

A falusi turizmus megjelenése a magyar turizmusfejlesztési stratégiákban

Molnár Zsuzsa

Debreceni Egyetem Agrártudományi Centrum,
Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar,
Interdiszciplináris Társadalom- és Agrártudományok Doktori
Iskola, Debrecen
molnar.zsuzsa@vipmail.hu

ÖSSZEFOGLALÁS

Az elmúlt évek turizmusfejlesztéseinek egyik népszerű területe volt a falusi turizmus. A turizmus ezen ágának jelentősége főleg abban rejlik, hogy önmagában is kiépíthető, de jól összekapcsolható más elemekkel is.

Az ágazat jövője szempontjából nem mindegy azonban, hogy a nemzeti tervek, illetve stratégiák alapján mekkora támogatásra számíthat a falusi turizmus, valamint a szállásadók megtalálják-e azokat a csatornákat, melyek segítségével a piacon tudnak maradni és sikeresen értékesíteni termékeiket.

Jelen tanulmányban azt vizsgálom, hogy a falusi turizmus fejlesztése milyen súllyal van jelen Magyarország nemzeti turizmusfejlesztési stratégiájában, valamint hogy a hazai nagy utazási irodák belföldi szálláshely értékesítése jelenleg mennyiben járul hozzá a falusi turizmushoz, a kínálat összetételénél fogva mennyiben könnyíti meg a falusi vendéglátóhelyek népszerűsítését és az értékesítést. A jövő szempontjából pedig megvizsgálom, hogy mennyiben jelenthet alternatívát a falusi turizmusból élők számára, hogy a szálláshely értékesítésbe bekapcsolják az utazási irodákat is.

Kulcsszavak: falusi turizmus, turizmusfejlesztési stratégia, turisztikai régiók, utazási irodák

SUMMARY

Rural tourism was a popular sector of tourism development in the last few years. The importance of this sector means that it can be developed on its own or together with other tourist sectors.

The future of rural tourism depends on the supports of the national plans and strategies and the sales systems to keep on the market. In this study, I analyze how the Hungarian National Tourism Development Strategy deals with rural tourism and sustainable tourism. I also analyze how the big Hungarian travel agencies' sales help rural tourism to advertise lodgings, and raise the number of sales. For the future, I analyze the opportunity of using travel agencies to sell rural tourism products.

Keywords: country tourism; tourism development strategy; tourist regions, travel agencies

A többi európai országhoz hasonlóan Magyarországon is kiemelt gazdaságpolitikai célkitűzés a vidékfejlesztés, a vidéki értékek megóvása, az elmaradott területek felzárkóztatása, illetve a vidéki lakosság életkörülményeinek javítása. A falusi turizmus központi, szervezett fejlesztése kapcsán hasonló célkitűzéseket fogalmazhatunk meg.

A fejlesztéseknek a turizmus különböző területein régióként eltérő lehetőségei, illetve korlátai vannak, ezért a központilag megfogalmazott célok és elképzelések ennek megfelelően más-más formában érvényesülnek. A turizmusfejlesztésnek korábban nem állt homlokterében a falusi turizmus, amely elsősorban annak köszönhető, hogy a turisztikai bevételekben betöltött szerepük általában kisebb, mint a turizmus más ágazatainak, vagy sok esetben nem is mutatható ki (Fekete, 2005).

Az utóbbi idők marketing tevékenysége és egyéb ösztönzők (kedvezmények, üdülési csekk népszerűsítése) bevezetésének köszönhetően azonban a belföldi turizmus területén jelentős növekedés figyelhető meg, mely egyértelműen érinti a falusi turizmust is. A hazai utazási szokások ily módon történő átalakulása a jövő szempontjából egyértelműen kedvező lehet a falusi turizmus számára, de csak abban az esetben, ha a falusi vendéglátók megfelelő központi támogatást kapnak, és e mellett maguk is a fejlődés útját és a piacon maradás lehetőségeit keresik.

Magyarország turizmusának elkövetkezendő évek fejlesztéseinek irányvonalait a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiája jelöli ki, mely hosszas egyeztetések és viták után 2005-ben elkészült. A regionális munka és tervezés segítése érdekében azonban szükség volt arra, hogy a turisztikai régiók (több helyen is eltérnek a statisztikai régiók területi bontásától) a NTS-ben (Magyar Turisztikai Hivatal, 2005) megfogalmazott célok és irányvonalak mentén kidolgozzák saját turizmusfejlesztési stratégiáikat.

A 2006 folyamán elkészült 2007-2013-as regionális turizmus fejlesztési stratégiák a turizmus többi ágazatához hasonlóan eltérő súllyal tárgyalják a falusi turizmus fejlesztésének irányvonalait, feladatait is. A fejlesztési tervek értékelését nehezíti, hogy a különböző turizmusfajták gyakran nem különülnek el tisztán, és az átfedések miatt esetleg meg sem említődnek olyan ágazatok, melyek tulajdonképpen teljes létjogosultsággal élnek az adott régióban. A távlati lehetőségek vizsgálatánál különösen nehéz a falusi turizmus helyzetének megítélése, hiszen sokszor önállóan ez sem jelenik meg, csak mint a gasztronómiai-, az örökség-, vagy éppen az ökoturizmus szerves része.

A továbbiakban tehát azt mutatom be, hogy a különböző régiók fejlesztési tervei alapján milyen támogatásra számíthat a turizmus ezen ága.

Budapest – Közép-Dunavidéki Régió

Az RFÜ által összeállított regionális stratégia szerint összes vonzerő 42%-a és a nemzetközi vonzással is rendelkező attrakciók 76%-a Budapesten koncentrálódik (Xlillum Kft.-Szemerédi Tanácsadó Bt., 2006). Az attrakciókhoz igazodva 2000 óta már csak négy turisztikai terület élvez kiemelt figyelmet:

- Kulturális és örökségturizmus
- Aktív turizmus

- Gasztronómia és borturizmus
- MICE turizmus
- Egészségturizmus

A falusi turizmus tehát önmagában eddig sem tartozott a támogatott ágazatok közé. Jól tükrözi ezt az állapotot a régió falusi vendéglátásának kapacitása és forgalma is (1. táblázat). A régió magán szállás és falusi vendéglátásának kapacitása illetve vendégforgalma kimondottan alacsonynak tekinthető, alig éri el az összes vendégéjszakából a 3%-os részesedést.

1. táblázat

Magán szálláshelyek forgalma a Budapest – Közép-Dunavidék Régióban

Budapest – Közép-Dunavidék(1)	Vendégek száma (db) 2004(2)	Vendégéjszakák száma (db) 2004(3)	Vendégek száma/magán szálláson összesen (%) 2004(4)	Vendégéjszakák száma/magán szálláson összesen (%) 2004(5)
Fizetővendéglátás(6)	38586	157924	80,8	82,0
Falusi turizmus(7)	9181	34750	19,2	18,0
Magán szálláson összesen(8)	47767	192674	100,0	100,0

Forrás: KSH, 2005

Table 1: Private quarters' commerce in Budapest and its environs

Budapest-Middle-Danube Region(1), number of guests(2), guest nights(3), number of guests/in all of private quarters(4), guest nights/in all of private quarters(5), private accommodation(6), country tourism(7), in all of private quarters(8)

Az alacsony forgalmi adatok miatt viszont ezen a területen direkt fejlesztés nem várható. Természetesen ez nem azt jelenti, hogy a falusi turizmus magára maradt a régióban, hiszen számos tervezett fejlesztés komoly befolyással lesz rá. A meghatározott fejlesztési irányok közül az alábbiak támogathatják a falusi vendéglátást:

- Élmenyláncok létrehozása:
 - Tematikus útvonalak kiépítése (vízi-, bor- és gasztronómiai utak, lovashelyszínek, kastélytúrák, kisvasutak): cél a jelenleg nem egységes formában bemutatott egyedi vonzerők összekapcsolása, önálló terméként való megjelenítése.
 - Kerékpár úthálózat fejlesztése (a kerékpárút itt mint turisztikai termék szerepel, így nem csupán a közlekedési infrastruktúra egy elemének tekintendő): cél a Duna mentén összefüggő, a gépkocsiforgalomtól elkülönített kerékpárút kiépítése, és erre alapozva a régió túlnyúló „Dunamenti kerékpár élményút” létrehozása. Az úthálózat kiépítésével sok olyan helyszín vonható be a turisztikai forgalomba, mely vagy más közlekedési eszközzel nem érhető el, vagy önmagában nem jelent olyan vonzerőt, hogy csak azért oda látogassanak.
 - Védett területek turizmusba való bevonása: a különleges élményt biztosító nemzeti park, vagy tájvédelmi körzetek bemutatása pl.: ritka növények bemutatása, különleges természeti jelenségek látogathatóságának megteremtése.

Míndez tudatos termékfejlesztést igényel, figyelembe véve, hogy a régió Budapestre koncentrálódó kínálattal rendelkezik, de a kínálat csaknem minden eleme megtalálható a régió más településein vagy területein és létezik olyan vonzerő is, amely a Fővárosban egyértelműen nem található meg.

- Humán erőforrások fejlesztése: fontos szerep jut a szolgáltató egységek munkatársai és tulajdonosai számára szervezett folyamatos továbbképzések során a szak- és nyelvismeret bővítésének, illetve a kapcsolatmenedzsmentnek.
- Régió belüli együttműködés fejlesztése: előtérbe kerül a NTS-ben is megfogalmazott desztinációmenedzsment rendszerek létrehozása, amely által többek között a régió belüli kistérségek turisztikai marketing tevékenysége is összehangoltabbá válhat.

Közép-Dunántúli Régió

A régió a Balaton és Esztergom térségének leválasztásával jött létre. Az ország turizmusának csak kis hányadát realizálja, és mind attrakciók, mind a turisztikai infrastruktúra fejlődési üteme elmaradnak a többi turisztikai régióhoz viszonyítva. A Közép-Dunántúli Régió adottságait tekintve nagyon összetett, az egyes térségek lehetőségei és fejlettsége egymástól nagyon eltérő (Inn Side Tanácsadó Kft., 2006). Turisztikai kínálatá rendkívül sokszínűnek mondható, a falusi turizmus mégse tartozik a nevesített adottságok közé, pedig forgalma nem sokban marad el más régiókéétól (2. táblázat).

Magán szálláshelyek forgalma a Közép-Dunántúli Régióban

Közép-Dunántúl(1)	Vendégek száma (db) 2004(2)	Vendégéjszakák száma (db) 2004(3)	Vendégek száma/magán szállás összesen (%) 2004(4)	Vendégéjszakák száma/magán szálláson összesen (%) 2004(5)
Fizetővendéglátás(6)	24736	93158	40,9	40,6
Falusi turizmus(7)	35808	136376	59,1	59,4
Magán szállás összesen(8)	60544	229534	100,0	100,0

Forrás: KSH, 2005

Table 2: Private quarters' commerce in the Central Transdanubia Region

Central Transdanubia(1), number of guests(2), guest nights(3), number of guests/in all of private quarters(4), guest nights/in all of private quarters(5), private accommodation(6), country tourism(7), in all of private quarters(8)

Az attrakciók közül azonban néhány összefüggésben lehet a térség falusi vendéglátóhelyeinek tevékenységével és növelheti forgalmukat. Ilyen attrakciók pl. a borvidékek bor- és gasztronómiai élménytúrái, vagy a lótenyésztés hagyományai, a lovas turizmus széles körű kínálata.

A regionális turisztikai fejlesztési stratégia három fő prioritást határoz meg:

- a turizmus fejlesztettségét befolyásoló alapvető feltételek biztosítása, felzárkózás,
- turisztikai attrakciófejlesztés – országos és nemzetközi jelentőségű fejlesztések, nagyprojektek végrehajtása,
- horizontális célok megvalósítása.

A három fő prioritáson belül számos fejlesztési program javíthat a falusi turizmus jelenlegi

helyzetén. Elmondható, hogy a régióban megfogalmazott célok elérése érdekében megvalósítandó fejlesztések itt is csak közvetve járulhatnak hozzá a falusi turizmus fejlődéséhez.

Dél-Alföldi Régió

A régió adottságainál fogva főleg a természethez kapcsolódó idegenforgalmi termékeivel emelkedik ki, úgy mint a lovasturizmus, egészségturizmus, öko- és vizeiturizmus (EuroSpa Hungary Kft., 2006). Bár a falusi turizmus számaiban folyamatos javulás figyelhető meg, önálló, fejlesztendő területként mégse jelenik meg. Forgalma sajnos elég kicsinek tekinthető (3. táblázat).

Magán szálláshelyek forgalma a Dél-Alföldi Régióban

Dél-Alföld(1)	Vendégek száma (db) 2004(2)	Vendégéjszakák száma (db) 2004(3)	Vendégek száma/magán szállás összesen (%) 2004(4)	Vendégéjszakák száma/magán szálláson összesen (%) 2004(5)
Fizetővendéglátás(6)	23319	101382	79,9	83,9
Falusi turizmus(7)	5861	19456	20,1	16,1
Magán szállás összesen(8)	29180	120838	100,0	100,0

Forrás: KSH, 2005

Table 3: Private quarters' commerce in the Southern Great Plain Region

Southern Great Plain Region(1), number of guests(2), guest nights(3), number of guests/in all of private quarters(4), guest nights/ in all of private quarters(5), private accommodation(6), country tourism(7), in all of private quarters(8)

Prioritást élvez viszont az egészségturizmus, az örökségturizmus, a hivatásturizmus és az aktív turizmus, melyek több ponton is komoly hatással lehetnek a régió falusi turizmusának jövőjére.

Az örökségturizmus kapcsán megfogalmazott célok megvalósulásának egyik kulcs eleme lehet a falusi vendéglátás minőségi fejlődése, az örökségturizmusban elérendő célként megfogalmazott népi hagyományok, népi kézműves mesterségek bemutatása, a hagyományokon alapuló turisztikai termékek újjáélesztése pedig egyértelműen a falusi vendéglátáshoz kötődik.

Észak-Magyarországi Régió

A régió turisztikai adottságai többeműek, sokrétűek és komplexek, mely egyértelműen a régió erősségének tekinthető. Az elmúlt években a turisztikai termékek tartalma bővült, a vonzerők ismertsége javult (RNC Regionális Marketing Centrum Kft., 2006).

A falusi vendéglátás eredményei is javultak (4. táblázat), a régióba látogató és falusi vendéglátást igénybe vevők száma jelentősen növekedett, 2003-ról 2004-re elérte a 26%-ot is.

Magán szálláshelyek forgalma az Észak-Magyarországi Régióban

Észak-Magyarország(1)	Vendégek száma (db) 2004(2)	Vendégéjszakák száma (db) 2004(3)	Vendégek száma/magán szállás összesen (%) 2004(4)	Vendégéjszakák száma/magán szálláson összesen (%) 2004(5)
Fizetővendéglátás(6)	21743	85991	37,6	44,2
Falusi turizmus(7)	36091	108554	62,4	55,8
Magán szállás összesen(8)	57834	194545	100,0	100,0

Forrás: KSH, 2005

Table 4: Private quarters' commerce in the Northern Hungary Region

Northern Hungary Region(1), number of guests(2), guest nights(3), number of guests/in all of private quarters(4), guest nights/in all of private quarters(5), private accommodation(6), country tourism(7), in all of private quarters(8)

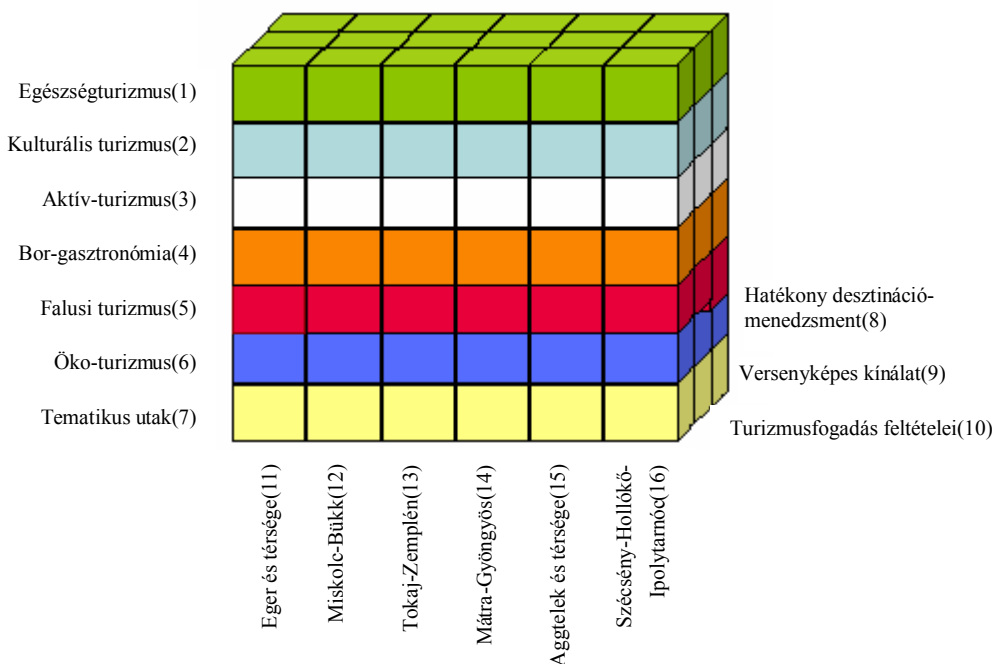
A régió stratégiai prioritásait 3 dimenzióban, egy úgynevezett 3D stratégiában foglalták össze a stratégiát készítő szakemberek:

1. D: Versenyképesség növelése a funkcionális területeken való beavatkozással (fogadóképesség javítása, versenyképes termékínálat megteremtése, hatékony desztináció-menedzsment rendszer kialakítása).

2. D: Kijelölt termékprioritások (egészség-turizmus, kulturális turizmus, bor- és gasztronómiai turizmus, aktív turizmus, falusi turizmus, ökoturizmus, tematikus utak).

3. D: Területi prioritások (Eger és térsége, Miskolc-Bükk, Gyöngyös-Mátra, Aggtelek és térsége, Tokaj és Zemplén, Szécsény-Hollókő-Ipolytarnóc).

1. ábra: Stratégiai Program-kocka



Forrás: RNC, 2006

Figure 1: Strategical Program-cube

Health tourism(1), cultural tourism(2), active tourism(3), wine-gastronomy tourism(4), rural tourism(5), öko-tourism(6), thematic roads(7), effective predestinational management(8), competitive supply(9), terms of tourism reception(10), Eger and surroundings(11), Miskolc-Bükk(12), Tokaj-Zemplén(13), Mátra-Gyöngyös(14), Aggtelek and surroundings(15), Szécsény-Hollókő-Ipolytarnóc(16)

A falusi turizmus kapcsán elsődleges cél a térség sajátosságait hangsúlyozó, helyi hagyományokra épülő igényes, minősített szálláshelyek létrehozása, és ezt turisztikailag megjelenítő programínálat megalkotása. Természetesen mindez párosul a már meglévő szálláshelyek bővítésével, kihasználtságuk

növelésével. A kitzított célok megvalósítása érdekében az alábbi fejlesztéseket szeretnék megvalósítani:

- Szakmai minősítés általánossá tétele a falusi turizmus szálláshelyeinél, mely egyrészt az országosan is elfogadott és alkalmazott

napraforgós rendszert takarja, másrészt egy a régióban kidolgozandó minőségbiztosítási és értékelési rendszert.

- Vidéki rendezvényhelyszínek alapvető infrastruktúrájának kiépítése.
- Civil szervezetek megerősítése, melyek szakmai téren és az értékesítésben is segítséget nyújthatnak.
- Oktatás, továbbképzések tartása.
- Egységes tájékoztató/táblarendszer kialakítása a régióban.

A megfogalmazott irányok segítségével remélhetőleg folytatódik az elmúlt öt évben megfigyelt növekedés a minősített falusi szálláshelyek és a vendégek száma terén. A szintén prioritást élvező aktív-, öko-, bor- és

gasztronómiai turizmus és tematikus utak segítségével jelentős mértékben erősíthető a falusi vendéglátás helyzete.

Dél-Dunántúli Régió

A régió falusi turizmus szempontjából jó adottságokkal rendelkezik. Több kiemelt terület is van: Keleti- és Nyugat-Mecsek, Tolnai-dombság, Völgyesség és a Zselic, melyek vendégforgalma országos viszonylatban is jelentős. A régió magánzállásainak körülbelül 19%-át teszik ki a falusi vendéglátóhelyek, bár ezek negyede nem tradicionális falusi vendégfogadó (5. táblázat), sokkal inkább a gyógyturizmushoz kapcsolódó magánzállás.

5. táblázat

Magánzálláshelyek forgalma a Dél-Dunántúli Régióban

Dél-Dunántúl(1)	Vendégek száma (db) 2004(2)	Vendégéjszakák száma (db) 2004(3)	Vendégek száma/magánzállás összesen (%) 2004(4)	Vendégéjszakák száma/magánzálláson összesen (%) 2004(5)
Fizetővendéglátás(6)	33495	205764	73,4	80,8
Falusi turizmus(7)	12121	48990	26,6	19,2
Magánzállás összesen(8)	45616	254754	100,0	100,0

Forrás: KSH, 2005

Table 5: Private quarters' commerce in the Southern Transdanubia Region

Southern Transdanubia Region(1), number of guests(2), guest nights(3), number of guests/in all of private quarters(4), guest nights/in all of private quarters(5), private accommodation(6), country tourism(7), in all of private quarters(8)

Az idegenforgalom fejlesztését az 1999-ben elfogadott „Dél-Dunántúl Komplex Fejlesztési Programja” struktúrájába illesztették be, melyen belül kijelölték a régió turizmusfejlesztésének meghatározó termékeit, így a régiós szintű falusi turizmus termékfejlesztési programot, amely 2000-ben a „Szelíd turizmus fejlesztésén” belül operatív programmá vált.

2002-ben, a Dél-Dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság által a Nemzeti Fejlesztési Terv Regionális Operatív Programjához adott szakterületi javaslatokban a régióon belül a falusi turizmus terméktípusában az alábbi turisztikai övezetek nyertek prioritást: Dunamente (Baranya, Tolna), Zselic (Baranya, Somogy), Kapos-völgy (Somogy, Tolna), Mecsek és környezete (Baranya, Tolna). A régióon belül két göcsterületet jelöltek ki: a Balaton háttérterületeit Belső- és Külső-Somogyban, illetve Harkány-Villány-Siklós térségét.

A falusi turizmust más turisztikai területek fejlesztése egyértelműen segíti. A falusi vendéglátás mellett prioritást élvez a gyógy- és termáلتurizmus, a kulturális turizmus, a rendezvény turizmus, a bor- és gasztronómiai turizmus, a konferencia turizmus, illetve az aktív turizmus (öko-, vízi-, lovas-, vadász-, kerékpáros turizmus).

A régió megyéiben az eltérő adottságoknak megfelelően eltérő imago és kínálat kiépítését tervezik (Önkormányzati és Településfejlesztési Minisztérium, 2006):

Baranya megyében a vendégfogadásra felkészült falvak megerősítése a cél, ahol a kedves vendégek részt vehetnek a szüretben, a gyümölcsszedésben, vagy éppen az állatgondozásban. Megkóstolhatják a helyi specialitásokat: borokat, gyümölcsszörpöket, aszalt gyümölcsöket, friss zöldségeket, disznótoros ételeket.

Somogy megye 4 tájegységének 17 településén 28 minősített vendégfogadó várja a vendégeket. Cél a természeti értékek bemutatása mellett a népi hagyományok bemutatása a Dráva-völgy és a Zselic dombvidékének falvaiban, ahol a kézművesség mellett kemencében sült ételeket is megkóstolhatnak a látogatók a hagyományörző parasztportákon.

Tolna megyében a falusi turizmus fejlesztése eddig jórészt helyi, kistérségi kezdeményezésekből táplálkozott, az elért sikerek pedig a területi, helyenként régiós együttműködéseknek köszönhetőek. A Dél-Dunántúl kistérségeiben olyan göcsterületei alakultak ki a tevékenységnek, amelyek a fejlesztés preferált térségeiként gerjeszthetik a régió vidéki turizmus kínálatának további kiterjedését, újabb térségek bevonását a fejlesztésekbe. Baranyában 6, Tolnában 5, Somogyban pedig 3 ilyen fejlesztési gócpontként felfogható településcsoport határozható meg.

Általános cél a vidéki, falusias területek idegenforgalmi fejlesztése, új, piacképes kínálatok kimunkálása, a fejlesztési törekvések összefogása, illetve a hatékonyságuk javítása.

- Ennek érdekében az alábbi fejlesztések várhatók:
- Az agrártermelés és a falusi turizmus közötti kapcsolat intenzitásának növelése, a falvak gazdaságának megerősítése.
 - Kistérségi, települések közötti együttműködés fejlesztése a turisztikai kínálat összefogott megteremtésével és piacra vitelével.
 - Régió belüli együttműködés kialakítása a falusi turizmus fejlesztésében érdekelt intézmények, szervezetek és területek között.

Tisza-tavi Régió

A régió méretét tekintve hazánk legkisebb turisztikai régiója, mely két statisztikai régió

területén elhelyezkedő Tisza-tó köré épült fel. A régió területéhez 68 település tartozik, de működési tere nem esik egybe a 2003-ban megalakult Tisza-tó Térségi Fejlesztési Tanács 73 települést magába foglaló területével. Kiváló adottságokkal bír a gyógy-, falusi-, hivatás- és kulturális rendezvényekhez kapcsolódó turizmus terén, de jelentős, bár önmagukban nem meghatározó elem a lovas-, gasztro-, vadász- és örökségturizmus. A régió falusi turizmus szempontjából speciális helyzetét jól jelzi, hogy a vendégéjszakák jelentős része magán szálláshelyeken zajlik, ezen belül is magas a falusi vendéglátóhelyeken eltöltött éjszakák száma (6. táblázat).

6. táblázat

Magán szálláshelyek forgalma a Tisza-tavi Régióban

Tisza-tó(1)	Vendégek száma (db) 2004(2)	Vendégéjszakák száma (db) 2004(3)	Vendégek száma/magán szállás összesen (%) 2004(4)	Vendégéjszakák száma/magán szálláson összesen (%) 2004(5)
Fizetővendéglátás(6)	17932	81931	45,1	45,1
Falusi turizmus(7)	21858	99917	54,9	54,9
Magán szállás összesen(8)	39790	181848	100,0	100,0

Forrás: KSH, 2005

Table 6: Private quarters' commerce in the Lake Tisza Region

Lake Tisza Region(1), number of guests(2), guest nights(3), number of guests/in all of private quarters(4), guest nights/in all of private quarters(5), private accommodation(6), country tourism(7), in all of private quarters(8)

A stratégiai célok meghatározásánál általános cél volt a régió turizmusának komplex és fenntartható fejlesztése, és a társadalmi-gazdasági folyamatok javítása (Aquaprofit Rt., 2006). A stratégia az alábbi 4 célra épül:

- Egyedi természeti adottságokra épülő turisztikai formák fokozott gazdasági jelentőségének elismertetése, szakmailag megalapozott és fenntartható mértékű fejlesztése, minőségi színvonalának javítása.
- A régió teljes területének bekapcsolása, és a turisztikai kínálat integrált fejlesztése mellett az egyedi imázs erősítése, a környezeti elemek dinamikus egyensúlyának megőrzése és fenntartása.
- A régió belső, területi-társadalmi kohéziójának a megteremtése, a turizmushoz kapcsolódó humán infrastruktúra fejlesztése, a turizmus együttműködési és minőségbiztosítási rendszereinek kiépítése.
- A turizmus a lakosság számára hosszú távú alternatív bevételi forrást jelentsen.

Elsődleges cél a falusi turizmus szolgáltatásainak fejlesztése, a helyi népi értékek, hagyományok turisztikai termék formálása, mely során figyelmet fordítanak a tanyák bevonására is. Fontos szerep jut az infrastruktúra fejlesztésnek, és a marketing támogatásnak, mely várhatóan az alábbi területekre terjed ki:

- Marketing szemlélet kialakítása és erősítése az önkormányzati, civil és vállalkozói szférában, mely elsősorban marketing tréningek szervezését, turisztikai társulások piacra

jutásának támogatását, valamint közös marketing anyagok létrehozását és terjesztését jelenti.

- Termék és szolgáltatás specifikus marketing szervezetek kialakítása.
- Minőségbiztosítási rendszerek alkalmazása.
- Marketing tevékenység összehangolása a szomszédos régiók hasonló tevékenységével.

Balatoni Régió

A Régió komoly gondokkal küzd. Az 1990-es évek előtti forgalmat máig nem sikerült visszahoznia. A térségre jellemző erős szezonális, az infrastruktúra hiányosságai, illetve a horvát tengerparti kínálat népszerűsége az utóbbi években sem javított a szálláshely statisztikákon. A Balatoni Régió szakemberei ezért egy olyan térségi menedzsment szervezet létrehozásán és üzemeltetésén fáradoznak, amely képes ellenőrizni és irányítani a turizmus teljes folyamatát (TDM modell¹).

A 2007-2013-as stratégia fő célja a balatoni turizmus új fejlődési szakaszának megindítása, melyet 3 stratégiai rész cél megvalósításán keresztül remélnek a szakemberek (LT Consorg Kft., 2005):

- A turisztikai desztinációs menedzsment (TDM) működő modelljének megteremtése
- A versenyképesség megteremtése
- A gazdasági hatékonyság javítása

¹TDM: Tourism Destination Management. Magyarul „térségi turisztikai menedzsment”, vagy turisztikai desztinációs menedzsment”

A stratégiai terv programjai között – a TDM modell létrehozása, a korszerűsítés és a szűk keresztmetszetek felszámolása mellett – a komplex turisztikai termékek kialakítását célzó új fejlesztések kiemelt helyet foglalnak el. A program összesen

20 érintett területet, illetve részprogramot említ, amelyek közül az egyik elem a falusi turizmus, mely bár a fizetővendéglátás mellett csak kis részt képvisel az összforgalomból (7. táblázat), szerepe mégsem hanyagolható el.

7. táblázat

Magán szálláshelyek forgalma a Balatoni Régióban

Balaton(1)	Vendégek száma (db) 2004(2)	Vendégéjszakák száma (db) 2004(3)	Vendégek száma/magán szállás összesen (%) 2004(4)	Vendégéjszakák száma/magán szálláson összesen (%) 2004(5)
Fizetővendéglátás(6)	307107	1455558	96,7	96,4
Falusi turizmus(7)	10506	53987	3,3	3,6
Magán szállás összesen(8)	317613	1509545	100,0	100,0

Forrás: KSH, 2005

Table 7: Private quarters' commerce in the Lake Balaton Region

Lake Balaton Region(1), number of guests(2), guest nights(3), number of guests/in all of private quarters(4), guest nights/in all of private quarters(5), private accommodation(6), country tourism(7), in all of private quarters(8)

Cél a falusi turizmus fejlesztése által a Balaton-part tehermentesítése, a háttérterületek felzárkóztatása, valamint a régióban a regionális gazdasági-társadalmi kiegyenlítődés elősegítése. A falvak lakosságának azonban segítségre van szüksége, mert e nélkül nem tudja biztosítani a falusi turizmus fejlesztésének alapfeltételeit (szállások korszerűsítése, piacra jutás, vendégfogadási ismeretek elsajátítása). A régióban a falusi turizmus fejlesztésével kapcsolatosan megfogalmazott feladatok ezért a következők:

- Pályázatok kiírása a falusi szálláshelyek korszerűsítését (berendezés, fürdőszoba, vízellátás WC, hűtőgép, tv, stb.) szolgáló vissza nem térítendő támogatás nyújtására azzal a feltétellel, hogy a szállástulajdonos elvégez egy tanfolyamot, vendégeit bejelenti, és szerepel a TDM internetes adatbázisában, lehetőséget nyújtva az ottani foglalásokra.
- Tanfolyamok szervezése (vendégfogadási ismeretek, nyelv). Közösségépítés, programok szervezése (hagyományok felelevenítése, kézműves mesterségek, stb.).
- Falusi turizmus modell létrehozása egy arra alkalmas háttér faluban, ahol a fentiek mellett az önkormányzat és a helyi TDM szerv közreműködésével felélesztik a hagyományokat és régi kismesterségeket, és vállalkoznak a turisták bevonására, tanítására is. Az önkormányzat kész kedvezményes telkeket juttatni beköltöző fiatal családok számára azzal a feltétellel, hogy a helyi építészeti stílussal összhangban lévő házat építenek, ahol a vendégfogadásra is kialakít helyiségeket, és a turisták számára érdekes helyi tevékenységet is folytatnak (pl. lótarás, ipar- vagy kézműves tevékenység, biotermelés, stb.), részt vesznek a falu közösségi életében.
- Marketing (kutatás, katalógusok és ismertető) kiadása, részvétel idegenforgalmi vásárokon, tájékoztató irodák információval való ellátása,

Internet, kapcsolatok kiépítése utazásközvetítővel, stb.).

- Minősítés és minőség-ellenőrzés megszervezése. A fent említettek megvalósításával már önmagában is jelentős eredmények érhetőek el, de ha a falusi turizmust nem csak magában nézzük, hanem a szintén megvalósításra váró horgászat, ökoturizmus, bor- és gasztronómiai turizmus, lovastúra hálózat vagy éppen a kerékpárutak fejlesztése kapcsán, láthatjuk, hogy a különböző területek egymást erősítve, a régió turisztikai eredményeit javítva komplex turisztikai terméként javíthatják a Balatoni Régió kínálatát.

Észak-Alföldi Régió

Az Észak-Alföldi Régió mint turisztikai régió 3 megye területére esik (Jász-Nagykun-Szolnok, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Hajdú-Bihar), de nem tartalmazza a Tisza-tavi Régió településeit². A jelenlegi turisztikai kínálatot a gyógy- és wellness turizmus, az üzleti és konferencia turizmus, az örökség turizmus, az öko- és falusi turizmus, a gasztronómiai, lovas és golf turizmus jelenti.

Bár a magán szálláshely forgalmon belüli részesedése relatíve kicsi a régióban (8. táblázat), itt található az ország falusi vendégfogadó kapacitásának körülbelül 10%-a, és a vendégfogadók körülbelül 65%-a országosan elfogadott minősítéssel rendelkezik. A falusi szállásadás területén tevékenykedők száma folyamatos növekedést mutat, a becslések szerint 2008-ra 10 ezer fő is tevékenykedhet majd a szálláshely szolgáltatás ezen területén (Szolnoki Főiskola, 2006).

²Jász-Nagykun-Szolnok megyéből: Abádszalók, Berekfürdő, Fegyvernek, Karcag, Kőtelek, Kunhegyes, Kunmadaras, Nagyiván, Nagykorú, Tiszabura, Tiszaderzs, Tiszafüred, Tiszaigar, Tiszaörs, Tiszaroff, Tiszasüly, Tiszaszentimre, Tomajmonostora, Hajdú-Bihar megyéből: Újszentmargita, Folyás, Polgár, Egyek, Tiszacsege.

Magán szálláshelyek forgalma az Észak-Alföldi Régióban

Észak-Alföld(1)	Vendégek száma (db) 2004(2)	Vendégéjszakák száma (db) 2004(3)	Vendégek száma/magán szállás összesen (%) 2004(4)	Vendégéjszakák száma/magán szálláson összesen (%) 2004(5)
Fizetővendéglátás(6)	56325	246177	90,6	92,0
Falusi turizmus(7)	5861	21352	9,4	8,0
Magán szállás összesen(8)	62186	267529	100,0	100,0

Forrás: KSH, 2005

Table 8: Private quarters' commerce in the Northern Great Plain Region
Northern Great Plain Region(1), number of guests(2), guest nights(3), number of guests/in all of private quarters(4), guest nights/in all of private quarters(5), private accommodation(6), country tourism(7), in all of private quarters(8)

A kiszolgáló kapacitás igen kicsi még, ezért mindenképpen szükséges a falusi turizmus kapacitásának és a hozzá kapcsolódó programok, szolgáltatások fejlesztése. Várható az infrastruktúra fejlesztése is, mely elsősorban szállás- és vendéglátóhelyek kialakítását, a színvonal emelését, a közösségi infrastruktúra bővítését, valamint a szabadidő eltöltését biztosító helyszínek kiépítését jelenti. A falusi turizmus fejlesztése a régió azon településein hozhat eredményt, ahol biztosítani tudják a megfelelő minőséget és infrastrukturális háttérrel. A fejlesztéshez szükséges marketing támogatás az alábbi elemekre oszlik:

- *Kommunikációs stratégia kidolgozása:* A stratégia célja, hogy segítse a régió turisztikai fejlesztésének hatékonyságát, ennek érdekében régiós marketing és értékesítési stratégiát dolgozzanak ki, valamint régiós kommunikációs kampány tervezését és lebonyolítását is elvégezzék.
- *Régiómarketing eszközök fejlesztése:* Magas színvonalú regionális marketing kiadványok készítése, marketing eszközök fejlesztése, tematikus turisztikai kiadványok készítése, kártyarendszerek kidolgozása és megvalósítása van tervbe véve.
- *Turisztikai információs szolgáltatások fejlesztése:* Turisztikai információs rendszerek fejlesztése, valamint az online marketing fejlesztése.
- *Turisztikai márkaképzés támogatása:* A régió márkapolitikájának kialakítása, a régiómárka piaci bevezetésének támogatása, a régiómárka ismertségének növelése, valamint az imázs teremtő és a régió arculatát meghatározó meglévő termékek támogatása (ajándékértékesítés rendszerének kidolgozása és megvalósítása), újak kifejlesztése, az „Észak-alföldi régió ajánlásával” akció további folytatása, fejlesztése.
- *Turisztikai háttérkutatások:* A kereslet megismerésére irányuló kutatások, piaci rések elemzése, feltárása, vonzerő fejlesztéshez kapcsolódó kutatások, határon túli régiókkal (Kárpátalja, Partium, Észak-Erdély) közös turisztikai fejlesztések kutatása, tervezése, és az innovációk bevezetését és elterjesztését alapozó kutatások.

A jövőben tehát a fejlesztések fő vonalát a minőségi fogadóbázis kialakítása jelenti, mellyel meg kell teremteni a külföldi vendégek fogadásának feltételeit is, nem megelégedve arról, hogy mindehhez elengedhetetlen a szakmai és nyelvi továbbképzés az érintettek körében.

Nyugat-Dunántúli Régió

A turisztikai régió területe itt sem egyezik az azonos nevű statisztikai-tervezési régióval, mivel számos település a Balaton turisztikai régióhoz tartozik³. Turisztikai adottságai jók, ami részben földrajzi elhelyezkedésének, részben történelmi múltjának köszönhető. A turizmus jövője szempontjából ezért tisztán pozícionált, erőforrásait magas szinten kiaknázó, folyamatosan megújuló kínálatú rendelkező versenyképes régió megteremtését tűzték ki célul. Széleskörű kínálatú rendelkezik termál-, kulturális- és örökség-, aktiv-, hivatás-, bor- és gasztronómiai-, illetve falusi turizmus terén.

A falusi turizmus az elmúlt években örvendetesen fejlődött a Régióban, a magán szálláshelyek forgalmának döntő hányadát adja (9. táblázat), ami annak is köszönhető, hogy a szolgáltatók egyre inkább programokkal, eseményekkel kombinált csomagokat kínálnak, és egyre több szolgáltató érzi szükségesnek a korszerű falusi turisztikai módszerekkel, marketingeszközökkel való megismerkedést, az információs szolgáltatások összehangolását (Régiófókuszt Kht., 2006).

A jövőben komoly szerep jut a specializációnak, ami azt jelenti, hogy az ajánlatok az alábbiak szerint csoportosíthatók lesznek:

- lovasudvarok,
- életmód táborok gyermekeknek,
- családoknak,
- tematizált agroturizmus,
- gyermekbarát falusi porták,
- öko/bio/gyógynövény vendégházak,

³ Balatongyörök, Gyenesdiás, Keszthely, Vonyarcvashegy, Alsópáhok, Balatonmagyaród, Cserszegtomaj, Felsőpáhok, Galambok, Garabonc, Hévíz, Karmacs, Nagyrada, Nemesbük, Rezi, Sármellék, Szentgyörgyvár, vállus, Várvölgy, Vindornyalak, Vindornyalak, Zalakaros, Zalamerénye, Zalaszabár, Zalaszántó, Zalavár.

- pihenőházak,
- mozgáskorlátozottaknak,
- népi hagyományok, népi mesterségek,
- gasztronómia (tájételek, tájborok).

9. táblázat

Magán szálláshelyek forgalma a Nyugat-Dunántúli Régióban

Nyugat-Dunántúl(1)	Vendégek száma (db) 2004(2)	Vendégéjszakák száma (db) 2004(3)	Vendégek száma/magán szállás összesen (%) 2004(4)	Vendégéjszakák száma/magán szálláson összesen (%) 2004(5)
Fizetővendéglátás(6)	21244	83399	25,4	20,8
Falusi turizmus(7)	62402	318046	74,6	79,2
Magán szállás összesen(8)	83646	401445	100,0	100,0

Forrás: KSH, 2005

Table 9: Private quarters' commerce in the Western Transdanubia Region

Western Transdanubia Region(1), number of guests(2), guest nights(3), number of guests/in all of private quarters(4), guest nights/in all of private quarters(5), private accommodation(6), country tourism(7), in all of private quarters(8)

A falusi turizmus szervezésében és kínálatában magán személyek, intézmények, önkormányzatok, nonprofit és profitorientált szervezetek, egyházak egyaránt részt vesznek. A külső piacok sikeres elérésében és a vendégek kiszolgálásában kiemelten fontossá válik a minőségileg magasban pozícionált termékek és szolgáltatások értékesítése.

A célok elérését az alábbi programok segítik:

- Vonzerőfejlesztés: különös tekintettel az agroturisztikai fejlesztésekre, a tájtermékek előtérbe helyezésére, a hagyományok bemutatására, célcsoportorientált vonzerőfejlesztésre, kapacitásbővítésre, valamint az üdülési csekk rendszer kiszélesítésére.
- Tájégségi kohézió erősítése: a szektorok közötti párbeszéd intenzívvé tétele, hálózatba szervezés (érdekközösségek).
- Képzések, pl. szaktanácsadás.
- Minősítési rendszer teljeskörűvé tétele és folyamatos karbantartása, a minőségi fenntarthatóság biztosítása.
- Marketingkommunikációs aktivitás erősítése: tematikus régiós (lovas, öko/bio, agro, stb.), tájgségi marketingkommunikációs anyagok létrehozása. Az online marketing erősítése, tájgségi szintű információs táblák elhelyezése.
- Piackutatás és monitoring rendszer bevezetése.

A megfogalmazott régiós turizmusfejlesztési stratégia által feltárt fejlesztési irányok segítségével remélhetőleg a régió a jövőben olyan piacképes kínálat fog rendelkezni, mellyel mind a hazai mind a külföldi piacon sikeresen szerepel.

KÖVETKEZTETÉSEK

A megvizsgált tervekből világosan kitűnik, hogy a falusi turizmus támogatottsága erősen differenciált, egyes régiókban önállóan szinte teljesen kirekesztődik a fejlesztendő területek közül. A megfelelő támogatás vagy összefogás hiányában azonban ezeken az „elhanyagolt” területeken könnyen veszélybe kerülhet a már meglévő falusi turizmussal foglalkozók megélhetése.

Összességében elmondható, hogy a regionális turizmusfejlesztési stratégiák által 2013-ig meghatározott fejlesztési irányokban a régiók felé nyert csak prioritást a falusi turizmus. Ennek egyik fő oka az, hogy egyes régiókban a turizmus más ágaihoz mérten a falusi turizmus alacsony forgalmi adatokkal rendelkezik, vagy éppen más turizmus fajták kiemelésével, pl.: gasztronómiai turizmus, kulturális örökségturizmus háttérbe szorul. Természetesen a háttérbe szorulás az utóbbi esetben csak képletesen értendő, hiszen az említett turizmusfajták egyértelműen kapcsolódhatnak a falusi turizmushoz, sőt javíthatják annak minőségét.

A jövőt illetően a régiók többségében felismerték a minőségellenőrzés illetve minőségbiztosítás fontosságát, a desztináció menedzsment, az összefogás, a humán erőforrás fejlesztés és a jól megalapozott, összehangolt marketing akciók jelentőségét. Ezen tényezők szem előtt tartása véleményem szerint minden esetben elengedhetetlen a falusi turizmus fejlesztése kapcsán, akár nevesítik az adott régió fejlesztési stratégiájában, akár nem.

IRODALOM

Aquaprofit Rt. (2006): Tisza-tavi Régió Turizmus Fejlesztési Stratégiája 2007-2013
 EuroSpa Hungary Kft. (2006): Dél-Alföldi Turizmusfejlesztési Stratégia 2007-2013
 Fekete M. (2005): Falusi turizmus - áttekintés, Falusi Turizmus Tájékoztató, FATOSZ 2005. 1-2. 25-30.
 Inn Side Tanácsadó Kft. (2006): Közép-Dunántúli Régió Turisztikai Fejlesztési Stratégiája 2006.
 KSH (2005): Jelentés a turizmus 2004. évi teljesítményéről
 KSH (2006): Jelentés a turizmus 2005. évi teljesítményéről

LT Consorg Kft. (2005): BTFKP A Balatoni Turizmusfejlesztési Koncepciója és Programja
 Magyar Turisztikai Hivatal (2005): Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia
 Magyar Turizmus Zrt. Piac- és Termékfejlesztési Irodája: A magán szálláshelyek vendégforgalma 2005-ben, Turizmus Bulletin X. 3. 61-63.
 Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium (2006): A Dél-Dunántúli Turisztikai Régió turizmusfejlesztési stratégiája

Régiófókus Kht. (2006): Nyugat-Dunántúl Turisztikai Régió
turizmusfejlesztési stratégiája 2007-2013

RNC Regionális Marketing Centrum Kft. (2006): Észak-
Magyarország Régió Turizmusfejlesztési Stratégiája
2007-13. 9.

Szolnoki Főiskola (2006): Az Észak-Alföldi Régió
Turizmusfejlesztési Stratégia 2007-2013

Xlillum Kft – Szemrédi Tanácsadó Bt. (2006): A Budapest-
Közép-Dunavidéki Régió Turisztikai Stratégiája,
Jelentés

www.itthon.hu