

KÖZÖSSÉGI TURIZMUSFEJLESZTÉS

Dr. Dankó László

a közgazdaságtudomány kandidátusa, tanszékvezető egyetemi docens
Miskolci Egyetem Marketing Intézet Nemzetközi Marketing Tanszék

A turizmus érdekeltjeinek és érintettjeinek nagy száma, valamint összetett hatásai miatt igényli a közösségi szintű koordinációt és fejlesztést. A tanulmány rövid nemzetközi kitekintést követően az elmúlt évek hazai és regionális szintű közösségi turizmusfejlesztési törekvéseit mutatja be, majd gyakorlati példákon keresztül szemlélteti a közösségi turizmusfejlesztés mikéntjét.

1. NEMZETKÖZI KITEKINTÉS

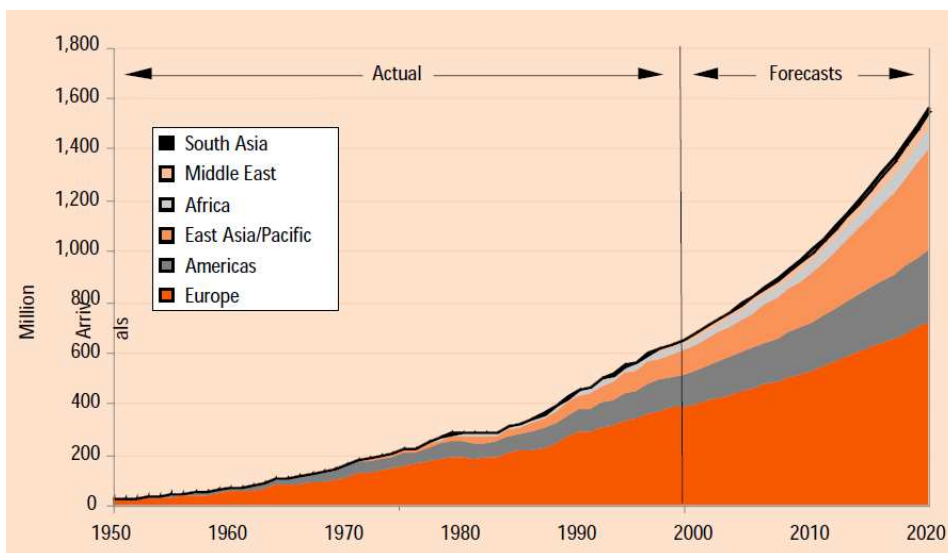
1.1 Az Oszaka Millenniumi Nyilatkozat

Az UN World Tourism Organisation (UNWTO) 2001. szeptember 30. és október 1. között Oszakában, Japánban tartott Turisztikai Vezetők Millenniumi Konferenciáján, a világ minden tájáról érkezett magán- és közszférabeli turisztikai vezetők megalkották és elfogadták az „Oszaka Millenniumi Nyilatkozat”-ot. [3] A nyilatkozat szerint a turisztikai iparág kulcsfontosságú gazdasági szektorra fejlődött, s várható, hogy a nemzetközi turizmusban az elkövetkezendő húsz évben folytatódik az évi négy százalék feletti növekedés. A nyilatkozat közösségi típusú fejlesztésre vonatkozó megállapításai a következőkben foglalhatók össze:

50 év látványos növekedésének eredményeképpen a turizmus iparág komplexebbé és összetettebbé vált, s egy olyan szakaszához érkezett, mely szükségessé teszi a hagyományos és feljövő piaci szegmensek, fogyasztói preferenciák, információs technológia és menedzsment technikák további kutatását. Az iparág hatalmas gazdasági befolyása, valamint az emberekre, kultúrára és a természetes környezetre gyakorolt hatása megköveteli, hogy a szektor jövőbeni fejlesztését precíz statisztikai adatok és mélyreható kutatás alapján felelős vezetés végezze a fenntartható fejlődés elveinek figyelembe vételével.

A turisztikai iparág folyamatos terjeszkedése és növekedése, valamint az általa előidézett megélnékült verseny hozzájárult a földrajzi sokszínűség és a termékek változatosságának fejlődéséhez, és elősegítette az újabb desztinációk kialakulását. Az utazók mellett a gazdasági növekedés is

profitálni fog a több, a nyilvánosság és magánszféra közötti folyó párbeszédéből, közös fejlesztésekből, kooperációkból.



1. ábra: A világ turizmusának növekedése

Forrás: http://www.world-tourism.org/market_research/facts/market_trends.htm

A turizmus folyamatos növekedése nagyban függ a turisták biztonságától. Ezért fontos, hogy a kormányok és a turisztikai szakma minden eszközt bevetjen annak érdekében, hogy garantálják az utazók biztonságos környezetét, valamint, hogy ellássák őket a célszagra vonatkozó, a biztonsági helyzetről szóló pontos információkkal.

A turizmus egy fontos szövetséges lett a szegénység leküzdésében. Nemzetközi szintű felmérések mutatják, hogy a legfejletlenebb országok közül sokban a turizmus vált a gazdaság legfőbb támaszává. A turizmus jelentős mértékben hozzá tud járulni a szegénységgel szembeni harchoz, és enyhíteni tudja a gazdag és szegény országok közötti szakadékot. Sürgető az igény arra, hogy a fejlett országok és kormányközi szervezetek technikai és anyagi támogatásban részesítsék a legfejletlenebb országok kormányait annak érdekében, hogy a turisztikai irányítás és a közösségi turizmusfejlesztés lehetőségeit megnöveljék, és a magánszektor vállalkozói és vezetői képességeit fejlesszék.

A kis- és középméretű turisztikai vállalkozások alkotják az iparág véráramát, és ezeket biztatni, támogatni kell, valamint védelmezni kell

őket az igazságtalan bánásmódtól. A turizmusban található munkahelyek egy jelentős hányadát a kis- és középvállalkozások teremtik meg.

A közösségi és privát turizmusfejlesztést szükségszerűen a fenntarthatóság elveire kell alapozni, így biztosítva az egyensúlyt a helyi közösségek szükségletei, a természeti és kulturális források védelme, valamint a látogató elégedettsége között. A fenntartható turizmus kínálja a legjobb és legtartósabb megoldást a látszólag szembenálló megőrzés és fejlesztés szükségletei konfliktusának feloldására, ösztönözni kell az idevágó etikai rendelkezések alkalmazását.

Kiemelkedő fontosságú a helyi közösséggel történő egyeztetés, valamint az ő közreműködésük a desztinációk és szolgáltatások megtervezésében és fejlesztésében. A fenntartható fejlődés csak akkor járhat sikerrel, ha a támogatás és a közreműködés helyi szinten megszerezhető. A helyi közösség megértése, támogatása és közreműködése kulcsfontosságú fejlesztési alapelvvé vált. A helyi lakosságnak is osztoznia kell a turizmusfejlesztés előnyeiben.

A turizmus jelentős indirekt előnye a közösségfejlesztés a vállalkozói lehetőségek és képességek kiaknázása által. Mindez továbbfejlesztené a közösség tagjai közötti vállalkozói együttműködést, valamint nyitottságot eredményezne a társadalmi és kulturális környezet egyéb aspektusaira.

Ahhoz, hogy a fenntartható turizmusfejlesztés garantálható legyen, bevált tervezési folyamatokat, turisztikai vezetői rendszereket, hatásvizsgálatokat és a megvalósítás megfigyelését kell alkalmazni olyan érzékeny célpontoknál, mint például a vízparti településeknél és örökséglelőhelyeknél, továbbá a magas látogatottságú desztinációknál.

A turistalátogatások által a kulturális és természeti örökséglelőhelyeknél előidézett bevételek jelentős hányadát újra be kell fektetni a fenntartási és megőrzési feladatok finanszírozásába.

A turizmusfejlesztés és örökségmegőrzés tervezési és lebonyolítási folyamatában a kézzelfogható források nagyobb figyelmet vonzanak, s egyben több szó is esik róluk. Ugyanakkor a nem tárgyi formában testet öltő források, mint például az előadóművészek tevékenysége, valamint a közösségi hagyományok értéke semmivel sem kisebb, azonban könnyebben elpusztítható. Éppen ezért a tervezés és megőrzés alapvető összetevőiként kell funkcionálniuk.

Az információs technológia és az Internet által keltett kihívások és lehetőségek döntőek sok turisztikai vállalkozás és úticél sikerében vagy bukásában.

Szükséges a jelentős mértékű befektetés és az átfogó adatbázisok fenntartása az információs technológiába a versenyképesség megőrzése érdekében. A kormányintézményeknek, nemzeti turisztikai szervezeteknek és a turisztikai desztinációs szervezeteknek a magánszektorral, a regionális és helyi hatóságokkal szoros együttműködésben aktív szerepet kellene vállalniuk az ilyen adatbázisok létrehozásában, mintegy nyitott infrastruktúraként a turisztikai elektronikus kereskedelem számára.

Ezért szükséges a kormányintézmények, a nemzeti turisztikai szervek és a TDM-ek közreműködése az alábbi területeken:

- Készítsenek stratégiákat és akcióterveket az elektronikus turizmus saját, valamint a turisztikai vállalatok általi befogadására, annak érdekében, hogy az a legfontosabb munkaprogramjaik meghatározó részévé váljon.
- Kezdeményezzék és támogassák az információs technológia (IT) és az elektronikus kereskedelem oktatását és továbbképzését, különösképpen a KKV szektor körében.

Befejezésül a Millenniumi Konferencia résztvevői, hangsúlyozva abbéli meggyőződésüket, hogy a turizmus képessége és feladata egy békésebb, emberibb, fenntarthatóbb, testvériesebb és egységesebb világ építése, felhívják a Turisztikai Világszervezet, a kormányok, valamint a magánszektor tagjait, hogy minden olyan intézkedést hozzanak meg, melyek az Oszakai Nyilatkozatban foglaltak megvalósítására irányulnak.

1.2 Közösségi turizmusfejlesztés Európában

Egységes európai szintű turizmuspolitika hiányában az idegenforgalmi ágazat szabályozása, közösségi jellegű fejlesztése tagországonként eltérő. A turizmus nemzetgazdasági súlyából, a kormányok fejlesztési stratégiai elképzeléseiből, illetve az egyes tagországok fejlettségi szintjéből és hagyományaiból adódóan a tagállamok különböző elképzelésekkel rendelkeznek az idegenforgalom szabályozásával kapcsolatban. Így a világ legjelentősebb turisztikai régiójának a turizmust illetően nincs

világosan meghatározott kompetenciája, nincs közösségi turizmuspolitika.

A szerteágazó tagállami turizmuspolitikát jól jellemzi a német szövetségi kormánynak az a tanulmánya, amely alapján elmondható, hogy az EU-15 tagállamok közül csak Franciaországban, Írországban, Ausztriában, Portugáliában és Spanyolországban létezik a közigazgatáson belül külön, a turizmus irányításáért felelős szervezeti egység, többnyire államtitkárság. Belgiumban például csak regionális szinten valósul meg az idegenforgalom körülhatárolt irányítása. A tagállamok egy részében egyáltalán nincs a turizmust szabályozó átfogó jogszabály, míg a többiben különböző kerettörvények rendelkeznek a turizmusfejlesztésnek, állami támogatásának módjáról [12].

Közösségi turizmuspolitika hiányában csak a kilencvenes évek elejére születtek meg az első olyan intézkedések, amelyek a közösség szintjén igyekeztek kezelni a turizmus aktuális és hosszú távú kérdéseit. Az Európai Tanács az 1990-es évet az európai turizmus évének nyilvánította, amivel ráirányította a figyelmet az európai kontinensnek a turizmusban betöltött szerepére.

Ugyancsak a Tanács határozata alapján 1993. január elsején indult el az első Közösségi Akcióterv a turizmus támogatására. A hároméves program feladatai között szerepelt az a célkitűzés, hogy javítsák a turisztikai szektorral kapcsolatos ismereteket, s összehangolják a tagországok idegenforgalommal kapcsolatos intézkedéseit. Az akciótervben konkrétan szerepelt a szünidők széthúzására tett javaslat, amely az idegenforgalmi létesítmények jobb és egyenletesebb kihasználtságát segítené elő. A sokféle igény kielégítése érdekében az akcióterv külön foglalkozott az idegenforgalom olyan speciális ágaival, mint a kulturális turizmus, a falusi turizmus, a szociális- és az ifjúsági turizmus.

A turizmussal közvetlenül foglalkozott az 1995-ben kiadott Zöld Könyv, amelyben az Európai Bizottság az akcióterv tapasztalatai, valamint az idegenforgalom területén bekövetkezett változások alapján kijelölte azokat a középtávú tennivalókat, amelyek a turisztikai kínálat színesítését, minőségének javítását, folyamatos fejlődésének biztosítását szolgálhatják. Az 1995. novemberében elfogadott irányelv intézkedett a statisztikai információk gyűjtéséről a turizmus területén.

Az irányelv kötelezi a tagállamokat, hogy a turisztikai kereslet- és kínálat felmérését illetően intézkedjenek egy harmonizált adatszolgáltatás

kidolgozásáról. A jogszabály átültetése a tagállamok belső jogrendszerébe jelenleg is folyamatban van, az adatok legtöbbször még mindig becsltek, nehezen összehasonlíthatóak.

1996-ban az Európai Bizottság a turizmus támogatására kidolgozta az első többéves (1997-2000) program tervezetét, amely a Philoxenia elnevezést kapta. A programot a Tanács többszöri egyeztetés után elvetette.

2002 májusában az Európai Unió történelme során először fogadott el az Európai Tanács kifejezetten a turizmussal foglalkozó határozatot (2002/C 135/01). A Tanács 2002. május 22-i állásfoglalása az európai turizmus jövőjéről célul tűzi ki a tagországok együttműködését a turisztikai ágazat szerepének növelése, és fenntartható fejlesztése érdekében. A dokumentum kiemelt szerepet szán a Turisztikai Tanácsadó Bizottságnak (Advisory Committee on Tourism) az ágazat fejlesztési irányainak meghatározásában, valamint a tagországok közötti turisztikai célú együttműködés elmélyítésében. Magyarország EU tagként résztvevője a testület üléseinek, és így aktív formálói lehetünk a turizmust érintő intézkedések és akciók kidolgozásának.

1.3. A fenntartható és területfejlesztő turizmus az európai politikában

Az Európai Parlament 2004. évi turizmussal foglalkozó állásfoglalása szerint a idegenforgalom a területfejlesztés valós eszköze, s az integrált megközelítés alapján szükség van a programok társfinanszírozására, amelybe bevonandók mindazon források, amelyek hozzájárulnak a felhasználónak juttatott szolgáltatások minőségének javításához és a célpontok sikerességéhez, a programok gazdasági életrevalóságának — nevezetesen a köz- és magánszféra partnersége keretében megvalósuló — biztosítása érdekében [2].

Az idegenforgalom támogatása érdekében az Európai Regionális Fejlesztési Alapról (ERFA) szóló európai parlamenti és tanácsi rendelet vidékfejlesztési intézkedései kialakításánál kéri, hogy a regionális versenyképességi céljának kedvezményezettjei között ott legyenek a idegenforgalmi kis- és középvállalkozások is. Öröndetesnek tartja, hogy a vidékfejlesztés támogatását az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapból (EMVA) megoldó tanácsi rendeletre tett javaslat céljai közé bekerült — a vidéki gazdaság változatossá tételének szándéka révén — a idegenforgalmi tevékenységek ösztönzése is.

Az EP felszólítja a Bizottságot és a Tanácsot, hogy a 2007—2013-as időszakra vonatkozó strukturális politika új eszközeinek együttes elfogadása során a stratégiai célok közé vegyék fel a idegenforgalom integrált megközelítését is, amely lehetővé tenné — a LEADER programhoz, valamint az Interreg és az Urban programokhoz hasonló szellemben — az EMVA és az ERFA intézkedéseinek összehangolását. Ez a megközelítés lehetővé tenné a fenntartható idegenforgalom igazi stratégiájának megvalósítását; s arra szólítja fel a tagállamokat, hogy nemzeti stratégiai terveikben és működési programjaikban olyan célokat jelöljenek meg, amelyeknek köszönhetően a régiók összefüggő terveket dolgozhatnak ki és finanszírozhatnak a fenntartható és a helyi feltételekhez és lehetőségekhez alkalmazkodó idegenforgalom fejlesztése érdekében.

Az EP ösztönzi mind a nagyközönség számára általában, mind a kis- és középvállalkozások és a helyi önkormányzatok számára olyan támogatási mechanizmusok létrehozását, melyek bemutatják és elemzik a strukturális alapok programjai és más olyan közösségi programok (kultúra, környezetvédelem stb.) megvalósításának és felhasználásának feltételeit, amelyek hozzájárulnak az idegenforgalom minőségéhez.

Az állásfoglalás emlékeztet arra, hogy az idegenforgalmi politika ugyan a tagállamok hatáskörébe tartozik, azonban az olyan határokon átnyúló kezdeményezések esetében, amelyek társadalmi együttműködést tesznek szükségessé, és régiókat kapcsolnak össze (vallási és kulturális idegenforgalom, zarándokutak, gyógyvízi idegenforgalom stb.), szükség van az Interreg jellegű program támogatására is.

Mivel a turizmus és a vendéglátás (vagy ahogy az unióban nevezik: a HORECA ágazat) sok esetben nehezen definiálható fogalmak, ezért az unió sem tudott megvalósítani egy kifejezetten az ágazatra szabott, valamennyi aspektusát felölelő intézkedési-, szabályozási rendszert.

Ennek megfelelően nem létezik sem közös, sem pedig közösségi turizmuspolitika. Ez azt jelenti, hogy az uniós szabályok, intézkedések meghatározásakor az unió a turizmus szempontjait nem tartja közvetlenül szem előtt. A HORECA ágazatra tehát - néhány ágazati irányelvtől, rendelettől eltekintve - az általános elvek és szabályok érvényesek. Mégis, mivel az ágazat az élet sok területéhez kapcsolódik, ezért nagyon sok olyan szabályozás is érinti a turizmus alrendszerét, amelyet eredetileg más megközelítésből dolgoztak ki.

Az Európai Unió 23 bizottsága közül – a turizmus multiszektorális jellege következtében – több bizottság érdekelt a "turisztikai iparban". Így például a szállítmányozási, a verseny, a fogyasztóvédelmi, a pénzügyi, a foglalkoztatási és szociális, a környezeti, a regionális fejlesztési bizottság. A turizmussal a DGXXIII-ban (= Enterprise and Industry Directorates-General) egy több funkcionális szervezeti egység részeként a Tourism Unit foglalkozik, amely azonban a DG-ok között nem lát el koordinációs feladatot (<http://ec.europa.eu> → Economy and Society (gazdaság és társadalom) → Enterprise and Industry (vállalkozás és ipar) → Policy Areas (politika területek) → Tourism) [12]

Az EU több intézkedése és ajánlása is érinti a turizmust: így a fogyasztóvédelem, a szociálpolitika, a versenypolitika, az adópolitika, a belső piac, a Gazdasági és Pénzügyi Unió, az Unió külpolitikája, a légi közlekedés, a közúti, vasúti és vízi közlekedés, a piaci belépés, az oktatásszakképzés, a környezetvédelem, az információs társadalom, a pénzügyi elszámolások és természetesen a turizmuspolitika tekintetében.

Az Európai Unión belül elsősorban a fejlettségi szintek kiegyenlítését célzó Strukturális Alapok jelentős részben hozzájárulnak a turizmus fejlesztésének közösségi finanszírozásához is. A Strukturális Alapok különböző célokat finanszíroznak, amelyek közül három cél közvetlen összefüggésben van a turizmussal: a fejletlen régiók-, a hanyatló ipari tevékenységű területek-, valamint a vidék támogatása. Fontos, hogy a legfőbb kedvezményezett az országok, illetve régiók, amelyekben a turizmus jelentősége a gazdaság számára is általában kiemelkedő.

Számos, a turisták kedvelt célpontjaként számon tartott terület található az unió országainak kevésbé fejlett régióiban, amelyek számára az idegenforgalom sok esetben az egyetlen felzárkózási lehetőséget jelenti.

2. KÖZÖSSÉGI TURIZMUSFEJLESZTÉS HAZÁNKBAN

Az európai példák nem kínálnak a magyar közigazgatás számára könnyen követhető, egységes, másolható receptet. A turizmus fejlesztése érdekében szövetségesként elsősorban a mediterrán ország-csoport támogatására számíthatunk. Ezen országok az unió kompetenciájának és tevékenységének fokozását szorgalmazzák a turizmus területén. A tagállamok e csoportja kevésbé fejlett, és általában turista-fogadó térségek. Infrastrukturális lemaradásuk pótlásához, elmaradott régióik fejlesztéséhez és a turisztikai ágazat fejlesztéséhez, valamint

versenyképességük fokozásához forrásokra van szükségük. A csoport tagjai abban érdekeltek, hogy az uniós alapokból kifejezetten a turizmusra célzott módon több támogatást kapjanak.

2.1 Turizmus törvény előkészítése

A 2005 októberében a Magyar Turisztikai Hivatal által kezdeményezett törvény a WTO és az Európai Unió által elfogadott nyilatkozatokkal és programokkal összhangban meghatározná azokat a célokat, amelyek elérésére - a turizmus, mint többdimenziós tényező folyamatos színvonalas fejlődése érdekében - nemzetgazdasági szinten törekedni kell. A törvénynek és a törvényre épülő kormányzati munkának kellene megteremtenie a rövid-, közép- és hosszú-távú turizmuspolitika feltételrendszerét. Mindezekre figyelemmel a törvény céljaként meghatározásra került, hogy az segítse elő [1]:

- a turisztikai vállalkozások piacra jutását, a turizmusban működő vállalkozások versenyképességének javítását, ideértve az elmaradott térségek felzárkózását is,
- a turisztikai értékek feltárását, megismertetését, üzletszerű hasznosítását, a turizmus szempontjából jelentős természeti és emberalkotta értékek – turisztikai hasznosításán keresztül megvalósuló - megővését, fenntartását,
- a Magyarországról külföldön megjelenő pozitív kép alakítását,
- a környezet- és vendégbarát, utas- és fogyasztóközpontú, marketing-szemléletű turizmus megteremtését és fenntartható fejlesztését,
- a turisztikai szakemberek képzését és továbbképzését,
- a turizmus területén meglévő "feketegazdaság" (pl. illegális utazásszervezés) felszámolását,
- a turizmus keretében megvalósuló nemzetközi kapcsolatok fejlődését,
- a desztinációmenedzsment hatékony alkalmazását, s megvalósítását.

A gyakorlati problémákra figyelemmel indokoltnak tűnt – egyebek mellett - szabályozni, hogy mi minősül turizmust fejlesztő tevékenységnek, illetve mit értünk turisztikai infrastruktúra alatt. Egyértelművé kell tenni, hogy a kereskedelmi vendéglátó hálózat a turisztikai infrastruktúra részét képezi. Turizmust fejlesztő tevékenységnek minősül az a tevékenység, amely bővíti a turisztikai fogadóképességet, növeli a meglévő, elsősorban turisztikai célú, illetőleg az azokhoz kapcsolódó létesítmények működésének színvonalát,

összhangban az adott terület teherbíró képességével és a környezetvédelem követelményeivel.

Tisztázásra várt a turisztikai termék fogalma. Komplex turisztikai termék optimális esetben az attrakciókra épülő, a turista által igénybe vehető turisztikai szolgáltatások (közlekedés, szállás, ellátás, programok, promóciós eszközök) összessége. Ezért az egységes gyakorlati értelmezés és alkalmazás szempontjából alapvető fontosságú, hogy a turisztikai termék fogalmát a törvény határozza meg.

A kereskedelmi szálláshely, az idegenforgalmú célú magánszálláshely hasznosítás, az utazásszervezés és utazásközvetítés, valamint az idegenvezetés törvényi meghatározásánál a hatályos alacsonyabb szintű jogszabályok rendelkezéseit indokolt törvényi rangra emelni. E mellett szükségessé vált rendelkezni arról, hogy a vendéglátás a turizmus része, a vendéglátás működésére vonatkozó részletszabályok viszont már más jogszabályok tárgyát képezhetik – figyelemmel arra, hogy a vendéglátó üzletre, mint üzletre nem indokolt más jogszabályt alkotni, mint az egyéb üzletekre.

2.2 A turizmus fejlesztésének támogatási rendszere

A turizmus tényleges nemzetgazdasági szerepének és az életminőség javításában játszott szerepének betöltéséhez – az Európai Unió és ahhoz kapcsolódó hazai forrásokon túl – rendszeresen képződő, tervezhető forrásokat kell biztosítani. Ezt a kérdést is a törvényben látszott indokoltnak szabályozni.

A turizmus részesedését a nemzeti jövedelem termelésén belül csak akkor lehet gyorsan és jelentősen tovább növelni, ha a fejlesztéséhez további források állnak rendelkezésre és kialakulnak azok a mechanizmusok, amelyek e források képződését megfelelően biztosítják.

Az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében „A régiók turisztikai vonzerejének növelése” a területfejlesztést 2007-13 között segítő regionális operatív programok (ROP) egyik fontos célja.

A ROP-ok további célkitűzéseinek megvalósítása, mint a gazdaság versenyképességének növelése, a közlekedési infrastruktúra fejlesztése, a környezet állapotának javítása, a települések átfogó, integrált fejlesztése

és a humán infrastruktúra javítása szintén kedvezően hat a turizmus fogadókészségére.

A jövőben is az állami költségvetés biztosítja a nemzeti turizmusfejlesztési stratégiában meghatározott feladatok végrehajtásához szükséges pénzeszközöket és a turizmus fejlesztését szolgáló központi (Turisztikai céllelőirányzat) költségvetési forrását.



2. ábra: A 9 turisztikai régió Magyarországon

Forrás: Mező F.: Turizmusfejlesztés a területfejlesztésben előadás ppt.

A turizmus fejlesztésére rendelkezésre álló források között jelentős szerepet játszik a helyi adóként beszedett idegenforgalmi adó is. Ennek mértékét és feltételeit a helyi adókról szóló törvény szabályozza és a települési önkormányzat erre figyelemmel állapíthatja meg rendeletben az adott településre irányadó konkrét mértéket. El kell érni, hogy a helyi adókról szóló törvény határozza meg, hogy:

- a települések által beszedett idegenforgalmi adó felhasználása csak turisztikai célokra történhet,
- mi a szankciója, ha a forrást más célra használják fel.

A turizmus törvényben lehetne rendelkezni arról, hogy az idegenforgalmi adót kivető önkormányzatok – helyi desztinációmenedzsment szervezet létrehozásától, illetve a település turisztikai jelentőségétől függően – számára javasolt 1 fő turisztikai referens foglalkoztatása, és az önkormányzati döntéshozatalba való bevonása.

2.3 A turisztikai desztináció menedzsment rendszer kiépítése

Kistérségi és helyi szinten a települési önkormányzatok, a civil szervezetek a helyi lakosság és a turisztikai vállalkozások az idegenforgalom fejlesztésének legfontosabb szereplői.

Mellettük szót kell ejteni a Tourinform-irodák hálózatáról, amelyeket jellemzően a települési önkormányzatok üzemeltetnek, de szakmai felügyeletüket a Magyar Turizmus Zrt. látja el. A vendégek szálláshelyekről, vendéglátásról, programokról, közlekedésről történő tájékoztatásán túlmenően a turizmus helyi szintű fejlesztésében (vonzerőfeltárás, koncepciók és programok kidolgozása) is szerepet vállalhatnak a kistérségekben és a településeken.

A 2005-13. évekre elfogadott „Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia” vezette be hazánkban a „turisztikai desztináció-menedzsment” fogalmát:

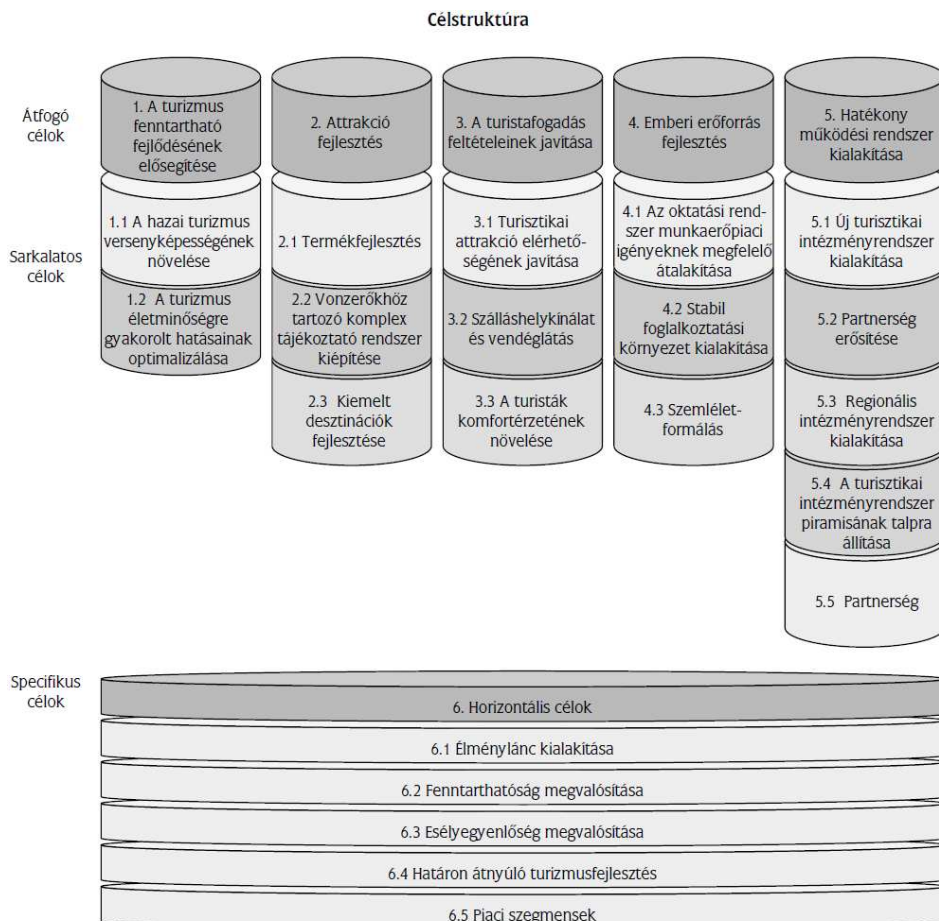
Egy adott település vagy kistérség turizmusával kapcsolatos teendőit a helyi/térségi desztináció menedzsment szervezet (hdmsz) végzi. Ez lehet települési, kistérségi vagy egyéb önkormányzati társulás, amely a helyi lakosság, az önkormányzatok és a turisztikai szolgáltatók szoros együttműködésével a helyi turisztikai termékek, szolgáltatások fejlesztésével és promóciójával foglalkozik [10].

A hdmsz-ek felállításának és működtetésének csak azokban a kistérségekben és településeken van létjogosultsága, amelyek kellő turisztikai potenciállal rendelkeznek. A hdmsz-ek működése kizárólag alulról jövő kezdeményezésekkel (szervezetépítés és finanszírozás) valósulhat meg, az együttműködésen keresztül azonban lehetséges és szükséges a termékek közös kialakítása és értékesítése.

A legfontosabb lépést mindenképpen maguknak a szolgáltatóknak kell megtenniük: azt kell felismerniük, hogy az együttműködés nem akadályozza a saját vállalkozásukban végzett munkát, nem célja a másikatitkainak a megismerése, sokkal inkább a közös piaci fellépés, az egyedül nem, vagy csak kisebb mértékben elérhető üzleti siker, sőt sok esetben egyenesen a túlélés közös biztosítása.

A szolgáltatók felelőssége és feladata, hogy a célcsoporthoz vezető megfelelő marketingeszközöket alkalmazzanak, az egyes elemek

egymással összhangban legyenek, és a marketingszemlélet áthassa a teljes tevékenységüket.



3. ábra: Hatékony működési rendszer kialakítási célok az NTS-ben

Forrás: Turizmus Bulletin 2006. március különszám

2.4 TDM az Észak-magyarországi régió turizmusfejlesztési stratégiájában

A régió turizmusának sikeres fejlesztése csak egy jól működő, jól együttműködő rendszerben lehetséges. Az együttműködés mind területi, mind pedig turisztikai termékek vonatkozásában szükséges.

A szervezeti, együttműködési rendszer alapját a desztináció-menedzsment különböző szintjeinek, az adott fogadóterület marketingjét koordináló szervezetek, összehangolt tevékenység lehetősége adja. A stratégiai

javaslat az alábbi – közösségi típusú - desztináció-menedzsment szintek, szervezetek együttműködésére épít:

- regionális desztináció-menedzsment, mely – az ÉM-RMI és a NORDA együttműködésére épülő - szervezet felelős a régió turizmusfejlesztési stratégiája megvalósításáért, folyamatos karbantartásáért, a szakmai koordinációért, a regionális közösségi típusú turizmusmarketing megvalósításáért.
- kiemelt turisztikai térségek desztináció-menedzsment szervezete, mely térségek a korábban kifejtett területi prioritásokhoz szerveződnek, (együttműködve a megyei, kistérségi támogatókkal, menedzserekkel)
- városok, települések desztináció-menedzsmentje, melyek egy konkrét hely összefogásának szervezői.

Desztináció-menedzsmentre különösen ott van szükség, ahol a fogadóterület egy komplex, - adott esetben sok termékből álló - sajátos termékként, s fizikai és szocio-kulturális entitásként jelenik meg.

A szervezetek –melyben a turizmuson belüli és kívüli szereplők egyaránt közreműködnek - alapvető feladata:

- a desztináció-imázs, márka kialakítása,
- a konkrét termékfejlesztés stratégiák és lépések összehangolása, összefogások szervezése,
- a turizmus információs hátterének megalapozása,
- értékesítési és kommunikációs tevékenység szervezése, koordinációja,
- turisztikai vállalkozások szakmai támogatása,
- a piaci információk közvetítése az érintett szereplők felé,
- szakmai koordináció régióon belül,
- szakmai lobbizási tevékenység szervezése, azaz a desztináció-menedzsment tevékenység lényege a tudatosan felépített régió, térségi és települési turizmusmarketing tevékenység megvalósítása.

2.5 Klaszter típusú turisztikai együttműködések generálása ÉMO-on

A szervezeti rendszer az – alapvetően közösségi típusú turizmusfejlesztés és marketing tevékenységet folytató – TDM - szervezeteken túl szorosan kell, hogy kapcsolódjon, s ösztönözze a vállalkozások, közvetlen piaci és kapcsolódó szakmai szereplők klaszter típusú együttműködését, melyek a vállalkozások, non-business szervezetek (kulturális, tudományos, képzési

stb.) kooperációjának kereteit adják, a turizmusfejlesztés, a turisztikai innovációk fő mozgatói a közös érdekek mentén.

A turisztikai klaszterek alapvető szervezési elvei lehetnek:

- turisztikai terméktípus alapú, (pl. egészségturisztikai klaszter, kulturális turizmus klasztere, lovasturisztikai klaszter stb.) ahol egy közösen működtetett klaszter-menedzsment kezdeményez, koordinál, konkrét vállalkozói, szakmai együttműködési programokat, projekteket,
- turisztikai desztináció, fogadóhelyre szerveződő, földrajzi típusú, ún. regionális klaszter amikor pl. egy város és körzete turizmusának együttműködni kész szereplőit fogja össze együttműködési rendszerbe, a különböző területeken érintett vállalkozások révén az adott terület komplex turisztikai kínálatának kialakítása, értékesítése érdekében.

A turisztikai klasztereken belül több konkrét együttműködési megállapodás-rendszer jöhet létre a részes klaszter-tagok, avagy külső szereplők között, annak érdekében, hogy egyes konkrét projektek, termékek, kínálat, attrakció közös kialakítását, működtetését megvalósítsák. Ezen megállapodásokban, szerződésekben rögzített hálózati együttműködések, a klaszterek működésének konkrét eredményei.

Észak-Magyarországon az elmúlt időszakban három turisztikai klaszter típusú együttműködés jött létre: egészségturisztikai, palóc és az „Északi várak útján” idegenforgalmi klaszter Fűzér gesztorságával. Utóbbi fejlesztésében személyesen is közreműködtünk.

Az ÉMOP 2010-1.2.1. Regionális jelentőségű klaszterek közös beruházásainak támogatása, szolgáltatásainak kialakítása és fejlesztése című – pályázati felhívás és útmutató tanulmányozása alapján a konstrukció – közösségi turizmusfejlesztés szempontjából - **releváns célja, hogy előmozdítsa:**

- a turisztikai vállalkozások, önkormányzat, a turizmushoz kapcsolódó helyi intézmények, gazdasági szereplők és civil szféra közötti, turisztikai klaszter formában megvalósuló együttműködését.
- A térség felsőoktatási intézménye és a klaszter többi tagja közötti, partneri viszonyon alapuló, hálózati szerveződésű együttműködést,

amely kiszolgálja a turizmus és vendéglátás gazdasági szereplőinek igényeit és helyi válaszokat ad a gazdaság kihívásaira;

- a klaszter szolgáltatási palettájának kialakítását, majd bővülését, és az összhang megteremtését a közös szolgáltatások kínálata és kereslete között;
- a turisztikai klaszter együttműködés menedzsment team-jének létrehozását a támogatott projekt keretében.

A klaszterek tevékenységének és céljainak elsősorban az innováció orientált fejlesztéseket és együttműködéseket kell szolgálniuk. Miután az Észak-magyarországi régióban mindössze 12 pályázat volt támogatható, ezért komoly lobbizási tevékenységre lehetett számítani.

3. KÖZÖSSÉGI TURIZMUSFEJLESZTÉS A GYAKORLATBAN

3.1 TDM létesítési pályázat

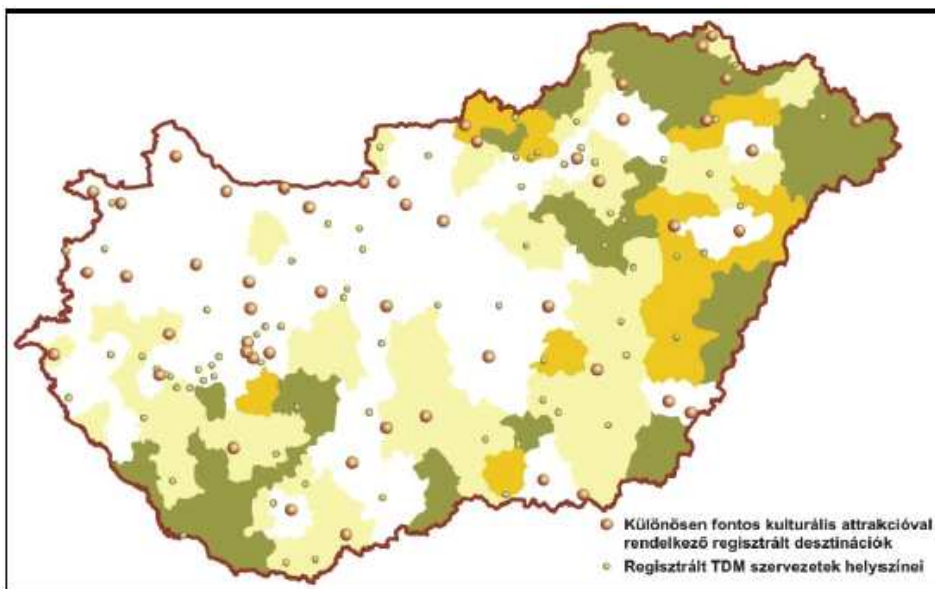
A TDM rendszer lényege, hogy az adott városi, térségi vagy kistérségi fogadóterületen a turisztikai szereplőket összekapcsoló, alulról építkező hálózat jön létre. Az önkormányzat, a turizmusban érdekelt vállalkozások, szakmai és civil szervezetek önkéntességen alapuló egységeként működő TDM-ek az adott térség összes turizmussal kapcsolatos szakmai és menedzsment feladatait lennének hivatottak ellátni.

„Első TDM-Nap” címmel 2009. december 1-jén az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága és a Turizmus Trend szervezésében sikeresen lezajlott a Turisztikai Desztinációs Menedzsment (TDM) fórum a budapesti Expo Hotelben[18].

Dr. Kovács Miklós turisztikai szakállamtitkár ismertette a TDM pályázati folyamatok akkori állását. A rendezvény időpontjában még le nem zárult pályázatra a 131 előzetesen regisztráltból 50 jelentkezés érkezett be. Az önkritikus beszámoló elismerte ugyan, hogy a TDM pályázat késett, és bonyolultsága dacára sok kérdést tisztázatlanul hagyott, ugyanakkor pozitívum, hogy fontos katalizátor szerepet töltött be. Hatására javult a turizmus szereplőinek együttműködése, önkéntes szerveződések jöttek létre.

Bár a pályázati költségvetés csak 25 százaléknyi marketing büdzsét tartalmazhat, a megvalósítás két évében ez is 7-800 millió többlet

marketingforrást jelent. Az akkori bejelentés szerint 2010-ben újra kiírják a helyi TDM-ek létesítésére szóló pályázatokat, és indul a térségi szint kiépítése is, s 35 százalékra növelik a marketing költségek arányát, és döntést hoznak az informatikai rendszert illetően is.



4. ábra: Regisztrált TDM szervezetek

Forrás: Kulturális turizmus fejlesztési stratégia 42.p.

Az Észak-Magyarországi térségi TDM pályázat tapasztalatairól és problémáiról Tóthné Bánszki Zsuzsa, egri kistérségi koordinátor, Heves megyei vezető koordinátor az Észak-Magyarországi Regionális Fejlesztési Ügynökség (NORDA) képviselőjeként számolt be. Mint elmondta a 28 helyi TDM-re regisztráltból végül tizenketten adtak be pályázatot, ketten térségi szinten is pályáztak.

A térségi TDM-re pályázók száma is lényegesen alacsonyabb lett a vártnál, aminek fő okaként nemcsak a kiírás bonyolultságát, de a térségi szint kidolgozatlanosságát is hangsúlyozta az előadó. Térségi szinten nincs közvetlen bevétel a turizmusból, így felmerül a kérdés, ki fedezi a 3 fős szervezet fenntartását és az ötéves fenntartási időre a 30 milliós előírt éves marketing büdzsét. Ezen a szinten a szükséges infrastruktúrára már nem kell beruházni, viszont túl kevés a marketing keret.

Pozitívum viszont a közös gondolkodás felerősítése, az együttműködés megindulása. Az előadó megoldandó feladatként sorolta fel az érdekeltség felerősítését a TDM tagja számára.

Tisztázandók továbbá a feladat elhatárolások, ki kell szűrni a párhuzamosságokat. Hosszú évtizedeken át, amíg nem volt egyértelmű, kinek a feladata a térségi turisztikai marketing, sok és sokféle szervezet - Tourinformok, Kistérségi Fejlesztési Tanácsok, különféle egyesületek, RMI-k, sőt LEADER akciócsoportok - alakult, hogy ezt az úrt kitöltse. A jövő nagy feladata közöttük az együttműködés feltételeinek tisztázása.

A „Feladatmegosztás a TDM szervezeti szintek között” kérdésre Hídvéginé Molnár Judit, az Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság igazgatója kísérelte meg a válaszadást. A régió 2005 óta következetesen képviseli a TDM szervezetek szükségességének ügyét. Ők vállalkoztak elsőként térségi TDM-ek létrehozására is.

A pályázat uniformizáltsága és elvárásai azonban nagy nehézséget okoznak, hiszen a hat kijelölt régiós térség turisztikai potenciálja nagyon eltérő. 2013-ra a nyertes pályázóknak olyan arányú vendégéjszaka szám növekedést kellene elérnie, ami több esetben kérdéses. Eger jelenleg is akár tízszer több vendégéjszakát realizál, mint pl. Aggtelek térsége. Álláspontja szerint minden szinten nagyjából azonosak a feladatok, csak a nagyságrendben, hangsúlyokban van eltérés, és a kompetenciákat a közös munka során kell tisztázni.

A 2010. szeptember 08.-i hajdúszoboszlói TDM- projektindítón Víg Tamás, a Magyar Turizmus Zrt. TDM- koordinátora a pályázati tapasztalatokról és a rendszer jövőjéről adott tájékoztatást [8].

Előadásából kiderült, hogy az egyes régiókban igen eltérő volt a pályázók aktivitása, ennek eredményeként a Dél- Alföldön egyetlen nyertes pályázat sem akadt, Észak-Magyarországon és a Közép-Dunántúlon ezzel szemben 11-11 pályázó számíthat támogatásra. Ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet, hogy az országsszerte összesen regisztrált 40 pályázó lefedi - Budapestet leszámítva - hazánk turizmusának 2/3-át.

A várhatóan (?) még 2010-ben kiírásra kerülő új TDM- pályázattal kapcsolatban arról tájékoztattott, hogy helyi, térségi és remélhetőleg régiós szinten (Észak-Magyarország és Balaton) is meghirdetik majd. Hozzátette, hogy a következő pályázatnál fontos lesz a szintek közötti

átjárhatóság, a pályázóktól kevesebb koncepcionális anyagot várnak el, és nagyon hangsúlyt kapnak a bevételt eredményező projektelemek.

Tervezik a kisebb léptékű TDM-ek támogatását is, de kihangsúlyozta, hogy nem mindenhol és mindenáron. Folyik a TDM- minősítő rendszer kidolgozása is.

A TDM kezdeményezések és ütemezés a Magyar Turizmus Zrt. Regionális Marketing Igazgatóság és a Norda Ügynökség szoros szakmai együttműködésében és aktív szakértői közreműködéssel valósult meg:

- 2006. második felében az ÉM-RMI – TDM tájékoztató road-show-t rendezett a Norda Kapcsolat Projekt keretében az Észak-magyarországi ROP-ban meghatározott hat térségben 19 alkalommal térségi, megyei és régiós szinten.
- 2007-ben megjelent a Lépésről lépésre - TDM Észak-magyarországi szakmai útmutató/kézikönyv. Az országban elsőként készült módszertani régiós segédeszköz TDM témában.
- 2008. szeptemberében 13 helyszínen megrendezésre került a régióban a TDM tájékoztató road-show. Ezen viszonylag szűkebb körben a konkrét együttműködések realizálása és a pályázatokra való aktív felkészülés és a térségi együttműködések hatékony elősegítése volt a cél.
- A turisztikai desztinációs menedzsmenttel kapcsolatos regionális, felkészülési folyamat következő fontos része volt a RIB által szervezett Dél-tiroli tanulmányút 2008-2009-ben.

2009. április 16-án megjelent a ROP keretében a TDM Szervezetek fejlesztésére irányuló pályázati kiírás (ÉMOP-2008-2.3.1). Helyi szintű TDM-ek, valamint tematikus termék alapú klaszterek kialakítására, szakmai tevékenységükre lehetett pályázni.

A csak Észak-Magyarországon kiírt térségi TDM pályázatok határidejét 2009. november 30-ig kitölték szakmai indokok alapján a régiós szereplők kérésére a kiírók. 85% vissza nem térítendő támogatást lehetett elérni. A keretösszeg 1,105 milliárd forint volt. 2010.-ben 9 helyi TDM és két térségi TDM nyert támogatást [6].

2010. áprilisától elkezdődtek a régiós TDM-ek kialakításával kapcsolatos szakértői egyeztetések a Turisztikai Szakállamtitkárság, a TDM országos koordináció, az ÉM Regionális Fejlesztési Ügynökség és az ÉMRMI szakértői részvételével.

A régiós sajátosságok miatt, - a humán és anyagi erőforrások hiánya – a térségi lett volna az a szint, mely a kohéziót be tudta volna indítani és a piaci szempontokat is figyelembe véve, a helyi fejlesztéseket is generálhatta volna. A pályázati struktúra a helyi szintek fejlesztését helyezte előtérbe, és a koncentrációt, a humán erőforrásokat, a kevés szakembert is ide irányította, így a térségi pályázatok háttérbe szorultak, ebből kifolyólag, szinte csak a termékfejlesztés, helyi szintű, csekély mértékű infrastruktúra- és szervezetfejlesztés valósulhatott meg. A pályázat nagyon kemény keretek és belső korlátok közé szorította a pályázókat.

3.2 Közösségi turizmusfejlesztés Zemplénben

Zemplénben 1998-ban kezdődött meg a közösségi turizmusfejlesztési tevékenység a Magyar Turizmus Rt. Kutatás- Fejlesztési Igazgatóságának „Zemplén térségi turizmusfejlesztési terv” készítésére vonatkozó megbízásával. A témakörrel korábbi publikációinkban már foglalkoztam, ezért itt csupán az újabb fejleményekről adok számot.

1. A helyi desztináció menedzsement szervezetek létrehozása

Zemplénben négy tourinform iroda működési körében formálódtak olyan helyi szakmai közösségek, melyek alulról építkezően, a helyi turizmussal, vendéglátással foglalkozó, - s az ezekhez kötődő - intézmények, vállalkozások igényeinek artikulálására, szolgálatára szerveződtek.

Az egyes irodák: Abaújszántón az Abaúj-hegyalja, Sárospatakon a város és bodrogi, Tokaj-hegyaljai vonzáskörzetének, Sátoraljaújhelyen szintén a város és Felső-Bodrogköz, valamint a Hegyköz, míg Tokajban a város és a Tokaj-hegyaljai borvidék déli részének turisztikai szereplőit, egyesületeit segítették a helyi önkormányzatokkal együttműködésben.

A Zemplén térség északi részén pedig a sajátos nemzetiségi, ökológiai, kulturális és határon átnyúló kapcsolatokra épülő Zemplén-Hegyköz HTDM kezdeményezésére egy ötödik egyesület is működik, mely információs irodával is rendelkezik.

A NORDA előminősítő pályázati felhívására lehetővé tette, hogy mind az öt helyi szerveződés eséllyel foglalkozzék a helyi turisztikai desztináció menedzsement szervezet ÉMOP forrású támogatással való továbbfejlesztésével.

A regisztrációra jogosultak köre tekintetében a felhívás deklarálta, hogy a későbbi pályázat során egyesületek, vagy non-profit kft-k részesülhetnek támogatásban. Ennek megfelelően a felhívásra olyan szervezet adhatta be az adatlapot, amely képes és kész volt a TDM szervezet megalakítására és a létrejövő szervezetnek tagja lesz.

A megalakulás előtt álló TDM szervezet fejlesztésére vonatkozó pályázatok esetén a Vezető Partner szervezetnek (többnyire önkormányzat, vagy egyesület) kellett benyújtania az adatlapot és a pályázati dokumentációt a TDM szervezet fejlesztésére, a Támogatási Szerződés megkötése azonban már a megalakult TDM szervezettel történik.

Szakmai jogosultsági kritériumok tekintetében a Támogatási Nyilatkozatra a szakmai regisztrációs eljárás eredményeként azok a tervezett fejlesztések, és az általuk képviselt desztinációk jogosultak, melyek következő feltételeket teljesítik:

- a Helyi TDM szervezetet alkotó településeken a vendégéjszakák (kereskedelmi és magán összesen) éves száma meghaladja az évi 25 ezer vendégéjszakát (ezt az értéket az egymással összefogó településeknek kellett együttesen biztosítaniuk),
- a desztináció önálló turisztikai információs (pl. Tourinform) irodával rendelkezzen,
- a helyi TDM szervezetet alkotó településeken IFA bevétel nagysága (Ft/év) 2006-ban meghaladja a 2 millió Ft-t (ezt az értéket az egymással összefogó településeknek kellett együttesen biztosítaniuk),
- 1 települési önkormányzat csak 1 helyi TDM szervezetnek lehet a tagja.

Az előminősítési feltételek közzétételét követően személyes közreműködéssel igyekeztem olyan térségi összhangot kialakítani, amelyben mind az öt potenciális pályázó eséllyel nyújthatja be elképzeléseit a NORDA és az ÉM-RMI által felkért szakmai zsűrinek.

Bár a helyi egyesületek már működtek, ám a szakmai jogosultsági feltételeknek csupán a Sárospatak Turizmusáért Egyesület felelt meg maradéktalanul. A többi potenciális helyi tdm kialakításában érdekelt szövetségeket kerestek, miután a KSH települési szintű idegenforgalmi

adóbevételeket és vendégéjszaka számokat tartalmazó 2006. évre vonatkozó statisztikáit tanulmányozták.

Ennek a szövetségkeresésnek azonban részben szakmai, részben politikai korlátai jelentek meg, melyek áthidalásában, az egészséges kompromisszumok kialakításában végül is eredményes volt a munkánk:

A térség nemzetközi híri településének, Tokajnak a helyi tdm alakításához nem álltak rendelkezésre a megkívánt teljesítménymutatók, ennek kiegészítésére sikerült megnyerni Szerencs város Önkormányzatának (és ezen keresztül kistérségének) támogatását.

Hasonlóan eredményes volt Sátoraljaújhely orientálása önálló pályázat benyújtására, s szintén önállóan pályázott a Telkibánya központú Abaúj-hegylajai tagokat tömörítő Aba Turisztikai Egyesület is.

A Füzér központú ötödik pályázó nem tudta felmutatni az előminősítéshez megkívánt turisztikai teljesítményt, ám szakmai koncepciójában fellelhető az a növekedési potenciál, mely esélyessé tette pályázatukat.

Az előminősítésekre készített szakmai tartalmak kialakításánál figyelemmel kellett lenni a helyi – térségi – regionális szintek közötti tervezett munkamegosztásra.

A fejleszteni tervezett tevékenységi körök definiálásánál a maximálisan tervezhető 40-50 Mft nagyságú forrásra, illetve annak belső arányaira vonatkozóan a benyújtás előtti zempléni road-show keretében a NORDA munkatársa az alábbi sarokpontok alkalmazását ajánlotta:

- Előkészítés költségeire (tanulmányok, engedélyek stb.) max. 6%
- Projektmenedzsment költségekre: max. 4%
- Turisztikai információs iroda kialakítására, eszközbeszerzésre: max. 10%
- A tényleges turisztikai szakmai tartalom fejlesztésére. 80%.

Végül az előminősítő pályázaton Zemplénből mind az öt kezdeményezést támogatta a szakmai zsűri, melyek közül háromnak: a telkibányai Aba Turisztikai Egyesületnek, valamint Sátoraljaújhely és Tokaj Önkormányzatainak sikerült a második körben eredményt elérnie és 20-34 Mft támogatáshoz jutnia.

2. Közösségi turizmusfejlesztés: a Tokaj – Zemplén térségi TDM szervezet létrehozásának kezdeményezése

a). A térségi szervezet előkészítő megbeszélésein a kialakítás kapcsán az első tisztázandó kérdés volt, hogy *kik a stakeholder-ek és kik legyenek az alapítók?*

A közösségi turizmusfejlesztés egyik kritériuma az érdekeltek és érintettek legszélesebb körben történő bevonása. A *turisztikai együttműködések* vizsgálata az elmúlt évtizedek kedvelt témájává vált, számos szerző foglalkozott a turisztikai partnerségek kialakulásával és azok fejlődésével mind elméleti síkon, mind konkrét esettanulmányok formájában.

Elsősorban a turizmusfejlesztés során oly sokszor tapasztalható koordináció és kohézió hiányából fakadó negatív következmények hívták fel a turizmusban tevékenykedők figyelmét az "érdekelt felek" integrációjának szükségességére.

Mivel a turizmus szektorban számos szereplő tevékenykedik, meglehetősen nagy kihívást jelent az érintett és érdekeltek – egyének, szervezetek – céljainak és tevékenységeinek az összehangolása. A turizmus szereplőinek körében ez a következőképpen alakul [11]:

- *Érdekeltek* a turizmus fejlesztésében mindazok, akik abból közvetlenül vagy közvetve élnek, s aktív részvételükkel biztosítják a termék minőségét.
- *Érintettek* azok, akiknek nincs közvetlen anyagi hasznuk a turizmus fejlődéséből, de annak hatásait (el)viselni kénytelenek.

A helyi és a térségi szintű turisztikai fejlesztések célja elsősorban az, hogy

- bővítse az érdekeltek körét, valamint
- az érintettek minél szélesebb körét érdekeltté tegye a turizmus fejlesztésében.

Ma már a hazai nyelvhasználatban is kezd elterjedni a *stakeholder* kifejezés, amely az *érintettek és érdekeltek összefoglaló terminológiája*.

Az elvégzendő feladat Zemplénben is jellemzően közösségi jellegű, ezért a szervezet kialakításában a közösségi érdek súlyozott jelenléte kívánatos, azaz a tulajdonosi körben a nagyobb tulajdonrészt azok a szereplők birtokolják, akik ezt testesítik meg.

A térségi TDM megalakításában is döntő szerepet kell játszaniuk a turisztikai szempontból frekventált települések önkormányzatainak (helyi egyesületeken keresztül), a szakmai és a turizmushoz akár áttételesen is kapcsolódó civil szervezeteknek, a zempléni vállalkozásfejlesztési szervezeteknek és azon (nem csak turisztikai-vendéglátó) vállalkozásoknak, melyek a Zemplén régióban jelentős szerepet játszanak a beutazó turizmus szervezésében, illetve lebonyolításában.

A Leader programok mintájára a vegyes összetételű, vagyis önkormányzati és vállalkozói, valamint civil szervezetek közös alakításában létrejövő TDM-ek megalakítását tartjuk célszerűnek, annak sajátos előnyei miatt.

b). A Tokaj – Zemplén térségi turisztikai desztináció menedzsment szervezet tevékenységi körének körvonalazása volt a második tisztázandó kérdés:

Az előminősítésre kiírt pályázat az alábbi szakmai kritériumokat állította a térségi tdm támogatásra pályázni kívánók elé:

- a térségi TDM szervezetet alkotó településeken a vendégéjszakák (kereskedelmi és magán összesen) éves száma meghaladja az évi 180 ezer vendégéjszakát (ezt az értéket az egymással összefogó településeknek kell együttesen biztosítaniuk),
- a desztináció önálló turisztikai információs (pl. Tourinform) irodával rendelkezzen,
- a térségi TDM szervezetet alkotó településeken IFA bevétel nagysága (Ft/év) 2006-ban meghaladja az 5 millió Ft-t (ezt az értéket az egymással összefogó településeknek kell együttesen biztosítaniuk),
- 1 települési önkormányzat csak 1 térségi TDM szervezetnek lehet a tagja.

Ezen kritériumokat Zemplén turisztikai régió a TDM pályázatban ugyan tudta volna teljesíteni, ám a fenntartáshoz vállalandó tagi hozzájárulás mértéke meghaladta a felelős tehervállalási képességet.

c). Az előminősítő pályázatban is szükséges volt vázolni azt az erősen vitatott kérdést, hogy *miként kerüljön menedzselésre a térségi tdm szervezet?*

Ezen kérdéskörhöz kapcsolódóan tisztázásra várt, hogy *hol legyen a térségi tdm szervezet székhelye*, s ki, milyen szervezeti keretek között végezze a program menedzselését?

A tevékenység és a menedzselés tervezése során érdemes volt figyelembe venni, hogy:

- 5 éves fenntartási kötelezettséget ír elő a pályázat – a pályázatban foglaltakat eddig kötelező fenntartani,
- Uniós forrásból a működés nem támogatható, tehát a tagdíjakból, esetleges bevételekből kell a fenntartási idő alatt biztosítani:
 - A béreket és járulékokat (min. 3 fő)
 - A rezsiköltségeket.

Ezekben a fajsúlyos kérdésekben sajnos nagyon vontatottan formálódott a megegyezés, mely mögött helyi, városi érdekek mögé rejtett erős személyes ambíció sejlett fel.

A szervezeti formát illetően megítélésünk szerint az alulról jövő, spontán kezdeményezések eredményeként már működő, s a pályázati rendszer követelményei és finanszírozási feltételei szerint átalakuló, kibővülő egyesületek kialakult gyakorlatának elfogadása lehetne a helyes megoldás, azzal a támogatási szerződésekben általános feltétellel, hogy a fejlesztési forrásokat elkülönített nyilvántartás keretében, pl. alszámlán kezeljék a nyertes szervezetek a monitoring gördülékeny végrehajthatósága érdekében.

Utóbbi elvnek az érvényesülése esetén a Sárospatakon működő, önkormányzati tulajdonú SIDINFO non-profit kft. lehetne a Tokaj – Zemplén térségi TDM munkaszervezete.

Az előminősítési pályázat benyújtási határidejére végül is a projektmenedzser szervezet és személy megjelölése nélkül lehetett a térségi együttműködés minimumát megteremtve a pályázatot benyújtani, melynek eredményeként Sárospatak Város Önkormányzata kapott „támogatásra javasolt, feltételekkel” minősítés mellett lehetőséget a térségi tdm szervezet pályázat útján való fejlesztéséhez.

A 2009. évi eredménytelen pályázat tapasztalatainak feldolgozása után reálisnak látszik, hogy – újabb és módosított fenntartási feltételű térségi TDM pályázat kiírása esetén - a Tokaj – Zemplén turisztikai desztinációban az érintett helyi tdm egyesületek teljes körével sikerül létrehozni és - az idelátogató turisták és a térség vállalkozásai, lakossága egyidejű megelégedésére - működtetni a térségi turisztikai desztináció menedzsmnt szervezetet.

3. Közösségi turizmusfejlesztés: Sárospataki kulturális turisztikai klaszter szervezésének kezdeményezése

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 kultúra meghatározásból, meg a Kulturális Turizmus Éve 2009 honlapjának tartalmából (<http://kultura.itthon.hu/index.php>) következően is részének tekinthetők mindazon természeti és emberalkotta adottságaink, programjaink melyek miatt a várost és vonzáskörzetét az ide látogatók felkeresik, s melyekkel az itt élők maguk is büszkélkedhetnek.

A kulturális turizmus jelentősége az OKM Kulturális Turizmus Stratégiája szűkített értelmezésében [16]:

- 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.

Sárospatak 2006-ban elnyerte a „**Kultúra Magyar Városa**” kitüntető címet, s talán ez az elismerés is jelzi, miszerint a város történelmi múltjára, szellemi és épített, tárgyi örökségére építve törekszik arra, hogy mind lakói, mind az ide látogató hazai és külföldi vendégei megérezzék egyediségét. Ez a „genius loci” ihlette arra megtapasztalóit, hogy némi túlzással “Bodrog-parti Athén”, a “Magyar Cambridge”, “Szent föld”jelzővel illessék [17].

A Magyar Turizmus Zrt. minden évben különdíjat ajánl fel az „Az Év települése” verseny nyertesének. Az MT Zrt. meglévő kommunikációs csatornáival segítségével segíti a nyertes város turisztikai kínálatának,

programjainak, eseményeinek népszerűsítését. A vendégszeretetükről ismert patakiak mindent megtesznek azért, hogy a látogató és üdülő vendég itt otthon érezhesse magát. Mindezzel városunk **2007-ben kiérdemelte “Az Év Települése”** címet. A Magyar Televízió Főtér című műsora által meghirdetett verseny nyertese 2008-ban a nemzeti turisztikai marketing-szervezet kiemelt promóciós támogatását élvezhette.

A Világörökségi címet elnyert tokaj-hegyeljai borvidékhez tartozó települések térségi összefogáson alapuló turizmusfejlesztési programot dolgoztak ki a szélesen értelmezett kulturális turizmus témákhoz kapcsolódóan két ROP 1.1.2-es pályázat (Összefogással Tokaj Világörökségéért I. és II.) támogatásával. E program keretében **Sárospatakon felújították az ún. Új-bátyát**, amely így látványbátyaként funkcionál. Az épületben 2007 óta a SIDINFO Kft üzemeltetésében működik a városi tourinform turisztikai információs központ, több interaktív kiállítótér, valamint egy konferenciaterem. Szintén e program keretében **építették ki** a várfal és a Bodrog folyó közötti területen a szabadtéri színpadot és nézőteret tartalmazó **Vízi-kapu elnevezésű rendezvényteret**.

Az Európai Bizottság 2006-ban első alkalommal pályázatot írt ki ún. „European Destinations of Excellence”, tehát „Kiváló Európai Desztinációk” témában. A díjazásban részesülő desztinációk a promóciós támogatások mellett az ún. „Best Emerging Rural Destinations”, tehát a „Legjobban fejlődő vidéki desztináció” címet is elnyerik, melynek használatára jogosultak. **2008-ban az élő hagyományokat őrző desztinációk versenyén Sárospatak a döntőbe került és díjazásban részesült**, a Sárospatak Turizmusáért Egyesület munkaszervezete: a SIDINFI Nonprofit kft által összeállított "Pünkösdi Szent Erzsébet Napok Sárospatakon" című pályázatával.

A turizmuson belül tehát Sárospatakon és környezetében hagyományosan és napjainkban is egyre nagyobb szerep jut a kulturális turizmusnak. A jelenség lényegében:

- az utóbbi évtizedek fogyasztói szokásainak változásával,
- a diszkracionális jövedelem növekedésével, annak megváltozott költési szokásaival,
- illetve elsősorban a kulturális igények iránti kereslet növekedésével magyarázható.

Sárospatak és Zemplénre fókuszáló szellemi „vonzáskörzete” számára tehát a turizmus-vendéglátás területén belül a „kulturális turizmus” az a gyűjtőfogalom, amely mentén a turisztikai klaszter együttműködési hálózat sajátos, egyedi tartalmú koncepcióval támogatható.

A sárospataki kulturális turizmus meglévő, vagy potenciális építőkövei, melyek egyben a fejlesztése lehetséges célrendszerét is meghatározzák:

- Sárospatak város és a turisztikai látnivalóként felkínálható vonzáskörzeti falvak településképe, épületei,
- Múzeumok, várak, várkastélyok és más műemlékek,
- Tematikus (bor-, vár-, vallási-, stb.) útvonalak,
- Fesztiválok, konferenciák, rendezvények,
- Vallási rendezvények, kultúrtörténeti zarándokhelyek,
- Tokaji történelmi borvidék – kultúrtáj, mint UNESCO Világörökség,
- Térségi bor-gasztronómiai kínálat,
- Képzőművészeti kiállítások,
- Művészeti (zene, tánc, képzőművészet, stb.) alkotótáborok, akadémiák,
- Képzési – oktatási programok,
- Helyi, térségi élő hagyományok (életmód, tánc, helyi termékek gyártása és értékesítése) bemutatása, megtekintése,
- Fizikai és szellemi rekreáció (sport, termál, vízi-és vízparti programok).

A sárospataki kulturális turizmus fejlesztésére szerveződő klaszter tervezett jellemzői

A klaszter létrehozása és 40 MFt nagyságrendű támogatási forrás megpályázása azt a szerves fejlődést kívánja folytatni és felerősíteni, amely az elmúlt évek során a SIDINFO önkormányzati tulajdonú nonprofit Kft. létrehozásával az Újbástya Rendezvénycentrum bázisán a turizmus közösségi fejlesztése terén megindult.

Ennek biztosítékeként a SIDINFO Kft keretei között a kétéves támogatott időtartam alatt a klaszter menedzsment humán feltételeit és szakmai háttérét célszerű megerősíteni, azaz egy olyan városi turizmusmarketing műhelyt (csoportot) létrehozni, mely az előbbieken felsorolt fejlesztendő tevékenységek keretei között a város és vonzáskörzete kulturális turizmusának összefogójává, összehangolójává és fejlesztőjévé válik.

Az induló klaszter koncepciója a városi turisztikai szakmai együttműködés megteremtését, szakmai irányultságának, tevékenységének stratégiai és taktikai szintű megfogalmazását, innovatív turisztikai K+F elindítását, szakmai műhely kialakítását célozza [15].

A koncepció keretében megvalósításra ajánlott tevékenységek:

- Felelős, hozzáértő és ambiciózus, idegen nyelveket beszélő klasztermenedzsment team létrehozása a hálózatos együttműködés működtetésére, folyamatos tartalmi és létszámbeli bővítésére.
- A tudatos és koordinált turizmus-marketing megteremtése, majd fejlesztése: marketingkutatáson alapuló turizmuspiaci helyzetelemzés, ennek alapján klaszter koncepció és célrendszer, turizmusmarketing stratégia és program kimunkálása, az ÉMOP 2010-1.2.1. pályázatban kötelezően vállalandó nyilvánosság biztosítása.
- Kutatás-fejlesztés keretében turisztikai termékfejlesztés megtervezése, a város és környezete turisztikai kínálatának a beutazást szervező külföldi és hazai tour-operátorok számára kiejánlható, értékesíthető turisztikai csomagokká fejlesztése, közös turisztikai célú innovatív fejlesztések előkészítése.
- Együttműködésünk, közösségi turisztikai innovációink egyfajta sárospataki kulturális turizmusfejlesztési modellben való megfogalmazása. Ennek megjelenítésére kiállítások, konferenciák, work shop-ok szervezése, hazai és külföldi turisztikai kiállításokon, konferenciákon való részvétel.
- Pályázati, turisztikai innovációs információgyűjtés-és feldolgozás, tudásbázis létrehozása a klaszter tevékenységéhez kapcsolódóan és azok alapján széleskörű információszolgáltatás a klaszter tagjai számára.
- Best practice (jó megoldások) feltárása és adaptálása, turizmusmarketing szakmai műhely működtetése a hazai turizmus K+F szakma szakembereivel, turisztikai benchmarking klub, szakmai találkozók szervezése.

Sárospatak számára relevánsan fejleszthető tevékenységek:

- Adminisztráció, kapcsolattartás, új tagok felkutatása;
- Benchmarking klub üzemeltetése, jó megoldások feltárása és adaptálása, üzletember találkozók szervezése;

- Projektgenerálás, közös kutatás-fejlesztési tevékenység (termék- és technológiafejlesztés) megszervezése, közös projektek előkészítése és továbbfejlesztése;
- Előadások, kiállítások, konferenciák szervezése, valamint hazai és külföldi tanulmányutakon, konferenciákon való részvétel;
- A klaszterek tevékenységéhez kapcsolódó pályázati, szakértői, kompetencia, termelési, innovációs, beszállítói, logisztikai adatbázisok létrehozása és azok alapján széleskörű információszolgáltatás a klaszter tagjai számára;
- Marketing, piacelemző és piackutató tevékenység, közös arculat kialakítása, igényfeltáró kutatások, nyilvánosság biztosítása.

A közösségi turizmusfejlesztés során az elmúlt 12 évben Zemplénben szerzett tapasztalataim alapján a régióban élő szakemberekkel [6] egyetértve azt a szakmai véleményt erősítem, miszerint:

- Előbb az attrakció fejlesztésekre, feladatokra, ezek jól strukturált megosztására kellene koncentrálnunk és olyan közösségi turisztikai szolgáltatásokat kellene kidolgozni, amelyek a létrejövő TDM szervezetek működését, együttműködését elősegítik.
- Az Észak-magyarországi régióban továbbra is az NTS stratégiai irányokra kellene koncentrálni, figyelembe véve a regionális és helyi turizmusfejlesztési stratégiákban és operatív programban megfogalmazottakat.
- A tervezésnél jobban figyelembe kellene venni a térségek sajátosságait. Az eltérő régiós specifikumok miatt nem lehet a régiók, térségek turisztikai fejlesztését uniformizálni, hiszen eltérők az adottságok, sajátosságok, és szakmai specifikumok, mind a vendég és bevételi adatokban, mind a pénzügyi-és humán erőforrások terén.
- Az ismert attrakció, szálláshely fejlesztések szempontjából is érdemes hangsúlyozni a TDM szervezetek fontosságát. Azt hogy milyen hatékonyan fognak ezek a fejlesztések kikerülni a turisztikai piacra, és hogy mi módon fognak a kínálatuknak megfelelő keresletet generálni a térségekben, régióinkban nem minden pályázó veszi komolyan.
- Az eddigi tapasztalatok azt mutatják, hogy önkormányzati szinten nem mindig hatékony az általuk fenntartott turisztikai attrakciók piaci értékesítése. Ezért is sürgető feladat a TDM szervezetek gyorsabb fejlesztése, hisz a szakmailag megerősített TDM-ek képessé tehetők a piaci elvárásoknak megfelelő turisztikai termécsomagok kialakítására, valamint értékesítésére belföldön, külföldön egyaránt, a TDM szintek feladatmegosztásának megfelelően.

Felhasznált források

- [1.] A turizmusról szóló törvény koncepciója <http://www.mth.gov.hu/download.php?ctag=download&docID=83>
- [2.] Az Európai Parlament állásfoglalása a fenntartható európai idegenforgalom új távlatairól és új kihívásairól (2004/2229(INI)) <http://www.mth.gov.hu/main.php?folderID=840>
- [3.] Az UNWTO 2001. közgyűlésén elfogadott nyilatkozatok http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/01_12/Ta1.htm
- [4.] Barkó B.: Európa kapujában. A magyar turizmusfejlesztés lehetőségei az ír példa tükrében szakdolgozat, BGF-KKFK, Budapest, 2004.
- [5.] Dankó L.: Turisztikai desztináció menedzsment kialakítása és megvalósítása Zemplénben Marketingkaleidoszóp 2008. ME-MI, Miskolc, 2008. pp. 188-208.
- [6.] Hidvéginé Molnár J.: Turisztikai desztináció menedzsment helyzete régiókban www.turizmusonline.hu/download.php?id=5184
- [7.] http://www.bm.gov.hu/web/portal.nsf/web_hir_cat/C5A2B48D417B35ABC1257684005EC614
- [8.] http://www.turizmusonline.hu/cikk/unios_bosegszaru_a_nyertes_tdm_ek_ujra_palyazhatnak
- [9.] Kulturális turizmus fejlesztési stratégia Budai és Barta kft, Budapest, 2009. <http://www.bm.gov.hu/web/portal.nsf/dokumentumtar>
- [10.] Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia Turizmus Bulletin 2006. 03. <http://www.mth.gov.hu/main.php?folderID=936>
- [11.] Raffay Á.: Stakeholderek bevonása a városi turizmusfejlesztésbe http://twilight.vein.hu/phd_dolgozatok/raffayagnes/tezis.pdf
- [12.] Tasnádi J.: A turizmus az Európai Unióban és Magyarországon MKIK, Budapest <http://profitalhatsz.mkik.hu/vallalkozok/Turizmus.pdf>
- [13.] Tourism 2020 Vision http://www.world-tourism.org/market_research/facts/market_trends.htm
- [14.] Mező F.: Turizmusfejlesztés a területfejlesztésben előadás ppt. http://www.mezoferenc.hu/pdf/okt_turizmusfejlesztési-koncepciók.pdf
- [15.] Rátz T.(szerk): A kultúra szerepe a turizmusban és a városfejlesztésben <http://www.kulturpont.hu/kult-turizmus.php>
- [16.] Az OKM Kulturális Turizmus Stratégiája 2006-2010. http://www.okm.gov.hu/letolt/kultura/hiller_lamperth_070515.pdf
- [17.] Rátz T.: A magyar Athén és a kálvinista Róma – kulturális üzenetek megjelenése magyar városok észlelt imázsában. Turizmus Bulletin XII/3. sz. <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/turizmus-bulletin/turizmus-bulletin-2008-3>
- [18.] http://www.turizmusonline.hu/cikk/az_elso_tdm_nap

