági önellátástól, az adott gazdaság struktúrájától, illetve a gazdaság fejlettségi szintjétől.

Egy gazdaság (nemzeti, regionális, helyi) turisztikai multiplikátora ily módon függ:

- az importhányadtól - minél kevesebb az importhányad, annál nagyobb a jövedelem multiplikátor-hatása; az importhányad az adott gazdaság nagyságától és érettségétől, valamint az érintett gazdasági ág szerkezetétől függ;
- a fogyasztási készségtől - minél nagyobb a fogyasztási készség, annál nagyobb a jövedelem multiplikátor-hatása, miközben a fogyasztási készségnek az adott gazdaságban kell realizálnia.

A kiszámított multiplikátor-hatás kumulált (felhalmozott) ábrázolását forgalomként és a további jövedelemteremtés magyarázatának elutasítását komoly kritika érte. Valójában a turisztikai multiplikátor nem sokat mond, ha nem hasonlítható össze például más gazdasági szektorok multiplikátor-hatásával. Ugyanakkor támpontot nyújt az idegenforgalom gazdasági hatékonyságáról, mint a gazdaság érték- és jövedelemképző eszközéről.

### 5.2.5 Termelési funkció (értékteremtés)

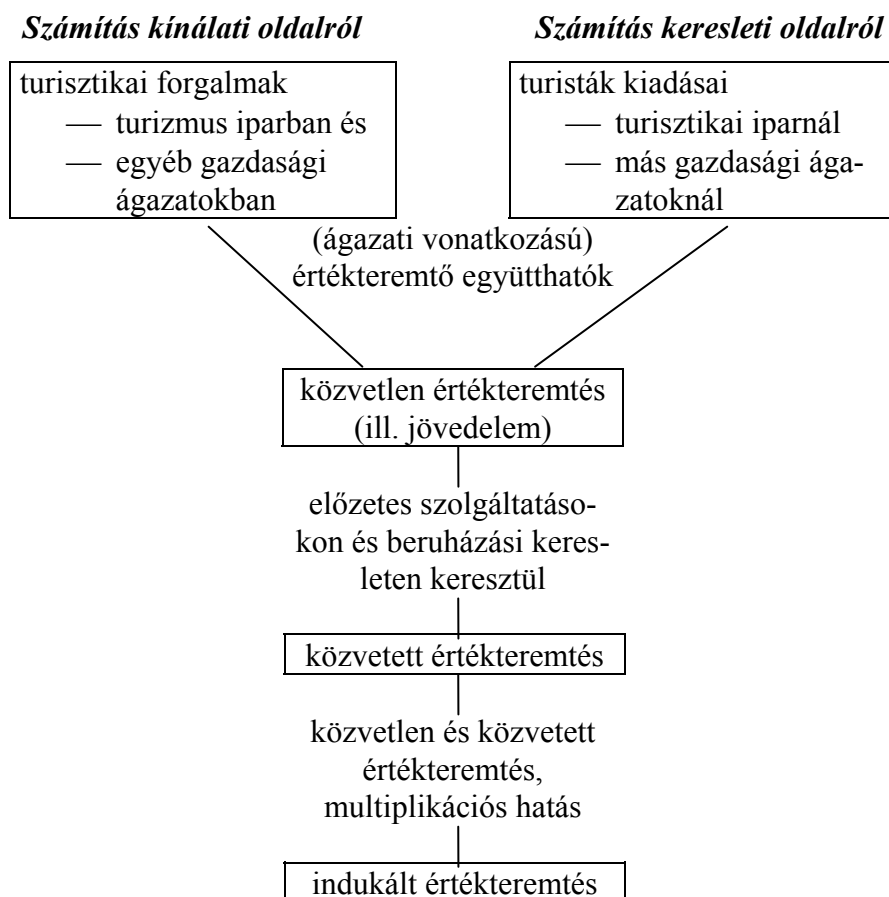
Értékteremtés alatt termelési tevékenységgel (munka, tőke- és földhasználattal) létrehozott többlet értéket vagy értéknövekedést értünk (nettó termelés). Ebből a megközelítésből az idegenforgalmi szolgáltatás nem más, mint az előállításához felhasznált alkotórészek összessége, amely a GNP-n keresztül érvényesül:

$$\text{föld} + \text{munka} + \text{tőke} = \text{idegenforgalmi szolgáltatás}$$

A **turisztikai értékteremtés** a turizmus termelési tényezőként betöltött jelentőségét mutatja. Rövid távon a GDP előállításához, hosszú távon a nemzeti vagyoni gyarapodásához való hozzájárulásban mutatkozik meg.

A turizmus mint termelési tényező értékteremtése abból adódik, hogy

- munkaadóként jelenik meg, és további munkalehetőségeket teremt
- tőkebevételt teremt
- földjáradékot tesz lehetővé.



Forrás: FREY C. (1995): Tagestourismus: Fluch oder Segen?, Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1993/94, St.Gallen.

17. ábra - Közvetlen, közvetett és indukált értékteremtés

- **Közvetlen értékteremtés** - a kínálati és a keresleti oldalról egyaránt kiszámítható forgalomból indul ki. Az előzetes szolgáltatások levonása után kapjuk a közvetlen értékteremtést, a termelést. Az előzetes szolgáltatás hányada ágazatonként eltérő.
- **Közvetett értékteremtés** - olyan (bruttó vagy nettó) értékteremtés, amelyik a vendégköltséget realizáló szolgáltatók szállítóinál és alvállalkozóinál keletkezik. Ez főleg azokon az előzetes szolgáltatásokon át realizálódik, amelyek más gazdasági ágazatoknál közvetett keresletet váltanak ki.
- **Indukált értékteremtés** - Ez azt a (bruttó vagy nettó) értékteremtést jelenti, amely a régióban keletkezik, mivel a nagyobb vásárlóerő alapján a turizmusból származó közvetett és közvetlen jövedelem következtében a gazdaságban tovább növekszik a kereslet és ezekből a további termelő tevékenységekből ismét jövedelem keletkezik.

## 5.3 Az idegenforgalom statisztikai mérése

### 5.3.1 A statisztikai adatfelvétel formái

Miután a turizmust helyváltoztatási jelenség, amely egyenes arányban függ az ember mobilitásától, az utazási áramlások mérése igen jelentős, de ugyanakkor problémás kérdéskör. A turizmus különböző területei a statisztikai adatszolgáltatás korántsem egységes, a belföldi turizmus esetén hosszú időn át elhanyagolták az adatgyűjtést, s mint ahogy dr. Jandala Csilla *A turizmus közgazdasági elemzésének általános módszerei* címmel írott tanulmányában<sup>1</sup> megállapítja, a belföldi turizmus mérése még napjainkban sem tekinthető azonos színvonalúnak és mélységűnek a nemzetközi turizmus méréséhez képest, holott a világturizmus kb. 90 %-a belföldi forgalomként jelentkezik. A turizmus statisztikai mérése tekintetében különbséget tesznek a hagyományos idegenforgalmi statisztika és a kérdőíves egyéni megkérdezések között. Minden hasznossága ellenére e bontás azonban inkább módszertani jellegű, mert nincs tekintettel a turistaáramlások irányára, a küldő- és a célterületekre. A turisztikai kereslet vizsgálatakor általában hármass csoportosítást alkalmaznak:

- aktív turizmus (egy adott országba, térségbe, településre stb.),
- passzív turizmus (egy kontinensről, országcsoportból, országból, térségből stb.),
- belföldi forgalom.

A szálláshelyek vizsgálatakor rendszerint a kül- és belföldi forgalmat különítik el, az ennél mélyebb elemzésekhez a folyamatos központi (KSH) adatgyűjtések sokszor kevesek.

A *hagyományos idegenforgalmi statisztika* a turisztikai tömegek figyelésének és számlálásának elvén alapszik. Globális statisztikáról van szó, azaz a turisztikai mozgásoknak egy adott időpontban, egy adott helyen végzett, többé-kevésbé teljes felméréséről. A hagyományos statisztika az ún. reprezentatív szűrőpróba módszer ellenpárját képezi, amely egy adott metszetből (a reprezentatív mintából) következtet az egészre. A hagyományos módszer mennyiségi adatokra, nagyságrendekre támaszkodik.

Ez a fajta statisztika azonban csak a turisták külső megjelenési jegyeit (számukat, nemzetiségüket, lakóhelyüket, egy országban vagy egy helyen eltöltött idejüket, esetleg az igénybe vett közlekedési eszközt) tudja megállapítani. Ugyanakkor az ilyen mérési móddal a turista egyénisége vagy minőségi jellemzői nem deríthetők fel - a hagyományos idegenforgalmi statisztika az *átlag turista* feltételezéséből indul ki. Az egyes tulajdonságok, a turizmus alanyának, a turistáknak a véleménye a számításokba nem vonható be. Másrészt a turistát nem terhelik a megkérdezésekkel.

A hagyományos idegenforgalmi statisztika két fő formára oszlik:

- A határstatisztika a turisták mozgását a határ átlépésekor rögzíti. Az idegenforgalmi utazásokat így módon a helyváltoztatás során számoljuk. A tartózkodási időt a beutazások és kiutazások során végzett számítások egybevetésével állapítják meg.
- A másik adatfelvételi forma az úgynevezett helyszíni vagy helyi adatfelvétel, amelynél a regisztrálás a tartózkodás helyén, pl. a szállodában történik. A helyszíni felvételnél főleg két értéket rögzíthetnek: az eltöltött vendégéjszakák (éjszakázások) és a vendégek számát (érkezéseket). A kettő hányadosa adja az átlagos tartózkodási időt, amely a településre, a régióra, vagy egy országra is kiszámítható.

$$\frac{\text{vendégéjszakák száma}}{\text{vendégek száma}} = \text{átlagos tartózkodási idő}$$

<sup>1</sup> JANDALA CS. (1992): A turizmus közgazdasági elemzésének módszerei, KIT, Budapest

Az eltöltött vendégéjszakák hagyományos szállásformákhoz vagy egyéb szállásformákhoz történő besorolásának ismerete lényegesen alkalmasabb az idegenforgalom gazdasági kihatásainak megítélésére, mint az érkezések.

A szakirodalom a helyszíni módszer (helyi adatfelvétel) egyik legfontosabb részeként kezeli a *szálláshely-statisztikát*. A WTO szerint az országok több mint 75 %-a együttesen alkalmazza a határstatisztikai és a szálláshely-statisztikai megfigyeléseket.

Tekintettel a turisztikai mozgások összetételének rögzítésének és a statisztikai technikájában fennálló különbségre a határstatisztika és a helyszíni, egyéni megkérdezéses módszer alig hasonlítható össze. Utóbbi a határformalitások megszűntével, az utazások egyszerűsödésével egyre nagyobb jelentőségre tesz szert, ugyanis lassan megszűnik a az útlevelek, vízumok, beszálló/kiszálló kártyák, lakcímbejelentő lapok statisztikai célzatú felhasználási lehetősége. Következésképpen az egyéni megkérdezéses módszer válhat a nemzetközi turizmus megfigyelésének egyedüli megbízható formájává.

Többek között a következő országok alkalmazzák

- a határstatisztikát: Kanada, USA, Nagy-Britannia, Japán;
- a helyszíni, egyéni megkérdezéses módszert: Németország, Ausztria, Belgium, Luxemburg, Hollandia, Svájc, skandináv országok;
- a határstatisztikát és a helyszíni módszert egyaránt: Franciaország, Spanyolország, Görögország, Olaszország, Törökország, Jugoszlávia.

Az Európai Unión belül kialakított ún. schengeni övezet, amely a tagországok között feleslegessé teszi a személy- és áruforgalom megállítást a belső határokon, gyakorlatilag *belföldi* forgalommá minősíti át a korábbi nemzetközi turistaáramlásokat, ezért ennek mérésénél is át kell térni a hazai turizmusmozgásoknál alkalmazható módszerekre, mint pl. a reprezentatív megkérdezésekre, a célterületekre látogató közönség eseti megkérdezésére. A buszok és személygépkocsik felszerelése GPS-helymeghatározóval, fizetős autópálya-kilométereket regisztráló-jelző chippekkel vagy a mobiltelefonok működési helyét megadó ún. *cellainformációk* a turistaáramlások mérésének új és eddig szabályozatlan lehetőségei...

Schmidhauser<sup>1</sup> szerint a helyszíni módszerre épülő idegenforgalmi statisztika *előnyei* a határstatisztikával szemben:

- az országon belüli idegenforgalom helye pontosan meghatározható;
- nemcsak a külföldiek, hanem a belföldiek gyakorisága is megállapítható;
- megállapítható a szálláskategóriák különböző osztályai szerinti gyakoriság;
- a szálláshelyenkénti átlagos vendégéjszakák száma kiszámítható, amely megközelítőleg megfelel az adott idegenforgalmi helyen töltött átlagos tartózkodási időnek (mivel a településen belül szállodaváltoztatás nem gyakran fordul elő);
- az éves igénybevétel kiszámításához pl. a következő képletek alapján meghatározható az átlagos ágy- vagy szobakihasználtság (éves kihasználtság vizsgálatánál, ha a szálláshely folyamatosan üzemel, a működési napok száma nyilvánvalóan = 365):

$$\frac{\text{vendégéjszakák száma}}{\Sigma \text{ágyak száma} * \text{működési napok száma}} = \text{ágykihasználtság (\%)}$$

$$\frac{\text{kiadott szobák száma}}{\Sigma \text{szobák száma} * \text{működési napok száma}} = \text{szobakihasználtság (\%)}$$

<sup>1</sup> Háztartások és turisták megkérdezése - az idegenforgalmi statisztika szükséges kiegészítése

A helyi módszer fontosabb **hátrányai** a határstatisztikával szemben a következők:

- nem teszi lehetővé az országba beutazó külföldiek pontos számának megállapítását (egynapos kirándulók);
- nem számítható ki az országba beutazó külföldiek tartózkodási időtartama (csak az egyes szálláshelyeken tartózkodás);
- azok az idegenek, akik rokonoknál és ismerősöknél vagy egyéb típusú szállásokon laknak, a statisztikánál egyáltalán, illetve nem teljesen kerülnek figyelembe vételre;
- azok a külföldiek, akik az országok egynapos kirándulás keretében keresik fel, nem jelennek meg a statisztikában.

Ugyanakkor fontos, hogy ez a két módszer nemcsak az üdülés céljából utazókat, hanem a kongresszusi résztvevőket, az üzleti célból és egyéb okból utazókat is rögzíti és beszámítja.

Elvileg a legnagyobb információtartalommal minden országban az a statisztikai rendszer rendelkezik, amely a helyi módszert és a határstatisztikát egyidejűleg alkalmazza. A hagyományos módszer a múltat tényeredményekkel rögzíti és nem ad prognózisokat vagy előrejelzéseket kivéve, ha a számsorokat általánosítják vagy azokból visszakövetkeztetnek. A hiányt a statisztika rendszeressége egyenlíti ki.

Évről évre ugyanazt a hibahányadot feltételezve a statisztikai adatok hosszú sora lehetővé teszi a turisztika fejlődési tendenciáinak, trendjének bizonyos **helyességi fokkal** (standard hibaszázalékkal) történő megállapítását.

A hagyományos statisztika tulajdonképpen **gyengéje az, hogy a turistákat nem határozza meg pontosan**. Sajnos a nemzeti statisztikák sok esetben technikai okokból a turizmus alakulásáról pontatlan képet adnak. Ráadásul bizonyos országok a szállodai tartózkodás fogalmához ragaszkodnak, s lemondanak a más szállásformákat igénybe vevő vendégek regisztrálásáról.

### 5.3.2 A turisták statisztikai csoportosításának WTO-rendszere

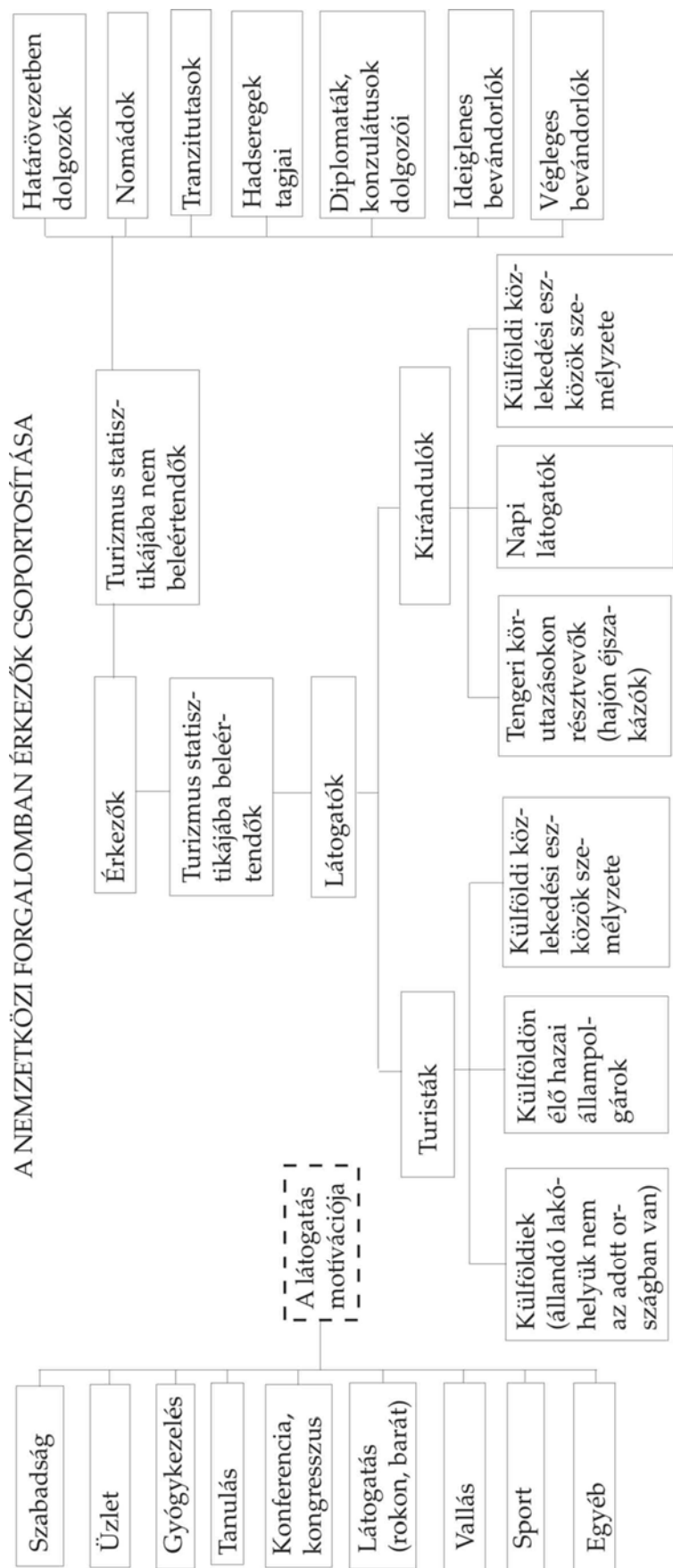
Az országok többnyire a nemzetközi statisztikákhoz (WTO, OECD stb.) irányadó WTO/ENSZ **turista-fogalom** szerint készítik statisztikájukat. Az 1963-ban a nemzetközi statisztika összehasonlíthatósága céljából meghatározott, a statisztikáknál figyelembe vevendő turista fogalma „*azokból a személyekből*” indul ki, „*akik egy olyan országba legalább 24 órára beutaznak, amelyik nem a szokásos tartózkodási országuk*”. Ezt egy lista követi, amelyik a statisztikában rögzítendő személycsoportokat pontosan meghatározza.

Kivételt képeznek például az olyan személyek, akik egy országban tartós foglalkozást vállalnak vagy tartósan le akarnak telepedni, valamint a határon átjárók és azok a személyek, akik az egyik országban laknak és egy másikban dolgoznak. (Lásd részletesen a 18. ábrán)

A nemzetközi statisztikának a határátlépő idegenforgalomra történő korlátozását a nemzetközi szervezetek publikált turisztikai adatainak értelmezésénél és kommentálásánál figyelembe kell venni.

Az idegenforgalom statisztikai adatfelvételét **segítő módszer** az útlevel-ellenőrzési jegyzékek kiértékelése, a turisztikai látnivalók, mint múzeumok, kastélyok, székesegyházak, sportrendezvények, szabadidőközpontok, fürdők stb. látogatóinak számlálása vagy a közlekedési statisztikák kiértékelése.





Forrás: Lengyel Márton dr.: A turizmus általános elmélete, VIVA Reklámügynökség, Budapest, 1992.

18. ábra - A nemzetközi forgalomban érkezők csoportosítása

Megjegyzések: A turizmus statisztikájába a szabadidő eltöltése, rokonlátogatás, gyógykezelés, sport stb. céljából külföldre utazókon kívül a jelenleg külföldön élő hazai állampolgárokat is számításba vesszük.

Ugyanígy figyelembe kell venni a nemzetközi szervezetek dolgozóit is, ha tartózkodási idejük nem több egy évnél, a tanulmányaikat külföldön végző diákokat, a turnéző zenészeket és más művészeket, valamint az üzleti úton lévőket.

A turizmus statisztikájából kizárják az adott országba munkavállalási szerződéssel vagy céllal érkező külföldieket, az országhatár mentén lakó, de a szomszéd országban munkát vállalókat, a menekülteket és azokat a tranzitutasokat, akik nem hagyják el a repülőterei vagy hajóállomási tranzitvőrt területét.

Forrás: Guidelines for the Collection and Presentation of International Tourism Statistics, WTO 1982., illetve dr. Jandala Csilla: A turizmus közgazdasági elemzésének általános módszerei c. értekezése.

A **szűrőpróbaszerű**, reprezentatív felvételezés alapján véve a teljes statisztikai adatfelvétel helyett, annak alternatívájaként vagy kiegészítéseként képzelhető el. A különböző határlépcsői statisztikák már ma is szűrőpróba jellegű adatfelvételek eredményeire támaszkodnak (pl. Spanyolország, Nagy-Britannia), mivel a teljes adatfelvételezés a nagy utazási volumen miatt nem praktikus.

A turisztikailag érdekes adatokat több európai ország központi statisztikai hivatala időszakonként vagy esetenként úgynevezett **mikrocenzus keretében** gyűjti. Ennél egyfajta kisebb népszámlálásról van szó, amelyet reprezentatív megkérdezés egészít ki.

Egy módszertanilag helyesen elvégzett szűrőpróbaszerű mintavétellel olyan eredményeket kapunk, amelyek a kifogástalan teljes adatfelvétel eredményeinél alig pontatlanabbak; s a ráfordítás lényegesen kisebb!

### 5.3.3 A piackutatás fajtái és az adatgyűjtés, értékelés új módszerei

A megismerés tárgya (adatok)		Piackutatás fajtája	Adatgyűjtési módszerek			
Környezet	A piac tágabb környezete (gazdasági, jogi stb.)	Ténykutatás (közgazdasági/szociológiai stb. háttér- és közvetlen kutatás)	Szekunder adatgyűjtés	Mégfigyelés	Mégkérdés	
	A piac szűkebb környezete (saját, helyettesítő, kiegészítő szolgáltatások kínálata)					
Ember (turista és szolgáltató)	Ismérvek (biológiai, társadalmi, gazdasági)		Motiváció és vélemény-kutatás (szociológiai, pszichológiai)	Mégkérdés	Mégfigyelés	Mégkérdés
	Hatékony tevékenységek (saját, helyettesítő, kiegészítő szolgáltatások iránti kereslet)					
	Tevékenységek célja (a kínálathoz kapcsolódó indítékok)					
	Tevékenységek indítéka (a kereslet motivációi)					

Forrás: Karner F.: Zur Marktforschung im Luftverkehr (Piackutatás a légiközlekedésben) Diss., Zürich, 1968., 35. oldal alapján saját aktualizálás

19. ábra - A piackutatás fajtái és módszerei

Mint megállapítottuk, a hagyományos idegenforgalmi statisztika nem teljes és specifikus kérdésekre nem tud választ adni. Tekintettel a piaci információk szokásosnál nagyobb jelentőségére az idegenforgalomban (turisztikai marketing) egyre több olyan célzott **piaci megkérdést** végeznek, amelyeknek meghatározott kérdésekre kell választ adni.

Alapjában véve az egyéni megkérdéses módszernél a lakóhelyi megkérdések, illetve a háztartások megkérdései vagy a turisták, utazók esetében

- a tartózkodási helyen,
- a határlépcsőkor vagy
- az utazás közben történő megkérdés jöhet szóba.

Fontos, hogy az alapösszesség minden tagjának azonos esélye legyen a megkérdésre, azaz be kell tartani a reprezentatív mintavétel szabályait. A kérdezés céljától függ, hogy melyik megoldás a célravezető, a lakóhelyi (pl. utazási intenzitás vizsgálatnál), vagy a tartózkodási helyen ill. az utazás közben lebonyolított megkérdések (specifikusan a tartózkodási helyen ill. a vidékre vagy az utazásra szabott kérdéseknél).

A piackutatás lényegesen megkönnyíthető a számítástechnika alkalmazásával. A turisztikai vállalkozások és szervezetek által végzett piackutatási feladatokra példák:

- vendégek ill. nem-vendégek telefonos megkérdezése,
- vendégek ill. nem-vendégek írásbeli megkérdezése,
- személyes interjúk vendégekkel és nem-vendégekkel,
- munkatársak megkérdezése,
- szálláshelyeknél ellenőrző könyvelések (próba-kutatás).

Különbséget kell tenni a **primer kutatások** (field research) és a **szekunder kutatások** (desk research) között, Míg a primer adatfelvétel közvetlen, meghatározott célból végzett adatfelvétel (specifikus vagy szóbeli piaci megkérdezések a „terepen”, a szekunder adatfelvételnél a már közzétett statisztikai adatok úgyszólván másodkézből történő átvételéről van szó (idegenforgalmi statisztikák, egyéb közzétett adatok feldolgozásáról). Érthető, hogy a primer adatfelvétel információszerzésként sokkal hatásosabb, viszont annak ellenére drágább, hogy jórészt a szűrőpróba jellegű reprezentatív megkérdezéses módszeren alapszik.

A turisztikai tervezés, valamint az idegenforgalmi politika szempontjából jelentősek a **turizmus fejlődési prognózisai**. Regresszió-elemzésekkel (legalább két ismerv, pl. bruttó társadalmi termék és üdülési kiadások közötti matematikai összefüggés) és trend-extrapolációval (egy idősor matematikai továbbvitele) készítenek prognózisokat a turisztika jövőbeni alakulásáról. A mechanikus feltételezések hátrányainak kiküszöbölése érdekében újabban olyan módszereket is alkalmaznak, amelyek a jövő kutatásába a turizmus erősen szubjektív elemeit is bevonják. Ilyen a Delphi-módszer és a szenariotechnika. A Delphi-módszer Krippendorf szerint *„szakemberek meghatározott körének strukturált, többlépcsős megkérdezése abból a célból, hogy szisztematikusan felhasználják annak tapasztalatait a jövőre vonatkozó hatások komplex összefüggésein alapuló eredményekkel kapcsolatos megállapítások kialakításánál”*. A szenariotechnika a különböző alternatívák alakulásából indul ki, amellyel a jövőbeni fejlődés és következményeinek összefüggéseit mutatják be. A turisztikai fejlődést pl. növekedési válság (1. szituáció), nagy gazdasági növekedés (2. szituáció) és közepes gazdasági növekedés (3. szituáció) mellett mutatják be.

A turizmus gazdaságimérésének újabkori eseménye a TUX-index megjelenése mintegy öt esztendővel ezelőtt. A TUX a turisztikai konjunktúrát hivatott mérni. A szaktárca által a mérésre (és a metodológiára) kiírt pályázat nyertese a GKI lett. Jellemző (az állam információs modelljét, a makrokommunikációs szerkezetet, az információjogot, a hivatalos statisztika helyzetét illető) mai viszonyainkra, hogy az új indexhez a KSH turisztikai (csak a szálláshelyek számára vonatkozó?!) bázisadatait használják fel, azontúl saját kérdőíves felmérést készítve, új statisztikai bázist hoznak létre.<sup>1</sup>

Az egyes ágazatok között késhegyre menő harc folyik az állami, valamint uniós fejlesztési alapokért, pénzekért, támogatásokért. Ebben a jó értelemben vett „harcban” a turizmus pozíciói, meggyőző érvanyaga megerősítésre szorulnak. A turizmus fejlesztéséhez egyértelműen, adatokkal is, hitelt érdemlően bizonyítani kell, hogy a turizmus mennyiben jobb, előnyösebb más, alternatív befektetési lehetőségekhez képest. A teljes jövedelmezőségbe beletartozik az összes olyan többletjövedelem, amely a turisztikai kereslet hatására keletkezik, beleértve a turistákat kiszolgáló ágazatok háttériparát. Tehát például az is, amennyivel nő a mezőgazdaság és az élelmiszeripar hozzáadott értéke (a GDP-hez való hozzájárulása) a turisták élelmiszerfogyasztása következtében.

<sup>1</sup> Népszabadság, 1999.11.29., p.17.

Jelenleg csak részleges ismeretekkel rendelkezünk arról, milyen szerepet tölt be a turizmus a nemzetgazdaságban. Jórészt csak a turista kereslet bizonyos elemeit figyeljük meg: a turisták számára, a tartózkodás idejére és a főbb kiadásokra (szálloda, vendéglátás) vonatkozó statisztikák állnak rendelkezésre. Nem ismerjük azonban,

- milyen hatást generál a turizmus a gazdaságban,
- a turisták kereslete mekkora termelésnövekedést indukál,
- ez mennyi hozzáadott értéket állít elő.
- ki milyen arányban részesedik a keletkezett jövedelemből.
- hányan dolgoznak a turistákat - közvetve vagy közvetlenül - kiszolgáló ágazatokban,
- milyen kapcsolat van a turizmus alakulása és a foglalkoztatottság között?

Igaz ugyan, hogy időről időre határozott, sokszor imponáló számadatokat tartalmazó nyilatkozatok látnak napvilágot, de ezek nem teljesen alátámasztott, inkább becsült értékek.

A nemzetközi fizetési mérleg tekintetében sem megnyugtatóbb a helyzet, hiszen a szolgáltatás külkereskedelem és a turizmus (a turizmus e tágabb fogalom körébe tartozik) elszámolása sok-sok tennivalót rejt még. Többek között a fizetési mérleg elnagyolt „jogcímezése”, valamint a fekete- és szürke gazdaság lehet, hogy csökkenő, de kétségkívül virulens jelenléte miatt sem a turizmusnak tulajdonított bevételek, sem a kiadások tekintetében nem lehetünk bizonyosak, milyen nagyságrendű tételek hiányoznak a fizetési mérleg „idegenforgalom” fejezetéből, illetve esetleg milyen oda nem illő tételek terhelhetik azt.

A turizmus költségvetési kapcsolatainak áttekinthetatlensége miatt ma nem tudjuk megmondani, mekkora a turizmus nettó költségvetési egyenlege, vagyis az, mennyivel haladják meg a turizmusból származó adóbevételek a turizmusra fordított költségvetési támogatások összegét. Itt is a teljes hatást kell figyelembe venni, ahogyan arról az előző bekezdésben már szó volt. Tehát nemcsak a turistákat közvetlenül kiszolgáló ágazatoknak jutott támogatásokat és az onnan származó adóbevételeket kell egyenlegezni, hanem a háttéripár költségvetési kapcsolatait is olyan mértékben, ahogy az a turisták fogyasztásával kapcsolatos. A kapott támogatások többnyire csak évek múlva indukálnak adóbevételt, ezért a turizmusra fordított közpénzek megtérülésének kimutatásához több év költségvetési támogatását és adóbevételét kell egyenlegezni.

A **turizmus szatellit számla** nem más, mint az előző kérdéseket megválaszoló statisztikai rendszer. A szatellit kifejezés arra utal, hogy a turizmussal kapcsolatos statisztikai mutatók (a turizmus részesedése a bruttó hazai termékben, a turizmusból származó költségvetési bevétel, a turizmus foglalkoztatás növelő hatása stb.) beilleszkednek a makrogazdasági statisztikák, a nemzeti számlák rendszerébe. Ez biztosítja a turizmusra vonatkozó statisztikák belső összhangját, valamint azt, hogy olyan mutatókat tudjunk kiszámítani, amelyekkel a turizmus rövid és hosszú távú jövedelmezősége egyértelműen és tömören összevethető más ágazatok hasonló mutatóival. A szatellit jelző azt a kapcsolatot szimbolizálja, hogy a turizmusra összpontosító részletes statisztikák úgy igazodnak a nemzeti számlákhoz, mint a naprendszerben a bolygók a naphoz.<sup>1</sup> A szatellit számlák rendszere még nem egy kiforrott módszer, a UNWTO kiemelt projektjei közé tartozik.

<sup>1</sup> HÜTTL A. & PROBÁLD Á. (2000): A szatellit számla szerepe a turizmus nemzetgazdasági szerepének meghatározásában, *Turizmus Bulletin* IV. évfolyam, 1. szám

## 6. VÁLTOZÁSOK A TURIZMUSTERVEZÉS-FEJLESZTÉS SZEMPONTJAIBAN, KÖRNYEZETÉBEN

A turisztikai tervezési-fejlesztési tevékenység igazodása az Európai Unió elvárásaihoz, a Nemzeti Fejlesztési Tervhez illetve a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiához alapvető fontosságú. Kérdés, hogy a mai szemlélet és gyakorlat mennyire kompetitív, és milyen mértékben EU-konform – összehasonlítva saját múltunkkal, ill. a fejlettebb országokéval.

A társadalmi-gazdasági változások kiváltották a tervezés alapvető szemléleti változását. A tervezés mozgásterét képező gazdasági-politikai-irányítási közeg átalakult. Míg korábban a tervezés általában jogszabályban meghatározott területi egységekre (üdülőkörzetekre, stb.) vonatkozóan folyt, és ennek során a „magasabb szempontok” meghatározó szerephez jutottak, addig a jövőben az önmegvalósítás és ennek a gazdálkodás oldaláról történő alátámasztása tekinthető elsődlegesnek. A változásokat a Szerző Zala György és Huszár Mária tanulmányára<sup>1</sup>, majd a későbbiekben A terület- és településfejlesztés alapjai c. kötetre<sup>2</sup>, ill. Rechnitzer János és Lados Mihály könyvére<sup>3</sup> támaszkodva mutatja be.

A rendszerváltással az általános központosított hatalom helyébe az önkormányzatok, a redisztributív alapon képzett központi ellátás helyére a decentralizált piaci viszonyok lépnek – szolt az utóbb részben illuzórikusnak bizonyult feltevés úgy 15-17 éve. Ettől függetlenül a szemléletváltás a tervezésben elkezdődött, a direkt előirányzatok helyett a folyamatok változatokban, scenáriókban való megközelítése lépett, a helyi szervek (önkormányzatok, ezek szövetségei, más érdekképviseleti szervek stb.) jogai és kötelezettségei megnövekedtek, amely a tervezésben az „alulról való építkezés” felértékelődését hozta magával mind a tervezésben, mind a megvalósítás folyamatainak irányításában.

Tartalmi-módszertani, illetve tervezéstechnológiai változást jelentett továbbá, hogy

- a gyakorlatban egyrészt egy stratégiai jellegű, a főbb probléma csomópontokra koncentráló, a különböző lehetőségek érvényesülésének viszonylag tág teret engedő és leginkább regionális léptékű struktúratervezésre,
- másrészt ezekre épülő akcióprogramokra, az adott feladatok részletes megvalósíthatósági tanulmányokra van szükség.

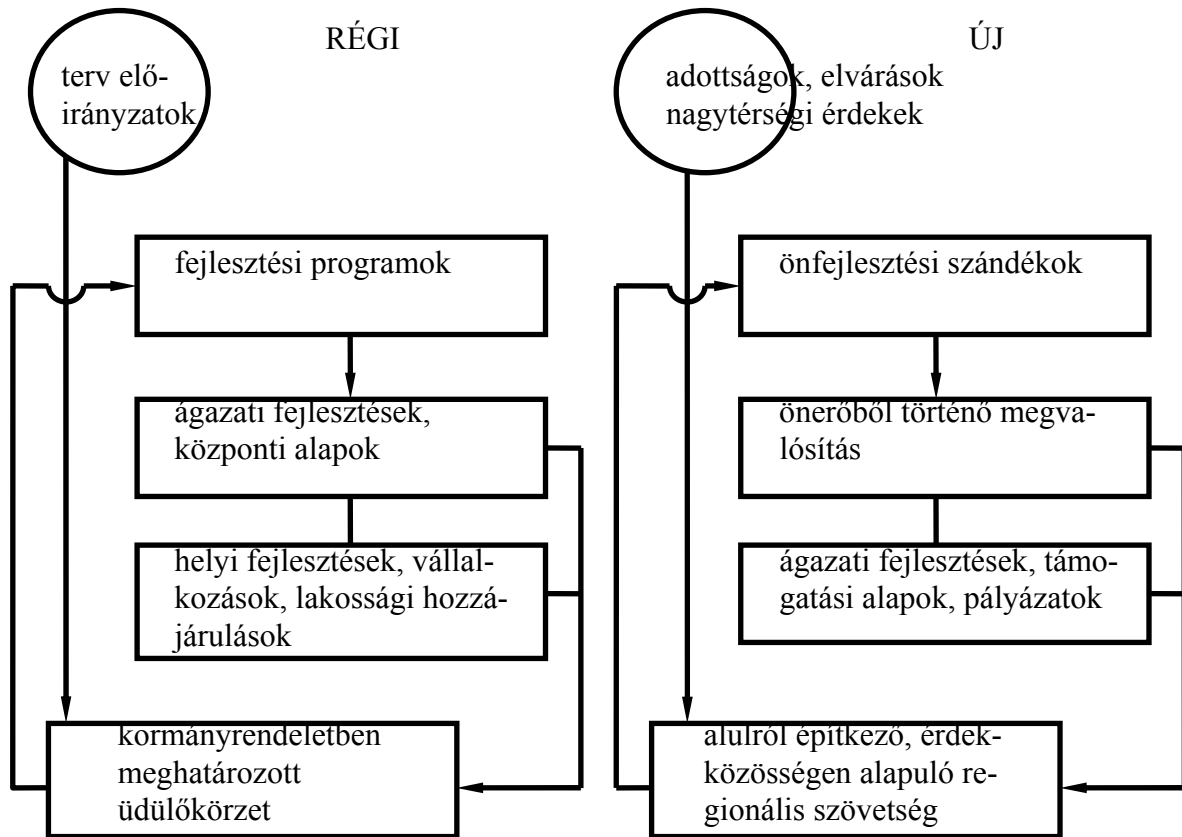
A jövőképek szimpla felvázolását a folyamatok, a kívánt állapothoz vezető utak, lehetőségek átgondolásának igénye váltotta fel. A hajdani tervgazdálkodás által felölelt időtávlatokból (hosszú- és nagytávlatok) csak az első ütem volt többé-kevésbé reális, ma már a problémákat alapvetően rövidebb időtávlatokban és differenciáltabb megközelítésben érdemes áttekinteni, míg a hosszabb távoknál a rulirozó tervezés vált kikerülhetetlenné. E differenciált megközelítésben a kompetencia a legfontosabb rendező elv, melynek során elsősorban a központi, a helyi (önkormányzati), a vállalkozási és a lakossági kompetenciaszintek szerinti feladatmegosztás a legfontosabb. Míg az első két csoport közötti munkamegosztás viszonylag egzakttá tehető, addig az utóbbi kettő inkább kívánságlista, javaslatgyűjtemény. A differenciáltabb tulajdonviszonyokból érdekellentétek alakulnak ki. Feltárásuk, megfogalmazásuk és közös nevezőre hozásuk a korábbinál sokkal nagyobb hangsúlyt igényel. Az ezt szolgáló egyeztetés mind jellegében, mind időigényében eltér a korábbiaktól, melynek ráfordítás-igényességét véletlenül sem szabad figyelmen kívül hagyni.

<sup>1</sup> ZALA GY. & HUSZÁR M. (1991): Az üdülés-idegenforgalom területi tervezésének újszerű szempontjai és követelményrendszere, VÁTI, Budapest

<sup>2</sup> SÜLI-ZAKAR I. (2003): A terület- és településfejlesztés alapjai, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs

<sup>3</sup> RECHNITZER J. & LADOS M. (2004): A területi stratégiáktól a monitoringig, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs

Az üdülés-idegenforgalom területi tervezésének újszerű szempontjai és követelményrendszerét mutatja be az alábbi ábra.



Forrás: ZALA GY. & HUSZÁR M. (1991): Az üdülés-idegenforgalom területi tervezésének újszerű szempontjai és követelményrendszere, VÁTI, Budapest

20. ábra - A tervezési folyamat jellemző kapcsolati rendszere

## 6.1 Az új tervezési szemlélet jellemzői

A rendszerváltást megelőző korábbi gazdaságirányítási rendszerben a területi tervezés alapvetően a felülről irányított hierarchiát, az erőforrások redisztribúciós szétosztását szolgálta. Ez esetben a helyi szervek sem elsősorban a realitások feltárását várták a tervezéstől, hanem a központi erőforrások mind nagyobb arányának megszerzését és alátámasztását. Így a helyi fejlesztési szándékoknak a saját erőforrások megléte vagy hiánya alig jelentett korlátot, és a meglévő értékek megőrzésére irányuló törekvéseket a túlhajtott beruházási szemlélet háttérbe szorította. Feltétlenül meg kell azonban jegyezni, hogy az 1948-1989 közötti évtizedek korántsem tekinthetők a tervezés szempontjából egyformán sematikusnak, a gazdaságtörténészek tisztában vannak az egyes korszakokkal, a hatvanas évek közepétől egyre erősebb közelítési kísérletekkel a piacgazdaság felé.

A rendszerváltást követően az volt várható, hogy az erőforrások döntő többsége felett a helyi szervek, illetve a vállalkozók fognak rendelkezni. A központi erőforrásokból elsősorban a nagyterrségi (hálózati) fejlesztéseket, ill. a területpolitikai (pl. kiegyenlítési) célkitűzéseket fogják csak fedezni. Ez utóbbiakhoz általában pályázatok útján lehet majd hozzájutni, és az ezekre való felkészülés is sajátos szakmai feladatot képez. Mindezen változások a tervezés szemléleti és „technológiai” változását igényelnék, melynek során elsősorban a következőkre kell figyelemmel lenni:

- Az erőforrásokkal rendelkezők és az azok felhasználóinak köre közelít egymáshoz, az esetek jelentős részében egybe esik (azonos természetes, vagy jogi személy). Ez az egyeztetési és döntési folyamatokat lerövidíti, de ugyanakkor kiélezi. E folyamatokban az érdekegyeztetés különleges jelentőségű!
- A helyi adottságok jelentősége, használati értéke nő. Az új beruházások mellett a meglévő értékek hasznosítása, karbantartási, felújítási, revitalizálási munkáik jelentősége fokozódik.

Más kérdés, hogy a kívánatosnak gondolt decentralizáció nem következett be. Ettől függetlenül az új irányítási rendszer a tervezéstől nagyfokú rugalmasságot kívánt. Az eddigi konvencionális munkaszakaszokba vagy azok helyére a problémafeltárás és értékelés, a célmeghatározás, ill. koncepciólás, az érdekütköztetés, az eszközválasztás és a megvalósítás lépéseinek gyors váltási, visszakapcsolási lehetőségeit kellett biztosítani, beépíteni.

Váltásra volt szükség az irányítás módszereiben is. Azon túlmenően, hogy a direkt módszerek helyett az indirekt eszközök váltak általánossá, az irányítási ráhatások helyett a települési, illetve a regionális identitás és az önfejlődés kibontakoztatása lett a cél.

Zala és Huszár szerint az új tervezési szemlélet kialakítása szempontjából elsősorban a következő öt – egymással összefüggő és integrált – tématerület végiggondolása volt célszerű:

- Az önerőből történő fejlődés elősegítése, az innovációs képesség fokozása,
- A helyi emberi tényezők jobb számbavétele, hasznosítása
- A természeti és környezeti értékek védelme,
- A flexibilis területi struktúrák kialakítása
- A feladatok kompetenciaszintek szerinti megosztása, a megvalósítást elősegítő felétel- és intézményrendszer

Rechnitzer és Ladós a területi különbségek látványos kiéleződését emeli ki a rendszerváltozás után, a kilencvenes évek elején. Köze másfél millió munkahely szűnt meg, visszaesett az ipari termelés, megkezdődött a gazdasági szerkezet átalakítása. A mezőgazdaság korábbi szervezeti és termelési rendszere szintén alapjaiban megrendült. Az ország nyugati része jobban tudott alkalmazkodni a változásokhoz, mivel itt a privatizációs folyamatok előbb beindultak, és a gazdasági kapcsolatok már régebben Nyugat felé orientálódtak. Megítélésük szerint a területi politika első szakaszát 1996-ig a válságkezelés jellemezte, az európai uniós PHARE-programok 1992-től jelentek meg – jelentősen hozzájárulva a területfejlesztés eszköz- és intézményrendszerének kialakításához. Felélénkültek a kistérségi együttműködések (1992-1994), kidolgozták a szerkezetátalakítást szolgáló integrált finanszírozási rendszert (1995), megkezdődött a felkészülés az előcsatlakozási programok (ISPA, SAPARD) fogadására (1998).<sup>1</sup>

Az 1996. évi XXI. Törvény rögzíti a területfejlesztés új céljait, és felállítja területfejlesztés egységes intézményrendszerét, amelyről az 55. oldalon már esett szó. Az Országos Területfejlesztési Konceptiót 1998-ban fogadta el az Országgyűlés – ismerete a turisztikai tervezésben is elvárható. 1999-ben újították meg a Területfejlesztési Törvényt, amellyel a regionális szint erősítését, valamint a területfejlesztés szereplői képviselőjének átalakítását célozták meg. Immár nem önkéntes, hanem kötelező tervezési-statisztikai régiók jöttek létre, amelyek saját szervezettel (intézménnyel) és erőforrásokkal rendelkeznek. Elkezdődött a verseny a régióért, a régiószékhely rangért, és legújabbban a fejlesztési pólusokért.

<sup>1</sup> RECHNITZER J. & LADOS M. (2004): A területi stratégiáktól a monitoringig, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs; 61-73. o.

A régiókban megkezdődött a tervezés, a koncepciók készítése és megkezdődött a programozás. Regionális fejlesztési források jelentek meg 2001-től a decentralizáció jegyében. Léteznek és ki-kialakulnak ugyanakkor bizonyos zavarok, anomáliák és kettősségek is, amelyek részletes bemutatása már nem ennek a disszertációnak a feladata – ezekkel Rechnitzer és Lados kellő alapossággal foglalkozik.

A disszonanciák közül csak a turisztikai régiók és a regionális idegenforgalmi bizottságok (RIB-ek) körül kialakult bizonytalansági helyzetet emelem ki, mint ami a turizmusfejlesztés és marketing szempontjából közvetlenül fontos, és a regionális szintű aktivitást ill. érdekérvényesítést veszélyeztető jelenség. Egy gyenge, eszközeitől megfosztott és saját mozgásterében korlátozott RIB képtelen támogatni az alulról jövő kezdeményezéseket. Ez a helyzet nem tükrözi az Európai Unióban fenn hangoztatott szubszidiaritás elvét.

### **6.1.2 Az önerős fejlődés elősegítése, az innovációs képesség fokozása**

Az újszerű regionális fejlesztési elméletek a fejlődésben elmaradott területek támogatásában az önálló fejlődés feltételrendszerének kialakítását, az innovációs képességek kifejlesztését látják a leghatékonyabb eszköznek. A kifejtésre kerülő módszertani javaslatok kidolgozása során a fentieket szemléletbeli kiindulópontként fogadhatjuk el.

A jövőben a fejlesztések egyre nagyobb hányadát helyi erőforrásokból, ezen belül is növekvő mértékben vállalkozási alapon kell(ene) finanszírozni. Az idegenforgalom az az ágazat, amely az egyik legkisebb ráfordítással jelentős bevételt eredményez, ezért nemcsak ágazati, hanem önkormányzati szinten is a fejlesztés homlokterében áll.

Az önerőből történő fejlesztés a helyi adottságok, a regionálspecifikus erőforrások jobb kihasználására törekszik. Ez egy optimumkeresési folyamat, melyet világosan meg kell különböztetni az autarchiától. A regionális önállóság elérése alapvetően új szemléletet igényel

- a gazdasági fejlesztésben,
- a helyi erőforrások felhasználásában.
- az emberi tényezők figyelembevételében
- a latens potenciálok mozgósításában,
- a regionálspecifikus infrastruktúra politikában,
- az irányítási rendszer kialakításában.

A turizmusfejlesztés új szemlélete az alábbi tényezők figyelembevételét jelenti:

- a helyi adottságok és erőforrások minél nagyobb fokú kihasználása;
- a meglévő létesítmények fejlesztésének prioritása az új beruházásokkal szemben;
- a szükséges új létesítmények egyúttal a kívánatos struktúrajavítást is szolgálják;
- az önálló fejlődés, a struktúra megújítása az emberi erőforrásokkal való újszerű gazdálkodást is megkívánja;
- az új szemlélet egyik lényeges elemének tekinthető az állandó mennyiségi növekedés erőltetése helyett a minőségi fejlődés elismerése és preferálása;
- előzőekkel szoros összefüggésben áll az a szemléletbeli követelmény is, amely a rövid távú, de bizonytalan kimenetelű jövedelemnövelési törekvések helyett a hosszú távú biztonságot, a krízisek elleni biztonság növelését preferálja;
- az önálló fejlődés egyik legfontosabb alapfeltétele és követelménye a regionális öngazdálkodás és önfinanszírozás kialakulása;



### 6.1.3 Összefüggés az emberi tényezőkkel, a kulturális örökséggel

Az üdülés-idegenforgalom kialakulása és fejlődése felértékeli a helyi emberi tényezők fontosságát. Elősegíti a tradíciók, az emberi értékek, az egészséges lokálpatriotizmus térhódítását a globalizációs hatások ellenében. A helyi humán értékek turisztikai felértékelődése pedig növeli a települések népességmegtartó erejét. A hagyományok tisztelete, a népszokások felelevenítése a helyi attrakciók fontos forrásai:

- a népművészet, népviselet, a falusi ünnepek, az ízes beszéd mind a kínálat része;
- elősegíti a regionális tudat, a helyi kötődés, a helyi identitás kibontakozását;
- erőteljesen imázsformáló hatással bírnak.

Mindez természetesen csak az elvárásoknak megfelelő szakképzettségi szinttel együttesen tud megfelelni a vendégek elvárásainak.

### 6.1.4 Ökobarát turizmusfejlesztés

A turizmus nagy mértékben hasznosítja, ugyanakkor jelentős fogyasztóként veszélyezteti a természeti értékeket. Végig kell gondolni a természeti értékek turisztikai hasznosításának, ill. védelmének kölcsönkapcsolatait, az ebből eredő feladatokat. Arra kell törekedni, hogy a természeti értékek, a táj összhangja, az ökológiai egyensúly ne szenvedjen maradandó károsodást. A kölcsönkapcsolatok alapján meg kell határozni a hasznosítás paramétereit, feltétel- és követelményrendszerét. Tekintettel kell lenni a különböző természeti potenciálokra (köztük az üdülési potenciálra), valamint a környezet terhelhetőségének mutatóira is.

### 6.1.5 Rugalmasan kezelt területi struktúrák kialakítása

Általában a jövőképhez kötött, viszonylag merev területi struktúrák a korábbi tervezési rendszerben is igen sokat változtak a megvalósulás során. A fejlesztések mind nagyobb hányadának a vállalkozási szférába kerülésével e kötöttségek mindinkább anakronisztikussá válnak. A fejlesztési eszközök feletti rendelkezési jog és az irányítási-igazgatási funkciók személyi és testületi elkülönülésével a területi irányítás zömében indirekt eszközökkel operálhat, így a befolyásolási, koordinálási technikák kerülnek előtérbe.

Az a tervezési módszer számíthat viszonylagos eredményességre, amely rugalmas területi struktúrák kialakítására törekszik. E folyamatban lényeges feladat a területi struktúra koncepciójának, majd a kialakításhoz szükséges feltételrendszer kidolgozása.

A rugalmas területi struktúrák kialakításánál gyakorlatilag azt kell megállapítani, hogy

- egy-egy adott térszerkezeti koncepció az egyes összetevői számára mekkora mozgásteret tud megengedni az alapkoncepció lényeges sérelme nélkül, illetve hogy
- területfelhasználási szempontból egy-egy adott terület mi minden (létesítmény) elhelyezésére alkalmas, illetve mire nem, és a területhasznosítás milyen környezeti hatásokkal jár.

A környezeti kapcsolatok viszonylag tágran értelmezendők. Vizsgálni kell

- a létesítmények) infrastruktúra iránti igényeit, ezek kielégítési lehetőségeit,
- az esetleges környezetkárosító hatásokat, azok kivédésének lehetőségeit ,
- az új létesítmények) beilleszthetőségét a tájba, ill. a meglévő épített környezetbe.

A rugalmas területi struktúrát az szolgálja, ha az adottságok minél több telepítési változat igényeit ki tudják elégíteni. Ez esetben az infrastruktúra kiépítési igényeket a gazdaságos maximumra célszerű méretezni, mivel ez tudja a legszélesebb és legrugalmasabb területfelhasználási struktúrát kiszolgálni.

### 6.1.6 Az üdülő-idegenforgalmi területi tervezés legfontosabb tartalmi követelményei

Az egyes üdülő-idegenforgalmi területek jellegük és jelentőségük szerint „testre szabott” tervezést igényelnek. E differenciálást befolyásolja

- a térség földrajzi elhelyezkedése (pl. fontosabb idegenforgalmi folyosó mentén, vagy attól távoli elhelyezkedés stb.);
- jellege (a fő vonzástényező pl. vízpart, hegyvidék, termásvíz stb., valamint tartós, vagy hétvégi üdülési igényt elégít-e ki);
- az üdülés-idegenforgalom szezonálitása (egy-, vagy kétszezonú, egész éves stb.);
- jelentősége (pl. kiemelt, vagy nem) stb.

Az üdülőkörzetek, idegenforgalmi területek területi tervezési feladataiban, mint problémacsomópontok

- az idegenforgalmi, szakmai kérdések,
- a gazdasági feladatok és várható eredmények,
- a területi struktúra, ill. területfelhasználás, valamint - a környezeti szempontok játsszák a fő szerepet.

### 6.1.7 Az üdülés-idegenforgalom fejlesztésének szakmai koncepciója

Az egész tervezési folyamat legfontosabb munkarésze. Az eddigiek alapján más-más elemek megragadása és kidomborítása szükséges az országos, a körzeti, vagy nagytérségi (regionális) és a kistérségi, vagy helyi koncepciók kidolgozása során. Az országos koncepciók elsősorban az idegenforgalom főbb stratégiai elemeire (várható nagyságrendek, fejlesztési irányok, térségi irányelvek stb.) koncentrálhatnak. Meghatározzák az üdülő-idegenforgalmi körzetek lehatárolásának elveit, egymáshoz való viszonyait, a körzetek specializációját, országos áttekintésből adódó fontosságát ill. funkcióját. Elsősorban a központi szervek számára biztosítanak információkat, az üdülő-idegenforgalom kormányzati stratégiáját, szervezeti, irányítási, ill. támogatási rendszerének kialakítását támasztják alá. A regionális-körzeti koncepciók tartalmazzák a legfontosabb operatív feladatokat. Mind átfogó stratégiát, mind részletekbe menő javaslatokat adnak. Meghatározzák a térség üdülő-idegenforgalmi térszerkezet-fejlesztési stratégiáját, majd a területi adottságok alapján kidolgozzák a lehetséges ill. javasolható fejlesztéseket. Ez utóbbiaknál

- támaszkodnak a térség belső fejlesztési szándékaira,
- az önfejlődés adta lehetőségekre, a helyi erőforrások által megszabható keretekre, illetve a külső fejlesztési igényekre,
- igyekeznek legcélszerűbben kihasználni a területi adottságokat, miközben a természeti (környezeti) értékek megőrzése egyre nagyobb feladattá válik,
- javaslataikat - a vállalkezési szférára való tekintettel - flexibilis területi struktúrában kell kialakítani és elhelyezni, hogy azok a jövő fejlesztései az alapstruktúra lényegesebb sérelme nélkül illeszkedhessenek,
- a külön-külön nem meghatározó jelentőségű adottságok „csokorba” kötésével olyan kínálati rendszert kell építeni, amely komplexitásával már jelentős vonzástényező.

Ezt követően az így kialakuló üdülő-idegenforgalmi fejlesztéseket összhangba kell hozni az infrastruktúra-fejlesztésekkel, a területfelhasználatokkal, az önkormányzatok gazdálkodási intézkedéseivel és az egyéb tényezőkkel (pl. szakképzés stb.). Mivel az üdülés-idegenfor-

galom e körzetek településeinek jelentős részén meghatározó gazdasági ágazat, a koncepció elemeit integrálni kell az önkormányzati tevékenységébe. Nem hanyagolhatók el azok a járulékos tennivalók sem (propaganda, városkép-védelem, közterületek berendezése stb.), amelyek jelentős mértékben emelik az idegenforgalom „komfort-érzetét”.

A kistérségi, települési munkák az önkormányzatok közvetlen tevékenységi körébe tartoznak. Konkrétságuk kézzel fogható - esetenként a megvalósíthatósági tanulmányokig tarthat. Kidolgozásuk módszertanilag az előzőekhez hasonló, attól elsősorban a javaslatok konkrétságában tér el. Lényeges, hogy a helyi üdülő-idegenforgalmi fejlesztések a területrendezési tervekkel egyeztetetten, egymásra hatásban készüljenek, mivel ennek hiánya jelentős területi koordinációs hibákhoz vezethet.

### 6.1.8 Gazdálkodási szempontok

Az idegenforgalom gazdasági, gazdálkodási feladatai és eredményei előzőekben már említésre kerültek. Az önfejlődés, mint meghatározó fejlődési módozat az idegenforgalmat az üdülőterülettel rendelkező, illetve idegenforgalmi funkcióval bíró településekben egyik meghatározó ágazattá léptette elő. E településekben - a már említett területfelhasználási, infrastruktúra fejlesztési feladatokon túlmenően - végig kell gondolni

- az idegenforgalmat, mint jövedelemtermelő, a lakosság életkörülményeit, az önkormányzat bevételeit befolyásoló tevékenységet, valamint
- az idegenforgalom, mint a helyi gazdaság legfontosabb ágazatának fejlesztési igényeit, az ezzel kapcsolatos feladatokat és várható eredményeket is.

Az önerőből történő fejlesztésnél a lakosság, a vállalkozók és az önkormányzatok alapvető érdekei zömében közösek, ill. közel állóak. Fejlesztetni csak együtt tudnak, így az önkormányzatoknak is érdekük a lakosság jövedelmi színvonalának emelése, mivel ezzel adóbevételei is növekednek, illetve megfordítva, a lakosságnak is érdeke az önkormányzati tevékenység támogatása, mivel ezzel települési környezetük és így vonzástényezőik javíthatók.

Az önerőből történő fejlesztés szempontjából, ill. azzal összefüggésben az idegenforgalom fejlesztésének és a gazdálkodásnak a következő főbb kölcsönhatásait célszerű vizsgálni:

- az önkormányzat idegenforgalmat elősegítő tevékenysége, kapcsolat az idegenforgalmi szervekkel, illetve szervezetekkel,
- a helyi adók mértéke, a bevételből és kiadásból az idegenforgalom részesedése,
- fejlesztésekre fordítható összeg, „ameddig a takaró ér”, illetve bővítési lehetőségek,
- a területfelértékelődés hatásai,
- a forgalom (fogyasztás) növekedés hatásai,
- településfejlesztési kölcsönkapcsolatok,
- az attrakciók kombinálásának lehetőségei és gazdasági eredményei,
- a környezetgazdálkodás feladatai és várható eredményei stb.

Miután e hatások többsége térségileg értékelhető, ez a korábban már említett érdekközösségek kialakításának fontosságára és egyik legfontosabb funkciójára hívja fel a figyelmet.

## 6.2 Az idegenforgalmi jellegű területi tervek főbb munkaszakaszai, tartalmi követelményei

A munka általában helyzetértékeléssel kezdődik, ahol az adatszerű ténymegállapítás mellett a konfliktuselemzés egyre jelentősebb, majd koncepcióalkotással, változatok, scenáriók kidolgozásával folytatódik, és a választott változat részletesebb kimunkálásával fejeződik be.

Az egyes munkaszakaszoknál az egyeztetési, visszacsatolási lehetőségeket biztosítani kell. Az önkormányzatok szerepének növekedésével az egyeztetési és jóváhagyási rendszert is az új feltételekhez igazítani kell újraszabályozni. Célszerű lenne, ha nem a terv, hanem a koncepció kerülne jóváhagyásra.

### 6.2.1 A helyzetértékelés általános alapelvei

A helyzetértékelés (problémafeltárás, elemzés, célmeghatározás) feladata, hogy

- tárja fel a jelenlegi helyzetet, az abból adódó főbb problémákat, a fejlesztés lehetőségeit és korlátait
- ebből kiindulva vázolja fel prekonceptcionálisan a fejlesztés fő irányait és arányait,
- információival segítse elő a térség funkcionális fejlesztési javaslatának megalapozását, s az ehhez szükséges intézményi feltételek kialakítását.

Az új tervezési követelmények szemléletében és megközelítési módjában a korábbiaktól eltérő munkát igényelnek. A jelenlegi állapot szerteágazó összetevőit részletesen feltáró, statikus helyzetkép helyett, célra orientált, a folyamatok feltárására, ok-okozati összefüggéseik elemzésére, a problémákra, feszültségekre koncentrálnak vizsgáló vizsgálat szükséges. A helyzetfeltárással szemben a javaslatok felé tovább mutató helyzetértékelés, elemzés kap hangsúlyt. A területi tervekkel szemben támasztott társadalmi elvárások változása nyomán a korábbi műszaki-fizikai tervek már az elmúlt években is fokozatosan kiegészültek a társadalmi-gazdasági szférát vizsgáló munkarészekkel. A területi tervezésben, s így a vizsgálati munkarészekben a társadalomtudományi-közgazdasági megközelítés mellett - hangsúlyosabb szerepet kell kapnia az ökológiai szemléletnek, az ökológiai területértékelésnek is.

A vizsgálati információk feldolgozása során

- biztosítani kell egy folyamatosan karbantartható, naprakész információbázist, amely a jól mérhető, egzakt statisztikai adatbázis mellett képes kezelni a nehezen számszerűsíthető minőségi jellemzőket, a verbális jellegű, ún. „puha” információkat is;
- másrészt az adatbázis értékelése mellett a hangsúlyt a (társadalmi és területi) folyamatok összefüggés-vizsgálatára kell helyezni.

Az üdülőkörzetekre (térségekre) vonatkozó regionális terv vizsgálati munkarésze komplexen vizsgálja a terület - természeti, humán és művi - adottságait, meglévő értékeit, művi-infrastrukturális kiépítettségét és tartalékait, környezeti állapotának jellemzőit, társadalmi-gazdasági folyamatait, önfejlődési képességeit, külső kapcsolatait stb. Az üdülés-idegenforgalom fő fejlesztési irányai ugyanis csak egy széleskörű kapcsolatrendszerbe illesztve határozhatók meg, és így rajzolható meg az adott terület távlati üdülés-idegenforgalmi imázsa. Ezekben belül a munka - a tervezés céljának megfelelően szelektálva - azonban elsősorban az üdülés-idegenforgalommal kapcsolatos témakörökre koncentrálnak és azonos részletességgel nem terjed ki minden vizsgálati elemre.

## 6.2.2 Helyzetértékelés tartalmi követelményei

### *Vonzerőleltár, az üdülés-idegenforgalmi adottságok feltárása és értékelése*

Egy terület turisztikai potenciálját alapvetően a természeti adottságok határozzák meg. Ehhez csatlakoznak azok a művi adottságok, amelyek idegenforgalmi érdeklődésre tarthatnak számot (pl. műemléki értékek), továbbá az emberi tényezők (kultúra, műveltség, szak-képzettség, tradíciók stb.), melyek az idegenforgalom fogadásához elengedhetetlenek. E természeti, művi és emberi értékek az üdülés-idegenforgalom számára csak a potenciális lehetőséget teremtik meg, tényleges vonzerővé az egyéb társadalmi-gazdasági tényezők megfelelően összehangolt kapcsolatrendszeré révén válnak. Mindezek együttesen határozzák meg egy adott térség üdülés-idegenforgalmi fogadóképességét és fogadóképességét.

A tervezési terület adottságait egyrészt a turisztikai tevékenységcsoportok környezeti igényei szerint kell számba venni, hogy milyen funkció fogadásának potenciális lehetőségét teremtik meg. Másrészt a környezeti értékek megőrzése érdekében ökológiai szemléletű területértékelés szükséges (ökológiai kapacitás, mint potenciális befogadóképesség becslése). Becslés szükséges a terület ökológiai terhelhetőségére vonatkozóan, hogy az a természeti környezet állapotának sérelme nélkül milyen terhelés fogadására alkalmas.

A terhelhetőség vizsgálatában feltétlenül szükséges az ökológiai szemlélet érvényesítése, bizonyos tervfajtáknál pedig - pl. a tájrendezési tervek esetében - elengedhetetlen az ökológiai területértékelés részletes kidolgozása. Fel kell tárnunk továbbá az adottságok kihasználásának mértékét, a hatékonyabb hasznosítás feltételeit, az üdülés-idegenforgalmi hasznosításba be nem vont potenciális adottságokat, s az ezekből fakadó fejlesztési tartalékokat.

### *A fogadókapacitás mennyiségi és minőségi jellemzőinek értékelése*

Az üdülés-idegenforgalom számára hasznosítható vonzástényezőként az adottságok a szükséges fogadókapacitás megteremtésével jelennek meg. A turisztikai fogadókapacitás meghatározó eleme a szálláshelybázis, de egyre fontosabb részét képezik az ellátás-szolgáltatás intézményei, valamint a vonzerőt növelő egyéb létesítmények is. A fogadókapacitás nagyságát és annak hiányosságait feltétlenül elemezni kell, mert teljes kihasználtság esetén megszabják a szállásigényes egyidejű üdülőlétszám elméletileg lehetséges maximumát. A fogadóbázist egyrészt a terület befogadóképességével, az adottságokból fakadó potenciális lehetőségekkel, másrészt a megjelenő fizetőképes kereslettel összevetve kell értékelni. A vizsgálatnak ki kell terjednie a szálláshelyek teljes körére, beleértve a magánférőhelyeket is. Ezen belül a következő férőhelytípusokat célszerű megkülönböztetetten kezelni:

a) kereskedelmi férőhelyek<sup>1</sup>:

- szálloda típusú férőhelyek (szálloda, motel, panzió, turistaszállás, kereskedelmi forgalomba adott szálloda típusú szociálturisztikai és ifjúsági férőhely),
- nyaralóház, kemping, kereskedelmi forgalomba adott ifjúsági tábor,
- *szervezett* fizetővendéglátás<sup>2</sup>,
- kereskedelmi forgalomban értékesített magán férőhelyek (magán panziók, kempingek, ill. nem szervezett, de adózott fizetővendéglátás és a falusi vendégfogadás);

b) szociálturisztikai férőhelyek - üdülők, hétfégyi pihenők;

<sup>1</sup> A felosztás nem tükrözi maradéktalanul a jelenleg hatályos osztálybesorolási rendelet kategóriáit!

<sup>2</sup> A szervezett fizetővendéglátás ma már nem létező kategória. Azoknak a vendégházaknak, lakásoknak és vendégszobáknak a kapacitását, forgalmát sorolták ide, amelyek hivatalos engedéllyel rendelkeztek, és utazási irodán keresztül értékesítették férőhelyeiket. Az ilyen vendégszobák adatai beépültek a KSH-statisztikákba, mert az utazási irodákat annak idején folyamatos adatszolgáltatásra kötelezték.

- c) ifjúsági férőhelyek;  
 d) magán férőhelyek (nem kereskedelmi hasznosítású)

- üdülőterületi
- telkes magán üdülők (hétvégi házak),
- szövetkezeti, társas magán üdülőférőhelyek,
- zártkerti, üdülési hasznosítású férőhelyek,
- üdülőfalvak megüresedett lakóházaiban kialakított üdülőférőhelyek.

A szálláskapacitáson főleg a kereskedelmi férőhelyeket érinti a rendszeres, folyamatos statisztikai megfigyelés. Az egységes adatbázis hiánya nehezíti az adott terület szálláshelybázisának mennyiségi számbavételét és minőségi összetételének értékelését. A szálláshelybázis minőségi színvonala szorosan összefügg a férőhelystruktúrával. A férőhelytípusonkénti összetétel értékelésénél a következő főbb szempontokat szükséges figyelembe venni:

- mennyiben biztosítja a hatékony hasznosítás lehetőségét; mennyiben felel meg a szezonális igényeknek, ill. segíti vagy gátolja az éves (több szezonú) igénybevételt;
- mennyiben felel meg a fizetőképes kereslet differenciált igényeinek, mely férőhelytípusokban vannak kapacitáshiányok; mennyiben szolgálja a minőségi turizmust, illetve a tömeges üdülési igényeket; mennyiben szolgálja a különböző üdülési tevékenységek fejlesztését.

Az üdülés-idegenforgalmat közvetlenül szolgáló üdülési infrastruktúra létesítményei közül a szálláshelyeket kizárólag az üdülőnépesség veszi igénybe, a többi ellátó-szolgáltató és egyéb létesítmény egyaránt szolgálja a lakó- és üdülőnépesség igényeinek kielégítését. Ennek megfelelően a hálózat kapacitásának értékelésénél - a lakossági ellátáson felül - figyelembe kell venni az üdülőnépesség ellátásából fakadó igényeket is. Különösen azokban a településekben fontos ez, ahol magas az egyidejű üdülőlétszám lakónépességhez viszonyított aránya. Értékelni kell, hogy az üdülési infrastruktúrahálózat összetétele mennyiben járul hozzá a kiegészítő üdülési tevékenységek fejlesztéséhez, az üdülés-idegenforgalmi kínálat bővítéséhez (pl. vonzerőt növelő, kiegészítő létesítmények - fürdők, sport-, kulturális és szórakoztató létesítmények - megléte, illetve hiánya), továbbá a hálózat rugalmassága mennyiben segíti a szezonális igények zsúfoltságmentes kielégítését. Fel kell tárnai a szűk keresztmetszeteket, az ellátási feszültségeket, továbbá hogy a forgalomnövekedésből milyen bevételei származhatnak az önkormányzatoknak. Vizsgálni kell az önerőből történő fejlesztés lehetőségeit, különösen a magán vállalkozói szféra lehetséges szerepvállalását is.

### **6.2.3 A vendégforgalom nagyságrendje, szerkezete, jellemző tendenciái**

A vendégforgalom vizsgálatánál jelentős problémát okoz, hogy statisztikai adatok csak az idegenforgalom egy szeletéről, a kereskedelmi szálláshelyi körbe tartozó vendégforgalomról állnak rendelkezésre. A szálláshelyeken realizált kereslet nagyságrendjének, szerkezetének elemzésénél csak közelítő becslésekre lehet támaszkodni. Vizsgálni kell a bel- és külföldi, a szállásigényes és a kiránduló, illetve tranzitforgalom arányait, nagyságrendjét, különböző rétegződését (milyen költési szintű rétegek jellemzik a vendégforgalmat), a forgalom szezonális ingadozását, s a forgalom tendenciáinak (összetétel, nagyságrend változásának) hatását a fejlesztési lehetőségek alakítására. Az éves kereslet (forgalom) nagyságrendje alapján becslés szükséges az egyidejű üdülőnépesség nagyságrendjére, s ezen belül a szállásigényes és kiránduló népesség arányára. Ennek nagyságrendjét a terület elméleti befogadóképességével összevetve, értékelhető az egyidejű terhelés.

#### **6.2.4 Az üdülés-idegenforgalom gazdasági eredményeinek alakulása**

Az idegenforgalom gazdasági eredményességének és gazdálkodási feltételrendszerének vizsgálatára különös hangsúlyt kell fektetni. Az elemzésnek főleg a tevékenység eredményességére és az önfejlődés feltételrendszerére kell irányulnia. Vizsgálni kell, hogy az idegenforgalom mekkora hányadot képvisel a tervezési terület gazdasági életében, a lakosság foglalkoztatottságában, életkörülményeinek alakulásában. Az idegenforgalom mely tényezőinek jövedelmezősége képvisel területfejlesztő erőt? Mekkora az idegenforgalmi bevételekből a helyben maradó hányad, és ez mennyiben fedezi az önfejlődés költségigényeit? Mekkora külső fejlesztés szükséges? Az idegenforgalom gazdálkodási adataira a fentieknek megfelelő részletezettségű információk jelenleg alig állnak rendelkezésre.

#### **6.2.5 A turisztikai kínálat és kereslet egyensúlya, feszültségei**

Az adottságok és a hasznosításukra kiépült fogadóképesség, valamint az erre, mint fogadóképességre ráépülő, sokrétű üdülés-idegenforgalmi funkciók képezik a terület üdülés-idegenforgalmi kínálatát. A keresleti oldalon az igények sokféleségével fellépő vendégforgalom (szállásigényes és kirándulóforgalom) jelenik meg. Egy-egy térségben különböző keresleti igények jelennek meg. A legfontosabbak ezek közül:

- a rövid tartózkodású, lakóhely közeli napi pihenési-rekreációs,
- az 1-2 napos, hétvégi üdülési, kirándulási, valamint
- a hosszabb tartózkodási idejű (éves szabadság eltöltése) és távolabbi területek felé irányuló tartós üdülési igények.

Az egyes keresleti típusok nagyságrendjei és egymás közötti arányai területenként - a fejlettségi szint és fogyasztási szokások alapján - eltérhetnek. Ezek meghatározása a konkrét munka során szükséges (nagyértékben helyi információkra és becslésekre támaszkodva).

Egy adott tervezési terület iránti igények a fenti keresleti tényezők különböző kombinációjában jelentkeznek. Biztosítani kell a napi rekreációs lehetőségeket, valamint a feltételeket a területen belülről és az azon kívülről jelentkező hétvégi és tartós üdülési igények számára. Mivel a kapacitások korlátozottak, így minél frekvenciáltabb egy üdülőkörzet, annál erőteljesebben preferálni kell a tartós és speciális üdülést. A keresleti és kínálati oldal összevetése alapján értékelhetők a két oldal egyensúlyának problémái, feszültségei, a fogadóképesség szűk keresztmetszetei, illetve kihasználtságának problémái. Feltárandó, hogy a latens potenciálok aktivizálásával, valamint a marketing és propagandatevékenység javításával milyen forgalomnövelés érhető el, mennyiben bővíthető az idegenforgalmi termékek kínálata, illetve segíthető elő komplexebb kínálat kialakítása és így a fogadóképesség növelése.

#### **6.2.6 A turizmusfejlesztési stratégia számára levonható következtetések**

A vizsgálat e részének összefoglalójaként, a főbb megállapítások alapján megjelölhetők az adott területen a fejlesztés lehetőségei, korlátai, fő céljai és irányai. Megfogalmazhatók a fejlesztés főbb koncepcionális irányelvei, a hosszú távú stratégiára vonatkozó legfontosabb következtetések, javaslatok. A koncepció számára legfontosabb szintetizált információk itt kerülnek átadásra.

### **6.3 Tartalmi elvárások a turizmushoz kapcsolódó más témaköröknél**

Az üdülő-idegenforgalmi körzetek területi terveiben a kapcsolódó témakörök alátámasztó jellegűek és a komplex szemléletet biztosítják. Kidolgozottságuk mélysége ennek megfelelő és meghatározása a konkrét feladat függvényében történik. Az ezzel kapcsolatos tartalmi követelmények így itt csak átfogóan, ill. utalásszerűen fogalmazhatók meg.

### 6.3.1 A turizmus társadalmi-gazdasági környezete a térségben

#### *Demográfiai viszonyok*

A turizmus speciális területi terveiben a demográfiai viszonyokat elsősorban

- az idegenforgalom munkaerőigényének kielégíthetősége, - az üdülési igények meghatározása, valamint
- a lakosság idegenforgalomban hasznosítható, illetve figyelembe veendő speciális adottságainak

feltárása szempontjából kell vizsgálni. Ennek megfelelően vizsgálni és elemezni kell

- a lakosság számának, nem-, kor- és foglalkoztatás szerinti összetételének,
- a természetes népmozgalom és a vándorlások alakulásának,
- a turizmusban hasznosítható képzettségének (szakmai, nyelvismeret stb.)

főbb adatait, tendenciáit. Speciális (nemzetiségi összetétel, falusi üdültetés fogadása iránti szándék, vagy egyéb szociológiai jellegű) vizsgálati feladatok is jelentkezhetnek, melyek általában helyszíni munkát igényelnek. Ez utóbbiak közé tartozhat a lakosság regionális öntudatának, területi identitásának vizsgálata is, melyek az idegenforgalmi hasznosításnál számításba vehetők.

#### *A termelő ágazatok helyzete*

E témakörben elsősorban az ipar- és bányászat, a mező- és erdőgazdálkodás és a szolgáltatások átfogó vizsgálata szükséges, melynek középpontjában elsősorban az idegenforgalommal való kölcsönhatások így

- a zavaró hatások (környezeti problémák, érdekütközések az üdülés-idegenforgalommal), ill.
- a segítő hatások (helyben hasznosítható termékek gyártása, szolgáltatások, szezon kívüli foglalkoztatási kooperáció stb.) állíthatók.

Külön vizsgálati témát jelenthetnek az ágazati érdekek területhasznosítási konfliktusai, ill. az esetleges fejlesztési potenciálok hasznosításának koordinációs lehetőségei. A vizsgálatok során elemezni kell az adott terület önfejlődésre való képességét, ill. a külső beavatkozások iránti igényét is.

### 6.3.2 Környezeti feltételek

A környezeti feltételek az üdülés-idegenforgalom alapvető adottságai közé tartoznak. A viszonylag érintetlen természet iránti igények növekednek. Az idegenforgalom ugyanakkor a táji értékek egyik nagy „fogyasztója”, így a megfelelő egyensúlyi helyzetek megtalálása különösen fontos. A környezeti elemek vizsgálatánál ennek „vezérlő elv”-ként kell érvényesülnie.

Az üdülés-idegenforgalom környezeti feltételei elsősorban két szempont szerinti vizsgálatot igényelnek. Így

- egyrészt az üdülés-idegenforgalom alapvető adottságai közé tartozó természeti értékek felhasználhatósága, illetve veszélyeztetettsége,
- másrészt a környezetvédelem hagyományos témakörei (levegő-, víz-, föld-, továbbá zaj- és rezgésvédelem)

szerinti adottságok és feladatok meghatározását. A feltárt és feldolgozott alapinformációk felhasználásával meg kell határozni a fontosabb környezeti és tájhasználati konfliktusokat, az ökológiai értékek megőrzése érdekében teendő korlátozások iránti igényeket. Különös



figyelmet kell fordítani a viszonylag még érintetlen (kevésbé érintett) természet védelmére, az idegenforgalom tájhasználati tevékenysége szabályozásának szükségességére.

Jelentősebb munkák esetében - külön munkarészben - célszerű kidolgozni a táj ökológiai terhelhetőségének feltételrendszerét és határértékeit is.

### 6.3.3 Az üdülés-idegenforgalom infrastrukturális feltételei

Az üdülés-idegenforgalom infrastrukturális feltételeinek vizsgálata

- egyrészt a hálózati elemek meglétének és alkalmasságának,
- másrészt az idegenforgalom speciális igényei szerinti intézményi infrastruktúra meglétének ill. hasznosíthatóságának

kérdésköreire koncentrálni.

A hálózati infrastruktúra terén foglalkozni kell

- a közlekedéshálózat és ellátottság (esetleg külön a tömegközlekedési ellátottság),
- vízi közműhálózat,
- az energiaellátás és
- a hírközlés

hálózati elemeivel, az ellátottság mértékével. Tekintettel arra, hogy a felsorolt hálózatok részben lakossági, illetve gazdasági, részben idegenforgalmi igények kielégítését is szolgálják, a szezonális igények és a kapacitások elvi feltételrendszerének meghatározása különös hangsúlyt kell kapjon (csúcsigények kielégítése).

A közlekedés, a vízi közmű és az energiaellátás mértéke és módja egyúttal környezetvédelmi, ill. területhasználatot befolyásoló elem, ill. fejlesztési korlátot is képez, melyre a vizsgálatnál figyelemmel kell lenni (pl. szennyvíztisztítási kapacitás, ill. igény). Valamennyi idegenforgalmi térségben elengedhetetlen követelmény a korszerű távközlés (automata távhívás, telex, telefax, elegendő szintű mobil-térerő stb.) megléte, így erre az nagy hangsúlyt kell helyezni ott, ahol ez még probléma. A mobil lefedettségi adatok szerencsére nemzetközi összehasonlításban is kifejezetten jók!

Hasonló módon kiemelt szempontot képez a hálózatok szűk keresztmetszeteinek, valamint kapacitástartalékainak kimutatása, az ebből származtatható fejlesztési adottságok, vagy korlátok megfogalmazása is. A hálózati elemek jelentős részének az önkormányzatokhoz kerülésére való tekintettel a fejlesztések önerőből történő megvalósíthatósága, ill. a központi erőforrások iránti igények megjelölése szükséges.

Az intézményi infrastruktúrák közül elsősorban azon elemek érdekesek, melyek az üdülés-idegenforgalom által szezonális többlet-terhelést kaphatnak (pl. egészségügy), ill. melyek kapacitását, vagy annak egy részét az idegenforgalom szezonálisan igénybe veheti (pl. oktatási-művelődési intézmények, kollégiumok stb.). A vizsgálatok során célszerű az igénybevétel feltételrendszerét is feltárni és meghatározni. Fentiekben felül foglalkozni kell az idegenforgalom speciális intézményi igényeivel (klubok, szórakoztató intézmények, sportlétesítmények stb.), ezek területi elhelyezkedésével is. A tervezés korábban kiterjedt a kiskereskedelmi és vendéglátó ellátottság kérdéseire is. Normatívák alkalmazásával meghatározta a szükséges létesítményi igényeket is. Ezeknek a vállalászási szférába kerülésével itt csupán a területi igények kielégíthetőségével, a kereskedelmi forgalom növekedése alapján várható bevételi (adóbevételi) többletekkel, valamint az esetleges strukturális vagy területi preferenciák iránti igények feltárásával célszerű foglalkozni.

### 6.3.4 Térszerkezeti, területfelhasználási összefüggések

A térszerkezeti és területfelhasználási összefüggések fejezete részben önálló munkarésznek, részben a munka területi összefoglalójának tekinthető.

Az üdülés-idegenforgalom térszerkezetének vizsgálata során fel kell tárnunk azokat a területi összefüggéseket, melyek a különböző funkciójú területek, települések között kialakultak, illetve továbbfejleszthetők. Meg kell vizsgálni az adottságok kínálati rendszerbe történő fűzésének és ezáltal egy magasabb minőségi fokozat elérésének lehetőségeit. A térszerkezeti vizsgálatok alapján megjelölhetők a tervezési terület főbb súlypontjai, az áramlások főbb irányai és mindezek által az infrastrukturális fejlesztések főbb térbeli arányai.

Az üdülőkörzetek központi funkciókat ellátó településeinek településhálózati funkcióival - mint az a korábbi tervekben előfordult - nem célszerű önállóan foglalkozni. Vizsgálni kell azonban a turisztikai és a többi elem összhangját, nevezetesen azt, hogy a turisztikai funkciók elősegítik-e, vagy zavaróan befolyásolják-e a települések komplex funkcióit.

A területfelhasználás vizsgálata regionális léptékben feltárja a területek igénybevételének jelenlegi arányait, az igénybevétel minőségi és mennyiségi mutatóit. E témakörön belül különös figyelmet kell fordítani az üdülő-idegenforgalmi létesítmények területigényére, valamint ezek általános kielégítettségére. A munka feltárja a továbbfejlesztésre igénybevételre javasolható területi tartalékokat és megjelölheti ezek célszerű irányait. Ez utóbbiak vonatkozásában a lehető legrugalmasabb területi struktúrák kialakítására célszerű törekedni.

A területfelhasználás vizsgálata kiterjedhet bizonyos ezzel kapcsolatos feladatok (pl. melioráció, vízrendezés, erdősítés stb.) szükségességének meghatározására is.

### 6.3.5 A turizmus gazdaságszervezési összefüggései

A turizmust érintő vizsgálatok összefoglaló munkarésze is tartalmaz gazdálkodási, gazdaságszervezési elemeket. Ezek az adott ágazat teendőire irányulnak. Célszerű a teljes tevékenységi kör területfejlesztési szemléletű gazdasági értékelése is, melyben az önfejlődés feltételrendszere (pl. adózási rendszer és helyi költségvetés), valamint a külső támogatási igények állanak a vizsgálódás középpontjában. Az eddigi regionális tervezés e kérdésekkel viszonylag keveset foglalkozott. Nem volt feladata és a hatósági-megbízói fogadókészség is hiányzott e feladat kifejlesztéséhez. A megbízók a korábbi tervezés (kimondatlan) fő feladatának a támogatási igények megfelelő alátámasztását tekintették. A vállalászati szféra térhódításával és az önkormányzati feladatkörök kialakulásával párhuzamosan a különböző gazdálkodási feladatok áttekintése, a tevékenységek hatékonyságának vizsgálata és a gazdaságszervezési feladatok meghatározása elengedhetlenné fog válni.

A területi tervezéssel szemben - e vonatkozásban - leginkább e kettős elvárás jelentkezik:

- A vállalászati szféra megfelelő orientációt vár tevékenységének várható eredményességére, a saját kezdeményezésű feladatainak (megvalósíthatósági tanulmányainak) kidolgoztatása számára.
- A különböző országos, regionális és helyi hatóságok, önkormányzatok, érdekképviseleti szervek pedig saját tevékenységükhöz szükséges információkat és feladatmeghatározást várják, melynek középpontjában - mint fentebb már említettük - az önálló fejlesztés lehetősége és feltételrendszere áll. (A fejlesztés költségigénye és ennek fedezete, valamint a szükséges intézkedések köre.)

Mindezekhez csatlakozik a helyi társadalom igénye az őt érintő fejlesztésekről való tájékoztatásra vonatkozóan.

## 6.4 Koncepció (cél- és eszközrendszer, a megvalósítás feltételei)

### 6.4.1 Általános alapelvek

A tervezés folyamatában a koncepció munkaszakasz eddigiekben is a legtöbb szellemi ráfordítást igénylő munkarész volt és e jellege a továbbiakban még fokozódni fog. Gyakorlatilag e munkarész vázolja fel, ill. változatokban, scenáriókban értékeli a fejlődés főbb folyamatait, a várható tendenciákat, a javasolt stratégiát és az ehhez szükséges átfogó intézkedéseket. A koncepció igényli a legszélesebb körű egyeztetést, melynek lehetőségét biztosítani szükséges.

A koncepció tartalmazza a tervezés lényegi részét meghatározó általános célkitűzéseket, elveket, távlati stratégiát, a lehetséges változatokat és ezek feltételrendszerét, a fejlesztés súlyponti feladatait és területeit, amelyek megfelelő szintű elfogadása után dolgozható ki a terv, mely a jóváhagyott és részletesebben kifejtett koncepcióváltozatnak tekinthető. Ezért - a korábbi gyakorlattal szemben - elsősorban nem a tervnek, hanem a széles körben egyeztetett koncepciónak kellene jóváhagyásra kerülnie.

A tervezés által érintett feladatok kompetencia szintek szerinti átrendeződése és így mind a megközelítésekben, mind az eszközrendszerben bekövetkező változások is a jóváhagyási rendszer átalakítását igénylik. A vizsgálat eredményeiből kiindulva, - amely következtetéseinek összegzéseként prekonceptcionális szinten megfogalmazta a főbb célokat és irányelveket - figyelembe véve a tervvel szemben támasztott társadalmi elvárásokat, határozza meg a koncepció az adott térség fejlesztésének távlati, általános célkitűzéseit. A koncepció lényegi része a célkitűzések megvalósítását szolgáló fejlesztési stratégia kidolgozása.

A stratégia nagymértékben épít a helyi adottságokra, az ezekben rejlő innovációs lehetőségek feltárására és kiaknázására, amely elősegíti a terület önfejlődését. Ugyanakkor kitekint a nagyobb térségi folyamatokra, ezek összefüggéseibe helyezve határozza meg a folyamatok fő irányát, ezek kapcsolódási pontjait, a folyamatok befolyásolásának lehetőségét, ill. szükségességét. Elvi szinten rögzíti a főbb fejlesztési nagyságrendekre és irányokra vonatkozó koncepcionális elképzeléseket. Az adottságokat hatékonyan hasznosító, az ökológiai érdekeket szem előtt tartó, rendszer- és térségszemléletű fejlesztés szükséges, amely egységes rendszerbe foglalja a különböző fejlesztési elképzeléseket, s a területi javaslatok összekapcsolásával együtt fejlesztendő térségek, a rendszerbe foglalt fejlesztésekkel összekapcsolható flexibilis területi struktúrák kialakítására törekszik.

Ezen belül meg kell határozni azokat a stratégiai feladatokat és súlyponti területeket, amelyekre a fejlesztési stratégia összpontosít. E fejlesztési és területi prioritások a tervezés időtávján belül módosulhatnak. (Ilyen lehet például, ha a stratégia az első ütemben elsősorban a meglévő erőforrások, bázisok hatékonyabb hasznosítására, a fejlesztés gátját képező szűk keresztmetszetek oldására irányul, és a területi hatékonyság érdekében fejlesztési pólusokat, súlypontokat jelöl meg. A következő szakaszban helyez nagyobb hangsúlyt a korábban nem hasznosított potenciális adottságok erőteljesebb bevonására, a minőségi fejlesztésre, s a funkcionális területi kapcsolatok erősítésére.) Az általános célokat, elveket, fejlesztési irányokat és arányokat kijelölő, a fejlesztés stratégiáját, annak területi és ágazati prioritásait, s a legfontosabb koncepcionális javaslatokat megfogalmazó munkarész a koncepció elfogadásra kerülő része. Ezt alátámasztó munkarészek egészíthetik ki, melyek a feltételezett, ill. figyelembe vett ágazati, vállalkozói fejlesztési elgondolásokat tartalmazzák, és melyek - hatáskör híján jóváhagyásra nem kerülnek, de ezek befolyásolási, intézkedési igényét meg kell határozni.

## 6.4.2 Tartalmi követelmények

### *Üdülés-idegenforgalmi koncepció*

A vizsgálat a kereslet és kínálat egyensúlyi problémáinak elemzésében foglalja össze a főbb vizsgálati eredményeket, a kereslettel összevetve részletesen feltárja a kínálati oldalt, annak hiányosságait, s az adottságokban rejlő fejlesztési tehetőségeket, megfogalmazva a fő fejlesztési irányokat és legfontosabb fejlesztési feladatokat. A koncepció is a kereslet-kínálat relációjában fogalmazza meg a fejlesztési javaslatait.

### *Keresleti prognózis*

A nemzetközi és országos idegenforgalomban várható tendenciák figyelembevételével, a térség országos idegenforgalomban betöltött szerepe, jelentősége, s a vizsgálat eredményei alapján prognosztizálható a kereslet várható alakulása. Prognosztizálni kell a kereslet várható nagyságrendjét és összetételét (szállást igénylő-, illetve kiránduló- és tranzit forgalom, külföldi és belföldi forgalom várható aránya, az egyes turisztikai tevékenységek iránti várható igények stb.).

A várható éves forgalom nagyságrendje alapján - számításba véve a szezonáltság jellemzőit a térségben - becslés szükséges az egyidejű üdülönépesség-szám javasolható nagyságrendjére. A különböző infrastruktúra-fejlesztési igények e becslésekre támaszkodnak. E koncepcionális javaslat kialakításánál figyelembe kell venni a térségnek az ökológiai vizsgálat alapján számított elméleti terhelhetőségét is.

Az egyidejű üdülönépesség-számon belül ki kell mutatni a szállásigényes és kiránduló népesség várható arányát. Az ellátás megfelelő szintű biztosítása érdekében elsősorban a rendszeresen előforduló hétvégi üdülőlétszám becslése szükséges, de emellett egyes üdülőkörzetek (pl. Balaton) esetében prognosztizálni kell a kiugró szezoncsúcsokat is. A koncepciónak javaslatot kell adnia ezen csúcsigények kielégítése (vagy ki nem elégítése) tárgyában is.

### *Az üdülés-idegenforgalom kínálatának (idegenforgalmi termékek) fejlesztési javaslat*

Az üdülés-idegenforgalmi kínálat fogalmkörébe az adottságok, azok különböző hasznosítási módjait jelentő üdülés-idegenforgalmi (turisztikai) tevékenységek, illetve az értékesítésükre szervezett programok, „szolgáltatáscsomagok”, továbbá az ezeket piacképessé tevő, azaz a fogadóképességet biztosító széleskörű fogadókapacitás (üdülési infrastruktúra) tartoznak. E széles skálájú kínálat elemeit nevezi a szakirodalom (az angol megnevezés tükröfordítása alapján) idegenforgalmi terméknek. A turisztikai termék tehát az az adottságokra alapuló szolgáltatáscsomag, amelyet a hozzá tartozó üdülési infrastruktúra tesz értékesíthetővé.

Az idegenforgalom fejlesztési stratégiájában mind jobban előtérbe kerül az idegenforgalmi termék-centrikus fejlesztés, ami a kínálati elemek rendszerbe foglalt fejlesztését jelenti.

Tekintettel arra, hogy nem rendelkezünk nemzetközi hírű, abszolút vonzástényezővel (mint pl. tengerpart, magashegység), hanem sok kisebb, egyedi attrakcióval, sajátossággal, így ezek összekapcsolt fejlesztése és kiejánlása, egységes kínálati rendszerbe foglalása fontos feladat. A kínálati rendszeren belül meg kell jelölni azokat a súlyponti elemeket, amelyekre a fejlesztési stratégia koncentrálni, s amelyek köré a többi kiegészítő elem szervezhető.

A fejlesztési stratégiának az extenzív bővítés helyett a minőségi fejlesztést kell előtérbe helyeznie. Ez nem jelentheti a külföldi beutaztatás kizárólagos preferálását. A stratégia súlyponti elemeit képező idegenforgalmi termékeknél a differenciált igényeket komplexen

kielégítő fejlesztésekre kell törekedni; tehát minden keresleti réteg számára, az igényeihez igazodó színvonalas kínálat megteremtését, a fogadóképítés alaplétesítményei (szállás-ellátás) mellett a szabadidő-eltöltés széleskörű választékát biztosító kiegészítő létesítmények sokrétű kiépítését célszerű célként elfogadni. Ez magasabb költségi szint elérését is segíti, egyrészt a széles választékú kínálat megteremtésével, másrészt azáltal, hogy a fogadóképesség színvonalas kiépítése magasabb fizetőképességű keresletet vonz.

A koncepciónak meg kell határoznia a fő fejlesztési irányokhoz kapcsolódó idegenforgalmi termékbővítő feladatokat, a különböző üdültevékenységek fogadóképességének fejlesztési igényét, ezen belül különösen a minőségi turizmus követelményrendszerét.

A koncepció fokozottan épít a helyi adottságokra, az azokban levő tartalékokra, a regionalitásban rejlő értékekre, az ezekre alapozott új fejlesztési lehetőségekre. A térség egyedi, sajátos arculatának, idegenforgalmi imázsának kialakítására irányuló, célra orientált fejlesztési stratégia (politika) szükséges. A helyi tartalékok feltárása és mozgósítása, az innovációs képesség felszabadítása a térség önfejlődését segíti. Ebben nagy szerep jut a helyi önkormányzatoknak, a vállalkozókésztségnek és általában az emberi tényezőnek, a lakosság egészséges lokálpatriotizmusában megnyilvánuló regionális öntudatnak (helyi értékek, hagyományok megőrzése, ápolása, idegenforgalmi attrakcióként hasznosítása).

A fejlesztési stratégiának fontos része a marketing-stratégia. Magas színvonalú program-szervező- és propagandatevékenységgel a forgalom növelése, szerkezetének javítása, területi, időbeli irányítása, ezáltal a fogadóképesség hatékonyabb kihasználása érhető el, ami az idegenforgalmi bevételek növelését, ennek folytán a területi investíciók bővülést teszi lehetővé.

#### *Az üdülő-idegenforgalmi fogadóképítés fejlesztési igénye*

A keresletprognózissal, illetve az egyidejű szállásigényes üdülőlétszám koncepcionális javaslatával, valamint a kínálati elemek fejlesztési javaslatával összevetve határozható meg a fogadóképítés-fejlesztés igénye. A javaslat kialakításánál visszacsatolás szükséges a fejlesztés peremfeltételei, a vizsgálatban feltárt fejlesztési lehetőségek és korlátok figyelembevétele alapján (pl. alap-infrastrukturális ellátás küszöbértékei, környezeti feltételek).

A széleskörűen értelmezett fogadóképítés magában foglalná a teljes üdülési infrastruktúrát, amelynek meghatározó eleme a szálláshely-kapacitás, fontos részét képezik továbbá az ellátó- szolgáltató létesítmények, a vonzerőt növelő, egyéb kiegészítő (sport-, szórakoztató-, kulturális) létesítmények, valamint az üdülőnépesség széleskörű ellátásával is összefüggő egyéb intézményhálózat (pl. szakképzés, egészségügy).

A mennyiségi kapacitás biztosításán túl fontos a széleskörű kínálati rendszert kiszolgáló, a differenciált igényeknek megfelelő strukturális összetétel kialakítása. A struktúra-javítás, a minőségi fejlesztés a meglévő bázisok innovációs képességét fokozza, ezáltal a terület önfejlődését segíti elő. Ebben az irányba hat a vállalkozói szféra élénkítése, mind nagyobb szerephez jutása az ellátó létesítmények fejlesztése terén.

A struktúra-javítás, a fogadóképítés létesítményeinek komplettírozása a minőségi fejlesztést segíti elő. A fejlesztésen belül biztosítani kell a mennyiségi és minőségi elemek összhangját, és a fogadóképítésnek a kínálati rendszerhez igazodó olyan bővítése szükséges, amely elősegíti a férőhelykihasználtság javítását, általában a hatékonyabb igénybevételt.

## 6.5 A kapcsolódó egyéb témakörök fejlesztési koncepciói

### 6.5.1 A társadalmi-gazdasági környezet alakulása

A társadalmi-gazdasági környezet alakulását elsősorban, mint külső feltételrendszert tekintjük át a koncepció. Az itt tárgyalt témák, bár jelentős mértékben e munkától függetlenül alakulnak, az üdülés-idegenforgalom fejlesztésével nem elhanyagolható kölcsönhatásban is állnak. E tendenciák figyelembevétele szükséges.

#### *A népesedési, foglalkoztatási viszonyok alakulása*

A lakónépesség várható alakulásának, demográfiai összetételének és foglalkoztatási viszonyainak prognózisa két fő szempontból szükséges a turisztikai koncepció számára:

- A lakónépességnek a területen megjelenő helyi üdülési igénye befolyásolja a realizálható üdülés-idegenforgalmi kereslet alakulását. Elsősorban a hétfégi, városkörnyéki üdülési igényként jelentkezik, ami főként a nagyobb városok környezetében számottevő.
- A turizmus munkaerőigényének kielégítése döntően az adott térség munkaerőforrására támaszkodik (főleg a terciér szektorhoz tartozó szakképzett munkaerőre).

Mind a népesség üdülési igényének alakulása, mind a munkaerőhelyzet nagymértékben összefügg a népesség kor-, iskolai végzettség-, szakképzettség szerinti összetételével, társadalmi rétegződésével. Ezért a demográfiai prognózisnak fel kell vázolnia a népesedési viszonyok várható tendenciáit (népmozgalom, népességszám, munkaerőforrás várható alakulása), a foglalkoztatási átrétegződés irányát, ütemét, a foglalkoztatási szerkezet várható alakulását. Értékelni kell a várható tendenciák és a fejlesztési szándékok egybeesését, illetve eltéréseit és ez utóbbi esetében a szükséges, ill. megtehető intézkedések körét.

#### *A termelő ágazatok és az üdülés-idegenforgalom kapcsolata*

A frekvenciált üdülőtérségekben is az üdülés-idegenforgalom egyik területhasználóként, a település gazdaságán belül egyik - bár fokozódó jelentőségű - gazdasági ággként jelenik meg, ami a különböző érdekek ütközését vonja maga után (tájhasználati és gazdasági érdekkonfliktusok). A koncepciónak nem feladata a termelőágazatok önálló fejlesztési koncepcióját kidolgozni, hanem elsődlegesen az üdülés-idegenforgalommal való érdekellentétek oldására, közelítésére tesz javaslatot. Ilyen érdekellentétek lehetnek az ipar kedvezőtlen telephely-választása, üdülés-idegenforgalmat, s általában a környezetet zavaró hatása, a felszíni bányászat tájrombolása, környezetrontása; az erdőgazdálkodáson belül a termelési és üdülési érdekek összhangjának a hiánya, a zártkertekben a termelési és üdülési célú felhasználás konfliktusa stb.

Az üdülés-idegenforgalom és a többi gazdasági ág relációjában a pozitív előjelű kapcsolatok fejlesztésére is hangsúlyt helyez a koncepció. Ezen belül említendő pl., az erdőgazdaságok szerepvállalása az erdei üdülés, vadászat stb. fejlesztésében, a mezőgazdasági üzemek részvételének fokozása az üdülés-idegenforgalomban (pl. lovaglás, vadászat, víztározók üdülési célú hasznosítása), a vendégforgalom ellátásába bekapcsolódás, idegenforgalommal kapcsolatos szolgáltatások fejlesztése, általában az üdülés-idegenforgalom vállalkozás-élénkítő hatásában rejlő lehetőségek feltárása, a lakosság fokozottabb mértékű bekapcsolása az idegenforgalomba (pl. falusi üdültetésbe), ami jelentős kiegészítő jövedelemforrás is lehet.

## 6.5.2 Környezetfejlesztési feladatok

A tervezési munka egész folyamatában érvényesíteni kell az ökológiai szemléletet, amelynek különösen a koncepcióban kell hangsúlyt kapnia. A természeti és művi környezet értékeinek megőrzése ill. védelme a turizmus alapvető adottságainak védelmét jelenti a térségben mindenütt, de a védett területeken a táji és természeti értékek védelmére, harmóniájának megőrzésére kiemelt figyelmet kell fordítani. E területeken csak a védelmi célokkal összhangban levő gazdálkodás és üdülési hasznosítás folytatható. A védett területeken belül a nemzeti parkok és tájvédelmi körzetek - éppen kimagasló ökológiai értékeik miatt - különösen értékesek a turizmus számára, igénybevételük azonban nem veszélyeztetheti a táj ökológiai egyensúlyát. Hasznosításuk során a védelmi céloknak és követelményeknek elsődlegességet kell biztosítani. A fejlesztési koncepcióban egyenként és együttesen számba kell venni a fejlesztési javaslatok várható környezeti hatását, terhelését. A területen csak az ökológiai terhelhetőséggel összhangban levő igénybevétel engedhető meg.

A koncepcióban meg kell határozni a területen folyó tevékenységek okozta káros hatások csökkentése és megszüntetése, illetve megelőzése érdekében szükséges környezetvédelmi feladatokat és intézkedéseket a főbb környezeti tényezők szerint (föld-, víz-, levegő-, élővilág stb. -védelem). Javaslatot kell tenni a különböző tájhasználók érdekközléséből és kedvezőtlen területhasználatából adódó tájhasználati konfliktusok feloldására.

A kedvező ökológiai állapot megőrzésében a környezetvédelem műszaki-, gazdasági- és szabályozási feltételei mellett jelentős a társadalmi-emberi tényező szerepe, amely a környezet iránti esztétikai igényességben, környezetbarát magatartásban, a környezeti kultúrában fejeződik ki. A koncepció intézkedési részében erre megfelelő javaslatokat kell adni.

## 6.5.3 A hálózati infrastrukturális ellátás fejlesztési javaslata

A műszaki infrastruktúra fejlesztési javaslatait a koncepció a hálózatok nagyobb térségi kapcsolatainak figyelembevételével fogalmazza meg, de a figyelmet elsődlegesen a turizmus által támasztott infrastrukturális igények és a hálózati kapacitások egyensúlyának megteremtésére összpontosítja. Az infrastrukturális fejlesztéseknek a meglévő feszültségek oldása, a kapacitáshiányok pótlása mellett szolgálniuk kell az üdülés-idegenforgalmi fejlesztésekből fakadó igények kielégítését, valamint a környezetfejlesztés szempontjait is.

A fejlesztési koncepció számára fontos peremfeltételek a vizsgálatban feltárt (esetlegesen meglévő) infrastrukturális küszöbértékek, melyek egy nagyságrendi szinten a fejlesztés lehetőségeit és korlátait képezik. A reálisan megvalósítható hálózatbővítési javaslatok alapján visszacsatolás szükséges a turisztikai fogadóképesség fejlesztésének koncepcionális előirányzatához. Törekedni kell a meglévő kapacitások hatékonyabb kihasználására, ugyanakkor a fejlesztések alapfeltételét képező hálózati infrastruktúrát meg kell teremteni.

Az infrastruktúra fejlesztési koncepciójának kidolgozása jelentős mértékben kölcsönkapcsolatban áll a térszerkezet és területfelhasználás koncepciójával. A rugalmas területi szerkezet egyúttal igényli, ill. feltételezi az ezt rugalmasan követő infrastruktúrát is. Az üdülés-idegenforgalom fejlesztésének súlyponti területeire meg kell adni a lehetséges fejlesztések infrastruktúra igényeit, a kiépítésükre vonatkozó javaslatokat. Ennek érdekében valamilyen érintett infrastrukturális ágazatra vonatkozóan meg kell határozni azokat a küszöbértékeket, amelyek kiépítése gazdaságos, és a súlyponti térségekben ezek kiépítésére kell törekedni. Nagyságrendjeik (kapacitás-küszöbértékeik) egyúttal visszacsatolást igényelnek a területi struktúra „rugalmasságára” vonatkozóan is.

Külön feladatot jelent szinte valamennyi infrastrukturális ágazat - de különösen a közmű-fejlesztések - koncepciójának kialakításánál a hálózatok szezonális igénybevételének, az ezzel összefüggésben levő műszaki és gazdasági szempontoknak az áttekintése, mérlegelése és a megfelelő javaslatok kialakítása (kapacitástartalékok képzése, csúcsigények kielégítése, vagy ennek korlátozása stb.).

A közlekedés terén hangsúlyos feladat a fő idegenforgalmi útvonalak, megközelítő utak fejlesztési igényének meghatározása, a terület belső feltártságának javítása, ezen belül a tömegközlekedés fejlesztése, környezetkímélő megoldások bevezetése, továbbá a közlekedés kiszolgáló létesítményeinek fejlesztése.

A frekvenciált térségekben különösen fontos a hírközlés fejlesztése, e téren látványos előrelépés következett be az elmúlt évtizedben.

A víziközmű ellátás terén alapelveként kell tekinteni, hogy minden további fejlesztés alapfeltétele a szennyvízkezelés megoldása. A közműhálózat javítását elsődlegesen a környezetvédelmi érdek kényszeríti ki. Az energiaellátás terén szerkezetátalakítással takarékos energiafelhasználásra és környezetbarát megoldások alkalmazására kell törekedni.

Részben infrastrukturális, részben környezetfejlesztési feladatot képez a térség hulladék-elhelyezési, ártalmatlanítási, esetleges hasznosítási koncepciójának kidolgozása. Napjainkban ez már az esetek többségében csak regionális léptékben oldható meg, ami széleskörű vizsgálatokat és érdekegyeztetést igényel.

Az idegenforgalom és az infrastruktúra-fejlesztés szoros kapcsolatában a turizmus településfejlesztő hatást gyakorol. Az idegenforgalmi fejlesztés ugyanis infrastruktúrát vonz a területre, s a meglévő infrastruktúra pedig további fejlesztéseket indukál.

Az elosztási rendszer változásával, a vállalkozások erősödésével az infrastrukturális beruházásokban várható és támogatandó a területen képződő források mobilizálódása, de a főhálózati rendszerek, főművek megvalósítása továbbra is központi erőforrásokat igényel (pl. fő megközelítő utak bővítése, regionális ivóvízrendszerek fejlesztése, szennyvíztisztítók, gerincvezetékek kiépítése, az energiaellátás terén a főelosztó hálózati rendszer fejlesztése).

#### **6.5.4 Térszerkezet, területfelhasználás koncepcionális javaslata**

Ennek keretében javaslatokat kell kidolgozni a főbb térszerkezeti arányokra, a nagytérségi külső és a kistérségi belső térszerkezeti kapcsolatok továbbfejlesztésére, a területi-funkcionális kapcsolatrendszer javításában rejlő fejlesztési lehetőségekre. A fejlesztési stratégiával összhangban meg kell határozni a fejlesztés súlyponti területeit, a fő térszerkezeti irányokat, a koncepció fő irányainak, illetve az egyes koncepcióváltozatoknak megfelelően funkcionálisan összefüggő, együttfejlesztendő térségeket, illetve flexibilis területi struktúrákat. Ki kell jelölni a különböző üdülési igények kielégítésére szolgáló funkcionális zónákat (így pl. az elsődlegesen országos jelentőségű tartós üdülés, a tömegesen megjelenő városkörnyéki hétféligi üdülés és a kiránduló igények kielégítésének területeit).

Meg kell vizsgálni, hogy az egyes települések üdülés-idegenforgalmi funkciói, illetve ennek fejlesztési irányai, valamint az adott település egyéb településhálózati funkciói mennyiben vannak összhangban, és javaslatot kell tenni ezek fejlesztésére.

A területfelhasználási koncepció racionális és hatékony területfelhasználás kialakítására törekszik a fejlesztések területigényének - lehetőségek szerint - takarékos kielégítésével. Javaslatot tesz arra, hogy az egyes területek optimálisan milyen funkciók (tevékenységek) fogadására alkalmasak, illetve egy adott tevékenység fejlesztése mely területeken a legkedvezőbb és milyen feltételek mellett.



A területfelhasználás valamennyi elemének áttekintése szükséges de ezen belül - a térség konkrét adottságainak megfelelően kiemelten kell foglalkozni az üdülési célú területekkel (üdülőterületek, ill. üdülőtelepülések vegyes övezetei, üdülési célú erdő- és zártkert-területek), továbbá a védett, illetve védelmi célú területekkel.

A koncepciónak feladata a harmonikus táji kapcsolatok kialakítása és biztosítása (ennek érdekében pl. komplex zöldterületi rendszer létrehozása, amely zöldterületi folyosókkal megteremti a kapcsolatot az erdők és belterületi zöldterületek között).

Az eltérő területhasználati igények rugalmas kielégítésére flexibilis területi struktúrák kialakítását javasolja, amelyek az infrastruktúra-rendszerek területigényére is visszahatnak.

A tulajdonviszonyok átalakulását követően a területek tulajdonviszonya; is feltehetően koncepcióképzési elemmé válnak. Egyrészt területhasznosítási, másrészt területgazdálkodási (tartalékolás, értéknövekedés stb.) szempontok is jelentős szerephez juthatnak.

A tulajdonviszonyok változása is szükségessé teszi egy új építési szabályozás kidolgozását. Ennél mind az újabb igazgatási (pl. építési tilalmi), mind a környezetvédelmi célkitűzéseket is figyelembe kell venni. A védett és tájképileg érzékeny területeken fontos a hagyományos tájhasználat megőrzése, és általában a környezetvédelmi szempontból érzékeny területeken csak a védelmi céloknak megfelelő területhasználat irányozható elő.

## **6.6 A terv elkészítése és karbantartása**

A terv a jóváhagyott koncepció (vázlat) részletesebb kibontását jelenti. Főleg az alátámasztó munkarészek, a feltételrendszer és az intézkedési programcsomag kidolgozására irányul, amely egyúttal feltételezi a közbenső munkaszakaszok, az elemző és értékelő fázisok maradéktalan megvalósítását, és a terv-munkaszakaszok megfelelő dokumentálását, a dokumentációk (pl. emlékeztetők) kontrollját és egyeztetését.

A terv elkészítése már nem koncentrálna annyira a jövőképre, inkább a folyamatokra és azok feltételrendszerére. A tervkészítés során kell kialakítani az ún. flexibilis struktúrákat, megteremteni a terv későbbi folyamatos karbantartásának lehetőségét.

A rugalmas területi struktúrák kialakítása érdekében hosszabb távra pl. nem a konkrét objektumok valamelyikét (szállodát, fürdőlétesítményt stb.) szokás vagy ajánlott megjelölni, hanem a terület lehetséges funkcióit és alkalmasságát.

A terv kötelező tartozéka az ún. vezetői összefoglaló, ajánlott melléklete pedig egy olyan „szóróanyag”, amely széles körben ismerteti és népszerűsíti a terv egészét vagy annak valamelyik részterületét, intézkedési csomagját.

Gyakorlatilag valamennyi korszerű területi tervezést és területgazdálkodást folytató országban a rulirozó tervezés módszerét alkalmazzák, vagyis a tervek időszakos felülvizsgálata helyett folyamatos azok karbantartása, gondozása és továbbvezetése. A folyamatos tervezés alkalmazásának előfeltétele egy permanens területi adatbank és monitoring-rendszer működtetése.

A rulirozó tervezés, a folyamatos karbantartás feltételeinek megteremtése és fenntartása az érintett államigazgatási, önkormányzati testületek és apparátusok elsődleges feladata, míg az effektív tervező- és karbantartó feladatokat célszerű szakemberre, netán külsős tanácsadó cégre, de mindenképpen egy szakirányú képzettséggel rendelkező tapasztalt projektmenedzserre bízni.

## 7. PUBLIKUS ÉS NEM PUBLIKUS PREKONCEPCIÓ

### 7.1 Publikus hipotézisek és elvárások

A publikus célokat a kutató rendszerint a Megbízóval közösen fogalmazza meg. Egy részét már úgymond készen kapja, azaz a Megbízó egyes célokat, igazolásra váró állításokat eleve beépít a pályázati kiírásba – a cél ezeknek igazolása vagy cáfolata. A kiválasztott konkrét kutatás fő, igazolásra váró céljai az alábbiak szerint foglalhatók össze:

- Komárom-Esztergom megye rendelkezik olyan adottságokkal és turisztikai kínálattal, amelyik bel- és külföldön egyaránt versenyképes, vagy azzá tehető.
- Kiválaszthatók és felfejleszthetők azok a kulcsterületek (alapvető idegenforgalmi termékek), amelyek igazodnak a nemzetközi kereslet trendjeihez, és a turisztikai bevételeket döntő mértékben befolyásolják.
- Kijelölhetők azok a kistérségek illetve települések, amelyek a megye idegenforgalmának motorját képezik, amelyekre a környező települések felfűzhetik a maguk komplementer jellegű szolgáltatási csomagjait.
- Kiválaszthatók azok az egyedi objektumok (települések, létesítmények vagy attrakciók), amelyek önálló fejlesztési projektjét érdemes kiemelten kezelni és támogatni.
- A kutató team jelölje ki fenti elvek alapján a fejlesztési góccokat: termékeket, tájegységeket és egyedi projekteket, határozza meg a szervezetfejlesztés, a humán erőforrás-ellátottság, a koordináció és a marketing vonalán szükséges lépéseket illetve teendőket.

### 7.2 Nem publikus hipotézisek és elvárások

A nem publikus célok felölelik a Megbízó és a kutatók nyíltan nem feltétlenül kimondott elvárásait, saját igazolásra váró hipotéziseiket – köztük nem egyszer az előítéleteiket is. A nem publikus hipotézisek vagy előítéleteket sokszor ki se mondják, a következtetéseket ki-ki megtartja saját magának, saját álláspontjának igazolását szűrik le a vezetői összefoglalóból ill. a teljes kutatási anyagból. Természetesen mindegyikre ez alkalommal sem térhetek ki, mert a szakértői munka folytatásának íratlan szabálya a Megbízók által alapkövetelménynek tekintett diszkréció, hogy bármilyen kutatási eredmény, kritikai megállapítás csak velük egyeztetve, az ő jóváhagyásuk birtokában hozható nyilvánosságra.

- A megyei önkormányzat nem csak szavakban, de tettekkel bizonyíthatóan teljesíti törvényben előírt kötelezettségét a térség idegenforgalmának szervezését illetően.
- A politikusok mindig mindenből politikai tőkét igyekeznek kovácsolni, bármiről is legyen szó.
- A turisztikai szakember hozzá kíván járulni a konszenzus kialakításához a turizmusfejlesztésben, ennek érdekében megkönyékezi és igyekszik befolyásolni a felölös döntéshozókat.
- Kimondva, kimondatlanul a külső tanácsadó a turizmus integrált tervezésének elvét népszerűsíti, amikor arra törekszik, hogy a legkülönbözőbb területeken dolgozó, másirányú képzettségű felső- és középvezetőkkel, tisztségviselőkkel illetve szakemberekkel megértesse a turizmusfejlesztés összefüggéseit a többi ágazattal.

Jelen kutatás nyíltanA következő fejezetrészekben ezekre a felvetésekre kerestem, kerestük a választ a több mint fél éves kutatás közben.

## 8. TURISZTIKAI TERVEZÉS A GYAKORLATBAN

### 8.1 Turisztikai kutatási program indítása, feladatelhatárolás

Az értekezés keretében egy gyakorlatban lefolytatott kutatást és tervezést mutatok be elsődlegesen módszertani megközelítésben. A Komárom-Esztergom Megyei Közgyűlés Nemzetközi Kapcsolatok és Idegenforgalmi Bizottsága 2001 januárjában döntött, hogy elkészíteti a megye középtávú idegenforgalmi stratégiai programját. A munka elkészítésére egy 4 fős szakértői team kapott felkérést, amelyet dr. Meszter Lászlóval, az Inn-Side Kft ügyvezetőjével közösen irányítottunk. Komárom-Esztergom megye Önkormányzata 1995-ben elkészítette a megye komplex idegenforgalmi fejlesztési programját. A szakbizottság véleménye alapján, a megyei szakmai irányítás az abban megfogalmazott irányvonalak figyelembe vétele mellett folytatta tevékenységét. Ugyanakkor, az elmúlt hat évben a turizmus területe olyan dinamikus változásokon ment keresztül az országos szakmai, irányítási és támogatási rendszereket tekintve, amelyek indokoltá tették a korábbi anyag felülvizsgálatát és az ágazat megyei helyzetének és fejlesztési lehetőségeinek újbóli átgondolását.

A kutatás bemutatását annak pontosításával illik kezdeni, hogy milyen volt a munkamegosztás, azaz mely munkafázisokat végeztek a partnerek és melyeket a Szerző. Közös munka volt a tervezési ajánlat elkészítése, a kutatási program, módszertan és a segédanyagok kidolgozása, a workshopok megszervezése és lebonyolítása, a kiértékelés, a jövőkép és az operatív programok rendszerének felállítása, az összefoglalás és a kész anyag prezentálása. Ezen túl a feladatelhatárolás egyszerre volt funkcionális és földrajzi. Anélkül, hogy minden egyes települést vagy témakört érintenék, a vonzerők feltérképezésénél pl. az Inn-Side munkatársai végezték el a Dunakanyar, a Szerző pedig Tata, Komárom és Kisbér térségének felmérését és kiértékelését. Teljes volt a munkamegosztás az interjúknál: az Inn-Side munkatársai tizenhárom, a Szerző tizennégy interjút folytatott le. Az Inn-Side foglalkozott pl. a vallásturizmussal és a jövőképpel, a Szerző a szekunder jellegű háttérodalmakkal és előzményekkel, ezen kívül a regionalizmus érvényesülésével, a nemzetközi kapcsolatok hatáselemzésével és a településkép-vizsgálattal. A külön-külön végzett munkafázisok tapasztalatait rendszeres team-megbeszélések során véglegesítettük, és illesztettük a kutatást lezáró tanulmányba, ily módon alakítottuk ki az előzetesen egyeztetett tanulmány végleges arányait és konklúzióit, valamint a stratégia és az alprogramok rendszerét.

#### 8.1.1 A stratégia kidolgozása során alkalmazott módszerek

A megyére, illetve a befogadó tervezési régiókra vonatkozó területfejlesztési ill. turizmus stratégiai és koncepciók áttekintése, az azokban megfogalmazott irányvonalak értékelése.

A már rendelkezésre álló vonzerőleltár hiteles frissítése, a helyi turisztikai szervezés, illetve fejlesztési elképzelések feltérképezése érdekében a megyei önkormányzat segítségével levélben kértünk információkat a települési önkormányzatoktól és kistérségektől, amely tartalmazta a feldolgozáshoz szükséges kérdéssorokat ill. a kiegészítendő anyagokat. A településképpel és a turisztikai infrastruktúrával kapcsolatos megkeresésre 26 önkormányzattól, a vonzerőleltárra 62 önkormányzattól és 3 kistérségtől érkezett visszajelzés.

A megye turizmus ágazatának aktív résztvevői (attrakció-helyszínek üzemeltetői, utazási irodák, turisztikai információs irodák, térségi menedzserek, önkormányzati felelősök, regionális szakmai képviseltek) körében személyes interjúkat készítettünk annak érdekében, hogy minél hitelesebb információk álljanak rendelkezésre az ágazatot érintő tapasztalatokról, folyamatban lévő fejlesztésekről, a tervezett fejlesztési elképzelésekről és azok készülségi fokáról. A munka során 27 interjú készült, amelyeknek emlékeztetői a teljes kutatási anyag mellékletében megtalálhatók.

Az egyes munkafázisok lezárását megelőzően a megyében, változó helyszíneken helyi workshop-ok, konzultációk és munkamegbeszéléseket folytattunk. A munka során négy helyi konzultációt, munkaértekezletet tartottunk. A találkozóknak Tatabányán a Megyei Önkormányzat, komáromi Monostori-erőd, Esztergom Város Polgármesteri Hivatala, illetve a Tatai Polgármesteri Hivatal biztosított helyszínt. A konzultációkra meghívást kaptak a Megyei Közgyűlés Nemzetközi Kapcsolatok és Idegenforgalmi Bizottságának tagjai, a megyében található kistérségek képviselői, a területfejlesztési bizottság képviselői, polgármesterek, turisztikai önkormányzati referensek.

A stratégiai alprogramok kidolgozása során, a helyi konzultációkon együttműködő partnerek előzetesen megkapták az őket érintő téma- és terüleetspecifikus alprogramok leírását, így az anyagban még a kidolgozás lezárása előtt megtehették kiegészítéseiket, illetve a szükségesnek tartott javításokat átvezethették

### 8.1.2 Az idegenforgalmi stratégia elkészítésének szakaszai, ütemterve

Még az ajánlattétel időszakában készítettük el a munka ütemtervét, amely így nézett ki:

Feladat	Hetek																											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
Helyzetértékelés																												
1. Work-shop																												
Kínálat elemzése																												
Kereslet értékelése																												
A megye turisztikai SWOT analízise																												
2. Work-shop																												
Az elmúlt évek szakmai munkája során megfogalmazott stratégiai elképzelések elemzése, a megvalósítás érdekében elvégzett munka értékelése.																												
Jövőkép																												
3. Work-shop																												
Stratégiai programok, közép és rövid távú célok																												
4. Work-shop																												
Várható eredmények																												
Alprogramok kidolgozása																												
Kommunikációs program																												
Prezentáció																												

21. ábra - A tervezési folyamat szakaszai, ütemterve

A munka első szakaszában szekunder jellegű kutatások folytak, ennek keretében az alábbi anyagok feldolgozása történt meg:

- Regionális turisztikai koncepció és fejlesztési program a Közép-dunántúli Idegenforgalmi Régió számára, 2000.
- Budapest–Közép-Dunavidék Régió: Regionális Turisztikai Koncepció és Fejlesztési Program, 2000.
- Vág-Duna-Ipoly Eurorégió Idegenforgalmi Program, 2000.
- Komárom-Esztergom megye komplex idegenforgalmi fejlesztési programja, 1995.
- Komárom-Esztergom megye zöldturizmus fejlesztési koncepciója és középtávú stratégiai programja, 2000.
- Komárom-Esztergom megye idegenforgalmi marketing terve, 2001-2002.
- Komárom-Esztergom Megyei Közgyűlés Nemzetközi Kapcsolatok és Idegenforgalmi Bizottság üléseinek jegyzőkönyvei. 1999-2001.
- Turisztikai előterjesztés – Nemzetközi Kapcsolatok és Idegenforgalmi Bizottság, 2000.
- A Közép-Dunántúl területfejlesztési koncepciója, 1999.
- Közép-Dunántúli Régió Előzetes Fejlesztési Terv 2001-2003.
- Komárom-Esztergom megye fejlesztési koncepciója és programjavaslatai
- Komárom-Esztergom megye környezetvédelmi program
- Komárom-Esztergom megye agrárstruktúra és vidékfejlesztési stratégiai programja, 1999.
- Esztergom-Nyergesújfalu kistérség területfejlesztési koncepciója, 1999.
- Dorogi kistérség területfejlesztési koncepciója, 1999.
- Kisbér és térsége fejlesztési koncepció, 1998.
- Tatai kistérség területfejlesztési koncepció (I-VIII)
- Oroszlány és kistérsége területfejlesztési stratégiája, 1998.
- Tatabánya és környéke terület- és gazdaságfejlesztési koncepció
- Kisbér város képviselőtestülete turisztikai koncepciója
- Tatai Fényes-fürdő (helyzetjelentés)
- Komárom-Bábolna térségi turizmusfejlesztési terv – (pályázati anyag)
- Bábolna – termékfejlesztési program (pályázati anyag)

A helyzetelemző munka során feldolgoztuk a Komárom-Esztergom megyét érintő eddig elkészült, a megyei idegenforgalmi bizottság rendelkezésére álló tanulmányokat. Több mint 20 tanulmány foglalkozott eltérő részletességgel a terület turizmusfejlesztési irányvonalainak meghatározásával. Ezek többsége a helyzetelemzés, a stratégiaalkotás és jövőkép szempontjából lényeges megállapításokat tartalmazott, amelyek kivonatos és szintetizált értékelése az elkészített tanulmány helyzetfelmérést tartalmazó fejezetrészébe is bekerült.

A kutatás második szakaszában került sor a legfrissebb statisztikai, gazdasági és vendégforgalmi adatok gyűjtésére és feldolgozására. Ennek keretében vizsgáltuk a turizmus helyét és súlyát a megye gazdaságában, valamint ennek foglalkoztatottsági vetületeit.

## 8.2 Turisztikai kutatás egyes állomásai

Az értekezés keretében egy gyakorlatban lefolytatott kutatást és tervezést mutatok be módszertani megközelítésben.

### 8.2.1 Vonzerőleltár elkészítése

Ezzel párhuzamosan indítottuk a megyei vonzerőleltár feltérképezését és komplettírozását, amely szekunder és primer eszközöket egyaránt igényelt. A szekunder kutatási rész keretében kiemeltük a meglévő forrásmunkákból a vonzerőleltár öt-hat évvel korábbi állapotát tükröző felméréseket és egyéb dokumentációkat, ezeket rendszerbe szerveztük, meghatároztuk a saját vizsgálat szempontrendszerét, majd ennek megfelelően átfésültük a rendelkezésre álló anyagokat. Ily módon rövid úton kitűnt, hogy hol vannak hiányosságok, eleve kijelöltük azokat a pontokat, ahol nyilvánvaló volt az információk elavultsága.

A leltár frissítését a látszólag bőséges forrásanyag ellenére az tette szükségessé, hogy az 1995-ös felmérés annak idején egy merőben más metodika és szemlélet mellett készült. Tekintettel a kor mai követelményeire, azóta bekövetkezett számottevő fejlődésre mind a Megbízó, mind pedig a szakértői konzorcium úgy vélte, hogy kikerülhetetlen a korábbi leltár felfrissítése és a mai szempontok szerinti értékelése. Az elmúlt pár évben több kutatás is folyt, de ezek kivétel nélkül regionális léptékűek, amelyekben Komárom-Esztergom megye érthető módon nem szerepelt olyan kidolgozottsággal és súllyal, mint amilyent a helyi igények szükségessé tesznek, mint ahogy ez nélkülözhetetlen a megye turisztikai szerepkörének betöltéséhez.

A vonzerőleltár összeállításánál, a Megbízó egyetértésével kijelölt vezérelv az volt, hogy inkább a kínálatnak azoknak a súlyponti elemeire szükséges koncentrálni, amelyek a keresletet elsődlegesen meghatározzák. A kiválasztásra kerülő központi térségek és projektek Komárom-Esztergom megye turisztikai súlypontjai, fejlődésének döntő hányadát jelentik vagy jelenthetik. A kiválasztás alapját részben egy szekunder jellegű előfelmérés, részben - primer jelleggel - az időközben lebonyolított workshop-ok, konzultációk, interjúk és terepbejárások sorozata képezte.

A turisztikai központi térségek és „vezértevékenységek” kijelölése korántsem jelenti azt, hogy rajtuk kívül ne lennének vonzerővel bíró más táji, építészeti vagy kulturális és szabadidős értékek. A kidolgozásra kerülő megyei turisztikai fejlesztési program egyetlen turisztikai központon kívül eső településre vagy településcsoportra vonatkoztatva sem állítja, hogy ott ne lehetne kialakítani turisztikai termékeket (ajánlatokat). A lehatárolás csupán azzal az egy dologgal számol, hogy a hatékonysági elvárásokra és a források korlátozott voltára tekintettel célszerűbb a középtávú javaslatokat a megyei kínálatnak arra a hányadára koncentrálni, amely 80-90%-ban „felelős” a megye vendégforgalmának alakulásáért, amely Komárom-Esztergom megye idegenforgalmi arculatának meghatározó része, vagy a mai ismereteink szerint belátható időn belül nagy eséllyel azzá fejleszthető.

E megközelítés jegyében a tanulmány törzsrészébe integrált vonzerőleltár szöveges értékelése nem teljes körű, hanem szelektált, azokra a helyszínekre, illetve turisztikai attrakciókra koncentrálni, amely a megye turisztikai kínálatának termék alkotói lehetnek.

Ugyanakkor beláttuk, hogy egy megyei turisztikai stratégia nem lehet kirekesztő jellegű, a súlyponti területeken kívüli kistérségek és települések számára is meg kell teremteni a kapcsolódás lehetőségét. Ezért a tanulmány mellékletébe egy olyan vonzerőleltárat csatoltunk be, amely a megye valamennyi településére kiterjedt, s egységes szerkezetben, azonos szempontok szerint térképezte fel a turisztikai kínálat összetevőit. Az adatok korrekcióját és kiegészítését a települési önkormányzatok segítségével végeztük el – a súlyponti területeken kívül külön helyszíni bejárás nélkül. Minden egyes önkormányzat szabadon korri-

gálhatta vagy kiegészíthette a saját településével kapcsolatos adatokat, ezzel a lehetőséggel az önkormányzatok túlnyomó része élt is!

A vonzerőleltár újrafelvételénél és értékelésénél az alábbi szempontrendszert alkalmaztuk.

- Érték, látványpont, vonzerő megnevezése
- Helyszín
- Megközelíthetőség
- Környezet minősége
- Kitáblázottság, előre jelzettség
- Érték, objektum állapota
- Helyszíni informálódási lehetőség és információs anyagban való megjelenés
- Látványérték, turisztikai jelentőség (ismertség, számolnak-e az érdeklődési irányokkal, szokásokkal, mennyire unikum, amit kínálnak stb.)
- Látogathatóság (esetleges korlátozások, nyitva tartás, belépődíjak rendszere stb.)
- Látogatottság, vendégösszetétel
- A vonzerő bemutatásának módszere (pl. tárlókkal berendezett kiállító terem, videofilm vetítési lehetőség, speciális hatások, stb.)
- Szórakoztató színvonal (mennyire köti le a figyelmet stb.)
- Tulajdonviszonyok, kezelő
- Fejleszthetőség, programba kapcsolhatóság

Nem a települések egészét, hanem kizárólag az adott konkrét vonzerőt és annak közvetlen környezetét vizsgáltuk. Javasoltuk ugyanakkor, hogy a mintaként átadott felmérőlap alapján minden település vagy szolgáltató végezze el a területén vagy a tevékenysége központjában álló vonzerő értékelését, mert ez jelentősen megkönnyítheti a fejlesztési elképzelések rendszerbe foglalását, valamint a helyi elgondolások integrálását a megyei vagy éppen a regionális célok közé.

A kistérségek áttekintésénél elsődlegesen az adott térségek önértékelésére és a különféle tanulmányokban való megjelenésükre támaszkodtunk. Egy-egy térségre vagy településre ráközelítve egymás után bukkantak fel újabb és újabb részletek, természeti és egyéb értékek. Ezek nagy része – habár közel áll az ott élők szívéhez – számottevő turisztikai vonzerővel nem rendelkezik, a szép táji adottság, a rendezett falukép stb. szinte alapkövetelmény, de önmagában nem képes fellendíteni a beutaztatást. A megemlítésre kerülő természeti értékek, pl. természetvédelmi területek, barlangok stb. nem is mindegyike látogatható, nem is kívánják szélesebb körben azzá tenni. A kistérségi megközelítésnél a vonzerőleltárnál ismertetett szempontrendszert lehetetlen volt egy az egyben alkalmazni, mert egy statisztikai kistérség ritkán alkot olyan egységes turisztikai vonzerőt, amelyből önálló termék(ek) formálható(k), ráadásul térségen belül más és más lehet az egyes települések, kínálati elemek koncentrációja és minősítése. ***A csatolt minták felhasználásával ezeket egyenként célszerű értékelni.*** Az értékelési szempontrendszer változtatás nélkül csak egyedi vonzerőt alkotó turisztikai értékekre és azok háttértelepüléseire értelmezhető.

Több helyen találkozhatunk magasba ívelő fejlesztési elképzelésekkel, miközben az ötletek kidolgozatlanok, se saját forrás, se bevonható idegen tőke nincs a megvalósításukhoz. Azért említettük mégis mindezeket, hogy később még inkább kiemelhessük a súlyponti vonzerőkre alapozott turisztikai központok koncentrált fejlesztésének szükségességét, és rámutathassunk, hogy a turisztikai tájegységek létrejötte mennyire nem igazodik akár a régiós, akár a kistérségi statisztikai tervezési vagy éppen a KSH-besorolásokhoz.

## 8.2.2 Alap- és turisztikai infrastruktúra vizsgálata

A vizsgálat a turisztikailag frekventált területek, települések és objektumok megközelíthetőségére, közlekedési kapcsolataikra, a turisztikai irányító és információs rendszer kiépítettségére, a turisztikai szolgáltatások választékára, valamint a szabadidős programlehetőségekre és helyszínekre irányult. A Megbízóval egyetértésben a turisztikai infrastruktúra kiértékelését a kiválasztott pilot-térségek központi településeire koncentráltuk.

**Turisztikai infrastruktúra** alatt az összes olyan nyilvánosan használható létesítményt értjük, amelyek turisztikai tevékenységet tesznek lehetővé, és nem tartoznak a turisztikai szuprastruktúrához. A turisztikai infrastruktúrához tartozik egyrészt a **turizmustól függő szűkebb infrastruktúra**, azaz az idegenforgalom miatt szükséges további, az ott lakók szükségleteit meghaladó ellátási és köztisztasági infrastruktúra, és a szorosabb értelemben vett **tulajdonképpeni turisztikai infrastruktúra**, amely a következőkből áll:

- turisztikai közlekedési szállítóeszközök a tömegközlekedéstől egészen a speciális közlekedési eszközökig (pl. függő- és fogaskerekű vasutak),
- a helyi turizmus létesítményei, azaz a vendégek pihenését és sporttevékenységét szolgáló létesítmények, mint séta- és túrautak, uszodák (szabadtéri, strand- és fedett fürdők), parkok, sípályák, jégpályák (természetes- és műjég-pályák, fitness- és egyéb sportlétesítmények (horgászat, kerékpározás, torna, lövészet, stb.), gyermekjátékterek, kis sportpályák (kuglipálya stb.)
- gyógyhelyi létesítmények, azaz a természeti tényezőknek gyógyászati eszközként történő felhasználását szolgáló létesítmények.
- gyógyfürdők esetén a jellegtől és a javallattól függően a gyógyhelyi létesítményekhez sorolhatók: ivó- és sétafolyosók gyógyparkkal; gyógyház, melegvízű fürdők, gáz- és iszapfürdők a kezelő helyekkel; inhalatórium inhalációs kezelésekre; mozgásszervi kezeléseket szolgáló létesítményei (fürdő, gyógytorna, torna és sport); utak tereptúrákhoz.
- klimatikus gyógyhelyen: épületek és létesítmények klímakúrára alkalmas terápiái lehetőségekkel. pl. gyógyház, tájképileg kedvező helyen lévő fekvőcsarnokok napos és árnyékos fekvésű résszel, nagy park és erdő, terepkúra-gyakorlatokhoz jelzett gyógyutakkal; sport-, játék- és pihenőpázsitok; mozgásterápiái létesítmények (gyógytorna, torna és sport).
- szórakozóhelyek: gyógyhelyi társalgó, játékkaszinó, zenés-táncos helyek, kongresszusi termek és más nyilvános helyiségek (társalgók, olvasótermek stb.)
- kongresszusi központok
- ellátási és információs szolgálatok.

A szállás- és a vendéglátóhelyeket már a **turisztikai szuprastruktúrába** soroljuk, értékelésüket ezért külön fejezet részek tartalmazzák.

*A vizsgálat szempontrendszere*

### A) Közlekedés

- A település megközelítési lehetőségei (közút, vasút, menetrendszerinti busz.)
- A vonzerőt jelentő helyszínek megközelíthetősége.
- Kerékpárút-hálózat kiépítettsége, infrastruktúrális ellátottsága (kút, szerviz stb.).
- Parkolás



**B) Turisztikai irányító és információs rendszer**

- Közúthálózat kitáblázottsága (irányító/információs/figyelemfelhívó táblák).
- A településeken belül alkalmazott táblarendszer egységes-e ?
- A kitáblázás által érintett kör (látóvalók, szállás- és vendéglátóhelyek, szolgáltatások, kulturális- és sportlétesítmények, közintézmények)
- A tájékoztató táblák egy- vagy többnyelvűek
- A kijelölt turisztikai program útvonalak településen belül és annak környékén (sétautak, túra utak, kerékpárutak, lovas útvonalak...)
- Parkolás a turisztikai célpontoknál (kapacitás, őrzött-nem őrzött, fizető-ingyenes),
- Vasútállomás, autóbusszmegálló jelzése, az odavezető út kitáblázottsága; menetrendi tájékoztatók az állomáson és a buszmegálló(k)ban.

**C) Turisztikai szolgáltatások**

- Tourinform vagy más, hasonló feladatokat betöltő információs pont (akár egy szálláshelyen, vendéglőben vagy a polgármesteri hivatalban, művelődési házban stb.)
- Utazási irodák, szálláshely közvetítés, helyi „foglalási rendszer”
- Turistafogadás szempontjából számításba vehető vendéglátóhelyek (étkezési lehetőségek minden napszakban)
- Ajándékcikk-árusítás, valutaváltás
- Postahivatal, nyilvános telefonállomás, mobiltelefon-hálózat térerő,
- Üzemanyag-töltő állomás
- Turistaforgalommal is számoló bolti kiskereskedelmi egységek (élelmiszer, ruházat, drogéria, kozmetikai cikkek, sportszerek stb.)
- Kerékpár- és más sportszerköcsönzés
- Fodrász, kozmetikus, szolárium, manikűr-pedikűr
- Nyilvános illemhely(ek) és azok állapota.
- Orvosi elsősegély, fogorvosi stb. („nyitva tartás”, ügyelet helye és ideje stb.)
- Nyelvtudás az egyes szolgáltatások nyújtóinál

**D) Szabadidős programhelyszínek áttekintése**

- Milyen állandó szórakozási lehetőségek várják az éppen ott időző vendégeket?
- Tájházak, múzeumok
- Sportolási lehetőségek (tenisz, labdarúgás, golf, nyári bob, siklóernyő, hőlégballon, úszás, kerékpározás, lovaglás, természetjárás stb.)
- Vízparti fürdőhelyeken (kibólyázás, öltözők, zuhanyozók, illemhely, vízcsap, tűzrakó-hely, úszómester, mentőcsónak, a vízpart.), uszodai és strandszolgáltatások.

A fenti szempontrendszer alapján és az érintett önkormányzatok bevonásával mértük fel a turisztikai infrastruktúrát. Az önkormányzatok által közölt infrastruktúra-elemeket a mellékletben olvasható vonzerőleltárba maradéktalanul beépítettük, habár sok információ így is elmaradt. A vonzerőleltár és a fogadóképesség, a szolgáltatások és a kiszolgáló információs rendszer településmélységű vizsgálatát ugyanis egy következő lépcsőben, a helyi (települési és kistérségi) feladatként kezelve érdemes és szükséges tovább vinni.

### 8.2.3 A szálláshely és vendéglátó kapacitás kiemelt elemzése

A vizsgálat célja a megye kereskedelmi szálláshely ellátottságának és vendéglátóhálózatának felmérése, a fejlődési tendenciák jellemzőinek, a kínálat és kereslet alakulása közti alapvető összefüggések feltárása volt. A vizsgálat a KSH statisztikai adatbázisára épült. A megye 1995-ben elkészített komplex idegenforgalmi fejlesztési programja az 1988-1994 közötti időszakra vonatkozó statisztikai adatokat elemezte. A feladat tehát csak az azóta bekövetkezett változások elemzése volt, a legfrissebb felmérés csak az 1995-2000-es időszavat ölelte fel, amely a teljes időszak és az évenkénti változások vizsgálatát foglalta magába. Az elemzés nem tartalmazta a 2000 óta bekövetkezett változásokat.

A szálláshely- és férőhely-kapacitás, illetve a vendégforgalom adatainak elemzésekor azonban figyelembe kellett venni, hogy 1998-tól változott az adatnyilvántartás módja: a kereskedelmi szálláshelyek kategóriából kikerült a fizetővendéglátás, és létrejött a magán-szálláshely kategória, amelybe a fizetővendéglátás és a falusi szállásadás tartozik. Érdemi összehasonlítás egyes szempontoknál csak az 1998-2000 időszakra volt lehetséges.

### 8.2.4 Településkép, környezetállapot elemzése

A vizsgálat arra irányult, hogy a turisták szemével nézve milyen módon bukkannak fel, jelennek meg az egyes idegenforgalmi objektumok és attrakciók, mennyire rí le a településekről a vendégvárás ünnepélyessége és *ünnepi öltözete*. A településkép, a turisztikai objektumok látványa alapjaiban meghatározhatja a turisták benyomásait, senki sem érzi jól magát elhanyagolt, piszkos és rendezetlen városokban, falvakban vagy éppen erdei, vízparti kirándulóhelyeken. Az első megjelenés impressziójára úgy a közúti, mint a vasúti megközelítési variációknál oda kell figyelni. Lényeges a vendégforgalom mozgásának környezete, az utcák, a környező házak, a közterületek és a magánkertek ápoltsága, gondozottsága, az utcanév-táblák és az orientációs-tájékoztató táblák egyedi, stílusos kialakítása és nem utolsósorban a köztisztaság helyzete. A településkép-vizsgálat arra is kiterjedt, hogy vannak-e olyan ipari/üzemi tevékenységek a turisztikai áramlási útvonalak, közösségi terek, szolgáltatások és látnivalók közvetlen környezetében, amelyek látványa, levegőszennyezése, szagkibocsátása, netán zajkeltése zavarja a vendégek pihenését és szórakozását.

A vizsgálat a turisztikailag frekvenciált területek, települések és objektumokra terjedt ki. A településkép, környezetállapot felmérését a kiválasztott gócpontokra koncentráltuk. Ezek: Bábolna, Esztergom, Kisdér, Komárom, Tata, Duna vonala. A vizsgálatot meghatározott szempontrendszer alapján, az érintett önkormányzatok bevonásával végeztük el. Huszonhat település reagált a felkérésre, véleményüket természetesen figyelembe vettük, ha nem is mindig egyezett az értékelésünk, mert a kapott információkat mindig szembesítettük a helyszíni bejárások tapasztalataival is. Általános észrevétel, hogy elsősorban a turisztikai gócpontok háttértelepülései válaszoltak a kérdésekre. A legtöbben természet- és környezetvédelmi problémaként közelítettek a felvetett kérdésekhez. Az önkormányzatok által közölt megállapítások a zárótanulmány mellékletét képezték. A vonzerőleltár és a fogadókapacitás, a szolgáltatások és a kiszolgáló információs rendszer településmélységű vizsgálatát egy későbbi, település- vagy kistérségi szintű feladatként nevesítettük.

Településkép, ahogy a bevezető utak mentén kibontakozik

- a táj és a településkép összhangja, harmóniája,
- településhatárt jelző táblák, „Welcome”- és más turisztikai tájékoztató táblák,
- tájékoztatják-e a turistákat a vasútállomáson és/vagy az autóbusz-megállóknál, a kijelölt parkolóknál, elirányítják-e őket a különféle turisztikai helyszínekre?
- A település központjának, ill. a főbb látványosságokhoz vezető utak megjelenése
- virágosítás, a befogadó táj, kert, park stb. gondozottsága

Köztisztaság az utak mentén, a turisztikai látványosságoknál

- szemégyűjtők a parkolóknál, a gyalogutak mentén, a látnivalóknál
- utak, járdák, árkok tisztításának rendszeressége

Esetlegesen szembeötlő, a turisztikai tevékenységekre negatív hatást gyakorló környezetkárosító tevékenységek (zajok, szagok, vegyi szennyeződések stb.)

### **8.2.5 Turisztikai szervezeti háttér áttekintése, értékelése**

A munka célja kettős volt ebből a szempontból:

- A megye turisztikai szervezeti rendszerének felépítésének, az egyes intézmények, szervezetek feladatkörének, tevékenységük eredményességének vizsgálata. A szervezeti rendszeri felépítés és a tevékenység hiánypontjainak felmérése.
- A megyében tevékenykedő turisztikai, vagy turizmust is érintő civil szerveződések feltérképezése.

A munka módszere: A Megyei Önkormányzat idegenforgalmi referense számára összeállított kérdőív és személyes beszélgetés, illetve a települések, kistérségek számára kiküldött, a turisztikai szervezeti háttérrel is érintő kérdőív nyújtott információt.

Az alábbi alapvető hiányosságokat tártuk fel a turisztikai szervezeti rendszer felépítésében és működésében – ezek egy része bármelyik másik magyar megyéről is elmondható:

- Kifejezetten megyei koordinációs feladatokat ellátó, célorientáltan működő, megfelelő hatáskörrel felruházott, szakmai kompetenciával rendelkező szervezet hiánya.
- A létező szervezeti rendszer feladatkörében, tevékenységében nem épül egymásra, a felelőségek, jogkörök és rendelkezésre álló eszközök tisztázatlanok, a megye turizmusa gazdátlan.
- A megye különböző szintű (megyei, kistérségi, települési) turisztikai, illetve turizmust is érintő szervezeteinek együttműködése hiányzik, vagy nem elég hatékony.
- Hiányoznak a kistérségenkénti szakmai turisztikai szervezetek, egyesületek, illetve a meglévők működése ritkán eredményes.
- A szakmai szervezetek között együttműködés gyenge.
- A kistérségi társulásokon belül az idegenforgalom szintén a kijelölt együttműködési kérdések közé tartozik, de ugyanakkor elmondható, hogy a kistérségi menedzsereknek nem ez a fő feladata, gyakran hiányzik a turisztikai szempontból is szakértő, a turizmus fejlesztésében, menedzselésében jártas háttér.

### **8.2.6 Humán erőforrás, szakember ellátottság vizsgálata**

A vizsgálat célja:

- A nemzetközi turizmuspiac humán erőforrás jellemzőinek, trendjeinek áttekintése.
- A megyei idegenforgalmát érintő munkaerő-ellátottság és a foglalkoztatottak szakértettségi szintjének megismerése, a hiánypontok feltárása a nemzetközi és az országos tendenciák tükrében.
- Figyelemfelkeltés a javasolt fejlesztések várható munkaerőigényének prognosztizálásának és a munkaerő-piaci jelzések kétirányú kommunikálásának fontosságára.

A vizsgálat módszere: A következtetések részben a KSH illetékes igazgatóságának kiadványaiból, részben pedig a lefolytatott interjúkból és workshop-okból voltak leszűrhetők. A legfontosabb demográfiai és a foglalkoztatási jellemzők megemlézése az országos és a régiós szinten mért adatokhoz.

### 8.2.7 Megyei szintű marketing munka értékelése

A felmérés célja:

- Komárom-Esztergom megye turisztikai marketing tevékenységének jelenlegi helyzetének feltárása.
- A stratégiához kapcsolódó marketingprogram megalapozása.

A felmérés módszere:

- Komárom-Esztergom megye Idegenforgalmi Bizottsága által készített marketing terv áttekintése.
- A megyei és a térségi Tourinform irodákkal interjúk készítése.
- A beutaztatásban érdekelt Utazási Irodákkal interjúk készítése.
- A rendelkezésre álló turisztikai kiadványok értékelése.

Vizsgált kérdéskörök:

- A megye turisztikai-termék kínálata
- A megye jelenlegi vendégköre
- A megye arculata
- Disztribúció
- Marketing kommunikáció eszközei a megyében
- A turisztikai marketing tervezési és végrehajtási szintjei

### 8.2.8 Regionális és eurorégiós együttműködések értékelése

A turisztikai értékek feltárásában, a tervezésnél, a termékfejlesztés összehangolásában és a piaci munka megalapozásában egyre nagyobb szerephez jutnak a regionális és a kistérségi együttműködések. A vizsgálat arra irányult, hogy a regionalizmus, a régiós összefogás és a térségben gondolkodás milyen mértékben és mi mindenre kiterjedően érvényesül az önkormányzatoknál, a turisztikai szervezeteknél és vállalkozásoknál. Vizsgáltuk a korrelációt a frekvenciált területek és települések iránt megnyilvánuló kereslet és a régiós szemlélet között. Kerestük a választ arra, hogy a regionális kapcsolatok erősödése és formalizálódása, szervezeti háttérének kibontakozása gyakorol-e kimutatható hatást a kínálat fejlődésére és a kereslet nagyságára, valamint jellemzőire. A vizsgálatnál alkalmazott módszer egyrészt a már működő regionális együttműködések dokumentációjának és a KSH regionális kimutatásainak áttekintéséből, másrészt a személyes interjúk révén összegyűjtött tapasztalatok összevetését jelentette. A vizsgálat egyaránt érintette a tervezési és a turisztikai régiókat, a KSH-kistérségeket, az önkormányzati társulásokat és a határon átnyúló kapcsolatokat.

- A vizsgált együttműködés formalizáltsága
- Az adott együttműködés által érintett területek, ezen belül a turisztika megjelenése, központi vagy marginális szerepköre
- Mennyire élő, gyakorlatilag működő együttműködésről van szó?
- A regionális együttműködés eddig realizált konkrét eredményei
- Lehetőségek, fejlődési tartalékok

A jelenlegi helyzet felmérését tartalmazó fázis a turisztikai kereslet értékelésével zárult, amely kiterjedt a vendégforgalom, a vendégéjszakák száma, az átlagos tartózkodási idő, a szállásdíj bevételek alakulása, a főbb vendégküldő területek, valamint a nemzetközi trendek várható hatásai témakörökre.

## 8.2.9 Személyes interjúk lebonyolítása

Az interjúkészítés célja:

- A megyei szintű turisztikai stratégiájának megalapozása az ágazatban dolgozó szakemberek tapasztalatainak és helyi elképzeléseinek figyelembe vételével.
- Az interjúalany közvetlen környezetében, szakterületén zajló munkák megismerése és beépítése a tervezésbe.

Az interjúk feldolgozása, felhasználása:

- A személyes interjúkról emlékeztető készült, amelyet az interjú alanya ellenőrizhetett, és utólagosan kiegészíthetett, vagy javíthatott.
- Az interjú alannal egyeztetett emlékeztető a zárótanulmány mellékletét képezi.
- Az interjúban szereplő információkat a stratégia készítői kizárólagosan a koncepció tartalmának kialakításához használják fel.

Az interjúkészítés témakörei:

- A térség turisztikai kínálata, benne a térség egyedi turisztikai jellemzői
- Kereslet értékelése
- Turizmusfejlesztés
- A turizmus szervezeti rendszere és működése
- Marketing tevékenység

Az egyes kérdéskörök mind megyei, mind az adott térség/szervezet/intézmény vonatkozásában a beszélgetés témáját képezték.

*Az interjúk általános összegzése*

Az általános összegzés az interjúalanyok egységes véleményének tekinthető megállapításokat tartalmazza. Az egyes témákra adott válaszok szintézise a teljes anyagban olvasható.

Térség turisztikai kínálata

- A megye legfontosabb turisztikai érdekessége Esztergomban a Vár, Bazilika, Keresztény Múzeum, Tatán a Vár, Öreg-tó és a Fényes-fürdő, Komáromban a Monostori-erőd és a Gyógyfürdő.
- Kisbéren a Batthyány-kastély (ma kórház) és a lovarda alkotta műemlék-együttes, Bábolnán az 1789-ben alapított császári és királyi Ménesbirtokot, valamint a hozzá tartozó épületegyüttest kell kiemelni. A turisztikai fejlesztéseket elsősorban ezekre a területekre kell koncentrálni. A Duna vonala távlatilag ígéretes lehetőségeket kínál, egyben kötelezettség is, mert kiépítettségét és a szolgáltatásokat közelíteni kell a német-osztrák szakaszokra jellemző adottságokhoz.
- Komárom-Esztergom megyében turisztikai szempontból legfelkészültebb és legmeghatározóbb vonzerőt jelentő település Esztergom, Tata és Komárom.
- Hiányoznak a megyéből az olyan turisztikai programok, amelyek a látogatókat a jelenlegi pár óránál/egy napnál hosszabb tartózkodásra ösztönöznék.

Kereslet

- A megye vendégforgalmáról csak az éves szálláshely-statisztika nyújt információt, egyéb megyei szintű felmérés nem készült. A folyamatos piacfigyelésre és elemzésre nagy szükség lenne a jövő tervezéséhez és a piaci igények változásának követéséhez.
- Az intézmények egy része időszakosan végez saját látogatói körében vendégforgalom mérést.

## Turizmusfejlesztés

- A megye törvényben rögzített feladatait forrás és célirányos szervezetrendszer hiányában alig tudja ellátni. Az önkormányzatok finanszírozottsága alacsony, a támogatási rendszer mindig változik, ez nehezíti a hosszú távú tervezést és fejlesztést.
- A megyei turisztikai szolgáltatók, intézmények, szervezetek döntő többsége folyamatosan végez a turisztikai kínálat értékét növelő fejlesztéseket, elsősorban pályázatok, támogatások útján. A pályázati források elérhetősége, nagysága jelentősen befolyásolja a turisztikai fejlesztéseket, a szükséges önrész hiánya sok esetben lehetetlenné teszi a pályázást. A következő intézmények pályázati kiírását, támogatását vették igénybe az elmúlt években:
- Környezetvédelmi Minisztérium, Gazdasági Minisztérium – Széchenyi Terv, hitel- és kamattámogatási pályázat, Földművelésügyi Minisztérium, Kereskedelmi és Iparkamara pályázata, Regionális Területfejlesztési Tanács, Regionális Idegenforgalmi Bizottságok pályázatai, PHARE.

## Szervezeti kérdéskör

- Komárom-Esztergom megye területe két turisztikai régióba tartozik, de egyik régió turisztikai kínálatának sem képezi meghatározó, súlyponti részét, a régiók turisztikai stratégiájában is perifériára került.
- A turizmus területén a megyei szintű összefogás gyenge. A megyei turisztikai szervezetnek szervező, integráló erőként kellene működnie, legyen ráhatással a városi fejlesztésekre, a fő fejlesztési irányokat határozza meg.
- A megyén túlnyúló megállapodásra épül az Észak-Pannon Kultúrturisztikai Társulás, amely a Bábolnai Ménesudvar, a komáromi Monostori-erőd Hadkultúra Kht, a Herendi porcelángyár Rt és a Pannonhalmi Főapátság részvételével közös turisztikai termécsomagok kialakítására és piacra vitelére irányul, hogy ezáltal több napos névös programokkal növelhessék a vendégforgalmat és az idegenforgalmi bevételeket.
- Szintén megyehatárokat lép át a Vág-Duna-Ipoly Eurorégió, amely Komárom-Esztergom, Veszprém és Pest megye egy részét, valamint Szlovákiából Nyitra kerületet öleli fel. Az Eurorégió szervezeti hátterét a titkársági feladatokat is ellátó Vág-Duna-Ipoly Eurorégiós Fejlesztési Kht. Biztosítja.

## Marketing (reklám, propaganda, kommunikációs) tevékenység

- A megye turisztikai marketingtevékenysége gyenge, a megyei Tourinform és a Komtourist nem tölti be a szerepét.
- A megye és a települési önkormányzatok, kistérségek, nagy része rendszeresen jelent meg turisztikai népszerűsítő kiadványt, egymástól függetlenül.
- A turisztikai szolgáltató intézmények döntő többsége rendelkezik saját kiadvánnyal, de a megyével, más szolgáltatóval való, együttműködésen alapuló közös marketing megjelenés (kiadvány, programkijánlás, stb.) ritka és esetleges.
- A megye információs táblarendszere hiányos, európai színvonalhoz mérten nem alkalmas közúti, illetve turisztikai tájékoztatásra.

Az egyes vélemények tematikus összegzése, mint pl. a térség turisztikai kínálata, vagy a megyében fontosnak tartott fejlesztések

Az egyes vélemények földrajzi összegzése főbb turisztikai településenként, mint pl. turisztikai kínálat, turisztikai kereslet és turizmusfejlesztés.

## 8.3 A helyzetfelmérés legfontosabb megállapításai

### 8.3.1 Kínálat

A turisztikai régiók kialakítása nem követi a tervezési-statisztikai régiós felállást. Komárom-Esztergom megye döntő része a Közép-Dunántúli Turisztikai Régióba, míg Esztergom és a Dunakanyar néhány Komárom-Esztergom megyei falva a Budapest–Közép-Dunavidéki Turisztikai Régióba kapott besorolást.



A **Közép-Dunántúli Turisztikai Régió** a Dunától a Balaton-felvidékig terjed. A Magyar Turizmus Rt honlapja így jellemzi: „...Magyarország kicsiben. Ami országunkra jellemző, az itt mind megtalálható. A régió „fővárosaként” itt fekszik a régi koronázó város, Székesfehérvár, a királyok városa, a magyar államiaság bölcsője, de itt található a királynék városa, Veszprém is.” A találmásra kiválasztott rövid kedvcsinálóban egyedül csak

az Ászár-Neszmélyi borvidéket említik meg Komárom-Esztergom megyéből. A **Budapest-Közép-Dunavidék Turisztikai Régió** magában foglalja Budapestet, Pest megyét, ezen kívül 8 települést Komárom-Esztergom megyéből, illetve 13 települést Nógrád megyéből. A turisztikai régiókhoz igazodva működnek a Regionális Idegenforgalmi Bizottságok és a Magyar Turizmus Rt. Regionális Marketing Igazgatóságai. Talán a szűkebb profilnak köszönhetően az idegenforgalmi szakmai irányultság és a szakszerűség ezen a szinten jobban érvényesül, mint a területfejlesztés teljes vertikumával foglalkozó tervezési-statisztikai térségek intézményrendszere esetében, Komárom-Esztergom megye megjelenése is markánsabb.



A NUTS 4 szerinti kistérségi felosztás Komárom-Esztergom megyében 7 területfejlesztési kistérséget különböztet meg, melyből 3 térség (esztergomi, komáromi, tatai) közvetlenül határ mentén fekszik, a többi (dorogi, kishéri, oroslányi és a tatabányai) a Dunától távolabb. Ezeknek a kistérségeknek a kialakításakor idegenforgalmi szempontokra nem voltak tekintettel, kézzelfogható jelentőséggel csak a statisztikai feldolgozások során, valamint a területfejlesztési érdekérvényesítés mechanizmusában bírnak. A kistérségek idegenforgalmi kínálatát és helyzetét felvázoló rövid ismertetés is jól szemlélteti majd, hogy ez a fajta településcsoportosítás mennyire távol áll a turizmusfejlesztés korszerű elveitől. Egyértelműen pozitív ellenpélda a tatai kistérség szerepvállalása, amely régiótérképet jelentetett meg *Az Által-ér vízgyűjtő területe és a Tatai kistérség épített és természetvédelmi értékei* címmel, és mind közül talán a legaktívabban pártolta és segítette a megye „zöldturizmus”-konceptiójának elkészítését.

Turisztikai adottságait (természeti-, történelmi-és kulturális értékek) tekintve a megye ún. mozaik térség, a látványosságok szétszórva, található meg a területén, ezek azonban lehetőségükhöz, adottságaikhoz képest nincsenek megfelelően használva. A szabadidős és programkínálat (minőségi lovaglási lehetőségek, gyógy-és termálfürdőzés, kerékpározás, vízi túrázás, természetjárás, kulturális és szórakoztató programok Esztergomban, Tatán, Komáromban, Majkon, stb.) kedvező feltételeket teremt, hogy a vendég több napot töltsön el a térségben.

A mozaikszerűen elhelyezkedő természeti, kulturális vonzerők azonban nem alkotnak egységes turisztikai terméket, nem jöttek létre a vendéget vonzó attrakciók, a kínálat szezonális jellegű.

A szálláshelyek túlnyomó többsége a megye 3 kistérségére (Komárom, Tata, Esztergom) koncentrálódik, melyek összetételük és minőségük miatt jelenleg nem felelnek meg a hosszabb időt eltöltő turisták igényeinek.

A térség vendéglátása elsősorban az intenzív tranzitforgalomra rendezkedett be, kevés az egyedi kínálatú vagy hangulatú vendéglátóhely.

Összességében, Komárom-Esztergom megye az idegenforgalmi vonzerők szempontjából nem mondható egységesnek, kifejezetten nagy jelentőségű, nemzetközi kisugárzású vonzerővel szinte nem rendelkezik.

Komárom-Esztergom megyében, a turisztikai adottságok lehetővé tesznek nemzetközi érdeklődésre számot tartó turisztikai termékek kialakítását. Ezeknek a helyszíneknek az érvényesülése a nemzetközi turisztikai piacon elmarad a lehetőségektől. Ennek okai:

- a helyszínek turisztikai kiépítettségének színvonala nem éri el a piaci igényeket,
- nem ismertek megfelelő szinten,
- a környezetük turisztikai értéke nem követi a helyszín értékét és színvonalát, tehát a ráépíthető program sem értékesíthető megfelelő körben és mennyiségben.

A látnivalók jelentős része elhanyagolt, nem megfelelő a kihasználtságuk, több helyen hiányoznak a figyelemfelkeltő és útbaigazító táblák, kevés a prospektus.

A megye jelenlegi **turisztikai kínálat**a nem specifikált a kínálati szerkezet, vagy a várt vendégkör alapján. A megye hangsúlyos **turisztikai fogadó területei** néhány város köré és az összefüggő erdős területekre koncentrálódnak. A vízparti lehetőségek kihasználatlanok.

Annak ellenére, hogy a megyében sok a természeti, illetve kulturális-, épített érték, ezek **piaci súlya** a potenciális lehetőségekhez viszonyítva nagyon **alacsony**.

A **turisztikai termékképzés** a megyében spontán jellegű, megyei szinten financiálisan nem támogatott. A termékalkotás legtöbb esetben a programgazdától, a vállalkozások lehetőségeitől függ.

A megyének sem a hazai, sem pedig a nemzetközi turisztikai piacon **nincs jól beazonosítható**, környezetétől megkülönböztethető **arculata**.

#### *Általános kép a kistérségek turisztikai kínálatáról*

A kistérségek áttekintésénél elsődlegesen az adott térségek önértékelésére és a különféle tanulmányokban való megjelenésükre támaszkodtunk, mintegy arra rámutatva, ahogy egy-egy térségre vagy településre ránközelítünk, úgy bukkannak fel újabb és újabb részletek, természeti és egyéb értékek. Ezek nagy része – habár közel áll az ott élők szívéhez – számottevő turisztikai vonzerővel nem rendelkezik, a szép táji adottság, a rendezett falukép stb. szinte alapkövetelmény, de önmagában nem képes fellendíteni a beutaztatást. A megemlítésre kerülő természeti értékek, pl. természetvédelmi területek, barlangok stb. nem is mindegyike látogatható, nem is kívánják szélesebb körben azzá tenni.

Több helyen találkozhattunk magasba ívelő fejlesztési elképzelésekkel, miközben az ötletek kidolgozatlanok, se saját forrás, se bevonható idegen tőke nincs a megvalósításukhoz. Említésük mégis szükséges, hogy később még inkább kiemelhessük a súlyponti vonzerőkre alapozott turisztikai központok koncentrált fejlesztésének szükségességét, és rámutassunk arra, hogy a turisztikai tájegységek létrejötté mennyire nem igazodik akár a régiós, akár a kistérségi statisztikai tervezési vagy éppen a KSH-besorolásokhoz.



A kistérségenkénti megközelítésnél a központként megjelölésre kerülő településeknél és háttértelepüléseknél a legfontosabb értékekre és jellemzőkre csak utaltunk, mivel ezek inkább a turisztikai központot taglaló fejezetrészben kaptak helyet.

A **kistérségi területfejlesztési társulások** területfejlesztési, ezen belül turisztikai együttműködése többnyire hiányzik, tevékenységükre elsősorban az egyéni érdekek érvényesítése jellemző.

A kistérségi megközelítésnél a korábban jelzett szempontrendszer lehetetlen egy az egyben alkalmazni, mert egy statisztikai kistérség ritkán alkot olyan egységes turisztikai vonzerőt, amelyből önálló termék(ek) formálható(k), ráadásul térségen belül más és más lehet az egyes települések, kínálati elemek koncentrációja és minősítése. Ezért ezeket egyenként célszerű értékelni. Az értékelési szempontrendszer változtatás nélkül csak egyedi vonzerőt alkotó turisztikai értékekre és azok háttértelepüléseire értelmezhető.

**Esztergom-Nyergesújfalu kistérség** (Bajót, Dömös, Esztergom, Lábatlan, Mogyorósbánya, Nyergesújfalu, Pilismarót, Süttő és Tát)

A Dunakanyar idegenforgalmi kistérségi nyugati kapuja, itt található a megye építészeti, kulturális örökségének legtöbb műemléke. Esztergom és a Bazilika a térség egyetlen, a nemzetközi turisztikai piacon is jegyzett, önállóan vagy a Budapestről induló, a városon kívüli programok keretein belül is értékesített programhelyszín.

**Esztergom** a turistákat leginkább vonzó kulturális programközpont, hajóállomása van, a nemzetközi és a hazai vízi turizmus kikötőhelye, nemzetközi határátkelőhely. Egyike Magyarország legrégebbi városainak, igen gazdag középkori műemlékekben. A Bazilika hazánk legnagyobb és legmonumentálisabb székesegyháza, amely Kühnel Pál, Pákh János és Hild József tervei alapján 1820-69 között épült (Esztergom turisztikai értékeiről részletesebben a mellékletben található vonzerőleltárban). Mind e gazdagság ellenére, az évi több száz ezres látogató dacára, Esztergom közel sem használja ki minden lehetőségét, tudatos termékfejlesztéssel, kapacitásbővítéssel mind a vendégéjszakák száma, mind pedig a turizmusból származó bevételek nagyságrendekkel növelhető.

Ezt a térséget érinti elsődlegesen a Duna-Ipoly Nemzeti Park, amelyből 10 ezer ha, valamint a Gerecse TK, amelyből 1,5 ezer ha esik a kistérség területére. A Nemzeti Park egyik tanösvénye éppen Esztergom-Kertváros közelében, a Nagy Strázsa-hegynél található. Ezen kívül négy helyi védettségű objektum is található itt: a bajóti Öreg-kő, a süttöi hársfa, a mogyorósbányai Kőszikla és a péliföldszentkereszti erdő. Itt található a védett barlangok közül a Strázsa-hegyi és a Sátorkőpusztai-barlang (Esztergom), a pilisszentléleki Leány- és Legény-barlang, a Pisznice-barlang (Lábatlan), a Tokod-Altároi 1. sz. barlang és Bajót határában az Öreg-kői 1. sz. Zsomboly ill. a Jankovich-barlang. Ez utóbbiak jól példázzák, hogy egy természeti érték az odavezető utak kialakítása nélkül, megfelelő turisztikai infrastruktúra hiányában, turisztikai vonzerővel alig rendelkeznek, csak a *bakancsos turizmus* művelőit képesek kellőképpen elindulásra ösztönözni.

A *bakancsos turizmus* szempontjából a Pilis és a Visegrádi-hegység a legkeresettebb a fővárosiak részéről, a Budai-hegység után. A „Kinizsi 100” teljesítménytúra Budapest határából, Csillaghegyről indul, és az országos Kék jelzésen halad. E mellett az „Esztergom 10” és az „Esztergom 20” teljesítménytúrák érdemelnek még említést. A zömében belföldi kiránduló (természetjáró) programok leglátogatottabb kiinduló és végpontja a térségben **Dömös, Pilismarót és Dobogókő**, ide kell elvezetni, és innen kell tovább irányítani a vendégeket.

A kistérség másik erőssége a *kerékpáros turizmus*. A Komáromból Budapestre tartó nemzetközi kerékpárútvonal Esztergomban ágazik ketté, egyik útvonala Pilisszentlélek,

Pilisszentkereszt és Pomáz érintésével vezet Budapestre, a másik a Duna partját követi: Pilismarót, Dömös, Visegrád és Szentendre érintésével. Egyik sem kiépített kerékpárút!

A térség jellemzően az egynapos kirándulások célterülete, a kereslet 3 fő szegmense:

- a Budapestre érkező és a kulturális értékek iránt fogékony, a fővárosból kimozdítható, általában csoportosan vagy családosan érkező külföldi vendégek köre;
- a belföldi turizmus keretében országjáráson, ill. tanulmányi kirándulásokon résztvevő turisták csoportja (diákok és felnőtt korosztályok egyaránt);
- a térségben élő, a szabadidejét aktívan a régióban töltő, programjait egyénileg szervező vendégek szegmense.

**Komárom-Bábolnai kistérség** (Almásfüzitő, Ács, Bana, Bábolna, Csém, Kisigmánd, Komárom, Mocsa és Nagyigmánd)

A kistérség két meghatározó turisztikai központja Komárom és Bábolna. Komárom erődrendszeréből három esik magyar területre, a Monostori, az Igmándi és a Csillagerőd. Az erődrendszer komoly esélyekkel pályázik a világörökség részévé nyilvánításra. A fejlesztési koncepció egésze egy Hadkultúra Témapark megvalósításának lehetőségét villantja fel. A helyszín kezelői és vezetői alapvetően egy military-jellegű élménypark kialakításában gondolkodnak, ez alkotja majd a fő profilt. Az erődrendszer mindazonáltal ma még korlátozottan látogatható, környezete rendezetlen, szolgáltatási skálája jelentős bővítésre szorul.

Bábolna a II. József rendeltével létesített „Ménésbirtoknak” köszönheti növekvő jelentőségét és ismertségét, a lovas és lótenyésztési hagyományok fellegvárává vált. A Ménésbirtok mellett említést érdemel 20 ha-os arborétuma, ahol a leghíresebb bábolnai lovak emlékhelye látható.

A kistérségben a kerékpáros turizmust kedvező terepviszonyok segítik: itt halad el a Győr-Tatabánya-Esztergom-Budapest útvonal egyik szakasza.

A vadászturizmus résztvevői számára elsősorban apróvadász területek találhatók, horgászni a Concó-patak völgyében kialakított mesterséges tavakban lehet (ácsi Malom-tó, nagyigmándi Ghiczy-pusztai-tó, Mocsa határában a volt bányatavak, ahol szabadidőpark is létesült). Horgászlehetőség van még a Concó dunai torkolatánál, a koppánymonostori mellékágban, a szőnyi szigetekenél, az almásfüzitői Holt-Dunán, a bábolnai Ölbői-tavon, Komáromban a Rüdiger-tavon, valamint Szákszendén a Szenditavon. Az Almásfüzitő-felső horgásztó az 1-es út mentén terül el, ahol a parton ifjúsági szállás jellegű elhelyezés vehető igénybe.

**Bakonyaljai (kisbéri) kistérség** (Kisbér, Aka, Ácsteszer, Bakonybánk, Bakonyszombat-hely, Bársonyos, Csatka, Császár, Ete, Kerékteleki, Réde, Súr és Vérteskethely)

Kisbér lovashagyományain túl, jórészt csak magyar vonatkozású nevezetességeket tud felmutatni: Táncsics Mihály szülőháza Ácsteszeren, Jászai Mari Emlékház Kisbéren, Bakonybánkon született Bánki Donát. A Kisbér-Ménésmajori lovas központ mellett a Réde-Lesaljamajori lovas központ is kiemelhető még a szép környezetben felépített lovas panzióval.

A térség másik kuriózuma a csatkaibúcsú. A szentkúti kápolna híres búcsújáráshely, környéke ismert kirándulóhely.

A térség erőssége az Ászári borvidék (Ezerjő, Szürkebarát, Ászári Asszonyfektető).

A térséget ugyan nem szeli át egyetlen olyan útvonal sem, amely az országos hálózat része lenne, de a Budapest-Tata-Győr és a Budapest-Székesfehérvár-Balaton kerékpárutak összekötő tengelye a Móri-árkon keresztül kialakítható lenne – vélik a helybéliek.

A kistérségben három, helyi védelem alá helyezett terület található: a bakonyszombat-helyi Kastélypark, a Feketevíz-éri-tavak és a rédei parkerdő.

**Tatai kistérség** (Tata, Baj, Dunaalmás, Dunaszentmiklós, Kocs, Naszály, Neszmély, Szomód, Tardos és Vértestolna)

A kistérség főleg Tatának köszönhetően tölt be jelentős szerepet a megye turizmusában. Tata, a „Vizek városa”, hagyományosan turisztikai település, kiemelkedő jelentőségű az Öreg-tó, amely a megye egyetlen nemzetközi egyezmény által is védett állóvize; az Angolkert és a Fényes-fürdő. A Vár és a fa harangláb a város két jelképe. Neszmély a boráról és rendezvényeiről (Jazz Fesztivál, Hídverő Napok, Euroexpo) nevezetes.

A kistérségben három országos jelentőségű természetvédelmi terület található: a Gerecse TK., a Dunaalmási Kőfejtők és a tatai Kálvária-domb katlanjában elterülő szabadtéri földtani skanzen, amely természetvédelmi és tudományos értékét nézve is európai jelentőségű. A megye 13 fokozottan védett barlangjából három szintén a kistérség területén található. Naszály határában, a Ferencmajori-halastavak mellett, rendszeresen természetvédelmi táborokat szerveznek. Az Agostyáni Arborétum és az itt nyaranta megrendezett nomád tábor is említésre méltó.

Tata a Bécs-Mosonmagyaróvár-Győr-Budapest nemzetközi kerékpárútvonal egyik állomása, pihenőhelye. A kistérséget két területen érinti a kerékpárút: a Bábolna-Kocs-Tata-Agostyán-Tardos-Tarján és a Komárom-Dunaalmás-Neszmély-Süttő-Esztergom útvonalon. Tatán három lovasközpont is működik, a város méltán csatlakozhat a Kisbér és a Bábolna által alkotott „lovasút”-hoz.

A Gerecse a bakancsos turizmus kedvelt területe. A vadászturizmusban Tata, Baj, Tardos és Vértestolna a meghatározó. Tatát apróvadás, míg a többi településen nagyvadás jellegű vadászterület található. *Horgászni* a Derítő-tavon, az Angolpark közepén fekvő Cseke-tavon, a neszmélyi Duna-szakaszon és az Általér tatai szakaszán lehet leginkább.

Dunaalmás-Neszmély térségében vízitúra-állomás alakult ki. Neszmélyen időszakosan hajókikötő működik. A tervek szerint, ide készülnek telepíteni az Esztergom-Párkány között újjáépített Mária Valéria-híd miatt ott feleslegessé vált dunai kompot.

A sportturizmus szempontjából kiemelkedő jelentőségű a Tatai Olimpiai Edzőtábor.

**Oroszlányi kistérség** (Oroszlány, Bokod, Dad, Kecskéd és Szákszend)

A Velencei-tó–Vértes kiemelt turisztikai régió Komárom-Esztergom megyei kapuja.

**Oroszlány**, idegenforgalmilag ma még nem tartozik a kiemelkedők közé, viszont ha sikerül megvalósítani az ezzel kapcsolatos városfejlesztési elképzeléseket és programötleteket, a város eséllyel számíthat nagyobb vendégforgalomra. Bányászati Múzeumuk alig pár éves, a tatabányaival együttműködve, a bányászthyagományokra szervezett vendégforgalom egyik húzóereje lehet. A város idegenforgalmi fogadóképességének fejlesztése kedvezően befolyásolhatja majd a környék szinte egyetlen kiemelkedő turisztikai értékének, Majknak az ismertségét és látogatottságát is. A **majki remeteség** a Kincstári Vagyoni Igazgatóság kezelésében van. A kamalduli szerzetesrend 1733-ban kezdték építeni. A rend tizenhét cellaházat, egyenként 100 m<sup>2</sup> alapterületű barátlakot emelt az egytornyú templom köré, a remetelakok fő alkotórésze az impozáns kolostor-épület volt. A cellaházak apartementként vehetők igénybe, az egyik barátlakban pedig múzeumot alakítottak ki. A műemlékegyüttest évi százezer látogató keresi fel. A majki remetelakok 1985-ben felkerültek a Magyarországi Kulturális Örökség listájára.

Országos jelentőségű védett érték a Vértesi TK kistérségbe eső része, illetve helyi védettséget alá tartozik a vértesszentkereszti bencés monostor romja a XII. századból.

Egyelőre még csak regionális jelentőségű a kecskédi repülőtér. A térség sporterőssége a vitorlázórepülés.

A bakancsos turizmus a Vértesben komoly hagyományokkal bír. Horgászni a Bokodi-hűtőtávon, a Szendi-távon, a Majkpusztai tavakon és a kecskédi tavon lehet.

**Dorogi kistérség** (Dorog, Bajna, Csolnok, Epöl, Kesztlőc, Leányvár, Piliscsév, Sárísáp és Tokod)

A kistérség a Dunazug hegyvidékére esik, itt találkoznak a Keleti-Gerecse és a Pilisi-hegyek. A dorogi kistérség az Esztergom-Nyergesújfalui árnyékában található, igazi komolyabb turisztikai vonzerővel nem rendelkezik. A dorogiaiak által kedvelt közeli Palatinus-tó is közigazgatásilag Esztergom-Kertváros része. A Duna-Ipoly Nemzeti Parkhoz tartozik Kesztlőc, Leányvár és Piliscsév. A Kesztlőc közelében fekvő Klastrompusztán turistaház üzemel. A kistérség a lovas- (Héreg, Tokod), a horgász- (Csolnok, Klastrompuszta, Tokod) és a vadászturizmusnak (Bajnai erdőszet területe) egyaránt kedvez. A sportturizmus vonatkozásában említést érdemel a siklóernyőzés. Tokodon a motorsport kedvelői a csodálatos természeti környezetű, 45 ha-os endurópályát használhatják. Tokod-Altáron off-road pálya található, ahol nemzetközi versenyeket is tartanak. A térségben Kesztlőc egyre nagyobb hírnévre tesz szert boraival.

**Tatabányai kistérség** (Tatabánya, Gyermely, Héreg, Környe, Szomor, Tarján, Várgesztes, Vértessomló és Vértesszőlős)

A térség legjelentősebb helységei Várgesztes, Vértesszőlős és Tatabánya.

**Tatabánya** jelképe a Turul-madár, a fő vonzerő a megyeszékhelyen a Szelim-barlang. A környék legnagyobb, legjobban kiépített strandja Tatabányán található.

**Várgesztes** villaparkja új turisztikai beruházásként vált Európa-szerte ismertté. Tarjánban német mintára készült üdülő-, vadász- és vendégházak szolgálják az idegenforgalmat. **Vértessomló** határában a Vitányvár romjai vonzzák a turistákat – a községben szintén tervbe vették egy üdülőfalv felépítését. A kistérségben a vértesszőlősi előembertelep és a Gerecsei TK bír országos jelentőséggel, de a térség területére benyúlik a Vértesi TK is.

A **kerékpáros turizmus** a Tata-Környe-Majkpuszta valamint a Tata-Tarján-Bajna-Zsámbék útvonalakon érinti a kistérséget. Tornyópuszta kedvelt vadászkastélya, valamint a Gyermely környéki vadászcentrum a vadászokat várja. Ezen a téren a tatabányai Koldusszállás és a vértesszőlősi Samu Tours vadászatszervező irodái jelentősek. Horgászni a bánhidai erőmű táván, a Síkvölgyi mesterséges tórendszerben lehet.

A többi kistérséget összevontan kezeltük. A saját önálló idegenforgalmi arculattal és nagyobb vonzerőt képviselő turisztikai kínálattal nem rendelkező kistérségek turisztikai esélyeit csak oly módon teremthetjük meg ill. növelhetjük, ha helyi kínálatukat integráljuk, és egy jelentősebb vonzerő mellé illesztjük.

A kínálat összességében a következő meghatározó jegyeket hordozza magán:

- Turisztikai adottságait (természeti-, történelmi-és kulturális értékek) tekintve a megye ún. mozaik térség, a látványosságok a területén szétszórta, ezek azonban lehetőségükhöz, adottságaikhoz képest nincsenek megfelelően használva.
- A mozaikszerűen elhelyezkedő természeti, kulturális vonzerők nem alkotnak egységes turisztikai desztinációt vagy terméket, nem jöttek létre a vendégvonzó attrakciók, a kínálat szezonális.
- A térség vendéglátása elsősorban az intenzív tranzitforgalomra rendezkedett be, kevés az egyedi kínálatú vagy hangulatú vendéglátóhely.

- A szabadidős és programkínálat (minőségi lovaglási lehetőségek, gyógy-és termál-fürdőzés, kerékpározás, vízi túrázás, természetjárás, kulturális és szórakoztató programok Esztergomban, Tatán, Komáromban, Majkon, stb.) kedvező feltételeket teremt, hogy a vendég több napot töltsön el a térségben.
- A szálláshelyek túlnyomó többsége a megye 3 kistérségére (Komárom, Tata, Esztergom) koncentrálódik, melyek összetételük és minőségük miatt jelenleg nem felelnek meg a hosszabb időt eltöltő turisták igényeinek.

### 8.3.2 Keresletelemzés

A megyében nem készültek felmérések a vendégek utazási szokásairól és elvárásairól. A Központi és a Megyei Statisztikai Hivatal adatai, valamint piackutató cégek publikációi adnak tájékoztatást a vendégkör jellemzőiről.

A megyében jelentős a napi kirándulóforgalom, illetve a lovas-, kerékpáros-, vadász- és a horgász turizmus területén egyre nagyobb számban vannak jelen a visszatérő turisták.

Jellemző az alacsony tartózkodási idő és költség, amely többek között a turisztikai infrastruktúra, szolgáltatások, programlehetőségek gyengeségére vezethető vissza.

A megyébe érkező turistákról, azok jellemzőiről nincs átfogó információ. Több helyszín önállóan végez, ha végez felméréseket, illetve a statisztikák adnak nem teljes áttekintést. A felmérések nem ismétlődnek rendszeresen, ezért a változások egyelőre nem követhetők. Több területre kiterjedő, legfrissebb felmérés 1995-ben készült. A 300 fős felmérés eredményei által felvázolt kép<sup>1</sup>:

A felmérés alapján három hangsúlyos látogatói csoport határozható meg:

Egynapos látogatók

- Külföldi és haza csoportok – főként a turisztikai gócpontokban.
- Változatos kor-és demográfiai összetételűek.
- Költségük az emléktárgyvásárlásra és max. egy étkezésre koncentrálódik.
- Motiváció: városnézés, ill. szolgáltatás-turizmus (bevásárlás, más szolgáltatások)

Hétfélig vendégek (1-3 napos vendégek)

- Üdülők tulajdonosai, kiskereskedelemben jelentenek pótlólagos bevételt.
- Hétfélig kirándulók, zömében a fővárosból és a környező városokból érkezők.
- Jellemző a minimális költsésszint.

Hosszabb ideig tartózkodó vendégek

- Belföldi és külföldi (német, holland, osztrák) családok, egyének.
- Elsősorban kispénzű, értelmiségi középréteg, általában csak az alapszolgáltatásokra költenek.
- Motiváció: 1.) hobbysport, kirándulás, kerékpározás  
2.) rokonlátogatás  
3.) ifjúsági-és gyermeküdültetés, edzőtáborok

További hangsúlyos motivációk:

- termál- és gyógyturizmus
- konferencia- és üzleti turizmus
- falusi turizmus.

<sup>1</sup> Forrás: RÖM, 1995: Komárom-Esztergom megye komplex idegenforgalmi fejlesztési programja

### **8.3.3 Szolgáltatások rendszere, színvonala, kiszolgáló infrastruktúra**

A megye, mint turisztikai célpont közötti, vasúti megközelíthetősége többnyire nem felel meg az általános elvárásoknak, elégtelenek a belső közlekedési kapcsolatok. A kerékpáros útvonalak kiépítése lelassult, a kerékpáros turizmus alapját képező kerékpárút-hálózat egyelőre nem valósult meg. A turizmust kiszolgáló vállalkozások száma alacsony, hiányzik az egymásra épülő széleskörű szolgáltatási struktúra. A turisztikai programszolgáltatók első sorban a lovasturizmus területén jelennek meg nagyobb számban.

### **8.3.4 Turizmus irányítása, önszerveződések**

A turizmusban fokozatosan megjelennek a szakmai és civil szerveződések (regionális, megyei, kistérségi, települési), ezek azonban nem alkotnak egységes, hatékonyan működő rendszert, hiányzik az áttekinthető szervezeti háló. Mindez elsősorban az információáramlás elégtelenségére, a célratörő, hosszútávon tervező együttműködés, térségi személet, gyakran szakmai kompetencia hiányára és a szűkös anyagi forrásokra vezethető vissza. A turizmus szervezeti felépítéséből egyelőre hiányoznak a vállalkozókat eredményesen segítő szolgáltató szervezetek (tanácsadás, tanfolyamszervezők). A települések egy részre dinamikusán vállalja fel a turizmus működtetésének a feladatait, többségük azonban csak részben ismerte fel az idegenforgalomban rejlő lehetőségeket. A településeknek csak egy kis hányada tart fenn együttműködő munkakapcsolatot a turizmusirányítás szervezeteivel.

### **8.3.5 Marketing, kommunikáció**

A megyei, térségi turizmus szerveződését hátráltatja a következetes, célcsoport-orientált, összehangolt, folyamatos marketing, PR-tevékenység hiánya. Hiányzik a rendszeres piac-kutatás, a kínálati tényezők összehangolása. Országosan, így a megyére is jellemző a turisztikai szereplők kialakulatlan együttműködéséből fakadóan az elégtelen információ-áramlás/közvetítés mind a turisztikai szervezetek, mind a potenciális vendégek felé.

### **8.3.6 Ágazati kapcsolódások, szükséges együttműködések**

A rendelkezésre álló tanulmányok a turizmus fejlesztésével összefüggésben figyelembe vették a különböző ágazati kapcsolódásokat, a szükséges együttműködési pontokra javaslatokat tettek. A koncepciók gazdaságfejlesztési programja a turizmust mint a gazdaság egyik lehetséges kitorési pontja, a gazdaságfejlesztés szerves része kezeli.

A turisztikai termékfejlesztésnek összhangban kell lennie a régiós, megyei és települési szintű területfejlesztési célkitűzésekkel.

A turisztikai célterületek megfelelő megközelíthetősége érdekében a turizmusfejlesztés részét kell képeznie a közlekedési hálózat javításának, bővítésének (vasút, közút, légi közlekedés). Az egyes területein iparosodott megyében a tervezés-fejlesztés során fokozott együttműködésre van szükség mind a sérült területek rekultivációja, ipari szennyezés csökkentése, mind a még ép természeti területek megőrzése érdekében a környezetvédelem területén. Az agrárgazdaság bizonytalan helyzetét figyelembe véve, a tervek építenek az agrárnépesség pótlólagos foglalkoztatására alkalmas falusi turizmus lehetőségeire.

## 8.4 STRATÉGIAI PROGRAMOK LEHETSÉGES STRUKTÚRÁJA

Stratégiai programok tematikája:

1. A program megnevezése
2. A program célja
3. A program prioritásának indoklása
4. A programban érintett terület(ek)
5. A program leírása
6. A program várható eredményei
7. Alprogramok

A stratégiai programokhoz alprogramok tartoznak, amelyek kétféle feladatkört határoznak meg:

### a) Területspecifikus alprogramok

Területspecifikus programnak tekintjük azokat, amelyek konkrétan egy jól körvonalazható térségre, településre vonatkoznak, helyi szervezetek, intézmények hatáskörébe tartoznak, és amelyek végrehajtását a megye elvi-, lobb- vagy esetenként részben finanszírozás szinten tudja támogatni.

### b) Témaszpecifikus alprogramok

A témaszpecifikus programok közé soroltuk azokat, amelyek végrehajtására a megye szakmai bizottságának intézkedési tervet kell felállítania, illetve amely programok finanszírozottságát a megyének képviselnie kell a regionális és az országos fórumokon (pl. vonatkozó pályázati rendszer felállítása) is.

Stratégiai alprogramok felépítésének tematikája:

1. A program célja
2. A program célcsoportja
3. A programban érintett terület(ek)
4. A program leírása
5. A program ütemezése
6. A program felelősei
7. A megvalósítás feltételei
8. Várható eredmények

A stratégiai programok és alprogramok rendszerét a mellékelt programtábla tartalmazza!

## 8.5 Általános érvényű stratégiai célok (rövid, közép és hosszú távú)

### 8.5.1 A versenyképesség erősítése.

A stratégia kulcsfontosságú feladatnak a **turisztikai alapszolgáltatások** (szállás, étkezés) minőségi fejlesztését tekinti. További meghatározó jelentőségű tennivaló a **programkínálat fejlesztése** (pl. egy országos hírű zenei fesztivál, egy kerékpáros élmény útvonal stb.), vagy a már meglévő turisztikai termék, színesítése, bővítése és összekapcsolása más programokkal. Fontos célkitűzés a **kínálat tényezőinek szervezett összehangolását**, mert csak így érhető el, hogy a turista több napot töltsön el a térségben.

### 8.5.2 Jól körülhatárolt szervezeti és felelősségi rendszer

A megyében működő turisztikai szervezetek nem alkotnak egységes rendszert, a döntési és végrehajtási mechanizmusok egymással nincsenek összhangban. (pl. szervezeti irányítási rendszer átgondolása, szakmai és civil szervezetek felállítása, szerepük pontos meghatározása stb.), ezért fontos egy jól körülhatárolt szervezeti és felelősségi rendszer kialakítása, valamint az együttműködés létrehozása és továbbfejlesztése.

### 8.5.3 Marketing és információs tevékenység javítása.

A marketing tevékenység nem egységes, *hiányzik a rendszeres piackutatás, a kínálati tényezők összehangolása*, valamint az új vendégkörre irányuló közös akciók megvalósítása. Elsődleges feladat új, célcsoport-orientált anyagok elkészítése mellett az értékesítési/terjesztési csatornák és módszerek felújítása, új vendégcsoportokra irányuló közös marketingakciók elindítása (pl. térségi, szakmai összefogások). Ki kell alakítani az ún. belső marketingrendszert, mely nemcsak a turizmus szereplői közötti kommunikáció javítását, a lakosság információkkal való ellátását segíti, hanem a szervezeti rendszer hiányosságaiából fakadó anomáliák kiküszöbölését is.

## 8.6 Középtávú turisztikai stratégia 2002-2007

*Fogalommagyarázat a stratégiai alprogramok értelmezéséhez:*

A stratégiai alprogramokat két csoportba osztottuk. A területspecifikus, illetve a témaspecifikus programokra.

**Terület-specifikus programnak** tekintjük azokat, amelyek konkrétan egy jól körvonalazható térségre, településre vonatkoznak, helyi szervezetek, intézmények hatáskörébe tartoznak, és amelyek végrehajtását a megye elvi-, lobby- vagy esetenként finansziális szinten tudja támogatni.

A **témaspecifikus programok** közé soroltuk azokat, amelyek végrehajtására a megye szakmai bizottságának intézkedési tervet kell felállítania, illetve amely programok finansziális támogatottságát a megyének képviselnie kell a regionális és az országos fórumokon (pl. vonatkozó pályázati rendszer felállítása) is.

A megye turizmusának stratégiájának irányvonalait három fő csoportba rendeztük, ezek alá soroltuk be a stratégiai programokat, s azok integráns részét alkotó terület- és témaspecifikus alprogramokat.

### 8.6.1 Turisztikai kínálat fejlesztése (1-7. stratégiai program)

*A stratégiai programcsomag célja:*

- Karakteres, piacképes turisztikai termékek létrehozása.
- A vendégek számára kijánlott turisztikai program- és látvány helyszínek állapotának, programszínvonalának biztosítása.
- Turisztikai programhelyszínek kínálatának bővítése, megfeleltetése a piaci igényeknek.
- A megye területén működő program- és helyszín gazdák, valamint a szolgáltatók és az önkormányzatok együttműködésének kialakítása.

*A program kapcsolódása a regionális fejlesztési stratégiákhoz:*

A turisztikai kínálat fejlesztését, egyedi termékek létrehozását, a regionális programok is kiemelt fontosságú feladatként kezelik. Komárom-Esztergom megyének arra kell törekednie, hogy a területén a hagyományokkal rendelkező, helyi szakembereken alapuló kínálat-



tal járuljon hozzá a befogadó régiók turisztikai arculatához, miközben tudatosan építi saját turisztikai arculatát.

*A stratégiai program középtávon várható eredményei:*

- Nemzetközi turisztikai piacon is eladható termékek kialakulása.
- A jelenlegi szintnél nagyságrendekkel magasabb vendégforgalom.
- A jelenleginél több turisztikai, illetve ahhoz közvetlenül vagy közvetve kapcsolódó vállalkozás létrejötte.

*A stratégiai program feltételei:*

- Beruházói szinten előkészített fejlesztési programok létezése.
- Anyagi erőforrások koncentrálása termékekre és területekre.
- Együttműködési készség a fejlesztésekben érintett területek és a koordináló szakmai szervezetek részéről.
- Végrehajtási fegyelem. Eredménykövető program végrehajtás.

*Kapcsolódó stratégiai programok:*

- Turisztikai célból látogatott helyszínek állapot javítása és fenntartása
- Turisztikai termékek kialakítása, szervezése
- A turisztikai helyszínek bemutatási rendszerének fejlesztése
- Turisztikai fogadó helyszínek közlekedési kapcsolat rendszerének fejlesztése
- Turisztikai információs rendszer fejlesztése
- Tájékp-, településkép tervezés, természetvédelem alatt álló területek turisztikai hasznosítása
- Strukturált szálláshely, kereskedelmi és vendéglátó kínálat fejlesztése

## **8.6.2 Turisztikai kereslet javítása (8. stratégiai program)**

*A stratégiai programcsomag célja:*

- Piaci pozíció javítása, a megye turisztikai látogatottságának javítása.
- A látogatói összetétel súlypontjainak eltolása.
- A szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számának növelése.

*A program kapcsolódása a regionális fejlesztési stratégiákhoz:*

A regionális tervek a piaci pozíció erősítése végett a marketing tevékenység erősítését és a végrehajtásért felelős koordináló szervezet felállítását határozzák meg stratégiai célként.

*A stratégiai program középtávon várható eredményei:*

- Hatékonyabb, a vendégszám emelkedésben és a turizmusból származó közvetlen, illetve közvetett bevételek növekedésében mutatkozó marketing munka.
- Koncentráltabb, eredményesebb marketingfinanszírozás.

*A stratégiai program feltételei:*

- Hiteles információkra alapozott, tervszerű és következetes végrehajtás.
- Várt eredményhez mért nagyságrendű marketingfinanszírozás. Forrástérkép a megyei és regionális pénzügyi lehetőségekről
- Pontos feladat-kompetencia meghatározás regionális, megyei és térségi szinteken.

*Kapcsolódó stratégiai program(ok):*

- Turisztikai kereslet javítása, marketing

### 8.6.3 A turizmus hosszú távú fenntarthatóságának biztosítása (9-11. stratégiai program)

*A stratégiai programcsomag célja:*

- A turizmus súlyának emelése a gazdaságban.
- A turizmus működését szavatoló humán erőforrás bázis biztosítása.
- Működő, eredményeket felmutatni képes, szakmai együttműködések létrehozása.

*A program kapcsolódása a regionális fejlesztési stratégiákhoz:*

A Közép-Dunántúli Turisztikai Régió a folyamatos és fenntartható fejlesztések érdekében Turizmusfejlesztési Programiroda felállítását javasolta. Az iroda koordinációját regionális szinten a Regionális Idegenforgalmi Bizottság (RIB) feladatkörébe utalta.

*A stratégiai program közptávon várható eredményei:*

- Hatékonyabb munkavégzésre képes turisztikai szervezeti rendszer kialakulása.
- Az ágazat végrehajtó, üzemeltetői szintjée felkészültségi színvonalának emelése.
- A turisztikai célterületek és környezetük eredményesebb együttműködése a turisták fogadása és kiszolgálása terén.

*A stratégiai program feltételei:*

- Alulról építkező, a megye minden turisztikai desztináció területét képviselő, egymás felé beszámolási kötelezettséggel tartozó munkaszervezet kialakítása.
- A megyében folyó képzési rendszer erősítése, illetve a nem iskolarendszerű szakmai továbbképzés feltételeinek megteremtése.
- A célterületek és környezetük turisztikai szolgáltatások, illetve programszolgáltatás területén végzett együttműködésének szervezeti és pénzügyi támogatása.

*Kapcsolódó stratégiai programok:*

- A turizmus szervezeti és működési rendszerének fejlesztése
- Humánpolitikai intézkedések, szakmai felkészültség feltételeinek biztosítása
- A turisztikai fogadó helyszínek környezetében lévő háttértelepülések feladatainak és turisztikai szerepének kidolgozása

### 8.6.4 Jövőkép a konkrét fejlesztési javaslatok tükrében

#### KÍNÁLAT

##### — Kulturális és örökségturizmus

A megye turizmusa szempontjából az egyik legfontosabb vonzerőt a térség történelmi, műemléki, vallási értékeinek programba fűzése jelenti (pl. királyi várak, barokk kastélyok, zarándok helyek stb.). Az **egyedi adottságok** (Esztergomi Bazilika, Majk, Kamalduli Remeteség, stb.) tudatos fejlesztéssel és marketinggel, egymásra épülő, vonzó, programcsomaggá alakíthatók át, és mint turisztikailag frekventált helyszínek a későbbiekben országos jelentőségű kulturális rendezvények házigazdái lehetnek.

##### — Aktív turizmus

A megye az aktív turizmus több típusa szempontjából - lovaglás, kerékpározás természetjárás, vízi sportok és szabadidős sportolási lehetőségek – kitűnő adottságokkal rendelkezik. A vonzerő adta lehetőségek elsősorban a termékfejlesztés hiányosságai miatt, sok településen - az adottságokhoz képest - jelenleg nincsenek kihasználva. Kitörési pont lehet a lovas bázisok szolgáltatásainak fejlesztése (pl. gyógylovaglás), a nemzetközi hálózathoz kapcsolódó, élmény kerékpárút megépítése a Duna mentén, valamint túraútvonalak és kapcsolódó infrastruktúra kiépítése (pl. Vértes, Pilis, Gerecse).

### — **Gasztronómia, borkultúra**

A magyar konyha és borászat önálló vonzerőként is megjelenik a megye kínálatában, illetve a borhoz és étkezéshez kötődő programok a turizmus szinte valamennyi formájához kapcsolhatók. A bor- és a gasztronómiai turizmus fejlesztése a vendéglátóhelyek színvonalának emelésével, a neszemélyi borvidék országos borúthálózatba való illesztésével, valamint tájjellegű ételek, italok és termékek népszerűsítésével valósítható meg.

### — **Üdülő turizmus**

A **gyógy-és termálturizmus** a megye idegenforgalmának kiemelkedő jelentőségű és nagy fejlődési lehetőséggel rendelkező területe. A kínálat bővítése Komáromban a termál/gyógyvízre épülő szálloda-fürdő komplexum fejlesztésével valósítható meg, elsősorban a senior célcsoport és családosok számára, ahol a hangsúly a gyógyítás mellett a pihenésen, utókezelésen van.

A **vízhez kapcsolódó üdülés** vonzó helyszínét jelentheti, elsősorban a fiatal korosztály számára, a tatai Öreg-tó, a vízminőség javítása és vízpart igényes átalakítása esetén.

### — **Gyakran említett egyéb javaslatok**

- Egyedi projekt megvalósítása (pl. Monostori erőd).
- Falusi turizmus keretében népi, kézműves hagyományok, mesterségek, népszokások bemutatása.

## **KERESLET**

A tanulmányok nem térnek ki részletesen arra, hogy a javasolt fejlesztésekkel megyei, kistérségi szinten milyen látogatói csoportokat céloznak meg, milyen vendégösszetételt kívánnak elérni a kínálat fejlesztésével. A turizmusfejlesztés javasolt irányai azonban szinte valamennyi célcsoportot megcélözzák.

## **KISTÉRSÉGEK**

A Komáromi, Kisbéri, Esztergom-Nyergesújfalu, Tatai, Tatabányai, Oroszlányi, Dorogi kistérségek lehetséges jövőképe és a megvalósítást szolgáló konkrét fejlesztési feladatok:

### — **Komáromi kistérség**

Javasolt jövőkép: EXKLUZÍV PIHENÉS, AKTÍV, SZABADIDŐS turizmus

Javasolt fejlesztések:

- Monostori Erőd program megvalósítása.
- Komáromi termálfürdő korszerűsítése, gyógyszálló (4 csillagos) építése.
- Kikötő fejlesztése.
- Bábolna, mint lovasturisztikai termék, konferencia- és üzletközpont kialakítása.

### — **Kisbéri kistérség**

Javasolt jövőkép: AKTÍV PIHENÉS, SZABADIDŐS TURIZMUS

Javasolt fejlesztések:

- Lovas turizmus (lovas túraútvonalak, egyedi lovas programok, lovas színház stb.)
- Kerékpáros-, gyalog-és falusi turizmus infrastruktúrájának továbbfejlesztése.

### — **Esztergom – Nyergesújfalu kistérség**

Javasolt jövőkép: Kulturális, BOR -és GASZTRONÓMIAi turizmus, AKTÍV PIHENÉS

Javasolt fejlesztések:

- A kistérség történelmi- műemléki értékeinek programba fűzése.
- Aktív turizmus centrum szerepkör (természetjárás, kerékpározás, vízi túra, sportrepülés stb.) kialakítása.

**— Tatai kistérség**

Javasolt jövőkép: KULTURÁLIS és ÜZLETI TURIZMUS, AKTÍV PIHENÉS

Javasolt fejlesztések:

- Öreg-tó projekt (szabad strand, üdülőfalu létrehozása) megvalósítása.
- Zarándokturizmus infrastruktúrájának fejlesztése, egységes termékcsomaggá alakítása.
- Konferencia turizmus feltételrendszerének javítása.

**— Tatabányai kistérség**

Javasolt jövőkép: Falusi, vadász- és horgászturizmus

Javasolt fejlesztések:

- Kerékpáros úthálózat fejlesztése.
- Szálláshelyfejlesztés.
- Rendezvényturizmus fejlesztése.

**— Oroszlányi kistérség**

Javasolt jövőkép: Zarándokturizmus, falusi turizmus

Javasolt fejlesztések:

- Falusi turizmus, zarándokturizmus fejlesztése.
- Majki Kastély hasznosítása koncertek, kiállítások helyszínéül.

**— Dorogi kistérség**

Javasolt jövőkép: FALUSI TURIZMUS

Javasolt fejlesztések: Falusi turizmus lehetőségeinek kihasználása.

Települési fejlesztési elképzelés: Keszthelyen a szőlőművelés és bortermelés fejlesztése keretében a borturizmus lehetőségeinek kihasználása.

## 9. ÖSSZEFOGLALÁS

### 9.1. A HELYZETFELMÉRÉS ÖSSZEGZÉSE

#### *A turizmus tervezése*

Az eddig elkészült regionális, megyei és kistérségi terület- és turisztikai fejlesztési koncepciók, stratégiák többségükben egymásra épülnek, figyelembe veszik a megelőző tanulmányok megállapításait, fejlesztési javaslatait. Az évek során korábban elkészült anyagok tartalmukban jelentős eltérést nem mutatnak, a problémák és a kitörési lehetőségek, veszélyek nagyrészt ugyanazok maradtak. Mindez arról tanúskodik, hogy az elkészült tanulmányokban leírt javaslatoknak igen kevés eleme valósult meg. A projektmenedzselés erőtlenség bizonyult.

A tervek sok turisztikai projekt-elképzelést tartalmaznak, kidolgozásuk azonban koncepció szinten megáll. Ez a kidolgozási mélység alkalmas az irányvonalak meghatározására, de a megvalósítás megalapozottságához nem elegendő. Az elmúlt években megfogalmazott projekteknek csak alacsony százalékra valósult meg.

A közigazgatás szerinti megyei beosztás, a tervezési régiók és a statisztikai kistérségi besorolások nem veszik figyelembe a turisztikai szempontból összetartozó vonzásterületeket. A megye regionális hovatartozásának megosztottsága azt eredményezi, hogy a megyei lehetőségek egy része a tervezési régiókban is perifériára szorul.

Az önkormányzati törvényben megfogalmazott turisztikai feladatok és a finanszírozáshoz szükséges pénzforrások nincsenek azonos kézben. A projektek finanszírozását a megye nem tudja hatékonyan támogatni.

A megye nem fordít a rendszeres piackutatásra, amelyből következően a vendégösszetétel és vendégkereslet színvonala és tényezői, mint bármely fejlesztés legfontosabb alapjai, részleteikben nem ismertek.

A tervekben megfogalmazott ütemezések nem a leírtak szerint valósulnak meg, a megvalósítás eredményeinek követése is gyakran elmarad.

#### **9.1.2 A turizmus kínálata (attrakciók):**

A megye jelenlegi turisztikai kínálata nem specifikált a kínálati-szerkezet, vagy a várt vendégkör alapján. A megyének sem a hazai, sem pedig a nemzetközi turisztikai piacon nincs jól beazonosítható, környezetétől megkülönböztető arculata.

A turisztikai termékképzés a megyében spontán jellegű, megyei szinten financiálisan nem támogatott, a legtöbb esetben a programgazdától, a vállalkozások lehetőségeitől függ. Jelentős, nemzetközi piaci értékű termékek még nem alakultak ki.

Annak ellenére, hogy a megyében sok a természeti, illetve kulturális-, épített érték, ezek piaci súlya a potenciális lehetőségekhez viszonyítva nagyon alacsony.

A megye hangsúlyos turisztikai fogadó területeit nagyobb történelmi városai, és összefüggő, erdős térségei alkotják. A vízparti lehetőségek kihasználatlanok.

A megye turisztikai kínálatának vonzerő értéke térségenként nagyon különböző. A megye fejlesztendő központjai: Esztergom, Komárom, Bábolna és Kisbér, Tata, valamint a Duna vonalára felfűzhető települések által alkotott térségek. A mozaikszerűen megjelenő potenciális vonzerők csoportba szervezhetők, egyedi arculattal rendelkező terméké alakíthatók.

A korábbi tanulmányokban megfogalmazásra került, megalapozott helyzetértékelésen nyugvó fejlesztési irányvonalak:

- Kulturális és örökségturizmus
- Aktív turizmus

- Gasztronómia és borkultúra
- Falusi turizmus
- Konferencia és kongresszusi turizmus
- Gyógyturizmus

Az *országos turizmusfejlesztési koncepció* fejlesztési programjába, majd legújabban a *nemzeti turizmusfejlesztési stratégiához* a megye elsődlegesen a következő témákban tud csatlakozni: kulturális- és örökségturizmus, termál- és gyógyturizmus, kerékpáros- és lovas turizmus.

### 9.1.3 A turizmus kapcsolódó szolgáltatásai

A közlekedési rendszer sajátosságaiból fakadóan, a megye jelenleg nem tudja a kívánt mértékben kihasználni Budapest közelségét és a szlovák határ szomszédságát.

Az utóbbi években a turisztikai vállalkozások száma elsősorban a panziós szálláshely szolgáltatás, valamint a vendéglátás területén nőtt. Az azonos kategóriába tartozó szállások közös területi értékesítési rendszere azonban hiányzik. Ez a hiány a nem specifikált vendégkörből és a számukra ajánlott program-rendszerek hiányából is fakad.

A turisztikai programszolgáltatók számának növekedése eltérő az egyes turisztikai ágakon belül. Leginkább a lovasturizmus területén tapasztalható látványos változás.

A programszolgáltatók önállóan küzdenek saját piaci pozíciójukért, az azonos szolgáltatók, illetve az azonos vendégkört kiszolgáló képes vállalkozások és programgazdák együttműködése nem megfelelő.

A folyamatosan bővülő turisztikai információs pontok ellenére, az információ rendszeres átadása, a lehetséges információ hordozó helyszínek és közvetítők kihasználása (pályaudvarok, főútvonal melletti parkolók, benzinkutak) még nem megfelelő. A kistérségek programgazdái, szolgáltatói és az információ közvetítők közötti együttműködés nem megfelelő.

### 9.1.4 Hozzáállás, attitűd

Komárom-Esztergom megye a turizmus ágazatát tekintve is kettészakított terület. A keleti területek érdek- és piaci kapcsolatai erőteljesebben *kötődnek* a fővároshoz és a szomszédos területeihez, mint a megye többi részéhez. A megyei önkormányzat által kisugárzott kohéziós erő nem képes ellensúlyozni a megosztottságot, amely a két turisztikai régióhoz tartozásban is megnyilvánul.

A megyében sok a helyi kezdeményezés és az azonos cél érdekében létrejövő civil szerveződés. Ez a tény a fejlődés nagyon fontos alapja, mivel nagyobb mozgatóerő, mint a felső szintről történő intézkedés.

A megye támogatja a turizmus fejlődését, ugyanakkor a törvényben meghatározott gazdálkodási rendszere nem teszi lehetővé, hogy jelenleg anyagilag is hozzájáruljon a fejlesztésekhez.

A fejlesztési tervekből hiányoznak a kompetenciák szerint lebontott feladatok, ebből következően a jó tervezésnek csak kevés esetben lett folytatása a megvalósítás.

Még nem alakult ki a megye integrált szervezete a turizmus területén, csak egyes szereplői működnek - többségükben önállóan.

## 9.2. A STRATÉGIA KIEMELT ELEMEI, MEGÁLLAPÍTÁSAI

Komárom-Esztergom megye turizmus fejlesztésének stratégiája nélkül a jövőképből meghatározott célokat a megye nem tudja elérni. A stratégiai feladat meghatározásoknak ugyanakkor **összhangban kell lennie** a megyét befogadó turisztikai régiók stratégiai irányvonalával, valamint a megye turizmusát közvetlenül vagy közvetve befolyásoló gazdasági ágazatok középtávú fejlesztési elképzeléseivel is. A stratégiai feladatok meghatározásánál azokra kell koncentrálni, amelyek ahhoz segítenek hozzá, hogy a megye a turizmus fejlesztése terén minél hamarabb mérhető, követhető eredményeket érhesse el.

### *A megye turizmusának stratégiai céljai:*

- Javuló eredmények elérése a látogatottság és a turizmusból származó bevételek tekintetében. A turizmus mind nagyobb súllyal jelentkezzen a megye gazdaságában.
- Piaci arculatot meghatározó, a megyében gyökerekkel, hagyományokkal rendelkező turisztikai termékek kialakítása és piacra jutásának biztosítása.
- Operatív, együttműködő területi kapcsolatok kialakítása a turizmus ágazaton belül.

### *Stratégiai fejlesztések célja:*

- Turisztikai kínálat fejlesztése.
- Turisztikai kereslet javítása.
- A turizmus hosszútávú fenntarthatóságának biztosítása.

### *Stratégiai fejlesztési területek:*

- Attrakciók, attrakció helyszínek fejlesztése.
- Turisztikai infrastruktúra és a turizmus környezetének fejlesztése.
- A turizmus szervezeti, működési rendszere.

### *Stratégiai programok:*

1. Turisztikai célból látogatott helyszínek állapot javítása és fenntartása
2. Turisztikai termékek kialakítása, szervezése
3. Turisztikai attrakció helyszínek bemutatási rendszerének fejlesztése
4. Turisztikai fogadó helyszínek közlekedési kapcsolatrendszerének fejlesztése
5. Turisztikai információs rendszer fejlesztése
6. Tájékp-, településkép tervezés, természetvédelem alatt álló területek hasznosítása
7. Strukturált szálláshely, kereskedelmi és vendéglátó kínálat fejlesztése
8. Turisztikai kereslet javítása, marketing
9. A turizmus szervezeti és működési rendszerének fejlesztése
10. Humánpolitikai intézkedések, szakmai felkészültség feltételeinek biztosítása
11. A turisztikai fogadó helyszínek környezetében lévő háttértelepülések feladatának és turisztikai szerepének kidolgozása

A programok struktúráját a melléklet tartalmazza. A megállapítások közül az alábbiakat érdemes kiemelni:

- Komárom-Esztergom megye a **turizmus ágazatát tekintve kettészakított terület**. A keleti területek érdek- és piaci kapcsolatai erőteljesebben kötődnek a fővároshoz és a szomszédos területeihez, mint a megye többi részéhez. A megyei önkormányzat által kisugárzott kohéziós erő nem képes ellensúlyozni a megosztottságot, amely a két turisztikai régióhoz tartozásban is megnyilvánul.

- A megyében sok a helyi kezdeményezés és az azonos cél érdekében létrejövő civil szerveződés. Ez a tény a fejlődés nagyon fontos alapja, mivel ez nagyobb mozgatóerő, mint a felső szintről történő intézkedés.
- A megye támogatja a turizmus fejlődését, ugyanakkor a törvényben meghatározott gazdálkodási rendszere nem teszi lehetővé, hogy jelenleg anyagilag is hozzájáruljon a fejlesztésekhez.
- A fejlesztési tervekben hiányoznak a kompetenciák szerint lebontott feladatok, ebből következően a jó tervezésnek csak kevés esetben lett folytatása a megvalósítás.
- Még nem alakult ki a megye integrált szervezete a turizmus területén, csak egyes szereplői működnek - többségükben önállóan, elszigetelten.

### 9.3. VISSZACSATOLÁS A PREKONCEPCIÓRA

A publikus hipotézisek közül az első csak részben, nem igazán meggyőző módon igazolódott be. Az az állítás, amely szerint Komárom-Esztergom megye rendelkezik olyan adottságokkal és turisztikai kínálattal, amelyik bel- és külföldön egyaránt versenyképes, vagy azzá tehető, csak hosszabb távon alakítható ki, és a megye jövőképe ez szerves része:

- A markáns arculatú turisztikai termékek területi központjaiból, **turisztikai csomópontok** alakulnak ki Komárom, Esztergom, Bábolna-Kisbér és Tata térségében, valamint a Duna mentén. A csomópontok turisztikai infrastruktúrája a kínált termék jellemző piaci célcsoportjainak igényeit elégítik ki.
- A turisztikai csomópontok **25-30 km-es körzetében** (turisztikai vonzáskörzet, háttértelepülések) működő turisztikai vállalkozások üzleti alapját, a turisták kiszolgálása és kiegészítő programok biztosításának lehetősége adja.
- A megye turizmusának a színvonalas kiszolgáló **infrastrukturális háttér** biztosít alapot. A turizmus infrastruktúrája a termékfejlesztésekkel párhuzamosan, azok színvonalához illeszkedve folyamatosan fejlődik.
- Megvalósul a **közlekedési rendszer** és a turisztikai gócpontok kapcsolati igényeinek harmonikus együttműködése.
- A turisztikai gócpontokhoz illeszkedő, **egységes információs hálózat** alakul ki. Biztosított az információs pontok közötti rendszeres, koordinált információáramlás. Megteremtődik a szolgáltatók és információs pontok érdek és motivációs kapcsolata.
- A termékfejlesztésekkel párhuzamosan, a megyében végzett **rendszeres piackutatás** eredményeit a beruházók felhasználják a vonzerők és a csatlakozó szolgáltatók fejlesztési irányainak meghatározásában.
- A fejlesztések, és a piaci értékesítés koncentrálása következtében, a **megyébe látogató turisták összetétele** folyamatosan átalakul. Megfelelő program és szálláshely kapacitás biztosítása mellett, a szervezett formában, csoportosan érkező vendégek száma növekszik. A megyében kialakulnak a belföldi családok üdülési célterületei. A programválaszték bővülésével a **vendégéjszakát töltő turisták átlagos tartózkodási ideje** is növekszik.
- A megye turizmusának fenntarthatóságát a megfelelő feladatkörökkel és döntési kompetenciákkal rendelkező szervezeti háttér, a több szinten képzett szellemi bázis, az eredmény orientált, tervszerű végrehajtás, az együttműködési készség és a rendszeres eredménykövetés biztosítja.
- Rendszerben gondolkodás és cselekvés lesz a jellemző. **Tudatos és ellenőrzött lesz a fejlesztések szervezése, végrehajtása.**



A második feltevés (tézis) igazolást nyert, mert kiválaszthatók és felfejleszthetők azok a kulcsterületek (alapvető idegenforgalmi termékek), amelyek igazodnak a nemzetközi kereslet trendjeihez, és a turisztikai bevételeket döntő mértékben befolyásolják. Kijelölhetők azok a kistérségek illetve települések is, amelyek a megye idegenforgalmának motorját képezik, amelyekre a környező települések felfűzhetik a maguk komplementer jellegű szolgáltatási csomagjaikat. És végül kiválaszthatók azok az egyedi objektumok (települések, létesítmények vagy attrakciók), amelyek önálló fejlesztési projektjét érdemes kiemelten kezelni és támogatni.

Igazolást nyert a nem publikus hipotézisek közül a leglényegesebb, hogy a régió és a megye a jelenlegi formájukban nem alkalmasak és nem is érdekeltek az igazi turizmusfejlesztésben. A települések egy része sokkal előbbre tart bármelyiküknél. A külső szakértő és a tanácsadó pedig nem kerülheti meg az integrált tervezés elvét, igazodnia kell a turisztikai tervezés arany szabályához: A tervezési folyamatba célszerű mindenkit bevonni, megkérdezni, akinek a későbbiekben beleszólása, netán voksa lesz (lehet) a stratégiához kapcsolódó operatív programok és alprogramok kidolgozásánál és megvalósításánál.

Igazolást nyert az a feltevés is, hogy a stratégia kidolgozása és kivitelezése nem nélkülözheti sem a folyamatos kézben- és karbantartást, sem pedig az állandósított publicitást, különben a fiók mélyére kerülhet ez is, mint annyi más terv az elmúlt évtizedekben. Ki kell dolgozni a turizmusstratégia folyamatos *roadshow*-jának rendszerét és anyagi fedezetét.

Beigazolódtott, hogy a turisztikai szemlélet erősítése érdekében rendszeres képzés és továbbképzés (lenne) szükséges a vidékfejlesztésben, a terület- és településfejlesztésben döntési helyzetben lévő választott tisztségviselők és a polgármesteri hivatalok érintett munkatársai számára.

## 10. IRODALOMJEGYZÉK

- RFÜ-RTT (1999): A Közép-Dunántúl területfejlesztési koncepciója
- ANDERICK, K. L. & VOGT C. A. (2001): Kapcsolat a helyi lakosok turizmushoz való hozzáállása és a turizmus fejlődése között (fordította: Dóka Gábor), *Journal of Travel Research*, Vol. 39. August 2000. pp. 27-36.; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szakajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/1
- ANDROTIS K. (2002): Az üdülőterületek életciklusa és stratégiái; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szakajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/4
- ANNE-METTE HJALAGER (2003): Az innováció-hiány enyhítése a turizmusban; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szakajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/2
- BASSA LÁSZLÓNÉ et al (1986): A Pilis - Visegrádi-hegység környezetminősítése / ... [szerzői munkaközösség, szerk. Rétvári László]; MTA FKI, Budapest
- B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut (1995): Freizeit und Mobilität, Hamburg
- Bábolna – termékfejlesztési program (pályázati anyag, 2002)
- BECKER C. (1993): Fremdenverkehrsplanung, Moedrich u.a., Tourismusmanagement, 2. kiadás, Berlin
- BEERLI A., MARTÍN J.D. (2005): A turisták jellemzői és az idegenforgalmi desztinációkról kialakított kép...; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szakajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2005/2
- BIEGER T. & LAESSER C. (2002); A vasút szerepe a közlekedési eszköz kiválasztásában... (ford.: Schien Barbara); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szakajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/4
- BODMER U. et al. (2004): A falusi turizmus gátjai és fejlődési lehetőségei a kereslet szemszögéből; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szakajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2004/3
- BOERS H. & BOSCH M.(1994): A Föld mint üdülőhely - Bevezetés a turizmus és a környezet kapcsolatrendszerébe, KVIF Budapest
- BOKÁNYINÉ BODA GY. & KISS K. (2002): „Határtalan természet - ezeréves kultúra” - Az Írottkő-Geschriebenstein Natúrpark, *Turizmus Bulletin*, 2002/1
- BRENT R. & GRAND J. (2002); Észrevételek „A Local Agenda 21”-hez (ford.: Farkas Péter); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szakajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/1
- BUDAI Z. & SZÉKÁCS O. (2001): A magyar egészségturisztikai kínálat alakítása a különböző célcsoportok szerint, *Turizmus Bulletin*, 2001/4
- BUDAI Z. (2002): Marketing a fürdőfejlesztésben, *Turizmus Bulletin*, 2002/1
- Budapest–Közép-Dunavidék Régió: Regionális Turisztikai Koncepció és Fejlesztési Program, 2000.
- BÜCHI W. (1974): Grundsätze zur Konfliktvermeidung, Beilage zur Arbeitstagung „Raumplanung und Fremdenverkehr”, Chur, 1974. szeptember 20.

- CATER, E./LOWMAN, G., ECOTOURISM (1994): A Sustainable Option?, Wiley, Chichester
- CERON J-P. & DUBOIS G. (2004): Az idegenforgalom és a fenntartható fejlődés mutatói.....; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2004/3
- CHATHOTH P. K. & OLSEN M. D. (2004): Stratégiai szövetség, mint vendéglátóipari perspektíva, *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2004/2
- CHIKÁN A. (2002): Vállalatgazdaságtan, Aula Kiadó, Budapest
- CZEGLÉDI J. & IMRE J. (1989): Turizmus itthon és külföldön, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest
- CZENE ZS. (2002): A kulturális örökség területfejlesztési megközelítése, *Tér és Társadalom*, XVI. évf. 2002/4, 25-38. o.
- CSAPÓ J. (2004): A területfejlesztés és a turizmus rendszere Írországbán, *Turizmus Bulletin*, 2004/1
- CSÁSZÁR L. (2004): Diktatúrák hagyatéka mint idegenforgalmi vonzerő, *Turizmus Bulletin*, 2004/3
- CSIZMADIA N. & CSUTÁK M. (2004): A légi közlekedés globális kontinensvándorlása, *Turizmus Bulletin*, 2004/3
- Dorogi kistérség területfejlesztési koncepciója, 1999.
- DOWNES J. (2002): Az EU jogalkotása és az idegenforgalmi szektor (ford.: Tihanyi Henriett, Szeli Kiss Ádám); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/1
- DROMARD C. (1998): "A közép-európai kastélyok útja" program, *Turizmus Bulletin*, 1998/2
- DROMARD C. (1999): A műemlékvédelem és a turizmus kapcsolata, *Turizmus Bulletin*, 1999/1
- ENRIGHT M. J. & NEWTON J. (2005): Idegenforgalmi desztinációk versenyképességének összehasonlítása.....; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2005/2
- EŐRY E. (1998): A magyar lovasturizmus - haladás munkaügetésben, *Turizmus Bulletin*, 1998/3
- ERDŐS J. & HALASSY E. (2000): A Magyar Kongresszusi Irodai Egyesülés eredményessége - ahogy a tagok látták, *Turizmus Bulletin*, 2000/1
- Esztergom-Nyergesújfalu kistérség területfejlesztési koncepciója, 1999.
- FARAGÓ H. & KARIKÁS E. (2000): A konferenciák világa, *Turizmus Bulletin*, 2000/3
- FARKAS M. & BALOGH G. (2001): Két keréssel kevesebb, számtalan eredménnyel több!, *Turizmus Bulletin*, 2001/2
- FAU F. (2000): Globalizáció avagy közelség, minden szálláshelytípusnak megvan a maga stratégiája (fordította: Vasánszki Eszter), *Espaces* 174, Septembre 2000, pp. 24-27.;

- Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/1
- FEKETE M. (1985): Az idegenforgalom néhány fő kérdése (OIH részére készített tanulmány), NOVORG-KERSZI Budapest
- FEKETE M. (1985): Együttműködési lehetőségek a magyar és csehszlovák határmenti területek idegenforgalmi kapcsolataiban (OIH részére készített tanulmány, NOVORG-KERSZI Budapest
- FEKETE M. (1985): Előzetes koncepció a Sopron-Kőszeg-Kőszeghegylja üdülőkörzet kiemelt üdülőterületté nyilvánításáról (résztanulmány), VÁTI Budapest
- FEKETE M. (1988): Szigetköz idegenforgalmi hasznosítása – MTESZ Munkabizottság tagjaként, Győr
- FEKETE M. (1989): Az Alpok-Adria munkaközösség – egy lépés a Közös Piac felé, Idegenforgalmi Közlemények, 1989/4.sz. és Fogyasztási Szolgáltatások 23. évf. 1990/3.sz.
- FEKETE M. (1989): Az egységes európai piac 1993 után, hatása a magyar idegenforgalomra, NOVORG-KERSZI Budapest
- FEKETE M. (1989): Idegenforgalom a magyar-osztrák határmenti területeken, ezen belül kiemelten Győr-sopron megye és Burgenland térségében (MTA Regionális Kutatások Központjának felkérésére), Győr
- FEKETE M. (1992): Duna-projekt, a Duna-táj bemutatása (Feltárás, elemzés, koncepció), Győr
- FEKETE M. (1992): Győr-Moson-Sopron Megye idegenforgalmi koncepciója (modell a területi idegenforgalmi irányítás, öngazgatás és koordináció új rendszerére), Győr
- FEKETE M. (1993): Szigetköz rehabilitációs és fejlesztési koncepciója (résztanulmány), KHVM ill. KÉÉ-MTA RKK, Győr
- FEKETE M. (1999): Üdülőhely-tervezés, KVIF Budapest
- FEKETE M. (2000): Vág-Duna-Ipoly Eurorégió idegenforgalmi koncepciója, VDI Fejlesztési Kht, Tatabánya
- FEKETE M. (2000): Vág-Duna-Ipoly Eurorégió turizmusának fejlesztési lehetőségei, *Turizmus Bulletin*, IV. évf. 3. sz., 2000. szept.
- FEKETE M. (2002-2003): Nyugat-Dunántúli Turisztikai Koncepció monitoringozása és felülvizsgálata, MTRt. Budapest
- FEKETE M. (2004): Győr-Moson-Sopron Megye Kézikönyve, Magyarország Régiói – Nyugat-Dunántúl, 13-47. és 80-82. o., CEBA Kiadó, Kaposvár
- FEKETE M. (2004): Magyarország csatlakozása és az idegenforgalom, *Mosoni Megyei Műhely*, 2004/1.
- FEKETE M. (2005): Falusi turizmus – áttekintés, Falusi Turizmus Tájékoztató, FATOSZ 2005. 1-2. szám, 25-30. o.
- FEKETE M. at al. (1994): A kék Duna, a magyarországi Duna-szakasz idegenforgalmi bemutatása (társszerzőként és főszerkesztőként), MTESZ-INTERSERVICE Ltd., Győr-Budapest

- FEKETE M. at al. (1994): Tápió-völgyi önkormányzatok turisztikai koncepciója, KVIF Budapest
- FEKETE M. at al. (1997): Gébárt-völgyi termálprojekt, VÁTI Budapest
- FEKETE M. at al. (1998): Budapesti agglomeráció területfejlesztési koncepciója, URB Kft Budapest
- FEKETE M. at al. (1998): CEBA Győr-Moson-Sopron Megyei Kézikönyv, CEBA Kiadó- FEKETE M., (szerkesztő és társszerző)
- FEKETE M. at al. (2002): Győr a XXI. század küszöbén, CEBA Kiadó, Kaposvár
- FEKETE M. at al. (2002): Komárom-Esztergom megye turisztikai stratégiája (Inn-Side Kft-vel konzorciumban), Tatabánya
- FISCHER D. (1985), Qualitativer Fremdenverkehr - Neuorientierung der Tourismuspolitik auf der Grundlage einer Synthese von Tourismus und Landschaftsschutz, St.Galler Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrswirtschaft, Reihe Fremdenverkehr, Band 17., Bern/Stuttgart
- FRANKE B. & HAMMERICH K. (2003): A szabadidő-szociológiai kutatások vége: néhány előzetes megállapítás; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/2
- FREY C. (1995): Tagestourismus: Fluch oder Segen? Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1993/94, St.Gallen.
- FREY, C. & KASPAR C.(1993): Freizeit, Mobilität und Tourismus aus sozioökonomischer Sicht, FER 136/1993, Schweizerischer Wissenschaftsrat, Bern
- FREYER W. (1995): Tourismus, Einführung in die Tourismusökonomie, 5. kiadás, München, Wien
- FÜRST D. (2000): Önálló vidékfejlesztés a globalizáció jegyében (fordította: Szolga Balázs), *Tourismus Journal* (Lucius & Lucius, Stuttgart) 4. Jg. (2000) Heft 2 S. 177-194; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/2
- GAGNEUX M. (2001): A mozgássérültek és a turizmus kapcsolata (fordította: Benczik Krisztina); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/4
- Gazdasági Minisztérium (2001): A Balaton Régió tízéves gazdaságfejlesztési programja, *Turizmus Bulletin*, 2001/4
- HAHN H. & KAGELMANN J. (1993): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie (Turizmuspszichológia és turizmusszociológia), München
- HAMZA M. & BURHIN F. (2001): Irányított turisztikai stratégia.... (fordította: Vasánszki Eszter); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/1
- HASSE J. & SCHUMACHER F. (1990): Sanfter Tourismus. Über ein konstruktives Verhältnis vom Tourismus, Freizeit und Umweltschutz, Benderhee
- HOPFENBECK W. & ZIMMER P. (1993): Umweltorientiertes Tourismusmanagement, Landsberg

- HORKAY N. (2003): Turisztikai márka és márkapolitika a desztináció-menedzsmentben I-II. rész, *Turizmus Bulletin*, 2003/1-2.
- HOVINNEN G. R. (2002): Az üdülőhelyek életciklus-modelljének felülvizsgálata (ford.: Borbáth Kornél, Szeley Ádám); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/3
- HUDSON S. et al. (2002): Az idegenforgalom értékesítési csatornái (ford.: Csikós Gergely, Choma Gergő); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/3
- HUNZIKER W. & KRAPF K. (1942): Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre, Zürich
- HÜTTL A. & PROBÁLD Á. (2000): A szatellit számla szerepe a turizmus nemzetgazdasági szerepének meghatározásában, *Turizmus Bulletin* IV. évfolyam, 1. szám
- Immateriális Kulturális Örökség Megmentésének Konvenciója, UNESCO MISC/2003/CLT/CH/14, Párizs, 2003.
- JACOBS H. M. (2002): A nemzeti parkok hasznosítása (ford.: Köhalmi Ágnes); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/2
- JANCSIK A. (1997): Az Európai Unió turizmussal kapcsolatos intézkedései I-II. rész, *Turizmus Bulletin*, 1997/3-4
- JANCSIK A. (1999): Turisztikai bevételek és kiadások Magyarországon, valamint ezek várható alakulása az Európai Unióhoz való csatlakozás után, *Turizmus Bulletin*, 1999/1
- JANDALA CS. (1992): A turizmus közgazdasági elemzésének módszerei, KIT, Budapest
- KABAI R. (2001): Falusi turizmus és tájvédelem, *Turizmus Bulletin*, 2001/4
- KASPAR C. & FEKETE M. (1997): Turisztikai alapismeretek 1-2., KVIF Budapest
- KASPAR C. & FEKETE M. (1997): Turisztikai menedzsment 1-3., KVIF Budapest
- KASPAR C. (1971): Probleme und Methoden der Investitionsplanung für Kurorteinrichtungen, *Zeitschrift für Fremdenverkehr* Nr. 1973/1. és Theus R., Planung und Finanzierung der Infrastruktur im Fremdenverkehrsarten., St. Gallen Diss., Chur
- KASPAR C. (1973): Fremdenverkehrsökologie - eine neue Dimension der Fremdenverkehrslehre, *Festschrift Prof.Dr.P.Bernecker*, Hochschule für Welthandel, Wien
- KASPAR C. (1973): Hierarchie der Werte in Fremdenverkehrszentren, *Tourismus, Umweltschädigung und soziale Kosten*, S.A. Mitteilungen der Schweiz. Verkehrszentrale, Zürich
- KELLER P. (2004): A turisztikai növekedés stratégiái; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2004/1
- Kisbér és térsége fejlesztési koncepció, 1998.
- Kisbér város képviselőtestülete turisztikai koncepciója, 2002
- KISS K. & SULYOK J. (2003): A magyarországi turisztikai régiók vendégforgalma 2002-ben, *Turizmus Bulletin*, 2003/2

- KISS K. & TÖRÖK P. (2001): Az egészségturizmus nemzetközi keresleti és kínálati trendjei, *Turizmus Bulletin*, 2001/3
- KISS K.: Falusi turizmus - eltérő értelmezések, eltérő piaci lehetőségek?, *Turizmus Bulletin*, 2001/1
- KLASSEN K. J. & ROHLEDER T. R. (2002): Az üzemeltetés és a marketing összehangolása (ford.: Ligetvári Zoltán, Molnár József); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/1
- KLEMZ W. (1989): Interkommunale Zusammenarbeit im Fremdenverkehrsbereich, Frankfurt/M
- KNEBEL J. (1960): Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus, Stuttgart
- KNOWLES T. & EGEN D. (2002); A recesszió és hatása a nemzetközi szállodaiparra (ford.: Arató Flóra, Bíró Klára, Domszlai Eszter); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/1
- KOCH A. (1986): Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Fremdenverkehrs für eine Gemeinde, Jahrbuch für Fremdenverkehr 1986, München
- Komárom-Bábolna térségi turizmusfejlesztési terv – (pályázati anyag, 2002)
- Komárom-Esztergom megye agrárstruktúra és vidékfejlesztési stratégiai programja, 1999.
- Komárom-Esztergom megye fejlesztési koncepciója és programjavaslatai
- Komárom-Esztergom megye idegenforgalmi marketing terve, 2001-2002.
- Komárom-Esztergom megye komplex idegenforgalmi fejlesztési programja, 1995.
- Komárom-Esztergom megye környezetvédelmi program
- Komárom-Esztergom megye zöldturizmus fejlesztési koncepciója és középtávú stratégiai programja, 2000.
- Komárom-Esztergom Megyei Közgyűlés Nemzetközi Kapcsolatok és Idegenforgalmi Bizottság üléseinek jegyzőkönyvei. 1999-2001.
- KÓRÓDI M. & DUDÁS P. (2003): A rurális kistérségek turisztikai pozícióját meghatározó tényezők összefüggései, *Turizmus Bulletin*, 2003/4
- KÓRÓDI M. & DUDÁS P. (2003): A rurális kistérségek turisztikai pozícióját meghatározó tényezők összefüggései, *Turizmus Bulletin*, 2003/4
- KOVÁCS B. (2004): Az állami turizmusfejlesztés-politika közösségi pillére, *Turizmus Bulletin*, 2004/2
- KOVÁCS V. I. (2002): Kastélyok a turizmusban és az Európai Hagyományok Konzorcium munkája, *Turizmus Bulletin*, 2002/4
- KOZAK M. (2003): Utazási motivációk összehasonlító elemzése nemzetiség és célállomás szerint; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/2
- Közép-Dunántúli Régió Előzetes Fejlesztési Terv 2001-2003.
- KPMG Consulting (2002): Az egészségturizmus marketingkonceptiója, *Turizmus Bulletin*, 2002/2)

- KRAMER, B. (1990): Freizeit - Politik - Perspektiven. Unter besonderer Berücksichtigung der Konzepte von Parteien und Verbänden in der Schweiz, Berner Studien zu Freizeit und Tourismus 27
- KRAPF, K. (1954): Der touristische Konsum, Habilitationsschrift, Bern
- KRIPPENDORF J. (1973): Kosten-Nutzen-Diskussion im Tourismus - Versuch eines Brückenschlages zwischen Theorie und Praxis, Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr.2., Bern
- KRIPPENDORF J. (1980): Marketing im Fremdenverkehr, Bern
- Kulturális Turizmus Kartája, ICOMOS, Brüsszel, 1976.
- Kulturális Turizmus Nemzetközi Kartája, ICOMOS, Mexikó, 1999.
- KUNZ B.R. (1990): Die Bedeutung des Auslandsfremdenverkehrs für die Schweizerische Volkswirtschaft, Schweizerische Beiträge zur Verkehrswissenschaft, 23.
- LANZA A. et al. (2004): Az idegenforgalmi specializáció hosszú távú jelentősége; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2004/2
- LAW R. et al. (2005): Az Internet hatása az utazási irodákra; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2005/1
- LEGRAND D. (2002): Regionális nemzeti parkok, mint sajátos gazdasági fejlesztési területek (ford.: Palkó Erika); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/1
- LENGYEL M. (1986): A turizmus állandó és új tényezői, valamint motivációi, *Idegenforgalmi Közlemények*, 1986. 3. szám
- LENGYEL M. (1992): A turizmus általános elmélete, VIVA Reklámügynökség, Budapest
- LENGYEL M. (1994): A turizmus általános elmélete, KIT, Budapest
- LENGYEL M. (1999): Az Európai Unió turizmussal kapcsolatos tevékenysége a tagországok tapasztalatai tükrében I-II. rész, *Turizmus Bulletin*, 1999/2-3
- LENGYEL M. et al. (1998): Az Európai Unióhoz való csatlakozásra készülő közép-európai országok turizmusa I-II-III. rész, 1998/2-3-4
- LENGYEL M. (2005): Balatoni turizmus fejlesztési koncepciója és programja, LT Con-sorg, Balatonfüred, 2005
- LES LUMSDON (2001): Közlekedés és turizmus, a kerékpárturizmus – a környezetbarát fejlesztés egy lehetséges modellje? (fordította: Juhász Csenge); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/2
- MACCHIAVELLI A. (2003): Idegenforgalmi célállomások, mint integrált rendszerek; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/1
- MACY MARVEL (2003): Gyógyfürdőhelyi turizmus Közép- és Kelet-Európában; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/3



- Magyar Turizmus Rt. Kutatási Igazgatóság (2002): Québec-i nyilatkozat az ökoturizmusról, 2002, *Turizmus Bulletin*, 2002/4
- Magyar Turizmus Rt. Kutatási Igazgatóság (2003): A magyar turisztikai régiók vendégforgalma 1998-2001, *Turizmus Bulletin*, 2003/1
- Magyar Turizmus Rt., Piac- és Termékelemzési Iroda (2004): A magyarországi turisztikai régiók forgalma 2003-ban, *Turizmus Bulletin*, 2004/2
- McINTOSCH R.W. (1980), *Tourism; Principles, Practices, Philosophies*, Grid, Inc., Columbus (USA), harmadik kiadás
- MICHALKÓ G. (2003): A fenntartható fejlődés ökoturisztikai aspektusai Magyarországon, *Turizmus Bulletin*, 2003/4
- MICHALKÓ G. (2003): A turizmuselmélet alapjai, főiskolai tankönyv, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár
- MICHALKÓ G. (2005): Turizmusföldrajz és humánökológia, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest
- MIHALIC C. & KASPAR C. (1996), *Umweltökonomie im Tourismus*, Schriftenreihe des Instituts für Tourismus und Verkehrswirtschaft an der Universität St. Gallen, Bern/Stuttgart/Wien
- MILL R.C., MORRISON A.M. (1985), *The Tourism System*, New Jersey
- MILMAN A. (2002): A téma-, és szórakoztatóparkok jövője (ford.: Hartmann Marica, Csóti Borbála); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/3
- MITTAL B. & BAKER J. (2004): Reklámstratégiák az idegenforgalomban; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2004/3
- MONTESON P.A. & SINGER J. (2005): Üdülőhelyekre települt fürdőhelyek marketingje; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2005/1
- MUELLER H., LANZ KAUFMANN E. (2002): Wellness turizmus – Az egészségturizmus különleges szegmensének piaci elemzése és összefüggései a szállodaiparral (ford.: Kádár Viktória, Bálint András); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/3
- MUNDRUCZÓ GY. & STONE G. (1996): Turizmus elmélet és gyakorlat, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest
- MUNDRUCZÓ GY. (1991): Az idegenforgalom multiplikátor hatása, *Kereskedelmi Szemle*, 1991. 6. szám
- MUNDRUCZÓ GY. (2005): A Széchenyi Terv egészségturisztikai beruházásainak gazdasági hatásai, *Turizmus Bulletin*, 2005/3
- MÜLLER H.R., KRAMER B., KRIPPENDORF J. (1993): *Freizeit und Tourismus: Eine Einführung in Theorie und Politik*, Bern
- MÜLLER H.R., STETTLER J. (1993): *Marketing-Arbeit der Verkehrsvereine*, Bern
- NAGY A. (2002): A Világörökséghez tartozó helyszínek turisztikai infra- és szuprastruktúrája, *Turizmus Bulletin*, 2002/4

- NEMES A. (1998): Az Európai Monetáris Unió hatása Magyarország turizmusára, *Turizmus Bulletin*, 1998/4
- NYÍRI ZS. (2004): Turistafogadás az egyházi színhelyeken, *Turizmus Bulletin*, 2004/1
- OCDE/OECD (1980): l'Impact du tourisme sur l'environnement, Paris
- OPASCHOWSKI H. (1980): Probleme im Umgang mit der Freizeit, Hamburg
- OPASCHOWSKI H. (1985): Neue Urlaubsformen und Tourismustrends, AIEST-Publikation 26., St. Gallen
- ORIGET DU CLUZEAU C. (2001): Diaszpórák, avagy a turizmus ismeretlen szereplői (fordította: Tamás Ágota, Somorjai Judit); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/4
- Oroszlány és kistérsége területfejlesztési stratégiája, 1998.
- PÉTERI L. (2003): A turizmus és a területi tervezés kapcsolata Magyarországon, *Turizmus Bulletin*, 2003/1
- POLACZEK H. (2002): A kicsi is lehet nagyszerű –Turizmusfejlesztés a Fertő-tónál; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/2
- POLIVITZ NICKERSON N. et al. (2001): Agrárturizmus, a farmvállalkozások diverzifikációja mögötti motivációk (fordította: Eslava Kinga, Szalay Szilvia), *Journal of Travel Research*, Vol. 40. August 2001, p. 19-26.; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/4
- PRAZNOVSZKY H. (2005): A kastélyhasznosítás problémái Magyarországon, *Turizmus Bulletin*, 2005/3
- PRYCE A. H. (2002): Fenntarthatóság a szállodaiparban (ford.: Eslava B. Kinga, Kosárka Péter, Szalay Szilvia); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/2
- PRYCE A. H. (2003): Az üdülési jog (timeshare) ágazat felépítésének és versenyképességének elemzése (ford.: Papp Gyöngyvér); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/1
- PUCZKÓ L. & RÁTZ T. (1998): A turizmus hatásai, Aula Kiadó Kft, Budapest – Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár
- PUSZTAI B. (2004): Megalkotott hagyományok és falusi turizmus., *Turizmus Bulletin*, 2004/3
- RÁTZ T. & - PATTERMAN L. (2004): Karácsony mint turisztikai attrakció, *Turizmus Bulletin*, 2004/3
- RÁTZ T. & PUCZKÓ L. (2002): Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában avagy kulturális utak a turizmusban, *Turizmus Bulletin*, 2002/3
- RÁTZ T. (2001): Zennis és Lomi Lomi, avagy új trendek az egészségturizmusban, *Turizmus Bulletin*, 2001/4
- RECHNITZER J. & LADOS M. (2004): A területi stratégiáktól a monitoringig, Dialóg Campus Kiadó – Budapest-Pécs

- Regionális turisztikai koncepció és fejlesztési program a Közép-dunántúli Idegenforgalmi Régió számára, 2000.
- RÉTVÁRI L. (2000): Környezetminősítő térképezés a Tatai-tájban; *Közlemények a Pécsi Tudományegyetem Földrajzi Intézetének Természetföldrajz Tanszékéről*, 16. szám, (Pécs)
- RÉTVÁRI L. (2003): Közigazgatási földrajzi névanyag; Nyugat-Magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar, Társadalomföldrajz és Világgazdaságtan Intézet Gazdaságföldrajz Tanszék (Sopron)
- RICHARDS G. (2003): Kulturális turizmus Európában; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/2
- RITCHIE R. J. B. & RITCHIE B. (2003): A szakma által fenntartott desztináció-marketing információs rendszer modellje; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/3
- ROBERTS L. & HALL D. (2005): A falusi turizmus marketingje; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2005/1
- ROMESS-STRACKE F. (1989): Új gondolkodás a turizmusban - turizmuspolitikai koncepció idegenforgalmi települések részére. ADAC, München
- ROSS S. & WALL G. (2001): Ökoturizmus: erőfeszítések az elmélet és a gyakorlat összeegyeztetési érdekében (fordította: Káldos Zsolt); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/1
- RÖM KFT, 1995: Komárom-Esztergom megye komplex idegenforgalmi fejlesztési programja
- SCHAFFER M. (2004): A fenntartható turizmusfejlesztés modellje. A multidiszciplináris turizmustudomány felelőssége; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2004/4
- SCHLEGEL F. (1980): Kantole Fremdenverkehrsgesetze im Lichte des Tourismuskonzepten des Bundes, Sonderreihe des Instituts für Fremdenverkehr an der Hochschule St. Gallen, St. Gallen
- SCHMIDHAUSER H.P. (1973): Nettoresieintensität, Bruttoreiseintensität und Reisehäufigkeit, Festschrift für Dr.P.Bernecker. Kiadta: W.A. Ender, Institut für Fremdenverkehrsforschung an der Hochschule für Welthandel, Wien
- SCHMIDHAUSER H.P. (1979): Der Beschäftigungseffekt des Fremdenverkehrs im tertiären Sektor dargestellt am Beispiel der Schweiz, Tätigkeitsbericht des Instituts für Fremdenverkehr und Verkehrswirtschaft an der Hochschule St. Gallen, St. Gallen
- SEDDIGHI H. R. et al. (2002): Befolyásolja-e az úti cél kiválasztását a turisták kulturális háttere? (ford.: Csótai Bori, Hartmann Marica); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/1
- SIKLÓSI N. (2004): Az Európai Unió területfejlesztési alapelveinek érvényesülése Magyarországon Békés megye példáján, *Turizmus Bulletin*, 2004/4
- SIMONYI N. (2005): A magyarországi MICE-piac jellemzői 2005 első félévében, *Turizmus Bulletin*, 2005/3

- SIORPAES E. (2002): Turisztikai szakemberek pályaelhagyása (ford.: Kakuszi Lilla); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/2
- SOCHER K. (2003): Az állam feladatai a turizmus működési keretének biztosításában; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/2
- STEINBACH J. (2001): Városi és bevásárló turizmus (fordította: Orosz Júlia, Nemes Márton), *Tourismus Journal* (Lucius & Lucius, Stuttgart) 4. Jg. (2000), Heft 1, S. 51-70 ; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/2
- SULYOK J. (2001): Ökoturizmus, *Turizmus Bulletin*, 2001/4
- SULYOK J. (2005): Kulturális turizmus az európai városokban, *Turizmus Bulletin*, 2005/3
- SÜLI-ZAKAR I. (2003): A terület- és településfejlesztés alapjai, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs
- SZABÓ G. (2003): A kulturális örökség védelme és hasznosításának tapasztalatai inter-regionális együttműködésben: az AVEC-program értékelése, *Turizmus Bulletin*, 2003/4
- Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Programja, *Turizmus Bulletin*, 2001/1
- SZÚCS M. (2005): A magyarországi gyógyfürdők versenyképessége - Egy magyar és egy ausztriai létesítmény összehasonlító elemzése, *Turizmus Bulletin*, 2005/3
- TASCHNER T. (2000): Határmenti kulturális turizmus-fejlesztés Sopronban és környékén, avagy fesztivál Liszt Ferenc szülőföldjén, *Turizmus Bulletin*, 2000/3
- TASNÁDI J. (1997): A turizmus szerepe a természet és a kulturális örökség megőrzésében, *Turizmus Bulletin*, 1997/1
- TASNÁDI J. (2002): A turizmus rendszere, Aula Kiadó Budapest (2. bővített kiadás)
- Tatabánya és környéke terület- és gazdaságfejlesztési koncepció
- Tatai Fényes-fürdő (helyzetjelentés), 2002
- Tatai kistérség területfejlesztési koncepció (I-VIII, 2002)
- TIETZ B. (1980): Handbuch der Tourismus-Wirtschaft, München
- TÓTH Z. (2002): Transznacionális európai régiók, európai közlekedési hálózatok és a turizmus lehetséges szerepe a területi fejlődésben, *Turizmus Bulletin*, 2002/4
- TREUREN G. & LANE D. (2004): Az idegenforgalmi tervezés folyamata. A szervezett érdekek, az ágazat szerkezete, az állam lehetőségei, a tőkefelhalmozás és a fenntarthatóság összefüggésében; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2004/2
- TSCHIDERER F. (1980): Ferienortplanung, Eine Anwendung unternehmungsorientierter Planungsmethodik auf den Ferienort, St. Galler Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrswirtschaft, Reihe Fremdenverkehr, Band 12, Bern/Stuttgart
- TSCHURTSCHENTHALER P. (2001): A regionalizáció gazdasági és turizmuspolitikai háttere, illetve feltételei (fordította: Benedek Katalin), *Tourismus Journal*, Heft 3.

2000. p. 311-317; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2001/4
- Turisztikai előterjesztés – Komárom-Esztergom Megyei Nemzetközi Kapcsolatok és Idegenforgalmi Bizottság, Tatabánya, 2000.
- Turizmus Etikai Világkódexe, Idegenforgalmi Világszervezet (OMT), Istanbul, 1997.
- Turizmus Etikai Világkódexe, ENSZ-közgyűlés, A/RES/56/212, New York, 2001.
- Turizmus Etikai Kódexe, ICOMOS, Párizs, 1996.
- ULRICH H. (1968): Die Unternehmung als produktives soziales System, Grundlagen der allgemeinen Unternehmungslehre, Institut für Betriebswirtschaft an der Hochschule St. Gallen, Paul Haupt, Bert/Stuttgart
- Vág-Duna-Ipoly Eurorégió Idegenforgalmi Program, Inn-Side Kft-FEKETE M., Tatabánya, 2000.
- WOOD M. E. (2003): Értékelési keretek kidolgozása annak megállapítása céljából, hogy mennyire használható az ökoturizmus a természetvédelem és a fenntartható fejlődés eszközeként; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/1
- WOODS R. H. (2002): A fejlődő timeshare-ágazat fontosabb kérdései (ford.: Bartus Ildikó, Kala Bernadett, Tamási Anna); *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2002/2
- WÖBER K. (2003): Az internet az idegenforgalmi piackutatási adatok közvetítőjeként is jól használható; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2003/2
- ZALA GY. & HUSZÁR M. (1991): Az üdülés-idegenforgalom területi tervezésének újszerű szempontjai és követelményrendszere, VÁTI, Budapest
- ZEHNHÄUSERN J. (1975): Fremdenverhrswerbung, dargestellt am Beispiel schweizerischer Kur- und Verkehrsvereine, St. Galler Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrswirtschaft, Reihe Fremdenverkehr, Band 8, Bern/Stuttgart

## 11. MELLÉKLETEK

### M1 MELLÉKLET – Interjútematika

#### *Az interjú célja:*

- A megyei szintű turisztikai stratégia megalapozása az ágazatban dolgozó szakemberek tapasztalatainak és helyi elképzeléseinek figyelembe vételével.
- Az interjúalany közvetlen környezetében, szakterületén zajló munkák megismerése és beépítése a tervezésbe.

#### *Az interjú feldolgozása, felhasználása:*

- A személyes interjúkról emlékeztető készül, amelyet az interjú alanya ellenőrizhet, és utólagosan kiegészíthet vagy javíthat.
- Az interjú alannal egyeztetett emlékeztető a megye turisztikai koncepciójának mellékletét képezi.
- Az interjúban szereplő információkat a stratégia készítői kizárólagosan a koncepció tartalmának kialakításához használják fel.

#### **1. Térség turisztikai kínálata**

- Melyek a legfontosabb turisztikai érdekességek (épület, program, látványosságok) az adott térségben?
- Az elmondott vonzerők közül Ön szerint melyeket érdemes fejleszteni, hogy azok elősegítsék a vendégek rendszeres visszatérését?

#### **2. Térség egyedi turisztikai jellemzői**

- Melyek a legfelkészültebb települések az adott térségben turisztikai szempontból?
- Az említett településeket Ön szerint mi jellemzi, miben mások, mint a többiek?
- Mit tesz a település, fürdő, nemzeti park, utazási iroda stb., hogy megfeleljen a megyében megjelenő vendégek érdeklődésének, illetve igényének?

#### **3. Kereslet**

- Rendelkezik-e felmérési adatokkal a megyébe érkező turisták jellemzőiről?
- A tapasztalatai szerint, milyen irányba változik a megyében megjelenő vendégek érdeklődése, illetve igénye?

#### **4. Turizmusfejlesztés**

- Milyen turisztikai fejlesztéseket tartana a legfontosabbnak a megyében, illetve a településen?
- Milyen turisztikai fejlesztések valósultak meg a településen, kistérségben az elmúlt egy-három évben?
- Milyen forrásokat vett igénybe a turizmusra az elmúlt időszakban

#### **4. Szervezeti kérdéskör**

- Települési, megyei szinten kikkel tart munkakapcsolatot turizmus témában?
- Milyen területekre irányul a közös munka?
- Milyen együttműködési formákban vesz részt a gyakorlatban?
- A megye turizmusának élénkítése érdekében, miben látja a megyei szintű turizmus irányítás feladatát?

#### **5. Marketing (reklám, propaganda, kommunikációs) tevékenység**

- Mi a tapasztalata a megyei turisztikai reklámtevékenységgel kapcsolatban?
- Mennyire tartja eredményesnek?
- Milyen reklámpropaganda tevékenységet végez a képviselt intézmény?

## M2 MELLÉKLET – Turisztikai desztinációmenedzsment és Gyenesdiás

### *A TDM modell kialakítása a Balaton régióban<sup>1</sup>*

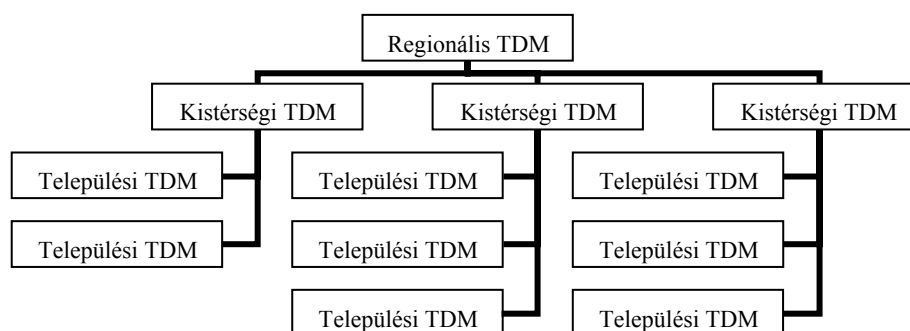
#### 1. A TDM modell lényege

A turisztikai desztinációs menedzsment (TDM) egy olyan szakmai szervezet tevékenysége, amelynek feladata a fenntartható turizmus rendszerének kialakítása és működtetésének elősegítése egy térségben.

#### A TDM szervezet feladatai:

- Térségi marketing (kutatás, termékfejlesztés, kommunikáció, e-marketing);
- Információ nyújtás (Tourinform iroda működtetése);
- Tervezés (tervek kidolgozása, a megvalósítás menedzselése, monitoring);
- Információs adatbank létrehozása és fenntartása;
- Projektmenedzsment (projektek kidolgozása, pályázatfigyelés, -írás, tanácsadás);
- Befektetők vonzása a térségbe (ösztönző rendszer kialakítása);
- Minőségbiztosítás (a rendszer kidolgozása és működtetése);
- Együttműködés a turizmus szereplőivel, koordináció;
- Szakmai érdekképviselés, lobbizás, tanácsadás;
- Oktatás és képzés (előadások, szakmai továbbképző tanfolyamok szervezése, gyakornok program, a turizmusbarát szemlélet kialakítása a térségben)...

#### A TDM szervezet felépítése



*A TDM modell hierarchikus szervezeti struktúrája egy régióban*

A TDM modell szervezeti felépítése leginkább egy fa lombkoronájához hasonlítható, ahol egy-egy levél önmagában életképtelen, de az ágakkal és a többi levéllel együtt már egy életképes egységet alkot. A turizmusban is egy-egy vállalkozás és település legtöbbször oly kevés vonzerővel bír, oly kicsi a turizmus hatalmas piacán, hogy egyedül aligha ér el sikert. De ha összegezzük a vonzerőket és a szolgáltatásokat, és ha a vállalkozások, települések, kistérségek közösen, régiós szinten fejtik ki a marketingtevékenységüket akkor azzal már akár európai szinten is eredményeket lehet elérni. Ehhez azonban szükség van egy olyan szervezetre, amely alulról építkezve, széles körű társadalmi összefogással jön létre.

<sup>1</sup> Forrás: LENGYEL M. (2005): Balatoni turizmus fejlesztési koncepciója és programja, LT Consorg, Balatonfüred, 2005, amelyet a Gyenesdiás Turisztikai Egyesület bemutatásával és alapító okiratával egészítettem ki.

## 2. Települési szintű TDM szerv

*Tagjai:* az adott település vállalkozói és önkormányzata, akik közösen döntenek el az együttműködés formáját, tartalmát és finanszírozási forrásait.

*Döntéshozó testülete:*

- A vállalkozók érdekeit képviselő, önmaguk közül megválasztott személy;
- A település turisztikai menedzsere;
- A település önkormányzatának képviselője.

*Munkaszervének alkalmazottjai:* a település turisztikai menedzsere, illetve a település turizmusban betöltött szerepétől függően további turisztikai szakemberek.

*A települési turisztikai menedzser legfontosabb feladatai<sup>1</sup>:* a TDM szervezet feladatainak irányítása, ellátása.

*A települési TDM szerv finanszírozásának lehetséges forrásai:*

- Egyesületi tagdíjak;
- Központi támogatás (önkormányzat, állam);
- Adományok (alapítványok, szponzorok, magánszemélyek);
- Pályázatok;
- Egyéb (ajándéktárgy értékesítés, szolgáltatások nyújtása).

A település szintjén önmagában általában kevés egy turisztikai desztináció kialakítására, amely önmagában elegendő vonzerővel rendelkezik ahhoz, hogy turistákat tudjon megnyerni hosszabb tartózkodásra, és emellett képes a turisták szükségleteinek teljességét kielégíteni. A hosszabb tartózkodással járó turizmusra azért van szükség, mert a turizmus jövedelemtermelő képessége elsősorban a szálláshelyi és vendéglátási bevételektől függ. Azokat azonban csak akkor veszik igénybe, ha van miért az adott térségbe látogatni, tehát van megfelelő hatókörű vonzerő. Ez utóbbival egy-egy település önmagában ritkán rendelkezik, több település együtt azonban már rendelkezhet vele vagy kialakíthatja azt. Ezért a turizmusban az önálló desztináció (fogadóterület, utazási célterület) alsó szintje rendszerint a kistérség.

Ez alól kivételt jelenthet egy már létező desztináció, ahol mindez adott, de valamilyen okból (politikai változások, ökológiai problémák, piaci dekonjunktúra, új divat, a versenytársak eredményesebb munkája stb.) a turistaforgalom csökkenni kezd. Egy ilyen hanyatló desztinációban – mint amilyen jelenleg a Balaton – éppen település szintről indulhat el a sikeres önszerveződés, amikor a vállalkozók és az együttműködő önkormányzat nem kívülről – vagy ahogy nálunk jellemző: nem „fentről” – várják a csodát, hanem megpróbálják sorsuk irányítását a kezükbe venni.

Mielőtt a modell felsőbb szintjeinek ismertetésére rátérnénk, hasznosnak tűnik részletesebben bemutatni egy ilyen alulról jövő kezdeményezés gyakorlati tapasztalatait.

<sup>1</sup> A Turisztikai Menedzser sokrétű feladatainak hatékony ellátására csak egy megfelelően képzett szakember képes. Mivel az országban eddig nem volt ilyen szakemberképzés, a hiány pótlására a Heller Farkas Főiskola 2001-ben elindította a Térségi Turisztikai Menedzsment szakirányt, nappali és levelező tagozaton egyaránt.



## *A Gyenesdiási Turisztikai Egyesület*

Az előző részben megismertetett elméleti TDM modellt gyakorlati alkalmazására az országban először Gyenesdiás Nagyközségben került sor.

A modell csak egy mintát kíván nyújtani arra vonatkozóan, hogy az egyes szereplőknek a különböző szinteken (település, kistérség, régió) milyen szempontokat kell figyelembe venniük egy TDM modell kialakítása során, de hogy a célok elérését milyen szervezeti formában kívánják elérni, azt a helyi sajátosságoknak megfelelően kell kiválasztani. Gyenesdiáson a TDM modell egy Turisztikai Egyesület formájában valósult meg.

### **Előzmények**

A Balaton turizmusának hanyatlása a part menti településeket roppant érzékenyen érinti, hiszen ezen települések döntő többsége, így Gyenesdiás is teljes egészében a turizmusból él. Az önkormányzatnak az idegenforgalmi adóbevételek (IFA) folyamatos csökkenése és az egyéb megszorítások hatására egyre kevesebb szabad pénzeszköze maradt, s ha esetleg egy-egy évben volt is ilyen, akkor azt egy sokkal fontosabb probléma megoldására (infrastruktúra fejlesztésre, az óvoda és az iskola felújítására stb.) kellett fordítania, semmint hogy a helyi turisztikai vállalkozókat kisegítse. A vállalkozók pedig sokáig abban a tudatban éltek, hogy bőven elég a 8-as főút mentén egy szórólapozó személyt foglalkoztatni, aki majd becsalogatja a portákra a vendéget. Sokáig nem értették meg, hogy **nem a településre tévedő turistáért kell egymással megküzdeniük, hanem a településre kell a turistákat közösen bevonítani.**

A helyzet súlyosbodásának hatására a helyi közösség (önkormányzat, vállalkozók) viszonylag gyorsan felismerte, hogy összefogás nélkül semmi esély nincs a település turizmusának megújítására.

A folyamat megindításában kulcsszerepet játszott, hogy az önkormányzat köztisztviselőként egy turisztikai szakembert alkalmazott. Ő, a település turisztikai menedzsere készítette el a település első marketing tervét, amely célul tűzte ki egy széles körű társadalmi együttműködésen alapuló Turisztikai Egyesület létrehozását. A cél elérése érdekében az önkormányzat Idegenforgalmi Bizottsága a helyi vállalkozók számára fórumokat szervezett (közel 80-100 főt mozgattak meg így), amelyek keretében nyíltan felvázolták a település valós anyagi helyzetét. Part menti településről lévén szó, az önkormányzat bevételeinek döntő többségét az IFA jelenti, így annak drasztikus csökkenése a település súlyos hanyatlásához vezethet. A fórumokon résztvevő vállalkozók egy Előkészítő Bizottság felállítását mellett döntöttek, amely feladatául kapta a Gyenesdiási Turisztikai Egyesület megalapításának és működésének előkészítését. Az Előkészítő Bizottság munkájában a vállalkozók képviselői, a település polgármestere és a település turisztikai menedzsere vettek részt. A munkához mintául szolgált a Dél-Tirolban alkalmazott turisztikai marketing modell, amelyet a helyszínen tanulmányoztak, hiszen az a nyugati országokban már 20 éve biztosítja a desztinációk társadalmi együttműködésen alapuló sikeres működését.

A folyamat eredményeként 2003 májusában létrejött a Gyenesdiási Turisztikai Egyesület.

### **Az egyesület céljai:**

- Gyenesdiás turizmusának fellendítése, a településre érkező vendégek és a vendégéjszakák számának növelése, a fő küldő országok mellett további küldő országokból származó vendégek és a belföldi turisták arányának növelése, a szezon meghosszabbítása, a turisztikai kínálat fejlesztése és egy magasabb költséget generáló vendégkör megnyerése;
- E cél érdekében az egyesület felvállalja a helyi turizmussal kapcsolatos összes feladat ellátását, azaz Gyenesdiás Nagyközség területén szervezi a turisztikai vállalkozások tevékenységét, ellátja a turizmussal foglalkozó személyek és cégek érdekképviseletét, összehangolja ezen gazdasági szereplők tevékenységét.

### **Szervezet**

Az Egyesület tagjai a település vállalkozói közül kerülnek ki önkéntes csatlakozási alapon. Tagjainak száma alapítása óta 80 és 100 között mozog. Tagjainak nagy része tevékenységi köre alapján

turisztikai vállalkozás (szobakiadó, kemping, étterem, strandi büfé stb.), de akad közöttük a turizmussal közvetlenül nem foglalkozó vállalkozó is (keramikus, kozmetikus, fogorvos stb.). Az ok, amiért ez utóbbiak is csatlakoztak az egyesülethez az, hogy belátták: az ő forgalmuk is jelentősen függ a turistáktól, illetve ha az önkormányzatnak nő az IFA-ból származó bevétele, akkor az abból megvalósított fejlesztéseknek ők is haszonélvezői lesznek.

Az Egyesület tagjaiból áll össze a Közgyűlés, amely az Egyesület legfőbb szerve.

A tagok maguk közül egy 15 tagú választmányt választanak, 3 éves megbízáttal. A választmány tagjai:

- Elnök;
- Elnökhelyettes;
- Titkár (aki egyben a település turisztikai menedzsere);
- 1 fő az önkormányzat részéről (polgármester, az idegenforgalmi bizottság elnöke);
- 11 választmányi tag, akik a tagok összetételéből adódóan különböző rétegeket képviselnek (szállásadók, étteremtulajdonosok, strandbüfések stb.).

A választmány minden tagja egyenlő mértékű szavazattal rendelkezik.

Az Egyesület 1 főt alkalmaz a Gyenesdiási Tourinform iroda állandó működtetésére. A nyár során gyakornokokat is foglalkoztatnak a Tourinform iroda hosszabb nyitvatartása érdekében.

### **Finanszírozás**

Az Egyesület saját pénzügyi alapja a következő forrásokból tevődik össze:

1. Önkormányzati hozzájárulás
2. Vállalkozói tagdíjak
3. Szponzorok támogatása
4. Pályázatok

#### **1. Önkormányzati hozzájárulás:**

Gyenesdiás önkormányzata az Egyesület megalakulása előtt is az előző évi IFA 10 %-át fordította közvetlenül turisztikai célokra. Ezt az összeget most teljes egészében a Turisztikai Egyesület kapja meg és kezeli. Ez éves szinten kb. 3-4 millió Ft készpénzt jelent. Az Egyesületnek dolgozik, de az önkormányzatnál van köztisztviselői státuszban a település turisztikai menedzsere, így az ő éves bérköltségét szintén az önkormányzat fizeti. Az önkormányzat adja a helyiséget az Egyesület fenntartásában működő Tourinform irodának. Így az Egyesület működéséhez az önkormányzat összesen évi 6-7 millió Ft-tal járul hozzá.

#### **2. Vállalkozói tagdíjak:**

Az Egyesület tagjai a Közgyűlés keretében közösen döntöttek a tagdíjak mértékéről, amelyek a következők:

Szobakiadók	3.000 Ft/szoba
Kempingek	1.500 Ft/sátorhely
Éttermek, vendéglők, csárdák	400 Ft/férőhely
Kávézók, fagyizók, sörözők, borozók	25.000 Ft/egység
Diási strand szolgáltatói	25.000 Ft/egység
Gyenesi strand szolgáltatói	20.000 Ft/egység
Lovardák	20.000 Ft/egység
Kiskereskedelmi egységek	min. 20.000 Ft/egység
Utazási irodák, pénzváltók	30.000 Ft/egység
Egyéb szolgáltatók	min. 15.000Ft
Egyéb	min. 15.000Ft

Az Egyesület tagdíjából származó bevétele éves szinten kb. 1,6-1,8 millió Ft.

### **3. Szponzorok támogatása:**

Az Egyesület céljai elérése érdekében programok, ill. rendezvények szervezésében is részt vállal (pl. 2004-ben a Strandröplabda Nyílt Országos Bajnokság döntőjét szervezte meg). A rendezvények során lehetősége van szponzoroktól támogatást szerezni hirdetési díjak és reklámfelületek értékesítésével. Ez éves szinten 1,5 és 2 millió Ft közötti bevételt jelent.

### **4. Pályázatok:**

A pályázatok útján befolyt összegek nagysága jelentősen függ az adott évben kiírt pályázatok mennyiségétől, az azokon való sikeres részvételtől, az önrész meglététől stb.

Éves szinten kb. 2 millió Ft, pályázatok útján elnyert támogatással lehet számolni.

Az Egyesület költségvetése összesen: évi 11-12 millió Ft.

### **Feladatok**

Az Egyesület céljai elérése érdekében az alábbi feladatokat látja el:

- Település szintű marketing tevékenység
- Tourinform iroda működtetése
- Program és rendezvényszervezés
- Pályázatírás
- Kapcsolattartás a Balaton régió szakmai szervezeteivel
- Együttműködés a település Idegenforgalmi Bizottságával
- Fejlesztési és beruházási javaslatok kidolgozása az önkormányzat részére
- Oktatás és képzés
- Érdekképviselő nyújtása a tagok számára
- Turisztikai termékek fejlesztésében való részvétel
- Minőségbiztosítással kapcsolatos teendők ellátása

### **Település szintű marketing tevékenység**

Az Egyesület első és legfontosabb feladata, hogy elássa mindazon marketing teendőket, amelyekre a tagjai önerőből nem volnának képesek. Ennek érdekében települési szintű marketing tevékenységet folytat: kutatásokat, reklámtevékenységet és értékesítést végez.

*Kutatás.* Az Egyesület kötelezi tagjait, hogy a vendégforgalmukról folyamatosan adatokat szolgáltatssanak, illetve a turisták körében, kérdőíves felméréseket végezzenek

*Reklám.* Invitatív kiadványok készítésével, vásárokon, utazás kiállításokon való részvétellel, internetes megjelenéssel és egyéb reklámeszközök alkalmazásával komplexen bemutatja Gyenesdiás turisztikai kínálatát.

*Értékesítés.* A dél-tiroli modell alapján működő web oldal segítségével a potenciális turistáknak lehetőségük van az interneten közvetlenül a szolgáltatóktól információt szerezni, illetve on-line helyet foglalni.

### **Tourinform iroda működtetés**

Gyenesdiáson a Tourinform irodát már nem az önkormányzat, hanem a Turisztikai Egyesület működteti. Az iroda vezetője a település turisztikai menedzsere, akinek munkáját egy fő állandó alkalmazott, illetőleg a nyári időszak során gyakornokok segítik. A Tourinform iroda a turisták tájékoztatása mellett egyben az Egyesület irodahelyiségeként is funkcionál.

### **Program és rendezvényszervezés**

A turisták élményeinek fokozása érdekében az Egyesület a diási strandon július és augusztus hónapban sport- és gyermekanimátort foglalkoztat, így egész nyáron folyamatosak a sportrendezvények és a gyermekprogramok. Esetenként egy-egy nagyobb rendezvényre is sor kerül. További programlehetőségek Gyenesdiás területén az Egyesület szervezésében: vitorlás és horgászverseny, agyaggalamb-lövészet, kerámiakészítés stb.

### **Pályázatírás**

A település turisztikai menedzsere folyamatosan figyelemmel kíséri a pályázati lehetőségeket, és ha mód van rá (önrész, pályázati feltételek, stb.), akkor mind az Egyesület, mind az önkormányzat számára elkészíti a pályázatot.

### **Kapcsolattartás a Balaton régió szakmai szervezeteivel**

Ez jelenti egyrészt a Balatoni Regionális Turisztikai és Projekt Irodával fenntartott szakmai együttműködést, illetve a Nyugat-Balaton Térésmarketing Kht.<sup>1</sup>-val fenntartott szakmai és üzleti kapcsolatot. A Nyugat-Balaton Térésmarketing Kht. tagdíját az önkormányzat fizeti, a Turisztikai Egyesület pedig megvásárolja a Kht. által összeállított szolgáltatás csomagokat (kiadványokban való megjelenés, nemzetközi vásárokon való részvétel).

### **Együttműködés a település Idegenforgalmi Bizottságával**

Az Egyesület a településen belül kompetens minden turizmust érintő kérdésben. Beszámolókat tart és információkat nyújt az Idegenforgalmi Bizottságon keresztül a képviselő testület számára, javaslatokat tesz a turizmussal kapcsolatos fejlesztésekre, amelyeket az önkormányzat döntései során többnyire figyelembe is vesz.

### **Oktatás és képzés**

Az Egyesület a tagjai számára nyelvoktatást és számítógép kezelői tanfolyamokat szervez. Részt vesz a lakosság és a vállalkozók turizmusbarát szemléletének formálásában.

### **Érdekképviselés**

Az Egyesület közvetíti tagjai véleményét az önkormányzat és egyéb térségi szervek felé.

### **Turisztikai termékek fejlesztésében való részvétel**

Az Egyesület a településen meglévő turisztikai kínálat minőségének folyamatos javítására, illetve a kínálati elemek bővítésére törekedve igyekszik a turisztikai termékek komplexitásáról gondoskodni.

### **Minőségbiztosítással kapcsolatos teendők ellátása**

A minőségbiztosítási rendszer kialakítása jelenleg folyamatban van.

Az Egyesület hatékony működéssel és a feladatok megfelelő színvonalon történő ellátásával elsősorban tagjai felé tartozik felelőséggel. A tagoknak azonban tisztában kell lenniük azzal, hogy az első 2-3 éves periódus során folyamatos anyagi hozzájárulásra van szükség, hogy az Egyesület tevékenységének a későbbiekben kézzelfogható eredményei legyenek.

A TDM modell Gyenesdiás példáján keresztül települési szinten kialakítható. Ha a jó példa elterjedése által kialakulnak a települési szintű TDM szervek, akkor azok integrálódása kistérségi szinten megvalósítható. A kistérségi TDM szerv feladatai sokban hasonlítanak a települési szintű feladatokra, de a magasabb szintből adódóan persze vannak sajátosságai is.

---

<sup>1</sup> A Nyugat-Balaton Térésmarketing Kht. invitatív kiadványok készítésével, utazás kiállításokon való részvétellel és internetes megjelenéssel foglalkozik. A térség önkormányzatai, mint a Kht. tagjai finanszírozzák annak operatív költségeit, az Egyesület pedig a különböző típusú szolgáltatás csomagok megvásárlásával járul hozzá a marketing tevékenységekhez.

### 3. Kistérségű szintű TDM szervezet

Jelen tanulmányban a kistérségek kifejezés alatt nem a klasszikus közigazgatási lehatárolást értjük. Ennek oka, hogy az egyes településeknek a turizmusban betöltött szerepe nem mindig indokolja az önálló TDM szerv létrehozását. Ilyenkor célszerű valamilyen szövetségi megállapodás keretében együttműködni a szomszédos településekkel. Az ilyen kistérségi szövetségek kialakítása során azonban nem a közigazgatási határokat, hanem a turizmus szempontjait kell figyelembe venni (azonos tájegység, közös vagy egymást kiegészítő vonzerők, közös arculat stb.).

*Szervezete:* magába foglalja a települési szintű TDM szerveket (ahol ilyen nincs ott az egyes települések vállalkozóit és a települések önkormányzatait).

*Tagjai:* Az egyes települések vállalkozói által delegált és az érdekeiket képviselő személyek, illetve az egyes települések önkormányzatainak képviselői, akik közösen döntenek el az együttműködés formáját, tartalmát és finanszírozási forrásait.

*Döntéshozó testülete:*

- A vállalkozók érdekeit képviselő, kistérségi delegáltak közül megválasztott személy;
- A kistérség turisztikai menedzsere;
- Az önkormányzatok érdekeit képviselő, kistérségi delegáltak közül megválasztott személy.

*Munkaszervének alkalmazottjai:* A kistérség turisztikai menedzsere, illetve a kistérség turizmusban betöltött szerepétől függően további turisztikai szakemberek.

*A kistérségi turisztikai menedzser legfontosabb feladata:* a TDM szervezet feladatainak irányítása, ellátása.

*A kistérségi TDM szervezet finanszírozásának lehetséges forrásai:*

- A kistérségi szövetség tagdíjai;<sup>1</sup>
- Központi támogatás (állam);
- Adományok (alapítványok, szponzorok, magánszemélyek);
- Pályázatok;
- Egyéb (ajándéktárgy értékesítés, szolgáltatások nyújtása).

A kistérségi TDM szervezetek fő finanszírozói a települési TDM szervek, ezért ez utóbbiak elterjedése előfeltételét képezi a kistérségi szövetségek megalakulásának. A gyakorlatban ma még nem létezik ilyen komplex feladatokat ellátó, alulról szervezett kistérségi TDM szervezet, bár kialakítására a kezdeti lépések megtörténtek Lovas, Alsóörs, Felsőörs és Csopak településeken. A már meglévő kistérségű szintű szervezetek a feladatok közül többnyire csak a térségi marketing teendőket képesek ellátni (pl. Nyugat-Balaton Térésmarketing Kht.). A folyamat viszont minden esetre megindult és remélhető, hogy rövid időn belül megteremtődnek azok a feltételek, amelyeknek hatására az egész Balaton régióban kialakulnak azok a települési és kistérségi TDM szervek, melyekre építve létrehozható lesz az egész Balaton régiót átfogó balaton regionális TDM szervezet.

### 4. Regionális szintű TDM szervezet

Ahogy azt már említettük, a turizmusban ahhoz, hogy európai szinten is eredményeket lehessen elérni, desztinációs szinten kell összegezni a vonzerőket és a szolgáltatásokat. Európai méretekben a Balaton régió már önálló desztinációnak számíthat. A nemzetközi turizmusban a vállalkozásoknak, településeknek, kistérségeknek közösen, régiós szinten kell kifejteni marketingtevékenységüket. A Balaton turizmusának egy regionális szintű TDM szervezetre van szüksége.

*Szervezete:* magába foglalja a kistérségű szintű TDM szerveket.

<sup>1</sup> Az egyes települések vállalkozói és önkormányzatai finanszírozzák a települési TDM szerv működését, a települési TDM szervek pedig szövetségi tagdíjat fizetnek a kistérségi TDM szervnek. Ha az egyes településeken nincs TDM szerv, akkor a vállalkozók közvetlen tagdíjat, míg a kistérségi szövetségben részt vevő önkormányzatok súlyuknak megfelelően normatív alapon fizetnek a kistérségi TDM szervnek.

*Tagjai:* az egyes kistérségek vállalkozói által delegált és az érdekeiket képviselő személyek, illetve az egyes kistérségek önkormányzatainak képviselői, akik közösen döntenek el az együttműködés formáját, tartalmát és finanszírozási forrásait.

*Döntéshozó testülete:*

- A vállalkozók érdekeit képviselő, regionális delegáltak közül megválasztott személy;
- A regionális turisztikai menedzser;
- Az önkormányzatok érdekeit képviselő, regionális delegáltak közül megválasztott személy.

*Munkaszervének alkalmazottjai:* a regionális turisztikai menedzser, illetve a régió turizmusban betöltött szerepétől függően további turisztikai szakemberek.

*A regionális turisztikai menedzser feladata:* a reg. TDM szervezet feladatainak irányítása, ellátása.

*A regionális TDM szerv finanszírozásának lehetséges forrásai:*

- A regionális szövetség tagdíjai;<sup>1</sup>
- Központi támogatás (állam);
- Adományok (alapítványok, szponzorok, magánszemélyek);
- Pályázatok;
- Egyéb (ajándéktárgy értékesítés, szolgáltatások nyújtása).

A Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben jelenleg két regionális hatókörű szervezet működik, amely a turizmusért felelős: Regionális Idegenforgalmi Bizottság (RIB) és Regionális Turisztikai és Projekt Iroda (RTPI). E két szervezet viszont jelenleg nem képes ellátni azokat a feladatokat, amelyeket egy hatékony regionális szintű TDM szervezetnek el kellene látnia. Ennek oka legfőképpen a központi költségvetéstől való függés, illetve a kistérségi és települési szintű partnerek hiánya. Mindkét problémára megoldást nyújtana az alulról szerveződő, települési és kistérségi alapokon nyugvó regionális TDM szervezet.

## **5. A TDM modell kialakításának lehetőségei a Balaton régióban**

Az egész Balaton régió számára azonban korántsem egyszerű egy egységes, alulról építkező, önmagát finanszírozni képes TDM szervezeti rendszer létrehozása.

A megvalósításra nyugat- európai TDM modellek alapján két lehetőség kínálkozik:

1. önkéntes alapon szerveződő,
2. központilag szabályozott keretek között kialakított szervezet.

### **Az önkéntes alapon szerveződő modell**

Az önkéntes alapú szerveződés kívánatos forma, hiszen megvalósulnak azok az Európai Unió által is fontosnak tartott alapelvek, mint a partnerség és az alulról való építkezés. Problémát jelent azonban, hogy ez lassú folyamatot eredményez, illetve sok kis különböző szervezeti forma alakul ki, amelyek magasabb szinten való integrálása (kistérségi, majd régiós méretekben) nehézkes. Az államtól ez esetben komoly anyagi hozzájárulásra nem lehet számítani, esetleg egyedi támogatásokat lehet kieszközölni.

### **A központilag szabályozott keretek között kialakított modell**

Amennyiben a törvény kötelezi a TDM szervezet létrehozására, úgy gyorsabb a folyamat (persze ennek elfogadása és törvénybe iktatása évekbe telhet), mivel mindenki egy adott modellt követ, így a települési rendszerek összehangolhatóvá válnak a magasabb szinteken. Ennél a modellnél viszont jelentős állami szerepvállalás szükséges a kialakítás során, ami törést okoz a már eddig megindult alulról való építkezés folyamatában, sőt esetenként meg is kell szüntetni egy-egy már működő, de az új rendszerrel nem kompatibilis helyi TDM szervet.

<sup>1</sup> A kistérségi TDM szervek szövetségi tagdíjat fizetnek a regionális TDM szervezetnek.

Ezek alapján a Balaton régióban egy harmadik modell képzelhető el. Ez a modell magában hordozza az előző kettő előnyeit, viszont kiküszöböli azok hátrányait

### **Központi forrásokkal támogatott, önkéntes alapon szerveződő modell**

A Balaton régió arra illetékes szervei (RIB, RTPI, BFT, Integrációs Kht.) pályázatot írnak ki társadalmi összefogáson alapuló, önkéntesen szerveződő helyi (később térségi szintű) TDM szervek létrehozására a szerveződés folyamatának felgyorsítása érdekében.

A nyertes pályázatok támogatása két forrásból történhet:

- Turisztikai Célelőirányzat
- EU-s pénzügyi alapok<sup>1</sup>

Egy további lehetőséget kínálna a Nemzeti Turizmus Stratégia kormányzati elfogadása esetén a stratégia azon javaslatának gyors megvalósítása, miszerint a jövőben az idegenforgalmi adót kiegészítő, jelenlegi (befolyt adóforintonkénti 2 forintos) központi költségvetési juttatás a helyi önkormányzatok részére a jövőben 3 forintra emelkedne azzal, hogy a növekmény megosztva egy kistérségi, illetve egy regionális turisztikai alapba kerülne be. Ez lehetővé tenné az első időben a pályázati úton ösztönzött önszerveződés gyors megindítását, később pedig a kistérségi és regionális marketing TDM szervezetek tevékenységének részbeni finanszírozását.

### **A modell gyakorlati megvalósítása**

A Balaton régió turizmusának új pályára való állításához elengedhetetlenül fontos a hatékony szervezeti rendszer felállítása. A piac önmaga is kikényszeríti a hatékony TDM szervezet kialakítását, de ez sok áldozatot követelő, lassú folyamatot eredményezne, aminek következtében a Balaton turizmusa óriási versenyhátrányba kerülne Európa többi desztinációjával szemben. Mivel a Balaton súlya az ország turizmusában még ma is jelentős, ez a versenyhátrány az egész ország számára súlyos következményekkel járna. A Balaton turizmusának megújítása, a hatékony szervezeti rendszer létrehozása tehát nem várható magára tovább. Amennyiben ez utóbbi megoldás akadályba ütközik vagy elhúzódik, akkor az önkéntes, alulról szerveződő modellt kell mielőbb megvalósítani.

Felmerül a meglévő hivatalos regionális szervezetek jövőjének a kérdése, illetve hogy az új modell beillesztése a turizmus jelenlegi intézményrendszerébe hogyan lenne megoldható.

A meglévő hivatalos regionális szervezetek jelenleg: a regionális idegenforgalmi bizottságok (RIB-ek) és az MT Rt. regionális marketing irodái (RMI-k, a Balatonon és a Tisza-tavon RTPI-k). A RIB-ek személyi összetételükben követik a politikai ciklusváltásokat és gyakorlatilag a turizmusért felelős miniszter tanácsadó testületei, esetenként rájuk ruházott, de bármikor visszavonható jogosítványokkal és kisebb-nagyobb (de a tervek megvalósításához soha sem elegendő) forrásokkal. Szakemberekből álló operatív szervezetük nincs, a regionális marketing irodák (szintén bizonytalan státusszal és forrásokkal) csak a titkársági teendők egyszemélyes ellátását biztosítják. A Balaton helyzete annyiban jobb, hogy itt a RIB elnöke kezdettől fogva egy köztisztviselőnek örvendő szakember, és a regionális marketing iroda – a BTFP ajánlását részben követve – regionális projektiroda elnevezést kapott. Az új név azonban valóban csak a nevében van meg, mert a fejlesztési programban körvonalazott többi feltételhez szintén nem jutott hozzá...

A regionális TDM szervezetek létrehozását a Nemzeti Turizmus Stratégia is szorgalmazza. Megalakulásukkal minden bizonnyal az RMI-k léte kérdőjeleződik meg majd, amelyek jelenleg betöltik a RIB-ek titkársági funkcióit is, de valójában nem a RIB-ek igazi operatív szervei, és csak a marketing tevékenységért felelősek.

Egy korszerű regionális turisztikai irányítószervezet kialakításánál két hivatalos kötődés minden bizonnyal elkerülhetetlen lesz: az egyik az államigazgatás intézményrendszeréhez, a másik a területfejlesztés regionális szervezetéhez való kapcsolódás. Az előbbi ágazati szemléletet követ és a regionális turizmus irányítószervejének felügyeletét feltehetően a turizmusért felelős miniszter hatáskörébe utalja. A második a regionális politika függvényében inkább csak arra törekszik, hogy a regio-

<sup>1</sup> Az Európai Unió támogatja a helyi közösségek önszerveződését

nális fejlesztési tanáccsal (Balatonon a BFT-vel) érdemi és szoros együttműködést kialakítva végezze a tevékenységét. Mindkét feltétel indokolt és ezért a közeljövőben sem fog valószínűleg megváltozni. Ami megváltozhat, és amit célszerű szorgalmazni is, hogy harmadik feltételként érvényesüljön a szakmaiság is, hogy a térség turizmusának igazi „gazdája” legyen, aki mindenhez ért és mindenre vigyáz a maga területén. Ezt segítheti elő a TDM modell megvalósítása és bevonása a korszerű regionális intézményrendszer kialakításába.

A megoldás tehát a következő lehet. **A regionális turizmus legfelső szervezete a korszerűsített RIB** (a neve meg is változhat, de a lényeges a tartalom), amely világos kompetenciával, biztos eszközökkel és képzett szakemberekből álló operatív szervezettel ellátva az ágazati miniszter felügyelete alatt működik, tagsága a régió turizmusban jelentős szerepet játszó szervezeteinek képviselőiből tevődik össze (hasonlóan a jelenlegi megoldáshoz) és szorosan kötődik a regionális fejlesztési tanácshoz (itt a formát illetően a kölcsönös képviselettel kezdve az érdemi együttműködésen át a szakbizottsági szerepkör ellátásáig számos megoldás felmerül). **A RIB operatív szervezete lenne a regionális TDM szervezet**, amely a fentebb leírt módon alulról építkezve alakul ki, de egyesül a regionális marketing irodával (a Balatonon az RTPI-vel), hiszen egyik funkciója továbbra is a marketing marad. Emellett azonban képesnek kell lennie arra, hogy a kutatás, tervezés, fejlesztés, monitoring, szakképzés stb. területén is szakmailag felkészült legyen, a RIB számára színvonalas döntéselőkészítő anyagokat készítsen és a döntéseket végre is tudja hajtani, menedzselni tudja a tervek és a RIB döntések megvalósítást is.

Egy ilyen szervezet képes lesz ellátni mindazokat a feladatokat, amelyeket már az 1993. évi BTFK körvonalazott, és amelyek ma korszerű, nemzetközileg is elismert és alkalmazott formában a TDM szervezetek ellátnak mindenütt, ahol a turizmus fenntartható fejlődését valóban igyekeznek megvalósítani.



## **M3 MELLÉKLET – Látogatóközpontok külföldön**

### ***A munka célja:***

- A látogatóközpont („visitor centre”) fogalmának, funkciójának értelmezése.
- A látogatóközpontok alapvető szolgáltatásainak, üzemeltetési hátterének bemutatása.
- Nemzetközi példákon keresztül bemutatni, hogy milyen szolgáltatásokkal várják a látogatókat, miben tölt be bővebb funkciót egy régió/turisztikai attrakció látogató központja, mint a hazai Tourinform Iroda.

### ***Munkamódszer:***

Internetes kutatás angol nyelven, valamint helyszíni terepmunkán adatfelvétel európai és tengerentúli turisztikai attrakciók látogató központjairól.

### ***A látogatóközpont fogalom értelmezése***

A látogatóközpont valamely meghatározott turisztikai célterület látogatóforgalmát látja el megfelelő mennyiségű és színvonalú információval, irányítja a vendégeket az attrakciók, bemutatóhelyek felé, szolgáltatásaival kielégíti a látogatók alapvető szükségleteit és igényeit. A látogatóközpontok turisztikailag meghatározó közlekedési csomópontok közelében helyezkednek el. A központ által kínált szolgáltatások és a felvállalt bemutatás mennyisége és mélysége függ a helyszín üzemeltetőjétől és az üzemeltetés koncepciójától. Az általában kínált szolgáltatások a következők:

- Parkoló, pihenőhely.
- Turisztikai információ (verbális, nyomtatott) és bemutatás az adott attrakcióról és környezetének programlehetőségeiről,
- Ajándéküzlet (emlék- és ajándéktárgyak, kiadványok széles választéka az attrakcióhoz és a térség turisztikai kínálatához kapcsolódóan),
- Vendéglátó funkció (étterem vagy büfé, a helyszín jellegétől függően),
- oktatási és bemutató helységek
- Higiénés igények kielégítése (WC, mosdó).

A látogató központban létrehozott kiállítás és a kínált programok, szolgáltatások önálló programként is megállják helyüket.

### ***A Tourinform Iroda***

Magyarországon egy Tourinform irodában jellemzően csak az adott térség turisztikai kínálatát lehet megismerni, az ország egyéb régióiról a látogató nem kap információt. Az ingyenesen elvihető prospektusok mellett idegen nyelven kaphatunk segítséget a programokról. Az irodákat általában a helyi önkormányzat finanszírozza.

A Tourinform Irodák csak turisztikai információval látják el a látogatókat, de nem töltik be a vendégfogadás, ösztönzés, látogatók ellátásának, azaz a látogatómenedzsmentnek funkcióját. A Tourinform Irodák korlátozott választékban árusítanak turisztikai kiadványokat (térkép, információs anyag), nem folytathatnak kereskedelmi tevékenységet, tehát nem árulhatnak ajándéktárgyakat. Az ajándékarusítás az önfenntartás egyik alapvető eszköze a látogatóközpontoknál. A színvonalas, széles választékot nyújtó, az adott térségre, attrakcióra jellemző ajándékkínálat megteremti a költés lehetőségét, illetve fontos szerepet tölt be a turisták motiválásában az ajánlott attrakciók megtekintésére, programokon való részvételre.

A turistákat ösztönző bemutatás, kiállítás nem kap helyet, a Tourinform Iroda egy információs pont, nem rendelkezik önálló programértékkel.

### ***Nemzetközi példa bemutatása***

A kutatás során alapvetően kétféle típusú internetes oldalt találtunk: az első egy a valóságban is létező Látogató Központot bemutató, illetve a másik egy csak internetes oldalként

### ***Brit Látogató Központ (Britain Visitor Centre), London, Anglia***

Ezt a Látogató Központot azért hozták létre Londonban a Piccadilly Circus közelében, hogy fogadja, irányítsa, információval ellássa az ide érkező látogatókat, ösztönözze a környék, London és egész Nagy-Britannia attrakcióinak meglátogatására, programokon való részvételre.

*Célja:*

A központ célja „mindent egy helyen” megtalálni. Az iroda kínálatában egész Nagy Britannia látnivalói megtalálhatók.

*Szolgáltatásai:*

- Nagy Britannia látnivalóinak ismertetése – információ, prospektusok,
- utazási és kulturális programokra jegyrendelés,
- szállásfoglalás,
- könyvesbolt,
- számítógépek internetes hozzáféréssel a Brit Turista Szervezet honlapjához,
- tanácskozó szoba.
- A mozgássérülteknek ingyenes lift áll a rendelkezésükre.
- A központon belül kapott helyet több szolgáltató cég képviselője is.

*Működtetés, gazdálkodás*

A Látogató Központ működtetésének alapja, hogy a központ által nyújtott szolgáltatásokat a turisztikai szakma legnagyobbjainak helyszíni képviselője értékesíti. A cégek bérleti díj ellenében egy-egy pultot kapnak vendégtérben, és értékesítik a látogatók felé a szolgáltatásaikat.

A Thomas Cook Hotel&Travel Reservations a szálláshelyek foglalásával foglalkozik. Ugyanitt lehet busz, hajó, repülő jegyeket és városnéző túrákat vásárolni is.

A GlobalTickets a színházjegyek és egyéb kulturális események jegyeladásával foglalkozik az egész ország területéről.

A Stanford's Bookshop az utazáshoz kapcsolódó térképeket és útikönyveket árul.

A FEXCO egy pénzváltásra és utazási csekk beváltására szakosodott vállalat.

A központ önellátásra rendezkedett be, hiszen a külső cégek bérletdíjat fizetnek. A kereskedelmi tevékenységből pedig a cégek tudják fenntartani magukat.

### ***New Forest Visitor Center – természetvédelmi terület, Anglia***

A New Forest Nagy-Britannia dél-keleti részén fekvő terület, a sűrűn lakott régió ismert és keresett turisztikai célpont. A terület jellemzője, hogy attrakciói területileg elszórtan találhatók, több látogatóközpontot is működtet. A látogatás motivációját tekintve, a kirándulók 33%-a mérsékeltén aktív pihenés, további 33% a látványosságok megtekintése és 23% pihenés, relaxáció céljából érkezett a területre.

A kirándulók legjellemzőbb motivációja a séta a természetes környezetben. A New Forest meghatározó vonzóerejét a látogatók a következőkben határozták meg: a táj, a tájkép, a tiszta levegő, a csönd és a nyugalom, a vadvilág.

A New Forest területén a turizmus az egyik, amelyből a legnagyobb bevétel képződik, mind a látogatók közvetlen, turisztikai látványhelyszíneken történt költségeit, mind pedig a szolgáltatóknál lecsapódó másodlagos turisztikai bevételek tekintetében.

*A látogatóközpont bemutatása*

A bemutatott látogatóközpont a turisztikailag kedvelt kisváros központjában helyezkedik el. A látogató központ közvetlen szomszédságában helyezkedik el a parkoló. A központ nyitva tartásától függetlenül a vendégek ingyen vehetik igénybe a WC-t. A Visitor Center kiállításának látogatásáért fizetni kell. (2,75 GBF)

A központban elhelyezett funkciók:

- információs pult, (az informátor munkahelye, az ajándék fizetés helyszíne)
- kiállítás, (külön helyiség, térelválasztókkal határolt terekre osztva)
- oktató, szeminárium terem, (külön bejárható helyiség)
- ajándéküzlet. (az információs térben, szabadpolcos elrendezésben)

A régiót is bemutató információs pont külön helyiségben kapott helyet. A belépés ingyenes. A látogató a szabadpolcokon elhelyezett információs anyagok közül maga választhat. Szintén szabadpolcos elrendezésben találhatók a megvásárolható könyvek is.

*Kiállítás:*

A látogatók ingyen kiállítás vezető nyomtatványt kapnak, mely tartalmazza a helyszínen található kiállító pontokat és azok témáit. A kiállítás a New Forest-hez kapcsolódó 28 témakört dolgozza fel. Ötletes bemutatási elemek:

- Életképek (snakeman, cottage kitchen)
- Az erdő fáinak felismerése (laminált levelek helyes elhelyezése a mágnes táblán)
- Tapintás utáni felismerés kapcsolódó kvíz játékkal.
- (fatörzsbe rejtett tárgyak tapintás utáni felismerése)
- Audiovizuális bemutatás.
- Több szintű (gyermek, felnőtt) bemutatás tartalmi mélység és rajzos ábrázolás tekintetében.
- A kiállító terem belső forgalma egyirányú.

*Oktatási segédanyagok:*

A látogató központ csoportokat is fogad, melyek számára a szeminárium teremben tartanak játékos foglalkozásokat és audiovizuális bemutatókat.

*A csoportok számára a látogató központ több nyelven munkafüzetet, fénymásolt oktatási segédanyagot is készít, mely segíti a tanárokat az oktatásban, a diákokat pedig a tanulásban.*

### ***Moors Valley Country Park and Forest, Anglia***

A 750 ha-on elhelyezkedő területen hajdan mocsár és erdő volt található. A park a nemzeti parkok és a regionális természetvédelmi felügyelet alá tartozik. A park fejlesztéséhez és fenntartásához a régió és a helyi vállalkozások és civil klubok adományai járulnak hozzá. A park látogatása ingyenes, viszont a parkoló használatáért fizetni kell. Az alapparkoló mellett tartalék parkolót is kialakítottak. A parkolókat nem őrzik.

A parkot évente kb. 850 000 fő látogatja. Főleg családok és diákok jelentik a célcsoportot.

A park nincs körbe kerítve. A szolgáltató helyiségek, mint az információs pont, a teázó, az ajándéküzlet, WC és a kerékpárbérlés egész évben reggel 9.30-délután 4-ig tart nyitva, nyáron legkésőbb 8 óráig.

A teázó fedett nagy terét gyakran használják nagyrendezvényekre is. A teázót és az ajándék üzletet bérlők üzemeltetik.

A látogatók behozhatják a kutyákat a parkba, de, hogy utánuk eltakarítsanak, arról maguknak kell gondoskodniuk. A park sétaútjainak mentén nincsenek szemetesek elhelyezve, ezért a vendégeket a táblákon és a prospektusokon figyelmeztetik arra, hogy a hulladékot mindenkinek magával kell vinnie.

A parknak saját oktatási programja van.

A park a mozgáskorlátozottak számára is könnyen bejárható. Rendelkezésre állnak olyan tandem kerékpárok, amelyek első tagját a tolokocsik jelentik.

A park több pontján barbecue piknik helyek állnak rendelkezésre. A park programkínálata:

*7 különböző sétaútvonal:*

- Játékok útja (1,5 km, 45 p.), az útvonalon 7, az erdő témájához kötődő fa játszótér található.
- Tree Top trail (0,5 km, 20 p.), 200 m hosszan kialakított faszerkezetes építmények keresztül jut el a látogató az erdő korona szintjébe. A tree top ösvény szélessége egy személyes áthaladásra tervezett. Időnként kiállók biztosítják a bámézkodást, illetve az előzés lehetőségét.
- Vízi és vízparti világ (1,2 km, 30 p.)
- A vizes élőhelyek felfedezése, vezető kiírások segítségével.
- Kilátótól, kilátóig (5 km, 1,5 óra)
- Fotó- és kilátópontok bejárása.
- Séta erdőkön, mezőkön (5 km, 1,5 óra)
- Hosszú erdei séta (8 km, 2 óra)
- Családi túraútvonal (2,4 km, 1 óra)
- Kvíz túra, melyhez az információs pontnál munkalap kapható. A munkalap ingyenes, az út végén a kérdésekre adott válaszok a látogató központban ellenőrizhetők.

*4 kerékpáros útvonal:*

A kerékpárok csak a kavicsal szőrt útvonalakon és a makadám utakon engedélyezett. A különböző útvonalakat hosszuk és nehézségi fokuk szerint különböztetik meg.

1. 3,2 km
2. 2,4 km
3. 1,6 km
4. 3,2 km (40 perctől- 2 órás programig)

Ajánlott tematikus programok: (éves eseménynaptárba foglalva)

A Moor Walley minden vasárnap délelőttjére ajánl programokat, elsősorban a gyermekes családoknak. A legérdekesebb ajánlatok:

- Fa és sövényültetés, szakember segítségével és magyarázatával.
- Tájékozódás az erdőben, játékokkal.
- Ki tud többet az erőről, kvíz sétány.
- Találkozás az állatokkal, bemutató, állatsimogató.
- Mountain bike délelőtt.
- Wild life watching.
- Nyomolvasás vezetővel.
- Menedék készítés a természetben.
- Térképolvasás alapjai, segítséggel.
- Vadvilág fotókiállítás.

*Esti programok:*

- Mesék, dalok az erdőből.
- Mesemondás könyv nélkül, alapfogások a szülőknek.

*Gyermekprogramok: (napközben, jelölt napokon)*

- Állatmesék, közben állatmaszk készítés (1 óra)
- Tavaszi szafari, a kirándulás után híradás készítése a látottakról.
- Fafaragás, kosárfonás.
- Elsősegély háziállatoknak (állattartás, viselkedés)

*Horgászat* (tanítás és engedélyek kiadása meghatározott helyszínekre, a park által prospektuson is megjelenített szabályok betartásával.)

### *Zenei programok*

*Kerékpáros programok*, kirándulások vezetővel.

A programokra előre be lehet jelentkezni, vagy ha még van szabad hely, a helyszínen csatlakozni.

A park ajánlja azt az *oktatási csomagot*, amely részben a park területén, részben pedig a régió több természetvédelmi bemutató pontján zajlik. A csomagok korosztályonként különböznek. A csomagból a pedagógus kiválaszthatja a csoport számára megfelelőt és a mellékelt jelentkezési lapon jelentkezhet a programra. A programokon helyi vezető segíti a pedagógus munkáját. A programon való részvételért fizetni kell.

### ***Glacier National Park Visitor Center – virtuális látogatóközpont***

A Glacier Nemzeti Park Kanada és az Egyesült Államok határán található park, része a Waterton-Glacier Nemzetközi Béke Parknak. Maga a park egy hatalmas nemzetvédelmi terület. A parkot több kisebb területre osztották így könnyebb az egyes attrakciók helymeghatározása.

A látogató központ egy virtuális központ. Az oldal több szolgáltatást kínál területi csoportosításban.

*A honlapon megtalálható szolgáltatások:*

- Térképek, brosúrák
- Szórakozási lehetőségek (kempingezés, lovas-, gyalogos-, biciklis- túrázás, horgászat, csónakázás, terepsízés)
- Információk az élővilágról, geológiáról és a park történelméről
- Információ a szállásokról, buszok és hajók közlekedéséről, ló bérlés és túravezetés lehetőségeiről
- Ajándék- és vegyesboltok
- Fotók

## M4 MELLÉKLET – TURISZTIKAI ATTRAKCIÓK MINŐSÍTÉSE KÜLFÖLDÖN

*A munka célja:*

- Annak feltérképezése, hogy a nemzetközi gyakorlatban kialakult-e, és ha igen, hogyan működik a turisztikai attrakciók menedzselésének és minősítésének rendszere?
- A nemzetközi gyakorlat bemutatásával alátámasztani azt, hogy miért fontos feladat, milyen előnyökkel jár a turisztikai attrakciók menedzselési és minősítési rendszerének kialakítása és működtetése.
- Egy olyan működő rendszer és konkrét mintaprogram bemutatása, amely elméleti és gyakorlati tapasztalati háttérével hozzásegít a megye saját attrakciómenedzsment és minősítési rendszerének kiépítésében.

*Munkamódszer:*

Internetes kutatás eredményeként több európai országos turisztikai tanácsot kerestünk meg e-mailben. Megkeresésünkre Új-Zéland, Anglia és Skócia turisztikai tanácsa jelezte, hogy náluk létezik a turisztikai attrakciók minőségbiztosítási rendszere. A rendszer részletes bemutatására a Skóciai Turisztikai Bizottság (Scottish Tourist Board) tudott részletes információval és kiadvánnyal szolgálni.

### *Skót Minőségbiztosítási rendszer*



A Turisztikai Attrakció Minőség Biztosítási Rendszert (Visitor Attraction Quality Assurance Scheme) 1995-ben hozta létre a Skót Turisztikai Bizottság (Scottish Tourism Board). A hálózatot ugyanez a bizottság üzemelteti és finanszírozza. A rendszer egy független minőségbiztosítási díjat biztosít az attrakciók üzemeltetőinek. Azonos elvek, elbírálási rendszer alapján, Angliában is hatékonyan működik a turisztikai attrakciókat minősítő rendszer, azzal a különbséggel, hogy ott nem osztályozzák az attrakciókat, egy minőségi kategória létezik.

*A rendszernek három fő célja van:*

- Biztosítsa a látogatóknak, hogy megkülönböztethetőek legyenek azok az attrakcióhelyszínek, látogatóközpontok, amelyek a megkívánt minőséget nyújtják a szolgáltatások és az erőforrások területén.
- Segítsen az attrakció üzemeltetőjének hatékonyabban reklámozni magát azzal, hogy biztosít egy hivatalos, független elismerést az attrakcióról.
- Támogassa és elismerje a standardok fejlesztését a turisztikai szakmán belül.

*A rendszer előnyei az üzemeltetők számára:*

- Ez a díj egy biztosíték a látogatók számára, hogy egy ellenőrzött attrakció helyszínre lépnek be. A garantált minőség, szolgáltatási kör biztosításának előnye az üzemeltető számára a forgalom növekedésében, összetételének javulásában mutatkozik meg.
- A rendszer információt ad az üzemeltetőknek a fejlesztésekhez segítséget adó szervezetelekről, egyénekről.

- A díjazott helyszín megjelenik minden olyan kiadványban, amit a STB és a regionális turisztikai szervezetek kiadnak. A minőségbiztosítási rendszer jelképei jól ismertek a látogatók között.
- A díjhoz kapcsolódóan promóciós segédanyagokat is mellékelnek (ablakmatrica, poszter, bizonyítvány stb.), amelyek hasznos reklámtárgyakként funkcionálnak.
- Hivatalos útjelző táblák (a minőségbiztosítási rendszer emblémájával ellátott) biztosítása térítés ellenében az üzemeltetők számára, amelyekért a helyi önkormányzatnál lehet jelentkezni. Elhelyezési helyében a kiküldött Minőségügyi Tanácsadó adhat segítséget. Az egységes arculatot követő, hivatalosan engedélyezett táblák segítik a tájékozódást.

#### *Hivatalos útjelző táblák típusai:*

- Figyelemfelhívó, irányjelző egy régió/település határában a különböző attrakciókategóriákra (látogatóközpont, múzeum, stb.)
- Konkrét attrakcióhelyszín irányának és távolságának jelzése.
- Tervezett attrakció helyszínét, az attrakció témáját, nyitás idejét jelző figyelemfelkeltő tábla.
- Ideiglenes helyszínek felé irányító táblák.

Táblát csak minősített helyszín igényelhet. Amennyiben a minősítési rendszer tagságot az attrakcióhelyszín elveszti, a táblát el kell távolítania.

#### ***Az attrakcióminősítési rendszer működése***

##### *Belépés*

A rendszerhez való csatlakozás önkéntes, a minősítést a Skót Turisztikai Bizottság Minőségügyi Ellenőrei végzik. A rendszerhez való csatlakozás első lépése, egy jelentkezési lap kitöltése. A helyszín minősítése helyszíni látogatás alapján történik. Az ellenőrzés végén az ellenőr egy szóbeli összszegzést ad a vezetőnek. A látogatást követően egy írásbeli értékelés is készül. A díj besorolására tett javaslat szintén írásban történik.

##### *A kritériumok betartásának ellenőrzése*

A rendszerhez tartozó helyszíneket az ellenőrök két évente ellenőrzik, felülvizsgálják. Az ellenőrzés minden előzetes bejelentés nélkül történik, így olyan mintha egy látogató végezné a felülvizsgálatot.

##### *A működés finanszírozása - Tagsági díjak, eljárások költségei*

A kétéves tagságot egy £132-os (53000 Ft) tagdíj befizetése után lehet kérni. A tagdíj tartalmazza a látogatás költségét is. Ha valaki nem elégedett a hozott döntéssel egy második látogatást is kérhet £75-os (30000 Ft) áron. Ha az üzemeltető még mindig nem elégedett a hozott döntéssel, akkor kérheti a STB Felügyelő Bizottságát egy újabb ellenőrzésre. Itt már a bizottság egy tagja is jelen van az ellenőrzés során. A végső ítéletet az ő beleegyezésével adják.

##### *Feljebb lépés az osztálybasorolási rendszerben*

A rendszer támogatja a fejlődést. A felsőbb szintre lépést segítik a STB tanácsadói. Lehetőség van tanácsadói látogatást is kérni (£75). Az üzemeltetőknek megéri a minőségi javítás, hiszen a STB marketing tevékenysége látogatószám növekedést hozhat. A STB saját kiadványaiban rendszeresen reklámozza a tag attrakcióhelyszíneket.

Ezeken keresztül szereznek tudomást a látogatók az attrakciókról.

#### ***AZ ATTRAKCIÓK MINŐSÍTÉSE***

A besorolás a jól ismert szállodai besorolási rendszeren, a csillagjelzéseken alapul. A minősítés maga egy 5 fokozatú osztályzási rendszer, ahol az egyes szinteket csillagok jelezik.

- \*\*\*\*\* Kimagasló, Világszínvonalú
- \*\*\*\* Kiváló
- \*\*\* Nagyon Jó
- \*\* Jó
- \* Elfogadható

Ahhoz, hogy elérjük valamelyik szintet, teljesíteni kell a kritériumok egy bizonyos százalékát. 1 csillaghoz 55%-63%-ot, 2 csillaghoz 64%-70%-ot, 3 csillaghoz 71%-77%-ot, 4 csillaghoz 78%-84%-ot, 5 csillaghoz 85%+ kell elérni.

Az osztályzást egészítik ki az attrakciók kategóriái. Ezek a kategóriák megjelennek a díjat jelképező emblémán, melyet az attrakcióhelyszín minden információ- és reklámhordozóján megjeleníthet.

A kategóriák:

- Látogató Attrakció (Visitor Attraction)
- Pihenő Központ (Leisure Center)
- Művészeti Hely (Arts Venue)
- Turista/Ajándék Bolt (Tourist Shop)
- Sport/Szabadidő Központ (Activity Center)
- Kert (Garden)
- Túra (Tour)
- Kastély (Castle)
- Történelmi Ház (Historic House)
- Múzeum (Museum)
- Történelmi Attrakció (Historic Attraction)

#### ***A minősítés kritériumrendszere***

A kritériumrendszer egy általános, mindenkire vonatkozó és egy, a különböző attrakciókategóriákra kidolgozott specifikus kritériumrendszeren alapul. *Az általános kritériumok* témakörei:

- A látogatók érkezése előtt nyújtott szolgáltatások
- A látogatók érkezésekor nyújtott szolgáltatások
- Vendéglátás
- Árusítás
- Mellékhelyiségek

Ezeneken felül a *specifikus kritériumokat* négy csoportba osztották az attrakciókategóriák alapján.

1. Látogató Attrakció, Kastély, Múzeum, Történelmi Ház, Túra, Történelmi Attrakció, Arborétum/Park.
2. Pihenő Központ, Sport/Szabadidő Központ.
3. Turista/Ajándék Bolt.
4. Művészeti Hely.

*Általános Kritériumok: (1-12 és 25-44)*

A látogatók *érkezése előtt* nyújtott szolgáltatások

1. Brosúra, Röplap, Reklámcédulák
  - Megfelelő információk (Nyitva tartás, Belépődíj stb.)
  - Használhatóság (Térkép, Idegen nyelvű szöveg stb.)
2. Út és Irányjelzés
  - Tartalom és pontosság.
  - Nyitvatartási időszakok, szezonális.
3. Terület Megjelenése
  - A bevezető utak minősége, tisztasága, karbantartása.



#### 4. Autó Parkoló

- A parkoló terület minősége, felszíne (anyaga), megközelíthetősége.
- Jelzések, hogy hova parkoljunk.
- Járművek megkülönböztetése (autó, busz, lakókocsi).

A látogatók *érkezésekor* nyújtott szolgáltatások

#### 5. Jelzések

- Recepció, Bejárat irányának a jelzése.
- A jelzések érthetősége, pontossága, több nyelvűsége, tisztasága.

#### 6. Az Épület Megjelenése

- Általános megjelenés, dekoráció, az első benyomás.

#### 7. Díjtábla

- Minden árkategória láthatósága.
- A díjtábla elhelyezkedése, minősége.

#### 8. Magatartása, Személyzeti Hatékonyság

- Barátságos, meleg fogadtatás.
- Milyen információkat adnak a fizetéskor, illetve utána.
- Idegen nyelvek ismerete.

#### 9. Személyzet Megjelenése

- Egyenruha, névtábla.

#### 10. Belső Megjelenés, Recepció területe

- Könnyen megközelíthető, látható a fizetési hely.

#### 11. Dekoráció és Karbantartás

- Minőség és állapot.
- Tisztaság.

*Vendéglátás*

#### 25 Elrendezés

- Megfelelő elrendezése a vendéglátó egységnek
- A bútorok elhelyezkedése, megközelíthetősége

#### 26 Menükártya Bemutatása

- A menükártya stílusa, minősége és elhelyezkedése
- Az árak világos feltüntetése

#### 27 Étel Bemutatása és Minősége

- Étel minősége (hőmérséklet, íz, dekoráció)
- Helyi ízek, fűszerek
- Választék sokszínűsége (egészséges ételek, gyerekadagok)

#### 28 Magatartás, Személyzeti Hatékonyság

- Barátságos, kedves, profi hozzáállás
- Állandó színvonal
- Folyamatosan tisztántartott, leszedett asztalok

#### 29 Személyzet Megjelenése

- Egyenruha, névtábla a vendéglátó személyzetre vonatkozóan

- 30 Léggör
  - Ez létesítménytől függ
  - Zaj szint, Zene, berendezés és bútorok stílusa
- 31 Dekoráció és Karbantartás
  - Minőség és állapot a vendéglátásra vonatkozóan
- 32 Tisztaság
  - Különös tekintettel a konyhai higiénia betartása

#### *Árusítás*

- 33 Elrendezés
  - Megfelelő mennyiségű terület a vásárlóknak (főleg ha zsúfolt)
  - A bolt méretének és típusának megfelelő elrendezés
  - Az árusítás az erre elkülönített helyen történik
- 34 Kereskedés
  - Megfelelő áruválaszték az attrakció méretéhez és típusának igazodóan
- 35 Bemutató
  - Az áruk vonzóan és megfelelően vannak kiállítva, az árak jól láthatóak
  - A bemutató egységek minősége
  - Hasonló termékek együtt vannak-e bemutatva
  - Nagyobb boltokban a termékcsoporthoz helyének jelzése
- 36 Magatartás és Személyzeti Hatékonyság
  - Barátságos, figyelmes, profi stílus
  - Jó termékismeret
- 37 Személyzet Megjelenése
  - Egyenruha, névtábla az árusítószemélyzetre vonatkozóan
- 38 Dekoráció és Karbantartás
  - Minőség és állapot az árusító helyekre vonatkozóan
- 39 Tisztaság
  - Különös figyelemmel az árusító polcokra és eladótérre

#### *Mellékhelyiség*

- 40 Elrendezés
  - Egyértelmű jelzések az elhelyezkedésre vonatkozóan
  - Elegendő hely a használatához
  - Az ajtónyitás ne okozzon elakadást (forgalomban)
- 41 Tartozékok és Kellékek
  - Fülkék, világítás, szellőzés és segédberendezések minősége
  - Megfelelő tartozékok (szemetes vödör stb.)
- 42 Dekoráció és Karbantartás
  - Friss, fényes és karbantartott festés
  - Zárak, csapok, akasztók karbantartása
  - Elektromos eszközök, konnektorok karbantartása
  - Megfelelő dekoráció
- 43 Ellátás szintje
  - Megfelelő mennyiségű mosdó

- Csecsemő szoba és gyerek helység
  - Állandó szappan, törölköző, WC papír utánpótlás
44. Tisztaság
- Állandó takarítása a fürléknek, mosdókagylóknak, WC csészéknek

*Specifikus kritériumok az I.-es kategóriához (13-24.)*

(Látogató Attrakció, Kastély, Múzeum, Történelmi Ház, Túra, Történelmi Attrakció, Arborétum/Park)

13. Tájékoztató

- A biztosított információk hitelesek, pontosak, érthetőek, naprakészek.
- Az idegenvezetés érthető.
- Az attrakció összhatása, megértése.

14. Elrendezés

- Megfelelő elrendezés az attrakció típusához igazodva.

15. Közönség

- Az előadásokat a széles közönség is megérti.
- Az előadások minden korosztályt elérnek (idős, gyermek).
- Idegen nyelvek ismerete.

16. Bemutató/Információ

- Könnyen követhető és érthető bemutatás a helyi attrakcióról.
- Lehetőség a bővebb információszerezésre.

17. Prezentáció

- Az alkalmas média megválasztása.
- Technikai színvonal a prezentáció közben (grafikonok, fotók).
- Az élmény minősége és felépítése.

18. Dekoráció és Karbantartás

- Minőség és állapot az attrakcióhoz kapcsolódóan.
- A prezentációs terület karbantartása.

19. Személyzeti Magatartás, Hatékonyság és Tudás

- Barátságos, figyelmes, profi stílus.
- Hatékony és magas színvonalú gyakorlat a kérdések kezelésére.

20. Személyzeti Megjelenés

- Egyenruha és Névtábla.

21. Idegenvezető és Egyéb Személyzet

- Több nyelvű idegenvezetés biztosítása.
- A bemutatás minősége és szakszerűsége.
- Speciális igények kielégítése.

22. Belső jelzések (iránymutató)

- Könnyű kezelhetőség, érthetőség.
- Az információ elrendezése, minősége, többnyelvűsége.

23. Egyensúly

- Megfelelő egyensúly az egyéni elemek és az egész „téma” között.

24. Tisztaság

Ezen kritériumok alapján hozzák meg az ellenőrök a döntést. Azok a kritérium pontok, amelyek nem alkalmazhatók az egyes attrakció helyszíneken azokat a pontokat nem veszik figyelembe, így az nincs negatív hatással az ítéletre.

Egy skót példa:

### ***Edinburgh-i Kastély - Skócia***

A Skóciai Edinburgh-i Kastély az egyik leglátogatottabb turista attrakció a világon. Évente több millió látogatót vonz a kastély és környéke. A szikla, amin a kastély áll, már Kr.e. 800-ban is lakott volt. Az évszázadok során folyamatosan építették és bővítették az éppen uralkodó királyok. A huszadik században már főleg a látogatók vették birtokukba a kastélyt és környékét. Itt őrzik a skót királyi koronázási ékszereket, „A végzet követ” (The Stone of Destiny) és a híres Mons Meg ágyút. A Skót Nemzeti Harcászati Múzeumnak is ez a kastély ad helyet. Az attrakció elnyerte az UNESCO Világörökség Díját.

A kastély üzemeltetője jelentkezett a minőségbiztosítási rendszerbe, a Skót Turisztikai Tanács 5 Csillaggal jutalmazta az attrakciót „kastély” kategóriában.

Az attrakcióhelyszín szolgáltatásai a látogatók felé:

- Külön busz- és autóparkoló, illetve mozgássérült parkoló.
- A mosdókban külön megtalálhatók a mozgássérülteknek fenntartott terület és eszközök.
- Ajándék és könyvesbolt széles választékkal, ahol mozgássérültek is könnyen mozognak.
- Éttermek és kávézók, szintén megközelíthetők mozgássérültek számára.
- Ékszerbolt, ahol különleges ékszereket árulnak a látogatóknak.
- Lehetőség van idegenvezető által vezetett túrákon részt venni.
- 6 nyelvű hanganyaggal vezetett túra (audio guide tour).
- Vakoknak ingyenes braille-írással készült prospektusok, illetve a koronaékszerek másolatai.

<b>M5 MELLÉKLET – KOMÁROM-ESZTERGOM MEGYE TURISZTIKAI STRATÉGIAI PROGRAMJA 2002-2007</b>		
<b>ATTRAKCIÓK, ATTRAKCIÓ HELYSZÍNEK FEJ- LESZTÉSE</b>  <b>1-3.</b>	1. Turisztikai célból látogatott helyszínek állapot javítása és fenntartása	<b>1.6.1. Terület specifikus stratégiai alprogramok:</b>
		1.6.1.1. Esztergom Várnegyed épületeinek rekonstrukciója
		1.6.1.2. Esztergom Duna-part és a Várnegyed összekapcsolása a gyalogos forgalom tekintetében
		1.6.1.3. Komáromi Gyógyfürdő és Strand, valamint környezetének továbbfejlesztése
		1.6.1.4. Komárom, Monostori-erőd és közvetlen környezetének továbbfejlesztése
		1.6.1.5. Tata városi parkok, vízfelületek rehabilitációja, fejlesztése
		<b>1.6.2. Téma specifikus stratégiai alprogramok:</b>
		1.6.2.1. Turisztikai attrakció helyszín típusok menedzsment kézikönyvének elkészítése
		1.6.2.2. Túraútvonalak, kiránduló programok érkezési és fogadási helyeinek fejlesztése
	2. Turisztikai termékek kialakítása, szervezése	<b>2.6.1. Terület specifikus stratégiai alprogramok:</b>
		2.6.1.1. Önkiszolgáló városnézés, Esztergom
		2.6.1.2. Esztergom - gyógyfürdőfejlesztés
		2.6.1.3. Esztergom - Várnegyed épületeinek turisztikai hasznosítása
		2.6.1.4. Az Esztergomi Bazilika Nagyszeminárium épületének hasznosítása
		2.6.1.5. Természetvédelmi területek turisztikai hasznosítása
		2.6.1.6. Komárom Monostori-erőd továbbfejlesztése, a Csillag-erőd turisztikai hasznosítása
		2.6.1.7. Tatabánya, Oroszlány bányászati témapark kialakítása
		2.6.1.8. Kisbéri Batthyány kastély és környezetének turisztikai hasznosítása
		2.6.1.9. Kalandárium – Vértessomló Sport- és Szabadidőcentrum
		<b>2.6.2. Téma specifikus stratégiai alprogramok:</b>
		2.6.2.1. Tematikus útvonalak és programok kialakítása
		2.6.2.2. Komárom-Esztergom hosszú hétvégéje
		2.6.2.3. Turisták előtt is nyitott sportcentrumok fejlesztése
		2.6.2.4. Családi üdülés vidéken
	2.6.2.5. Komárom-Esztergom két keréken	
	3. Turisztikai attrakció helyszínek bemutatási rendszerének fejlesztése	<b>3.6.1. Terület specifikus stratégiai alprogramok:</b>
		3.6.1.1. Esztergom: Bazilika, Vármúzeum és Keresztény Múzeum bemutatási és turisztikai szolgáltatásrendszerének fejlesztése
3.6.1.2. Komáromi Monostori-erőd bemutatási témáinak bővítése, bemutatási rendszerének fejlesztése		
<b>3.6.2. Téma specifikus stratégiai alprogramok:</b>		
3.6.2.1. Turisztikai helyszínek kiállítási, bemutatási technikájának fejlesztése		
3.6.2.2. Időszakosan nyitva tartó bemutatási helyszíneken több nyelvű, a gyűjteményeket bemutató pultok telepítése		

<b>TURISZTIKAI INFRASTRUK- TÚRA, ÉS A TU- RIZMUS KÖRNYEZE- TÉNEK FEJLESZ- TÉSE</b>  <b>4-7.</b>	4. Turisztikai fogadó helyszínek közlekedési kapcsolat-rendszerének fejlesztése	<b>4.6.1. Terület specifikus stratégiai alprogramok:</b>	
		4.6.1.1.	Hajóállomások létrehozása a Dunán Esztergomban és Komáromban
		4.6.1.2.	Hajóközlekedés fejlesztése Budapest-Esztergom és Esztergom-Komárom viszonylatában
		4.6.1.3.	Direkt turista- és nosztalgiavonatok beállítása Budapest-Esztergom és Esztergom-Komárom között
		4.6.1.4.	10-es út fejlesztése Budapest-Dorog (Esztergom)-Komárom között
		4.6.1.5.	Kerékpárút hálózat fejlesztése
		<b>4.6.2. Téma specifikus stratégiai alprogramok:</b>	
		4.6.2.1.	Turisztikai fogadó centrumok és vonzáskörzetükbe eső helyszínek tömegközlekedési kapcsolatainak összehangolása a turisztikai szezonban
		4.6.2.2.	Kerékpáros közlekedés szolgáltatói feltételeinek kialakítása, a kialakítás támogatása
		4.6.2.3.	Parkolók bővítése, minőség javítása a turisztikai attrakciók környezetében
	4.6.2.4.	Határátkelőhelyek színvonalának fejlesztése, turisztikai szolgáltatások bővítése	
	5. Turisztikai információs rendszer fejlesztése	<b>5.6.1. Terület specifikus stratégiai alprogramok:</b>	
		5.6.1.1.	Látogató központok kialakítása
		<b>5.6.2. Téma specifikus stratégiai alprogramok:</b>	
		5.6.2.1.	Turisztikai információs és irányító táblarendszer fejlesztése
		5.6.2.2.	A turisztikai attrakcióhelyszínek egységes, többnyelvű turisztikai információs és tájékoztató rendszerének kiépítése
		5.6.2.3.	Vasútállomások, buszpályaudvarok, benzinkutak és autós-pihenők bekapcsolása a turisztikai irányító-, információs rendszerbe
		5.6.2.4.	Az információs pontokat és azok tevékenységét propagáló kommunikációs program elkészítése és végrehajtása
	6. Tájkép-, településkép tervezés, természetvédelem alatt álló területek hasznosítása	<b>6.6.1. Terület specifikus stratégiai alprogramok:</b>	
		6.6.1.1.	Esztergom, városrész rekonstrukciók
		6.6.1.2.	Duna-part tájképi fejlesztése, védő- és takaró zónák kialakítása
		6.6.1.3.	Komáromi belváros és a Monostori-erőd közötti városrész városképi fejlesztése
		6.6.1.4.	Kisbér belváros városképi fejlesztése
		<b>6.6.2. Téma specifikus stratégiai alprogramok:</b>	
6.6.2.1.		Települések közparkjainak minőségi fejlesztése, turisztikai látványelemek és bemutató rendszer adaptálása	
6.6.2.2.		Virágosítási program, virágosítási verseny megszervezése a megye egész területén	
6.6.2.3.		Turisztikailag frekvenciált városokban elhelyezkedő ipari területek takarása	
6.6.2.4.		Turisztikai helyszínek, objektumok díszkivilágítása	

	7. Strukturált szálláshely, kereskedelmi és vendéglátó kínálat fejlesztése	<b>7.6.1. Terület specifikus stratégiai alprogramok:</b> 7.6.1.1. Esztergom szállodai férőhelyeinek bővítése 7.6.1.2. Bábolna kereskedelmi szálláshelyeinek bővítése 7.6.1.3. Komárom – gyógyszálló építése 7.6.1.4. Komárom, Monostori-erőd strukturált szálláshelyfejlesztés <b>7.6.2. Témaszpecifikus stratégiai alprogramok:</b> 7.6.2.1. Vendéglátó kínálatfejlesztés támogatása 7.6.2.2. Kereskedelmi árukínálat, helyi termékek piacra vitelét támogató rendszer kialakítása és annak működtetése
<b>A TURIZMUS HOSSZÚTÁVÚ FENNTARTHATÓSÁGÁNAK BIZTOSÍTÁSA</b>  <b>8-11.</b>	8. Turisztikai kereslet javítása, marketing	8.6.1. Megyei szintű turisztikai marketing stratégia és feladatterv elkészítése 8.6.2. A megye turisztikai marketingért felelős szervezeti háttérének kialakítása
	9. A turizmus szervezeti és működési rendszerének fejlesztése	9.6.1. Alapelvek, feladatok és lehetőségek megfogalmazása a megyei szervezetrendszer kialakításához
		9.6.2. Feladatkör meghatározása önkormányzati turizmus felelősök számára
		9.6.3. Együttműködési területek a megyén belül és az országos szakmai szervezetekkel
		9.6.4. A megye képviselője nemzetközi, országos és regionális szervezetekben
		9.6.5. Lobbifórumok működtetése a különböző célterületeken
	10. Humánpolitikai intézkedések, szakmai felkészültség feltételeinek biztosítása	<b>10.6.1. Terület specifikus stratégiai alprogramok: -</b>
		<b>10.6.2. Téma specifikus stratégiai alprogramok:</b>
		10.6.2.1. Turisztikai oktatási, képzési igények prognosztizálása, képzések támogatása
		10.6.2.2. Turizmus szakmai tréningek, továbbképzések, információs fórumok kialakítása
	11. A turisztikai fogadó helyszínek környezetében lévő háttértelepülések feladatának és turisztikai szerepének kidolgozása	10.6.2.3. Helyi szakemberek helyi foglalkoztatásának támogatása
10.6.2.4. Önkormányzati szakreferensek képzése, továbbképzése, incentive programok szervezése részükre		
11.6.1. Háttértelepülések turisztikai szerepének meghatározása		
11.6.2. A háttértelepülések érdekvédelmi szerveződései és fórumai		

## 12. KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Köszönetem fejezem ki

valamennyi kollégának, munkatársnak és szakembernek,  
a doktori képzés vezetőinek és tanárainak,  
a vizsgabizottságok tagjainak,  
az opponenseknek, továbbá

minden családtagnak, ismerősnek és barátoknak,

aki – a maga módján – közvetlenül vagy közvetve segített az elmúlt években és évtizedekben abban, hogy ez a kutatás és ez a disszertáció elkészülhetett.

Mindenkit felsorolni lehetetlen, így a teljesség igény nélkül álljon itt néhány név:

Dr. Gidai Erzsébet egyetemi tanár, a NYME KTK Doktori Iskola vezetője,

Dr. Herczeg János intézetigazgató egyetemi tanár, NYME Doktori Iskola Gazdasági folyamatok elmélete és gyakorlata doktori (PhD) programja Vállalkozás gazdaságtan és menedzsment alprogram alprogramjának vezetője,

Dr. Rétvári László egyetemi tanár, NYME Sopron

Dr. Winkler Gábor egyetemi tanár, az MTA doktora, NYME Sopron

Dr. Szabó Géza PhD, tanszékvezető egyetemi docens, PTE Pécs

Pakainé dr. Kováts Judit egyetemi docens, témavezető, NYME Sopron

Égető Erika, a NYME KTK Doktori Iskola titkára,

Dr. Lengyel Márton rektor, Heller Farkas Főiskola (Budapest), a MATÚR elnöke

Dr. Csizmadia László főiskolai tanár, BGF KVIF (Budapest), a FATOSZ elnöke

Meszter László ügyvezető, Inn-Side Tanácsadó Kft. (Budapest), az OIB tagja,

Nyíri Zsuzsa tanácsadó, Inn-Side Tanácsadó Kft. (Budapest),

Benkő Ferenc, a kutatás időszakában a Vág-Duna-Ipoly Eurorégió Titkárságának vezetője (Tatabánya), jelenleg Neszmély polgármestere

Pokriva Márta, a kutatás időszakában a Komárom-Esztergom Megyei Önkormányzat (Tatabánya) idegenforgalmi referense, jelenleg az Alfa Art Hotel (Budapest) munkatársa

Segítségüket és támogatásukat nagyra értékelem, és ismételten köszönöm.

Sopron, 2006. május

Dr. Fekete Mátyás