

A TURIZMUS MINT GAZDASÁGSZERVEZŐ TÉNYEZŐ SZÉKELYFÖLDÖN

Az Európai Unió turizmussal kapcsolatos intézkedései többnyire burkoltan jelennek meg az agrárpolitika, a környezetvédelem és a közlekedéspolitikai területén. Elsősorban a kínálati oldalra figyelnek, a foglalkoztatási politika részeként a környezeti hatásokat említik fel, majd a fenntartható turizmusfejlesztés irányvonalait jelölik meg. 1995-től az EU Akciós Tervet dolgozott ki, melyben az európai turizmus átfogó fejlesztése került terítékre, jelezve a kapcsolódási pontokat. Főbb területek: kulturális turizmus, falusi turizmus, szociális turizmus, ifjúsági turizmus. Az EU-programok mindegyike kapcsolódik a turizmushoz, kezdve a turisztikai erőforrások mérlegelésével (építészeti és kulturális örökség feltérképezése, a természeti környezet védelme stb.).

Székelyföld turisztikai vonzerői első értékelés alapján is kiemelkedőek. E középtáj változatos természeti környezete, a történelmet idéző műemlékek, gazdag és sokszínű néprajzi hagyományok mind jelentős turisztikai vonzerőt képviselnek. Székelyföldön *a vidék fejlődése* számára potenciális „húzóágazatként” jelölhető meg az idegenforgalom, a turizmus. Ehhez szükséges egy átfogó stratégia elkészítése, amely számba venné a meglévő lehetőségeket, és a helyzet alapos megismerése nyomán konkrét *cselekvési irányokat* jelölne ki. Célunk egyértelmű: Székelyföld turisztikai térségeit, turisztikai adottságait körültekintően tudjuk értékesíteni.

A turizmus kihat az agrárágazatra, a kereskedelmi-ipari szolgáltatásokra és a foglalkoztatottságra is gerjesztő hatású, azaz a *gazdasági folyamatok élénkítésének kulcseszköze*. A turizmus egyben *a település- és régiófejlesztés* egyik alapvető eszköze és lehetősége.

Akik a turisztikában dolgoznak, sokszor hangoztatják: „Nem elég látni, láttatni is kell!” Első lépésben el kell készíteni Székelyföld egész területére kiterjedő „*turisztikai vonzerőleltárt*”, majd ennek ismeretében ki kell dolgozni a hatékony és vonzó *turisztikai termékeket* (pl. a falusi turizmus, a lovasturizmus, a kerékpáros turizmus, a kempingturizmus terén). Mindezek ismeretében egy erős marketing-tevékenységgel következhet *Székelyföld turisztikai fejlesztési programjának* kidolgozása (kellő háttérismeretek birtokában: az eddig

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. Válogatás a II. Székelyföld Konferencia előadásaiból elkészült tanulmányok, információs háttér-publikációk, statisztikák elemzése, strukturált interjúk készítése, a térségbejárás és a vendégfogadás elemzése, SWOT-elemzés). Előre jelezzük, hogy Székelyföld a maga 12000 km²-es területével és közel 800.000 fős lakosságával képes egy vonzó turisztikai termékcsomagot kiállítani, ismerve eddigi erősségeit: kedvező kulturális, természeti adottságok (az ökoturizmus lehetőségeivel), kellemes klíma, harmonikus táj, változatos történeti háttér és műemlékegyüttes, kiépülő falusi turizmus. A kitorési esélyek is kedvezőek: lehetőség egy egységes arculat kialakítására, tematikus turisztikai programok és útvonalak kidolgozása, erős kistérségi együttműködés közepette. Az egyénre szabott programok az utóbbi években felértékelődtek.

Ne feledjük: a turisták többsége már alapszinten is a minőségi ellátást keresi, ami nem feltétlenül luxus-szolgáltatást, de állandó, megbízható minőséget, odafigyelést jelent.

Ugyancsak kiemelendő, hogy a *vidék gazdasági fejlesztésében*, a deviza-bevételek növelésében, a munkahelyteremtésben, a keresletbővítésben jelentős szerep hárul a turizmusra. Az idegenforgalom szerepe és jelentősége tehát növekvőben van. Azzal viszont korántsem lehetünk elégedettek, hogy a külföldi turisták átlagosan 3,5 éjszakát töltenek a kereskedelmi szálláshelyeken. Még mindig nem szolgálunk elég érdekességgel, továbbtartózkodásra csábító szolgáltatási-turisztikai csomagokkal. A vidék turisztikai fejlesztése terén elsősorban azon turisztikai termékek előállításának kell elsőbbséget adni, amelyek *egyedi, sajátos, nemzetközileg versenyképes vonzóerőkön* alapulnak.

Általánosan megállapítható, hogy azok a tájak vonzzák leginkább a turistákat, ahol a kínálat minőségi jellegű és elég változatos ahhoz, hogy egyre többet költsenek. Az idegenforgalmi kínálat minőségi választéka, a szolgáltatás színvonala nem növekedett kellő mértékben. Nem használjuk ki kellően lehetőségeinket a gyógyturizmusban és a falusi turizmusban. A reklám- és propagandatevékenység még nem hatékony.

Ahhoz, hogy minél több vendég érkezzon Székelyföldre, a szálláshely és a természeti vonzerők mellett más is szükséges. A vendég otthonról hozott mentalitásával, szokásaival pénzéért minőségi kiszolgálást és ellátást, változatos programokat vár pihenőidejében. Ehhez *emberközpontú szolgáltatások* szükségesek, a megoldás kulcsa tehát változatlanul az ezt szolgáló infrastruktúra folyamatos fejlesztése. Szorosan kapcsolódik ehhez a fogadóhely európai szintű kulturáltsága, tisztasága, a hagyományos magyaros-székelyes vendéglátás tekintélyének visszaállítása, a nálunk (is) „otthon van” elv, a valódi vendégbarát magatartás érvényesítése. Ehhez további erkölcsi-tudati szemléletváltozásra is szükség van. Az etikátlan magatartás nem turisztikai arculatalakító (imázs) tényező. Az utazási irodák nem fog-

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. Válogatás a II. Székelyföld Konferencia előadásaiból

lalkoznak a legvonzóbb termék- és programkínálat népszerűsítésével, még kevésbé színvonalas programszervezéssel és idegenvezetéssel. Megnövekedett az igény ún. *wellness* csoportba tartozó szolgáltatások (pl. gyógy-, falusi, ifjúsági turizmus) iránt, valamint a sport-, vadász-, bor-, kulturális turizmust kielégítő turisztikai termékek iránt. Nincs elfogadható, egész Székelyföldre kiterjedő művelődési-turisztikai eseményeket feltűntető programfüzet-kiadás. A turinform hálózatnak is van teendője éppen elég. Székelyföld természeti és társadalmi-gazdasági adottságainak még jobb kihasználásával, a vonzó turisztikai termékfejlesztéssel Székelyföld hosszú távra is garantálhatja a versenyképességét a hazai és nemzetközi turizmusban.

A turizmus mint gazdasági húzóágazat Székelyföldön

A turizmus csak akkor válik húzóágazattá Székelyföldön, ha a valódi piaci viszonyok kiépülnek, a kistérségi kapcsolatok felértékelődnek, a regionális léptékű struktúrák kialakulnak. A turisztikai vonzástényezők (attrakció, vonzerő) csak lehetőségek, de nem turisztikai termékek. Ezeket ki kell építeni és felkínálni a turistáknak. Regionális és települési identitás támogatása nélkül ugyancsak helyi adottságként jelentkeznek az értékek. Ne hanyagoljuk el a humán erőforrásokat, a kevés létező turisztikai szakértelmet, a tenni akarást, a kínálati elemek bővítését, a kistérségi kapcsolatokat. A tradíciók tisztelete nélkül aligha lehet előbbre lépni. Eddig nem sikerült több vonzerőre épülő, versenyképes turisztikai terméket kialakítani. Talán a parajdi sóbánya látogatása képez kivételt. A műemlékekhez vezető közlekedési utak minősége nagyon rossz, néhány fontos település megközelítése körülményes, és kevésbé biztonságos. A középrégió vendéglátó-ipari szolgáltatásai átlagos színvonalúak, a vendéglátóhelyek döntően középkategóriájúak, nem mindenben követik az átalakult táplálkozási szokásokat. A sportolási lehetőségek eléggé korlátozottak, nincs fedett uszoda, kevés a teniszpálya, a termálfürdő üzemeltetése szezonális, nincsenek kerékpárutak. A higiéniai feltételek szigorúbb ellenőrzése elodázhatatlan, a környezet tisztaságára, a szemét tárolására, kezelésére a jelenleginél nagyobb figyelmet kell fordítani. Nagyobb gondot kell fordítani a turisztikai információs szolgáltatásokra, az idegen nyelvtudás javítására, a turizmusban dolgozók szakképzettségének emelésére. Az arculatjavító hirdetések sem maradhatnak el, mert ezáltal sok lappangó utazási szándék mozgósítható.

Fejlesztési prioritások Székelyföldön

Székelyföld páratlan termál- és gyógyvízkincsének kihasználása, fejlesztése szervesen kapcsolódik az országos termékfejlesztési koncepcióban megjelölt kiemelt terméktípusokhoz. Szükség van a befogadóképesség növelésére, a gyógy- és kiegészítő szolgáltatások színvonalának emelésére, a szorosan kapcsolódó vonalas infrastruktúrára kiépítésére. Nem maradhat másodlagos téma a fejlesztéshez kapcsolódó szálláshely-korszerűsítés, szükség esetén szálláshely-kapacitás bővítése, kereskedelmi, vendéglátási szolgáltatás-bővítés, programok, rendezvények szervezése, az adott gyógyhelyhez kapcsolódó reklám, marketing tevékenység, valamint – mivel speciális szolgáltatásokról van szó – a szakképzés. Jelentős elképzelés a határon átnyúló, a testvérvárosi, a rokoni kapcsolatok mozgósításával külföldi befektetők vonzása, a vállalkozások kapcsolatának szélesítése. Mindezzel megtervezhető a hagyományos kézműipar felélesztése, az idegenforgalmi programokhoz történő csatolása, a gasztronómiai turizmus kiemelt fejlesztése, a nemzetiségi, népművészeti hagyományok bemutatása, a zarándok-programcsomag kidolgozása, a hagyományokkal rendelkező, a mezőgazdasághoz is kapcsolódó bemutató- és rendezvényturizmus fejlesztése.

A turizmus fejlesztésének stratégiai céljai Székelyföldön

Főbb fejlesztési célok:

- a turisztikai infrastruktúra kiépítése;
- a közlekedéshálózat teljes reformja;
- a lakosság életminőségének javítása;
- a színvonalas ismeretszerzési lehetőségek biztosítása;
- a viselkedéskultúra emelése;
- a környezet-minőség fenntartása és védelme;
- az ösztönző közgazdasági, piaci feltételek kialakítása;
- a promóciós tevékenység javítása;
- az utasbiztonság fokozása.

A *turizmusstratégia* hosszabb távon a szabadidő személyiséget gazdagító eltöltési formáinak kialakítást célozza meg, s ezáltal az életminőség javítását szolgálja. Jól átgondolt kutatási háttér biztosítása nélkül inkább csak a javaslatok szintjén fogunk megmaradni. Szükség van tehát jogi és közgazdasági szabályozásra, erőteljes marketingtevékenységre, a turisztikai képzés korszerűsítésére.

A *stratégia* megvalósításához a következő három fő területen jelentkeznek a feladatok:

- marketing- és információfejlesztés;
- szervezetfejlesztés és az együttműködés javítása;
- idegenforgalmi kínálat színvonalának javítása, nemzetközi kapcsolatok kiépítése.

Székelyföld kistérségeinek és jelentősebb turisztikai vonzáskörrel rendelkező településeinek önálló turisztikai termékcsomagokkal kell rendelkezniük. Mindezek a távlatokban jelentős turisztikai vonzerőt fognak képviselni, bővítve az amúgy is szűkös a turisztikai piacot. Az arculatformáló, turizmust serkentő hatásokat szintén érvényre kell juttatni.

Kidolgozandó programcsomagok Székelyföldön

A turizmus kiemelt és komplex fejlesztése, célterületeinek pontos meghatározása és a programkínálatok összehangolt fejlesztése, marketingje nélkül aligha haladhatunk előre. Ebből említünk meg néhányat:

1. az agrárium átalakítási és korszerűsítési programja, különös tekintettel a versenyképesség és az eltartó képesség fokozására, a teljes vertikum kiépítésére és fejlesztésére;

2. sokszínű ágazati szemlélettel, kis- és középvállalkozások támogatási programja, különös tekintettel a munkahelyteremtésre, a kooperáció kiterjesztésére;

3. a székelyföldi idegenforgalom komplex szemléletű, sokoldalú fejlesztésnek programja;

4. a tanyás települések és térségek sajátos vidékfejlesztési programja; térbeli gazdasági, társadalmi kapcsolatokon és tradíciókon alapuló városfalu együttműködési program;

5. az elmaradott települések felzárkóztatási programja;

6. arculatteremtő és területi marketing program.

Szemléletünkben a *turisztikai termék egy szolgáltatáshalmaz*, amely a felsorolt vonzerőn alapul, amiért a turista éppen az adott térségbe jön, és otthonától távol igényeinek teljes kielégítését várja el. Mindez együtt jár a vonzerőknek megfelelő közlekedési, szállás-étkezési, szórakozási, egészségügyi, biztonsági, banki, információs és egyéb szolgáltatásokkal. Ha bármelyik szolgáltatás hiányzik, vagy nem nemzetközi színvonalú, akkor a térség nem számíthat sikerre a turizmusban. Ilyen értelemben a turizmus tervezése a *termékfejlesztésre* irányul, azaz a vonzerők feltérképezésére (ennek terméke a termékkataszter), azok minősítésére, a kiegészítő szol-

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. Válogatás a II. Székelyföld Konferencia előadásaiból gáltatások színvonalának és összhangjának a megteremtésére. A kereslet kialakítása sem maradhat alul, ugyanis a motivációk alapján kell a piacon a megfelelő turistaréteget (az ún. piaci szegmenseket) kiválasztani, elérni, tájékoztatni, meggyőzni, hogy éppen a felajánlott termékünket válassza. Ezt követi az utazás és a tartózkodás megszervezése. Ez már a marketing körébe tartozó tevékenységforma.

A *nemzetközi turizmus fejlesztése* érdekében át kell gondolni a *hivatásturizmus* (magasabb kategóriájú szállodák és kongresszusi központ, üzleti találkozók, incentiv túrák) teljes kínálatát, és Székelyföld nagy városaiban és üdülőhelyem alapozni lehet ezen értékek hasznosítására. Ugyancsak értékigénnyel lépnek föl a székelyföldi *körutazás és átmenő turizmus, a gyógyturizmus, a kulturális turizmus* (népfesztiválok, folklór-bemutatók, zenei napok, tudományos találkozók, emléktúrák, művészeti kiállítások). Figyelni kell a turisztikai *részpotenciálok és turisztikai termékek kiépítésére*.

Székelyföldön a *falusi turizmus* környezetbarát és szociális jellegű társas kapcsolatok kiépítésének területe. Ebben a térségben elsődleges gazdasági erőforrásként a vendégvárás és -marasztalás jelentkezett, azaz falusi turizmusnak erős gazdasági vonzata van. A fő szervezeti egység a vendégszoba. A harmónia utáni vágy, a meghitt kapcsolat a természet ölen juttatja eszünkbe, hogy mit jelent pl. bekapcsolódni egy falusi porta gazdasági életébe, a mindennapok mezőgazdasági termelő-munkájába, legyen az gyümölcsfagondozás, szénacsinálás vagy éppen az állatok gondozása. Itt az *életmód megismerése*, a napi életvitel és a vele társuló emberközelség adja e turisztikai forma varázsát. Ne feledjük, a falusi és tanyai turizmus jelentős *jövedelmkiegészítőforrást ígér* a falun-tanyán élők számára (tanya-programok). Amellett, hogy munkalehetőséget ad, kiegészíti a mezőgazdasági termelésből származó jövedelmet. *Piacot teremt* a helyi élelmiszeripari, mezőgazdasági és a népi mesterségekből adódó termékeknek. Hosszú távon segít *a kistájak és települések gazdasági társadalmi felemelkedésében*, a falusi turizmusból befolyó jövedelmek pedig a falusi lakókörnyezet minőségének javításában, a civilizációs fok emelésében és mindenképpen a vendégfogadás feltételeinek javításában játszanak fontos szerepet.

A fentiek értelmében *a főbb prioritások*: sokoldalú turisztikai hasznosítás, kemping-hálózat kiépítése, az átmenő idegenforgalmi folyosók kiépítése, a kulturális-művészi értékek egyre erőteljesebb bekapcsolása a turisztikai kínálatba, az egykori hagyományok felelevenítése (népi fesztiválok, vásárok, kismesterségek bemutatója), a balneoturizmus, a barlangturizmus újjáélesztése, a bevásárló turizmus, zarándoklatok, vadászatok, konferencia-turizmus kiépítése. A versenyképes turisztikai termék diadalra jut(hat), ha rendeződnek a tulajdonviszonyok a turizmus terén is. Ugyanennyire fontos a képzési oldal is

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. Válogatás a II. Székelyföld Konferencia előadásaiból (gazda- és gazdasszonyképzés, idegenvezetői tanfolyamok, turisztikai tanácsadás megszervezése, gasztronómiai felkészítés-tanácsadás)

Végül az egyik lényeges láncszem az, hogy maga a *programozás folyamata* egységbe fogja a tágabb értelemből vett *tervezési-fejlesztési, döntési, finanszírozási, végrehajtási és ellenőrzési folyamatokat*. Először tehát ún. *stratégiai programokat* kell készíteni, majd ezekhez illeszkedően operatív programcsomagokat, illetve konkrét projekt-vázlatokat. Második lépésben az ágazati elképzelések és a különböző típusú, eredetű források integrációja jöhet számításba. A vertikális és horizontális koordináció mellett szükséges a partnerség kiépítése is.

Összegzés

Falusi turizmus – székelyföldi vetületek

1. Filozófiája (sajátos szemlélet): cél vagy eszköz?

- nem tömegturizmus (család, nyugdíjasok, magányosok);
- a turista, a vendég a falu felé irányul és azt akarja megérteni és fel-emelni (faluismeret, népélet megismerése, a falusi életforma ápolása);
- hagyományokat keres és ment – nem látványos és zajos;
- a vidékfejlesztés (régiofejlesztés) része;
- a természetet keresi: (zöld-öko-agro-„lágy”) – környezetkímélő (*levegő + napfény*: napfürdő; *víz*: fürdés; *növény- és állatvilág*: megismerés; *táj harmóniája*: erdő megismerése; *ló*: lovasturizmus; *vadállatok*: vadászat);
- kikapcsolódás: szubjektív tényezők (üdülés, pihenés);
- terményfölöslegek értékesítése: természetközeli vendégfogadás;
- körültekintő szolgáltatási rendszer;
- a térségi válságkezelés egyik eszköze;
- népességmegtartó szerep;
- jövedelemszerzési tevékenység.

2. Marketing – menedzsment

- promóció-kiadványok;
- reklám;
- információs rendszer;
- pályázatok.

3. Infrastruktúra

- apartman-házak építése, kempingek.

4. Képzés és továbbképzés

- falusi vendéglátó szakirány (képzés).

5. Üdülőfalvak és tanyák vagy egyéni vendégfogadás

Kínálati oldal – melyek a piacképes turisztikai termékek? – (programok):

- minőségi oldal (fogadókészség javítása);
- földrajzi elterjedés oldaláról;
- mennyiségi oldal;
- vállalkozói oldal;
- szakmai tanácsadás;
- jogszabályok ismerete.

Keresleti oldal – eltérő motivációk döntenek:

- „vissza a gyökerekhez” - információ, kommunikáció (igények);
- családi üdülés;
- népi mesterségek;
- falusi élet és munkák (üdülés a gazdaudvarban);
- kistérségi programszervezés.

Hiányosságok a falusi turizmus terén

- nincs igazán átgondolt országos/regionális program;
- az egyéni kezdeményezéseket nem fogják össze, nem karolják fel;
- az állami támogatás nem egyértelmű;
- szakirodalom hiánya;
- turisztikai vonzerőleltár hiánya – nélküle nem lehet tervezni!
- kistérségi projektek finanszírozása hiányos;
- erős emberi kapcsolatok nem alakulnak ki, (ami hatványozottan hatna a turizmus fejlesztésére);
- erőtlén agrárgazdasági támogatások;
- silány programkínálat (a vendégszeretet nem egyenlő a turisztikai termékkel!);
- a fenntartható fejlődés szűk körű értelmezése;
- szaktanácsadás hiánya, szervezési hiányosságok, professzionalizmus, idegenvezetés hiánya;
- promóciós tevékenységek elégtelensége (útikönyv, térkép, tablók);
- idegennyelv-ismeret elégtelensége;
- turisztikai információs rendszer hiánya.