



MAGYAR TURISZTIKAI HIVATAL



Nemzeti
Turizmusfejlesztési
STRATÉGIA

2005-2013

ÖSSZEGZÉS

2005. JANUÁR

KÉSZÍTETTÉK

AZ ORSZÁGOS IDEGENFORGALMI BIZOTTSÁG
FELKÉRÉSÉRE

ÉS

AZ OIB TAGJAIBÓL ALAKÍTOTT OIB STRATÉGIAI ALBIZOTTSÁG
(DR. WOLFF PÉTER, DR. FARAGÓ HILDA, DR. GALLA GÁBOR, MESZTER LÁSZLÓ,
MOLNÁR GABRIELLA, DR. NIKLAI ÁKOS, DR. SOMOGYI ZOLTÁN, SZÉKELY GYÖRGY)
ÚTMUTATÁSAI ALAPJÁN

A

STRATÉGIAI MUNKACSOPORT TAGJAI:

EÖRY EDIT (MAGYAR TURIZMUS RT.)
FÁBIÁN ESZTER (MAGYAR TURISZTIKAI HIVATAL)
KOVÁCS BALÁZS (MAGYAR TURISZTIKAI HIVATAL)
MÁRTONNÉ MÁTHÉ KINGA (MAGYAR TURIZMUS RT.)
MÜLLER MARIANNA (MAGYAR TURISZTIKAI HIVATAL)
SOPRONI GYULA (MAGYAR TURISZTIKAI HIVATAL)
VÍG TAMÁS (MAGYAR TURISZTIKAI HIVATAL)
ZÁHONYI TAMÁS (MAGYAR TURISZTIKAI HIVATAL)

MAGYAR TURISZTIKAI HIVATAL
E-MAIL: TURIZMUSSTRATEGIA@GKM.HU
TEL.: (06 1) 336-7630, (06 1) 225-6500

Előszó

A dokumentum összeállítói örömmel nyújtják át a Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia összegzését¹, amelynek elkészültét a turisztikai szakma részéről közel két évtizedes várakozás, két éves tervező munka, illetve a két hónapos intenzív társadalmi párbeszéd előzte meg. Jelen stratégia a turizmus összetett, áldásos hatásain keresztül kívánja az ország lakóinak életminőségét javítani, hogy egy szebb, boldogabb, egészségesebb és vidámabb országban élhessünk, amelyben a hozzánk érkező vendégek is örömmel fordulnak meg: egyre gyakrabban, és egyre hosszabb ideig.

Kívánjuk, hogy az összeállítás hasznos és pontos iránymutatóként szolgáljon mindazok számára, akik a „szabadság, béke és jólét iparágának” is nevezett ágazattal, a turizmussal kapcsolatba kerülnek. Reményeink szerint a fentebb leírtak fényében – a stratégiai kérdéseken túlmutatóan is – mindannyiunk életére érvényesek lesznek Ady Endre sorai:

*“Akarom, mert ez bús merészség,
Akarom, mert világ csodája:
Valaki az Értől indul el
S befut a szent, nagy Óceánba.”*

¹ Jelen összegzés a nemzeti turizmusfejlesztési stratégia teljes, mintegy 230 oldalas anyagának főbb megállapításait tartalmazza.

Tartalomjegyzék

1	BEVEZETÉS	5
2	HELYZETELEMZÉS	7
2.1	Pillérek szerinti elemzés	9
2.1.1	Versenyképesség és életminőség	9
2.1.2	A turistafogadás feltételei	10
2.1.3	Kínálat és promóció	11
2.1.4	Emberi erőforrás	13
2.1.5	Működési rendszer	14
2.2	Horizontális témák	16
2.2.1	Fenntarthatóság és minőség	16
2.2.2	Regionalitás	16
2.2.3	A turizmus kapcsolata más szakmai területekkel	17
2.2.4	Esélyegyenlőség	17
2.2.5	Határon átnyúló turisztikai kapcsolatok	17
2.2.6	A turizmus jogi környezete	17
2.2.7	Fogyasztóvédelem	17
2.2.8	A turizmus ösztönző rendszere	18
3	A STRATÉGIA CÉLJAI ÉS AZ EZEK ELÉRÉSÉHEZ SZÜKSÉGES ESZKÖZÖK	20
3.1	EMBERKÖZPONTÚ ÉS HOSSZÚ TÁVON JÖVEDELMEZŐ FEJLŐDÉS	20
3.1.1	A hazai turizmus versenyképességének növelése	20
3.1.2	A turizmus életminőségre gyakorolt hatásainak optimalizálása	20
3.2	A TURISTAFOGADÁS FELTÉTELEINEK JAVÍTÁSA	21
3.2.1	Turisztikai attrakciók elérhetőségének javítása	21
3.2.2	Turisták komfortérzetének növelése	22
3.3	ATTRAKCIÓFEJLESZTÉS	24
3.3.1	Termékfejlesztés	25
3.3.2	Desztinációfejlesztés	26
3.3.3	Kiemelt desztinációk fejlesztése	30
3.4	EMBERI ERŐFORRÁS FEJLESZTÉS	31
3.4.1	Az oktatási rendszer átalakítása a munkaerő-piac igényeinek megfelelően	32
3.4.2	Stabil foglalkoztatási környezet kialakítása	32
3.4.3	Szemléletformálás	33
3.5	HATÉKONY MŰKÖDÉSI RENDSZER KIALAKÍTÁSA	34
3.5.1	Regionális intézményrendszer átalakítása	34
3.5.2	Desztináció menedzsment feltételeinek kialakítása	35
3.5.3	A turisztikai intézményrendszer piramisának talpra állítása	36
3.6	HORIZONTÁLIS CÉLOK	39
3.6.1	Élménylánc kialakítása	39
3.6.2	Minőség és fenntarthatóság megvalósítása	39
3.6.3	Esélyegyenlőség megvalósítása	39
3.6.4	Ifjúsági turizmus	39
3.6.5	Határon átnyúló turizmusfejlesztés	40
4	MEGVALÓSÍTÁS ÉS MONITORING	40
4.1	Megvalósítás	40
4.2	Monitoring	41
5	Pénzügyi tervezés	42
5.1	Módszertani bevezető	42
5.2	Indikatív pénzügyi tábla	42

1 BEVEZETÉS

Az ágazatban is tapasztalható egyre **fokozódó versenyhelyzet**, az **egységes európai belső piac**, a folyamatosan **változó fogyasztói igények**, valamint az **új trendek és utazási formák** megjelenése indokolják, hogy átgondoltan, **meghatározott célok mentén, hosszabb távra, kormányzati ciklusokat átívelően** valósuljon meg a turizmus fejlesztése.

A Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia (a továbbiakban: NTS) kidolgozása a turizmusért felelős politikai államtitkár felkérésére az Országos Idegenforgalmi Bizottság (a továbbiakban: OIB) felügyelete mellett történt: a Magyar Turisztikai Hivatal és a Magyar Turizmus Rt. (a továbbiakban: MT Rt.) munkatársaiból álló Stratégiai Munkacsoport (a továbbiakban: SMCS) készítette el az anyagot.

Az NTS-t megelőzően is készültek országos, átfogó, stratégiai jellegű dokumentumok, azonban ezek nélkülöztek a széleskörű szakmai és társadalmi egyeztetést, illetve a formális elfogadást.

Az NTS olyan ágazati stratégiaként szolgál, amely egyben előkészíti, illetve megalapozza a turizmus szabályozásához szükséges keretjogszabály megalkotását, és kijelöli annak főbb tartalmát is. A stratégia megvalósítása érinti az **összes turizmusban érdekelt csoportot**: a szűken értelmezett turizmus szakmán túl a turizmussal kapcsolatba kerülő ágazatok, területek is idetartoznak.

A turizmus interszektorális volta miatt a célok elérése csak együttes fellépéssel oldható meg: a stratégia megvalósítása az állam részéről ennek megfelelően **kormányzati szintű koordinációt** igényel az egyes minisztériumok felelősségének kijelölésével.

Ahhoz, hogy az EU 2007-2013. közötti tervezési ciklusára elkészítendő második Nemzeti Fejlesztési Tervvel (a továbbiakban: NFT) az összhangot előre biztosítsuk, szükséges az EU társadalmi és gazdasági fejlesztési céljainak ismerete, emellett a stratégiának kell **alapot szolgáltatnia a következő NFT és Európa Terv elkészítése során is**.

Annak érdekében, hogy a stratégiában megfogalmazott célok elérése kellő **szinergiahatással járjon** a gazdaság más szektoraiban is, a hazai fejlesztéspolitika- és makrogazdaság keretpálya mozgásterét kijelölő dokumentumokkal való összhang biztosítja. A stratégia konzisztenciájának vizsgálata során a készítéskor figyelembe vett közösségi és kormányzati stratégiákkal való kapcsolódási pontok az innováció, a fenntartható és versenyképes gazdasági növekedés, a gazdasági és szociális kohézió, valamint a humán erőforrás fejlesztés területén jelentkeznek.

A stratégia szerkezeti felépítése illeszkedik a Miniszterelnöki Hivatal által előírt Módszertani útmutató a kormányzati stratégiai tervezéshez c. anyaghoz.

A készítéskor körvonalazott 5 fő témakör a helyzetelemzéstől a részletes eszköztábláig meghatározza a dokumentumot, e séma logikájára épülnek fel az egyes fejezetek:

1. **Versenyképes, fenntartható fejlődés**
2. **Infrastruktúra és turisztikai infrastruktúra fejlesztése**
3. **Termék-, és desztinációfejlesztés**
4. **Emberi erőforrás-fejlesztés**
5. **Intézményrendszer**

A stratégia fő célja az **életminőség javítása a turizmus által**. A stratégiában foglaltak megvalósulása esetén 2013-ra az ágazatot a következők fogják jellemezni:

1. Teret nyer a minőségorientált magatartás és az igényesség, az árverseny helyett az elismert, magas minőség jelenti a turisztikai szolgáltatók közötti fő versenytényezőt. A belföldi turizmus jelentősége emelkedik. Az ágazat elismertsége és támogatottsága növekszik. A helyi közösségek felismerik a turizmushoz fűződő érdekeiket, és élnek is a turizmus nyújtotta lehetőségekkel.
2. Magyarország a közép-európai országok közül az egyik leggyorsabban és legbiztonságosabban megközelíthető ország. A korszerű, ugyanakkor a környezet teherbíró képességét figyelembe vevő közút-, és vasúthálózat turistabarát szolgáltatásaival az elszigetelt települések, országrészek fejlődésének is új lendületet ad. Regionális repülőtereink bekapcsolják a turizmusba az Alföld és a Dunántúl üdülőtérületeit. Budapest nemzetközi hajókikötője, valamint a tiszai és az al-dunai hajózás új teret nyit a vízi turizmusnak. Rendelkezésre áll a turisták fogadásához szükséges, illetve a piaci igényeknek megfelelő összetételű és színvonalú szállás-, és vendéglátóhely kínálat. A vendégszeretet, a turistabarát közszolgáltatások, a tiszta, rendezett környezet, a közbiztonság előnyeit a kül- és belföldi turisták és a helyi közösségek egyaránt élvezik.
3. A tervezési időszak végére Magyarország ismert és kedvelt turisztikai desztináció, elsősorban az egészségturizmus és az örökségturisztikai vonzerők fejlesztéseinek köszönhetően. Európai Uniós támogatások segítségével és a magánszféra együttműködésével jelentős hatású, nemzetközi szinten is meghatározó attrakciók jönnek létre. A turizmusból származó bevételek nagymértékben növekednek, amellett hogy a turisták száma lényegében nem változik. Hazánk sokszínű vonzerőn alapuló, stabil, de a változó fogyasztói igényeknek is megfelelni képes, – a desztináció menedzsment szervezetek hatékony közreműködésével – területileg kiegyensúlyozott turisztikai kínálattal rendelkezik.
4. A képzési és oktatási rendszer korszerűsítése által a turizmusban foglalkoztatottak megfelelő tudással és képességgel rendelkeznek. A turizmusban dolgozók számára az ágazat biztos megélhetést jelent, a szakmára az együttműködés jellemző a különböző partnerségi formák alkalmazásával.
5. A turizmus állami irányítása – a közigazgatási rendszerben elfoglalt optimális helyén – ellátja a kiemelt turisztikai fejlesztésekkel, szabályozással, államközi együttműködésekkel kapcsolatos feladatokat. Biztosítja az ágazat hosszú távú stabilitását a rendelkezésére álló kormányzati eszközökkel. A nemzeti szinten megvalósuló termékfejlesztést, kutatási tevékenységet, promóciót, oktatást és az ezekhez szorosan kapcsolódó egyéb feladatokat a nemzeti desztináció menedzsment szervezet végzi. Egyértelművé válik a település-kistérség-megye-régió-állam közti munkamegosztás: létrejönnek a regionális turisztikai desztináció menedzsment szervezetek. A forráselosztás során a szubszidiaritás elve érvényesül.

2 HELYZETELEMZÉS

A 1990-es években a világgazdaság viszonylag gyors és – Japánt kivéve – általános növekedése kedvezően hatott a világturizmus fejlődésére. Jelenleg a turizmus a világ bruttó nemzeti össztermékének mintegy 12%-át² adja, és több, mint 200 millió embernek biztosít munkahelyet.

A turistaérkezések számát tekintve évi 58% körüli részesedésével az európai kontinens abszolút világelső, bár évenként folyamatosan veszít részesedéséből. Koncentráció Európán belül is megfigyelhető: a turisztikai forgalom 85%-a az EU tagállamaiban bonyolódik le, és az unió bővítésével ez az arány tovább nő.

A turisztikai szektor valódi terjedelmének, gazdaságban betöltött súlyának meghatározása érdekében az ágazat három rétegre osztható, ez alapján három különböző szinten határozható meg a bruttó hozzáadott értékhez való hozzájárulása és a foglalkoztatási szerepe. (A kutatás³ számára elérhető legutolsó, azaz 2002-es adatok alapján.)

A **statisztikai értelemben vett turizmus szektor** (a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás ágazat, a munkahelyi és a közétkeztetés nélkül): a nemzetgazdaságban megtermelt **GDP 1,59%-át** adja. Az itt foglalkoztatottak aránya 2,8% volt az összes alkalmazotéhoz képest.

A **teljes közvetlen turizmus szektor** (a turistákkal „közvetlen” kapcsolatba kerülő más vállalkozások teljesítményeit is beleértve) adja a **GDP 4,66%-át**. Az itt foglalkoztatottak nemzetgazdaság egészén belüli aránya 7,1% volt.

A **teljes közvetlen és közvetett turizmus szektor** (mely a teljes közvetlen turizmus szektorral kapcsolatban lévő, ahhoz beszállító tevékenységgel hozzájáruló teljesítményeket is magában foglalja) a magyar GDP **8,76%-át** tette ki. **A teljes közvetlen és közvetett turizmus szektorban a foglalkoztatás mértéke 328 ezer fő, az alkalmazotti létszám 12%-a.**

A szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás ágazat termelési kapcsolatokon keresztüli termelésbővítő hatása átlag feletti. **Ezen ágazatok hazai terméke iránti egységnyi kereslet a termelési beszállítói kapcsolatokon keresztül összesen 1,96 egység, a keletkezett bér- és felhalmozási jövedelmek elköltését is figyelembe véve pedig már 2,96 egység termelést indukál, miközben 5,78 szoros közvetlen és közvetett foglalkoztatás-növelési hatást generál.** A statisztikai értelemben vett turizmus a 2002-es szabályok alapján kalkulálva, nagyságrendileg mintegy 50 milliárd forint, a **teljes közvetlen és közvetett turizmus szektor** pedig már mintegy **200 milliárd forint államháztartási befizetést teljesített.**

A hazai turisztikai vállalkozások **döntő része kis- és középvállalkozás**, ezáltal erős az ágazat vállalkozásokra gyakorolt hatása, ugyanakkor – különösen a szállodaiparban – megfigyelhető a multinacionális cégek, nagyvállalatok, láncolatok gazdasági szerepének erősödése.

A jó adottságok és a látogatók magas száma ellenére a magyar turisztikai szektor számos problémával küzd.

² OECD és WTO statisztikák, 2002.

³ [GKI Gazdaságkutató Rt.: A turizmus makrogazdasági szerepe, 2004. október](#)

- **Az egy turistára eső költség tekintetében Európa középmezőnyébe tartozunk:** ez az érték különösen egyes termékekre vetítve még mindig messze elmarad a lehetőségektől, ami különösen vidéken sok esetben a magas minőségű, komplex szolgáltatások hiányára vezethető vissza. Ennek oka a nem megfelelő ár/érték arányú szolgáltatások és a komplex termékek hiánya.
- **Erős a területi koncentráltóság:** Budapest és a Balaton térsége képviseli a turizmus teljesítményének csaknem felét.
- **Erős a szezonális koncentráció:** kevés a szezon meghosszabbítására alkalmas attrakció, így a tényleges fődény nagyon rövid, és ez rövid távú profitmaximalizálásra készíti a turisztikai szolgáltatókat.

1993-tól a **belföldi turizmus szinte folyamatosan növekszik**, ugyanakkor a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött belföldi vendégéjszakát alapul véve az még 2002-ben sem érte el az 1990-es szintet. Ennél jelentősebb a minőségi javulás, a szállodákban a belföldi vendégek és vendégéjszakák száma 1990-hez képest 2002-re a kétszeresre nőtt⁴. Folyamatosan nő a 3-4 csillagos szállodák belföldi forgalma, és a belföldi turizmusban is megfigyelhető **a több, rövidebb utazás népszerűségének** növekedése, az átlagos tartózkodási idő 2002-ben 2,6 nap volt.

Magyarország **fő küldő területeit** három markánsan különböző csoport alkotja:

- a **szomszédos** országok
- **hagyományos** nagy küldőországok: Németország, Olaszország, a Benelux államok, Lengyelország és az Amerikai Egyesült Államok.
- dinamikusan fejlődő, **új küldőterületek**: például Franciaország, Portugália, a skandináv országok, Nagy-Britannia, Oroszország, Japán, Izrael vagy Kanada.

A szomszédos, vonzerőiket tekintve azonos vagy jobb adottságokkal rendelkező közép-európai országok közül a folyamatosan fejlesztő országok **rendkívül erős versenytársat** jelentenek a jövőben, és már jelenleg is keresletvonó tényezők. A hosszú távú utazás közlekedési költségeinek csökkenésével, a kiterjedt információs technológiának köszönhetően gyakorlatilag az egész világ versenytársnak tekinthető.

A következő években az alábbi **tendenciák érvényesülése** várható:

- Gyakoribb, rövidebb utazások megjelenése: "pénzben gazdag – időben szegény" tendencia
- Versengő szolgáltatások, bővülő üdülési ajánlatok
- A piac egyre erősebben szegmentálódik
- Légi közlekedés dinamikus növekedése, „fapadosok” előretörése
- Last-minute utazások aránya nő
- Internet térnyerése
- Árérzékenység nagyobb szerepet kap
- Folytatódik a nemzetközi és regionális áramlások változása
- A szabadidős utazások piaca a korábnál erősebben lesz divatorientált
- Növekszik a kereslet az egészség és a biztonság iránt

⁴ Ez az adat torzíthat, mivel a 1990-es évek elején a SZOT üdülők jelentős része szállodaként üzemelt tovább. Ugyanakkor vitathatatlan a belföldi forgalom dinamikus növekedése a szállodákban: a '90-es évek végi adatokat figyelembe véve, például az 1998-as 3,5 millió regisztrált belföldi vendégéjszaka szám 2003-ra 4,3 millió vendégéjszakára emelkedett.

2.1 Pillérek szerinti elemzés

2.1.1 Versenyképesség és életminőség

A turizmus fejlődését a 90'-es évek végétől több tényező is gátolta. A csökkenő vendégszám világszerte kiélezte a versenyt a turisztikai szolgáltatók körében. Ez alól a hazai szállodák sem jelentettek kivételt: elsősorban a külföldi vendégforgalom ingadozásának leginkább kitett budapesti és balatoni szállodák átlagárai csökkentek. **Az árverseny hatására kikényszerített árcsökkenés** legnagyobb veszélye, hogy presztízsvesztést okoz, ezen kívül hosszabb távon rontja a létesítmény jövedelmezőségét, mivel akár csak a korábbi árszínvonal visszaállítását sem könnyű elfogadtatni a partnerekkel.

A versenyképességet erősen befolyásolja, hogy a hazai turisztikai vállalkozások döntő része a KKV szektorba sorolható. Versenyképességük fenntartását, javítását megnehezítik a nemzetközi összehasonlításban magas **adó- és járulékkerhek**. Magyarországon az elvonások GDP arányos nagysága az OECD országokban a legmagasabbak között van, és az EU új tagországait figyelembe véve is a legmagasabb. Hazánkban, más európai országokkal összevetve, a személyi jövedelemadó (az ehhez hozzáadódó közterheket is beleértve) magas, a társasági adó alacsonyabb, az áfa kulcsok pedig az unióban szokásosnál magasabbak, rontva így a turisztikai szolgáltatások versenyképességét. A helyi adókat tekintve a turizmust az iparüzési és építményadó mellett, a más ágazatokban nem létező adónem – idegenforgalmi adó – is sújtja. Ez az adónem árnövelő tényező, még akkor is, ha nem a vállalkozó, hanem a vendég fizeti.

Minden beszedett 1 forint idegenforgalmi adó (ifa) után további 2 forint **támogatást** kapnak a települési önkormányzatok, azonban nincsen jogszabályba foglalt kötelezettségük arra nézve, hogy azt turisztikai célra költse. Tovább bonyolítja a helyzetet, hogy az ifa kivetése nem kötelező, és az adó mértékében is lehet eltérés.

A turizmus hatását ma elsősorban a gazdasági jelentőségével mérik, annak ellenére, hogy az **új megismerésének a vágya** és a **pihenés, rekreáció igénye** alapozta meg ezt az ágazatot, amely jelentős hatást gyakorol a **társadalomra, a környezetre és a kultúrára** is. A turizmus kedvező **gazdasági hatásai** mellett negatív hatások is felléphetnek. Így például a betelepülő vállalkozások elnyomhatják a hazaiakat, vagy a szűkös erőforrásokat többfelé – a helyi lakosok szempontjából esetleg kedvezőtlenül – kell megosztani.

A turizmus helyi **társadalomra gyakorolt** pozitív hatása többek között, hogy növelheti szűkebb környezetük erőforrásainak megbecsülését. A turizmus kedvezően hat a **munkaerőpiaci helyzetre** is: hozzájárul a munkahely-teremtéshez, növekszik az iskolázottság és a nyelvismeret, végső soron pedig növekszik az **életszínvonal**.

A turizmus az **épített értékek** hasznosításával elősegíti azok védelmét, jövedelmet biztosít a fenntartásukhoz. Elősegíti a **tradíciók, szokások** élővé tételét és fennmaradását, növeli a kulturális kínálatot, egy jó értelemben vett büszkeséget alakíthat ki az emberekben. Emellett azonban az egységesítés, az **idegen kultúrák** hatása veszélyeztetheti a helyi kultúrát és örökséget, a turisták ízléséhez igazított attrakciók leértékelhetik a hagyományokat.

A turizmus negatív hatásai legközvetlenebbül a **természeti környezetben** jelentkeznek: szemetelés, tájrombolás, légszennyezés, erózió, stb. Sok esetben azonban a turizmust okolják olyan károk kialakulásáért is, melyek a turizmus jelenléte

nélkül is kialakulnának. A turizmus – elsősorban az ökoturizmus – hozzájárulhat a természeti értékek megismeréséhez, sőt akár védetté nyilvánításukhoz is.

2.1.2 A turistafogadás feltételei

Magyarország elhelyezkedése folytán fontos közlekedési útvonalak metszéspontja. A jelenlegi **közúthálózat** korszerűtlensége, az autópályák, gyorsforgalmi utak alacsony részaránya, a hiányzó összekötő utak, hidak nagymértékben hátráltatják egyes területek gazdasági és társadalmi fejlődését.

A **vasúti hálózat** Budapest központú. Ellátottsági mutatója jóval meghaladja az európai átlagot, de a műszaki állapot miatt a vonalak közel 40%-án sebességkorlátozás van. Az Intercity vonatok kivételével a vasúti kocsik igénytelen és leromlott állapota riasztja a turistákat.

Magyarország legfontosabb és egyetlen modern **nemzetközi repülőtere** a Ferihegyi Nemzetközi Repülőtér. A Ferihegyi repülőtér infrastrukturális hiányosságai (pl. kötőpályás gyors városi összeköttetés) gátolják, hogy Budapest nemzetközi gazdasági központtá váljon. Az utóbbi években emelkedik a **regionális repülőterek** forgalma, de belföldi menetrendszerinti légi forgalom nincs. Az **olcsó légitársaságok** egyre növekvő szerepet játszanak Magyarországon is.

A **Duna** turisztikai hasznosítását negatívan befolyásolja a szennyezettség, a kikötők alacsony száma, a felső szakaszon a bonyolult zsilipelés. Budapesten a nagy folyami utasforgalom ellenére nem épült ki megfelelően az infrastruktúra. A Dunán – a Dunakanyar kivételével – szinte egyáltalán nincs kihasználva a folyami hajós turizmus, és a **Tisza**n sincs számottevő forgalom, többek között a korszerű kikötők hiánya miatt. A **Balatonon** jelentős szezonális személy- és komphajó forgalom van, de a további fejlődést akadályozza a jacht kikötők kapacitásának elégtelensége.

Akadozik a komplex **információáramlás**: bár kialakult, de egyelőre folyamatos fejlesztés alatt áll az on-line turisztikai információs rendszer, a nemzetközi kiállításokon megjelenő promóciós eszközök nem „köszönnek vissza” az itt tartózkodó turistáknak, a Tourinform irodákban és a szállodai recepciókon megtalálható kiadványok nem egységesek sem tartalmi, sem megjelenési szempontból. A Tourinform irodák hálózata folyamatosan bővül, azonban fenntartóinak érdeke sok esetben ütközik a turizmus érdekeivel, különösen a szezonon kívüli időszakban.

A **településeken** kevés a felújított, eredeti formájában álló épület, sok az elhanyagolt, piszkos utca. Belföldi turisták számára sem vonzó a tömött, kopott **tömegközlekedés**, a kéregetőktől hemzseggő aluljáró, a nem megbízható **taxis** szolgáltatások. **Budapest** is csak mérsékelten turistabarát: nincs központi fekvésű látogatóközpont, hiányoznak a színvonalas ajándéktárgyak, a fürdőváros imázst nem támasztja alá a fürdők állapota. A **határátlépőknél** egyelőre akadozik az irányított és forgalomfüggő sávnyitás. A működő **Tourist Police**-ok mintájára nagyobb városok is tervezik a turista-rendőrség felállítását, de ez forráshiány miatt ritkán valósul meg.

Általánosságban nem alkalmas a külföldiek kiszolgálására az **egészségügyi ellátó rendszer**, a **posták**, gyakran gondot jelent vidéken **bankfiókot** és **bankautomatát** találni, az **Internet hozzáférés** lehetősége is csak lassan terjed a fővároson kívül. Nem megoldott a kulturált és tiszta **nyilvános illemhelyek** kérdése, bár kialakításuk és üzemeltetésük az önkormányzatok törvényben szabályozott kötelessége. Egyenlőtlen az **éttermek** eloszlása, a meglévő vendéglátóipari egységekben kevés a szakképzett közép szintű munkaerő.

Az 1980-as évek elején folyósított osztrák hitel áttörést hozott a **szálláshelykínálat fejlesztésében**, amely folytatódott az 1990-es években, így a kereskedelmi férőhelyek száma 1990–2002 között közel megkétszereződött. Ugyanakkor az ország szálláshelykínálatát továbbra is a **koncentráció és területi egyenlőtlenségek** jellemzik. Az összes kereskedelmi szállásférőhely több mint 40%-a, a szállodai férőhelyek 60%-a Budapesten és a Balatonon koncentrálódik. A vidéki szálláshelyek jó része, főként a három csillagosnál alacsonyabb kategóriában, felújításra szorul. Kevés a színvonalas **ifjúsági szálláshely, a turistaházak, kulcsosházak** rendszere is megszűnt. Továbbra is kevés a **falusi turizmust** kiszolgáló autentikus parasztház és az **aktív turizmus** által támasztott szálláshely-igényeket kielégítő szolgáltató. A **magánszálláshelyek** iránt is van kereslet, ugyanakkor a lehetőségekről kevés a hozzáférhető információ. Az elmúlt 10 évben látványos fejlődésnek indultak a **kastélyszállók**, amelyek jellemzően a wellness, illetve konferenciapiacra pozícionálják magukat. Egyes piacok esetében (pl. Németország, Hollandia) a turisták hiányolják a színvonalas **kempingeket**, főként a gyógyfürdők környékén. Az európai átlaghoz képest alacsony a **kapacitáskihasználtság**, csak a gyógyszállók és a Budapesti magasabb kategóriájú szállodák képeznek ez alól kivételt.

A csökkenő **szállásdíjbevételek** ellensúlyozására a szolgáltatók folyamatosan átalakítják üzletpolitikájukat: mivel az árak növelése az erős konkurenciával szemben nem lehetséges, fontos hogy a vendég minél több szolgáltatást vegyen igénybe a szállodán belül. Ennek érdekében az üzemeltetők fejlesztik a szolgáltatási kínálatot, amelynek leggyakoribb módjai a rendezvényterem, wellness-, gyógyászati részleg kialakítás, félpanziós package-k kialakítása.

2.1.3 Kínálat és promóció

Magyarország számos turisztikai attrakcióval rendelkezik, azonban valódi nemzetközi jelentőségű⁵ attrakciót (illetve vonzerőt) Budapest, Balaton és bizonyos gyógyfürdők jelentenek.

Hazánk rendelkezik a világ egyik legbővebb termálvíz kincsével. Kínálatunk számokban: 147 minősített gyógyvíz, 39 gyógyfürdő, 13 gyógyhely, 47 gyógyszálló, kb. 40 wellness szálloda, 5 gyógybarlang, 4 gyógyiszap. Az **egészségturizmus** területén azonban a fürdők fizikai állapota mellett problémát jelent a fürdőhelyek elérhetősége, a szolgáltatások viszonylag alacsony színvonala, a menedzsment és a nyelvtudás hiányosságai, valamint a fejlődéshez szükséges források hiánya.

Hazánk folyó- és állóvizei jó lehetőségeket nyújtanak a **vízi turizmus** számára, de a szükséges infrastruktúrával csak részben rendelkezünk. A jelenleg gazdasági hátrányként értelmezett kiépítetlen infrastruktúra az **ökoturizmus** szempontjából akár előnyé is válhat. Tíz nemzeti parkunk⁶ és Európa-diplomás területeink számos ökoturisztikai lehetőséget kínálnak, több megvalósított fejlesztést a WTO is példaértékűnek ismer el. Ugyanakkor a valóban magas színvonalú, komplex termékek és szolgáltatások kialakítása még nem történt meg. A **kerékpáros**

⁵ Jelen értelmezésben olyan attrakció rendelkezik nemzetközi vonzerővel, amely önmagában elegendő ahhoz, hogy külföldi turisták emiatt az országba látogassanak.

⁶ Aggteleki Nemzeti Park, Hortobágyi Nemzeti Park, Bükk Nemzeti Park, Körös-Maros Nemzeti Park, Kiskunsági Nemzeti Park, Duna-Dráva Nemzeti Park, Fertő-Hanság Nemzeti Park, Órségi Nemzeti Park, Duna-Ipoly Nemzeti Park, Balatonfelvidéki Nemzeti Park

turizmus lehetőségei jók, azonban nem megoldott a kerékpárutak minőségének megőrzése, és nincsenek az utakhoz kapcsolódó megfelelő szolgáltatások sem. A **golfturizmus** presztízs sport, a pályák építése jó lehetőséget jelent a környezetileg leromlott területek újjáépítésére, de jelenleg Magyarországon alacsony a golfpályák száma.

A falusi turizmus komplex turisztikai termék, amelyhez a vendéget odacsalogató attrakciók, a marketing, valamint a képzett humán erőforrás egyaránt hozzátartoznak. Autentikus, egységes képet adó településekből, ehhez illeszkedő, a térség építészeti jegyeit magán viselő falusi szálláshelyből azonban kevés van. A kempingek állapota – különösen igaz ez a higiénés feltételekre – többnyire leromlott, nem bővült a szolgáltatási kínálat sem. Kivételek az ezredforduló éveiben még csak elvétve akadnak. Az ifjúsági korosztály utazásainak szervezésében kiemelkedő szerepet vállalnak az iskolák, a civil szervezetek és az egyházak. E célcsoport speciális igényeinek megfelelő szolgáltatási háttér még nem teljes körűen épült ki, és a szolgáltatók alapvetően az állami támogatások növekedésétől várják a segítséget. A természetjárás a turizmus egyik legalapvetőbb, legkönnyebben megvalósítható formája, mely a fiatalok körében is kedvelt: a kirándulók, túrázók kb. 40%-át teszi ki ez a korosztály, ezért fontos honismereti, egészségmegőrző, környezetünk megóvásának igényére nevelő szerepe.

Magyarország 1100 éves múlttal, történelemmel, sokszínű, egyedi kultúrával rendelkező ország, ez a **sokszínű egyediség, mint** egyfajta speciális **hungarikum** egyelőre kihasználatlan lehetőség. Az ország bővelkedik természeti és kulturális **világörökségi helyszínekben**⁷, azonban ezek önmagukban még nem jelentenek versenyképes vonzerőt: jelenleg a világörökségi helyszínek turisztikai menedzsmentje gyenge, imázsuk nem megfelelő. Történelmi okoknál fogva Magyarországon sok **kastély** található. Hasznosításuk egyik legjobb módja a turizmusba való bevonásuk: jelenleg kb. 80 kastély és kúria működik kereskedelmi szálláshelyként, több kastélyban működik múzeum. Számos kiemelkedő jelentőségű épület (pl. Esterházy Kastély Fertőd, Grassalkovich Kastély Gödöllő) hasznosítása a megtérülés bizonytalansága, illetve hosszabb ideje miatt külön kezelést igényel. A **várak, erődök** hasonlóan alkalmasak turisztikai hasznosításra, de a finanszírozás a kastélyokhoz hasonlóan összetett feladat. A **lovas turizmus** Magyarországon a hagyományos vonzerők egyik kiemelkedő területe, mely iránt a '90-es évek eleje óta növekszik a kereslet, és ennek megfelelően alakult a kínálat is. Általában problémát jelent a szakismeretek hiánya, a nem megfelelő számú lovasoktató, a nyelvismeret hiányosságai, valamint a nem megfelelő lóállomány. A **vallási turizmusban** rejlik lehetőségek nincsenek kihasználva, hiányoznak többek között a vendégfogadásra jól felkészített kegyhelyek, karbantartott templomok, rátermett zarándok- és idegenvezetők.

A magyar **gasztronómia** az ország határain kívül is ismert, a hagyományos magyar ételek értéket, ezáltal turisztikai vonzerőt is jelentenek. Gondot jelent azonban a hiányzó tőke, a szakképzés helyzete, az ellenőrzési rendszer hiányosságai, a besorolási rendszer és annak betartatása. A gasztronómiához kapcsolódik az évezredes múltra visszatekintő magyar **borkultúra**. Ma 22 borvidék található

⁷ Pécsi ókeresztény sírkamrák, Pannonhalmi Bencés Apátság és közvetlen természeti környezete, Tokajhegyaljai borvidék és kultúrtáj, Hortobágyi Nemzeti Park, Fertő-tó/Neusiedlersee természeti- és kultúrtáj, Hollókő, Aggteleki és Szlovák karszt barlangok, Budapest Duna-parti látképe, a Budai Várnegyed, az Andrássy út és történelmi környezete

hazánkban, és egyre több borvidék központjában működnek helyi információs központok, amelyek a tájékoztatáson kívül a borok bemutatására, rendezvények szervezésére és a borutak kiindulópontjaként vagy állomásaként is szolgálnak.

A **rendezvények** közül kevés a garantált program, ugyanakkor az elmúlt évek pályázati támogatásának köszönhetően megfelelő számban szerveznek – elsősorban regionális jelentőségű – programokat. A nemzetközi vonzerőt jelentő, országimázst meghatározó rendezvények hiányoznak a kínálatból.

A **hivatásturizmus** (MICE) különböző formái: **kongresszusi-, üzleti-, az incentiv- és a kiállítási turizmus** már kiemelt jelentőséggel bírnak a fejlett országok turisztikai kínálatában és keresletében. A kongresszusi vendégek például akár 6-8-szor többet költenek, mint egy átlag turista. Míg vidéken megindultak a fejlesztések, a fővárosban továbbra is hiányzik egy a jelenleginél nagyobb, mintegy ötezer fő egyidejű befogadására alkalmas konferenciaközpont.

A hazai turisztikai piacon kis számban vannak jelen az olyan komplex és újszerű megoldásokat alkalmazó termékek, amelyek különleges vonzerőkkel, nagyprojektek esetében akár a „semmiből” kialakítva, önállóan is vonzó kínálatot jelentve csábítják a turistákat. Erre a leginkább kézenfekvő példa a „klasszikus” **témapark**.

Az egyes turisztikai célterületeken hiányzik a komplex **desztináció menedzsment**, ezáltal egyik szinten sincs integrált tervezés és végrehajtás. Az MT Rt. regionális marketing igazgatóságain (RMI) és az Rt. által franchise-rendszerben működtetett Tourinform hálózaton keresztül részben kialakult a regionális intézményrendszer, de felülről épített jellege miatt nem reagál rugalmasan a piac változásainak megfelelően. Az RMI-k elsősorban a belföldi kereslet élénkítésében látnak el jelentős szerepet, összefogva a turisztikai régiók szolgáltatóit.

2.1.4 Emberi erőforrás

A hazai turizmusképzésben egyrészt évről-évre bővülnek az **oktatási és képzési lehetőségek**, ám egyes szakágak tekintetében továbbra is hiány tapasztalható. Jelenleg a felsőoktatásban túlképzés van, a középfokú-, illetve a szakképzés pedig nem a keresletnek megfelelő tudású végzett tanulót bocsát ki. Az oktatási rendszer nem képes gyorsan reagálni a változó kereslet igényeire, nem kielégítő például az egészségturizmus speciális követelményeinek megfelelő ismeretek oktatása. A szakmai oktatási-képzési rendszer megváltoztatása nehéz, mivel a szakmai oktatás irányítási rendszere kikerült a szakmai irányítást ellátó tárca feladatköréből.

Az ágazat alapvetően munkaerő-igényes: a közvetlenül és közvetve a turizmusban dolgozók száma 328 ezer fő, ami az összes alkalmazott 12%-a. A turizmus hozzájárul a munkanélküliség csökkentéséhez, egyes régiókban a legfontosabb foglalkoztatási szektor. **Alternatív jövedelemszerzési lehetőséget** biztosíthat a mezőgazdaságban dolgozók számára.

A turisztikai ágazat fejlesztésének elengedhetetlen tényezője a professzionális és **vendég-orientált megközelítés**, jelenleg azonban mind a készségszintek, mind az ügyfélkezelés terén hiányosságok tapasztalhatók. A turizmus komoly igényeket támaszt a munkaerővel szemben, ugyanakkor a jelenlegi körülmények között az ágazat nem minden területen kínál **biztonságos megélhetést**. Ennek legfőbb okai:

- szezonális nyitva tartás,
- bejelentés nélküli foglalkoztatás,

- elvárásokhoz képest (iskolai végzettség, gyakorlat, több műszakos munkaidő, túlóra) alacsony fizetések (jellemző a minimálbér).

2003 szeptemberében jött létre a Turizmus-Vendéglátás Ágazati Párbeszéd Bizottság (TVÁPB), amely az ágazati szociális párbeszéd fórumaként funkcionál, fő célja az ágazat érdekeinek képviselete az Európai Unió turizmust érintő párbeszéd bizottságaiban, valamint a hazai gazdasági környezetben. A TVÁPB a szociális partnerek közötti konkrét megállapodások létrejöttét is céljának tekinti (pl. bértarifa-rendszer, képzés, szolgáltatás minőségének garanciái, munkaidő stb.). A TVÁPB-en folyó munka hozzájárul, hogy a turizmus munkaerőpiacán jelentkező problémák feloldására mind a munkavállalók, mind a munkaadók részére elfogadható

A **turizmus megítélése** Magyarországon – a turisztikai szakemberek jelentős részét is beleértve – még mindig ellentmondásos. Az emberek többsége nem ismeri fel a turizmus jelentőségét és benne a közvetetten vagy akár közvetlenül rejlő önértékét.

- A **lakosság** nem lehetőségként, „élményként” éli meg a turizmust.
- A **politikusok** és a **gazdaság irányítóinak** többsége a turizmust a viszonylag magas GDP részesedés ellenére is csak a szavak szintjén tartja fontosnak.
- A **turistákkal közvetlenül nem találkozó turisztikai szakemberek** egy részéből hiányzik az együttműködés, a legtöbb probléma esetén minden segítséget az államtól vár, és sokak célja még mindig a rövid távú profitmaximalizálás.
- A **turistákkal személyesen kapcsolatba kerülő munkavállalók** turizmus iránti elkötelezettsége eldöntheti, hogy a turista visszatér-e még egyszer az országba.
- A **turizmust érintő területeken dolgozók** (például múzeumi szakemberek, turistákkal közvetlen kapcsolatban levő munkavállalók: pénztárosok, taxisok stb.) közül viszonylag kevesen tartják a turizmust hasznosnak.

Természetesen mind az öt csoportban számos jó példa is létezik, de hírértékkel elsősorban a rossz tapasztalatok rendelkeznek. Magyarországon a turizmus jelentősége messze alulértékelt, a turisztikai szakmunkát végzők presztízse is nagyon alacsony. Ugyanakkor – paradox módon – a turizmus divatszakma és az ágazatban dolgozó vezetők presztízse magas. Amennyiben pedig alternatív jövedelemszerzésről vagy kitörési pontról esik szó, gyakran a legelső lehetőségként a turizmus kerül említésre.

2.1.5 Működési rendszer

A turizmus struktúráját jelenleg Magyarországon a nem megfelelő stabilitás, az átláthatatlanság, a nem kellőképpen definiált felelősségi és hatáskörök jellemzik.

Az **állami irányítás** ereje elsősorban a szabályozásban, a belföldi turizmus élénkítésében (a rendelkezésre álló szabad jövedelem erejéig), a befektetések koordinálásában, a vállalkozások működésének élénkítésében van.

Az **Országgyűlés Idegenforgalmi Bizottságának** elsődleges feladata, hogy a turizmus ágazat érdekeit képviselje a törvényhozásban, és felügyelje a terület működésének törvényességét.

Az **OIB** a turizmus irányításáért felelős miniszter tanácsadó és döntés-előkészítő testülete, amely részt vesz – többek között – a turizmus fejlesztési stratégiájának elveiről, eszközeiről szóló döntések előkészítésében.

A kilenc magyarországi turisztikai régió mindegyikében működik egy-egy **regionális idegenforgalmi bizottság** (a továbbiakban: RIB), melyek felügyeletét a turizmus állami irányítása végzi. A RIB-ek ellátják az állam regionális turisztikai feladatait és segítik az önkormányzatokat turisztikai feladataikban.

A **megyei önkormányzatok turisztikai szervezetei** egykor működő rendszere mára hiányossá vált, és bár feladatuk van, jogszabály ehhez finanszírozást nem biztosít, így a forráshiánnyal küszködő hivatalok lényegében nem tudják szerepüket betölteni.

2004 augusztusában Magyarországon 148 **Tourinform iroda** működött. A Tourinform irodákat a helyi önkormányzatok, illetve társulásaik üzemeltetik az MT Rt.-vel kötött névhasználati és együttműködési megállapodás alapján.

Az **MT Rt.** feladata Magyarország nemzeti turisztikai promóciója. Feladatait a külföldi és belföldi hálózata (7 regionális marketing igazgatóság, 2 regionális turisztikai projektiroda) segítségével valósítja meg: 2004-ben 19 önálló turisztikai külképviselet és 3 információs iroda működik, 6 esetben pedig az ITDH⁸-val közös iroda lát el képviseletet.

A **szakmai szervezetek** egyik feladata az általuk képviselt terület, illetve a tagok érdekeinek képviselete, azonban jelenleg a turizmusban tevékenykedő szakmai és civil szervezetek érdekérvényesítő képessége nem kielégítő.

Néhány területen, így az egészségturizmusban ún. **klaszterek** jöttek létre, ilyen többek között az elsőként a Nyugat-Dunántúlon megalakult Pannon-, valamint az Dél-alföldi és a Dél-Dunántúli Termál Klaszter.

Hazánkban kamarai szinten egyedül a **Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Idegenforgalmi Kollégiuma** foglalkozik a turisztikai szakmát érintő kérdésekkel. A kötelező kamarai tagság eltörlésével azonban a kamarák ereje, egyúttal pedig egységessége is csökkent.

Elméletileg a **területfejlesztés és a turizmus** regionális szervezetei között az együttműködés megoldott a RIB-eknek az RFT-kben való részvételén keresztül, a gyakorlatban azonban nincs valódi együttműködés. Nincsenek ténylegesen kihasználva az önkormányzatokban, szakmai és civil szervezetekben rejlő lehetőségek sem. Jelenleg sem a regionális turisztikai tervezésnek, sem a regionális turisztikai pályázati rendszer megvalósításának nincsenek meg az intézményi feltételei (beleértve ez utóbbiba a pályázat kiírásától kezdve a közreműködő szervezetként való részvételen át a tanácsadásig az összes szükséges feladatot).

Számos olyan egyesület, szervezet, alapítvány működik, amelyek létezéséről a szűk környezetükön kívül kevesen tudnak, és hiányosságai következtében a jogi szabályozás sem támogatja az **alulról építkezés rendszerét**. A települési önkormányzatok sokszor nem képesek és látszólag nem érdekeltek a turizmus szervezésére és az azzal való aktív foglalkozásra. Emellett azonban található pozitív példák is, ahol az önkormányzatok fejlesztési programok, marketing stratégiák alapján tervszerűen végeznek turisztikai tevékenységet (például Eger, Pécs, Győr).

A turizmusnak nincs olyan háttérszervezete, amely a döntésekhez megfelelő mennyiségű és minőségű, strukturált adatokat bocsát rendelkezésre. Az **MT Rt.** keretein belül működő **kutatási részleg által** végzett kutatások stratégiai tervezéshez, hosszú távú előrejelzéshez csak igen mérsékelten alkalmasak.

⁸ Magyar Befektetési és Kereskedelemfejlesztési Kht.

2.2 Horizontális témák

2.2.1 Fenntarthatóság és minőség

Az uralkodó közgazdasági irányzat növekedés-központú, azonban a növekedés nem folytatható bizonyos határokon túl. Ez fokozottan igaz a turizmusra, amely a természeti és kulturális vonzerőkre épül, ezért azok fenntartható módon történő hasznosítása a turizmus jövőjének záloga. A fenntarthatóságnak azt kell jelentenie, hogy a turizmus alapjául szolgáló erőforrások⁹, valamint a turizmus által érintett személyek a hasznosításon keresztül ne szenvedjenek el olyan hatásokat, amelyek visszafordíthatatlan negatív folyamatokat indítanak el. A stratégia megírásakor kijelenthető, hogy Magyarországon a „fenntartható turizmus”, illetve fenntartható turisztikai fejlesztés csak elméletben létezik. Vannak különböző kezdeményezések, de nem létezik olyan indikátorrendszer, amely alapján adott fejlesztésről, szolgáltatóról, vagy desztinációról megállapítható lenne, hogy a fenntarthatóság elveit figyelembe véve működik, és nem is létezik erre vonatkozóan átfogó iránymutatás.

2.2.2 Regionalitás

Jelenleg az országot több rendszer szerint lehet régiókra osztani: az EU csatlakozás miatt kialakított tervezési-statisztikai régiók, a turisztikai régiók, valamint a promóciós szempontból készült régiók szerint. A turizmus irányításának hatékonyabbá tétele érdekében az egész országot lefedő területi intézményrendszer kialakítására volt szükség, így alakult ki a 7 tervezési-statisztikai régió mellett a turizmus sajátosságait figyelembe vevő **turisztikai régiók**¹⁰ rendszere. Arculatuk kialakulóban van, de problémát jelent, hogy **nincsenek egyértelmű regionális termékfejlesztési prioritások**. A **tervezési és a turisztikai régiók párhuzamos működése** jelenleg is számos **probléma forrása**: a tervezésben és a megvalósításban, szervezeti és stratégiai kérdésekben anomáliákat okoz a két intézményrendszer. Az előzőek mellett a **kiemelt üdülőkörzetek**¹¹ rendszere is létezik, ugyanakkor mint tervezési egységek használata az utóbbi időkben egyre inkább háttérbe szorul.

A **turisztikai fejlesztési forrásokhoz** jelenleg több szinten lehet hozzáférni. Helyi szinten az önkormányzat idegenforgalmi adót szedhet a vendégforgalom alapján. Lehetőség van megyei források elnyerésére is, a költségvetési törvény szerint az adott évben turizmusfejlesztésre rendelkezésre álló forrás pályázati keretének 36%-ról decentralizált módon kell döntenie, és ezt a 7 hátrányos helyzetű megyébe kihelyezni. Régiós szinten mód van a központi turisztikai pénzeszközök pályázati formában való szétosztására.

⁹ Megfogható és szellemi javak, tehát pl. a folyók, az erdők, a nemzeti parkok, a műemlék épületek, a nyelv, a tradíciók, a vendégszeretet.

¹⁰ A 28/1998 (V. 13) IKIM rendelet illetve a 4/2000 (II. 2.) GM rendeletek határozzák meg a turisztikai régiók határait.

¹¹ A kiemelt üdülőkörzeteket, mint a turizmus egységesen kezelendő, kiemelt fogadóterületeit többek között a 35/1998. (III. 20.) OGY határozat is megerősítette: Balaton, Velencei-tó-Vértes, Tisza-tó, Mátra-Bükk, Dunakanyar, Mecsek-Villány, Sopron-Közszeghegyalja

2.2.3 A turizmus kapcsolata más szakmai területekkel

A turizmus tipikus ágazatközi, tárcaközi és nemzetközi tevékenység, további jellemzője, hogy amíg az ágazatok többsége egy viszonylag szűk területtel, de nagyobb mélységben foglalkozva „vertikális” jellegű, addig a turizmus „horizontális” jellegéből adódóan átszövi ezeket a területeket, így több olyan téma van, amelyet csak összkormányzati szemlélettel lehet kezelni. Az **együttműködések célja kettős**, egyrészt a turizmus szempontjainak érvényre juttatása a kormányzati munkában, másrészt a turizmusfejlesztésre rendelkezésre álló források meg többszörözése.

2.2.4 Esélyegyenlőség

A társadalom rétegei között tapasztalható fokozódó anyagi és szociális különbségek a turizmus területén is jelentkeznek. Az elkövetkező évek turizmusfejlesztésében nagy fontosságú a belföldi turizmus javítása, amely szorosan összefügg a fenti problémával.

2.2.5 Határon átnyúló turisztikai kapcsolatok

A hazánkkal szomszédos országok számos természeti adottsága, attrakciójává fejleszhető vonzereje jelenleg a magyarországinál elmaradottabb infrastruktúra miatt még kihasználatlan. E potenciális vonzerők jelentős része olyan régiókban helyezkedik el, ahol nagyszámú magyar kisebbség él. Ezekkel a területekkel az együttműködés lehetőséget adna a határ menti régiók, tájegységek, illetve az egyes termékek fejlesztésére.

2.2.6 A turizmus jogi környezete

A jogi szabályozás felöleli a turizmus szinte teljes vertikumát az utazásszervező- és közvetítő tevékenység folytatásához szükséges feltételek szabályozásától az idegenvezetés, az osztályba sorolás és minősítés és a regionális idegenforgalmi bizottságok szabályozásáig. Jelenleg nincsen külön **turizmusról szóló törvény** (a turizmus jelentőségét megfogalmazó, alapdefiníciókat lefektető, a turizmus működésének struktúráját megállapító szabályozás), amely szükségességéről a szakma véleménye egységes. A **hazai szabályozás** már jóval a csatlakozás előtt **összhangban** volt az **Európai Unió** tagországaiban követett gyakorlattal. Szinte a legtöbb, a turizmust is érintő jogszabály fogyasztóvédelmi kötődésű, vagy fogyasztóvédelmi szemlélet áll mögötte.

2.2.7 Fogyasztóvédelem

A fogyasztóvédelemmel kapcsolatos hatósági feladatokat a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség, illetve a területi felügyelőségek látják el, amelyek ellenőrzési, bírságotlasi, feljelentési és közvetlen intézkedési joggal is fel vannak ruházva. A különböző turisztikai tevékenységek engedélyezését, nyilvántartását a gazdasági tárca **Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatala** végzi.

2.2.8 A turizmus ösztönző rendszere

2001 és 2003 között összesen 56 milliárd forint pályázati rendszerben nyújtott állami támogatással 178 milliárd forint turisztikai fejlesztés valósult, illetve kezdődött meg. A legnagyobb állami támogatásban részesült területek: **egészségturizmus, kongresszusi turizmus, rendezvények, vallási turizmus, kastélyok, várak**. A turisztikai vállalkozások a turisztikai célleírányzat mellett más célleírányzatok, minisztériumok és az EU forrásaira is nyújthatnak be pályázatot.

A kormányzat az 1998. január 1-én hatályba lépett jogszabállyal alakította ki az **üdülési csekkrendszer** működésének kereteit. Jelenleg a minimálbér összegéig a munkáltatók számára adómentes juttatást tesz lehetővé. Az inaktív rétegek szociális rászorultság alapján, kedvezményel juthatnak csekkhez.

Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia - összesség

Célstruktúra

Át-
fogó
célok

1. Emberközpontú és hosszú távon jövedelmező fejlődés

2. A turistafogadás feltételeinek javítása

3. attrakciófejlesztés

4. Emberi erőforrás fejlesztés

5. Hatékony működési rendszer kialakítása

Sarkalatos
célok

1.1 A HAZAI TURIZMUS VERSENYKÉPESSÉGÉNEK NÖVELÉSE

2.1 A TURISZTIKAI ATTRAKCIÓK ELÉRHETŐSÉGÉNEK JAVÍTÁSA

3.1 TERMÉKFEJLESZTÉS

4.1 AZ OKTATÁSI RENDSZER MUNKAERŐPIACI IGÉNYEKNEK MEGFELELŐ ÁTALAKÍTÁSA

5.1 HELYI DESZTINÁCIÓ MENEZSMENT SZERVEZET KIALAKÍTÁSA

1.2 A TURIZMUS ÉLETMINŐSÉGRE GYAKOROLT HATÁSAINAK OPTIMALIZÁLÁSA

2.2 A TURISTÁK KOMFORTÉRTÉKÉNEK NÖVELÉSE

3.2 DESZTINÁCIÓ-FEJLESZTÉS

4.2 STABIL FOGLALKOZTATÁSI KÖRNYEZET KIALAKÍTÁSA

5.2 REGIONÁLIS INTÉZMÉNYRENDSZER ÁTALAKÍTÁSA

1.1.1 A piaci pozíciót meghatározó tényezők optimalizálása
1.1.2 Turisztikai vállalkozások jövedelmezőségének javítása

2.1.1 Turizmusbarát vasúti személyszállítás kialakítása
2.1.2 Turisztikai infrastruktúra erősítése a közúti közlekedésben
2.1.3 A légi közlekedés infrastruktúrájának a turizmus érdekeivel való harmonizálása
2.1.4 A turisztikai infrastruktúra-fejlesztés a vízi utak mentén

3.1.1 Természeti adottságra, hagyományra, örökségre épülő kínálatfejlesztés
3.1.2 Innováció alapuló kínálatfejlesztés

4.1.1 Az iskolarendszerű képzés erősítése
4.1.2 Szakirányú továbbképzés korszerűsítése

Alulról jövő kezdeményezések

1.2.1 A turizmus társadalomra gyakorolt hatásainak optimalizálása
1.2.2 Hozzájárulás a magyar kulturális örökség megőrzéséhez
1.2.3 A turizmus természeti környezetre gyakorolt hatásainak optimalizálása

2.2.1 Komplex turisztikai tájékoztató rendszer működtetése
2.2.2 A szolgáltatások és a turizmus igényeinek összehangolása
2.2.3 A piaci igényeknek megfelelő szálláshelykínálat és vendéglátás kialakítása

3.2.1 Helyi desztináció-fejlesztés
3.2.2 Regionális szintű desztináció-fejlesztés
3.2.3 Nemzeti szintű desztináció-fejlesztés

4.2.1 Kiszámítható megélhetés biztosítása a turizmusban dolgozók számára
4.2.2 Be nem jelentett munkavégzés átalakítása bejelentett munkává
4.2.3 Ágazati párbeszéd

A regionális intézményrendszer feltételeinek kialakítása
5.2.1 Megyei önkormányzatok turisztikai tevékenysége

3.3.1 Budapest
3.3.2 Balaton
3.3.3 További kiemelt turisztikai célterületek

4.3.1 A turizmus általános megítélésének és elfogadottságának javítása
4.3.2 Partnerség és együttműködés ösztönzése

5.3.1 Hatékony központi turisztikai intézményrendszer kialakítása
5.3.2 Nemzeti desztináció menedzsment szervezet létrehozása
5.3.3 Párbeszéd a szakmában dolgozókkal

Speci-
fikus
célok

6. Horizontális célok

6.1 A ÉLMÉNYLÁNC KIALAKÍTÁSA

6.2 MINŐSÉG ÉS FENNTARTHATÓSÁG MEGVALÓSÍTÁSA

6.3 IFJÚSÁGI TURIZMUS

6.4 ESÉLYEGYENLŐSÉG MEGVALÓSÍTÁSA

6.5 HATÁRON ÁTNYÚLÓ TURIZMUSFEJLESZTÉS

3 A STRATÉGIA CÉLJAI ÉS AZ EZEK ELÉRÉSÉHEZ SZÜKSÉGES ESZKÖZÖK

3.1 EMBERKÖZPONTÚ ÉS HOSSZÚ TÁVON JÖVEDELMEZŐ FEJLŐDÉS

Az életminőség javítása, a hosszú távú és fenntartható fejlődés érdekében a turizmus – gazdasági, társadalmi, természeti – környezetével való kapcsolatát a kiegyensúlyozottnak kell jellemeznie, amely a következő célkitűzések megvalósításával érhető el.

3.1.1 A hazai turizmus versenyképességének növelése

A szolgáltatások versenyképessége függ attól, hogy a kínálat mennyire felel meg a fogyasztói igényeknek. Folyamatos innovációra van szükség ahhoz, hogy az ágazat szolgáltatói a versenytársaktól markánsan megkülönböztethető ajánlattal jelenjenek meg a piacon. Ennek két eleme van:

a.) A piaci pozíciót meghatározó tényezők optimalizálása

Ki kell alakítani azt az új, vonzó arculatot, amely nem az áraival, hanem a **kínálat egyediségével, minőségével képes megnyerni a fizetőképes vendégkört**. Cél, hogy a turisztikai attrakciókhoz **komplex szolgáltatási** háttér kapcsolódjon, amely **területileg kiegyensúlyozott, és versenyképes ár - érték aránnyal rendelkezik**.

Az éleződő versenyhelyzetben gyorsan és rugalmasan kell reagálni, ehhez **megfelelő tervezésre és irányításra** van szükség, ami a **hatékony szervezeti rendszeren** alapul.

b.) A turisztikai vállalkozások jövedelmezőségének javítása

Cél, hogy az ágazatra jellemző adottságok (pl. szezonális, magas munkaerőigény, leírható költségek korlátozott köre) miatt a turisztikai vállalkozások ne szenvedjenek más ágazatokhoz képest hátrányt:

A turisztikai tevékenységek áfa kulcsának rendezése érdekében 2007 végéig megoldást kell találni arra, hogy ezt a tevékenységet ne az általános áfa kulcs terhelje. A **munkaadói járulékok** akár kis mértékű csökkentése is kedvezően érintheti a vállalkozásokat, hozzájárulva a bejelentés nélküli, minimálbéres, vagy részidős foglalkoztatás csökkentéséhez és az ágazatban dolgozók létbiztonságának növeléséhez. Fentiek következtében az államháztartásnak plusz forrásai keletkezhetnek, amelyek a **bevételek „kifehéredését”** jelenthetik.

3.1.2 A turizmus életminőségre gyakorolt hatásainak optimalizálása

A turizmus életminőségre gyakorolt hatásának optimalizálását három elem mentén érhetjük el:

a.) A turizmus társadalomra gyakorolt hatásainak optimalizálása

A turizmusban való részvétel lehetőségének megteremtése és ezáltal a kedvező hatásokból való részesedés hozzájárul a **turizmusbarát társadalom** kialakításához, ezen kívül a **munkahely-teremtés, a vidékfejlesztés és a helyi lakosság megtartásának** szempontjából is fontos. A turisztikai tervezés folyamán a **helyi szint bevonása, az alulról jövő kezdeményezések ösztönzése** és felkarolása a kiemelt jelentőségű.

b.) Hozzájárulás a magyar kulturális örökség megőrzéséhez

A turisztikai fejlesztések során előtérbe kell helyezni az egyes célterületek **jellegzetességeinek megőrzését** a hagyományokra épülő **sajátos arculat** kialakításával. Fontos, hogy tudatosuljon a helyi lakosságban, hogy hagyományaik, helyi értékeik továbbéléséhez sok esetben a turizmus az egyetlen eszköz. Az **épített értékek tudatos, átgondolt hasznosításán** keresztül az adott helyszínek többletbevételekhez juthatnak, és ez megfelelő kezelés esetén nem jár együtt az adott helyszínek túlzott és visszafordíthatatlan értékvesztést okozó használatával.

c.) A turizmus természeti környezetre gyakorolt hatásainak optimalizálása

A turizmus eszköz a környezetvédelmi szemléletformálásban is: számszerűsíteni kell a turizmus természeti környezetre gyakorolt hatásait, és meg kell különböztetni azokat a desztinációkat, szolgáltatásokat, amelyek környezettudatosan alakítják tevékenységüket, **tudatosítani kell** a turistákban a védett természeti területeken **elvárt viselkedést**, a turizmus globális környezeti hatásaira is fel kell hívni a figyelmet, a turisztikai vállalkozásokat szintén – szemléletformálással, szabályozással és adott esetben szankciókkal is – ösztönözni kell a környezetbarát működésre. A turizmus területén a **károsanyag kibocsátás** csökkentését a **környezetbarát közlekedési módok** előtérbe helyezésével kell elősegíteni. A turizmus területén ösztönözni szükséges a környezetbarát megújuló energiaforrások alkalmazását, valamint a **helyben előállított** alapanyagok és termékek felhasználását.

Az emberközpontú és hosszú távon jövedelmező fejlődés elérését a következő eszközök szolgálják: K+F tevékenység erősítése; innovációs alap létrehozása; hálózatok, klaszterek kialakítása, együttműködés a turisztikai szolgáltatók között; versenytárs desztinációk kínálatának és árainak figyelemmel kísérése; szakmai szervezetek reprezentativitásának növelése; aktív fellépés a tisztességtelen vállalkozások ellen; mikro-, kis- és középvállalkozások számára kedvező intézkedések; "turizmusbarát" gazdasági intézkedések; turisztikai vállalkozások adóterhelésének folyamatos vizsgálata, csökkentése; közgazdasági szabályozórendszerhez csatlakozó módosítási javaslatok alátámasztása; adó és járulék módosításokhoz prioritási lista felállítása; üdülési csekkrendszer kiterjesztése; helyi erőforrások előtérbe helyezése; területi információs rendszer működtetése; épített örökség turisztikai hasznosítása; nyílt kooperációs módszer bevezetése a turizmus irányításban, régiós és helyi szinten; idegenforgalmi adó turizmusfejlesztési célra fordítása; helyi vállalkozások bevonása, érdekeltté tétele; a belföldi nyaralás népszerűsítése; családi vállalkozások elterjedése; viselkedési kódex alkalmazása.

3.2 A TURISTAFOGADÁS FELTÉTELEINEK JAVÍTÁSA

A turisták élményét alapvetően befolyásoló tényező a célterület elérhetősége és az igénybe vehető turisztikai infrastruktúra állapota. A turistafogadás feltételeinek javítása komplex feladat, amely a rendelkezésre álló közlekedési eszközökön túlmenően a turisztikai alapszolgáltatások (szálláshely, vendéglátás) keresleteti trendeknek megfelelő fejlesztését tűzi ki célul. E cél megvalósulását az alábbi célok elérése teszi lehetővé:

3.2.1 Turisztikai attrakciók elérhetőségének javítása

Az ország és ezen belül a turisztikai attrakció egyszerű, gyors és biztonságos megközelíthetősége alapvetően befolyásolja az utazási döntés meghozatalát akár a

belföldi, akár a külföldi turista esetében. Bármely közlekedési mód választása esetén a megalapozott infrastruktúrájú, átlátható hálózatú és helyfoglalási/jegyeladási rendszerét egyszerűen elérhetővé tevő szolgáltatások iránt van kereslet. A helyszínen átélt tapasztalatok, a célterületen belüli közlekedési élmények jelentős hatással vannak a turista komfortérzetére. A közlekedés fejlesztéséhez elérhető Európai Unió források felhasználása során a turistafogadás feltételeit is előnyösen befolyásoló projektek kiválasztását kell elérni. Ez elsősorban az alábbi négy terület koncentrált fejlesztésével érhető el:

a.) Turizmusbarát vasúti személyszállítás kialakítása

A vasúti közlekedés elhanyagolt állapotát a leromlott színvonal és a forrásigény nagyságrendje miatt csak több lépcsőben lehet felszámolni. Ennek megfelelően a műszaki feltételeket, a higiénés állapotot, valamint a szolgáltatással kapcsolatos teendőket párhuzamosan célszerű fejleszteni.

b.) Turisztikai infrastruktúra erősítése a közúti közlekedésben

A közlekedési infrastruktúra javítása a helyiek életminőségének javításában is alapvető szempont. A turizmus ágazatközi szerepének köszönhetően a korszerű, ugyanakkor a környezet teherbíró képességét figyelembe vevő **közúthálózat kialakítása**, fejlesztése az elszigetelt települések, országrészek fejlődésének is lendületet ad. A **tranzitforgalom kedvező hatásainak kihasználása** érdekében az autópályák, gyorsforgalmi utak mentén ki kell alakítani a speciális igényű célcsoportoknak megfelelő szolgáltatásai hátteret. A zökkenőmentes közúti és gyalogos forgalom **gyors és hatékony tájékoztatásának** alapja a jól kiépített információs táblarendszer. A **buszos turizmus** feltételei szorosan kapcsolódnak a közúti közlekedéshez, az elérhetőséghez szükséges infrastruktúrához. Hazánk földrajzi adottságai, éghajlata és dombvidékei alkalmassá teszik arra, hogy **kerékpáros-paradicsommá** váljon. Cél, hogy a kerékpárút-hálózat és a kapcsolódó szolgáltatások folyamatos bővítése mellett a már meglévő utak minősége hosszútávon is biztosított legyen.

c.) A légi közlekedés infrastruktúrájának a turizmus érdekeivel való harmonizálása

Erőteljesen hangsúlyozni kell a frissen kibővült, illetve a későbbiekben csatlakozókkal tovább táguló Európa szívében fekvő országunk fekvésének előnyeit, gazdasági, logisztikai jelentőségét. Elengedhetetlen a Ferihegyi repülőtér turistabarát infrastruktúra-fejlesztése (elsősorban a gyors, kötött pályás városi kapcsolat kialakítása). A terroristámadások után egyre inkább magára találó légi közlekedés várható folyamatos erősödése miatt a nemzetközi repülőterek mellett a regionális légikikötőknek is nagyobb szerepet kell szánni: meg kell határozni azt a 3-5 regionális repülőteret, amelyek fejlesztése prioritást élvez.

d.) Turisztikai infrastruktúra-fejlesztés a vízi utak mentén

Elengedhetetlen a vízi utak és kiszolgáló-létesítmények fejlesztése, amely a folyó- és állóvizeink adottságait kihasználva megteremti a vízi turizmus különböző formáihoz szükséges feltételeket. Létre kell hozni a vízi turizmusban résztvevők speciális igényeinek megfelelő szolgáltatási hátteret.

3.2.2 Turisták komfortérzetének növelése

A belföldiek és a hazánkba érkező külföldiek komfortérzetének javítása elengedhetetlen feltétele a keresletélénkítésnek és forgalomösztönzésnek. Az

utazási szándék megfogalmazódásakor döntő szempont a már ismert vagy előzetes információk alapján kialakított komfortérzet minősége. A vendégszerető fogadónemzet, a turistabarát szolgáltatások és a tiszta, rendezett környezet egyaránt hozzájárul és fokozza az utazási kedvet, és a pozitív tapasztalat sokszorosára emeli a visszatérő vendég lehetőségét.

Az alábbiakban felsorolt három életminőség-javító intézkedéssorozat nagymértékben hozzájárulhat a bel-, és külföldi vendégforgalom növekedéséhez és az igényesebb szolgáltatásokat kereső vendégek számának növekedéséhez.

a.) Komplex turisztikai tájékoztatórendszer működtetése

Szükség van egy áttekinthető, jól működő, folyamatosan karbantartott, **hiteles adatbázisra**, egy rétegesen, minden promóciós eszközt magában foglaló felépített **komplex turisztikai tájékoztatórendszerre**. **Látogatóközpontok** kialakításával az egyes turisztikai attrakciók fejlesztése mellett nagy jelentőségű az adott helyszínhez kapcsolódó kiegészítő szolgáltatások megjelenése. Az **internet és az e-turizmus** lehetőségeinek fokozottabb hasznosítása elengedhetetlen. Nemzeti szintű hatáskörrel rendelkező szervezet által koordinált információs rendszer (ONTIR) szükséges ahhoz, hogy a magyarországi turisztikai **szolgáltatók egységesen jelenhessenek meg a világhálón**. Az egyszerű internetes megjelenést folyamatosan az **on-line tranzakciókat lehetővé tevő rendszereknek** kell felváltaniuk. A **turisztikai kártyarendszer** kialakítása és bevezetése szintén része a komfortérzet alakításának, így a tervezett, az egyes régiókon belül egységesen használható, különféle kedvezményekre jogosító turisztikai kártyák bevezetésével elérhető a hosszabb tartózkodási idő és a nagyobb költési hajlandóság. A kártyarendszer működtetésének vállalkozói alapon kell megvalósulnia, de a koordináció és a kezdeményezés a regionális turisztikai szervek feladata.

b.) A szolgáltatások és a turizmus igényeinek összehangolása

Elengedhetetlen a köz-, és egyéb szolgáltatások turistabaráttá tétele. Az **egészségügyi ellátásban, a postaforgalmi és közlekedési szolgáltatásokban**, a bankszolgáltatások terén egyaránt ki kell alakítani a turisták által könnyen értelmezhető szolgáltatási rendszert, kommunikációképes alkalmazottak és az EU szabályait ismerő, betartó és betartató szolgáltatók részvételével. Vidéken a városokban és a falvakban is 0-24 óráig elérhetővé kell tenni a bankfiókok pénzfelvevő automatáit. A vidéki **kiskereskedelmi bolthálózat** nyitva tartását és árukészletét igazítani kell a turisták igényeihez. A közterületen álló illemhelyeket kell létrehozni, illetve a meglévők **higiénés körülményeit** rendezni kell. Megoldást kell találni a közterületeken, köztereken, aluljárókban, parkolóknál megjelenő és ezáltal ellenérzést kiváltó hajléktalanok, kéregető, kolduló emberek humánus elhelyezésére és a turisztikailag frekventált területekről való távoltartásukra. A fővárosi **taxikat** áttekinthető árképzéssel (zónás rendszer, napi/heti/havi limit stb.) kell megbízhatóvá és turistabaráttá tenni. Támogatni és segíteni kell az **országos és helyi környezetszépítő mozgalmakat** („Virágos Magyarországért” mozgalom).

c.) A piaci igényeknek megfelelő szálláshelykínálat és vendéglátás kialakítása

A szálláshelyek területi eloszlását optimalizálva az attrakciókhoz közeli magas minőségű szálláshely-fejlesztéssel elérhető a tartózkodási idő növelése. Különösen az ifjúsági szálláshelyek tekintetében az általános kiépítettségi színvonal emelését és a nemzetközi standardokhoz való kapcsolódást kell preferálni. A vendéglátóhelyek és szálláshelyek iránt megváltozott, trendszerűen alakuló kereslet

alapján meg kell újítani az **ifjúsági szálláshelyek és a turistaházak rendszerét**, ki kell alakítani ezek elektronikus úton történő foglalásának lehetőségét. Egységes minősítési rendszerrel ösztönözni kell a szállás- és vendéglátóhelyeket az elért színvonal megtartására, illetve javítására, segíteni kell az **aktív turizmus igényeihez igazodó és autentikus falusi turizmust kiszolgáló szálláshely-kialakítást**. A **vízparti szálláshelyek** esetén a téliesítést, a fűtési rendszer korszerűsítését támogatva elérhető a **szezonnyújtás** objektív akadályainak kiküszöbölése. Az **autópályák, autóutak mellett olyan vendéglőket**, csárdákat kell kialakítani, amelyek megállásra és a környéken kisebb körtúrák, séták megtételére ösztönzik a látogatókat, mindamelllett, hogy versenyképes árú és minőségű vendéglátóipari szolgáltatást is nyújtanak. Érdemes olyan **magyar étteremhálózatot** kialakítani, amely nagyvárosokban, forgalmasabb csomópontokban, és nem utolsósorban Budapesten gyors, kulturált étkezési lehetőséget nyújt, és így alternatívát kínál a gyorséttermekkel szemben.

A turistafogadás feltételeinek javítását a következő eszközök szolgálják: a vasúti létesítmények színvonalának emelése; IC közlekedési folyosók fejlesztése; a kisvasutak turisztikai hasznosítása; ideiglenes határátkelőhelyek biztosítása, forgalomfüggő működtetése; közúthálózat korszerűsítése; parkolók kialakítása, P+R parkolók rendszerének kiépítése; jelzőtáblarendszer kialakítása; a tranzitforgalom megállításához éttermi láncok kialakítása az autópályák mentén; nagykapacitású, jelentős turistabusz-forgalmat kiszolgáló parkolók kialakítása; országos kerékpárút-rendszer létrehozása, csatlakozás az EuroVelo hálózathoz; ökoturisztikai helyszínek fejlesztése a kerékpáros turizmus igényeinek megfelelően; a Ferihegy II. fejlesztése; a Magyar Légügyi Stratégiában a turizmus érdekeinek képviselője; vidéki repülőterek fejlesztése; a nemzetközi hajózási útvonalakon az országba történő be- és kilépés előfeltételeinek megteremtése; Tisza, Dráva nemzetközi víziúttá nyilvánítása; kikötők, komplex marinaszolgáltatások nyújtására alkalmas létesítmények kialakítása; budapesti nemzetközi hajóállomás fejlesztése; budapesti vízitaxi rendszer kialakítása; látogatóközpont kialakítása a fővárosban; információs anyagok, promóciós eszközök korszerűsítése; turisztikai kártyarendszer kialakítása; közbiztonság és biztonságérzet növelése; komplex turisztikai tájékoztató rendszer kialakítása.

3.3 ATTRAKCIÓFEJLESZTÉS

Az erőforrások hatékony felhasználása érdekében ki kell jelölni a prioritásokat, és az adott feladatokat a szubszidiaritás elvének megfelelően az azokat legjobban ellátó szintre kell delegálni. A desztinációfejlesztés komplex szemlélettel, integrált megoldásokkal szolgálja a turisztikai szektor fejlődését. Ez a szemlélet a magyar turizmus eddigi gyakorlatában még nem alakult ki, ezért az a cél, hogy a szétagolt szervezeti rendszer egységessé válva járuljon hozzá a szektor működésének alapját jelentő kínálat fejlesztéséhez. A kiemelt desztinációk fejlesztése kulcskérdés a kínálat legfontosabb részét jelentő, illetve az eddig kiugrási lehetőséget nem kapott területek számára. A kínálatfejlesztés területén a legjobb, legerősebb, legvonzóbb attrakciók versenyképességét kell fenntartani, illetve tovább növelni, és ehhez megfelelő erőforrásokat szükséges átcsoportosítani. Ugyanakkor a kisebb vonzerővel, de megfelelő potenciállal rendelkező területek (mind termék, mind földrajzi értelemben) számára is biztosítani kell a kiugrási lehetőségét és az ehhez szükséges erőforrásokat. A stratégia célja a kiemelkedő adottságok kihasználása és fejlesztése.

3.3.1 Termékfejlesztés

A stratégia feladata meghatározni, hogy Magyarország turisztikai kínálatának fejlesztésekor mely termékekre kell helyezni a hangsúlyt, ennek megfelelően a stratégia az alábbiakban meghatározza a termékfejlesztési prioritásokat az alábbi két cél szerint.

a.) Természeti adottságra, hagyományra, örökségre épülő kínálatfejlesztés

A turisztikai termékfejlesztés nemzeti szintű prioritásai: **egészségturizmus, örökségturizmus, kongresszusi turizmus.**

A magyar turisztikai szektor elsődleges kiemelt terméke 2013-ig az **egészségturizmus**, mely egyúttal a természeti adottságokra épülő kínálatfejlesztés legfontosabb eleme. Az elkövetkező 10 évben a termék belföldi és nemzetközi versenypozíciójának javítása a cél, amely egyrészt folyamatos fejlesztéseket igényel a komplex termékek kialakítása érdekében. Szükséges olyan létesítmények megvalósítása, amelyek a nemzetközi trendeknek megfelelően nemzetközi versenyképességet, elsőszámú motivációt jelentenek. Az egészségturisztikai komplexumok helyszíneit, jellegét és egyéb kritériumait részletes kutatások alapján kell meghatározni. Markánsan el kell különíteni az egészségturizmus két fő ágának fejlesztését: a gyógyturizmus esetén egymástól megkülönböztethető, saját arculattal rendelkező gyógyhelyek kialakítását kell ösztönözni. Erőteljesebb hangsúlyt kell adni a nemzetközi terminológiában jelenleg wellness-ként jelölt, nem a betegségek kezelésére, hanem annak megelőzésére, az egészségtudatosságot kiszolgáló kínálat fejlesztésére.

A másodikként kiemelt turisztikai termék az **örökségturizmus**, amely alatt az NTS készítői kulturális örökség helyszíneken belül a világörökségeket, illetve a természeti örökségek megőrzését célul tűző nemzeti parkokat, valamint a népi hagyományokra építő – ezen belül – falusi, valamint lovas turizmust értik.

A csak Magyarországra jellemző egyedi vonzerők között kiemelkednek a népi hagyományok, a népi kézműves mesterségek, amelyek hozzájárulnak a vidék lakosságmegtartó képességének erősítéséhez, a vidéki lakosság életminőségének javításához. Az újra élővé váló hagyományos mesterségek révén el kell érni, hogy elterjedjen a Magyarországra jellemző kézműves ajándéktárgyak kínálata. A lovas turizmus fejlesztésének egy – a vidékfejlesztésen belüli – önálló magyar lovas ágazati fejlesztési program keretében kell megvalósulnia, amelynek alapja a hagyományok megőrzése és turisztikai hasznosítása. Az örökségturizmus részeként kiemelt cél a világörökségi helyszínek és nemzeti parkok turisztikai terméké fejlesztése, látogatóközpontok kialakítása.

A keresleti trendek alapján kiemelt jelentőséget kap a falusi turizmus, mint az EU-csatlakozás, valamint az agrárium szerkezetváltozásának következtében a vidéki lakosság alternatív jövedelemforrása. A szálláshelykínálaton túl a falusi turizmus városi ember számára a vidéki élet teljességét bemutató és élményeket nyújtó termék, amelyet többek között a bor- és gasztronómia turizmus is kiegészít.

A nemzeti szintű termékfejlesztés harmadik számú prioritása a **hivatásturizmuson belül a kongresszusi turizmus**, amely a nagy létszámú, nemzetközi rendezvényeket foglalja magában. A kongresszusi turizmus esetében cél Magyarország, mint konferencia turisztikai célterület vonzerejének növelése, az itt tartott nemzetközi rendezvények számának emelése, hogy hazánk az egyre erősödő versenytársak mellett is javítani tudja helyét a nemzetközi kongresszusi piacon.

Ennek érdekében: Budapestet alkalmassá kell tenni több ezer fős rendezvények fogadására; a nemzetközi kongresszusok megnyerésére szervezett, államilag támogatott lobbitevékenységet kell folytatni; a fővárosi és vidéki kongresszusi helyszíneket eredményesen kell értékesíteni a nemzetközi piacon.

A fenti nemzeti szintű prioritásokon túl számos olyan turisztikai adottsággal rendelkezünk, amelyekre épülő termékek elsősorban meghatározott rétegkereslet kielégítésére szolgálnak, a **piaci rések kihasználására** alkalmasak. Ezek fejlesztése a regionális turisztikai szervezetek feladata. Ezen termékek a következők: **kulturális turizmus** (rendezvények; kastélyok, várak; történelmi városok; gasztronómia és borturizmus) **aktív turizmus** (kerékpáros turizmus; természetjárás; vízi turizmus; golf; horgászat és vadászat).

b.) Innováción alapuló kínálatfejlesztés

E cél elérését két tevékenység segíti elő, egyrészt általánosságban **az innovativitás elősegítése a turisztikai kínálat kialakításában**, másrészt **nagyprojektek megvalósításán** keresztül.

Jelenleg az ötletgazdák és a befektetők, döntéshozók egymásra találása nem valósul meg. Ennek okai: a találkozási fórum hiánya és az ötletgazdák – sokszor indokolt – bizalmatlansága.

A vonzerő tematizálása mellett a projektek nagyságrendje szerint is megkülönböztetjük a nemzeti és a regionális szinten való kezelését. Kiemelt figyelmet és állami erőforrásokat kell szánni az önállóan is nemzetközi turisztikai vonzerővel rendelkező nagyprojektek megvalósításának. Ilyen nagyprojekt lehet egy-egy nemzetközi vonzerővel bíró rendezvény, de például a Vásárhelyi-terv keretében megvalósuló turisztikai projektek is ide tartozhatnak.

További cél az innovatív elképzelések (ötletek, találmányok, módszerek) felhasználása a turisztikai fejlesztések rendszerében.

3.3.2 Desztinációfejlesztés

A termékfejlesztés megvalósításához szükséges szellemi és tárgyi feltételek biztosításával érhető el a különböző megvalósulási szintek közötti összhang és együttműködés. A turisztikai kínálat fenntartható fejlesztésének és versenyképes működésének előmozdítása érdekében a jelenleg egymástól nagyrészt függetlenül működő szervezetek, illetve függetlenül végzett tevékenységek összehangolására kerül sor.

a.) Nemzeti szintű desztinációfejlesztés

A komplex feladatokat ellátó **nemzeti desztináció menedzsment szervezet** (ndmsz) jön létre, mely felöleli a piacfejlesztés, a stratégiai tervezés, a marketing, az oktatás- és szolgáltatásfejlesztés tevékenységeket is.

Fő feladatai:

- Kutatás-elemzés

A turizmus állami irányításának munkájához szükséges közgazdasági, versenyképességi, foglalkoztatási, termékfejlesztési, területfejlesztési, fenntarthatósági, életminőséggel kapcsolatos kutatásokat, keresleti és (termék-specifikus) kínálati elemzést, versenytárselemzést, trendkutatást, turista elégedettségi vizsgálatokat egy erős, az ndmsz részeként működő kutatási egység keretein belül kell megvalósítani. A kutatási egység feladata a turizmus tényleges

gazdasági teljesítményét, súlyát mérni képes gazdasági modell (szatellit számlarendszer) kialakítása és működtetése a Központi Statisztikai Hivatallal közösen. A kutatási adatbázis a turisztikai szakma egésze számára – térítési rendszer kialakításával – szolgáltatást nyújt.

Az ndmsz feladata az országos vonzerőleltár elkészítéséhez szükséges módszertan kidolgozása, majd a regionális turisztikai szervezetek (rtsz) által rendelkezésre bocsátott vonzerőlisták összesítése, osztályozása és az adatbázis karbantartása. Együttműködik a turizmus állami irányítása által megbízott kutatási szervezetekkel és a turisztikai felsőoktatási intézményekkel a kutatások tervezése, az információáramlás és a kutatások eredményének minél szélesebb körű hozzáférhetővé tétele és hasznosítása érdekében. Teljeskörű, országos vonzerőleltár készítését megelőzően módszertan kidolgozása az ndmsz feladata.

- Termékfejlesztés

A Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia prioritásainak megfelelően a kiemelt nemzeti szintű termékek fejlesztési koncepcióinak és stratégiáinak elkészítése a megfelelő kutatások bázisán. A termékfejlesztés során kiemelt figyelmet kell kapnia a piaci rések kihasználásának és a fenntarthatóságnak.

- Nemzeti turisztikai promóció

Magyarország turisztikai értékei, vonzerői úgy épülnek egymásba, mint a mozaik darabkái, és együttesen olyan képet alkotnak, amely máshol a világon nem található meg. A turisztikai promócióban érvényesíteni kell azt a különlegességet, amivel Magyarország többet tud adni versenytársainál, azt a nehezen megmagyarázható, de érezhető tulajdonságot, amit röviden a **sokszínűség egységének (magyar mozaiknak) nevezhetünk**. Magyarországról ki kell alakuljon egy stabil és emlékezetes kép, amelyet a hazánkba látogató turisták **élményként** visznek haza magukkal. Az ndmsz kiemelkedően fontos feladata a belföldi turisták körében is terjeszteni ezt a szemléletet. A belföldi promóció a regionális szervezetek feladata, azonban az országosan egységes keresletélénkítő, a turizmust népszerűsítő - bel- és külföldi - promóció az ndmsz feladata. A külföldi promóció során ki kell használni a külképviseleti hálózatban rejlő lehetőségeket és az eddigi működtetésből fakadó tapasztalatokat.

- Információs rendszer használata és működtetése

Az ndmsz feladata az országban működő desztináció menedzsment szervezetek egységes informatikai bázisán alapuló, a kereslet élénkítését szolgáló információszolgáltatás és értékesítés. Az információs rendszer naprakészen tartását a szervezet - feladatai szempontjából – a releváns információk feltöltésével biztosítja (például NTS, kiemelt termékek, nagyprojektek).

- Pályázati rendszerekben való közreműködés

A hazai és EU-s turisztikai pályázati rendszerben szakmai közreműködő szervezetként vesz részt a pályázatok kiírásától kezdve a megvalósítás monitoringjáig.

- A turisztikai vállalkozások versenyképességéhez való hozzájárulás

A mikro-, kis-, valamint a kezdő turisztikai vállalkozások számára üzletviteli segítség nyújtása a „best practice” azonosításán, promócióján és annak megvalósításán, valamint az innováció elősegítésén keresztül annak érdekében, hogy a megfelelő információ birtokában azok sikeres üzleti teljesítményt tudjanak nyújtani.

- Oktatás, továbbképzés;

A rendelkezésre álló piaci információk, közép és hosszú távú keresleti trendek ismeretében hozzájárul az oktatási és továbbképzési rendszer korszerűsítéséhez.

- Minőségi standardok felállítása, minőségbiztosítás;

A magyarországi turisztikai termékekre vonatkozó minőségi standardok, kritériumrendszerek, védjegyek és „best practice” díjak kialakítása és működtetése a hosszú távon is megbízható, magas minőségű kínálat fenntartása érdekében.

- Hálózatépítés, együttműködés

Az ndmsz feladata, hogy regionális szinten a turisztikai szervezetekkel, vállalkozásokkal együttműködést alakítson ki, és az összes érdekeltet bevonja a régiót érintő turisztikai kérdésekbe.

- Monitoring

A Monitoring Bizottság megbízásából az NTS megvalósulásának nyomon követését (monitoringját) végzi.

b.) Regionális szintű desztináció fejlesztés

A nemzeti szinthez hasonlóan a régiókban is integrálni kell a feladatokat, melyek letéteményesei a regionális turisztikai szervezetek (rtsz). Az NTS elfogadását követően ki kell dolgozniuk a turisztikai régió, mint desztináció fejlesztési stratégiáját, amelyben kijelölésre kerül a vezető termékeinek és attrakcióinak köre annak érdekében, hogy az adott régió valódi desztinációvá, egységes turisztikai márkává váljon. A turizmus gazdaságilag és környezetileg fenntartható fejlesztése érdekében az rtsz-eknek az adott desztináció más szakterületeken megvalósuló fejlesztésének kialakításában is részt kell venniük.

A fejlesztések során legfőbb igazodási pontként a térségek, tájegységek sajátos építészeti, természeti, és népi hagyományait kell szem előtt tartani.

A regionális turisztikai szervezet fő feladatai:

- Kutatás-elemzés

A desztináció specializálódását meghatározó, döntéselőkészítő kutatások és elemzések elvégzése, elkészíttetése; a regionális vonzerőleltárt megalapozó adatgyűjtés. Az adataikat megosztják az ndmsz-szel, amely kezeli a kutatási adatbázist.

- Termékfejlesztés

A desztináció önálló, más desztinációval össze nem hasonlítható kínálati profiljának kialakítása érdekében termékfejlesztési koncepció és stratégia kialakítása, az NTS nemzeti szintű prioritásaihoz is igazodva. Kiemelt fontosságú az innovatív szemlélet elterjesztése és a piaci rések kihasználására való törekvés. Az egységes kínálat és komplex fejlesztés megvalósítása érdekében szükséges a régió belüli turisztikai stratégiai tervezések és fejlesztések koordinálása, beleértve a rendezvények – időbeli és térbeli – összehangolását is.

- Regionális szintű turisztikai promóció

Ki kell alakítania az egységes, csak a régióra jellemző arculatot, és a régiót, mint korábban nem létező – és így az emberek fejében is nem létezőként kezelt – területi egységeket egyre inkább a belföldi köztudat részévé tenni. Promóció terén egyértelműen belföldre kell koncentrálnia, míg a nemzetközi megjelenítés az ndmsz feladata. Feladata továbbá az értékesítés ösztönzése turisztikai kártyákkal, amely a CRM (Customer Relationship Management) vendégalapú rendszer alapját is jelentik.

- Információs rendszer használata és működtetése

Feladata az információs szolgáltatás és értékesítés az országban működő desztináció menedzsment szervezetek egységes informatikai bázisán alapulva, az adott régióra elkészült vonzerőleltárt a hatékony információ felhasználás és szolgáltatás érdekében az egységes turisztikai információs rendszerbe bevinni. Fontos feladat az információs rendszer naprakészen tartása a szervezet feladatai szempontjából

releváns információk feltöltésével (például nagyprojektek, régiós termékek és ajánlatok).

- A turisztikai vállalkozások versenyképességéhez való hozzájárulás

A régióban működő mikro-, kis-, valamint a kezdő turisztikai vállalkozások számára üzletviteli segítség nyújtása a „best practice” azonosításán, promócióján és annak megvalósításán, valamint az innováció elősegítésén keresztül annak érdekében, hogy a megfelelő információ birtokában azok sikeres üzleti teljesítményt tudjanak nyújtani. Ehhez kapcsolódóan pályázati tanácsadással, térítéssel és kedvezményes információ szolgáltatással kell segíteni a vállalkozásokat a stabil piaci működés elősegítése érdekében.

- Oktatás, továbbképzés

A regionális turisztikai kínálatnak megfelelő, a lokális munkaerőpiaci sajátosságokat figyelembe véve ajánlások megfogalmazása az oktatási és továbbképzési programok kidolgozásához. A turizmussal közvetlenül és közvetetten érintettek szemléletformálása.

- Minőségi standardok felállítása, minőségbiztosítás

A stabil, megbízható és elismert regionális turisztikai szolgáltatási minőség fenntartása érdekében hozzájárulás az országos minőségbiztosítási és védjegyrendszerek működéséhez, szükség esetén regionális védjegyrendszerek kialakítása és működtetése az országos rendszer részeként, illetve ahhoz igazodva. Sikeres regionális példák díjazása és ismertté tétele.

- Hálózatépítés, együttműködés

Az rtsz feladata, hogy regionális szinten a turisztikai szervezetekkel, vállalkozásokkal együttműködést alakítson ki és az összes érdekeltet bevonja a régiót érintő turisztikai kérdésekbe.

- Monitoring

Az rtsz feladata a regionális turisztikai stratégiáknak, a pályázati rendszerek és a megvalósuló projektek monitoringja.

c.) Helyi desztinációfejlesztés

A helyi desztináció menedzsment szervezet (hdmsz) – amely lehet települési vagy kistérségi – a helyi lakosság, az önkormányzatok és a turisztikai szolgáltatók szoros együttműködésével a helyi turisztikai szolgáltatások fejlesztését és promócióját végzi. A hdmsz-ek felállításának és működtetésének csak azokban a kistérségekben és településeken van létjogosultsága, amelyek kellő turisztikai potenciállal rendelkeznek. A hdmsz-ek működése kizárólag alulról jövő kezdeményezésekkel (szervezetépítés és finanszírozás) valósulhat meg, az együttműködésen keresztül azonban lehetséges és szükséges a termékek közös kialakítása és értékesítése.

A helyi desztináció menedzsment szervezetek javasolt feladatai:

- Termékfejlesztés

A desztináció önálló, más desztinációval össze nem hasonlítható kínálati profiljának kialakítása érdekében termékfejlesztési koncepció és stratégia kialakítása, az NTS nemzeti szintű prioritásaihoz is igazodva. Kiemelt fontosságú az innovatív szemlélet elterjesztése (nem csupán a különböző infrastrukturális megoldásokban, hanem az attrakciók, a marketing és az értékesítés területén is) és a piaci rések kihasználására való törekvés. Az egységes kínálat és komplex fejlesztés megvalósítása érdekében szükséges törekedni az összefogáson alapuló tervezésre és megvalósításra.

- Helyi szintű turisztikai promóció

Ki kell alakítani az egységes, csak az adott térségre jellemző arculatot, és együttműködve a regionális szervezetekkel be kell illeszkedni a régió marketing

stratégiájába. Promóció terén egyértelműen belföldre kell koncentrálnia. Feladata az információszolgáltatás és értékesítés az országban működő desztináció menedzsment szervezetek egységes informatikai bázisán alapulva. A vevőkiszolgálás minőségének javítása (egyúttal a működés anyagi feltételeinek könnyítése) érdekében szálláshely és egyéb szolgáltatások értékesítése. Ehhez kapcsolódóan szükséges visszajelzések gyűjtése, a fogyasztói elégedettség mérése.

- A turisztikai vállalkozások versenyképességéhez való hozzájárulás

A térségben működő mikro-, kis-, valamint a kezdő turisztikai vállalkozások számára üzletviteli segítség nyújtása a „best practice” azonosításán, promócióján és annak megvalósításán, valamint az innováció elősegítésén keresztül annak érdekében, hogy a megfelelő információ birtokában azok sikeres üzleti teljesítményt tudjanak nyújtani. Ehhez kapcsolódóan pályázati tanácsadással, térítéses és kedvezményes információ szolgáltatással kell segíteni a vállalkozásokat a stabil piaci működés elősegítése érdekében.

3.3.3 Kiemelt desztinációk fejlesztése

Magyarországon ma két nemzetközi vonzerővel rendelkező desztináció értelmezhető, amelyek további fejlesztése a versenyképesség növelése érdekében szükséges.

a.) Budapest

Budapesttel, mint Magyarország legfontosabb nemzetközi vonzerővel rendelkező attrakciójával kapcsolatban a legfontosabb cél a versenyképesség további növelése. Ehhez szükséges elérni, hogy – jelentőségéhez mérten – a főváros fejlesztési és működtetési tervei és feladatai között a turizmus prioritásként szerepeljen. El kell érni, hogy a turizmus a városfejlesztésben vezető pozíciót töltsön be.

A BTH Budapesti Turisztikai Szolgáltató Kht.-ra építve létre kell hozni a budapesti desztináció menedzsment szervezetet, melynek feladata – az irányító testület iránymutatása és döntése alapján – Budapest turisztikai stratégiájának elkészítése, elkészíttetése, a megvalósítás koordinálása, illetve monitoringja, a főváros és a kerületek turizmusfejlesztési elképzeléseinek és együttműködésének az összehangolása.

Budapest egyedi hangulatára, főként a XIX. század európai, mégis egyedülállóan magyar építészetére és atmoszférájára alapozhatja további fejlesztéseit, ezzel a budapesti lakosság életére is pozitív hatást gyakorolva. Célcsoportja a meghitt hangulatot és emberi léptékű környezetet kereső, a XXI. századi szolgáltatásokhoz és megoldásokhoz szokott városlátogatók, az ún. city breaker-ek. Akkor lehet tartósan attraktív, ha a szolgáltatási színvonal és kínálat nem egyszerűen követi a fogyasztói igényeket, hanem azokat megelőzve a trendek alakítójává tud válni.

Kiemelt fejlesztési célok az alábbiak: világörökségi helyszínek turisztikai hasznosítása; fürdőváros arculat kialakítása; Budapest, mint kongresszusi desztináció elismertségének növelése; pezsgő kulturális élet megvalósítása.

b.) Balaton

Az 1990-es évek előtti, főleg kelet- és nyugatnémet turistáinak nosztalgikus ábrándozású visszavárását az elmúlt 15 év után végérvényesen le kell zárni, és szembenézni azzal, hogy az a típusú és volumenű kereslet abban az időben sem kizárólag a Balaton és az akkor ott található turisztikai kínálat, hanem egy társadalmi-politikai szükségállapot eredménye volt.

A Balaton és környéke számos új kihívással néz szembe, azonban jó adottságai alapján egy **olyan térséget kell kialakítani, amelynek fókuszában az üdülés áll.** A stratégiai tervezések és fejlesztések koordinálását a statisztikai régiókat összefogó, a Balaton és környékének turizmusának egészéért felelős Balatoni Desztináció Menedzsment Szervezet végzi. A fejlesztések célja, hogy a Balaton környékén olyan kínálat valósuljon meg, amelynek köszönhetően szezontól és időjárástól függetlenül az ott tartózkodó turisták úgy töltenek el egy hetet, hogy a Balatonban akár nem is fürdenek, vagyis **nem csak maga a tó, hanem a háttértelepüléseket magában foglaló környék is önálló, a vendégek számára vonzó attrakciókat nyújtó desztinációt jelent.**

A Balaton esetében a turisztikai fejlesztések szorosan kötődnek a területfejlesztéshez, ezért kiemelt hangsúlyt kell helyezni az érintett szervezetek együttműködésére, a tervezés fázisától a megvalósításon át a monitoringig.

A Balaton és környéke adottságainak különbözőségére alapozva tanulmány készült, amely a Balaton komplex turisztikai fejlesztése érdekében a területet 6 alrégióra bontja, komplex fejlettségi mutató, a turisztikai adatok, a közlekedés és az önkormányzati fejlesztési társulások csoportjai alapján. A hat alrégió a következő: Kelet-Balaton észak, Kelet-Balaton dél, Déli Balaton-part, Somogyi, Nyugat-Balaton, Balaton-felvidék. A tagolás alapján tematikus kínálat jön létre, amely különböző célcsoportokat szolgál ki.

c.) További kiemelt turisztikai célterületek

Cél, hogy egyértelműen kijelölésre kerüljenek azok a területek, amelyek további turisztikai fejlesztések révén kiemelt desztinációkká válhatnak, illetve ezáltal egyértelművé váljon, hogy hol nem indokolt a további fejlesztés. Országos szinten kiemelt turisztikai célterületek kiválasztásának szempontjai: vonzerő, innovatív ötlet, kapcsolódó területek infrastruktúra fejlesztési tervei (például közlekedés), megvalósuló, tervezett nagyprojekt.

Az attrakciófejlesztést a következő eszközök szolgálják: termékfejlesztési stratégiák-koncepciók készítése; találmányok turisztikai hasznosítása; innováció ösztönzése; nagyprojektek kiválasztásához szükséges kritériumrendszer kidolgozása; kiemelt termékek kapcsolódása a II. NFT-hez; kutatás/elemzési feladatok; vonzerőleltár; turisztikai márkapolitika; információs rendszer kialakítása; oktatás korszerűsítése; a rtsz/k és a hdmsz/k felállításának szakmai támogatása; rtsz önálló turizmusfejlesztési stratégiájának elkészítése és ehhez kapcsolódó termékfejlesztés; belföldi promóció; hdmsz-ek önálló turizmusfejlesztési stratégiájának kidolgozása; desztinációfejlesztési stratégia (Budapest, Balaton) megvalósítása; építészeti értékek turisztikai hasznosítása; fürdővárosi arculat; kongresszusi turizmus fejlesztése; élénk budapesti kulturális élet kialakítása; információszolgáltatás javítása; alrégiók és kiemelt termékek fejlesztési stratégiájának kialakítása; Balaton üdülőhellyé formálása; háttértelepülések turisztikai funkcióval való ellátása; további kiemelt turisztikai célterületek meghatározása; kiemelt célterületek önálló turizmusfejlesztési stratégiájának elkészítése.

3.4 EMBERI ERŐFORRÁS FEJLESZTÉS

A turizmusban – jellegéből adódóan - kimagaslóan fontos az emberi tényező. A humán erőforrás fejlesztésének célja, hogy emelje a turisztikai szolgáltatások és

termékek minőségének színvonalát, megalapozza a vállalkozások eredményességét és lehetőségeit, továbbá felépítse a karrierlehetőségeket a tehetséges és a szakma iránt elkötelezett tanulók és munkavállalók számára. A meglévő alapok rugalmas átformálásának segítségével a XXI. század kihívásainak megfelelő, innovatív tudás és ismeret átadására képes korszerű oktatási rendszer kialakítása a cél.

E cél megvalósítását a tervezési időszak végéig három téma mentén érhetjük el:

3.4.1 Az oktatási rendszer átalakítása a munkaerőpiac igényeinek megfelelően

A piaci igényekhez igazodó, rugalmas és korszerű képzés megvalósításhoz, mind az alap-, mind pedig a felsőoktatás szintjén a meglévő oktatási szerkezet átformálására, továbbfejlesztésére van szükség.

a.) Az iskolarendszerű képzés erősítése

A turizmus-oktatás területén cél, hogy a mennyiségi megközelítésről egyre inkább a minőségi szempontokra tevődjön át a hangsúly. A magyar turisztikai felsőoktatás régióon belüli súlyának megerősítése, a magyar turisztikai diploma presztízsértékének növelése, valamint a túlzottan szálloda- és vendéglátóipar centrikus turisztikai képzés feloldása érdekében szükséges az életminőség javítását szolgáló, értékközpontú turizmusfejlesztést megalapozó, valamint a piaci igényekhez igazodó, versenyképes és gyakorlatorientált oktatási rendszer kidolgozása. A felsőoktatás Európai Unió szintjén folyó reformját, az úgynevezett Bolognai folyamat követelményeit a hazai felsőoktatás, azon belül a turizmusképzés területén is megvalósítani, adaptálni szükséges. Cél, hogy az ország a turisztikai szakképzés területén a Kárpát-medence legelismertebb képzési központjává váljon.

b.) Szakirányú képzés korszerűsítése

Az iskolarendszerből kikerült, illetve más szakképesítéssel a turizmus területén tevékenykedők, a munkavégzésük során a turistákkal kapcsolatba kerülők számára is biztosítani kell a szolgáltatásközpontú vendégfogadáshoz szükséges gyakorlati ismeretek megszerzésének, elmélyítésének a lehetőségét.

3.4.2 Stabil foglalkoztatási környezet kialakítása

A turizmus presztízse a munkaerőpiacon abban az esetben javul, ha létbiztonságot és perspektívát jelent az ágazatban dolgozók számára.

a.) Kiszámítható megélhetés biztosítása a turizmusban dolgozók számára

Fontos, hogy a turizmusban dolgozók számára a szezonális ellenére az egész éves foglalkoztatottság aránya, valamint az ágazatra jellemző alacsony átlagkereset emelkedjen. A munkahelyet biztosító vállalkozások részére pedig olyan működési környezetet kell teremteni, amely a hosszú távú rentábilis működést megalapozása mellett lehetőséget nyújt a magasabb átlagkereset elérésére.

b.) Be nem jelentett munkavégzés átalakítása bejelentett munkává

A turizmus jelentős munkahelyteremtő képessége miatt alkalmas a munkanélküliek és inaktívak nagy számának foglalkoztatására, mind az alacsony képzettségű, mind a magasan kvalifikált munkaerő számára képes munkalehetőséget biztosítani. Ennek kihasználása érdekében el kell érni, hogy a turizmusban – főfoglalkozásban, illetve szezonálisan – alkalmazott munkaerőt a turisztikai vállalkozások – a megfelelő szabályozás betartásával – bejelentsék.

3.4.3 Szemléletformálás

Terveink szerint a tervezési időszak végéig a turizmus társadalmi és gazdasági megítélése jelentősen javul, amelynek következtében tovább erősödik az összefogáson és partnerségen alapuló szinergiahatás. Ennek érdekében az alábbi feladatok elvégzése szükséges:

a.) A turizmus általános megítélésének és elfogadottságának javítása

A turizmus általános megítélése és elfogadottsága meghatározza a turistákkal kapcsolatba kerülők hozzáállását, ezáltal a Magyarországról alkotott országképet is alakítja. Ha a turisztikai szakma építeni akar az egyre inkább feledésbe merülő „vendégszerető nemzet” imázsra, javítani kell az ágazatról alkotott véleményt, formálni az emberek szemléletmódját. A **lakosság** nagy része csak áttételesen kerül kapcsolatba a turistákkal, a velük szemben tanúsított magatartásuknak azonban nagy jelentősége van, ezért tudatosítani kell a közvéleményben ennek fontosságát.

Jelenleg kevés magyar utazik rendszeresen, ha nő ez az arány, az a turizmus megítélését is kedvezően befolyásolja, hiszen az aktív turisták nyitottabbak a lakóhelyükre érkező vendégek felé is. Az idegennyelv-ismeret elterjedése is javítja a fogadóterületen élők hozzáállását, a turistákban kialakult képet. Támogatja a szemléletformálás törekvéseit, ha a fogadóterületen élők a turizmus révén saját magukra nézve is kedvező változásokat tapasztalnak (munkahely-teremtés, szolgáltatási színvonal emelése, településrendezés).

A **turistákkal közvetve kapcsolatba kerülő szakmák** esetében (taxisok, bolti eladók, rendőrök, ellenőrök, stb.) a nyelvtudás javítása mellett cél az is, hogy megfelelő ismereteik legyenek a turizmusról és abban saját jelentőségükről. Az ágazat elismertetéséért a legtöbbet a **turizmusban dolgozók** tehetnek. A képzett, elhivatott, barátságos munkaerő biztosításának érdekében az ágazatnak létbiztonságot és perspektívát kell nyújtania.

Ki kell emelni a **sajtó** jelentőségét és felelősségét a szemléletformálásban: javítani kell a médiában az ágazat megjelenését, el kell érni, hogy a különböző sajtóorgánumokba kerülő hírek tényeken alapuljanak, az ágazat ne lehessen a szenzációhajhászás eszköze. Növelni kell a turizmus megjelenési gyakoriságát a hazai írott és elektromos médiában jól kommunikálható hírek, események, adatok révén.

b.) Partnerség és együttműködés ösztönzése

Az életminőség fenntartható javítása és az értékközpontú gondolkodásmód elterjesztése megkívánja a **szemléletformálást szolgáló ismeretek és gyakorlatok** alkalmazását, illetve továbbfejlesztését már az iskolarendszerű általános képzés alsó fokán is. A turista- és turizmusbarát szemléletmód meghonosítása az iskolarendszerű képzésből kikerült generációk körében is fontos. A fogadó turizmus szempontjából elsősorban a turistákkal közvetve-közvetlenül kapcsolatba kerülők körében szükséges áttörést elérni, míg a belföldi turizmus ösztönzése és az ország lakóinak életminőség javítása érdekében kampányjellegű tevékenységet kell biztosítani. A turizmus nemzetgazdasági jelentőségének erősítése, illetve az ágazat életminőséget javító funkcióinak megismertetése mellett a szemléletformáláshoz kapcsolódóan törekedni kell a szakmai összefogásból, **együttműködésből** adódó méretgazdaságossági és egyéb hatékonyságnövelő előnyök kihasználására.

A hosszú távú turizmusfejlesztés megvalósításához a jelenleginél nagyobb támogatottságra van szükség a legfelsőbb döntéshozói szinteken is. A politikai pártok programjaikban szerepeltetik a turizmus fejlesztését, és a fejlesztés fő irányvonalai tekintetében is az egyetértés a jellemző. A turizmus területén a politikai pártok közötti ellentétek nem jelentősek, ennek pozitív hatása azonban ez idáig nem mutatkozott meg. A politikai döntéshozóknál a turizmus érdekében folyamatos **lobbitevékenység** folytatásával érhető el, hogy növekedjen a turizmus érdekérvényesítő képessége.

Az emberi erőforrás fejlesztését a következő eszközök szolgálják: felsőoktatás keresleti-kínálati oldalának feltérképezése; minőségi szttenderdek működési alapjainak megteremtése; egyetemi és PhD szintű turizmusképzés megteremtése (bolognai folyamat jegyében); idegen nyelveken való oktatás bővítése; Az „Év turisztikai tanintézete” cím adományozása; turistákkal közvetlen kapcsolatba kerülők (pincér, taxisok, rendőrök, jegyszedők stb.) részére tanfolyamok szervezése; igényekhez igazodó OKJ-s képzések fejlesztése; oktatási anyagok korszerűsítése; turisztikai szempontból kiemelt területeken köztisztasági közmunkaprogramok indítása; szemléletformáló kampány szervezése; turizmus integrálása az alapfokú képzésbe.

3.5 HATÉKONY MŰKÖDÉSI RENDSZER KIALAKÍTÁSA

A turisztikai intézményrendszer átalakításához a turizmusban érdekelt együttműködésére, hosszabb távú célokat figyelembe vevő szemléletmódjára van szükség. A szubszidiaritás elvének érvényesítésével elérhető a turisztikai szolgáltatók fokozottabb bevonása a turizmuspolitika alakításába, a szakmaiság és dinamizmus erősítése. Az intézményrendszert a fejezet végén található ábra mutatja be.

3.5.1 Regionális intézményrendszer átalakítása

A turizmus komplex kezelése régiós szinten egy olyan integrált, a régió turisztikai szereplőit magában foglaló, a központi turizmusirányítástól a jelenleginél nagyobb függetlenséggel rendelkező szervezet kialakítását igényli, amely – a stratégia irányelveivel összhangban – sikeresen képes menedzselni az adott turisztikai régió turizmusát. **Felül kell vizsgálni, hogy a kiemelt üdülőkörzet kategória a jelenlegi rendszerben megfelel-e az elvárásoknak.**

A regionális turisztikai szervezeteket (a továbbiakban: rtsz) a tervezési-statisztikai régióknak megfelelően kell felállítani¹², ami egyedüli lehetőségként teszi hatékonyan elérhetővé a Strukturális Alapok forrásait. A jelentős interregionális vonzerőket (pl. Balaton, Tisza-tó) az érintett régiók szoros együttműködésében érdemes kezelni, a régiók által létrehozott szervezet keretében.

¹² Turisztikai szakmai indokok – és valószínűleg csak azok – alátámaszthatják a Balaton és a Tisza-tó tervezési-statisztikai régióvá történő átalakítását. Ennek egyetlen módja a jelenlegi hét régiót kijelölő, területfejlesztésről és területrendezésről szóló 1996. évi XXI. törvényhez kapcsolódó, az Országos Területfejlesztési Konceptióról szóló 35/1998. (III.20.) OGY határozat módosítása. A turizmusra fordítható források elérése és felhasználása a jelenlegi keretek között, az érintett régiók megfelelő együttműködésével azonban szintén megoldható.

3.5.2 Desztináció menedzsment feltételeinek kialakítása

A turizmus intézményrendszerének működése érdekében az rtsz együttműködik és biztosítja a megfelelő információáramlást a megalakult kistérségi és helyi desztináció menedzsment szervezetekkel (a továbbiakban: hdmsz), a helyi hatóságokkal, klaszterekkel, szakmai szervezetek regionális szervezeteivel, és a szolgáltatókkal.

A szervezet tulajdonosi köre az államból, az önkormányzatokból és a vállalkozói szektorból áll össze, amelynek képviselői alkotják a szervezet **irányító testületét**. További tagok lehetnek a helyi szakmai szervezetek, az önkormányzatok, a Tourinform irodák, klaszterek, gyógyhelyi igazgatóságok stb.

A **végrehajtó menedzsment** a szakmai operatív szervezet. Az irányító testület a regionális fejlesztési tanács önálló turisztikai szakbizottságaként működik, megkerülhetetlen a turizmust érintő döntések előkészítésében, a projektkiválasztásban.

A szervezetet a közsféra és a magánszektor együtt finanszírozza, ugyanakkor létrehozásában az állam és az önkormányzat – pl. Tourinform irodák apportján keresztül – játszik kizárólagos szerepet. Az állam részvétele a finanszírozásban a működtetés során – a szolgáltatói, illetve egyéb források bevonásának növekedésével párhuzamosan – fokozatosan csökken a kívánt szintre. A szervezet forrásai a működtetés során:

- Önkormányzat idegenforgalmi adóbevételek után járó 1+3 Ft 1 Ft-ja, ami már nem is kerül önkormányzati szintre, hanem regionális szinten kerül kiutalásra.
- Vállalkozói szektor befizetései
- A szervezet tevékenységéből származó saját bevételei
- Fokozatosan csökkenő központi költségvetési hozzájárulás

a) Megyei önkormányzatok turisztikai tevékenysége

Az EU regionális szemléletét, illetve az EU-s támogatással megvalósuló pályázati rendszert alapként figyelembe vevő finanszírozási rendszerben ezek a hivatalok közvetlenül támogatásban továbbra sem részesülnek, ugyanakkor a javasolt szervezeti rendszerben megtalálhatják a kapcsolódási lehetőséget. Így annak ellenére, hogy a megyei szint a javasolt háromszintű intézményrendszerben közvetlenül nem jelenik meg, közvetve ugyanakkor lényeges szerepe lehet. A megyék turisztikai szerepvállalását illetően a stratégia javasolja, hogy amennyiben a jövőben az önkormányzati törvény változtatására sor kerülhet, a létező közigazgatási egységek minden szintjén legyen kötelező a turizmussal kapcsolatos feladatok ellátása.

b) Helyi desztináció menedzsment szervezet kialakítása

Az alulról jövő kezdeményezések szellemében a legkisebb közigazgatási egységek, a kistérségek és a települési önkormányzatok is létrehozhatnak desztináció menedzsment szervezetet. Ennek meghatározó indoka a kistérség, település turisztikai vonzereje, turisztikai eredményei, továbbá a turizmusra a jövőben nagyobb hangsúlyt fektetni kívánó önkormányzat turisztikai elkötelezettsége.

A hdmsz tagként részt vesz az rtsz munkájában, a régióját is erősíti munkájával, azonban kisebb területi egység képviselőjeként lehetősége van az egészen specifikus vonzerők menedzselésére is.

Az önkormányzatok idegenforgalmi adóbevételeinek turizmusba való visszaforgatását új vagy meglévő jogszabályok változtatásával szükséges megoldani.

c.) Alulról jövő kezdeményezések ösztönzése

A létrejövő regionális turisztikai szervezetek mellett **kistérségi, helyi szinten, közös termék** stb. mentén további desztináció menedzsment szervezetek alakulhatnak (saját kezdeményezésükre), amelyek tagjai a regionális szervezetnek.

3.5.3 A turisztikai intézményrendszer piramisának talpra állítása

a.) Hatékony központi turisztikai intézményrendszer kialakítása

A turizmus állami irányításának intézményrendszerben elfoglalt helyének stabil pozíciót kell biztosítani, ez teszi lehetővé a szakmai feladatokra való koncentrációt. **Önálló közigazgatási szervként** való működés teszi lehetővé a terület kormányzati érdekérvényesítő képességének javítását és elfogadottságát.

Szolgáltató és átlátható államigazgatás megteremtése a turizmusban, ami - a fenntartható fejlődés és az életminőség javítása szellemében – eszközeivel biztosítja a turizmusban résztvevők számára a vállalkozási feltételeket, valamint elősegíti a turisztikai kínálat és a kereslet fejlődését. Nemzetközi kapcsolatrendszerében, nemzetközi szervezetekben vállalt tagságából fakadóan elősegíti a turizmussal kapcsolatos trendek, új előírások, irányelvek, technológiák hazai megismertetését.

A turisztikai államigazgatás feladatai többek között: stratégiai tervezés, jogszabályalkotás, kiemelt termékek fejlesztése, részben PPP keretek között, kormányzati érdekérvényesítés, koordináció, a turizmusfejlesztési eszközök, források biztosítása, államközi kapcsolatok.

A legfontosabb és leggyorsabban megoldandó kérdés a **turizmus kerettörvényének** megalkotása, amely stabilitást, kiszámíthatóságot, a hosszú távú keretfeltételek ismeretét biztosítja a turizmus szereplői számára; a turizmussal kapcsolatos feladatokat, felelősségi szinteket világosan kijelöli; a finanszírozási forrásokat meghatározza, lehetővé teszi a turizmus kiegyensúlyozott, az éves költségvetés változásaitól kevésbé függő kezelését; egyéb turizmust érintő jogszabályoknak keretet ad; megalkotása önmagában növeli a turizmus presztízsét, elismertségét a kormányzatban.

A Turizmus törvény lehetséges tartalma:

- Rögzíti az állam kötelezettségét, hogy a turizmusra költségvetési forrásokból évente a GDP 0,25%-át¹³ fordítja, illetve legalább a turisztikai promócióra szánt költségvetés rögzítése;
- Országos, regionális, megyei, kistérségi, települési szinten bemutatja a turisztikai rendszert, annak finanszírozását, a források képzését;
- Magában foglalja a fenntarthatóságra vonatkozó kritériumrendszer konkrét rendelkezéseit;
- Az országos és regionális szintű turisztikai rövid-, közép- és hosszú távú tervezési kötelezettséget;

¹³ Ez a meghatározás a turisztikai célú költségvetési források összességére vonatkozik. Tehát a turizmusra fordított EU források, ennek hazai társfinanszírozása, a turisztikai célú előirányzat, a regionális és a helyi turisztikai források összessége kell, hogy egy-egy adott évben elérje a GDP 0,25%-át.

- Az országos (ndmsz) és a regionális (rtsz) turisztikai promóciós kötelezettséget, amelyet mind belföldön, mind külföldön ki kell fejteni;
- A turizmus interszektorális jellege miatt horizontális államigazgatási jogosítvány megteremtése a turizmus számára, amellyel a kormányzati döntésekben képviselhetné érdekeit;
- Az állampolgárok üdüléshez való jogának meghatározása, amely legalább egyhavi minimálbérnek megfelelő természetbeni juttatásnak feleljen meg;
- A civil társadalom és a magánszektor számára mind a finanszírozásban, mind a koncepció kialakításához, továbbfejlesztéséhez segítséget nyújtson;
- Monitoringrendszer meghatározása a törvényben foglaltak nyomon követéséhez.

A turizmus állami és magánszektorbeli szereplőinek kapcsolódási pontjaként létre kell jönnie a **legfelsőbb szintű turisztikai egyeztető fórumnak**, amelynek magánszektorbeli tagjai – a mögöttük álló, kellő reprezentativitású szakmai szervezetek képviselőiként – hatékonyan, célratorően érvényesítik a szektor érdekeit az államigazgatás felé. A turizmus érdekeinek törvényhozásban való képviselése érdekében továbbra is indokolt egy önálló és állandó országgyűlési turisztikai bizottság működése.

b.) Nemzeti desztináció menedzsment szervezet létrehozása

Az átalakítással az MT Rt. tisztán promóciós feladatai és erőforrásai jelentősen kibővülnek, ennek következtében egy korszerű desztináció menedzsment szervezet jön létre. Az ndmsz állami tulajdonú, a magán és civilszektor későbbi csatlakozását és saját bevétel szerzését lehetővé tevő szervezeti formában alakul meg. A tulajdonosi szerkezet későbbi változása esetén is többségi állami tulajdonban marad. A kiszámítható, jogszabályi kötelezettséggel biztosított állami finanszírozású mellett cél más magánszektorbeli forrás bevonása, a saját bevételek arányának növekedésének ösztönzésével az állami forrásra utaltságot csökkenteni kell.

c.) Párbeszéd a szakmában dolgozókkal

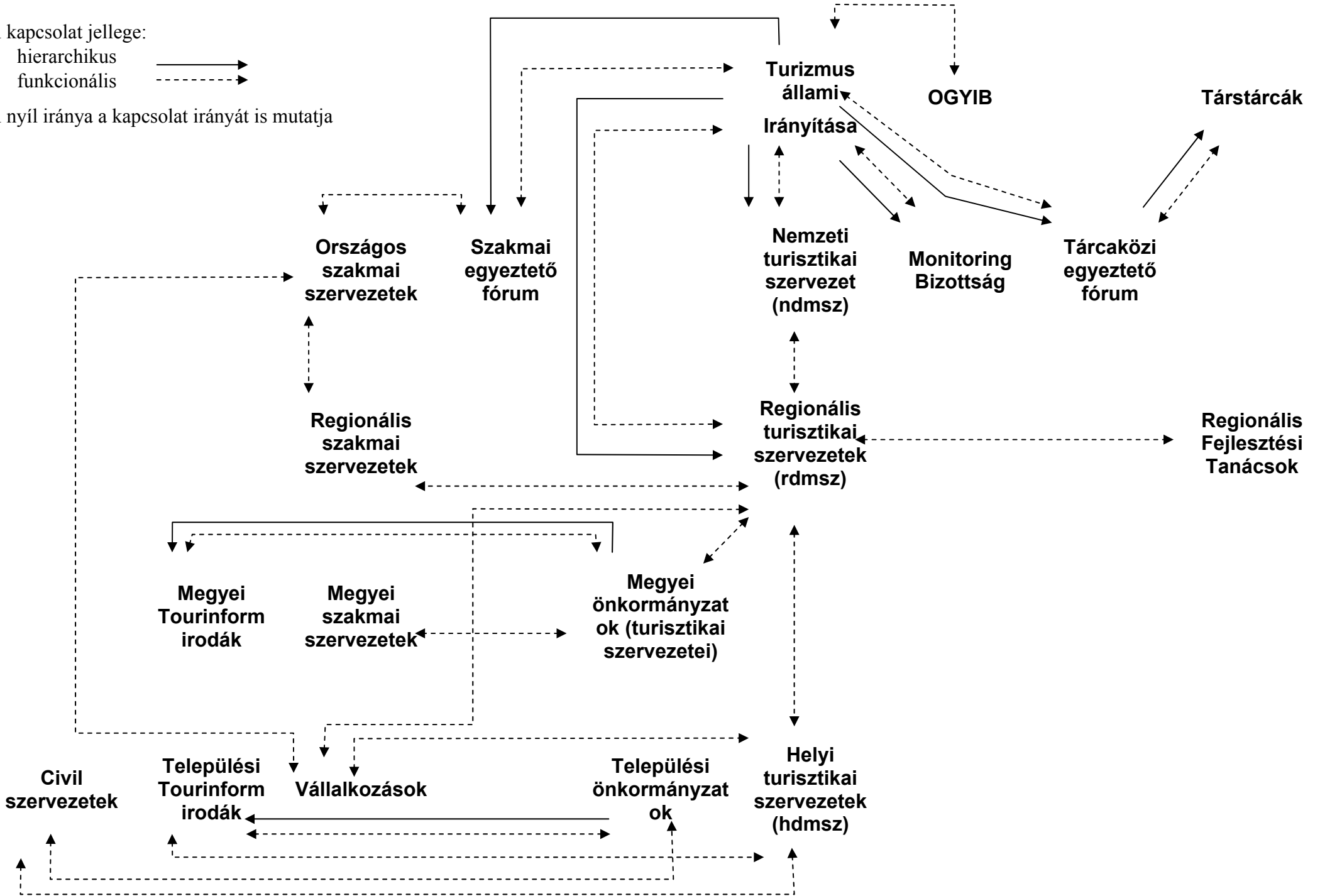
A szakmai szervezetekkel való együttműködés fokozása hozzájárul ahhoz, hogy a turizmus állami irányítása szakmai érvekkel erősebben alátámasztva működjön közre a szabályozók, valamint a fejlesztési programok kidolgozásában. Ennek érdekében ösztönözni kell az ágazatban dolgozók aktívabb szerepvállalását a szakmai szervezetekben. Az ágazat elismertségéhez a szakmai szervezetekkel való folyamatos párbeszéd – illetve a szakmai szervezetek aktivitása, kezdeményezőképesége – is hozzájárul, ezért az állami irányítás és a szakmai szervezetek közötti együttműködés és információáramlás hatékonyságát tovább kell javítani.

A hatékony működési rendszer kialakítását a következő eszközök megvalósítása teszi lehetővé: Turizmus törvény létrehozása, Turisztikai Tárcaközi Koordinációs Fórum felállítása, Legfelsőbb Turisztikai Egyeztető Fórum létrehozása, desztináció menedzsment szervezetek létrehozása, turisztikai referens alkalmazása.

A kapcsolat jellege:

- hierarchikus →
- funkcionális →

A nyíl iránya a kapcsolat irányát is mutatja



3.6 HORIZONTÁLIS CÉLOK

A Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia öt átfogó célján (pillérén) túl az alábbi horizontális célok azonosíthatók be. A horizontális célok nem sorolhatók be egy-egy átfogó cél alá, mivel hatásuk mind az öt pillérre, azaz az egész turizmus ágazatra érvényesek.

3.6.1 Élménylánc kialakítása

A stratégia fő célja az életminőség javítása a turizmus által. Ezért az átfogó célok egyben a turizmusfejlesztés egységeit is képezik, amelyek egymással szoros összefüggésben állnak, és együttesen járulnak hozzá az életminőség javításához. Az öt pillérben meghatározott célok elérése biztosítja a hozzánk érkező, illetve a belföldi turisták és vendégek számára, hogy az országgal kapcsolatos előzetesen kialakult kép, amely az úti cél kiválasztását meghatározza, valamint az itt-tartózkodásuk alatt őket ért hatások, benyomások a szakma felkészültségének és szolgáltatások minőségének köszönhetően élmények láncolatává álljanak össze.

3.6.2 Minőség és fenntarthatóság megvalósítása

A turizmus egészére kiterjedő, a fenntarthatóság mérését is lehetővé tevő komplex turisztikai minőségbiztosítási és védjegyrendszer létrehozásával, működtetésével és a turizmus nem gazdasági hatásainak előtérbe helyezésével megoldható, hogy a turisták szolgáltatási minőséggel kapcsolatos elvárásait elérje, illetve felülmúlja a ténylegesen átélt élmény.

3.6.3 Esélyegyenlőség megvalósítása

A belföldi turizmus növekedésének alapfeltétele, hogy a társadalom minél szélesebb rétege vegye igénybe a hazai turisztikai szolgáltatásokat: más–más eszközök alkalmazására van szükség, attól függően, hogy az érintettek szociális helyzete nem teszi lehetővé, vagy nincs igény a hazai turisztikai kínálat megismerésére.

Külön figyelmet kell fordítani a nők (pl. egyedül vagy kis csoportban utazók), a nagycsaládosok, a mozgássérültek és a szociálisan hátrányos helyzetűek igényeire, azaz a szálláshelyek, a vendéglátás és a programok tekintetében is megfelelő szolgáltatást kell kínálni részükre. Ezek a csoportok egyben egy-egy **piaci részt** jelentenek, amelynek kiszolgálása jelentős gazdasági lehetőséget rejtenek.

3.6.4 Ifjúsági turizmus

Az ifjúsági turizmus jelentőségénél fogva több területet is érint, ezért fejlesztése és színvonalának emelése összehangolt tevékenységet feltételez. Korosztályi jellemzők miatt kiemelt jelentősége van a szemléletformálásnak, az életminőség javításának, valamint a korszerű, elektronikus alapú marketingeszközök használatának. Célszerű meghatározni azokat a feladatokat, amelyek szinte kizárólag a turizmus szakmához kapcsolódnak, illetve a szociálpolitika vagy az oktatás része. A stratégia nem termékként kezeli az ifjúsági turizmust, mert összetettsége miatt több termékhez kapcsolódik, és jellegzetességét a korosztály igényei határozzák meg.

3.6.5 Határon átnyúló turizmusfejlesztés

Az NTS célja a határon túli magyarság esetében kettős: a jövedelmező turisztikai tevékenység fejlesztésével a magyarlakta régiók lakosságmegetartó erejének növelése, illetve a később versenytársakká váló területekkel olyan együttműködés kialakítása – még a jelenlegi relatív versenyelőnyt biztosító szituációban –, amelynek során a későbbiekben ezek a gyorsan fejlődő desztinációk a magyarországi turizmust, mint regionális központot erősítik.

A fentiek érdekében a gazdasági együttműködés fejlesztése kiemelten fontos, azon belül is a humán erőforrás fejlesztés, illetve ezen keresztül a – főleg európai uniós – forrásokhoz való hozzáférés elősegítése. Fontos a hálózatok szervezése (pl. kárpát-medencei gyógyfürdők szövetsége), valamint a tájegységet képező, határmenti területeken a desztináció menedzsment szervezetek együttműködése, amely a határ mindkét oldalán hozzájárulhat a gazdasági fejlődéshez a turizmus által. Ebben nagy szerep jut a régióknak, mivel nagyrészt most is rendelkeznek ilyen határon átnyúló kapcsolattal.

A határon túli magyarlakta területekről – egyelőre elsősorban rokonlátogatási céllal – érkező turisták egyre fontosabb és visszatérő turisztikai keresletet, piacot is jelenthetnek Magyarország számára.

A horizontális célok megvalósítását az alábbi eszközök segítik elő: a turizmus nem gazdasági hatásainak felmérése, fenntartható turizmus munkacsoport létrehozása, kutatás a fenntarthatósági indikátorokról, védjegyrendszer kialakítása, működtetése, teherbíróképesség vizsgálatok, látogatómenedzsment, akadálymentesítés, fogyatékkal élők speciális igényeinek megfelelő szálláshelyfejlesztés, párbeszéd a fogyatékkal élőkkel, családi kirándulások ösztönzése, üdülési csekkrendszer a szociálisan hátrányos helyzetű rétegek részére, táboroztatás, tanulmányi kirándulások, erdei iskolák, fogyatékkal élők és kisebbségek foglalkoztatásának ösztönzése az ágazatban, határon átnyúló desztinációfejlesztés támogatása.

4 MEGVALÓSÍTÁS ÉS MONITORING

4.1 Megvalósítás

A stratégia megvalósítására vonatkozóan az egyes résztvevők feladatait és jogköreit kormányhatározatnak kell rögzíteni. A megvalósítás fő felelőse: az NTS Monitoring Bizottság. A bizottság összetétele:

Elnök: a turizmus állami irányításának vezetője

Teljes jogú tagok (a szervezetek képviselői): turizmus állami irányítása, legfelső szintű turisztikai egyeztető fórum, desztinációs menedzsment szervezetek, társmínisztériumok, önkormányzatok, turisztikai oktatási intézmények, közreműködő szervezetek, ellenőrző szervezet(ek), horizontális témákat képviselő szervezetek, tanácskozási joggal rendelkező szervezetek, ellenőrző szervezet(ek).

A megvalósítás folyamata

A megvalósítás a decentralizáció irányába mozdul el. Az országos, nemzeti szintű kiemelt témákban centralizált döntések születnek, egyéb kérdésekben a szubszidiaritás elve érvényesül.

Pénzügyi kérdések

A stratégia megvalósulását elsődlegesen az EU Strukturális Alapokból származó források (és a hozzá kapcsolódó hazai társfinanszírozás) fogják biztosítani. Ennek az intézményrendszere a készülő II. NFT-ben kerül meghatározásra. A turisztikai célleírányzat kezelése a jövőben is a turizmus állami irányításának a feladata, ennek viszonylag jól működő, kialakult gyakorlata van.

Nyilvánossági rendelkezések

A stratégia végső változata, az ütemezés, a célokhoz rendelt pénzügyi források, konkrét projekt megvalósítások folyamatosan közzétételre kerülnek a turizmus állami irányításának a honlapján. A stratégia rövid változata idegen nyelven is elkészül és bemutatásra kerül nemzetközi szervezetek felé, illetve más nemzetközi együttműködésekben.

4.2 Monitoring

A stratégia megvalósulását folyamatosan nyomon kell követni, hogy a kívánt ütemben és mértékben teljesülnek-e a benne kitűzött célok. Ez a nyomon követés a monitoring, amely az adatgyűjtéstől a stratégia esetleges szükséges módosításán át, számos komplex feladatot foglal magában. Évenkénti rendszerességgel meg kell vizsgálni, hogy milyen mértékben halad a stratégia célkitűzéseinek teljesítése, eltérés esetén be kell avatkozni, illetve a kívánt cél elérése érdekében módosítani kell a stratégiai eszközöket. Figyelemmel kell kísérni a külső környezet változásait (adatgyűjtés, feldolgozás, elemzés) és ezeket a stratégiában szükség szerint leképezni. Elemezni kell a végrehajtás eredményeit, különös tekintettel a pályázati úton megvalósított fejlesztések pénzügyi és fizikai megvalósulására. Az ehhez szükséges rendszer alapjai már jelenleg is léteznek. A pályázatok pénzügyi és fizikai adatai adatlapok formájában elvileg a MÁK¹⁴ rendelkezésére állnak, de feldolgozásuk még nem megoldott. (Erre alkalmas lehet maga a MÁK vagy az elmúlt évek egyik fő pályázatkezelője, a MVF Kht.¹⁵). Éves jelentést kell készíteni az elvégzett feladatokról, a stratégia megvalósulásának előre haladásáról.

Ezeknek a feladatoknak a főfelelőse az NTS Monitoring Bizottság, amely a stratégia megvalósításának legfőbb koordinációs és döntéshozó testülete. Az NTS Monitoring Bizottsághoz az ndmsz, a legfelsőbb szintű turisztikai egyeztető fórum, valamint a turizmus állami irányítása az értékeléseket készíti (közgazdasági, versenyképességi, foglalkoztatási, termékfejlesztési, területfejlesztési, fenntarthatósági, életminőséggel kapcsolatos kutatások eredményei, keresleti és (termékspecifikus) kínálati elemzés, országos vonzerőleltár módszertan kidolgozása).

Az NTS Monitoring Bizottság készíti el a stratégiából következő konkrét, 1-3 éves időtartamra lebontott részletes feladatokat tartalmazó akcióterveket. A Monitoring Bizottság fent meghatározott feladataiból adódó érdemi, **operatív feladatokat, a döntés-előkészítő munkát a turizmus állami irányításán belül működő Stratégiai Munkacsoport** látja el, munkájában az ndmsz kutatási és stratégiai feladatokat ellátó szervezeti egységeivel működik együtt (kutatási adatok beszerzése, elkészült stratégiák, stb.).

¹⁴ Magyar Államkincstár

¹⁵ Magyar Vállalkozásfejlesztési Kht.

5 Pénzügyi tervezés

5.1 Módszertani bevezető

A Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia megvalósítása csak a köz- és a magánszféra együttműködése révén lehetséges. A stratégia pénzügyi fedezete több forrásból fog érkezni, és a pénzek felhasználására egyik szereplőnek sem lesz kizárólagos ráhatása. Tekintettel arra, hogy a legnagyobb pénzügyi forrás, amire a stratégia megvalósítása épít, az Európai Unió Strukturális Alapjai, látható, hogy a forrásokra ráhatásunk elsősorban a megvalósítás oldaláról és nem a források biztosításának oldaláról lesz. (Azaz például lehetőség lesz a stratégia keretein belül forrásokat átcsoportosítani egyik kiemelt termékről a másikra vagy egy nagyprojektre, elvileg lehetőség lesz forrásokat csoportosítani az ndmsz és az rdmsz-ek között, de arra nem lesz ráhatásunk, ha például az EU-s turisztikai forrásokat csökkentik a KKV fejlesztés javára.)

Az NTS pénzügyi táblái csak azokat a forrásokat tartalmazzák, amelyek a közvetlenül turisztikai célú feladatokat szolgálják, amelyeknek megvalósítója a turisztikai intézményrendszer. A más jellegű feladatok fedezetét tehát – így például a tömegközlekedés korszerűsítése, útépités – a táblázatok nem tartalmazzák.

A pénzügyi javaslatot összesen három táblázat mutatja be, amelyből az 1. számú táblázat a stratégia megvalósítása során várhatóan felhasználható forrásokat mutatja aszerint, hogy honnan származik (EU-s, központi, regionális, helyi, magán).

A 2. és 3. számú táblázat a jelenlegi és a jövőbeni turisztikai intézményrendszer kiemelt szereplőit, a nemzeti és a regionális desztinációs szervezetek finanszírozását mutatja be.

5.2 Indikatív pénzügyi tábla

Az alábbiakban bemutatásra kerülő pénzügyi táblázat a stratégia lehetséges finanszírozási rendszerét mutatja. Megvalósulása számos tényező függvénye, melyek – a fentiek miatt – részben a turizmus szereplőin kívül állnak. A táblázat összeállításakor az alábbi feltételezésekkel, javaslatokkal, technikákkal élünk.

- Az „EU” oszlop tartalmazza az unióból származó forrásokat. A 2004-2006. közötti időszakban a turizmus részesedése az összes közösségi (EU-s) forrásból 2,7% volt, 2006-ig a táblázat ezeket a tényadatokat tartalmazza. A 2007-2013. évek közötti adatok esetében azzal a feltételezéssel élünk, hogy az ebben az időszakban várhatóan Magyarországra érkező 24,6 Mrd euró támogatásból a korábbinál nagyobb arányban, 3,5%-os arányban részesülünk.
- A „Társfinanszírozás” oszlop 2006-ig az I. NFT-ből származó tényadatokat tartalmazza, 2007-től pedig a fent leírt módszer szerint számított becsült adatokat. A társfinanszírozás azért nem a „turisztikai céllelőirányzat” oszlopban szerepel, mert a közösségi forrásokhoz biztosítandó társfinanszírozás jelen ismereteink szerint a jövőben sem nem a TC-t, hanem közvetlenül a központi költségvetést terheli.
- A „turisztikai céllelőirányzat” oszlop a turizmus állami irányítása által közvetlenül felügyelt források mellett tartalmazza 2006. végéig az MT Rt (és ezen keresztül az RMI-k) forrásait is. 2007-től azonban a központilag elosztható forrásokon kívül már csak az ndmsz forrásait tartalmazza, mert a regionális turisztikai szervezetek forrásait a „Regionális” oszlop mutatja be.

- A turisztikai célelőirányzat összegének tervezésénél figyelembe vettük, hogy az előzetes várakozások szerint a 2007-2013. között Magyarország számára rendelkezésre álló EU-s források társfinanszírozási igénye rendkívül magas. Ennek következtében a szabadon, tisztán hazai célra elkölthető források lényeges növelése nem várható.
- A „Regionális” oszlop 2006 végéig a RIB-ek rendelkezésére álló forrásokat tartalmazza, 2007-től pedig a regionális turisztikai intézményrendszer összes forrását (központi támogatás, ifa után járó +1 forint, és egyéb bevételek). Ezeket a forrásokat részletesebben a 2. és 3. számú táblázat mutatja be.
- A helyi önkormányzatok hozzájárulása 2006-ig tényadatokon alapszik, 2007-től pedig az I. NFT-ben a pályázatokhoz biztosított önkormányzati saját erő alapján lett becsülve.
- A Turizmus Törvényben kerülhet megfogalmazásra, hogy fontos cél minden évben legalább a hazai GDP 0,25%-át turizmus célra költeni. Ez a meghatározás a turisztikai célú költségvetési források összességére vonatkozik. Tehát a turizmusra fordított EU források, ennek hazai társfinanszírozása, a turisztikai célelőirányzat, a regionális és a helyi turisztikai források összessége kell, hogy egy-egy adott évben elérje a GDP 0,25%-át. A pénzügyi táblázat ennek figyelembe vételével készült.
- A magánszféra hozzájárulása a Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Programja keretében megvalósult fejlesztések multiplikátor hatása alapján lett megbecsülve (1 forint állami támogatás kb. 2 forint magántőkét mozgató meg). 2004-2006. évekre a ROP pályázati rendszeren keresztül tényadatok fognak a rendelkezésünkre állni, ezért arra nem készítettünk becslést.

Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia - összegzés

1. sz. táblázat

A Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia forrásai 2005-2013						
Millió Ft, 2004-es árákon	EU	Hazai társfinanszírozás	Turisztikai célélő-irányzat*	Regionális**	Helyi (önkormányzati)	Magán
2005	6 896	2 332	9 157	2 000	238	n.a.
2006	8 934	3 022	13 000	3 500	308	n.a.
2007	26 305	8 898	14 000	7 456	906	73 925
2008	28 497	9 639	15 000	7 812	982	80 085
2009	32 881	11 122	15 500	8 200	1 133	92 406
2010	35 073	11 864	15 700	8 495	1 208	98 566
2011	35 073	11 864	16 000	9 094	1 208	98 566
2012	30 689	10 381	16 300	9 766	1 057	86 245
2013	30 689	10 381	16 524	10 160	1 057	86 245
Összesen	235 034	79 501	131 181	66 483	8 096	616 038
Mindösszesen		1 136 333				
* MT Rt / ndmsz működési költséggel együtt						
** 2007-től rdmsz működési költséggel együtt						

Az **intézményrendszer finanszírozását** a 2. és a 3. számú táblázat mutatja be. A 2. számú táblázat a jelenlegi helyzetet mutatja be: az MT Rt. és a RIB-ek 2005-ben rendelkezésre álló forrásaiból indul ki.

A 6. fejezetben (Eszközök) a célként kitűzött intézményi struktúra felállítására a 2006. év lett megjelölve (5/4 kódszámú eszköz). Ennek megfelelően a 3. számú táblázat 2007-től tartalmazza a forrásokat az új intézményrendszer szerinti bontásban.

2. sz. táblázat

MT Rt. és RIB-ek pénzügyi forrásai 2005-2006		
Millió Ft, 2004-es árákon	MT Rt* TC-ből	RIB központi forrásból
2005	5 000	2 000
2006	8 000	3 500
Összesen	13 000	5 500
* RMI-k működési és marketing költségével együtt		

3. sz. táblázat

A nemzeti és a regionális desztinációs szervezetek forrásai 2007-2013					
Millió Ft, 2004-es árakon	ndmsz**	rdmsz* (7db)			rdmsz összesen
		központi forrásból	Ifa hozzájárulásból	Egyéb***	
2007	9 000	3 500	3 956	0	7 456
2008	10 000	3 500	4 312	0	7 812
2009	10 500	3 500	4 700	0	8 200
2010	10 500	3 500	4 995	0	8 495
2011	10 000	3 333	5 594	167	9 094
2012	10 000	3 333	6 266	167	9 766
2013	9 524	3 333	6 660	167	10 160
Összesen	69 524	24 000	36 483	500	60 983

*Működési költséggel együtt

** Nem tartalmazza a régiós szervezetek működési és marketing költségeit, mert azok az rdmsz oszlopokban szerepelnek

*** Tagoktól, értékesítés, stb.

A nemzeti és a regionális desztinációs szervezetek finanszírozását bemutató táblázat elkészítésekor az alábbi feltételezésekkel, javaslatokkal, technikákkal éltünk.

1. Az ndmsz működési költségei és munkájához szükséges egyéb pénzügyi fedezet (marketing, pályázatkezelés, stb.) a TC-ből származik.
2. A regionális turisztikai szervezetek forrásait tartalmazó oszlopok („rdmsz”) mutatják a régiós turisztikai szervezetek forrásait eredet szerint. A rendelkezésükre álló pénzügyi eszközök három helyről származhatnak, egyrészt központi forrásokból (mely lehet például a TC, vagy területfejlesztési forrás, vagy akár közvetlenül a költségvetésből), másrészt a kivetett ifa után járó harmadik +1 forint, mely az rdmsz-ekhez érkezik be forrásként, és végül egyéb saját bevételekből. A táblázatban a régiós munkaszervezet (a jelenlegi struktúra szerinti RMI) és az irányító testület (a jelenlegi struktúra szerinti RIB) forrásai nem válnak el, a táblázat azokat egyben kezeli.
3. Az idővel kis mértékben csökkenő központi források azt jelzik, hogy mind az ndmsz, mind az rdmsz-ek esetében törekedni kell a saját bevételek növelésére, és ezzel párhuzamosan a támogatásuk csökkentendő.