

Helyi erőforrások turisztikai hasznosítása a magyar- szlovák határ régióban



Helyi erőforrások turisztikai hasznosítása a magyar-szlovák határ régióban

Szerkesztette:

Koncz Gábor–Nagyné Demeter Dóra



A kötet megjelenését a „Négy Kapu” Turisztikai fejlesztések és együttműködések a magyar-szlovák határ régióban” HUSK/1101/1.3.1/0072 sz. pályázat támogatta.

Lektorálta: **Balcsók István**

Szerzők:

Koncz Gábor – 1.1, 1.3, 1.4, 2. fejezet

Nagyné Demeter Dóra – 1.2, 1.3, 1.5, 2. fejezet

Rusznay Lászlóné – 1.2 fejezet

Asztalos Gergely – 1.5.7 fejezet

Gubacsi Franciska – 1.2 fejezet

Kiss Konrád – 1.4, 2.1 fejezet

Lipót Zsolt – 1.1 fejezet

Kiadó:

Felelős kiadó:

Károly Róbert Főiskola



Hungary-Slovakia
Cross-border Co-operation
Programme 2007-2013

European Union
European Regional Development Fund



Partnerséget építünk!

www.hungary-slovakia-cbc.eu

Gyöngyös, 2014

A mű szerzői jogilag védett. Minden jog fenntartva, beleértve a sokszorosítás, a terjesztés és a fordítás jogát. A mű a felelős kiadó írásbeli engedélye nélkül részeiben sem reprodukálható, elektronikus rendszerek felhasználásával nem dolgozható fel, azokban nem tárolható és nem terjeszthető.

Tartalom

Előszó	7
1. Turizmusra épülő helyi gazdaságfejlesztés a Mátra térségében.....	8
1.1 A kutatás háttere, a fejlesztés igényének megalapozása.....	8
1.1.1 Globális és európai trendek a turizmusban	8
1.1.2 A turizmus helyzete Magyarországon	11
1.1.3 A Mátra turizmusának környezeti, gazdasági és társadalmi háttere	25
1.1.4 A Mátra turisztikai ágazatainak rövid ismertetése	45
1.1.5 Helyi és térségi turisztikai helyzetkép	49
1.2 A térség kulturális öröksége – Hagyományőrzés a Mátrában	58
1.2.1 Hagyományőrzés, helyi identitás	58
1.2.2 Anyag és módszer	59
1.2.3 Hagyományőrző csoportok működése a térségben.....	60
1.2.4 Kulturális örökségmegőrzés a Mátráján	65
1.3 Helyi termékek szerepe a Mátraalja turizmusában.....	67
1.3.1 Falusi turizmus- Helyi attrakciók.....	67
1.3.2 Térségi erőforrások	67
1.3.3 Helyi termék-előállítás, forgalmazás	68
1.3.4 Helyi erőforrások hasznosítási lehetőségei	75
1.4 Falusi szállásadás a Mátra térségében	76
1.4.1 A falusi turizmus jellemzői	76
1.4.2 Falusi szálláshelyek pozíciója a Mátrában.....	77
1.4.3 Jövőkép	91
1.5 A mátrai tallér bevezetésének lehetőségei a Gyöngyösi kistérségben..	93
1.5.1 A helyi gazdaságfejlesztés fogalomköre.....	93

1.5.2 Községi pénz, helyi pénz, szívességbank, szabadpénz	94
1.5.3 Mátra-Bükk kiemelt üdülőkörzet.....	95
1.5.4 A helyi pénz hasznosulási területei.....	96
1.5.5 A helyi pénzek típusai.....	96
1.5.6 A helyi pénz alkalmazásának előnyei	98
1.5.7 Helyi pénzek a helyi gazdaságfejlesztés szolgálatában	100
1.5.8 Mátrai tallér bevezetésének esélyei az önkormányzatok szemszögéből	102
1.5.9 Helyi pénz a térség gazdasági szereplőinek szemszögéből	105
1.5.10 A mátrai tallér bevezetésének esélyei a Mátraalján.....	110
2. Turisztikai szolgáltatások fejlesztésének és bevezetésének hatásai	112
2.1 A Börzsöny kapuja – Magosfa Ökoturisztikai Központ.....	113
2.1.1 Kérdőíves vizsgálat Kismaros és térségének turizmusáról.....	114
2.1.2 Turisztikai szolgáltatások a fejlesztés helyszínén.....	120
2.2 Az Ipoly kapuja – Jégmadár Látogató Központ	122
2.2.1 Kérdőíves vizsgálat Ipolyság és térségének turizmusáról	123
2.2.2 Turisztikai szolgáltatások a fejlesztés helyszínén.....	129
2.3 A Cserhát kapuja – Palóc Ízek Háza	133
2.3.1 Kérdőíves vizsgálat Kozárd és térségének turizmusáról	134
2.3.2. Turisztikai szolgáltatások a fejlesztés helyszínén.....	142
2.4 Összegzés.....	146
Irodalom	148
Mellékletek.....	151

Előszó

Jelen kötet a Magyarország-Szlovákia Együttműködési Program által támogatott „Négy Kapu” projekt keretében jött létre. A pályázatban vezető partner a Károly Róbert Főiskola, a külföldi partner az Ochránárske a kultúrne zdrženie Poiplia, s további támogatásban részesülő partnerek a Kozárdért Alapítvány és a Magosfa Környezeti Nevelési és Ökoturisztikai Alapítvány.

A projekt révén a magyar-szlovák határtérség négy helyszínén mind a felszereltséget, mind a kínálatot tekintve magas színvonalú turisztikai látogatóközpont kialakítására, illetve fejlesztésére kerül sor. Gyöngyösön a Mátra Pont Turisztikai Információs Központ Károly Róbert Főiskola „nádfedeles” épületének az átalakítását követően teljesen új szereplőként jelenik meg a Mátra turizmusában, elsősorban egy szervező szerepkört szeretne felvállalni. Kozárdon a falusi turizmus szolgáltatásainak palettája a Palóc Ízek Házával bővül, amely elsősorban a gasztroturizmust erősíti a településen.

Szlovákiában az Ipoly Unió Jégmadár Látogatói Központjának továbbfejlesztésére és bővítésére kerül sor, ami a már kiépített kapacitások kihasználtságát növelheti. A Magosfa Alapítvány szolgáltatásfejlesztést valósít meg ökoturisztikai központjában, amellyel jelentősen bővül az elérhető szabadidős tevékenységek köre.

A „Négy Kapu” együttműködés keretében áttekintettük azokat a további területeket, ahol kölcsönösen tudjuk hasznosítani egymás meglévő tudományos, kulturális és gazdaságfejlesztési kapacitásait. Az együttműködés területei közé tartozik a szakmai tapasztalatcsere, amit az utóbbi két évben a Károly Róbert Főiskola munkatársainak bevonásával zajló több alkalmazott kutatási feladat is megalapozott.

Az említett vizsgálatok célja azonban korántsem csak a turisztikai vállalkozások működtetésének eredményesebbé tétele, a fejlesztési irányvonalak kijelölése volt. Mind a négy helyszín esetében szeretnénk volna az egész érintett térség fejlődését előmozdítani, elsősorban a helyi erőforrások turisztikai célú hasznosításával. Nemcsak az idegenforgalom hagyományos szereplőiben gondolkodtunk, hanem a turizmust a középpontba állítva vizsgáltuk meg, hogy a helyi terméket előállító gazdálkodók, a hagyományőrző civil szervezetek, vagy éppen a turisztikai jelentőséggel bíró programokat szervező önkormányzatok hogyan kapcsolhatók be egy kiszélesített térségi együttműködésbe.

A térség- és vidékfejlesztési célú kutatások alapvetően a Mátra térségéhez kapcsolódtak, a másik három helyszínen a létesítményeket felkereső vendégek véleményvizsgálatára került sor. A továbbiakban az egyes kutatási részfeladatok, illetve azok eredményeinek részletes ismertetésére vállalkoztunk, bízva abban, hogy akár más térségek számára is hasznosítható modellt tudunk bemutatni.

1. Turizmusra épülő helyi gazdaságfejlesztés a Mátra térségében

1.1 A kutatás háttere, a fejlesztés igényének megalapozása

1.1.1 Globális és európai trendek a turizmusban

Globális szinten a turizmus az egyik leggyorsabban bővülő ágazat. Folyamatosan növekszik a turizmusba fektetett tőke nagysága, az ágazat egyre több országban játszik nagyon fontos szerepet az export-import egyenleg javításában, új munkahelyek létrehozásában és az infrastruktúra fejlesztésében. A bővüléssel párhuzamosan az ágazat egyre sokszínűbb lesz, és egyre több fejlődő térség lép fel Európa és Észak-Amerika vetélytársaként. Az egész világ teljesítményét figyelembe véve a növekedés töretlen, még a sokszerűen felmerülő gazdasági és társadalmi problémák ellenére is.

Az előrejelzések a 2010 és 2030 közötti időszakban 3,3%-os bővülést valószínűsítene az ágazatban, amely 2030-ra már évi 1,8 milliárd vendéget jelenthet. A növekedés súlypontját ugyanakkor az új desztinációk jelenthetik (+4,4%), miközben a hagyományos célpontok esetében is növekedést jósolnak, csak kisebb mértékben (+2,2%). A feltörekvő országok jelentősége az 1980. évi 30%-os részarányról 2030-ra 57%-osra növekedhet.

Jelenleg a globálisan megtermelt GDP 9%-át adja a turizmus, és minden 11. munkahely ehhez a szektorhoz tartozik. A világ exportjából az idegenforgalom 6%-os részesedéssel bír. A nemzetközi turisták száma 2012-ben meghaladta az egymilliárd főt, mindeközben a belföldi vendégforgalom mutatója 6 milliárd fölé emelkedett.

A legnagyobb piac még mindig Európa, az érkező vendégek száma részaránya meghaladja a világ összes többi régiójának együttes értékét (52%), ami 2012-ben 534 millió vendéget jelentett. Mindenképp meg kell jegyezni viszont azt is, hogy a világ más részein elhelyezkedő térségekben az ágazat bővülési folyamata sokkal gyorsabb ütemű. A leggyorsabb növekedést Kelet-Ázsia produkálja (+7%), amit Afrika (+6%) és Amerika (+5%) követ. Ezzel szemben Európában csak 3%-os volt ez az érték. A legkedvezőtlenebb helyzetben a Közel-Kelet van a fegyveres konfliktusok hatására, ahol az utóbbi években visszaesés volt tapasztalható. A küldő országok között Kína vette át a vezető helyet, turistáik a becslések szerint 102 milliárd dollárt költöttek 2012-ben.

2005 és 2012 között a világ turistaforgalma éves átlagban 3,6%-kal bővült, a fejlett országokat 2,6%-os, míg a fejlődő országokat 4,8%-os fejlődés jellemezte. Európa átlaga 2,5%-ot tett ki, amelynél magasabb érték Európán belül csak Közép- és Kelet-Európát (+3,1%) és a mediterrán országokat (+2,9%) jellemezte. Európa lassú bővülése leginkább annak köszönhető,

hogy a fejlett nyugat-európai országokban az attrakciók jól kiépítettek, újak létrehozására kevesebb lehetőség nyílik.

A turizmus bevételeinek 42,6%-a realizálódik Európában. Közép- és Kelet-Európa részesedése a globális piacon 5,3%, miközben a vendégszám alapján 10,8%-os részarány mutatható ki. Az egy vendég által átlagosan elköltött összeg Nyugat-Európában 730 euro, ami Közép- és Kelet-Európában csak 400 euró. A gazdasági válság 2009-ben érezte igazán hatását, amikor az előző évhez képest Európában 6,3%-os visszaesést regisztráltak. A következő évben már stagnálást tapasztaltak, majd 2011-től megindult a növekedés. Közép- és Kelet-Európában drasztikusabb volt a visszaesés, ami még a 2010-es adatokban is erőteljesen érezte hatását. Az utóbbi évek bővülésében nagy szerepe volt Oroszországnak és Lengyelországnak.

A nemzetközi turistaforgalomban az utazók célkitűzése alapján a legtöbben nyaralás, pihenés és rekreáció céljával utaztak (52%). A barátok és rokonok látogatása, valamint az egészségügyi és vallási célú utazások együttesen 27%-ot tettek ki, míg a munkahelyi, szakmai utak 14%-ot. Az utazás 52%-ban repülővel, 40%-ban közúton, 6%-ban hajóval és 2%-ban vasúton történt.

A vendégek száma alapján Franciaország vezeti a turizmus világranglistáját, amit az Amerikai Egyesült Államok és Kína követ. Az európai országok közül az első tízben szerepel Spanyolország, Olaszország, Németország, Nagy-Britannia, valamint a jelentős ázsiai területekkel rendelkező Oroszország és Törökország. A turisták költségei alapján már az Amerikai Egyesült Államoké az első hely és Franciaországot Spanyolország is megelőzi.

A turisztikai kínálatban vannak „állócsillagok”, bizonyos attrakciók évtizedek óta töretlenül nagy vendégforgalmat bonyolítanak le, miközben a technológiai fejlesztések és a társadalmi értékrend változásának hatására egyre újabb irányzatok jelennek meg, amelyek helyet követelnek maguknak a kínálati palettán. A tömegturizmus kialakulását a közlekedési és a kommunális infrastruktúra fejlődése tette lehetővé, amelyek segítségével lehetőség nyílik egyazon időben igen nagyszámú vendég fogadására egy adott célterületen. Emellett természetesen tömeges keresletre is szükség van a nagyszámú turisztikai vállalkozás fenntartásához. A legjelentősebb érdeklődés mind a mai napig a vízparti üdülőhelyek iránt nyilvánul meg, amelyeknek már évszázados hagyományai vannak Európában és Észak-Amerikában. A téli időszakban a síközpontok kerülnek az érdeklődés középpontjába, amelyek múltja Svájcban már közel másfél évszázados. Ezek mellett szintén jelentős múltra tekint vissza a tengeri hajóutakon való részvétel és az egzotikus trópusi országok felkeresése is.

Az utóbbi évtizedekben sorra terjedtek el a turizmusnak olyan válfajai, amelyek nem feltétlenül vonzanak tömegeket, azonban a társadalom egyes csoportjainak körében kifejezetten nagy érdeklődésre tarthatnak számot. Ezek közé sorolható az agroturizmus, amelynek keretében a zömében városi vendégeknek arra is lehetősége nyílik, hogy ne csak szemügyre vegyék, hanem ki is próbálják a vidéki életformával együtt járó munkafolyamatokat. Egyre népszerűbbé vált a gasztroturizmus is, amelynek keretében új ízeket ismerhetnek meg a vendégek. Ebben az esetben is fokozódik az érdeklődés az autentikus ételek iránt, vagyis a vendégek nem a szállodákban fogják megkóstolni a helyi ízeket, hanem a helyi kisvendéglőkben, vagy akár családoknál. A korábbiakhoz hasonlóan nagy jelentőséget kap az idegenforgalomban az egészség, a vallás és a szex is. Az emberek ugyanakkor egyre különlegesebb élményekre vágnak, amilyenekben még nem volt részük, vagy legalábbis nem abban a minőségben, így vonzódnak az extrémítások felé, ami nem csak a sportokban merül ki, hiszen nagyszámú utazó érkezik pl. katasztrófák és háborúk helyszínére is (Michalkó G. 2010).

Európában, ahol lelassult az ágazat fejlődése és igen magas a vetélytársak száma, rá vannak szorulva a szolgáltatók, hogy innovatívabbnál innovatívabb attrakciófejlesztésekbe fogjanak bele, amelyek versenyelőnyhöz juttathatják őket. A turisták igényei rendkívül sokszínűek lehetnek a szálláshely iránt, vagy az igénybe vett szolgáltatások körét illetően, amelyeket egyre inkább igyekeznek lefedni speciális ajánlatokkal. A fejlesztések között fontos szerepet kap a modern közlekedési és távközlési infrastruktúra kiépítése. Az utóbbi évtizedben a 2001. szeptember 11-i terrortámadás, majd a 2004. karácsonyi cunami hatására ugyancsak nagy figyelem irányult a biztonsági intézkedésekre, védelmi rendszerek megvalósítására.

A turizmus ágazatának sokszínűségét erősítik a legújabb fejlesztési irányzatok, amelyek létrejöttét meghatározóan a modern társadalmi értékrend motiválja. A környezet- és természetvédelem térnyerésével került előtérbe a fenntartható turizmus és az ökoturizmus. A társadalmi szolidaritás hívta életre a szegények megsegítésére szervezett utakat (szegényekért turizmus). Mások ugyanakkor kihasználják egyes országok gazdasági krízisét, mivel kifejezetten olyan helyekre szeretnének elutazni, ahol sokkal olcsóbban vehetők igénybe a szolgáltatások (recesszió turizmus). Hasonló motivációra vezethető vissza a gyógyászati turizmus, amelynek keretében kifejezetten egészségügyi szolgáltatás igénybevétele a cél. Az oktatási turizmus keretében a hallgatóknak/diákoknak lehetősége van egy nyelv magasabb szintű elsajátítására és egy új kultúra megismerésére, amit a hallgatói csereprogramok keretében igen kedvezményesen tehetnek meg. A kreatív turizmus kifejezetten az érintettek fokozott részvételére épít, amely az ágazat más válfajainak is jellemzője. A lényeg, hogy ezek a turisták nemcsak szemlélik a kulturális értékeket, hanem be is kapcsolódnak azok

létrehozásába. Egészen speciális válfaja a turizmusnak a sötét turizmus, amely során olyan helyszíneket keresnek fel a látogatók, amelyekhez jelentős számú haláleset köthető (pl. hadszínterek, koncentrációs táborok stb.). A „végzet turizmusa” olyan természeti értékekhez köthető, amelyet az emberi beavatkozások és a globális felmelegedés végveszélybe sodort, így jelenlegi fényükben már esetleg csak néhány évig lesznek láthatóak.

A turizmus piaci trendjei közé tartozik, hogy a rövidebb és minden igényt kielégítő utazások mellett egyre nagyobb a kereslet az időkímélő speciális szolgáltatások, valamint a „menekülést”, a teljes kikapcsolódást biztosító utazások iránt. A biztonság kérdésköre a korábbinál is fontosabbá vált. A lakosság elöregedése miatt egyre erősebbé válik a turizmus és az egészségipar kapcsolata, egyre többször fordul elő, hogy a nagyszülők az unokákkal együtt utaznak. Az internet használatának általánossá válásával a turisták azonnali információt és szolgáltatást várnak el, s egyre többen saját maguk állítják össze programsomagjukat.

Az emberek többet utaznak, a bővülés oka elsősorban a szezonon kívüli rövidebb utak, kirándulások számának növekedése. A turisták mind több szabadidős tevékenységet próbálnak ki. A jólét és az iskolázottság növekedésével a kultúra egyre nagyobb szerepet játszik a desztinációk fejlődésében. A gazdaságok és a kultúrák nyitottabbá válásával párhuzamosan ugyanakkor nő az azonosságtudat, a helyi értékek szerepe. A bővüléssel arányosan növekszik a turisták érzékenysége is, ami a turisztikai szolgáltatóktól differenciáltabb kínálatot és egyre magasabb színvonalú szolgáltatást követel meg (Nemzetgazdasági Minisztérium, 2011).

A turizmus kínálati trendjeit jellemzi, hogy a verseny egyre jobban erősödik a desztinációk között mind a kínált turisztikai termékek, mind az alkalmazott marketingeszközök terén. Az üzenetekkel telített piacon jól felismerhető, hiteles, etikus és fenntartható desztinációmárkákra van szükség. Az új kommunikációs technológiák (pl. okostelefonok, tabletek), illetve a technológia újszerű használata (például web 2.0) a turisztikai vállalkozások és nemzeti marketingszervezetek részéről is alkalmazkodást igényel (Király J. 2006, Dely-Gray Zs.-Árva L. 2010).

1.1.2 A turizmus helyzete Magyarországon

1.1.2.1 A turizmus nemzetgazdasági jelentősége, főbb gazdasági mutatói

A turizmus gazdasági eredményeit alapvetően befolyásolja a teljes nemzetgazdaság teljesítménye, pontosabban a lakosság jövedelme, azon belül is az, hogy az emberek mennyit képesek turisztikai célra költeni az alapvető szükségletek kielégítését követően. A turizmus alapágazatai közé a szálláshely-szolgáltatást és a vendéglátást magában foglaló, a KSH

kódrendszere alapján „I” nemzetgazdasági ág, valamint az utazásközvetítés, -szervezés, egyéb foglalkozás (N79) ágazatai tartoznak.

A bruttó hozzáadott érték változását követve a szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ágban az utóbbi években lassú növekedést figyelhettünk meg. A 2009-es év ebből a szempontból kivétel volt, amikor is a nemzetgazdaság egészéhez hasonlóan mintegy 6%-os visszaesés volt tapasztalható a pénzügyi-gazdasági világválság hatására. 2011-ben a 2010. évi adatokhoz képest a bruttó hozzáadott értékkel mért teljesítmény 1,3%-kal csökkent, miközben a foglalkoztatottak átlagkeresete 5,2%-kal növekedett az ország egészét vizsgálva. A szálláshely-szolgáltatók 2007-től kezdődően arra kényszerültek, hogy az átlagosnál lényegesen kisebb mértékben növeljék a szolgáltatások árszínvonalát, a 2011-es évben pedig egyenesen csökkenés következett be (KSH, 2012).

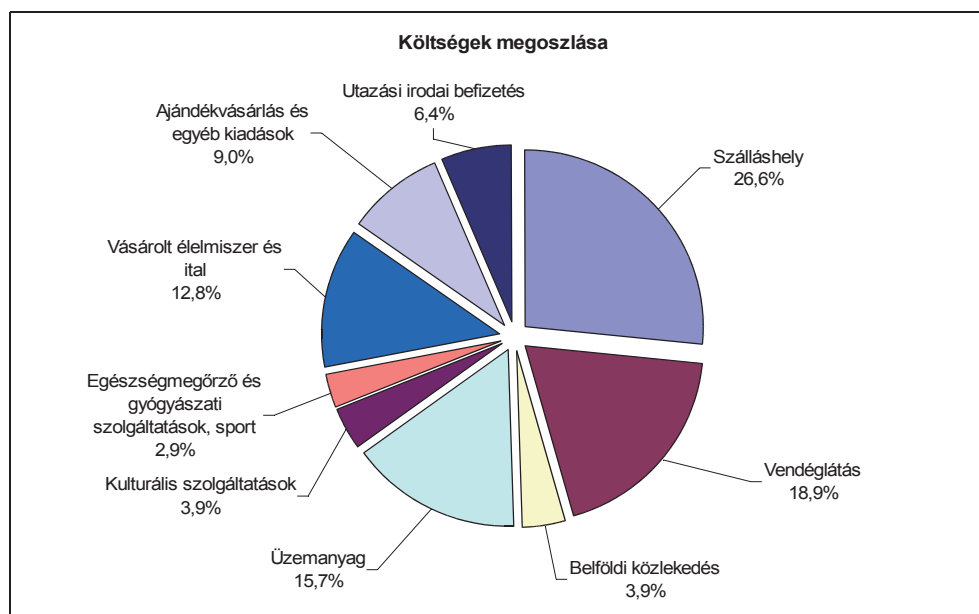
A turizmus egyike azoknak az ágazatoknak, amelyekben az utóbbi években is sikerült számottevően növelni a foglalkoztatottak számát. A szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás (I) nemzetgazdasági ágban a vállalkozások (kölsönzött munkaerő nélkül) 2011-ben 163,5 ezer főt foglalkoztattak, arányuk a nemzetgazdaság összes foglalkoztatottjához viszonyítva 4,3%-ot tett ki. Az ágazat foglalkoztatottjainak száma 2011-ben 5,8%-kal (mintegy 9000 fővel) emelkedett, miközben a teljes nemzetgazdaságban foglalkoztatottak létszáma csak 31 ezer fővel növekedett.

A belföldi turistákra számított turizmusárindex 5,4%-kal emelkedett 2011-ben. A szálláshely-szolgáltatásért 1,5%-kal kellett többet fizetni, mint egy évvel korábban, a vendéglátás pedig 2,8%-kal drágult. A legnagyobb mértékben a turizmus fő összetevői közül azonban egyértelműen az utazás költségei emelkedtek meg, ami az üzemanyagárak mellett a tömegközlekedésre is igaz. A külföldi turisták által keresett áruk és szolgáltatások árai 3,8%-kal drágultak, az őket jellemző fogyasztói kosárban a legnagyobb súlyú tételek közül a szálláshely-szolgáltatás ára 2,5%-kal, míg a vendéglátásé 2,7%-kal drágult 2011-ben.

A magyar lakosság 2011-ben 269 Mrd Ft-ot költött turisztikai célú belföldi utazásai során, ami folyó áron 6,4%-kal haladta meg az egy évvel korábbi értéket. Ebből a szálláshely-szolgáltatás összességében 87 Mrd Ft-ot, a vendéglátó-szolgáltatások és élelmiszerek vásárlása 69 Mrd Ft-ot, a közlekedés (beleszámítva az üzemanyag-vásárlásokat is) 59 Mrd Ft-ot tett ki (1. ábra). Az egy utazó egy napjára jutó költség átlagos összege 3468 Ft volt.

A Magyar Nemzeti Bank a folyó fizetési mérlegben, „idegenforgalom” jogcímen 1122 Mrd Ft bevételt, illetve 496 Mrd Ft kiadást mutatott ki 2011-ben. Az utasforgalmi egyenleg (625 milliárd Ft) 1,5%-kal növekedett. Az idegenforgalmi bevételek részesedése a folyó fizetésimérleg-szolgáltatások bevételeiben 26%, a kiadásaiban pedig csak 14%, vagyis nagymértékben hozzájárulnak a szolgáltatási egyenleg aktívumához.

1. ábra: A magyarok belföldi utazásai során felmerülő költségek megoszlása (összesen 100%)



Forrás: KSH, 2011.

A turizmus egyre jelentősebb szerepet tölt be az önkormányzatok gazdálkodásában is. Az idegenforgalmi adóbevétel 2004 és 2010 között több mint kétszeresére emelkedett, és ezzel meghaladta a 2013. évi célértéket. A helyi adó ezen típusát 36%-kal több helyi önkormányzat alkalmazta 2009-ben, mint 2003-ban. Az idegenforgalmi fejlesztések az előirányoztnál nagyobb szerepet kaptak a 2007 és 2013 közötti európai uniós költségvetési ciklusban. Több mint kétszer annyi jelentős beruházási értékű, ún. kiemelt turisztikai fejlesztés valósult meg, mint amennyit a Turizmusfejlesztési stratégia (2005-2013) 2013-ig előirányzott. A vendégek számának növeléséhez ugyanakkor emelni kellene a marketing- és kommunikációs költségek mértékét is, amelyek viszont jelentősen elmaradtak a tervezettől (Papp Zs. 2012).

Magyarország érvényben lévő turizmusfejlesztési stratégiájának (Nemzeti turizmusfejlesztési koncepció 2014-2024) alapjául az Új Széchenyi Terv, valamint az EU 2020 – Versenyképességi program szolgált. Ennek főbb alapvetései közé tartozik, hogy az ágazatok közül az ország adottságait figyelembe véve az egészségturizmus szerepe lehet meghatározó, tehát ennek fejlesztése élvez prioritást a célkitűzések között. A dokumentum szerint a magyarok körében népszerű a belföldi üdülés, amely a külföldi nyaralás reális alternatíváját jelentheti. Ehhez a kisebb vonzerővel rendelkező belföldi attrakciók jobb menedzsmentjére, szervezettségére és marketingjére van

szükség. Ezért fontos szerepet szánunk a térségi menedzsment szervezeteknek, amelyek a turizmus intézményrendszerének alapját képezik. A helyi és térségi desztinációmenedzsment-szervezetek az önkormányzatok és turisztikai vállalkozások, valamint civil szervezetek együttműködésével töltik be a házigazda szerepét a látogatók felé. A helyi TDM szervezetek térségi összefogásával alakul ki egy-egy területegység kínálati profilja, a regionális szintű TDM szervezetek látják el a belföldi és határ menti marketingtevékenységet (Aubert A. 2010, Lengyel M. 2008).

A stratégia célrendszere öt területre fókuszál, amelyek közül az első a versenyképesség javítása. Ez a célkitűzés alapvetően országos feladatokat foglal magában, amelyek eredményeként a hazai turisztikai vállalkozások jobb helyzetbe kerülnek a jogi szabályozás módosításával. A prioritások közé tartozik a turizmusra vonatkozó áttekinthető, korszerű és egységes szemléletű jogi szabályozás a törvényi szinttől az alacsonyabb szintű jogi szabályozásig, valamint a turizmushoz kapcsolódó adózási jogszabályok révén vállalkozásbarát közgazdasági környezet kialakítása, és a turisztikai mikro-, kis- és középvállalkozások piaci pozícióinak erősítése.

A turizmus jelentős szerepet játszik a foglalkozási átrétegződésben, a gazdasági szektorok közötti átrendeződésben azáltal is, hogy a turisztikai szolgáltatások (vonzerők, szálláshelyek, vendéglátás, programok, kiegészítő szolgáltatások) egyre több munkalehetőséget biztosítanak. Ennek megfelelően a tervdokumentumban két kiemelt területét foglalmazták meg a munkahelyteremtésnek, az egyik az egészségipar szektora, a másik pedig az önkéntes munka feltételeinek kialakítása és elismertségének javítása.

A turisztikai vállalkozásoknak még inkább hangsúlyosan kell követnie az új társadalmi elvárásokat, mint például a fenntarthatóság és társadalmi felelősségvállalás, mivel a vendégek a szabadidejüket olyan helyen szeretnék eltölteni, amelyik ebből a szempontból sem marad el a megszokott környezetüktől, vagy akár annál előrébb is tart ebben a kérdésben. A célkitűzések között szerepel a vállalkozások fogyasztóvédelem iránti elkötelezettségének javítása, a lakosság tudatos turisztikai fogyasztói szemléletének erősítése, a vállalkozások társadalmi felelősségvállalásának elismerése, a környezettudatos és klímabarát viselkedés, valamint a fogyatékosággal élők és egyéb hátrányos helyzetű csoportok egyenlő esélyű részvétele a turizmusban.

A negyedik nagy cél a hatékony érdekérvényesítésre, a turisztikai szektor számára elérhető források megszerzésére irányul. Ehhez egy jól működő helyi-, térségi-, regionális és nemzeti turisztikai desztináció menedzsment hálózat kialakítására van szükség. Az önkormányzatoknak az idegenforgalmi adóbevételeiket tudatosabban kell visszaforgatnia a turisztikai beruházásokba. Emellett optimalizálni kell a hazai és európai uniós fejlesztési források felhasználását.

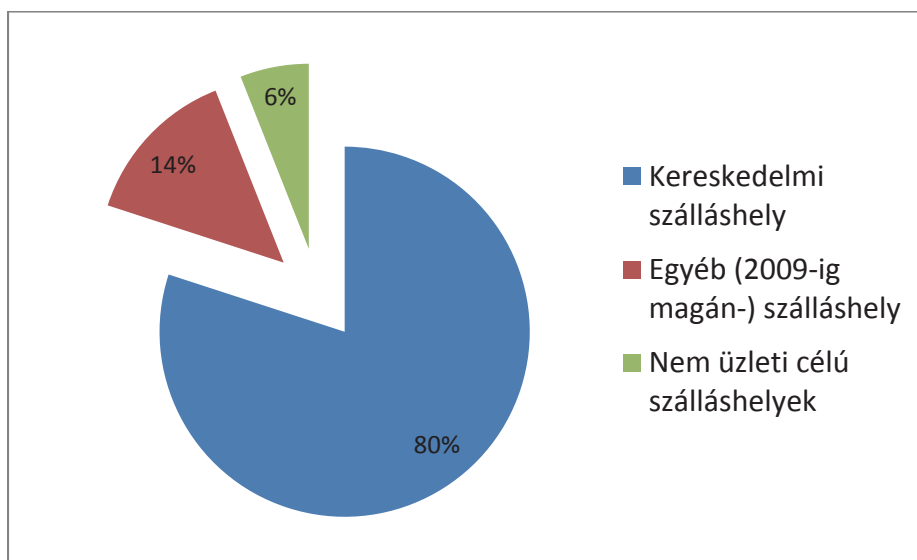
A nemzetközi trendek is rámutatnak, hogy a piaci kereslet egyre gyorsabban változik, a kínálatfejlesztésben ezért hangsúlyos szerepet kell kapniuk az innovatív megoldásoknak, továbbá az új termékek piacra vitelét is eredményesebbé kell tenni. Termék-specifikus célokat kell kidolgozni, valamint erősíteni kell a szolgáltatások nemzeti védjegy és minőségi díj rendszerét. A termékspecifikus marketingtevékenység és turistabarát szemléletformálás mellett jól beazonosítható turisztikai márkák kialakítása lehet az eredményes kommunikáció alapja (Piskóti I. et al. 2002).

Az országosan megfogalmazott termékspecifikus célok közül tízhez is van kapcsolódási pontja a térségnek. Ezek közé tartozik az egészségturizmus a klimatikus gyógyhelyek, a gyógyfürdők, a mátradereskei mofetta, és az utóbbi években kialakított wellness szállók révén. A hivatásturizmus alapját a konferenciateremmel rendelkező hotelek és maga a Károly Róbert Főiskola adja meg. A kulturális- és fesztiválturizmus a térségben számos kisebb rendezvényre építhet, amelyek céltudatosabb összekapcsolása hozhat jelentős eredményt, akár más turisztikai termékekkel is. A vallási turizmus alapját az országosan is ismert zárandokhelyek jelentik. A termékspecifikus célok közül a Mátra térségében az ökoturizmus területe áll a legszelebb lábakon, amelyről már jelenleg is leginkább ismert a terület, ugyanakkor még jelentős további fejlesztési potenciállal rendelkezik. Ezt egészíti ki a kerékpáros, a lovas és a vízi turizmus, amelyek közül a kerékpáros turizmusra elmondható, hogy már jelenleg is jelentős tömegeket mozgat meg, míg a másik kettő esetében számottevő bővítésre nyílik lehetőség. Az ökoturizmus mellett a Mátra térsége nagyszámú fejlesztési lehetőséggel rendelkezik a falusi turizmus területén, amelyek által a jelenleg kevésbé látogatott települések is bevonhatók az idegenforgalom vérkeringésébe (Piskóti I. 2006).

1.1.2.2 Szállásférőhelyek számának alakulása

Magyarországon 2011-ben a turisztikai szálláshely-szolgáltatást nyújtó egységek 241 ezer szobát és 616 ezer férőhelyet biztosítottak a vendégek számára (KSH, 2011). Az üzleti célú szálláshelyek részaránya mind a vendégek számában, mind a vendégéjszakákban 94% volt, amelyből 80%-ot képviseltek a kereskedelmi szálláshelyek és 14%-ot az egyéb (2009-ig magán-) szálláshelyek (2. ábra). A 2011. júliusi adatok szerint 3277 kereskedelmi szálláshely összesen 130 ezer szobával – ezen belül a kempingek 38 ezer lakóegységgel – és 340 ezer férőhellyel várta a vendégeket (1. táblázat).

2. ábra: A vendégéjszakák megoszlása a szálláshely típusa szerint



Forrás: KSH, 2011.

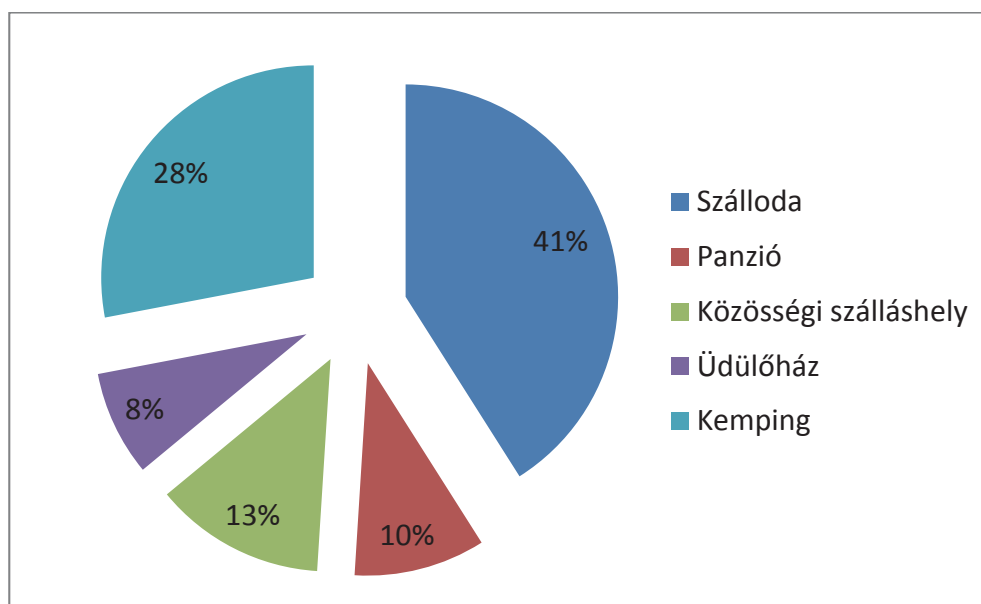
1. táblázat: Szálláshely-szolgáltatók főbb adatai kategóriánként, 2011

Megnevezés	Kereskedelmi szálláshely	Egyéb szálláshelyek	Nem üzleti célú szálláshely	Együtt
Működő egység, db	3 277	37 129	858	41 264
Szoba, db	130 400	97 093	13 562	241 055
Férőhely, db	340 402	221 546	54 483	616 431
Vendég, ezer fő	8 021	877	445	9 343
Vendégéjszaka, ezer db	20 616	3 264	1 473	25 353
Átlagos tartózkodási idő, éjszaka	2,6	3,7	3,3	2,7

Forrás: KSH, 2011.

A kereskedelmi szálláshelyek szállástípusonkénti megoszlásában a szállodáké a vezető szerep, több mint 40%-os részesedéssel (KSH, 2012). A közösségi szálláshelyek gyűjtőkategóriájának jelentősége nagyobb (13%), mint a panzióké (10%), amit az üdülőházak követnek (8%). A kempingek e statisztikai kimutatás alapján igen jelentős kapacitással rendelkeznek, ám éves kihasználtságuk természetesen messze elmarad a többi kategória mögött (3. ábra).

3. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek megoszlása szállástípusonként, 2011. július 31.



Forrás: KSH, 2011.

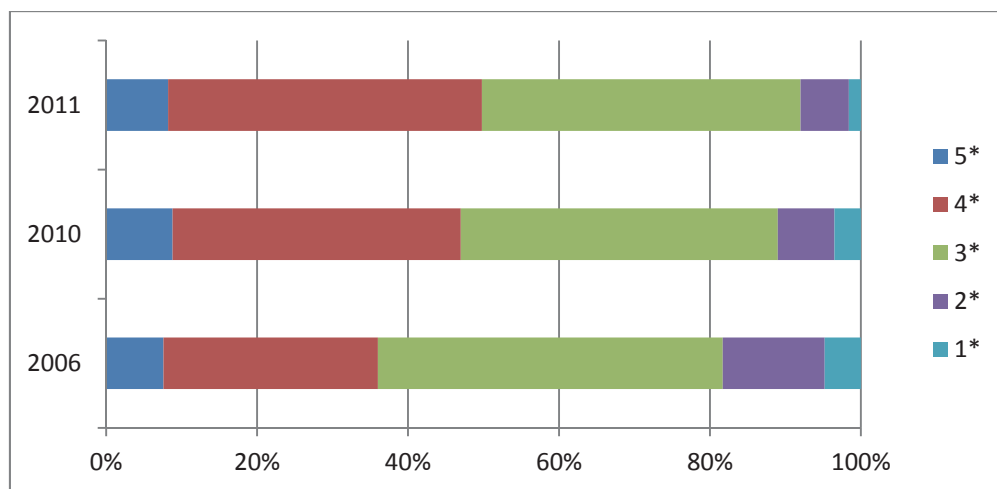
Magyarországon 2011 nyarán összesen 993 szálloda működött, amelyek 57 ezer szobával és az összes kereskedelmi szálláshelyi férőhely 40%-ával (136 ezer férőhellyel) rendelkeztek. A működő egységek száma, illetve a férőhelyek száma 10%-kal, míg a kiadható szobák száma 5,8%-kal emelkedett a 2010-ben regisztrált adatokhoz képest (KSH, 2012).

A szállodakategóriákat külön-külön vizsgálva eltérő változásokat figyelhetünk meg, a négycsillagos egységek száma enyhén növekedett, miközben az összes többi osztályban csökkent a működő egységek száma. A kategória nélküli szállodák száma mindeközben 3-ról 139-re emelkedett. Az országban 38 új szálloda kezdte meg működését 2011-ben, amelyek kapacitása együttesen 1755 szoba volt. Ezzel párhuzamosan 25 szálloda, illetve 22 besorolás nélküli egység szüntette meg a tevékenységét. A megszűnt egységek többsége alacsonyabb kategóriájú szálloda volt, amelyek feltehetően nem tudták felvenni a versenyt a jelentősebb fejlesztéseket végrehajtó társaikkal. A gyógyszállók népszerűsége csökkent és számuk 6,5%-kal visszaesett, miközben a wellness-szállodáké 23%-kal nőtt az előző évhez képest (4. ábra).

A működő panziók száma 2011 júliusára meghaladta az 1100 egységet, amellyel ez a kategória az üzleti célú szálláshelyi férőhelyek 10%-ával (35 ezer férőhellyel) rendelkezett. A további szállástípusok közül a férőhelykapacitás alapján kiemelkedtek a kempingek. Az országban található

278 kemping a szállodákhoz közelítő nagyságrendű, 96 ezer férőhellyel rendelkezett, amelyeknek a kihasználtsága azonban természetesen jelentősen elmaradt a szállodákétól. A kempingek által biztosított férőhelyek száma is jelentősen, 11%-kal emelkedett. A közösségi szálláshelyek és üdülők házak együttes férőhelykapacitása az összes kereskedelmi szálláshelyi férőhelykapacitás több mint egyötödét tette ki (KSH, 2012).

4. ábra: Szállodai szobák számának megoszlása kategóriáinként



Forrás: KSH, 2011.

A kereskedelmi szálláshelyek 2011-ben összességében 37,8%-os kapacitáskihasználtsággal működtek, ami az egy évvel korábbi értékkel közel azonos volt. A szállodák átlagos szobafoglaltsága 2011-ben 45,9%-os volt, ami 1,3 százalékponttal meghaladta a 2010-es adatot.

2011. december 31-én 1487 településen 37 ezer hivatalosan regisztrált egyéb szálláshelyi vendéglátó 97 ezer szobával és 222 ezer férőhellyel várta a vendégeket. A szállásadók, a szobák és a férőhelyek száma az előző év azonos időszakához képest összességében kissé csökkent. A falusi szállásadók száma Észak-Magyarországon 1404 volt, ami azt jelenti, hogy minden harmadik ilyen szálláshely ebben a régióban található. Közel minden második „egyéb szálláshely” falusi szálláshely volt. Az egyéb szállásadás vendégforgalmára jellemző a belföldi vendégek túlsúlya, a vizsgált évben az éjszakák kétharmadát ők vették igénybe, a falusi szállásadás esetében ez az arány közel 90%-os volt (KSH, 2012).

A kereskedelmi szálláshelyek száma összességében az elmúlt évtizedben országszerte növekedett, mint ahogyan Észak-Magyarországon és Heves megyében is, ellenben a Mátra ÉNY-i részét érintő Nógrád megyében jelentős visszaesés volt tapasztalható, amely összefüggésbe hozható a térség

általános társadalmi-gazdasági elmaradottságával. A magasabb minőségi és árkatóriát jelentő szállodák férőhelyeinek száma egységesen emelkedett Heves és Nógrád megyében is. A falusi szálláshelyek száma pedig gyakorlatilag megduplázódott.

1.1.2.3 A vendégek számának alakulása

Az utazók 2011-ben mintegy 19 millió többnapos belföldi utazás alkalmával 77 millió napot, a 2010. évinél 4,4%-kal többet töltöttek el valamilyen szálláshelyen. A többnapos utazáson részt vevők átlagosan 5,8-szer utaztak határainkon belül. A Közép-Magyarországon lakók az országos átlagnál jobban preferálják a saját régió kívülre tett utazásokat, bár az utazásokra fordított idejük negyedét ők is a saját régiójukban töltik el. A Közép-magyarországi régió lakosainak a mátrai turizmus szempontjából is meghatározó a jelentősége. A vizsgálat középpontjában álló Észak-magyarországi régió lakosainak turisztikai aktivitása magasabb az átlagosnál, ellenben a hegyvidék vonzereje szempontjából jelentős potenciállal bíró alföld régióké alacsonyabb annál (2. táblázat).

2. táblázat: Utazási aktivitás régióként, az utazáson részt vevők aránya a lakosságon belül, 2011

Az utas lakóhelye	1-3 éjszakás	4 és többéjszakás	Összes többnapos
	utazáson részt vevők aránya, %		
Közép-Magyarország	31,1	28,5	41,9
Ebből: Budapest	37,0	34,1	48,7
Közép-Dunántúl	31,2	17,7	38,1
Nyugat-Dunántúl	19,2	18,6	29,8
Dél-Dunántúl	25,7	15,8	31,8
Észak-Magyarország	29,9	18,1	36,6
Észak-Alföld	21,3	14,1	28,8
Dél-Alföld	19,2	9,9	24,1
Átlagosan	26,2	19,2	34,3

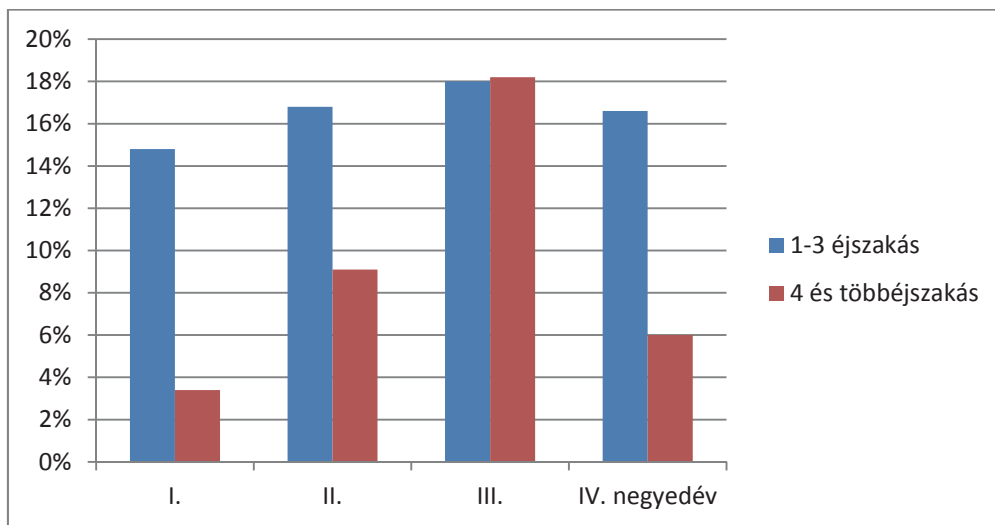
Forrás: KSH, 2011.

Az egy-három éjszakára érkező belföldi turisták 2011-ben összesen 7,2 millió napot töltöttek el az Észak-magyarországi régióban, 41%-uk a régió belül élő turista volt. A vendégek 31%-a érkezett az Észak-Alföldről, akiknek azonban nagyobb részt a Zemplén és a Bükk jelenti a legközelebbi hegyvidéki desztinációt. A Közép-magyarországi régióból érkezők aránya 19%, míg a többi régió részaránya nem éri el az 5%-os értéket. A négy és több éjszakás utazások esetében már egyértelműen a Közép-magyarországi régióé a vezető szerep (36%). A régió belül utazók aránya 26%, az észak-alföldiek részesedése ebben az esetben csak 14,5%. A földrajzi távolság egyértelműen

befolyásolja az érkező turisták számát, a Dunántúlon kevésbé népszerűek a Régió desztinációi.

A lakosság turisztikai aktivitásának mértéke és annak változása függ az életkörülményektől, valamint az élet minőségétől. A turizmus a gazdasági fejlettség adott fokát is tükrözi, a hazai mutatók európai összehasonlításban is alacsonyak. Csak minden negyedik magyar tett rövid, és minden ötödik hosszú időtartamú utazást 2011-ben, az utazás legalább egyik formájában a lakosság 34%-a vett részt, azaz a népesség kétharmada kimaradt a szabadidős utazás élményeiből. A 2011. évi rövid (egy-három éjszakás) utazások esetében az aktivitás 3,7%-kal kisebb az előző évinél, a négy éjszakás és hosszabb utazásoknál 2,4%-kal nőtt. A turizmusban való részvétel esélyét befolyásolja a lakóhely népességszáma és elhelyezkedése, továbbá a gazdasági aktivitás, az iskolai végzettség, az életkor, valamint a háztartás jövedelmi, vagyoni helyzete (második otthon, illetve személygépkocsi birtoklása). A szezonális ingadozás a hosszabb utazások tekintetében sokkal jelentősebb, mint a hétféle típusú utazások esetében. Nem meglepő, hogy a nyárra koncentrálódnak a hosszabb utazások, azonban azt feltételezhetnénk, hogy a téli síturák jelentősebb részarányt képviselnek ebben a kimutatásban (5. ábra).

5. ábra: A többnapos utazásokon részt vevő személyek aránya, 2011



Forrás: KSH, 2011.

A magyar lakosság valamivel több, mint negyede vett részt egy-három éjszakáig tartó utazáson legalább egyszer 2011-ben, ami egy százalékpontos (3,7%-os) csökkenést jelentett az egy évvel korábbi adathoz képest. A fővárosban lakóknak a 37%-a, az Alföldön és a Nyugat-Dunántúlon élőknek

az ötöde, az ország többi területén élő lakosságnak 26–31%-a üdült ebben az évben. A hétvégi típusú utazásoknál a választott közlekedési módok közül személygépkocsit 70%-ban használtak, autóbust és vonatot 15–15%-ban vettek igénybe. Az utazások fogadó turisztikai régiók szerinti megoszlása azt mutatja, hogy a legnagyobb részük a saját régióba irányult.

A hétvégi típusú utazások során az előző évinél folyó áron 14%-kal többet, 144 milliárd forintot költött el a lakosság, aminek 35%-a a Közép-Magyarországon lakókra esett. Az ilyen utazásokra fordított kiadásból megközelítőleg ugyanannyit (40–40 Mrd Ft-ot) fordítottak szállásra, illetve közlekedésre, és csak 14 Mrd Ft-ot vendéglátó-szolgáltatásokra. Az egy napra jutó költség nem nőtt olyan dinamikusán, mint az összes turisztikai kiadás, egy turista egy nap alatt az előző évinél 4,5%-kal többet, átlagosan 3381 forintot költött el (KSH 2012).

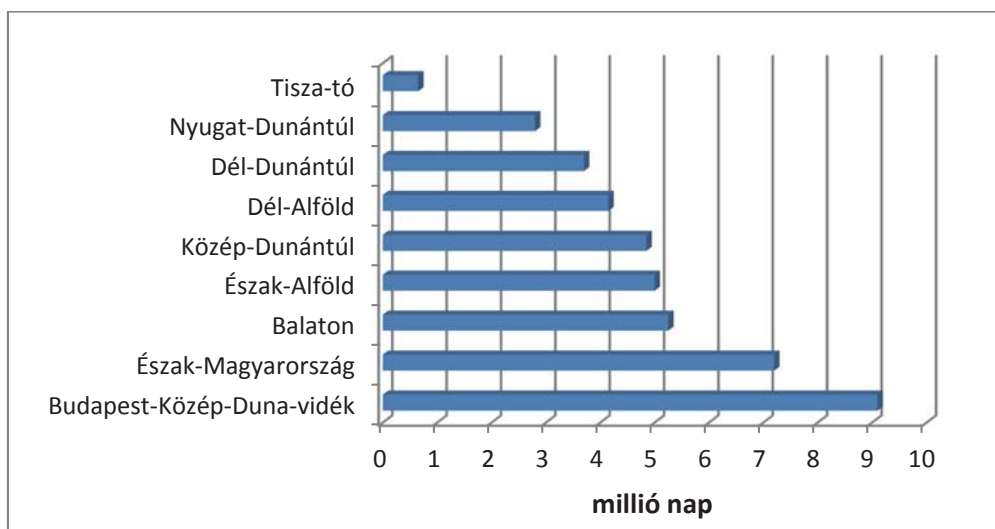
Hosszú időtartamú utazáson a lakosság 19%-a vett részt 2011-ben, ami kismértékű növekedést jelentett az egy évvel korábbi részarányhoz képest. Az ország gazdaságilag kevésbé fejlett régióinak lakossága a turisztikai célú utazásoknak is kevésbé részese. A fővárosiak több mint harmada, az ország más területein lakóknak csupán a hatoda vett részt ilyen utazáson. Az utazások legfontosabb motivációja a szórakozás és pihenés (59%) volt, az utazások negyede pedig rokonok, ismerősök meglátogatása miatt történt.

A hosszú időtartamú utazások esetén kiemelt úti cél volt a Balaton, kedvelt célpont továbbá a Közép-Duna-vidék turisztikai régió, ahol a vendégforgalom 41%-a a fővárosból származott. E két célrégió adta a teljes belföldi vendégforgalom felét. Az ország többi részére meghatározóan a régióon belüli utazások voltak a jellemzők (6. és 7. ábra).

A négy- és annál több éjszakás utazások során a lakosság 125 milliárd forintot költött el, ami még nominálisan is elmarad az egy évvel korábbi értéktől. Szálláshely-szolgáltatásra 47 milliárd, közlekedésre 19 milliárd, vendéglátó-ipari szolgáltatásra 16 milliárd forintot fordítottak az utazók. Az egy utazó egy napjára jutó kiadás 3573 forint volt. Az utazók által elköltött összeg nagyságában jelentős különbségek figyelhetők meg az utazás motivációja alapján. A legtöbbet az egészségmegőrzés miatt tett utazásokon költik az utazók (8595 forintot). A pihenési célú utakon 4324 forintot, az ismerős meglátogatása, illetve a hobbimunka miatti utazásokon közel 1600, illetve 1300 forintot költött a lakosság.

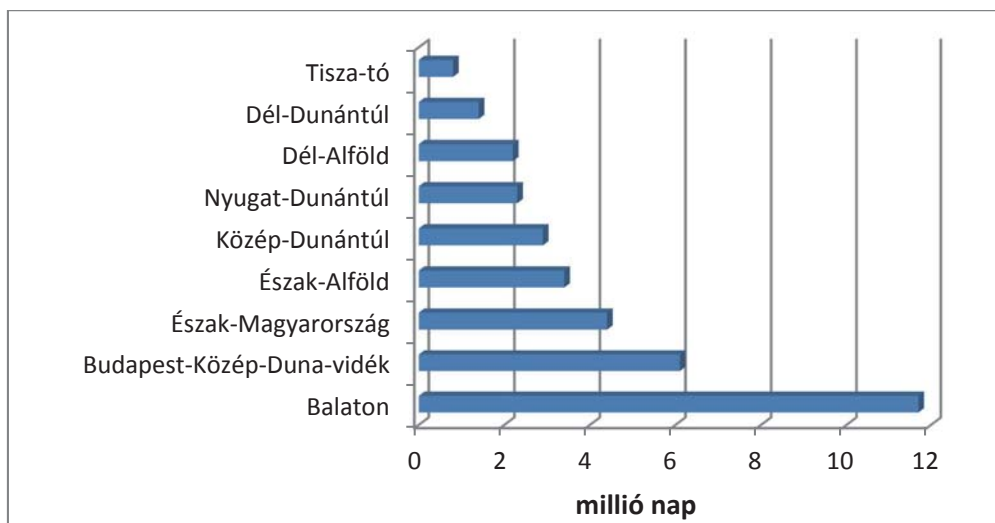
A magyar lakosság közel kétharmada egyáltalán nem vett részt éjszakai tartózkodással járó utazáson. A turizmusból való kimaradás legfőbb oka az anyagi lehetőségek hiánya volt. A lakosság 55–60%-a ítélte meg úgy, hogy anyagi helyzete rossz, illetve az még romlik is, emiatt az utazás hátrább szorul az igények kielégítésének sorrendjében (Michalkó G. 2011).

6. ábra: Az egy-három éjszakás utak során eltöltött idő cél régió szerint, 2011



Forrás: KSH, 2011.

7. ábra: A négy- vagy annál több éjszakás utak során eltöltött idő cél régió szerint, 2011



Forrás: KSH, 2011.

Az utazásokhoz kapcsolódó turisztikai kiadások átlagos összege az Észak-magyarországi régióban a rövidebb utazások esetében megközelítőleg azonos az országos átlaggal, míg a négy napnál hosszabb utazások alkalmával kevéssel felülmúlja azt. A turizmusból való kimaradás elsődleges oka Észak-Magyarországon is a pénzhiány, azonban emellett átlag feletti arányban

(24,3%) jelölték meg a válaszadók az egészségügyi problémákat, ami felhívja a figyelmet a egészségturisztikai szolgáltatások lehetőségére.

1.1.2.4 A vendégéjszakák számának alakulása

A kereskedelmi szálláshelyek vendégei 20 millió 616 ezer vendégéjszakát töltöttek el Magyarországon 2011-ben, amelyeknek több mint fele a külföldi vendégekre esett. A külföldről érkezők által eltöltött vendégéjszakák meghatározó része (83%) a szállodákra jutott. A második helyet a kempingek foglalták el, amelyek részaránya megközelítette a 10%-ot. A belföldi forgalom esetében nem annyira kimagasló a szállodák részesedése (66%), azonban elsőse megkérdőjelezhetetlen. A szállodák kategóriáit figyelembe véve azt tapasztalhatjuk, a külföldiek körében a magasabb, elsősorban a négycsillagos szállodák a legnépszerűbbek, és igen sokan veszik igénybe az ötszillagos szállodák szolgáltatásait is. Ehhez képest a magyar utazók érdeklődése a háromcsillagos hotelek felé tolódik el. A panziók és a közösségi szállások forgalma is meghaladta az egymillió vendégéjszakát. Érdekes információ, hogy a kempingek forgalmának 68%-át a külföldi vendégéjszakák tették ki, míg a belföldi utazások esetében kisebb a jelentőségük. A 2010. és 2011. évi adatokat összehasonlítva a külföldi vendégforgalom sokkal jelentősebb ütemben (8,3%) bővült, mint a belföldi (2,7%).

A területi megoszlást megvizsgálva a külföldi vendégforgalom egyértelműen a főváros körzetére összpontosul, miszerint a külföldiek által eltöltött vendégéjszakák 57%-a esett a Közép-magyarországi régióra. A vidéki régiók közül messze kiemelkedett a Nyugat-Dunántúl, majdnem egy nagyságrenddel megelőzve az utolsó helyre szoruló Észak-Magyarországot. A belföldi vendégforgalom területi megoszlása kiegyenlítettebb, igaz a vidéki régiók közül itt is kiemelkedik a Nyugat-Dunántúl. Észak-Magyarország az 5. pozíciót foglalja el, csak az Észak- és Dél-Alföldet előzve meg. Pozitívumként fogalmazható meg, hogy a vendégforgalom bővülésének üteme a leggyorsabbak közé tartozik Észak-Magyarországon (10,2%).

Az egyéb szálláshelyi teljesítmények 13%-át képviselő falusi szállásadás területén a vendégforgalom összességében 13%-kal nőtt 2011-ben. A 140 ezer vendég összesen 421 ezer vendégéjszakát töltött el a falusi szálláshelyeken, ennek közel 90%-a a belföldi vendégekhez köthető. A vendégéjszakák számát tekintve a legnagyobb forgalom Észak-Magyarországon (161 ezer vendégéjszaka) volt, ami az országos érték 38%-a.

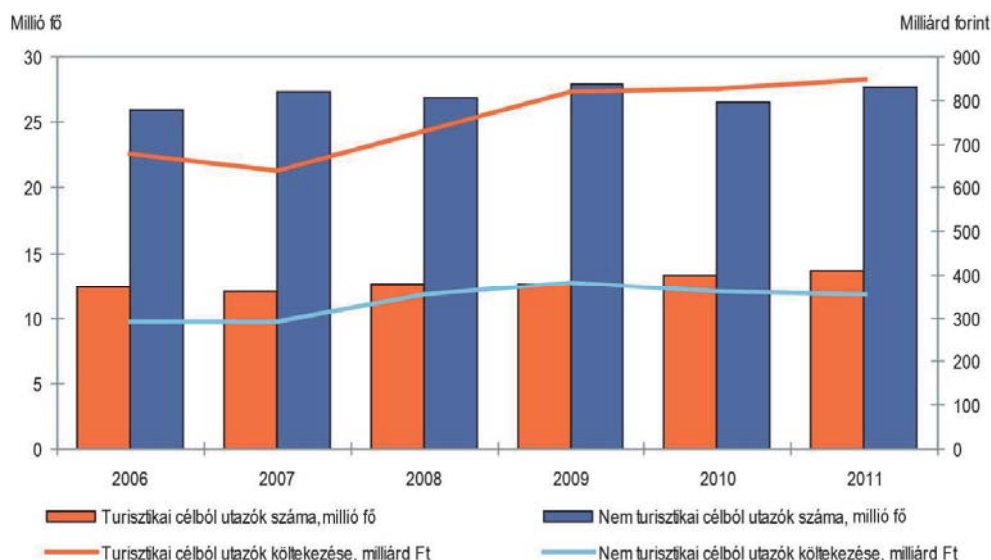
Az ország leglátogatottabb települései között Észak-Magyarországról csak Eger képviselteti magát az élmezőnyben, 2011-ben a 10. pozíciót foglalta el 362 767 vendégéjszakával. Miskolc a 16., Mezőkövesd a 36. pozícióban található, továbbá Bogács és Egerszalók is megelőzte a 2011-ben közel

azonos vendégéjszakát (mintegy 100 ezer db) felmutató Mátrászentimrét és Gyöngyöst (utóbbiban ekkor több szálloda is átalakítás alatt állt).

1.1.2.5 A külföldi vendégforgalom főbb jellemzői

A külföldiek magyarországi látogatásainak száma (41,3 millió fő) 2011-ben 3,5%-kal volt nagyobb, mint 2010-ben, a csak egy napra látogatóké 2,2%-kal, a több napra érkezőké 7,8%-kal emelkedett. 2011-ben 1,9%-kal jöttek többen kifejezetten turisztikai céllal, mint egy évvel korábban, ezen belül az egynapos utak száma 4%-kal visszaesett, míg a többnaposaké 5,6%-kal bővült (8. ábra).

8. ábra: A Magyarországra érkező külföldi látogatók száma és magyarországi kiadásai



Forrás: KSH, 2011.

Az egy napra látogatók száma (31 millió fő) a teljes utasforgalomnak mintegy háromnegyedét tette ki. Utazási szándékukat tekintve, dominánsak a nem turisztikai célok, 45%-uk átutazó. Az éjszakázás nélküli külföldi látogatók több mint négyötöde (26 millió fő) a szomszédos országokból érkezett. A szlovák, a román és az osztrák látogatások száma (együtt 20,3 millió fő) a legmagasabb. A egy napra érkező román látogatók fő célja túlnyomórészt az átutazás, az osztrák (47%) és még inkább a szlovák látogatók (62%) körében pedig a vásárlás a fő vonzerő (KSH 2012).

A többnapos külföldi látogatások esetében 2011-ben láthatóan visszatértek a hosszabb időt eltöltő utazók, vagy a korábban néhány napra érkezők egy

része ismét több időt szánt magyarországi pihenésére. Ezt jelzi, hogy mind az egy-három éjszakás, mind a négy éjszakánál több időt itt tartózkodók száma közel azonos mértékben (7–9%) nőtt.

A külföldiek összesen 99 millió napot töltöttek el Magyarországon, 3,6%-kal többet, mint 2010-ben. A korábbi évekre jellemző folyamatos csökkenést követően 2011-ben első ízben növekedett a külföldiek tartózkodási ideje, amely mutató ennek köszönhetően visszaerősödött a 2006. évi szintre. A külföldi látogatók 8,5%-a, 3,5 millió fő érkezett repülővel az országba. A hazai és nem rezidens utazási irodák szervezésében 2,4 millió látogató érkezett külföldről 2011-ben, a látogatóforgalom 5,8%-a – ez 22%-kal magasabb érték, mint az előző évben. A külföldiek magyarországi kiadásainak összege 2011-ben 1200 Mrd Ft volt, ami 0,8%-kal emelkedett. A turisztikai kiadások negyede a német, 10%-a az osztrákok, 4–4%-a pedig a britek, az olaszok és a hollandok vendégektől származott.

A külföldiek vendégforgalmának erős területi koncentráltóságát mutatja, hogy a vendégéjszakák közel 71%-át a fővárosban és a Balatonnál regisztrálták. A főváros jelentőségének további növekedésére utal, hogy a Budapestre látogató külföldi turisták 9,1%-kal több vendégéjszakát töltöttek el 2010-hez képest, míg a másik meghatározó balatoni üdülőkörzetben az eltöltött külföldi vendégéjszakák száma csak 2,4%-kal nőtt. Az Észak-magyarországi régió mindössze alig 4%-ot képvisel a több napra Magyarországra látogató külföldiek vendégforgalmából. A küldő országok közül regionális szinten Szlovákiáé az első hely mintegy 100 ezer fővel, amelyet Románia, Lengyelország és Németország követ.

1.1.3 A Mátra turizmusának környezeti, gazdasági és társadalmi háttere

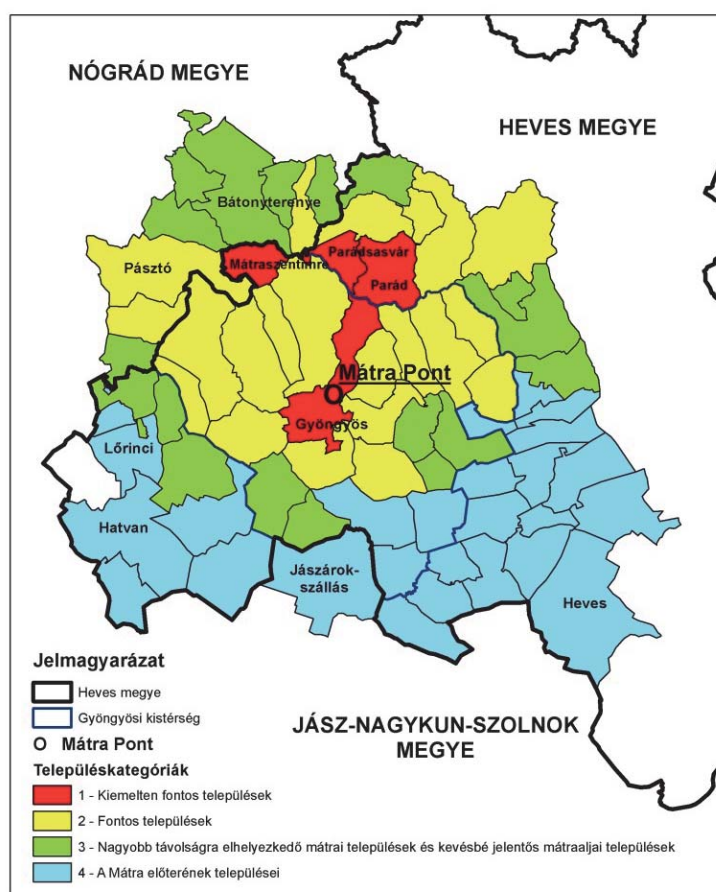
1.1.3.1 A vizsgálati terület lehatárolása

A vizsgálati terület a Mátra Pont potenciális működési területét foglalja magában. Ez tájegységek alapján kiterjed mindazokra a településekre, amelyeknek a külterülete érinti a Mátra hegyvonulatát. Magába foglalja továbbá azokat a Mátra előterében elhelyezkedő településeket, amelyek társadalmi-gazdasági szempontok alapján szorosabb földrajzi kötelékben állnak Gyöngyössel, illetve fontos kapcsolódási pontjai vannak ott a Károly Róbert Főiskolának. Az egyes települések természetesen eltérő fontosságúak lehetnek a Mátra Pont kapcsolatrendszerében, így különböző kategóriákat különítettünk el.

A vizsgálati terület 70 települése három megyét érint, Heves megye (60 település) mellett Nógrád megyét (9 település) és Jász-Nagykun-Szolnok megyét (1 település). A vizsgálati terület magában foglalja a Gyöngyösi kistérség mind a 25 települését, emellett a Hatvani kistérség keleti részét (10

település), a Hevesi kistérség északnyugati településeit (9 település), valamint a Füzesabonyi kistérség (6 település) és az Egri kistérség (3 település) Tarna menti, a Mátra, illetve a Mátraalja határán elhelyezkedő településeit. A Mátra északi lába keleti felének települései a Pétervásárai kistérséghez sorolódnak (7 település). A kilenc Nógrád megyei település két kistérség között oszlik meg, a Bátonyterenyi kistérségben van ezek közül öt és a Pásztói kistérségben négy. Az egyetlen érintett Jász-Nagykun-Szolnok megyei település Jászárokszállás.

9. ábra: A vizsgálati terület lehatárolása



Forrás: Saját szerkesztés, 2012.

A települések jogállása alapján a vizsgálati területen összesen kilenc város található: Gyöngyös mellett Hatvan, Heves, Bátonyterenyi, Pásztó, Jászárokszállás, Lőrinci, Vernelét és Gyöngyöspata rendelkezik városi

ranggal. A nagyközség kategóriába négy település tartozik: Kál, Parád és Recsk, a további 58 település jogállása község.

A 70 vizsgált település külterülete együttesen 2189,5 km², aminek a döntő része (83,1%) Heves megyéhez tartozik, 13,4% esik Nógrád megyére és 3,5% az egyetlen Jász-Nagykun-Szolnok megyei településre, vagyis Jászárokszállásra.

1.1.3.2 Természeti adottságok

A vizsgálati terület kiterjedése ugyan túlnyúlik a Mátravidék középtáj határain, de a természeti adottságok alapján egyértelműen ennek van meghatározó jelentősége. A természeti erőforrások, mint a turisztikai tevékenységek során hasznosítható erőforrások köréhez kapcsolódó szolgáltatások egyértelműen erre a tájegységre koncentrálnak. Bár a turisztikai hasznosítás szempontjából nem bírnak jelentőséggel, fontos megemlíteni, hogy a lehatárolt terület kiterjed a Gyöngyösi-sík, a Hatvani-sík és a Hevesi-sík területére, amelyek az Észak-alföldi-hordalékkúpsíkság kistájai. Emellett a vizsgálati terület egy-egy peremtelepülésének külterülete érinti a Zagyva és a Tarna völgyét, valamint nagyon kis részben a Cserhátvidék és Bükkvidék középtájakat is.

A turisztikai hasznosítás szempontjából meghatározó Mátra az Északi-középhegység részét képezi, eredete vulkanikus. Határait keletről és nyugatról határozottan jelöli ki a Zagyva és a Tarna völgye. Északon és délen a pontos határ kijelölése nem ennyire egyértelmű, az egyszerűség kedvéért délen a 80-as vasúti fővonal (Budapest-Hatvan-Miskolc) húzható meg határvonalként, míg északon a Bátorterenyét Pétervásárával összekötő 23-as számú főútvonal. Kiterjedése mintegy 900 km², amely a vizsgálati területnek gyakorlatilag a felét sem teszi ki. A Mátra ismertségét leginkább az adja, hogy itt található Magyarország két legmagasabb különálló hegycsúcsa, az 1014 méteres Kékes és a 964 méter magas Galyatető (Baráz Cs. 2011).

A Mátravidéket a természetföldrajzban hét kistájra bontják, amelyek a következők: Magas-Mátra, Nyugati-Mátra, Déli-Mátra, Keleti-Mátraalja, Nyugati-Mátraalja, Mátralába, illetve Parád-Recski-medence (10. ábra).

A Mátrát több jól elkülöníthető részre lehet felosztani. Délnyugatról a Jobbágyi község fölött található Nagy-Hársas lepusztult vulkáni kúpjával kezdődik. A hegytől északra fokozatosan emelkedő előhegyekkel a Nyugati-Mátra a Muzsla csúcsával tetőzik. Az ún. Központi-Mátra a Mátrabérc fennsíkjából, a Galyatető és a Kékes vulkáni kúp csoportjaiból áll. Meredek, zord hegyoldalak, kőfolyások, törmeléklejtők, suvadások váltogatják egymást zárt bükkösökkel borítva. Délre lankásabb, párhuzamos völgyek futnak le, amelyek közül a legmeghatározóbb tájosztó vonal az ún. Nagy-völgy. A

Nagy-patak völgyével párhuzamosan alakult ki a Mátra "főbejárata" Mátrafüredtől Mátraházáig. A Mátraalja erdőmentes, szőlőkkel borított, megművelt tájairól szinte átmenet nélkül jutunk az erdős hegyi környezetbe. Keletre a Saskő 898 m-es ormának meredek letörése után a Keleti-Mátra 650-750 m magas hegyei sorakoznak. A hegység északi részét Mátralábának nevezik. Elszórt, kb. 250-400 m magas kis vulkáni kúppokkal borított dombvidék ez, már többnyire művelt mezőgazdasági földekkel.

10. ábra: A Mátravidék domborzati képe



Forrás: <http://mikolavendeghaz.mindenkilapja.hu/html/18871405/render/a-matra>

A Mátra-hegységben a vulkáni utóműködés során a vulkanitok repedéseiben a hirtelen lehülés során keletkezett üregekben és hasadékokban jelentős ásványképződés játszódott le. Ipari jelentőségük sem volt elhanyagolható, mivel bányászatuk csak az 1980-as években szűnt meg. A Gyöngyösoroszi környékén lévő érctelérek (ólom, cink) bányászata és a recski rézérckitermelés nemzetközi viszonylatban is jelentős nagyságrendű volt. Recsken jelenleg is kutatások folynak a bányászati tevékenység nagyobb volumenű újraindítására vonatkozóan.

A változatos talajtakaró és növényzet a domborzati és klimatikus viszonyoknak megfelelően, övezetesen jelenik meg.

Az adottságoknak megfelelően a hegylábi területeken a csernozjom barna erdőtalaj barnafölddel váltakozva fordul elő. Ezt váltja föl az agyagbemosódásos barna erdőtalaj, amely különböző mértékben

podzolosodhat. A szélnek kitett területeken, főleg a gerinceken és meredek lejtős részeken erodált, erubáz talaj a jellemző. A hegység nyugati részén elterülő több kilométeres lösztakarón csernozjom barna erdőtalaj található.

A Mátra forrásokban igen gazdag (összesen mintegy 360 darab), azonban kevés közöttük az igazán bővizű, törésvonal mentén kialakult forrás. A még napjainkban is jellemző utóvulkanikus hatások következményei az ásványvizes források és a gyógyvizes fürdők. A vízfolyások a Tarnába, illetve a Zagyvába tartanak, vízjárásuk meglehetősen rapszodikus. A hegység állóvizei nem bírnak nagyobb jelentőséggel. Az egykori természetes állóvizek napjainkra már szinte teljesen elmocsarasodtak, a Pisztrángos-tó, Kőris-mocsár, Fekete-tó, Sás-tó, Szent Anna-tó őrzi emléküket. Nagyobb vízfelülettel, így nagyobb környezeti hatással bírnak a mesterségesen kialakított, vízgyűjtő területekre épült víztározók. A Csór-réti, Köszöri-völgyi és Hasznosi víztározók látják el a környék lakosságát ivóvízzel.

A nagy területű, zárt erdőknek és a környező peremterületeknek igen gazdag az élővilága. A természetes táj megőrzésére létesült 1985-ben a Mátrai Tájvédelmi Körzet, összesen 12 141 hektáron, ezen belül a különleges természeti értékeket 2 209 hektárnyi fokozottan védett területen óvják. A körzet 12 község területére terjed ki, és két különálló tömböt foglal magában. A kisebbik az Ágasvár környéke és a Mátra-bérc védelemre érdemes része; a másik – a Kékes tömbje a Keleti-Mátrával együtt – nagyobb, összefüggő, természeti értékekben gazdag térséget alkot. A tájvédelmi körzet a Bükk Nemzeti Park igazgatása alatt áll.

1.1.3.3 Elérhetőségi viszonyok, közlekedés

A turizmus tervezése szempontjából meghatározó tényező a megközelíthetőség. A vizsgálati terület településeinek elérhetőségében igen jelentős differenciák mutatkoznak. A tömegközlekedési eszközök közül a vasút a hegyvidéki településeken egyáltalán nem érhető el. A legjelentősebb vasútvonal (80-as számú vasúti fővonal) a Mátra előterében halad, a vizsgálati területet a Hatvan-Kál vonalon keresztezi. Erről ágazik le a Zagyva völgyét feltáró 81-es vasútvonal, amely a vizsgálati terület nyugati peremén halad végig. A Kál-Kápolna és Kisterenye állomások között közlekedő útvonalat 2007-ben bezárták, így a Tarna völgyének vasúti megközelítése nem megoldott. Gyöngyös és Gyöngyöshalász elérésére Vámosgyörkről a 85. számú vicinális vonalon van lehetőség, amely a Mátra Pont szempontjából nagyobb jelentőséggel bírhat, naponta 11 vonatpár közlekedik ezen a vonalon. A vizsgálati terület déli részén Jászárokszállás a 86-os, míg Heves a 102-es mellékvonalon érhető el.

Közlekedési szempontból kevésbé, turisztikai szempontból azonban számottevő a Mátra Erdei Vasutak szerepe, amelyet az Egererdő Zrt.

üzemeltet. A „kisvasút” két vonalon közlekedik, Gyöngyös és Mátrafüred között (6,3 km), valamint a Gyöngyös-Gyöngyössolymos-Lajosháza-Szalajkaház vonalon (13,1 km). A szolgáltatás igénybevehetőségét tekintve problémásnak nevezhető, hogy a turisztikai szempontból kiemelten és kevésbé forgalmas napok között óriási a járatszámkülönbség a menetrendben. A Mátrai Úttörővasút forgalma az 1970-es években éves szinten meghaladta a félmillió főt, ami az 1990-es évekre 100 ezer fő körüli létszámmra csökkent.

A vizsgálati terület domborzati sokszínűségének köszönhetően a közúti elérhetőségben is igen jelentős különbségek mutatkoznak. A Mátra Pont szempontjából az M3-as autópályának és a 3-as főútnak van nagy jelentősége, amelyek Kelet-Nyugat irányú összeköttetést biztosítva a Mátra déli előterében keresztezik a térséget. Emellett a 24-es számú főútvonal szerepe kiemelkedő, amely a legnagyobb idegenforgalmat lebonyolító Központi Mátra feltárását biztosítja. Két főútvonal érinti még a térséget, a nyugati határvonalon húzódik végig a 21. számú főútvonal, a Mátra északi lábának megközelítését pedig 23-as főút segíti (Koncz G.–Nagyné Demeter D. 2014).

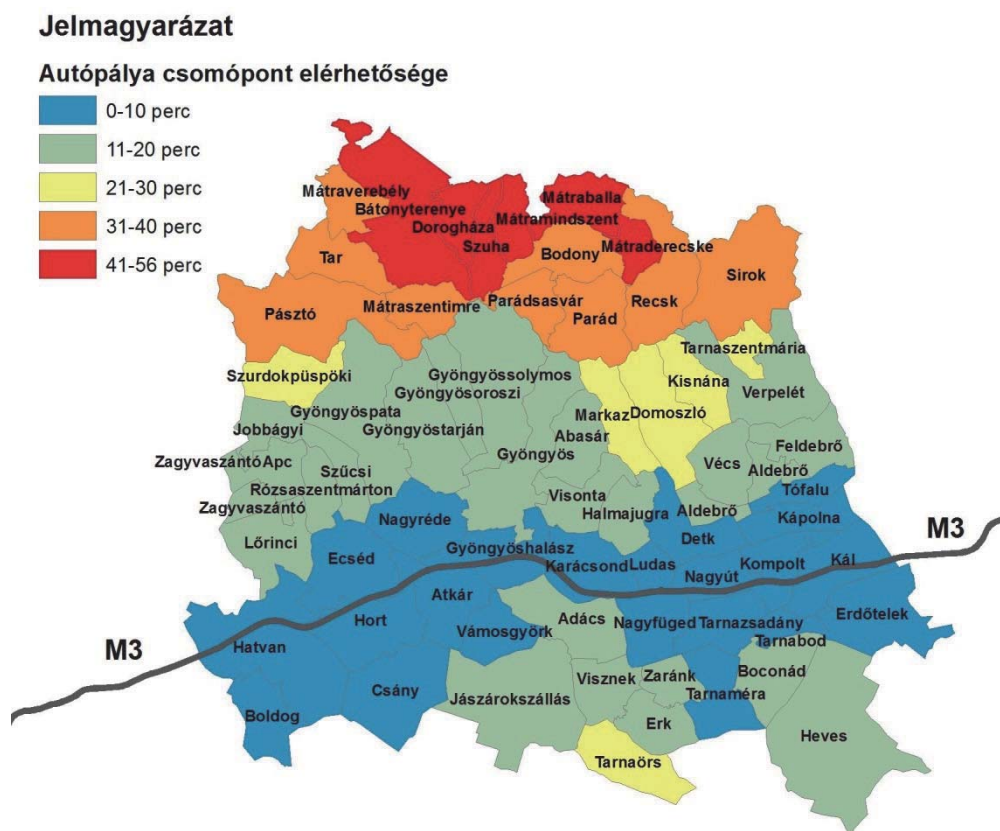
A térség településeit két fontos szempont alapján lehet kategorizálni: az egyik az autópályától, a másik pedig a Budapesttől, mint fővárostól és meghatározó küldő területtől való távolság. Az összehasonlítás alapját nem a kilométerben mért távolság, hanem az út megtételéhez szükséges idő adja, amely napjainkban már fontosabb információnak tekinthető, és differenciál az egyes útvonalak minősége és átjárhatósága között. A beruházók mellett a turisták jelentős része is jobb útminőséget, a gyorsabb és biztonságosabb közlekedést részesíti előnyben. A könnyen elérhető attrakciókat többen ismerik és a látogatók egy csoportja egyértelműen preferálja azokat (11. és 12. ábra).

A térség 70 települése közül 28, vagyis 40% rendelkezik üzemanyagtöltő állomással, a benzinkutak összesített száma 57. A városok közigazgatási területén általában több üzemanyagtöltő állomás is megtalálható (Gyöngyös, Hatvan – 8 db, Heves – 5 db, Bátorfyerénye – 4 db), és kiemelt szerepe van még az autópálya-lehajtóval rendelkező, nagy forgalmú csomópontokban elhelyezkedő településeknek (Kápolna, Kompolt). Az eldugott, kisebb vidéki településeken és a hegyvidék belsejében nincsenek jelen benzinkutak.

A térségben ezer lakosra 288 darab személygépkocsi jut, ami kevéssel marad el az országos mutatótól (298 db/ezer fő). A gazdagabb települések mellett a nehezen megközelíthető településeken is magas ennek a mutatószámának az értéke, az utóbbi azonban minden bizonnyal a kényszerűségből ered. A leginkább kiemelkedő mutatóval Parádsasvár és Markaz rendelkezik, ezeken a településeken szinte minden második lakosra jut egy személygépkocsi. Ezzel szemben a legszegényebb településeken (Erk,

Mátraverebély, Tarnabod, Tarnaörs, Tarnazsadány) alig minden ötödik lakosra jut egy jármű.

11. ábra: A legközelebbi autópálya csomópont elérhetősége a térség településeiről közúton (percben), 2012



Forrás: Geox Kft. adatbázisa alapján saját szerkesztés.

A közlekedéssel kapcsolatos fontos információ a balesetek száma, ami összefüggésbe hozható az utak forgalmával (és közvetve a települések népsűrűségével), valamint az utak minőségével, beláthatóságával. Ebből a szempontból a Mátra útvonalai, különösen a 24-es főútvonal hegyvidéki szakaszai, kiemelt veszélyforrást jelentenek, mivel a gyorsasági motorosok gyakorta teszt pályaként tekintenek rájuk. Az egész térség személyi sérüléssel járó baleseteinek a harmada Gyöngyös útjaira koncentrálódik, ami a népességszámra és a csomóponti jellegre való tekintettel nem meglepő.

2012

Jelmagyarázat

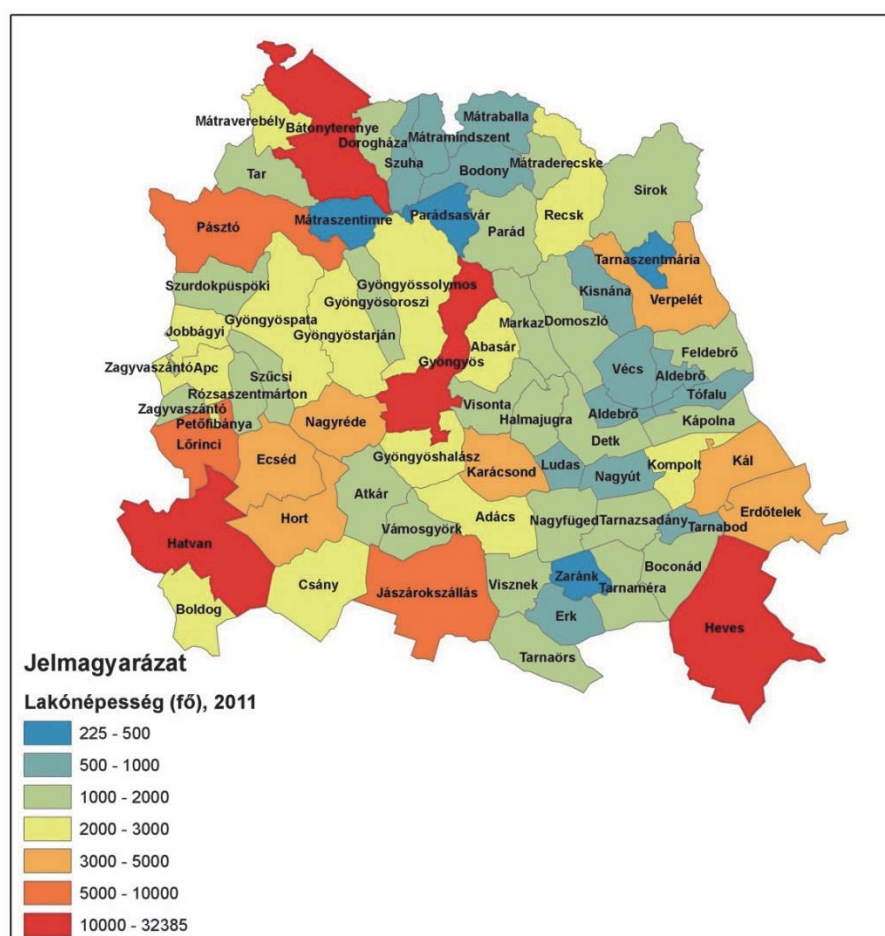
Budapest elérhetősége közúton (percben)



1.1.3.4. Demográfia

darab), azonban a 4 000 fős lakosságszámot egyik sem éri el. Az 1 000 fő alatti népességszámú falvak száma 16 darab, fekvésük többnyire kifejezetten periférikus. A falusi turizmus szempontjából ugyanakkor a többségük kedvező adottságokkal rendelkezik, illetve egy részük jelenleg is üdülőfaluként funkcionál (pl. Mátraszentimre, Parádsasvár, Szuha). A legkisebb lélekszámú település 225 fővel Tarnaszentmária (13. ábra).

13. ábra: A térség településeinek népességszáma (fő), 2011



Forrás: KSH adatok (2011) alapján saját szerkesztés.

A térség népsűrűsége összességében 95 fő/km². A legkisebb Mátraszentimre népsűrűsége (21,84 fő/km²), míg a legmagasabb érték Gyöngyösön (585,5 fő/km²) figyelhető meg. A 120 fő/km²-nél magasabb népsűrűség tíz településre jellemző – vagyis a térség egyértelműen vidékies.

Az egész térségre vonatkoztatva a népességcsökkenés évi átlagos üteme -7,7‰ volt a 2000 és 2011 közötti időszakban. Népességnövekedést a 70 településből mindössze négy (Visonta, Erk, Nagyfűged, Atkár) könyvelhetett el ebben a periódusban. A népességcsökkenés 27 településen meghaladta a 10%-os arányt, míg három kistelepülés (Parádsasvár, Tarnaszentmária, Mátraszentimre) a népességének több mint ötödét veszítette el ebben az időszakban.

A népességszám alakulását a természetes szaporodás és a migrációs egyenleg határozza meg, amelyek közül az utóbbi gyorsabban változhat. Természetes szaporodást 2011-ben mindössze három településen (Gyöngyösoroszi, Kápolna, Tarnabod) regisztráltak, további két településen stagnálás volt megfigyelhető. Összességében viszont csak ebben az évben 1 428 fős vesztesége volt a térségnek, ami a 2010. év végi össznépesség 6,8‰-ét tette ki. A halálozások száma számos településen többszörösen múlja felül az élveszületéseket, a természetes fogyás mértéke 17 településen meghaladta az egy százalékos mértéket. Jelentős csökkenés jellemzi a Mátra kiemelt turisztikai célpontjait is, így ebbe a kategóriába tartozott Mátraszentimre, Parádsasvár is.

A térség migrációs egyenlege szintén negatív értéket mutat, azonban az elvándorlás következtében kisebb mértékű a népességvesztés, 2011-ben ennek értéke -2,4‰ volt. Megjegyzendő, hogy több olyan település is akad, ahol igen jelentős természetes fogyás mellett kifejezetten nagymértékű vándorlási pozitívumot regisztráltak. Igaz ez a fent említett üdülőtelepülésekre, és több, a természetes fogyás adatai alapján elnéptelenedésre ítélt kistelepülésre is. A vonzó természeti adottságokkal és értékes települési környezettel jellemezhető települések többsége – amelyek egyben jelentősebb turisztikai potenciállal is rendelkeznek – vándorlási nyereséget könyvelhetett el. A nagyobb mértékű elvándorlás leginkább a halmozottan hátrányos helyzetű településeket érinti, a fokozódó társadalmi problémák hatására. A városi jogállású települések a középmezőnyben helyezkednek el ennek a mutatónak az alapján, a „jó fekvésű” vidéki települések értékei kedvezőbben alakulnak. A városok közül a legrosszabb helyzetben Bátonyterenye van, ahol a migrációs veszteség egy év alatt közel egy százalékot tett ki.

A demográfiai folyamatok hosszú távú alakulása mellett a helyi keresleti viszonyokra is rámutat a népesség öregedési indexe, valamint a gyermeknépesség és az időskorú népesség eltartottsági rátája. Magyarország jellemző népesedési folyamatai miatt ebben a tekintetben már az összehasonlítási alapnak tekinthető országos adatok is igen kedvezőtlennek minősülnek, azonban a térség adatai összességében ettől is elmaradnak. A 14 évnél fiatalabb és 65 évnél idősebb korosztályok egymáshoz viszonyított aránya alapján számított öregedési index értéke országosan 1,14 (vagyis az

idősek aránya jelentősen meghaladja a fiatalokét), míg a térségben 1,26. A térségben több olyan település is van, ahol az időskorúak száma több mint kétszeresen múlja felül a gyermekek létszámát. Ezek a települések egyértelműen az elöregedés jeleit mutatják, ami hosszabb távon akár az elnéptelenedésükhöz is vezethet. A helyi munkalehetőségek alacsony száma miatt a mátrai üdülőtelepülések is ebbe a kategóriába sorolódnak. Fiatalos korstruktúra (a mutató 1 alatti értéke) kifejezetten csak a jelentősebb cigány etnikummal rendelkező településeket jellemzi, egyes esetekben extrém alacsony értékkel (Tarnabod – 0,24). A gyermeknépesség és az időskorú népesség eltartottsági rátája országosan 0,44, a térség mutatója ezt kevéssel haladja meg (0,48). A korszerkezet tekintetében kiegyensúlyozottabb népességállománnyal rendelkező településeken ez az érték 0,4 és 0,45 között mozog.

1.1.3.5 Gazdaság, foglalkoztatottság

A vizsgálati terület gazdasági szerkezete és folyamatai erős hasonlóságot mutatnak az Észak-magyarországi régió gazdasági jellemzőivel. A korábbi évtizedekben a térség északi részén meghatározó szerepet kapott a nehézipar, amelynek visszaesése az országos átlagnál nagyobb mértékű volt, és lényegesen hosszabb ideig tartott. A térségi déli részén leginkább az okoz problémát, hogy az ipari beruházások jelenleg és korábban is elkerülték a településeket. A szocialista beruházások máig fennmaradt legjelentősebb létesítménye a Mátrai Erőmű, amely az erőműben és a két külszíni bányájánál összesen mintegy 2 500 főt foglalkoztat. A beruházásokat a kedvező elérhetősége miatt leginkább az M3-as autópálya mentén húzódó sáv vonzotta magához, amelyből kiemelkedik Hatvan, Jászárokszállás és Gyöngyös jelentősége. A legtöbb beruházás a gépiparban valósult meg. A gyárak privatizálását követően az ezredfordulón létrehozott ipari parkok váltak a beruházások elsőszámú célterületévé. A térség ipari park címmel rendelkező települései: Abasár, Bátorfyerénye, Gyöngyös, Hatvan, Heves, Jászárokszállás, Visonta.

A földhasználat szempontjából a természeti adottságok sokszínűsége miatt az egyes kistájak eltérő karakterrel rendelkeznek. A hegyvidéki településeken inkább az erdészeté a főszerep, a Mátraalján a szőlő és a gyümölcs rendelkezik nagyobb jelentőséggel, míg az alföldi területeken már a szántóföldi kultúrák túlsúlya a jellemző. Az utóbbi két évtizedben az élelmiszeripar is számottevő veszteségeket könyvelt el a térségben (húsipar, tejipar, malomipar, cukoripar, konzervipar). A térség ismertsége szempontjából kiemelt jelentőségű mátraaljai borászat igen jelentős átalakuláson ment keresztül, miközben a szőlőültetvények területe jelentősen csökkent. Számos új borászat jött létre magánkézben, amelyek térségi szinten

már nevet szereztek, azonban az országos ismertségük elmarad a Tokaji vagy az Egri borvidék pincészetei mögött. A borászat és a turizmus kapcsolatában nem sikerült elérni a megfogalmazott célkitűzéseket, jelenleg a borút sem működik.

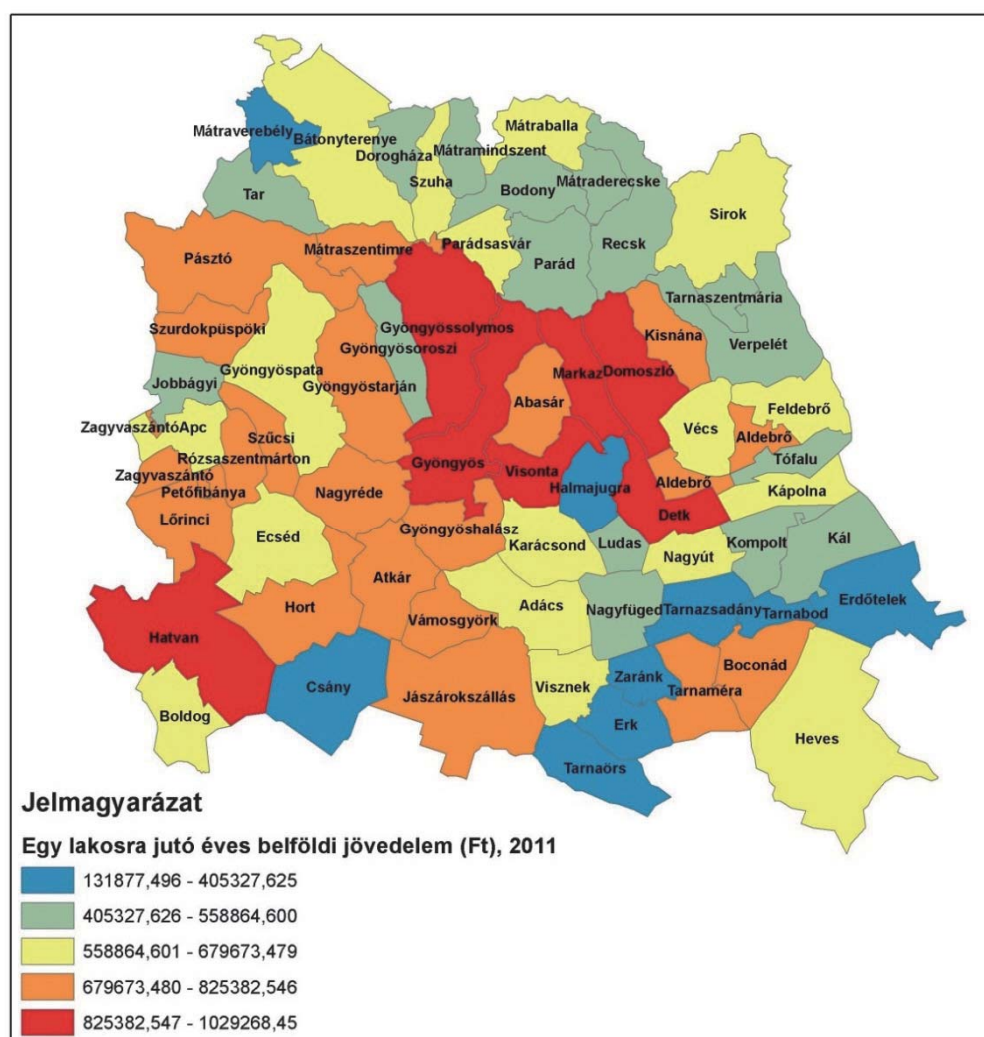
A szolgáltató szektor kiépültsége egyértelműen a középvárosokban, kistérségi központokban a legteljesebb. Gyöngyösön és Hatvanban több nemzetközi kereskedelmi lánc egysége van jelen, és bevásárlóközpontok is kiépültek. A kisebb városokban csak egy-egy supermarket található meg. A kisebb településeken éppen a turizmus hatására épülhet ki szélesebb kínálat és magasabb színvonallal jellemezhető szolgáltatási struktúra.

A vállalkozássűrűség a térségben (142,8 db vállalkozás/ezer fő) nem éri el az országos átlagot, annak csak a 86%-a. A hátrányos helyzetű településeken az érték sehol sem éri el a száz darabot, az ellenkező végletet a kedvező adottságú ipari (Visonta), idegenforgalmi (Parádsasvár, Mátrászentimre) és mezőgazdasági települések (leginkább azok, ahol számos családi borászat van) jelentik. A legnagyobb vállalkozássűrűség Nagyrédén mérhető, ahol minden harmadik emberre jut egy bejegyzett vállalkozás. Ebben persze az őstermelők magas számának van elsődleges szerepe, ugyanakkor a település ipartelepe is egyre több embernek ad munkát.

Az erősebb gazdasági háttérre támaszkodó települések önkormányzatai jelentősebb helyi adóbevételekkel rendelkeznek, amelyek révén önerőt tudnak biztosítani településfejlesztési tevékenységükhöz. Ebben az iparüzési adónak van meghatározó szerepe, ugyanakkor néhány mátrai településen az idegenforgalmi adó egy főre eső összege is jelentős lehet.

A személyi jövedelemadó önkormányzatok számára átengedett részének nagysága ugyanakkor éppen arról tanúskodhat, hogy mely települések vannak társadalmi-gazdasági szempontból rosszabb helyzetben. A jelentősebb saját bevétellel rendelkező önkormányzatoktól nagyobb elvonásokra kerülhet sor – ez volt tapasztalható 2011-ben a Mátrai Erőművet övező településeken, vagyis Detken, Halmajugrán, Markazon és Visontán. A kevésbé fejlett településeken lakosonként több mint 30 ezer Ft-tal számolhattak. A területi különbségek települési szintű mérésében meghatározó szerepe van a személyi jövedelemadó alapot képező jövedelemnek, ugyanis ezen a szinten ez az egyetlen elérhető információ, amely alapján megbecsülhető a gazdasági teljesítmény. A legjobb adatokkal rendelkező települések Gyöngyös és a Mátrai Erőmű térségében helyezkednek el, miközben összefüggő perifériának tekinthető a Tarna mente. Markáns a különbség a Mátra déli és északi oldala között is (14. ábra).

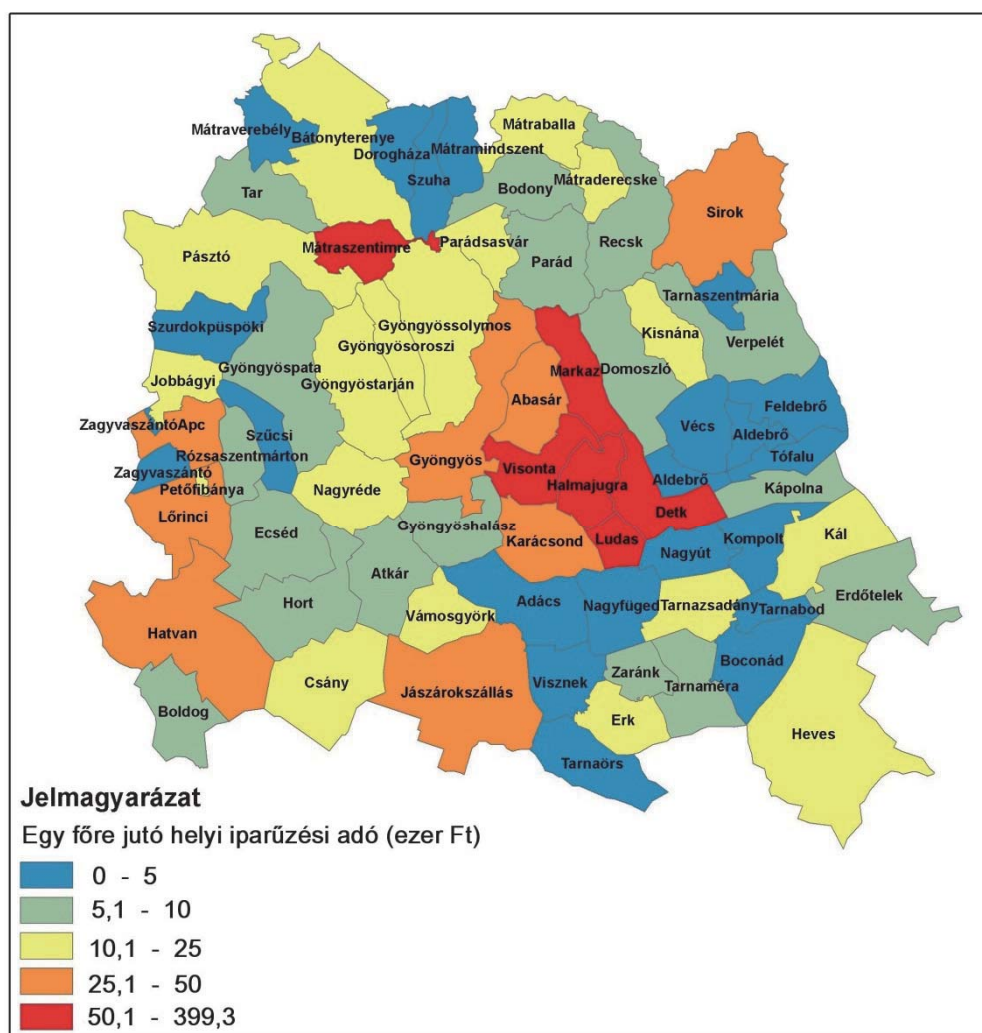
14. ábra: Az összes belföldi jövedelem egy főre jutó összege (Ft), 2011



Forrás: NAV, TeIR adatbázis (2011) alapján saját szerkesztés.

A helyi iparüzési adó egy főre jutó összege (34 402 Ft) a térségben 8,2%-kal maradt el az országos átlagtól. Összesen három községben nem származott ebből az önkormányzatnak bevétele: Aldebrőn, Tarnabodon és Tófalun. A gazdaságilag kevésbé fejlett településeken 10 ezer Ft alatt maradt a mutató értéke, míg igazán kiemelkedő, lakosonként több százezer forintos bevétellel csak a Mátrai Erőművet övező települések büszkélkedhettek. A prosperáló ipari parkkal rendelkező Hatvan esetében az adóbevétel összege 76 368 Ft volt fejenként (15. ábra).

15. ábra: A helyi iparüzési adó egy főre jutó összege (1000 Ft), 2010

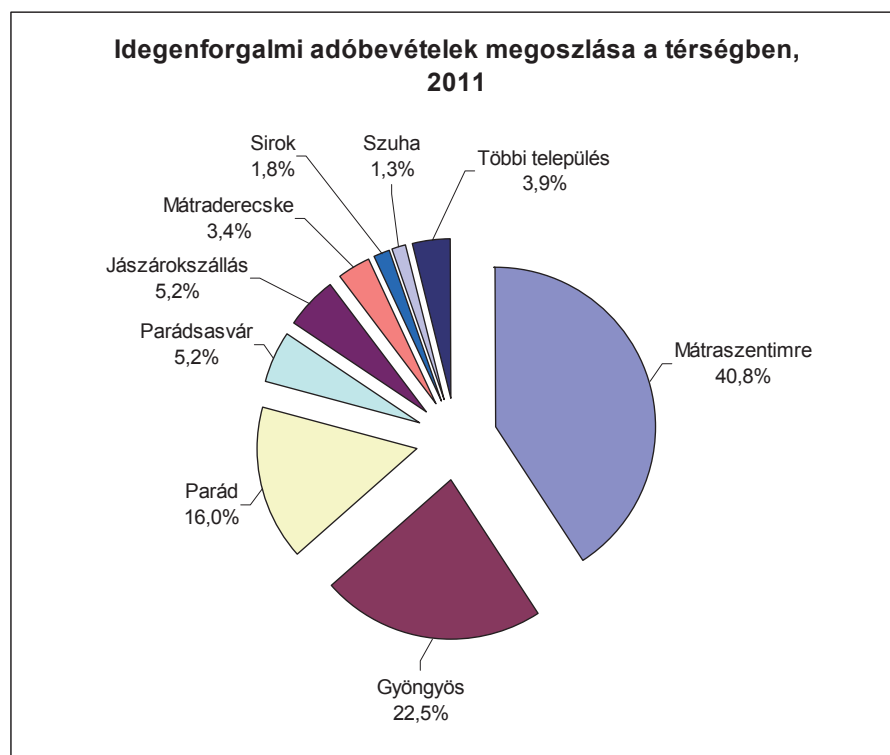


Forrás: NAV, TeIR adatbázis (2011) alapján saját szerkesztés.

Idegenforgalmi adót a térség 70 települése közül mindössze 26 településen vetettek ki 2011-ben. A szálláshelyszolgáltatás megadóztatásának két formája létezik, ezek közül a tartózkodás után kivetett a népszerűbb, amely bevételi lehetőséggel 24 település élt, míg nyolc településen épület után vetettek ki idegenforgalmi adót (Szuha esetében csak erre). A térség önkormányzatainak idegenforgalmi adóból származó összbevétele 96,3 millió Ft volt. A legjelentősebb bevételre ebből a forrásból Mátraszentimre önkormányzata tett szert (39,3 millió Ft), ahol a tartózkodás és az épület után befizetett adó mértéke is meghaladta a 10 millió Ft-ot, köszönhetően az üdülők magas számának, gyakorlatilag mind a hat településrészen. Abszolút értékben a

második helyet Gyöngyös foglalja el (21,68 millió Ft), és egymillió forintnál nagyobb adóbevétel jelentkezett továbbá Parád, Parádsasváron, Jászárokszálláson, Mátraderesken, Sirokban és Szuhán (16. ábra). Az egy lakosra jutó idegenforgalmi adóbevétel Mátraszentimrén (84 467 Ft), Parádsasváron (12 067 Ft) és Parád (7 934 Ft) volt a legmagasabb.

16. ábra: Idegenforgalmi adóbevételek megoszlása a térségben, 2011

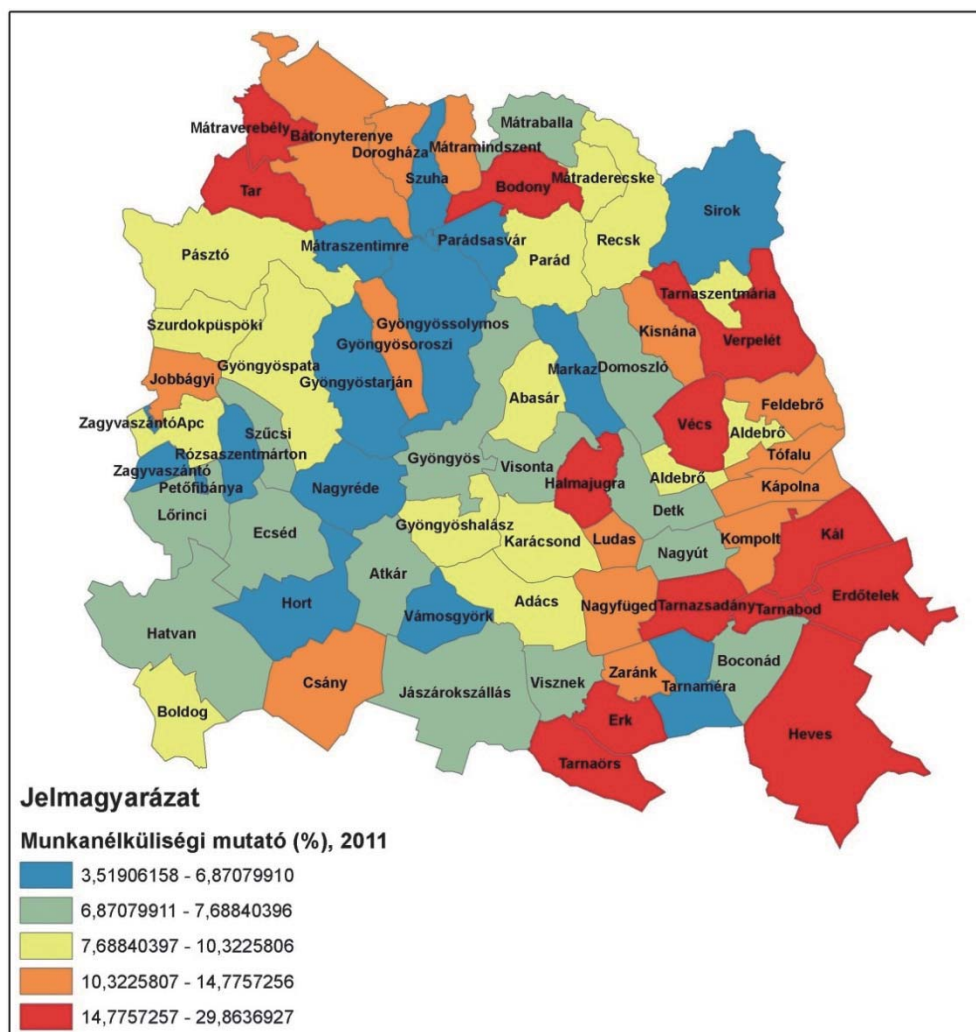


Forrás: KSH (2011) adatok alapján saját szerkesztés.

A gazdasági-társadalmi problémák mérése használt kiemelt mutatószám a munkanélküliségi mutató, amelyet az álláskeresők számának és a munkaképes korosztály létszámának hányadosaként határozzunk meg százalékban. A 2011. decemberi adatok alapján a térség munkanélküliségi mutatója 9,6%, amely 1,7 százalékponttal haladja meg az országos átlagot. A térség központi területéhez képest a Mátra északi lábánál elhelyezkedő és a dél-hevesi települések egyértelműen kedvezőtlenebb mutatókkal rendelkeznek. Emellett a cigány etnikum kifejezetten magas aránya hozható összefüggésbe a magas munkanélküliségi mutatóval, hiszen több esetben két egymással szomszédos település között mutatkozik nagy különbség (pl. Visonta és Halmajugra, vagy Domoszló és Vécs esetében). Az országos átlagnál kedvezőbb mutatóval általában az iparosodott városi jogállású

települések (Hatvan, Gyöngyös) és a szuburbanizációs folyamatok által is érintett, kiegyensúlyozott társadalmi szerkezettel bíró települések, valamint az üdülő-települések rendelkeznek (17. ábra). Problémát jelent ugyanakkor ezeken a településeken, hogy az önkormányzat és a szállodák mellett nincs más munkaadó, így több szakmaterületen csak a relatíve távol fekvő városban lehet elhelyezkedni, helyben pedig jelentős a munkanélküliek számában tapasztalható szezonális mértéke.

17. ábra: Munkanélküliségi mutató értéke (%), 2011



Forrás: www.teir.hu alapján saját szerkesztés.

A munkanélküliségi mutató értékét természetesen nem csak a települések fekvése és gazdasági potenciálja befolyásolja, hanem a humán erőforrások

minősége is. A periférikus fekvésű, hátrányos helyzetű településeken a kontraszelekciós folyamatok hatására csak az alacsonyabb társadalmi státuszú lakosság maradt helyben, akiknek alacsonyabb az iskolai végzettsége, s gyakran belenyugodtak a helyzetükbe. A térségben a 180 napon túl nyilvántartott álláskereső aránya gyakorlatilag megegyezik az országos átlaggal. A települések között ebből a szempontból igen nagy a differencia, amit a közfoglalkoztatás is befolyásol. A hátrányos helyzetű településeken egyébként sokszor a 60%-ot is meghaladja a tartós munkanélküliek részaránya, a legmagasabb értéket Taron regisztrálták (77%). A frekvenciált turisztikai célpontok ebből a szempontból is jobban teljesítenek, mint a térségi átlag.

1.1.3.6 Lakásállomány, kommunális ellátottság

A lakásállománnyal mellett, hogy alapvetően befolyásolja a helyi lakosság életminőségét, olyan szempontból is számolnunk kell, hogy az alapját képezheti a falusi szálláshely szolgáltatásnak, illetve az is előfordulhat, hogy korábbi lakóházakat az új tulajdonosok rekreációs céllal vesznek meg. Erre persze csak akkor van lehetőség, hogyha az ingatlanok megfelelő komfortfokozattal rendelkeznek, és kellemes környezetben helyezkednek el. Napjainkban az ingatlanpiacon igen nyomott áron értékesítik a lakóingatlanokat, a bedőlt hitelek és a fizetőképes kereslet hiánya miatt. Ily módon a legkedvezőbb fekvésű mátrai ingatlanok ára sem nevezhető kiemelkedőnek, ugyanakkor mégis többszöröse azokénak, amelyek olyan településeken helyezkednek el, ahonnan kifejezetten magas az elköltözni szándékozók aránya, ezért túlkínálat alakult ki a piacon (pl. Vécs). Ezek a települések természeti és kulturális értékeik alapján több esetben lehetőséget biztosítanak a falusi turizmus és rekreációs tevékenységek fejlesztésére, azonban a megközelíthetőségük, közbiztonságuk, illetve adott esetben maga az imázs nem nyújt ehhez megfelelő alapot.

Az ingatlanpiaci helyzetre és a demográfiai folyamatok alakulására egyaránt rámutat az egy lakásra jutó lakosok számát ismertető mutatószám, aminek az országos átlaga 2011-ben 2,28 fő volt. A térség mutatója ettől csak igen kevéssel maradt el (2,24 fő). A települések a demográfiai folyamatok különböző fázisaiban lehetnek, arra is van példa, hogy egy negatív folyamatot sikerül egy-egy faluban megfordítani, azonban 2 alatti mutatószámokkal az elnéptelenedő mátrai, mátraaljai községekben találkozhatunk. Ugyanakkor az is elmondható, hogy az üdülőcélokat szolgáló településeken a lakatlanná váló lakóingatlanoknak a hasznosítása nagyobbra esztörténik, míg a kevésbé ismert településeken erre alig találunk példát. A legelőrehaladottabb státuszban az elnéptelenedés útján a következő települések állnak: Tarnaszentmária, Vécs, Zaránk, Bodony,

Szuha, Mátraballa, Mátraszentimre és Mátramindszent. Ennek a folyamatnak a megfordítására csak egy széles összefogáson alapuló sajátos ingatlanfejlesztési és -hasznosítási projekt nyújtana lehetőséget.

Az általános gazdasági-társadalmi folyamatok hatására az egész országban alacsony volt 2011-ben az újonnan épített lakások aránya, a teljes lakásállománynak mindössze 2,9%-ét tette ki. A vizsgált térségben azonban csak minden ezredik lakásról mondható el, hogy 2011-ben adták azt át. A 70 településből 36-ban egy lakóingatlant sem építettek, köztük a városi rangú Hevesen és Lőrinciben sem. Relatív nagyobb számú lakóingatlant csak a városkörnyéki, szuburbanizációs folyamatok által érintett községekben vettek használatba (pl. Gyöngyöshalász, Atkár).

Az utóbbi két évtized fejlesztéseinek köszönhetően egyre szűkebb azoknak a településeknek, településrészeknek a köre, amelyeken alapvető infrastrukturális hiányosságok tapasztalhatók, erre inkább csak egy-egy ingatlan szolgáltat példát. Ez alól egyedül a szennyvízhálózat kiépítése jelent kivételt, amely sok esetben elhúzódott az eredeti tervekhez képest, és jelentős adósságot halmoztak fel miatta az önkormányzatok.

A közütemi ivóvízvezeték-hálózatba bekapcsolt lakások aránya térségi szinten 93,3%. Hét településen 100%-ban kiépített a hálózat. A települések döntő többségén 90% feletti lefedettséget regisztrálhatunk, ugyanakkor vannak olyan községek, amelyeken a statisztikai mutatók alapján a lakások több mint 20%-ába nincs bevezetve az ivóvíz. A legrosszabb társadalmi-gazdasági mutatókkal bíró települések mellett több mátrai üdülőfalura is ez jellemző, ami leginkább azzal magyarázható, hogy az időszakosan használt kisebb nyaralóházakba nem vezették be a vizet.

A közütemi szennyvízcsatorna-hálózatba bekapcsolt lakások aránya térségi szinten 54,7%. 29 településen egyáltalán nincs kiépítve a szolgáltatás, még olyan nagyobb településeken sem, ahol a lakásállomány nagysága meghaladja az ezer egységet (pl. Ecséd, Erdőtelek, Karácsond, Kál). A kiépítettség négy településen haladja meg a 90%-ot: Gyöngyöshalász, Markáz, Petőfibánya, Visonta. A települések több esetben is térségi összefogásban építették/építik ki a szennyvízszolgáltatást, azonban sokszor ebben a tekintetben is óriási különbség lehet két egymás mellett fekvő település között, például a Visonta mellett található Halmajugrán egyáltalán nincs kiépítve a csatornahálózat.

A háztartási vezetékes gázfogyasztók száma a lakásállomány 77,7%-át érte el 2011 végén, a térség településein általában 60-90% között mozog ez az érték. A térség egyetlen olyan települése, ahol nincs kiépítve a gázhálózat Tarnabod. Jellemzően Nógrád megyének a Mátra északi lábánál fekvő településein regisztrálhatunk 50% alatti arányt (Dorogháza, Mátramindszent, Mátraverebély). A távfűtés a térségben kizárólag Gyöngyös társasházaiban elérhető szolgáltatás.

A rendszeres hulladékgyűjtésbe bevont lakások aránya a térségben 88,8%. Nyolc olyan település van, ahol ez a feladat 100%-ban ellátott: Apc, Bodony, Boldog, Halmajugra, Markaz, Parádsasvár, Szücsi és Visonta. A legalább 50%-os lefedettség minden településen megvan. A turizmus által érintett települések többségén általában csak néhány háztartásban nem megoldott a hulladék elszállítása, ez alól Parád kivétel, ahol a bekapcsolt lakások aránya mindössze 69%. A szelektív hulladékgyűjtésbe bevont lakások aránya egyelőre csak 26,5%, aminek a közeljövőben a törvényi szabályozás megváltozásának hatására mindenképpen bővülnie kell majd. Néhány helységben (Bodony, Gyöngyös, Nagyfüged, Tarnaméra, Verpelét) ez is legalább 95%-ban elérhető a lakosság számára, ugyanakkor 50 településen egyáltalán nem működött lakossági szelektív hulladékgyűjtés.

1.1.3.7 Szolgáltatások, intézményi ellátottság

A szolgáltató szektor alapvető jellemzője, hogy megfelelő piacméretre van szükség az egyes funkciók létrejöttéhez és fennmaradásához. A szolgáltatók nem maradhatnak életben, hogyha a vonzás- illetve illetékességi területükön nincs jelen megfelelő számú ügyfél, vevő stb.. A szolgáltatások ezért hierarchiarendbe rendeződnek, ugyanis egyes szolgáltatások hatékony működéséhez sokkal nagyobb lélekszámmra vagy a szolgáltatást igénybe vevő gazdasági szervezetre van szükség, mint más esetekben. A magasabb szintű szolgáltatások többsége a térségi központokhoz, városokhoz köthető.

Az okmányirodák általában a városi jogállású településekhez köthetők, ennek megfelelően a térség hat városában vannak jelen. A piac egy hagyományos központi, térségi funkciónak tekinthető, a térségben több működő is van. A városokban Bátonyterenye, Lőrinci és Pásztó kivételével létezik piac, ezek mellett Domoszlón, Horton, Kálban, Tarnaörsön és Zaránkon is található egy-egy. Legalább egy bankfiók a települések többségén jelen van a takarékszövetkezeti kirendeltségek révén, azonban a legkisebb falvakban már ezek működtetése sem lehet rentábilis, sokszor pedig a szomszéd város bankhálózata miatt hiányoznak. Az utóbbi években a kistelepülések problémájává lépett elő a postahivatalok megszüntetése, ez a térségben három községet érint, Pálosvörösmartot, Tarnaszentmáriát és Zaránkot.

A turizmus csoportos formái (pl. osztálykirándulás, ismeretterjesztő előadások) miatt kifejezetten fontos a tanulók számának alakulása és egyáltalán az intézmények jelenléte. Az óvodások együttes száma a térségben 6 999 fő volt 2011-ben, Gyöngyösön a beiratkozott gyermeklétszám kevéssel haladta meg az ezret. A térség települései közül nem működik óvoda Bodonyban, Parádsasváron, Tarnaszentmárián, Tófalun és Zaránkon.

Általános iskolából a városokban több is üzemel, azonban a kisebb települések esetében általában összevonták azok működését. Azokon a településeken, ahol nem üzemel óvoda, ott általános iskolára nem is nagyon van kilátás. A korábban felsorolt települések mellett hiányzik az iskola Ludason, Pálosvörösmarton, Szuhán és Vécsen. A térség általános iskolai tanulóinak száma 16 512, közülük 2 227-en ingáznak. A legkisebb (hosszabb távon bezárásra ítélt) iskolák tanulónak száma nem éri el az 50-et sem (Feldebrő, Mátraballa, Mátraszentimre, Nagyút). A középiskolai feladatellátási helyek között 15 gimnázium, illetve 15 szakközépiskola található, akárcsak szakiskola. A városok mellett kihelyezett oktatás folyik Kálban és Recsken. Mind a hat városban működik kollégium, Gyöngyösön négy, Pásztón kettő, míg a többi településen egy-egy. A felsőoktatást a Károly Róbert Főiskola képviseli, 2011-ben közel tízezer beiratkozott hallgatóval, akiknek a száma az utóbbi években drasztikusan csökkent. A főiskolai hallgatók jelenléte különösen fontos lehet egyes szolgáltatások fennmaradásában a Mátraalján.

A szociális ellátás feladatkörébe tartozik a nagyon fiatalok és az idősök gondozása. A bölcsődék területi elhelyezkedése nincs összefüggésben a turisztikai szolgáltatások igénybevételével, ugyanakkor az idősoththonok esetében kijelenthető, hogy nagyobb számban hozzák azokat létre kellemesebb-egészségesebb környezetben, gyakran az idegenforgalom által frekvenciált településeken. Néhány kisebb település térségi szerepkört ragadott magához az időskorúak otthonainak működtetésével (pl. Parád, Vámosgyörk).

Az egészségügyi szolgáltatások kiépültsége alapvetően befolyásolja a turisták biztonságérzetét, ezért fontos, hogy hol helyezkednek el a területi kórházak. Ezekből három található a térségben, Gyöngyösön, Hatvanban és Pásztón. A kisebb települések szempontjából a háziiorvosi ellátás megléte a fontos, amely hiányzik 15 kistelepülésen.

A kulturális intézmények és rendezvények szintén szorosan kapcsolódnak a turizmushoz, hiszen a legtöbbjüket attrakcióként tarthatjuk számon. Ráadásul a könyvtárak és múzeumok számos olyan helytörténeti információt rejthetnek, amelyek felhasználhatók a turizmusfejlesztés tevékenységében. Könyvtár szinte minden településen van, leszámítva Mátraszentimrét, Pálosvörösmartot, Tófalut, Jobbágyit és Mátraverebélyt, amelyek között ugyanakkor több turisztikai szerepkörrel is bír. A térség nyolc településén 12 múzeum található, amelyek összesen 113 168 látogatót vonzottak 2011-ben. Ezer fő feletti látogató volt összességében Gyöngyös négy muzeális intézményében (64 248 fő), Parádon (31 300 fő), Pásztón (11 181 fő) és Hevesen (4 566 fő). Az év folyamán a térségben összesen 2 491 kulturális rendezvényt szerveztek, amelyeken 381 994 fő vett részt a kimutatások szerint. A legtöbben a nagyszámú (258 db) pásztói rendezvényen vettek részt,

ami rámutat a helyi közéleti aktivitás fontosságára. Gyöngyös így a második helyre szorult, amit Heves, Szűcsi és Hatvan követett. A kimutatások szerint ugyanakkor 15 olyan település is volt, ahol egy kulturális rendezvényt sem szerveztek.

A szolgáltatások körében a szálláshely szolgáltatást és a vendéglátást nem számítva (ezek a későbbiekben részletesen bemutatásra kerülnek) a kiskereskedelmi üzletek jelenléte tekinthető igazán fontosnak. A térségben összesen 2 816 különböző üzlet található, ezer lakosra átlagosan 13,7 kereskedelmi egység jut. Igazán kiterjedt és differenciált bolthálózattal természetesen a nagyobb népességszámú városok rendelkeznek, ezt tovább erősítheti a kedvező közlekedési pozíció, a kiterjedt vonzáskörzet, esetlegesen a vetélytársak hiánya a közelben. Több mint 100 bolt található Gyöngyösön (777 db), Hatvanban (404 db), Hevesen (209 db), Pásztón (200 db) és Bátorterenyén (127 db). Az ezer főre jutó kereskedelmi egységek számát tekintve Gyöngyös már csak második Mátraszentimre mögött, ahol a település idegenforgalmi szerepköre és tagoltsága járul hozzá a boltok nagyobb számú jelenlétéhez. Természetesen ezek mérete és nyitvatartási ideje teljesen más szinten áll, mint a gyöngyösieké. Magas értékkel rendelkezik még ennek a mutatónak az esetében Kápolna, Pásztó, Hatvan, Heves és Recsk.

1.1.4 A Mátra turisztikai ágazatainak rövid ismertetése

A Mátra Turisztikai Információs Pont célkitűzése, hogy megkönnyítése a Mátra térségébe érkező turisták kapcsolat felvételét a helyi szolgáltatókkal, legyenek azok attrakciók birtokosai, szálláshely szolgáltatók, vendéglátóhelyek üzemeltetői, vagy éppen programok szervezői. Az üzemeltető terve, hogy az újonnan létrejövő központhoz minél több szereplő kapcsolódjon, minél jelentősebb kapcsolati háló alakuljon ki. Az információs pontnak nemcsak az tartozik a feladatai közé, hogy kapcsolatot teremtsen a vendégek és az idegenforgalom helyi szereplői között, hanem az is, hogy a helyi szolgáltatók között együttműködéseket generáljon és segítse azok elmélyítését. Ennek megfelelően a Mátra Turisztikai Információs Pont a térség turizmusának összes szereplőjét potenciális partnerének tekinti, s tevékenysége kiterjed az összes elérhető turisztikai ágazatra (Jandala Cs 1994).

A turizmus sokrétűsége, bonyolultsága miatt annak különböző típusait igen nehéz csoportosítani, több szerző egymástól jelentősen eltérő szempontok alapján végezte el az ágazat felosztását. A hágai kongresszus iránymutatása szerint két nagy csoportot különítünk el, az egyik a szabadidős turizmus, míg a másik a hivatásturizmus (üzleti turizmus, diplomáciai utak, kiállítások, konferenciák). A térséget természetesen mindkettő érinti, azonban

egyértelműen a szabadidős turizmus szerepe a meghatározóbb. A vendégek között túlnyomó többségben vannak a belföldi látogatók, így elsősorban az ő igényeiknek kíván a központ megfelelni. A célkitűzések között szerepel ugyanakkor a küldő területek kiterjesztése is, különösen hangsúlyt fektetve a projektpartnerek által lefedett turisztikai régiókra. A kifejezetten rövid átlagos tartózkodási idő miatt fontosnak tartjuk az attrakciók számának bővítését és színvonalának emelését. Ugyanakkor nem szabad megfeledkezni az egy napra érkező látogatók igényeiről sem, hiszen ezt létszámuk is indokolja.

A szabadidős turizmus meghatározó ága a térségben a természetjárás. Korábban végzett kérdőíves vizsgálataink szerint az embereket alapvetően az motiválja a Mátrába látogatáskor, hogy ez Magyarország legmagasabb hegysége, és az erdős területek jó lehetőséget nyújtanak a túrázásra. A jelzett túraútvonalak hossza a Mátrában mintegy 600 kilométer, azonban elmondható, hogy a legtöbben csak a Mátrafüred-Sástó-Mátraháza-Kékestető települések által bezárt területen mozognak, valamint frekvenciájukat minősül még Galyatető, Mátraszentimre és Parádfürdő környéke. A kevésbé jól ismert és nehezebben megközelíthető útvonalak látogatóinak száma ezeknek csak töredéke. A túraútvonalak megismerését több országos hírnevű teljesítménytúra segíti. A 2013. év folyamán 17 teljesítménytúrát szerveztek, amelyek a Mátra Teljesítménytúrázója mozgalom részét képezték. Az ökoturizmus természeti feltételei tehát adottak, azonban a kapcsolódó szolgáltatások száma alacsony.

A hegység a kerékpárosok körében is igen kedvelt, mivel a Kékestetőre feltekerve lehet az országban a legnagyobb szintkülönbséget leküzdeni. Az országúti és a hegyikerékpáros szakág egyaránt népszerű, bár az infrastrukturális háttérrel és a jogi szabályozással akadnak problémák. A legnagyobb gondot az jelenti, hogy kerékpárút csak néhány település között található. A jobb minőségű utak esetében a forgalom is nagyobb, míg egyes leromlott állapotú mellékutak balesetveszélyesek lehetnek. Ki kell emelnünk ugyanakkor, hogy a helyzet egyáltalán nem rosszabb, mint az ország más térségeiben, az elmaradás inkább nemzetközi összehasonlításban szembetűnő. A Mátrában három olyan kerékpárversenyt is rendeznek augusztus végén-szeptember elején, amelyek országos érdeklődésre tartanak számot, a résztvevők létszáma pedig minden alkalommal több száz fő.

Vízitúrázásra, vízi sportolásra kevesebb lehetőség nyílik a térségben, leszámítva a horgászatot, amelynek kifejezetten jók a feltételei az országosan is ismert víztározókon és bányatavakon. A vízi sportokra a nagyobb felületű tavakon, különösen a Markazi-víztározón nyílna lehetőség, azonban egyelőre nem történt ilyen irányú attrakciófejlesztés.

A hegymászásnak, sziklamászásnak és barlangászatnak annak ellenére sem minősíthetők kedvezőnek a feltételei, hogy az ország legmagasabb

hegységéről van szó. A vulkanikus alapkőzet miatt szinte teljesen hiányoznak a barlangok, és viszonylag kevés meredek sziklafal található a Mátrában, csak a Mátrakeresztes és Pálosvörösmart szomszédságában lévő sziklák nyújtanak lehetőséget a sziklamászás gyakorlására (Lénárt J. 1978).

A lovas turizmusnak a természeti adottságai megvannak a térségben, azonban a szolgáltatók száma alacsony, messze elmarad a lehetőségektől. Ennek persze az is oka, hogy nem jelentkeztek tömeges igények az ágazat iránt. Korábban többen próbálkoztak hosszabb lovas túrák szervezésével, azonban nem bizonyultak életképesnek ezek az elképzelések.

A térség vadászati adottságaira jellemző, hogy változatos természeti viszonyoknak köszönhetően sokféle vad érhető el nagyobb számban, vadászhatóan. Magas a vadásztársaságok száma, és egyes vadaskertek, vadászterületek országosan is ismertek.

A téli időszakban elsősorban az alpesi síelés kerül a turisták figyelmének középpontjába. Az utóbbi évtized fejlesztéseinek köszönhetően két jól felszerelt sícentrum működik a hegységben, Mátramentistvánban és Kékestetőn, valamint az ország elsőszámú biatlon centruma Galyatetőn érhető el. A kihasználtságot korlátozó tényező ebben az esetben elsősorban az időjárás, a hóolvadást okozó melegfrontok és a hóhiány okán. Szánkózásra több helyen nyílik lehetőség, azonban a kijelölt pályák száma alacsony, szolgáltatás pedig szinte egyáltalán nem kapcsolódik hozzájuk. A téli sportok között felmerül még a korcsolyázás lehetősége, amelyre a Károly Róbert Főiskola műjégpályája egész évben lehetőséget nyújt.

A sportolási lehetőségek köre a Mátrában is bővült az utóbbi években, mégpedig a nemzetközileg megfigyelhető irányvonalaknak megfelelően elsősorban az extrém sportok kedvelői számára. Az ő igényeikre alapozva épült ki az Oxygen Adrenalin Park és a Hegyi Sportok Bázisa Mátrafüreden. Ezek olyan szolgáltatásokat nyújtanak, amelyek korábban egyáltalán nem voltak elérhetők a térségben.

Az üdülturizmus keretében a legnagyobb tömegek a vízparton, illetve gyógyfürdőkben töltenek el hosszabb időt. Ezen a téren a Mátra nem tartozik az ország vezető turisztikai régiói közé. A tavak elsősorban horgász célú hasznosításban vannak, fürdésre kevésbé alkalmasak, a térség gyógyfürdői pedig nem tartoznak az országosan jelentősek közé. Az egészségturizmusnak ugyanakkor adottak a feltételei a klimatikus gyógyhelyek (Kékestető, Mátraháza), a már említett gyógyfürdők és a mátraderecskei mofetta révén, az utóbbi évek szállodafejlesztései pedig magukban foglalták a wellness szolgáltatások kiépítését is.

Több szálláshely (vállalati üdülők, diákhotelek, kempingek) is alapot biztosíthat a szociálturizmus további fejlesztéséhez. Az osztálykirándulások keretében például már most is kifejezetten nagyszámú gyermek érkezik a Mátrába.

A vallási turizmus kapcsán három római katolikus zarándokhely szerepe emelhető ki Mátraverebély-Szentkúton, Fallóskúton (Mátrászentimre) és Gyöngyösön. Igazán nagy nézőtömegeket vonzó kulturális- és sportesemény nem köthető a térséghez. A kulturális turizmus csak Gyöngyösön számottevő, azonban ott is bővítésre szorul.

Az építészeti örökség legjelentősebb elemei a templomok mellett a kastélyok és a várak. Az utóbbiak esetében találunk példát egy-egy kiemelkedő turisztikai jelentőségű hasznosításra (Parádsasvár, Kislána). Fejlesztési lehetőségként merülhet fel a turizmus egyes különleges ágazatainak kiépítése (pl. várjátékok, vallási turizmus).

A Mátra turisztikai vonzerejének növelése érdekében különösen fontosnak tartjuk a falusi turizmus kisebb szereplőinek segítségét és együttműködéseinek generálását, valamint a kifejezetten ehhez a vidéki térséghez kapcsolható attrakciók fejlesztését, mint a helyi hagyományok bemutatása, tradicionális helyi termékek előállítás és kereskedelme, vagy éppen a gasztroturizmus. Felméréseink alapján ezek turisztikai hasznosításában a jelenleginél sokkal nagyobb potenciál van.

A térség gazdasági adottságait figyelembe véve korlátozottak a hivatásturizmus lehetőségei. A tudományos életben a Károly Róbert Főiskolának van csak számottevő jelentősége. Az üzleti és konferenciaturizmushoz a Mátra felújított szállodái kellemes és számos attrakcióval tudnak férőhelyet biztosítani. Az elérhetőségük sem nevezhető rossznak, ugyanakkor ebben a tekintetben természetesen nem vehetik fel a versenyt a fővárosi szállodákkal. Jelentősebb kiállításokat, vásárokat nem szerveznek a térségben. Az incentiv utazások és a csapatépítő tréningek ugyanakkor igen számottevőek lehetnek a szállodák forgalmában, különösen a fő szezonon kívül eső időszakokban (Dávid L.-Tóth G. 2009).

Kutatásaink során igyekeztünk a Mátra vonzerőiről teljes körű leltárt készíteni. Ennek első lépéseként a vizsgálati terület mind a 70 településéről összegyűjtöttük az interneten elérhető információkat, a kutatást segítő munkatársaink terepbejárásokat végeztek, amelyek során elkészítették 35 frekvenciátaltabb település tájérték-kataszterét. A későbbi kérdőíves és interjú vizsgálatok során is folyamatosan odafigyeltünk a számunka újonnan felmerülő vonzerők pontosabb megismerésére, majd az adatbázisunkba való felvételére. A vonzerők között különböző természeti (pl. hegyek, források, sziklaalakzatok) és kultúrtörténeti értékek (pl. várak, kastélyok, templomok, múzeumok), szabadidős tevékenységek, illetve kulturális rendezvények egyaránt megtalálhatók. Az adatbázisok terjedelme nem teszi lehetővé a publikálásukat ennek a kötetnek a keretei között, azonban különböző turisztikai kiadványokban és a projekt honlapján egy részüket nyilvánosságra hoztuk.

1.1.5 Helyi és térségi turisztikai helyzetkép

Az Észak-magyarországi régió turisztikai kínálatát alapvetően határozzák meg az erdővel borított hegyvidéki területei (Cserhát, Mátra, Bükk, Zemplén), amelyek a hegyvidéki kirándulás és a természeti látnivalók mellett jó lehetőséget biztosít azok számára is, akik egyszerűen csak pihenni szeretnének. Ezek a célkitűzések a régióban a kirándulásoknak közel a felét motiválják, de nem túlzottan specifikusak. Az utazás célpontját sokszor az befolyásolja, hogy a küldő régiókhoz mely kirándulóhelyek esnek a legközelebb, melyeket ismerik már a turisták kicsit jobban, valamint milyen szintű ellátást biztosítottak az egyes szolgáltatók. Részben a régió adottságai is megalapozzák, hogy az itt üdülők között felülreprezentáltak az átlag alatti jövedelmű vendégek.

A strandolás és a gyógyfürdők felkeresése 13%-kal szerepe az összesítésben, amelyekről elmondható, hogy elsősorban nem a vizsgálati térséghez köthetők a régión belül. Ezeknél a célpontoknál meghatározó lehet a térségen belülről érkezők száma. Szintén a vízhez kötődik a horgászás lehetősége, amely az összes kiránduló 5%-ának fő célja. A térség nem rendelkezik olyan tömegeket megmozgató vonzerővel, mint a Tisza vagy a Balaton, ugyanakkor több víztározó és bányató is található a Mátra környékén, amelyek kisebb számú látogatót vonzanak, de egy bizonyos szegmens számára országos híreűek.

A falusi kirándulás jelenleg csak az üdülések 2%-ának célja annak ellenére, hogy a régió a statisztikai mutatók alapján meghatározó szerepet tölt be az ország falusi turizmusában. Az egyes településekhez köthető helyi termékek és attrakciók ismertségének növelése ezért elengedhetetlen. Meglepő lehet, hogy a kulturális látnivalók megtekintése mindössze 1%-ban fő cél. Ezekből az adatokból is kirajzolódik, hogy a legtöbb kiránduló nem igazán céltudatosan érkezik a régióba, a fő célt a megszokott környezetből való kiszakadás és kikapcsolódás jelenti, ugyanakkor az élmények számának növelésével ez a célkitűzés is jobban megvalósulhatna. Vonatkozik ez azokra is, akik rokonok, barátok meglátogatása miatt érkeznek a térségbe (16%). Várakozáson aluli a kerékpározás (0,5%) és a síelés (0,3%) részaránya is a 2006. évi adatok alapján, amelyek minden bizonnyal növekedtek az elmúlt években, mivel a sportolási tevékenységek egyre nagyobb tömegeket mozgatnak meg a térség lakosai közül is.

A régió idegenforgalmában tehát meghatározó a belföldi vendégek dominanciája. Ebben a kategóriában kifejezetten jól teljesít a régió, hiszen Közép-Magyarországot követően a rövidebb (1-3 éjszakás és a 4 és többéjszakás) utazások esetében is a második helyet foglalja el. Összességben a többnapos utazásokat figyelembe véve a vendégek 35%-a a régión belülről érkezik (4 120 000 utazási nap), amit közel hárommillió utazási nappal

Közép-Magyarország és az Észak-Alföld követ. A többi régió jelentősége ezekhez képest majd egy nagyságrenddel kisebb. A régió belföldön utazó lakosainak ugyanakkor 44%-a a régión belül marad, a további célpontok közül csak Budapest és az Észak-Alföld esetében haladja meg az utazási napok száma az egymilliót. Természetesen a hosszabb időtartamú utazások esetében magasabb arányban választanak távolabbi célpontokat.

Már az országos elemzés során is ki kellett hangsúlyozni, hogy a külföldi látogatók száma rendkívül alacsony a régióban (407 ezer fő 2011-ben). A gazdasági válság is érzékenyebben érintette a régiót, 2011-re csak megközelíteni sikerült a 2006. évi vendégszámot a recessziót követően. A több napra érkező külföldi vendégek között a legnagyobb részesedést a Szlovákiából érkezők képviselik, akiket a román, lengyel, német és ukrán állampolgárok követnek. Megemlítendő ugyanakkor, hogy a látogatók kiadásait figyelembe véve egyértelmű a német vendégek vezető szerepe.

Észak-Magyarországon összesen 493 kereskedelmi szálláshely található, amelyek 13 262 lakóegységgel és 37 679 férőhellyel rendelkeznek. Az utóbbinak a 60%-a található a Mátra-Bükk kiemelt üdülőkörzetben. Ezeknek a kihasználtsága is kedvezőbben alakul, mivel a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák esetében már 72%-ot képvisel a turisztikai régió.

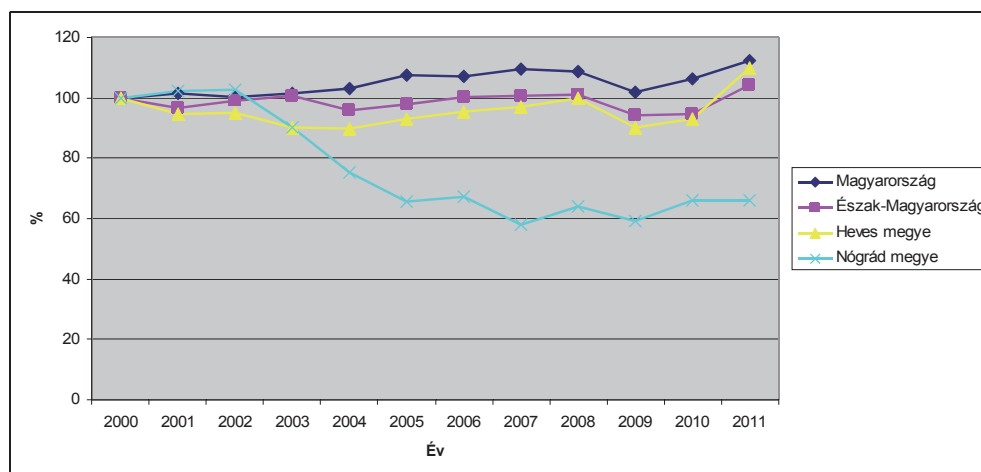
Az Észak-magyarországi régióban a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számának változására 2000 és 2011 között nagyrészt a stagnálás volt jellemző, de összességében kevéssel emelkedett, elmaradva az országos átlagtól. Heves megyében nagyobb volt a visszaesés mértéke, azonban a 2010 és 2011 közötti emelkedés is jelentősebb volt, így a megye összességében már jobban teljesített, mint a régió, ami jelentős részben annak is betudható, hogy Nógrád megyében összességében 34%-os csökkenés volt tapasztalható. A visszaesés itt a 2000-es évek elején volt igazán nagymértékű, azóta gyakorlatilag a 2000-es év adatának 60-65%-a körül ingadozik a nógrádi mutató (18. ábra).

Az egyéb (2009-ig magán-) szálláshelyek kapacitása a régióban 3 112 fő vendéglátót, 8 473 kiadható szobát és 22 432 férőhelyet foglal magában. A Mátra-Bükk kiemelt üdülőkörzet részesedése ebből a férőhelyek száma alapján 56,4%. A régió országos részesedése ugyanakkor alig több mint 10%.

Észak-Magyarország ezzel együtt vezető szerepet játszik az ország falusi turizmusában. Az ország minden harmadik ilyen szálláshelye a régióban található, aminek pedig több mint felét Heves megye vidéki települései fedik le. Az ebből a szempontból kifejezetten jó természeti és településszerkezeti adottságokkal rendelkező Nógrád megye jelentősége egyelőre nagyon elmarad az elvárásoktól, nem éri el a regionális érték 13%-át. A régióban a 2000-2011 között megfigyelhető folyamatok eltérnek az országostól, különösen Heves megyében, ahol duplájára emelkedett a vendégéjszakák

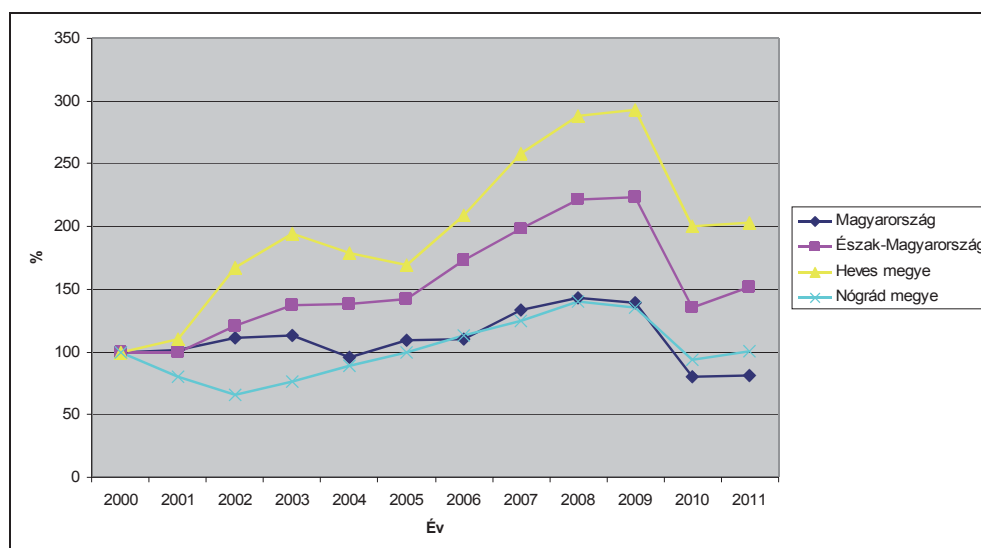
száma, miközben országosan 20%-os visszaesés volt tapasztalható. Ebből a szempontból még Nógrád megye is tudta hozni a 2000-es év szintjét 2011-ben (19. ábra).

18. ábra: A vendégéjszakák számának alakulása a kereskedelmi szálláshelyeken (2000. év = 100%)



Forrás: www.ksh.hu, 2000-2011.

19. ábra: Falusi szálláshelyek vendégéjszakáinak száma (2000. év = 100%)



Forrás: www.ksh.hu, 2000-2011.

A Mátra Kapu Turisztikai Információs Központ működési területén a legtöbb kereskedelmi szálláshely egység Gyöngyösön található, azonban ezeknek a száma nem növekedett az utóbbi öt évben. A felújításoknak következtében átmenetileg 20-ról 16-ra csökkent a számuk, azonban ezt követően is csak 18 db áll a turisták rendelkezésére – a legjelentősebb veszteségnek az Avar Szálló tekinthető. A második helyen Mátraszentimre áll 14 egységgel, ahol nem következtek be hasonló negatív folyamatok, az utóbbi öt évben összességében kettővel nőtt az egységek száma. A harmadik helyet Parád foglalja el kilenc egységgel, ahol hosszabb távon a stagnálás jellemző. A többi településen a kereskedelmi szálláshelyek egységeinek száma sehol nem haladja meg a hármat, azok is a Mátra előterében helyezkednek el (Hatvan, Tarnaméra). Vannak olyan települések a működési területen, amelyek korábban rendelkeztek kereskedelmi szálláshelyekkel, azonban mára elveszítették azokat (Heves, Kompolt, Zagyvaszántó). Kisebbségi új egységek jöttek létre viszont az utóbbi években Gyöngyössolymoson (28 fő) és Markazon (16 fő).

A szállásférőhelyek száma a 2004. évnek csak mintegy háromnegyede volt 2011-ben Gyöngyösön (1 456 db). Mátraszentimre egységei összességében kisebbek, a 14 szálláshely férőhelyeinek száma 770 db, Parádon pedig 677 db. Parádsasvár jelentőségét az ötcillagos szálláshelyek jelenléte adja (135 db).

A vendégek számát tekintve is Gyöngyösé az első hely a térségben a 2011. évi adatok alapján (43 106 fő), amivel a harmadik pozíciót foglalja el Eger és Egerszalók után Heves megyében. Ez a mutató az utóbbi években növekedést mutat, nyilván a szállodák újranyitásával is köszönhetően, azonban mintegy 8 000 fővel marad el az egy évtizeddel korábbi adatoktól. A második helyen álló Mátraszentimrén a vendégek száma éves szinten 32 827 fő, amely a legmagasabb érték a településen 2000 óta. Parádon is pozitív tendenciák figyelhetők meg az utóbbi években, a vendégek száma 2011-ben rekordot ért el 21 297 fővel, ami több mint kétszerese az egy évtizeddel korábbi értékeknek. Parádsasvár mutatószámai inkább a Gyöngyöséhez hasonlóak, ugyanakkor az utóbbi évek kedvezőtlen tendenciáit sikerült megállítani, 2011-ben 7 574 fő volt a vendégek száma. Mátraderecskén az utóbbi évek fejlesztéseinek köszönhetően először haladta meg az ezer főt a vendégek száma, erre még Hatvan és Erdőtelek volt képes.

A vendégéjszakák száma nagyságrendileg hasonló képet mutat a térségben, az átlagosan eltöltött vendégéjszakák száma vendégenként általában nem éri el még a 2,5-et sem, vagyis meghatározóak a hétvégi kirándulások. Igazán jelentős visszaesést szenvedett el Gyöngyöstarján, Sirok és Gyöngyöspata, ezeken a településeken tíz év alatt mintegy harmadára csökkent ennek a kiemelten fontos mutatónak az értéke. A legjelentősebb visszaesés ebből a szempontból Bátönyterenyén és Szurdokpüspökiben volt

megfigyelhető (gyakorlatilag kevesebb, mint tizedére csökkent), amit csak részben tudott ellensúlyozni a falusi turizmus fejlesztése.

A külföldi vendégéjszakák száma még Gyöngyösön sem éri el a tízezer darabot, bár az utóbbi évekre enyhén emelkedő tendencia volt jellemző. Mátraszentimrét (1 276 db) ebben a tekintetben a nem kifejezetten turisztikai profilú Hatvan (1 315 db) is megelőzi. Az ezer éjszakás határt Parád lépi még át (1 223 darab). Parászasváron nagyon nagy volt a visszaesés (10 év alatt 3 183 éjszakáról 114 éjszakára), ami minden bizonnyal a kastélyszálló új üzletpolitikájának „köszönhető”. A kisebb települések kereskedelmi szálláshelyein csak néhány tucat a külföldi vendégéjszakák száma.

A falusi szállásadás vendéglátónak száma az utóbbi évtizedben növekedést mutat, amely azonban már nem volt feltétlenül jellemző az elmúlt öt évben. Az erre a területre specializált településnek tekinthető a Mátrában Mátraszentimre (46 db – jelentős visszaesséssel), Mátraderecske (42 db – nagyon gyors fejlődés tapasztalható), Parászasvár (24 db - bővülés). Jelentős számú egységgel rendelkeznek még a Mátra előterében: Verpelét (14 db), Abasár (12 db), Markaz és Nagyréde (11-11 db), illetve Bodony és Domoszló (10-10 db).

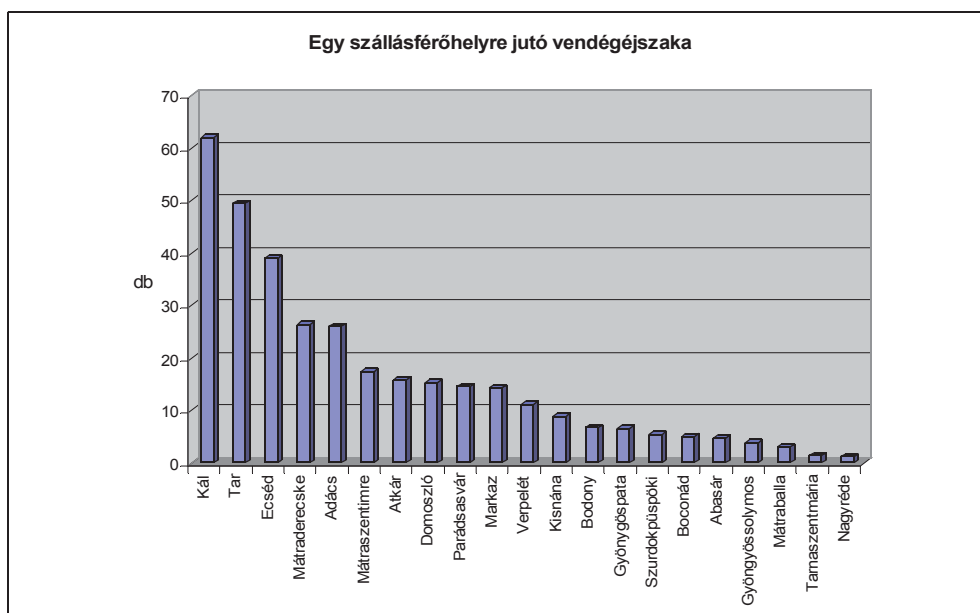
A vendégek száma csak Mátraszentimrén és Mátraderecskén haladta meg az ezer főt. A vendégéjszakák száma meghaladja az ezret az előzőeken túl Parászasváron, Markazon, Taron és Verpeléten. Számos településen rendkívül alacsony kihasználtság tapasztalható. Száz fő feletti külföldi vendégéjszakát a falusi szálláshelyeken a hivatalos statisztikai adatok alapján kizárólag Verpeléten regisztráltak 2011-ben. Korábban több településen (pl. Mátraszentimre, Parászasvár, Domoszló) is jelentős külföldi vendégforgalmat regisztráltak.

A falusi turizmus szálláshelyeinek kihasználtságában igen nagy különbségek mutatkoznak, ami egy-egy esetben speciális adottságoknak köszönhető, azonban a kihasználtság a legtöbb helyen jelentős növelésre szorul, amennyiben a tulajdonosok komolyan akarnak foglalkozni ezzel a tevékenységgel (20. ábra).

Kutatásunk során a vonzerők leltározását internetes források alapján, kérdőíves és interjú vizsgálatok, valamint tájérték-kataszterezés módszerével is elvégeztük, amelyek teljes körű bemutatása jelen kötetnek nem célja. Ugyanakkor ezekre a vizsgálatokra alapozva kijelenthető, hogy azok száma kifejezetten nagy, azonban turisztikai hasznosulásuk nem optimális, illetve egyes esetekben minimális. A különböző településeken és különböző tevékenységekkel foglalkozó szolgáltatók és potenciális szolgáltatók helyzete az együttműködések kibővítésével és tartalmának elmélyítésével fokozható. A Mátra Turisztikai Információs Pont mellett már ennek érdekében tevékenykednek a helyi és térségi TDM szervezetek (Gyöngyös-Mátra Turisztikai Közhasznú Egyesület, Mátra Jövője Turisztikai Egyesület),

valamint további alulról jövő kezdeményezések is, amelyen a Palóc Út Klaszter Egyesület, amelyhez a térség 12 önkormányzata és több szolgáltató is csatlakozott (Péter Zs., 2007).

20. ábra: Falusi szálláshelyek kihasználtsága (vendégéjszaka/szálláshely/év), 2011



Forrás: www.ksh.hu

1.1.5.1 Szálláshelyek

A Mátra térség szálláshelyeinek feltárása két módszer segítségével történt. Egyrészt a Központi Statisztikai Hivatal 2011. évi adatai alapján pontosan beazonosíthatók az egyes településeken megtalálható szálláshely kategóriák, illetve további statisztikai információk (szállásférőhelyek száma, vendégek száma, vendégéjszakák száma) társíthatók hozzájuk. Másfelől az interneten elérhető információk alapján készült egy sokkal bővebb, több információt (név, elérhető szolgáltatások, elérhetőségek) tartalmazó Excel adatbázis is, amelynek terjedelme nagyobb annál, hogy jelen dokumentumban részletezésre kerüljön (az Excel fájl a Károly Róbert Főiskola Távérzékelési és Vidékfejlesztési Kutatóintézetében elérhető). Emellett egy kérdőíves vizsgálat is zajlott kifejezetten a falusi szálláshely-szolgáltatókat megcélozva, amely vizsgálat alapján létrehozott Excel dokumentum és a kapcsolódó elemzések szintén rendelkezésre állnak.

A szálláshelyek számbavétele kategóriánként történt. Elsőként a legmagasabb kereskedelmi szálláshely-kategória kerül ismertetésre. Szállodai szolgáltatás a vizsgált terület 70 települése közül ötben érhető el, amelyek közül csak Gyöngyösön és Mátraszentimrén található azokból egynél több (négy-négy darab). A statisztikai kimutatások külön kezelik a gyógy- és wellness szállodákat. Az előbbi kategóriából hivatalosan egy sem található a térségben, miközben elmondható, hogy a térség 11 szállodája közül 6 (Gyöngyös 2, Mátraszentimre 2, Parád 1, Parádsasvár 1) az utóbbi évek fejlesztéseinek köszönhetően ebbe a típusba tartozik. Az egyes szállodák szálláshely-kapacitásában igen jelentős különbségek mutatkoznak. A szállodák területileg egyértelműen a Mátra központi részére koncentrálódnak (3. táblázat).

3. táblázat: Szállodák és férőhelyeiknek száma a vizsgálati területen, 2011

<i>Település neve</i>	<i>Szállodák száma</i>	<i>Szállodák szállás-férőhelyeinek száma</i>
Gyöngyös	4	668
Mátraszentimre	4	519
Parád	1	292
Parádsasvár	1	114
Pásztó	1	44
<i>Települések összesen</i>	<i>11</i>	<i>1637</i>

Forrás: KSH, 2011.

A panziók száma több mint kétszer akkora, mint a szállodáké, azonban az általuk biztosított férőhelyek mindössze 47%-át teszik ki a hotelekének. A panziók a térség 12 településén érhetők el, azonban csak öt olyan van, ahol ezek száma több mint egy. Gyöngyös, Parád és Mátraszentimre ebben az esetben is a lista élén foglal helyet, mellettük három kisebb panzió található Hatvanban és kettő Bátonyterenyén. A Mátraalja frekventáltabb települései közül ötben található panzió és összesen egy a Mátra déli előterében, Erdőtelken.

Az üdülőházak száma ugyan csekélyebb (12 db) és csak hat településen érhetők el, azonban az általuk biztosított férőhelyek száma megközelíti a panziókét. Területi megoszlásukra szintén a Központi-, illetve Magas-Mátra dominanciája jellemző. Meg kell azonban említeni, hogy a Gyöngyöstől délre fekvő mindkét olyan településen (Jászárokszállás, Tarnaméra) található üdülőház, amelyeknek van strandfürdője.

A vizsgálati területen összesen három kemping található. Kettő a 24-es számú főút mentén fekszik (Sástó, Parád), egy pedig a strandfürdővel rendelkező Tarnamérán. A legnagyobb jelentősége kétségkívül a Sástói

Campingnek van, amely a felújítást és bővítést követően 2013-tól bővített szolgáltatási körrel áll a vendégek rendelkezésére.

Összegezve a kereskedelmi szálláshelyek számát és férőhelyeiket, megállapítható, hogy a turisztikai attrakciókkal rendelkező településeknek nem mindegyike rendelkezik szálláshellyel, azok erős koncentrációt mutatnak a Központi-Mátra legkönnyebben elérhető településein. A vizsgált terület összesen 20 településén vannak kereskedelmi szálláshelyek mindösszesen 3 834 férőhellyel, amelyeknek 38%-a Gyöngyös közigazgatási területéhez tartozik, 20%-a Mátraszentimréhez és 18%-a Parádhoz, vagyis a három település együttesen 76%-os részesedést ér el a teljes kapacitásból.

Ezt a kínálatot egészítik ki a magánszálláshelyek, amelyeknek az elhelyezkedése már sokkal kiegyenlítettebb és olyan településeken is jelentősebb számban vannak jelen szolgáltatók, amelyek az előző listában meg sem jelentek. Falusi szálláshely 25 községben is jelen van, amelyek közül 17-ben legalább kettő található. Mátraszentimre ebben az esetben is vezető szerepet tölt be a falvak sorában, amit Mátraderecske követ, ahol a 42 falusi szálláshely mellett érdekes módon csak egy panziót jegyezhetünk fel. A kereskedelmi szálláshelyek között ugyan egyik település sem jelent meg, azonban legalább 50 férőhellyel rendelkezik Verpelét, Abasár, Markaz, Nagyréde, Bodony és Domoszló. Számos esetben a férőhelyek száma meglehetősen alacsony, sokszor csak egy családnak tudnak szállást biztosítani, ennek megfelelően a kihasználtságuk sem lehet magas. Az egyéb szálláshelyek kategóriájába azok a magánszálláshelyek sorolódnak, amelyek városi jogállású településen helyezkednek el (Gyöngyöspata és Verpelét azóta kaptak városi rangot), így ebben a statisztikában szerepelnek például Hasznos, Mátrafüred és Mátrakeresztes szálláshelyei is, amelyek Pásztó és Gyöngyös adatai között jelennek meg. A térség városai közül Lőrinci semmilyen szálláshellyel nem rendelkezik.

1.1.5.2 Vendéglátóhelyek

A Központi Statisztikai Hivatal a vendéglátóhelyek főbb csoportjait három kategóriában gyűjti, ami miatt az egységek gyűjtő kategóriákban szerepelnek, hiszen az éttermek és a büfék, illetve a szórakozóhelyek és a kocsmák egy kimutatásban szerepelnek. Az egységek méretére és a szolgáltatás minőségére a számuk alapján egyébként sem kapnánk információt, így ezek az adatok elsősorban arra mutatnak rá, hogy mely településen mutatkoznak hiányosságok a turizmushoz is kapcsolódó szolgáltatások körében.

A különböző vendéglátó egységek fenntartásához megfelelő számú fizetőképes keresletre, vagyis vendégkörre van szükség. Ennek egy részét (egyes településeken jelentős részét) adhatják a turisták, akik a turisztikai szezonban gyakorlatilag megnövelik a települések lakosságát. Erre a legjobb

példát Mátraszentimre szolgáltatja, amelynek településrészein a vendéglátó egységek száma messze meghaladja azt a szintet, amit a lakosságszám indokolna. Érdeemes figyelembe venni ugyanakkor, hogy ezeknek az egységeknek egy igen jelentős hányada csak hétvégéken üzemel, amikor nagyobb számban érkeznek kirándulók a településre. A kisebb községek többségében csak egy-két büfé üzemel, meghatározóan a helyi igények kielégítésére, amelyeknek nincs, vagy csak alig van turisztikai szerepköre. Emellett 20 olyan település található a térségben, amelyek egyáltalán nem rendelkeznek sem étteremmel, sem büfével. A legtöbb étterem és büfé Gyöngyösön várja a vendégeket (139 db), amit Hatvan (56 db), Pásztó (27 db), Heves (21 db), majd Mátraszentimre (18 db) követ, megelőzve ezzel több városi jogállású települést is.

A második jelentősebb kategóriát a cukrászdák jelentik, ezek fennmaradásához már nagyobb forgalomra van szükség. A térség 70 településén összesen 81 cukrászda található. Ez a szolgáltatási funkció az ezer fő alatti népességszámú településeken egyáltalán nem jellemző, ez alól csak Mátraszentimre képez kivételt, ahol jelentős forgalom biztosítja egy cukrászda működését. A cukrászdák számát tekintve elmondható, hogy meghatározóan városi funkciónak tekinthető a jelenlétük, hiszen 68%-uk városi jogállású településen van jelen, miközben összességében 40 településen nincs ilyen szolgáltatás. A legtöbb cukrászda Gyöngyösön (17 db), Hevesen (13 db) és Hatvanban (10 db) található, a sorrendben ezeket követő Jászárokszálláson már csak négy cukrászda van.

A statisztikai kimutatásban az italüzletek nincsenek elkülönítve a szórakozóhelyektől, így ebben a kategóriában nehéz rámutatni az egyes egységek turisztikai jelentőségére. A szolgáltatóegységek száma alapvetően a települések népességszámával mutat összefüggést. A jelentősebb idegenforgalommal rendelkező települések adatai Mátraszentimrét leszámítva nem kiemelkedőek. A kocsmák pedig szinte még a legkisebb településeken is jelen vannak, 68 településen összesen 461 egységet soroltak ebbe a kategóriába.

1.2 A térség kulturális öröksége – Hagyományőrzés a Mátrában

1.2.1 Hagyományőrzés, helyi identitás

Napjainkban egyre gyakrabban találkozhatunk egy szövegkörnyezetben a turizmus és a hagyományőrzés fogalmával. A turizmusban vonzerőként kezelhető erőforrások köre folyamatosan bővül, a vendégek a tömegestől, a megszokottól eltérő élményekre vágnak, miközben nagyobb hangsúlyt kap a társadalmi felelősségvállalás és a környezetvédelem is. Így egyre nagyobb teret kap a helyi erőforrásokat még jobbra egyensúlyban tartó hagyományos életformák megismerése is, amely még nem szakadt el jelentős mértékben sem a természettől, sem a történelmi gyökereitől. A legtöbb tanulságot pedig éppen azok a helyszínek szolgáltatathatják, amelyek hasonló adottságú környezetben fekszenek, mint a vendégek otthonai, ahol tulajdonképpen felidézhető bizonyos mértékben a felmenők életformája is.

A rurális térségek turisztikai jellemzői a többé vagy kevésbé megőrzött falusi életvitel és munkavégzés hagyományain alapszanak. Ezalatt olyan tradíció értendő, amely részben fizikai alakzatokban, a táj külső jellemzőiben, a település szervezetségében, a ház környékének, a kertnek és az udvarnak az elrendezésében, az épületek küllemében és tartalmában; de immateriális értelemben is megnyilvánul a szokásokban, legendákban, énekekben, közösségben és egyéb hasznos tudásanyagban. A falusi térség éppen a hagyomány alkotóelemeinek vonatkozásában nyújt különös és szokatlan turisztikai élményeket és tapasztalatokat. Bár a vidék és a szabad természeti tájak iránti érdeklődés az emberrel veleszületett dolog, ez az érdeklődés a mai modern, urbánus kor emberénél még inkább felerősödik a gyermekkorban szerzett élményeknek köszönhetően: képeskönyvek, irodalom és filmek által.

A turisták az ilyen látogatások keretében minél inkább autentikus, a helyi vidéki életformához köthető programokon szeretnének részt venni. Ez csak olyan formában megvalósítható, és csak akkor ad megfelelő számú programlehetőséget, hogyha a helyi hagyományok megfelelően feltártak és még vannak is olyan helyi szereplők, akik képesek azokat bemutatni a vendégek számára. Természetesen a vidéki területek hagyományainak megőrzésével kombinált falusi turizmus nem mindenkinek jelenti a kikapcsolódás elsődleges formáját. Azokról viszont, akik a nyaralásukat is ilyen környezetben szeretnék eltölteni, joggal feltételezhetjük, hogy nagyra értékelik a helyi tradíciók megismerésének lehetőségét, ugyanakkor jogosan fogalmazhatnak meg akár kritikát is adott esetben ezek elmaradása miatt. A falusi turizmus ugyanis ma már nemcsak a nyugodt és természeteshez közeli környezetet jelenti, hanem a felüdülésnek kulturális élmények segítségével való elérését is. A turisták nem kíváncsiak azokra a falusi térségekre és vidéki

gazdaságokra, amelyekben nem maradt hátra semmi tradicionális élet- és munkavitelükből.

Az Európai Unió és az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (ÚMVP) is fontosnak tartja, hogy a vidéki térségekben a falusi turizmus fejlesztésével új munkahelyek jöjjenek létre. A célkitűzés az ÚMVP III. tengelyében kapott helyet, akárcsak a vidéki örökség megőrzése és fenntartható fejlesztése, amely szerint Magyarországon a vidéki területek vonzerejének növelése érdekében szükséges a vidékhez kapcsolódó kulturális és természeti örökség megfelelő bemutatása. Ugyanez az intézkedés elsősorban az épített kulturális örökség felújítására, fenntartására és megőrzésére koncentrál, emellett rendkívül fontos az emberek fejében jelen lévő örökség, amely ráadásul sokszor úgy tűnik el, hogy észre sem veszik.

Ezek a helyi erőforrások a legtöbb esetben nem jelentenek olyan attrakciót, amelyek nagyobb tömeget mozdítanak meg, sokkal inkább azon lehet a hangsúly, hogy azokat programcsomaggá szervezve növeljék a térség vonzerőinek számát és ezáltal a hasznosan eltöltött idő hosszát a turisták számára. Vizsgálatunk célja ezeknek a tradicionális kulturális erőforrásoknak a minél pontosabb feltárása a Mátra térségben, hogy megtudjuk, mekkora potenciállal rendelkezik ez a térség ebből a szempontból a falusi turizmus számára, és a gyakorlatban hogyan valósulhat meg ezeknek az erőforrásoknak az integrálása annak rendszerébe.

1.2.2 Anyag és módszer

A Mátra Pont működtetése során a nagyobb méretű és jelentőségű turisztikai szolgáltatókkal való kapcsolattartás mellett fontosnak tartjuk a térség több mint kétszáz falusi szálláshelyszolgáltatója helyzetének javítását is, amihez az együttműködések generálásával, a helyi erőforrások optimálisabb kihasználásának segítségével járulhatunk hozzá. Ennek érdekében kérdőíves vizsgálatot végeztünk a szállásadók mellett a helyi termékeket előállítók és a hagyományörző csoportok körében is. A megszerzett információk segítségével feltárjuk a térség erősségeit, illetve a kihasználatlan erőforrásait, amelyek jelenleg nincsenek „becsatornázva” a turizmus rendszerébe.

A hagyományörző tevékenységet folytató csoportok körében végzett kérdőíves felmérés során 34 szervezet lekérdezése történt meg. A települések a vizsgálati területen elszórtan helyezkednek el, nem volt cél az, hogy egy szűkebb területre szűkítsük le a felmérést. A vizsgálat összesen 27 települést érintett, 20 településen csak egy szervezetről szereztünk információkat, míg a másik hét esetben (Bodony, Gyöngyöstarján, Karácsond, Nagyréde, Pásztó, Szurdokpüspöki, Szücsi) két csoport is bekerült a vizsgálatba. A felmérés prioritása elsősorban a megőrzött és jelenleg is ápoltnépi hagyományok feltárása volt, ezért sokkal inkább a vidéki településekre fókuszáltunk, mint a

városokra, hiszen alapvető célkitűzés az is, hogy a feltárt kulturális értékek és azok „élő” képviselői attrakcióként kapcsolódjanak a falusi turizmushoz. Meg kell ugyanakkor jegyezni, hogy a mintában nem minden egyesület a helyi hagyományok őrzését tekinti fő célkitűzésének, kettőnek közülük sokkal inkább az ősmagyar szokások felelevenítése a célja. Emellett vannak olyan települések, amelyek esetében nem maradtak fenn „vegytisztán” a település egyedi népviselete, szokásai, így több esetben térségi jelentőségű tradíciók felelevenítésével foglalkoznak.

1.2.3 Hagyományőrző csoportok működése a térségben

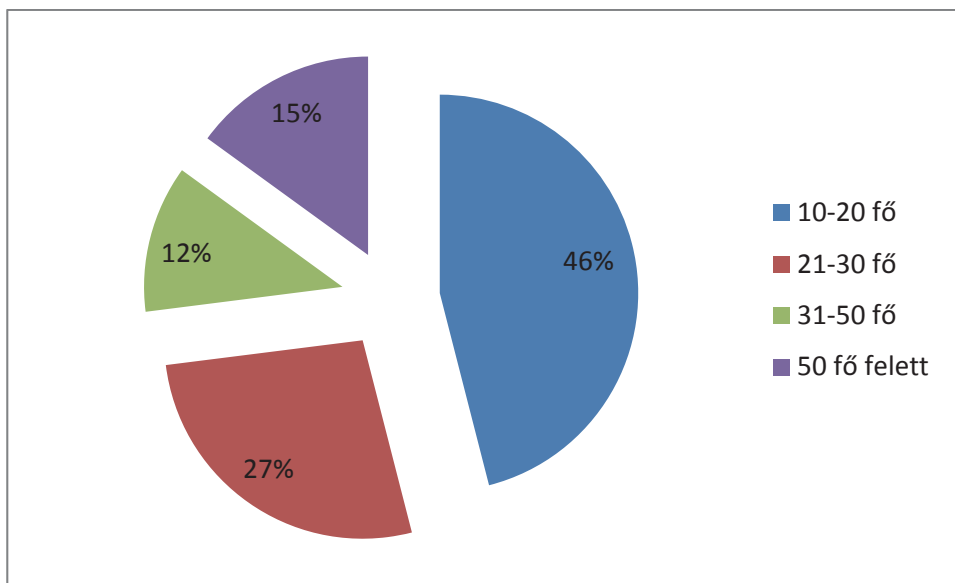
A vizsgálat első lépéseként arra voltunk kíváncsiak, hogy a hagyományőrző csoportok mekkora társadalmi bázissal rendelkeznek az egyes településeken. A megkérdezett egyesületek taglétszámának átlaga 33 fő, azonban relative széles határok között mozog. Vannak olyan egyesületek, ahol az aktív tagok száma alig haladja meg a minimálisan elvárható 10 főt, ugyanakkor Jobbágyiban a Nyugállományúak Egyesülete több mint 100 tagot számlál. A csoportok döntő többségére a 15-30 fős taglétszám jellemző. A kisebb taglétszám általában az újonnan létrejött egyesületeket jellemzi, ugyanakkor az is elmondható, hogy a periférikusabb fekvésű településeken idővel különösen nagy gondot jelenthet a tagállomány elöregedése és kulturális rendezvényeken aktívan részt vállaló tagok számának csökkenése (1. ábra).

Feltételezhető, hogy azokon a településeken, ahol régebb óta működik a hagyományőrzésre szakosodott csoport, nagyobb eséllyel maradtak meg azok a helyi hagyományok, amelyek azért annyira nem voltak jelentősek, hogy az etnográfusok is feljegyezzék azokat. A legjelentősebb múltra a nyugdíjas hagyományőrző egyesületek és néhány népdalkör tekint vissza, amelyek esetében nem ritka, hogy már 40 éve folyamatosan működnek. Számos alulról szerveződő kezdeményezés esetében ugyanakkor elmondható, hogy bár tevékenységüket több évtized óta végzik, az intézményesülésre csak a 2000-es években került sor (21. ábra). Az ekkortájt létrejött egyesületek egy része hiánypótló volt a településen, egy másik része pedig általában már modernebb felfogással jött létre, a hagyományőrző tevékenységet tudatosan a település- és turizmusfejlesztés szolgálatába is állítva (22. ábra).

A hagyományőrző csoportok tevékenységét nyolc kategóriába tudtuk utólag besorolni a nyílt kérdésre adott válaszok alapján, amelyik a főbb tevékenységi körökre kérdezett, s nem arra volt kíváncsi, hogy adott esetben a szervezetek alapító okirata milyen további információkat tartalmaz. Természetesen vannak olyan egyesületek, amelyek tevékenysége akár 5-6 cselekvési területre is aktívan kiterjed, míg más csoportok 2-3 funkciót vállalnak fel markánsan. A fő tevékenységek között az esetek közel 90%-ában szerepel a hagyományőrzés, amely gyakorlatilag a legtöbb további

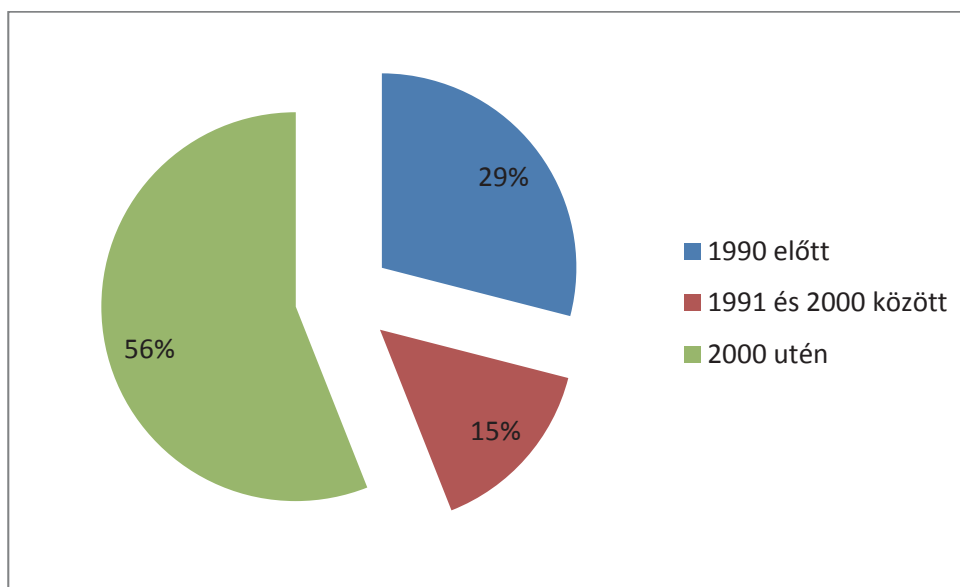
cselekvési terület gyűjtőkategóriájának is tekinthető, ugyanakkor vannak olyan szervezetek, amelyek sokkal inkább a rendezvényszervezésre, vagy a műemlékvédelemre helyezik a hangsúlyt tevékenységükben (23. ábra).

21. ábra: A hagyományőrző egyesületek taglétszáma



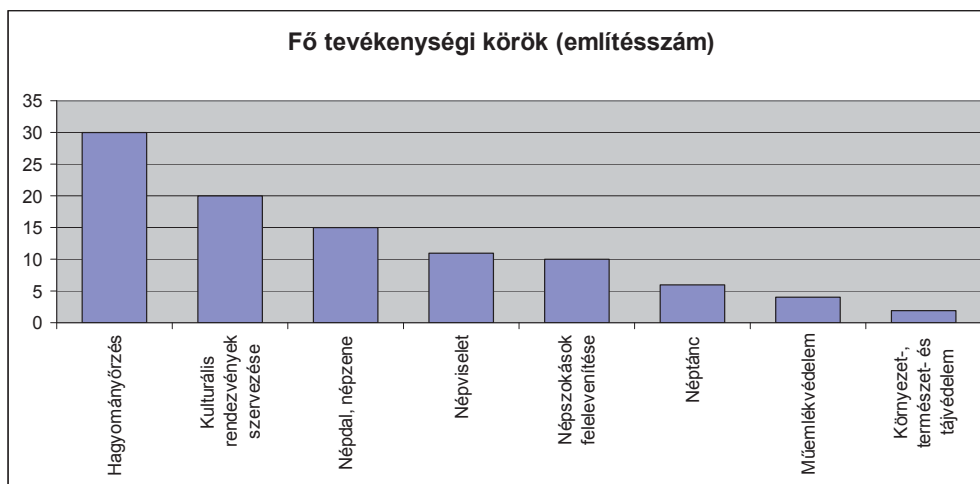
Forrás: kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

22. ábra: A hagyományőrző egyesületek alapításának időpontja



Forrás: kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

23. ábra: A hagyományőrző csoportok fő tevékenységi körei az említési gyakoriság alapján (db)

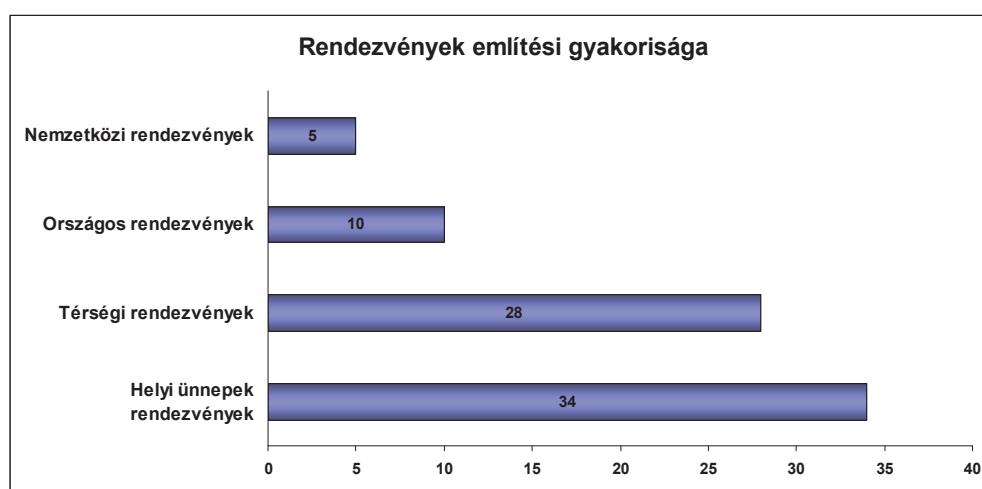


Forrás: kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

Az említések számát tekintve a második helyen a népdalok és a népzenei hagyományok ápolása áll. Néhány esetben ez a két tevékenység nehezen szétválasztható, azonban a legtöbbször kórusok működéséről beszélhetünk, amelyhez nagyobb létszámban tudnak a helyi érdeklődők is csatlakozni, míg a hangszeres színpadi fellépés komolyabb előtanulmányokat követel meg. A kórusoknak így is általános problémájaként nevezhető meg, hogy a tagok átlagos életkora egyre magasabb, és a fiatalabbak körében alacsony a hajlandóság, hogy az idősebbek helyére lépjenek. A csoportok közel fele mellett, hogy fellépést vállal, helyben részt vesz a rendezvények szervezésében is. A legtöbb hagyományőrző tevékenység feltételezi, hogy az előadók autentikus népviseletben lépnek fel, ennek ellenére a helyi népviselet megőrzése csak a csoportok egyharmada esetében szerepel a fő tevékenységek között. A népszokások felelevenítése a legtöbb esetben valamilyen konkrét időponthoz köthető, vagyis szoros kapcsolatot mutat a rendezvények megszervezésével, ugyanakkor túl is mutat azon egyes jellemzően helyi termékek előállításával. A népi táncos hagyományok ápolása még a számottevő kategóriák közé tartozik, ugyanakkor az említési gyakorisága csak harmadakkora, mint a népdaloké. A legtöbb esetben a népi tánccsoportok nem pusztán a szűkebb térség táncaira korlátozzák tevékenységi körüket, hanem annál jóval szélesebb repertoárt építenek fel. Kicsit elűt a többi csoport tevékenységétől, azonban négy egyesület a műemlékvédelmet tartja legfontosabb feladatának, míg két egyesület a természet- és környezet védelmére is nagy figyelmet fordít.

A hagyományörző csoportok aktív résztvevői a helyi rendezvényeknek, emellett gyakran látogatják a szomszédos és a térségen belüli települések hasonló rendezvényeit, sok esetben viszonzási alapon. Mindössze hat olyan csoport van, amely csak a saját településén szokott szerepelni, azok is általában csak néhány éve alakultak. Egy-két csoport országosan is elismerést vívott ki, azonban a csoportok közel feléről elmondható, hogy rendszeresen fellépnek az ország más régióiban is, például a népdalkórusok minősítő versenyeken. A határon túli fellépési lehetőségek között a legtöbben Szlovákiát említették meg, azonban meghívásos alapon öt csoport járt már külföldi nemzetközi fesztiválon (24. ábra).

24. ábra: A hagyományörző csoportok részvétele a különböző hatókörű rendezvényeken



Forrás: kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

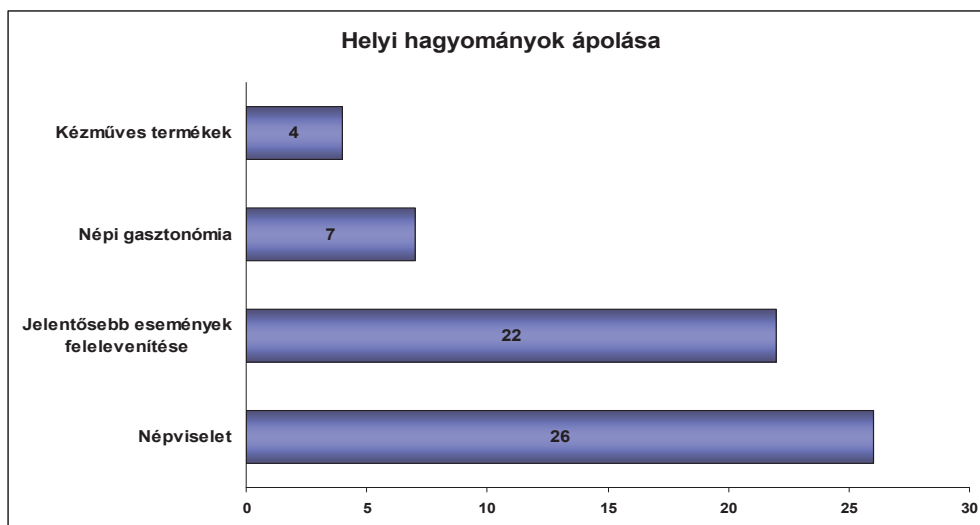
A fellépésekért a csoportok az esetek közel felében csak költségtérítést kérnek, ami fedezi a az utazási kiadásait (üzemanyag, esetleg gépjármű bérlete). Kilenc esetben fellépési díjat is kérnek a csoportok, aminek oka két esetben az, hogy zenekari kísérettel lépnek fel, akiket meg kell fizetni, hét csoport viszont egyáltalán nem kér költségtérítést. A fellépéseknek több esetben vannak szezonális korlátai, mivel nem professzionális együttesekről van szó – legtöbbször a mezőgazdasági munkálatok jelentenek korlátozó tényezőt. Hat csoport is hivatkozott a nyári és őszi betakarítási munkálatokra, szőlő és málna szüretelésére. Több egyesület tevékenysége elsősorban szabadtéri foglalkozásokra terjed ki, így az ő esetükben az időjárás alakulása miatt is elmaradhatnak műsorok, ezt azonban csak kétszer említették.

A rendezvények helyszínére való eljutást a csoportok közel 90%-a tudja oldani, azonban nem mindenki saját erőből. Több egyesületnek viszont

lehetősége van a helyi önkormányzat vagy a kistérség által üzemeltetett iskolabuszok igénybevételére. Az utazási nehézségek elsősorban az idősebb tagokkal jellemezhető asszony- és bakakórusok esetében fordulnak elő, akik szívesebben támaszkodnak a rendezvényszervező segítségére. A fellépés előkészületeit fele-fele arányban maga a hagyományörző csoport végzi el, illetve bízzák a technikai feltételek biztosítását a rendezvényszervezőkre.

A helyi hagyományok felelevenítésének formái közül a legnépszerűbb az egyedi népviselet megőrzése és viselése a jelentősebb rendezvények alkalmával. A második helyen ebből a szempontból a településen hagyományosan megünnepeelt események megszervezése áll. A helyi gasztronómiai értékek megőrzését és a kézműves termékek előállítását sokkal kevesebben említették, valószínűleg azért, mert ezek sokszor nem egy településhez, hanem egy kiterjedtebb térséghez, népcsoporthoz kapcsolódnak (ld. palócok, jászok), illetve az utóbbi esetben csak egy-egy személyhez köthetők (25. ábra).

25. ábra: A települések helyi hagyományainak ápolása



Forrás: kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

Több felkeresett faluban említettek a település történetéhez kötődő mesét, mondát. A széles körben ismertebbeket fel is tudták idézni, ugyanakkor több településen még a hagyományőrzést képviselő személy sem tudott (vagy nem volt rá ideje) konkrét történetet említeni, inkább a község helytörténeti kiadványára hivatkozott, amelyre ott is szükség lenne, ahol egyelőre még nem készítették el. A történelmi gyökerekkel rendelkező történetek esetében nagy számban kerülnek elő a terület egykori birtokosai, a mátrai betyárok, vagy a Mátra előterében a Csörsz-árokhoz köthető információk.

A településhez kötődő jellegzetes tárgyak és egyéb helyi sajátosságok között a válaszadók felsoroltak jellegzetes épületeket (pl. templomok, pincék, várak, kastélyok, kovácsműhely, híd, tájház), tájképi elemeket (hegy, kőbánya, barlang, forrás), jellegzetes tárgyakat (pl. a szőlőművelés eszközei, egyházi kegytárgyak), valamint helyi termékeket és ételeket (pl. Csányi dinnye, Szücsi rétes). Érdekes tapasztalatok születtek azokon a településeken, ahol két személy is megkérdezésre került, mivel a válaszok között többször igen jelentős különbségek voltak, vagyis nem feltétlenül ugyanazokról az információkról volt a megkérdezetteknek tudomása, vagy nem ugyanazokat tartották fontosnak megemlíteni, bár a legtöbben a teljességre törekedtek.

A helyi termékek előállítóit már korábban megkérdeztük egy vizsgálat keretében, azonban az információk bővítése érdekében ismét kíváncsiak voltunk arra, hogy milyen termékek köthetők hagyományosan a településekhez. A Mátraalján a legtipikusabb természetesen a szőlő és a bor említése, és emellett nagy számban fordul elő a hangsúlyosan csak egy-egy településhez köthető gyümölcsök köre: pl. Nagyréde – málna és eper, Kisnána – őszibarack, Csány – dinnye. A mézet gyakorlatilag minden második településen említették, s több településen jelent meg a fafaragás és a kosárfonás is, ezek a tevékenységek már konkrét személyekhez köthetők.

1.2.4 Kulturális örökségmegőrzés a Mátraalján

A kérdőíves vizsgálat tanúságai szerint a Mátra térségében napjainkig is jelentős kulturális értékek maradtak fenn, ami a falusi turizmus számára is hasznosulhat. A hagyományőrző csoportok igyekeznek a helyi, specifikus tradíciókat megragadni, feleleveníteni és megőrizni. Igaz ugyanakkor az is, hogy a helyi szokások egy részéről már csak a helytörténeti könyvekből olvashatunk, egy másik pedig már csak elszórtan él a helyi „öregek” emlékezetében. Ezek célzott feltárása kifejezetten érdekes feladat lehet néprajzos egyetemi hallgatók számára.

A településekhez köthető hagyományok és történetek ismerete sokszor még a helyi lakosok számára sem teljes körben köztudott, az viszont biztosan állítható, hogy a szomszédos települések már az azoktól 5-10 kilométerre élők számára is rendkívül sok érdekességet és újdonságot tartogathatnak. Hatványozottan így lehet ez a fővárosból érkező látogatók számára, a külföldiekről nem is beszélve.

Gyakorlatilag az összes megkeresett hagyományőrző csoport pozitívan állt a helyi kulturális értékeknek a falusi turizmussal való összekapcsolásához, ami legtöbb esetben a fellépések számának növekedésével járhat együtt. A hagyományőrző csoportok tevékenységét figyelembe véve rendkívül komoly kínálat mutatkozik népdalkörökből, amelyek a legtöbb esetben gondot fordítanak a helyi népviseletek fennmaradására is. Az ő szerepük ugyanakkor

leginkább a kiemelt eseményekhez köthető, hiszen nem tarthatnak minden nap bemutatót.

A falusi turizmus szempontjából nagyon érdekes lehet a hétköznapi szokások megismerése, helyi ételek megkóstolása, vagy akár a hagyományos használati tárgyak kipróbálása. Ezeknek az értékeknek a tájházban való megtekintésénél sokkal érdekesebb lehet valós helyzetben megismerni azokat. A jövőben tehát arra kell nagyobb hangsúlyt fektetni, hogy a tradíciók megismerésére több lehetőség álljon rendelkezésre mind időben, mind térben, vagyis nem csak a falunapi előadásokon és nem csak a bemutatótermekben.

1.3 Helyi termékek szerepe a Mátraalja turizmusában

1.3.1 Falusi turizmus- helyi attrakciók

A helyi termelők „helyzetbe hozása” szempontjából elengedhetetlen a vásárlók körének bővítése, amelynek egyik lehetséges módja új értékesítési csatornák kiépítése, mivel a kis mennyiségben előállított, egyedi tulajdonságokkal rendelkező termékek a legritkább esetben felelnek meg a nagyobb bolthálózatok által támasztott igényeknek. A falusi turizmus keretében szervezett rendezvények és a falusi vendéglátók, vagy a helyi termékekre épülő mintaboltok ugyanakkor kiváló lehetőséget nyújthatnak ezeknek a termékeknek az eladásához mind mennyiségi, mind minőségi szempontokat alapul véve. A falusi turizmusba bekapcsolódó vendégkörre egyébként is jellemző az, hogy fogékonyabbak a helyben előállított alapanyagból, helyi hagyományok útján készülő termékek megismerésére. A turizmus alkalmas lehet egy térség erőforrásainak integrálására, mint meghatározó ágazat (FEHÉR-KÓRÓDI 2008).

Egy 2012-ben Gyöngyösön és környékén (Gyöngyössolymos, Gyöngyöstarján, Nagyréde) végzett kérdőíves vizsgálat tapasztalatai alapján a térség legjelentősebb értéke a Mátra, azon belül is a Kékestetőt nevezték meg kiemelkedő vonzerőként, mint Magyarország legmagasabb pontja. A térség lakói emellett kiemelten fontos erőforrásnak tartják a helyi borkultúrát és a még fellelhető hagyományokat. Az említési gyakoriság alapján a helyi termékek között minden településen 50% feletti volt a szőlő és bor kategóriájának részaránya (Koncz G. 2013).

A Mátra turisztikai térségének statisztikai mutatói kedvezőtlen folyamatokra mutattak rá a 2000-es években, a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számának országosan tapasztalható növekedésével szemben a Mátrában csökkenés volt megfigyelhető. A Mátrában az átlagos tartózkodási idő több mint fél nappal elmarad az országos átlagtól, az ide érkezők többsége csak egynapos kirándulásra, vagy éppen egy hosszú hétvégére érkezik. A tartózkodási idő növelése feltétlenül az attrakciók számának növelését igényli, a kisebb vonzerők területileg vagy tematikusan összeszervezett együttese már számottevő lehet (Dávid L.-Tóth G. 2009, Piskóti I. 2006).

1.3.2 Térségi erőforrások

Vizsgálatunk elvégzését egy új turisztikai információs pont (Mátra Pont) létrehozása indokolta, amelynek munkatársai a jövőben elő kívánják mozdítani a térség erőforrásainak fokozottabb turisztikai hasznosítását és a turizmus jelenlegi és potenciális szereplőinek együttműködését. A

vizsgálatok a Mátra déli lábánál elhelyezkedő településeken zajlottak, a Szűcsitől Kispánáig húzódó sávban. A térség erőforrásai sokszínűek, hiszen miközben az északi határát a Mátra gerince adja, addig a déli része már az Alföldhöz tartozik (Koncz G.-Nagyné Demeter D. 2013).

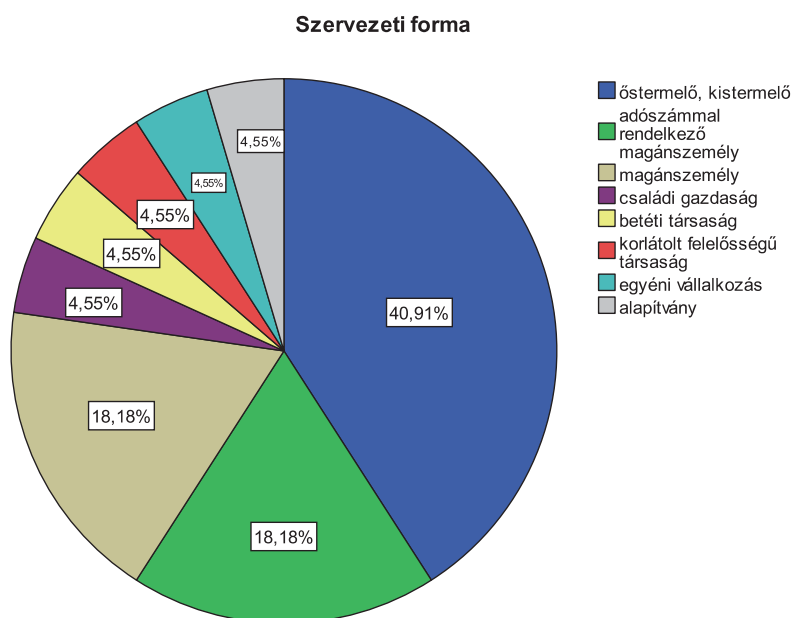
Munkánkat segítette, hogy a Dél-Mátra Közhasznú Egyesület korábban már végzett gyűjtőmunkát a működési területén, és adatbázist állított össze a helyi termelők köréről. Az adatbázis felfrissítése érdekében vidékfejlesztő főiskolai hallgatók bevonásával az internetről további, helyi erőforrásokat hasznosító szereplők legyűjtésére került sor. A helyi gazdaságfejlesztés másik kritikus eleme az alulról építkezés, ezért elengedhetetlen a helyi termelők véleményének megismerése az új együttműködési és értékesítési formákkal kapcsolatban. A standardizált kérdőívre épülő empirikus vizsgálat első fázisában 22 helyi termelő megkérdezésére került sor tíz településen. A helyzetfeltáró vizsgálatok rámutattak arra, hogy a térség kiemelkedő helyi termelői a borászok, így esetükben a további vizsgálatok során sem törekedhetünk teljeskörűsége.

1.3.3 Helyi termék-előállítás, forgalmazás

A helyi termékeket előállító személyek a legtöbb esetben östermelőként (9 fő), magánszemélyként, vagy adószámmal rendelkező magánszemélyként (4-4 fő) végzik a tevékenységüket. A legtöbb esetben ez hobbiként, kiegészítő tevékenységként zajlik és a hagyományápolás hangsúlyosabb is a haszonszerzésnél. Társas vállalkozásra csak két példát találunk (egy kft. és egy bt.), egy termék előállítása pedig alapítvány tevékenységéhez kapcsolódik (26. ábra).

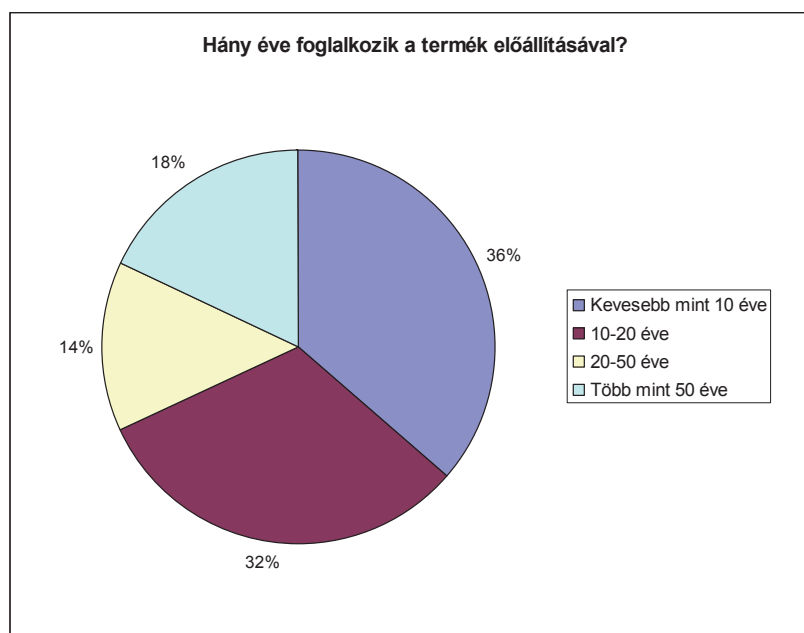
Az előállított termékek köre igen széles. Lekvárról, mézről és borról egyaránt három említést tettek, míg ketten-ketten jelölték meg a kukoricacsuhé feldolgozását, a népviselet-készítést és a szőnyegszövést. Csak egy említés volt a mintában cukortorta készítésre, tojásfestésre, tojáspatkolásra, fafaragásra, kecskesajt-előállításra, festészetre, mézeskalács és molnárkalács előállítására, aszalvány gyártására, valamint kerámia és üveg ajándéktárgyak készítésére. A szakmák fennmaradása szempontjából elkeserítő információ, hogy vannak olyan termékek, amelyeket csak egy személy állít elő az egész térségben, és bár nem kérdeztünk rá a hölgyek korára, az elég árulkodó, hogy több mint 50 éve teszik ezt (27. ábra).

26. ábra: A termék előállításának szervezeti formája



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

27. ábra: Hány éve foglalkozik a termék előállításával?

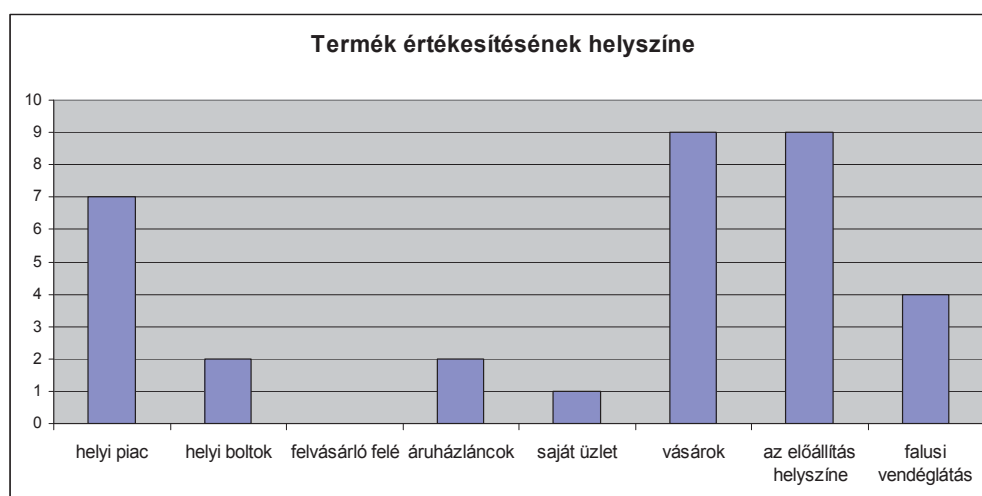


Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

Az értékesített mennyiségek között óriási különbség mutatkozik annak megfelelően, hogy pl. valaki főállásban borászkodik (pl. több tízezer palack), vagy csak hobbi szinten foglalkozik csuhébabák készítésével, vagy tojáspatkolással.

A termék értékesítésének helyszínei között 9 esetben szerepelnek a vásárok, valamint az előállítás helyszíne, 7 esetben a helyi piac, négyen értékesítenek falusi vendéglátásban, 2-2 esetben említették a helyi boltokat és az áruházláncokat, egy termelő saját bolttal rendelkezik, míg felvásárló felé senki nem értékesít (28. ábra).

28. ábra: Termék értékesítésének helyszíne

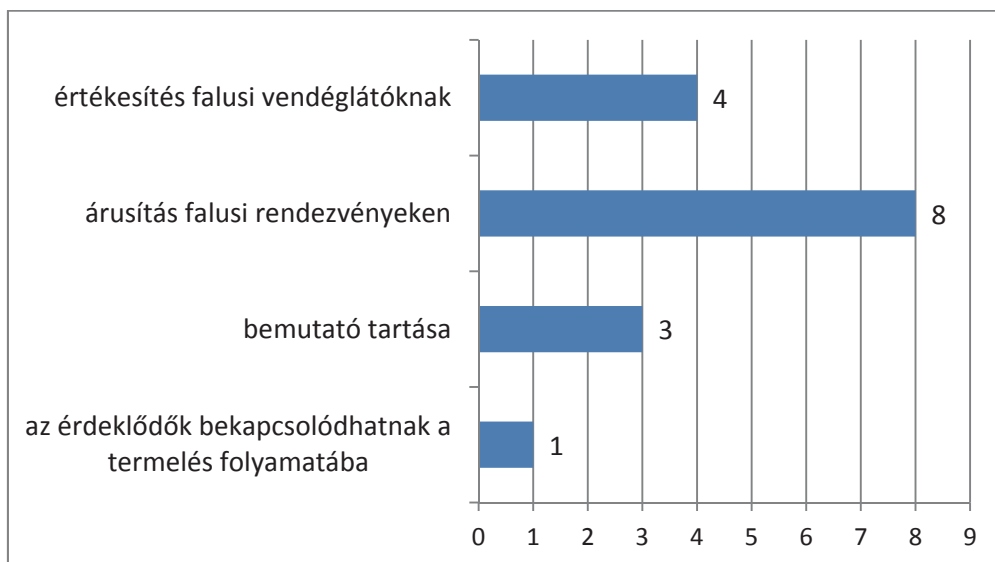


Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

A megkérdezettek közül négy kivétellel mindenki szerepet vállal valamilyen formában a térség falusi turizmusában. Ezek közül a legnépszerűbb a helyi rendezvényeken való árusítás, majd a helyi falusi vendéglátók felé történő értékesítés és a bemutató tartása. Kifejezetten autentikus élmény lehet, hogyha valaki bekapcsolódhat a termelés folyamatába is, azonban ez csak egy esetben lehetséges (29. ábra).

A megkérdezettek törekednek a helyi alapanyagok felhasználására, ami azonban egyes termékek előállítása során lehetetlen (pl. üveg ajándéktárgyak, festmények) (30. és 31. ábra).

29. ábra: A falusi turizmusban való részvétel formája (említésszám alapján)



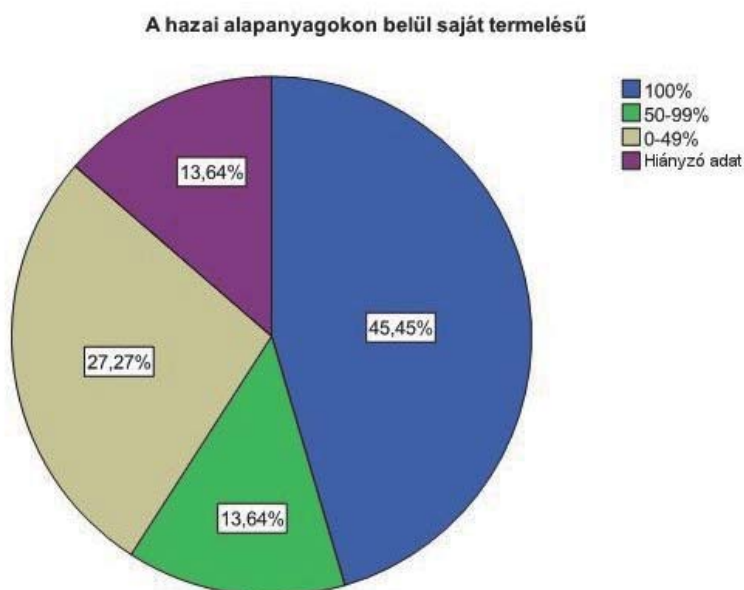
Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

30. ábra: Az előállított termékben a hazai alapanyag aránya



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

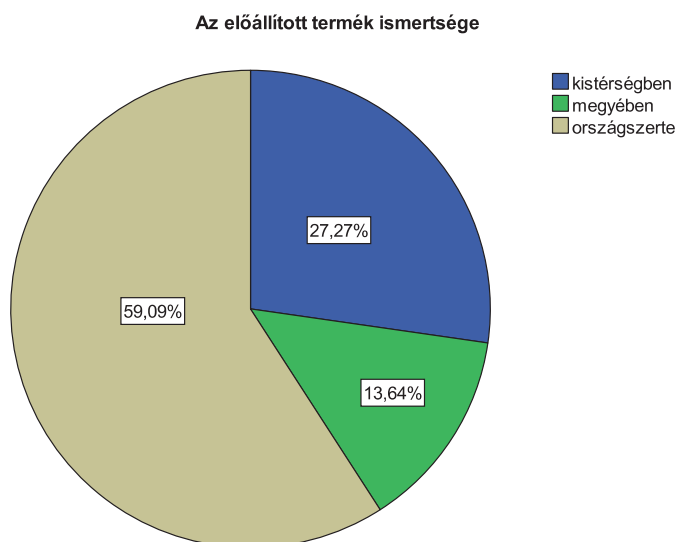
31. ábra: A hazai alapanyagokon belül a saját termelésű részaránya



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

A legtöbb előállított termék nem csak a térségben ismert, hanem az adott termék iránt érdeklődők körében országosan is (32. ábra).

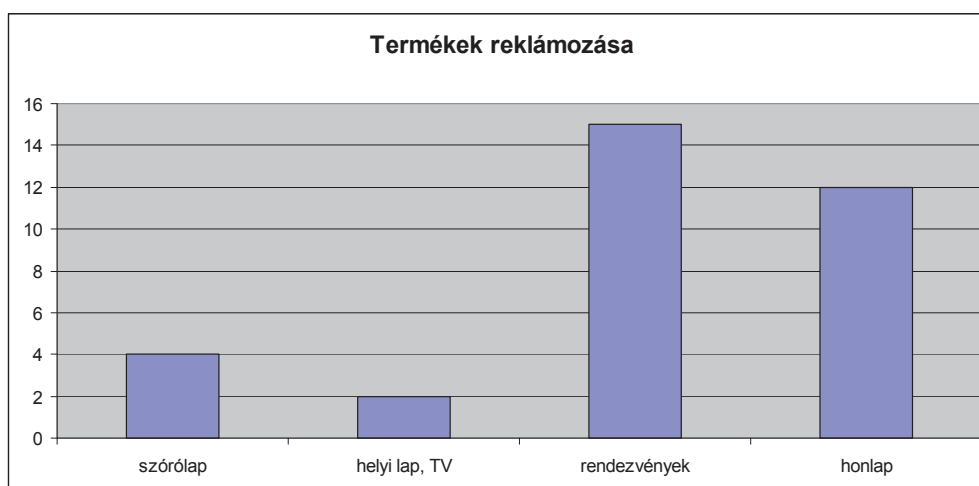
32. ábra: Az előállított termék ismertségének területi hatóköre



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

A termékek reklámozása leginkább a helyi rendezvényeken való megjelenéssel történik. Emellett a honlapoknak van nagyobb jelentősége, amely időben és térben a legkevésbé korlátozó eszköz (33. ábra).

33. ábra: A termékek reklámozásának eszköze (említésszám alapján)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

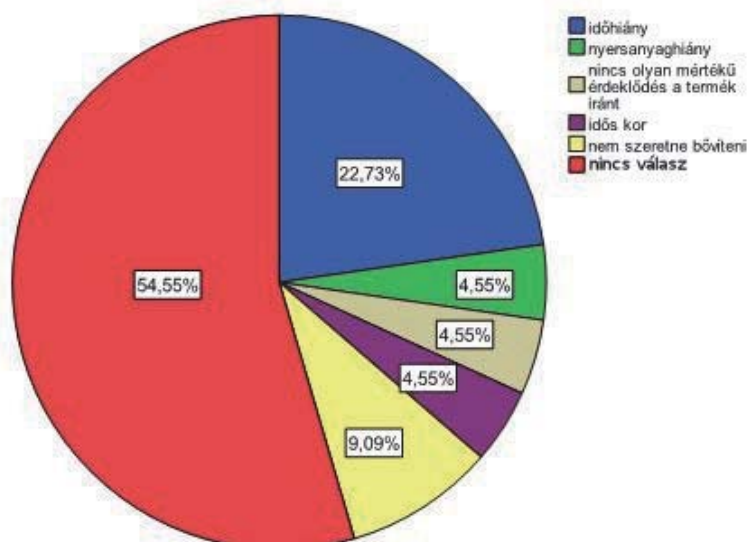
A termelés bővítésére a megkérdezettek 41%-a lát esélyt. Konkrét elképzelésük leginkább azoknak van a fejlesztésre, akiket most is sújt valamilyen korlátozó tényező. Egyébként a legfőbb akadálya a bővítésnek az időhiány (34. ábra).

A megkérdezettek 86%-a kapott már segítséget a falusi turizmushoz valamilyen formában kötődő menedzsment szervezettől, ami kifejezetten kedvező aránynak minősül. A legtöbb termelőt a Dél-Mátrea Közhasznú Egyesület segítette, de emellett a Mátrea Jövője Turisztikai Egyesület is jelentős szerepet vállalt (35. ábra).

Internetes kereskedelembe eddig hat termelő kapcsolódott be, azonban nem volt igazán jelentős az értékesített áru mennyisége. Az interneten keresztül történő értékesítés megítélése meglehetősen vegyes képet mutat, miszerint az 1-től 5-ig terjedő skálán senki nem jelölte be az 5-ös (vagyis a nagyon hasznosnak ítélt) válaszlehetőséget, az 1-est és a 3-ast azonban ketten is.

A termékek 45%-a esetében az egyedi megjelölés (csomagolás, címke) biztosítja, hogy a vevők felismerjék azt. A termékek védjegyztetését csak a megkérdezettek negyede tartja fontosnak. A válaszadók döntő többsége szívesen csatlakozna a termékek értékesítését segítő csoportosuláshoz, de csak abban az esetben, hogyha az nem kerül neki extra költségbe.

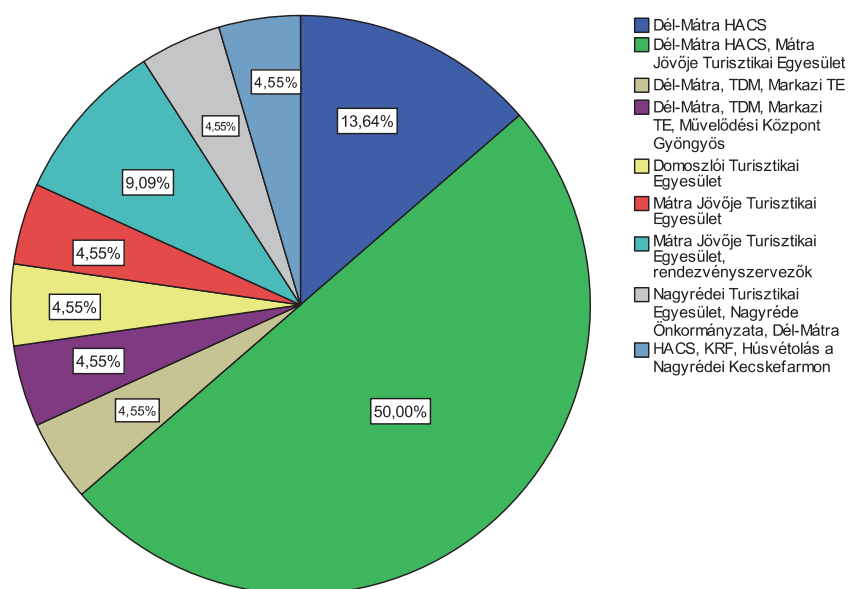
34. ábra: A termelés bővítésének legfőbb akadályai



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

35. ábra: Menedzsment szervezetek segítségének igénybevétele

Amennyiben a válasz igen, mely szervezet segítette a munkáját?



Forrás: kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2013.

A termékek eladási árát bizományi kihelyezés esetén leginkább az alapanyag ára és a befektetett munkaórák száma befolyásolja. Ezekhez adódik a haszonkulcs, amelynek mértéke a legtöbb esetben nem áll összhangban a szaktudás egyediségével. Az egyik művészeti tevékenységgel foglalkozó válaszadó úgy fogalmazott, hogy a termékeinek leginkább eszmei értéke van. A döntő többség nem tartja kockázatosnak termék kihelyezését – ez leginkább olyan esetben jelent konkrét problémát, amikor a nem megfelelő tárolás miatt a termék megromolhat (pl. kecskesajt).

1.3.4 Helyi erőforrások hasznosítási lehetőségei

A kérdőíves vizsgálat során megkérdezett helyi termelők döntő többsége kifejezetten együttműködő, csak néhány esetben voltak elutasítóak. Az előállított termékek sajátosságainak megfelelően nyitottak új értékesítési formák bevezetésére, úgymint helyi termékek árusítása arra szakosodott boltban, illetve ezzel a céllal kialakított honlapon. Négyötödük már jelenleg is részt vállal valamilyen formában a falusi turizmusban, a részvételi formák köre bővül, az együttműködés elmélyültebbé válik.

A falusi turizmushoz és a Mátrea Pont működéséhez a válaszadók termékbemutatókkal tudnának csatlakozni, akár az előállítás helyszínén, akár a Mátrea Pontban, akár további kihelyezett helyszíneken. A termelők döntő többsége (77,3%-a) nyitott arra, hogy helyi termékbemutatókon népszerűsítse tevékenységét, de még a kihelyezett helyszíneken való megjelenés támogatottsága is igen magas (68,2%).

A helyi termékek előállítása terén az utóbbi években egyre fokozódó aktivitás figyelhető meg, több olyan helyi kistermelőről van információnk, akik a közeljövőben a klasszikus értelemben vett helyi termék-előállítással kívánnak foglalkozni, a helyi termelési hagyományok figyelembevételével.

1.4 Falusi szállásadás a Mátra térségében

1.4.1 A falusi turizmus jellemzői

A Mátra Pont turisztikai szolgáltató mögött álló szakemberek különösen fontosnak tartják a falusi turizmus kisebb szereplőinek segítségét és együttműködéseinek generálását, valamint a kifejezetten ehhez a vidéki térséghez kapcsolható attrakciók fejlesztését. Ezek közé tartozik a helyi hagyományok bemutatása, tradicionális helyi termékek előállítása és kereskedelme, vagy éppen a gasztroturizmus. Folyamatban lévő felméréseink alapján ezeknek a turisztikai hasznosításában a jelenleginél sokkal nagyobb potenciál van. Az ökoturizmus mellett a Mátra térsége a legnagyobb számú fejlesztési lehetőséggel a falusi turizmus területén rendelkezik, amelyek által a jelenleg kevésbé látogatott települések is bevonhatók az idegenforgalom vérkeringésébe.

A falusi turizmus szempontjából igazán kedvező adottságokkal rendelkezik a térség településhálózata, ráadásul a települések egy része gyakorlatilag üdülőfaluként funkcionál (pl. Mátraszentimre, Parádsasvár, Szuha). Emellett számos település a természeti és kulturális értékei alapján lehetőséget biztosítana a falusi turizmus és rekreációs tevékenységek fejlesztésére, azonban a községek megközelíthetősége, közbiztonsága, illetve adott esetben csak az imázsa jelenleg nem nyújt ehhez megfelelő alapot. Gyakorlatilag a térség minden települése rendelkezik olyan természeti értékkel (természetvédelmi terület, védett fa, hegycsúcs, forrás, vizes élőhely stb.), amelyek meglátogatása – ha csak időszakosan is – programként szolgálhat a falusi turizmusban résztvevő látogatók számára (Horváth L. et al. 1998).

A falusi kirándulás jelenleg csak az üdülések 2%-ának célja annak ellenére, hogy az Észak-magyarországi régió a statisztikai mutatók alapján meghatározó szerepet tölt be az ország falusi turizmusában. Az egyes településekhez köthető helyi termékek és attrakciók ismertségének növelése ezért elengedhetetlen.

A falusi turizmus fejlesztése a vidékfejlesztésnek és a turizmus ágazati fejlesztésének egyaránt részét képezi. A turizmus egy olyan szektor, amely alkalmas lehet az erőforrások integrálására, mint meghatározó ágazat. A falusi turizmus a kontinens egészét tekintve kiemelkedően gyorsan fejlődő szolgáltató ágazat, azonban meg kell jegyezni, hogy nem ígér gyors sikert és megtérülést, továbbá széleskörű együttműködést igényel, vagyis holisztikus megközelítésmódot. A falusi turizmusra a korábbiakban kifejezetten jellemző volt az intézményesülés, a szervezethez hiánya (Fehér I.-Kóródi M., 2008).

Vidéki turisztikai terméktípusok feltételrendszerének sajátosságai és fejlesztési lehetőségei alapján értékelték 2008-ban Magyarország vidéki

kistérségeit. A vidéki térségek komplex vonzereje alapján úgy ítélték meg, hogy a Gyöngyösi kistérség kínálata komplex, azonban a desztináció marketingje nem megfelelő, így a vonzerőhangsúlyos kategóriába került. Ugyanebbe a kategóriába sorolták a Pásztói, a Hevesi és a Jászberényi kistérséget is. A Füzesabonyi kistérség az arányos teljesítményt nyújtók közé került, míg a Pétervásárai jelentős kihasználatlan adottságokkal rendelkezik (Fehér I.-Kóródi M. 2008).

1.4.2 Falusi szálláshelyek pozíciója a Mátrában

A falusi szállásszolgáltatók helyzetének pontosabb megismerése érdekében kérdőíves vizsgálatot végeztünk a Mátra Pont működési területének településein. A működési terület összesen 70 településre terjed ki, amelyek természetföldrajzilag lefedik a Mátrát és annak peremterületeit, illetve déli irányban a Mátra előterében benyúlik a Gyöngyösi-, a Hatvani- és a Hevesi-sík területére. A működési terület teljes területén 220 falusi szállásadó tevékenykedik. Jelen esetben nem volt célkitűzésünk a teljes terület lekérdézése, csak a falusi turizmus szempontjából frekvenciát több mikrotérségekre koncentráltunk. Összességében a kérdőíves vizsgálat keretében 27 településen 96 falusi szálláshely-szolgáltató megkérdezésére került sor. A kérdőívet a 3. sz. melléklet tartalmazza.

A vizsgálat során kíváncsiak voltunk a szolgáltatók alapvető adatai mellett azok forgalmára, a forgalom összetételére, a kiegészítő szolgáltatások jelenlétére, a fejlesztési lehetőségekre, az értékesítés mikéntjére, valamint a szolgáltatók közötti együttműködések jelenlegi szintjére.

A falusi szálláshelyek elérhetőségi adatainak rögzítését követően az első kérdést azzal kapcsolatban tettük fel, hogy milyen formában történik a gazdasági tevékenység végzése. Az említési gyakoriság alapján a szolgáltatók 59%-a egyéni vállalkozás, 16%-a családi vállalkozás, míg 6%-a adószámos magánszemélyként végzi ezt a tevékenységet. A társas vállalkozások részaránya alacsony, alig haladja meg a 10%-ot. Megjegyzendő továbbá, hogy vannak olyan szálláshely-szolgáltatók, akik erre a tevékenységre szakosodva több vendégházat is üzemeltetnek.

A szálláshelyek minőségi paramétereinek felmérése érdekében a FATOSZ által a falusi magán szállások minősítésére bevezetett napraforgó emblémák számát használtuk fel, a megkérdezettek több mint egyharmada azonban egyáltalán nem rendelkezett ilyen minősítéssel. A napraforgók száma egytől négyig terjedhet, ami alapján egyértelműen a magasabb kategóriák vannak túlsúlyban, a válaszadók 32%-a a 3-as, 25%-a a 4-es minősítést jelölte meg. Az 1-es és 2-es minősítés részaránya a válaszadási gyakoriság alapján együttesen sem éri el a 10%-ot (36. ábra).

A szállásadás szakmai múltját tekintve elmondható, hogy a szolgáltatók 61%-a csak az utóbbi 10 évben kezdett bele ebbe a tevékenységbe. A legtöbben azok vannak, akik 5-10 éve folytatják a vendégházak üzemeltetését, és a megoszlás alapján egyértelműen a további bővülést lehet tendenciaként megfogalmazni, hiszen a tevékenységet kevesebb, mint öt éve végzők a megkérdezettek egynegyedét teszik ki. Érdekességgént emelhető ki, hogy a megkérdezettek 6%-a már több mint 20 éve foglalkozik ezzel a tevékenységgel.

36. ábra: Falusi szálláshelyek minősítése

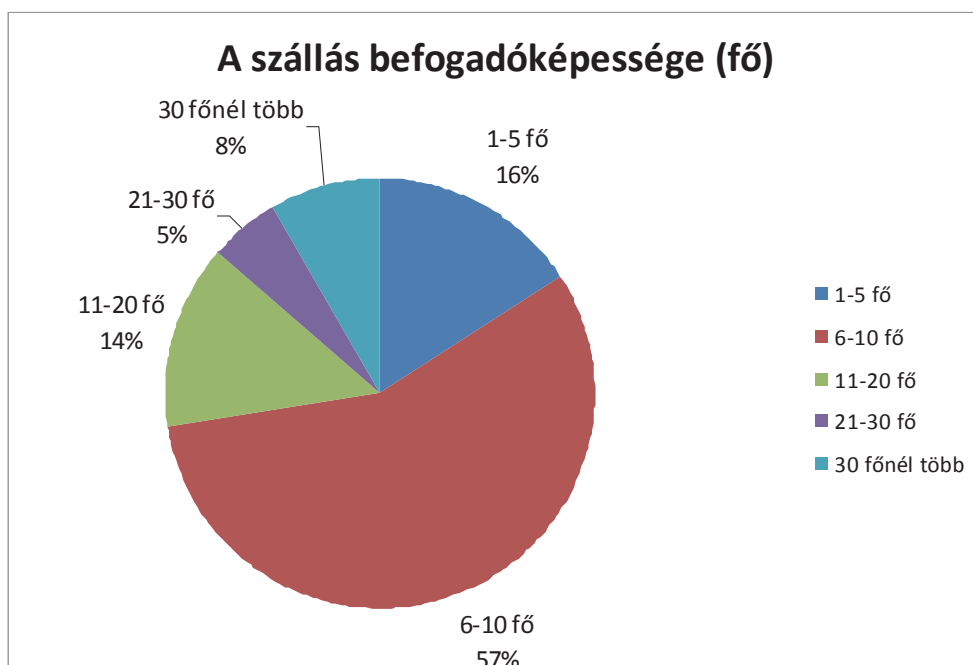


Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

A szálláshelyek befogadóképessége alapvetően befolyásolja a vendégforgalom alakulását. A túl kis méretű szálláshelyek üzemeltetése nem biztosít elég bevételt ahhoz, hogy valaki főfoglalkozásként foglalkozzon falusi szállásadással. Másrészt az alacsony kapacitás azt is megakadályozza, hogy egyszerre egy nagyobb csoport vegye igénybe a vendégház szolgáltatásait. A férőhely-kapacitás tehát sok esetben csak egy-két átlagos méretű magyar család fogadására alkalmas. Természetesen az is megfogalmazható ugyanakkor, hogy ezek a szálláshelyek nem a tömeges turizmus színhelyei, így egy bizonyos létszám felett még a vidéki arculat megtartásával is csökkenne azoknak az érdeklődés egy „látogatottabb” szállás iránt, akik kifejezetten a vidéki nyugalom miatt választják a rekreációnak ezt a fajtáját. A szálláshelyek több mint fele 6-10 fő számára tud

fekvőhelyet biztosítani, a második leggyakoribb kategóriát pedig a legkisebbek jelentik, ahol 1-5 (ezen belül általában négy) fő éjszakázhat (16%). A legnagyobb vendégházak 40-50 fő kapacitással rendelkeznek, részarányuk 8% (37. ábra).

37. ábra: A szállás befogadóképessége (fő)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

A szálláshelyen nyújtott egyéb szolgáltatások szempontjából érdekes információ lehet, hogy a kiadó is a helyszínen, illetve legalább a településen belül lakik-e. Azok esetében, akik életvitelszerűen más településeken laknak, vagyis nincsenek a helyszínen, csak a vendégház kulcsát adják át az érkező vendégeknek, nem tudnak helyben szolgáltatásokat biztosítani, és a legtöbb esetben a szálláshely-kihasználtság is alacsonyabb lehet. Felmérésünk tanúsága szerint a 95 válaszadó mintegy háromnegyede a településen él, így aktívabban tudja segíteni a vendégeit.

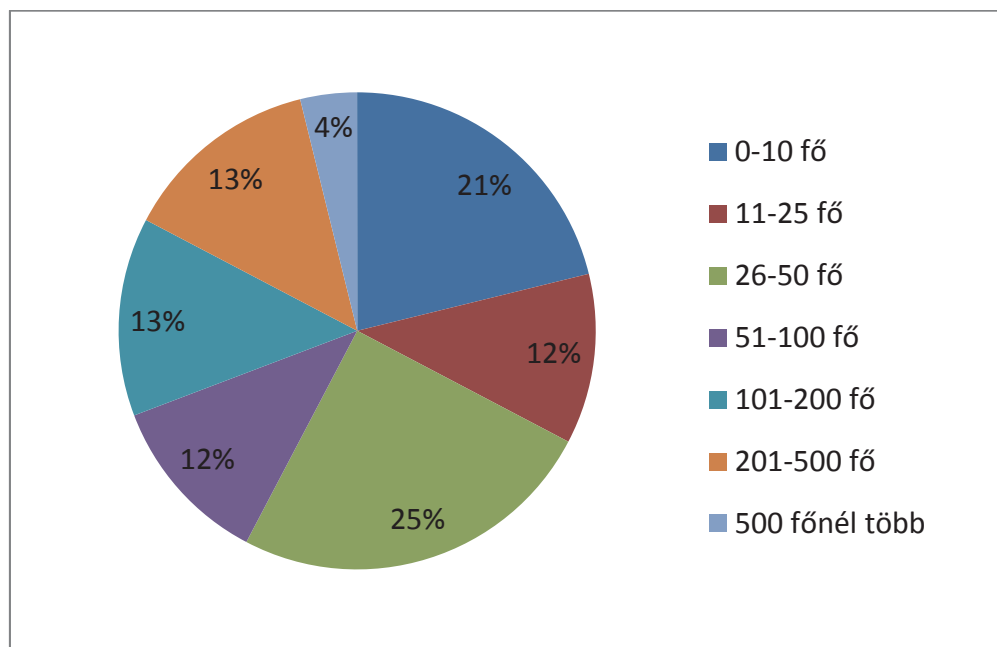
Az 1.1.5 fejezetben már jeleztük, hogy a falusi szálláshelyek egyes településeken rendkívül alacsony kihasználtság mellett üzemelnek, gyakorlatilag esetleges a vendégek jelenléte. Az ő esetükben jogosan merül fel a kérdés, hogy mennyiben tekinthetők az ágazat együttműködésre érdemes szereplőinek fejlesztések végrehajtása és egyéb szolgáltatások nyújtása nélkül. A szálláshelyek 58%-án az éves vendégforgalom nem éri el a 100 főt, az esetek számottevő részében pedig még ettől is jelentősen elmarad.

Mindössze 4%-ot tesz ki azoknak a szolgáltatóknak a részaránya, ahol 500 fő feletti a vendégek száma, ezeknél a vendégházaknál nem csak a befogadóképesség a meghatározó, hanem a kihasználtság mértéke is példaértékű (38. ábra).

A megkérdezett szállásadók területi megoszlását vizsgálva megállapítható, hogy a Mátralába tájegységhez tartozó településeken (Mátraballa, Mátraderecske, Parád, Parádsasvár, Recsk, Sirok) kifejezetten népszerű tevékenység a vendégházak üzemeltetése (49 szállásadó). A második ilyen térség a Mátraaljának a keleti fele, az Abasár és Verpelét között fekvő terület (26 szállásadó). A mintában 11 és 10 vendégház szerepel továbbá a Mátra északnyugati részéről és a Nyugati-Mátraaljáról. A természeti, gazdasági-társadalmi és településszerkezeti adottságok tehát a Mátra keleti felében részesítik inkább előnyben a falusi turizmus fejlesztését.

A vendégforgalom alakulása esetében már más típusú területi összefüggések figyelhetők meg a térségen belül. A nagyobb kapacitású vendégházak inkább a Mátra északi és központi részén helyezkednek el, aminek köszönhetően az egy egységre jutó vendégforgalom alacsonyabb a mátraaljai településeken, különösen pedig annak keleti felén (71 fő). Pásztó és Bátorfő térségében ez az érték 195 vendég/év.

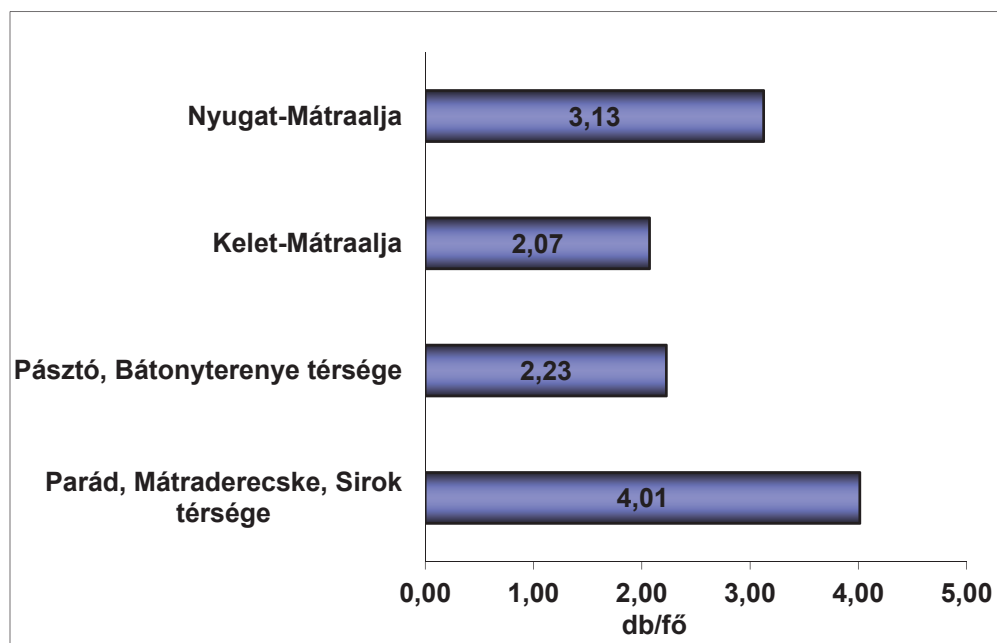
38. ábra: A falusi szálláshelyek vendégforgalma



Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

A vendégforgalom bővítésének stratégiai feladata a vendégházaknál átlagosan eltöltött vendégéjszakák számának növelése, hiszen adott esetben egy visszajáró vendéget mindig könnyebb lehet erről meggyőzni, mint egy olyat, aki a térségben sem járt, másrésről az igénybe vett attrakciók számának növelésével jelentősen emelkedhet a települések idegenforgalomból származó bevétele. A térségi megoszlást figyelembe véve a legsikeresebbek ebben a tekintetben a Mátralába települései, ahol 4,01 vendégéjszakát töltenek el átlagosan a szállóvendégek fejenként. Köszönhető ez annak, hogy ez a térség nagyjából már évtizedek óta ismert a turisták számára, és a vendégházak a kereskedelmi szálláshelyek mellett jelentek meg, ahol már korábban is sokan töltötték éves fő utazásukat. A legrosszabbul ebből a szempontból a Keleti-Mátraalja teljesít, ahol domináns a hétvégi kirándulások jelentősége, amit igazol a vendégéjszakák átlagos 2,07-os fejenkénti értéke (39. ábra).

39. ábra: Átlagosan eltöltött vendégéjszakák száma a Mátra térségén belül



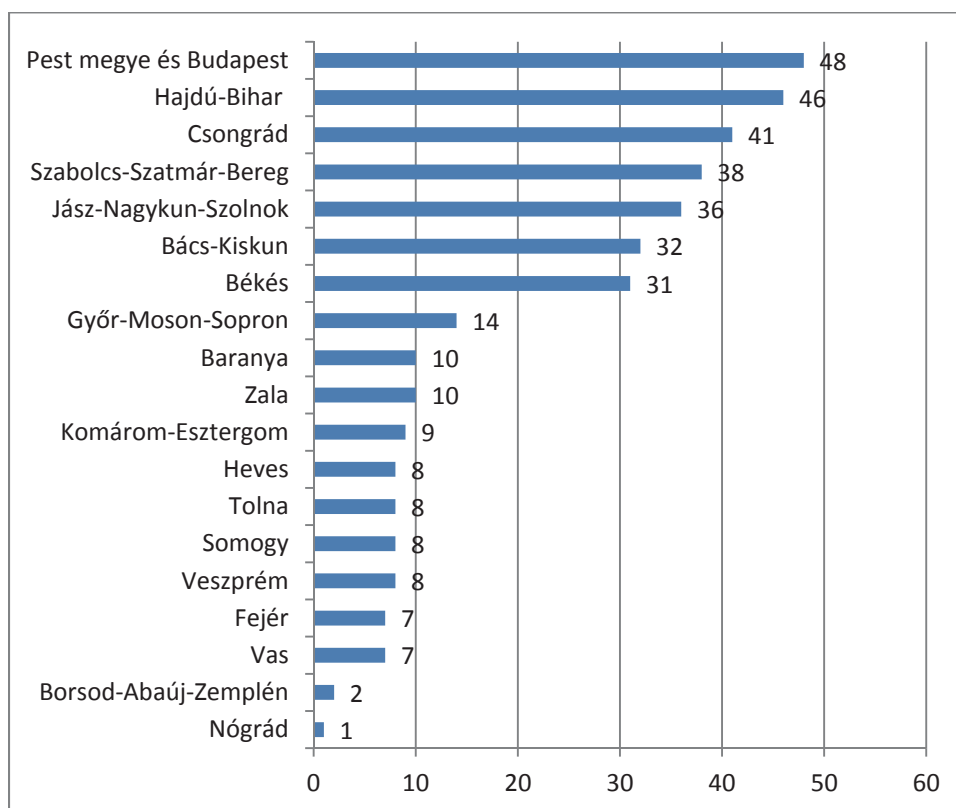
Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

Megvizsgáltuk, hogy mely társadalmi csoportok jelenléte meghatározó a szálláshelyeken. A vendégek 48%-át a családok, további 16%-át pedig a gyermek nélkül utazó párok teszik ki. A válaszok alapján magányosan nagyon kevesen (1%) vesznek igénybe ilyen jellegű szolgáltatásokat, az üzleti célú utazásoknak tehát nem ezek a szálláshelyek a célpontjai. A baráti társaságok 28%-ot képviselnek a forgalomban, és relatíve alacsony a

különböző csoportok (iskolások, nyugdíjasok, csapatépítő tréningek résztvevői) részaránya (7%), amiben meghatározó szerepet játszik, hogy a vendégházak többsége kapacitáskorlátok miatt nem is képes nagyobb létszámú csoportok fogadására.

A Mátra Pont működtetése szempontjából is kiemelten fontos, hogy melyik küldő régiókból érkeznek a falusi szálláshelyek vendégei, hiszen ezekre az információkra építkezve lehet megfogalmazni a térség marketingstratégiáját. A vendégek származási helyét a belföldi és külföldi területek esetében is megvizsgáltuk, természetesen a belföldi vendégek száma sokkal nagyobb volumenű, amit a válaszadási gyakoriság is jól szemléltet. Belföldön a Közép-magyarországi régió mögött az alföldi megyék rendelkeznek magas említésszámmal. A várakozásokkal ellentétben a dél-alföldi megyék a földrajzi távolság ellenére sem maradnak el jelentősen az észak-alföldiek mögött (40. ábra).

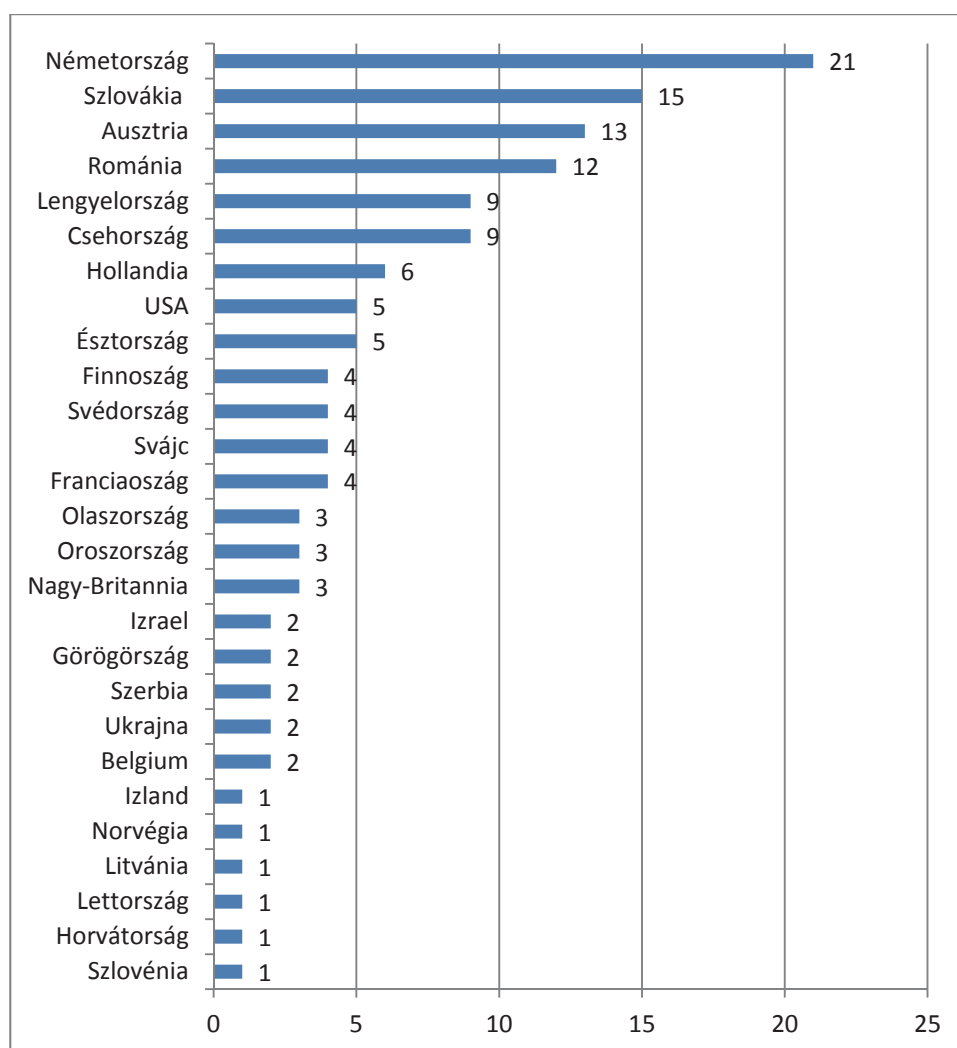
40. ábra: A belföldi vendégek küldő megyéinek megoszlása (említések száma alapján)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

A dunántúli megyéknél is kisebb a hasonló adottságokkal rendelkező két szomszédos megye említési gyakorisága, ami a jórészt megegyező kínálat miatt nem meglepő. Külföldi vendégek a szállások közel kétharmadán jártak már, a legjelentősebb számban Németországból, Szlovákiából, Ausztriából és Romániából érkeztek vendégek (41. ábra).

41. ábra: A külföldi vendégek küldő országainak megoszlása (említések száma alapján)

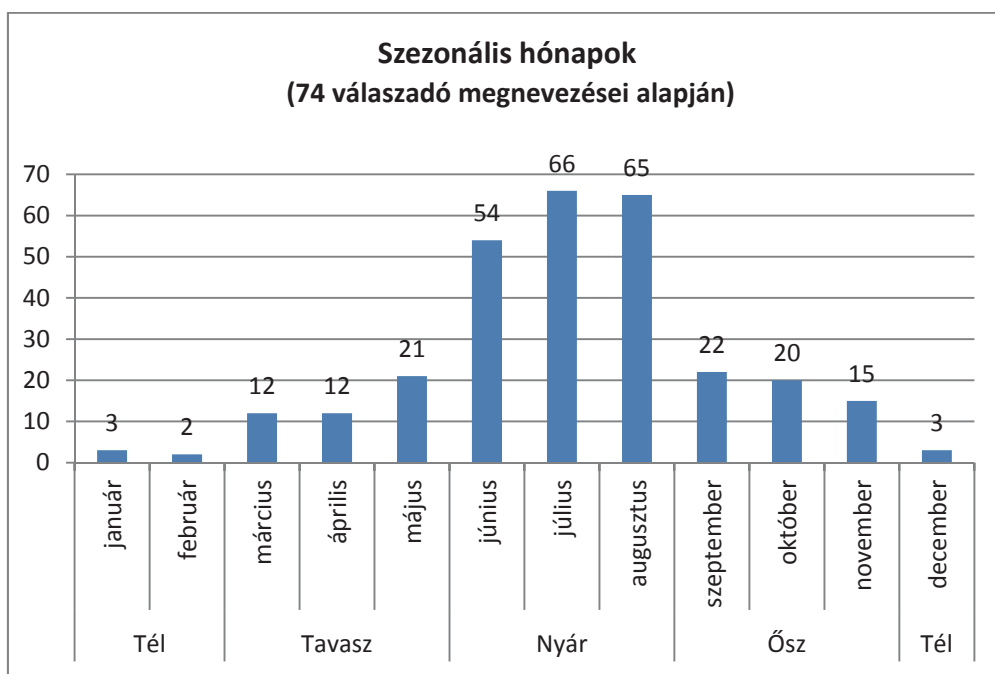


Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

A forgalom alakulását a falusi vendégházak esetében is alapvetően befolyásolja a szezonális. Így van ez még akkor is, hogyha az attrakciók felkeresése nem feltétlenül szezonfüggő, hiszen a szabadságolás miatt a

látogatók a nyári hónapokat preferálják. A forgalom szezonális ingadozását a 96-ból 74 válaszadó nevezte számottevőnek. A falusi szálláshelyeken egyértelmű a nyári hónapok kiemelkedő jelentősége, s a jellemzően hidegebb időjárással szoros összefüggésben meredeken csökken a vendégek száma a kora tavaszi és a késő őszi időszakban. Annak ellenére, hogy téli sportolásra is alkalmas területen helyezkednek el a vendégházak, a téli időszakot nagyon kevesen értékelték pozitívan, s a téli szünet időszaka sem befolyásolta érdemben a decemberi értékeket (42. ábra).

42. ábra: A szezonális kihasználtság alakulása havonként (említésszám, db)



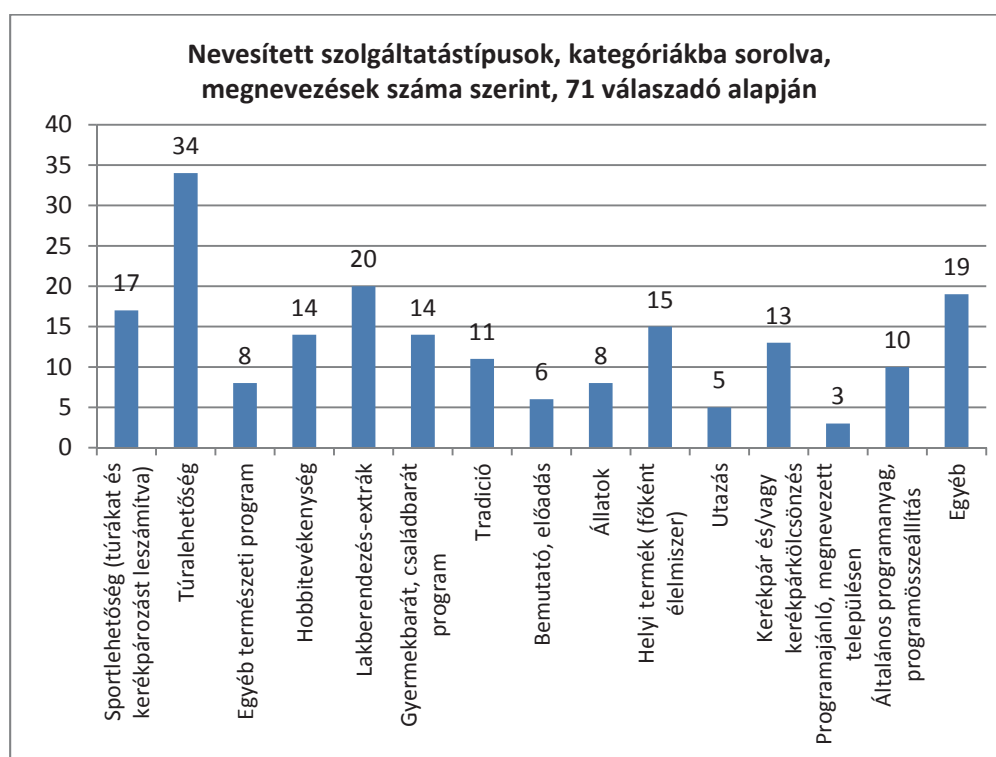
Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

Rákérdeztünk arra is, hogy a szigorúan vett szálláshely-szolgáltatás mellett milyen további szolgáltatásokat nyújtanak a térség vendégházaiban. A válaszok szerint az esetek 22%-ában csak szoba kiadására kerül sor, 46%-ban apartmant adnak ki további szolgáltatások nélkül. Reggeli az esetek 5%-ában, teljes ellátás pedig 6%-ban jár együtt az apartmanszolgáltatással. A válaszadók 21%-a egyéb, nem egyértelműen besorolható kategóriát nevezett meg.

A vendégek számának növelése, valamint az általuk eltöltött vendégéjszakák száma szempontjából fontos tényező, hogy a szállásadók milyen további szolgáltatásokkal, attrakciókkal tudják érdekesebbé tenni a turisták számára a náluk eltöltött időt. A válaszadók mintegy háromnegyede

nevezett meg valamilyen programlehetőséget, amelyen belül a szabadidős tevékenységek jelentősége a legnagyobb (56%). Ezek között a legmagasabb arányt a túrázás képviseli, amely mellett számottevő még a kerékpározás és az egyéb sportolási lehetőség. Megemlítendő ugyanakkor, hogy a falusi turizmussal igazán szorosan összekapcsolható attrakcióelemek száma elmarad a várakozásoktól. Mindössze 15-en említették meg a helyi termékeket, 11-en a tradíciók felelevenítését és nyolcan a városi vendégek számára érdekes háziállatokat. Falusi vendégasztal szolgáltatásként mindössze hét esetben vehető igénybe (43. ábra).

43. ábra: Elérhető szolgáltatások a falusi szálláshelyeken

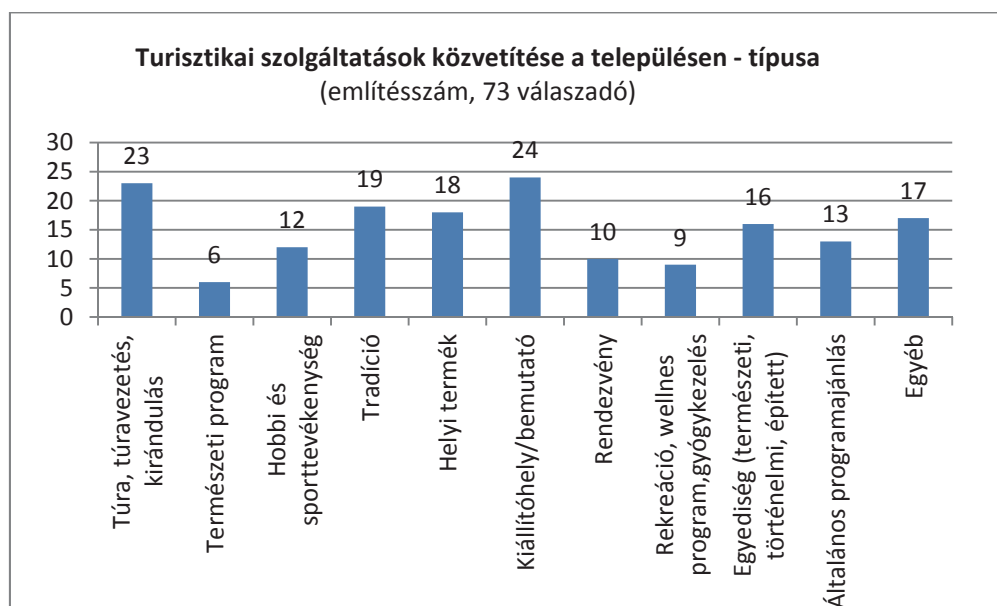


Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

Természetesen nem várható el, hogy mindenki a helyszínen történő szolgáltatások maximalizálására törekedjen, hiszen az erőforrások hasznosítása szempontjából is indokolatlan lenne, továbbá a színvonal csökkenésével járna, hogyha túl sok területen szeretne helytállni a vendéglátó. Ezért fontos tevékenység a közelben elhelyezkedő attrakciók beemelése a programba, lehetőség szerint a szolgáltatók kölcsönös megelégedését biztosító együttműködés keretében. A vendéglátók 77%-a ezért már be is kapcsolódott a turisztikai szolgáltatások közvetítésébe

települési szinten. A térségi alapon történő szerveződést tekintve ennél alacsonyabb az arány (52%), ugyanakkor ez feltétlenül indokolt lehet, hiszen előfordul, hogy egyes szolgáltatások a megkérdezett településén egyáltalán nem érhetőek el. Települési szinten inkább a helyi jelentőségű attrakciók kiközvetítése zajlik, mint pl. a tájházak meglátogatása, rövidebb kirándulások szervezése, a helyi tradíció felelevenítése, helyi termékek megköstölése vagy a falu rendezvényein való részvétel (44. ábra). A több települést átfogó szolgáltatásközvetítés körében a Mátra jelentősebb turisztikai központjai mellett a térségen kívül eső attrakciók is megjelennek, úgymint a demjéni, az egarszalóki, valamint a bükkszéki gyógyfürdők, valamint Hollókő.

44. ábra: Közvetített turisztikai szolgáltatások típusa a településen

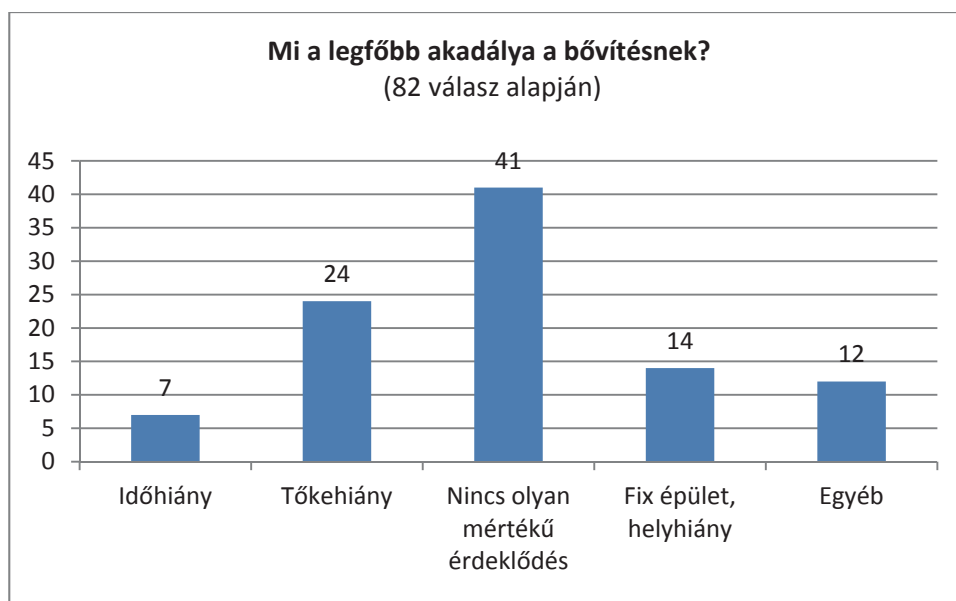


Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

Mindössze 13 válaszadó nyilatkozott úgy, hogy a közeljövőben lehetőséget lát a jelenleg nyújtott szálláshely-szolgáltatás bővítésére. A 82 nemmel válaszoló a legfőbb akadályként azt fogalmazta meg, hogy nincs olyan érdeklődés a szolgáltatásai iránt, hogy bővítésben gondolkodjon. Jelenleg alacsony a kihasználtság mértéke, vagyis a fejlődés első lépése inkább a marketingtevékenység lehet új vendégek megnyerésével és a szezon bővítésével. A második helyen a válaszadók a tőkehiányt jelölték meg. Az érintettek minden bizonnyal látnának perspektívát az ágazatban, s úgy ítélik meg, hogy a kapacitásbővítés a hatékonyságot is növelhetné, azonban nem rendelkeznek megfelelő pénzügyi erőforrásokkal. A sorban ezt követte, hogy a „fix” épület nem ad lehetőséget a bővítésre, azok körében pedig, akik

másodállásként üzemeltetik a vendégházat, a ráfordítható idő is meghatározó korlátot jelent (45. ábra).

45. ábra: Szállások férőhelybővítésének akadályai (említésszám alapján)



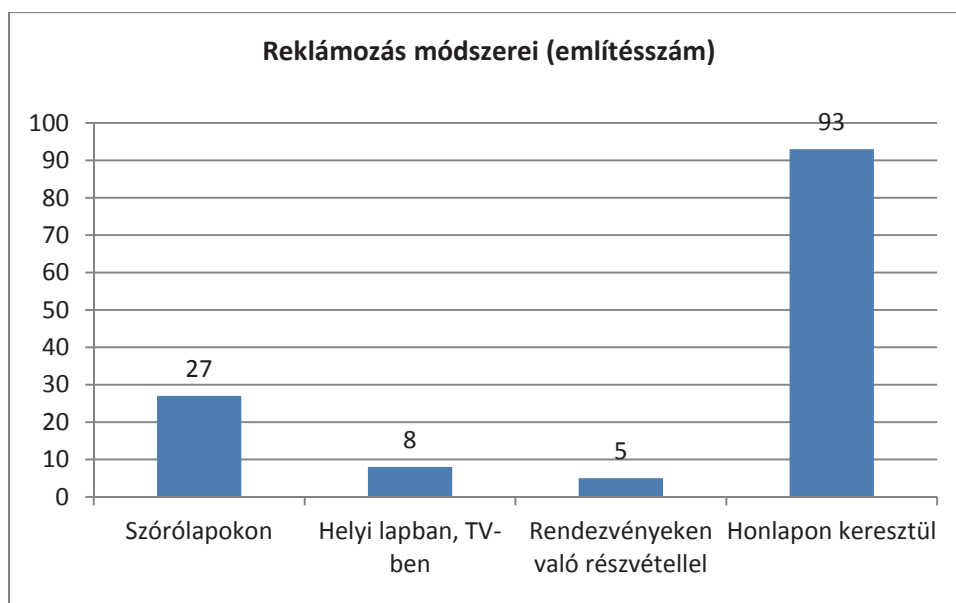
Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

A 94 válaszadó közül 26-an tervezik új szolgáltatások bevezetését a jövőben, azonban ezek nagyjából (17 esetben) a szálláshely-szolgáltatás színvonalának növelésével járó infrastrukturális beruházást, vagy eszközbeszerzést jelentenek, csak 12-en gondolkodnak abban, hogy új programelemmel bővítsék a kínálatot.

A reklámtevékenység részben a modern kor követelményeinek megfelelően, részben a relatív olcsóságának köszönhetően a honlapokra alapoz. Ebben természetesen az is szerepet játszik, hogy például a szórólapokon való reklámozás csak szűkebb célcsoporthoz eljuttatható, miközben a vendégek többsége távolabbról érkezik a településre. A visszatérő vendégek körében ugyanakkor ez lehet a meghatározó tényező, akik, ha meg voltak elégedve a szolgáltatás minőségével, akkor ismerőseiknek is továbbadhatják az információt. A helyi médiában való reklámozás azok esetében lehet sikeres, akik rokonaikhoz, barátaikhoz érkeznek látogatóba, ám náluk nincs lehetőségük megszállni, így a helyi lakosok tulajdonképpen közvetítő szerepet tölthetnek be. A helyi rendezvényeken is csak azok elérésére van lehetőség, akik legalább addig eljutottak már, hogy meglátogassák a települést. A falusi turizmus vendégei ugyanakkor sokszor távolról érkeznek, és már csak az alacsonyabb létszám

miatt sem mutatnak területi koncentrációt, az ő elérésükre egyértelműen az internetes hirdetések és a saját honlap létrehozása lehet alkalmas (46. ábra).

46. ábra: A falusi szálláshely-szolgáltatás reklámozási módszerei



Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

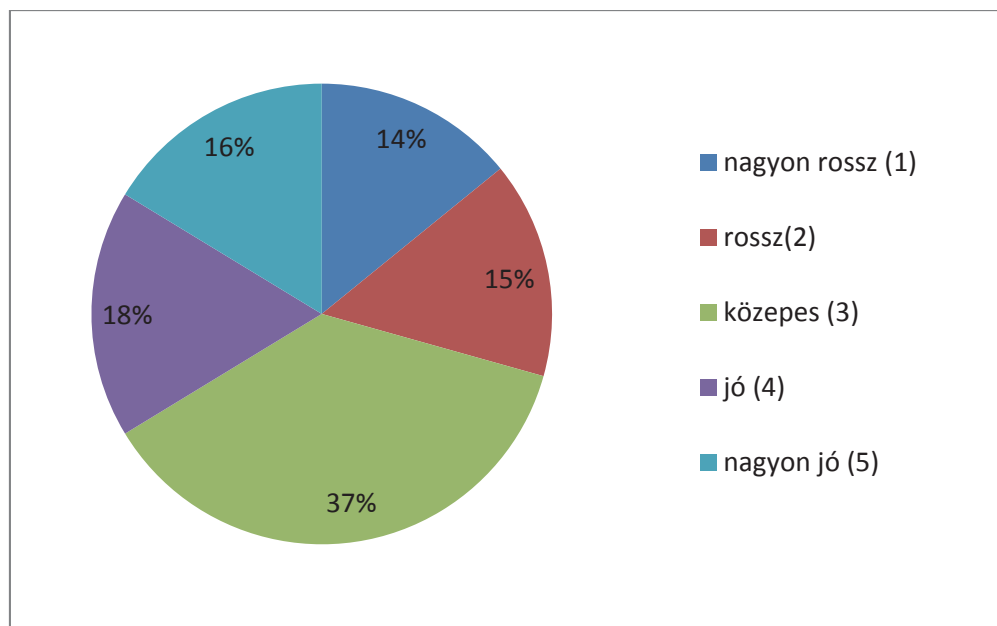
A falusi vendéglátók 74%-a gondolja úgy, hogy a környezetében jelen vannak turisztikailag hasznosítatlan erőforrások, amelyek bevonásával tovább bővíthetne a falusi turizmus kínálata. Ezek között első helyen a műemléki jelleggel bíró épületek felújítása és használatba vétele áll (38 említés), a másodikokon a természeti értékek vonzerővé fejlesztése (28 említés), a harmadik pozícióban a tradicionális és történelmi értékek hasznosítása szerepel (20 említés), a negyedik pedig a teljesen új szolgáltatások, szabadidős programok létrehozása, amelyben a többivel ellentétben kevésbé érvényesül a „hely szelleme.”

A válaszadók többsége (68%) nem tart számon konkurenciát a körzetében, a vendégek csalogatása során a különböző szolgáltatók nem kerülnek direkt konfliktusba. Azok között, akik megfogalmazták a közvetlen vetélytársak jelenlétét, nagyjából a többi falusi szállásadót jelölték meg (14 említés), és csak kisebb számban említették az ágazat nagyobb szereplőit, a hoteleket vagy panziókat (9 esetben).

A falusi turizmus eredményességének növelésére az egyik legkönnyebben kivitelezhető eszköz az együttműködések erősítése lehet, legalábbis abból a szempontból, hogy nem igényli jelentősebb pénzügyi források investálását, a résztvevők figyelmét ellenben annál inkább. A válaszadók összességben

közepesre értékelték az együttműködések színvonalát, így mindenképp látunk potenciált azok kibővítésére és elmélyítésére (47. ábra).

47. ábra: Az együttműködések értékelése a falusi turizmus szolgáltatói között

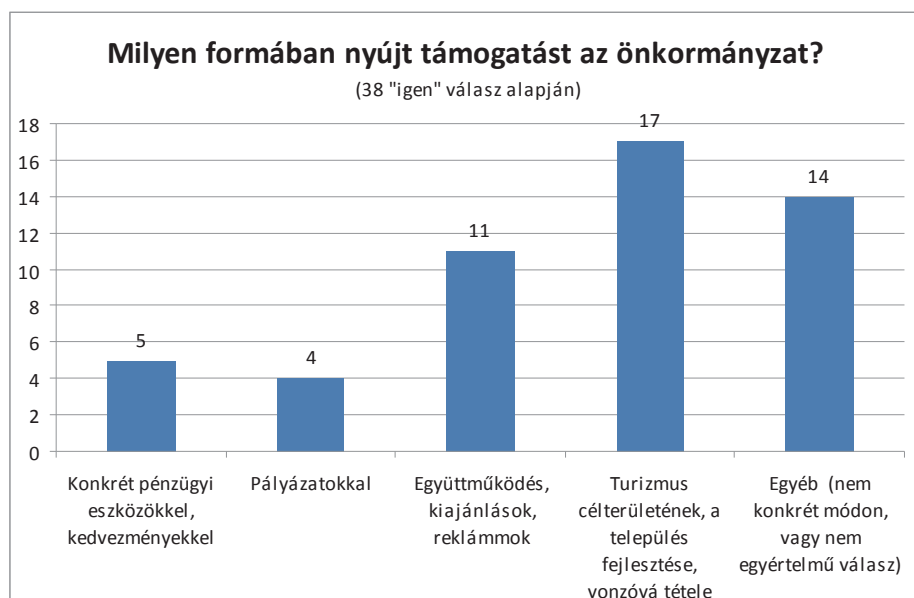


Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

A szektoron kívüli együttműködő partnerek között meghatározó lehet az önkormányzatokkal való kapcsolattartás alakulása, amelyeknek számos érdeke fűződik a falusi turizmus megerősödéséhez. A válaszadók 60%-a említette, hogy a helyi önkormányzat már valamilyen formában segítséget nyújtott neki. A segítségnyújtást a legtöbben a turisták számára is vonzó településkép kialakítása kapcsán fogalmazták meg. Ezt követte második helyen a potenciális partnerek egymásra találásának segítése, az együttműködések generálása. A közvetlen pénzügyi támogatást, illetve a pályázatokon való részvétel segítségét már sokkal kevesebben említették meg, ami nem is feltétlenül várható el az önkormányzatoktól. A turisztikai fejlesztések szempontjából előnyös keretfeltételek biztosítása annál inkább az önkormányzatok feladata lehet (48. ábra).

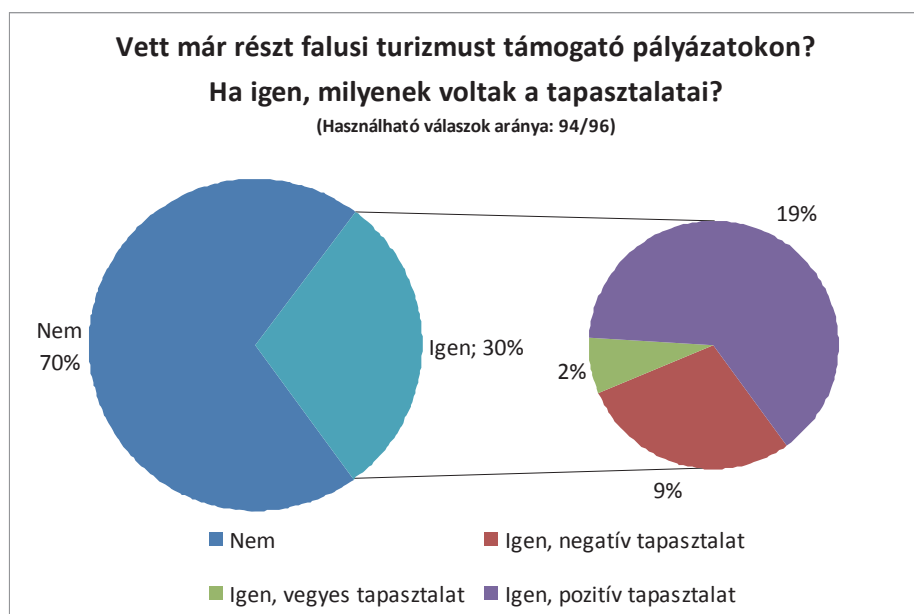
A válaszadók 70%-a egyelőre nem vett részt a falusi turizmust támogató pályázatokon. A pályázati támogatással fejlesztéseket megvalósítók többségének (az igennel válaszolók mintegy kétharmadának) pozitívak voltak a tapasztalatai a projektek végrehajtásával kapcsolatban, és a jövőben is tervezik, hogy EU-s pályázatokon vesznek majd részt. Egyharmaduk ellenben kifejezetten negatív tapasztalatokról számolt be, aminek oka leginkább a bürokrácia és a késedelmes kifizetések lehetett (49. ábra).

48. ábra: Az önkormányzatok támogatásának formái a falusi szálláshely-szolgáltatók részére



Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

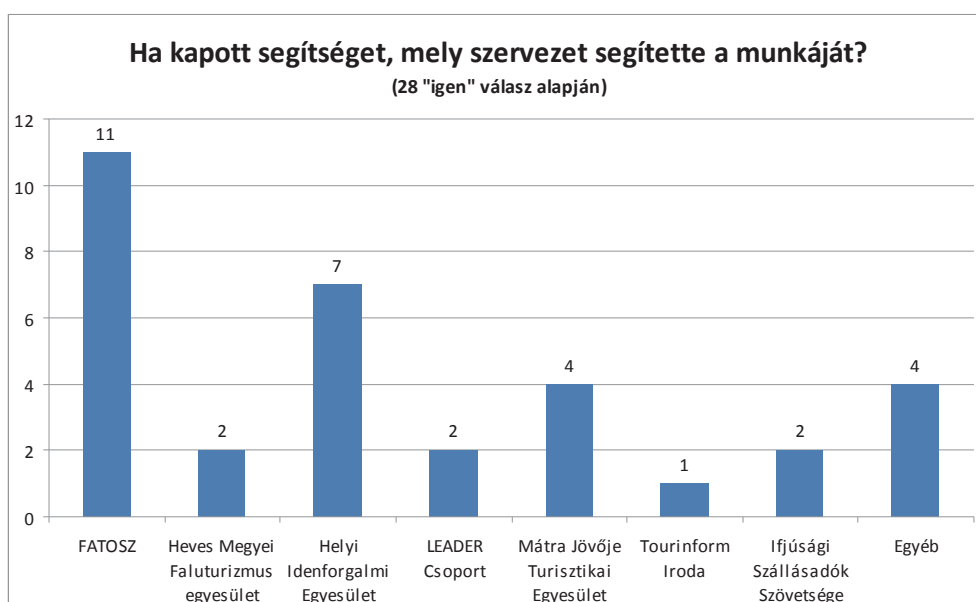
49. ábra: Falusi turizmust támogató pályázatokon való részvétel (%)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

A falusi turizmus szereplőit több térségi menedzsment, illetve szakmai ernyőszervezet is segítheti a vidékfejlesztés, turizmusfejlesztés témakörében – erre korábban 28 esetben került sor a 95 válaszadó visszajelzései alapján. A legtöbben a FATOSZ-tól kaptak segítséget, emellett a nagyobb területi hatókörrel működő turisztikai szakmai szervezetek közül megemlézték a Heves Megyei Faluturizmus Egyesületet és az Ifjúsági Szállásadók Szövetségét. A térségen belül a helyi és térségi idegenforgalmi egyesületek (TDM) szerepe a meghatározó, amit a LEADER Helyi Akciócsoportok követnek (50. ábra). Az említések száma összességében meglehetősen alacsony volt.

50. ábra: Segítséget nyújtó menedzsment és ernyőszervezetek említési gyakorisága



Forrás: Kérdőíves vizsgálat adatai alapján saját szerkesztés, 2013.

1.4.3 Jövőkép

A falusi szállásadás országos összehasonlításban kimagasló jelentőséggel bír az Észak-magyarországi régióban és azon belül a Mátra térségében is. A térség két megyét érint, amelyek közül Heves megye mutatói sokkal kedvezőbben alakulnak, mint Nógrád megye esetében. A falusi szálláshelyek száma kiemelkedően magas néhány olyan településen, amelyek valamilyen magyarországi szinten is jelentős attrakcióval rendelkeznek (pl. Mátraszentimre – sípályák, Mátraderecske - mofetta), illetve több évtizedes

múltra tekint vissza a turisztikai szolgáltatás. A Mátraalja szolgáltatói sok esetben kisebbek és egyben alacsonyabb is a szálláshelyek kihasználtsága.

A kapacitások kihasználtságán mindenképp emelni kellene, még akkor is, hogyha sokan csak kiegészítő tevékenységként üzemeltetik a vendégházakat. Ehhez a vendégek és az átlagosan eltöltött vendégéjszakák számát egyaránt növelni kellene a szolgáltatások bővítésével, amelyek jól megválasztva egyben a szezonális csökkenéséhez is hozzájárulhatnak. A szolgáltatások bővítése a szolgáltatás minőségét növelő beruházásokon túl a településen autentikus programok, termékek bevonásával történhet elsősorban. A speciális vonzerők kiépítése általában jelentősebb erőforrásokat igényel, és kevésbé illeszkedik a falusi turizmus sajátosságaihoz. A bővítés a legtöbb esetben az alacsony kihasználtság okán nem indokolt, első körben az értékesítést kellene hatékonyabbá tenni. A trendek alakulását figyelembe véve a falusi turizmus szereplőinek köre jelentősen bővíülhet, aminek az infrastrukturális feltételei már jelenleg is adóttak.

A marketingtevékenységgel elsősorban a fővárosi és alföldi lakosságot kell elérni és meggyőzni, mert az ő számukra jelent leginkább a megszokottól eltérő élményt (előbbieknél a lakókörnyezet, utóbbiaknál a táji sajátosságok terén) a mátrai vendégházak felkeresése. A külföldiek látogatása szinte esetlegesnek mondható, speciális esetekben (pl. vadászat) ugyan jelentős lehet, azonban elsősorban a személyes kapcsolatokon alapulhat a vendégek térségbe csábítása.

Az ágazat szereplői maguk is jelentős potenciált látnak a helyi erőforrások fokozottabb bevonásában és hasznosításában. A fejlesztések megvalósítása ugyanakkor a szektor fokozottabb szervezettségét, az együttműködések elmélyülését követeli meg a turisztikai szolgáltatók között, valamint az önkormányzatokkal, a térségfejlesztési és turisztikai szervezetekkel ápolt kapcsolataikban.

1.5 A mátrai tallér bevezetésének lehetőségei a Gyöngyösi kistérségben

1.5.1 A helyi gazdaságfejlesztés fogalomköre

A helyi gazdaságfejlesztésre számos definíciót ismer a szakirodalom, több megközelítésben vizsgálható. Esetenként a helyi kezdeményezés fogalommal is találkozhatunk. A fejezetnek azonban nem célja ezeknek a fogalmi vitának az ismertetése, és a nézőpontok helyességének eldöntése sem. A helyi gazdaságfejlődés kifejezést a helyi fejlődési és változási folyamat leírására használják, ahol a fejlődést generáló tényezők nem kizárólag helyi szintről generálódnak, és nem kizárólag belső erőforrásokra alapozódnak. Számunkra a Mezei (2006) által megfogalmazott fogalom a leginkább hasznosítható, miszerint: „A helyi gazdaságfejlesztés olyan, a helyi gazdaság életébe történő külső és/vagy belső erőforrásokat hasznosító, tudatos beavatkozás, melynek kezdeményezője lehet külső szereplő is (pl.: kormányzat, EU), de a folyamat kulcsa mégis a helyi szereplők részvétele, akik kezdeményezőként vagy külső fejlesztések elfogadóiként, támogatóiként és alakítóiként lépnek fel” (Mezei C. 2006 93.p.).

A vidéki térségek belső erőforrásainak fokozott, ugyanakkor fenntartható hasznosítása a helyi gazdaságfejlesztés kiemelt feladata. Az erőforrások jelentős része jelenleg egyértelműen alulhasznosítottnak tekinthető. Ennek elsődleges oka volt a piaci igények megváltozása, amely háttérbe szorította, esetenként teljes mértékben kiszorította a hagyományos hasznosítási formákat. A fogyasztók részéről összességében szórványos igény jelentkezik ezek iránt a termékek iránt, ugyanakkor egyre magasabb azoknak a tudatos vásárlóknak a száma, akik a helyi, minőségi, vagy kifejezetten egyedi termékeket keresik a piacon, illetve törzsvásárlóikká válnak (Czene Zs.-Riczy J. 2010).

A vidéki turizmus azonban nem ígér gyors sikert és megtérülést, miközben széleskörű együttműködést igényel, mivel a hasznosított erőforrások, valamint az azokat hasznosító turisztikai szereplők mérete viszonylag kicsi és szétszórtnak helyezkednek el. Sok esetben csak együttesen képesek olyan turisztikai attrakcióval szolgálni, amely a terület felkeresésének elsődleges indítékául szolgálhat a látogatóknak. Az elmélyülő együttműködési kezdeményezések sokszor úgy összekovácsolják a vidéki lakosságot, hogy élményszerűvé válik az odalátogató részére a falu élete (Fehér-Kóródi 2008).

Az együttműködés mellett szól az is, hogy a turisztikai termékek előállításához felhasználandó erőforrások kiválasztásába a fogyasztónak közvetlen „beleszólása” van, hiszen saját maga válogathatja össze, hogy milyen szolgáltatásokat vesz igénybe, amiben persze a helyismerettel rendelkezők „segítségére szorul”. A turisztikai termék kialakításában a magánjavak mellett jelentős szerep jut a közjavaknak és a szabad javaknak is,

amelyek hasznosításához a kezelő intézmények hozzájárulása szükséges. A vonzerők önmagukban szinte kivétel nélkül ismertek, azonban a hasznosítás keretei gyakran nem megfelelőek, illetve nem állnak össze többnapos programokká. A turisztikai termékek fogyaszthatóságát alapvetően befolyásolja a fogadóterület turizmusának szervezeti rendszere, ami kisebb területegységekre is érvényes (Dávid L. et al. 2007).

A térség idegenforgalmi szerepe kiemelkedő regionális és országos szinten is, ami elsősorban a Mátra-hegység természeti, valamint a települések kulturális értékeinek gazdagságából adódik. A beruházás helyszíne a Mátra-Bükk kiemelt üdülőkörzet pereme, amely a turizmus fejlesztése szempontjából igen komplex, többféle adottsággal bír. A következőkben olyan potenciális, turisztikai szempontból is lényeges adottságokat, attrakciókat ismertetünk, amelyek a helyi gazdaságfejlesztésben és a helyi pénz működésében jelentős szerepet kaphatnak.

1.5.2 Közösségi pénz, helyi pénz, szívességbank, szabadpénz

Gyakran halott és használt kifejezések, de nagyon fontos tisztázni, hogy ezek nem azonos fogalmakat takarnak. A helyi pénz olyan alternatív fizetőeszközt jelent, amelynek használata területileg behatárolt (egy településen vagy egy tágabb régióban használatos). Általában nyomtatott pénzjegyek formájában jelenik meg, de létezik csak elektronikusan működő helyi pénz is. Abban különbözik a hivatalos fizetőeszköztől, hogy ezt nem kötelező elfogadni, önkéntes alapon csatlakoznak hozzá a lakosok és az elfogadóhelyek. A kibocsátó lehet önkormányzat, vállalkozások egy csoportja, vagy civilek, civil szervezetek.

Nagyon fontos megkülönböztetni a helyi pénzt a szívességbanktól, ugyanis az utóbbi egy sokkal kisebb, átlagosan 100 főt magában foglaló cserekör, amelynek tagjai rendszeres gyűlések során találkoznak egymással, nagyobb a személyesség, az emberi kapcsolatok fontossága. A szívességbankban egy központi rendszerben, vagy egyénileg tartják nyilván a tagok egyenlegét (pl: „fabatka” formájában) tartozás és követelés kategóriában, ahol az a nullához közelít.

Semmiképpen nem összetévesztendő az Ithaca Órával, ami egy bankjegy formájában kibocsátott helyi pénz. 1 Ithaca Óra 10 dollárnak feleltethető meg, ami egy órányi munkabért jelent. Ettől az órabértől persze el lehet térni, ha nagyon speciális szolgáltatásról van szó. Kezdetben csak 1 és 1/2 Óra címletek léteztek, mára megjelentek az 1/4, 1/8 és 1/10 névértékűek is.

Szabadpénz alatt a Silvio Gesell német-argentín alternatív közigazdász által az 1800-as évek végén megálmodott pénzrendszert értjük, amely minden esetben negatív kamattal rendelkezik a nagyobb forgási sebesség biztosítása

miatt. A szabad pénz lehet helyileg behatárolt, tehát helyi pénz egy városon belül, de elérheti akár az országos szintet is (Jancsó E. 2013).

1.5.3 Mátra-Bükk kiemelt üdülőkörzet

A Mátra, mint az Északi-középhegység része, származása szerint Európa legnagyobb fiatal vulkáni övezetéhez tartozik. A Tarna és a Zagyva völgyétől körbefogva terül el, és bár nem a legnagyobb kiterjedésű hegységünk, itt emelkedik hazánk két legmagasabb csúcsa az 1014 méteres Kékes és a 965 méter magas Galya-tető. A hegység éghajlata, különleges földrajzi helyzete és domborzati viszonyai miatt meglehetősen eltér az országos adatoktól. A viszonylag nagy relatív szintkülönbségek (400-900 méter) miatt az éghajlat mérsékelt égövi-hegyvidéki jellegű. A kedvező klimatikus viszonyok a hegységben jelentős gyógyászati-gyógyüdülési lehetőségeket kínálnak. Az erdőségek és a természetközeli állapotban megőrzött területek számos szabadidős tevékenységhez nyújtanak jó lehetőséget a hegység területén és előterében (bakancsos turizmus, síelés, kerékpározás, sportrepülés, vadászat, gokart stb.) (Nagyné Demeter D.-Koncz G. 2013).

A Mátrai borvidék az ország 22 borvidéke közül területi kiterjedése alapján a második legnagyobb, a hegyvidékiek között pedig a legnagyobb a mintegy 7 000 hektáryi nyilvántartott szőlőültetvényével. A Mátra-hegység déli lejtőin, a Tarna és a Zagyva folyók által határolt területen terül el, mintegy 15-20 km széles sávban. A Mátrai borvidék 24 településének mikroklimája a fehér, zamatanyagokban gazdag korai és közép-korai érésű szőlőfajták termesztésére a legalkalmasabb, amelyeket az ország legjobbjai között tartanak számon. A Mátra térsége kiemelt szerepet tölt be Magyarország gyógyturizmusában is. Az ország legmagasabban elhelyezkedő klimatikus gyógyhelyei (Kékestető, Mátraháza) mellett található itt gyógyfürdők (Bükkszik, Parád) is. A mátradereskei gyógygáz (szén-dioxid) pedig a magyar balneológia új, egyedülálló gyöngyszeme.

A természeti táj megőrzésére létesült 1985-ben a Mátrai Tájvédelmi Körzet mintegy 12.000 hektáron. A Bükki Nemzeti Parkhoz tartozó Mátrai Tájvédelmi Körzet közigazgatási határai Heves megyében Kismána, Domoszló, Markaz, Gyöngyös, Gyöngyössolymos, Parádsasvár, Recsk, Mátraszentimre (11 647 ha), Nógrád megyében Hasznos, Nagybátöny (494 ha). A tájvédelmi körzethez tartozik két országos jelentőségű természetvédelmi terület, a gyöngyösi Sár-hegy és a siroki Nyírjes-tó. A helyi jelentőségű természetvédelmi területek az adott önkormányzatokhoz tartoznak, mint például a verpeléti Vár-hegy.

Az utóbbi években egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek a különböző extrém sportok, és a kalandvágyó turisták igényeit kielégítő szabadidős tevékenységek, amelyeknek központja a 2006-ban megnyitott, ám

azóta is folyamatosan bővülő Oxygen Adrenalin Park az egykori sástói kőbánya területén.

Egyedi turisztikai termékek

- Témaparkok, szórakoztatóparkok (Mátrafüredi Vadaspark, Sástói Kalandpark)
- Múzeumok, kiállítóhelyek (Mátra Múzeum, Mátrai Kőzetek és Ásványok Gyűjteménye, több palóc múzeum és tájház, kapásházak, bányász emlékházak, Ásványvíz Gyűjtemény)
- Tematikus utak, tanösvények, túraútvonalak, klaszter (Mátraaljai Borút 1998 óta, Palóc Út 2005 óta, Szénégetők Útja 2006 óta, Országos Kék Túra útvonala, öt kiépített környezetismereti tanösvény, Naphimnusz Park: vallási kultúrpark, Egészségturizmus Klaszter)
- A mátrai tájhoz kapcsolódó rendezvények: Gyöngy Nemzetközi Néptánc Fesztivál, Ásványgyűjtők Mátrai Találkozója, szüreti mulatságok, kulturális fesztiválok, gasztronómiai rendezvények (palóc, szlovák), Vidróczki Betyárnapok.
- Szervezett események: Kékes Csúcsfutás, Mátrai Veteránautó Találkozó, Ásványgyűjtők Mátrai Találkozója.

Kékestető, az ország legmagasabb pontja (1014 m): a „mátrai turisztikai kaleidoszkóp” szerves része.

1.5.4 A helyi pénz hasznosulási területei

A vizsgálataink egyértelműen rámutattak arra, hogy a mátrai tallér elsősorban a turisztikai szolgáltatások esetében tehet szert jelentős szerepre. A helyi lakosok körében az átlagosan 5%-os kedvezményt biztosító helyi pénz használata valószínűleg lassabban és nehezebben indulna be, mint a turisták körében, akik egyféle „helyi unikumként” kezelnék a fizetőeszközt. Számukra egyféle mátrai egyediséget is tükrözne ez a fizetőeszköz. A térség természetföldrajzi adottságai és az utóbbi években kialakított egyedi szolgáltatások megfelelő körű felhasználhatóságot biztosítanak.

1.5.5 A helyi pénzek típusai

A helyi fizetőeszközök már a 19. század elejétől megjelentek Európában. Elsősorban azonban a nagy gazdasági világválság idején bontakozott ki a helyi pénzek (pl: Wära, wörgli-i valuta) olyan mértékű forgalma, amely jelentős lokális gazdaságfejlesztést generált. Segítségével a gazdasági válságot ugyan nem sikerült felszámolni vagy megállítani, de helyi szinten

kimagasló eredményeket lehetett elérni. Ennek a sikertörténetnek köszönhetően a helyi fizetőeszközök napjainkig közkedveltek maradtak. Az elmúlt szűk másfél évtizedben számuk folyamatosan növekedett, mára már becslések alapján ötezer pénzhelyettesítő eszköz van forgalomban szerte a világon (Martignoni J. 2012). Európában és az Egyesült Államokban éppúgy megjelenik ez a helyi gazdaságélénkítést szolgáló eszköz, mint Latin-Amerikában, Kanadában vagy épp Kínában. Európában a legközismertebbek talán a Németországban és Ausztriában bevezetett fizetőeszközök, hiszen 1930-ban itt hívták életre az első helyi pénzeket.

Mára azonban Nagy-Britannia és Franciaország, valamint a Benelux-államok is számos helyi fizetőeszközzel dicsekedhetnek. Mégis, ezek legmarkánsabban talán a német nyelvterületen fejezik ki a helyi összetartozást, hiszen igyekeznek valamilyen térséget szimbolizáló kifejezést választani a pénzek elnevezésénél (pl: Berliner Regional, Chiemgauer, Nahgold, Gössingtaller, Styrrion, Tiroler Stunde). (Tóth B. 2014)

A helyi pénzeket többféleképpen lehet csoportosítani. Itt most csak azt a tipizálást mutatjuk be, amelybe az általunk vizsgálni kívánt mátrai tallér besorolható. Alapvetően hatókörét tekintve regionális és szektoriális helyi pénzeket különböztet meg a szakirodalom (Kennedy, 2005). Előbbit térségfejlesztésre, míg utóbbit kifejezetten egy gazdasági ág dinamizálására, segítésére hozták létre. A regionális pénzhelyettesítők a térségi gazdasági folyamatokat segítik, és földrajzi értelemben korlátozott a használatuk. A pénzhelyettesítő eszközöket meg lehet továbbá különböztetni aszerint is, hogy társadalmi és/vagy közösségi célúak-e (Lietaer, B.-Hallsmith, G., 2011). A társadalmi célú helyi pénzeket egy adott társadalmi csoport (pl. korosztály) segítésére, vagy negatív jelenség (pl. munkanélküliség) kezelésére, továbbá pozitív attitűd (pl. kulturális identitás) erősítésére hozták létre. A közösségi célú fizetőeszközök viszont a helyi közösségek segítését célozzák meg oly módon, hogy a helyi gazdaság szereplői (fogyasztók, kereskedők) közötti kapcsolat kialakítását, szorosabbá tételét teszik lehetővé.

Négy típusuk ismert a lezajló ügyletek alapján:

- ✓ cégek egymás közötti üzletkötései (business-to-business, B2B),
- ✓ a vállalkozások és a fogyasztók közötti ügyletek (business-to-consumer, B2C) -loyalty currency
- ✓ a fogyasztók egymás közötti cserekapcsolatai (consumer-to-consumer, C2C),
- ✓ a fogyasztók vállalkozások számára nyújtott ajánlatai (consumer-to-business (C2B).

Mielőtt tehát egy helyi pénz bevezetését tervezzük, nem árt átgondolni, hogy milyen célokat kívánunk a középpontba helyezni. A vizsgálati mintatérség szereplői számára mind a közösségi célú, mind a társadalmi célú

helyi fizetőeszköz sikeres lehet, bár utóbbi kormányzati szintű beavatkozást feltételez, ami az általunk vizsgált lokális gazdaságfejlesztés határain túlmutat. A közösségi célú pénzhelyettesítők által lebonyolítható ügyleteket tanulmányozva a mátrai tallér esetében a B2B, B2C típusú ügyletkezhez kötött helyi szintű közösségi pénzhelyettesítő definiálása a legcélravezetőbb.

1.5.6 A helyi pénz alkalmazásának előnyei

A helyi fizetőeszközök számos előnyére és hátrányára mutat rá a szakirodalom. A legáltalánosabb érvek a regionális fizetőeszközök mellett a következők (Helmecki I.-Kóczyán G. 2011 alapján):

- ✓ figyelembe veszi a helyi érdekeket, a helyi gazdaság érdekeit szolgálja
- ✓ nem kamatozik, ezért nem felhalmozható, ezáltal nem gátolja a gazdasági növekedést
- ✓ a térségben történő (kistérségi, regionális) kereskedelmet segíti elő, szemben a régiók közötti kereskedelemmel, amely könnyen korlátozhatja a helyi vállalkozások keresletét.

A helyi pénz a lokális gazdaságfejlesztés kiváló eszköze lehet, hiszen a másodlagos multiplikátor hatásokat (bázis- és erőforrásfüggő szektorok helyi szektorok rovására történő bővülése a jövedelemnövelésen keresztül) ki tudja küszöbölni. A cél eléréshez a pénzhelyettesítőnek elsősorban a helyi kisebb cégeket kell preferálnia (Tóth, B. 2014).

A helyi fizetőeszközök gazdasági előnyei sokrétűek, ezért többféle megközelítésben rendszerezik a gazdasági és nem gazdasági (közösségi) előnyeit. Ezek közül az általunk végzett vizsgálatok rendszeréhez leginkább a helyi gazdasági szereplők szempontjából releváns előnyök áttekintése célszerű:

- ❖ A helyi vállalkozások, termelők, kereskedők számára a költségmegtakarítás elsődleges. A regionális szintű árumozgatás terén a szállítási, koordinációs és tranzakciós költségek csökkenését eredményezheti a pénzhelyettesítő eszköz bevezetése. További előnyként a feldolgozó/kereskedő-termelő kapcsolati lánc kialakulását segítheti elő (Tóth, B. 2014).
- ❖ A magánszemélyek a közösségi összetartozás, regionális identitás kialakulásából profitálhatnak. A helyi erőforrások kihasználása, bővítése a térségi társadalmi (oktatási, kulturális) tőke növekedése egyaránt visszahat az itt élő fogyasztók jólétére és életminőségére. Lényeges eleme ennek a fejlődési folyamatnak, hogy idővel a helyi termékekhez és szolgáltatásokhoz zökkenőmentesen jutnak hozzá a helyi fogyasztók, ami jelenleg nem mindig megoldott.

❖ Megteremtődhet a termék-piac-vásárló lánc, amely a helyi gazdaságfejlesztés egyik kulcseleme (51. ábra). Az értékesítési lehetőségek a helyi termékek számára számos térségi kezdeményezéssel javíthatóak:

- helyi, illetve térségi termelői piacok
- közétkeztetés
- helyi termékpolicok kialakítása a boltokban
- turizmus – falusi vendégasztal
- gazdabolt, (szociális) termelői boltok
- háztól, gazdaságból történő közvetlen értékesítés:
 - internetes értékesítés - webáruházak
 - bevásárlókörök
 - dobozrendszerek
 - közösségek által támogatott gazdaságok
 - fogyasztási, illetve fogyasztói szövetkezetek
 - házhoz- és gyűjtőpontra szállítás
 - úton-útfélen értékesítés
 - szedd magad akciók

Szinte mindegyik forma esetén kiválóan használható a helyi fizetőeszköz, kölcsönösen előnyös hatásokat generálva.

A kiemelt előnyök mellett szólni kell a hátrányokról, veszélyekről is (Lietaer 2001; Kennedy-Lietaer 2004; Schröder 2006; Helmeczi-Kóczán 2011; Rösl 2006 alapján):

- A helyi pénzek nem a gazdaság erősítéséhez, hanem éppen ellenkezőleg, annak gyengítéséhez járulnak hozzá, mivel csökken vagy megszűnik a régiók közötti kereskedelem, elszigetelődés alakul ki.
- A helyi pénz bevezetése és forgalomban tartása a pénzügyi szolgáltatások oldaláról vizsgálva drága, ráadásul általában a kibocsátó banknak vagy szövetkezetnek van a legnagyobb nemzeti valutában mérhető bevétele.
- További probléma a helyi bankok, szervezetek szilárdságába vetett bizalom, ami akadályozhatja a kis közösségekből való továbbterjedést.
- A helyi lakosok magatartásváltozása kétséges lehet, ami hosszabb távon megghiúsítja az exportbázis csökkentését.
- A helyi fizetőeszköz sikere nagyban függ a marketingmunkától, amelynek fedezetét nehéz előteremteni. Bár a feladat nem túl bonyolult, hiszen a helyi lakosokat kell meggyőzni a helyi termékek vásárlásáról, mégis ez talán a leghektikusabb pontja lehet a pénzhelyettesítő eszköz bevezetésének és fenntartásának.

A szakirodalmi anyagok tanulsága szerint az előnyök és hátrányok nehezen arányosíthatóak.

51. ábra: Helyi kezdeményezés a termék-piac vásárló lánc kialakítására (Szabolcs-Szatmár-Bereg)



„Adj egy méter esélyt a helyi termékeknek!”



Forrás: Saját szerkesztés, 2014.

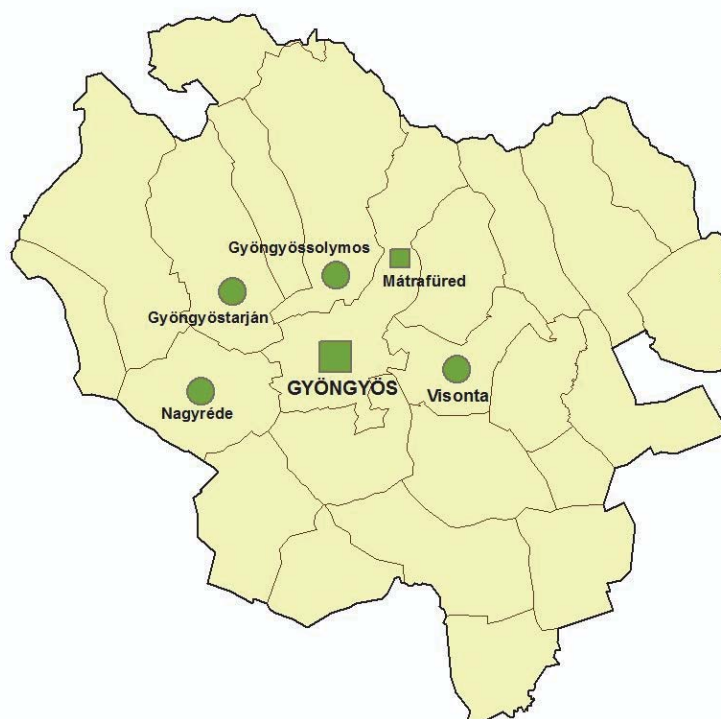
1.5.7 Helyi pénzek a helyi gazdaságfejlesztés szolgálatában

A „Mátra Pont” működési területén zajló terepmunka során beazonosításra kerültek a térség turizmusának szereplői, úgymint szálláshely-szolgáltatók, vendéglátók és a turisztikai célú rendezvények szervezői, a látványosságok „tulajdonlói”, valamint a helyi termékek előállítói, a helyi hagyományokat ápoló szervezetek. Emellett a turizmust, de elsősorban a helyi

gazdaságfejlesztést szolgáló helyi pénz bevezetésének lehetőségeit is fel kívántuk mérni a térségben. A vizsgálati mintaterületen a „Mátra Pontnak” a működése során nemcsak a turisztikai szolgáltatások nyújtását, értékesítését kell megvalósítania, hanem egyfajta térségi szervező-generáló erőként is működnie kell. A kutatás több területre is kiterjedt, a térségi beágyazódáson túl a lehetséges partnerekkel, valamint a térség gazdasági szereplőivel létesítendő kapcsolódási pontok feltérképezését is célul tűzte ki az interjú vizsgálatunk. Mindemellett megpróbáltuk a helyi pénz bevezetése kapcsán várható hatások jellegét és nagyságát is előre vetíteni.

Az interjúk során helyi, elsősorban a turisztikai szolgáltatásokban érdekelt vállalkozások, valamint a legfőbb szervező erőt jelentő önkormányzatok elérése, véleményének megismerése volt a cél. A vizsgálatba végül hat önkormányzatot, tíz turisztikai-kereskedelmi egységet (cukrászda, étterem, borüzlet, panzió), három helyi termelőt, továbbá két önkormányzati és egy állami fenntartású kulturális és szabadidős szolgáltatást végző intézményt (művelődési központ, természettudományi múzeum, illetve strand-uszoda) sikerült bevonni (52. ábra). Az interjúk során vizsgált szempontokat, illetve a konkrét kérdéseket a 4. sz. mellékletben szereplő „sorvezetők” mutatják be.

52. ábra: Az interjú vizsgálat során lekérdezett önkormányzatok



Forrás: Saját szerkesztés, 2014.

1.5.8 Mátrai tallér bevezetésének esélyei az önkormányzatok szemszögéből

Az interjúk vizsgálatok során az önkormányzatok véleményét külön „sorvezető” segítségével mértük fel. A megkeresett önkormányzatok közül népességszám és jogállás szerint Gyöngyös középváros, Visonta 1 500 fő alatti község, a további három a 3 000 fő körüli lélekszámú községek kategóriájába tartozik. Mindezek mellett egy részönkormányzat (Mátrafüred) is a mintába került, kiemelt turisztikai helyzete miatt.

1.5.8.1 Helyi pénzek rendszerének ismerete, a bevezetés lépései

A helyi fizetőeszközökről kivétel nélkül hallottak már a települések vezetői. Legismertebb a két legkorábban bevezetett helyi fizetőeszköz, a soproni kékfrank és a balatoni korona, elsősorban ezeket említették. Ez valószínűleg a relatíve nagyszámú sajtómegjelenésnek köszönhető, amit a magyar gazdaságban újnak számító komplementer fizetőeszközök megjelenése generált. Amennyiben a mátrai tallér bevezetésre kerülne, hasonlóan élénk marketingmunkára lenne szükség, hogy a térségi- és turisztikai szempontból egyaránt fontos országos ismertséget szerezzen. Bár a Bocskai korona és a rábaközi tallér is megjelent a térségi gazdaságokban, ismertségük mégsem túl magas. Ez elsősorban annak tudható be, hogy a polgármesterek által említett „úttörő” fizetőeszközök jó gazdasági környezetben, komoly társadalmi, közösségi háttérrel működtek, ezért valóban sikeres fizetőeszközök, pozitív példaként sokkal ismertebbek a későbbiekénél. A Mátra és térségének társadalmi-gazdasági adottságait figyelembe véve komoly munkát igényelne a fizetőeszköz fenntartása, hosszabb távon azonban komoly marketingértéke lehetne a helyi pénz használatának.

Az önkormányzatok szerepe a már működő fizetőeszközök esetében is jelentős, nélkülük nem lehet egy ilyen jellegű tevékenységet elindítani és fenntartani. A megkérdezett települések közül egy kivételével nem indult el korábban kezdeményezés helyi fizetőeszköz bevezetésére. Mindannyian egyetértettek abban, hogy külön-külön nem tudnak előrelépni az ügyben, azonban egyikük sem mutatott hajlandóságot az aktív kezdeményezésre. Egy település esetében viszont egészen konkrét elképzelés született egy „Gyöngy” névre keresztelt helyi pénz bevezetésére, a háttér tanulmányok is elkészültek. Előremutató, de sajnos elszigetelt kezdeményezésről van tehát szó, amelyet egy 3 000 főnyi lakosságú kistelepülés próbált generálni. Érdekes, hogy a hasonló méretű települések inkább Gyöngyös szerepét hangsúlyozták, mint alapvető térség-szervező települését, és bár önállóan, egyik település sem vállalkozna a bevezetésre, az együttműködéstől egyikük sem zárkózott el. Amennyiben tehát bármelyik település generáló szerepet vállalna, akkor a többi vezetői a jogi és adminisztrációs háttér megfelelő tisztázása után

csatlakoznának a kezdeményezéshez. Indulásként a hat megkérdezett település elegendő lehet, mivel figyelembe véve a lakosság számát, a kistérség lakosainak döntő hányadát érinthetné a helyi fizetőeszköz használata.

A bevezetéshez szükséges közreműködők között mindannyian megemlítették az önkormányzatokkal együttműködő gazdasági szereplőket, továbbá a civil szférát és a turisztikai szervezeteket (ez a turisztikai lehetőségek felismerését indikálja). Viszonylag kevesen, mindössze két település említette meg a helyi érdekeltségű takarékszövetkezet szerepét, holott pénzügyi háttér nélkül nem lehet helyi fizetőeszközt bevezetni. Érdekes felvetés volt egy részben erre a célra is létrehozandó, magyar tulajdonú Mátrai Takarékszövetkezet életre hívása. Ez a helyi gazdaság fejlesztésében rejlő lehetőségek felismerését jelzi.

A bevezetés lépései közé sorolták a lakossági fórumokat, az „elfogadtatást”, és a fedezet megteremtését az önkormányzati és a gazdasági szféra együttműködésével. Bár az első kérdés kapcsán, amely a helyi pénzek ismeretét térképezte fel, rövid válaszokat kaptunk, itt mégis jól körül tudták határolni a bevezetés lépéseit. A szakirodalmi megállapításokat igazolva a legmarkánsabban a közösségi szándékot jelölték meg a legfontosabb lépcsőfokként, a fedezet és a technikai kivitelezés (címletek tervezése, nyomtatás, sokszorosítás stb.) csak ezt követően jelent meg. Ez előremutató, bizonyítja a helyi szereplők tisztánlátását és egyben a reális-pozitív hozzáállását.

1.5.8.2 Helyi pénz-helyi identitás

A helyi fizetőeszközzel kapcsolatosan több kérdés kapcsán is kiemelték a települések vezetői a helyi társadalmak együttműködő-befogadó készségének fontosságát. Ahogyan azt korábban a szakirodalmi háttér áttekintésekor említettük, a helyi pénzek egyik előnye a helyi közösségek összekovácsolódása, a helyi identitástudat erősödése. Ezzel kapcsolatban külön is vizsgáltuk, hogy a települések vezetői, akik egyben a helyi közösség mozgatórugói és/vagy „közösségi kapuőrei” is, hogyan látják a fizetőeszköz közösségépítő hatását. Kérdésünkre, miszerint: erősítené-e a térségi/helyi identitást, ha helyi pénzt vezetnének be, mindannyian pozitív válaszokat adtak, de többen is kifejtették, hogy ehhez kitartó és komoly munkára van szükség, leginkább a fizetőeszköz társadalmi elfogad(tat)ását látták problémának. A helyi pénz bevezetésétől a jelenleg hiányzó térségi összefogás megjelenését, működését várnák. Többen a helyi gazdaság élénkítését legalább olyan fontos hozadékként ítélték meg, mint az összefogást: „...más területek is attól lettek nagyok, ha a saját tőkéjük helyileg került felhasználásra.”. Mindannyian hangsúlyozták azonban, hogy a

térségi összefogás, a társadalmi befogadókészség alapozhatja meg ennek a helyi gazdaságfejlesztési eszköznek a megjelenését, a tényleges élénkülést.

Már a bevezetés lépéseinél is előkerült a helyi pénz címleteinek megtervezése. Fontosnak tartottuk, hogy a leendő mátrai tallér vezérmotívumairól is megkérdezzük az interjúalanyokat, akik nemcsak vezetőként, hanem helyi lakosként is megszólítva érezték magukat a kérdés kapcsán.

A polgármesterek szerint megjelenítendő motívumok egyben a térségi identitástudatról, a helyiek számára leginkább fontos mátraaljai megkülönböztető jegyek hangsúlyozásának fontosságáról árulkodnak. Kivétel nélkül mindenki több motívumot is meg tudott jelölni, nem okozott nehézséget senki számára a válaszadás.

A megjeleníthető motívumok a következők voltak:

- ✓ *Vidróczki betyár képe,*
- ✓ *Kékestető-Mátra sziluett,*
- ✓ *szőlő-bor-palack-hordó motívum,*
- ✓ *Kékestető,*
- ✓ *Kozmári kilátó,*
- ✓ *kisvonat,*
- ✓ *tölgyfa,*
- ✓ *repülő-vitorlázógép,*
- ✓ *a térség híres emberei (pl.: Puky Árpád, Hanák Kolos),*
- ✓ *Szent Bertalan templom,*
- ✓ *egyházi kincstári kelyhek,*
- ✓ *Brúnó a Mamut,*
- ✓ *a térség jellegzetes természeti és épített öröksége,*
- ✓ *Orczy kastély,*
- ✓ *Sástói kilátó.*

A felsorolt motívumok minden olyan jegyet magukban hordoznak, amelyek a térség „védjegyzésére” alkalmasak lehetnek. A települések vezetőiként az interjúalanyok olyan válaszokat igyekeztek adni, amelyek a településen élők számára is nagy valószínűséggel elfogadhatóak lennének.

1.5.8.3 Helyi gazdaságfejlesztés szereplő-e az önkormányzat?

A véleményvizsgálat során választ kerestünk arra is, hogy az önkormányzatok hogyan látják saját helyüket és szerepüket a helyi gazdaság élénkítésében, saját településükön és a térségben egyaránt. Érdekes módon Gyöngyös a saját térségi gazdasági szerepét csökkenőnek ítélte meg, amihez a környező kistelepülések (Visonta, Nagyréde, Abasár) folyamatos erősödése

vezetett. A megkérdezett kistelepülések viszont saját helyzetüket jónak ítélték meg, mivel az elmúlt években a térség gazdasága is fejlődött, és az ő szerepük is nőtt (bár esetenként csak mikrotérségi szintet jelöltek meg ebben a tekintetben). Azon túl, hogy pozitívan látják a saját pozíciójukat, a helyi gazdaságélénkítésben egyértelműen központi szerepet szánnak az önkormányzatnak, azonban ehhez némileg magukkal is ellentmondásba keveredve megfelelő kormányzati szerepvállalást és kiegyensúlyozott gazdálkodást látnak szükségesnek.

A fentiekhez képest ellenpéldaként jelent meg Mátrafüred, amelyet a település vezetője kiszolgáltató, a gazdasági és társadalmi változásoknak kitett településnek minősített. Problémaként említette meg, hogy korlátozott jogkörrel rendelkezik (részönkormányzat), magas az elköltözések száma, miközben kevés a helyi vállalkozás. Ez utóbbi felhívja a figyelmet a turisztikai szolgáltatások jelentős visszaesésére, a település pozícióvesztésére: a korábban nagy idegenforgalmat bonyolító helység mára „alvó településsé” alakult át.

Véleményünk szerint a helyi termékeket (nem csak az unikális jellegű kézműves termékeket értjük a fogalom alatt) maguk az önkormányzatok is piaci pozícióba juttathatják pl. rendezvények, piacok célzott támogatásával. Az ilyen irányú tevékenységet firtató kérdésre („A helyben termelt termékek számára próbáltak-e helyi szinten piacot teremteni?”) adott válaszokban többféle beavatkozást jelöltek meg, zömében közvetlen, jelenleg is aktív tevékenységeket (Hangya-szövetkezet, KOPATA – helyi piac hat település összefogásával, szociális szövetkezet termékfeldolgozással) említettek meg. Visontán a helyi piac látványpiacnak indult, „de azóta beindult (tojás, gyümölcs, zöldség), ahová más településekről is jönnek”. Ugyanitt egy 50 fős szálló 400 adagos konyháját saját termelők termékeivel szeretnék ellátni. Két település esetében spontán, nem célzott tevékenység (kulturális jellegű rendezvények, vásárok) zajlik. Példaértékű, hogy továbblépést is terveznek, pl. Nagyrédén helyi termékbolt létrehozásával, amit nyitottá kívánnak tenni más települések termelői számára is.

1.5.9 Helyi pénz a térség gazdasági szereplőinek szemszögéből

1.5.9.1 Helyi fizetőeszköz a vállalkozások gyakorlatában

A megkérdezett vállalkozások köre a termék-előállítók és szolgáltatók (kereskedelmi, szálláshely, kulturális) közül került ki. A helyi pénzek általános ismerete az önkormányzatokétól nagyobb szórást mutatott. A megkérdezett 15 gazdasági szereplő közül 9 hallott már működő helyi pénzekről (itt is a balatoni korona és a soproni kékfrank került említésre csakúgy, mint az önkormányzatok esetében). Ketten válaszolták, hogy

hallottak már általában a helyi pénzekről, de megvalósult helyi fizetőeszközzel nem hallottak még, további négy esetben viszont egyáltalán nem ismerik a helyi pénz fogalmát, nem is hallottak róla.

Mindezek ellenére a szolgáltatók és termelők szinte kivétel nélkül pártolnák, akár kedvezmények biztosításával (2-15%) is a helyi pénz bevezetését. A fizetési halasztás tekintetében általában a törvényileg előírt 30 napos fizetési határidőt vállalhatónak tartják, de természetesen itt is megoszlanak a vélemények, a termelők és az éttermi szolgáltatással foglalkozók rövidebb intervallumot tartanak elképzelhetőnek (átlagosan 8 munkanap). A forgalom növekedését kevesen tették függővé a helyi pénz megjelenésétől, viszont pozitív irányú várakozások fogalmazódtak meg. A termékforgalmazók ugyanakkor kevesebb potenciált láttak benne, mint akár a szálláshely-szolgáltatók, akár a kulturális (múzeum, művelődési ház) szolgáltatást végző, állami fenntartású intézmények.

A helyi pénz használatával kapcsolatban a saját vásárlóik részéről csak abban az esetben tartják elképzelhetőnek a helyi pénz használatát, ha valamilyen kedvezményt biztosítanak, vagy ha a helyiek valamilyen munkahelyi juttatást ilyen formában kapnának. A csupán a lokálpatriotizmusra alapozó, közösségi összetartozást építő önkéntes helyi fizetőeszköz használatát nem tartják valószínűnek. Ez a vélemény elsősorban saját, helyi lakosként megfogalmazott vélekedésüket tükrözi, ugyanis a „Szívesen használná-e helyi lakóként a fizetőeszközt?” kérdésre tendenciózusan ugyanezeket a válaszokat adták. Érdekes sajátosságként lehet említeni, hogy míg az adott válaszadó termelőként nem látta reálisnak a helyi lakosok helyi pénzzel történő fizetését, addig magánemberként, az ország más területén (pl. Sopron) történő üdülése alkalmával szívesen használná azt. Egyébként ez a lehetőség – vagyis, hogy a turisták számára vonzóbb lehet a mátrai tallér használata – több esetben is megfogalmazódott. A turisztikai szolgáltatásokban érdekelt vállalkozások is inkább turisták számára tartják jó megoldásnak a helyi pénzt.

A maguk részéről az egymás közötti kereskedelemben kevésbé, esetlegesen helyi termékeket értékesítő termelők beszállítókkal történő üzleti tevékenységeiben tartják elképzelhetőnek a fizetést. Összefoglalóan tehát sem vállalkozóként, sem helyi lakosként, sem kereskedelmi partnerként nem használnák a helyi fizetőeszközt, bár mint a fentiekben leírtuk, alapvetően várakozással tekintenek rá. Az ellentmondásnak valószínűleg a bizalmatlanság és a jó gyakorlatok ismeretének hiánya a legfontosabb oka.

A helyi pénz bevezetése kapcsán senki nem nyilatkozott úgy, hogy nincs semmilyen ötlete, az sem fordult elő, hogy ne tudtak volna olyan szereplőt megnevezni, aki vezető szerepet kaphatna a fizetőeszköz forgalomba hozásában. Ez utóbbi kapcsán az önkormányzatokat, a helyi vállalkozásokat, az iparkamarát és a helyi TDM-et is megemlítették, ezen belül legtöbbször az

önkormányzatokat és a vállalkozói szférát, valamint a pénzügyi szolgáltatókat (takarékszövetkezet) tartják központi szereplőnek. Ez összecseng az önkormányzatok véleményével, ami előremutató jelenség, azonban többször is megemlítették a térségi széthúzást, ez viszont komoly gát lehet, hiszen egy ilyen jellegű kezdeményezés nagymértékű térségi együttműködést, együttgondolkodást követel meg. Míg az önkormányzatok konkrétan megfogalmazták egy központi, átfogó szerepet betöltő szereplő szükségességét, addig a vállalkozások, szolgáltatók, termelők több szereplő együttes munkáját látják célravezetőnek. A bevezetéshez átlagosan egy-két évet tartanak szükségesnek, ami a már működő helyi pénzekkel kapcsolatos tapasztalatok alapján reálisnak tekinthető.

A mátrai tallér motívumaira vonatkozóan ebben a körben sem okozott nehézséget senki számára a lehetséges elemek megnevezése.

A válaszadók szerint megjeleníthető motívumok a következők voltak:

- ✓ *Hegyvonalat*
- ✓ *Gyöngyös címere*
- ✓ *Kékesi kilátó*
- ✓ *Kékes*
- ✓ *Egyháztörténeti motívumok*
- ✓ *Károly Róbert szobra*
- ✓ *Művelődési Központ üvegablakai*
- ✓ *Huszár szobor*
- ✓ *Gyöngyös város híres szülötteinek arcképe*

A motívumok palettája sok átfedést mutat az önkormányzatok esetében felsoroltakkal, azonban szűkebb körű és kevésbé konkretizált – a Mátrához köthető, helyi identitástudatot tükröző jegyek azonban itt is megjelentek. Érdekes ugyanakkor, hogy még a borértékesítők körében sem vetődött fel a szőlő- vagy bormotívum, ami az önkormányzatok, települések részéről kifejezetten preferált volt.

1.5.9.2 Helyi hálózatok, értékesítési kör

A helyi gazdaságfejlesztésben lényeges pont a lokális gazdasági szereplők együttműködésének elősegítése, kiépítése, továbbá a megtermelt termékek és az ezek értékesítéséből származó haszon térségen belül tartása – az egyik lehetséges eszköz a célok elérésére a komplementer fizetőeszköz bevezetése. Az interjúk során megkérdeztük a helyi gazdaság szereplőit az általuk lefedett/elérhető piac földrajzi kiterjedéséről („Milyen távolságra értékesíti a termékeit, szolgáltatásait? Mekkora hatósugarú körben (km)?”), továbbá a helyi gazdasági kapcsolataikról („Milyen mértékben tudják előnyben

részesíteni a térségen belüli üzleti partnereket?”). A válaszok tanúsága szerint a szálláshely-szolgáltatók piaci hatóköre országos (a Hotel Opál esetében európai) léptékű, és a helyi vállalkozókkal, beszállítókkal kedvezmények biztosítása mellett, kiegyensúlyozott, jó kapcsolatban vannak, a beszerzések hozzávetőlegesen 60%-át bonyolítják helyben.

Elkeserítő képet mutat ezzel szemben a helyi, kézműves termékeket (sajt, lekvár, szörp) előállító termelők kapcsolatrendszere. A térségen belül elsősorban az idelátogatók vásárolják a termékeiket, igaz, két esetben az országos értékesítés nagyobb arányú, mint a helyi (ezt a vállalkozás piaci mobilitása is befolyásolja!). A beszállítók, helyi üzleti partnerek egyáltalán nem jelennek meg a kapcsolatrendszerükben, a térségen belül semmilyen értékesítési hálózat nem létezik, elszigetelten működnek az ilyen típusú termelők. Legnagyobb részt erre a helyzetre lehet megoldás a helyi termék-védjegyrendszer bevezetése.

A helyi termékek készítése, forgalmazása az utóbbi öt évben jelentős lendületet kapott, nemcsak országosan, hanem Mátra térségében is. Vizsgálataink során a térség helyi termék készítőit is felkerestük. Mindösszesen 22 helyi termelő terméket tudtunk lajstromba venni, amelyek nem feltétlenül csak a tájjellegű (mezőgazdasági-élelmiszer) termékcsoportokat képviselik, az árucikkek köre mindenképpen külön turisztikai értékkel is bír.

A helyi gazdaságfejlesztésben sokrétű szerepe miatt kiemelt jelentőséggel bírhat minden specifikus, főként unikális produktum. A helyi termékkel összekapcsolódva általában kiemelt fontosságuként jelenik meg a környezetvédelem, a környezettudatos fogyasztói magatartás terjesztése, az egészséges életmód, a helyi gazdaságfejlesztés helyi termelők termékeinek piacra segítségével, a hagyományőrzés, a szociális kereskedelmi (fair trade) szempontok, a turizmus fejlesztése, a baráti közösségek és civil szerveződések kialakításának igénye. Amennyiben ezeket a funkciókat, valamint a termékek hosszabb távú piaci jelenlétét szeretnénk elősegíteni, a termékek számára kívánatos egy közös védjegyrendszer kialakítása. Az ilyen kezdeményezéseknek mára már kialakult jogszabályi háttere és kultúrája van. Erre és az összegyűjtött termékek adatbázisára alapozva előzetesen két olyan logót is kidolgoztunk, amelyek segítségével a Mátraaljai termékek külön védjegy alá vonhatóak. Ez elsősorban marketingértékkel bír, ami segíti a piaci pozíciójuk javítását. Pozitív példaként említhető az a székelyföldi kezdeményezés, amely keretében az árucikkek „Székelygyümölcs”, illetve a kibővült termékkörben (gyógynövénykészítmények, fűszerek, fürdősó, száraztészta stb.) „Legendás” termékek néven kerülnek forgalomba. A védjegyes áruk nemcsak helyi jelentőségű kisebb üzletekben kaphatók, hanem nagyobb áruházláncok üzleteiben külön termékpolccal is jelen vannak.

Az általunk tervezett logók hasonló funkciót látnának el, továbbá erősíthetnék a térségi összefogást. Az előzetesen felmérése kerülő termékek előállítóit arról is megkérdeztük a korábban (az 1.3-as fejezetben) ismertetett kérdőíves vizsgálatunk során, hogy kik lennének hajlandóak a termékeiket ilyen jellegű értékesítési körbe behozni. A válaszok alapján, az erre leginkább esélyes termékek számára két típusú logót dolgoztunk ki. Az egyik – a kapu motívumot formázó – az élelmiszer és nem élelmiszer-típusú, a térségben, saját alapanyagokból előállított kézműves termékekre, míg a másik – a szőlőmotívumokkal gazdagított – logó a borokra kerülne (53. ábra). Ez utóbbi a térségben előállított italok kiemelt marketingjét, a borok piaci pozicionálását segítené elő a saját, mégis közös arculat révén.

53. ábra: A helyi termékek jelölését szolgáló tervezett motívumok



Forrás: Rusznyák, L. (2014).

A vendéglátóhelyek vonzáskörzete helyi jelentőségű, ennek megfelelően a piacbővülés a térségbe érkező turisták számától függ. A térségi beszállítók köre jelenleg 30-40%-os, ami közepes szintű aktivitást mutat. A helyi pénz bevezetése ebben a tekintetben is előremutató lehet, hiszen esetükben a mátrai tallér üzleti szférában való hasznosíthatóságát illetően azt a választ kaptuk, hogy helyi kereskedelmi partnerekkel, beszállítókkal elképzelhetőnek tartják a helyi pénzeszközben történő fizetést.

A kulturális, önkormányzati vagy állami fenntartású szolgáltató intézmények válaszai egyértelműen a helyi kapcsolatok erősödése felé mutatnak, hiszen a lokális, szintén önkormányzati vagy állami partnerek bevonhatósága nem kérdéses. Ez ugyanakkor rámutat az állami szerepvállalásban rejlő lehetőségekre is.

1.5.10 A mátrai tallér bevezetésének esélyei a Mátraalján

Az interjúk vizsgálatok és szakirodalmi kutatások eredményeit összegezve a következő feladatok megvalósítása segítheti egy helyi fizetőeszköz bevezetését:

- A mátrai tallér típusa mind regionális, mind szektoriális lehet, hiszen ahogyan korábban is említettük, a turisztikai szolgáltatásokra kiterjedő (szektoriális), valamint térségfejlesztő (regionális) hatóköre is lehet. Elsősorban a bevezető és a felhasználók köre determinálja majd a tényleges működési formáját.
- Az önkormányzatok lehetőségeikhez mérten próbálják megteremteni a helyi gazdaság alapjait, többek között a termékek előállításának és értékesítésének térségen belül tartásával, a termelő-piac-fogyasztó lánc kialakításával, a helyi termékek pozícióba hozásával, a térség belső erőforrásainak mozgósításával. Egy helyi fizetőeszköz bevezetésével várhatóan tovább javulhatna a tőkekoncentráció (a helyi pénzek köztudottan nem engedik kiáramolni a termelődött hasznót), a térségi identitástudat is megerősödne. Egyelőre azonban hiányzik az az összefogó, generáló erő, amely az önkormányzatokat a balatoni korona vagy a soproni kékfrank bevezetésének mintájára szövetségbe tömörítené, megteremtve ezzel az első lépcsőfokot a komplementer fizetőeszköz életre hívásához.
- A majdani címleteken megjelenő motívumok tekintetében a helyi identitást kifejező természeti, kulturális és történelmi gyökerekhez kapcsolódó jelképek támogatottsága a legnagyobb.
- A vállalkozói szféra számára a helyi fizetőeszköz előnyei és hátrányai kevésbé ismertek, ezért a bevezetése valószínűleg csak széleskörű és folyamatos információáramlás biztosításával valósítható meg sikeresen.
- Alapvetően mind az önkormányzatok, mind a vállalkozások nyitottak egy ilyen jellegű kezdeményezésre, de a tényleges megvalósítás során az irányító szerepet egyikük sem tekinti sajátjának.
- További vizsgálatokat kell végezni a civil szférára kiterjedően is, hiszen a társadalmi kohézió, a köztudatba való bevezetés sikere az ő közreműködésükön is múlik.
- Az utóbbi öt évben önkormányzati szinten és a TDM szervezetek részéről is történt kezdeményezés egy helyi pénz bevezetésére, de egyik sem valósult meg. Vélhetően azért, mert egy település vagy szektor elszigetelten próbálta megvalósítani, ebből kiindulva a jövőben széleskörű összefogás mellett (lásd a balatoni korona vagy a soproni kékfrank példáját) kell a bevezetéshez vezető lépéseket megtenni.

- Érdemes lenne ötletadó, működőképes pozitív példákat tanulmányozni, szakmai kapcsolatokat kiépíteni azokkal, akik már sikeresen működtetnek helyi pénzt.
- A pénzügyi finanszírozás jogi és egyéb kérdéseit is körbe kell járni, hiszen szilárd alapok nélkül nem lehet működőképes a mátrai tallér. A bevezetéshez szükséges lépcsőket általában tisztán látják a szereplők, és a várható időtartamokat és képződő hasznokat is reálisan mérték fel, azonban nem világos számukra, miért is érné meg a helyi pénz működtetése, milyen rövid-, közép- és hosszú távú célok valósulnának meg rajta keresztül.

Zárásként megemlítjük Kennedynek (2010) a helyi pénzek működtetéséről levont igen találó konklúzióját: „... bevezetése egyszerű, de nehéz fenntartani működését. Aktív tagok központi csoportjára van szükség, akik elnyerik a lakosság bizalmát, és folyamatosan ösztönöznék az együttműködésre. Ehhez sok időre és erős idegekre van szükség...”

2. Turisztikai szolgáltatások fejlesztésének és bevezetésének hatásai

A Károly Róbert Főiskola kutatói a „Négy Kapu” projekt keretében Gyöngyösön elsősorban a Mátra Turisztikai Információs Pont szolgáltatásainak megalapozására végeztek társadalomtudományi kutatásokat, amelyekkel feltárták a Mátra térségének turisztikai adottságait, az empirikus vizsgálatok során felmérték a térség turisztikai szolgáltatóinak körét, véleményét. Pozitív példákat kerestek a helyi erőforrások fenntartható hasznosítására, a jól működő partnerségi kapcsolatokra az ágazat szereplői között, s kísérletet tettek a térségben még nem működő, azonban az ország más részeiben vagy külföldön már bizonyított helyi gazdaságfejlesztési eszközök elterjesztésére. Ezeket a széleskörű vizsgálatokat elsősorban az indokolta, hogy egy teljesen új szereplő lép be a projekt megvalósítása révén a Mátra turisztikai palettájára, olyan komplex szolgáltatásokat nyújtva, amelyek mindeddig nem voltak egy helyen elérhetők a térségben.

A „Négy Kapu” projektben részt vevő további három partner esetében más volt a helyzet, az általuk kialakított és fejlesztett létesítmények ezt megelőzően is turisztikai célokat szolgáltak. A projekt megvalósításában közreműködő civil szervezetek tehát az eddigiekben is fontos szerepet játszottak településük, illetve térségük turizmusában. A Magyarország-Szlovákia Határon Átnyúló Együttműködés Operatív Program 2007-2013 támogatásával megvalósuló jelenlegi fejlesztések révén csak megerősítik ezt a pozíciójukat, a kezelésükben lévő turisztikai központok hiányosságait pótolják.

A projekt eredményességének alátámasztása szempontjából mindenképp fontosnak tartottuk egy kérdőíves vizsgálat lebonyolítását a továbbfejlesztett és újonnan bevezetett szolgáltatások hatásainak mérésére. Emellett azonban arra is kíváncsiak voltunk a megkérdezettek véleményét alapul véve, hogy a jövőben mik lehetnek az érintett térségekben, illetve magukban a létesítményekben a fejlesztések további irányai. A már működő szolgáltatásokról kapott információk tanulságos példákkal szolgálhatnak a partnerek, különösen pedig a Mátra Pont számára, ahol csak 2014-ben fejeződnek be a tevékenységeket megalapozó infrastrukturális fejlesztések. A kérdőíves vizsgálatokra 2014 első felében került sor Kismaroson (a Magosfa Környezeti Nevelési és Ökoturisztikai Alapítvány Kismagos Környezeti Nevelési és Ökoturisztikai Központjában), Ipolyságon (az Ipoly Unió Jégmadár Látogatói Központjában) és Kozárdon, ahol a Kozárdért Alapítvány a Palóc Ízek Háza létrehozásával bővítette a település eddig is igen széles turisztikai palettáját.

2.1 A Börzsöny kapuja – Magosfa Ökoturisztikai Központ

A Kismagos Környezeti Nevelési és Ökoturisztikai Központot a Magosfa Környezeti Nevelési és Ökoturisztikai Alapítvány hozta létre. Az Alapítvány 2003-ban kezdte meg működését, küldetése, hogy „a Börzsöny és a Dunakanyar térségében az ökoturizmus fejlesztésén keresztül hozzájáruljon a helyi értékek megőrzéséhez, a települések és a helyi társadalom megújulásához, valamint a környezeti nevelés eszközeivel bemutassa egy fenntarthatóbb életmód lehetőségeit a helyi lakosoknak és az ide látogatóknak.” Célkitűzéseik megvalósítása érdekében három alapprogramot indítottak, amelyek a környezeti nevelés, az ökoturizmus és a fenntartható területfejlesztés témakörére terjednek ki.

Az ökoturisztikai központként és erdei iskolaként funkcionáló létesítmény Kismaros-Börzsönyligeten, a Dunakanyar oldalában és a Börzsöny kapujában található, Budapesttől 55 km-re. A központban erdei szálláshelyszolgáltatással, erdei iskolai programszervezéssel és ökoturisztikai szállásadással és programvezetéssel foglalkoznak. A kismarosi helyszín jelentős ökoturisztikai potenciállal bíró területen fekszik, amely közkedvelt a bakancsos turisták körében. A 2012-ben átadott erdei iskola célcsoportját meghatározóan a 14 év alatti gyermekek jelentik, a helyszín kedvező közlekedéshálójának köszönhetően azonban nemcsak a szűkebb régióból, hanem Közép-Magyarország egészéből is.

Az ökoturizmus jegyében az aktív pihenés számos válfaja elérhető a helyszínen, több olyan programot is szerveznek, amelyek keretében a mozgás és a természet megismerése jól kombinálható (kerékpártúrák a Börzsönyben és a Dunakanyarban, kenu-túrák a Dunán és az Ipolyon, fürdőzés a Dunakanyar legszebb panorámájú homokstrandján, hegymászás a Börzsöny szikláin). Emellett környezetünk megismerésére tematikus túrákat is szerveznek, ezek közé tartozik a gyógynövény-ismereti túra, a csillagséta és a madarászat.

A Négy kapu projekt keretében az Alapítvány turisztikai fejlesztéseket valósított meg, és eszközöket szerzett be a turisztikai szolgáltatások körének bővítése és magasabb színvonalra emelése érdekében. A projektnek köszönhetően berendezték az ökoturisztikai központ melegítőkonyháját, kemencét építettek, kerékpáros- és kenufelszereléseket vásároltak, játszótérrel és mini kalandparkot alakítottak ki a Kismagos területén, és turisztikai eszközöket vásároltak az alapítvány által szervezett programok színesítéséhez. Emellett a projekt keretében tartalomfejlesztésre is sor került, az Alapítvány munkatársai új ökotúra-útvonalakat dolgoztak ki, turisztikai kiadványt állítottak össze, kialakították a Kismagos információs pultot és létrehozták a www.magosfa.hu honlapot, amelyen az Alapítvány

tevékenységén túl a térség turisztikai attrakcióit, illetve helyi termékeit is bemutatják.

2.1.1 Kérdőíves vizsgálat Kismaros és térségének turizmusáról

A kérdőíves felmérés mintaválasztását alapvetően meghatározta az a tény, hogy az Ökoturisztikai Központ egyben erdei iskolaként is üzemel, így a vendégkör döntő hányadát kiskorú látogatók teszik ki, akiket nem tudtunk megkérdezni azzal kapcsolatban, hogy mennyire vannak megelégedve a turisztikai szolgáltatások színvonalával, illetve nem tudtak volna véleményt alkotni arról, hogy az itt megvalósult fejlesztések hogyan járulnak hozzá a térség vonzerejének növeléséhez.

A fentieket figyelembe véve nem meglepő, hogy a három helyszín közül itt volt a legalacsonyabb a minta létszáma, mindössze 28 fő. Az alacsony elemszám ellenére úgy gondoljuk, mégis helytállóak az alábbiakban levont következtetések, mivel a projekt előrehaladása miatt erősen behatárolt időkeretben sikerült 28, egymástól sok szempontból eltérő, más-más küldő településről/térségből érkező látogatócsoport (ez elég magas hányadnak minősül az adott intervallumot tekintve) egy-egy képviselőjét megszólaltatnunk. Ráadásul a körülmények ismeretében szándékoltan egyfajta prominenciavizsgálatként hajtottuk végre a felmérést, aminek eredményei megmutatkoztak a válaszok használhatóságát tekintve is. A csoportonkénti mindössze egy, lehetőleg magasan kvalifikált, a vizsgált kérdéseket tekintve minél tájékozottabb (utazásszervezési tapasztalatok, térségi ismeretek stb.), felnőtt kiválasztását az is indokolta, hogy a kérdőívezés időtartama alatt se okozhasson problémát a csoportok felügyelete.

A végül a felmérésbe bekerült válaszadók nemek szerinti megoszlása (82% nő) is rámutat arra, hogy a kérdőíveket legnagyobb számban általános iskolai pedagógusok, valamint a gyermekeket a kirándulásra elkísérő szülők töltötték ki, akik között egyértelmű volt a nők dominanciája. Másrésztől ugyanakkor ennek is köszönhetően a megkérdezettek 93%-a rendelkezett diplomával, többen szakirányú végzettséggel, akik pontosan meg tudták ítélni a létesítmény szerepkörét és jelentőségét a térség turisztikai palettáján – vagyis sikeresen elértük a minta kiválasztása kapcsán fentebb megfogalmazott célkitűzéseinket.

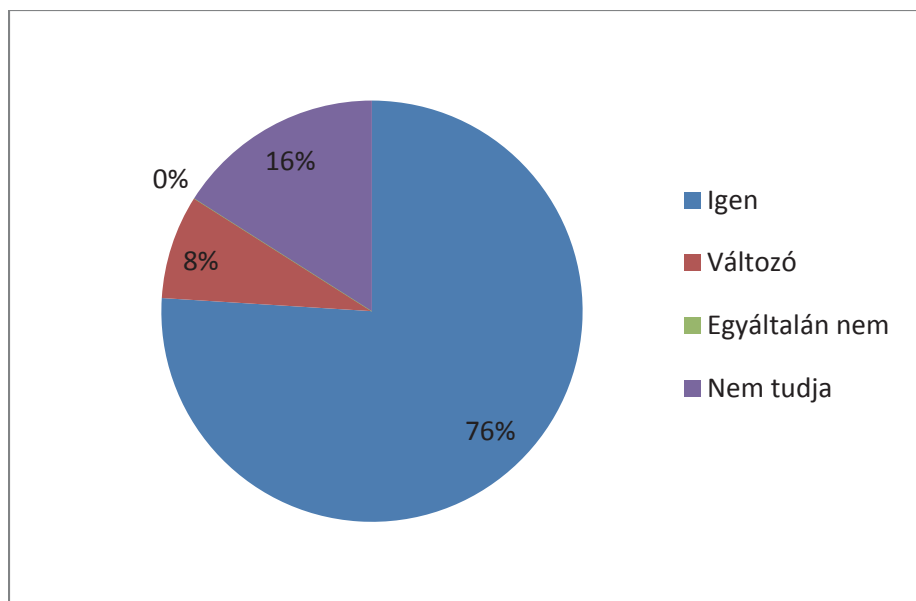
A válaszadóknak a fele értett egyet azzal az állásponttal, hogy a térség fő kitérési pontjának az idegenforgalom fejlesztése tekinthető, míg a másik fele úgy gondolta, hogy az idegenforgalom elsődleges szerepe megkérdőjelezhető, azonban mindenképp szerepet kell kapnia a fejlesztési célkitűzések között. Egyetlen válaszadó sem nyilvánított olyan véleményt,

hogy az idegenforgalmat nem kellene a fő kitörési lehetőségek között szerepeltetni.

A Kismarosra érkező, általunk megkérdezett vendégek döntő többsége úgy gondolja, hogy a település, a térség lakossága alapvetően vendégszerető attitűddel rendelkezik. Csak a válaszadók 8%-a jelezte, hogy a helyi lakosoknak változó a hozzáállása, és negatív tapasztalatokat is gyűjtöttek már ezen a téren. A válaszadók 16%-a nem tudta megítélni eddigi tapasztalatai alapján a helyi lakosság hozzáállását, ők nagy valószínűséggel először látogattak a településre, illetve kifejezetten csak az ökoturisztikai központot látogatták meg, amely távolabb esik a település központi belterületétől (54. ábra).

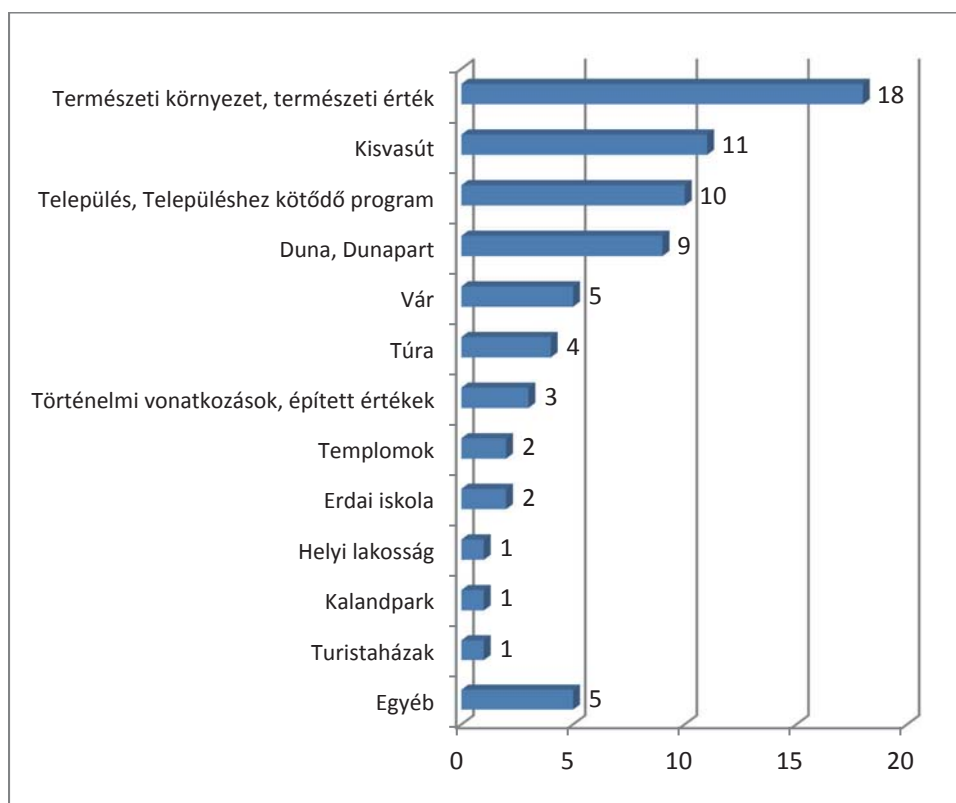
A turisztikai központ profiljának megfelelően a térségbe érkező látogatók a Börzsöny, a Duna és az Ipoly-völgy természeti környezetét és természeti értékeit tartották a térség legfontosabb vonzerejének. Az említések száma alapján a második helyre a Kismaros és Királyrét között közlekedő Királyréti Erdei Vasút és Hajtánypálya került, amely a Börzsöny belső részének feltárását segíti, és önmagában is fontos vonzerő, különösen a kisgyermekes családok számára. A harmadik helyre maga a település, illetve a Kismaroson szervezett programok (pl. túrák, ismeretterjesztő előadások, hagyományőrző rendezvények) kerültek. Kisebb említésszámmal a történelmi emlékek, várak, templomok szerepeltek még a nyitott kérdésre adott válaszok között, más vonzerők említése gyakorlatilag csak elvétve fordult elő (55. ábra).

54. ábra: Szívesen fogadja-e a helyi lakosság az idelátogató turistákat?



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

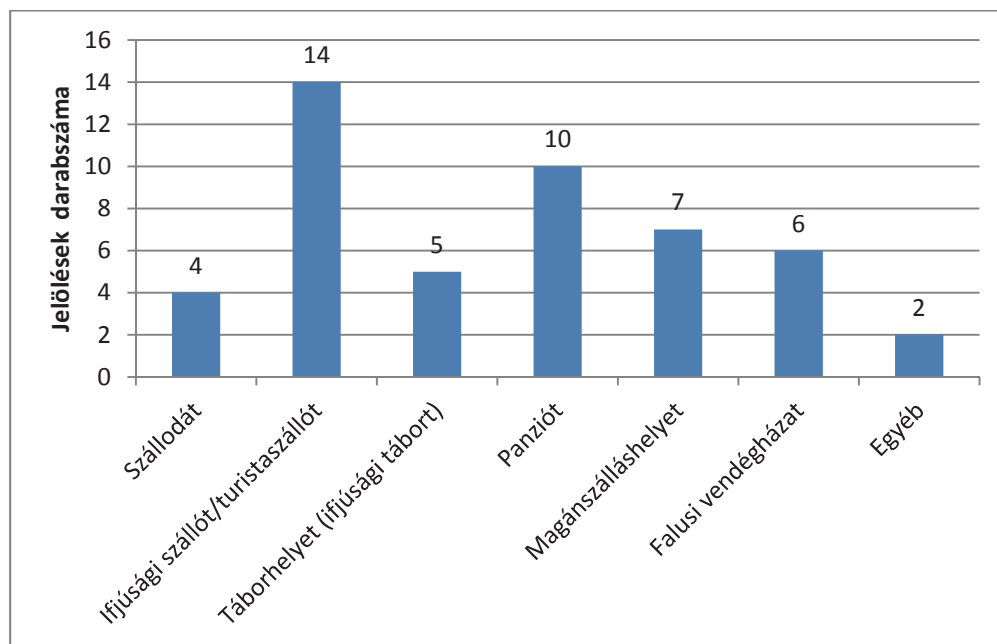
55. ábra: *Mi az, amit vonzónak tart az Ön által, itt a térségben felkeresett turisztikai attrakciók közül? (emlékek száma alapján)*



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

Következő kérdésünkkel arra kerestük a választ, hogy a turisztikai központ szolgáltatásait igénybe vevő vendégek jellemzően milyen szálláshelytípusokat részesítenek előnyben, a településen elérhető szálláshely-szolgáltatások mennyire egyeznek az igényeikkel? A válaszadók a legnagyobb számban az ifjúsági szálló/turistaszálló kategóriát jelölték meg, amelyek az iskolás csoportok utazásánál egyértelműen előtérbe kerülhetnek, mert kialakításuknál fogva a csapatépítésre és a gyermekek felügyeletére is a legalkalmasabbak. A második helyre a panziók kerültek 10 jelöléssel, amit a magánszálláshelyek és falusi vendégházak követtek, amelyek a válaszok alapján nagyobb jelentőséggel bírnak, mint egyébként az ország turizmusában. A szállodák részesedése valamelyest elmaradt a várakozásoktól, ugyanakkor ez a szállástípus az esetek többségében kevésbé hozható összefüggésbe az ökoturisztikai szemlélettel, és ami még fontosabb is, jellemzően jóval drágább annál, hogy egy-egy iskolai kirándulásnál megérje igénybe venni, egyáltalán megfizethető legyen a szülők számára (56. ábra).

56. ábra: Ön leggyakrabban milyen szálláshely-szolgáltatást vesz igénybe?



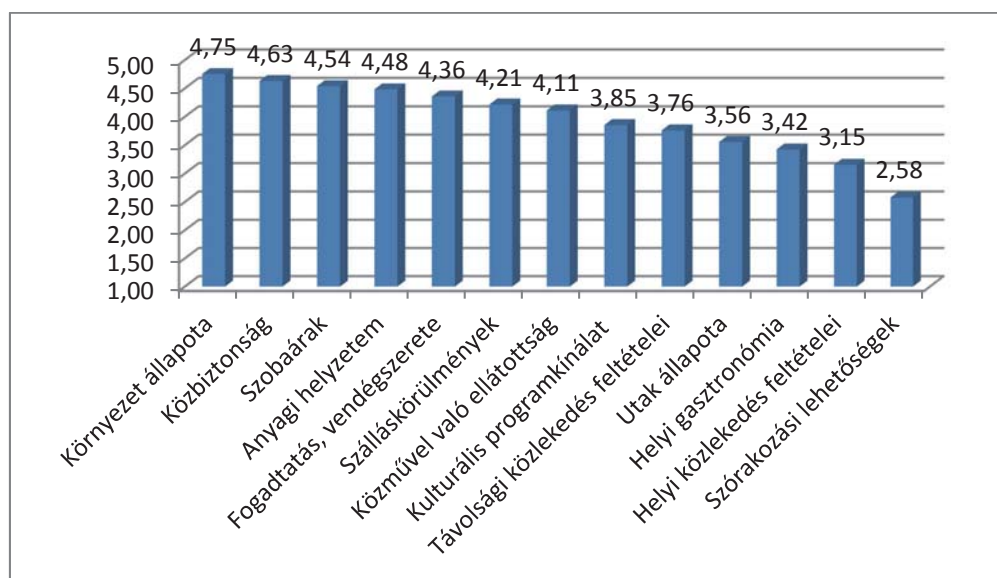
Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

Megkérdeztük a vendégeket arról is, hogy elsősorban milyen szempontok játszanak szerepet abban, hogy mekkora időtartamot töltenek el a felkeresett térségben. Az egyes szempontokat a válaszadók az iskolai osztályzatoknak megfelelően 1-től 5-ig terjedő skálán értékelhették (60. ábra). A felsorolt válaszadási lehetőségek közül a legfontosabbnak a környezet állapotát jelölték meg (átlagos pontérték = 4,75), a válaszadók 86%-a szerint ez a tényező a döntéshozatal folyamán a legfontosabbak között szerepel. Minden turisztikai desztinációnál alapvetően fontos az, hogy az ember a szabadidejét kellemes környezetben, az otthon megszokottól eltérő közegben töltsse el, vagyis a fogadó területnek fel kell keltenie a potenciális vendégek érdeklődését. Egy ökoturisztikai célpont esetében pedig még az is számításba jön, hogy a környéken háborítatlan, természetközeli élőhelyek helyezkedjenek el gazdag flórával és faunával, ami a Duna-Ipoly Nemzeti Parkhoz tartozó területeken elérhető.

A természeti és kulturális erőforrások nem válnak automatikusan attrakciókká, ahhoz megfelelő szolgáltatásokat kell nyújtani. Ilyennek tekinthető a közbiztonság is, amely egyre hangsúlyosabban jelenik meg a turizmus keresleti trendjei között, és különösen nemzetközi utazások során, illetve a periférikusabb fekvésű, elmaradottabb településeken lehet a turizmus fejlődésének hátráltatója. A megkérdezettek a közbiztonságot a felsorolt

szempontok között a második helyre rangsorolták, a válaszadók kétharmada nagyon fontosnak tartotta az utazási desztináció kiválasztásában – mindebben nyilván igen fontos szerepe volt annak, hogy komoly felelősséget vállalva nagy létszámú gyermekcsoportok felügyeletét kellett ellátniuk. A közbiztonság kérdését a válaszadók az anyagiak elé helyezték és ez volt az a szempont, amiben a szórásadatok elemzése alapján a leginkább egyetértettek a válaszadók (57. ábra).

57. ábra: A térségben eltöltött napok számát befolyásoló tényezők (a válaszok átlagos pontértéke alapján)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A fogadó létesítmény(ek) részéről igen komoly anyagi erőfeszítéseket követelő infrastrukturális szempontokat az is megelőzte a sorrendben, hogy a vendéglátók mennyire figyelmesek, és mennyire vendégszerető a helyi lakosság. Csak ezt követték a szálláskörülmények, amelyeket ugyanakkor még mindig a válaszadók fele értékelt nagyon fontos tényezőként. A turizmus infrastrukturális erőforrásainak elemzésénél az első helyen szokták említeni a közlekedés jelentőségét, amely fontossági sorrendben a közművekkel való ellátottság mögé kerül, vagyis az utazás legalább kétszeri nehézségeit könnyebben elviselik a válaszadók, mintha az ott-tartózkodásuk alatt kellene feladni kényelmi elvárásaikból. Az utak állapotát és a tömegközlekedés feltételeit a válaszadók egy része nagyon fontosnak, míg egy másik hányada sokkal kevésbé jelentősnek értékelte. A személygépkocsival rendelkezőknek ez alapvetően nem szempont, viszont a felmérés a tömegközlekedésre (vagy

legalábbis különjáratra) utalt gyermekcsoportokkal érkező kísérők véleményét tükrözi.

A környezet állapotát követően a további helyspecifikus adottságokat a válaszadók sokkal kevésbé tartották fontosnak abból a szempontból, hogy milyen hosszú időt töltenek el egy térségben, holott a szakirodalom a vendégéjszakák növelése érdekében éppen a programkínálat bővítését szokta hangsúlyozni. A kulturális programkínálat, vagy éppen a helyi gasztronómia egyes emberek számára kifejezetten fontosak lehetnek, míg mások közönyösek ezekkel kapcsolatban. A legkevésbé fontosnak a megkérdezettek a szórakozási lehetőségeket tartották, amire ismét a vizsgálat helyszíne és az érintettek köre (gyermekcsoportok kísérői) adhat magyarázatot, hiszen a nyugalmat, a természet közelségét kereső turisták körében általában eleve kevésbé fontos szempont a diszkók és éjszakai bárak jelenléte.

A válaszadóknak lehetősége volt további szempontokat megjelölni, amelyek fontos szerepet játszanak számukra a térségben eltöltött idő hosszának megválasztásában. Ezek között hárman említették meg az időjárást, amelynek kedvezőtlen alakulása erősen korlátozhatja különböző szabadtéri programok lebonyolítását. Az anyagi lehetőségek mellett sokak számára a szabadidő szűkössége is erősen korlátozhatja a térségben eltöltött időt, azonban a főváros közelsége miatt a térségben a hétvégi kirándulások is nagyobb jelentőséget kaphatnak. Egy válaszadó külön kiemelte a családbarát szolgáltatások meglétét a szálláshelyen.

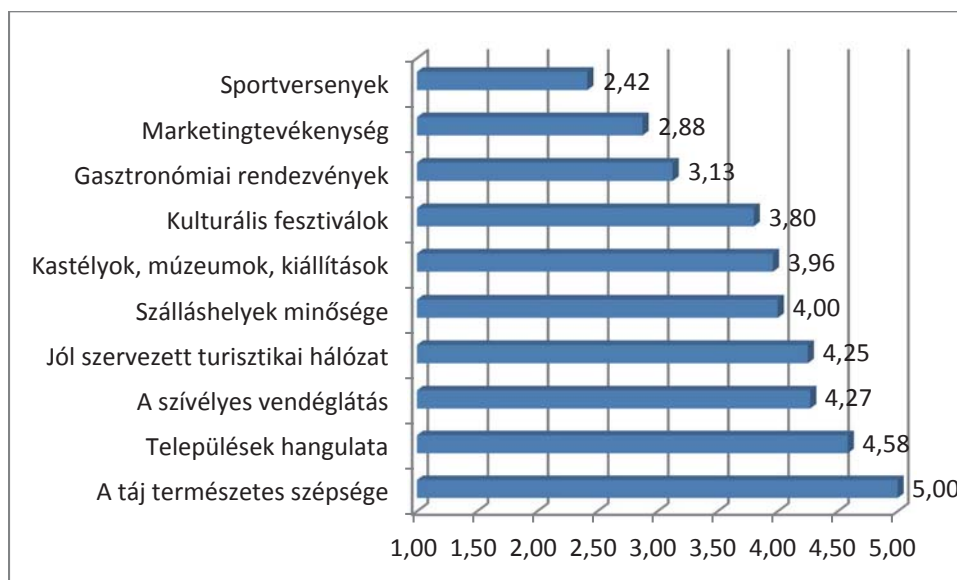
Kismarosra és térségébe a vendégeket leginkább a táj természetes szépsége vonzza, ezt az adottságot az összes válaszadó kiemelt jelentőségűnek értékelte. A tájképi elemeket a települések hangulata (4,58) és a térség lakóinak szívélyes vendéglátása (4,27) követte. Az utóbbival kapcsolatban mindössze egyetlen válaszadónak voltak negatív tapasztalatai.

Érdekes összefüggés, hogy miközben a megkérdezettek a turisztikai szolgáltatók hálózatát kifejezetten jól szervezettnek ítélték meg (4,25), addig a térség marketingtevékenységét gyenge közepesre értékelték (2,88), vagyis a marketing az együttműködések körének bővítése szempontjából kulcsfontosságú terület lehet.

Számottevő vonzerőként értékelhető még a térség szálláshelyeinek jó minősége, a környéken elérhető kastélyok, múzeumok és kiállítások, valamint a kulturális fesztiválok. A gasztronómiai rendezvények (3,13) és a sportversenyek (2,42) a válaszok alapján nem tartoznak a térség fő vonzerói közé (58. ábra).

Az egyéb válaszlehetőségek között egy válaszadó nevezte meg a könnyű megközelíthetőséget, amely Budapest egy órán belüli elérésével egyértelműen a térség erősségei között tartható számon, és a turizmust is pozitív irányban befolyásolja.

58. ábra: A térség vonzerőinek értékelése (a válaszok átlagos pontértéke alapján)



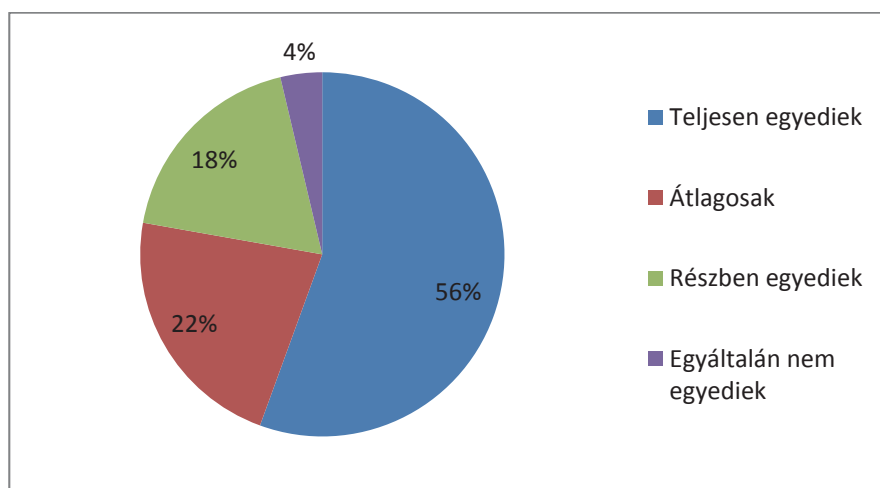
Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

2.1.2 Turisztikai szolgáltatások a fejlesztés helyszínén

A kérdőívnek egy rövid, különálló kérdéssora foglalkozott azzal, hogy a vendégek mennyire voltak megelégedve a helyben elérhető turisztikai kínálattal, valamint a szolgáltatások színvonalával. Az utóbbival gyakorlatilag minden válaszadó meg volt elégedve, mivel a „legrosszabb” kategóriaként is a „megfelelő” válaszlehetőséget jelölték meg. A jellemző válasz (56%) azonban az volt, hogy az ökoturisztikai központ szolgáltatásai magas színvonalúak, 12% szerint pedig nagyon magasra tették a mércét. A vendégek egy kivétellel azokat a szolgáltatásokat tudták igénybe venni, amelyekre számítottak. A válaszadók 89%-a szerint a létesítményben elérhető szolgáltatások árszínvonala arányban áll annak minőségével. Mindössze hárman nem tudták megítélni, hogy ugyanezek a szolgáltatások más helyszíneken milyen áron vehetők igénybe, azt viszont senki nem jelezte, hogy az árak irreálisan magasak lennének.

A megkérdezettek 56%-ának véleménye szerint a Magosfa Alapítványnak egy teljesen egyedi szolgáltatáscsomagot sikerült összeállítania a Börzsöny térségében. A válaszadók 22%-a a helyi adottságok függvényében a szolgáltatáscsomagot átlagosnak minősítette, 18%-uk pedig csak egyes újonnan bevezetett szolgáltatásokat tekintett egyedinek (59. ábra).

59. ábra: Mennyire tartja egyedinek a KISMAGOS Erdei Iskola és Ökoturisztikai Központ szolgáltatásait



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A szolgáltatások körét a megkérdezettek elsősorban további programok szervezésével bővítenék, amelyeknek köre meglehetősen széles. Felvetették, hogy kulturális rendezvényeket (koncert, színházi előadás, táncbemutató) lehetne szervezni a létesítményben. Az alapítvány tevékenységéhez közelebb álló ötletként fogalmazták meg kihelyezett környezetismeret és biológia órák megtartását, egyéni foglalkozások, téli túrák, valamint természetismereti képzés szervezését felnőttek számára. Négy vendégben is felmerült, hogy a szálláskomfort javításával jelentősen lehetne emelni a szállóvendégek számát. Tovább bővítenék a szabadtéri játékok számát is. Az ötletek közül azonban nem mindegyik volt használható, mivel figyelembe véve, hogy az ökoturisztikai központ vendégei meghatározóan gyermekek, a szauna kialakítása például nem szerepelhet az elsődleges fejlesztési elképzelések között.

A létesítmény működésének eredményesebbé tételére ugyancsak számos ötletet vetettek fel a vizsgálatba vont vendégek. A legtöbben (5 fő) a turisztikai szezon kibővítését javasolták a szálláshelyek fűtésével, téliítésével. Felmerült továbbá három-három fő részéről az alapszolgáltatások (pl. mosdóhelységek) színvonalának javítása, a kert parkosítása és rendezettebbé tétele, valamint a faházak felújítása és bővítése. Mindössze hat olyan javaslat volt, amely nem az anyagi infrastruktúra javítására vonatkozott. Ezek a reklámmarketing-tevékenység kiterjesztését (3 db), a helyben szervezett programok körének bővítését (2 db) és a környékbeli önkormányzatokkal való szorosabb együttműködést (1 db) irányozták elő.

2.2 Az Ipoly kapuja – Jégmadár Látogató Központ

Ipolyság a magyar-szlovák turisztikai kapcsolatok fejlesztése szempontjából kulcspozícióban fekszik, a Budapestet Selmezbányával összekötő útvonal (egykori Via Magna) mentén, ahol az Ipoly völgye a legszűkebb. Igazi tranzitváros, amelyen évente mintegy 1,5 millió turista utazik keresztül. Ez óriási potenciált jelent, amelyet a helyi szereplők az elmúlt években próbálnak egyre jobban kiaknázni. A rendszerváltást követő időszakban tapasztalható tendencia megfordult: azt követően, hogy megszűnt a város két nagy szállodája, több kisebb szolgáltató jelent meg a helyükön. A turisták részére egynapos városnéző túrát is összeállítottak, mivel Ipolyság nagyszámú történelmi emlékekkel rendelkezik. Mindezek mellett további vonzerőként a település szűkebb környezetében két gyógyfürdő is található. A térség legjelentősebb turisztikai értékeit ugyanakkor a Selmeci-hegység és az Ipoly-völgyének természeti értékei jelentik, amelyek iránt az utóbbi években megnőtt a nemzetközi érdeklődés is. A városban és környékén a turizmus fejlesztése szempontjából jelenleg a megfelelő színvonalú szálláshelyek hiánya jelenti az egyik fő problémát, másrészt a turisztikai szolgáltatók együttműködésében mutatkozó hiányosságok.

Az Ipoly Unió 1992-ben alakult Ipolyságon, Szlovákia és Magyarország környezetvédelmének kezdeményezésére, elsődleges célja az Ipoly-völgy környezeti és kulturális értékeinek megóvása és revitalizációja. Munkája az Ipoly vízgyűjtő területére terjed ki, a határ mindkét oldalán. Az utóbbi években a környezetvédelmi kutatások és ismeretterjesztés mellett az ökoturizmus is az Egyesület fő tevékenységei közé került. A nagy távolságról érkező vendégek azonban elsősorban az egyedi természeti értékek miatt keresik fel a települést. Az Ipoly Unió erre az igényre épített a Jégmadár Látogatói Központ kialakításakor.

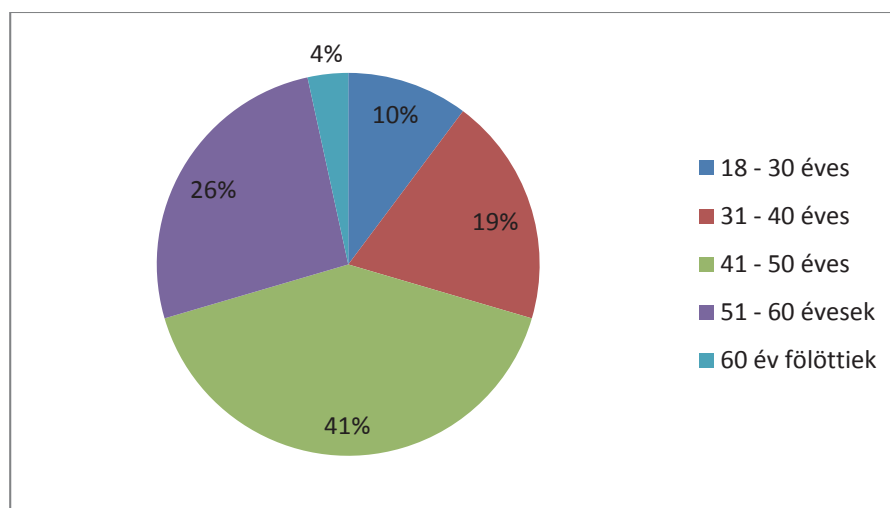
A projekt keretében az Ipoly Unió a Jégmadár Látogató Központ továbbfejlesztését, bővítését valósította meg. A fejlesztés célja étkezési lehetőség biztosításával egy komplexebb szolgáltatást nyújtani a látogatói központ vendégei részére. Mivel a központ már rendelkezett szálláshelyekkel, oktatási programok, konferenciák, előadások és egyéb rendezvények szervezéséhez szükséges termekkel és technikával, fontos volt, hogy a látogatók tudjanak helyben étkezni is. Ez hozzájárul a komfortérzetük növekedéséhez, ami a jövőben megnyilvánulhat majd a központban eltöltött vendégéjszakák számának növekedésében, hozzájárulva a térség turisztikai fejlődéséhez. A Központ maga nyolc darab kétemeletes faépületből és egy háromszintes főépületből áll, amelyek rekonstrukciója saját forrásból, illetve a Magyarország-Szlovákia Határon Átnyúló Együttműködési Program előző kiírásában valósult meg. A főépületnek a már elkészült workshop helyiségeken, nagy előadótermen, két irodahelyiségen és egy fedett, valamint

egy nyitott teraszon kívül immár része egy 80 személy kiszolgálására alkalmas konyha és étterem is, aminek a kialakítása jelen pályázat részét képezte.

2.2.1 Kérdőíves vizsgálat Ipolyság és térségének turizmusáról

A kérdőívet a Jégmadár Látogatóközpont vendégei töltötték ki 2014 tavaszán, a megkérdezettek demográfiai megoszlása ezért az akkori vendégkört tükrözi. A 90 fő megkérdezett között meghatározóan nők szerepeltek (82 fő). A minta kor szerinti megoszlását vizsgálva a középkorúak képviselték magukat a legnagyobb arányban, a válaszadók több mint kétharmada 40-60 év közötti volt (60. ábra).

60. ábra: A válaszadók életkor szerinti megoszlása

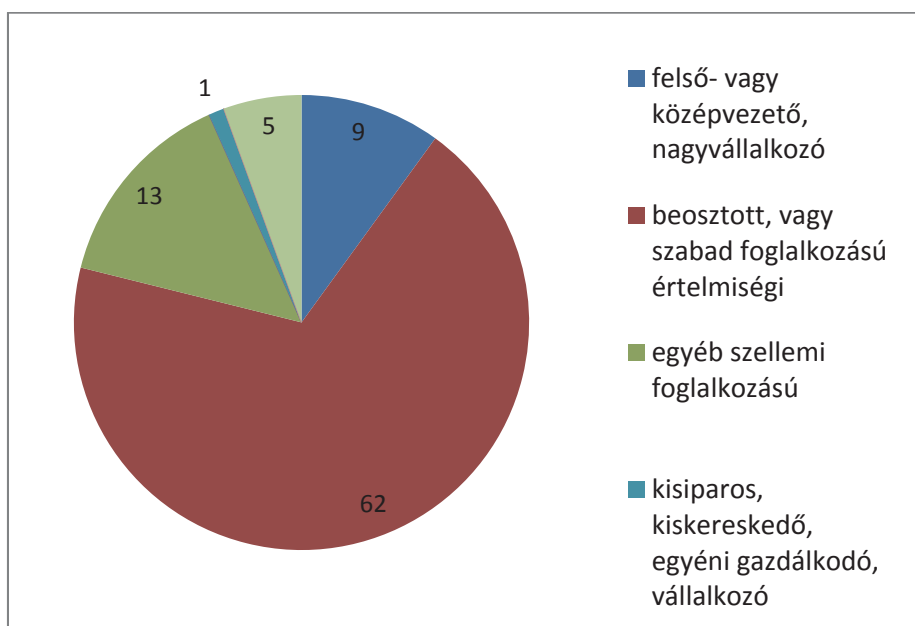


Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

Az oktató- és látogatóközpont vendégei között meghatározóan biológiai, természetvédelmi érdeklődésű oktatók és kutatók szerepelnek, így a vizsgált mintában felülreprezentált a legmagasabb iskolai végzettségként főiskolai, egyetemi diplomával rendelkezők aránya. A 90 fő válaszadó között 86 fő diplomás és mindössze 4 fő érettségivel rendelkező szerepelt, így a véleményvizsgálat kevésbé jól tükrözi a térségbe érkező vendégek általános véleményét, sokkal inkább a Jégmadár Oktató- és Látogatóközpont sajátos vendégkörének nézeteit mutatja be. A megkérdezettek magas végzettsége összességében ugyanakkor a tájékozottság magasabb szintjét feltételezi, vagyis ennek köszönhetően a nyitott kérdéseknél valószínűleg több hasznos információhoz juthattunk. Foglalkozását tekintve a vizsgálatba vont személyek döntő többsége valamilyen értelmiségi munkakört tölt be,

nagyobb részt beosztottként. A megkérdezettek mintegy 10%-a felső- vagy középvezetői pozícióban dolgozik (61. ábra).

61. ábra: A válaszadók foglalkozása (fő)



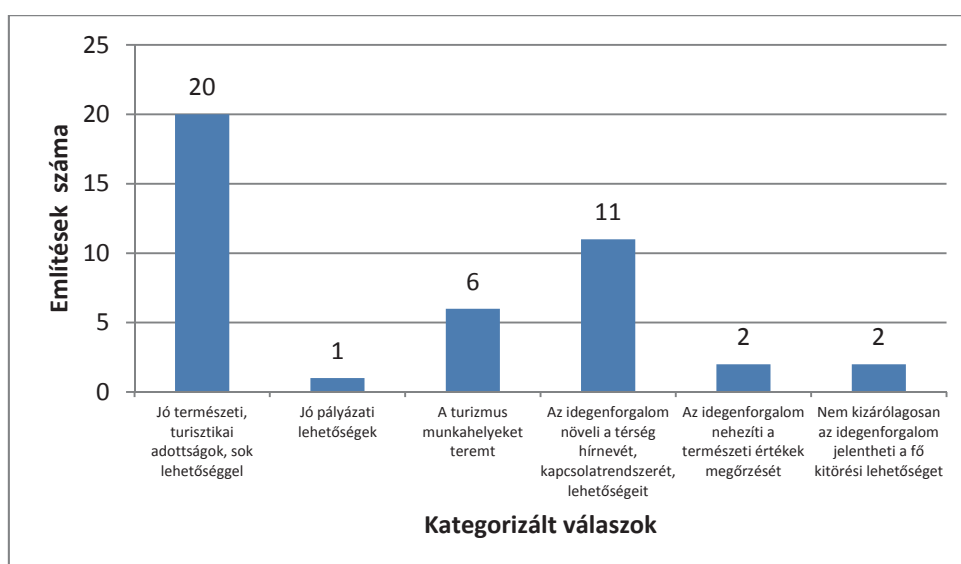
Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

Az idegenforgalom az utóbbi évtizedekben egyre nagyobb nemzetgazdasági jelentőséggel bír, egyes erre specializálódott térségekben a szolgáltató szektoron belül ennek az ágazatnak a legnagyobb a jelentősége, meghatározó szerepet játszik a vidéki térségek gazdaságának diverzifikálásában. Éppen ezért megkérdeztük a vendégeket, hogy véleményük szerint a térség fejlesztése szempontjából a turizmus mennyire játszhat központi szerepet, mennyire szerveződhet a turizmus köré a helyi erőforrások hasznosítása. A válaszadók 73%-a úgy gondolta, hogy a turizmus tekinthető a térség fő kitörési lehetőségének, 25% azt válaszolta, hogy a turizmus a főbb fejlesztési irányvonalak között van, azonban nem elsődleges a jelentősége. Mindössze ketten voltak, akik nem tudták megítélni, hogy a térség turizmusa mekkora potenciállal bír, s egyetlen olyan választ sem jelöltek meg, hogy az idegenforgalom egyáltalán nem tartozna a térség fejlesztési prioritásai közé.

A turizmus térségi jelentőségét vizsgálva arra is kíváncsiak voltunk, hogy a megkérdezettek mivel magyarázzák álláspontjukat. A vizsgálatba vont 90 személy közül 39-en fejtették ki bővebben véleményüket a nyitott kérdésre adott válaszukban. A legtöbben arra hivatkoztak, hogy a térség igen jó adottságokkal rendelkezik az ökoturizmus szempontjából, továbbá az

idegenforgalom révén jobban megismerik a térséget, ami más ágazatokba is begyűrűzhet, és ezáltal bővülnek a térség kapcsolatai. A turizmus révén olyan erőforrások hasznosulhatnak, amelyek kiaknázására más ágazatok nem lehetnek képesek, és új munkahelyek létrehozására nyílik lehetőség. Csak egy válaszadó jelezte, hogy a turizmus más ágazatokhoz képest kiemelt támogatási forrásokkal rendelkezik, így jó pályázati lehetőségek nyílnak a turisztikai szolgáltatók számára. Azok, akik csak részben értettek egyet azzal, hogy a térségnek a turizmus lenne a fő kitörési lehetősége, úgy gondolták, hogy a természeti erőforrások egy bizonyos látogatószám felett nem hasznosíthatók fenntartható módon (62. ábra).

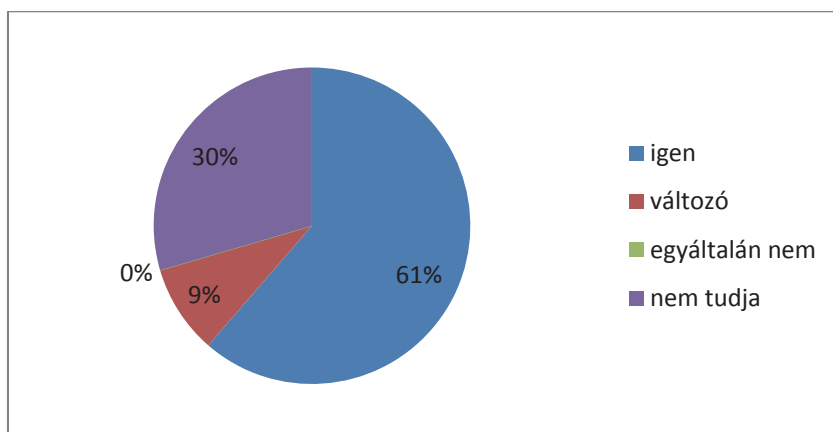
62. ábra: Egyetért azzal az állásponttal, hogy a térség fő kitörési lehetősége az idegenforgalom és annak fejlesztése lehet? (indoklás)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A helyi lakosságot a vendégek alapvetően vendégszeretőként ítélték meg, a válaszadók 61%-a szerint a helyiek szívesen fogadják a térségbe látogató turistákat. A válaszadók 9%-a számolt be vegyes tapasztalatokról, miszerint a fogadtatás függ a turizmus céljától, és a határtérségben általában kicsit zárkózottabbak az emberek. Ezt is emberfüggőnek ítélték ugyanakkor, inkább az idősebb korosztályba tartozók azok, akik nehezebben veszik fel a kapcsolatot az idegen emberekkel. A válaszadók 30%-a saját tapasztalatai alapján nem tudta megítélni a helyi lakosság vendégszeretetét, mivel célzottan érkeztek, azért, hogy egy-egy túrán vegyenek részt. Így csak arról tudtak beszámolni, hogy a vendéglátók kifejezetten szívélyesek voltak, azonban a helyi lakossággal gyakorlatilag nem kerültek kapcsolatba (63. ábra).

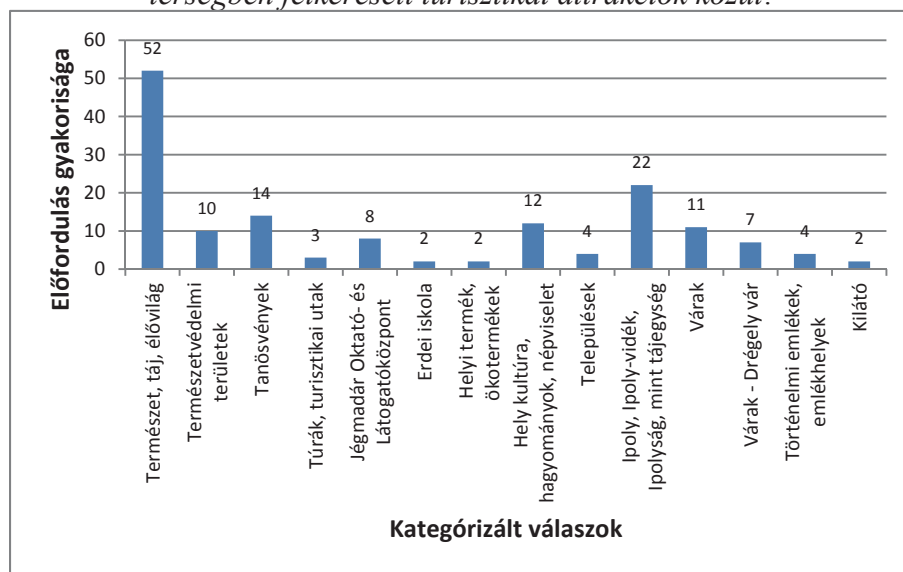
63. ábra: Szívesen fogadja a helyi lakosság az ide látogató turistákat?



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A térségbe látogatók a fő vonzerőként a természeti értékeket jelölték meg. Első helyen általánosságban a természetet, a tájképet, a gazdag élővilágot nevezték meg. A második helyen az Ipoly, illetve az Ipoly-vidéke szerepelt, majd a természeti értékeket bemutató tanösvények, illetve a természetvédelmi területek következtek. A térség kulturális értékei közül a helyi hagyományok és népviselet, a környéken található várak és történelmi emlékhelyek jelentek meg a listában (64. ábra).

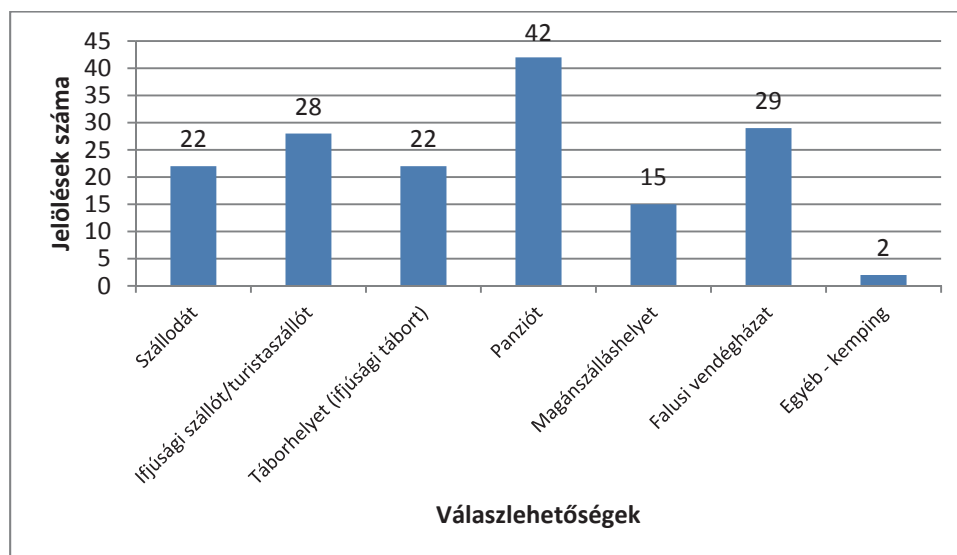
64. ábra: Mi az, amit elsősorban érdekesnek, vonzónak tart az Ön által itt a térségben felkeresett turisztikai attrakciók közül?



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A megkérdezettek körében a panzió volt a legkedveltebb szálláshelytípus. A falusi vendégházak említésszáma is magas volt, ami az ökoturizmusban részt vevő turisták körében talán nem annyira meglepő. A szállodák népszerűségét megelőzték a turistaszállók és azonos számban jelölték meg azokat, mint az ifjúsági táborokat (65. ábra).

65. ábra: Ön leggyakrabban milyen szálláshely-szolgáltatást vesz igénybe?

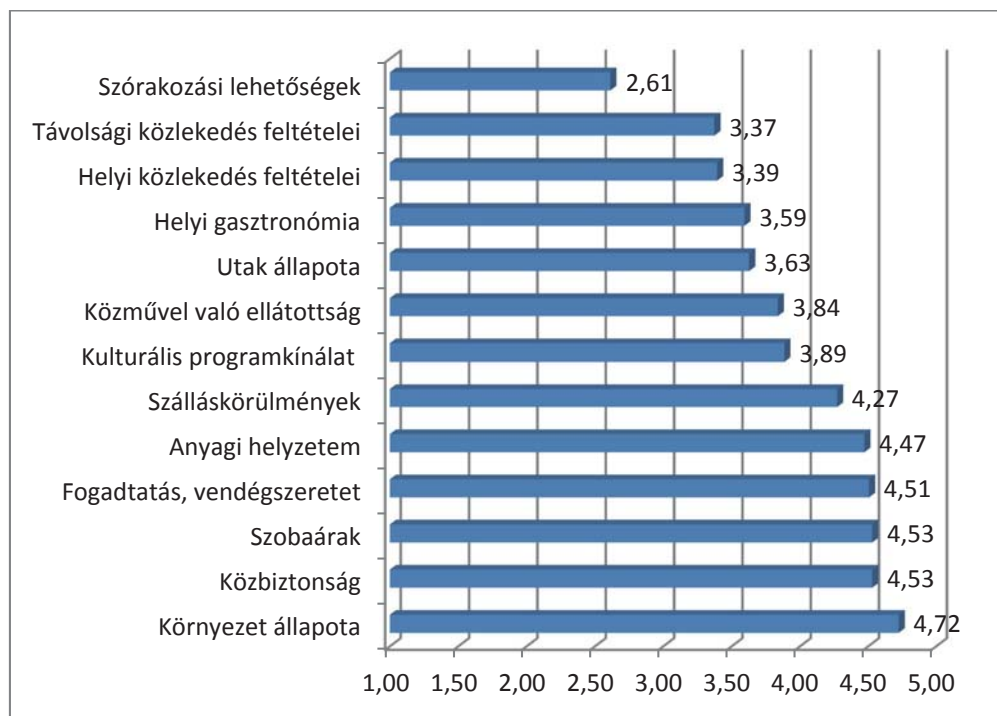


Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A vizsgálatba vont személyek válaszai alapján a vendégeket elsősorban a környezet minősége vonzza a térségbe. 87 válaszadó közül 66 szerint ez nagyon fontos szempont az úti cél megválasztásában, s a leginkább befolyásolja, hogy mennyi időt töltenek el egy térségben. A választási lehetőségekre adott pontszámok átlagértéke alapján a második és harmadik legfontosabb tényező a közbiztonság és a helyiek vendégszeretete, vagyis a turisták semmiképp nem szeretnék, hogy a pihenési idejüket váratlan események, kellemetlen élmények zavarják meg. Ez összességében még a pénzügyi korlátozó tényezőknél (anyagi helyzet, szobaár) is valamivel fontosabb volt. A megközelíthetőség, az utak állapota és a tömegközlekedési szolgáltatások nem tartoznak a meghatározó tényezők közé, az infrastruktúra oldaláról a közművesítettség tekinthető fontosabbnak. A helyi gasztronómia, a térségben hagyományos, azonban a vendégek számára új ízek megismerése a helyi közlekedési viszonyokhoz hasonló pontszámot kapott. A legkevésbé fontos szempontnak a látogatóközpontot felkereső turisták a szórakozási lehetőségeket nevezték meg, ami egyrészt sok esetben összeegyeztethetetlen

is az ökoturizmus helyszíneivel, másfelől a válaszadók többsége kifejezetten szakmai, és nem rekreációs célokkal érkezett (66. ábra).

66. ábra: A térségben eltöltött napok számát befolyásoló tényezők
(a válaszok átlagos pontértéke alapján)



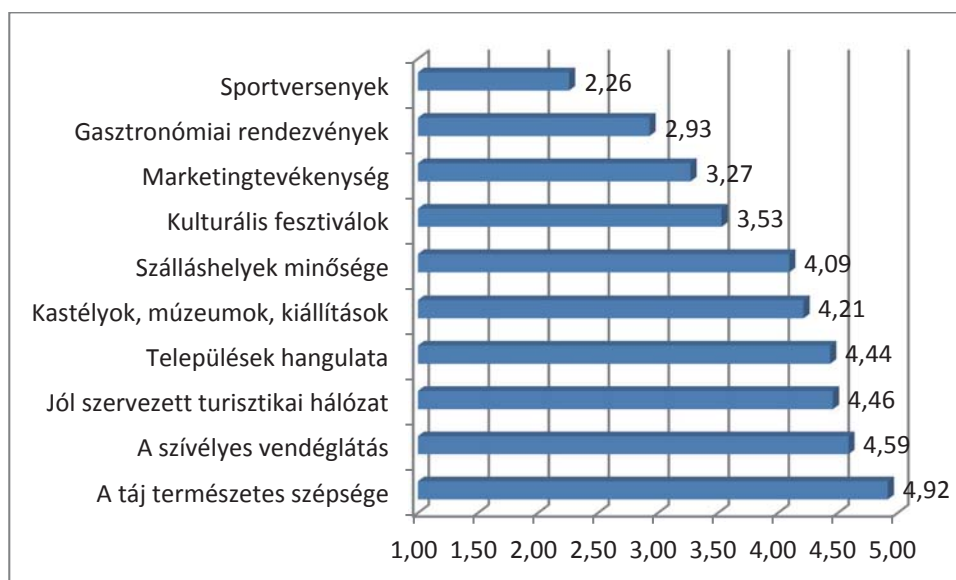
Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A fenti megállapítást támasztja alá az is, hogy a válaszadóknak lehetősége volt egyéb kategóriákat megjelölni, amelyek között a természeti értékek és látnivalók szerepeltek a legnagyobb számban (8 db), és közvetlen összefüggésbe hozható a helyi idegenforgalom meghatározóan ökoturisztikai irányultságával. A turisták lehetőségeit alapvetően befolyásolják az időbeli korlátok, a szabadidő hiánya, ketten jelölték meg, hogy elsősorban hosszú hétvégék alkalmával van lehetőségük felkeresni hasonló turisztikai attrakciókat. Mivel a helyszínen elsősorban a természeti értékek jelentenek nagy vonzerőt, és a vendégek döntéshozatalát is elsősorban a környezetminőség befolyásolja, felmerült, hogy a környék látnivalóit kellően hosszú turistaút-hálózat, tanösvények segítségével ismerhetik-e meg az érdeklődők.

A térség legfőbb vonzerejét egyértelműen a táj természetes szépsége jelenti, azt a válaszadók közül szinte mindenki nagyon fontosnak tartotta, mindössze ketten sorolták a „csak” fontos kategóriába. A helyi lakosok

sajátja a szívélyes vendéglátás, ami a látogatókat nagy eséllyel visszatérésre készítheti. A turisztikai szolgáltatók a vendégek véleménye alapján jól szervezett hálózatba tömörülnek. A települések hangulata jól illeszkedik a környező tájképi elemekhez, és a megkérdezettek több mint felét meg is ragadta. A kulturális vonzerők közül elsősorban a kastélyokat, múzeumokat és állandó kiállításokat értékelik sokra. A térség kulturális fesztiváljai, sportversenyei, egyéb rendezvényei nem keltették fel különösebben a vendégek érdeklődését, a megkérdezettek köre nem ilyen céllal érkezett a látogatóközpontba (67. ábra).

67. ábra: A térség vonzerőinek értékelése (a válaszok átlagos pontértéke alapján)

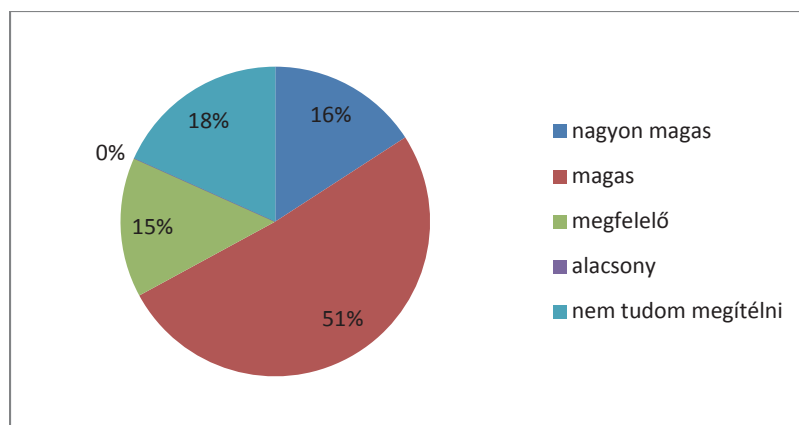


Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

2.2.2 Turisztikai szolgáltatások a fejlesztés helyszínén

A Jégmadár Látogató- és Oktatóközpontot felkereső vendégek kétharmada magas vagy nagyon magas színvonalúnak értékelte a helyben elérhető szolgáltatások minőségét. Olyan véleményt egyetlen válaszadó sem fogalmazott meg, hogy a szolgáltatások színvonala nem felel meg az elvárásoknak. A válaszadók 18%-a feltehetően a kellően széles összehasonlítási alap hiányai miatt nem tudta megítélni a szolgáltatások minőségét a szűkebben vett turisztikai ágban (68. ábra).

68. ábra: Mennyire tartja színvonalasnak a Jégmadár Látogató- és Oktatóközpontban nyújtott szolgáltatásokat?



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

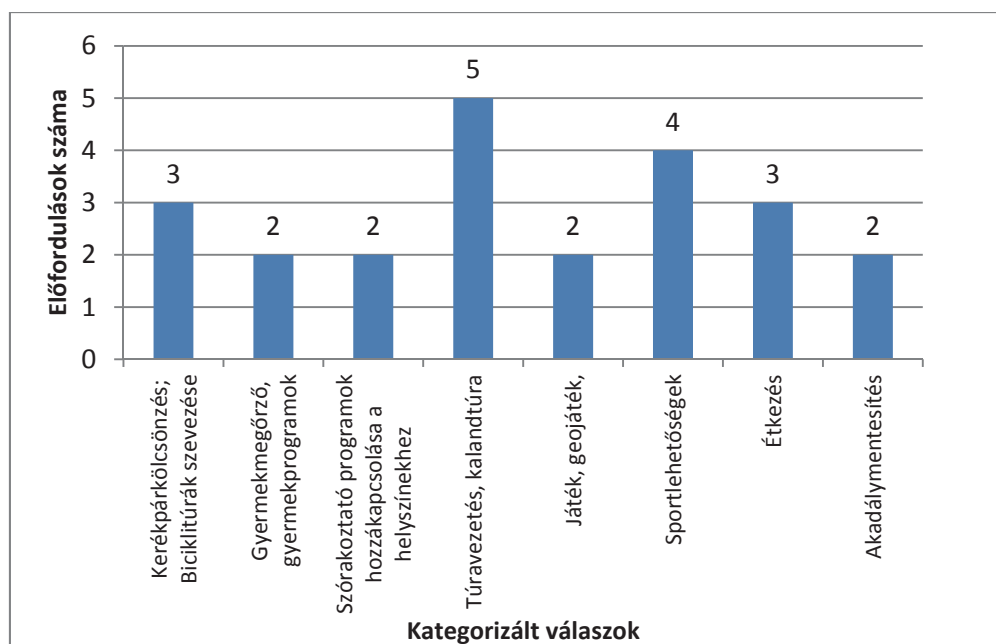
A válaszadók 96%-a azokat a szolgáltatásokat tudta igénybe venni, amelyekre számított, mindössze 4%-uknak volt részleges hiányérzete. A válaszok 46%-a szerint az igénybe vehető szolgáltatások ár-érték aránya megfelelő. Az árszínvonalat senki nem értékelte túlzottnak, azonban ennél a kérdésnél kifejezetten magas volt a bizonytalankodók aránya, mivel a válaszadók 54%-a nem tudta megítélni a látogatóközpont piaci pozícióját ebben a tekintetben.

A látogatók 54%-a úgy gondolta, hogy a helyszínen elérhető szolgáltatáscsomag a térségben teljesen egyedinek tekinthető. A válaszadók 26%-a szerint a szolgáltatások köre jól illeszkedik a helyi természeti és infrastrukturális adottságokhoz, azonban összességében nem tekinthető egyedi kezdeményezésnek. 20%-uk szerint a szolgáltatások egy része széles körben alkalmazott elemekre épül, ugyanakkor egyes szolgáltatások kifejezetten itt jelentek meg először a térségben. Senki nem volt azon a véleményen, hogy az itt elérhető szolgáltatások köre teljesen átlagos lenne.

Nyitott kérdés formájában érdeklődtünk a vendégek körében arról, hogy milyen szolgáltatásokat vennének még szívesen igénybe a helyszínen. Összesen 18-an osztották meg velünk ötleteiket a kérdőíves vizsgálat során. A legtöbben a vezetett túrák körét bővítenék, illetve szívesen vennének részt kalandtúrán, ami a gyermekek érdeklődését még inkább felkeltheti. Négyen javasolták a sportolási lehetőségek bővítését. A térség domborzati és útviszonyai kifejezetten jó lehetőségeket biztosítanak kerékpáros túrák szervezésére is, amit vagy kerékpárkölsönzés, vagy vezetett túrák formájában hárman vettek volna igénybe. A fenti és a további ötletek alapvetően illeszkednek a látogatóközpont profiljához, illetve az utóbbi években bekövetkezett fejlesztéseihez. A Négy Kapu projekt keretében került

sor ugyanis a létesítmény konyhájának a kialakítására és a komplexum egyes részeiben akadálymentesítés is megvalósult (69. ábra).

69. ábra: Milyen szolgáltatásokat venne még igénybe a helyszínen?



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A megkérdezettek részéről további, a látogatóközpont jelenlegi profiljához és tevékenységi köréhez jól illeszkedő ötletek kerültek szóba a szolgáltatások bővítése kapcsán, azonban ezek a javaslatok csak egy-egy válaszadó részéről merültek fel. Ezek között szerepelt egy ökológiai, természetvédelmi szakkönyvtár létesítése, amely témakörben az üzemeltető egyébként jelentős könyvgyűjteménnyel rendelkezik. A térség élővilágának egyes nagyobb érdeklődésre számot tartó képviselőit lehetne a látogatókhoz közelebb hozni egy vadaspark kialakításával, amit azonban már inkább egy másik vállalkozás keretében lehetne megvalósítani. Az Ipoly közelsége a csónak-, kajak-, illetve kenubérlés lehetőségét vetette fel, és ezt alátámasztja, hogy az eseti jelleggel a korábbiakban szervezett vízitúráknak kifejezetten nagy sikere volt. Két további ötlet a vidékfejlesztéshez, a térség gazdálkodóihoz kapcsolódott, miszerint a turisták szívesen vennének részt vezetett túrán a környékbeli ökoturizmusokban, vagy beszélgetnének el a helyi termékeket előállító gazdákkal.

Azt is megkérdeztük a vendéglátóktól, hogy milyen ötleteik lennének a turisztikai szempontból is számottevő helyi értékek eredményesebb kihasználására. Ebben a témában nagyon kevesen vállalkoztak a

válaszadásra, a többség kihagyta a kérdést, vagy a „nem jut eszébe semmi”, „nem tudja” kategóriákat jelölték meg. Magával az épülettel kapcsolatban merült fel ismét az akadálymentesítés, illetve a klimatizálás igénye. Egy válaszadó a reklám- és marketingtevékenységet fokozná, illetve felmerült egy, a látogatóközpont névadójáról, a jégmadárról szóló film elkészítésére és vetítésére vonatkozó igény.

2.3 A Cserhát kapuja – Palóc Ízek Háza

Kozárd község Nógrád megye Pásztói járásában, Budapesttől 80 km-re, Hollókőttől 10 km-re fekszik. A kis cserhádi falu lakosainak száma mindössze 167 fő, azonban az élni akaró közösség az elmúlt években számos eredményt ért el a vidékfejlesztés és különösen a falusi turizmus tárgykörében. A korábban elsősorban a mezőgazdaságra támaszkodó település ezáltal jelentősen kiszélesítette gazdaságának alapjait. A térségi együttműködésekben szintén jelentős szerepet vállal, ezen a településen van a Cserhátalja Vidékfejlesztési Egyesület (LEADER helyi akciócsoport) és a Cserhát-Mátra TDM egyesület központja is.

A falu korszerű út-, járda- és közműhálózattal – kábeltelevízióval, ivóvíz-, gáz- és szennyvízhálózat-rendszerrel, illetve -tisztítóval, internetkapcsolattal – rendelkezik. Esztétikus utcáit és tereit több mint 20 bronz-, fa- és kőszobor, palócmintás faragott hídkorlátok, rendezett patakok, szépen felújított házak, virágos- és fűszerkertek ékesítik. A 2008-tól napjainkig terjedő időszakban több mint 20 fejlesztési projektet valósítottak/valósítanak meg, összesen mintegy félmilliárdos költséggel. A 2010-ben felavatott Palóc Galéria igazi palóc kézművesház, bútorokkal, szöttesekkel, életmódemlékekkel. A 2011-ben nyílt Községi Házban könyvtárat, internetszigetet, mese- és alkotósarkot hoztak létre.

Kozárdon a térségben elsőként ismerték fel a helyi természeti és kulturális értékek és helyi termékek hasznosításának lehetőségét a turizmus segítségével. Ennek köszönhetően 2012-ben a falusi szálláshelyek vendéglátóinak száma a településen 10 volt, ezek férőhelyeinek száma megközelítette a község lakosságszámának felét (80 db). A település kis mérete ellenére a Kelet-Cserhát turizmusának meghatározó szereplője, s szerepet kap annak koordinációjában is. A Pásztói kistérségben a turisztikai forgalmat tekintve a második pozíciót foglalja el, a járás központjától nem sokkal elmaradva, a térségi szállásférőhelyek mintegy negyedével. A település egy főre vetített turisztikai mutatói tehát meglehetősen kedvezően alakulnak, ráadásul az utóbbi években jelentősen bővült a programkínálat, ami további fejlesztések megvalósítását és a térségi kapcsolatok kiterjesztésének lehetőségét vetíti előre.

A faluban a fentieknek megfelelően a turizmus számos ágazatának szolgáltatásai érhetők el. A Kelet-Cserhát Tájvédelmi Körzet természeti értékei és a turistaútvonalak hálózata jó lehetőséget biztosít a természetjáró és ökoturizmus számára. A gasztroturizmus alapját a Turisztikai Nívódíjas (2008) és a „Rozmaring-díjas” (2012) Vadvirág étterem és számos helyi termék képezi. Kozárdon rendszeresen szerveznek hazai és nemzetközi konferenciákat is. A település határában található horgászpartján kalandpark, mellette ökoturisztikai oktatóközpont létesül a közeljövőben.

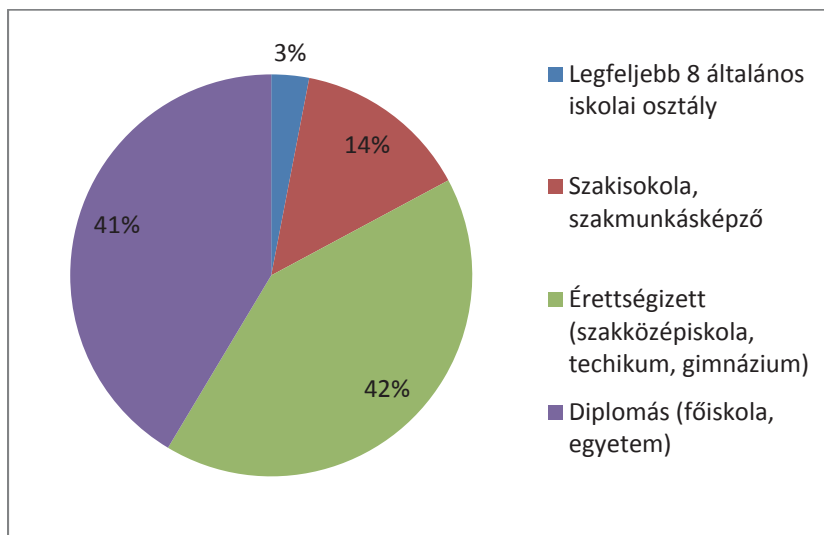
A falu fesztiváljaira évente hozzávetőlegesen 15-16 ezer turista látogat el. A tavaszt a „Kozárdi Húsvét” nyitja, amelyet az április végi Almavirág Fesztivál és a Gazdaünnep követ. Júliusban a „Muzsikál az Erdő” vendégcsalogató koncertje, majd a Palóc Vágta lovasverseny következik. A nagy vendégjárást szeptember közepén a Magyar Ízek fesztivál zárja.

A „Négy Kapu” projekt keretében a Kozárdért Alapítvány a Palóc Ízek Házának kialakítására vállalkozott, amely lehetőséget biztosít a palóc gasztrókultúra értékeinek bemutatására, a helyi ételek és italok megköstölására. Az épület emellett szálláshelyként is funkcionál.

2.3.1 Kérdőíves vizsgálat Kozárd és térségének turizmusáról

Kozárdon kerekén száz kérdőívet töltöttek ki az oda látogató vendégek a 2014 tavaszán lezajlott vizsgálat keretében. A mintát ezen a helyszínen is a nők dominanciája jellemezte, összesen 67 nő és 33 férfi vett részt a kérdőíves felmérésben. A minta a válaszadók életkora alapján relatíve kiegyensúlyozottnak tekinthető, megfelelő számban sikerült fiatal felnőtteket, középkorúakat és nyugdíjasokat is megkérdezni. A legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlás nem volt annyira egyhangú, mint a másik két helyszínen. Igaz, a diplomások és az érettségizettek aránya magasabb a teljes magyar társadalmon belüli részarányuknál, azonban a szakirodalomban fellelhető kutatási tapasztalatok alapján a falusi turizmusban egyértelműen nagyobb számban vesznek részt, mint az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkező csoportok (70. ábra).

70. ábra: A válaszadók legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlása



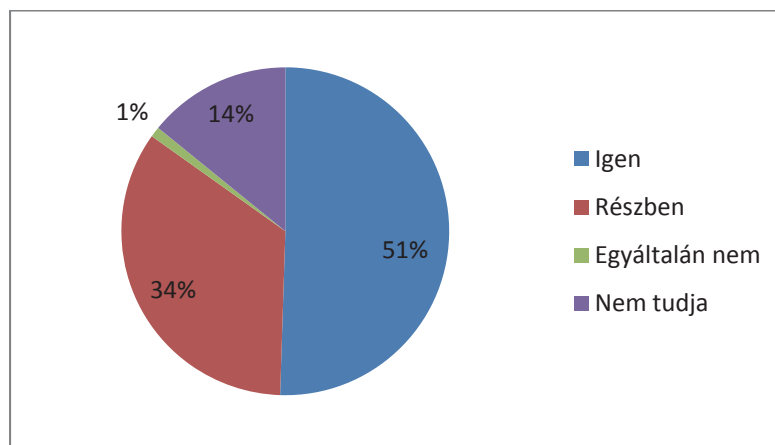
Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A válaszadók foglalkozás szerinti összetétele rendkívül szerteágazó. Szerepeltek közöttük felső- és középvezetők (13 fő), beosztott, vagy szabadfoglalkozású értelmiségiek (25 fő), egyéb szellemi foglalkozásúak (18 fő), egyéni vállalkozók (7 fő), technikusok (4 fő), szakmunkások (8 fő), betanított munkások (2 fő), illetve 11 fő még felső- vagy középfokú tanulmányait folytatta, 10-en pedig már nyugdíjba vonultak.

A térség fejlesztési célkitűzései között a válaszadók fele elsődlegesnek tekinti a turizmust. Nógrád megyében az ipar teljesítménye és foglalkoztatási jelentősége nagymértékben lecsökkent, s az újonnan betelepülő vállalkozásokat is elsősorban a Zagyva-völgyében lehet megtalálni, nem a Cserhát kis- és aprófalvaiban. A piac méretétől, vagyis a lakosságszámtól erősen függő szolgáltatások esetében hasonló a helyzet, azok elsősorban a térségi központokban erősödhetnek meg a jövőben. A vidék elsődleges funkciója tehát a mezőgazdaság és erdőgazdálkodás, ami a válaszadók részéről is felmerült, hiszen 34% azt válaszolta, hogy a turizmus szerepe fontos, de nem kizárólagos. Nógrád megyének az erdősültsége a legmagasabb az országban, ami már önmagában felveti a csendes- és ökoturizmus létjogosultságát. A mezőgazdaság adottságai ugyanakkor a meredek domboldalakon és alacsony aranykorona értékű földterületeken nem igazán kedvezőek, ezek versenyképessége különösen a szántóföldi növénytermesztés esetében elmarad az ország más területei mögött. A helyi termékek előállítása azonban a falusi turizmussal kombinálva már jelentősebb bevétellel szolgálhat a térség lakói számára, hiszen miközben piacot biztosít a termékeknek, a turisztikai vonzerők számát is bővíti. Ennek fényében mindössze egy olyan válaszadó volt, aki nem látott fantáziát a térség turizmusának fejlesztésében (71. ábra).

A megkérdezettek közül 24-en szóvegesen is kifejtették, hogy mivel indokolják a válaszukat a turizmus fejlesztésével kapcsolatban. Azok, akik egyetértenek azzal, hogy a térség fő kitörési lehetősége az idegenforgalomban rejlik, nagyjából (10 fő) arra hivatkoztak, hogy az ágazat számára adottak a fejlődés feltételei (tájkép, természeti értékek, kulturális örökség, gasztronómia). Egy kevésbé optimista válaszadói csoport pedig úgy vélekedett, hogy más számottevő fejlesztésre nincs kilátás a térségben. Hárman a turizmus munkahelyteremtésben játszott szerepét is megemlítették. A turizmus mellett elsősorban az agrárszféra fejlesztése merült fel, főként az idősebb korosztály körében, az ipart pedig csak egy személy említette meg a mezőgazdaság mellett.

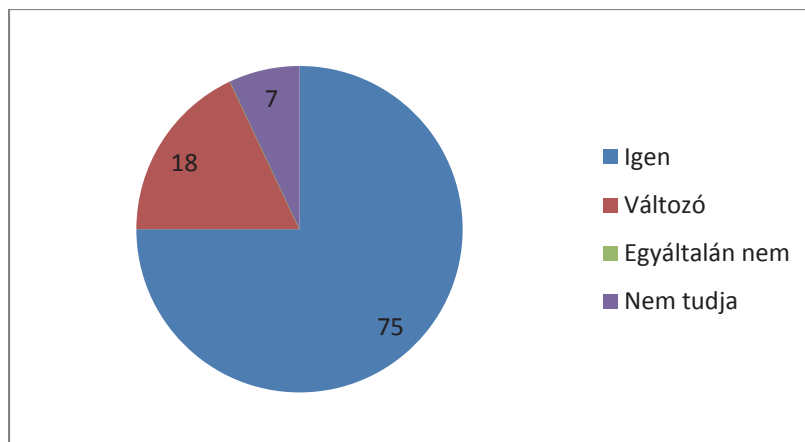
71. ábra: Egyetért-e azzal, hogy a térség fő kitörési lehetősége az idegenforgalom és annak fejlesztése lehet?



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A helyi lakosok többsége már felismerte a turizmus jelentőségét, így egyre pozitívabb az idegenekkel szembeni attitűdje. A megkérdezett vendégek háromnegyede is úgy látta, hogy a helyi lakosság kifejezetten vendégszerető. 18%-uknak változóak a tapasztalatai (72. ábra). Természetesen az egyes emberek között jelentős különbségek adódhatnak, azonban megfigyelhetők tendenciák. Általánosságban az idős emberek és az alacsony műveltségű csoportok azok, akik nehezebben fogadják el az idegeneket. Érdekes, hogy évszakok szerinti különbségeket is megemlítettek, miszerint nyáron az emberek sokkal nyitottabbak, mint a téli időszakban.

72. ábra: Szívesen fogadja a helyi lakosság az idelátogató turistákat (a válaszadók száma, fő)?

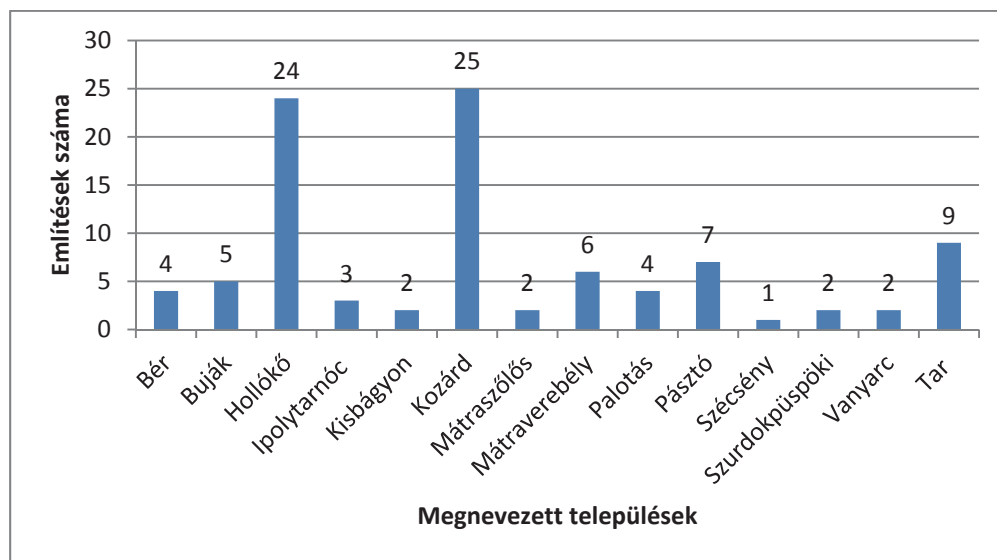


Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A térségben felkereshető, vonzónak tartott turisztikai attrakciókra vonatkozó kérdést a válaszadók különbözőképpen értelmezték. Voltak, akik csak településekben gondolkodtak, míg mások a településekhez köthető konkrét vonzerőket sorolták fel. A vendégek egy csoportjának kifejezetten csak Kozárdhoz kapcsolódóan voltak ismeretei, így helyi értékeket neveztek csak meg.

A térség települései közül országosan egyértelműen Hollókő a legismertebb, ugyanakkor köszönhetően annak, hogy a felmérés Kozárdon történt, magát a települést is sokan nevezték meg. Ez azonban nem alaptalan, hiszen az utóbbi években jelentős fejlődésen esett át a település turisztikai kínálata, ami az attrakciókra és a falusi vendégházakra egyaránt értendő. Érdekes, hogy a Mátra peremén elhelyezkedő Tar községet többen említették meg, mint a szomszédos cserhádi településeket, vagy éppen a térség központját, Pásztót. Több válaszadó nevezte meg Mátraverebélyt is, amelynek Szentkút településrészén jelenleg zajlik egy nagyszabású vallásturisztikai beruházás (73. ábra).

73. ábra: Mi az, amit elsősorban vonzónak tart az Ön által itt a térségben felkeresett turisztikai attrakciók közül? – Megnevezett települések

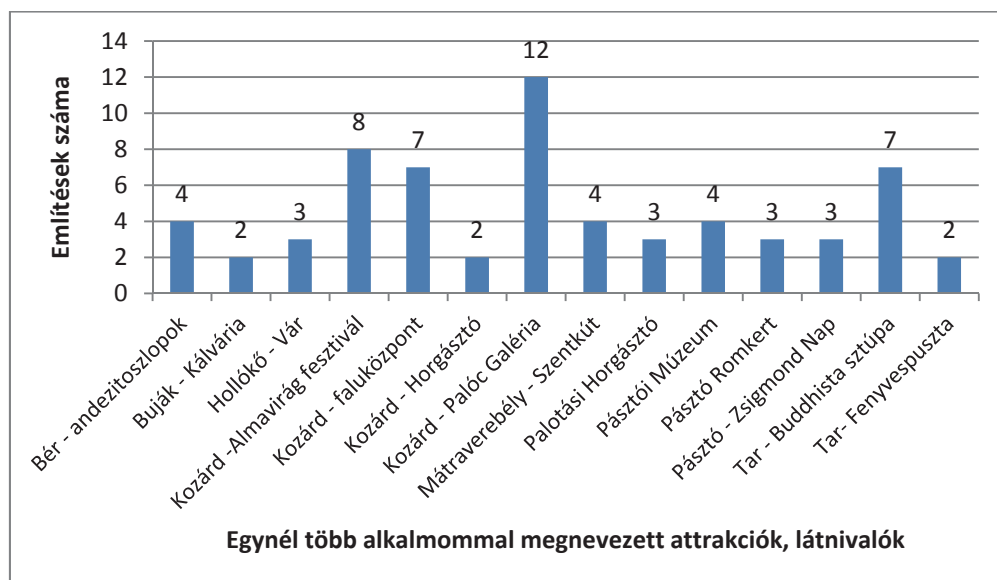


Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A konkrét turisztikai attrakciók között a legnagyobb számban a kozárdi helyszínek szerepelnek. A legtöbben a Palóc Galériát, majd az Almavirág fesztivált említették, emellett azonban a megújult faluközpontot és a halastavat is többen megnevezték. Érdekes módon Hollókő Ófalu részét,

amely 1987 óta szerepel az UNESCO kulturális és természeti világörökség listáján, a válaszadók nem kezelték külön attrakcióként, hanem magát a települést nevezték meg, a hollókői várat ugyanakkor elkülönítve kezelték. Relatíve sokan (7 fő) nevezték meg a térség különlegességének számító buddhista sztúpát Taron (74. ábra).

74. ábra: A legvonzóbb turisztikai attrakciók



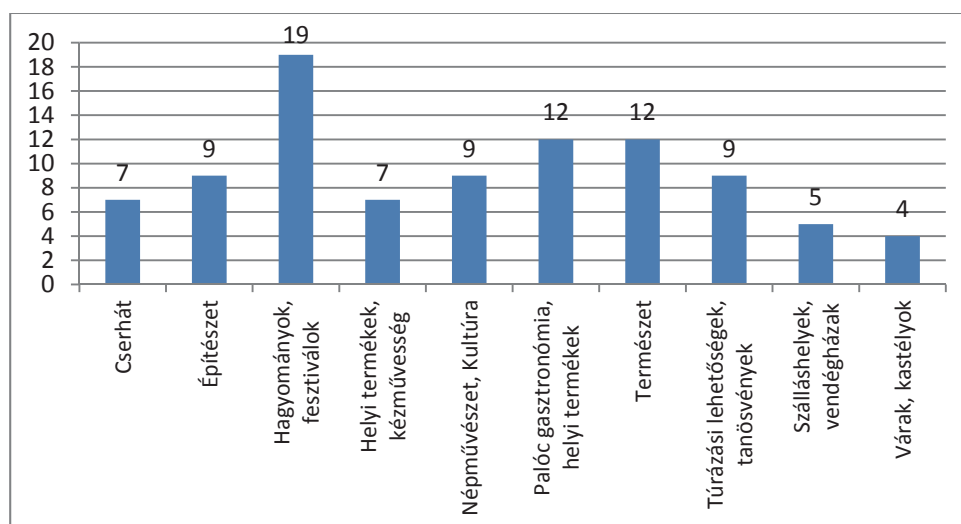
Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A válaszoknak egy jelentős része nem konkrét, hanem általánosan megfogalmazott értékeket, vonzerőket foglalt magában, ezeket külön csoportosítottuk és értékeltük. A feladat nem is volt annyira egyszerű, hiszen a nyitott kérdésre adott válaszokban többféleképpen fogalmazták meg a természeti vagy kulturális értékek jelentőségét. Nagyfokú körültekintésünk ellenére születtek egymást részben átfedő kategóriák, pl. a természeti értékek és a túrázási lehetőségek is egyértelműen a Cserháthoz köthetők. A hagyományok és a kulturális fesztiválok ezen a helyszínen megelőzték a természeti értékeket, ezzel is alátámasztva, hogy az egyes desztinációk kínálatának kialakításakor mennyire hangsúlyosan kezelendők a megcélzott célcsoportok igényei (75. ábra).

A kozárdi helyszín eltérő vendégkörét jól mutatja a legszívesebben igénybe vett szálláshely-szolgáltatás típusok köre is. Az iskolás csoportok és a kifejezetten szakmai céllal érkezők jelentősége itt sokkal kisebb, míg a hagyományos családi utazásoké jóval nagyobb. A település adottságaihoz, illetve infrastrukturális háttéréhez jól illeszkedik, hogy a megkérdezettek elsősorban a falusi vendégházakat részesítik előnyben, amelyeket mindössze

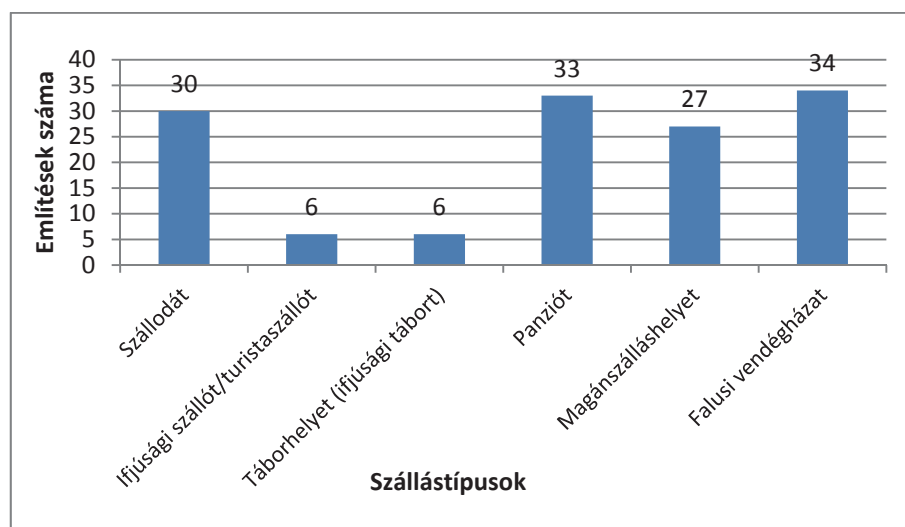
egy említésszám-lemaradással követnek a panziók. A falusi turizmusnak fontos eleme lehet, hogy a település sajátos miliójében száll meg az ember, és nem egy városi szállodából látogatja körbe a környéken található látnivalókat. A térség egyébként sem bővelkedik szállodákban, a „tömegesebb” turizmust a Magas-Mátra területe vonzotta el a Cserhát keleti részétől. Az ifjúsági szállók, táborhelyek a válaszadók körében egyáltalán nem örvendtek nagy népszerűségnek (76. ábra).

75. ábra: Általánosan megnevezett turisztikai vonzerők (említések száma, db)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

76. ábra: Ön leggyakrabban milyen szálláshely-szolgáltatást vesz igénybe?



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A térségben eltöltött idő hosszát befolyásoló tényezőket a válaszadók 1-től 5-ig terjedő skálán értékelték, az iskolai osztályzatok esetében megszokott módon. Az átlagos pontértékeket figyelembe véve a legfontosabbnak a szálláskörülményeket ítélték (4,66), ezt a válaszadók kétharmada nagyon fontosnak, további egynegyede fontosnak tartotta. A másik két vizsgált helyszínhez képest a környezet állapotát és a közbiztonságot itt kevésbé tartották fontos szempontnak a válaszadók, ami részben az igazi vidéki turizmus háborítatlan nyugalmaival, másrészt az abban résztvevők összetételével is magyarázható. A válaszadók anyagi helyzete, illetve a szállásslátogatás árszínvonala a 2. és 3. helyre kerültek ebben a rangsorban, egyaránt magas – 4,5 feletti – pontátlaggal. A fogadtatás és a vendégszeretet a 4. helyet foglalja el, ezt a tényezőt a vizsgált térségben alapvetően pozitívan értékelték a vendégek.

A helyi gasztronómia a vártnál talán magasabb pontszámot kapott, mert bár egyre fontosabb vonzerővé válik az utóbbi években a lokális értékek és köztük a helyi ízek megismerése az utazások során, a döntéshozatalban viszont nem szokott ennyire előkelő pozíciót elfoglalni. Az eredményhez az is hozzájárulhatott, hogy Kozárdon kifejezetten nagy hangsúlyt fektetnek a gasztronómiai értékek bemutatására az attrakciófejlesztésben, és a friss élmények valamelyest hatással vannak a kérdőívet kitöltők aktuális véleménynyilvánítására (77. ábra).

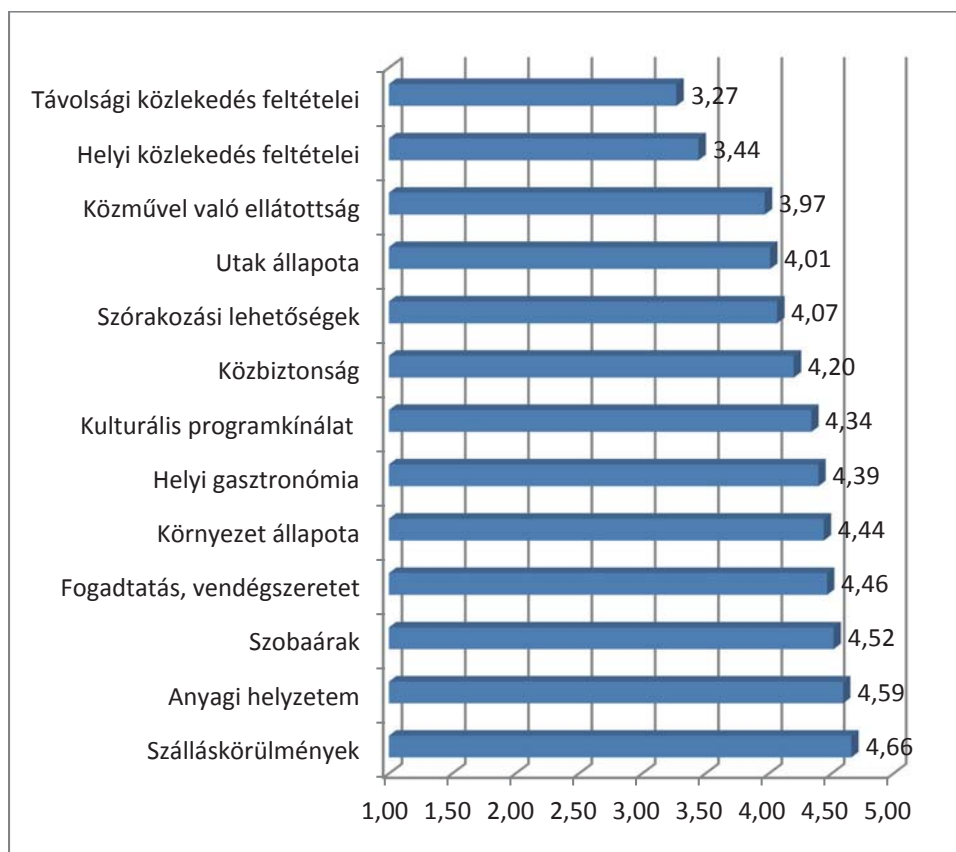
A szórakozási lehetőségek a közbiztonság kérdésével közel azonos pontszámot kaptak, a kulturális programkínálat pedig meg is előzte azt. Visszaulva a vizsgálat helyszínére, a szórakozási lehetőségek alatt feltehetően nem diszkóra, éjszakai bárokra gondoltak a válaszadók, hanem a vidéki térségekben is elérhető és autentikus programokra.

Az infrastruktúrális feltételeket, az utak állapotát és a tömegközlekedés színvonalát összességében sokkal kevésbé fontosnak tartották a válaszadók, ugyanakkor ezek a szempontok voltak a leginkább megosztóak a pontszámok szórásvizsgálata alapján. A tömegközlekedés esetében ez könnyen magyarázható, hiszen ez elsősorban azoknak fontos, akik személygépkocsi hiányában nyaralások, kirándulások alatt is rá vannak utalva. Általánosságban feltételezhetnénk, hogy az infrastruktúrális akadályok, a kedvezőtlenebb elérhetőségi mutatók a falusi turizmus iránt érdeklődőket eleve kevésbé zavarhatják, illetve elfogadják, hogy a periférikusabb fekvésű vidéki településeken rosszabb az utak minősége, illetve nem olyan mértékben kiépítettek a közművek. Kozárd esetében azonban ez nem így van, hiszen a térségen belül a település elérhetősége is kedvezően alakul, és a közművesítettség mértéke is átlag feletti (lásd fentebb).

A térség legnagyobb értékének a kozárdi vendégek is a táj természetes szépségét nevezték meg. A válaszadók elsősorban nem attrakciókban gondolkodtak, hanem a minőségi időtöltés feltételeit keresték, amelyben

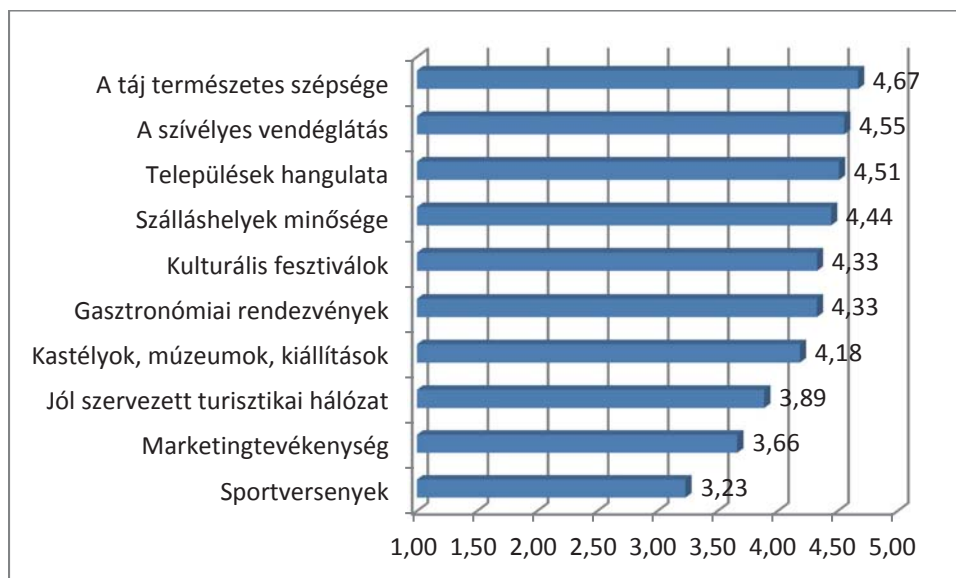
fontos szerepet kapott a helyi lakosság vendégszeretete, a palóc falvak hangulata és a falusi szálláshelyek minősége (4.4 feletti pontértékek). A menedzsment szervezetek reklámtevékenységét a többség nem értékelte jelentősnek a térségbe érkezése kapcsán (78. ábra).

77. ábra: A térségben eltöltött napok számát befolyásoló tényezők
(a válaszok átlagos pontértéke alapján)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

78. ábra: A térség vonzerőinek értékelése (a válaszok átlagos pontértéke alapján)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

2.3.2. Turisztikai szolgáltatások a fejlesztés helyszínén

Megkérdeztük a Kozárdra látogató vendégeket, hogy mennyire tartják színvonalasnak a falusi szálláshelyek és a településen elérhető turisztikai programszolgáltatások színvonalát. Összességében egy igen pozitív kép bontakozott ki az ágazattal kapcsolatban, mivel a válaszadók 21%-a úgy gondolta, hogy a saját kategóriájukban a szolgáltatások színvonala nagyon magas, további 34%-uk szerint pedig magas. A legnagyobb, 42%-os részarányt képviselők megítélése alapján bár a színvonal nem tekinthető kimagaslónak, teljes mértékben megfelel a falusi turizmusban résztvevő turisták elvárásainak. Mindössze ketten gondolták úgy, hogy a szolgáltatások elmaradtak az általuk előzetesen megfogalmazott kívánalmaktól.

A vendégek 71%-a a turisztikai szolgáltatások körével is elégedett volt, úgy érzik, hogy a településen elérhető programkínálat jól lefedi a falusi és agroturizmus főbb területeit a kulturális rendezvények, a gasztronómia és a természetjárás területén egyaránt. A megkérdezettek 28%-ának volt bizonyos hiányérzete az igénybe vehető szolgáltatások körét illetően, ami részben annak is betudható, hogy nem a falusi turizmus megközelítésmódjának megfelelően fogalmazták meg azokat. Egy olyan válaszadó volt, aki teljesen más elképzelésekkel érkezett a helyszínre, mint amit aztán megtapasztalt.

A válaszadók 27%-ának tapasztalatai szerint a Kozárdon elérhető falusi szolgáltatások köre összességében egyedinek tekinthető, míg 40%-uk szerint

jól tükrözi a falusi turizmus szemléletmódját, azonban összességben átlagosnak tekinthető, míg 31% csak egyes elemeit ítéli egyediek.

A szolgáltatások ára a vendégek 75%-a szerint teljes mértékben arányban áll azok tartalmával és minőségével, illetve az elvárásoknál is kedvezőbben alakul. A válaszadók 18%-a – talán azok egyedisége okán is – nem tudta megítélni a szolgáltatások és az árszínvonal összhangjának mértékét. Heten válaszolták azt, hogy az árak és a szolgáltatások értéke nem megfelelően aránylik egymáshoz.

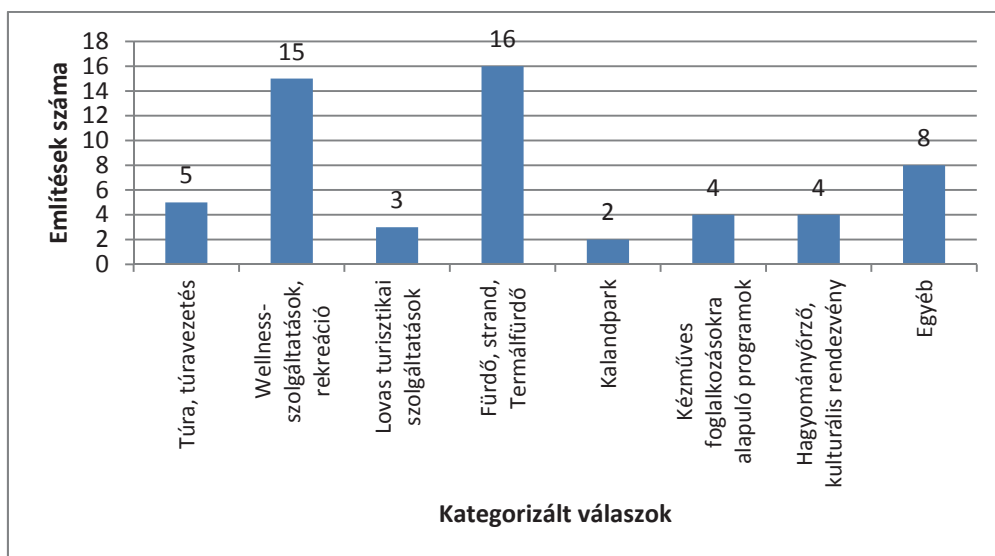
A vizsgálatba vont száz látogató összesen 61 javaslatot fogalmazott meg a turisztikai szolgáltatások körének bővítésére vonatkozóan. A legtöbben egyértelműen a fürdési lehetőségeket, valamint a wellness- és rekreációs szolgáltatásokat hiányolták, vagyis nem kifejezetten a falusi turizmus palettáját szerették volna szélesíteni, hanem a mai magyar turizmus fő fejlesztési területeit jelölték meg. Nagyobb léptékű fürdő- és gyógyturizmus kialakítása nem egyeztethető össze a Kozárdhoz hasonló méretű kistelepülések számára rendelkezésre álló erőforrásokkal, különösen akkor, ha nincsenek ezen a téren kiemelkedő adottságaik. A gyógy- és fürdőturizmus területén a jövőben is Pásztó maradhat központi szerepben a térségen belül, ugyanakkor a wellness-szolgáltatások egy részének kiépítése (pl. szauna, masszázsmedence stb.) a szolgáltatásfejlesztés fontos eleme lehet Kozárd egészségét tekintve, természetesen nem minden vendégházat érintően.

A szolgáltatások körének bővítésére vonatkozó többi javaslat – talán a kalandparkot leszámítva – alapvetően jól illeszkedik a település turisztikai profiljához, azonban a község kis méretéből is adódóan egy részük folyamatos üzemeltetéséhez nem biztos, hogy rendelkezésre áll a megfelelő nagyságú vendégkör (79. ábra). Inkább nagyobb létszámú csoportok érkezésekor, illetve a települési fesztiválok alkalmával nyílhat lehetőség a turisztikai szolgáltatások körének célirányos kiszélesítésére (pl. túravezetés, kézműves szolgáltatások).

A vizsgálatban résztvevőknek lehetősége volt arra vonatkozóan is ötleteket megfogalmazni, hogy mit csinálnak másként, ha ők lehetnének a helyi turisztikai erőforrások gazdái. A 40 javaslat közel fele kifejezetten a menedzsment oldaláról közelítette meg a kérdést, és fokozottabb marketingtevékenységet, illetve a térség önkormányzatainak és turisztikai szolgáltatóinak az összefogását sürgette. Ez teljes mértékben összhangban van az országban tapasztalható trendekkel és a térség településföldrajzi adottságaival is. A turisztikai desztináció menedzsment szereplői egyre jelentősebb szerepet vállalnak fel az ágazat szervezésében, a térséget lefedő Cserhát-Mátra TDM irodája pedig éppen Kozárdon található. A falusi turizmus számára kiváló adottságokkal rendelkező kistelepülések mérete és a turisztikai szolgáltatások jellege feltételezi, hogy a szolgáltatók döntő többsége a kisebb méretkategóriába tartozik, ami még inkább megköveteli

egy jól funkcionáló együttműködési háló kiépítését. A folyamat alapvetően jó úton jár a térségben, azonban a látogatók a továbbiakban még inkább ráerősítenének a turizmusfejlesztésnek erre a szegmensére.

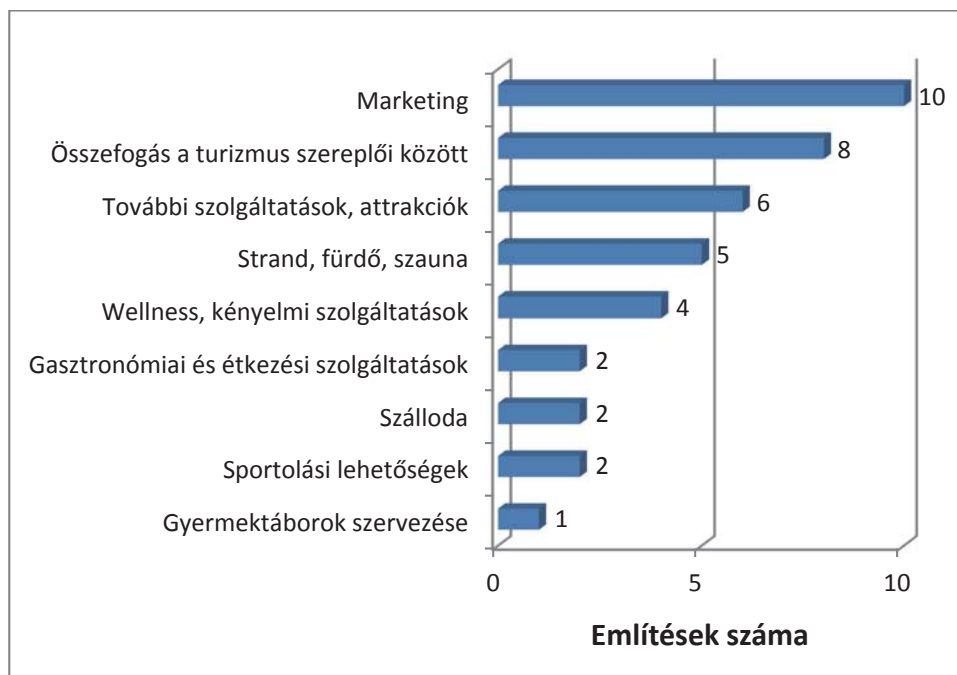
79. ábra: Milyen szolgáltatásokat venne még igénybe a helyszínen?



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

A javaslatok egy része a jelenlegi szolgáltatási kör kiszélesítésére vonatkozik (pl. étkezési, sportolási lehetőségek), egy másik csoportja azonban kifejezetten a tömegturizmusban tapasztalható irányvonalakat veti fel (pl. szálloda, gyógyfürdő), ami távol áll a település, illetve a térség jelenlegi turisztikai karakterétől és az erőforrásokhoz jól illeszkedő fejlesztési irányvonalától (80. ábra).

80. ábra: Ha ön lenne a gazdája a helyi értékeknek, mit csinálna másként?



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés (2014).

2.4 Összegzés

A kérdőíves vizsgálatok eredményei alapján megállapítható, hogy a kismarosi és ipolysági, elsősorban ökoturisztikai specifikációval jellemezhető létesítmények látogatói jól körülhatárolható társadalmi-szakmai csoportokhoz tartoznak. A Kismagos Környezeti Nevelési és Ökoturisztikai Központban a vendégek döntő többsége kiskorú iskolás, illetve az őket kísérő pedagógusok közül kerül ki. A Jégmadár Látogató Központban olyan szempontból hasonló a helyzet, hogy a felnőtt korosztályból szintén a diplomás nők aránya a legmagasabb, akik ökológiai, természetvédelmi kérdések iránt érdeklődnek, illetve ezek szakértőinek minősülnek. A kozárdi látogatók esetében már sokkal vegyesebb a kép, mivel a településen a falusi turizmus szolgáltatásainak széles körét tudják biztosítani (vagyis jóval szélesebb a megcélzott vendégkör), azonban pl. a diplomások részaránya ezen a helyszínen is átlag feletti.

A turizmus fejlesztését mindhárom, a jelenlegi projekt által érintett térségben elsődlegesnek találták a válaszadók. A legtöbben emellett a mezőgazdaság fejlesztésének fontosságát emelték ki a rurális területeken, ugyanakkor az ágazat a helyi termékek előállításával a falusi és ökoturizmust is támogathatja, miközben az idegenforgalom piacot biztosít a helyi gazdálkodók számára. Olyan válaszadók csak elvétve akadtak, akik nem láttak fantáziát a turizmus további fejlesztésében, a helyi erőforrások turisztikai szempontú hasznosításában. Mindhárom létesítmény környezetében számos turisztikai attrakció helyezkedik el, amelyek között egyre inkább meghatározó szereplők a jelenlegi fejlesztések megvalósítói is.

A három érintett térségben a lakosság mindinkább elfogadja a turisták jelenlétét, akik nagyra értékelik a helyiek vendégszeretetét. Kedvezőtlen példák ezen a téren csak elvétve fordulnak elő, elsősorban az öregek körében, akik visszahúzódnak, illetve sokszor nem rendelkeznek pontos információkkal az újszerű szolgáltatások tartalmával kapcsolatban. Érdekes összefüggésre hívták fel a figyelmet a válaszadók, miszerint a helyi lakosok vendégszeretete sok esetben évszakonként változó, és elsősorban nyáron nyitottak a turisták érkezésére.

A falusi és ökoturizmus résztvevőiről elmondható, hogy a szálláshelyválasztásban nem feltétlenül a legkényelmesebb szállodai ellátást favorizálják, a falusi vendégházak és a magánszálláshelyek népszerűsége (igazodva egyébként az elérhető kínálathoz) a válaszok tanúsága szerint sok esetben magasabb. Így mondhatni a meglátogatott attrakciók és a szálláshelyek gondolatvilága közel áll egymáshoz.

A vizsgált térségek felkeresésekor a döntéshozatalban a válaszadókat elsősorban a környezet állapota, a tiszta levegő és az idilli tájkép befolyásolta. A konkrét attrakciók általában kevésbé játszottak fontos

szerepet, egy többnapos út esetén inkább előtérbe kerül a biztonság, a vendégszeretet kérdése. A szórakozási lehetőségek (részben a minták fentebb ismertetett torzító hatása miatt is) kevésbé motiválták a vendégeket, míg a gasztronómia egyedül Kozárdon kapott nagyobb hangsúlyt a válaszadók részéről.

A vendégek összességében széleskörű és magas színvonalú szolgáltatást kaptak a pénzükért cserébe. A többség egyedinek értékelte az egyes helyszíneken összeállított programcsomagot. Fejlesztési javaslataik nagyjából olyan új szolgáltatások bevezetésére terjedtek ki, amelyek kialakítása vagy már jelenleg is folyik, vagy a közeli jövőben tervezik azok megvalósítását. A felvetések másik része ugyanakkor erőn felüli, illetve a létesítmények jelenlegi szerepkörétől jelentősen eltérő funkciójú beruházásokat javasolt. Az eredményesebb működés érdekében a turisták a marketingtevékenység fokozását és az együttműködési háló kiszélesítését javasolták.

Irodalom

- Aubert A. (2011): Turizmus-menedzsment. Pécsi Tudományegyetem (e-book).
- Baráz Cs. (szerk.) (2011): A Mátrai Tájvédelmi Körzet monográfia – Heves és Nógrád határán. Bükki Nemzeti Park Igazgatóság, Eger, 431 p.
- Bognár L. (2005): Az idegenforgalom hazai és nemzetközi vonatkozásai. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 382 p.
- Czene Zs.-Riczy J. (szerk.) (2010): Helyi gazdaságfejlesztés. Ötletadó megoldások, jó gyakorlatok. Területfejlesztési Füzetek 2. NFM-NGM, Budapest, 192 p.
- Csapó J. (2009): Az Európai Unió turizmusának térbeli folyamatai és trendjei (egyetemi jegyzet). Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet, Pécs, 143 p.
- Dávid L.-Jancsik A.-Rácz T. (2007): Turisztikai erőforrások: a természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, 189 p.
- Dávid L.-Tóth G. (2009): A turizmus szerepe a Mátravidéken. = Gazdálkodás. 53. évfolyam, 5. szám, pp. 460-464.
- Dely-Gray Zsuzsa-Árva László (2010): Turizmusmarketing esettanulmányok. Akadémiai Kiadó, Budapest, 234 p.
- Fehér I.-Kóródi M. (2008): A vidéki turizmus fejlesztése. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 196 p.
- Helmecci I. N.-Kóczyán G.(2011): A helyi pénznek nevezett utalványokról. MNB Szemle 4.30-43 p.
- Hideg, É.-Tózsai,I.(szerk): Jövőföldrajz. A hazai gazdasági fejlődés területi és települési aspektusai a jelenben és a jövőben. Corvinus Egyetem. Budapest, 2014. 184. és 188-189. p.
- Horváth L.-Földessy M.-Petercsák T. (1998): Mátraalja. Magyarország kistérségei 9/4. CEBA Kiadó, Budapest, 173 p.
- Jancsó, E.(2013): Helyi pénzek. Tanulmány. Vidékfejlesztési Minisztérium-HUMUSZ Szövetség, Budapest.3-8p.
- Jandala Cs. (1994): A turizmus integrált tervezése. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 117 p.
- Kennedy, M. (2012): Auf dem Weg zu komplementären Geldsystemen. www.margitkennedy.de.
- Király J. (2006): Kommunikáció az idegenforgalomban. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző, Budapest, 128 p.
- Koncz G. (2013): Együttműködések a falusi turizmusban a helyi erőforrások jobb hasznosítása érdekében. In: (Szerk.: Dinya L.–Némethy S.–Nyíri A.) Zöld innovációk a Károly Róbert Főiskolán. Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, pp. 85-88.

Koncz G.–Nagyné Demeter D. (2013): Helyi termékek szerepe a Mátraalja turizmusában In: (Szerk.: Dinya L.–Némethy S.–Nyíri A.) Zöld innovációk a Károly Róbert Főiskolán. Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, pp. 97-100.

Koncz G.–Nagyné Demeter D. (2014): Az elérhetőség szerepe a mátrai szálláshely szolgáltatások fejlesztésében. In: Az átalakuló, alkalmazkodó mezőgazdaság és vidék. - XIV. Nemzetközi Tudományos Napok publikációi (Szerk.: Takácsné György Katalin). Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, pp. 833-842.

Kulcsár T. (2006): Falusi turizmus ismeretek (a falusi vendéglátás tankönyve). B+V, Budapest, 269 p.

Lengyel M. [szerk.] (2008): TDM működési kézikönyv. Készült az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága megbízásából. Heller Farkas Főiskola, Budapest, 212 p.

KSH (2012): Jelentés a turizmus 2011. évi teljesítményéről. 158 p. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/jeltur11.pdf>

Lénárt J. (1978): Mátra útikalauz. Medicina Kiadó, Budapest, 310 p.

Liteataer, B.(2001): The future of money: Creating new Wealth, Work and Wise World. Random House, London. 384p.

Liteataer, B.-Hallsimth, G. (2011): Creating Wealth: Growing local economies with local currencies. In: New society Publisher, Gabriola Island. 288p.

Martignoni, J (2012): A New apporachto a typology of Complementary currencies. In: Jorurnal of Community Currency Research.16.A. 1-17p.

Mezei, C. (2006): A helyi gazdaságfejlesztés fogalmi meghatározása. Tér és Társadalom. XX. évf. 2006/ 4. 93p.

Michalkó G. (2010): Boldogító utazás: a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai. MTA FKI, Budapest, 119 p.

Michalkó G. (2011): Magyarország modern turizmusföldrajza. Dialóg Campus, Pécs, 288 p.

Nagyné Demeter D.-Koncz G. (2013): Helyi erőforrások turisztikai célú hasznosításának lehetőségei a Mátrában, a „Mátrapont” szolgáltató központ példáján keresztül. = DETUROPE (The Central European Journal of Tourism and Regional Development), Volume 5, Issue 2, 2013, pp. 25-36.

Nemzetgazdasági Minisztérium (2011): Turizmusfejlesztési stratégia (szakmai vitairat), 51 p.

Papp Zs. (2012): A turisztikai desztinációk versenyképessége – hogyan mérjük? Modellek és módszerek áttekintése. In: Bajmócy Z.–Lengyel I.– Málovics Gy. (szerk.): Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság. JATEPress, Szeged, 225-238. o.

Péter Zs. (2007): Hálózat és klaszterszervezési gyakorlatok: turizmus. Miskolci Egyetem, Miskolc, 57 p.

Piskóti I. (szerk.) (2006): Észak-Magyarország Régió Turizmusfejlesztési stratégiája 2007-13. RMC Regionális Marketing Centrum Kft. Miskolc, 117 p.

- Piskóti I. – Dankó L. – Helmut, S (2002): Régió- és településmarketing, Complex Kiadó, Budapest.
- Poria, Y, Butler, R and Airey, D (2004) Links Between Tourists, Heritage, and Reasons for Visiting Heritage Sites. = Journal of Travel Research, 43 (1), pp.19 - 28.
- Pusztai B. (2003): Megalkotott hagyományok és falusi turizmus. A pusztamérgesi eset. JATEPress, Szeged, 232 p.
- Rösl, G(2006): Regional currencies in germany-local competition for the Euro? Deutsche Bundesbank Discussion Paper No. 43./2006.45p.
- Shröder, R.F.H.(2006): Community exchange and trading systems in Germany. In: Journal of Community Currency Research 10. 24-42p.
- Szabó M.-Erdei F. (2012): Vidékfejlesztési támogatás, a hagyományörzés eszköze? = A FALU, XXVII. évf. 4. sz., pp. 17-26.
- Tóth B. I. (2014): A helyi pénzek gazdasági hatása és jövője. In: Jövőföldrajz (Szerk.: Jeney L.- Hideg É. – Tózsá I.). BCE, Budapest, pp. 179-195.
- Varga A. T.-Vercseg I. (1998): Közösségfejlesztés. Magyar Művelődési Intézet, Budapest, 294 p.
- Viant K. (szerk.) (2001): Szabadidős programok a falusi turizmusban. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 185 p.

Mellékletek

1. sz. melléklet:

A hagyományőrző csoportok vizsgálatánál alkalmazott kérdéssor:

1. Név:

2. Csoport létszáma (fő):

3. Település:

4. Válaszadó, kapcsolattartó elérhetősége:
.....
.....

5. Mióta működik a Hagyományőrző csoport?

6. Mi a csoport fő profilja, tevékenységi köre?
.....
.....
.....

7. Milyen rendezvényeken, eseményeken vállal a csoport szereplést?
.....
.....
.....

8. A fellépésekért kérnek-e tiszteletdíjat? Mitől függ annak nagysága?
.....

9. Van-e a fellépésnek időszakos korlátja? (pl.: mezőgazdasági aktivitás)
.....

10. Rendezvény helyszínére történő eljutást önállóan meg tudják-e oldani? (saját busz, gépkocsi, saját költség)
.....
.....
.....

11. Fellépés helyszíni előkészületeit, lebonyolítását a csoport végzi, vagy ehhez helyi segítséget igényelnek?
.....
.....
.....

12. Mennyire őrzik a település hagyományait, népszokásait és a helyi népviseletet?

.....
.....
.....

13. Ismernek-e a település történetéhez fűződő mesét, mondát?

.....
.....
.....

14. Van-e a településhez (kialakulásához, történelméhez) fűződő jellegzetes tárgy vagy egyéb helyi sajátosság?

.....
.....
.....

15. Milyen helyi terméket ismernek a településen?

.....
.....
.....

16. Kik azok, akik helyi termék előállításával foglalkoznak a településen?

.....
.....
.....

Feljegyzés:

.....
.....
.....
.....

Dátum: 2013.....

Kérdező:

2. sz. melléklet:

A helyi termékeket előállítók vizsgálatánál alkalmazott kérdéssor:

Név:

Település:

Termék-előállítás szervezeti formája (egyéni vagy családi vállalkozás, bt., kft. vagy egyéb)
.....

1. Milyen termékek előállításával foglalkozik?
.....
.....

2. Hány éve foglalkozik ezeknek a termékeknek az értékesítésre történő előállításával?
.....

3. Milyen mennyiséget értékesít havi vagy éves szinten (db, liter, kg)?
.....

4. Az Ön által előállított termékeket hol értékesíti? (több válasz is adható)

- a) helyi piacon
- b) helyi boltokban
- c) felvásárlónak adom el, nem tudom, hogy hol kerül értékesítésre
- d) országosan ismert áruházláncokban
- e) saját üzletben
- f) vásárok alkalmával
- g) egyéb:.....

5. Szerepet vállal a térség falusi turizmusában?

- a) Igen
- b) Nem

5/1. Amennyiben a válasz igen, akkor milyen formában teszi azt?

- a) terméket adok el a falusi szálláshely-szolgáltatóknak, vendéglátóknak
- b) árusítom a terméket a falusi rendezvények alkalmával
- c) bemutatókat (nyílt napot) is tartok a termék előállítási folyamatáról
- d) az érdeklődők ki is próbálhatják az előállítás folyamatát

6. Az ön által előállított termékek:

- a) kizárólag hazai alapanyagokból készülnek
- b) legalább 50%-ban hazai alapanyagokból készülnek
- c) kevesebb, mint 50%-ban hazai alapanyagokból készülnek

6/1. Amennyiben az Ön által készített termékek legalább 50%-ban hazai alapanyagot tartalmaznak, a hazai alapanyagok származása:

- a) 100%-ban saját termelésű
- b) legalább 50%-ban saját termelésű
- c) kevesebb, mint 50%-ban saját termelésű

7. Milyen széles körben ismert jelenleg az Ön által előállított termék?

- a) leginkább a településen
- b) a kistérség településein
- c) a megyében
- d) országsszerte

8. Milyen formában reklámozza jelenleg a termékét? (több válasz is adható)

- a) szórólapokon
- b) helyi lapban, TV-ben
- c) rendezvényeken való részvétellel
- d) honlapon keresztül

9. Lát arra lehetőséget, hogy a jövőben jelentősen bővítse az előállított termék mennyiségét?

- a) Igen
- b) Nem

9/1. Amennyiben a válasz nem: mi a legfőbb akadálya a bővítésnek?

- a) időhiány
- b) tőkehiány
- c) nyersanyaghiány
- d) nincs olyan mértékű érdeklődés a termék iránt

10. Kit/kiket tekint a legjelentősebb vetélytársnak a piacon?

.....

11. Segített Önnek korábban valamilyen menedzsmentszervezet (helyi akciócsoport, TDM, rendezvényszervező irodák) a termék forgalmazásában?

- a) Igen
- b) Nem

11/1. Amennyiben a válasz igen, mely szervezet segítette a munkáját?

.....

12. Vett már részt interneten keresztül történő értékesítésben?

- a) Igen
- b) Nem

12/1. Amennyiben a válasz igen: Mely webfelületen vett részt és hány darab termékkel?

.....

12/2. Mennyire találta hatékornak ezt az értékesítési formát? 1-től 5-ig terjedő skálán értékelje a hatékonyságot! (1- abszolút nem volt hatékony, 5 - nagyon hatékony többszörösére nőtt a termék/eim forgalma)

1 2 3 4 5

13. Rendelkeznek-e az Ön termékei egyedi védjeggyel vagy bármilyen egyedi megkülönböztető jelöléssel a csomagolásukon?

- a) Igen
- b) Nem

13/1. Amennyiben a válasz igen: Milyen védjeggyel, egyedi megkülönböztető jeggyel rendelkeznek a termékei?

- a) "Magyar termék"
- b) "Hazai termék"
- c) "Hazai feldolgozású termék"
- d) egység, egyedi megjelölés:.....

13/2. Amennyiben a válasz nem: Szeretné-e ha egyedi megkülönböztető jeggyel rendelkeznének a termékei a csomagoláson?

- a) igen, de csak meghatározott termékek esetén:.....
- b) igen, minden termék esetében
- c) nem, mert nem akarom a termékeimet megjelölni
- d) nem, mert feleslegesnek tartom
- e) egyéb:.....

14. Csatlakozna-e egy helyi, manufaktúrákban előállított termékek értékesítését segítő termékcsoporthoz?

- a) igen, de csak ha nem kerül pénzbe
- b) igen, de csak azokkal a termékeimmel, amelyek forgalma kicsi
- c) nem, nem is tervezem
- d) most nem, de a későbbiekben talán érdekelne
- e) egyéb:.....

15. Mi alapján határozza meg jelenleg az árusított termék árát?

.....
.....

16. Kockázatosnak tartja-e a termékkihelyezést?

a) igen

b) nem

c) Miért tartja kockázatosnak:.....

17. Hajlandó-e értékesítésre bizományba kihelyezni termékeit?

a) igen

b) nem

c) ha nem, ennek mi az

oka:.....

18. Helyben fogadna-e vendégeket, tartana-e termékbemutatókat?

a) igen

b) nem

19. Kihelyezett termékbemutató részt venne-e?

a) igen

b) nem

20. Rendelkezik-e saját árlistával? (termelői vagy kiskereskedelmi)

a) igen

b) nem

21. Mekkora kapacitást tudna felvállalni, ha biztos megrendelője lenne fix
kifizetéssel?

Havi szinten:

22. Van-e valamilyen szerződéskötéshez kapcsolódó feltétele, amelyhez
ragaszkodik?

.....

23. Megoldott-e az Ön számára az önálló szolgáltatás lehetősége? (árutermelés,
szállítás, termékraktározás)

.....

Feljegyzés:

.....
.....

2013.....

Kérdező:.....

3. sz. melléklet:

A falusi szálláshely-szolgáltatók vizsgálatánál alkalmazott kérdéssor:

Név:

Település:

Szállásszolgáltatás formája (egyéni vagy családi vállalkozás, bt., kft. vagy egyéb):
.....

1. Rendelkezik-e a szállásminősítéssel?
.....
.....

2. Hány éve foglalkozik szállásszolgáltatással?
.....

3. Mekkora a szállás befogadóképessége, egyszerre hányan tudják igénybe venni?
.....

4. Ön is a szolgáltatás helyszínén (településén) lakik?

- a) igen
- b) nem

5. Mekkora az éves átlagos vendégforgalom?

- Vendégek száma: fő
- Átlagosan eltöltött vendégéjszakák száma: vendégéjszaka
- Mekkora a visszatérő vendégek aránya? %

6. Mely társadalmi csoport (korosztály, végzettség stb. alapján) irányából a legnagyobb az érdeklődés a vendégház iránt?
.....

7. Magyarországon belül mely megyékből érkeznek (elsősorban) a vendégek?
.....
.....

8. Külföldiek látogatják a vendégházat? Amennyiben igen, akkor mely ország(ok)ból?
.....
.....

9. A forgalom nagyságában szerepet játszik-e a szezonális? Ha igen, milyen időszakokra tehető a legnagyobb forgalom?

.....

10. Milyen jellegű az igénybe vehető szálláshelyszolgáltatás?

- a) apartman
- b) apartman+ reggeli
- c) apartman teljes ellátással
- d) szoba
- e) egyéb:.....

11. Milyen kiegészítő szolgáltatásokat tud biztosítani a szálláshoz?

- a) falusi vendégház
 - b) szabadidős programok szervezése (pl. túravezetés, kézműves foglalkozás, horgászat, szüret, családi programok)
- Nevesítve:

.....

.....

12. Milyen turisztikai szolgáltatások közvetítésében vesz részt, amelyek hozzájárulnak a vendégek szabadidejének hasznos eltöltéséhez?

A településen:

.....

.....

Kistérségen belül:

.....

.....

13. Lát arra lehetőséget, hogy a jövőben jelentősen bővítse a férőhelyek számát?

- a) Igen
- b) Nem

13/1. Amennyiben nem a válasz: mi a legfőbb akadálya a bővítésnek?

- a) időhiány
- b) tőkehiány
- c) nincs olyan mértékű érdeklődés

14. Milyen formában reklámozza jelenleg a szálláshelyszolgáltatást? (több válasz is adható)

- a) szórólapokon
- b) helyi lapban, TV-ben
- c) rendezvényeken való részvétellel
- d) honlapon keresztül

15. Tervezi új szolgáltatások bevezetését? Amennyiben igen, akkor melyet?

.....
.....

16. Milyen jelenleg hasznosítatlan erőforrás (természeti érték, műemlék, hagyomány stb.) hasznosításának lenne nagy jelentősége a településen a falusi turizmus szempontjából?

.....
.....

17. Kit/kiket tekint a legjelentősebb vetélytársnak a piacon?

.....
.....

18. A falusi turizmus szereplőinek együttműködését milyennek értékeli? Értékelje 1-től (nagyon rossz) 5-ig (nagyon jó) terjedő skálán!

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

19. Az önkormányzat támogatja valamilyen formában a falusi turizmus fejlődését a településen (pl. attrakciófejlesztés, adókedvezmény, pályázati lehetőségek, együttműködések kezdeményezése)?

.....
.....

20. Vett már részt a falusi turizmust támogató pályázatokon? Ha igen, akkor milyenek voltak a tapasztalatai?

.....
.....

21. Segített Önnek korábban valamilyen menedzsment, vagy ernyőszervezet (helyi akciócsoport, TDM, rendezvényszervező irodák, FATOSZ) a szolgáltatás kialakításában, a szálláshely megismertetésében?

- a) Igen
- b) Nem

21/1. Amennyiben a válasz igen, mely szervezet segítette a munkáját?

.....

22. Vett már részt interneten keresztül történő értékesítésben?

- a) Igen
- b) Nem

22/1. Amennyiben a válasz igen: Mely webfelületen tette azt?

.....

22/2. Mennyire találta hatékornynak ezt az értékesítési formát? 1-től 5-ig terjedő skálán értékelje a hatékonyságot! (1- abszolút nem volt hatékony, 5 - nagyon hatékony többszörösére nőtt a termék/eim forgalma)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

23. Mi alapján határozza meg a szállás árát?

.....
.....

24. Hajlandó lenne fizetni szállásközvetítésért?

- a) Igen
- b) Nem

ha nem, akkor mi ennek az oka:

.....
.....

Feljegyzés:

.....
.....

2013.....

Kérdező:.....

4. sz. melléklet:

Interjú sorvezető –Vállalkozások

1. Hallott-e már a helyi pénzről, fizetőeszközlől? Ha igen, honnan, tudna-e példákat említeni?
2. Adna Ön árkedvezményt azon vásárlóknak, akik helyi pénzzel fizetnek? Ha igen, mennyit? Ha nem, mi indokolja ezt?
3. Növelné-e az Ön forgalmát, ha a helyi pénz elfogadóhellyé válna?
4. Milyen beváltási halasztott fizetést tudna Ön vállalni, amennyiben elfogadóhellyé válna (nap)?
5. Ön szerint a lakosok szívesebben vásárolnának Önnél/ Önöknél, ha helyi pénzzel tudnának fizetni?
6. El tudná-e képzelni, hogy nemcsak a vásárlók, hanem a beszállítók, üzleti partnerek is részben vagy egészben helyi pénzzel bonyolítsák az üzleti tranzakciókat?
7. Ön szerint ki lehetne kulcsszereplő a helyi pénz bevezetésében? (Ki vállalná a fedezetet?)
8. Ön szívesen vásárolna, mint fogyasztó és helyi lakos, helyi pénzzel?
9. Milyen motívumokat tudna elképzelni egy Mátrai Talléron?
10. Ön szerint hány év szükséges egy helyi pénz felfutásához?
11. Milyen távolságra értékesíti a termékeit, szolgáltatásait? Mekkora hatósugarú körben (km)?
12. Milyen mértékben tudják előnyben részesíteni a térségen belüli üzleti partnereket?

Interjú sorvezető - Önkormányzatok

1. Ismeri-e a helyi pénz fogalmát? Ha igen, fel tudna-e sorolni néhányat?
2. Felmerült-e már a helyi pénz bevezetésének gondolata a települése/térségben?
3. Amennyiben lehetőség adódna és a helyi közösség is támogatná, önállóan vagy más településekkel együtt vezetné be a helyi pénzt?
4. Elképzelhetőnek tartja, hogy helyi pénzben fizessen az önkormányzat étkezési hozzájárulást vagy egyéb juttatásokat?
5. Ön szerint milyen lépések vezetnek a helyi pénz bevezetéséhez?
6. Ön szerint ki lehetne kulcsszereplő a helyi pénz bevezetésében? (Ki vállalná a fedezetet?)
7. Milyen motívumokat tudna elképzelni egy Mátrai Talléron?
8. Ön szerint erősítené a térségi/helyi identitást, ha helyi pénzt vezetnének be?
9. Az önkormányzat tudja-e a helyi gazdaságot élénkíteni?
10. Hogyan értékeli a település kistérségen belüli gazdasági-társadalmi helyzetét?
11. A helyben termelt termékek számára próbáltak-e helyi szinten piacot teremteni?

5. sz. melléklet:



Hungary-Slovakia
Cross-border Co-operation
Programme 2007-2013

European Union
European Regional Development Fund



Tisztelt Válaszadó!

HUSK/1101/1.3.1/0072 azonosító számú „Négy Kapu” Turisztikai fejlesztések és együttműködések a magyar-szlovák határ régióban” c. pályázat megvalósítása során véleményvizsgálatot végzünk a pályázat által érintett térségekben. A vizsgálat célja, hogy felmérje az ide érkező vendégek, látogatók turisztikai szolgáltatások színvonalával, a térség vonzerejével kapcsolatos véleményét, valamint a létesítmény által nyújtott szolgáltatások megítélését. A válaszadás önkéntes és név nélküli, az egyes kérdésekre adott válaszok összesítve kerülnek kiértékelésre.

1. Az Ön Neme:

- 1 - férfi
2 - nő

2. Az Ön életkora?
.....**3. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége? Kérem, a helyes választ karikázza be! Csak egy válasz adható!**

- ☐ legfeljebb nyolc általános iskolai osztály
☐ szakiskola, szakmunkásképző
☐ érettségizett (szakközépiskola, technikum, gimnázium)
☐ diplomás (főiskola, egyetem)

X- nincs válasz

4. Mi a foglalkozása? Kérem, a helyes választ karikázza be! Csak egy válasz adható! (Mi volt az utolsó)

- ☐ felső- vagy középvezető, nagyvállalkozó
☐ beosztott vagy szabad foglalkozású értelmiségi
☐ egyéb szellemi foglalkozású
☐ alsószerintű vezető, technikus
☐ kisiparos, kiskereskedő, egyéni gazdálkodó, vállalkozó
☐ szakmunkás
☐ betanított, segéd- vagy alkalmi munkás
☐ tanuló, hallgató
☐ egyéb

X- nincs válasz

5. Egyetért-e azzal az állásponttal, hogy egy térség fő kitörési lehetősége az idegenforgalom és annak fejlesztése lehet? Kérem, a helyes választ karikázza be! Csak egy válasz adható!

- ☐ igen
- ☐ részben
- ☐ egyáltalán nem
- ☐ nem tudja
- X- nincs válasz

Kérem, néhány szóval indokolja választát!

.....

.....

.....

6. Szívesen fogadja-e a helybeli lakosság az idelátogató turistákat? Kérem, a helyes választ karikázza be! Csak egy válasz adható!

- ☐ igen
- ☐ változó
- ☐ egyáltalán nem
- ☐ nem tudja

Ha a válasza változó, vagy egyáltalán nem, akkor kérem, indokolja meg véleményét!

.....

.....

.....

.....

7. Mi az, amit elsősorban érdekesnek, vonzónak tart az Ön által itt a térségben felkeresett turisztikai attrakciók közül? (Mit mutatna meg a térségbe érkezőknek?) Soroljon fel néhány lehetőséget!

1.
 2.
 3.
 4.
 5.
 6.
 7.
 8.
- ☐ nem tudok ilyen

8. Ön leggyakrabban milyen szálláshely-szolgáltatást vesz igénybe? Kérem, a helyes választ karikázza be! Több válasz is megjelölhető!

1. szállodát
2. ifjúsági szállót/turistaszállót
3. táborhelyet (ifjúsági tábort)
4. panziót
5. magánszálláshelyet
6. falusi vendégházat
7. egyéb:

9. Elsősorban mitől függ, hogy hány napot töltenek el egy adott térségben? Kérem, hogy az iskolai osztályzatok segítségével értékelje, hogy milyen erősen befolyásolják döntésüket az egyes szempontok! Az egyes jelentse azt, hogy egyáltalán nem, az ötös pedig azt, hogy erőteljesen. (0-nem tudja, X- nincs válasz)

Fogadtatás, vendégszeretet	1	2	3	4	5	0	X
Szálláskörülmények	1	2	3	4	5	0	X
Helyi közlekedés feltételei	1	2	3	4	5	0	X
Távolsági közlekedés feltételei	1	2	3	4	5	0	X
Közbiztonság	1	2	3	4	5	0	X
Környezet állapota	1	2	3	4	5	0	X
Utak állapota	1	2	3	4	5	0	X
Közművel való ellátottság	1	2	3	4	5	0	X
Anyagi helyzetem	1	2	3	4	5	0	X
Szobaárak	1	2	3	4	5	0	X
Szórakozási lehetőségek	1	2	3	4	5	0	X
Kulturális programkínálat	1	2	3	4	5	0	X
Helyi gasztronómia	1	2	3	4	5	0	X
Egyéb, éspedig:	1	2	3	4	5	0	X

.....
☐ nem tudom megítélni

10. Önt mi vonzza leginkább egy térségbe? Kérem, az iskolai osztályzatokhoz hasonlóan értékeljen! Az egyes jelentse azt, ha egyáltalán nem, az ötös pedig azt, hogy nagymértékben!

a települések hangulata (parkok, virágok, épületek, stb.)	1	2	3	4	5	0	X
gasztronómiai rendezvények	1	2	3	4	5	0	X
a szálláshelyek minősége	1	2	3	4	5	0	X
kulturális fesztiválok	1	2	3	4	5	0	X
kastélyok, múzeumok, kiállítások	1	2	3	4	5	0	X
sportversenyek	1	2	3	4	5	0	X
a térség jó marketingtevékenysége	1	2	3	4	5	0	X
a szívélyes vendéglátás	1	2	3	4	5	0	X
jól szervezett turisztikai hálózat	1	2	3	4	5	0	X
a táj természetes szépsége	1	2	3	4	5	0	X
egyéb, és pedig.....	1	2	3	4	5	0	X
.....							

A következő kérdésekkel arra keressük a választ, hogy a létesítmény szolgáltatásaival mennyire elégedett Ön?

1. Mennyire tartja színvonalasnak az itt nyújtott szolgáltatásokat?

- ☐ nagyon magas
- ☐ magas
- ☐ megfelelő
- ☐ alacsony
- ☐ nem tudom megítélni

2. Azokat a szolgáltatásokat kapta meg, amelyekre számított?

- ☐ igen
- ☐ részben
- ☐ egyáltalán nem azt kaptam, amit vártam

3. Ön szerint a szolgáltatások ár-érték aránya megfelelő a létesítményben?

- ☐ igen
- ☐ nem
- ☐ nem tudom megítélni

4. Mennyire tartja egyedinek az itt nyújtott szolgáltatásokat?

- ☐ teljesen egyediek
- ☐ átlagosak
- ☐ részben egyediek
- ☐ egyáltalán nem egyediek

5. Milyen szolgáltatásokat venne még szívesen igénybe a helyszínen?

.....

.....

.....

.....

**6. Ha Ön lenne a gazdája ennek a létesítménynek, mint csinálna másként?
Mondjon három olyan dolgot, amit biztos, hogy másként csinálna!**

- a -
- b -
- c -
- d -
- e – nem jut eszébe semmi
- 0 – nem tudja

Köszönjük, hogy segítette munkánkat!