

DANKÓ LÁSZLÓ

TOKAJ-HEGYALJA MINT VILÁGÖRÖKSÉGI
KULTÚRTÁJ TURIZMUSFEJLESZTÉSÉNEK
MARKETINGTÁMOGATÁSA / MARKETING SUPPORT
OF THE TOKAJ WINE REGION HISTORIC CULTURAL
LANDSCAPE'S TOURISM DEVELOPMENT

Összefoglalás

Az UNESCO Világörökség Egyezmény célja az emberiség kiemelkedő értékkel bíró kulturális és természeti örökségének megőrzése, ennek öfenntartó megvalósításában az örökségturizmusnak meghatározó jelentősége van. A Tokaji történelmi borvidék 2002 óta „kultúrtáj” kategóriában világörökségi helyszín.

A világörökség gondnokság, a kiemelt turisztikai fejlesztési térséggé nyilvánítás és EU-, valamint nemzeti fejlesztési források borvidékre allokálása elindíthatja a kívánt fejlődést a kulturális örökségturizmus terén. Ehhez kapcsolódóan a meglévő természeti és emberalkotta adottságokra épülő örökségturisztikai termékek fejlesztése és marketingje elengedhetetlen.

A turizmusfejlesztési törvény szerint a kiemelt fejlesztési térségek meghatározó szervezete a fejlesztést, üzemeltetést végző, 100%-os állami tulajdonban lévő, szakmailag az MTÜ-höz köthető cég, ugyanakkor Tokaj-hegyalja–Zemplén térségében 2011 óta működik az 5 helyi turisztikai egyesület által létrehozott térségi TDM-együtműködés, melynek fejlesztési és desztinációmárketing tapasztalatait jelen tanulmányban összegzem.

Kulcsszavak: Tokaj-hegyalja, világörökség terület, turizmusfejlesztés, marketing
JEL kód: M31

Abstract

The UNESCO World Heritage Agreement's purpose is the preserve of the humankind's substantial cultural and natural heritage, the heritage tourism has significant role in its self-sustainable accomplishment. The Tokaj historic wine region as a cultural landscape is a world heritage site since 2002. The world heritage center, the registration of the area as a promoted touristic development region and the allocation of the EU and national developmental resources to the wine region may initiate the desired development regarding the cultural heritage tourism. In this

regard, the development and marketing of the heritage touristic products based on the existing natural and man made features are vital. According to the tourism development act, the center organization of the promoted touristic development regions is a 100% state owned company which works on the development and the management and which professionally linked to the MTU, however, in the Tokaj-hegyalja–Zemplén region there is a TDM cooperation established by 5 local touristic associations since 2011, and its developmental and destination marketing experinces might be employed.

Keywords: Tokaj Wine Region, world heritage, tourism development, marketing

Az UNESCO világörökség cím és turisztikai jelentősége

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

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

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

Világörökségi helyszínek típusai természeti kategóriában

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

amelyek megfelelnek az integritás (érintetlenség, sértetlenség) kritériumának és a következő négy kritérium legalább egyikének:

- rendkívüli természetes szépségű és esztétikai jelentőségű természeti jelenség vagy terület;
- kiemelkedő példa a nagy földtörténeti korszak(ok) megjelenítésében, beleértve az élet kialakulásának nyomait; a földfelszín alakulásának jelentős, folyamatban lévő geológiai folyamatait, illetve jelentős geomorfológia vagy terepalakulati jelenségeket;
- kiemelkedő példája a jelenleg is folytatólagos ökológiai és biológiai folyamatoknak – a földi, vízi, partmenti és tengeri ökoszisztémák, állat- és növényvilág evolúciós fejlődésének;
- a biológiai sokrétűségnek az „in situ” fenntartása szempontjából a legjellegzetesebb és legjelentősebb természeti élőhelyeit tartalmazza, beleértve a veszélyeztetett, a tudomány és a megőrzés szempontjából kiemelkedő egyetemes értéket képviselő fajokat.

Világörökségi helyszínek típusai kulturális kategóriában

Kulturális örökségnek az egyezmény értelmében olyan műemlékek (építészeti, monumentális festészeti vagy szobrászati művek, régészeti elemek) (épület)együttesek (összefüggő vagy különálló építmények) helyszínek (az ember vagy az ember és a természet közös alkotása) minősülhetnek, amelyek megfelelnek a hitelesség (történelmi autentikusság) kritériumának és a következő hat kritérium legalább egyikének:

- az emberi alkotószellem remekműve (pl. a Tadzs Mahal, az athéni Akropolisz vagy a gízai és dahsuri piramisok);
- egy meghatározott időszakon vagy kulturális területen belül jelentős mértékben hatott az építészet / a technológia / a műemlékek / a várostervezés / a tájkialakítás fejlődésére (pl. Budapest Duna-parti látképe és a Budai Várnegyed);
- egyedi (de legalábbis kivételes) megtestesítője egy élő vagy már letűnt civilizációnak (pl. a Pécsi ókeresztény sírkamrák vagy a Tokaji történelmi borvidék);
- egy építészeti stílus / együttes / technológia, vagy az emberiség történelmének egy vagy több korszakát tükröző táj kiemelkedő példája (ennek a kritériumnak hazánk több helyszíne is megfelel: Budapest, Pannonhalma, Pécs és a Hortobágy);
- egy vagy több kultúrát képviselő, hagyományos emberi letelepedés vagy területfoglalás kiemelkedő példája (pl. Hollókő ófalú, a Hortobágy és Fertő kultúrtáj);
- kapcsolódik kivételes, egyetemes jelentőségű eseményekhez vagy élő hagyományokhoz, ideákhoz vagy meggyőződésekhez, művészeti vagy irodalmi művekhez – ez a kritérium csak egy másik kritériummal együtt alkalmazható (pl. a Pannonhalmi Bencés Főapátság).

A kulturális örökségek között tartjuk számon az ún. kultúrtájakat (történelmi tájakat), amelyek az ember és a természet kölcsönhatása révén alakultak ki – azaz emberkéz

alkotta őket, de a természeti hatásokkal szervesen együttműködve. A kultúrtájaknak három fajtáját különböztetjük meg:

- az ember által tudatosan megtervezett és kialakított tájképek, beleértve az épületekhez vagy épületegyüttesekhez kapcsolódó kerteket és parkokat is (pl. a versailles-i kastély kertje);
- olyan tájak, amelyek fejlődőképesek, és egy fejlődési folyamatot tükröznek, amelyek jelenlegi formája természetes környezetükhöz való kapcsolódásuk vagy arra való reagálásuk révén alakult ki (pl. a rizsteraszok Ázsiában, és ide tartozik hazánk három kultúrtája, a Hortobágy, a Fertő kultúrtáj és a Tokaji történelmi borvidék is);
- ún. társult értékeket hordozó (asszociatív) kultúrtájak, amelyek vallási, művészeti vagy kulturális jelenségeikkel kötődnek a természeti elemekhez (pl. a Tongariro-hegyvidék Új-Zélandon, amelynek vallási jelentősége van a maorik számára) (https://www.vilagorokseg.hu/https://portal.agr.unideb.hu/media/07_tajtipologia__Magyarország_tajtipusai__tajertekek_Magyarorszagon_10988.pdf).

A világorökségi kultúrtáj és a kulturális örökségturizmus

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Fülöp (FÜLÖP I, 1998) a kulturális jellegű turisztikai kínálatot két nagy részre osztja:

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

A kulturális örökségturizmus jelentősége szűkített értelmezésben (DANKÓ, 2010):

- Az épített értékek hasznosításával elősegíti azok védelmét, jövedelmet biztosít a karbantartáshoz.
- Elősegíti a tradíciók, szokások élővé tételét és fennmaradását.
- Közvetítő szerepet tölt be a különböző kultúrák között.
- Hozzájárul a területi különbségek kiegyenlítéséhez.
- Növeli a kulturális kínálatot.
- Ösztönzi a munkahelyek számának növekedését.
- Lehetőséget biztosít az életminőség javulására.
- Megismerteti az embereket más kultúrákkal.

A Tokaji történelmi borvidék kultúrtáj

Amint azt már a kulturális világörökségi helyszínek tipizálásánál példálózva jeleztük, az UNESCO a tokaji történelmi borvidéket kultúrtáj kategóriában 2002-ben világörökségi területté nyilvánította, két kritérium teljesítése alapján:

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

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

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

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

A Magyarország észak-keleti részén, Zemplénben elterülő borvidéken előkerült a mai szőlőfajták közös őseinek tekinthető miocén kori ősszőlő levelének lenyomata – elmondható tehát, hogy a szőlő Tokaj-hegyalján őshonos. Ez a kivételes mikroklímának; a vulkanikus és posztvulkanikus tevékenységek következtében kialakult talajviszonyoknak, a kedvező fekvésű lejtőknek, a Bodrog és Tisza folyók keltette őszi párának köszönhető.

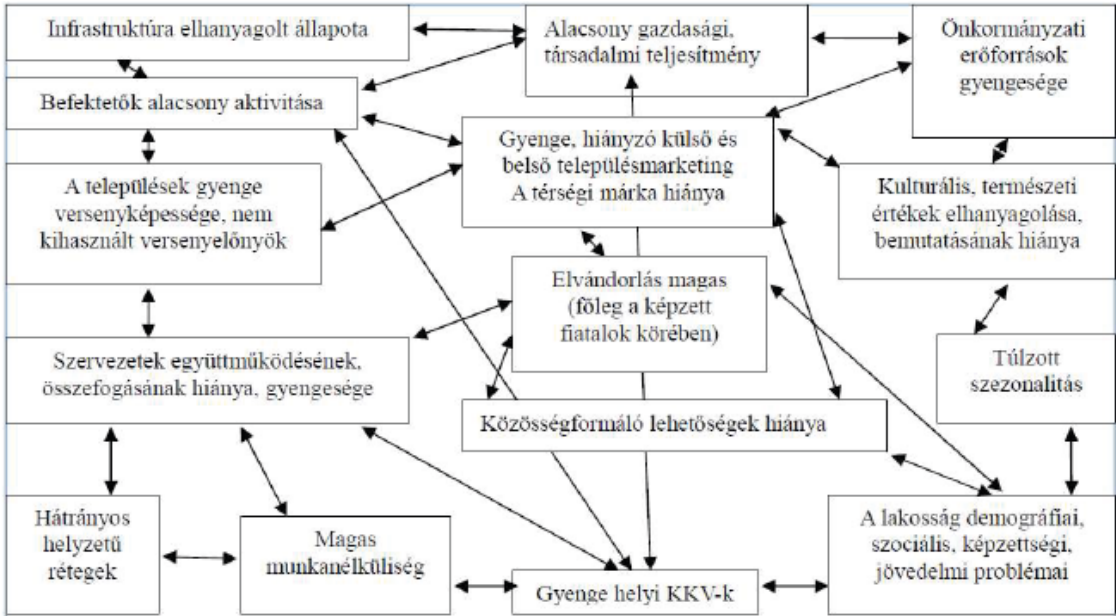
A hordónak való tölgyfák is itt helyben, az Eperjes-Tokaji-hegységben nőnek, a bor érését pedig a pincék falán megtelepedő különleges penész segíti. Az eredményt egészen a legutóbbi időkig gyógyszerként is számon tartották, XIV. Lajos francia király pedig a borok királyának, a királyok borának nevezte.

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

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

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

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



1. ábra: A kulturtáj problématerképe

Forrás: saját szerkesztés

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

Kulturálisörökség-turisztikai fejlesztés és marketing

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

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

Tokaj-hegyalja–Zemplén kiemelt turisztikai fejlesztési térség

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

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

A Magyar Kormány 1092/2017. (II. 21.) határozatával elfogadta a Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség kiemelt turisztikai fejlesztési térség 2017–2020-ra szóló stratégiai fejlesztési programját. A Tokaj-hegyalja és a borvidékhez kapcsolódó települések (összesen: 73) vonatkozásában a turizmusban közvetlenül releváns – s reményeink szerint vendégelégettséget növelő – EU társfinanszírozású és hazai forrású – eredeti kormányrendeletben nevesített – fejlesztések:

- Élménypontok kialakítása: Szegi, Makkoshotyka, Mád;
- Gasztronómiai és borturisztikai mesterképző központ (GINOP-7.1.9);
- Mád/Mezőzombor látogatóközpont;
- Mintagazdaságok hálózatának kialakítása (borút – GINOP-7.1.9);
- Sátoraljaújhely Bortemplom látogatóközponttá alakítása;
- Sátoraljaújhely, Ungvári pincesor fejlesztése;
- Tarcal, Szüretelőház fejlesztése;
- Tokaji bormúzeum látogatóközponttá alakítása;
- Tokaj kiemelt turisztikai fejlesztési térség attrakciófejlesztése;
- Tolcsva, Rákóczi-kastély és pince.

Tokaj-hegyalja és Zemplén európai uniós finanszírozású fejlesztései a rendelet szerint 29,5 milliárd forintot tesznek ki, közülük kiemelkedik 21,1 milliárd forinttal a Mezőzombor–Sátoraljaújhely vasútvonal villamosítása.

A kormányhatározat szerint a fejlesztések előkészítési feladataiba bevonják a Tokaj Borvidék Fejlesztési Tanácsot, illetve a kormány felkéri a tanácsot, hogy a fejlesztési program megvalósulásának folyamatát kísérelje nyomon, és szükség esetén kezdeményezze a program felülvizsgálatát.

A Kormány – rövid társadalmi vitát követően – megtárgyalta és 2017 októberében elfogadta a részére bemutatott „Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030” című dokumentumot, és annak megvalósítása érdekében megbízta a nemzeti fejlesztési minisztert, hogy a Magyar Turisztikai Ügynökség Zártkörűen Működő Részvénytársaság útján gondoskodjon a stratégiában megfogalmazott célok megvalósításáról.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 feladata, hogy a turisztikai szemléletváltás megalapozásával, a főbb beavatkozási pontok azonosításával, stratégiai célok kijelölésével rövid, közép- és hosszú távon definiálja az állam feladatait az ágazatban, illetve a célok eléréséhez megfelelő eszközöket, forrást és intézményrendszert rendeljen.

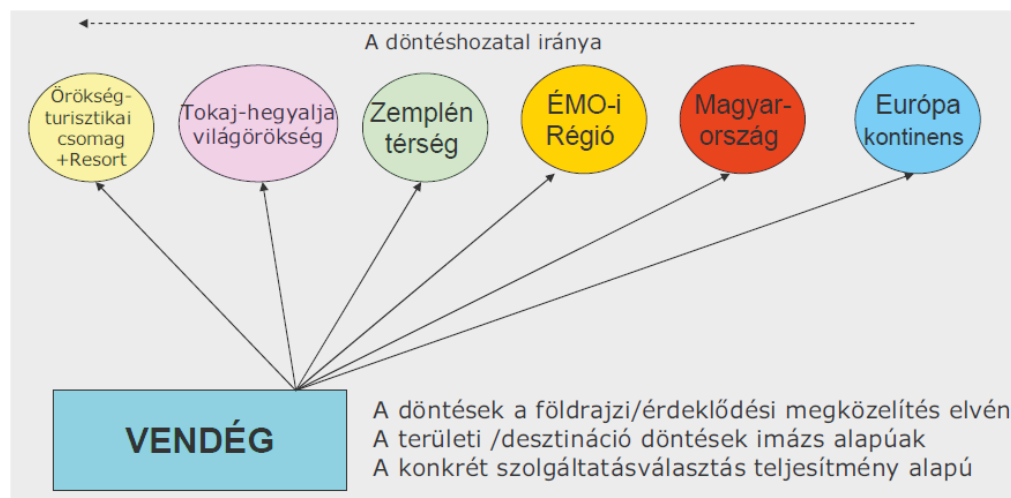
A desztinációs megközelítést kiegészítő új szemléletű attrakciófejlesztési és alpinfraktúra-fejlesztési logika biztosítja a fejlesztett attrakciók gazdasági-társadalmi-környezeti fenntarthatóságát, továbbá azt, hogy minőségi élményt biztosítsanak a látogatók számára. Emellett kijelöli az attrakciófejlesztések irányát és főbb tartalmi követelményeit akkor, ha az attrakciófejlesztés desztináción belül, illetve ha azon kívül történik. A stratégia kiemelten foglalkozik az állami turizmusirányítás új, integrált intézményrendszerének bemutatásával és az állam turizmusban betöltött szerepének meghatározásával.

Kulturális örökségturisztikai termékfejlesztés és marketing

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

A települések és a borvidék különböző jellemzők, karakterek összessége, amelyek egyedi módon demonstrálják, közvetítik a térség értékeit. A különböző régiók versenyképességének összehasonlításában, megítélésében – a „komplex terméket” alakító folyamatok formálásában – jelentős hangsúlyt kapnak azok az alkotóelemek, amelyek

tradicionálisak, egyfajta sajátos, csak erre a világörökségi területre jellemző szellemiséget, értékrendet tükröznek. Ezen jellemzők alapján születik meg a turisták részéről a desztináció kiválasztására vonatkozó döntés (2. ábra):



2.ábra: A kultúrtáj mint desztináció választása

Forrás: saját szerkesztés

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

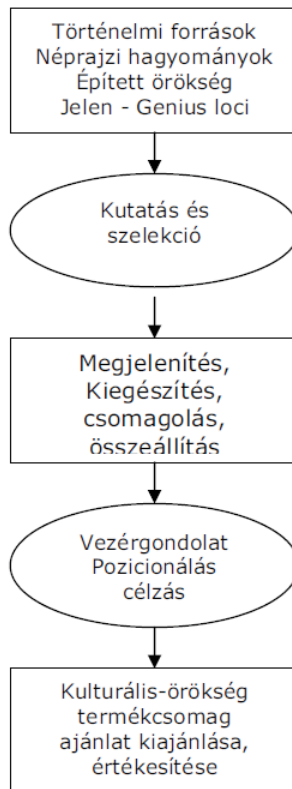
- Helyi/térségi gazdasági élet szereplői: a már itt működő vállalatok további fejlődésének elősegítése, a kisvállalkozások beindulásának támogatása;
- a külső befektetők, vállalkozások új turizmus-vendéglátási szolgáltatásokat bővítő befektetésekre, munkahelyek létesítésére csábítása;
- turisták: az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

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

A célszegmensek 6 fő csoportja mellett azonban nem feledkezhetünk meg a további szereplőkről sem, akiknek véleménye, hangja sokszor erősebben érvényesül, mint ahogyan azt a súlyához mérten várnánk. Éppen ezért érdemes minden mikroszegmenst településenként értelmezni és azonosítani, s feljük célzott kommunikációt folytatni.

Termékfejlesztés és marketing

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



3.ábra: A kulturálisörökség-termék fejlesztése és piacosítása

Forrás: saját szerkesztés

Az örökségi termék kialakítása (3. ábra) több szakaszból álló tevékenység eredménye. Az kulturális örökség „termék” tervezésének első szakaszában a történelmi, néprajzi, irodalmi, építészeti források szelekciója, kutatása, mindezek jelen időben, a „hely szellemében” való tettenérése, különböző szempontok alapján (pl. mi az, ami egy városlakó vagy potenciális fogyasztó, látogató számára értékes lehet) való szelekciója valósítandó meg.

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

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

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

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

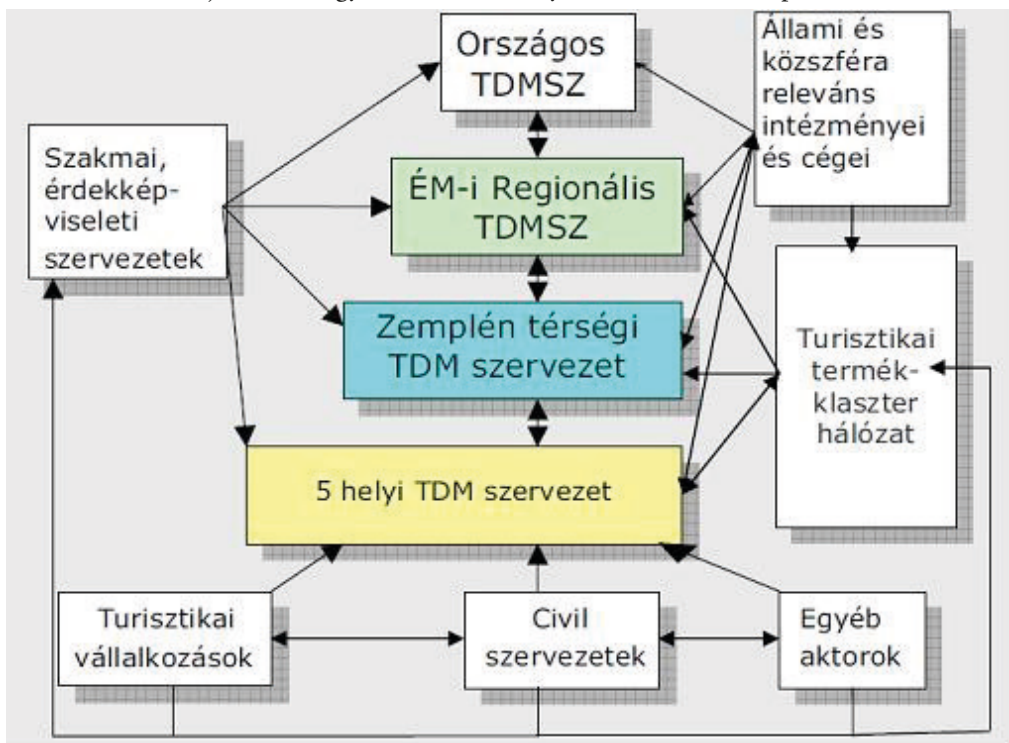
A borvidék örökségturisztikai marketingjének szervezeti háttere

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 megvalósításának kiemelt szereplője tehát az állami turizmusirányítás csúcsszervezete, a Magyar Turisztikai Ügynökség, amely az első, nagyjából 2023-ig terjedő időszakban jelentős állami szerepvállalással kritikus tömegű fejlesztés megvalósítását generálja az ágazatban, felépíti a megújult turisztikai

országmarkát és a kapcsolódó márkarendszert, emellett megteremti az ágazat tisztességes és versenyképes működésének keretfeltételeit, jelentős figyelmet fordítva a humán feltételek fejlesztésére is.

A turizmusfejlesztési törvény szerint a kiemelt fejlesztési térségek meghatározó szervezetei a turisztikai projektek fejlesztését, üzemeltetését végző, 100%-os állami tulajdonban lévő, szakmailag az MTÜ-höz köthető cégek lesznek – ezek egyértelműen nem TDM-szervezetek, és a jelenlegi információk alapján nem is kívánnak azok lenni, sem döntéshozatalukban, sem tevékenységükben.

Ugyanakkor Tokaj-hegyalja–Zemplén–Abaúj térségében 2011 óta működik az 5 helyi turisztikai egyesület, illetve az általuk létrehozott térségi együttműködés (4. ábra), amiből jónéhány elképzelés kiindult az elmúlt években és amely kezdeményezések a megvalósulás különböző fokára jutottak, vagy erőforrások hiányában maradtak elképzelések.



4.ábra: A kulturális örökség-termék fejlesztésének zempléni szereplői

Forrás: saját szerkesztés

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

A világörökségi TDM-egyesületek turizmusmarketing-tevékenysége hármas céllal dolgozik:

- **Belső céllal:** az egyesületi tagok: vállalkozások, önkormányzatok, intézmények és civilek közötti hatékony párbeszéd, információáramlás megvalósítása. A hatékonyság elérésének első számú feltétele az, hogy az egyesületek vezetősége és munkaszervezetei azonosítani tudják magukat a tagsággal, és a tagság is azonosulni tudjon a menedzsmenttel. Ez az egyesületi menedzsmentek belső PR-kommunikációs feladata.
- **Külső céllal:** Tokaj-hegyalja imázsának formálását az önkormányzatokon kívül nagyban az itt élő polgárok, a gazdasági élet szereplői, a látogatók, a média és egyéb, az önkormányzattól független szervezetek és intézmények alakítják, jelentősen befolyásolják. E tevékenységek összehangolása, egyeztetése szükséges a település- és turizmusmarketing keretében a kívánt arculat kialakításához.
- **Hálózati céllal:** szoros együttműködés kialakítása célszerű a desztináción belüli és távolabbi környezetében (Bodrogköz, Taktaköz, Harangod, Zempléni-hegység kistájak) elhelyezkedő településekkel, látogatókkal. Ezáltal a turizmusmarketing fontos helyet foglal el a régiómarketing alakításában. Ebbe a munkában a világörökségi terület TDM-egyesületei a Zemplén térségi TDM-szervezeten keresztül kapcsolódhatnak be. Eddig MTÜ-jelzések szerint szükségesnek tartják a térségi TDM helyismertetének, tapasztalatainak hasznosítását.

Az elmúlt időszak jelentős közös turizmusmarketing-munkája a – tokaji TDM gesztorságával koordinált - VITOUR LANDSCAPE projekt, mely keretében a világörökségi borvidéken fellelhető látnivalók hangos okostelefonos idegenvezetés formájában a csatlakozó települések által feltöltött túrák, séták ingyenes bemutatását, fotóanyagok elkészítését és az ehhez szükséges technikai fejlesztést tartalmazta. A rendszer nyitott most már minden zempléni települési és szolgáltatói csatlakozásra.

Amit a rendszer fokozatos feltöltése után tud:

- online és offline üzemmód (hogy ne kelljen az adatforgalomért fizetni),
- egy-egy település, valamint teljes térség térképe,
- a teljes Zemplén összes TDM-szervezetének portáljáról is letölthető adatbázis, illetve kezelőfelület,
- hangos navigáció – mintha valóban kézen fognánk a vendéget, s amely nemcsak a látnivalókról, hanem a szolgáltatókról is tájékoztatást nyújtanak,
- önálló bemutatkozási lehetőség, kezelőfelület minden csatlakozó szolgáltató számára, nyitva-zárva üzemmód,
- önálló bemutatkozási lehetőség a borászatoknak, akik a pince/borászat mellett a boriskálát is bemutathatják,

- hangos útikalauzként elegendő csak zsebre vágni a készüléket, mivel a felfedezés közben úgylis látványosságtól látványosságig vezeti a vendéget a rendszer.

Minden látványosság (leírások és azok hangjai, képei), illetve további érdekes történetek automatikusan a megfelelő helyen és időben jutnak el a felhasználóhoz (a GPS-es mobilnak köszönhetően). Az alap rendszer a fogyasztóknak ingyenes, fizetősek lehetnek viszont a vezetett séták és túrák. Az adatfeltöltés függvényében válhatnak elérhetővé a világhálón és a mobil App-store-okban is.

A térségi TDM marketingcéljaira közös honlap kialakítására és üzemeltetése is sor került, s elindult a térségi TDM minősítési eljárás.

A jogi bizonytalanság és az új önkormányzati törvény 2012. évi bevezetése, az önkormányzatok intézményfenntartási feladatainak nagy mértékű csökkentése s ezzel egyidejűleg a turizmussal összefüggő feladataik nevesítése egyes TDM-eknél oda vezetett, hogy a funkciócsökkentés hatására a turizmus a látványpolitizálás könnyűnek látszó terepévé vált. A „vegyes” összetételű civil szervezeteket (önkormányzatok nem kerülhetnek többségbe) már nem övezte az a „bizalom”, ami a TDM-ek 2011. évi alakulásakor még fennállt.

Hivatkozott források:

- 1092/2017. (II. 21.) sz. kormányhatározat <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A17H1092.KOR×hift=ffffff4&txreferer=00000001.TXT>
2011. évi LXXVII. törvény a világörökségről <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1100077.TV>
2016. évi CLVI. törvény a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1600156.TV>
- https://portal.agr.unideb.hu/media/07_tajtipologia__Magyarország_tajtipusai__tajertekek_Magyarorszagon_10988.pdf Letöltés dátuma: 2019. 07. 02.
- A kulturális örökség védelméről szóló 2001. évi LXIV. törvény <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A0100064.TV> Letöltés dátuma: 2018. 11. 03.
- A Tokaji Borvidék Kulturtáj Világörökség Kezelési Terve (2003) Közreadó: Tokaj Fejlesztési Tanács, Tokaj
- Dankó L. (2011): Tokaj-hegyalja örökségturisztikai koncepciója. In.: Örökségértékek és turizmusfejlesztés, Sárospatak, SKTE, 324 p.
- Dankó L.(2010): Közösségi turizmusfejlesztés. In.: Marketingkaleidoszkóp, 2010 Miskolc, ME Marketing Intézet, pp.: 63–94.

- Dankó L. (2017): Térségi desztináció-menedzsment fejlesztése Zemplénben. In: Zempléni gazdaságfejlesztési tanulmányok, 2017. Sárospatak pp.: 172–192.
- FÜLÖP I. (1998): A kulturális nagyrendezvények szerepe a térségi turizmusfejlesztésben. Művelődéstudományi tanulmányok, Debrecen, pp. 53–72.
- HAGYOMÁNY–TERMÉSZET–MODERNITÁS (2016): Tokaj, Tokaj Borvidék Fejlődéséért Nonprofit Kft.
- HÖRCSIK R: (2011): Sárospatak szerepe a Tokaj-hegylajai történelmi borvidék kultúráj világörökség fejlesztésében. In.: Örökségértékek és turizmusfejlesztés, Sárospatak, SKTE, 324 p.
- Kulturális Turizmus Éve 2009 <http://kultura.itthon.hu/index.php> Letöltés dátuma: 2011. 04. 13.
- Puczko L. – Rátz T. (2011): Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei Budapest, Akadémiai Kiadó, 342 p.
- UNESCO (1972): Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage www.whc.unesco.org/en/conventiontext Letöltés dátuma: 2018. 11. 03.
- Világörökség Magyarországon www.vilagorokseg.hu Letöltés dátuma: 2018. 11. 03.

Szerző

Dankó László

PhD, a közgazdaságtudomány kandidátusa

Tanszékvezető egyetemi docens

Miskolci Egyetem

mardanko@uni-miskolc.hu