



BORTURIZMUS ÉS BORMARKETING

A Tokaji borvidék turizmus-fejlesztésének marketing támogatása

I. AZ UNESCO VILÁGÖRÖKSÉG CÍM ÉS TURISZTIKAI JELENTŐSÉGE

Az UNESCO 1972-ben elfogadott Világörökség Egyezményének célja az emberiség kiemelkedő értékkel bíró kulturális és természeti örökségének megőrzése. Az Egyezményhez csatlakozó állam egyebek között kötelezettséget vállal arra, hogy a területén fekvő Világörökségi Helyszíneket óvja és megőrzi a későbbi generációk számára is. [www.whc.unesco.org/en/conventiontext].

Az Egyezményhez kapcsolódó ország elismeri, hogy a kulturális és természeti örökség kijelölésének, védelmének, megóvásának, bemutatásának és a jövő nemzedékek számára való átadása biztosításának elsődleges kötelezettsége arra az országra hárul, amelynek területén található. A fentiek érdekében minden tőle telhetőt megtesz saját erőforrásainak teljes igénybevitelével, illetve ahol szükséges mindennemű olyan nemzetközi, különösen pénzügyi, művészeti, tudományos és technikai segítség és együttműködés felhasználásával, amely módjában áll. [A Tokaji Borvidék Kultúrtáj Világörökség Kezelési Terve,2003].

A Világörökség Egyezmény definiálta a természeti, és kulturális örökségek fogalmát. Ez alapján örökségek lehetnek emlékművek, épület-együttesek, helyszínek, fizikai és biológiai alakulatok, geológiai és fiziográfiai alakulatok, valamint természeti tájak, vagy pontosan körülhatárolt természeti területek.

Világörökségi helyszínek természeti kategóriában

Természeti örökségnek az egyezmény értelmében az esztétikai, vagy tudományos szempontból rendkívüli értékű fizikai és biológiai képződmények, vagy képződménycsoportok, továbbá a tudomány, vagy a megőrzés szempontjából rendkívüli értékű geológiai és fiziográfiai képződmények, a kihalástól fenyegetett állat- és növényfajták lakó- illetve termőhelyeül szolgáló, pontosan körülhatárolt területek, természeti tájak minősülhetnek, amelyek megfelelnek az integritás (érintetlenség, sértetlenség) kritériumának.



Kultúrtáj, mint világörökségi helyszín

A kulturális örökségek között tartjuk számon az ún. kultúrtájakat (történeti tájakat), amelyek az ember és a természet kölcsönhatása révén alakultak ki, azaz emberkéz alkotta őket, de a természeti hatásokkal szervesen együttműködve. A kultúrtájaknak három fajtáját különböztetjük meg:

- az ember által tudatosan megtervezett és kialakított tájképek, beleértve az épületekhez vagy épületegyüttesekhez kapcsolódó kerteket és parkokat is (pl. a versailles-i kastély kertje);
- olyan tájak, amelyek fejlődőképeseek és egy fejlődési folyamatot tükröznek, amelyek jelenlegi formája természetes környezetükhöz való kapcsolódásuk, vagy arra való reagálásuk révén alakult ki (pl. a rizsteraszok Ázsiában, és ide tartozik hazánk három kultúrtája, a Hortobágy, a Fertő kultúrtáj és a Tokaji történelmi borvidék is);
- ún. társult értékeket hordozó (asszociatív) kultúrtájak, amelyek vallási, művészeti vagy kulturális jelenségeikkel kötődnek a természeti elemekhez (pl. a Tongariro hegyvidék Új-Zélandon, amelynek vallási jelentősége van a maorik számára) [<https://www.vilagorokseg.hu/>].

II. A VILÁGÖRÖKSÉGI KULTÚRTÁJ ÉS A KULTURÁLIS ÖRÖKSÉGTURIZMUS

A turisztikai motivációk sokrétűek lehetnek, és számos befolyásoló tényező hat szűrőként, mielőtt a kellő vonzerővel rendelkező attrakció felkeresésének döntése lejátszódik az emberben, és a potenciális látogatóból valóban tényleges látogató lesz. Az attrakcióválasztás folyamatát tehát sok dolog befolyásolhatja, a látogatót sokfelől érkező hatások érik, és több tényezőt mérlegel a döntést megelőzően.

Kiemelt fontosságú az attrakció ismertsége, melynek elengedhetetlen feltételét alkotják a különböző promóciós tevékenységek, melyek segítségével az emberek tudomást szerezhetnek az adott pozitív tulajdonságról. A kínált sajátos élmény, amelyben a látogatás alkalmával része lehet az érdeklődőnek, szintén meghatározza a választást. Emellett sok esetben szempont az anyagi vonzat is, mely akadályozó tényezőként léphet fel. [PUCZKÓ L.- RÁTZ T., 2011].

A kulturális örökséget mindig is az egyik olyan formának tekintették, amelyben egy társadalom, nép, vagy nemzet szellemisége, „szelleme” a legvilágosabban tárulkozik fel.



A kulturális örökség magában hordozza egy térség és az ott élő közösség legjellemzőbb dimenzióját, a kultúrát, de azzal nem azonos. A kultúra fogalmköréhez hasonlóan a „kulturális örökség” fogalmát is nehéz körültekintően és megalapozottan értelmezni. A kultúra a halmozódó hagyomány jellege folytán válik örökséggé. Korábban az örökség fogalmköre csak a tárgyi emlékekre és a hagyományörzésre terjedt ki.

A kulturális örökség védelméről szóló 2001. évi LXIV. törvény 4. § (1) bekezdése már egyértelműen úgy definiál, hogy a kulturális örökség a nemzet egészének szellemi örökségét hordozza, ezért megóvása mindenkinek kötelessége. A fogalomkör folyamatosan tágul, újabb és újabb szférára terjed ki az értelmezése. Az alkotóelemek komplexitása miatt a kulturális örökség fogalma alatt tehát nem csak a szűken értelmezett hagyományokat értjük, véleményünk szerint sokkal mélyebb értelmezésre van szükség. A térségi tradíciókon, és a kulturális értékeken kívül a termelési, oktatási, ágazati örökség is beemelhető e fogalomkörbe.

A kulturális örökség fogalmával kapcsolatban lényeges momentumnak tartjuk – a kultúrához hasonlóan – a folytonosan formálódó, alakuló jelleget. Abból adódik, hogy mindkét fogalom szoros kapcsolatban áll a társadalmi-gazdasági térrel, mely bizonyos folyamatok eredményeként alakul ki, egyben kiindulópontja a további fejlődésnek.

Az örökség fogalmán belül megkülönböztethetünk kulturális és természeti örökséget. A kulturális örökség meghatározása az utóbbi időben jelentős mértékben kibővült, és magában foglalja mind a fizikai, mind a nem-fizikai természeti kulturális hagyatékot:

- A „nem-fizikai” kulturális örökségbe tartoznak azon jelek és szimbólumok, amelyeket a képzőművészek, az irodalom, a nyelvek, a szájhagyományok, a kézműiparok, a folklór, a mítoszok és hiedelmek, az értékek, a szokások, rítusok és játékok közvetítenek.
- A „fizikai”, vagy „anyagi” kulturális örökségbe tartoznak a műemlékek, épületcsoportok és más történelmi értékű helyszínek, történelmi, művészeti, tudományos és technológiai érdekességű objektumok és ezen kívül mindenfajta mozgatható és nem mozgatható birtoktárgy, amely a különböző korszakok embereinek életéről tanúskodik.

A kulturális turizmus magába foglalja a kulturális örökség elemeinek, a nemzet jelenkori kultúráját, művészetét bemutató programoknak, rendezvényeknek és az egyházi - vallási helyszíneknek, szellemi és fizikai rekreációs létesítményeknek a turisztikai célú hasznosítását. A kulturális turizmus minőségi megkülönböztetést jelent a turizmus más típusaival szemben.



Bár a kulturális turizmusnak nincs egyértelmű definíciója, a fenti meghatározásból, és a Kulturális Turizmus Éve 2009 honlapjának tartalmából következően is részének tekinthetők mindazon természeti és emberalkotta adottságaink, programjaink melyek miatt az adott desztinációt az ide látogatók felkeresik, s melyekkel a Tokaj-Zemplén desztinációban magunk is büszkélkedhetünk.

A kulturális turizmus a turizmus palettáján már régóta jelen van; de önálló turisztikai válfajként való megjelenése a modern kor terméke, ami egybeesik a kultúrának, mint eladható, beruházható turisztikai terméknek az újszerű felfogásával. Magának a kulturális turizmusnak az elhelyezése is nehézségekbe ütközik a turisztikai ágazatok között, hiszen minden turisztikai fajtának van kapcsolódása a kultúrához.

A kulturális turizmus, mint a turisztikai ágazatok egyike, olyan utazást jelent, melyben a turista számára a legfőbb indítékot a kulturális motiváció (érdeklődés, szándék, kívánság, vágy stb.) szolgáltatja; a turista célja az új kultúrák megismerése, kulturális eseményeken való részvétel, vagy a kulturális attrakciók meglátogatása.

Lengyel Márton a kulturális turizmus lehetséges formái közül elsősorban az ifjúsági és nyugdíjas túrákat (táborok, tanfolyamok, körutazások), a speciális érdeklődésű (hobby) utazásokat, a kulturális és vallási témájú utazásokat, zenei és képzőművészeti túrákat, kulturális témájú konferenciákat, fesztiválokat, tapasztalatcserével egybekötött szakmai utazásokat és a falusi turizmust tartja fontosnak.

Fülöp [FÜLÖP I, 1998] a kulturális jellegű turisztikai kínálatot két nagy részre osztja:

- az egyik részt a múlt tárgyi kulturális öröksége (építészeti alkotások, múzeumi tárgyi emlékek és műalkotások);
- a másikat a jelen kulturális kínálata (rendezvények, fesztiválok, hangversenyek, színházi előadások, népművészeti vásárok stb.) képezi.

A kulturális örökségturizmus jelentősége szűkített értelmezésben [DANKÓ, 2010]:

- Az épített értékek hasznosításával elősegíti azok védelmét, jövedelmet biztosít a karbantartáshoz.
- Elősegíti a tradíciók, szokások élővé tételét és fennmaradását.



- Közvetítő szerepet tölt be a különböző kultúrák között.
- Hozzájárul a területi különbségek kiegyenlítéséhez.
- Növeli a kulturális kínálatot.
- Ösztönzi a munkahelyek számának növekedését.
- Lehetőséget biztosít az életminőség javulására.
- Megismerteti az embereket más kultúrákkal.

A Tokaji történelmi borvidék kultúrtáj

Az UNESCO a tokaji történelmi borvidéket kultúrtáj kategóriában 2002-ben világörökségi területté nyilvánította, két kritérium teljesítése alapján:

- egyrészt, mert a kultúrtáj egy még létező, egyedülálló, kivételes kulturális hagyományról, a szőlőtermesztés mintegy ezeréves kialakult tradíciójáról tanúskodik,
- másrészt, mert a kultúrtáj a borkultúra és a táj kölcsönhatásából kialakult hagyományos területhasználat kimagasló példája.

A jelentkezés megalapozása érdekében a magyar állam illetékes szervei és a 27 érintett helyi önkormányzat együttműködésének keretében – az egyezmény előírásaival összhangban lévő – ún. Jelölési (felterjesztési) Dokumentációt és Kezelési Tervet készített. A Kezelési Terv célja a világörökségi terület értékeinek feltárása, *védelme és megőrzése* volt. A jelölés folyamat részeként, az UNESCO Világörökségi Bizottság Működési Irányelveinek megfelelően, az önkormányzatok megalakították a Tokaji Történelmi Borvidék Világörökségi Egyesületet és a településeket képviselő polgármesterek elfogadták a Kezelési Tervet.

A Tokaj nevet az egész világon a borral azonosítják, s a világörökség státust az ezzel együtt járó szőlőtermelési, borászati, de emellett az épített, tárgyi és szellemi örökségértékek meglétéért és megőrzéséért is kapta.

Tokaj-hegyalja a Zempléni-hegység déli, délkeleti részén terül el. Természetföldrajzi értelemben Hegyalja önálló kistáj, de a tágabban vett Tokaj-Hegyalja határait gyakorlatilag a szőlő- és bortermelésre legalkalmasabb települések közigazgatási határai jelölik ki.

A Tokaj-hegyaljai borvidék világörökséggé nyilvánított magyarországi része összesen 27 települést foglal magába. A Tokaj-hegyaljai települések közül 5 (Abaújszántó, Sárospatak, Sátoraljaújhely, Szerencs és Tokaj) városi ranggal rendelkezik.

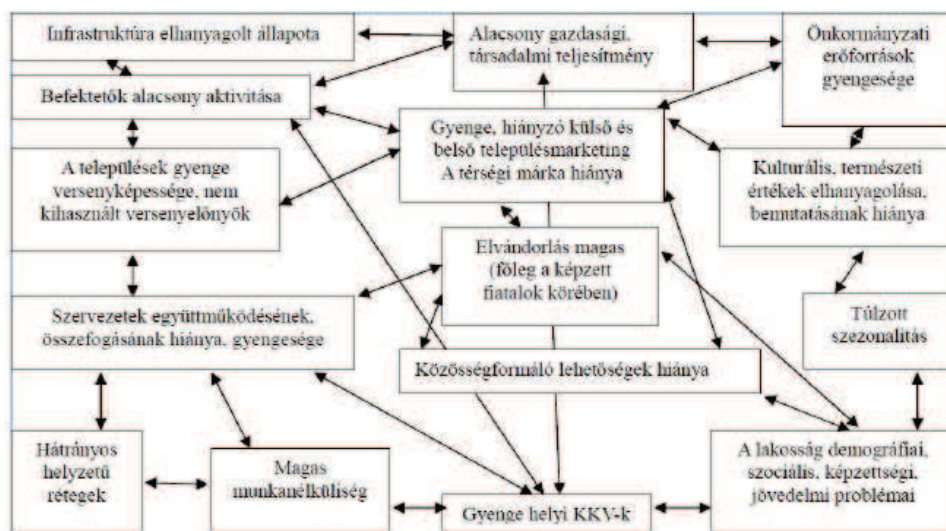


A magyarság borkultúrája kettős eredetű: egyesíti a keleti, kaukázusi és a nyugati, római szőlőművelési hagyományokat. Ezek tükröződnek Tokaj-Hegyalja szőlőtermesztésében és pinceépítési szokásaiban. A szőlőművelés és borkészítés meglétét itt már a honfoglaláskorában valószínűsítik, bár erre vonatkozó tárgyi bizonyítékok nincsenek. A XII. századmásodik felétől, a vallon telepések megérkezésétől kezdve viszont már adatokkal bizonyítható a szőlőművelés elterjedése ezen a vidéken.

Az évszázadok során különböző népcsoportok - szászok és svábok, ruszinok, szlovákok, örmények és zsidók - telepedtek meg itt, akik mind gazdagították a gazdasági, társadalmi életet, kultúrát. Ezt a sokszínűséget tükrözi a települések egyházi és világi építésze. A népi építészet emlékei mellett egyedülálló értéket képviselnek az arisztokrácia és a polgárosodó parasztság XVI-XVII. századi épületei is [HÖRCSIK, 2011].

A világörökségi helyszín összesen 132,555 négyzetkilométernyi (13.245 ha) magterülete megegyezik a magyar bortörvényben meghatározott Tokaj-hegyaljai borvidékkel, az ütközőzónába pedig a 27 település további közigazgatási területe tartozik. A történelmi borvidék területe kettős súlypontú, a déli részek a legkiemelkedőbb szőlőtermő helyek, az északi rész kulturális és természeti vonzerőkben gazdagabb.

A 2011. évi LXXVII. törvény a világörökségről intézkedik a világörökségi gondnokság létesítéséről, amelyet a borvidék esetében Tokajban hozták létre. A gondnoksági feladatokat a Tokaj Borvidék Fejlődéséért Nonprofit Kft. látja el. Sajnos az elmúlt években az állapotfelméréseken és fejlesztési koncepciókon túlmenően a kultúrtáj mindennapjaiban munkájának látványos eredményei csak mostanában kezdenek megjelenni. A desztináció a vidéki térségekre jellemző problémákkal küzd, melyet az 1. számú ábrán szemléltetünk.



1.ábra: A kultúrtáj problématerképe (Forrás: saját szerkesztés)

III. KULTURÁLIS ÖRÖKSÉGTURISZTIKAI FEJLESZTÉS ÉS MARKETING

A Tokaj Borvidék Fejlesztési Tanács 2014. júliusában alakult. Célkitűzése, hogy kellő szakértelemmel és helyi beágyazódással központilag kerüljön koordinálásra a Tokaji Borvidéket érintő – annak kiemelt térségi, illetve világörökségi jellegéből, valamint a BORVIDÉK Tokaj-Hegyalja Nemzeti Programból fakadó – fejlesztések összessége [TBFT,2016].

A Tanács átfogó célja a Tokaj-Hegyalja táj- és környezetvédelmi, fenntarthatósági szempontjaival összehangolt, minőségi oktatási, szociális, gazdasági tevékenység ellátására, magas színvonalú és nagy volumenű turizmus fogadására alkalmas térség kialakítása. A fejlesztés gerincét és pontos fókuszpontjait a kiemelt térség fejlesztési stratégiája határozza majd meg, annyi azonban már most nagy biztonsággal állítható, hogy az országosan és nemzetközileg is egyedi természeti környezet, kulturális háttér és potenciális borászati termékportfólió, erre alapozva pedig a minőségi bortermelés kialakításával és értékesítésével a Tokaj-hegyaljai borvidék turizmusának komplex és fenntartható fejlesztése kiemelt figyelmet kap.



1. Tokaj-Hegyalja - Zemplén kiemelt turisztikai fejlesztési térség

A turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló 2016. évi CLVI. törvény (a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól) a turisztikai fejlesztések fókuszát az egyedi attrakciókról a turisztikai térségekre helyezi át, kimondva, hogy Magyarország turisztikai potenciáljának növelése a turisztikai desztinációkban rejlik. Olyan komplex turisztikai élménycsomagok biztosításában, menedzselésében és piacra juttatásában, amelyek jelentős keresletbővülést jelentenek az adott területeknek.

Az állami turizmusirányítás feladata a desztinációs logika értelmében az, hogy lehatárolja az egyes desztinációkat, azokra egyedi beavatkozási programot dolgozzon ki, az egyedi élménnyel azonosítható desztinációkhoz pedig önálló márkákat, márkaprofilokat építsen fel és menedzseljen.

A Magyar Kormány 1092/2017. (II. 21.) határozatával elfogadta a Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség kiemelt turisztikai fejlesztési térség 2017-2020-ra szóló stratégiai fejlesztési programját. A Tokaj-Hegyalja és a borvidékhez kapcsolódó települések (összesen: 73) vonatkozásában több, a turizmusban közvetlenül releváns – vendégelégedettséget növelő – EU társfinanszírozású és hazai forrású fejlesztés került nevesítésre. Tokaj-Hegyalja és Zemplén európai uniós finanszírozású fejlesztései a rendelet szerint 29,5 milliárd forintot tesznek ki, közülük kiemelkedett 21,1 milliárd forinttal a Mezőzombor-Sátoraljaújhely vasútvonal villamosítása.

A Kormány – rövid társadalmi vitát követően - megtárgyalta és 2017 októberében elfogadta a részére bemutatott „Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030” című dokumentumot, melynek feladata, hogy a turisztikai szemléletváltás megalapozásával, a főbb beavatkozási pontok azonosításával, stratégiai célok kijelölésével rövid, közép- és hosszú távon definiálja az állam feladatait az ágazatban, illetve a célok eléréséhez megfelelő eszközöket, forrást és intézményrendszert rendeljen.

A desztinációs megközelítést kiegészítő új szemléletű attrakciófejlesztési és alpinfrastruktúra-fejlesztési logika biztosítja a fejlesztett attrakciók gazdasági-társadalmi- környezeti fenntarthatóságát, továbbá azt, hogy minőségi élményt biztosítsanak a látogatók számára. Emellett kijelöli az attrakciófejlesztések irányát és főbb tartalmi követelményeit akkor, ha az attrakciófejlesztés desztináción belül, illetve, ha azon kívül történik. A stratégia kiemelten



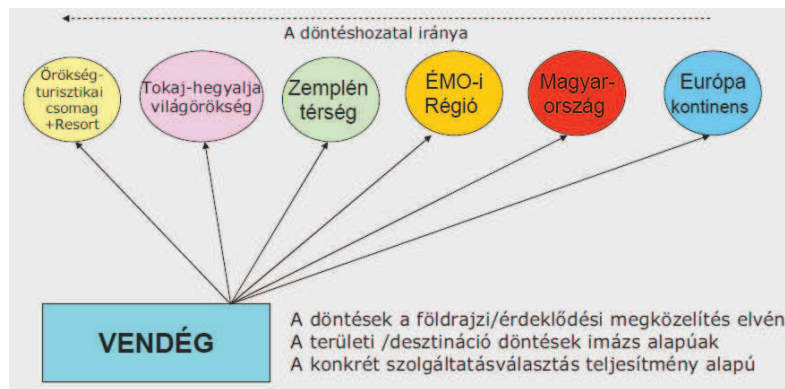
foglalkozik az állami turizmusirányítás új, integrált intézményrendszerének bemutatásával és az állam turizmusban betöltött szerepének meghatározásával.

A Kormány a turisztikai térségekről szóló 429/2020. (IX. 14.) Korm. rendeletében konkrét lehatárolással együtt határozta meg Magyarország 11 – köztük a Tokaj és Nyíregyháza - turisztikai térségét. A térségek kijelölésével a cél a turisztikai feladatok ellátásának hatékonyabbá tétele, jól kommunikálható és körülhatárolható fogadóterületek létrehozása, a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (NTS 2030) - Turizmus 2.0 stratégia céljaival összhangban. A rendelet alapján 72 település része a turisztikai térség tokaji részének. A Magyar Turisztikai Ügynökség a térségekről rövid imázsfilmet, imázskiadvány, angol és magyar nyelvű Bakancslista kiadványt készített és tett szabadon elérhetővé.

2. Kulturális örökségturisztikai termékfejlesztés és marketing

A turizmus- vendéglátás szektor sikeressége – más gazdasági ágakhoz viszonyítva – erőteljesen függ, de legalábbis szoros kapcsolatban áll a világörökségi terület, a 27 település befelé és kifelé sugárzott imázsától, üzeneteitől, a lakosság anyagi-és lelkiállapotától, viselkedésétől, jövőbe vetett hitétől. Ezért is ajánljuk, hogy az örökségturizmus marketinggel összefüggő törekvéseinket a teljes borvidék- és az egyes települések marketingjének keretei között helyezzük el és fejlesszük. Természetesen ennek ismeretében egy-egy vállalkozás kialakíthatja, - s célszerű is kialakítania - saját üzleti -és marketingtervét is, hisz a világörökségi területre is az „együttműködve versenyezni” szituációja igaz.

A települések és a borvidék különböző jellemzők, karakterek összessége, amelyek egyedi módon demonstrálják, közvetítik a térség értékeit. A különböző régiók versenyképességének összehasonlításában, megítélésében – a „komplex terméket” alakító folyamatok formálásában – jelentős hangsúlyt kapnak azok az alkotóelemek, amelyek tradicionálisak, egyfajta sajátos, csak erre a világörökségi területre jellemző szellemiséget, értékrendet tükröznek. Ezen jellemzők alapján születik meg a turisták részéről a desztináció kiválasztására vonatkozó döntés (2. ábra):



2.ábra: A kultúrtáj, mint desztináció választása (Forrás: saját szerkesztés)

Tokaj-hegyalja örökségturisztikai fejlesztése során hat nagy célcsoportot különítettünk el, amelyek természetesen további alcsoportokra bonthatóak:

- helyi/térségi gazdasági élet szereplői: a már itt működő vállalatok további fejlődésének elősegítése, a kisvállalkozások beindulásának támogatása;
- a külső befektetők, vállalkozások új turizmus-vendéglátási szolgáltatásokat bővítő befektetésekre, munkahelyek létesítésére csábítása;
- turisták: az idelátogató turisták elégedettségének biztosítása és új turisták vonzása;
- lakosság: a helyi/világörökségi területi népesség elégedettségének a fokozása és a 27 település szempontjából hasznot hozó lakossági csoportok (haza -és betelepülők) vonzása;
- az iskolavárosok hajdani diákjai, lakói, akik ugyan elköltöztek a borvidékről, ám a szülőföld szeretete tovább él bennük, figyelemmel kísérik a városuk és a térség történéseit, s lehetőségeikhez mértén segítik fejlődésüket tanácsaikkal, lobbizásukkal;
- a borvidéki és települési öntevékeny civil szféra (alapítványok, egyesületek), akik tudásukkal, önkéntes szakmai, szervező és tudatformáló tevékenységükkel társadalmi marketing célokat tűznek ki és valósítanak meg;

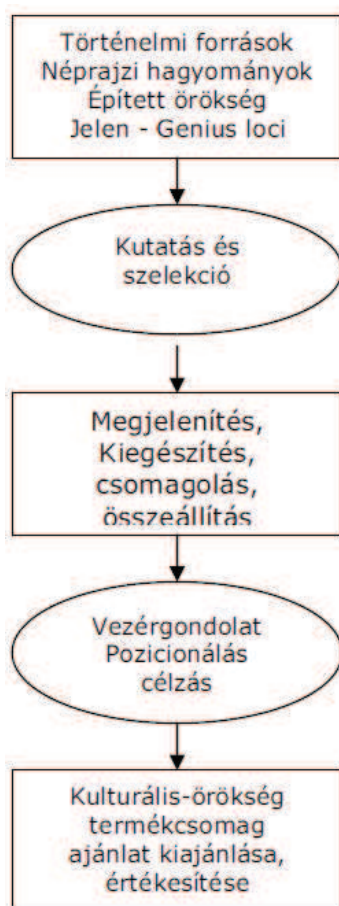
Az örökségturizmus marketingjében ezeket a célcsoportokat figyelembe kell venni, vagy azért mert aktív szereplői a turizmusnak, vagy pedig azért, hogy pozitív hozzáállást alakítsunk ki bennük a térségi és helyi turizmus szakma és az ide látogatók irányában.

A célszemélyek 6 fő csoportja mellett, azonban nem feledkezhetünk meg a további szereplőkről sem, akiknek véleménye, hangja, sokszor erősebben érvényesül, mint ahogyan azt

a súlyához mérten váránk. Éppen ezért érdemes minden mikroszegmenst településenként értelmezni és azonosítani, s feléjük célzott kommunikációt folytatni.

3. Termékfejlesztés és marketing

Az 1980-as években alakult ki először Nyugat-Európában a kulturális örökségi tervezés, mely során a település, térség örökségi értékeit állítják középpontba, azoknak olyan módszerekkel történő hasznosítását, mely révén kézzelfogható előnyök is keletkeznek. Tehát az örökségi értékeket gazdasági funkciókra használják fel (turizmus, szálloda, kulturális intézmény, látogatóközpont).



3.ábra: A kulturális örökségtermék fejlesztése és piacosítása (Forrás: saját szerkesztés)

Az örökségi termék kialakítása (3. ábra) több szakaszból álló tevékenység eredménye. Az kulturális örökség „termék” tervezésének első szakaszában a történelmi, néprajzi, irodalmi, építészeti források szelekciója, kutatása, mindezek jelen időben, a „hely szellemében” való



tettenérése, különböző szempontok alapján (pl. mi az, ami egy városlakó, vagy potenciális fogyasztó, látogató számára értékes lehet) való szelekciója valósítandó meg.

A következő elem a megjelenítés szakasza, amikor a kiválasztott attrakció elemekre építve kiegészítjük azokat akár mai funkcióval, aktualitással és csomaggá állítjuk össze. Az összeállítás, a csomag kialakítása során nem csak a fizikai elemek vannak középpontban, sokkal inkább az azokat körülvevő érzések, gondolatok. Kell keresnünk egy jól érthető, megfogható és elgondolkodtató, helyhez kötődő vezérgondolatot, szlogent, melyet majd igyekszünk az értékesítést segítő kommunikációban mindenütt alkalmazni.

A harmadik szakaszban elhelyezzük a kulturális örökség termékünket a versenytársakhoz képest, meghatározzuk a célcsoportjainkat, s feljűk a kialakított termékűket célzottan eljuttatjuk közvetett úton (tour operátor, utazási iroda), és/vagy közvetlenül (helyi TDM többnyelvű honlap, attrakció honlapja, direkt értékesítés (DM, telefon, személyes eladás).

Az örökségi tervezés során kiemelten kell figyelembe venni, hogy a tevékenység - így a szelekció, a csomaggá szervezés - helyben történik, így annak sikerességét meghatározza a helyi szervek, intézmények munkája. A sikeresség emellett attól is függ, hogy a helyi lakosság mennyiben érzi magáénak, mennyire része identitásának az adott termék.

A kulturális és természeti örökség olyan kisugárzását képes adni a kultúrtáj desztinációnak, mellyel a szereplők azonosulni tudnak. Az azonosulás pozitív eredményeként változik a korábbi sztereotípiákon alapuló imázs, arculat, a térségi identitást összegző indikátor, a Destination Identity. Tudatosítja, hogy az életminőség nemcsak az anyagi jólét függvénye. Az atmoszféra, a borvidék és környezetének hangulata, a rendezvények, a helytörténeti hagyományok, az értékek tisztelete és ápolása a kulturális örökségturizmus fejlődése mellett összetartó erőt jelentenek, és térséghez kötődést eredményeznek. A helyi identitástudat erősítése a lokálpatriotizmus, a tradíciók, a hagyományok tiszteletéhez is hozzájárul, támogatja a Zemplén térségi kohéziót.

IV. A BORVIDÉK KÖZÖSSÉGI TURISZTIKAI MARKETINGJÉNEK SZERVEZETI HÁTTERE

1. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 megvalósításának kiemelt szereplője tehát az állami turizmusirányítás csúcsszervezete, a Magyar Turisztikai Ügynökség, amely az első, nagyjából 2023-ig terjedő időszakban jelentős állami szerepvállalással kritikus tömegű



fejlesztés megvalósítását generálja az ágazatban, felépíti a megújult turisztikai országmárkát és a kapcsolódó márkarendszert, emellett megteremti az ágazat tisztességes és versenyképes működésének keretfeltételeit, jelentős figyelmet fordítva a humán feltételek fejlesztésére is.

A turizmusfejlesztési törvény alapján a kiemelt fejlesztési térségek meghatározó szervezete a Kisfaludy2030 Turisztikai Fejlesztő Nonprofit Zrt., amely egyértelműen nem alulról építkező, turisztikai desztinációmenedzsment típusú szervezet és a jelenlegi gazdaságirányítási filozófiát követve nem is kíván az lenni, sem döntéshozatalában, sem tevékenységében.

2. A Kormány 1791/2020. (XI. 11.) Korm. határozatában döntött a **Tokaj-Zemplén Térség fejlesztéséhez** szükséges kormányzati intézkedésekről. A kormány által elfogadott Tokaj-Zemplén Fejlesztési Program fő célja a térség turisztikai vonzerejének növelése. Az intézkedések hosszútávra biztosítják majd a fenntartható fejlődést, növelik a régió népességmegtartó erejét, megállítják és visszafordítják az elvándorlást és jobb feltételeket kínálnak az itt élő lakosság számára. A 2020–2024. évekre vonatkozóan 150 Md forint forrás fejlesztési forrás áll rendelkezésre, azon belül 22,51 Md forintot célzottan turizmusfejlesztésre, 2 Md forintot pedig marketingre és turisztikai szervezetfejlesztésre kívánnak fordítani.

A Program megvalósítása a Tokaj-Zemplén térség fejlesztéséért felelős kormánybiztos, Wáberer György irányítása mellett zajlik, a Tokaj Borvidék Fejlesztési Tanács bevonásával. Az egyes feladatok lebonyolításáért a Tokaj Borvidék Fejlődéséért Nonprofit Kft. a felelős.

3. A Tokaji Borvidék Területfejlesztési Programja 2021-27. 4. átfogó célja a versenyképes és fejlett gazdaság megteremtése. A Tokaj-Zemplén Térség Fejlesztési Programmal összhangban legmarkánsabb célkitűzése, hogy Tokaj-Hegyalja történelmi borvidék kultúrtáj Budapest és a Balaton mellett a 3. legnépszerűbb turisztikai desztinációvá fejlődjék. A koncepciót és a programot a Tokaji Borvidék Fejlesztési Tanács a Tokaji Borvidék Fejlődéséért Nonprofit Kft-vel készítette el.

A 12 stratégiai prioritást és operatív intézkedés között a 8. a turizmusfejlesztéssel, a 12. pedig az egységes térségi arculat kialakításával foglalkozik, s tartalmazza:

- Térségi, turisztikai marketing- és menedzsmenteszközök összehangolása: az intézkedés célja azoknak a helyi, térségi szereplőknek, szervezeteknek és vállalkozásoknak a megtalálása, amelyek elősegítik a borvidék kulturális életének közvetítését, magas szintű kulturális szolgáltatásokat nyújtanak, értéket közvetítenek, valamint a társadalom



minél nagyobb része számára elérhetővé teszik a kulturális értékeket hordozó termékeket, vagy szolgáltatást. Együttműködés a borvidéket átfogó, térségi turisztikai szervezettel.

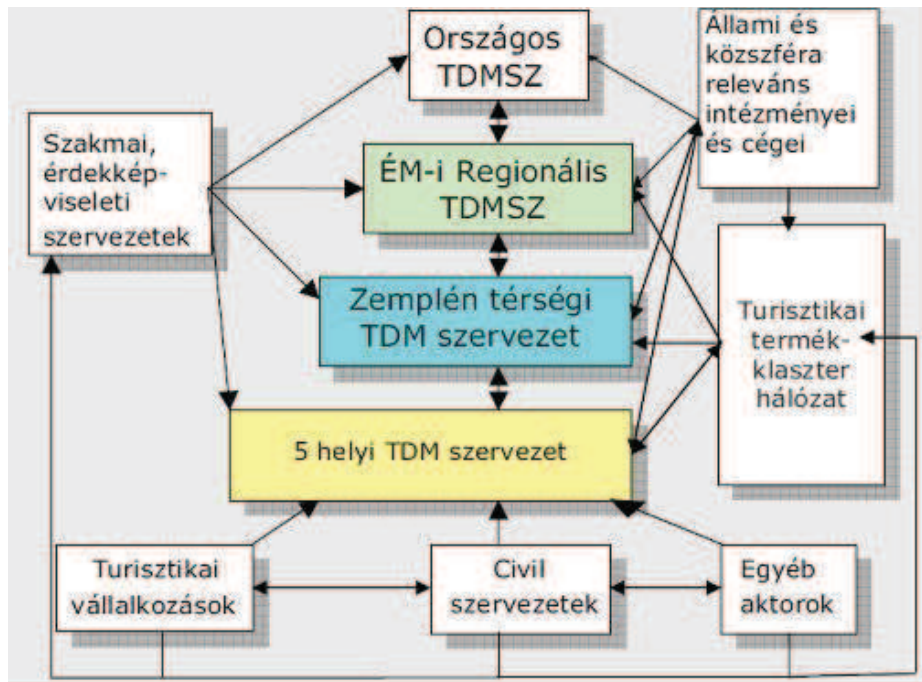
- **Intelligens, innovatív tájékoztatási rendszerek kiépítése:** Interaktív információs pontok és helyszínek kialakítása, a jelenlegi attrakciók „smart” eszközökkel történő bemutatása, valamint az elérhetőségükhöz kapcsolódó rendszerek kifejlesztése.
- **Rendezvények minősítési rendszerének bevezetése:** a jelenleg koordinálatlan rendezvények összehangolása, és a települési karaktereknek megfelelő, értéket és minőséget közvetítő rendezvények kialakítása. Egyedi térségi rendezvények kialakítása: pl. Tokaj Nagykövet választás, gasztronómiai események.

4. Tokaj-Hegyalja-Zemplén-Abaúj térségében 2005 óta alakult egyesületekként, majd 2011 óta minősített helyi turisztikai desztinációmenedzsment (TDM) szervezetekként működik az az 5 civil szervezet, illetve az általuk létrehozott térségi együttműködés (4. ábra), amiből jónéhány elképzelés kiindult a nonprofit kft sárospataki megalapítását követő elmúlt 10 évben és amely kezdeményezések a megvalósulás különböző fokára jutottak, vagy erőforrások hiányában maradtak elképzelések.

A világörökségi TDM egyesületek turizmusmarketing tevékenysége hármas céllal dolgozik:

- **Belső céllal:** az egyesületi tagok: vállalkozások, önkormányzatok, intézmények és civilek közötti hatékony párbeszéd, információáramlás megvalósítása. A hatékonyság elérésének első számú feltétele az, hogy az egyesületek vezetősége és munkaszervezetei azonosítani tudják magukat a tagsággal és a tagság is azonosulni tudjon a menedzsmenttel. Ez az egyesületi menedzsmentek belső PR- kommunikációs feladata.
- **Külső céllal:** Tokaj-Hegyalja imázsának formálását az önkormányzatokon kívül nagyban az itt élő polgárok, a gazdasági élet szereplői, a látogatók, a média és egyéb, az önkormányzattól független szervezetek és intézmények alakítják, jelentősen befolyásolják. E tevékenységek összehangolása, egyeztetése szükséges a település- és turizmusmarketing keretében a kívánt arculat kialakításához.
- **Hálózati céllal:** szoros együttműködés kialakítása célszerű a desztináción belüli és távolabbi környezetében (Bodrogköz, Taktaköz- Harangod, Zempléni-hegység kistájak) elhelyezkedő településekkel, látogatókkal. Ezáltal a turizmusmarketing fontos helyet foglal

el a régiómarketing alakításában. Ebben a munkában a világörökségi terület TDM egyesületei a Zemplén térségi TDM szervezeten keresztül kapcsolódhatnak be. Eddig MTÜ jelzések szerint szükségesnek tartják a térségi TDM helyismeretének, tapasztalatainak hasznosítását.



4.ábra: A közösségi turizmusfejlesztés zempléni szereplői (Forrás: saját szerkesztés)

A térségi együttműködés szakmai munkáját a TDM menedzserek tanácsa irányítja szoros szakmai együttműködésben, a munkát a helyi TDM szervezetek munkaszervezetei végzik.

Az elmúlt időszak jelentős közös turizmusmarketing munkája a - tokaji TDM gesztorságával koordinált - VITOUR LANDSCAPE projekt, mely keretében a világörökségi borvidéken fellelhető látnivalók hangos okostelefonos idegenvezetés formájában a csatlakozó települések által feltöltött túrák, séták ingyenes bemutatását, fotóanyagok elkészítését és az ehhez szükséges technikai fejlesztést tartalmazta. A térségi TDM marketing céljaira közös honlap kialakítására és üzemeltetése is sor került, s elindult a térségi TDM minősítési eljárás.

Összefoglalva megállapítható, hogy a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030, a 2021-27. évekre vonatkozó borvidék fejlesztési stratégiai és operatív program a Tokaj-Zemplén Térség Fejlesztési Programmal összhangban közös fejlesztési törekvése, hogy Tokaj-Hegyalja, Zemplén Budapest és a Balaton mellett a 3. legnépszerűbb turisztikai desztinációvá fejlődjenek.



Ezen impozáns célkitűzés minél előbbi eléréséhez negyedik aktorként célszerűnek tartjuk a zempléni TDM szervezetek helyismeretét, turizmusmarketing tudását, térségi vállalkozói és civil kapcsolatait is bevonni, mozgósítani.

Forrásjegyzék:

- /prod/Tokaj_es_Nyiregyhaza_kiadvany_MTU.pdf
1092/2017. (II. 21.) sz. kormányhatározat
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A17H1092.KOR×hift=ffffff4&txtreferer=0000001.TXT>
2011. évi LXXVII. törvény a világörökségről
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1100077.TV>
2016. évi CLVI. törvény a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1600156.TV>
A kulturális örökség védelméről szóló 2001. évi LXIV. törvény
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A0100064.TV>
A Tokaji Borvidék Kulturtáj Világörökség Kezelési Terve [2003] Közreadó: Tokaj Fejlesztési Tanács, Tokaj
Dankó L. [2017]: Térségi desztináció-menedzsment fejlesztése Zemplénben In: Zempléni gazdaságfejlesztési tanulmányok 2017. Sárospatak pp.: 172-192.
Dankó L.-Tóth Zs. (2021): A bor- és gasztronómiai innováció és kapcsolódása a turizmusfejlesztési stratégiához. SZŐLŐ-LEVÉL. 2021. 2. szám. Tokaji Kutatóintézet, Tarcfal. pp. 84.-101.
FÜLÖP I.[1998]: A kulturális nagyrendezvények szerepe a térségi turizmusfejlesztésben. Művelődéstudományi tanulmányok, Debrecen, pp. 53-72.
HAGYOMÁNY - TERMÉSZET – MODERNITÁS A Tokaji Borvidék Területfejlesztési Konceptiója. „Világhírű Borvidék 2030” Tokaj Borvidék Fejlesztési Tanács, 2021. május. 62.p.
HAGYOMÁNY - TERMÉSZET – MODERNITÁS A Tokaji Borvidék Területfejlesztési Programja Stratégiai és Operatív Program 2021-2027. Tokaj Borvidék Fejlesztési Tanács,2021. május. 113.p.
HAGYOMÁNY–TERMÉSZET–MODERNITÁS [2016] Tokaj, Tokaj Borvidék Fejlődéséért Nonprofit Kft.
<http://www.tbft.hu/megjelent-a-tokaj-zemplen-terseg-fejlesztet-eloiranyzo-kormanyhatarozat/>
<https://mtu.gov.hu/cikkek/11-turisztikai-terseg-terkep-es-telepuleslista-1918>
https://mtu.gov.hu/documents/prod/BAKANCSLISTA_KELET_WEB.pdf
https://mtu.gov.hu/documents/prod/BUCKET_LIST_EAST_eng.pdf
https://portal.agr.unideb.hu/media/07_tajtipologia__Magyarország_tajtipusai__tajertekek_Magyarorszagon_10988.pdf
https://www.youtube.com/watch?v=k3VLZ7WA_Wg&ab_channel=Csod%C3%A1sMagyarorsz%C3%A1g
Kulturális Turizmus Éve 2009 <http://kultura.itthon.hu/index.php>
Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030.
Puczkó L.- Rátz T. [2011]: Az attrakciótól az élményig A látogatómenedzsment módszerei Budapest, Akadémiai Kiadó, 342 p.



UNESCO [1972]: Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage www.whc.unesco.org/en/conventiontext
Világörökség Magyarországon www.vilagorokseg.hu

Szerzők: Dankó László CSc. -Tóth Zsófia PhD