



Sarkadi Tünde

## Mindennapok az észak-magyarországi világörökségi helyszíneken

### Bevezető áttekintés

*(A kutatás célja és módszertana)* Észak-Magyarország ma az egyetlen magyarországi régió, amely három világörökségi helyszínt is a magáénak mondhat: Hollókő ófalut és táji környezetét (a továbbiakban: Hollókő), az Aggteleki-karsztot, valamint a Tokaji történelmi borvidéket (a továbbiakban: Tokaji borvidék). A kutatás elsődleges célja az érzelmi viszonyulás, identitás és felelősségvállalás, valamint az együttműködési készség vizsgálata volt. További szempont a kulturális és turisztikai szegmens kapcsolódása a közművelődési feladatellátáshoz. Lényeges volt feltárni azt is, hogy a rangos cím birtokában milyen kezdeményezések valósultak meg intézményi és vállalkozói szinten, illetve jelenleg mekkora integráló erővel bír a világörökségi cím. A kutatást négy célcsoportban végeztük; a lakosság körében a világörökségi címmel kapcsolatos ismeretek és jártasság, a vállalkozói körben a gazdasági környezet változása, a felelősségvállalás és az együttműködés, a kulturális intézményekben a termékkínálat kapcsolódása és az együttműködés, valamint önkormányzati szinten a világörökségi címhez való viszonyulás és az integráló szerepkör megismerése állt előtérben.<sup>1</sup>

*(Vizsgált minta és mintavétel)* Megfelelő források hiányában nem állt módunkban reprezentatív mintát használni, ugyanakkor meg kell jegyeznünk, hogy a kutatás – a vizsgált indikátorok tekintetében – hiánypótló, nemcsak régiós, hanem országos viszonylatban is. A kérdezőbiztosi feladatok ellátására minden településen felkészült és a vizsgált területet jól ismerő szakembereket kértünk fel. A három helyszín lakóinak körében összesen 269 kérdőív készült, 70%-ban 20-60 év közötti válaszadóktól, akik között a nemek és az iskolai végzettség megoszlása kiegyensúlyozott volt. Számszerűen: Hollókőn és az Aggteleki-karszt területén 60-60 db, a Tokaji borvidéken 149 db lakossági kérdőívet töltöttünk ki. Vállalkozói körben 50 db kérdőíves és személyes megkeresést kezdeményeztünk, a kulturális és önkormányzati területen pedig széles körben megkerestük az intézmények dolgozóit és képviselőit. A fókuszcsoportos beszélgetéseket területi lefedettséggel és reprezentatív módon végeztük.

*(Az UNESCO és a világörökségi cím)* A világ kulturális és természeti örökségének védelmére vonatkozó Egyezményt 1972-ben hozta létre az UNESCO azzal a céllal, hogy jogi, adminisztratív és pénzügyi keretet biztosítson a Föld egyetemes értékeinek védelmére. A szerződésben meghatározták a „kulturális” és a „természeti” örökség fogalmát is. A címre felterjesztett helyszínek komoly versenynek és bírálati szempontoknak kell, hogy megfeleljenek, és a kiválasztás szempontjait számos – politikai, kulturális, gazdasági, természeti – tényező határozza meg. Magyarország 1985-ben csatlakozott a Világörökség



Egyezményhez. Az UNESCO Világörökség Bizottsága 1987-ben két magyarországi helyszínt vett fel a Világörökségi Listára, Budapestet (Várnegyed) és Hollókőt. 2002-ben a Tokaji történelmi borvidékkel már nyolcra emelkedett hazánk világörökségi helyszíneinek száma. A helyszínek közül hét a kulturális, egy a természeti kategóriában kapott státuszt. 1995-ben az Aggteleki-karszt és a Szlovák-karszt barlangjai a természeti kategóriában Szlovákiával közösen kapták meg az elismerő címet.

(Az észak-magyarországi turisztikai régió) E régió jellemzően az egynapos belföldi utazások legnépszerűbb úti célja (25,2%), megelőzve Dél-Alföldet (19,3%) és Budapest–Közép-Dunavidéket (16,3%). A többnapos utazások esetében pedig Budapest–Közép-Dunavidék után a második (19,4%). Az utazások jelentős része az egynapos (35,6%) és a többnapos (52,4%) tartózkodás esetén is jellemzően a nyári, június-augusztusi időszakra esik. A vendégforgalom 2009-ben a kereskedelmi szálláshelyeken mindenütt csökkent, Észak-Magyarország esetében a vendégek száma 8,3%-kal, a vendégéjszakáké pedig 8,4%-kal. E mutatókkal a régió a középmezőnyben foglal helyet, megelőzve Budapest–Közép-Dunavidéket (-9,7% és -9,9%), valamint Észak-Alföldet (-10,9% és -12,2%) és Dél-Alföldet (-10% és -11,1%). A régióba látogató vendégek több mint 80%-a belföldi.<sup>2</sup>

(A régió fejlesztési stratégiája) A Magyar Turizmus Zrt. megbízásából 2006-ban elkészült az *Észak-magyarországi régió turizmusfejlesztési stratégiája*, amely a 2007–2013 közötti időszakra vonatkozóan kíván irányokat és viszonyítási pontokat mutatni minden, a régióban történő turisztikai fejlesztésnek. A dokumentum figyelembe veszi a 2000-ben készített regionális turizmusfejlesztési koncepció óta szerzett tapasztalatokat és a megváltozott piaci körülményeket.<sup>3</sup> Egyik fontos célkitűzése a közösségi és vállalkozói szintű együttműködés megvalósítása. Kiemelt vonzerőként kezeli a világörökségi helyszíneket és a hangsúlyt növekvő ismertségükre helyezi. Fontosnak tartja a tematikus utak és a kulturális szolgáltatások bekapcsolását a helyi és térségi szintű fejlesztésekbe annak érdekében, hogy integrált működési elvek valósulhassanak meg. Az összesített régiós vonzerőleltárban messze a legmagasabb „pontszámmal” (találatok) szerepelteti a kulturális és örökség vonzerőket, mint a stratégia időszakában (2007–2013) kiemelten kezelt területet. Fejlesztendőként jelöli meg – többek között – a jelenleg még közepes szintű termékkínálat és turisztikai szolgáltatások színvonalát. Gyenge értékesítési- és kommunikációs tevékenységet állapít meg, ezért javítani kívánja a szakmai együttműködések hatékonyságát. Legfőbb cél a versenyképesség erősítése: fogadókészség és színvonalas termékkínálat, valamint – a hatékony piacra jutás érdekében és a különböző szintű együttműködések létrejöttével – a desztinációs menedzsment megteremtése. Észak-Magyarország sokszínű és egyedi arculattal rendelkezik, amely mint értékes turisztikai márka (brand) jelenhet meg. A világörökségi helyszínek egyedisége nemzetközileg is jól pozícionálható: Aggtelek és térsége, Tokaj–Zemplén, Hollókő–Szécsény–Ipolytarnóc. Ugyanezen elvet erősíti az ún. „3D Stratégiai program-kocka”, amely a három világörökségi helyszín tengelyén javasolja a turizmusmarketing és márkafejlesztés erősítését.<sup>4</sup>

(A Turisztikai Desztináció Menedzsment /TDM/ szükségessége) A látogatók többségét a kultúra, az örökség és a természeti értékek iránti érdeklődés motiválja, ugyanakkor a cím elnyerése nem jelenti automatikusan a látogatószám növekedését. Ezt különböző tényezők befolyásolják, így pl. a helyszín megközelíthetősége, infrastruktúrája, ismertsége és márkanéve. A kevésbé ismert helyszínek általában nem vonzanak jelentősen több látogatót a cím elnyerését követően sem. Ennek eléréséhez célzott marketing tevékenységre,



tudatos és hosszú távú térségfejlesztésre, valamint a piaci szereplők összefogására és együttműködésére van szükség. A térségi menedzsmentnek foglalkoznia kell nemcsak a megközelíthetőség és az ismertség kérdésével, hanem a helyi turisztikai és kulturális szolgáltatásokkal, az információellátással és a turizmus térségre gyakorolt hatásával, problémáival is. Gyakori, hogy a jelentkező problémák érdekellentéteket eredményeznek: míg a helyi lakosok a foglalkoztatottság és az életszínvonal emelkedését várják a világörökségi címtől és a látogatói szám növekedésétől, a vállalkozók a szigorúbb és nehezebb előírások következtében fejlesztési-befektetési nehézségekkel szembesülnek, a térség vezetői pedig az értékek megóvásáért további korlátozásokat léptetnek életbe.<sup>5</sup> Az ellentétek feloldása általában szervezeten, a helyi intézményi együttműködési struktúrán belül vezethet eredményre.

*(A TDM szerepe a térség fejlesztésében)* A régiós sajátosságok – a humán és anyagi erőforrások hiánya – visszatükröződött a régiós TDM-szervezet kialakulásában, ugyanakkor elmondható, hogy az észak-magyarországi rendszer jelentős fejlődést és integrációt ért el az elmúlt évek során. Vizsgált területünkön, a világörökségi helyszínekhez kapcsolódva, mások mellett létrejött a Hollókő–Ipolytarnóc–Salgótarján és a Tokaj-Hegyalja, Taktaköz–Hernád-völgye TDM. Az egyesületek legfontosabb célja a turisztikai programkínálat koordinálása és az idegenforgalmi információs infrastruktúra hatékonyabb működtetése. Előkészítés alatt áll az Aggteleki- és Szlovák-karszt esetében a magyar–szlovák TDM-együttműködés, amely a közös turisztikai infrastruktúra fejlesztését, ezen belül a szálláshely kapacitás színvonalának javítását, valamint a turisztikai és kulturális szolgáltatások bővítését és fejlesztését irányozta elő. A régióban jelenleg hét nyertes TDM-szervezet működik.<sup>6</sup>

### Kutatási eredmények

*(Ismertség, tájékozottság)* A világörökségi cím ténye mindhárom helyszínen és minden vizsgált célcsoportban kiemelkedően magas volt: a lakosság körében a Tokaji borvidék kivételével (ahol 97% volt az igennel válaszolók aránya) minden megkérdezett tudta (100%), hogy lakóhelye az UNESCO által védett területen található. Vállalkozói körben – erre a kérdésre – mindhárom helyszínen ugyancsak 100%-ban pozitív választ kaptunk. A kulturális intézmények dolgozói és az önkormányzatok képviselői mindennapi munkájukból adódóan az első témakör kérdéseire szintén igenlő válaszokat adtak, ugyanakkor a megkérdezettek köre számarányában – objektív okokból – nem mérhető az első két csoportéhoz. A logó ismeretére – érthető módon – már jelentős szórással kaptunk értékeket. A lakossági válaszok azt tükrözték, hogy Hollókőn 41% „már látta” (vagyis nem volt feltétlenül tudatában) és 44% tudatosan felismerte a logót. Az Aggteleki-karszt esetében meglepően pozitív eredményt kaptunk: 75%-uk pontosan ismerte a logót. A Tokaji borvidéken szinte fordított volt az arány: 56% mondta, hogy már látta és csak 18% ismerte fel határozottan. Ez utóbbi helyszínen a földrajzi kiterjedtség és az eltérő fejlettségi színvonal is eredményezhette ezt az adatot. A kiadványok elérhetőségére vonatkozóan („Találkozott-e már a világörökségi helyszínt bemutató kiadvánnyal?”) a válaszok az előző kérdéshez hasonlóan alakultak. Hollókő esetében 30%, az Aggteleki-karszt esetében 40% azoknak az aránya, akik rendelkeznek kiadvánnyal, és 40%, illetve 32%, akik gyakran találkoznak vele. A jóval kiterjedtebb Tokaji borvidéken 21%-uk még soha sem, 48%-uk pedig egyszer már látta.



# 1 tudomány és társadalom

*(Életminőség és mikrokörnyezet)* A megélhetési lehetőségek változása és annak megítélése kapcsán a lakosság Hollókön 80%-ban pozitívumot tapasztalt, ugyanakkor az Aggteleki-karszton és a Tokaji borvidéken kiugró arányban, 70%-uk véli úgy, hogy nem történt változás. A vállalkozók esetében kapott válaszok jóval diverzifikáltabbak: Hollókön 50%-uk véli úgy, hogy nem történt semmi, ugyanennyien pedig pozitívan ítélik meg az eltelt időszakot. Az Aggteleki-karszton 80%, a Tokaji borvidéken pedig 60% azok aránya, akik nem tapasztaltak változást. Figyelemre méltó, hogy a „nincs változás” mint csöndes passzivitás jelenik meg, vagyis burkolt elutasítása a világörökségi címhez kötődő új körülményeknek. Közvetlenül tapasztalható eredmények nem látszanak. A Tokaji borvidéken leginkább a már említett nagy területi kiterjedés és eltérő infrastruktúra lehet – egyebek mellett – a magyarázat. Az Aggteleki-karszt területén is több tényezőből adódhat az eredmény: részben a terület hagyományosan elzárt és fejletlen gazdasági-infrastrukturális szintje, részben pedig az ott élők bezártsága, a kulturális és turisztikai szolgáltatások fejletlensége, forráshiányos állapota miatt. A külső környezetben tapasztalt változás megítélése sokkal egyértelműbb. A kérdésre („Változott-e a település arculata, amióta világörökségi helyszín?”) adott pozitív lakossági válaszok lényegében egybehangzóak: mindhárom helyszínen magasan 50% feletti értékeket kaptunk.

*(Érzelmi viszonyulás és együttműködési készség)* A még kihasználatlan lehetőségek szempontjából is jelentős tényező a világörökségi címmel való azonosulás, lojalitás és vállalás kérdése. A civil szervezetbeli tagságra utaló kérdésre („Tagja-e civil szervezetnek, amely tevékenységében köthető a világörökségi címhez?”) adott válaszok jól mutatják a civil szféra fejletlenségét és elégtelen integráló hatását. Az Aggteleki-karszt területén közel egyenlő arányban vannak a tagsággal rendelkezők és nem rendelkezők (47% és 48%), Hollókön és a Tokaji borvidéken viszont rendkívül magas (88%, illetve 71%) a tagsággal nem rendelkezők aránya. Valamivel tudatosabb és szervezettebb a vállalkozói réteg. Az Aggteleki-karszton nincs lényegi eltérés a két célcsoport között, Hollókön és a Tokaji borvidéken azonban valamivel kedvezőbb adatokat kaptunk; úgy tűnik továbbá, hogy a két utóbbi helyszínen minden második tagsággal rendelkező vállalkozó egy vagy két szervezetnek is tagja. Hollókön és a Tokaji borvidéken igen magas az önkéntességi arány (57%–48%), amely a jelenlegi helyzetben jórészt kihasználatlan, hiszen az egyesületi tagsággal nem rendelkezők aránya is nagyon magas. Meglepő az Aggteleki-karszton adott válaszok megoszlása: 69%-uk csak akkor részt, ha megfizetik, vagyis a világörökségi címmel való azonosulás és lojalitás nagyon alacsony fokú, ugyanakkor a nemmel válaszolók aránya elenyésző, vagyis a világörökségi helyszín kézzelfogható és létező tényező, de a lakosság többsége úgy érezheti, hogy közvetlenül nincs köze hozzá és ezért nem is érdeke, hogy a helyszín érdekében önzetlenül tegyen. (Ezzel szemben a másik két helyszínen a fizetséget várók és nem várók aránya közel azonos.) Az Aggteleki-karszt esetében olyan, védettség alatt álló természeti kincsről van szó, amely a föld felszínén nem látható (hiszen barlangrendszerrel van szó), és a helyszínt kezelő és megóvó szervezet a településektől független, állami intézmény. Az éves működtetésbe és a szolgáltatások kialakításába a helyiek nem, vagy csak elvétve vannak bevonva. Részben joggal érezheti tehát az ott lakók többsége, hogy „a világörökségi helyszín a nemzeti parkra (Aggteleki Nemzeti Park) tartozik, nekünk nincs hozzá közünk.” A vállalkozói célcsoport viszonyulása azonban egyöntetűen pozitív, az Aggteleki-karszton kiugró, 80%-os hajlandóságot mértünk, gyökeresen ellentétes szemléletet, mint a lakossági körben. A to-



vábbi két helyszín, Hollókő és a Tokaji borvidék 70–70%-ban vállalna részt önkéntességi alapon. Megállapítható, hogy a civil szféra megerősítésére és integráló szerepvállalására nagy a hajlandóság mind a lakossági, mind pedig a vállalkozói célcsoportokban. Sajnálatos módon, jelenleg ez a fontos terület teljességgel kihasználatlan.

A világörökségi címhez kapcsolódó adatokból kiolvasható, hogy a települések lakossága nagy elvárásokkal tekintett a világörökségi cím elnyerésére. Hollókőn kaptuk a leginkább kiegyensúlyozott eredményeket: a válaszadók 46%-a véli úgy, hogy „voltak elvárások, egy része meg is valósult” – a mérleg tehát pozitív. Ne felejtsük el, hogy Hollókő az egyik legrégebbi címtulajdonos, így a legtöbb tapasztalattal rendelkezik. A világörökségi cím az ófalura, tehát egy településre koncentrálódik, ellentétben az Aggteleki-karszt és a Tokaji borvidék településeivel. A karszt területén a válaszadók 42%-a véli úgy, hogy a korábbi elvárások csak részben, és további 43%, hogy nem valósultak meg. A borvidéken, amely egyben a legfiatalabb a magyarországi helyszínek között, a lakossági megkérdezettek 32%-a csak részben látja megvalósulni elvárásait és 34%-nak pedig egyáltalán nem voltak elvárásai, de érdeklődéssel figyelte a folyamatokat. A vállalkozói szemlélet néhány pontban diverzifikált, ugyanakkor jelentős eltérést nem mutat: Hollókőn 60% véli úgy, hogy a várakozásai csak részben valósultak meg, de a nem-választ adók részaránya közel a fele a lakosságiaknak (10%). Az Aggteleki-karszt esetében 40%, aki úgy véli, hogy csak részben valósultak meg a várakozásai, és 50%-uk nem tapasztalt megvalósulást. A Tokaji borvidéken kiegyensúlyozott válaszokat kaptunk. Figyelemre méltó az elvárást meg nem fogalmazók aránya (20%), amely magasabb a két másik helyszínen kapott válaszok arányától.

Szintén a vállalkozói célcsoportban vizsgáltuk a szponzorációs tevékenység mértékét. A kapott válaszok alapján megállapítható, hogy Hollókő és az Aggteleki-karszt esetében nem jellemző a szponzoráció, ha mégis előfordul a tevékenység, akkor Hollókőn a civil szervezethez, az Aggteleki-karszton pedig az önkormányzathoz kapcsolódik. Ez utóbbi területén nem a világörökségi helyszínhez köthető. Ennek egyik markáns oka lehet a korábban már említett elkülönültség, valamint a világörökségi helyszín településtől független, állami intézményrendszerben való működése és a kooperáció hiánya. A Tokaji borvidéken kiegyenlített számadatokat kaptunk; 34%-uk nem folytat szponzorációt, 42%-uk azonban igen: fele-fele arányban önkormányzatot és civil szervezetet támogat.

*(Kulturális szolgáltatások és a programkínálat)* A kulturális intézmények rendezvénykínálata lassan változó folyamat. A megkérdezett intézményi dolgozók és önkormányzati képviselők körében megoszlottak a vélemények a tekintetben, hogy történt-e változás vagy sem. A legnagyobb változás Hollókőn tapasztalható, ahol 100%-ban átalakult a kínálat, ugyanakkor a világörökségi címhez közvetlenül nem kapcsolódik esemény. Mindhárom helyszínen hiányos a tudatosság, ugyanakkor a Tokaji borvidéken rendeznek a legtöbb (23%) kapcsolódó eseményt. A három örökségi téma közül a borvidék és évszázados tradíciói, valamint a megújuló hagyományok láthatóan jól illeszthetők a kulturális kínálatba. Mind a fókuszcsoportos beszélgetéseken, mind pedig az interjúkon megfogalmazódott, hogy a világörökségi cím integrálása a helyi hagyományokba nem zökkenőmentes, hosszú folyamat. A kulturális tevékenység során alkalmoszerű (Hollókő), vagy esetleges (Aggteleki-karszt) a többi helyszínnel való együttműködés. A Tokaji borvidéken egyelőre nem jellemző (85%) a további két észak-magyarországi helyszínnel való közös munka. A kulturális intézményekkel folytatott interjúk során felmerült az intézményi feladatellátás



problematikája: kinek szólnak a programok, illetve kinek szervezzék a programokat, a helyi lakosoknak vagy a helyszínre látogató turistáknak? Hollókő és az Aggteleki karszt esetében mindkettőt fontosnak tartották; a Tokaji borvidéken azonban főként a turistáknak szóló események meghatározóak. A mindennapok tapasztalata, hogy az ott lakók magánélete jelentősen háttérbe szorul vagy szinte nem is megvalósítható – vélte az egyik fókuszcsoporthoz tartozó hollókői lakos. Szintén a hollókőiek hiányolták leginkább a helyieknek szóló rendezvényeket, a „saját örömeinkre” rendezett hagyományápolást és ünnepeket. Megfogalmazódott az is, hogy más igényeket kell kielégíteni egy turistáknak szóló rendezvényen, és mást egy helyi eseményen. Ezeket a szempontokat a kulturális és turisztikai szolgáltatások kialakítása során figyelembe kell venni, egyébként sérülhet a világörökségi címmel szemben támasztott igény és elvárás, valamint a hosszú távú és „egészséges” értékmegőrzés.

(*Világörökségi cím és településfejlesztés*) Egybehangzó véleményként rögzítettük, hogy a világörökségi cím elnyerése mindhárom helyszín esetében fejlődést és fejlesztési lehetőségeket rejt magában, amit nem, vagy csak részlegesen használtak ki a települések. Egyik leggyakrabban említett indok a forráshiány, az infrastruktúra fejletlensége, a szigorú szabályozás és az ebből adódó befektetői bizalmatlanság. A címből eredő korlátozások visszafogják a fejlesztéseket és így a munkalehetőségek is beszűkülnek. A világörökségi cím számtalan előírás betartásával, kötelezettséggel jár. A települések gyakran öncélúnak, illetve nehezen megvalósíthatónak tartják ezeket; ha nincs munkalehetőség, akkor hogyan „éljék túl a mindennapokat”, miből finanszírozzák a szükséges fejlesztéseket, vagy akár a címmel együtt járó kötelezettségeket? A fejlesztési stratégia régiós szinten elkészült, de a helyi, kistérségi leképezés még várat magára vagy folyamatban van. Néhol a településfejlesztési stratégia nehezen tud kapcsolódni a világörökségi címmel együtt járó követelményekhez; mindez általában forráshiánnyal párosul. A finanszírozás területén probléma, hogy nincs elkülönített forrás a világörökségi helyszínekkel kapcsolatban, ezért a tervezés gyakran „ad hoc” jelleggel és nem feltétlenül hosszú távra történik. Mindezt a fókuszcsoporthoz tartozók beszélgatéseik során az aggteleki-karszt képviselői különösen nehéz problémaként értékelték. Tovább nehezíti az önkormányzatok helyzetét, hogy a cím elnyerése óta az adóbevételek leginkább stagnálnak, vagy csak szerény mértékben nőttek. A Regionális Operatív Program keretében nagy a hajlandóság a pályázati források elnyerésére, ugyanakkor az elégtelen vagy a minimálisnál alig jelentősebb helyi együttműködések megakadályozzák a nagyléptékű fejlesztések megvalósítását. A szigorú és bürokratikus szabályozás, valamint a formai hibák is nehezítik a sikeres pályázást. Eddig csak Hollókő nyert pályázatot kifejezetten a világörökségi címhez kapcsolódva. A jelenlegi pályázati rendszer a jelenleginél szélesebb körű összefogást és hosszú távú gondolkodást igényel.

### Összegzés és javaslatok

A kapott és összesített számadatok alapján a három világörökségi helyszín társadalmi–kulturális fejlődési különbségeket mutat, anélkül, hogy e különbségek összevethetők lennének. Hollókő jelenleg sikeresen együtt él a világörökségi címmel és az abból adódó előnyökkel és hátrányokkal. Vendégforgalmára a látogató-turizmus, az ún. kirándulók jellemzőek; nem generál vendégéjszakát és a szolgáltatások köre is egyhangú. Ez hosszú





távon visszavetheti a szükséges fejlesztésekben és a versenyképesség, valamint a szolgáltatások színvonalának emelésében. Korlátozott munkalehetőséget teremt és gyengíti a falu/ófalú lakosságmegetartó erejét. A kirándulók szakaszolt és időben nehezen tervezhető leterhelést jelentenek mind infrastrukturálisan, mind pedig a lakosság megszkott életvitelére nézve. Aránytalanul nagy terhelést és szennyezést kap a falu és természeti környezete egy-egy néhány napos ünnepi időszakban, tehát magas szezonálitással kell számolnunk. A lakosság és a vállalkozók körében kiemelkedően magas az önkéntességi hajlam, amely a szervezetlen és hiányos együttműködések (civil tagság és szervezetek hiánya) folytán teljességgel kihasználatlan. Távolatilag mindenképpen szükség van a helyi lakosokra nehezedő terhek csökkentésére, saját hagyományok újratereztésére és saját ünnepek megtartására, a közösség ápolására. A meg nem valósult elvárások tendenciáját javítani csak hosszú távon lehet, például a civil szféra fejlesztésével és a hagyományos kézműves szolgáltatások bővítésével.

Az Aggteleki-karszt több szempontból is speciális helyzetben van: hagyományosan elmaradott és fejletlen térségben, ahol a növekvő szociográfiai problémák erősítik az elvándorlást és a települések elnéptelenedését, ún. „üdülőfalvakká válását”.<sup>7</sup> Alapvető társadalmi gondok középette és forráshiányosan rendkívül nehéz fejlesztésről és stratégiáról gondolkodni. A karszt önkormányzati vezetői és a nemzeti park között párbeszéd sincs, nemhogy széleskörű együttműködés. A települések úgy érzik, nem vonják be őket a döntésekbe, kérdések merülnek fel a területi lehatárolással kapcsolatban is, és nincs egységes törvényi szabályozás sem. A fókuszcsoportos beszélgetések során ezek voltak a leghatározottabban megfogalmazott problémák, gátló tényezők. Mindezek nemcsak társadalmi szinten, de a turisztikai mutatókban is megmutatkoznak: évről-évre csökken a turisták száma (vendégéjszakák), hiszen mindösszesen egy kereskedelmi szálláshely található a karszt közelében. Látható, hogy a térség nem tudja felvenni a versenyt a távolabbi és fejlettebb térségekkel; távolatilag nagy szükség lenne a szlovák szervezetekkel és turisztikai szolgáltatókkal való együttműködésre is. A helyi idegenforgalmi marketing – a helyzetből és a szakemberhiányból adódóan – nélküli az összefogást és a tudatos tevékenységet, a kiszámítható működést. A nem túl távoli jövőben létrehozandó Aggtelek–Edelény TDM-szervezet sokat javíthatna a térségi összefogáson, a kulturális és turisztikai szolgáltatások fejlesztése és hatékonyabb piacra juttatása érdekében.<sup>8</sup>

A Tokaji borvidék változatos és különböző fejlettségű településeket foglal magában, ennek következtében nehézkes az összefogás, nemcsak távolságokat, hanem eltérő érdekeket kell összehangolni. Szükség van a civil szervezetek megerősítésére, annak érdekében, hogy a nagymértékű önkéntesség kifejthesse szinergikus hatását mind a vállalkozók, mind pedig a lakosság körében. Ezt a pozitív tendenciát erősíti az időközben megalakult Tokaj TDM-szervezet, amely ez év márciusában 14 helyi önkormányzat, 2 kistérségi társulás, 50 turisztikai szolgáltató és 6 szakmai egyesület összefogásával alakult meg. Tevékenységével javulás várható az információ menedzsment és a közös marketing tevékenység területén is.

Bár a jelenlegi kutatás forrásai nem tették lehetővé a tágabb, a turisztikai tevékenység indikátorait is magában foglaló vizsgálatot, a téma elemzése során szükségesnek láttuk felvázolni a régiós turizmusfejlesztési stratégia néhány fontos és idevágó kérdését, valamint néhány meghatározó tendencia bemutatását. A régió kulturális, gazdasági, turisztikai fejlődése csak összefogás és hatékony együttműködés útján valósítható meg.



A TDM-szervezetek megalakulásával és fejlesztésével erre kedvező lehetőség nyílik. A közös érdekek felismerésével, az erőforrások hatékony alkalmazásával minőségi előrelépés érhető el.<sup>9</sup>

## Jegyzetek

<sup>1</sup> *Jelen tanulmány alapjául a Kul-túra Közművelődési és Idegenforgalmi Alapítvány 2009. IV. negyedévében végzett kutatása szolgált, amelynek megvalósítását a Nemzeti Kulturális Alap (NKA) Közművelődési Szakmai Kollégiumának egyedi pályázati támogatása tette lehetővé. A kutatásban közreműködő szakemberek: Berecz Béla, Bordás István, Csatlósné Komáromi Katalin, Dévald István, Sarkadi Tünde, Stumpf Gábor, Smelkó István, Szablyár Péter.*

<sup>2</sup> Erről részletesen lásd: *Turizmus Magyarországon 2009. Magyar Turizmus Zrt., Budapest, 2009.*

<sup>3</sup> *Észak-magyarország turizmusfejlesztési stratégiája 2007–13. Az MT Zrt. megbízásából készítette RMC Regionális Marketing Centrum Kft. Miskolc, 2006. március. E tanulmány-nak nem feladata a kutatás során tapasztalt nehézségek és hiányosságok összevetése a stratégiában foglaltakkal, azonban az összegző fejezetben vázolt következtetések mellett javaslatokat kívánunk tenni, utalva a fejlesztési stratégiára. Lásd még: Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság (RMI) marketing terve 2010. Magyar Turizmus Zrt., Budapest, 2009. október*

<sup>4</sup> *Észak-magyarország turizmusfejlesztési stratégiája 2007–13, i. m.*

<sup>5</sup> *Puczko László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig, Geopress Zrt., Budapest, 2000. 83–85. o.*

<sup>6</sup> *TDM Turisztikai desztinációs menedzsment helyzete a régióban – helyzetelemzés, pályázati tapasztalatok. 2009–2010. Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság, Miskolc, 2010.*

<sup>7</sup> „Az itt élőkben elsősorban érzelmi indulat él; az alacsony jövedelmű lakosság szemében a nemzeti park korszerű gépjárműállománya és a státusban lévő dolgozók egyenruhája egy elérhetetlen anyagi jóléthez kapcsolódik, amely ráadásul egy haszontalannak tartott, és az itt élők boldogulását akadályozó munkáért jár. (...) A Jósua-patak völgyében (...) jelentősebb a nemzeti park munkáltatói hatása, de a Torna-medencében csak néhányan dolgoznak és csak időszakosan.” *Osgyáni Gábor: Mindentől távol, in: Váradi Mónika Mária (szerk.): Kistelepülések lépéskényszerben. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest, 2008. 196–231. o.*

<sup>8</sup> „A kutatás lezárásáig nem volt precedens arra, hogy egy hétvégi lakos végérvényesen letelepedjen valamelyik községben és nincsenek információink arról sem, hogy valaki ezt tervezné.” *Durst Judit: Bárók, patrónusok, versus komák, in: Váradi Mónika Mária (szerk.): i. m. 232–267 o.*

<sup>9</sup> A kutatáshoz felhasznált honlapok: <http://whc.unesco.org/en/35>; <http://whc.unesco.org/en/sustainabletourism>; [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu); [www.nordtour.hu/info/szakmai-hirek](http://www.nordtour.hu/info/szakmai-hirek); [www.itthon.hu/szakmai-oldalak](http://www.itthon.hu/szakmai-oldalak).