

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

REGIONÁLIS POLITIKA ÉS GAZDASÁGTAN
DOKTORI ISKOLA

Horváth Alpár

A területi turizmusfejlesztés lehetőségei a Székelyföldön

DOKTORI ÉRTEKEZÉS

Témavezető: Dr. Michalkó Gábor

Pécs, 2010

TARTALOMJEGYZÉK

I. RÉSZ: A KUTATÁS CÉLJA ÉS TEMATIKÁJA	9
1.1. A kutatás célja	9
1.2. A kutatás tematikája és a dolgozat felépítése	9
1.3. Kutatási hipotézisek és a témakör feldolgozásának módszertana	11
II. RÉSZ: TURIZMUS, TURIZMUSFEJLESZTÉS, SZÉKELYFÖLD	16
2. fejezet: A turizmus és fejlesztése	16
2.1. A turizmus-rendszer értelmezése	16
2.1.1. A turizmus mint társadalmi-gazdasági jelenség	16
2.1.2. A turizmus térbeli és területi rendszerként való megközelítése	19
2.2. A turizmus fejlesztése	25
2.2.1. Ágazati és területi szemlélet a turizmuspolitikában	25
2.2.3. A turisztikai desztináció-menedzsment	34
2.2.3.1. A turisztikai desztináció fogalma	34
2.2.3.2. A turisztikai desztináció menedzsmentje	36
2.3. A turizmus regionalitása: a területiség szintjei és a lehatárolhatóság problémái	44
2.3.1. A régió mint a regionalizálási módozatok terméke	45
2.3.2. A turisztikai régió – szempontok a turisztikai körzetesítéshez	50
3. fejezet: A Székelyföld mint sajátos régió és a turizmusfejlesztés kerete	54
3.1. A Székelyföld mint történeti képződmény	57
3.1.1. A Székelyföld fekvése és földrajzi tagolódása	58
3.1.2. A székelység, mint területi közösség, eredet és identitás	62
3.1.3. A székek átalakulása és a kisebbségpolitikai kontextus	65
3.2. Az etnicitás, a regionalizmus és autonómia-mozgalmak lehetséges turizmusfejlesztési összefüggései	70
3.2.1. Kisebbségi lét, nemzet és nemzettudat	71
3.2.2. Turizmusfejlesztés kisebbségpolitikai kontextusban	75
3.3. Székelyföld: turisztikai desztináció vagy turisztikai régió?	79
3.3.1. A székely identitás turisztikai kifejeződése	79
3.3.2. Az etnikai turizmus, mint konjunktúra	81
3.3.3. Székelyföld - a kulturális régiótól a turisztikai desztinációig	87
III. RÉSZ: A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUS FELTÉTELRENDSZERÉNEK ÉS MŰKÖDÉSÉNEK EGYES ELEMELI	89
4. fejezet: A szekunder kutatás eredményei: fogadóképesség és regisztrált kereslet	89
4.1. A turisztikai fogadóképesség fogalma, összetevői	89
4.2. Szekunder kutatási eredmények a szálláshelyi szuprastruktúra alakulásáról	90
4.2.1. A szálláshely-kínálat megyei szintű vizsgálata	93
4.2.2. Településszintű vizsgálatok	100
4.3. Szekunder kutatási eredmények a regisztrált kereslet alakulásáról	105
4.3.1. A regisztrált turisztikai kereslet jellemzői Romániában	105
4.3.1.1. Látogatók száma a határforgalom alapján	106
4.3.1.2. A szálláshelyeken regisztrált forgalom desztináció-típusok szerint	109
4.3.2. A székelyföldi megyék szálláshelyein regisztrált kereslet	111
4.3.2.1. Megyei szintű vizsgálatok	111
4.3.2.2. Településszintű vizsgálatok	117
4.3.2.3. A turistaforgalom szezonálisitása a kelet-erdélyi/székelyföldi megyékben	125

5. fejezet. A primer kutatás eredményei: empirikus vizsgálat Hargita megyében a turizmus iránti fogadókészségről.....	131
5.1. Önkormányzati és közintézményi vezetők attitűdjei	134
5.1.1. A turizmus jelentősége, pozitív és negatív hatások.....	135
5.1.2. Turizmusfejlesztési feladatok: állam, önkormányzatok, vállalkozók, civilek	137
5.1.3. Nemzeti/kisebbségi kultúra szerepe, a székelyföldi regionális identitás érvényesülése a turizmusban, térségmarketingben	140
5.1.4. Jellegzetes turisztikai termékek, tevékenységek, helyszínek	142
5.1.5. Jellegzetes turisták.....	144
5.1.6. Szakoktatási intézmények, szakmák megítélése	145
5.2. Vállalkozások vezetőinek az attitűdjei.....	146
5.2.1. A turizmus jelentősége, pozitív és negatív hatások.....	147
5.2.2. Turizmusfejlesztési feladatok: állam, önkormányzatok, vállalkozók, civilek ..	150
5.2.3. Nemzeti/kisebbségi kultúra szerepe, a székelyföldi regionális identitás érvényesülése a turizmusban, térségmarketingben	153
5.2.4. Jellegzetes turisztikai termékek, tevékenységek, helyszínek	156
5.2.5. Jellegzetes turisták.....	159
5.2.6. Szakoktatási intézmények, szakmák megítélése	162
5.3. Civil szervezeti vezetők, aktivisták attitűdjei.....	163
5.3.1. A turizmus jelentősége, pozitív és negatív hatások.....	165
5.3.2. Turizmusfejlesztési feladatok: állam, önkormányzatok, vállalkozók, civilek ..	168
5.3.3. Nemzeti/kisebbségi kultúra szerepe, a székelyföldi regionális identitás érvényesülése a turizmusban, térségmarketingben	172
5.3.4. Jellegzetes turisztikai termékek, tevékenységek, helyszínek	174
5.3.5. Jellegzetes turisták.....	175
5.3.6. Szakoktatási intézmények, szakmák megítélése	177
IV. RÉSZ. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS ÚJ KUTATÁSI KIHÍVÁSOK	179
6. fejezet. A hipotézisek értékelése, a kutatás legfontosabb eredményei és új kutatási irányok.....	179
6.1. A hipotézisek értékelése és a kutatás legfontosabb eredményei	179
6.2. További kutatási irányok, kihívások	188
IRODALOMJEGYZÉK	190
MELLÉKLETEK.....	207

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra. A turizmus rendszere és környezete.....	21
2. ábra. A turizmusfejlesztési tervek egymásra épülése.....	32
3. ábra. A turisztikai desztinációk életciklusa.....	36
4. ábra. A desztinációs versenyképesség koncepcionális modellje	39
5. ábra. Régióformáló folyamatok	49
6. ábra: Románia történelmi régiói a turisztikai külképviseltek egyikének honlapján	54
7. ábra. Románia tervezési-statisztikai és fejlesztési régiói és Székelyföld elhelyezkedése Romániában.....	56
8. ábra. Magyar nemzetiségű népesség a Kárpát-medencében: Magyarország és Székelyföld	57
9. ábra. A székely székek térképe Elekes Tibor szerint (az egykori Aranyosszék nélkül).....	67
10. ábra. Kisebbségpolitikai alapú turizmusfejlesztési koncepció elméleti modellje.....	70
11. ábra. Erdély etnikai térképe a 2002-es népszámlálás adatai alapján	72
12. ábra. A létező és a működő szálláskapacitás megoszlása a székelyföldi megyékben, 2008-ban.....	96
13. ábra. A szállodák és a falusi panziók jelentősége a székelyföldi megyék kínálatában, 2008-ban.....	97
14. ábra. A létező szálláskapacitás alakulása a Közép régió megyéiben, 1990–2008 között (összes férőhelyek száma)	98
15. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása Maros megyében (1990–2008).....	98
16. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása Hargita megyében (1990–2008).....	99
17. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása Kovászna megyében (1990–2008)	99
18. ábra. A turisztikai fogadóegységek térbeli elhelyezkedése és dinamikája (2005–2008) Maros, Hargita és Kovászna megyékben	102
19. ábra. A létező szálláskapacitás térbeli elhelyezkedése és dinamikája (2005–2008) Maros, Hargita és Kovászna megyékben	103
20. ábra. A működő szálláskapacitás térbeli elhelyezkedése és dinamikája (2005–2008) Maros, Hargita és Kovászna megyékben	104
21. ábra. Székelyföld fontosabb településeinek MSZK szerinti rangsora 2008-ban.	105
22. ábra. Románia határforgalma, kiutazások és beutazások száma, 1990 után.....	106
23. ábra. A Romániába érkező látogatók számának alakulása a 2008. évi első 5 küldőországból..	108
24. ábra. A belföldi turisták számának alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008)	113
25. ábra. A külföldi turisták számának alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008).....	113
26. ábra. A belföldi vendégéjszakák számának alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008)	114
27. ábra. A külföldi vendégéjszakák számának alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008)	114
28. ábra. A megyék részesedése a Közép régió turistaérkezéseiből, 2008-ban	115
29. ábra. A megyék részesedése a Közép régió vendégéjszakáiból, 2008-ban	115
30. ábra. A megyék részesedésének alakulása a Közép régió belföldi és külföldi vendégéjszakáiból (1990–2008)	116
31. ábra. Az átlagos tartózkodási idő (nap) alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008)	117
32. ábra. A turistaérkezések térbeli megoszlása és dinamikája 2005–2008 között Maros, Hargita és Kovászna megyékben.....	120
33. ábra. A vendégéjszakák térbeli megoszlása és dinamikája 2005–2008 között Maros, Hargita és Kovászna megyékben.....	121
34. ábra. A turistaérkezések dinamikája a székelyföldi megyék 2008. évi 10 első helyezett településén (2005–2008)	123
35. ábra. A vendégéjszakák dinamikája a székelyföldi megyék 2008. évi 10 első helyezett településén (2005–2008)	123

36. ábra. Jelentősebb települések részesedésének alakulása a Székelyföld/Kelet-Erdély forgalmából (2005–2008)	125
37. ábra. A turistaérkezések számának havi ingadozása Maros, Hargita és Kovászna megyében, 2006 január és 2009 augusztus között.....	126
38. ábra. A vendégéjszakák számának havi ingadozása Maros, Hargita és Kovászna megyében, 2006 január és 2009 augusztus között.....	127
39. ábra. Az átlagos tartózkodási idő havi ingadozása Maros, Hargita és Kovászna megyében, 2006 január és 2009 augusztus között.....	128
40. ábra. A szálláskapacitások kihasználtságának a havi ingadozása Maros, Hargita és Kovászna megyében, 2006 január és 2009 augusztus között	128
M41. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása a Közép régióban (1990–2008).....	208
M42. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása Romániában (1990–2008).....	208
M43. ábra. A kelet-erdélyi megyék településeinek rangsora a turisztikai férőhelyek (létező szálláskapacitás) alapján, 2008-ban	211
M44. ábra. A Romániába érkező látogatók számának alakulása a második 5 küldőországból.....	211
M45. ábra. A Romániába érkező látogatók számának alakulása a harmadik 5 küldőországból	212
M46. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék szállodáinál:.....	226
M47. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék moteljeinél:.....	227
M48. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék turisztikai villáinál:	228
M49. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék városi turisztikai panzióinál:	229
M50. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék falusi turisztikai panzióinál:	230

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. táblázat. A turizmusban érintett szereplők csoportosítása területi szintek szerint	29
2. táblázat – turisztikai régiók Magyarországon, a célpiacok függvényében	52
3. táblázat: a székelyföldi megyék szálláshely-struktúrája 2008-ban.....	95
4. táblázat: Turistaküldő országok rangsora 2000-ben és 2008-ban (ezer fő).....	107
5. táblázat. Románia beutazó forgalmának legdinamikusabb célpiacai, 2008. évi növekedés 2000-hez képest (%)	109
6. táblázat: Románia desztináció-típusainak részesedései a turisztikai kínálati és keresleti mutatókból, 2008-ban (%)	111
7. táblázat. A külföldi turisták által eltöltött vendégéjszakák arányának alakulása (1990–2008).....	114
8. táblázat. Turistaérkezések és vendégéjszakák a székelyföldi megyékben, 2008-ban	118
M9. táblázat. Románia megyéinek létező szálláskapacitás szerinti rangsora 2008-ban (összes férőhelyek és szállodai férőhelyek szerint).....	207
M10. táblázat. A létező szálláskapacitás (férőhelyszám) dinamikája a kelet-erdélyi megyék településein (2005–2008).....	208
M11. táblázat. Kiutazás és beutazás Románia határforgalmában, 1990–2008 között.....	211
M12. táblázat. Románia megyéinek turistaérkezések szerinti sorrendje (2008)	212
M13. táblázat. Románia megyéinek vendégéjszakák szerinti sorrendje (2008).....	213
M14. táblázat. A kelet-erdélyi települések 2008. évi rangsora a turistaérkezések és a vendégéjszakák alapján.....	214
M15. táblázat. A turistaérkezések dinamikája a kelet-erdélyi megyék településein és térségeiben (2005–2008).....	215
M16. táblázat. A vendégéjszakák dinamikája a kelet-erdélyi megyék településein és térségeiben (2005–2008).....	217
M17. táblázat. Az átlagos tartózkodási idő és a kapacitás-kihasználtság alakulása a kelet-erdélyi megyék településein és térségeiben 2005 és 2008 között.....	219
M18. táblázat. A kelet-erdélyi települések és térségek részesedése a megyék és a régió turistaérkezéseiből.....	221
M19. táblázat. A kelet-erdélyi települések és térségek részesedése a megyék és a régió vendégéjszakáiból	223
M20. táblázat. Az empirikus kutatás során megkérdezett interjúalanyok névsora.....	231
M21. táblázat. Települések magyar–román névmutatója.....	233
M22. táblázat. A romániai megyék román és magyar névhasználata	233

BEVEZETÉS

A Székelyföld közösségei számára Románia csatlakozása az Európai Unióhoz számos kihívást, nehézséget, de ugyanakkor lehetőséget is hordoz. A térség természeti és társadalmi adottságai, földrajzi fekvése beszűkíti a gazdaságfejlesztés lehetőségeit. Vidéki jellegéből adódóan a Székelyföldön a területfejlesztés prioritásai között a turizmus előmozdítása is szerepel, amely révén hasznosíthatóvá válhatnak a térség belső tartalékai, ezáltal jövedelmek termelődhetnek és munkahelyek jöhetnek létre, miközben erősödhet a természeti és kulturális értékek fenntartható hasznosítással összekötött védelme is. A sajtóban megjelenő hírek és interpretációk, a térségről folytatott szakmai diskurzusok visszatérő motívuma a turizmus potenciális húzóágazatként való emlegetése.

A *területi turizmusfejlesztés lehetőségei Székelyföldön* témájú doktori értekezés címválasztása a Székelyföldre mint sajátos történeti-kulturális és egyben etnikai régióra vonatkoztatva a turizmusfejlesztésre összpontosít, hangsúlyozva a *területi* jelleget. Ez egyrészt azt tükrözi, hogy a turizmus fejlesztését nem csupán ágazati kérdésként szemlélem, másrészt az, hogy a fejlesztést nem településszintű szereplők, nem a központi kormányzati szereplők és nem a multinacionális tőkés társaságok szemszögéből, hanem a térségi, regionális szereplők, közösségek szemszögéből próbálom megközelíteni. A lehetőségek elemzése sokkal több tényezőre is kiterjedhetne, mint ami egy terjedelmi korlátok közé szorított értekezésbe belefér, így például a vonzerők vizsgálata, a turizmusformák összehasonlító elemzése, a turizmus fejlesztéspolitikai illeszkedései vagy éppen a turisták látásmódjának, elégedettségének felmérése is hozzatarthat az átfogó témakörhöz. E dolgozat újszerűsége abban áll, hogy ilyen részletességgel még nem jelentek meg számszerű adatok a turisztikai keresletről és a *fogadóképesség* leginkább mérhető tényezőjéről, a szálláskapacitások alakulásáról. Másrészt, a turizmus *fogadókészégi* feltételeihez tartozó, az érintett szereplő-típusok látásmódjának feltérképezésére ilyen mélységű interjús módszerrel még nem került sor. Ugyanakkor, igyekeztem egy szélesebb látókörű, de a székelyföldi magyarság léthelyzetének sajátosságaira rávilágító megközelítésmódba ágyazni a turizmus vizsgálatát. Bár sokak számára nyilvánvalónak tűnhet az Erdélybe, Székelyföldre irányuló *etnikai turizmus* jelenéségének léte, ennek részletes vizsgálatára még nem került sor. Újszerűnek tűnő megállapítás, hogy az etnikai turizmus *konjunktúraként* értelmezhető, de amely az egyoldalú piaci orientációval járó *veszélyeket* is hordoz magában. A dolgozatban szereplő gondolatsorok előmozdíthatják a székelyföldi turizmus intézményesülési folyamatát, valamint a turizmus vizsgálata során, akár a *turizmusföldrajzi*, akár

a turizmussal is foglalkozó *regionális tudományi* további vizsgálatok számára nyújt szellemi és szemléleti kiindulópontokat.

Értekezésem alapgondolatának kialakulásában, formálódásában több személynek volt, van közvetlen vagy közvetett szerepe. Közvetlen szerepe azoknak van, akik tanácsaikkal, kritikáikkal, ötleteikkel vagy egyszerűen az irányomban támasztott elvárásaikkal segítettek.

Köszönettel tartozom dr. Horváth Gyula professzor úrnak, az MTA RKK főigazgatójának, dr. Buday-Sántha Attila professzor úrnak, a PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan doktori iskola vezetőjének erkölcsi támogatásukért és biztatásaikért, dr. Dombay István docens úrnak, a BBTE Gyergyószentmiklós Kihelyezett Tagozat igazgatójának kollegiális, baráti biztatásáért. Hálás vagyok Kánya József és Nagy Benedek kollégáimnak azokért a szakmai csapatmunkákért, amelyek révén a területfejlesztési gondolkodás és tervezés székelyföldi gyakorlatába bekapcsolódhattam, megteremtve többek között a kutatással, konferencia-részvételekkel járó anyagi terhek fedezetét is. Köszönet illeti kollégáimat, Peteley Attilát, Magyari-Sáska Zsoltot és Bartos-Elekes Zsombort szakmai segítségükért és barátságukért. Köszönettel tartozom Borboly Csaba úrnak, Hargita megye tanácsa elnökének, az interjúsorozat lebonyolítása megkönnyítéséért, valamint az interjúalanyoknak azért, hogy gondolataikat őszintén megosztották velem, hisz ezáltal nyerhettem sokszínű és valóságközeli képet térségünk turizmusáról.

Külön köszönettel adózom témavezetőmnek, dr. Michalkó Gábornak, az MTA Földrajztudományi Kutatóintézet tudományos főmunkatársának a belém vetett bizalmáért, szakmai támogatásáért és építő jellegű kritikáiért.

Köszönet illeti a Pécs-Normandia Lions Club tagjait és vezetőit, mindenek előtt dr. Véghelyi Erzsébetet, Koszorús Pált és Henzel Pétert az önzetlen anyagi és erkölcsi támogatásért, azért a szívélyes barátságért, amiben pécsi tartózkodásaink alatt részesítettek, és aminek köszönhetően Pécs városa igazán szívünkhöz nőhetett. Ugyanakkor hálás vagyok szüleimnek, testvéreimnek, nagymamámnak, akik a kutatói pályára való ráállás kezdő feltételeit megteremtették, rendszeresen számonkérve az előrehaladás menetét, ezzel is biztosítva azt, hogy ne térjek le a kiválasztott útról.

Végül, de nem utolsó sorban, leginkább feleségemnek, Vargyas Mónikának vagyok hálás, amiért elviselt a dolgozatírás nehéz időszakában és tartotta bennem a lelket akkor is, amikor hitem megingott és kitartásom alábbhagyott. Az ő biztatása nélkül képtelen lettem volna a rögzös úton előrehaladni.

I. RÉSZ: A KUTATÁS CÉLJA ÉS TEMATIKÁJA

1. fejezet: A kutatás célja, tematikája

1.1. A kutatás célja

A doktori értekezés tárgyát a *területi turizmusfejlesztés lehetőségei* képezik egy sajátos területi entitás, a Kárpát-medence etnikai-kulturális régiója, a *Székelyföld* esetében. A turizmusfejlesztés *területi* jelzője arra utal, hogy a belülről vagy alulról vezérelt turizmusfejlesztés cél-, eszköz- és intézményrendszerének a meglévő térségi, székelyföldi elemeit beazonosítsam. A hangsúly tehát azon van, hogy a régió endogén fejlődéséhez hogyan járulhat hozzá a turizmus, nem tévesztve szem elől azt, hogy adott térség turizmusfejlődése kívülről, felülről vezérelt is lehet. Azaz főszereplői inkább a központi kormányzat és a nemzetközi tőkés társaságok is lehetnek. A turizmus nemzetközi piaca is egyre liberalizáltabban működik, előmozdítója és haszonélvezője/elszenvedője is a globalizációs folyamatoknak. Ebben az összefüggésben alapvető kérdés, hogy adott térség, esetünkben egy nemzeti kisebbség által többségében lakott történeti-kulturális régió, hogyan tud belépni a nemzetközi turisztikai piacra? Hogyan oszlik meg a piacra lépés feltételeinek előmozdításában a köz- és magánszféra, a központi és helyi önkormányzat, a nagybefektetők és helyi kisvállalkozások szerepköre? Lehet-e alulról vezérelt, autonóm turizmuspolitikáról beszélni?

A kutatás célja, tehát, a turizmusfejlesztés összefüggéseinek vizsgálata általában és ennek a kiválasztott térségre való vonatkoztatása. Céлом feltárni azt, hogy Székelyföld a maga sajátosságaival hogyan építheti be a turizmus fejlesztését a régiószintű területfejlesztési törekvésekbe. Ez, tehát azt jelenti, hogy a régió sajátosságaihoz alkalmazkodó turizmuspolitika alapvonalait tárjam fel, megvizsgálva, hogy a szakirodalomból megismert *turisztikai desztináció-menedzsment* (TDM) fogalomrendszere milyen szervezeti keretek között, milyen hatáskörök kialakítása mellett segítheti elő a *fenntartható és versenyképes turisztikai célterületté* válást.

1.2. A kutatás tematikája és a dolgozat felépítése

A turizmus területi fejlődésben, területfejlesztésben játszott szerepe három nagyobb témakör köré írható: (1) a turizmus feltételrendszere, (2) a turizmus működése és (3) a turizmus hatásai.

A turizmus *feltételrendszere* a turizmusnak mint területi rendszernek a kínálati oldalára vonatkozik, két fogalomkör – a fogadókészség és a fogadóképesség – köré csoportosulva. A turizmus *működése* a turizmus keresletoldali megközelítését tükrözi, jórészt a megvalósult forgalomra összpontosítva, annak térbeli és időbeli jellemzőivel (eloszlásával és dinamikájával) együtt. A turizmus *hatásai* a turizmus-rendszernek a környezetével kialakított kapcsolataiból azokra vonatkoznak, amelyek a rendszer belsejéből a környezete irányába nyilvánulnak meg, míg a kívülről befele irányuló hatások a fogadókészséggel és fogadóképességgel függnék össze. A turizmusfejlesztés, tehát, a turizmus feltételeinek, működésének és hatásainak ismeretére alapuló *szakpolitikát* jelent, ami mindezek pozitív irányú befolyásolására vonatkozik. Lehetővé teszi a – sajátosan *turisztikai* – tér szerkezetébe való tudatos beavatkozást, amely minden ágazati specifikuma mellett értelemszerűen a területfejlesztésbe integrálható.

A turizmusfejlesztés általában a turizmusfejlődés *eddig*i hatásainak elemzése alapján a turizmus *további* alakulásának befolyásolásában a hatások egyre kedvezőbbé tételét tűzi ki célul. A hatások osztályozása és vizsgálata külön kutatások és értekezés tárgyat képezheti (Mathieson–Wall 1982; Puczkó–Rátz 2001).

A témakör rendkívüli komplexitása és az értekezéssel szemben támasztott követelmények figyelembevételével szükségesnek tűnik *leszűkíteni* a kutatást néhány olyan kérdéskörre, amelyek adott módszertan alkalmazásával értékelhető eredmények felmutatását teszik lehetővé. Ez egyben a terjedelmi korlátok kényszere közepette is koherens és megfelelően strukturált ismeretanyag közreadását jelenti. Kutatásomban egyrészt arra szorítkozom, felmérjem a *fogadóképességhez* tartozó kínálat alakulását, hangsúlyosan a – statisztikailag is jól mérhető – *szálláshelyi kínálat alakulását*, a szálláshelyeken *regisztrált keresletet*. Másrészt arra törekszem, hogy az empirikus kutatásban a székelyföldi turizmus Hargita megyén belüli részére összpontosítsak, feltárva a *fogadókészséghez* tartozó *látásmódokat*, *attitűdöket* a térségen belüli szereplők körében.

A két fő kutatási irányt kiegészítem a terepbejárás és résztvevő megfigyelés eredményeivel, amelyek nem csupán a jelen értekezés elkészítéséhez szükséges kutatómunka, hanem a térség turizmusában való tevőleges részvétel (turisztikai felsőoktatás, települési és megyei turisztikai stratégia-készítés, és idegenvezetés) keretében születtek meg. A turizmus hatásaival csak

annyiban foglalkozom, amennyiben a statisztikailag mérhető társadalmi-gazdasági folyamatokban megnyilvánulnak, és ahogyan az interjúalanyok által megfogalmazott vélemények értelmezéséből kiszűrhetők.

A dolgozat felépítésében két szempont érvényesül:

- az értekezés formai és tartalmi követelményei, amely szerint a célkitűzések és hipotézisek megfogalmazását a kutatási módszerek, a szakirodalmi ismeretek összegzése, majd az új tudományos eredmények közzététele kell, hogy kövesse

- a témakör sajátos logikája, amely szerint az általánostól haladok a sajátos felé (deduktív módszer), a turizmus feltételrendszerén belül a leszűkítve a vizsgálódást az attitűdök, vélemények vizsgálatára (Hargita megyén belüli interjúalanyok megkérdezése), másfelől, pedig a szekunder kutatás alapján a kínálat és a regisztrált kereslet számszerű jellemzése is megjelenik. Mindez kiegészül szakirodalmi forrásokból, tartalomelemzésből és terepismeretből táplálkozó leírással, értékeléssel.

Mindezek tükrében az értekezés felépítése a következő:

- I. rész: célkitűzések, problematizálás, hipotézisek és módszertan megválasztása,
- II. rész: szakirodalmi áttekintés a turizmus és turizmusfejlesztés összefüggéseiről;
szakirodalmi áttekintés a Székelyföld sajátosságának a jellemzésére
- III. rész: szekunder és primer kutatások eredményei a székelyföldi turizmus feltételrendszerének értékeléséhez
- IV. rész: a kutatási eredmények összegzése és további kutatási irányok megjelölése

1.3. Kutatási hipotézisek és a témakör feldolgozásának módszertana

A szerteágazó témakör problematizálása, kutatási céljaim illetve az előzetes vélekedéseim alapján a kutatás számára megfogalmazható hipotézisek egy olyan *gondolati vezérvonalra* fűzhetők fel, amelynek a fő elemei:

- a turizmus feltételrendszere, működése és hatásai valamint a turizmusfejlesztés cél-, eszköz- és intézményrendszere *általában*
- a Székelyföld mint régió sajátosságai, különböző régiótípológiák kontextusában
- az *etnicitás*, a nemzeti kisebbségi lét, a kisebbségvédelem és a turizmusfejlesztés lehetséges összefüggései
- a székelyföldi turizmus *mennyiségi és minőségi jellemzői* a statisztikák és a helyi szereplők látásmódja tükrében.

A megfogalmazott hipotézisek igazolására vagy cáfolására a szekunder kutatási módszerek közül a szakirodalom és fejlesztési dokumentumok tanulmányozását, a statisztikai adatfeldolgozást, másfelől a primer kutatási módszerek közül a vezetők gondolkodásának vizsgálatát, azaz a térségi szereplők mélyinterjúkkal történő megkérdezését választottam. Ez utóbbi a térségi hallgatólagos tudáselemek feltárására, vélekedések és attitűdök vizsgálatára alkalmas (Babbie 2003; Heltai–Tarjányi 2004; Majoros 2004).

A temakör komplexitása, a vizsgált jelenség-együttes jellege, a korlátozottan alkalmazható kvantitatív módszerek mellett, a kvalitatív módszerek jelentőségét emeli ki. Ami a turizmusfejlődés kapcsán számokkal, mutatókkal megragadható az jórészt *következménye* olyan tényezőknek, amelyek megismerése nagyfokú intuíciót, esetenként empátiát feltételez. Ami a turizmus térbeli folyamataiban és az ezek által generált térstruktúrákban megnyilvánul az egy sokszereplős területi rendszer működésének eredménye. Ez a „működés” pedig döntésekre, a döntések alapjául szolgáló vélekedésekre és attitűdökre vezethető vissza. A jelenlegi állapotok, amelyek a térség turizmusfejlődésére utalnak részben külső körülmények, részben a múltbeli attitűdök és döntések eredményei. A *továblépés lehetőségei és korlátai*, pedig, a múlt örökségének terhével és adottságaival együtt, a *jelenlegi gondolkodásmódotól*, hajlandóságtól függenek.

Hogyan igazolhatóak vagy cáfolhatóak a hipotézisekben megfogalmazott állítások? Úgy, hogy szét kell bontani az állításokat összetevőikre, a részletkérdések megvilágításával rajzolódhat ki az átfogó kép. Fogalmak és összefüggések kuszaságát kell rendszerbe foglalni, áttekinthetővé tenni. Az alábbiakban ismertetett hipotézisek egymással szoros kapcsolatban vannak, hisz egy konkrét térség társadalmi valóságának adott időpontban való helyzetére, átalakulására kérdeznek rá és ha látszólagos ellentmondást érezhetünk közöttük az éppen a „van”-ból a „kell”-re való átmenetet sugallja. Azaz együttesen ötvözik a tudományos vizsgálódás normatív, leíró jellegét és az alkalmazott jelleg kívánalmaiból eredő normatív jellegét.

H1. A Székelyföld etnikai régió jellegéből adódóan a turizmusfejlesztésnek nemcsak gazdasági, hanem kisebbségvédelmi jelentősége is van: az alulról építkező turizmusfejlesztés elősegíti a közösség integrációját és lassítja az asszimiláció folyamatát.

A turizmusfejlesztés a turizmus alakulásának adott szempontból pozitív irányúnak minősíthető befolyásolását jelenti, akár térségen kívülről, akár azon belülről vezérelten. A turizmusfejlesztés kisebbségvédelmi szerepe abban határozható meg, hogy legyen képes megakadályozni a kisebbségi kultúra sorvadását, a többségi nemzeti közösségbe való beolvadását, a fokozatos kultúravesztést, az egyének nemzeti identitásának feladását. Ez a közösség belső kohéziójának erősödését feltételezi, ami a szubjektív jóléti tényezők szerepét

hangsúlyozza az anyagi jólét gazdasági meghatározottságai mellett. Annak érdekében, hogy megértsük a székelyföldi turizmusfejlesztés sajátos kisebbségvédelmi kihívását, szükséges feltárni azt a szoros összefüggést, ami kisebbségi kultúra és a turizmus között van. Ehhez egyrészt az *etnicitás* fogalmának értelmezésére van szükség egyrészt kínálati oldalon, azaz a turistákat fogadó térségben, másrészt keresleti oldalon az egyes küldőpiacok szereplőinek etnicitása, kulturális önazonosságtudata, nemzettudata szempontjából. Másrészt a Székelyföldnek regionális entitásként való megértéséhez szükséges kitekinteni a különböző régiófogalmakra.

A turizmus, a turizmusfejlesztés, a régiófogalmak, a Székelyföld, az etnicitás, a kisebbségi lét és a kisebbségvédelem problémaköreit több tudományterületre kiterjedő *szakirodalom tanulmányozásával* igyekeztem megérteni és összekapcsolni. Az e hipotézissel kapcsolatos problémakörök tárgyalására, bemutatására a 2. és 3. fejezetben kerül sor. A székelyföldi turizmusfejlődés kisebbségi kultúrával kapcsolatos sajátosságai az empirikus kutatás kérdéssoraiban is megjelennek, így a térségi szereplők vélekedése is hozzájárul a hipotézis vizsgálatához (5. fejezet).

H2. A székelyföldi régióra hangsúlyozottan jellemző az etnikai alapú kulturális turizmus, amelynek meghatározó piacát a magyarországi turisták képezik.

A turizmus egyik formáját, makroszemléletű termékét a kulturális turizmus képezi, sajátos vonzerőkkel a kínálati oldalon, sajátos turisztikai motivációkkal a keresleti oldalon. A kulturális turizmus a kulturális fogyasztásnak az utazással egybekötött megnyilvánulása. A Székelyföldet etnikai régióként szemlélve felismerhetjük a vonzerők kulturális, történelmi, néprajzi tartalmát, amelyek eltérő mértékben értelmezhetőek a különböző piaci célcsoportok által. A székelység a magyar kulturális nemzet szerves részét alkotó „határon túli” regionális közösség. A történelem során hozzájárult a magyar kultúra gyarapításához, tárgyi és szellemi öröksége a magyar kultúra örökségének a része, ami alapján feltételezhető, hogy a Magyarországról kirajzó turisták egy része számára nagyobb jelentőséggel bír, mint más országokból, más nemzeti kulturális háttérrel rendelkezők számára. A jellemzően kulturális körutazásokban megnyilvánuló Magyarország – Székelyföld viszonylatú turizmus előmozdításában feltehetően nem csupán a székelyföldi magyar turisztikai vállalkozások, térségi marketinggel próbálkozó szervezetek marketingteljesítménye a meghatározó. Feltehetően nem föltétlenül ár-érték arány alapján választják a magyarországi turisták ezt a célterületet. Szükségesnek tűnik, tehát, ennek az áramlásnak a sajátosságára rávilágítani, értelmezve az *etnikai turizmus* fogalmát is.

A kulturális turizmus, etnikai turizmus fogalmainak értelmezése szakirodalmi kitekintésre támaszkodik (2., 3. fejezetek), de konkrétan a magyarországi turisták Székelyföldre utazásának felmérése egyrészt a regisztrált keresleti statisztika feldolgozására (4. fejezet), másrészt primer

kutatásokra (terepbejárás, résztvevő megfigyelés tapasztalataira, interjúalanyok beszámolóira, 5. fejezet) támaszkodhat.

H3. A fenntartható turizmusfejlesztés nem támaszkodhat csupán az etnikai sajátosságokra alapuló kulturális turizmusra, hanem a jellegzetes tértípusoknak megfelelő differenciált termékfejlesztés révén valósulhat meg.

Egy térség turizmusgazdaságának nyilvánvalóan *húzótermékekre* kell alapoznia, amit más – térspecifikus vagy tevékenységspecifikus – termékeknek is ki kell egészíteniük. A Székelyföld táji, turizmusföldrajzi adottságainak akár csak felszínes ismerete alapján is feltételezhető, hogy nem csupán a kulturális vonzerőknek kell hasznosulniuk. Valószínűsíthetően, csupán a kultúr-turisták, sajátosan a nemzeti érzelmű turisták fogyasztása, költsége nem elegendő ahhoz, hogy egy térség turisztikai vállalkozóinak és turizmusban dolgozóinak folyamatos és elégséges jövedelmet biztosítson. Az, hogy mi is lehet Székelyföld turisztikai húzóterméke egyrészt primer kutatásokból, másrészt statisztikai adatfeldolgozás alapján válaszolható meg. A székelyföldi adottságokat részben szakirodalom, részben terepismeret és résztvevő megfigyelés alapján a 3-as fejezetben tárgyalom, a kínálat és kereslet számszerű elemzését pedig a 4. fejezetben saját szerkesztésű táblázatok, diagrammok és tematikus térképek segítségével elemzem. A hipotézis normatív tartalmának igazolására vagy cáfolatára a különböző térségi szereplőkkel készített interjúk összegzése szolgál (5. fejezet).

H4. A székelyföldi turizmus eddigi fejlődése inkább spontán folyamat, hiányoznak a tudatos térségi turizmuspolitika és desztináció-menedzsment szervezeti keretei.

Az, hogy egy térség turizmusának fejlődése mennyiben spontán folyamat és mennyire köszönhető tudatos térségi turizmuspolitika hatékonyságának és hatásosságának, még az adathiánnyal kevésbé küszködő térségek esetében sem könnyen igazolható statisztikai módszerekkel (külső tényezők hatása, a projekteredmények áttételes és későbbben jelentkező hatásai miatt). De az, hogy léteznek-e már kialakult szervezeti keretei a térségi turizmusfejlesztésnek, az terepbejárással és interjúk készítésével, résztvevő megfigyeléssel, a döntéshozók nyilatkozatainak és cselekedeteinek tartalomelemzésével megválaszolható. A székelyföldi turizmus szakirodalma még nem elég gazdag ahhoz, hogy erre lehessen támaszkodni, a szakirodalom tanulmányozása inkább iránymutatással szolgálhat arra, hogy mit is kellene keresnünk, hiányolnunk a térségi turizmus feltételrendszeréből. A turisztikai desztináció-menedzsment szakirodalmának tanulmányozásával (2. fejezet) és a térség turisztikai szereplőinek kapcsolati hálójára, együttműködési hajlandóságára, elképzeléseire való rákérdezéssel (5. fejezet) ismerhető fel a turizmusfejlődés spontán, azaz csak piaci erők általi alakulása, vagy a közszektor (állam, önkormányzatok, civil szerveződések) befolyásának mértéke, irányítási törekvése.

H5. A térség döntéshozói felismerték a turizmus gazdasági és szocio-kulturális jelentőségét, ennek eredménye az alulról építkező turizmuspolitikában és az eddigi fejlesztések főbb irányjaiban érhetőek tetten.

Alapvető kihívás beazonosítani egy adott térség olyan döntéshozóit, akik a turizmusfejlesztés közvetlen vagy közvetett szereplői lehetnek. A turizmus iránti fogadókészség a spontán turizmusfejlődésnek is feltétele, de még inkább kihat a turizmus tudatos fejlesztésére, a térség lakói szempontjából (többek között kulturálisan, kisebbségvédelmi szempontból értelmezetten is) fenntarthatóvá és piaci szempontból versenyképpé válására. Mindehhez a turizmus térségi tervezésére, szabályozásra, beruházásokra, szervezésre és irányításra van szükség (2. fejezet). A székelyföldi kisebb térségekben, településeken statisztikailag is részben mérhető, empirikusan egyértelműen megfigyelhető a turisták helyenként és időnként tömeges jelenléte (4. fejezet). Ez alapján feltételezhető, hogy van nyitottság az önkormányzati, közintézményi, vállalkozói és civil szervezetek képviselői részéről a turizmus fejlődésének előmozdítására. Kérdéses, hogy a valószínűsíthetően pozitív viszonyulás mellé társul-e egy kiforrott koncepció, léteznek-e stratégiák, amelyeket következetesen végre is hajtanak. Vagy adottak-e legalább a turizmusfejlődés *problémáira* és azok *kezelésére* vonatkozó elképzelések? Mindezt csakis primer kutatásokból (esetleg fejlesztési dokumentumok elemzéséből) tudhatjuk meg. Kutatásmódszertani szempontból a részben strukturált mélyinterjúk készítése és értékelő összegzése tűnt a legígéretesebbnek, ennek eredményei az 5. fejezetben találhatók meg.

II. RÉSZ: TURIZMUS, TURIZMUSFEJLESZTÉS, SZÉKELYFÖLD

2. fejezet: A turizmus és fejlesztése

A turizmus területfejlesztésben betöltött szerepének vizsgálatát a turizmus társadalmi és gazdasági jelenséggé váló meghatározásával (2.1.1.) kezdem, utána áttérek a turizmus térbeli és területi rendszerként való értelmezésére (2.1.2). A területi rendszerként való értelmezés szemléleti alapot szolgáltat a turizmuspolitika strukturáltabb megértéséhez, bemutatásához, amelyben kiemelt szerepet szánok a turizmus területi tervezésének (2.2.1) és a desztináció-szintű menedzsment (2.2.2.) alapjai megteremtésének.

2.1. A turizmus-rendszer értelmezése

2.1.1. A turizmus mint társadalmi-gazdasági jelenség

„Turizmus alatt egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén (lakásán és munkahelyén) kívüli valamennyi helyváltogatását és tevékenységét értjük, bármi legyen azok konkrét indítéka, időtartama és célterülete. A turizmus másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese. Két formája a hivatásturizmus és a szabadidős-turizmus. A hivatásturizmus a foglalkozással kapcsolatos helyváltogatások során végzett szakmai és szabadidő-tevékenységek együttese. A szabadidő-turizmus az állandó lakáson kívül szabadidőben végzett és szabadon választott tevékenységek összessége, amelyeket az ember változatosságigénye motivál.” (Lengyel 2004. 79.)

Lengyel Márton sokat idézett definíciójának tartalmából vitatható az, hogy a turizmus dimenziói kiszélesednek, mert a napi szabadidőben a lakáson kívül, de az adott településen végzett tevékenységek is egyértelműen beleszámítanak a turizmus fogalomkörébe, továbbá a belföldi turizmuson belül célszerű lesz megkülönböztetni a *helyi turizmust* is. E szemlélet vitathatósága (mint ahogy Lengyel is megjegyzi) a lakóhely értelmezése kapcsán merül fel, az övétől eltérőként említi azt, hogy a *lakóhely* alatt nem a lakást, hanem a települést, annak a közigazgatási határát is lehet érteni. Problémaként azt említi, hogy a helyi turizmus beemelésével a turizmus meghatározhatatlanná válhat, nem lenne mérhető, eltűnne belőle a lényegét jelentő földrajzi „mátság”.

A változatosságigényt, amely a turizmus lényegi eleme is, nem csak a turisztikainak bélyegezhető tevékenységek révén lehet kielégíteni, hanem a különböző *rekreációs* tevékenységek (Hall–Page 2006) révén is, amelyek a helyi turizmus fogalmának bevezetése révén egybemosódnak a turisztikai tevékenységekkel. Figyelembe véve a turizmus magyarosabb megnevezését, az *idegenforgalom* kifejezést¹, azt kell mondanunk, hogy ha a turizmus lényegéhez a másság, az idegenség is hozzátartozik, akkor értelmetlen *helyi* turizmusról beszélni, hisz a lokalitás, mint társadalmi dimenzió (Appadurai 2001) kizárja, hogy az ember turista legyen saját lakóhelyén, saját lokalitásában, még akkor is, ha éppen nagyvárosi környezetében elidegenedetten él.

Megjegyzendő, hogy az egyén lokalitáshoz fűződő viszonya, helyi identitása erős lehet abban az esetben is, ha már hosszú ideje elhagyta szülőhelyét, más településen és térségben folytatja szocializációját, esetleg a korábbi tartózkodási helyéhez már a rokonok, ismerősök látogatása sem fűzi (ez lenne egyébként a VFR-turizmus esete). Ennek ellenére emocionálisan kötődik az elhagyott helyekhez, a régmúlt megélésének szándéka önazonosság-keresésének egy megnyilvánulása, melyre a szakirodalomban a „honvágyturizmus” kapcsán találunk utalást (Ilyés Z. 2003). A honvágyturizmus azonban már nem az aktuális, a reális lokalitásban zajlik, hanem egy olyan, *már idegen* térben, amely szimbolikus tartalmakkal telítődik, és a képzeletvilág által válik otthonossá².

Elvetve, tehát a helyi turizmus gondolatát, hadd idézzük Michalkó Gábor meghatározását, mely szerint: „a turizmus lényege a személyek *élményszerzéssel* párosuló *környezetváltozása*, amelynek során *szolgáltatások igénybevételére* kerül sor”. (Michalkó 2004. 21. – kiemelések tőlem). Tehát, a turizmusban való részvétel *nem bármilyen* indítékra, hanem hangsúlyosan az *élményszerzésre* irányul. Ez az élmény pedig számos tényezőtől függően alakul: a keresett és megtalált-megélt ill. a szolgáltatók által felkínált élményígéret sok esetben nem is egyezik. Élményeket nyújthatnak a hivatásturizmusnak és szabadidős turizmusnak a különböző megnyilvánulásai egyaránt. Tény azonban az, hogy a turisztikai, azaz idegenforgalmi élmény a szokatlanság, a másság, a hétköznapiakból való kimozdulás révén lehetséges. Nyilván számos

¹ amely ugyan a német Fremverkehr fordítása és amelyet az *idegenség* vendéglátásban érzékeltetni nem kívánt konnotációi miatt esetleg kevésbé szeretünk használni

² Érdekes székelgyföldi példa a „*honvágyturizmusra*” az Erdőszentgyörgy (Maros megye) melletti Bözödi-tó esete. Az '50-es években duzzasztógáttal létrehozott víztároló vize elöntötte az egykori Bözödújfalut, melynek lakói kénytelenek voltak elhagyni településüket. Az egyre idősebb egykori bözödújfalusiak a '90-es évektől minden évben sajátos „falunapok” keretében emlékeznek meg a régi lokalitásról, közösségről. A tó víztükréből az egykori falu templomának tornya látszik ki, az *idegenek, turisták számára* olyan vonzerőt jelentve, amely a nemrégiben meghonosodott *katasztrófaturizmus* fogalomkörébe sorolná ezt a fajta érdeklődést és programot. Érdekes feladat a kétfajta viszonyulás pszichológiai gyökereinek összehasonlító feltárása.

nyitott kérdés kínálkozhat az utazó üzletemberek mindennapi tapasztalatai kapcsán a hivatásturizmus értelmezési tartományának körülhatárolása esetén. A hivatásturizmus különböző formáinak (konferencia, üzleti, incentive stb.) vonzereje, élményígérete az adott rendezvény hangulatával, a személyes találkozások fontosságával és az üzleti, szakmai előrelépés lehetőségének, az önmegvalósításnak az ígéretével függ össze (ld. a Maslow-féle szükséglet-piramis turisztikai kapcsolatait (Michalkó 2004. 43.; Lengyel 2004. 123.; Kovács P. 2004. 30.; Hall – Page 2006. 39., 73.).

A turizmus *társadalmi jelenségként* való értelmezése szinte magától értetődő, hisz létrejöttében és fejlődésében az egyének és társadalmi csoportok társadalmi gyakorlatának, kulturális mintáinak egyik formáját, a társadalmi méretekben jelentkező szükségletek kifejeződését láthatjuk (Prentice 2006). Az ember alapvetően társas lény mivoltából adódik a turistáskodás gyakorlata és ez nem csak a kulturális turizmusra érvényes, hanem a természeti helyszínekre irányuló, a társadalomból való ideiglenes menekülésre is (Hall–Page 2006. 265. 7.2-es táblázat). A turizmus ugyanakkor nemcsak a szocializációs folyamatok *következménye*, hanem maga is *egy szocializációs forma*, amelynek során különböző magatartásminták, utazási kultúra is elsajátítható (Bódis 1998). Adott társadalmi-kulturális közegben élő egyének nyitását jelenti a más társadalmak, kultúrák, más lokalitások felé, de ugyanakkor reflexiós tevékenység is: az egyén saját maga felé, saját társadalmi közege felé való fordulását, érdeklődésének fokozódását is előidézheti (Fejős 1998; Fejős–Szijártó 2000, 2003). Az adott helyekre való utazás társadalmi jellegét az is illusztrálhatja, hogy bárhová utazzon az ember, bármennyire is ne találkozzon a helyi társadalom, a desztináció lokalitásainak képviselőivel, egy olyan teret használ ideiglenesen, amely valamely társadalmi közösség tulajdonát vagy életterét képezi, kisebb-nagyobb hatást gyakorolva a helyi társadalomra (Mathieson–Wall 1982; Puczkó–Rátz 2001; Smith 2002; Lew–Hall–Williams 2004). Az idegenek jelenléte az adott térben adott helyen – még ha nincs is közvetlen kommunikáció – nem kerülheti el a helyiek figyelmét (Benedek H. J. 1998; Puczkó–Rátz 2001).

Mint a definíciókból is kitűnik, a turizmusnak a másik oldalát a *gazdasági jelenség* mivolta képezi, hiszen „szolgáltatások igénybevételére kerül sor”. Vitatható, hogy besorolható-e vagy sem a turisztikai tevékenységek közé az a fajta szabadidős tevékenység, amelynek során nem történik meg a szolgáltatások igénybevétele. Társadalmi szempontból talán igen. Lehet-e beszélni „önellátó” vagy autarch turisztikai társadalmi gyakorlatról? Vagy ez inkább a helyi, rekreációs tevékenységek közepette lehetséges? A definíciók igazából azt a kontextust ragadják meg, amelyek mentén általában közmegegyezés tárgya, hogy a szociálturisztikai színezetű „bakancsos” turizmus, a természetjáró mozgalom szintűgy a turizmus része, mint az ezzel

tévesen szembeállított „turizmus-ipar”. A szembeállítás mögött inkább a különböző kulturális minták, turista magatartási formák jelenhetnek meg. Nem beszélve arról, hogy a természetjárás ma már a termékként értelmezett aktív turizmus része is.

A turizmus nyilván gazdasági jelenség is, mivel a társadalomban megnyilvánuló különböző igények piacot képezhetnek a különböző szolgáltatói tevékenységeknek, amelyek a turisták számára az élménykeresést intézményesített formában lehetővé teszik. A piaci és egyéb szolgáltató szervezetek a földrajzi tereket, a természetes és kultúrtájakat, a településeket funkcionális térré (Berényi 1997, 2003), *élményszerzési térré* formálják, a táji adottságokat, a felépített turisztikai infra- és szuprastruktúra, a szolgáltatások, a vendég–vendéglátó kapcsolatok generálása révén *turisztikai termékek*ké „gyúrják össze”. A turizmus két oldala, a társadalmi, ill. gazdasági jelenséggé váló megnyilvánulása a valóság szélsőséges leegyszerűsítése révén, a közgazdasági megközelítésekben a *keresleti és kínálati alrendszerek* kölcsönhatásai modellezésével jeleníthető meg. A gazdasági szereplők a turizmus-rendszer belső mozgatóiként a kínálati oldalon jelennek meg, de az is igaz, hogy a *szervezeti vásárlások* esetén, mind a kínálati, mind a keresleti oldalon piaci szervezetek szerepelnek. A rendszer működtetésében kiemelkedő szerep hárul az utazásszervező és utazásközvetítő szektorra, amely egyrészt a szolgáltatók felé szervezeti vásárlóként ill. forgalmazóként jelenik meg, másrészt kiskereskedelmi, utazási irodai hálózata révén piacot teremt saját maga és beszállítói számára, miközben éles versenyre is kényszerítheti azokat. A turizmus gazdasági jelentősége olyan fogalmak mentén ragadható meg, mint beruházások, munkahelyek teremtése, személyi, társasági jövedelmek, állami és önkormányzati adóbevételek, GDP-hez való hozzájárulás, közvetlen és közvetett gazdasági hatások stb. (Jandala 1992; Minciu 2000; Pompl 2000; Snak–Baron–Neacsu 2001; Bakucz 2004).

2.1.2. A turizmus térbeli és területi rendszerként való megközelítése

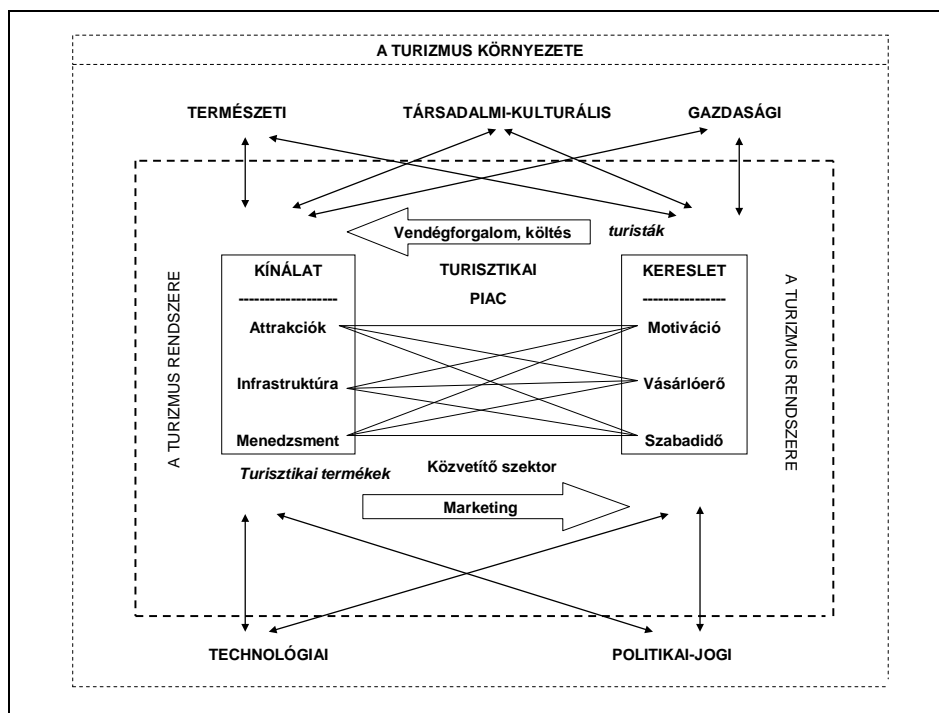
A turizmus rendszerszerű modellezése (Tasnádi 2002; Lengyel 2004; Puczkó–Rátz 2001; Michalkó 2004, 2007a; Horváth A. 2004, 2005) fogalmi fogódzót nyújt a jelenség komplexitásának megértéséhez, ugyanakkor számos kérdést vet fel a rendszer és környezete kölcsönhatásainak értelmezése, a rendszer elkülönülése és integrációja kapcsán. A turizmus esetében még kevésbé tartható a térbeliség nélküli „egy pont gazdaság” tételezése (Lengyel–Rechnitzer 2004), nem lehet a turizmust elvonatkoztatni a földrajzi tértől, a konkrét földrajzi helyektől. A tér elvontabb fogalom és „relativista” értelmezésben alapvetően nem önmagában létezik, hanem egy *viszonyt* (egyenlőtlenséget és rendezettséget) fejez ki. A különböző

térfogalmak kapcsán kézenfekvő utalni a Nemes Nagy által tárgyalt objektív vagy reális és szubjektív vagy észlelt, szemléleti terek megkülönböztetésére. (Nemes Nagy 1998)

Az objektív terek anyagi és nem-anyagi (szellemi) megkülönböztetése mellett az egyes társadalmi szférákhoz a térszemlélet szempontjából sajátos térértelmezések rendelhetők, megkülönböztetve a társadalom földrajzi térhez kötött, lokalizált *külső terét* az egyes társadalmi szférák, így a turizmus *belső terétől*. A külső tér az a viszonyrendszer, amelyben jelen van az egyes térelemek *lokalizációja*, földrajzi helyekhez való kötöttsége (Ianos 2000). A külső terek a *területiség* fogalma alatt a területi kutatások tárgyát képezik, így vizsgálati téma lehet a turisztikai vonzerők vagy a fogadókapacitások területi szóródása, maguknak a küldő és fogadóterületeknek a lehatárolhatósága, a külső földrajzi térben közöttük észlelhető mozgások megjelenítése. A külső terekben megjelenő lokalizáltság együtt jár a területi szintek egymásra épülésével, a lokális, regionális, országos, szupranacionális, globális viszonyrendszerek egybekapcsolódásával.

A turizmus területi rendszerként való értelmezésénél felmerül az a kérdés, hogy a turizmust a társadalmi vagy a gazdasági, netán a kulturális (Fejős 1998; Horváth A. 1999) vagy éppen a politikai tér részeként tekintjük-e? Hogyan jelenik meg a turizmus-rendszer a térben, mit tekintünk a rendszer részének és mit a környezetének? A társadalom belső terei a földrajzi helyhez kötéstől függetlenül is térvizonylatokat (egyenlőtlenségeket és rendezettséget) hordoznak. A turizmus társadalmi és gazdasági szereplői is tereket hoznak létre, kapcsolatrendszereikben függés, hierarchia, egyenlőtlenség és távolság egyaránt kitapintható, nem ritka, hogy két szereplő kulturális közelsége miatt gyakrabban találkozik a konkrét földrajzi térben is, mint az a két szereplő, amely földrajzilag ugyan közel, de kulturálisan távol van egymástól. A turisztikai vonzáskörzetek esetében gyakran beszédesebb a belső terek, mint a külső terek vizsgálata. Ahhoz, hogy megérthessük, a turizmus területi rendszerként való működését, a régiók közötti kapcsolatteremtő szerepét, látnunk kell azokat a belső összefüggéseket, amelyek ezt a társadalmi-gazdasági szférát mozgatják. Mint ahogy több szerző (Puczkó–Rátz 2001; Tasnádi 2002; Lengyel 2004; Michalkó 2004, 2007a; Horváth A. 2004, 2005 stb.) rámutat, a turizmus rendszere két (a közvetítő szektorral együtt három)³ alrendszer elemeiből és ezek kölcsönhatásaiból épül fel és működik, miközben a rendszer maga sokrétűen integrálódik környezetébe, amelyet a természet és a különböző társadalmi szférák (társadalmi, gazdasági, kulturális, politikai–jogi, technológia környezet) alkotnak (1. ábra).

³ A közvetítő szektor (utazásszervező és utazásközvetítő irodák, szervezetek) a turistákkal való viszonyukban a kínálati alrendszerhez, szervezeti vásárlásaik révén, a turisztikai fogadóegységek és fogadóterületekhez való viszonyukban a keresleti alrendszerhez sorolhatók, mint speciális piaci szegmensek.



1. ábra. A turizmus rendszere és környezete

Forrás: Lengyel 2004. 103. után módosítva, saját szerkesztés

Amikor a turizmusnak, ill. keresleti és kínálati alrendszerének a tágabb környezetébe való integrálódásáról beszélünk, tulajdonképpen elvonatkoztatunk attól, hogy mind a kínálati, mind a keresleti alrendszer *konkrét földrajzi* helyekhez, területi egységekhez kötődik (Ionescu 2000; Aubert 2002; Bodnár 2005). A turisztikai rendszer működésének lényege, hogy bizonyos szereplők (turisták), bizonyos helyekről (küldőterületek), bizonyos helyekre (fogadóterületekre, desztinációkba) utaznak és ott rövidebb-hosszabb időt töltenek el. Már az utazás előtt szellemi kapcsolatba kerülnek a fogadóterületekkel és ez a szellemi kapcsolat (tér- és területészlelés) a realizált turisztikai élmény nyomán, emlékeikben idővel elhomályosulva ugyan, de megmarad, nagymértékben befolyásolva az adott térséghez való további, jövőbeni viszonyulásukat is. Ezt a szellemi kapcsolatot segíti elő többek közt a helymarketing részeként a turisztikai desztinációk marketingje (Piskóti–Dankó–Schupler 2002; Kozma 2003; Holloway 2004; Kovács 2004; Nagy 2005a,b).

A globális földrajzi tér – a nemzetközi és belföldi turizmus kapcsolatai révén – át van szöve egy olyan kapcsolathálóval, amely a külső térben időnként hangsúlyosabban manifesztálódik, konkrétan azáltal, hogy bizonyos szabályszerűségek szerint, adott földrajzi helyek az *élményszerzési tér* kikristályosodási pontjaiként jelennek meg a turisták szórtabb vagy tömeges jelenléte révén (Aubert 2002; Hall–Page 2006). A konkrét földrajzi helyek azonban nem *kizárólagosan* élményszerzési terek, a turisztikai funkció meghonosodása adott területi

egységben, a területhasználat kívánatos formája is lehet, de konfliktusba is kerülhet a területhasználat más funkcióival (Berényi 1997, 2003), más érdekeltségekkel. Mindemellett, eddig a turizmusról *általában* beszéltünk, pedig annak különböző megnyilvánulásai, fajtái és formái más tértípusokat, más térelemeket implicálnak és ezen módzatok között is lehet harmonikus, komplementer, de antagonisztikus viszony is.

Különböző formáitól (Michalkó 2004, 2007a) eltekintve, a turizmus rendszere alapvetően két alrendszerre bontható, melyek szükségszerűen kiegészítik egymást, kölcsönhatásban vannak egymással. Mindkét alrendszernek megvannak a saját elemei, melyek szintén alrendszerekként funkcionálnak, tovább oszthatók kisebb rendszerekre, ugyanakkor integrálódnak a magasabb taxonómiai helyzetű rendszerkategóriákba (társadalmi, gazdasági, kulturális rendszer). A turisztikai piac működése gyakorlatilag a turisztikai keresleti és kínálati alrendszer kölcsönhatásainak megnyilvánulása, a maga térbeli, eseti különbségeivel együtt. Működését, természetesen nemcsak a rendszer belsejében zajló folyamatok (kereslet–kínálat egyensúlya), hanem a rendszer és környezete között létrejövő kapcsolatok, a külső környezetnek a keresleti ill. kínálati alrendszer elemeire, paramétereire gyakorolt hatásai is befolyásolják.

Maga a turizmuspolitika (Hall 1994; Church 2004; Hall–Jenkins 2004, Soproni 2004) is a rendszer külső vezérlési tényezőjeként fogható fel, amely közvetlen vagy közvetett eszközök révén, a rendszeren belüli vagy azon kívüli tényezőkre próbál hatást gyakorolni. Függetlenül a turizmusban tapasztalható eseti, helyi sajátosságoktól, a működés területi szintjétől (helyi, regionális, országos, nemzetközi szintű kapcsolódások) bizonyos általános jellemzők megfogalmazhatók, modellezhetővé téve a jelenséget. A turizmus rendszerszemléletű modellezése olyasfajta gondolati művelet, amelynek segítségével számos és sokféle *térbeli és területi elem, jelenség és folyamat* között valamilyen oksági vagy teleológiai összefüggést tételezünk.

A turizmus egy külön, sajátos funkcionalitást ad a térnek és a tájnak, a társadalom és a gazdaság egyik szférájának tekinthető, amelynek megvannak a saját belső összefüggései. A rendszerként definiált turizmus elemei közül némelyek pontosan lokalizálhatók, mint pl. egy erőforrás, egy infrastrukturális elem, egy vállalkozás székhelye, munkapontja stb. de ezek *kapcsolatainak*, viszonyainak a hálójá, a funkció, az érdek a külső, földrajzi térben gyakran nem vagy csak kevésbé értelmezhető és tárható fel. Ezért tűnhet úgy, hogy a turizmusföldrajzi munkák egy része megreked a leírásnál, nem adva kielégítő magyarázatot vagy értékelést a külső térben megnyilvánult jelenségről.

A keresleti és kínálati alrendszer közötti kapcsolódások, vagy a pl. a jogi környezet hatása inkább a *belső* összefüggésekre adnak értelmezési lehetőséget, mint a turisztikai rendszer egyes

elemeinek lokalizációjára (bár ez sem kizárt, pl. adókedvezmények telepítésre gyakorolt hatása). Az, hogy az empirikusan megragadható földrajzi térben megjelenik-e egy bizonyos rendszerelem, pl. egy turisztikai vállalkozás és hogy az forgalmat generál épp egy meghatározott küldőterületről, az nem (csupán) a külső térben, az adott területi egységben meglévő elemektől, *vonzerőktől* függ. Éppúgy befolyásoló hatásúak lehetnek az adott országban érvényes jogszabályok (amelyek kereteket adnak a vállalkozási tevékenységeknek), továbbá az egységet működtető személy, szervezet üzletpolitikája, hogy mit, hogyan és kinek értékesít, valamint az is, hogy milyen trendek vannak a térben nehezen megragadható piacon. Magát a turisztikai piacot nehéz is térben értelmezni. Mint viszonyrendszer, a térben szétszórtan létező elemek között jön létre, a *kommunikációs (belső) tér* segítségével. A turisztikai tér tehát nem egy külső tér, egy területi egységekre bontható viszonyrendszer, hanem a *kommunikációs tér* sajátos társadalmi-gazdasági tartalmának megnyilvánulása.

Lokalizációjában nyilván a külső térbeli elemek is jelentős súllyal bírnak, a már megnyilvánult jelenség térbeli pontokhoz, attrakciókhoz, desztinációkhoz, tengelyekhez és csomópontokhoz köthető, de a folyamat létrejötte, reprodukciója a kommunikációs, belső térben, a turisztikai térben jön létre. A turisztikai régiók, mint a viszonyrendszer lokalizált külső terei, így *funkcionális* régiók, amelyeket csak nagy esetlegességgel lehet lehatárolni, az intézményesülésük pedig bizonyos *diskurzusok*, hatalmi effektusok, döntéshozó akaratok eredményei (Varró 2004; Faragó 2005), melyek kereteket adhatnak a turizmuspolitikának és területi turizmusmarketingnek.

A térstruktúrák változásának kérdése még izgalmasabb, ha *jövőkutatási* szemszögből közelítünk feléje. Az, hogy a jövőben egy adott területen létrejön-e valami, vagy éppen mi jön létre, ismét nem válaszolható meg csupán a külső térben megragadható – mondhatni, viszonylag – statikus elemekkel. A jövő térstruktúrája alakulásának, a társadalmi tér (újra)termelésének a belső térben, az emberi viszonyokban, a kollektív és egyéni (rejtett és explicit) tudásban és akaratképzésben kereshetők a gyökerei. A „jövőalkotás társadalomtechnikájában” (Faragó 2005), a társadalmi tér termelésében, pedig nyilván hatalmi effektusok, döntési mechanizmusok működnek. A turisztikai tér formálódásában pedig a turizmuspolitika mellett a turizmusrendszer belsejéből és környezetéből származó mindazon döntések szerepet játszanak, amelyek vagy közvetlenül, vagy közvetve a turizmusrendszer valamely elemére irányulnak, vagy pedig a turizmusrendszertől teljesen függetlenül születnek és nem szándékolt hatással bírnak a turizmus alakulására.

A turizmus rendszerként való megközelítésénél érdemes idézni Lengyel Márton definícióját:

„A rendszer egy adott cél elérésére koordinált elemek halmaza, összetevői: a cél, a környezet, az erőforrások, az alkotóelemek (tevékenységek és értékmérők) és a rendszer irányítása-vezérlése. A turizmus egy sor egymással kapcsolatban álló személyből, szervezetről, tárgyból és tevékenységből áll, amelyek egy közös célt szolgálnak, egy közös célért tevékenykednek, az pedig a változatosságigény által motivált és állandó környezetétől ideiglenesen távol lévő ember, a turista szükségleteinek a lehető legteljesebb kielégítése.” (Lengyel 2004. 102.)

A meghatározás tipikusan fogyasztóorientált marketing szemléletet tükröz, ami a piaci siker kétségtelen záloga. Másfelől ismét meg kell fogalmazni azt a kételyt, hogy a fenti meghatározás kiragadva szöveggörnyezetéből, túl leegyszerűsítően a *turistáról* beszél, akinek a változatosságigénye kielégítése egy közös célként jelenik meg a rendszerben résztvevők számára (ez képezi a TDM alap gondolatát is). Valójában turista és turista között rendkívül nagy különbségek lehetnek, másrészt az egy közös cél tételezése, minden fogyasztóorientáció mellett, a gyakorlatban nehezen érhető tetten. Hiszen a piac szegmentált, az egyes szolgáltatók különböző célcsoportokat céloznak meg. A szegmentációs kritériumok között a kulturális háttér, pl. az *etnikai dimenzió* igencsak éles eltéréseket eredményezhet az üzletpolitikában. A desztináció-szintű marketing célpiaci preferenciái segíthetik a vállalkozási szintű marketinget a „közös” célpiacok megszólításában. A modellezésnél, tehát a turista fogalma alatt nem az általánosított turisztikai fogyasztót kell tekintenünk, hanem a fogadóterület és az ott működő vállalkozások (szintén általánosított) „kíváncsi” típusú turistáját, azt az ideáltípust, amihez a piaci szegmentáció, célpiac-kiválasztás és pozicionálás révén juthatunk el, és amely különböző szocio-demográfiai, kulturális és főleg *pszichográfiai-magatartási* jellemzőkkel leírható, modellezhető (Godó 2002).

Amikor a turizmusrendszer struktúráját vizsgáljuk, a turizmus *belső* teréről beszélünk. Fontos hangsúlyozni, hogy amikor a kínálati alrendszernek a fogadóterületeket, keresleti alrendszernek a turista kibocsátó térségeket feleltetjük meg, akkor nem föltétlenül zárt területi egységekben kell gondolkodnunk. Adott fogadóterületnek megfelelő keresleti alrendszer (vonzásterület) egyaránt magába foglalja az adott régió *„helyi turizmusát”, azaz rekreációs és művelődési tevékenységét* és a kívülről ideirányuló hazai és nemzetközi beutazó turizmust (Hall–Page 2006). A fogadóterületek általában több küldő-területre gyakorolnak vonzást, így a turistaáramlás konvergens mozgást rajzol ki. Ugyanígy egy turista kibocsátó térség nem csupán egy bizonyos fogadóterület felé irányul, hiszen divergens mozgás, a turisták időszakos szétrajzása jellemzi (Cocean 1999), regionális léptékben, pedig igencsak növekvő a helyi, pl. városperemi, hétvégi turizmus, avagy a rekreációs tevékenység jelentősége.

2.2. A turizmus fejlesztése

2.2.1. Ágazati és területi szemlélet a turizmuspolitikában

A fentiekben felvázoltam a turizmusnak a rendszerszemléletű, áttekintő modelljét, ami bármely olyan térségre adaptálható, amelyben már megjelent valamilyen mértékű turisztikai térfolyamat (a turisták érkezése a célterületre), de olyanra is, amely a turizmus kialakulásának csak egyes feltételeivel rendelkezik. A modellből és annak részletezéséből levezethető, hogy mire van szükség adott térségben, ahhoz, hogy a turizmus kialakuljon, netán a helyi, regionális gazdaság egyik ágazatává, akár „húzó-ágazatává” váljon.

A turizmuspolitika annyiban a turizmus-rendszer külső környezetének része, amennyiben főszereplői az államigazgatási és közigazgatási szervek, azok különböző beosztású tisztségviselői (miniszterek, államtitkárok, hatóságok vezérigazgatói, parlamenti bizottságok tisztségviselői ill. a területi, helyi önkormányzatoknál a tanácsok szakbizottságainak tagjai, polgármesterek és nekik alárendelt apparátus szakértői, referensek stb.), megélhetésük nem annyira függ a turizmus fejlődésétől, mint a turizmus-rendszer szerves részét alkotó turisztikai vállalkozóknak és a turizmusban dolgozóknak.

Másfelől, úgy is értelmezhetjük, hogy a turizmuspolitika nem csupán külső vezérlési tényezője a turizmus-rendszerének (Tasnádi 2002; Lengyel 2004, 2008), hanem egyben beletartozik a turizmus fogadókésztségi és fogadóképességi *feltételrendszerébe* (Michalkó 2004). A turizmus fejlődéséhez elsősorban *fogadókésztségre* van szükség az államigazgatás és a helyi közigazgatás részéről a megfelelő jogszabályi környezet alakítása szempontjából, az üzletágban rejlő lehetőségekre való nyitottságra van szükség a vállalkozók és befektetők részéről, de ugyanakkor kívánatos a helyi közösségek, civil szerveződések és lakosság vendégbarát magatartására, ami kedvező környezetet kínál a leendő turisták „élménygyűjtése” számára. Adott térség turisztikai fogadóképességét a tárgyi, személyi és szervezeti feltételek határozzák meg, a legutóbbi bizonyos korlátok között visszahathat az előző kettő állapotára.

A turizmuspolitika a turizmussal, mint társadalmi vagy gazdasági jelenséggel kapcsolatos szakpolitikai terület, amely többnyire az ágazat-specifikus gazdaságpolitika formájában jelenik meg, azaz olyan cél-, eszköz- és intézményrendszert foglal magába, amely a turizmusnak a gazdaságban betöltött/betöltendő szerepét hivatott előmozdítani. A gazdasági szemlélet mellett, azonban megjelenhet az állam részéről a szociális érzékenység, méltányosság elvének gyakorlatba ültetése a szociálturizmus állami támogatása révén. Gazdaságpolitikai doktrínák kérdése, hogy mekkora szerepet vállaljon az állam a turizmus működtetésében, de az utóbbi

évtizedek környezeti változásai nagyobb állami szerepvállalást feltételeznek. Nem arról van szó, hogy az állami tulajdonban levő turisztikai társaságok domináljanak, hogy a piaci versenyt torzító intézkedések szülessenek, hanem arról, hogy a turizmuspolitika a fenntartható fejlődés és ezen belül a fenntartható turizmusfejlődés/fejlesztés szolgálatába álljon (Hall 1994; Bramwell–Henry–Jackson–van der Straaten 1996; WTO 2000; Hall–Jenkins 2004; EU Committee of the Regions 2006, European Commission 2007).

Amint Lengyel Márton megfogalmazta, a turizmus irányításának az eszközei: a turizmuspolitika, a tervezés, fejlesztés, szabályozás, a marketing, a menedzsment. Mindezek alkalmazása történhet nemzeti, térségi és vállalati szinten (Lengyel 2004. 233.), bár hozzátehetjük, hogy egyre inkább tanúi lehetünk e szakterületek nemzetközivé válásának, nem csupán a globális szinten versengő transznacionális cégek, cégcsoportok, hanem akár az államközi együttműködések és nemzetközi civil vagy szakmai szervezeti hálózatok révén.

A turizmuspolitika tehát többszintű és sokszereplős döntéshozási mechanizmus, amelynek részeként, alárendelt eszközként szemlélhetjük a tervezést, fejlesztést és szabályozást. A marketing és menedzsment tevékenységek egyaránt megjelennek a profitorientált versenyszférában és non-profit szektorban, amely sokrétűen kapcsolódik a turizmus keresleti alrendszeréhez (pl. szociálturizmus) és kínálati alrendszeréhez (a turizmus egyes tárgyi feltételeinek megteremtése, fenntartása, humántőke-felhalmozás).

A turizmuspolitikában az állami szerepvállalásnak elsősorban a hosszú és középtávú koncepciók, stratégiák kidolgozásában, az ehhez kapcsolódó tervezésben és szabályozásban, fejlesztési támogatási rendszerek kidolgozásában, a szakképzés és kutatás fenntartásában, a profitorientáltan nem működtethető attrakciók és infrastruktúrák megteremtésében és fenntartásában és a desztináció-marketingben, a kedvező ország- és régióimázs kialakításában és közvetítésében van meghatározó szerepe (Horváth 2006, 2007b, 2008; Horváth–Peteley 2008a,b).

Mennyire különíthető el az ágazati és területi szemlélet a turizmuspolitikában? A turizmus társadalmi-gazdasági vonatkozásai annyira komplexnek, interszektoralisnak mondhatók (Lengyel, 2004; Puczkó–Rátz, 2001; Tasnádi, 2002, Michalkó, 2004, 2005b), hogy szinte magától értetődő, hogy a főbb fejlesztéspolitikai dokumentumokban (Nemzeti Fejlesztési Terv, Nemzeti Stratégiai Referenciakeret) a területi egyenlőtlenségek mérséklése, a kevésbé fejlett térségek felzárkóztatása kapcsán kap nagyobb hangsúlyt (Aubert 2007). A térségi versus ágazati szemlélet azonban nemcsak támogatáspolitikai szempontból hangsúlyos kérdés, hanem a különböző szereplők elvárásai és vállalásai szempontjából is. A vállalati etika, társadalmi és környezeti szemlélet bármilyen elkötelezettségi szintje mellett, a turisztikai vállalkozások

alapvetően a profit, az anyagi haszon, a tőkegyarapodásban érdekeltek. Mindennemű környezeti erőforrást csakis a hatékonyságot, termelékenységét, jövedelmezőséget szolgáló termelési tényezőnek tekintenek, legyen az természeti vagy kulturális örökség része, vagy a turizmusban dolgozó személy, beosztotti munkakörben tevékenykedő munkatárs⁴. A turizmus komplex, környezetfüggő jellegéből adódóan, azonban, a turisztikai vállalkozónak éppen a fentiek miatt kell nagy figyelmet fordítania nemcsak a környezettudatos vállalatirányításra, hanem a társadalmi és ezen belül a belső marketingre is (Pompl 2000; Lengyel 2004, 2008).

Az ágazati érdekek érvényesülése a turizmusban sokkal kevésbé különíthető el a területi érdekektől, mint más ágazatok esetében, de hangsúlyoznunk kell azt a különbséget is, ahogyan a tőkebefektető szemléli a térségeket, és ahogyan az illető térségek döntéshozói látják saját helyzetüket (Nagy 2006). A térségek, helyek versenye a turizmusban talán a legnyilvánvalóbb, éppen azért mert a turisztikai fogyasztás⁵, a "láthatatlan export" formájában, azaz a turistának a desztinációba való utazása és főleg ott tartózkodása során valósul meg. A helyeknek tehát versenyezniük kell egymással a potenciális turistákért is, de a turisztikai vállalkozásokért, befektetésekért is. Egy térséget a turisztikai üzletág szemszögéből aszerint értékel egy beruházó, hogy mennyire adottak a turisztikai tevékenységek gyakorlásának feltételei, milyen komparatív és kompetitív előnyöket kínál adott lokáció: alapinfrastruktúra megléte, szabad és könnyen hozzáférhető, építkezésre alkalmas területek, vállalkozásbarát jogszabályi környezet és közigazgatási kultúra, jól képzett és viszonylag olcsó munkaerő, fejlett desztinációs marketingtevékenység és természetesen az egyediséget kínáló vonzerők és a környezetminőség (Ritchie–Crouch 2003). A turizmusban működő gazdasági szereplő tehát a *jó helyek* közül választ, a helyek gazdái, pedig, az ágazati (nyereségességi) szempontokat figyelembe véve, de a saját területi szemléletüket, érdekeiket érvényesítve próbálják a stratégiai befektetők figyelmét felkelteni, bizalmát megnyerni és rávenni az adott település/térség kiválasztására (Ashworth–Voogd 1997; Piskóti–Dankó–Schupler 2002; Kozma 2003; Nagy 2005a,b).

A helyek versenyében is érvényesül a kereslet – kínálat kölcsönhatása, a jó adottságú helyek, amelyek több befektető érdeklődésére tarthatnak számot, jelentősebb alkupozícióba kerülnek, mint a gyenge adottságú, és üzleti szempontból érdektelen, vagy kevésbé érdekes/ígéretes helyek. A helyek – turisztikai és befektetési – piacán, a turizmust megtelepíteni szándékozó helyi döntéshozóknak nem elég a területi szemlélet alapján "szívesen látni" a turizmust, bízva annak pozitív gazdasági (munkahely-teremtési, jövedelemtermelési),

⁴ Bár igaz az is, hogy felértékelődni látszik a vállalatirányítási gyakorlatban is a társadalmi felelősség és a környezettudatosság (Buday-Sántha 2002) a menedzsment normatív dimenziója kapcsán (Pompl 2000).

⁵ A turisták fogyasztásának a gazdasági hozzáadékát a multiplikátor-hatásokon keresztül célszerű értékelni (Mathieson–Wall 1982; Jandala 1992; Minciu 2000; Snak–Baron–Neacsu 2001; Puczkó–Rátz 2001; Bakucz 2004)

szociokulturális (a lakosság kulturálódási szintjének növekedése, örökségi értékek tudatosulása) és környezeti hatásaiban (a környezetet jobban romboló tevékenységek kiszorítása). Ahhoz, hogy a turizmus területi hatásainak mérlege, főleg az egyéb gazdasági tevékenységekkel való viszonyában, pozitív irányba mozduljon, meg kell teremteni, elő kell segíteni a hatékony (költségkímélő) ágazati működés feltételeit.

A térségi szemlélet komplexebb, mint az ágazati, mivel részben integrálja is azt. Fokozottabban kell érvényesítenie a szociális, környezeti és gazdasági szempontokat is. A turizmusfejlesztés a *területfejlesztés részeként* jelenik meg, hiszen egyrészt támogatja a területi fejlődést, másrészt a területfejlesztés komplex intézkedéscsomagja visszahat a turizmus jövedelmezőségére is.

A turizmustól munkahelyteremtést és jövedelemnövekedést, a természeti és kulturális örökség fenntarthatóságát várjuk. De ugyanakkor a turizmus akkor működhet jól, ha:

- a fogadó közeg infrastrukturális és környezeti állapota megfelelő mind a külterületeken, mind a belterületeken (és nemcsak a rekreációs vagy látogatási helyszíneken),
- ha a társadalmi közösség, a közintézmények és képviselőik turizmussal szembeni magatartása pozitív
- és ha a turizmus a más társadalmi-kulturális és gazdasági tevékenységekkel nincs konfliktushelyzetben (pl. területhasználat okán), a hatások és visszahatások mérlege pozitív (Mathieson–Wall 1982; Puczkó–Rátz 2001; WTO 2000).

A turizmus fejlődésében érintett szereplőket az ágazati és térségi szemlélet, a kapcsolódó érdekek és kompetenciák alapján két nagy csoportra oszthatjuk, különböző területi szintek alapján. A lehatárolás a teljesség igénye nélkül készült 1-es táblázat alapján kissé önkényesnek tűnhet, hiszen a szakmai szervezetek egy része nem csupán a gazdasági szereplők érdekeinek védelmét, érvényesítését hivatott szolgálni, hanem éppen az ágazati és területi érdekek összehangolását.

Más-más egyeztetési és érdekütköztetési mechanizmusok zajlanak a különböző területi szinteken (Agg – Nemes Nagy 2002) és, bár a fejlesztési dokumentumok a különböző szektorok közötti partnerségek mellett a különböző területi szintek közötti együttműködéseket is szorgalmazzák, utóbbiak esetében a partnerség gyakran csak deklaratív (Rechnitzer 2001; Faragó 2004). A turizmusfejlesztés területfejlesztésbe integrálása nem csupán a különböző társadalmi-gazdasági dimenziók, lehetséges partnerségek mentén történik, hanem a különböző területi szinteken zajló eltérő jellegű és hatású folyamatok miatt is szükséges. A fentről lefele irányuló fejlesztési, téralakítási döntések – az egyes szintek autonómiájától függően – erőbben

érvényesülhetnek, mint a lentről felfele irányuló érdekérvényesítési törekvések (Pálné Kovács 2001; Barna 2007).

1. táblázat. A turizmusban érintett szereplők csoportosítása területi szintek szerint

Területi szintek	Ágazati szereplők <i>Vállalkozások, Szakmai szerveződések</i>	Területi szereplők <i>Társadalmi, környezeti, kulturális, politikai érdekek</i>
Globális	TNC-k, Szakmai szövetségek, WTO, WTTC	ENSZ intézményei, IMF, WB
Kontinentális/ európai	TNC-k, Szakmai szövetségek, ETC	EU intézményei, Európa Tanács stb. Európai Régiók Közgyűlése
Makro-regionális	Nagyvállalatok, TNC-k, Szakmai szövetségek	Nemzetközi kormányzati és nemkormányzati együttműködések és szervezetek, pl. eurorégiók, CADSES stb.
Országos	Nagyvállalatok, Szakmai szövetségek	Kormányzat, Parlament, országos konzultatív testületek, civil szervezetek
Regionális/ interregionális	KKV-k, Nagyvállalatok, Szakmai szövetségek	Regionális fejlesztési tanácsok és ügynökségek, konzultatív testületek, civil szervezetek
Megyei	KKV-k, Vállalkozószövetségek, Nagyvállalatok, Kamarák	Megyei önkormányzatok, dekoncentrált intézmények, konzultatív testületek, civil szervezetek
Kistérségi	Helyi KKV-k, Kistérségi szerveződések	Helyi lakosság, civil szervezetek, települési önkormányzatok, kistérségi társulások
Lokális/ települési	Helyi KKV-k, Egyesületek	Helyi lakosság, civil szervezetek, települési önkormányzat

Forrás: saját szerkesztés (Horváth 2007b. 169)

2.2.2. A turizmus területi tervezése

A turizmuspolitika legfontosabb eszközei közé a szabályozás és a tervezés tartoznak. A turizmus tervezése – minden ágazati specifikum mellett – a *kettős integráció* követelményének kell, hogy megfeleljen, azaz: „egyrészt a turizmust kell integrálni természeti, társadalmi és gazdasági környezetébe, másrészt a turizmuson belül a rendszer valamennyi elemét együtt és összehangoltan kell megtervezni” (Lengyel 2004. 235.). Ezzel az integratív szemlélettel a

témával foglalkozó szerzők között konszenzus mutatkozik (Jandala 1993; Aubert–László 1995; Tasnádi 2002; Aubert 2007; Horváth A. 2005, 2006, 2007b). Ez egyben azt is jelenti, hogy a turizmus területi tervezésében – az ágazati sajátosságok figyelembevételével – támaszkodni lehet és szükséges a területi tervezés általános *tervezéseméleti* fogalmaira és koncepcióira (Faragó 2005), területfejlesztésbe ágyazott gyakorlatának tanulmányozására (Rechnitzer 1998; Rechnitzer–Lados 2004).

A turizmus különböző szintű terveinek egymásraépülése a kettős integrációval kapcsolatos kíváncsi, és ha a központi hatalom késlekedik az országos szintű turizmusfejlesztési stratégia kialakításával, annak érvényesítésével, végrehajtásával az államigazgatási gyakorlatban, akkor a turizmus fejlődése igencsak spontán marad, az ország és térségei turisztikai potenciáljának hasznosulása az elvi lehetőség szintje alatt marad. A turizmuspolitika cél- eszköz és intézményrendszerében a tervezésnek és szabályozásnak, akár csak a különböző jogi és gazdasági ösztönzőknek eszköz szerepe van. Az intézményesülés lehet előfeltétele és következménye is a tervezésnek, de mivel a tervezés célok, célrendszerek megfogalmazását (Hanyecz 1994, 1995), kialakítását jelenti ezért a három fogalom nem egymás után következő elemekre utal, inkább azt lehet mondani, hogy egy iterációs folyamat részeként alakulnak ki. Azaz kiindulásként meg kell nyilvánulnia egy politikai vagy közösségi akaratnak, amely előzetes célként a turizmussal való foglalkozást fontosnak nyilvánítja⁶.

A kompetenciákkal és pénzügyi forrásokkal rendelkező társadalmi szereplő – esetünkben a kormányzat előzetes célokat, általános elvárásokat fogalmaz meg (kormányprogramba épített turizmus fejezet) létrehozza a szakosított intézményt (Turisztikai Minisztérium vagy Államtitkárság), saját vagy külső szakemberekkel elkészítteti vagy módosítja a turizmusfejlesztésre vonatkozó stratégiai és operatív dokumentumokat, alapozva a korábbi kormányzat munkájára. Ezek a tervdokumentumok politikai eszközként lehetővé teszik a támogatási rendszerek kiépítését: egyrészt illeszkedve az Európai Unió által rendelkezésre bocsátott fejlesztési alapokra (ERFA, ESZA, EMVA stb.), másrészt alapozva az állami költségvetés összeállításánál kialakult kormányzati pénzalapokra. Ezek a források segíthetnek az országos és területi (regionális, megyei, települési) tervezés során megfogalmazott elképzelések megvalósításában. A szabályozás és tervezés szoros összefüggését jelzi, hogy a turizmusfejlesztési terveknek figyelembe kell venniük a területhasznosítás feltételeit rögzítő, különböző területrendezési tervek és a kapcsolódó jogszabályok (műemlékvédelmi, építkezési, természet- és környezetvédelmi, közigazgatási, civil szerveződések, kereskedelmi társaságokra,

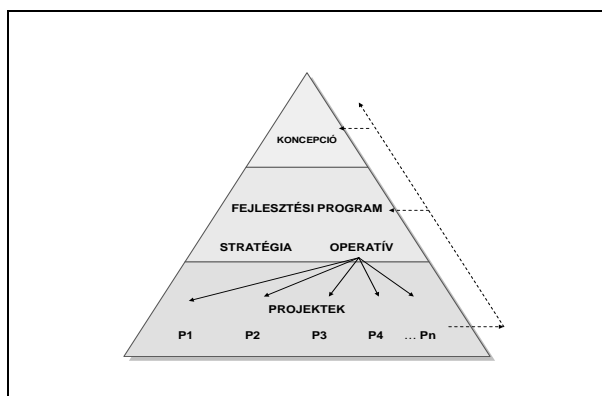
⁶ Az 1998. évi 58-as Kormányrendelet a turizmus szervezéséről és bonyolításáról Romániában (Ordonanta de Guvern 581998)

turisztikai létesítményekre, vállalkozásokra vonatkozó stb.) előírásait. Az országos, regionális, megyei, kistérségi, települési és létesítményszintű tervek között érvényesülnie kellene a Lengyel Márton által is jelzett egymásra épülésnek és egyfajta munkamegosztásnak (Lengyel 2004. 360. II/2-es táblázat a turisztikai tervek jellemzőiről).

Eszerint a tervezési folyamatban előbb a hosszú távra szóló célokat kell meghatározni egy fejlesztési *konceptió* keretében, ebből vezetődnek le a középtávú fejlesztési *programok*, amelyek rövid távon *projektek* formájában konkretizálódnak. A stratégiai program prioritási tengelyekre bontható és ezek képezik az operatív megvalósítás irányait.

A 2. ábra értelmezhető a területiség különböző szintjein, akár egy országos, regionális, megyei vagy települési/kistérségi *konceptióból* indulunk ki. A *fejlesztési stratégia* és *operatív program* pedig vagy ugyanazon területi szinten csak középtávra értelmezendő, azaz országostól akár a helyi turizmusfejlesztési programig terjedhet a választék. A *projektek* azonban többnyire lokális szinten valósulnak meg, legfeljebb a létrejövő létesítmény hatóköre lesz majd akár országos vagy éppen nemzetközi vonzerejű. A 2-es ábrán látható logika megismétlődhet a területi szintek egymásra épülésében, azaz:

- a települési koncepciók és stratégiák (ha vannak) beépülnek az általánosabb, átfogóbb megyei koncepcióba, stratégiába
- alulról építkezés esetén a megyei koncepciók, stratégiai elképzelések integrálásával jönnek létre a differenciáltabb és integratív szemléletű regionális koncepciók, stratégiák vagy a regionális szinten kezdeményezett, kidolgozott koncepciókból és stratégiákból vezethetők le a megyei elképzelések
- a régiók koncepcióiból és stratégiáiból épül fel az országos/nemzeti koncepció, stratégia, ezekből aztán országos hatókörű intézkedések, akciótervek vezethetők, támogatást nyújtva a helyi elképzelések megvalósulásának. De az is lehet, hogy az országos szintű kutatási-elemzési tevékenységre alapozva kitalálnak fejlesztési irányvonalakat, amelyek megvalósításához helyi partnereket keresnek, akik nem a saját stratégiájuk alapján fognak fejleszteni, hanem a forráselosztási logika mentén olyan projektekbe fognak bele, amire éppen támogatási keretek körvonalazódnak.



2. ábra. A turizmusfejlesztési tervek egymásra épülése.

Forrás: Lengyel 2004. 349.

A gyakorlatban mindkét logika érvényesülésével találkozhatunk, a projektközpontú gondolkodást nehezen tudja felváltani a stratégiai szemléletre, programozásra épülő gyakorlat, már csak azért is, mert a kormányzati és önkormányzati szférában rövid távon kell eredményeket felmutatni. Ezért olykor a fejlesztések logikai sorrendje felborul, vagy elhúzódnak a „fél-kész” állapotok. Pl. üdülőhelyi fejlesztéseknél elkészülnek a helyi magántőkéből a kisméretű fogadóegységek (panziók), a közterületek állapota, pedig még jó ideig vendégiasztó hangulatot áraszt. Vagy a másik eset: lévén pénzalap a parkosításra, közterület rendezésre, elindulnak ezek a beruházások, mikor várhatóan egy-két év múlva ismét építőteleppé változik az adott üdülőhely. A stratégiai tervezés (Hanyecz 1995) vagy még inkább a stratégiai működés hiánya a közszférában, az állam és önkormányzatok viszonyában erőforrások pazarlásával, és az ideiglenességi állapotok elhúzódnásával járnak.

A területi turizmustervezés hatékonyságának biztosításához elsődleges feltétel a tervezés iránti igény kialakulása a döntéshozók körében. Ha ez magától nem megy, akkor vagy a felülről jövő utasítással (központi kormányzat, vagy pártvezetés részéről érkező), vagy még inkább konjunktúra-teremtéssel (a pályázati úton megszerezhető fejlesztési források feltételrendszerébe beépült követelmény legyen a térségi koncepció vagy stratégia léte) alakítható ki ez az igény. Vagy alulról szerveződő szakmai lobbicsoportok párbeszéde a döntéshozókkal vezethet el a saját stratégia elkészítésének felismeréséhez. A stratégiakészítés folyamatába már az előkészítő fázisban célszerű bevonni az érintett célcsoportokat, egyrészt az elképzelések legitimitásának biztosítása, másrészt a megvalósítás zökkenőmentessé, dinamikussá tétele érdekében (WTO 2000). Igaz, hogy a társadalmi egyeztetés fáradságos és időigényes feladat, de a tervezők számára számos olyan információ bukkanhat elő, ami a terveket körültekintőbbekké, az igényekhez jobban igazodókká teszik. A megrendelő önkormányzat pedig erősítheti

támogatottságát a helyi társadalom tagjai körében, ha odafigyelést tanúsít az alulról jövő elképzelések iránt. A tervezésben tehát a profizmust a demokratizmussal kell integrálni.

A területfejlesztési stratégiák kidolgozásának folyamata több szakaszra bontható (Rechnitzer 1998). A turizmus területi tervezésében ugyanezt a tervezési logikát lehet alkalmazni. A területi turizmustervezés eszköze a stratégia, amely három pilléren nyugszik: a kiinduló hipotézisből, a külső környezet változási irányainak és a belső erőforrások, adottságok elemzésén, értékelésén. A kiinduló hipotézis előfeltételeit képezik a külső feltételek és alapelvek tisztázása, valamint a területi egység funkcióinak a figyelembevétele. Vagyis: miért van szükség turizmus-stratégiára, milyen körülmények, kényszerek hatására készül, milyen jogszabályi, fejlesztéspolitikai környezetbe ágyazódik? (Kovács–Soproni 2006). Második lépésben a külső környezetet alkotó makroregionális térfolyamatok, pl. turisztikai trendek, jelentősebb térszerkezeti változásoknak (főleg a nagy infrastruktúrafejlesztések), a vizsgált térség országon belüli elhelyezkedéséből adódó térkapcsolatok hatásainak, valamint a versenytárs térségeknek és a térségi szereplők elvárásainak a feltárására van szükség. A harmadik lépés a térség belső adottságainak, erőforrásainak értékelésére van szükség (vonzerők, infrastrukturális háttér, humánerőforrás-ellátottság), a már elkezdett, folyamatban levő stratégiák kiértékelése és az eredményeik összevetése a rendelkezésre álló eszközökkel, intézményekkel.

A külső környezet és belső adottságok kritikai elemzését SWOT-analízissel összegezve lehet megteremteni a stratégia terv lényegét képező lehetséges fejlesztési irányok felvázolását, akár alternatív forgatókönyvek összehasonlításával. Az alternatívák közül politikai választás döntés alapján következhet a célkitűzések prioritizálása, célrendszerbe szervezése, majd ezek konkretizálása intézkedésekre, akár megjelölve az ajánlatos lokalizációját az egyes létrehozandó objektumoknak.

A jövőszervezés kifejezés (Rechnitzer 1998. 322.) a megvalósítás feltételeinek, ütemezésének, esetleg forrásigényének, vagy akár a bevonható partnerek, szereplők megjelölését takarja. A stratégiai tervnek végül utalnia kell annak módjára, hogy hogyan regisztrálhatók a megvalósítás eredményei. Ez történhet indikátorok kijelölésével, azok mérési módjának és várható értékek körvonalazásával is. Ez már a végrehajtást követő monitoring illetve mid-term és ex-post értékelés követheti. (Rechnitzer–Lados 2004, Veres 2007).

A különböző térségi szintű tervek egymásra épülése a célrendszerek összehangolásával és a források koncentrációjával a stratégiák végrehajtásának hatékonyságát és hatásosságát növelheti, feltéve ha a szerteágazó fejlesztési erőfeszítések megfelelő koordinációja megtörténik, és érvényesülni tud a különböző szereplők tevékenységének szinergiája. A területi szintek integrációja a projekteknek a programozási gyakorlatba való bevonásán keresztül történhet, a

projektmenedzsment sikere járulhat hozzá a programmenedzsment sikeréhez (Faragó 2000; Grigorescu 2007).

A területi turizmustervezésnek és az alulról építkező turizmuspolitikának a stratégiai gondolkodásból és rendszerszemléletűségből kifejlődő közösségi jövőalkotási eszköze lehet a turisztikai desztináció-menedzsment, vagy röviden a TDM.

2.2.3. A turisztikai desztináció-menedzsment

A turisztikai desztináció-menedzsment (továbbiakban TDM) fogalma még újszerűnek hat a turizmuspolitikában, de Magyarországon már nemcsak a szakirodalmi háttere és oktatási-szakképzési alapozása van folyamatban, hanem a Nemzeti Turizmus Stratégia ajánlásai között is szerepel (NTS 2005; Aubert–Szabó 2007; Bakucz 2008; Lengyel 2008). Romániában még nem jelent meg exponált fogalomként, Székelyföldön a Hargita megye turizmusfejlesztési stratégia kidolgozása során (Nagy 2009) és két publikációban jelentettük meg a témával kapcsolatos gondolatainkat (Horváth–Peteley 2008a,b).

Támaszkodva az említett szerzők, továbbá Ritchie és Crouch (2003) alapvető munkájára, röviden összegezve a TDM egy olyan tevékenység együttest jelent, amelynek az alapvető célja *a fenntartható és versenyképes turizmus rendszerének kialakítása és működtetése egy turistákat fogadó térségben*. A definícióban szereplő fogalmak önmagukban külön-külön is meglehetősen komplex tartalmakat takarnak, így együtt nem tűnik könnyűnek rövid összegzésük.

A menedzsment mint elsősorban üzemgazdasági fogalomkészlet alkalmazása egy turisztikai desztinációra, nem választható el a szervezeti kérdések tárgyalásától, még akkor sem, ha jelentéstartalmában egyértelműen elkülönül a *feladat együttes* és a feladatokat ellátni hivatott *intézményrendszer*. A modell adaptálásának nehézségei az egyes térségek gazdaságirányítási gyakorlatának különbségéből adódnak, pl. abból, hogy milyen mértékű az állam szerepvállalása, milyen a hatalommegosztás jellege a központi állam és az önkormányzatok között. Alapvetően a TDM fogalomkör, szervezeti és cselekvési modell leginkább egy térségi szintek közötti hierarchiában, de horizontális és vertikális partnerségben képzelhető el, amelyben a hatékonyság jegyében oszlanak meg a feladatok a nemzeti, regionális, megyei, kistérségi és települési szint, valamint a magánszféra és a közszféra között. Ha egy desztinációnak – adott célok szerinti – működtetéséről, irányításáról, menedzseléséről van szó, előbb a desztináció fogalmát célszerű tisztázni.

2.2.3.1. A turisztikai desztináció fogalma

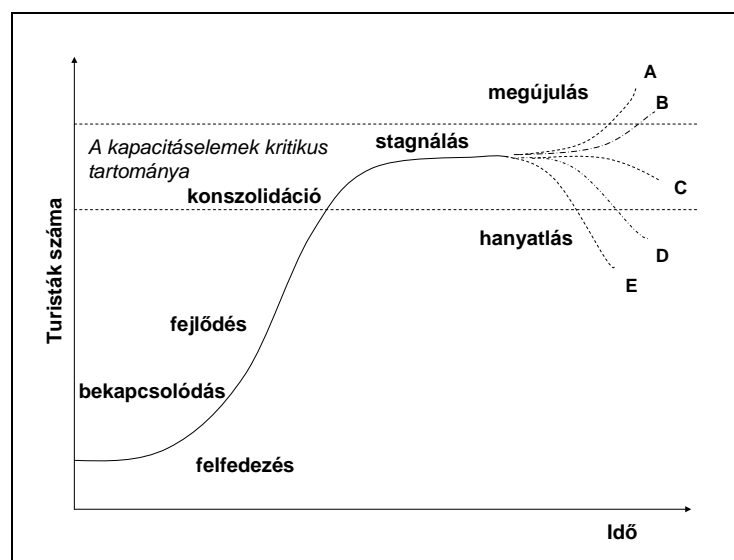
A desztináció magyarul a turisták által többé-kevésbé egységesen látott utazási *célterület*, amelynek a percepciójában nem a célterület pontos lehatárolása a lényeg (a geográfusok szakmai beidegződése, hogy le kell határolni a tereket területekre, valamilyen kritériumok szerint), hanem az utazási motivációt jelentő *élmények* keletkezési körülményei, azaz mindazon térelemek térbeli koncentrációja, amelyek az utazási élménycsomag részeit képezik. Ebben elkülöníthetők az elsődleges élményhordozók, azaz a turisztikai attrakciók, amelyek a szabadidő felhasználás módjának megválasztását segítik elő. Ehhez egyrészt a „látnivalók” és a szabadidős tevékenységek tartoznak. Az attrakciók köré szerveződnek a turisztikai makro termékek, mint pl. kulturális turizmus vagy az aktív turizmus különböző formái. A hely-termékek (Piskóti–Dankó–Schupler 2002; Kozma 2003), pedig mintegy integrálják a tevékenység vagy térspecifikus termékeket, kínálati elemeket.

A hely-termék a térbeliség különböző szintjei szerint lehet lokális, mikroregionális vagy éppen regionális területi entitás, de *keresleti* oldalról szemlélve az egyes területi egységek csak a távolság, a táji tagoltság és részben a desztináció-marketing üzeneteinek a percepciója alapján tagolódik. Desztinációnak, tehát azt a térséget tekinthetjük, amit a turisták üdülésre, kikapcsolódásra, szabadidő-eltöltésre alkalmasnak tartanak, ahová érdemes utazni, ahol van mit látni és van mit csinálni – és mindez a szükséglet-piramis különböző szintjein (Kovács 2004.) megjelenő elvárások szempontjából egyértelműen pozitív hozzáadékkal, értékkel bír.

A desztináció, tehát az élményszerzési tér kikristályosodási pontjait fűzi össze. A turista szemszögéből, pedig mellékes, hogy ki, hogyan, milyen kompetenciák szerint rendelkezik a terület adott funkcióiról, mit tesz vagy nem tesz a turizmus előmozdítása érdekében, ő aszerint értékeli a helyet, hogy üdülési helyszíneként milyen ár-érték arányt kínál. Ettől függ a desztináció versenyképessége: elég sok turista számára bizonyul vonzóbbnak, jobb ár-érték arányúnak az adott térség, mint mások. A versenyhelyzet kényszerítheti ki, hogy fogadótérségünket desztinációként, idegenforgalmi célállomásként értelmezve integrált rendszerben gondolkodva és együttműködésekre alapozva fejlesszük (Machiavelli 2003). A földrajzi tér bizonyos részeinek lehet kisebb-nagyobb turisztikai potenciálja, de hogy mi is hasznosul valójában az attól függ, hogy desztinációvá fejleszthető-e az adott térség. Tanulságos Butler (már 1980-ban kidolgozott) és sokak által hivatkozott desztinációs életciklus-görbéjének a tanulmányozása, amely a termék életciklus-görbe analógiájára készült (3. ábra).

Ebből látszik az, hogy nem objektív térképződményről, hanem társadalmi konstrukcióról van szó, aminek léte a turizmuspiaci folyamatoktól függ, a kínálati és keresleti alrendszer

egymásra hatásának eredője. Ma már nem vonatkoztathatunk el a turizmuspiaci versenyt meghatározó globalizációs folyamatoktól, a belföldi turizmus csak részlegesen különíthető el a nemzetközi (kiutazó és beutazó) turizmustól. Az ország turisztikai desztinációinak versenyképessége tükröződik abban, ha egyre több és többféle külföldi turista utazik be, de ugyanakkor egyre több hazai turista nem utazik ki, hanem a belföldi desztinációt választja a külföldiek helyett. Ugyanakkor az országon belüli térségek között is érvényesül a versenyhelyzet.



3. ábra. A turisztikai desztinációk életciklusa

Forrás: Butler 2004. 159.

A desztináció nem egyenlő sem adott közigazgatási egységekkel, sem intézményesült turisztikai régiókkal (mint Magyarországon), bár a turisztikai régió intézményei a régióra határolt desztináció-marketing tevékenységükkel erősíthetik a térségeknek a kínált határok közé szűkített percepcióját⁷.

A desztináció: „komplex turisztikai terméket felkínálni képes térség egésze, a kínálat helyszíne” (Lengyel 2008. 17.). Másképpen fogalmazva: „a turisták által kiválasztott földrajzi területegység, amelynek geográfiai és történelmi szempontból is egyedi jellemvonásai vannak. Ez a területegység az attrakciók megjelenésének a helyszíne, amelyek ezekben összekapcsolódnak a turisztikai infrastruktúrával és a szolgáltatásokkal, végső soron egy szolgáltatási és programcsokrot nyújtva a desztinációt felkereső vendégeknek.” (Aubert–Szabó 2007. 63)

⁷ Ez zajlik pl. a megyei identitás-építés kapcsán Hargita megyében is, bár mellette a Székelyföldre ágyazódás erősítésére is vannak próbálkozások

2.2.3.2. A turisztikai desztináció menedzsmentje

A turisztikai desztináció menedzsmentje nem egyszerű feladat, mert kínálati oldalon kell beavatkozni, de a különböző keresleti szegmensek utazási döntéshozási folyamatának megértése alapján, azaz: a turista fejével gondolva kell kialakítani a térség turisztikai arculatát, bevetve a desztinációs marketing teljes (legalább 5P-s) eszköztárát. De ez nem azt jelenti, hogy egyenlőségjel tehető a TDM és a desztináció-marketing közé. A helymarketing szakértői (Ashworth–Voogd 1997; Piskóti–Dankó–Schupler 2002; Kozma 2003; Nagy 2005a,b) akár vitathatják is a TDM-mel foglalkozó szerzők (Ritchie–Crouch 2003; Aubert–Szabó 2007; Aubert et al. 2009; Bakucz 2008; Lengyel 2008; Hanusz 2009) interpretációját arról, hogy a desztináció-marketing részét képezi a TDM tevékenységeknek, az egyéb feladatok mellett.

A nézetkülönbség a marketing szűkebb vagy tágabb értelmezéséből adódhat (Kovács 2004; Kotler 2004; Holloway 2004), a tágabb értelmezésben a marketing nem vállalati funkció a humánerőforrás, a pénzügyi, termelés stb. menedzsment területek mellett, hanem azokat átfogó vállalat- ill. szervezetvezetési filozófia. Tény azonban, hogy a TDM-mel foglalkozó szerzőket nem lehet a marketingorientáció hiányával vádolni, hisz, amint a fenti gondolatmenet is tükrözi, nem lehet a desztinációt csak kínálati oldalról értelmezni, elvonatkoztatva a turistától. De, ne feledjük: a *turista* fogalma – így – absztrakció. Nem a turistában, hanem turisztikai szegmensekben és a kínálati adottságok gazdaságosabb kihasználása érdekében legígéretesebb *célcsoport* kiválasztásában kell gondolkodni, annak a specifikus érdeklődése alapján és nem *akármilyen* turista szemszögéből kell értékelni a desztinációt. A turisztikai marketing (Kovács 2004; Holloway), turisztikai menedzsment (Pompl 2000) és turizmusföldrajz (Aubert 2006) diszciplínák egymásra hatásának köszönhetően a desztinációban való gondolkodás nemcsak a kutatásban, hanem a szakoktatásban és egyre inkább a praxisban is megjelenik (Sulyok 2004; Sulyok–Kiss 2005; NTS 2005). Ehhez, természetesen a kutatók eredményeinek társadalmasítására is szükség van.

Mit is foglal magába a desztinációk menedzsmentje? Mindenekelőtt a desztinációs-marketinget, hangsúlyosan a marketingkommunikációt. A marketing eszköztár első eleme a termékpolitika, és ebbe bele értendő a komplex térségi termékek fejlesztése, kialakítása, ami nyilvánvalóan többszereplős feladat-együttes, integrálva az attrakciófejlesztést, rendezvények szervezését, a háttérfeltételek a turisztikai infra- és szuprastruktúra fejlesztését, a turisztikai információ-szolgáltatást, a humánerőforrás-képzést és annak menedzsmentjét térségi szinten. A fejlesztések előfeltételét képezi a tervezés, legyen az termékstratégia (pl. ökoturisztikai stratégia)

vagy térségi komplex turisztikai stratégia⁸. A TDM fontos feladata a minőségbiztosítás, ami egyúttal belső marketingkommunikációt is feltételez meggyőző a térség turisztikai szolgáltatóit a közös értékek iránti elkötelezettség szükségességéről.

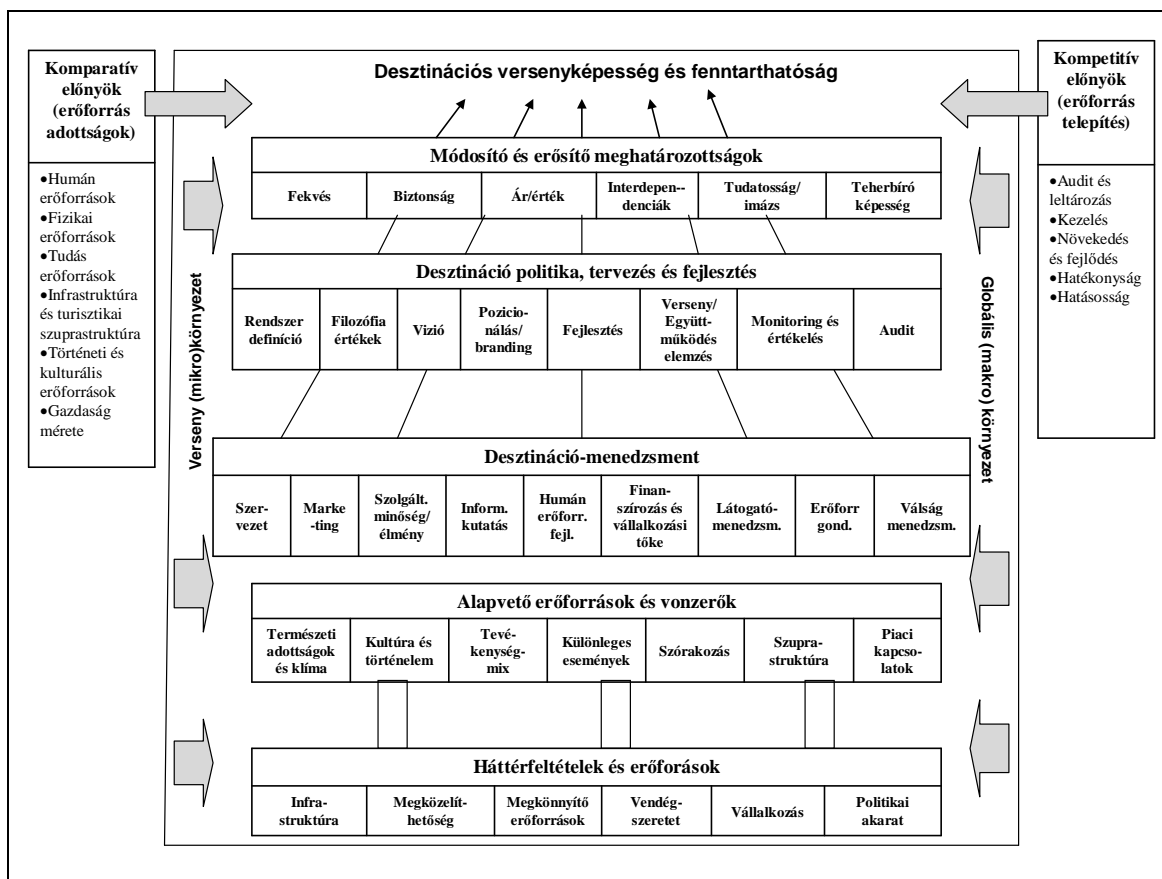
Ugyanakkor a TDM a turizmuspolitika aktív alakítójaként működik, korai fázisban össze is mosódhat vele. Azaz, amíg nem épül ki az önkormányzati háttérrel rendelkező TDM szervezeti rendszer, addig a TDM csíráit a turizmuspolitika szakpolitikai (technokrata) tartalma hordozza⁹. A kelet-közép-európai térségben a TDM szervezeti innovációnak is tekinthető és az önkormányzatiság önként vállalt feladatának a turizmusfejlesztésben várhatóan PPP-konstrukcióban fog működni. A TDM szintetikus áttekintésére Ritchie és Crouch (2003) modellje nyújt támaszt, a 4. ábra tükörfordításainak értelmezési nehézségei ellenére. Ritchie és Crouch modellje a következő elemekből építkezik:

- a globális vagy makrokörnyezet és a verseny- vagy mikrokörnyezet
- alapvető erőforrások és vonzerők, háttérfeltételek és erőforrások
- desztinációpolitika, tervezés és fejlesztés
- desztináció-menedzsment
- módosító és erősítő meghatározottságok.

A desztinációk versenyképessége és fenntarthatósága ma már szorosan összekapcsolódó fogalmak (Bramwell et al. 1996; WTO 2000; Aubert 2007; Lengyel 2008; EU Committee of Regions 2006; European Commission 2007). Rövidtávon lehet egy desztináció versenyképes, újdonságértékével gyorsan hódíthat a piacon (lásd Butler desztinációs életciklus-görbéjét), de ha a növekvő kereslet hatására, gyorsan felépülnek a nagy fogadókapacitások, azok tartós működtetése a hatékonysági és hatásossági követelményeknek való megfeleléssel csakis akkor valósulhat meg, ha a desztináció hosszabb távon tudja biztosítani a kereslet elvárt szintjét, nem következik be egy idő után (általában a tömegesedési fázist követően) a hanyatlás.

⁸ Hargita megyében pl. nem lehet még TDM-ről beszélni, előbb készült el a megyei turisztikai stratégia, amelynek egyik fejlesztési tengelye a szervezetépítés, beleértve a TDM szervezeti rendszer kiépítését, majd a szervezet és a stratégia kölcsönhatásban fog működni, a szervezet hajtja végre a stratégiát, idővel kiértékeli, felülbírája és módosítja a megváltozott körülményeknek és igényeknek megfelelően.

⁹ Országos szinten azt lehet mondani, hogy pl. Magyarországon a Magyar Turizmus Zrt. a maga térségi partnerhálózatával töltheti be egy részét a TDM feladatoknak, a turizmuspolitika alapvető normatív és stratégia vonatkozásai a Magyar Turisztikai Hivatalra ill. az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságára hárulnak. Romániában még nem váltak szét a politikai és menedzsment-dimenziók, de az ún. Master Plan ajánlásai szerinti leendő Nemzeti Turisztikai Szervezet és lehetséges térségi partnerei fogják az operatív feladatokat ellátni.



4. ábra. A desztinációs versenyképesség koncepcionális modellje

Forrás: Ritchie – Crouch 2003. 63.

Felvetődik tehát a kérdés: érdemes-e felfuttatni gyorsan egy desztinációt, ha a hirtelen növekedés zsúfoltsággal és az erőforrások, vonzerők és az infrastruktúra túlterhelésével jár együtt, nem károsodik-e a turizmusgazdaság alapját képező vonzerő? Meddig garantálható, hogy a turizmus gazdasági, társadalmi-kulturális és környezeti hatásainak mérlege pozitív maradjon? (Mathieson–Wall 1982; Puczkó–Rátz 2001). Vannak, persze elképzelések és jó gyakorlatok a fenntartható turizmusfejlesztésre (Bramwell et al. 1996; WTO 2000), de alapvető gondolat ezekben a növekedés határainak, a teherbíró képességnek a megállapítása, amit nem szabad túlhaladni. De ehhez viszont tudományos, multidiszciplináris kutatási alapokon nyugvó tervezésre (Aubert 2007), monitoringra, szabályozásra és ellenőrzésre van szükség. És nyilván szervezeti-intézményi háttérre, ami ezt tudja biztosítani. A Ritchie és Crouch modelljében erre egyrészt a desztinációpolitika, tervezés, fejlesztés, másfelől a desztináció-menedzsment hivatott. Ha kritikusan szemléljük, látható, hogy a desztináció-menedzsment alárendelődik a desztinációpolitikának, de ugyanakkor támogatja is azt. Igazából itt a normatív és stratégiai ill. az operatív menedzsment egymásra épüléséről van szó (Pompl 2000. 71.).

Hogyan is áll össze a kép a modell alapján? Adottak a (leendő) turisztikai desztinációk, amelyeknek egy globális vagy makrokörnyezetben (lásd még a 1-es ábrát és 1-es táblázatot) és ugyanakkor egy versenykörnyezetben, a nemzetközi turisztikai piacon kell versenyképesen és fenntarthatóan helyt állniuk. A spontán fejlődés nem képes ezt biztosítani, ezért szükséges a szakmai alapú irányítás, ami azonban csak a társadalmi legitimációt – választások útján – megszerző politikai szereplőkön, hatalomgyakorlókon keresztül érvényesülhet. A politikai szereplők (többnyire pártok) a hatalom megszerzésével jogosítványokat nyernek a turizmuspolitika alapvető irányainak alakítására (Hall 1994; Church 2004; Hall–Jenkins 2004), döntéseik értékorientáltak, jó esetben koncepcióvezéreltek (Faragó 2005). Alapvető eszközük a tervezés, amely a fejlesztések megalapozását szolgálja (Rechnitzer 1998), de ugyanakkor a szabályozás is. A *politikai akarat* – a turizmusfejlesztés iránti elkötelezettség megjelenik a háttérfeltételek között is, hisz ebből nő ki az a döntéshozói attitűd, ami a szakmaiság komolyan vételét hozhatja magával (ld. 5-ös fejezet).

A makro és mikrokörnyezetben a desztinációk az alapvető erőforrásokra, vonzerőkre és az ezek hasznosítását elősegítő háttérfeltételekre és erőforrásokra támaszkodhatnak. Az erőforrás adottságok komparatív előnyöket kínálnak, azaz a versenyképesség statikus tényezőit képezik. A kompetitív, azaz versenyelőnyök, azonban abból adódnak, ahogyan ezeket az erőforrásokat nem csupán felhasználják, hanem fejlesztik, újakat telepítenek melléjük (főleg a humántőke, tudástőke, sőt a kívülről bevont pénztőke formájában), és abból, hogy az ismert erőforrásokat hatékonyan kezelik, a fejlesztési erőfeszítések hatásosak.

A turisztikai desztinációk *alapvető erőforrásait, vonzerő-adottságait* Ritchie és Crouch az alábbi csoportokba sorolták:

- természeti adottságok/tájarculat és klíma (előbbi a statikus, utóbbi inkább a dinamikus, a jellegzetes időjárási helyzetek szerint változó)
- tárgyi és szellemi kultúra
- tevékenységek (mit lehet ott csinálni?), részvétel lehetősége
- különleges események, rendezvények
- szórakozási lehetőségek
- turisztikai szuprastruktúra (ld. még Michalkó 2004)
- kapcsolatok (személyi és szervezeti kapcsolatok, amelyek a desztináció és a látogatók között léteznek, létrehozhatók, erősíthetők;

Ezek utóbbiak között említendő a baráti, családi gyökerek, vallási (Pusztai 1998; Sándor 1998), etnikai turizmus (Pusztai 2009), másfelől a szakmaisághoz, szervezeti hovatartozással összefüggő kapcsolatok, képzés, szakmai szervezetek, kereskedelmi társaságokon belüli stb.

kapcsolatok), amelyek piaci szempontból a desztináció számára hasznosulnak (ld. az etnicitásról az 5-ös fejezet és 2009a).

Mindezen erőforrások, vonzerőadottságok, amelyek ebben a megközelítésben magukba foglalják a turisztikai infra- és szuprastruktúra elemeit a térség természeti adottságainak és társadalmi-gazdasági fejlődésének, történetének és az eddigi turizmusfejlődésének az eredményei, ezeket tudja a TDM és a turizmuspolitika a fenntarthatóság és versenyképesség megteremtése irányába terelni, a desztinációban összeszervezni. De ehhez szükségesek azok a *háttérfeltételek*, amelyek szintén erőforrásokként értelmezhetők, éspedig:

- az általános infrastruktúra (a 3K – közlekedés, közmű, kommunikáció, Michalkó 2004)
- megközelíthetőség, az „elhelyezkedés átka vagy áldása” (Ritchie–Crouch 2003. 134.)
- támogató erőforrások: az emberi erőforrás-adottságok és a helyi pénztőke
- vendégszeretet, avagy a helyi lakosság attitűdje a turisták és a turizmus iránt
- vállalkozások, vállalkozási készség (ezzel együtt vállalkozási kultúra), a térség általános gazdasági fejlődése a – sikeres – magánvállalkozások hatására
- politikai akarat: a döntéshozók attitűdje és kompetenciája a turizmus előmozdítása érdekében (ld. a 5.2-es alfejezet, egy interjúalany vállalkozó: „mindenki csak beszél a turizmusról, már ki is ábrándultam, mert csak beszélnek, nem tesznek semmit”).

A politika és a menedzsment szorosan összefonódik (Soproni 2004), de *politikai szinten* valósul meg:

- a rendszerben való gondolkodás
- az alapvető értékek, a fejlesztésről való filozófia, orientáció körvonalazása (ld. az empirikus kutatás eredményeit a 5.1-es alfejezetben)
- a vízió vagy hosszú távú jövőkép meghatározása
- a desztináció pozicionálása és márkázása (branding), ami egyben a célpiaci orientációt is meghatározza, ill. azon alapszik (ld. Székelyföld-márka, etnikai turizmus kérdése 5-ös fejezet)
- a fejlesztés prioritásainak megállapítása
- a főbb versenytársak azonosítása, viszonyítási pontokként való kiválasztása és az esetleges együttműködési lehetőségek azonosítása (stratégiai partnerségek)
- a fejlesztési folyamatok monitoringja és értékelése (ld. Rechnitzer–Lados 2004) ill. auditálása.

A *desztináció-menedzsment* a modell közepét tölti ki, magába foglalva azokat a problémaköröket, amelyek a politika, tervezés, fejlesztés döntés-előkészítésével, végrehajtásával, működtetésével kapcsolatosak, éspedig:

- szerveződés, a különböző térségi szintű TDM szervezetek létrehozása, feladatokkal való ellátása
- desztináció-marketing (stratégiai piacok azonosítása, imázsvizsgálatok, márkafejlesztés, pozicionálási elemek megállapítása, marketingkommunikáció, a desztináció kínálta élmények célpiacra juttatási útjainak azonosítása, azoknak az árszegmenseknek az azonosítása, ahol a desztináció versenybe léphet)
- minőségmenedzsment, azaz a szolgáltatások minőségbiztosítása és a látogatói élmény garantálása
- információáramlás, kutatás-szervezés
- humánerőforrás-menedzsment (iskolarendszerű és felnőttképzés, a turizmustudatosság alakítása)
- finanszírozás-bevonás, pénzügyi tanácsadás (befektetés-ösztönzés és pályázati források megszerzése)
- látogatómenedzsment, élménylánc biztosítása (ld. NTS 2005, Puczkó–Rátz 2000)
- erőforrás-gondozás, vagy vonzerővédelem (a turizmus áldatlan hatásainak kivédése, szükséges korlátozások bevezetése, fenntartása)
- válságmenedzsment: társadalmi vagy természeti kockázatok azonosítása (Horváth–Peteley 2008b), elemzése, beavatkozási módozatok, forgatókönyvek kidolgozása, sürgősségi helyzetek modellezése, feladatok elosztása, szervezés.

A *módosító és erősítő meghatározottságok* gyűjtőfogalom alatt szerepelnek azok a tényezők, amelyek mérsékelni, enyhíteni, szűrni, módosítani, erősíteni, növelni tudják az eddig felsorolt tényezők hatásait. Ezek a körülmények részben nem statikusak, hanem időben fokozatosan vagy hirtelen változóak. Olyan körülményekről van szó, amelyek a TDM ellenőrzésén kívül esnek, a rendszer irányítása során igazából csak alkalmazkodni lehet hozzájuk, s ha ez proaktív módon történik, előre sejtve adott fejleményeket akkor az a versenyképesség megtartását, előmozdítását szolgálhatja. A Ritchie és Crouch által ide sorolt tényezők a következők:

- a desztináció elhelyezkedése, fekvése, amelynek a főbb, lehetséges küldőpiacokhoz viszonyított távolsága meghatározó hatású lehet; pl. felerősítheti vagy csökkentheti a háttérfeltételek között szereplő megközelíthetőség hatását
- a desztináció biztonsága és annak mediatizálása (ld. Michalkónál, 2004 a biztonságfaktor, mint általános feltétel), az általános fenyegetettséget jelentő terrorizmus, helyi közbiztonsági, egészségügyi feltételek stb.

- a desztináció költség- ill. árszintje és annak percepciója, beleértve a szolgáltatások ár-érték arányát, amit a profitéhség és a termelési költségek szintje meghatároz, a devizaárfolyamok változásait; ugyanide kapcsolódik az árpercepcióval kapcsolatos desztináció-presztízs
- desztinációk közötti interdependenciák, avagy kölcsönhatások érvényesülése: szinergia-hatás vagy helyettesítés. Az együttműködő célterületek esetén a versenyképesebb desztináció előnyöket kölcsönözhet a partnerének, ellenséges viszony esetén egymás esélyeit rontják a piacon; ugyanakkor egyik célpiacon versenyezhetnek, más piacokon kiegészíthetik egymást,¹⁰ a turisztikai klaszterek vagy a tematikus utak szemléletes példái lehetnek a szinergia-hatás keresésének, akárcsak a nemzetközi együttműködések, testvérkapcsolatok (ld. Hardi–Hajdú–Mezei 2009).
- desztinációk imázsa, a helyek és emberek percepciója; bár a TDM a desztináció-marketing erőfeszítésekkel próbál egy kedvező arculatot kialakítani a célpiacokon, az imázs a potenciális látogatók fejében nagyon sokféle és a marketing által nem vagy csak kevésbé befolyásolható tényező hatására áll össze
- a desztinációk teherbíró képessége egy olyan korlátozó tényező, amit, ha nem vesznek figyelembe és túlfeljesztések következnek be, a térség erőforrásainak, környezetminőségének állapota romlik, a fejlődés nem a fenntarthatóság felé mutat, ezzel pedig a vonzerő csökkenése és a versenyképesség elvesztése következhet be (ld. gazdasági, társadalmi-kulturális, környezeti és nem utolsó sorban a látogatók szempontjából a pszichológiai teherbíró-képesség, (Buday-Sántha 1993; Puczkó-Rátz 2001).

Ritchie és Crouch (2003) modelljét felhasználva, támaszkodva a területfejlesztés és regionális tudomány (Nemes Nagy 1998; Horváth Gy. 2001; Rechnitzer 2000) fogalomrendszerére, tudáskészletének elemeire, a turizmus rendszer-szerű felfogására és a területi turizmustervezés multidiszciplináris szakirodalmára, lehetséges a térségi komplexitás feltárása és a kiválasztott területi entitás turizmuspolitikai alapjainak lerakása, figyelembe véve a külső és belső meghatározottságokat.

A mi esetünkben belső meghatározottságnak tekinthető a megyei önkormányzatiság koordinatív funkciója, a székelyföldi regionalizmus, mint értékorientáció (Schleicher 1998; Nobis 2005).

¹⁰ pl. Székelyföld együttműködése Bukovinával kölcsönös előnyöket kínál a desztinációmárketingben mind a magyar, mind a román piacon

A munka további részében a régió, regionalizáció, regionalizmus (Illés 2001; Faragó 2004) témakörén keresztül közelíték a konkrét komplex valóságot, a Székelyföld, mint területi entitás és ezen belül egy jogosítványokkal is rendelkező térbeli és társadalmi konstrukció, Hargita megye turizmuspolitikai vonatkozásainak tárgyalásához.

2.3. A turizmus regionalitása: a területiség szintjei és a lehatárolhatóság problémái

Ahhoz, hogy a székelyföldi turizmusfejlesztés külső meghatározottságait jobban megérthessük, nem vonatkoztathatunk el attól a tényről, hogy ez a kulturális régió (Jordan 2005) Románia közepén helyezkedik el. Székelyföld „működésére” pedig igencsak rányomja bélyegét az a feltételrendszer, ami az EU-tagállammá vált nemzetállam államszervezési gyakorlataiból, a regionális politika európai értékeinek, elveinek és gyakorlatának a – „balkáni sajátosságoknak megfelelő”¹¹ – adaptálásból adódik. A volt szocialista országok centralista beidegződései miatt nehézkes lehet a regionalizációs folyamat (Horváth Gy. 2008). Az alulról szerveződő regionalizmusok (Illés 2001; Faragó 2004; Györy Szabó 2006) azonban éppen a nemzetállami szintet átlépve mozdíthatják elő az ország demokratizálását, a határmenti és határontúli európai együttműködési programok nem csupán újabb fejlesztési forrásokat jelenthetnek, hanem tudás- és szemlélet-transzfert is. Az EU turizmuspolitikájának fokozatos kiépülése¹², strukturálódása szoros kapcsolatokat sejtet a közösségi, nemzetállami és regionális szintű területfejlesztéssel. A regionális politika és a turizmuspolitika összekapcsolódásának egyik leglátványosabb területe a turizmusfejlesztési támogatások rendszere. Székelyföld számára ennek alakulása nagy kihívásokat jelenthet, de a lehetőségek kihasználásához a közösségi programozási gyakorlat megértésére és ahhoz való proaktív alkalmazkodásra van szükség a térségi szereplők részéről.

Ahhoz, hogy székelyföldi TDM-et lehessen működtetni nem elengedhetetlenül szükséges a Székelyföldnek mint közigazgatási jogosítványokkal rendelkező autonóm régióként a léte, éppen úgy ahogy a jelenlegi fejlesztési régiók sem rendelkeznek közigazgatási jogosítványokkal és jogi személyiségekkel sem. Ez nem azt jelenti, hogy megkérdőjelezzem a Székelyföld területi autonómiájának szükségességét, hanem azt, hogy megfelelő profizmussal működtetett TDM-rendszer hatékony lehet enélkül is, sőt marketingtevékenysége révén akár elő is mozdíthatja az

¹¹ Korrupciós esetek, pártpolitikai csatározásokból fakadó politikai és intézményi instabilitás, közigazgatási és általános munkakultúra sajátosságai

¹² Az Európai Bizottság Vállalkozás- és Iparpolitikai Főigazgatóságán belül működik a Turizmus Egység, a közösségi turizmuspolitika legfontosabb szakpolitikai szereplője:
http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/index_en.htm

autonómia eszméjének demitizálását, megkönnyítve a többségi nemzet számára annak megértését.

2.3.1. A régió mint a regionalizálási módozatok terméke

A társadalom térbeliségével foglalkozó regionális tudományban, de a regionális társadalomföldrajzban is központi kategóriaként jelenik meg a régió, mint a térbeliség megjelenési formája. A földrajztudomány hagyományos tagolódásában markánsan elkülönülnek a természetföldrajz és társadalomföldrajz, amelyekben egyaránt találkozunk általános (a gazdaságföldrajzban ágazati) földrajzi és regionális földrajzi megközelítésekkel (Probáld 2007). Ebben a kontextusban az általános földrajz a természet, ill. a társadalom jelenségeit, folyamatait vizsgálja,¹³ a regionális földrajz pedig adott területegységekre vonatkoztatja a térbeliség természeti és társadalmi vonatkozásait, ilyen értelmezésben a regionális földrajz (oknyomozó, magyarázó jellege mellett) erősen leíró jellegű, ún. „országismereti” tudást közvetít. Ez teszi lehetővé a földrajzoktatás számára, hogy a külső terek, a konkrét földrajzi területi egységek megismerhetőkké, összehasonlíthatókká váljanak.

Ma már a regionális földrajz (Probáld 2007) fogalomrendszere a társadalom térbeliségének mind a külső, mind a belső tereivel foglalkozik, az általános társadalomföldrajztól abban különül el, hogy a térbeliség fogalmai közül kiemeli a régió fogalmát, ezt veti alá a kritikai elemzésnek. Hogy hogyan is fejlődött ki a társadalomföldrajzon belül a modern regionális földrajzi paradigma, azt pl. Benedek József 2000-ben megjelent *A társadalom térbelisége és térszervezése* c. munkája és más publikációi is áttekintik (Benedek 2000, 2004). Ebből itt csak annyit emelek ki, hogy a társadalom-földrajzi gondolkodásban „*alapvető a tér szerepének a változása: a teret nem foghatjuk fel úgy, mint tárgyat más tárgyak mellett; a tér a makro- és mikrotársadalmi folyamatok eredménye és ugyanakkor ezeknek az aktív környezete, amely lehetővé tesz, vagy ellenkezőleg, megakadályoz bizonyos cselekvéseket, tevékenységeket. Ennek megfelelően a tér fogalmát, akárcsak a régióét, nem abszolút, szubsztanciális formájában értelmezzük, hanem relacionálisan és szubjektumcentrikusan, mint társadalmi interakciók eredményét.*” (Benedek 2000. 47.)

Benedek szerint a tér egymaga, mint relatív fogalom egy módon operacionalizálható: régiók lehatárolásával és elemzésével, ez pedig a *regionalizálás*, amelynek három alaptípusát különbözteti meg:

¹³ Nemes Nagy (1998) fogalmaival élve a belső tereket

- normatív-formális regionalizálás
- szimbolikus-informális regionalizálás
- pozitív-tudományos regionalizálás.

Mielőtt belefognék e regionalizálási módozatok rövid áttekintésébe, az összevetés kedvéért, néhány más definíciót is görcső alá veszek, olyan szerzőktől, akiknek a fogalomrendszerének az adaptálása turizmusföldrajzi, turizmuspolitikai, területi turizmustervezési szempontból releváns lehet.

Cocean (2002) az általános regionális földrajzot taglaló könyvében jelzi a régiófogalom fejlődése során kialakult kettősséget, amely szerint a régió *tényszerű valóság*, amit azonosítani lehet a terepen, másfelől, *mentális konstrukció*, amely a földfelszín területi egységekre bontja. Ezt a dichotómiát nehéz feloldani, mert evidenciaként jelentkezik a régió anyagi alapja, de ugyanúgy a geográfus szellemi apportja is, amely a kiválasztott kritériumok szerint határolja le azt (Cocean 2002. 38-39.). Ugyanakkor a régió fogalmának az idők folyamán három jelentése különült el:

- *a régió mint terület*, amelyen belül adott téralkotó elemek attribútumai (homogenitás, sajátosság, az alkotóelemek kölcsönhatásai, különbségek a szomszédos területekhez képest) szerint lehet beszélni pl. a természeti tényezők alapján domborzati, éghajlati, biogeográfiai régiókról, vagy éppen a társadalmi-gazdasági térszerveződés domináns jegyek szerint urbanizálódott vagy vidéki(es) régiókról, ipari, agrár vagy szolgáltatásdominanciájú régiókról
- *a régió mint politikai-adminisztratív egység*, amelyek a természeti adottságoktól függetlenül a politikai térszervezés eszközeit képezik, egyes politikai szereplőknél lehet beszélni relatív kulturális homogenitásról, másutt a régió a hatalomgyakorlás, megosztás térbeli kerete; ide sorolhatók az államok fölötti régiók (pl. EU), a határmenti régiók is,
- *a régió mint rendszer*, amely bemeneti és kimeneti kapcsolatokat tart fenn környezetével, sajátos külső tulajdonságai a dinamikus egyensúly, a stabilitás, alkalmazkodás, belső tulajdonságai az alkotó alrendszerek sorozatos, párhuzamos, retroaktív és interaktív kapcsolódásaiból adódnak, rendszerként rendelkezik egy bizonyos önszabályzó funkcióval. A régió kettős, funkcionális és térbeli megjelenése a funkcionális rendszerként való értelmezését teszi lehetővé, amelynek az ökológiai lehatárolása a centripetális gravitáció eredőivel kapcsolódik. (Cocean 2002. 45.)

A fentiekre alapozva Cocean és Filip 2008-ban tették közzé Románia regionális földrajzát tárgyaló könyvüket, amelyben az ország területét a „rendszer-régiók” körvonalazásával (azaz a természeti környezet és az emberi jelenlétből és tevékenységből eredő elemek funkcionális egészet alkotnak) tagolták, hivatkozva az optimális közigazgatás-szervezés és a területi

erőforrásokkal való hatékonyabb gazdálkodás szükségességére. 21 régiót körvonalaztak a funkcionális rendszerek kritériumaira hivatkozva, amelyek között a pólusok, tengelyek és sávok felé való gravitációt, változatos erőforrásbázist, a belső anyag és energiaáramlások létét és sajátos vonásokkal rendelkező mentális tereket vettek figyelembe. A Románia regionális földrajza oktatásába beépülő tankönyv bizonyára elmozdulást jelent az eddigi gyakorlathoz képest, amely az ország táji tagolódását vette alapul, esetenként akár sajátos torzulásokat okozva a térszemléletben, mint arra Benedek rámutatott a természet és kultúra sajátos viszonyát értelmező geográfiai gondolkodás kritikája kapcsán (Benedek 2001).

A régió fogalmának értelmezésében egy másik fogódzkodót jelenthet Faragó László megközelítése (2005. 190.). Említést tesz a régiófogalom körüli zavar okáról, miszerint a régió egyszerre fogalom és konkrét realitás, vagyis absztrakció és konkrét megjelenési forma. Abból indul ki, hogy „a régiót, mint az emberek által létrehozott térkonstrukciót legalább három megközelítésben kell tárgyalni:

- 1) *absztrakció*, idea, tudáseleme, reprezentáció, konceptus, nyelvi eszköz, metafora;
- 2) *klasszifikáció*, térhasználati és megismerési egység, tudományos elemzés és rendszerezés terméke;
- 3) *konkrét realitás*, ontológiai kategória, önálló entitás, abszolút tér-idő formáció, reprezentáció, valóságalelem, strukturális elem, tapasztalat, intézmény, bürokratikus eszköz.”

A reprezentáció kifejezést kettős értelemben használja: az absztrakció esetén mint a nyelv segítségével diskurzus során alakuló értelmezés (Varró 2004), másfelől a konkrét realitásnál mint a lehetséges értelmezések közül az egyik lehetséges és elfogadott megoldás megjelenése az intézményi valóságban.

Lengyel Imre és Rechnitzer János a regionális tudomány vizsgálati dimenziói között definiálják a régió fogalmát és típusait, hangsúlyozva, hogy a régió rugalmasan értelmezhető gyűjtőfogalom, általában valamilyen tájat, vidéket, térséget, tartományt, körzetet, övezetet, zónát stb. lehatároló területi egységet jelent, *valamilyen szempontból egységesnek* tekinthető, *valamilyen szerveződési elv* alapján jött létre. (Lengyel–Rechnitzer 2004. 28.). Hivatkozva a regionális tudomány művelőinek álláspontjaira, három régiótípust neveznek meg:

- *tervezési vagy programozási* régió - közigazgatási és intézményi elemzések alapegysége,
- *csomóponti* régió - gazdasági, településhálózati vizsgálatokban a térbeli csomópontok és vonzáskörzetek viszonyára vonatkozik,
- *homogén* régió, egységes arculatot, megjelenést képviselő természeti vagy társadalmi-gazdasági jellemzőkkel.

Az Európai Unió közigazgatási-statisztikai célú területi beosztásában megkülönböztetik a *normatív* régiókat az *analitikus (funkcionális)* régióktól, azaz a politikai akaratot kifejező, közszolgáltatások megszervezési keretét képező és történelmi tényezők hatására is alakuló entitásokat ill. a természeti és társadalmi-gazdasági folyamatok jellemzőinek homogenitása vagy polarizálása alapján elemzési szükségletek szerint megállapított régióktól (ld. még Horváth Gy. 2006, 2008; Monfort 2009).

Lengyel és Rechnitzer (2004. 27.) a társadalmi szerkezet három jellemzőjének megfelelően eltérő térbeli szerkezeteket említ, amelyek vizsgálatára eltérő területi egységek, régiók használata célszerű. Így, a *szimbolikus* térnek ideológiai, kulturális, az *intézményi* térnek politikai-jogi, a *fogyasztás* (települések), *transzferek* és *termelés* (régiók) tereinek gazdasági háttere van. A szimbolikus terek nehezen határolhatók le, mivel sok esetben nem alkotnak összefüggő térségeket, de az intézményi térnek nagyon is valós határát adja meg az állam és ezen belül a közigazgatás szervezése. A gazdaság tereinél inkább a vonzásközpont és a vonzásterület közötti áramlásoknak van jelentőségük, mint a határoknak. De éppen azért mert a gazdasági vizsgálatok a statisztikai adatgyűjtésre is kell, hogy támaszkodjanak, ezért alkalmazkodnak az intézményi tér területi entitásaihoz.

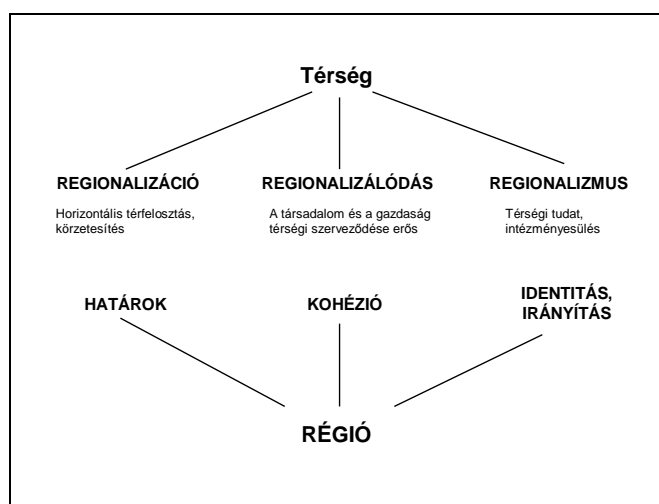
Területfejlesztési célú értekezésnél a vizsgálati téma függvényében, a tervezési-statisztikai vagy éppen közigazgatási kompetenciákkal felruházott területi egységeket, *eleve adott keretként* kezelhetjük, némi iróniával hivatkozva a Lengyel–Rechnitzer (2004) és Faragó (2005) által idézett Hoover megfogalmazására, miszerint *a régió olyan térség, amelynek a vizsgálatára a regionalista elnyerte a kutatási megbízást*. A megbízás, adott intézmény részéről érkezhethet ugyan, de az általa uralt teret analitikusan kell ismernie, ahhoz, hogy a politikai akaratot kifejezhesse, véghezvihesse a hatalomgyakorlás révén. A normatív régiók kereteiben való gondolkodásnak, nyilván, nem kell azt jelentenie, hogy nem látunk a régió határain túlra. Vagyis: a területi statisztika tükrében megismert gazdasági-társadalmi folyamatok mozgatói nem valószínű, hogy csak az adott területi egység keretében értelmezhetők. A területi statisztika a területi egységek közötti összehasonlításokra, idősoros elemzések esetén pedig a területi egységen *belüli* folyamatok alakulására, a többiekhez és önmagához viszonyított alakulására világíthat rá (Nemes Nagy 2005).

Érdemes idézni Lengyel és Rechnitzer álláspontját, miszerint: *“a régió rugalmasan értelmezett fogalma, sokféle felfogása nem pontatlanságokra vezethető vissza, hanem arra, hogy a valóságban a gazdaság és a társadalom nagyon sokféle földrajzi közegben él. Nincs mindegyik regionális vizsgálatra érvényes térfelosztás. A regionális tudomány és a geográfia által összhangban kialakított fenti három típus [értsd: homogén, csomóponti és tervezési vagy*

programozási régiók ill. Haggett után egyjellemzős, többjellemzős és totális régiók] közül egyik sem képes teljes mértékben leírni egy régió belső gazdasági és kulturális dinamikáját, amelyek állandó változásban vannak, emiatt mindhárom típus használatára szükség van, kiválasztva a vizsgálat szempontjaihoz leginkább igazodó típust.” (Lengyel és Rechnitzer 2004. 37–38.)

Agg Zoltán és Nemes Nagy József értelmezésében „a „határhúzogató”, a körzetekre osztás, de a területileg osztott hierarchizált intézményrendszer sem hoz létre régiót” (Agg–Nemes Nagy 2002. 406.). Valódi régióról akkor lehet beszélni, ha három jellegadó folyamat együttesen van jelen (5. ábra), ezek egybeesése esetén lehet beszélni arról a térképződményről, amelynek az átfogó definíciója:

„a régió lehatárolt területi egység a nemzeti és települési szint között, amelyet a társadalmi folyamatok széles körét átfogó, soktényezős társadalmi-gazdasági kohézió (regionalizálódás), az érzékelhető regionális identitástudat, valamint az érdemi irányítási kompetenciájú és önállóságú regionális intézmények rendszere (regionalizmus) fog tartós egységbe” (uo. 408-409.).



5. ábra. Régióformáló folyamatok
Forrás: Agg – Nemes Nagy 2002. 408.

Visszakanyarodva a Benedek féle regionalizálási módozatokhoz, azokat valamelyest összekapcsolhatjuk a többi szerző által megfogalmazott gondolatokkal. A régió mint konkrét realitás (Faragó 2005) megfelelhet mind a normatív-formális régió képződményeknek, amelyek jogszabályban rögzített határokkal rendelkeznek, vagy hatalomgyakorlási, közigazgatási kompetenciákkal, vagy tervezési-statisztikai céllal hozták létre őket a jogalkotók. A szimbolikus-informális régiók is tekinthetők konkrét realitásnak, akkor, ha a kulturális közösségek mi-tudatának szerves részét képezik, a regionális identitás, mint kollektív és a szocializáció során továbbörökített térfogalom, az ezzel kapcsolatos szimbólumrendszer és a társadalmi-politikai

érdekérvényesítő mozgalom, a *regionalizmus* tartja fenn, működteti és folyamatosan újratermeli. A pozitív-tudományos regionalizálás termékei a klasszifikáció, a tudományos megismerés termékei, lehetnek homogén, vagy csomóponti régiók is (Lengyel–Rechnitzer 2004), leginkább a társadalmi-gazdasági kohézió hordozta regionalizálódás eredményei. A normatív-formális régiók a tervezési-programozási régiófogalomnak, a pozitív-tudományos régiók pedig az analitikai régióknak feleltethetők meg.

Összegezve a különböző régió fogalmakat, interpretációkat, értekezésem szempontjából a leglényegesebb megállapítások a következők:

- A régió fogalma kontextusfüggő, önmagában nem értelmezhető csakis valamilyen jelzővel társítva.
- A régió a tér operacionalizálásának, fogalmi megragadhatóságának eszköze, az általános hely-fogalomnak adott térbeli kiterjedésű szintje, szupralokális dimenzió, osztható mikro-, mezo vagy makrorégió kategóriákra.
- A régió fogalmát a térbeli összefüggések feltárásának és a társadalom területi megszervezésének szükségessége hívta életre.
- A régió gyakori kontextualizálásban több területi szintet is jelenthet: leginkább a regionális politikához, a politikai-adminisztratív regionalizációhoz és az alulról szerveződő társadalmi mozgalmi jellegű regionalizmushoz kapcsolódva többnyire a területi középszintet jelöli.
- Lényeges különválasztani a régiófogalom konnotációit és a régióról szóló diskurzusokban hangsúlyozni a kontextust, amelyben értelmezzük azt.
- A régió akár az észlelt tér kategóriájaként is felfogható, mint a térbeliség szerveződéséről alkotott elképzelés illetve ennek kifejeződése az intézményesülésben.
- A régió a társadalmi-gazdasági térszerveződés terméke, lehatárolása során adott kritérium szerinti térelemek régióon belüli tömörülése olyan minőséget, entitást fejez ki, ami a régió határain kívül már nem jelenik meg.

2.3.2. A turisztikai régió – szempontok a turisztikai körzetesítéshez

Ha elfogadjuk Agg és Nemes Nagy (2002) álláspontját a „valódi” régió tartalmáról, akkor a turisztikai régió esetében olyan térségről kellene beszélnünk, amely a turizmus révén regionalizálódik. Azaz, a turizmusgazdaság térségi szerveződésében valami sajátosság jelenik meg egyrészt *kínálati* oldalon, akár mint komplex hely-termék, sajátos komplex élménykínálatot ajánlva a látogatók számára. *Keresleti* oldalon pedig az *adott piaci szegmensek jelenlétének*

kellene valami regionális, azaz nemzeti szint alatti, települési szint feletti specifikus szerveződése legyen.

A regionalizálódás a turisztikai régió esetén akár a desztinációvá érést is jelentheti, ami mellé társul a *turisztikai regionalizmus*, azaz a turizmus-szektor térségi szereplőinek (önkormányzatoknak, helyi vállalkozóknak, civil szerveződéseknek, általában a kulturális és politikai elitnek) a régióhoz kapcsolódó identitása, mi-tudata. Ez akár a saját intézmények szerveződéséhez is vezethet (regionalizmus), pl. a regionális szintű turisztikai desztináció-menedzsment rendszer kiépülése révén, ami egyúttal hozhatja magával a tér lehatárolásának az igényét és (akár felülről is támogatottan) kompetenciákkal való feltöltését. Ez esetben a turisztikai desztináció akár turisztikai régióvá is válhat. Ha a lehatárolás, azonban, felülről a központi állam szintjéről történik, akkor megtörténhet, hogy a központi akarat nem találkozik a helyi, alulról szerveződő-épülő regionalizmussal. Így legfeljebb desztináció jöhet létre a hivatalos, intézményesült turisztikai régiókon belül, vagy azok határait átmetszve.

A történelmi fejlődés és kultúra, valamint a regionális identitás lehet az a tényező, amely a turisztikai régióknak megadhatja a sajátos arculatát, de ennek észlelt imázsa, azonban, a célpiacok szocializációs folyamatainak és a kommunikációs csatornák működtetésének függvényében változó lehet térben és időben egyaránt. A desztinációs marketinget, mint a helymarketing (azaz régió- és településmarketing) speciális területét csak vállalkozói tőkéből nehezen lehetséges fenntartani. Ezért az állami-önkormányzati finanszírozás miatt meghatározó a régió normatív jellege, az intézményesülés, ami akár a már létező tervezési-statisztikai, vagy programrégiókhoz, területi-közigazgatási egységekhez kapcsolódik, vagy a domináns turistaáramlások és a turisztikai téralkotó elemek (vonzerők és infrastruktúra koncentrációja, térbeli hálózatai, alakzatai alapján, húzó-termékek) alapján az állam sajátos turisztikai régiókat jelöl ki.

Michalkó Gábor a turizmust illetően háromféle területi szintet különböztet meg: „amíg a turizmus *közigazgatási* szintjein elsősorban a vendégforgalom lebonyolításával kapcsolatos engedélyeztetési, ellenőrzési és finanszírozási feladatok jelennek meg, addig a *területfejlesztésin* a gazdasági, társadalmi és infrastrukturális felzárkóztatásra, a *funkcionálison* pedig a termékfejlesztésre, valamint marketingfeladatokra helyeződik a nagyobb hangsúly” (Michalkó 2007b. 138.).

Romániában a közigazgatási szinten a település és a megye szintjei adottak, a területfejlesztésben a fejlesztési régió (Vincze 2000; Horváth–Veress 2003; Kolumbán 2003; Benedek 2004, 2006) szintén adott, a kistérségi szerveződés (Vincze 2005), azonban eléggé esetleges, funkcionális szinten viszont legfeljebb idegenforgalmi településekről, üdülőhelyekről,

kisebb körzetekről van szó, de turisztikai régiókról egyelőre nem beszélhetünk. Magyarországon a Magyar Turizmus Zrt. koordinálja a turisztikai desztinációs marketinget ill. a makrotermékek marketingjét. A belföldi és külföldi piacot illetően különböznek a turisztikai régiók határai, a belföldi piac számára tagoltabb az ország regionalizálása, körzetesítése, a külföldiek számára összevontan jelennek meg a turisztikai régiók (2. táblázat). Megnevezésükben, pedig nyilván a földrajzi nevek ismertsége, képzettársítási sajátosságok tükröződnek.

2. táblázat – turisztikai régiók Magyarországon, a célpiacok függvényében

belföldi piacon	nemzetközi piacon
Budapest és Közép-Dunavidék	Budapest és környéke
Észak-Magyarország	Eger – Tokaj borvidék
Tisza-tó	
Észak-Alföld	Pusztaszer és Tisza-tó
Dél-Alföld	
Dél-Dunántúl	
Nyugat-Dunántúl	Pannónia
Közép-Dunántúl	
Balaton	Balaton

Forrás: saját szerkesztés a Magyar Turizmus honlapjai - www.itthon.hu és www.hungary.com alapján

A külföldi, más kultúrából származó turista nem tanulja Magyarország földrajzát, tájérzékelése erősen szelektív, a desztinációt a legismertebb attrakciókhoz, legtöbbet hallott nevekhez köti. Újabban a magyar piacra szánt marketingeszközökben is az „összefoglaló régiók” jelennek meg, mintegy integrálva a korábban használt 9 régiót.

A turisztikai régiók szerepe a magyarországi turizmuspolitikában elsősorban marketingcélokat szolgál, a desztináció-menedzsmenthez kapcsolódó feladatok, mint pl. az attrakciófejlesztés, forrásbevonás már inkább a fejlesztési régiókhoz kapcsolódik. Amint a magyar *Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia* megállapítja, a tervezési (7 db.) és a turisztikai régiók (9 db.) párhuzamos működése számos probléma forrása, a tervezésben és várhatóan a megvalósításban is anomáliákat okoz a két intézményrendszer. Az EU támogatások kedvezményezettje kizárólag tervezési-statisztikai régió lehet, ami a NTS turisztikai intézkedéseinek összeállítását nehezítette. A tervezés során más-más adatokat használ a két régiótípus egy gazdasági elemzés vagy EU-s pályázat esetén.

Magyarországtól eltérően, Romániában még nem hozták létre/nem alakultak ki a turisztikai régiók, annak ellenére, hogy az ország történelmi tartományai már keretét képezték desztináció-marketing kiadványoknak. A tervezési-statisztikai ill. fejlesztési régiók regionális fejlesztési stratégiáiba beépültek a turizmusfejlesztést célzó fejezetek is, de a területiség a turizmuspolitikai gondolkodásban az eddigi kormányzati ciklusok egyikében sem jelent meg markánsan, legfeljebb a kiemelt üdülőkörzetekhez hasonlóan nagyobb mediatizálást kapott Bukovina az UNESCO világörökség részeit képező kolostorokkal, Máramaros szintén világörökségi minősítést nyert fatemplomaival. A természeti világörökség részét képező Duna-delta sem annyira régióként, mint inkább nagy kiterjedésű bioszféra rezervátumként vált ismertté. A román turizmusstatisztikai rendszerben szereplő desztinációk is inkább hely-terméktípusokra, mint regionális entitásokra vonatkoznak (lásd 4.3.1.2-es pont).

A sajátos magyar–magyar kapcsolatok turisztikai megnyilvánulása sejtet egy külön desztináció-jelleget egyrészt Erdély, másrészt ezen belül Székelyföld vonatkozásában. De ez még nem értelmezhető turisztikai régióként, legfeljebb annak csíráit, azaz a turisztikai regionalizmus kiindulópontját jelenthetné, ha a térségi turisztikai szolgáltató társadalom, az alulról építkező turizmuspolitika koherens volna. A nemrég megjelent Nemzeti Területrendezési Terv – Turizmus szekciója *turisztikai körzetek* kialakítását említi, de a jogszabály térképmellékleteiből nem rajzolódna ki, karakteres, saját arculattal rendelkező régiók, csak ún. turisztikai zónák, vagy körzetek, amelyek igazából csak az infrastrukturális fejlesztések prioritizálását célozzák meg.

Bár a turizmusföldrajzi szakirodalomban voltak körzetesítési próbálkozások, amelyek az analitikus régiók fogalmából lennének levezethetők, azaz a turizmus specifikus térszerveződésének tanulmányozása során próbáltak turisztikai körzeteket kijelölni (pl. Cianga 1997), ezekben a körzetesítésekben is visszaköszön a román turizmusföldrajzi gondolkodás természetföldrajzi kötődése (Benedek 2001).

Abból a feltételezésből kiindulva, hogy egy turisztikai régiónak mindenekelőtt sajátos identitása kell, hogy legyen s ehhez köthető arculata, Romániában leginkább a történelmi tartományokra (6. ábra), az egykori fejedelemségek, országrészek területének megfelelő entitásokra, a kisebb néprajzi körzetekre, városrégiókra és csak azután a természeti nagytájakra kellene alapozni a turisztikai régiók kialakítását.



6. ábra: Románia történelmi régiói a turisztikai külképviseletek egyikének honlapján

Forrás: <http://www.romaniatourism.com/romania-maps/historical-regions-map.html> (2009.11.10.)

Bánságnak, Körösvidéknek ill. Partiumnak és Erdélynek nyilván a multikulturalitása lehetne a differenciáló tényezője, ezen belül pedig Székelyföld megjelenhetne sajátos etnikai-kulturális régió minőségében. De ennek esélye nem vonatkoztatható el egyrészt a székelyföldi regionalizmustól, a belső kohézió megerősítésétől, másrészt attól a többbretű politikai kapcsolatrendszerrel, amely a romániai magyar kisebbség autonómia-törekvései és a román többségi társadalom percepcióinak kölcsönhatásának befolyása alatt van. A 9. ábrán közölt térkép nemcsak Székelyföldet (angolul Szekelyland, németül Seklerland, románul Tinutul Secuiesc) nem ábrázolja, hanem Dél-Romániát egységesen Walachia (régies magyarsággal Oláhország) néven jeleníti meg, holott az Olt völgyétől nyugatra Olténia jól elkülönül az Olttól a Dunáig és Dél-Moldváig terjedő Munténiától. Ezek is sajátos identitásrégiók az egykori Havaselvi vagy Havasalföldi Fejedelemség (románul Tara Romaneasca) területén. A Partium fogalma Északnyugat-Romániában is csak a magyarok számára jelenti területi entitást a románok számára a Körös-vidék (Crisana) a meghatározó (Sós–Farkas 2002; Gyuricza 2008).

3. fejezet: A Székelyföld mint sajátos régió és a turizmusfejlesztés kerete

A turizmus és a regionális fejlődés, területfejlesztés kapcsolatának (Bakucz 2003; Aubert 2007) tanulmányozása rendkívül érdekes lehet akkor, ha olyan területi entitásra vonatkoztatjuk, amely esetében a közigazgatási kompetenciák, a felülről és alulról szerveződő politikai akaratok kulturális – sőt *kisebbségi léthez* kapcsolódó kulturális – és etnikai dimenziókkal egészülnek ki. A témakör rendkívüli szerteágazó jellegének tudatában, arra törekszem, hogy felvázoljak egy olyan vezérgondolatot, ami turizmuspolitika kialakítása során az etnikai-nemzeti kisebbség

kultúrájának sajátosságait is érvényesíti, konkrétan a Székelyföld esetében. Gondolatmenetem kiindulópontja az, hogy a turizmus feltételrendszerének alakításában a székelyföldi közösségek kollektív érdekeit vegyem figyelembe. Vagyis, az a dilemma merül fel, hogy a turizmusfejlesztés gazdasági szempontjai (jövedelemtermelés, munkahelyteremtés stb.) mellett, miképpen építhetők be a turizmuspolitikai gyakorlatba a kisebbségi kultúra megmaradását és továbbfejlődését biztosító elemek.

E kérdéskör vizsgálatához röviden felvázolom azt, hogy mi a Székelyföldnek mint régióknak a sajátossága (3.1-es alfejezet), majd erre alapozva próbálom összefüggésbe hozni az etnicitás és a regionalizmus fogalmait valamint a székelyföldi autonómia-mozgalmak tényét a turizmusfejlesztés kontextusba helyezésével (3.2-es alfejezet). Mindezekre, valamint a 4-es fejezet statisztikai elemzésére és az 5-ös fejezetben összegezett empirikus kutatás eredményeire támaszkodva végül azt próbálom megragadni, hogy a Székelyföld turizmusának szerveződése a desztinációvá érést vagy a turisztikai régióvá való intézményesülés útját követheti-e (3.3-as alfejezet, 6-os fejezet).¹⁴

Az a térség, területi entitás, amelynek a keretei között vizsgáljuk a területi turizmusfejlesztés összefüggéseit, nem határolható le egyértelműen. Régióknak tekinthetjük olyan értelemben, hogy a nemzetállami szintnél kisebb kiterjedésű és annak hatalomgyakorlási szempontból alárendelt (Horváth Gy. 1998; Pálné Kovács 2001). A térhierarchiában a területi középszint egy köztes szintjét képezi, a tervezési-statisztikai, fejlesztési régiók alatt és a megyék fölött. A regionális politika intézményesülési folyamata során Romániában is létrehozták a NUTS 2-es régiókat, az ország közepét elfoglaló, 6 megyéből álló Közép/Központi régió foglalja magába a Székelyföldet felölelő Maros, Hargita és Kovászna megyéket is (7. ábra), ez a regionalizáció azonban számos kritikát kiváltott és főleg az erdélyi magyarság politikai képviselete részéről fogalmazódtak meg alternatív régiófelosztási javaslatok (Csutak 2007).

¹⁴ Ezirányú kutatásaimra 2007 áprilisában a MTA Domus Hungarica ösztöndíja támogatásával került sor, ami lehetővé tette az etnicitás, etnikai turizmus témakör szakirodalmának tanulmányozását.

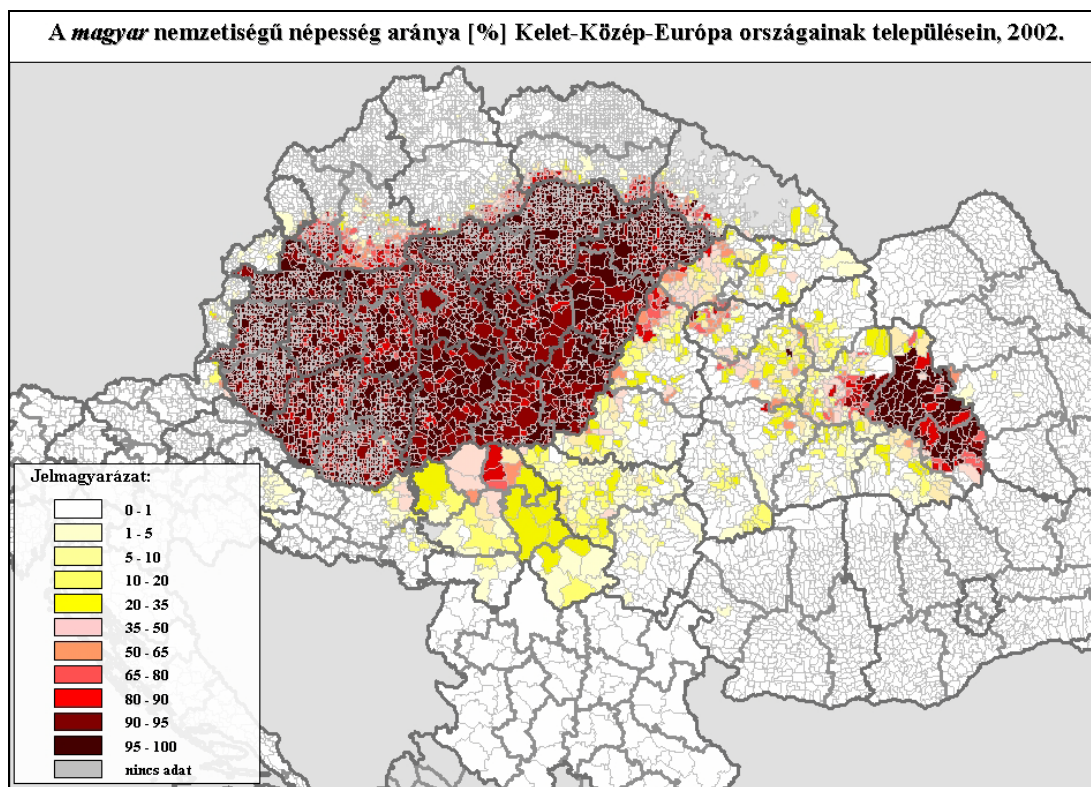


7. ábra. Románia tervezési-statisztikai és fejlesztési régiói és Székelyföld elhelyezkedése Romániában

Forrás: Horváth A. 2006 (kartográfus Bartos-Elekes Zs.)

Székelyföld nemcsak „egyszerűen” történelmi-kulturális régió, hanem azáltal, hogy a Magyarország határain kívül levő legnagyobb, tömbben élő magyar anyanyelvű közösség lakóhelye (Kocsis 2002b; Kocsis–Bottlik–Tátrai 2006), egyszerismind *etnikai régió* is (8. ábra), amelynek sajátossága, hogy Erdély más tájegységeitől eltérően mindmáig meg tudta őrizni etnikai sajátosságait, a magyar közösség nem szórványosodott el.

A szórványosodás egy rendkívül összetett demográfiai és szociokulturális folyamat, amelynek történelmi előzményei között kihangsúlyozandó az egykori háborúk, inségek, járványok hatása, amely *népességpusztulással* járt együtt. Ugyanakkor a népesség korcsoportok szerinti átrétegződése a *népsszaporulat* értékeinek csökkenésével (egyre kisebb születési arányszám, egyre nagyobb elhalálozási ráta) és nem utolsósorban a *migrációs* folyamatok irányultsága, jellege (adott etnikum tagjainak kivándorlása, más etnikumhoz tartozók bevándorlása – esetenként akár erőszakos telepítésekkel, mint Európa számos pontján jellemző volt a 20. században is).



8. ábra. Magyar nemzetiségű népesség a Kárpát-medencében: Magyarország és Székelyföld

Forrás: Kárpát-medencei Magyar Kutatási Adatbázis

http://gis.geox.hu/nkfp/dolgok/terkeptar/ENK_magyar.jpg (letöltve 2009. nov. 17.)

Hogy Erdély etnikai térszerkezetének megváltozásában melyik tényezőnek volt legnagyobb szerepe, azt a történészek és demográfusok dolga eldönteni, de igen valószínű az, hogy a magyar nemesség jobbágytelepítéseinek is meghatározó szerepe volt a román népesség arányának növekedésében. Mivel a rendi székely társadalom életterében, az egykori „székek”, közigazgatási egységek területén más jogrend uralkodott (Egyed 2001, 2006), mint a nemesi vármegyékben, a székely közösség kevésbé volt kitéve a betelepítések hatásának, mind Dél-Erdély, Bánság, vagy Észak-Erdély és Partium más területei.

3.1. A Székelyföld mint történeti képződmény

A Székelyföld a Kárpát-medence (Gál–Rácz 2008; Illés 2008) és ezen belül Erdély sajátos területi entitása (Vofkori 1998, 2007; Horváth Gy. 2003; Horváth A. 2007a), amelynek önazonosságát, mint neve is mutatja, *'a székelyek földje'* értelme adja meg. Ha eltekintünk a székelyek tömbben való területi elhelyezkedésétől, akkor ezt a területi entitást másként kellene neveznünk, például Kelet-Erdélynek, ami kifejezné homályosan azt, hogy egy nagyobb területi egységnek, Erdélynek mint történeti tájegységnek egy meghatározott irányban elhelyezkedő

részéről van szó. De ez a megjelölés csak azt fejezné ki, hogy inkább földrajzi vagy esetleg területfejlesztési egységről van szó¹⁵, nem emelve ki az e területre kiterjedő sajátos kulturális közösséget. A Székelyföld elnevezés összetéveszthetetlenül jelöli azt a történeti-kulturális területi egységet, regionális entitást, amelynek kialakulása a székelyek letelepedésével (letelepítésével) és évszázadokon át tartó, itteni térszervezésével függ össze.

3.1.1. A Székelyföld fekvése és földrajzi tagolódása

Erdély fogalma a közgondolkodásban és a földrajzi tértagolásban is kettős értelmezést nyert azt követően, hogy az első világháborút lezáró 1920 június 4-i trianoni békediktátum nyomán az addigi Osztrák-Magyar Monarchiához tartozó Magyarországtól a mai Románia területéhez mintegy *102813 km²* kiterjedésű terület került közel *5,3 millió lakossal*, míg Magyarország területe *92952 km²*-re zsugorodott (később határkiigazításokkal *93073 km²*), mintegy *7,7 millió* lakóval. A Trianon előtti Magyarország *9,9 millió magyar* lakójából *3,2 millió* fő került a szomszédokhoz, ebből Romániához pedig több mint *1,6 millió magyar* (Glatz 1996. 571.). Az 1920 előtti mintegy *1,9 millió* német anyanyelvűből *557 ezren* kerültek Romániához, a *2,9 millió* románból pedig *2,8 millióan*. A trianoni területveszteség érzékenyen érintette mind Magyarországot, mind pedig a határon kívül rekedt magyar közösségeket (Hardi–Hajdú–Mezei 2009). A két világháború közötti időszakban, azonban – minden revíziós remény mellett vagy ellenére – el kellett kezdődnie a társadalom újjászerveződésének, új gazdasági vonzáskörzetek kialakulásának.

Nem mélyülve el a történeti kérdésekben, csupán azt hangsúlyozom, hogy az 1920-as évet követően Erdély fogalma kettős: egyrészt a Király-hágótól keletre eső¹⁶ középkori Erdőelve (Trans-sylvania = Erdőn túl), a *történeti Erdély*, másrészt a „Nagy-Erdély”, azaz a történeti, tulajdonképpen Erdély mellett Máramaros, Partium, azaz Szilágyság, Szatmár, Bihar vidékének és Bánságnak a Romániához csatolt részei együtt (Vofkori 1994, Hajdú 2000). Székelyföld Erdélyen belül, a Kárpát-medence legkeletibb részén helyezkedik el, ha a történeti Erdélyt vesszük alapul, akkor Kelet-Erdélyben, ha a tágabb értelemben vett Erdélyhez viszonyítunk, akkor Délkelet-Erdélyben található.

¹⁵ A statisztikai elemzéseknél éppen azért használom a Kelet-Erdély kifejezést is, mert a történelmi Székelyföldhez tartozó kisebb térségek, az egykori székely székek mellett Maros és Hargita megye is magába foglal nem székelyföldi területeket is. A Horváth Gyula (2003) szerkesztette Székelyföld monográfia is inkább konvencionálisan használja a Székelyföld megnevezést a Maros, Hargita és Kovászna megyék alkotta területre.

¹⁶ nézőpont kérdése a királyhágon-túli, vagy -innen kifejezés

A történeti Székelyföld nagyobb kiterjedésű volt, mint a mai értelemben Székelyföldként megnevezett és a köztudatban homályosan lehatárolt területi entitás¹⁷. A tömbben élő székelység életterét képező, „mai” Székelyföld történeti-kulturális és etnikai régió táji, természetföldrajzi szempontból meglehetősen tagolt. A székelyföldi táji adottságok elemzésének keretét a Keleti-Kárpátok és az Erdélyi-medence kontaktzónájának domborzati és vízrajzi elemei adják meg. A székelyföldi vízhálózat konfigurációját a hegyvonulatok szerkezeti felépítése és még inkább a kárpáti térségen kívüli süllyedések határozták meg. Így a székelyföldi folyók három nagyobb vízrendszerhez tartoznak: a Maros, az Olt és a moldvai Szeret-folyó vízrendszeréhez.

A Kárpát-medence belseje felé a Maros és mellékvizei vezetik le a vizeket és teremtenek ugyanakkor közlekedési kapcsolatokat a folyóvölgyek dombvidéki és hegyvidéki szakaszain. A Székelyföld északi részén az egykori Csíkszékhez tartozó *Gyergyó vidéke* a 750–800 m magasságú hegyközi *Gyergyói-medencére* és az azt övező hegyvonulatokra terjed ki. A medencét nyugaton a *Görgényi-havasok* (1600–1700 m magasságú) vulkáni kúpjai választják el Marosszék-től és Felső-Maros mente egykor Torda-Aranyos vármegyéhez tartozó dombvidékeitől. A medence északi része a nem-székelyföldi, de Hargita megyéhez tartozó Maroshévíz (régi nevén Oláhtoplica) 9700 fős városkát és a környező román többségű falvait foglalja magába, amelyek a szintén vulkáni eredetű hatalmas (2100 m-ig emelkedő és nagy kiterjedésű) *Kelemen-havasok* lábáig nyúlnak. A medence déli, székely-magyar része a *Gyergyói-havasok* kristályos palákból felépülő legömbölyített, 1400–1500 m magasságú csúcsai alatt húzódik. Gyergyó vidékéhez tartoznak a moldvai Szeret folyó vízvidéke felé gravitáló Kis-Beszterce felső szakaszán, a Gyergyói-havasok északi peremén található, 1000 m illetve 950 m körüli magasságon levő *Bélbori-* és *Borszéki-medencék*, valamint a Békás-folyó forrásvidékén, a Hagymás-hegységben található Gyilkos-tó és Békás-szoros térsége. A térség központja az alig 20 ezer fős Gyergyószentmiklós kisváros.

A Maros Gyergyó és Csík vidéke határán ered a Marosfői-hágó közelében, ami egyrészt elválasztja a két hegyközi medencét, másrészt összeköti a Gyergyói-havasokat a vulkanikus eredetű *Hargitával*. A Maros, miután északi irányban elhagyja a Székelyföldet, áttöri a vulkáni vonulatot Maroshévíz és Déda között egy festői 44 km hosszúságú völgyszorosban (Felső-Maros-áttörés), a Görgényi-havasok nyugati előterében helyenként összeszűkülő széles

¹⁷ Hozzá tartozott a történeti Erdély nyugati, azaz Kolozsvártól és Tordától délre eső Aranyosszék Felvinc központtal. Ez a térség már nem a tömbmagyar jelenlétet jellemezhető terület és soha nem is kapcsolódott területileg közvetlenül a Marosszék, Udvarhelyszék, Csíkszék és Háromszék alkotta egykori szék központosított közigazgatású területéhez, hanem beékelődött Torda és Fehér nemesi vármegyék közé. Elsősorban az aranyosszéki magyarság szórványjellegű kisebbségi léte miatt, a más szocializációs és kulturális minták miatt nem is kezelhető nemzetpolitikai és kisebbségvédelmi szempontból ugyanúgy mint a mai Maros, Hargita és Kovászna megyék területén tömbben és relatív többségben élő székely-magyar közösség.

völgyfolyosóban halad Szászrégen (ahol a Görgény-folyó torkollik) érintésével Marosvásárhely irányába, ahol az Erdélyi-medence több tájegysége, a *Mezőség*, a *Görgény-hegyalja* (Szászrégeni- és Marostelki-dombság), a *Nyárádmenti-dombság* és a *Küküllőmenti-dombság* találkozik. Marosvásárhely (eredeti, 1620-as évekig használt nevén Székelyvásárhely) a maga közel 150 ezres lélekszámával, sokoldalú funkcióival egyetlen nagyvárosa a történeti Székelyföldnek. A város alatt, Nyárádtőnél torkollik a Nyárád folyó, amely Marosszék egyik sajátos tájegységének *Nyárád mentének* a fő tengelye. Egyetlen városka a térségben Nyárádszereda mintegy 5800 fős lakossággal.

Szintén a Maros vízvidékéhez tartozik a két Küküllő folyó. Északabbra a *Kis-Küküllő völgye* Szováta és Kelementelke között jórészt Marosszékhez és a mai Maros megyéhez tartozik, városi települése Szováta fürdőváros (8200 fős lakossággal) és Erdőszentgyörgy (4700 lakos). A Kis-Küküllő forrásvidéke a Görgényi-havasok nyugati oldalán a Gyergyóval kapcsolatot teremtő Bucsin-hágó közelében van és Parajdnál található a *Sóvidéki-medence* tengelyét alkotó Korond vizével.

A Székely-Sóvidék északi része Szovátával Marosszékhez tartozott, déli része az idegenforgalmi szempontból közismert Parajd és Korond térségével már Udvarhelyszék részét képezte. A *Nagy-Küküllő* a Maros vízvidékének másik jelentős folyója, szintén a Görgényi-havasok déli részéből ered és a vulkáni fennsíkon a magas fekvésű *Székelyvarsági-medencét* alakította ki több mellékágával. A Zeteváraljai víztárolót épp ott alakították ki, ahol a Nagy-Küküllő a Sikaszó-patakkal találkozik, ez utóbbi völgye teremt kapcsolatot Gyergyóval a Libáni-hágón (1000 m) keresztül. A Nagy-Küküllő és a Sikaszó völgye választja el a Görgényi-havasokat és a Hargitát illetve ezek vulkáni fennsíkjait (Horváth A. 2002). Nyugati előterükben Hegyalja vidéke, (Zetelaka, Oroszhegy térsége), a *Székelyudvarhelyi-medence*, valamint a *Nyikómente* található, amelyeket a Rez-tető (932 m) hegyalji magaslata választ el Székelykeresztúr vidékétől. A térség városai Székelyudvarhely, régi iskolaváros, a székelyek ispánjának egykori tartózkodási helye (Székelytámadt vár) mintegy 36 ezres lélekszámú megyei jogú város, valamint nyugatabbra, Segesvár irányában Székelykeresztúr 8200 fős kisváros.

Az egykori Udvarhelyszék, Udvarhely vármegye térsége kiterjed az Olt vízvidékére is, amelynek a Hargita belső, nyugati oldalán erednek a Kis- és Nagy-Homoród, a Vargyas, a Kormos és a Barót vize. A Maros és Olt vízvidékeinek vízváltatója a dél-erdélyi Szászföldről folytatódik az Udvarhelyi-dombság déli gerincén a Cekend-tetőig, onnan felkap a Hargitára, leereszkedik a Marosfői-hágóra és csak a Gyergyói-havasokban kapcsolódik a kárpáti főgerinc vonalába. Vonzáskörzeti szempontból a *Hargita-fennsík* és *Homoródi-dombság* települései Udvarhely vidékéhez kapcsolódnak, részleges központja a térségnek Szentegyháza 6800 fős

városka. A Vargyas-patak a Hargita délnyugati folytatásában húzódó *Persányi-hegység* északi tömbjét, a Rika-hegységet metszi át a festői Vargyas-szurdokban, majd – az egykor Udvarhelyszékhez, majd Háromszék vármegyéhez tartozó – Bardóc-fiúszéken át, az alig 6000 fős Barót bányavároska közelében, a Kormossal együtt ömlik az Oltba. A *Baróti-medence*, néprajzi nevén Erdővidék, amely Bardóc-fiúszék mellett a Háromszékhez tartozó Miklósvár-fiúszéket is magába foglalja, az Olt völgyfolyósója révén szerves kapcsolatban van Brassó vidékével, a Barcasággal.

A Székelyföld közepén végighúzódó *Hargita* a homokkő-övezetbe tartozó, lapos *Baróti-hegységgel* (800–1000 m) folytatódik. Ennek déli csücskénél, az Erődsdi-szűkületnél fordul meg az Olt kezdeti észak–dél irányból dél–észak irányba. E nagy kanyar közelében van a Székelyföld déli határa, ahol a Feketeügy-folyó torkollik az Oltba. A Kárpát-kanyar domborzatát a mintegy 2000 km² kiterjedésű *Brassó–Sepsiszentgyörgy-medencekomplexum* (500–550 m) és az ezt északról tagoló, délen, keleten, északkeleten lehatároló flis-homokkő vonulatok jellemzik. Háromszék központja a 60 ezres lélekszámú Sepsiszentgyörgy megyei jogú város, Kovászna megye székhelye, környéke az egykori Sepsiszek. Tőle keletre a Feketügy-folyó mentén terül el a *Felső-Háromszéki-medence* központjában Kézdivásárhely alig 20 ezres lélekszámú régi céhes város, Kézdiszék központja. A medence déli, délkeleti része jórészt az egykori Orbaiszékhez tartozik, melynek több nagy községe közül a majdnem 11 ezres lélekszámú Kovászna fürdőgyógyászati funkciója révén kapott városi rangot. A Kárpát-kanyar hegyei az Ojtozi-hágótól (866 m) a Predeáli-hágóig húzódnak, e vonulatok közül a *Háromszéki-havasok* (1500–1700 m), a *Bodzafordulói-hegyek* (800–1200 m) tartoznak Székelyföldre, a *Bodzafordulói-medence* a román népességű névadó városkával sokak szerint már nem. A látványos Csukás-hegység (1954 m), a Nagykő-havas (1843 m) és Keresztény-havas (1800 m) is már csak tájképi keretét adják meg a székelyföldi látóhatárnak.

Háromszéktől északra az egykori Csíkszék tölti ki a háromszatú *Csíki-medencesort*, amelynek vizeit az Olt a Tusnádi-szoroson keresztül vezeti le. A néprajzi értelemben vett Alcsík és Felcsík határán található Hargita megye székhelye, a mintegy 42 ezer fős középváros Csíkszereda, azoknak a kereskedelmi utaknak a találkozásánál, amelyek Székelyföld e részén észak–dél és nyugat–kelet irányban haladnak át. Alcsík keleti szomszédságában a *Csíki-havasok* (1400–1500 m) és a *Nemere-hegység* (1600–1650 m) ölelésében bújik meg a *Kászon-medencében* az egykori Kászon-fiúszék, amelyet a Kászon völgye kapcsol össze Kézdivásárhely térségével.

Csíkszeredától keletre a Csíki-havasok és a Hagymás-hegység délkeleti lábainál, a Tatros völgyében található *Gyimes vidéke*, a csíki székelyekből kitelepült, a moldvai csángómagyarok

közül betelepült népességből létrejött gyimesi csángók élettere. Szimbolikus jelentőségét emeli az, hogy az Osztrák–Magyar Monarchia és a királyi Románia egykori határánál található az „ezeréves határ” egyik legkeletibb pontja (a másik délebbre az Ojtoz-völgyben, a harmadik északabbra a Békás völgyén Gyergyóbékásban, a negyedik még északabbra a Tölgyesi-szorosban). Az Olt forrásvidéke Felcsíkon a Gyergyói-havasokban a Maros forrása közelében található, a többnyire románok lakta 7900 fős Balábánya városka fölött.

A rövid természetföldrajzi és tájtagolódási áttekintést még azzal célszerű kiegészíteni, hogy közlekedésföldrajzi szempontból a Székelyföld területe nem tekinthető túl előnyös adottságúnak, hiszen a fő közlekedési tengelyek (E60-as európai országút) legfeljebb a térség *közelében* haladnak (Erdősi 2004, Erdősi–Deák 2003). Ez a közlekedési árnyékhatás részben előnyként is felfogható, hisz Románia belső periferiájaként a Székelyföldet eddig még viszonylag kikerülte a román többségi nemzet tömegesebb betelepülési tendenciája, így az asszimilációs folyamatok lassabban tudtak érvényesülni.

A térség hegyvidéki és dombvidéki jellege, a zordabb éghajlati tényezők és tagoltabb terepadottságok az iparszerű árutermelő mezőgazdaság (Buday-Sántha 2001) lehetőségeit, a piacoktól való távolság és közlekedési feltártság feltételei az iparnak, a viszonylag alacsony népsűrűség és népességszám a szolgáltatászektor diverzifikációját szűkíti be (Horváth Gy. 2003). A sokak által kitörési pontként képzelte turizmus számára a nehezebb megközelíthetőség a lassúbb és talán szervezettebb és fenntarthatóbb turizmusfejlődés lehetőségeit hordozza magában. A legfontosabb erőforrások, amire a turizmusfejlesztés támaszkodhat:

- a vulkáni utóműködésekkel kapcsolatos gyógyhatású természetes száraz gázömlések és ásványvizek
- a kelet-erdélyi sóövezet felszínre bukkanása (parajdi sóbánya, szováti sós tavak)
- a viszonylag még jó állapotban levő erdős, legelős, rétlápi ökoszisztémák és a biodiverzitás, a nagyvadak (medve, farkas, hiúz, szarvas, vaddisznó, őz) viszonylagos bősége
- a hagyományos népi kultúra még meglévő, de rohamosan átalakuló tárgyi és építészeti valamint szellemi öröksége
- a természetközeli és kultúrtájak tájlesztetékai értéke
- a magasabb tájakon viszonylag tartósan megmaradó hótakaró stb. (Vofkori 1998, 2007, Horváth A. 2003, Sós–Farkas 2002)

3.1.2. A székelység, mint területi közösség, eredet és identitás

A székelység nem más, mint a magyar kultúrnemzetből kiszakított, romániai magyar nemzeti kisebbség (nemzetrészt) egy része, néprajzi csoportja, amelynek önmeghatározásban, közéleti megnyilvánulásaiban az etnicitás és a regionális kultúra, a hagyomány¹⁸ meghatározó szerepet játszik. Amint Vofkori (1998, 2007), Kánya (2003a) vagy Egyed (2006) összegző leírásaiból kitűnik, a székelyek eredettörténete nem tartozik a történettudomány megnyugtatóan tisztázott kérdései közé. A számos elmélet eltérése a székelyek egészen korai, XII–XIII. század előtti kérdéseivel kapcsolatos.

A székelyek saját magukról folytatott narratíváiban, a térségi identifikációs folyamatokban valószínűleg sokkal jelentősebb szerepe van a *származás-mítoszoknak* (Attila hun király fiának, Csaba királyfinak a népe, akik itt maradtak a Kárpátok rengetegei között és kitörő örömmel fogadták a honfoglaló Árpád népét), mint a történelemtudományi interpretációknak. A kettős honfoglalás eszméje mélyen ivódik a székelyföldi közösségek tudatába. Annak ellenére, hogy a történelmi Székelyföld egyes területeit valószínűsíthetően több hullámban és több előző telephelyről telepítették ide az árpád-házi királyok (Kánya 2003a; Egyed 2006), a mai (iskolázottsági szinttől és társadalmi rétegződéstől függően valószínűleg differenciált) közgondolkodásban inkább az az elképzelés él a múltból, amit informális csatornákon keresztül szívhatott magába az egyszerű székely ember és amit a *székely himnusz*¹⁹ ünnepi alkalmakkor való éneklése csak erősít benne: a *Csaba-mítosz*. Ezt a mítoszt élteti a (magyar–magyar) turizmus is, de ugyanakkor táplálkozik is belőle²⁰.

A székelyek származástudatában az egységes “nemes székely nemzet” ideája, mint a középkori *rendi* nemzetfogalomnak (Hermann 2003) a kollektív tudatban megőrzött identifikációs formája maradt meg. Sőt, ha kritikusan szemléljük a székely nemzet fogalom anakronisztikus használatát, akkor egy fajta *székely nacionalizmusnak* is tanúi lehetünk, bár ez inkább az etnikai regionalizmus fogalmával közelíthető meg. Egy olyan sajátos területi-közösségi identitásról van szó, amely a magyar nemzet szerves részeként, de azon belül jól elkülöníthetően definiálja önmagát. A magyar nemzeti identitás és a székely regionális identitás összefonódása jelöli ma ki a Székelyföldnek mint identitásrégióknak a határait (Vofkori 1998, 2007; Egyed 2001, 2006; Kolumbán 2001; Kánya 2003b).

¹⁸ Érdekes téma a „hagyomány teremtése”. Az amit ma hagyományként, hagyományosként értelmezünk, lehetséges, hogy korábban, például a 19. századi nemzetépítés során tudatosan létrehozott szimbólumok és rítusok része (lásd Anderson 1983 és Hobsbawm 1983 - idézi Egyed 2007).

¹⁹ Szövegét 1921-ben írta Csanády György, zenéjét Mihály Kálmán szerezte.

²⁰ A mítikus elemeknek rendkívüli jelentősége lehet az identitás erősítésben és a turisztikai arculatformálásban egyaránt: Pritchard–Morgan 2003

Területfejlesztési szempontból inkább annak van relevanciája, hogy a székelyek népcsoportja a mai „szállásterületre” a XIII. század elején került, nem egy nagy csoportban, hanem több csoportban a Kárpát-medence más – határvédelmi funkciójú – területeiről. A mai székelyföldi településhálózat korai írott forrásai közül az 1332–1333-as pápai tizedjegyzék talán a legjelentősebb, hisz ez már egy egyházszerkezileg jól kiforrott települési és térségi közösségről tanúskodik. A középkor folyamán kialakult *széki közigazgatási* rendszer 1876-ig maradt fenn²¹, addig töltötték be a székek közigazgatási, bíraskodási funkciót, de a székelyek árpád-kori privilégiumait az Erdélyi Fejedelemség fennállása alatt már alaposan visszametszette a központi hatalom (Kánya 2003a; Egyed 2006).

Székelyföld szerepe a történelem folyamán átváltozott, a katonai és határvédelmi szereppel együtt járó kiváltságok, adómentességek megszűntek, a székely önkormányzatiság, önszerveződés folyamatosan visszaszorult s bár e területi közösség a változó központi hatalmaknak alárendelt maradt, az önkormányzás, a székelyföldi területi autonómia eszméje meghatározó maradt a mai térségi közgondolkodásban és közbeszédben is. A középkori Magyar Királyság, az Erdélyi Fejedelemség, az Osztrák-Magyar Monarchia, a Román Királyság, majd a Román Népköztársaság, Románia Szocialista Köztársaság és végül Románia Köztársaság keretében Székelyföld mindvégig megmaradt gazdasági-társadalmi perifériának. A modernizációs kísérletek, fejlesztési törekvések többek közt a történelem sorsfordító eseményei (leginkább az első világháború és az azt követő időszak) miatt akadtak el (Hajdú 2000; Kánya 2003).

A székely identitás sajátos megnyilvánulása a *székelyföldi regionalizmus*, amely több formában, csoport-specifikusan jelenik meg, olyan interakciók révén, amelyek a szellemi-kulturális vagy a politikai és közéleti szférában jelennek meg (Kolumbán 2003; Kántor–Majtényi 2004; Bíró 2008). Legnyilvánvalóbb, de nem kizárólagos példája a székelyföldi autonómia-mozgalom (Bakk 2004; Győri Szabó 2004; Kántor–Majtényi 2004; Márton 2004; Varga 2004). A székely identitás a regionális kultúra megnyilvánulása és annak generálója is. Hermann Gusztáv Mihály székelyudvarhelyi történész véleménye szerint:

„...most egy regionális identitásként találkozunk a székelység-tudattal ... csak az az érdekes, hogy ha a regionális jegyeit próbáljuk megragadni a székelység-tudatnak ... nincs ilyen jegy. Meg kell találni azokat az elemeket, amelyekre építhető ez az új Székelyföld. Az egyedüli konkrét ilyen elem, az a tömbmagyar jelleg, a többi az vagy történelem, vagy mítosz. Egyik sem alkalmas arra, hogy egészséges közösséget

²¹ Voltak olyan időszakok is, amikor az osztrák katonai közigazgatás átmeneti változásokat hozott, mint az 1850-es években, azonban ezek emléke – a „székiséggel” ellentétben – a mai köztudatban nem szerepel elevenen.

ráépítsünk. Gazdasági kötelékek sohasem voltak a térségek között, egyszerűen azért, mert a Görgény-Hargita hegylánc elválasztja azokat. Maga a természetföldrajzi struktúrája nem volt olyan a Székelyföldnek, hogy egy kölcsönösségen alapuló gazdasági közösség létrejöhessen. A gazdasági kapcsolatok minden székely széknél kifelé és nem befelé, egymás felé irányultak. A belső gazdasági komplementaritás nem létezett soha a Székelyföld viszonylatában. Helyenként nemcsak a hegy vonja meg a határt, hanem a felekezeti másság is. Ez egy olyan helyzet, amelyben meg kell keresni azokat az új kapcsolatokat, amelyek gazdasági jellegűek, itt a turizmus is, a turisztikai kapcsolatok is jelentős szerepet játszhatnak... ahogy egymásnak tudnánk átadni az ügyfelet és a velejárókat.... Ha sikerül ezt az új székely kohéziót valamilyen gazdasági alapra helyezni, akkor lesz valami ebből a székely autonómiából, ha nem, akkor ez az egész csak egy légvár marad. Mert történelemre és mítoszra nem lehet országot építeni. Vagy ha igen, akkor az csak olyan lesz ...”(interjú-részlet HGM. 2009. márc. 25.)²²

Nemcsak a természeti adottságok, hanem társadalom- és gazdaságföldrajzi adottságok is segítettek megőrizni a viszonylagos zártságot és ezzel együtt – a közép-európai területekhez viszonyított – elmaradottságot (Kolumbán 2003). Ugyanakkor Székelyföld etnikai jellege, etnikai alapú kohéziója nem föltétlenül jár együtt egy gazdasági kohézióval is, a térség természetföldrajzi tagoltsága, közlekedéshálózati kapcsolódásai eltérő vonzáskörzetekhez tartozást sejtetnek (Erdősi–Deák 2003; Erdősi 2004; Cocean–Filip 2008).

A két és fél megyére (Hargita, Kovászna és részben Maros megyére), középszintű közigazgatási egységre való kiterjedés is inkább elkülönülést hordoz, mint összetartozást (7. és 9. ábra). A megyei identitás-építési gyakorlat (Bíró–Bodó 1998) pedig ezt a trendet erősíti, bár újabban erőteljesebben jelentkeznek a székelyföldi regionalizmus, regionális identitás-építés megnyilvánulásai is. Ebben, pedig, a politikai és kulturális elitnek az értékírányultsága fejeződik ki (Bíró 2007).

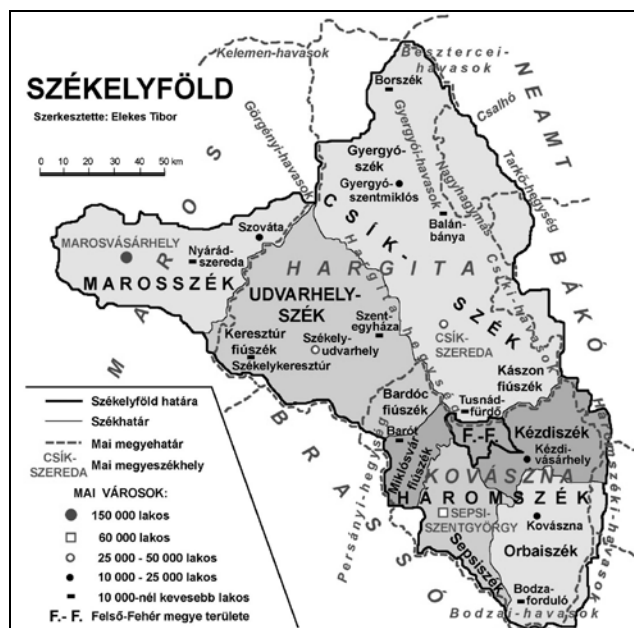
²² Hermann véleményével abban mindenképp egyetértek, hogy a turizmus révén már működik egy fajta kívülről jövő, de a belső kohéziót erősítő, a belső szerveződést előmozdító tényező. A turizmusnak ezt a fajta térszervező erejét amit a keresleti igényekre reflektáló kínálati oldal (vállalkozók, önkormányzatok, civilek) termel ki feltételelesen „székelyföldi turisztikai regionalizmusnak” is nevezhetjük. Ez hivatott megteremteni a Székelyföld TDM-jét, a fokozatosan és lehetőség szerint alulról kiépülő TDM-szervezet rendszer keretében.

3.1.3. A székek átalakulása és a kisebbségpolitikai kontextus

Székelyföld újkori és jelenkori történetében az egykori katonai és bíraskodási funkciójú közigazgatási egység, a „szék” a területi-közigazgatási reformok során több változáson ment keresztül (Hajdú 2000; Kánya 2003). A Kárpát-medencét kitöltő középkori Magyar Királyság területének államszerkezetében Erdély, mint a központtól (királyi székhelytől) távol fekvő terület bizonyos fokú önállóságot élvezett, a király nevében a vajda kormányozta az országrészt. Ez a részleges különállás fokozódott a mohácsi vész után darabokra hulló hatalmi térben. 1570-re Erdély önálló államalakulattá vált, mind a „nemzeti fejedelmek” alatt, mind pedig az 1690-es évektől fennálló Habsburg hatalmi struktúrában (Erdélyi Fejedelemség, majd Nagyfejedelemség néven koronatartományi státussal).

Az 1848–49-es szabadságharc rövid intermezzójától eltekintve (amikor Kolozsváron az erdélyi rendek a Magyarországgal való egyesülést szorgalmazták) a kiegyezésig Erdély nem volt Magyarország része, hanem csak az Osztrák–Magyar Monarchián belül 1867–1918 között tartozott hozzá. Ez az időszak a polgárosodás, a modernizáció időszaka volt, erősödtek azok a politikai, társadalmi, kulturális és nem utolsósorban gazdasági kapcsolatok is amelyek Erdélyt és ezzel együtt Székelyföldet is még jobban Magyarországhoz, Budapesthez kötötték. Ezt a fejlődést az I. világháború és Erdély Romániához való csatolása megszakította, más irányú fejlődési folyamatok indultak el, Erdélynek már nem Budapest, hanem Bukarest felé kellett orientálnia. Ebben a megváltozott hatalmi térben a Székelyföld külső meghatározottságaiban is hangsúlyeltolódások jelentek meg, más szereplők döntései befolyásolták a térség alakulását.

A székelyföldi térszerkezetre jellemző táji tagoltság és az ehhez igazodó középkori eredetű társadalmi térszerveződési forma, a „szék” is átalakult, elveszítette közjogi különállóságát. Az első tartósabb átalakulás már az 1876. évi közigazgatási reformmal bekövetkezett, amikor a székek mint közigazgatási egységek betagozódtak a vármegyei rendszerbe, egészen 1918-ig. A társ-székek, fiúszékek helyét járások vették át.



9. ábra. A székely székek térképe Elekes Tibor szerint (az egykori Aranyosszék nélkül)

Forrás: <http://elekes.adatbank.transindex.ro/index.php> (letöltve 2009. nov. 17.)

Trianon után a Román Királyság részeként Erdély és Székelyföld közigazgatására a tartományok, megyék és járások voltak jellemzőek. Románia 10 tartományán belüli 71 megye járásokra tagolódott (Cândeă–Bran 2001; Kánya 2003a). 1936-ban a megye és a község jogi személyiséget, a járás viszont községek fölötti szintként csak ellenőrzési funkciót kapott. Az 1926. év óta változatlan megyehatárokon belül a járások száma 167-re nőtt a korábbi 130-ról. 1938-ban 10 tartományt hoztak létre, a Székelyföld déli részét, Háromszéket Brassóval együtt Bukarest székhelyű Bucsecs tartományhoz csatolták, Csík, Udvarhely és Maros-Torda megyék román többségű belső-erdélyi területekkel Maros tartományhoz kerültek. 1940–1944 között Észak-Erdély, beleértve Székelyföldet visszakerült Magyarországhoz kötelekeibe, ismét vármegyei rendszer lépett érvénybe törvényhatóságú városokkal és járásokba szerveződött községekkel. 1944 után, a szovjet befolyás erősödésével 1950-től a megyék helyét a rajonok (járások) vették át, amelyek tartományokba szerveződtek. Az 1952. évi alkotmány alapján, Székelyföldön létrejött a Magyar Autonóm Tartomány, Marosvásárhely székhellyel. Amint Kánya (2003a:61.) megállapítja: „A szovjet mintára létrehozott Magyar Autonóm Tartomány kettős célt szolgált. Elsősorban a román vezetők ily módon igyekeztek előkészíteni a Magyar Népi Szövetség (az erdélyi magyarság érdekképviselői szerve) felszámolását. Azt akarták bizonyítani, hogy ahol ilyen nemzetiségi vívmányok születnek, ott nincs szükség nemzetiségi érdekképviselői szerve. Másodsorban a román politika szerint elsősorban a román–magyar határ mentén valamint a Kolozsvár környékén található magyar lakta településeket kell gyengíteni, akár a román–magyar határtól távol eső székelyföldi magyarság átmeneti megerősítésének árán is”.

A MAT-ot 1960-ban úgy szervezték át Maros-Magyar Autonóm Tartomány néven, hogy Háromszéket Brassó tartományhoz csatolták, ami által a magyarság részaránya 77,3%-ról 62%-ra csökkent. 1968-ban újabb közigazgatási reform következett be, a tartományokat és járásokat a megyék és községek, illetve városok és municípiumok (megyei jogú városok) váltották fel. Székelyföld és az egykori székek területe a ma is érvényes rendszerbe tagolódott be. Így az egykori Marosszék Maros megye egy részére terjed ki, kiegészítve Maros megye egykori szász székeiből formálódott, majd Küküllő vármegye részét alkotó Segesvár környékét, Dicsőszentmárton és a Mezőség térségét és Felső-Maros mente térségét. Udvarhelyszék (Keresztúr fiúszékkal), Csíkszék az egykori Gyergyó fiúszékkal és Kászon fiúszékkal Hargita megyében egyesült az egykor Maros-Torda vármegyéhez tartozó Maroshévíz körzetével. Háromszék (Sepsi szék Miklósvár fiúszékkal és az egykor Udvarhelyhez tartozó Bardóc fiúszékkal; Kézdi szék és Orbai szék) pedig Kovászna megye nevet vette fel magába foglalva a román többségű Bodzaforduló környékét (Vofkori 1998, 2007).

Az 1989 utáni rendszerváltozás az önkormányzatiság lassú erősödésével és az 1998. évi 151-es törvény (majd a 2004. évi 315. törvény) révén a regionális politika intézményesülésével, a felülről vezérelt regionalizációval a közigazgatási határokból nem hozott változást csak annyiban, hogy egyes községek 2003 után visszaszerezték 1968-ban megszüntetett önkormányzatukat, másrészt létrejöttek a tervezési-statisztikai, fejlesztési (NUT2-es) régiók (Kolumbán 2003; Horváth–Veress 2003).

Az önrendelkezési eszme megerősödése a magyarság köreiből, elsősorban a Székelyföldön, a különböző autonómia-formák kivívásáért folytatott társadalmi és politikai mozgalmak szerveződését hozta magával.²³ A különböző magyar politikai és társadalmi szerveződések egyaránt prioritásnak tekintik a Székelyföld területi autonómiájának kivívását, bár vannak eltérések az egyes autonómia-koncepciók között (Bakk 2004). A Székelyföldről szóló közéleti-politikai diskurzusok legalább két eltérő területi entitást körvonalaztak: egyfelől a történeti Székelyföld területét, amelynek sajátos közigazgatási státust kellene biztosítani (ennek határai szakmai viták tárgyát képezik), másfelől a Székelyföldi Fejlesztési Régió gondolatát, amely változatlan közigazgatási határok között, pragmatikusan Maros, Hargita és Kovászna megyék önkormányzatainak szorosabb együttműködésére alapozna (Kolumbán 2003). Mivel Maros megye 121 települési önkormányzata közül a román többségű települések, román

²³ A magyarság politikai érdekképviselésének a kisebbségi jogok területén elért sikereit keveslő csoportosulások előbb társadalmi szervezeteket (Erdélyi Magyar Nemzeti Tanács, Székely Nemzeti Tanács), majd az addig monopolhelyzetben levő Romániai Magyar Demokraták Szövetsége mellett vagy inkább ellenében politikai szereplőként hozták létre a Magyar Polgári Szövetséget, később, Magyar Polgári Pártot. A politikai rivalizálás esetenként rányomta/rányomja a bélyegét a közigazgatási, szakpolitikai tevékenységekre is.

nemzetiségű döntéshozók által irányított települések jelentős arányt képviselnek, a teljes három megyés együttműködés helyett valószínűbb forgatókönyvnek ígérkezhet a három megye településeinek egy hálózatba való szerveződése, akár egyesületi formában.

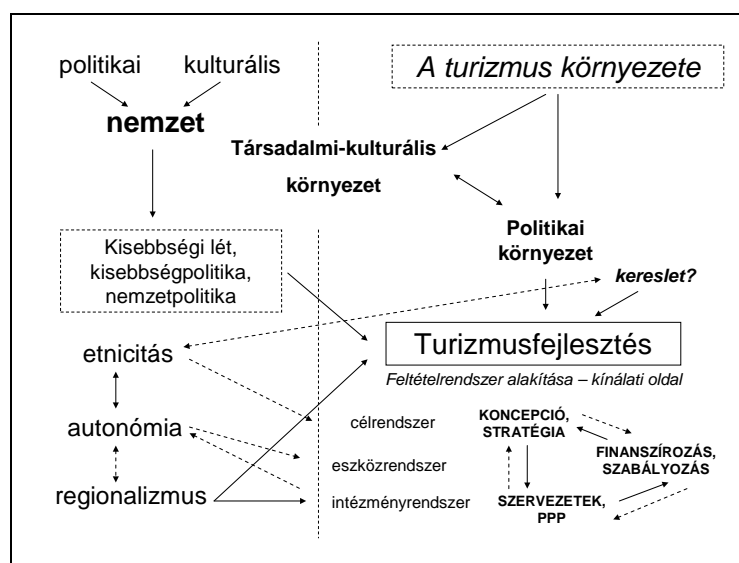
Ha a történelmi Székelyföld kistérségeiben megfelelő területi-szervezeti kohézió tudna kialakulni (a pártpolitikai hovatartozástól, szimpátiáktól függetlenül), az egykori a „székek”, a földrajzi közelség, egymásrautaltság okán is, középtávon a kistérségi és regionális TDM szervezet-rendszer térbeli kereteivé válhatnak. Bár vannak ez irányú elképzelések, a Hargita Megye Turizmusfejlesztési Stratégiája (Nagy 2009) is tartalmaz ilyen irányú ajánlást, célszerű lesz figyelembe venni akár a magyarországi, akár a nyugat-európai vagy más nemzetközi tapasztalatokat (Sulyok 2004; Sulyok–Kiss 2005; Lengyel 2008; Bakucz 2008). Talán az egyik legfontosabb szempont, hogy bármilyen intézményépítési szándék, amely az alulról való építkezést felülről ösztönözné (például a LEADER-program kontextusában), a már elindult szerveződésekre kell, hogy alapozzon, s a szervezet-építés első fázisában nem föltétlenül szükséges minden potenciális partnert (önkormányzatot, vállalkozást, civil szervezete) bevonni. De lehetővé kell tenni az utólagos bekapcsolódás módját. A szervezetépítésnek akkor lesz értelme, ha tartalommal, funkcionalitással tud telítődni egy térségi szervezet. A székely székek a térség lakóinak települési, kistérségi identitásait áthatják, összefonódnak a szellemi és tárgyi kulturális örökséggel, így a TDM egyik funkciójában a desztináció-marketingben az arculatépítés, a termékfejlesztés, a kifelé és befelé irányuló térségi marketingkommunikáció is tud erre építeni (Gagyí 2005; Ilyés 2005b). A turistákkal való interakció során a helyi közösségek azt a kultúrtájat észlelik, ami saját életterük térbeli keretét képezi, a település határain kissé túlmutatva. Ez a kultúrtáj (Berényi 2001a,b), ami a múlt történéseit, azok emlékét, vagy akár tárgyasult elemeit (Máté 2001) hordozza, a maga felismert, kiválasztott és felmutatott elemeivel, örökségi értékeket²⁴ és egyúttal turisztikai vonzerőket termel ki, ami a turizmusgazdaság alapja és a helyi büszkeség forrása is lesz, erősítve a „mi-”, és „miénk”-tudatot (Kalocsai 1998; Dower 1999). A táj vizuális, vagy szellemi megélése mellett, a lehatárolás révén regionalizálódik, identitás szerveződik melléje. Így nyer értelmet a „szék” mint térpercepció, tér-reprezentációs kategória, amely e vidéknek a sajátja, a székely történelmi múlttól, a táj birtoklásának, uralásának érzésétől elválaszthatatlan. A „szék” felértékelődése a székely etnikai regionalizmusban az ezredforduló óta szervezetépítési keretként már megjelent, amire például a Székely Nemzeti Tanács széki tanácsai, küldöttségei nyújtanak példát.

²⁴ Az örökségi értékek tudatosításának és hasznosításának széleskörű irodalmából a székelyföldi adottságokra is hasznos szempontokat adnak: Erdősi P. 2001; Hartog 2001; Hornyák 2001; Sonkoly 2001; Czene 2002; Jankó 2002; Szabó 2003; Ferencz 2003; Berki 2004; Gagyí 2005; Ilyés 2003, 2005a,b, 2006.

3.2. Az etnicitás, a regionalizmus és autonómia-mozgalmak lehetséges turizmusfejlesztési összefüggései

Az etnikai régió, az etnikai regionalizmus vagy éppen az etnikai turizmus olyan komplex fogalmak, amelyeket az etnicitás fogalma (Barth 1996; Keményfi 2002; Kocsis 2002a) nélkül nem tudnánk értelmezni. Kocsis Károly definíciója szerint “az *eticitás* szó napjainkban egyrészt azt a módot jelenti, ahogyan az egyének személyes identitásukat kifejezik, másrészt pedig a társadalmi rétegződés azon típusát tükrözi, mely tényleges vagy vélt közös leszármazáson, kulturális jellemzőkön alapuló csoportképződésből ered.(...) Különösen nagy lehet az etnikumok belső kohéziós ereje az etnikai identitás veszélyeztetettségének idején, ha lakóhelyüket egy másik etnikum, egy idegen állam meghódítja, vagy ha idegen környezetbe vándorolnak, vagy ha az előzőekkel összefüggésben etnikai diszkriminációnak vannak kitéve” (Kocsis 2002a. 319–320.)

Az etnicitás, az autonómia és a regionalizmus fogalmainak a turizmussal kapcsolatos értelmezésében (1) a romániai magyar kisebbség, és ezen belül a székelyföldi regionális székely-magyar közösség közéleti eseményeinek követésével, (2) az erre vonatkozó politológiai, kisebbségpolitikai szakirodalom tanulmányozásával, valamint (3) a turizmus-rendszer működéséről és a turizmuspolitika területfejlesztésbe való integrálásáról alkotott elképzeléseimből indultam ki. A 10-es ábra a szerteágazó problémakörök összekapcsolására, ezek alapján egy elméleti modell megalkotására tett kísérlet eredménye. A modell lényege: kisebbségpolitikai kontextusba ágyazott, alulról építkező turizmuspolitikai, turizmusfejlesztési koncepció megalapozása.



10. ábra. Kisebbségpolitikai alapú turizmusfejlesztési koncepció elméleti modellje
Forrás: saját szerkesztés

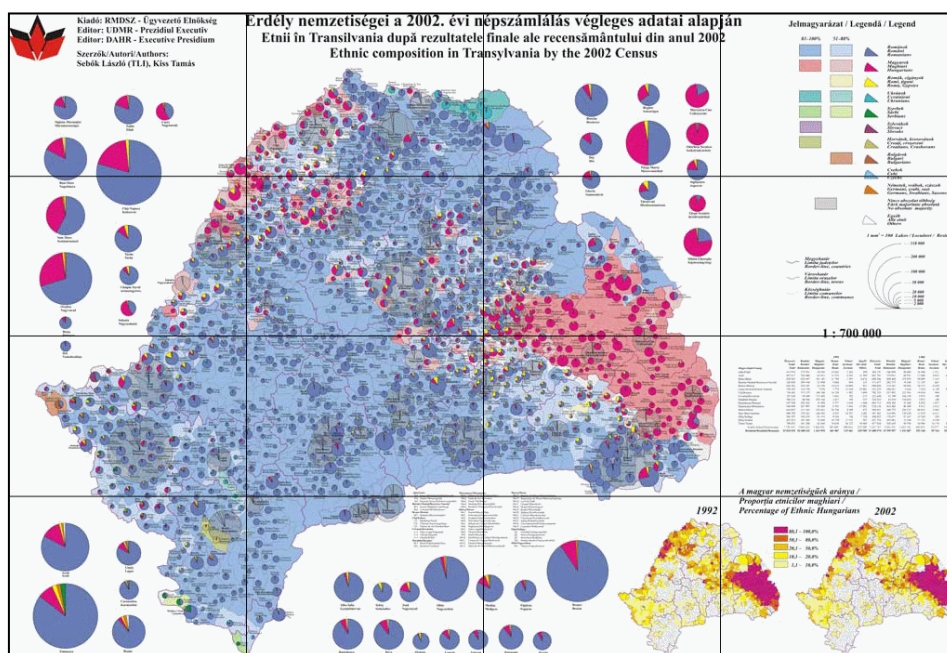
3.2.1. Kisebbségi lét, nemzet és nemzettudat

A modell felépítése és értelmezése során a nemzet, nemzeti kisebbség fogalmaiból és a kisebbségi léthez kapcsolódó kisebbségpolitikából (Szarka 2005a,b) és nemzetpolitikából (Kántor 20087; Szarka 2007) indulhatunk ki. A nemzeti kisebbségek helyzete államonként változó, a kisebbségi létben élő egyének életminőségének meghatározója a nemzethez való tartozás megélésének lehetősége (Szarka 1999). A *nemzet* fogalma azonban nem egyértelmű, mást jelenthet Nyugat-Európában és Amerikában, mást Kelet- és Közép-Európában (A. Gergely 2005; Egedy 2007; Kántor 2007). Előbbire a *politikai* nemzet fogalmának dominanciája jellemző, utóbbira a *kulturális* nemzet fogalma (Győri Szabó 2006). Kelet-közép-európai térségünkben a nemzetállamok létrejötte egyrészt az első világháború utáni hatalmi szerkezetváltások, másrészt a XIX. század közepe óta feltörő nacionalizmusok és nemzetépítési projektek eredménye. Például a korábban kisebbségi sorban élő erdélyi, magyarországi románok 1918. december 1-én kimondták egyesülésüket a királyi Romániával, majd az 1919 évi hatalomátvételt követően, a világháborút lezáró 1920. június 4-i Trianoni békeszerződés szentesítette az új államhatárokat. Magyarország mintegy 102813 km²-nyi területnek és közel 5,3 millió (ebből mintegy 2,8 millió román, 1,6 millió magyar és 557 ezer német nemzetiségű) lakosnak a Romániához való csatolását (Glatz 1996. 571.). A mai fogalmaink szerinti magyar politikai nemzetből így 1,6 millió magyar nemzetiségű (a kárpát-medencei magyarság 16,7%-a) került Romániához, azaz kiszakadt a *politikai* értelemben vett magyar nemzetből, állampolgári közösségből.

A határokon túlra került közösségeknek nem szűnt meg a kulturális identitáson, nyelvi közösségen, közös történelmi örökségen alapuló kultúrnemzeti hovatartozása. De elkezdődött – többek között – a romániai magyarság sajátos kisebbségi társadalomszerveződése, a közösségi és egyéni lét új kontextusban való újragondolása. A 11-es ábra illusztrálja a szűkebb térbeli kontextust, ami mellé oda kell gondolni a Kárpátokon túli nemzetrészeket (csángó-magyarok, bukaresti magyarság stb.).

Az új politikai-nemzeti (állampolgári közösségi) és kultúrnemzeti hovatartozás kettőssége azonban önmagában még nem föltétlenül kellene a nemzeti kisebbséghez tartozók életérzésének, életminőségének szubjektív feltételeinek romlását jelentenie. De az új nemzetállam homogenizációs törekvései, a mássághoz való jog el nem ismerése a kisebbségi közösségek számára nem az integrációt, hanem az *asszimilációt*, a lassú vagy gyorsított beolvasztását jelenthetik. Ezt a folyamatot pedig olyan demográfiai folyamatok erősítik, mint az elvándorlás, korszerkezet változása (demográfiai öregedés), negatív természetes szaporulat (Kiss–Csata

2006). Mindezek egyrészt a politikai, a szocio-kulturális vagy a gazdasági feltételekkel függenek össze (Veres 2005; Kocsis–Bottlik–Tátrai 2006).



11. ábra. Erdély etnikai térképe a 2002-es népszámlálás adatai alapján

Forrás: Sebők László–Kiss Tamás: Erdély nemzetiségi térképe 2002.

<http://sebok1.adatbank.transindex.ro/terkep1.php> (letöltve 2009.11.10.)

A kisebbségi társadalomnak ki kell termelnie saját vezető rétegét, azt a politikai és szellemi elitet, amelyik a kisebbségi személyek egyéni és kollektív jogait ki tudja vívni, annak érvényt tud szerezni, olyan kapcsolatokat épít ki a többségi nemzettel, annak hatalmi tényezőivel, hogy az állam garantálja a kisebbségek fennmaradását biztosító intézmények létrejöttét, államalkotó nemzetként tekintsen a kisebbségre. Az egységes nemzetállam eszméjéhez való ragaszkodás együtt jár a kisebbségek kollektív jogainak (pl. az önrendelkezéshez való jog) tagadásával, még akkor is, ha az egyéni kulturális, nyelvhasználati jogok biztosítottak. A *kisebbségpolitika*, tehát a társadalom-, oktatási és kulturális politikának az a része, amelynek egyik szereplője az állam, a másik pedig a kisebbség érdekvédelmi szervezete(i). Nem célom a romániai magyar kisebbségtörténetet és kisebbségpolitika történetét áttekinteni, csak azt emelem ki, hogy az 1989-es rendszerváltás előzményeibe is belejátszottak az akkori román kommunista hatalom és a magyar kisebbség konfliktusai. A század utolsó évtizedében és az új évezred elején még nem lehet a kisebbségpolitika „normális” mederbe való tereléséről, tényleges demokratikus berendezkedésről beszélni (Szarka 2005a). A román állam nemzetállami jellegének hangsúlyozása az alkotmányban egyúttal a központosító politikai gyakorlattal a regionalizációtól,

decentralizációtól való idegenkedéssel párosul. Románia csatlakozása a NATO-hoz és az Európai Unióhoz valamelyest oldhatja ezt a centralizmust, de a nemzetközi jog kényszerítő erővel még nem tud hatni a nemzetállam és kisebbsége közötti viszony mindkét felet kielégítő kisebbségpolitikájának gyakorlására.

Azoknak a nemzeti kisebbségeknek, amelyek esetében létezik egy „anyaország”, meghatározó jelentőségű az anyaország külügyi kapcsolatrendszere (Szarka 2007), többek közt a lakóhely szerinti országgal, esetünkben az alapszerződéssel is alátámasztott Magyarország–Románia kapcsolatrendszer. A kisebbségi sorban élő egyének számára nem annyira a diplomácia kulisszái mögötti történések érdekesek, mint inkább az, hogy az anyaország milyen eredményességgel tud a lakóhely szerinti ország kormányzataira, politikai erőire hatni, másrészt az, hogy nemzetpolitikai szempontokat, elveket és eszközöket érvényesít a határon túli nemzetrészekkel való kapcsolattartásban. Ehhez tartoznak a különböző támogatási rendszerek, a határon túli oktatási, kulturális, esetleg gazdasági intézmények fenntartására irányuló erőfeszítések, de ugyanígy, a határon túli közösségekről való diskurzus jellege, ami az anyaországbeli és külhoni magyarok, nemzetrészek közötti érzelmi kapcsolatokat is befolyásolja.

Saját értelmezésem szerint, a kisebbségben élők közérzetét, életminőségének szubjektív összetevőit, tehát a következők alakíthatják:

- a többségi nemzet viszonya a kisebbséghez
- az állam viszonya a kisebbségi közösséghez, azok intézményeihez, kisebbségi érdekvédelmi szervezeteihez
- az anyaország (kormány és egyéb politikai szereplők) és a lakóhely szerinti ország diplomáciai kapcsolatai
- az anyaország és a kisebbségi társadalom kapcsolatai (állam és egyének, csoportok, intézmények kapcsolatai).

Míg az előbbi kettő a kisebbségpolitika, utóbbi kettő a nemzetpolitika fogalomkörébe tartozik. Mindkét dimenzió a politikai és kulturális nemzet közötti különbségekkel és átfedésekkel kapcsolatos, részét képezi az egyének és közösségek általános *társadalmi-kulturális* és *politikai* környezetének. Ez a kétfajta környezet egyúttal a gazdasági környezettel is részleges átfedésben van, együttesen pedig a turizmus fejlődésére valamint a turizmuspolitikára is rányomják bélyegüket.

A 9-es ábrán megjelenített, modellezett összefüggésrendszer központi fogalmai, tehát az etnicitás, az autonómia és a regionalizmus. Az *etnicitás*, származástudat, etnikai identitás megjelenhet mind egyéni, mind kollektív szinten, akár társadalmi, politikai mozgalmak formájában, azok belső hajtóerejeként. Igaz ugyan, hogy nem minden regionalizmus egyben

etnikai regionalizmus is (ld. a Provincia-kör kezdeményezése, Molnár G. 1997), de ez utóbbi markánsan jelenhet meg nemcsak az adott régió belül, hanem a régiónak a nemzetállammal való kapcsolatában. Régió belül a közvélemény-formáló személyiségek, politikusok, értelmiségiek, a sajtó képviselői tematizálják a *helyi diskurzust* a régió identitását biztosító szimbólumokról, tudatosan vagy spontán módon erősítik a belső kohéziót, a „mi-” és „miénk-tudatot”. Régió kívül pedig szintén politikusok (parlamenti képviselők, szenátorok, esetenként kormányzati tisztviselők) kommunikálják a regionális érdeket, igényeket egyrészt a parlamenti és kormányzati munka, érdekegyeztetések során, másrészt az országos sajtónak adott nyilatkozatok útján.

Ha az országos és helyi/regionális sajtót, illetve a nemzeti többség és nemzeti kisebbség sajtóorgánumainak tartalmát összevetjük, az az érzésünk lehet, hogy az etnikai regionalizmus, amelynek megnyilvánulása a területi *autonómiáról* szóló diskurzus, erőteljesebben jelentkezik régió belül, mint kívül, azaz az országos lapok, TV-csatornák és internetes portálok szporadikusan foglalkoznak a témával, amikor egy-egy nagyobb fajsúlyú közéleti személyiség nyilatkozik a téma kapcsán. Helyi szinten azonban szinte folyamatos a diskurzus, külön autonómia-rovat szerepel egyes portálokon²⁵, a virtuális térben, a második nyilvánosságban fórumokon éltetik a témát. Ez mellett, természetesen politológus-szakemberek foglalkoznak az etnicitás, regionalizmus és autonómia kérdéskörével (Kántor–Majtényi 2005; Győri Szabó 2006). Az ő tematizálásuk azonban szakkönyvek, szakfolyóiratok, konferenciák és esetleg a politikai döntéshozókkal folytatott diskurzusban jelenik meg. Aztán ez akár lecsapódhat a nemzetpolitika vagy a kisebbségpolitika irányelveinek kidolgozásában, mind az anyaországban, ahol a határon túli nemzeti közösségek támogatása, mind pedig az adott kisebbségnek otthont adó nemzetállamon belül, ahol az egyéni és kollektív szabadságjogok, érvényesülési feltételek kialakítása a fő téma.

Az etnikai regionalizmusnak talán a leglátványosabb formája a kulturális és területi autonómiáért folyó politikai küzdelem, amelynek egyik vonatkozása a közigazgatási rendszer reformja és az adott ország alkotmányának módosítása is. (Bakk 2004; Kántor–Majtényi 2004; Győri Szabó 2006).

A turizmusfejlesztés kisebbségpolitikai kontextusba helyezésének menete a következők szerint vázolható.

1. az etnicitás az egyének és közösségek származástudata, elválaszthatatlanul kapcsolódik a nemzeti érzéshez. Az egyén szocio-kulturális identitásának, adott közösséghez való tartozásának kifejeződése, amit a szocializáció során sajátít el. Az asszimiláció azt feltételezi,

²⁵ pl. www.erdely.ma, www.figyelo.ro

hogy az etnicitás egyéb identitási elemek (térsegi, települési identitás, szociális helyzet) mellett háttérbe szorul. Szorosan kapcsolódik hozzá a nyelvhasználat és a nemzeti kulturális örökséggel való szellemi kötődés, pl. történelmi tudat.

2. kisebbségi létben, szorongatottság, veszélyeztetettség érzése esetén erős az igény az etnicitás kollektív kifejezésére, megélésére, kisebbségi kollektív jogok iránti küzdelemben az önrendelkezés ideája, ennek intézményesülése, az autonómia-állapot kivívása célként jelenik meg a közösség számára. De az autonómia kivívása tulajdonképpen eszköz a megmaradáshoz, a közösség sorvadásának, asszimilációja megakadályozásának eszköze.

3. a székelyföldi területi autonómiáért folyó küzdelem a regionalizmus etnikai típusát képviseli, de elképzelhető az etnikai jegyeket, a kisebbségi jogokért folytatott küzdelem nélküli vagy azt kevésbé hangsúlyozó regionalizmus is, ami a hatalom decentralizációját, a regionalizációt a demokratizmus érvényesítéseként értelmezi. A nem etnikai jellegű regionalizmus, az etnopolitikai megközelítés mellőzése a pragmatikus területfejlesztési célú decentralizálásért folytatott politikai küzdelem egyes feltételezések szerint kedvezőbb keretet kínálhat az autonómia-küzdelem számára is.

3.2.2. Turizmusfejlesztés kisebbségpolitikai kontextusban

A turizmusfejlesztés értelmezése kapcsán abból indulhatunk ki, hogy a turizmus-rendszer (2.1.2-es alfejezet) bizonyos belső törvényszerűségei (keresleti és kínálati alrendszer egymásra hatása) mellett, környezetileg meghatározott és ez a környezet meglehetősen sokrétű (Tasnádi 2002; Lengyel 2004; Michalkó 2004, 2007a). A rendszer működését mind a belső, mind a kívülről ható mechanizmusok befolyásolják. E környezet része a társadalmi és kulturális környezet, mind a fogadótér (kínálati oldal), mind a küldő, turista-kibocsátó tér (keresleti oldal) számára. Ugyanígy az általános politikai környezet mind a küldő, mind a fogadó területen befolyásolhatja a térségek közötti áramlást.

A turizmuspolitikát elsősorban a fogadóterület, azaz kínálati oldal szempontjából értelmezhetjük. Ez nem más, mint a turizmus feltételrendszerének alakítása, amihez három dologra van szükség:

- a turizmuspolitika *célrendszerét* a térség/ország turizmusfejlesztési koncepciója és stratégiája tartalmazza

- *eszközrendszerét* a stratégia megvalósítását biztosító finanszírozási források bevonása és (főleg) a területhasználattal kapcsolatos, a stratégiából és koncepcióból levezetett szabályozások biztosíthatják

- a koncepció, stratégia kidolgozása már feltételezi az *intézmények* meglétét, amelyek a stratégia nyomán továbbfejleszthetők, kialakíthatóak azok a szervezeti keretek, amelyek akár köz- és magán partnerségben (PPP) biztosíthatják a közös célok újfogalmazását, konkretizálását, a végrehajtáshoz szükséges finanszírozási források – legalább egy részének – a biztosítását.

A kínálat alakításában, tehát ez a három tényező együttes dinamizáló szerepet játszik, a kisebbségvédelemmel és regionalizmussal sokrétűen függ össze. Az etnicitás a stratégia-készítők számára *értékvezéreltséget* jelent (Faragó 2005), a koncepció és az azt középtávra konkretizáló stratégia a helyi közösség kulturális identitásának megőrzését, reprodukciójának biztosítását, a turizmuson keresztül való helyzetbe hozását, fejlesztését alapértékként, meghatározottságként kezeli. Az etnocentrizmus diszkréten beépül a *célrendszer* kialakításának módjába. Ha már adott az autonómia bizonyos szintje (települési, megyei önkormányzati hatalom), politikai akarattól és a turizmus iránti elkötelezettségtől függően *forrásokat* biztosíthat a stratégiaépítésre, szakmai szervezetek fenntartására. A turizmuspolitika intézményrendszerében párhuzamosan jelen lehetnek a dekoncentrált szervek, mint a központi hatalom intézményei, de ugyanúgy az alulról szerveződő önkormányzati, civil vagy vállalkozói tömörülések is. Ezek helyi és regionális *partnerségei* a regionalizmusban, a decentralizációért való politikai küzdelemben részt vehetnek, átvéve a forrásokat és feladatokat a turizmus térségi fejlesztése érdekében, amihez nyilván kevésbé látványosan etnocentrikusan kell megnyilvánulniuk (Kolumbán 2003).

Ha van területi autonómia, ha nincs, regionalizmusról és decentralizált turizmusfejlesztésről ettől függetlenül is lehet szó, a koherens módon alakított turizmusfejlesztés a kulturális, etnikai jegyeket turizmuspiaci kontextusban hasznosíthatja, egyrészt az *etnikai turizmus konjunktúráját* kihasználva és alakítva megfelelő marketingeszközökkel, másrészt a többségi nemzet felé való kommunikációban a kisebbséget, mint sajátos, érdekes kínálattal rendelkező közösséget mutatva be a belföldi promócióban. Az etnicitás értéként való kinyilvánítása a turizmuspiacon a kisebbség számára az anyaországból érkezők költségeinek gazdasági hozadékaival, önbizalom-erősítő hatásával, a belföldi, többségi nemzethez tartozókkal pedig a harmonikus vendég-vendéglátó kapcsolat pozitív élményhozadékaival áttételesen hozzájárulhat akár az autonómia-eszme szélesebb társadalmi ismertségéhez és akár középtávú elfogadásához.

Turizmusfejlesztési összefüggésben az etnicitásnak kettős jelentősége lehet:

- konjunktúra az *etnikai töltetű kulturális turizmus* számára és az ezzel együtt járó piaci orientáció (magyar kisebbség vállalkozói, turizmusban érintett szereplői a magyarországi turisták érzelmi alapú utazási döntéseire alapoznak)

- az etnikai régió kulturális másságának, mint specifikumnak, különlegességnek a régiómarketingben való érvényesítése a hazai, belföldi piac zömét képező, a többségi nemzethez tartozók és más külföldi piacok felé.

A piaci orientáció mögött ott kell lennie a *termékfejlesztésnek* is, ami lehet hangsúlyosan vagy kevésbé kultúr-specifikus is. De a vendég–vendéglátó kapcsolatban a nemzeti identitásnak, értékeknek, attitűdöknek a hatása a kommunikáció tartalmában és jellegében érezhető (mit mondunk, hogyan mondjuk?). Regionális többséget alkotó kisebbség esetén az a kérdés is felmerülhet, hogy a kisebbségi társadalmon belüli szocializáció milyen szubkultúrát alakít ki, milyenek az anyanyelv és az államnyelv gyakorlásának illetve elsajátításának a feltételei. A regionális többségben élők számára nem az anyanyelv megőrzése a kérdés, mint a szórványban élőkénél, hanem az államnyelv elsajátítása a többségi nemzettel való kommunikáció esetlegessége miatt. Az államnyelv hiányos ismerete munkaerő-piaci korlátokat jelent a kisebbségi személy részére, ezért saját érdeke hatékonyan megtanulni a nyelvet.

Turizmuspolitikai vonatkozásban azt is kiemelhetjük, hogy az etnicitás befolyása a piaci orientációra további kérdéseket vet fel a regionalizmus és akár az autonómia vonatkozásában. Közéleti és politikai diskurzusban érvként hozható fel az etnikai turizmus, azaz: ha nem lenne az országban ilyen arányban az adott nemzeti kisebbség, a maga karakteres kultúrájával, ami különbözik és ezáltal színesíti az ország kínálatát, akkor az ország elesne azoktól a gazdasági hasznoktól, amit az adott kisebbség anyaországából érkezők költségei indukálnak multiplikátor-hatásaik révén (Jandala 1992; Minciu 2000; Puczkó–Rácz 2001; Snak–Baron–Neacsu 2001; Bakucz 2004)., Románia esetében a legtöbb külföldi turista/látogató már nem is Moldova Köztársaságból érkezik, hanem Magyarországról (ld. a *keresletelemzést* a 4. fejezetben). A kisebbségi vállalkozásokon keresztül lehetővé válik az is, hogy ne csak az adott – esetünkben a magyar – kultúra értékei váljanak megismerhetővé a magyar turista számára, hanem a magyarok számára különlegesnek, exotikusnak ható bizánci gyökerű román kultúra elemei is. Ugyanakkor, ha az etnikai jelleget a belső piacon, a többségi nemzet számára specifikumként (és a pozitív sztereotípiáknak való megfeleléssel) sikerül vonzerőként érvényesíteni, akkor a másság megismerése a másság elfogadását, a kisebbségi érdekvédelem és -érvényesítés kedvezőbb fogadtatását is előmozdíthatja, hiszen a megismerés az előítéletek lebontásának feltétele.

E kétirányú hatásmechanizmus feltételezhetően vagy az autonómiáról való diskurzus kommunikációs közegének a *feszültségmentessé* tételéhez, vagy pedig annak a *célállapotnak* az eléréséhez vezethet el, aminek az autonómia tulajdonképpen csak eszköze. Kérdéses, ugyan, hogy lehet-e az autonómiáról régió ill. kisebbségi társadalmon *belül* demisztifikáltan, tárgyilagosan, tabuktól mentesen beszélni? Helyettesítheti-e vagy legalább alátámaszthatja-e egy

pragmatikus, stratégiai gondolkodásmód az autonómia-diskurzust? Ha feltételezzük ennek lehetőségét, akkor ebbe bele kell férnie annak a gondolatnak is, hogy az autonómia nem cél, hanem eszköz. És ha csak eszköz, akkor azt is át kell gondolni, hogy van-e alternatívája? Hálózati együttműködésben (Kolumbán 2002) megvalósulhat-e az, aminek nincs területi-közigazgatási jogosítványokkal körülbástyázott intézményi háttere?

A turizmusfejlesztés stratégiai alapokra helyezése és ennek a *normatív menedzsment* (Pompl 2000) oldaláról való kisebbségpolitikai alapozása azt jelenti, hogy az alulról építkező, fenntartható és versenyképes turizmust kell megteremteni, integrálva az ágazati és területi szemléletet (beleértve a kisebbségi érdekartikulációt is). Ehhez vízióra, stratégiai célrendszerre és a célok megvalósításához szükséges források bevonására, allokációjára, a fejlesztések monitorizálására és esetenként korrigálására van szükség. A turizmusfejlesztésnek abból kell kiindulnia, hogy milyen *adottságokkal* rendelkezik a régió, ezekből milyen módon lehet felhasználni a turizmusfejlesztés feltételeit biztosító elemeket (vonzerő, infra- és szuprastruktúra, személyi és szervezeti feltételek), nem feledkezve meg a *turisztikai piac nemzetközi* (keresleti és kínálati) *trendjeiről*, a turizmuspolitika területpolitikai összefüggéseiről sem. Mindehhez a területi turizmustervezés (Aubert 2007; Lengyel 2008), stratégiaalkotás (Rechnitzer–Lados 2004) intézményi feltételeit kell megteremteni.

Amikor, tehát a Székelyföld esetében turizmusfejlesztésről gondolkodom, akkor az etnicitást egyrészt erőforrásként, másrészt korlátozó tényezőként, illetve fejlesztéspolitikai keretként értelmezem. A regionalizmust olyan társadalmi és politikai kohéziós erőnek tekintem, ami képes mobilizálni a régió belső adottságait, kívülről képes újabb erőforrásokat (tőkét, kormányzati támogatásokat) és politikai támogatást bevonni. Az autonómiát, pedig nem egy statikus állapotként, hanem a közép- és hosszú távú stratégia irányaként, a napi gyakorlatban pedig kompetenciaként értelmezem. A közigazgatásban a helyi autonómia bizonyos fokon már adott, a választások útján elnyert hatalmat gyakorolni kell. Amint az interjú-alanyaim egy része (lásd az 5. fejezet a turisztikai fogadókészségről) is megfogalmazta, nem mindig mondják meg felülről, hogy mit kell tenni, legfeljebb támogatnak az elképzeléseink megfogalmazásában és megvalósításában.

Mivel a turizmus törvényi szabályozása (Ordonanta de Guvern 58/1998, az utólagos kiegészítésekkel) az önkormányzatok számára meglehetősen kevés konkrétumot ír elő, a turizmuspolitika helyi, megyei és regionális szereplői saját maguk kell, hogy a helyi közösségek számára leginkább megfelelő irányokat megtalálják. A turizmus sokszereplős területi rendszer, szerteágazó, olykor összekapcsolódó, olykor szembenálló érdekekkel. Ezért a fenntartható és versenyképes turizmus megvalósítása, akár a TDM-modell (Ritchie–Crouch 2003; Bakucz 2008;

Lengyel 2008; Horváth 2008a; Aubert et al. 2009; Hanusz 2009) gyakorlatba ültetésével széles látókörű, integratív jellegű koordinációt, és ha kell hatósági szigort is feltételez.

3.3. Székelyföld: turisztikai desztináció vagy turisztikai régió?

Ahhoz, hogy egy térséget turisztikai desztinációnak tekintsünk, rendelkeznie kell azokkal a sajátosságokkal, amelyek a turisták számára élményeket biztosító komplex termékkínálatot képeznek. A desztinációnak valamilyen sajátos arculattal kell rendelkeznie, amit a desztináció turisztikai döntéshozói közvetítenek a turisztikai piac felé, de ez az arculat akár változó is lehet célpiacoktól függően, más és más üzenetekkel hívogatva a különböző kulturális és nemzeti háttérrel rendelkező turistákat. Empirikus és szakirodalmi kutatásaim (4. fejezet) alapján egyelőre ténynek tűnik az, hogy Székelyföldnek jórészt csak a magyar piacon van desztináció jellege (Feischmidt 2005; Gábos 2005; Sebestyén 2005). A hazai román piacon csak most kezd megjelenni Székelyföld név alatt. Turisztikai desztináció jellege a székely kulturális örökségből fakad, ami a természeti látványosságok mellett a fő élményhozadékkal bír a magyar turisták számára (Horváth A. 2003, 2009a,b).

3.3.1. A székely identitás turisztikai kifejeződése

A Székelyföldnek mint szimbolikus-informális, azaz történeti-kulturális és etnikai régiónak az identitását nagymértékben erősíti a turizmus fejlődése, egyrészt keresleti oldalról, döntően a magyarországi turisták és utazásszervezők, útikönyvírók részéről, másrészt kínálati oldalról, azaz a keresleti trendhez való proaktív alkalmazkodás, az *etnikai turizmus*, mint konjunktúra kihasználása által (Feischmidt 2005; Ilyés 2005; Sebestyén 2005; Vörös 2005; Horváth A. 2009a,b).

Majd' 20 éves – spontánnak tűnő – turizmusfejlődés után a székelyföldi településeken és megyékben megérni látszik a *Székelyföld mint turisztikai desztináció* szükségességének felismerése s bár a térségi szereplők együttműködési hajlandósága gyakran csak deklaratív jellegű, mégis remélhető a régió magára találása a turizmus és a kultúra területén. Amellett, hogy a turizmus fejlődése spontán jellege továbbra is erős marad, valószínűsíthető a helyi és regionális turizmusfejlesztés cél-, eszköz- és intézményrendszerének, azaz az alulról építkező turizmuspolitikának a kiépülése – a területfejlesztésbe ágyazottan.

A szerveződési folyamatok sokrétűek, többsíkúak, számos buktatóval járnak együtt, amelyek jelentős része a *bizalmi tőke* hiányára vezethetőek vissza. De, mégis, a fejlődés

garanciája a belső kohézió és a külső integráció megteremtése vagy előmozdítása. Székelyföld térségi szereplőinek ki kell dolgozniuk a turisztikai desztináció-menedzsment alapjait (Horváth–Peteley 2008a,b), majd a különböző szintű és tartalmú együttműködéseknek fenn is kell tartaniuk a TDM-szerű közösségi területi koordinációt (Ritchie–Crouch 2003). Ugyanakkor, éppen úgy, ahogy Romániának Európába, úgy Székelyföldnek Romániába kell integrálódnia (és nem asszimilálódnia). Ez a turizmuspolitika területén azt jelentené, hogy Székelyföld úgy jelenjen meg az ország turisztikai kínálatában, mint *sajátos kisebbségi kultúrával rendelkező térség*. Felzárkózhatna az olyan, szintén kulturális identitással rendelkező régiók, vagy történelmi tartományok mellé, mint Bukovina, Máramaros, Móc-vidék, Bánság, Olténia, Dobruzsza stb. Ehhez viszont ki kell épülnie a turizmus fogadókészségi és fogadóképességi feltételrendszerének. Azaz, megfelelő mentalitás, attitűdök kialakulása mellett, össze kell szerveződnie a turizmus tárgyi, személyi és szervezeti feltételeinek.

Székelyföld egy olyan történelmi-kulturális régió, amelynek sajátos identitása a történelmi múltban, a múltból átörökölt etnikai mítoszokban gyökerezik, ugyanakkor a politikai és közéleti diskurzusban (beleértve a desztináció-marketing vonatkozású érveléseket is) folyamatosan újjáépül. Michalkó Gábor az etnikai vagy etnokulturális tereket a *turizmus metaterei* között említi, mint a fizikai mivoltukban tetten érhető olyan helyeket vagy azok halmazát, amelyek „*első látásra ritkán különböznek a hasonló genezisű és funkciójú társaiktól, azonban a hozzájuk fűződő mítoszok, az általuk hordozott, az egyéni, illetve a közösségi identitást erősítő elemek megélésének (...) köszönhetően a turizmusban is hasznosulnak. A szakrális tér a vallásgyakorlás, a szimbolikus a múltidézés, az etnokulturális a hagyományőrzés (...) révén válik a turizmus metaterévé.*” (Michalkó 2007b. 125.)

Turisztikai bemutatási technikák (Puczkó–Rátz 2000; Husz 2007) és a térség történelmének, mítoszainak, legendáinak, néprajzi tudásának ismeretével ezek a belső tartalmak (ld. a szubjektív és észlelt tereket: Nemes Nagy 1998; valamint a hely szelleme fogalmát: Jankó 2002) turizmusban hasznosíthatóak, azaz gazdasági erőforrásokként is felfoghatóak.

A Székelyföld turisztikai célterület jellegét alátámasztják az utazás és utazásszervezés nélkülözhetetlen kellékeiként az útikönyvek, turisztikai kalauzok is (Vofkori 1998; Sós–Farkas 2002) és az egyes, főleg a magyarországi turistacsoportokat vezető, kísérő *idegenvezetők interpretációi* is.

Amint a résztvevő megfigyelés és több interjúalannyal készített mélyinterjúk is igazolják, a helyi idegenvezetők egyfajta *kultúraközvetítő* szerepet is betöltenek, de nem csupán a történelmi-néprajzi, helytörténelmi, egyház- és művészettörténelmi ismeretek átadása révén, hanem azzal a verbálisan is megjelenített identitással, amely által a helyi idegenvezetők szolgáltatása

autentikusabb, mint a küldőpiacról érkező „profí” utaskísérőé/idegenvezetőé. A fő hozzáadott érték, vagy megkülönböztető elem, a „mi-”, és „miénk”-tudat – megjelenítése.

A turisták számára kikapcsolódást, felüdülést, lelki feltöltődést eredményező élményt kellene nyújtani, de a kommunikációs gyakorlatba beépül egy-egy olyan gesztus, program-elem is, amely a lokális vagy regionális patriotizmust, értékírányultságot mutatja ki: „tessék megnézni mit ír azon az országzászló-talapzaton: ne feledd, ez a föld mindig székel volt, és az is marad” vagy: „mit ír a kopjafán? Maradunk!”. Az idegenvezetői interpretációban megfigyelhető a székel hősiesség, helytállás, dicső múlt szembeállítás a jelenlegi fogyasztói értékrenddel, amelyben a nemzet eszméje szinte mellékessé válik. Van ebben, tehát egy fajta – olykor nem is visszafogott – moralizálás.

3.3.2. Az etnikai turizmus, mint konjunktúra

A szakirodalomban az etnikai turizmus kettős megközelítésben szerepel, egyrészt mint a VFR-turizmusnak (visiting friends and relatives, azaz barátok és rokonok látogatása) a nemzetközi összetevője (Beaver 2005) vagy pedig a kulturális turizmus sajátos esete, amelyben az *exotikus* kultúrák iránt érdeklődők utazásai, ahol az életviteli, életmódbeli másság képezi a fő vonzerőt (Harron–Weiler 1992; Jafar 2000). Míg az előbbinél a közös *gyökerek*, a saját származás, örökség megismerése, az etnicitás átélése a lényeg, az utóbbinál az etnológusok, antropológusok kutató-megfigyelő, felfedező szemléletének amatőr megjelenése érhető tetten. A kelet-közép-európai térség turizmuskutatóinál az *etnicitásnak* és az ehhez kapcsolódó *nemzet* fogalomnak mások a hangsúlyai, mint a nyugat-európai, amerikai, ausztrál kultúrában szocializálódott kutatóknak.

Nagy valószínűséggel prognosztizálható, hogy az etnicitás és az etnikai turizmus a divatos kutatási témák közé fognak felzárkózni, mivel a globalizálódó világban egyre nagyobb a különböző kultúrákból származók nemzetközi migrációja, az előregedő nyugati társadalmakban egyre tarkább a bevándorlók jelenléte. A folyamat előzményei a 19. és 20. századi kivándorlási hullámok, az újvilágban kialakuló különböző diaszpórák, amelyekben a fiatalabb generációk számára érdekességgént jelenik meg szüleik, nagyszüleik származása. Európa számára főleg az amerikai nemzet európai, ázsiai, afrikai gyökerű etnikai közösségei, Európa fejlett országai számára az afrikai, közel- és közép-keleti, és kelet-európai új bevándorlói nemcsak a munkaerő-piaci szükségleteket fedezik, hanem sajátos szubkultúrákat hoznak létre. E közösségek tagjai főleg a nagyobb, főleg vallási gyökerű ünnepek alkalmából tömegesen utaznak haza. Látnunk kell azt is, hogy ezek a hazautazók egyre inkább „igazi” turistákká válnak, mihelyt a csoportok

összetételében nem az egykori vagy friss emigránsok, hanem azok – már az új hazában született – leszármazottai lesznek többen.

Kelet-közép-európai kontextusban, az etnikai turizmus alatt a küldő és fogadóterület közötti turistaáramlásnak azt a sajátos jellemzőjét tekintjük, hogy a két terület lakói között etnikai azonosság, közös etnikai és/vagy nemzeti identitás, mindkét fél számára azonosak a történeti vagy akár mitikus kulturális szimbólumok, jellemző valamiféle összetartozás-tudat. Románia nemzetközi beutazó forgalmában a romániai magyar kisebbségnek kulcsszerepe van, legalábbis a magyarországi piacot illetően, köszönhetően a történelmi fejlődésnek (Erdély 80 éve még Magyarországhoz tartozott) és a magyar kultúra részben tömbszerű székelyföldi és partiumi, részben szórványszerű jelenlétének Erdély többi részein. Nyilvánvaló, hogy Románia régióinak nem egyedül Magyarország képezi a turisztikai célpiacait, *küldőterületeit* de a határforgalmi adatok és piaci tanulmányok, valamint az empirikus kutatások alapján egyértelmű dominancia érvényesül, és ez elsősorban a Székelyföldön csapódik le.

A küldő- és fogadóterületek közötti viszony egyaránt képezi turizmusföldrajzi, turizmusgazdaságtani (főleg desztináció-marketing szempontú) és szociológiai, kultúrantropológiai kutatások tárgyát. De ha a *küldőterület* turizmusföldrajzi fogalmának (Cocean 1999; Dombay 2004) a keresleti alrendszer közgazdaságtani fogalmát feleltetjük meg és a *fogadóterületet* a kínálati alrendszerrel azonosítjuk, akkor leegyszerűsítjük a turisztikai piacról alkotott képet. Hiszen pl. a magyar turistaközönség számára a magyarországi kiutaztató irodák ajánlatai és a nemzetközi vásáron jelenlevő romániai beutaztatásban érdekelt szereplők ajánlatai első látásra egyaránt a kínálatot képezik.

A Romániába áramló turistaforgalom jelentős részét alkotják a magyarországi turisták (2004-ben elérte a 39,4%-ot). A határforgalmi adatok alapján a Romániába érkező magyarországi turisták száma 2000-ben még csak 1,2 millió volt 2004-ben elérte a 2,6 milliót, 2005-re hirtelen visszaesett 1,5 millióra, 2006-ra 1,3 millióra majd 2007-re ismét növekedni kezdett, elérve az 1,7, 2008-ra pedig az 1,9 millió főt. Hasonló nagyságrend a moldáv turistákra jellemző, akiknek a száma 2004-ben még csak 1,2 millió, de 2006-ra az 1,49 millióval meghaladta a magyarok számát, hogy 2007-re (Románia EU-tagállammá válásával) drasztikusan visszaessen 1,1 millióra. Igaz, hogy 2008-ban a moldávok is ismét 1,4 millióan utaztak Romániába. Mindkét szegmens esetében feltételezhető a küldő és fogadóterület közötti nyelvi közösség hatása a forgalom alakulására. Legérdekesebb azonban a magyar turisták számának drasztikus visszaesése mintegy 1,1 millió fővel 2005-ben 2004-hez képest, amit több tényező befolyásolhatott (KPMG 2006). Ezek közül is a 2004. december 5-i magyarországi – a kórház-privatizáció mellett a határon túli magyar közösségek kettős állampolgárságára vonatkozó törvény megalkotásának

szükségességéről szóló – népszavazás kimenetele. De még inkább az azt megelőző magyarországi politikai diskurzus jellege, tartalma lehetett visszatartó erő az Erdélybe irányuló utazások számára.

A magyarországi turisták utazási magatartására, utazási döntésére nem csupán az egyének szintjén megélt nemzetpolitikai meghasonulás, hanem a határon túli magyarok esetenkénti reakciói, azok mediatizálása hathatott ki. Erdélyből nézve, az itteni vendégfogadók, idegenvezetők, utazásszervezők értékelése (5. fejezet interjúértékelései) szerint volt olyan magyar turista, aki szégyenérzetből, volt aki félelemből nem választotta Erdélyt úti célul, legalábbis egy ideig. Külön kutatási témát képezhet e konkrét politikai történés turizmusra gyakorolt hatásának a mélyreható vizsgálata, annyit azonban leszögezhetünk, hogy a határon túli magyarok nemzeti identitására mért csapás „józanítólag” hatott a kétoldalú kapcsolatokra, a vendég–vendéglátó szintjén és az azóta is még gyermekcipőben járó erdélyi, székelyföldi, helyi turizmuspolitika szintjén (ha lehet ilyesmiről beszélni egyáltalán).

A józanítás *tárgyilagossabbik* oldala az volt, hogy egyre többen felismerték: a magyar turisták zömmel a székelyföldi magyar vendéglátókhoz jönnek s ez Románia számára a magyar kisebbség jelenlétének felértékelését is jelentheti turizmusgazdasági szempontból. De ugyanakkor az is egyre világosabbá vált, hogy nem lehet csak egy piacra támaszkodni, főleg akkor, ha ez a piac belső (társadalmi-gazdasági és belpolitikai) feszültségekkel terhes, létszámában jóval kisebb, mint a belső, azaz hazai piac, és a bejártatott turisztikai termékek, túlnyomórészt kulturális körutazások már nem tudnak újat nyújtani. A székelyföldi vendéglátók „ragaszkodása” a magyar piachoz etnikai-kulturális meghatározottságú, hiszen az utazási csomagajánlatok fő vonzerő-tényezője – néhány természeti látványosság mellett – alapvetően az Erdély és főleg Székelyföld területén megtalálható *magyar kulturális örökség* elemeinek, a dicső magyar múlt megidézési helyszíneinek a meglátogatása. Egyik interjúalanyom találóan megjegyezte, hogy tapasztalatai alapján két szélsőséges eset jellemző a magyar turisták *kulturális turisztikai magatartását* illetően: egyik szegmens a Nagy-Magyarország ideáját keresi, akár annyira elfogultan, hogy nem érti meg, miért nem beszél vele mindenki magyarul, akár a Királyhágón, akár Kolozsváron. A másik véglet – s ez a gyakoribb, hogy rácsodálkozik, hogy ilyen jól beszélnek magyarul a Székelyföldön, vajon hol, honnan, hogyan tanulták meg? Az átlagember szintjén, még a középfokú vagy alacsonyabb végzettségűek esetében is elmondható, hogy a romániai magyar kisebbség különböző csoportjaihoz tartozók²⁶ jóval erősebb *történelmi tudattal*

²⁶ legyen szó a tömbmagyarságban élő székelyekről, vagy a dél-erdélyi, észak-erdélyi szórvány-magyarokról, vagy akár a partiumiakról (a magyar határ mentén élőkről)

(ha nem is tudással) bírnak, a nemzeti érzés kinyilvánítása jóval fontosabb számukra, mint a „természetes” közegében élő magyarországi magyarok számára.²⁷

Ugyanakkor Erdélyből szemlélve úgy tűnik, Magyarországon is reneszánszát éli a nacionalizmus, de másabb szocio-kulturális közegben és hatások alatt, mint a határon túli közösségekben. Míg az indulatok az anyaországban – a nyugati társadalmakra jellemzően a bevándorlókkal kapcsolatos xenofóbiáig, rasszizmusig is fajulhatnak, addig a kisebbségi magyarság nacionalizmusára a kollektív nemzeti jogok elismertetéséért folytatott küzdelem inkább tematizálódik, akár több kisebbségpolitikai paradigma párhuzamos megnyilvánulása mellett (kulturális és területi autonómia, konszociációs modell, Szarka 1999).

A román turisztikai minisztérium budapesti külképviselete által megrendelt piackutatás (KPMG 2006) megállapításai szerint egyértelmű, hogy a magyar turisták jelentős része nem Romániába, hanem a Románián belüli Erdélybe utazik. A budapesti Hungexpo-n évente megrendezett UTAZÁS vásárokon végzett megfigyeléseim alapján is visszaigazolódik, hogy a magyarországi utazási irodák a romániai programok, utazások helyett és/vagy mellett hangsúlyosan Erdélyt és/vagy Székelyföldet szerepeltetik célterületként, turisztikai desztinációként. Ez egyrészt a standok homlok- vagy háttérfeliratain, másrészt a turisztikai ajánlatokat tartalmazó utazási katalógusokban figyelhető meg. A román turisztikai külképviselet honlapján²⁸ mintegy 49 magyarországi utazási iroda szerepelt, amelyek romániai és/vagy erdélyi/székelyföldi utakat kínálnak. Érdekes piaci jellegzetesség, hogy Erdély és Székelyföld, mint desztináció, leginkább, sőt szinte kizárólagosan a *kulturális körutazások* termékkategóriában található meg a más desztinációkba irányuló sokrétű egyéb ajánlatok között, ritka az Erdélybe szervezett és nem kulturális körutazásként pozicionált utazás.

A magyarországi turisták Erdélybe utazását illetően különbséget kell tennünk a szervezett és a saját szervezésű egyéni, kis vagy nagycsoportos utazások között. Utóbbi szegmensre általában az jellemző, hogy már jártak Erdély valamely pontján, valamivel reálisabb képük van a célterület tényleges adottságairól, a jellemzően autóbuszos szervezett csoportok tagjai között – ha vannak is visszatérő vendégek – többnyire első alkalommal utaznak Erdélybe.

Általánosan megállapítható, hogy a „kulturális körutazás” formájában megszervezett társasutazás résztvevői támaszkodva az utazásszervezők és idegenvezetők felelősségvállalására, „el mernek jönni” Erdélybe. Megismerve a régió tényleges adottságait, le tudnak valamelyest

²⁷ Külön kutatási résztema lehetne a nemzeti történelem tanítása tartalmának, másrészt a saját történelem megismerése iránti motivációk mélységének az összehasonlítása az anyaországi és határontúli magyar közösségekben, társadalmi rétegekre bontva. Egy ilyen kutatás az örökségturisztikai marketingmunka termékfejlesztése során is jól hasznosulhatna.

²⁸ www.romaniaturizmus.hu – meglehetősen esetlegességgel működik

faragni előítéleteikből, sztereotípiáikból, melyek közül sok esetben a '80-as évekbeli állapotokról alkotott kép köszön vissza (főleg azoknál, akik akkor már jártak Romániában, de azoknál is akik ismerőseik akkori tapasztalatai alapján vélekednek negatívabban a helyzetről, mint amit a realitás indokolna). Ezt követően, már akár egyénileg, családok, társaságok, baráti közösségek formájában – nem utazási irodák közvetítésével – jönnek ismét, de ez esetben a szabadidős, nem kulturális jellegű aktivitásokra nagyobb hangsúly tevődik (pl. természetjárásra).

Hivatkozva az idegenvezetői tapasztalatokra (résztevé megfigyelés és nem strukturált „interjúk”, Babbie 2003), megjegyzendő, hogy minden egyes, Magyarországról érkezett turistacsoportból legalább egy-két személy fontosnak tartotta, hogy kérdezetlenül is elmondja: valamelyik őse Erdély valamelyik térségéből származott, vagy teljesített katonai vagy tisztviselői, vasúti szolgálatot. Az emlékezések olykor az Osztrák-Magyar Monarchia idején élt, vagy a két világháború során e tájakon járt *ősökre* vonatkoznak. De gyakori olyan *jelenlegi ismerősök* emlegetése, aki Erdélyből származnak és vagy a '80-as években disszidáltak, vagy a határok megnyílása után emigráltak.

A vendégekkel folytatott kötetlen beszélgetések alapján néhány olyan megállapítást tehettem, amelyek az etnikai turizmussal kapcsolatos szakirodalmi ismereteim és a szakértői megkérdezések, mélyinterjúk során visszaigazolódtak. Több forrásból táplálkozó és több (szekunder és primer) módszerrel végzett kutatásom arra enged következtetni, hogy a székelyföldi vendéglátók eddig egy olyan turistaáramlási konjunktúrát használtak ki, amelyre rásüthetjük az *etnikai turizmus* bélyegét.

Ennek egyaránt vannak pozitív és negatív vetületei. Kulturális vonatkozásban pozitívum, hogy a mai Magyarország lakói felismerik a kulturális nemzetnek a politikai nemzettől eltérő voltát (Győri Szabó 2006; Egedy 2007; Kántor 2007; Szarka 2007), vagyis azt a tényt, hogy a magyar nemzet nem csupán a Magyar Köztársaság állampolgárainak közössége²⁹. A magyar–magyar kapcsolatok vendég–vendéglátó szereposztásában a '90-es évektől inkább a magyarországi játszotta a turista szerepét, a határon túli, az erdélyi, székelyföldi magyar, pedig a vendéglátó szerepét. Magyarország és Románia eltérő gazdasági fejlettsége a két ország viszonyában eddig Magyarországot inkább küldő-, Romániát inkább fogadóterületté tette.

Amint személyes tapasztalataim és interjúalanyaim elmondásai is alátámasztották, a magyar turisták magatartásában néha olyan (sajnálkozó, esetenként lekezelő) viszonyulás volt sok esetben megfigyelhető, kiérezhető, amelynek eredménye lehet a kezdeti lelkesedés, eufória

²⁹ Ez természetesen nemzetfelfogás kérdése, vagyis abban áll a különbség, hogy a nemzet, hogyan alakult ki: állampolgári közösségként, vagy közösen megélt kulturális-történelmi folyamatként (Barth 1996; Keményfi 2002; Kocsis 2002a). Az állam és állampolgára közötti jogviszonyra esik a hangsúly vagy az emocionális tartalomra, a nemzethez való tartozás érzésére, nemzeti identitásra? (ld. még Veres V. 2005)

halványulása és az apátia irányába való alakulása (Puczkó–Rátz 2001. 152.). Ez a fejlemény már inkább negatívumként könyvelhető el, akárcsak az az aspektus is, hogy Magyarországról Erdélybe *inkább csak* azok jöttek el turistaként, akik számára „Erdélybe utazni más” (Sebestyén 2005). Az a pozitívum, hogy az utóbbiakra inkább az őszinte rajongás tapasztalható Erdély és Székelyföld autentikus értékei iránt. Számukra Erdély *nem egy a sok turisztikai desztináció közül*, ahová a jó ár–érték miatt is érdemes elutazni. E szegmens számára szinte erkölcsi parancsként jelentkezik a késztetés, az utazási motiváció. Azért különleges Erdélybe s ezen belül lehetőleg Székelyföldre utazni, mert megismerve a magyar kulturális örökség emlékeit, de még inkább a magyar közösségeket, embereket, a maguk mindennapjaiban egy sajátos élményt, a kognitív és esztétikai mellett, az önmegvalósítással kapcsolatos élményt hordozhatja (Puczkó–Rátz 2000; Kovács P. 2004; Prentice 2006).

Mindemellett egyre többen érkeztek olyanok is, akik számára kevés és homályos információ állt rendelkezésre Erdély realitásairól (többek között arról, hogy csak Székelyföldön jellemző a tömbmagyar jelenlét, illetve, hogy egyáltalán létezik a magyar anyanyelvű közösség). Az ismerősök és utazásszervezők késztetésére ők is útra keltek, a nem egyszer „fapadosnak” ítélt Erdélybe. A román turisztikai külképviselet vezetőjének nyilatkozatai és az általa megrendelt piackutatási tanulmány megállapításai szerint a magyar piacon meghatározó a „fapados Erdély”-imázs, amit az is igazol többek közt, hogy a Székelyföldre Magyarországról érkezők általában jóval árérzékenyebbek, mint a hazai turisták, illetve, mint saját maguk, belföldi utazásaik során. A „fapados” jelleg Románia turisztikai kínálatában sok tekintetben helytálló, de kevésbé a szolgáltatások árfekvésében. (Szerencsére újabban a minőségben is van emelkedés nemcsak az árakban).

Minden pozitívuma mellett ennek a konjunktúrának az a hatása is megvolt, hogy főleg a kisebb turisztikai vállalkozások megelégedtek a magyar piaci jelenléttel, anélkül, hogy nyitottak volna más piacok felé is. Nemcsak a marketingkommunikációs eszközök és csatornák használatát illetően, hanem a nyelvtanulás tekintetében sem voltak jelentős erőfeszítések. A magyar piac stagnálása, netán szűkülése már most érezhetőnek tűnik (bár a határátlépési statisztika alapján még mindig első helyen állnak a magyarországiak és jóval nagyobb számban, mint egy-két évvel korábban, ld. 4.3-as fejezet), ezért szinte kivétel nélkül, minden interjúalanyom jelezte a román piac felé való nyitás szükségességét. A kínálat további növekedése és átstrukturálódása hangsúlyozottan veti fel a gazdaságosság és a jobb kapacitáskihasználás kihívásait. És ez nemcsak a más földrajzi piacok felé való orientációt, hanem a *termékfejlesztési erőfeszítések* fokozását is feltételezik. Forgalomnövekedésre akkor számíthatunk, ha egyrészt Magyarországról sikerül idecsábítani azokat a szegmenseket, akik

számára Erdély még nem, vagy másodszorra már nem tűnik vonzónak, másrészt a belföldi és más országokbeli vendégek és utazásszervezők érdeklődésének a felkeltésére is szükség van. Ez viszont csakis az etnikai turizmus meghaladása mellett lehetséges.

3.3.3. Székelyföld - a kulturális régiótól a turisztikai desztinációig

A székely identitás turisztikai megjelenése a Székelyföldön lejátszódó térségi identifikációs folyamatok egyike, amit nyilvánvalóan erősítenek a turisztikai szereplők is, keresleti és kínálati oldalról egyaránt. Az etnikai turizmus egy sajátos viszonyrendszert jelenít meg a magyar–magyar kapcsolatokban, rásegítve a kulturálisan és etnikailag meghatározott térségi identitás- és arculatépítésre. Székelyföld, mint térség turisztikai desztináció-jellegét a magyarországi turisták kulturális körutazásai jelenítik meg a leginkább. A nem-magyar piacokon eddig még nem érzékelhető a Székelyföldnek az egységes megjelenése, csak az egyes látványosságok, települések vonzereje érvényesül. Öröndetes tény, hogy megjelentek olyan útikalauzok Erdélyről, amelyek Székelyföld sajátos kulturális, történelmi és néprajzi örökségét a székely közösség sajátosságait hangsúlyozzák (Vofkori 1998 2007; Sós–Farkas 2002). A tényleges desztinációvá érés a Székelyföld számára azt jelentené, ha nemcsak a magyar piacon – ahol a nyelvi-kulturális azonosság, közös történelem és számtalan formájú társadalmi, intézményközi, személyközi kapcsolat segíti elő a kommunikációt és a marketinghatékonytságot – hanem a belföldi és más külföldi piacokon is Székelyföldként jelenne meg. Ehhez szükséges többek között a TDM-rendszer kiépítése, s ha nem is intézményesül turisztikai régióként a Székelyföld, a három megye érintett szereplői együttesen jelenjenek meg a piacon. Az is tény, hogy a TDM nem csupán ebből áll, de az együttműködésen alapuló desztináció-marketing erőfeszítések hozhatják meg az egyéb TDM-funkciók kiépítésére való felkészülést (Ritchie–Coruch 2003; Bakucz 2008; Lengyel 2008).

Nem mellékes az a valószínűsíthető hatás sem, hogy ha a székelyföldi turizmuszervezők (beutaztatók, idegenvezetők, turisztikai szaktanácsadók) felismerik a székelyföldi magyarság *híd-szerepét* a magyar és román kultúra között, akkor a turizmuson keresztül elősegíthetik a két nép, a két eltérő kultúra közeledését gyengítve az interetnikus konfliktusok kockázatát. A székelyföldi magyar vendégfogadónak képesnek kellene lennie egyrészt a magyarországi vendégek felé népszerűsíteni Románia nem magyarok lakta vidékeinek látványosságait (ehhez kellenek a román partnerkapcsolatok), másrészt a románok számára népszerűsíteni és

megfelelően bemutatni a székelyföldi magyar kultúra emlékeit és természeti látványosságait³⁰. Mindkét feladat nyitottságot követel meg a székelyföldi szereplőktől, aminek elsődleges feltétele a román nyelv minél alaposabb elsajátítása, a román kultúra jobb megismerése és mindezek előfeltétele a románsággal (mint néppel, nyelvvel, kultúrával) kapcsolatos előítéletek leküzdése. Erre a való életben, az üzleti kapcsolatokon keresztül már számos példát lehet találni, a székelyföldi közéleti diskurzust azonban még mindig érezhetően áthatja egy fajta idegenkedés a román–magyar viszony kapcsán, a nyitással (annak konkrét módjaival) kapcsolatosan vannak fenntartások a székelyföldi magyar elit részéről.

A turizmus hídverő szerepére utalhat az, hogy – talán a Hargita megyei turisztikai stratégia desztináció-marketing tengelye sugallatára – Hargita és Kovászna megye önkormányzatai közös standdal jelentkeztek a bukaresti turisztikai vásárokon is (2009 őszén, 2010 tavaszán), a résztvevő szolgáltatók szintén érdeklődéssel fordultak a román piac felé.

³⁰ És akkor még nem is beszéltünk a románok Magyarországra való kiutaztatásának üzleti lehetőségeiről, ami a Magyar Turizmus Zrt. Romániában folytatott promóciós munkája mellett nem is tűnik elrugaszkodott elképzelésnek. A Magyarországot megismerő románok számára vélhetően a romániai magyarokról alkotott képükben nem az „egységes nemzetállam szuverenitását veszélyeztető szeparatisták” bélyeg lesz a meghatározó.

III. RÉSZ: A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUS FELTÉTELRENDSZERÉNEK ÉS MŰKÖDÉSÉNEK EGYES ELEMELI

4. fejezet: A szekunder kutatás eredményei: fogadóképesség és regisztrált kereslet

4.1. A turisztikai fogadóképesség fogalma, összetevői

A térség turisztikai fogadóképességét a turisztikai kínálat jelenlegi színvonala, mennyiségi és minőségi jellemzői adják meg. A jelenlegi fogadóképesség a jövőbeni kínálatfejlesztés alapja is egyben. Az, hogy mi minden található meg a térségi kínálatban, ami turisztikai szempontból fejlődési/fejlesztési potenciált jelent, az több tényező együtthatásának az eredménye:

1. a *természeti és kultúrtáj eddigi fejlődése* a természeti folyamatok, jelenségek hatására (természeti vagy fizikai földrajzi környezet),
2. az e tájakon élt/élő közösségek szélesebb értelemben vett – azaz a tájhasználatot, gazdálkodást is magába foglaló – *kulturális hagyatéka/öröksége* (történelem, társadalmi-kulturális környezet),
3. a térség *hatalmi alávetettségének* hatásai, vagyis a mindenkori államhatalomnak az itteni lokalitásokhoz fűződő viszonya, döntései pl. az általános és turisztikai infrastruktúra fejlesztését illetően (politikai makrokörnyezet, állami beruházások),
4. a térség *helyi szereplőinek egyéni és csoportos elképzelései*, döntései, cselekvései a turisztikai kínálat hiányzó és ezért kialakítandó vagy fejlesztendő elemeit illetően (helyi/térségi „turizmuspolitika”), beleértve az együttműködési formákat és szervezet-építési törekvéseket (társadalmi-kulturális, helyi gazdasági, mikro- és mezoszintű politikai környezet) – ez nyilván a fogadókészség megnyilvánulása, eddigi eredményei,
5. *külső szereplők érdekeltségeinek* alakulása a térségben (gazdasági mikro és makrokörnyezet, pl. befektetők a különböző gazdasági ágazatokban),
6. a *turisztikai piac működése*, amely e térségben is érdekeket képes kialakítani, feléleszteni, a „külső”, piaci, keresleti igényekre a térségben lokalizálódó, kínálati válaszokat vált ki (társadalmi, kulturális és gazdasági mikro és makrokörnyezet, trendek), beruházásokat eredményez akár helyi, akár kívülről érkező állami vagy magántőkéből.

Míg az első három tényezőcsoport passzív, az utolsó három tényezőcsoport aktív tényezőknek tekinthetők olyan értelemben, hogy a különböző elképzelések, akaratok – akár földrajzi értelemben, akár turizmuspiaci értelemben érkeznek belülről vagy kívülről – mind egyfajta *értelmezési és szelekciós folyamat*³¹ során minősítik az adottságokat „turisztikailag relevánsnak”. Ez a többszereplős értelmezési folyamat a „turizmus-társadalom” világa, amelynek csak egy részét képezik a *fogadókészégi feltételek*, a belső szereplők attitűdje, látásmódja.

A fejlődés (ezen belül a turizmusfejlődés) lehet belülről vagy kívülről vezérelt és az, hogy a belülről vezérelt, endogén vagy szerves fejlődés minősíthető-e fenntarthatónak (Bramwell et al. 1996) vagy a versenyképesség irányába mutatónak, az nagymértékben a belső szereplők *kitekintési képességének* függvénye. Piacképes termékek (Holloway 2004; Kovács P. 2004) fejlesztése a piaci trendek, tehát a „külső” tényezők ismerete nélkül megkérdőjelezhető. Az endogén és autonóm fejlődés (Kolumbán 2001; Kántor–Majtényi 2005) egy adott térség turizmusa szempontjából, tehát azt jelenti, hogy a meghatározó döntésközpontok helyi/térségi beágyazottságúak/érdekűek, a helyi adottságokból, de – legalábbis részben – a külső igények szerint építkezik (Church 2004). Pontosabban, a kívülről érkező kihívások, igények közül azokra fókuszál, amelyekre a leghatékonyabban tud reagálni. Tehát, célpiaci pozicionálásában nem minden szegmensre, hanem *a térség szempontjából a leghasznosabb* keresleti szegmensek igényeinek magas fokú kielégítésére törekszik, ezáltal biztosítva turizmuspiaci versenyképességét.

A helyi adottságok és a piaci trendek eredőjeként születhet meg a helyi/térségi turizmuskínálat alakításának kerete, amelyben értelmezés-függő az, hogy mi van meg és mi hiányzik a térség kínálatából, mire kell fókuszálnia a fejlesztésnek.

4.2. Szekunder kutatási eredmények a szálláshelyi szuprastruktúra alakulásáról

A turizmus fogadóképességének tárgyi feltételei között az általában (de nem kizárólagosan) nem-profitorientáltan működtetett attrakciók mellett elengedhetetlenek a többnyire profitorientáltan működtetett turisztikai fogadóstruktúrák, létesítmények. Ezeket a szakirodalom egy része átfogóan a *turisztikai infrastruktúra* fogalma alá sorolja (Cianga 1997, 2002; Cocean 1998, 1999; Cocean–Dezsi 2001; Tasnádi 2002; Lengyel 2004; Dombay 2004 stb.). Mások (Michalkó 2004, 2007a,b; Ritchie–Crouch 2003) különválasztják a turisztikai *infrastruktúra* és

³¹ Pusztai B. *Frivol turisták szent helyeken* c. előadása a II. Magyar Turizmusföldrajzi Szimpóziumon irányította rá a figyelmet az *értelmezés* fontosságára, ennek elemzése a kommunikációtudományi ill. kultúrantropológiai megközelítések összevetését igényelné a menedzsment-szemléletű beállítódással.

szuprastruktúra fogalmát. Az előbbi a vonzerő alapját képező erőforrással közvetlenül kapcsolatos, azaz „fogyaszthatóvá” teszi a vonzerőt képező objektumot. A szuprastruktúra a vonzerő és infrastruktúra által a térségbe vonzott turisták ellátását, étkezési, elszállásolási vagy a vonzerőkkel nem közvetlenül kapcsolatos kikapcsolódási, szórakozási igényeket elégítik ki. A különválasztásnak inkább elméleti jelentősége van, bár a gyakorlatban sokszor problémát jelent, hogy adottak a turisztikai erőforrások, a közelükben felépült szálláshelyek, vendéglátóegységek, de hiányoznak a turisztikai infrastruktúra olyan elemei, ami a vonzerő kibontását, hasznosítását lehetővé tennék.

A szálláshelyek azért képezik a szuprastruktúra (felépítmény) részét és nem az infrastruktúra (alépítmény) részét, mert előbb kell vonzerővé fejleszteni a turisztikai erőforrásokat, keresleti igényeket generálva a térség iránt és azután a keresleti igényre illetve a már létező infrastruktúrára épülhet rá a szálláshely- és vendéglátó szektor. Pl. Borszéken van gyógyhatású ásványvíz, van szálláshely, de nincs vagy nagyon kevés a vendég, mert megszűnt a gyógykezelő bázis. Pedig, ez képezi tulajdonképpen a termékfejlesztés alapját is. A komplex attrakciófejlesztés nélkül nincs termékfejlesztés, a szálláshelyi beruházások pedig többnyire esetlegesek, nem föltétlenül tudatosan alapozódnak a korábbi fejlesztésekre. Mégis van a térségben több új szálláshely, ami a beruházók várakozásainak vagy meg fog felelni, vagy nem, a létrehozott kapacitások *kihasználtsági foka* árulkodik a térség vonzerejéről és vendégmegtartó képességéről.

A szép táj esztétikai „fogyasztása” valamilyen aktív kikapcsolódás keretében történhet, de ehhez kellenek a tárgyi, személyi és szervezeti (vállalkozási) feltételek is:

- lovagláshoz lovak, istállók, lovászok, lovastúra-vezetők és az ezeket egybefogó lovasturisztikai vállalkozások, vagy éppen klubok kellenek;
- gyalogtúrázáshoz, természetjáráshoz jelzett túraútvonalak, megbízható térképek, tájékoztató táblák, hegyi túravezetők kellenek;
- vízi sportokhoz kikötők, vízi járművek, kölcsönzők stb. szükségesek;
- téli sportokhoz nem elég a hó és a lejtő, hanem a felvonókra, pályakarbantartásra; síoktatókra, hegyimentő-szolgálatra is szükség van (Horváth 2001).

Vagy a gyógyturizmushoz pl. messze nem elég a gyógyvíz jelenléte, azt a felszínre kell hozni, be kell vizsgáltatni, minősíttetni, továbbá a műszaki létesítmények széles skálája és felkészült szakemberek szükségesek a balneológiai kezelésekhez.

A turisztikai szálláshely-kínálat mutatóinak azért szánok kiemelkedő fontosságot, mert ezeken keresztül részlegesen kvantifikálható a turizmus teljesítménye. A *kínálati* mutatók alakulása a turizmus iránti vállalkozói érdeklődést, várakozásokat fejezi ki. Ha a

szálláskapacitásokat nagyobb mértékben sikerül kihasználni, az a vállalkozói és közületi, térségi marketing és menedzsment erőfeszítések eredményességét tükrözi. Épp ezért előbb a kínálat alakulását vizsgálom meg a statisztikai adatbázisokra alapozva, majd ugyanezen adatbázishalmaz keresleti adatait rendszerezve vetem össze a kínálati adatokkal. Ezek alapján egy kvantifikált kép kapható az eddigi turizmusfejlődésről, amit árnyalni lehet a kvalitatív kutatási eredményekkel.

Ahhoz, hogy képet kapjak a Székelyföld turizmusának térbeli sajátosságairól (Horváth A. 2003; Nagy 2007), az *elérhető hivatalos statisztikai adatokból*³² indulok ki, amelyek, a turizmus-statisztikai rendszer minden hiányossága mellett valamelyest árnyaltan tükrözi az ország és a régió megyéi illetve a megyéken belüli települések közötti eltéréseket. Az fontos elsősorban, hogy a szálláshelyeknek van nagyobb szerepe a turisztikai foglalkoztatásban és a jövedelemtermelésben egyaránt, még akkor is, ha az attrakciós szektortól való függésük kétségtelen. Ezért ebben a fejezetben a szálláshely-statisztikának szentelek nagyobb figyelmet, akárcsak a kereslet-elemzésnél a 4.3-as alfejezetben.

A turisztikai infrastruktúra állapotáról és alakulásáról az Országos Statisztikai Intézet adatbázisa alapján nyerhetünk képet, de ez igazából csak a *szálláshelyi* funkciójú fogadóstruktúrákra vonatkozik. A szálláshelykínálat csak egy szelete a turizmus tárgyi feltételrendszerének, mégis, valamelyest mérőszáma lehet a kínálat alakulásának. De az, hogy ténylegesen mennyire hozza magával a turizmus fejlődését, az csakis a keresleti adatokkal (turistaérkezések, vendégéjszakák száma) való összevetésből, és az ebből kiszámított *kapacitáskihasználtságból* derülhet ki³³.

Az EUROSTAT elvárásainak megfelelően Romániába is bevezették a NUTS-rendszert³⁴, de a statisztikai nyilvántartás NUTS 2-es, azaz regionális, NUTS 3-as, azaz megyei és kisebb mértékben LAU 2-es³⁵, települési közigazgatási alapegység szinten érhető el. Gyakorlatilag a LAU1-es, azaz kistérségi szint nem létezik. Romániában a municípium, város és község LAU 2-es szintje változó számú tartozéktelepülést foghat össze. A turisztikai adatok szempontjából a

³² A településszintű adatsorok összevetése a terepbejárás tapasztalataival azt az érzést erősíti, hogy a térség turizmusából statisztikailag vajmi kevés látszik. Ebben nemcsak a feketeforgalomnak és a VFR-alapú utazásoknak van nagy szerepe, hanem a statisztikai rendszer hiányosságainak. De mivel a települési adatsorok aggregálásából származnak a megyei adatsorok, és ezeket az adatokat az ország más megyéihez viszonyítva kell értékelnünk, ezért nem tűztem ki célul a hivatalos adatok „korrigálását”. Ezek tehát mennyiségekről, arányokról, rangsorokról, alakulásról szólnak, a problémák mélyebb elemzését a primer kutatások eredményei teszik lehetővé.

³³ Megjegyzendő, hogy minden adatbázis valamilyen mértékben le van maradva a valóságtól, azaz eltelik egy bizonyos idő, amíg egy fogadóegység bekerül a hivatalos nyilvántartásokba (a turisztikai minisztériumnak az engedélyezéssel egy időben tájékoztatnia kell a statisztikai intézetet, de eltelik egy kis idő, amíg a bukaresti központ leértékesíti a megyeközpontbeli igazgatóságot, hogy küldjék ki a kérdőívet a működésbe lépett fogadóegységnek).

³⁴ NUTS – Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques – Statisztikai területi egységek nomenklatúrája

³⁵ LAU- Local Administrative Units – a területi statisztika lokális szintjei: LAU1 – településcsoport, kistérség, LAU2 – közigazgatási alapegység, önkormányzattal rendelkező település, településeggyüttes (Szabó P. 2005).

másodelemzés során nem lehet különválasztani pl. Hargitafürdőt Csíkszeredától, Gyilkostót Gyergyószentmiklóstól, Marosfőt Vasláb községtől és így tovább. De ha a turizmuspolitika, vagy helyi turisztikai desztináció-menedzsment adatigényéből indulunk ki, az adott közigazgatási egység turizmusfejlesztési kompetenciáiból, akkor talán „vigasztalhat” az, hogy pl. Csíkszereda önkormányzata egyaránt felelős a Csíkszeredában és a Hargitafürdőn vagy éppen Gyergyószentmiklós önkormányzata a városban és Gyilkostó üdülőhelyen zajló turizmus sikerességéért.

A szálláshely-kínálat értékelésének mutatói a *fogadóegységek száma*, a *létező szálláskapacitás*, vagyis a férőhelyek száma és a *működő szállás-kapacitás*. A működő szálláskapacitás egy olyan mutató, amely a létező szálláshelyeknek a nyitvatartási idővel való szorzatát fejezi ki, hely-nap mértékegységgel. Ennek az értéke képezi azt az elméleti 100 %-ot, amelyhez a szálláshelyek százalékos kihasználtságát viszonyítjuk. A működő szálláskapacitás éves értéke általában jóval kevesebb, mint a létező kapacitás 365 napra viszonyítva, ami azt tükrözi, hogy adott vizsgálati egységben nem áll rendelkezésre minden egyes férőhely egész évben, csak azok egy része. Vagyis, e mutató szoros összefüggésben van a *szezonálitással*. Mivel a kereslet szezonálisan ingadozik, kínálati oldalon is megjelenik a csökkentett időtartamú nyitva tartás. Statisztikai elemzéseket egyrészt a *megyék* szintjén, másrészt a *települések* szintjén végezhetünk. Az előbbi a regionális összehasonlítást teszi lehetővé, az utóbbi a régió belüli eltéréseket tükrözi.

4.2.1. A szálláshely-kínálat megyei szintű vizsgálata³⁶

A megyék turisztikai jelentőségének és teljesítményének értékelésére az országos *rangsorokban* (M9. táblázat)³⁷ való elhelyezés az összehasonlítás, viszonyítás miatt releváns: a turizmusfejlesztési elképzelések alakításához figyelembe kell venni, hogy melyek az országon belüli versenytársak, illetve mely térségeket kellene utolérni, netán lekörözni a jobb helyezések érdekében.

A *fogadóegységek számát* tekintve a három székelyföldi megye helyezése a romániai rangsorban árnyalt képet mutat. Az ország 2008-ban statisztikailag nyilvántartott **4840**

³⁶ A fontosabb földrajzi nevek román és magyar megfeleltetése a Mellékletekben megtalálható. Az ország megyéinek összehasonlításánál az erdélyi (Kárpátokon belüli) megyék magyar nevét, a Kárpátokon kívüli megyék hivatalos román nevét használok még akkor is, ha a szóhasználatban esetleg meghonosodtak magyar megfelelőik. A Mellékletek M22. Táblázatában szerepeltetem a magyar, nem-hivatalos magyar, román megnevezéseket és azok kiejtés szerinti írását.

³⁷ A terjedelmi korlátok miatt és a mondanivaló főirányára való összpontosítás miatt számos táblázatot és ábrát a Mellékletekbe kellett helyeznem, ezekből további részletkérdések is kibonthatóak. A szövegközi hivatkozásokban megkülönböztetőleg *M... táblázat*, *M... ábra* jelölést használok.

fogadóegységből **415** van Hargita megyében (3. hely, 8,6%), **121** Maros megyében (11. hely, 2,5%) és **37** Kovászna megyében (28. hely, 0,8%). A fogadóegységek típusát tekintve – bár a statisztikai osztályozás 14 típust különít el – a legjellegzetesebb típusok szerinti helyezéseket emelem ki. Így, az ország 2008. évi 1104 *szállodájából* 22 van Maros (11. hely, 2,0%), 20 Hargita (15. hely, 1,8%), 14 Kovászna megyében (22. hely, 1,3%). A főleg üdülőhelyekre jellemző összes 718 *turisztikai villa* közül Maros 30 (6. hely, 4,2%), 18 Hargita (9. hely, 2,5%), 2 Kovászna megyében (26. hely, 0,3%) található. A *turistaházak, menedékházak* jórészt a hegyvidékre jellemzőek, az ország 110 ilyen besorolású egységből 10 van Hargita megyében (3. hely, 9,1%) és 1 Maros megyében (17. hely, 0,9%). Az ország 59 *kempingjéből* 3 van Maros és 2 Hargita megyében (4 ill. 6. hely, 5,1 ill. 3,4%-kal).

A kisvállalkozói aktivitást jelzi, hogy a városi és falusi panziók száma alapján Székelyföld meglehetősen jól áll, kevésbé Kovászna megye. Az ország 783 *városi panziójából* 59 Hargita (3. hely, 7,5%), 32 Maros (8. hely, 4,1%) és 8 Kovászna (20. hely, 1,0%) megyében van. Az 1348 *falusi panzióból*, pedig **290** egységgel Hargita megyében országosan első helyen áll 21,5% részesedéssel, Maros 19 egységgel 18. helyen (1,4%), Kovászna megye pedig 8 egységgel csak a 25. helyen (0,6%). Az empirikusan mélyebben tanulmányozott Hargita megye tehát egy tipikusan „panziós” megye.

A fogadóegységek száma mögött jelentős eltérések adódhatnak, főleg azok méreteit illetve komfortfokozat szerinti besorolását illetően. A méret szerinti adatelemzés mutatója a *létező szálláskapacitás*, azaz a férőhelyek száma szálláshelytípusok szerinti bontásban. Ez már egy kissé beszédesebb turizmusgazdasági szempontból is. A létező szálláskapacitás 2008. évi sorrendjében Hargita megye országos szinten, azaz a 42 megye között a **7. helyen áll 7263** férőhellyel, Maros megye 11. helyen 6385 férőhellyel, míg Kovászna megye csak a 21. helyen 2832 férőhellyel. Ezek a helyezések azonban átértékelődhetnek akkor, ha a komolyabb üzemeltetési kihívásokat jelentő és nagyobb munkahelyteremtő hatású *szállodai* kapacitásokat nézzük. Eszerint Maros megye áll jobban 2643 férőhellyel a **11.**, Kovászna megye 2350 férőhellyel a **12.**, míg Hargita megye csupán a **23.** helyen áll mindössze 1509 szállodai férőhellyel.

De hiába létezik akárhány fogadóegység, illetve férőhely, ha ezek nyitva tartása nem állandó. Épp ezért a kínálati oldal jellemzésére a *működő szálláskapacitás* használatos (helynapban kifejezve).

A 3. táblázat a székelyföldi megyék kínálati adatait a Közép régió és Románia adataival összehasonlításban mutatja be, jellegzetesebb szálláshely-típusok szerinti bontásban.

Hargita megye 415 fogadóegységében összesen 7263 férőhely található, amelyből 1509 szállodában, 455 turisztikai villákban, 245 turistaházban, 685 kempingben, 904 városi panzióban és 2492 falusi panzióban. A férőhelyek számát tekintve Hargita megyében domináns a falusi panziók részesedése, ami annyiban meglepő, hogy ebbe bele tartoznak a tényleges panziók, a kiadó szobák falusi családoknál valamint az ún. *kulcsos házak* is, amelyek nem állandó nyitva tartással működnek. A szálláshely struktúrában viszonylag alacsony a szállodai férőhelyek aránya (20,8%), ami már önmagában egy kis léptékű, „diffúz” turisztikai forgalmat vetít előre. Ha nemzetközileg versenyképes turisztikai célterületek volnának a megye területén, a szállodai beruházások nem maradtak volna el, így a szállodai férőhelyek aránya közelíthetne a regionális (38,5%) vagy az országos (59,6 %) átlaghoz.

3. táblázat: a székelyföldi megyék szálláshely-struktúrája 2008-ban

térség	Hargita		Kovácsna		Maros		Közép régió		Románia	
	sz./hely/ 1000		sz./hely/ 1000		sz./hely/ 1000		sz./hely/ 1000 hely-		sz./hely/ 1000	
szálláshely- típus	hely- nap	%	hely- nap	%	hely- nap	%	nap	%	hely- nap	%
összes egység	415	100.0	37	100.0	121	100.0	1268	100.0	4840	100.0
Lszk	7263	100.0	2832	100.0	6385	100.0	39302	100.0	294210	100.0
Mszk	918,7	100.0	869,2	100.0	168,1	100.0	10501,1	100.0	59187,9	100.0
Szálloda	20	4.8	14	37.8	22	18.2	144	11.4	1104	22.8
Lszk	1509	20.8	2350	83.0	2643	41.4	15138	38.5	175416	59.6
Mszk	428,3	46.6	726,1	83.5	882,3	52.5	5186,3	49.4	39889,8	67.4
Turisztikai villa	18	4.3	2	5.4	30	24.8	98	7.7	718	14.8
Lszk	455	6.3	26	0.9	659	10.3	2408	6.1	15826	5.4
Mszk	72,3	7.9	15,4	1.8	123,7	7.4	647,7	6.2	2631,0	4.4
Turistaház	10	2.4	:		1	0.8	33	2.6	110	2.3
Lszk	245	3.4	:		30	0.5	1199	3.1	5139	1.7
Mszk	24,0	2.6	:		11,0	0.7	315,0	3.0	1370,9	2.3
Kemping	2	0.5	:		3	2.5	8	0.6	59	1.2
Lszk	685	9.4	:		737	11.5	3738	9.5	26838	9.1
Mszk*	11,6*	1.3	:		41,2	2.5	180,6	1.7	1309,2	2.2
Városi panzió	59	14.2	8	21.6	32	26.4	283	22.3	783	16.2
Lszk	904	12.4	106	3.7	601	9.4	5095	13.0	14538	4.9
Mszk	147,3	16.0	61,2	7.0	206,3	12.3	1630,4	15.5	4390,7	7.4
Falusi panzió	290	69.9	8	21.6	19	15.7	613	48.3	1348	27.9
Lszk	2492	34.3	74	2.6	395	6.2	6927	17.6	16906	5.7
Mszk	157,9	17.2	28,4	3.3	83,7	5.0	1473,9	14.0	4038,9	6.8
Egyéb	16	3.9	5	13.5	14	11.6	89	7.0	718	14.8

Lszk	973	13.4	276	9.7	1320	20.7	4797	12.2	39547	13.4
Mszk	77,2	8.4	38,0	4.4	332,5	19.8	1067,1	10.2	5557,3	9.4

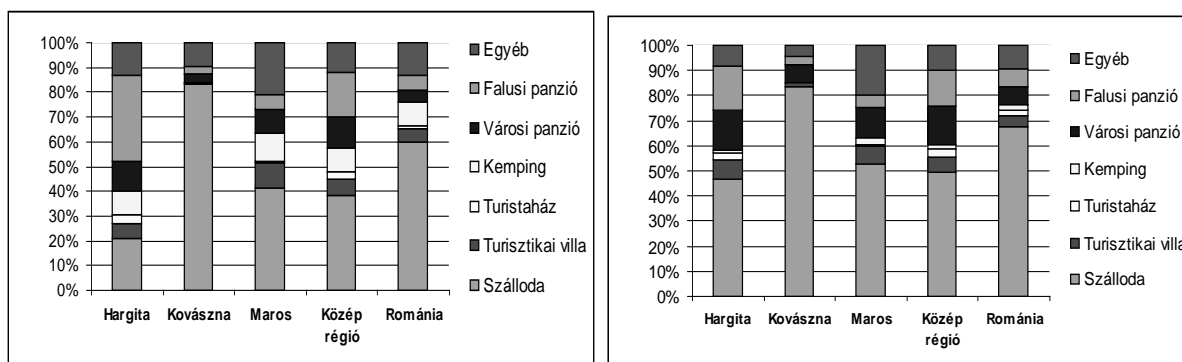
Forrás: saját szerkesztés az Országos Statisztikai Intézet Tempo-online adatbázisa alapján – www.insse.ro - 2009.

szept. 10.

(* - 2007. évi adat. Lszk – létező szálláskapacitás: hely; Mszk – Működő szálláskapacitás: hely-nap)

Kovácsna megye 37 fogadóegységében 2832 férőhely van, amelyből 14 szálloda 2350 hellyel (83%) szállodában, 8 városi panzió 106 hellyel, 8 falusi panzió 74 hellyel, 2 villa 26 hellyel és 5 egyéb egység 276 hellyel. Maros megye 121 egysége 6385 helyet foglal magába. Ebből a 22 szálloda 2643 férőhelye 41,4%-ot tesz ki, 30 villa 659 férőhellyel 10,3%-ot, 32 városi panzió 601 férőhellyel 9,4 %-ot és csak 19 falusi panzió szerepel a nyilvántartásban 395 férőhellyel (6,2%).

A 12. ábra a vizsgált területi egységek létező és működő szálláskapacitásának adatait hasonlítja össze. A két mutató szerinti arányokban Hargita és Maros megyénél és az országos összértékekénél látványosabb a különbség. Hargita megyében alacsony a szállodai *létező* kapacitás, de magasabb a *működő* kapacitásnál szereplő értéke, míg a falusi panzióknál fordított a helyzet. Maros megyénél a villák, a kempingek alacsonyabb részesedése a működő kapacitásból a szovátai szezonális működésre³⁸ utal. A kempingek szezonális működése értelemszerű a regionális és országos értékekénél is.



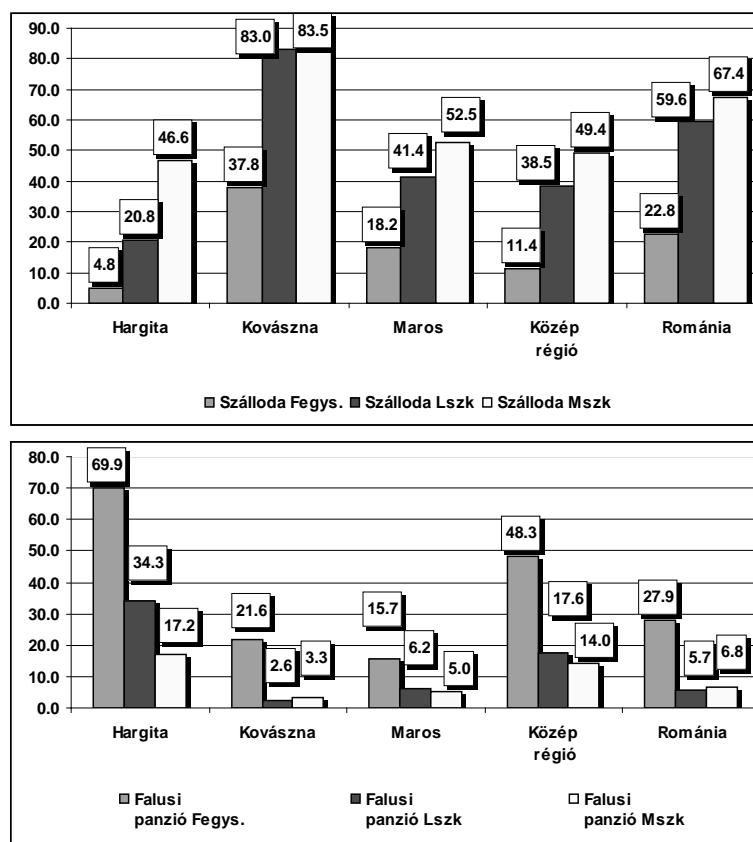
12. ábra. A létező és a működő szálláskapacitás megoszlása a székelyföldi megyékben, 2008-ban

Forrás: saját szerkesztés az Országos Statisztikai Intézet (OSI) Tempo-Online adatbázisa alapján

A 12. ábra kínálati oldalon is a szállodai típusú fogadóegységek üzemeltetési jelentőségét emeli ki, vagyis erősíti azt a benyomást, hogy a panzióknak inkább *kiegészítő* szerepük van a turizmusgazdaság éves menetében. A 13. ábra arra hívja fel a figyelmet, hogy a három kínálati mutató alapján igencsak eltérő jelentőséget mutatnak a szállodák és a falusi turisztikai panziók,

³⁸ A kereslet szezonálisára vonatkozó adatok a megyei statisztikai havi közlönyökben találhatók meg, de csak megyei összesítésben. Ld. a szezonalitást is tárgyaló 4.3.2.3-as alfejezetet.

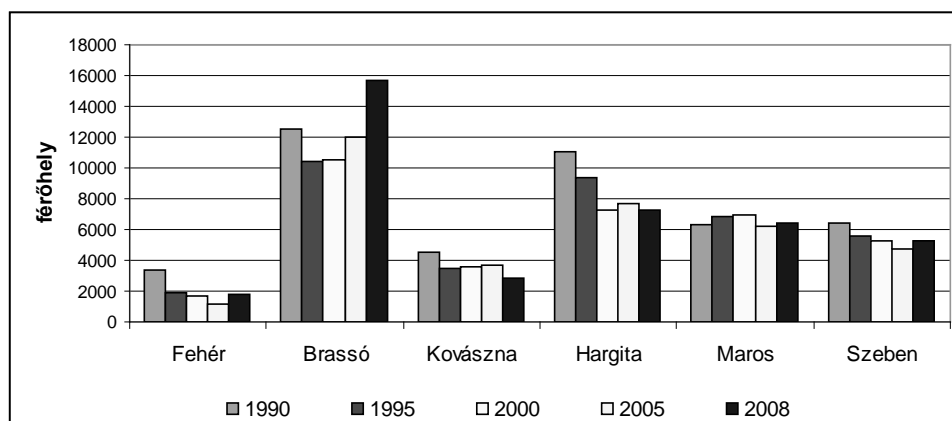
ami a keresleti adatokkal való összevetésben ismételten arra utal, hogy nem biztos, hogy elég a kis egységekre alapozó turizmusban gondolkodni.



13. ábra. A szállodák és a falusi panziók jelentősége a székelyföldi megyék kínálatában, 2008-ban
(a fogadóegységek száma, a létező és a működő szálláskapacitás alapján, % a térség teljes kínálatából)

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

A jelenlegi kínálati struktúra kialakulása az utóbbi 20 év fejlődési és visszafejlődési folyamatainak az eredménye, amiben egyaránt szerepel a visszasz privatizáció hatása, azaz számos nagyobb kapacitású egység (szállodák, villák, kempingek stb.) bezárása és az új egységek magántőkéből való megépítése, néhány régebbi ingatlan felújítása és a „fölső” lakókapacitások turisztikai célú hasznosítása is (panzióként minősített kiadó szobák, hétvégi házak). A létező kapacitás dinamikája 1990 után összességében csökkenő tendenciákat mutatott, de ez mögött jelentős átrendeződési folyamatok húzódtak meg: visszaesett a villák, turistaházak, kempingek, sőt a szállodák férőhelyszáma, de ugyanakkor, 2000 után megjelentek és szaporodtak a városi és falusi panziók.

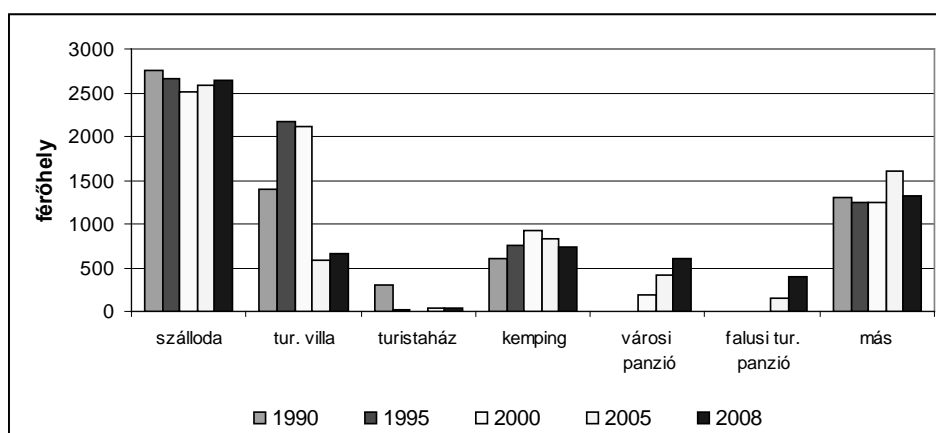


14. ábra. A létező szálláskapacitás alakulása a Közép régió megyéiben, 1990–2008 között (összes férőhely száma)

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

A Közép régió többi megyéjéhez hasonlóan, Hargita és Kovászna megye szálláshely kínálata csökkent, Maros megyéé enyhén nőtt az utóbbi időben. A régióban egyedül Brassó megyének volt látványos fejlődése (14. ábra). A továbbiakban azt vizsgálom meg, hogy a Székelyföldet magába foglaló három megye szálláshely-kínálata hogyan alakult át az utóbbi húsz évben.

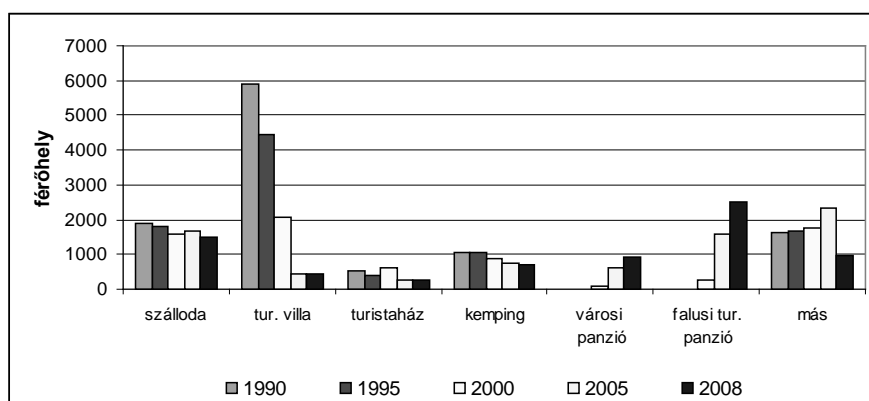
Maros megyében (15. ábra) a szállodai férőhelyek száma a legjelentősebb, 2000 csökkenés, azután növekedés figyelhető meg. A turisztikai villák főleg az üdülőhelyek esetében jelentősek, 1995-ig növekedés, 2000-ig kisebb, majd drasztikus visszaesés, újabban lassú növekedés észlelhető. A turistaházak jelentősége teljesen megcsappant, a kempingeké 2000-ig nőtt, utána visszaesett. A városi és falusi panziók mutattak növekedést, de még mindig kis szerepük van az összkínálatban. A „más” kategóriában motelek, ifjúsági szállók, hostelek, bungallók (sok esetben a kempingekhez tartoznak, de külön minősítik), iskolástáborok jelentősége tükröződik.



15. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása Maros megyében (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

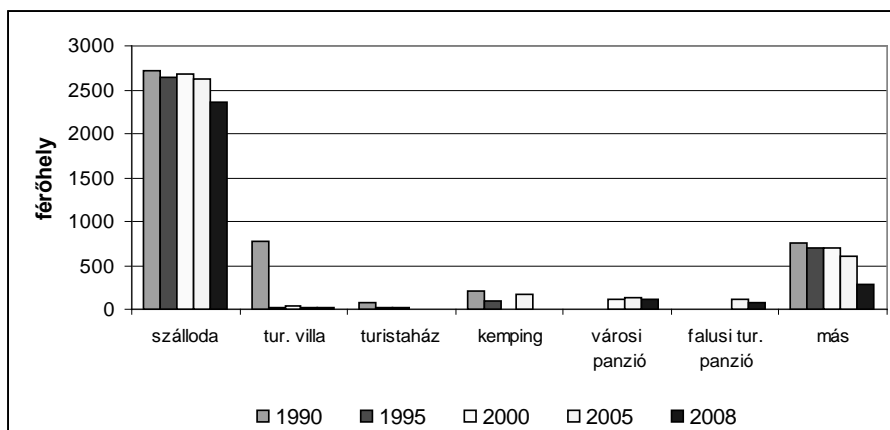
Hargita megye (16. ábra) egyre inkább falusi turisztikai panziós megye lett. A szállodák összesített férőhelyszáma tartósan csökkent, bár minimális növekedés 2005-ben észlelhető. A turisztikai villák férőhelyszáma drasztikusan visszaesett, egyrészt az ingatlanok tönkremenetele, másrészt nem kereskedelmi lakófunkciót nyertek, harmadsorban egyeseket szállodává, de többnyire panzióvá minősítették a felújítások után. A hegyvidékre jellemző turistaház-kínálat megcsappant, a kempingkapacitás is lassú csökkenést mutat, látványos fejlődés városi és falusi panziók gyarapodásában észlelhető. A „más” kategória a legutóbbi időben visszaesést mutat.



16. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása Hargita megyében (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

Kovácsna megye (17. ábra) egyértelműen szállodás megye (Kovácsna fürdőváros gyógyszállodáinak köszönhetően), a szállodai kínálat visszaesése mellett is. A turisztikai villák, turistaházak eltűntek a kínálatból, a kempinges kínálat is minimális, az amúgy is kisszámú panziónál enyhe visszaesés tapasztalható (legalábbis a beszolgáltatott statisztikai adatok alapján). Viszonylag nagy, de csökkenő a szerepe a „más” kategóriának, ami ez esetben jórészt iskolástáborokat jelent.



17. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása Kovácsna megyében (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

A három megye adatai a Közép régió összesített adataiban aggregáltan jelennek meg további három megye, Brassó, Szeben és Fehér megyék adataival, illetve az országos adatban 8 régió összesen 42 megyéjének adatai összegződnek. Ezt is figyelembe kell venni, ha a régiós vagy országos átlagokhoz vagy általános trendekhez viszonyítunk. A három székelyföldi/kelet-erdélyi megye egymáshoz képest is jelentős különbségeket mutat, a régiós és országoshoz képest is vannak markáns különbségek.

Az országos adat (M42. ábra) szállodai túlsúlyát a tengerparti szállodai kapacitásokkal is magyarázhatjuk, de a fejlődés inkább a nagyvárosi szálloda-beruházásokkal függ össze. Erre utal a Közép régió (M41. ábra) szállodai kínálatának a gyarapodása is. A turisztikai villák és turistaházak szerepe nagyobb volt a Közép régióban, mint országos szinten, de visszaesés jellemző mindenütt. A kempingeknél viszont enyhe gyarapodás volt a Közép régióban, de nem a székelyföldi megyéknek köszönhetően. A Közép régióban látványos fejlődés volt mind a városi, mind a falusi panziók esetében és ebbe Hargita megye is jelentősen belejátszott. Talán már a SAPARD-támogatással épült panziók hatása érzékelhető e számok mögött is. A „más” típusú szálláshely-kínálat általános csökkenése arra utal, hogy főleg az a túl sokféle szálláshely-típus szerepeltetése a minősítési rendszerben és a statisztikai nyilvántartásában egyaránt.

4.2.2. Településszintű vizsgálatok

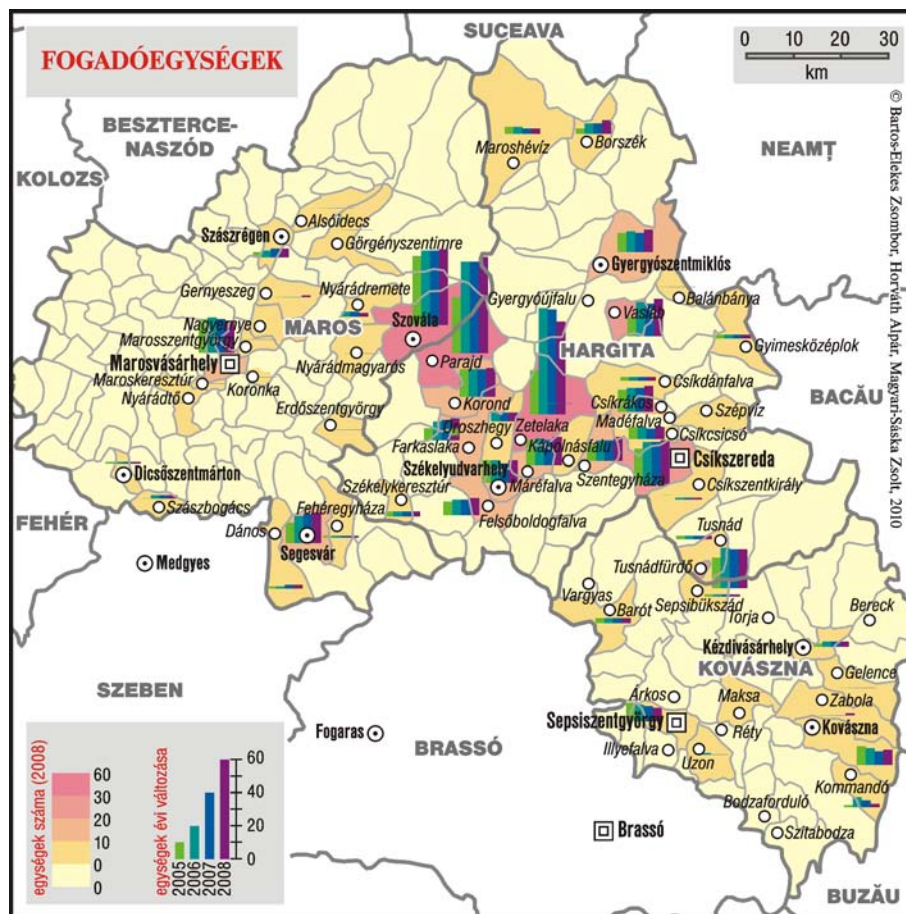
Az, hogy a székelyföldi megyéknek milyen szerepe van a Közép régió, vagy az ország turizmusában az a megyei összehasonlításokból, rangsorokból kiderül. De, hogy mi is van a régióban és a megyékben belül, hogyan tagolódik a turizmus teljesítménye a konkrétabb földrajzi térben, azt a kevésbé aggregált adatokból, a települések, közigazgatási alapegységek összehasonlításából derülhet ki, a kínálati adatok térképi megjelenítése (18–20. ábra) alapján kirajzolódik a turizmus térbeli koncentrációja vagy szétterülése.

A hivatalos településszintű adatok hiányosságaira akkor ébredhetünk rá, ha a terepbejárás során észleljük nemcsak a fogadóstruktúrák létét, hanem esetenként a turisták jelenlétét is. Ezek alapján állítható, hogy a hivatalos statisztika jelentősen torzít, főleg olyan települések nem szerepelnek az adatbázisban (vagy jóval szerényebb adatokkal szerepelnek), ahol az utóbbi időben kezdett kibontakozni a kínálat. Így, a kutatás e fázisában arra szorítkozom, hogy a terepi valóságról a hivatalos adatok alapján kirajzolható képet vázoljam fel. Regionális összegzésben néhány kisebb-nagyobb fogadóegység jelenléte/hiánya az adatbázisban valószínűleg nem változtatja meg a leglényegesebb összefüggéseket. Bár a turizmusban „egy fecske is csinálhat

tavaszt”, ha teljesen új szolgáltatás-csomaggal teljesen szokatlan vendégkört tud mozgósítani és a térségbe vonzani.

Maros megye szálláshelykínálatának erőteljes koncentrációja figyelhető meg, a 102 közigazgatási egységből 22-ben van turisztikai szálláshely-kínálat, ráadásul Szováta fürdőváros egymaga mintegy 48%-át tömöríti a megye kínálatának, Marosvásárhely több mint 21 %-át, Segesvár pedig közel 15%-át, együttesen tehát közel 84%-ot tesznek ki. Az M10. táblázat azt is érzékelteti, hogy 2005 és 2008 között az egyes települések kínálata akár jelentős mennyiségi változásokat mutatott, látványosabb gyarapodás (figyelembe véve a dinamikát, de az abszolút értékeket, a tényleges mennyiséget is) Nyárádtő, Mezősályi, Marosszentgyörgy, Dános, Segesvár és Szászrégen esetében észlelhető. A visszaesésben Libánfalva és Nyárádremete tűnik ki. A megye összkínálata enyhe, 3 %-os növekedést mutatott.

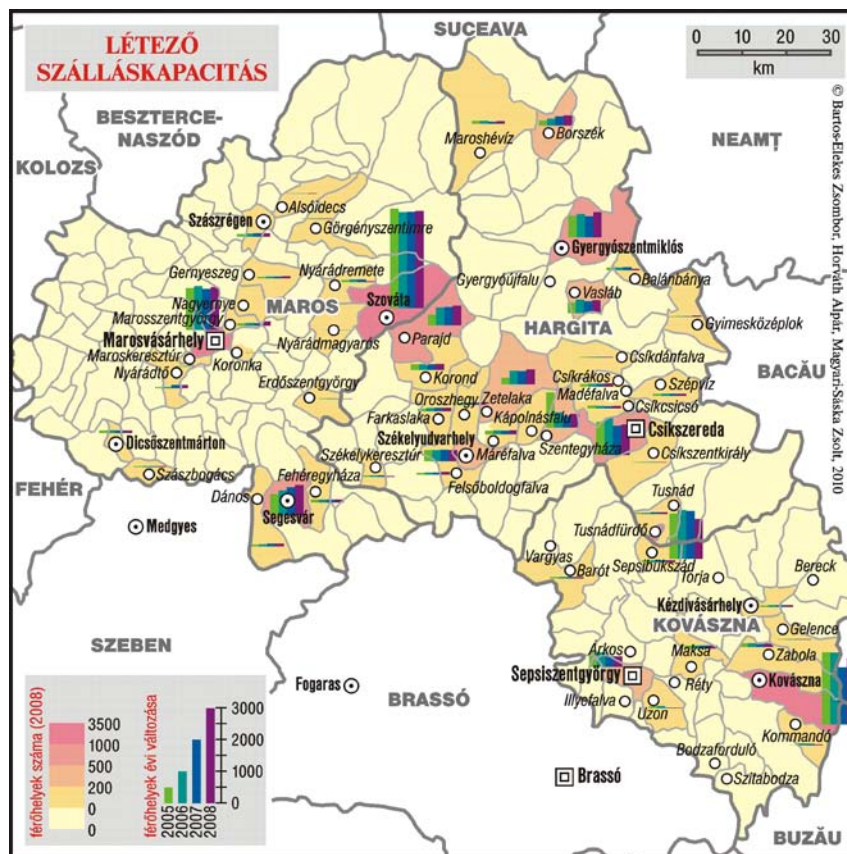
Hargita megye kínálata szétaprózottabb, 67 közigazgatási egységből 25-nek van értékelhető kínálata. Az első három település mintegy 41%-át tömöríti a kínálatnak, azaz Tusnádfürdő 17%-ot, Csíkszereda 13%-ot és Gyergyószentmiklós mintegy 11%-ot tudhat magáénak. A szálláshelykínálat dinamikája (M10. táblázat) látványosabb Zetelakán, Farkaslakán, Parajdon, Felsőboldogfalván, Bögözön, Borszékon, Csíkszentimrén, Gyimesközépleken, nagyobb visszaesés Szentegyházán, Maroshévízen, Tusnádfürdön és Csíkszeredában következett be. A megye kínálata összességében 5 %-os csökkenést mutat 2008-ban 2005-höz képest.



18. ábra. A turisztikai fogadóegységek térbeli elhelyezkedése és dinamikája (2005–2008) Maros, Hargita és Kovászna megyékben

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

Kovácszna megyében a koncentráció még erősebb: a 45 közigazgatási egységből 10-ben van értékelhető kínálat. Az első három település 89%-át tömöríti a férőhelyek számának, vagyis Kovászna fürdőváros közel 74, Sepsiszentgyörgy 11,5 ill. Zabola 3,9%-ban részesül. Nagyobb ütemű, de abszolút értékben minimális növekedés Kommandón, Kézdivásárhelyen és Baróton ment végbe, de összességében a megye kínálata jelentős csökkenést mutat (M10. táblázat). Azokon a településeken, amelyekről hivatalos adatok vannak, a visszaesés mértéke lehangoló lehet: Sepsiszentgyörgy, Uzon, Zabola és Kovászna is kisebb értékeket mutat, mint korábban. Torja község pl. nem is szerepel a nyilvántartásban, pedig Bálványosfürdön több panzió működik és újabbak is épültek.



19. ábra. A létező szálláskapacitás térbeli elhelyezkedése és dinamikája (2005–2008) Maros, Hargita és Kovászna megyékben

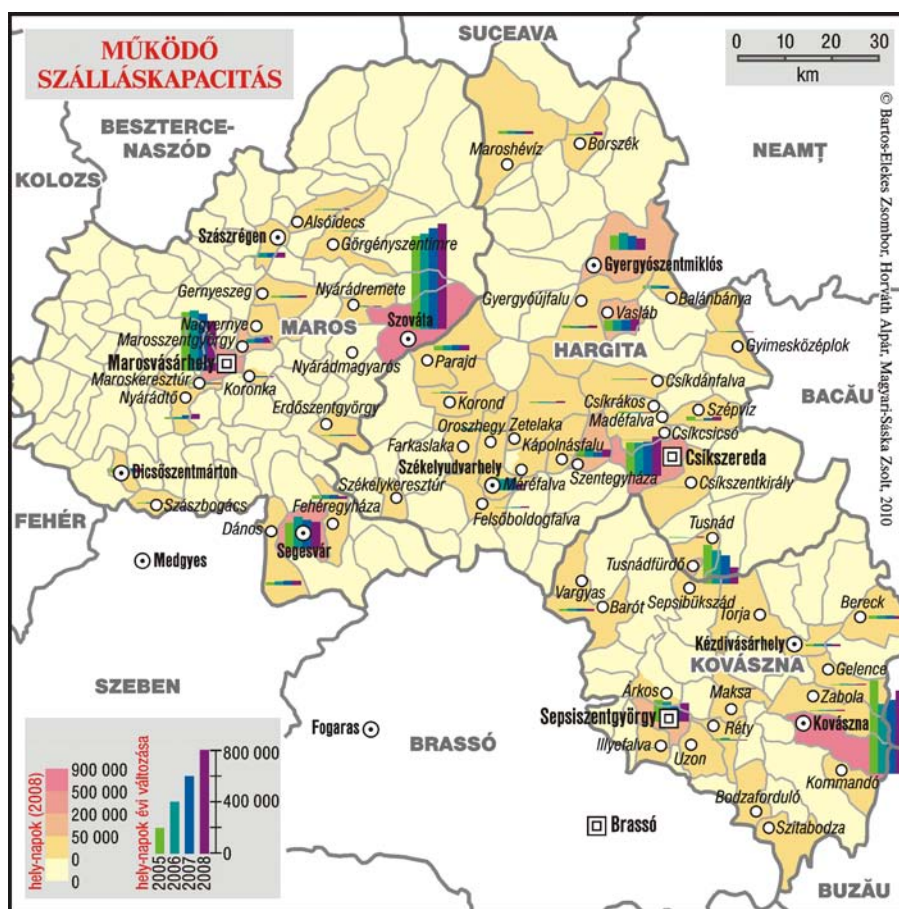
Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

Ha a három kelet-erdélyi megye adatait összevonjuk, és ez alapján értékeljük a települési kínálati adottságokat (M43. ábra), akkor az látható, hogy a régió első helyezettjei az országos érdekeltségű fürdővárosok és a megyeszékhelyek (Sepsiszentgyörgy kivételével).

A székelyföldi, három megyés rangsor alapján kirajzolódik azoknak a településeknek a listája, amelyek turisztikai funkciót hordoznak, hiszen e funkció legjobban mérhető mutatója a szálláshely-kapacitás.

A működő szállás-kapacitás mutatója kissé elvontabb fogalom a kínálat jellemzésére, de a kapacitáskihasználtságok kiszámításához ezt szokták figyelembe venni, amikor a ténylegesen megvalósult (értékesített) vendégéjszakák számát a felkínált vendégéjszakák számához viszonyítják. A hely-napban kifejezett kínálati mutató azt fejezi ki, hogy ténylegesen mennyi napra voltak kiejánlva a férőhelyek. Az MSZK esetében a területi koncentráció erőteljesebb, mint a létező szálláskapacitás vagy a fogadóegységek száma szerint. Mivel ez a mutató a nyitvatartási időt is figyelembe veszi, ezért jobban érzékelteti az egyes térségek szerepét a régió turizmusgazdaságában. Míg a fogadóegységek száma alapján számos udvarhelyszéki település

(Parajd, Korond, Oroszhegy, Zetelaka, Máréfalva, Felsőboldogfalva) még jelentősnek mondható, a létező és főleg a működő szálláskapacitásnál már kevésbé érzékelhető a jelenlétük.

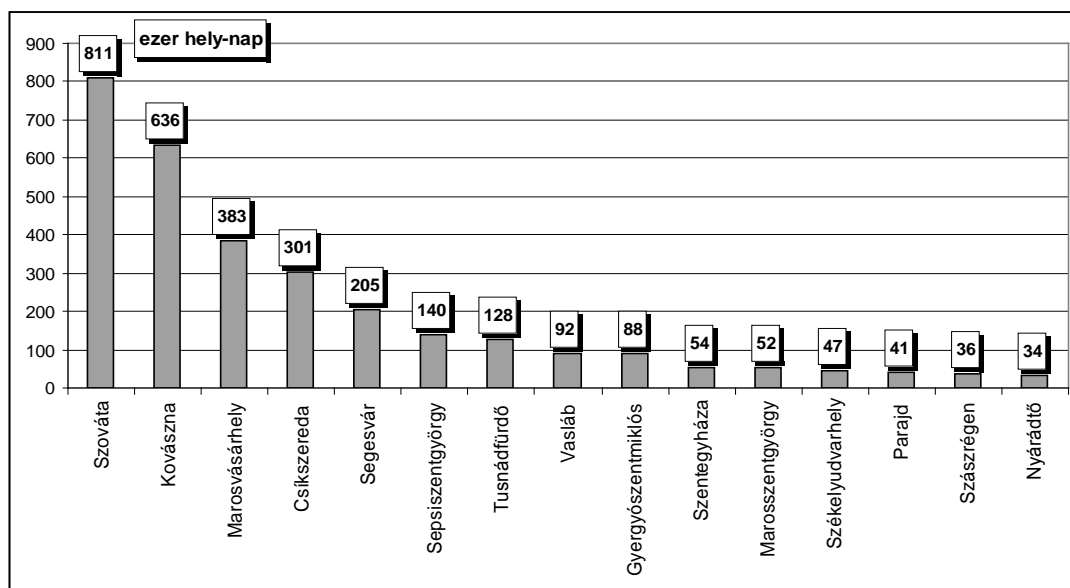


20. ábra. A működő szálláskapacitás térbeli elhelyezkedése és dinamikája (2005–2008) Maros, Hargita és Kovászna megyékben

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

A három kelet-erdélyi megyében összesen majdnem 3,5 millió hely-nap volt a MSZK, ebből a történelmi Székelyföld³⁹ területére 88,9% esik, azaz majdnem 3,1 millió hely-nap. Amikor a települések szerepét a (szub)regionális kínálatban akarjuk értékelni, akkor e két számhoz viszonyíthatunk, azaz a három megyés területi entitáshoz vagy a Székelyföldhöz. Az MSZK rangsorban 15 településnek van legalább 1 %-os részesedése a három megyés összkínálatból, ezek sorrendjét és nagyságrendi különbségeit a 21. ábra mutatja.

³⁹ Az egykori Aranyos szék nélkül.



21. ábra. Székelyföld fontosabb településeinek MSZK szerinti rangsora 2008-ban.

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

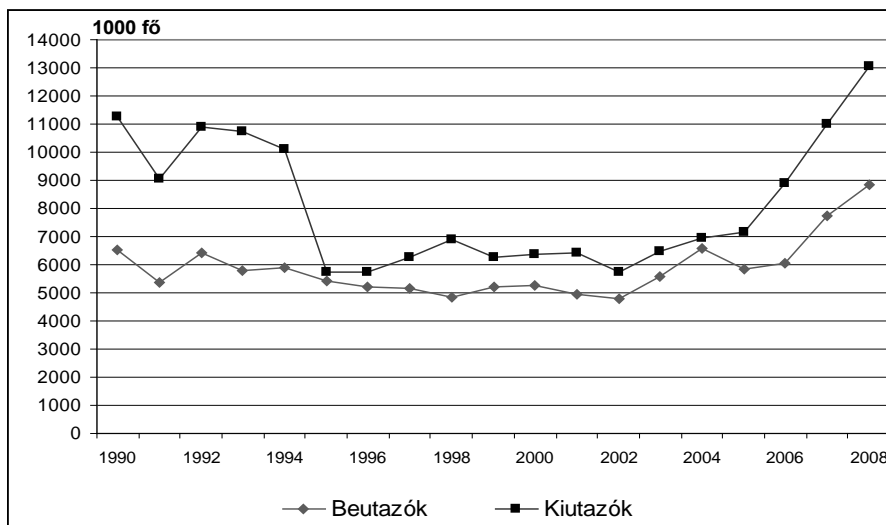
4.3. Szekunder kutatási eredmények a regisztrált kereslet alakulásáról

Mivel a Székelyföld Romániának és a Kárpát-medencének egy olyan régiója, amelynek egyik legfőbb sajátossága *etnikai jellege*, azaz a romániai magyar kisebbség tömbszerű és regionális többségben való elhelyezkedése, célszerű a szekunder kutatásban igazolást vagy cáfolatot keresni a térség turizmusának etnikai jellegére. A rendelkezésre álló adatforrások csak részben tükrözik azt, ami a primer kutatásból egyértelműnek mutatkozik: a sokrétű magyar–magyar kapcsolatok a turizmusban is megmutatkoznak. Azaz, nem véletlen a magyarországiak Romániába való utazásában a székelyföldi bázisok preferálása (KPMG 2006). De ez egyben azt is jelenti, hogy a térségbe érkező és akár több napig ott tartózkodó magyar állampolgárságú turisták jelenléte statisztikai nyomon követése meglehetősen hiányos. Ez pedig egyrészt a vendégregisztráció lazaságával, másrészt – főleg az egyéni turisták esetében – a VFR-turizmusnak is köszönhető (barátok és rokonok látogatása), amely során nem-kereskedelmi szálláshelyeket vesznek igénybe. A magyar piac elsődleges fontosságának bizonyítása érdekében tekintek ki a beutazó forgalom határátlépési statisztikáira. Másrészt a desztináció-típusok és a leendő jellegzetes turisztikai termékek körvonalazása érdekében beépítetek egy országos szintű desztináció-elemzést is.

4.3.1. A regisztrált turisztikai kereslet jellemzői Romániában

4.3.1.1. Látogatók száma a határforgalom alapján

Románia mint utazási célterület potenciáljához képest jóval alacsonyabb szinten jelenik meg a nemzetközi turisztikai piacon. Sőt, a beutazások és kiutazások számát és arányát tekintve, úgy tűnik, Románia inkább küldőterület, mint fogadóterület (22. ábra). A vizsgált időszakban a kiutazók száma mindvégig meghaladta a beutazók számát. A kiutazási adatokban a 10 millió fős nagyságrend a '90-es évek elejére és a 2007-es EU csatlakozás után jellemző. Ha az előbbi időszak kiutazó forgalmában a határnyitás eufóriája mellett a (nem-hivatalos) munkavállalás is belejátszhatott, 2007 után ugyanezen tényező mellett talán nagyobb arányban megjelent a valós turistaáramlás is, a hazai lakosság anyagi helyzetének valamelyes javulásának és a hitellehetőségek bővülésének köszönhetően is. A beutazó forgalom, ha még a 10 milliós nagyságrendet nem is érte el, de 2002 után ígéretes növekedés tapasztalható, leszámítva a 2005-ös évet, amelyben a magyarországiak beáramlásában tapasztalt visszaesés jelentős súllyal játszott közre.



22. ábra. Románia határforgalma, kiutazások és beutazások száma, 1990 után

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázis alapján

Az ország relatív gyenge vonzereje mellett azt is figyelembe kell venni, hogy a román turisztikai promóciós erőfeszítéseknek nem csupán a külföldi turisták idecsalogatására, hanem a belföldi turisták „ittthon tartására”, a belföldi célterületek népszerűsítésére is kell törekednie. A határátlépési statisztikák fényében azoknak az országoknak a sorrendje, amelyekből legalább

1000 turista érkezett, a 2000. és 2008. évek folyamán az alábbiak szerint alakult (4. táblázat, 23. ábra).

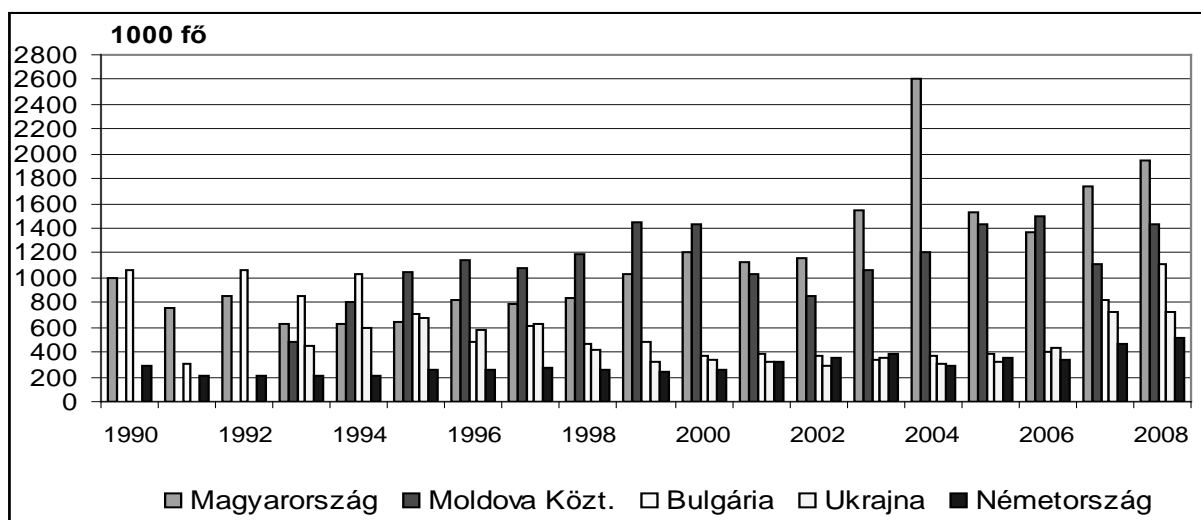
4. táblázat: Turistaküldő országok rangsora 2000-ben és 2008-ban (ezer fő)

Országok	2000	%	Országok	2008	%
1 Moldova Közt.	1436	27.3	1 Magyarország	1950	22.0
2 Magyarország	1203	22.9	2 Moldova Közt.	1429	16.1
3 Bulgária	363	6.9	3 Bulgária	1115	12.6
4 Ukrajna	330	6.3	4 Ukrajna	730	8.2
5 Németország	255	4.8	5 Németország	522	5.9
6 Törökország	253	4.8	6 Olaszország	433	4.9
7 Olaszország	189	3.6	7 Törökország	303	3.4
8 Jugoszlávia	143	2.7	8 Lengyelország	277	3.1
9 Lengyelország	102	1.9	9 Ausztria	210	2.4
10 Oroszország	83	1.6	10 Jugoszlávia	184	2.1
11 Szlovákia	80	1.5	11 Franciaország	183	2.1
12 Amerikai Egy. Áll.	79	1.5	12 Szlovákia	148	1.7
13 Franciaország	76	1.4	13 Amerikai Egy. Áll.	137	1.5
14 Cseh Közt.	71	1.3	14 Cseh Közt.	135	1.5
15 Görögország	70	1.3	15 Egyesült Királyság	128	1.4
16 Ausztria	66	1.3	16 Görögország	118	1.3
17 Hollandia	55	1.0	17 Izrael	96	1.1
18 Egyesült Királyság	53	1.0	18 Hollandia	80	0.9
19 Izrael	51	1.0	19 Spanyolország	71	0.8
20 Fehéroroszország	28	0.5	20 Oroszország	63	0.7
21 Belgium	19	0.4	21 Belgium	44	0.5
22 Svédország	17	0.3	22 Szlovénia	37	0.4
23 Macedónia vjk.	15	0.3	23 Fehéroroszország	37	0.4
24 Spanyolország	12	0.2	24 Svédország	24	0.3
25 Dánia	10	0.2	25 Dánia	17	0.2
26 Egyiptom	5	0.1	26 Portugália	16	0.2
27 Finnország	4	0.1	27 Írország	15	0.2
28 Írország	4	0.1	28 Macedónia vjk.	13	0.1
29 Portugália	3	0.1	29 Ciprus	11	0.1
30 Luxemburg	1	0.0	30 Finnország	10	0.1
egyéb	188	3.6	31 Litvánia	10	0.1
összesen	5264	100.0	32 Észtország	6	0.1
			33 Egyiptom	6	0.1
			34 Lettország	4	0.0
			35 Luxemburg	1	0.0
			36 Málta	1	0.0
			37 egyéb	298	3.4
			összesen	8862	100.0

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázis alapján

Látható, hogy 2000-hez képest 2008. évre összességében nőtt a turisták száma, mintegy 68,3 %-kal. Míg 2000-ben csak 25 országból jöttek legalább tízezren és csak 9 országból legalább százezren, addig 2008-ban a küldőországok palettája szélesedett: 6 országgal bővült a

tízezres és 7 országgal a százezres létszámot küldő országok csoportja. Az első 5 küldőország rangsorában Magyarország (már 2001-től) lekörözte Moldova Köztársaságot több mint egy ötödét téve ki az ország beutazó forgalmának. A 2005-ös évi visszaesés ellenére még mindig növekedő tendenciát mutat, ami azt a reményt keltheti, hogy még sincs kimerítve még ez a piac. Az élmezőny többi helyezettje Németország kivételével a szomszédos országokból kerül ki, a németek érdeklődésében szerepet játszhat a dél-erdélyi, bánsági német (szász és sváb) kulturális örökség, a családi, baráti kapcsolatok, de az üzleti érdekek is.



23. ábra. A Romániába érkező látogatók számának alakulása a 2008. évi első 5 küldőországból
Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázis alapján

A második öt küldőország csoportjában (M44. ábra) Olaszország van feltörekvőben, ami valószínűleg az Olaszországban dolgozó román vendégmunkások kapcsolatrendszerével, de talán még inkább az olasz állampolgárságot megszerző románok hazautazásával, a romániai olasz üzleti érdekeltségekkel függhet össze. A törökök esetében akár tranzit-forgalomról is szó lehet, de ugyanígy összefügghet a török kisebbség jelenlétével, üzleti kapcsolatokkal, egyetemjárással is. A lengyelek '90-ben még a KGST-piac hagyományai alapján a legelsők között voltak, de a kelet-európai gazdaságok összeomlása és a lakosság leszegényedése nyomán szinte el is tűntek a Romániába irányuló vendégkörből, számuk végre ismét erős növekedést mutat⁴⁰. Meg is előzték az enyhén növekvő osztrák és az ingadozó szerb (jugoszláv) piacot.

A harmadik tömbben (M45. ábra) két közép-európai ország (Cseh Köztársaság és Szlovákia) mellett markánsan megjelenik Franciaország és az Egyesült Királyság, valamint az Amerikai Egyesült Államok, amelyek arra utalhatnak, hogy az ország ismertsége és imázsa

⁴⁰ 2009-ben megnyílt a román turisztikai külképviselet varsói irodája is

javuló tendenciát mutat. Mindez a Székelyföld szempontjából sem mellékes, hisz ha piaci jelenlétet diverzifikálni akarják a térség döntéshozói, akkor ezekből a célpiacokból kellene kiindulni. De nem hanyagolhatóak el azok a célpiacok sem, amelyek esetében már vannak hagyományos kapcsolatok, pl. Hollandia vagy Izrael. Ugyanígy, az északi országokban élő magyar diaszpóra kapcsolatai, a különböző karitatív vagy környezetvédelmi szervezetek révén, ha apránként is, de talán lehet kisebb sikereket elérni a piacbővülésben.

2000 és 2008 között a leglátványosabb növekedési vagy éppen csökkenési ütemet az 5. táblázatban szereplő országok mutatták.

5. táblázat. Románia beutazó forgalmának legdinamikusabb célpiacai, 2008. évi növekedés 2000-hez képest (%)

ssz.	Küldőország	2000 (ezer fő)	2008 (ezer fő)	% 08/00	ssz.	Küldőország	2000 (ezer fő)	2008 (ezer fő)	% 08/00
1	Spanyolország	12	71	491.7	16	Szlovákia	80	148	85.0
2	Portugália	3	16	433.3	17	Amerikai Egy. Áll.	79	137	73.4
3	Írország	4	15	275.0	18	Dánia	10	17	70.0
4	Ausztria	66	210	218.2	19	Görögország	70	118	68.6
5	Bulgária	363	1115	207.2	20	Magyarország	1203	1950	62.1
6	Lengyelország	102	277	171.6	21	Hollandia	55	80	45.5
7	Finnország	4	10	150.0	22	Svédország	17	24	41.2
8	Egyesült Királyság	53	128	141.5	23	Fehéroroszország	28	37	32.1
9	Franciaország	76	183	140.8	24	Jugoszlávia	143	184	28.7
10	Belgium	19	44	131.6	25	Egyiptom	5	6	20.0
11	Olaszország	189	433	129.1	26	Törökország	253	303	19.8
12	Ukrajna	330	730	121.2	27	Luxemburg	1	1	0.0
13	Németország	255	522	104.7	28	Moldova Közt.	1436	1429	-0.5
14	Cseh Közt.	71	135	90.1	29	Macedónia vjk.	15	13	-13.3
15	Izrael	51	96	88.2	30	Oroszország	83	63	-24.1

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázis alapján

A további desztináció-marketing erőfeszítésekben, tehát egyaránt tekintettel kell lenni a főbb piacok részesedésére és az eddig még kevésbé prioritizált piacok dinamikájára is. A székelyföldi turisztikai vállalkozóknak és szakmai közületeknek (turizmusfejlesztési egyesületeknek, irodáknak) részletesebben meg kell vizsgálniuk majd az egyes földrajzi célpiacok azon életstílus-szegmenseit, akiknek megérné a mi térségünkbe utazni és már csak az lesz a kérdés, hogy miképpen (milyen kommunikációs csatornákon) lehet őket a leghatékonyabban elérni a megfelelő marketingüzenetekkel.

4.3.1.2. A szálláshelyeken regisztrált forgalom desztináció-típusok szerint

Romániában nincsenek intézményesült turisztikai régiók, sem statisztikailag egyértelműen körülhatárolt desztinációk, csak meglehetősen elnagyolt kategóriák, amelyeket inkább „térspecifikus termékként” értelmezhetnénk. A nemzeti turizmus-statisztikában hat desztináció-típust különítettek el, amelyeket azonban nem lehet összevetni pl. a tervezési-statisztikai (NUTS2-es) régiókkal vagy megyékkel. Ezért desztinációkról általában az ország szintjén beszélhetünk.

A vendégforgalom megoszlása a desztináció-típusokban (a statisztikai nyilvántartás minden hiányossága mellett is) arról árulkodik, hogy Bukarestben és a 41 megyeszékhelyen valósul meg a belföldi és külföldi turistaérkezések 40 ill. 75 %-a, és a vendégéjszakák 25 ill. 71 %-a. Ez a városi turizmus jelentőségére utal, aminek mozgatója jórészt a hivatásturizmus (üzleti és konferenciaturizmus) lehet, mind a belföldi, mind a külföldi vendégek esetében. De az sem mellékes tényező, hogy a nagyobb városok ismertsége bizonyára nagyobb, mint az üdülőhelyeké, valamint a szállodák súlya a városokban nagyobb és a komolyabb vendégregisztráció miatt akár torzíthatja is a valóságról alkotott képet.

A *más települések és turisztikai útvonalak* kategóriája magába foglalja a nem-megyeszékhely városokat, a falvakat és azokat a szálláshely-struktúrákat, amelyek a különböző közlekedési utak mellett helyezkednek el. Ebből nyilván nem lehet következtetni pl. a falusi turizmus jelentőségére, de a diagrammokból kitűnik, hogy e kategória a külföldiek esetében meghaladja az egyéb desztinációk jelentőségét. A *fürdőhelyek, gyógyüdülő települések* súlya a belföldiek vendégéjszakázásaiban jelentős, meghaladva a *tengerparti üdülések* arányát, a külföldiek esetében azonban meglehetősen alacsony, arra utalva, hogy a román gyógyturisztikai kínálat nem bizonyul elég vonzónak és versenyképesnek. A *hegyvidéki üdülőhelyek* helyzete csak kicsivel jobb, ahhoz képest, hogy az ország területének mintegy harmadát alkotja a hegyvidék.

A kínálati és keresleti arányszámok (6. táblázat) alapján is jól látható, hogy a fürdőhelyeknek a román vendégéjszakákból van nagyobb részesedése, a tengerparti üdülőhelyeknek a férőhelyszámból való magas részesedés ellenére szerényebb a részesedése mind a turisták, mind a vendégéjszakák számából, de ez összefügg a működő-kapacitásból való alacsonyabb részesedéssel is (tehát a fokozott szezonalitással). A hegyvidéki üdülőknek a kínálattal arányosabb részesedésük inkább a belföldi turistaérkezésekből van, a vendégéjszakákból már szerényebben részesülnek.

6. táblázat: Románia desztináció-típusainak részesedései a turisztikai kínálati és keresleti mutatókból, 2008-ban (%)

	FE	LK	MK	Ötur	Rtur	Ktur	Övé	Rvé	Kvé
Fürdőhelyek	7.9	13.1	17.6	10.2	12.4	1.9	25.6	30.0	3.1
Tengerparti üdülőhelyek	19.3	39.7	14.5	11.7	14.0	2.8	19.3	21.8	6.4
Hegyvidéki üdülőhelyek	20.9	11.1	15.8	14.0	15.8	7.2	10.8	11.5	7.4
Duna-delta és Tulcsa	2.1	1.3	0.9	1.3	1.4	1.2	0.8	0.8	0.9
Bukarest és a megyeszékhelyek	18.2	21.1	34.6	47.2	40.0	75.1	32.3	24.8	70.8
Más települések és turisztikai útvonalak	31.6	13.7	16.6	15.5	16.5	11.8	11.1	11.1	11.3
Összes célterület	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Forrás: OSI Tempo-Online adatbázis alapján saját szerkesztés

(FE - fogadóegységek száma; LK- férőhelyek száma; MK – működőkapacitás, hely-nap; Ötur – összes turistaérkezés, Rtur – román/belföldi turistaérkezések száma, Ktur – Külföldi turistaérkezések száma; Övé – összes vendégéjszaka száma; Rvé – romániai/belföldi vendégéjszakák száma; Kvé – külföldi vendégéjszakák száma)

Az általános desztináció-típusok szerinti forgalom-megoszlási adatokból akár feltételezhetjük, hogy Székelyföld sem lehet nagyon kivétel az országos átlagok alól, vagyis: a megyék forgalmának nagy részét, a turistaérkezések esetén a megyeszékhely városokban, a más településeken kereshetjük, a fürdőhelyeken és hegyvidéki üdülőhelyeken inkább a belföldi turistaérkezések lehetnek jellemzőbbek (ezt világítják meg a település-szintű kereslet-elemzések a 4.3.2.2. alfejezetben). A vendégéjszakáknál csak a belföldiek esetében jelentősebb a fürdőhelyek aránya, a külföldi vendégéjszakák nagy része szintén a városokban keresendő.

4.3.2. A székelyföldi megyék szálláshelyein regisztrált kereslet

A székelyföldi megyék teljesítményének értékelését a Közép régió belüli többi megyével összevetve, valamint országos rangsorba illesztve végezhetjük. A megyei szintű vizsgálódások átfogóbb, a településszintűek pedig mélyrehatóbb ismereteket nyújthatnak a régió turizmusáról.

4.3.2.1. Megyei szintű vizsgálatok

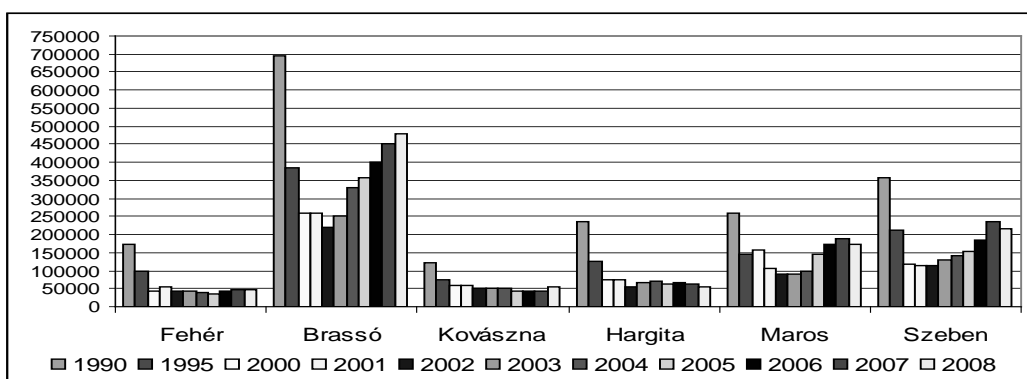
A Közép régió belüli megyék turistaérkezéseinek és vendégéjszakáinak száma a 24–27. ábrák szerint alakult. A forgalom alakulásában két külön szakasz különíthető el: 1990–2000 és 2000 után. 1990 után drasztikusan visszaesett a belföldi turistaérkezések és vendégéjszakák száma mindegyik megyében. A külföldi turisták száma (25. ábra) azonban csak Brassó és Hargita

megyében esett vissza, ugyanakkor e megyékben is a külföldi vendégéjszakák száma emelkedett. Azaz, a kevesebb külföldi összességében több időt töltött itt. 2000 után a turistaérkezések és vendégéjszakák számának alakulása jelentős eltéréseket mutat a belföldiek és külföldiek tekintetében. Míg Brassó, Szeben és Maros megyében a hazaiak érkezése növekedett (vendégéjszakázásaik kisebb mértékben), addig Hargita, Kovászna és Fehér megyékben visszaesett majd stagnált (24. ábra). Amint a településszintű vizsgálatokból is kiderül, Hargita és Kovászna megye turizmusát jórészt az országos jelentőségű üdülőhelyek biztosítják: Tusnádfürdő Hargita megye vendégéjszakáiból 2008-ban 33,3 %-ot, Kovászna fürdőváros Kovászna megye vendégéjszakáinak 88,8 %-át teszi ki. De ugyanez Maros megyére is elmondható, hisz Szováta fürdőváros 54 %-át adta a megye vendégéjszakáinak.

A belföldi turizmus visszaesésében a lakosság elszegényedése képezte a fő tényezőt, hiszen a gazdasági szerkezetváltással megnőtt a munkanélküliség, a munkaképes lakosság egyre nagyobb hányada közép-, nyugat- és később dél-európai országokba ment vendégmunkásként, a társadalmi egyenlőtlenségek megnövekedtek, a középosztály gyakorlatilag eltűnt. A tehetősebb román állampolgárok pedig a jobb ár-érték arányúnak ítélt külföldi desztinációkat részesítették előnyben, a kiutazók száma meghaladta a beutazók számát (22. ábra, M11. táblázat). A beutazó külföldiek egy része kereskedelmi szálláshelyeken szállt meg, más részük pedig vagy a VFR-turizmusra jellemző nem-kereskedelmi szálláshelyet vett igénybe, vagy az informális gazdasági szférát gyarapította.⁴¹ Az országba érkező *külföldiek* 18,3 %-a, 268 ezer turista a Közép régió megyéiben szállt meg (a vendégéjszakák 16,7 %-ával), legnagyobb részt Brassó (101 ezer fő 241 ezer vendégéjszakával), Szeben (72 ezer fő 110 ezer vendégéjszakával) és Maros megyében (58 ezer fő 112 ezer vendégéjszakával).

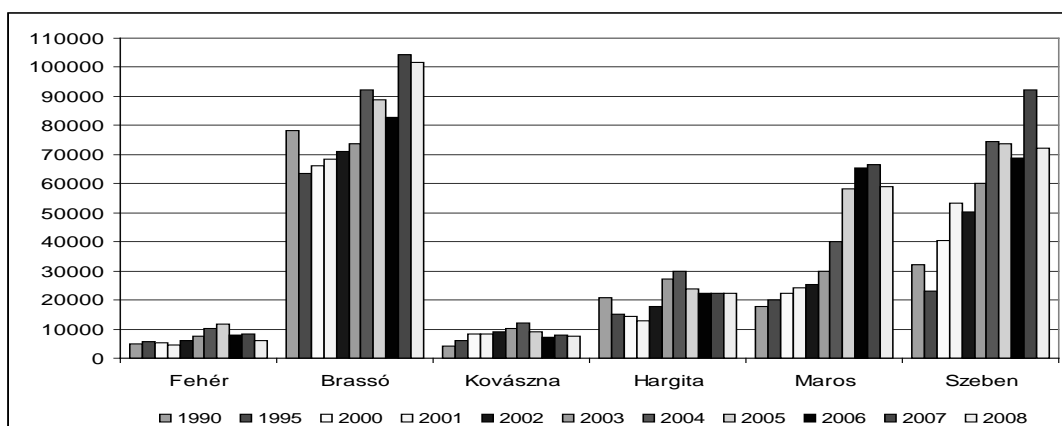
A külföldi turisták számának a megyénkénti alakulása (25. ábra) érdekes különbségeket mutat. Brassó megye 2005, 2006 és 2008 kivételével növekedést mutat (a hazaiaknál 2002 óta folyamatos növekedés!). Szeben megyénél hasonló trend figyelhető meg, annyi különbséggel, hogy a 2007-es év a külföldieknél kiugró értékeket mutat. Nagyszeben városa 2007-ben Luxemburggal megosztottan viselhette az Európa Kulturális Fővárosa címet. Egyrészt a számos kulturális esemény, másrészt e cím marketingerősítő szerepe forgalomnövelő hatású lehetett. 2007-ben 2006-hoz képest Szeben megyében a belföldi turisták száma 28,2%-kal, a külföldieké 33,9%-kal nőtt, majd 2008-ra 8,9 ill. 21,6%-kal esett vissza.

⁴¹ 2008-ban a magyar – román határt 1,95 millió magyar állampolgár lépte át. Maros, Hargita és Kovászna megyében összesen 88747 külföldi turistát regisztráltak a kereskedelmi szálláshelyeken, beleértve a magyar és más állampolgárokat is.



24. ábra. A belföldi turisták számának alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

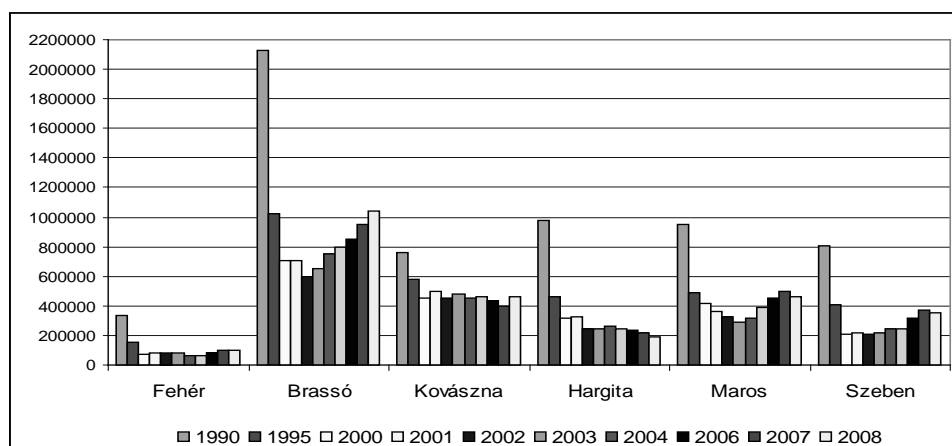


25. ábra. A külföldi turisták számának alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

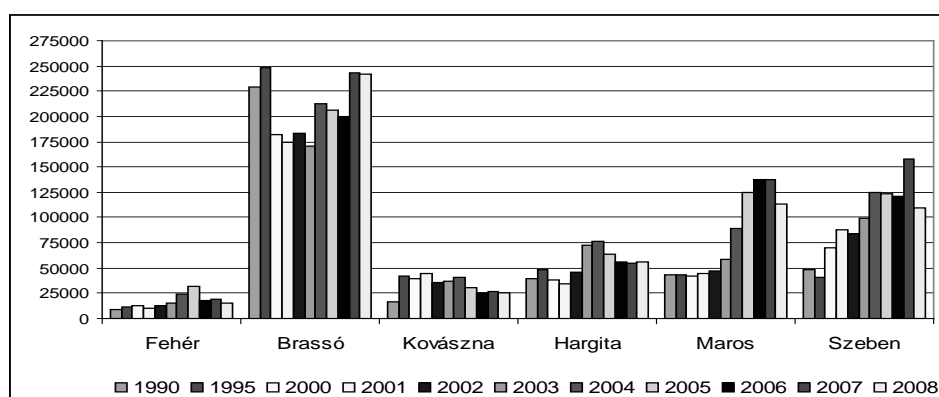
2008-as év a Közép régió fejlettebb megyéinél visszaeséseket mutat, a két székelyföldi megyében viszont nincs jelentős változás sem a belföldi, sem a külföldi regisztrált keresletben. Ez egyben azt is sugallhatja, hogy e megyék regisztrált forgalmában olyan szegmensek lehetnek jelen, akiket a 2008 évben kialakult pénzügyi és gazdasági válság kevésbé, vagy még nem érintett. De bizakodásra már csak azért sincs ok, mert változatlanul alacsony szintű forgalomról beszélhetünk.

A belföldi vendégéjszakák 19%-kal (26. ábra), a külföldiek 29,7%-kal növekedtek, majd 2008-ra 6,2 ill. 30,2 %-kal estek vissza (27.). A 7. táblázat arányszámai azt mutatják meg, hogy a Közép régió megyéiben, adott években mekkora volt a külföldiek által eltöltött vendégéjszakák aránya az összforgalomból. Etekintetben Hargita és Maros megye jól (23,3 %, növekvő ill. 19,7 % csökkenő), Kovászna megye gyengén (5,2 %, csökkenő) teljesített.



26. ábra. A belföldi vendégéjszakák számának alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján



27. ábra. A külföldi vendégéjszakák számának alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008)

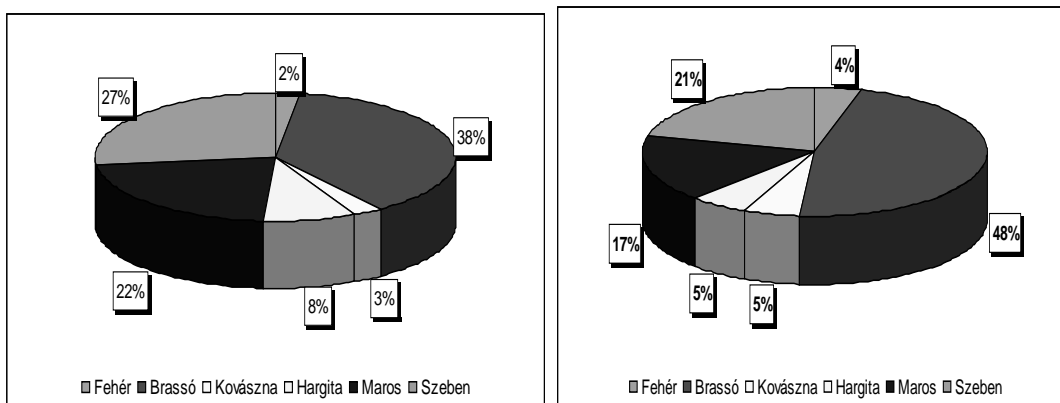
Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

7. táblázat. A külföldi turisták által eltöltött vendégéjszakák arányának alakulása (1990–2008)

Területegységek	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Románia	9.5	9.9	12.2	13.2	14.7	15.5	18	18.9	17.1	17.4	16.2
Közép régió	6.1	12.2	15	15.3	17.7	18.7	21.3	20.8	19	20.1	17.8
Fehér	2.6	7	15.3	11.1	13.5	15.7	27.2	33.2	16.9	16.8	13.6
Brassó	9.7	19.6	20.4	19.7	23.6	20.7	22.1	20.6	18.9	20.5	18.9
Kovászna	2.1	6.6	8	8.3	7.2	7.1	8.3	6.2	5.5	6.3	5.2
Hargita	3.9	9.5	10.8	9.7	15.7	22.6	22.4	20.6	19.4	20.2	23.3
Maros	4.3	8.3	9.2	10.9	12.8	16.7	21.8	24.2	23.4	21.6	19.7
Szeged	5.6	9.1	25.4	28.5	28.7	31.4	33.7	33.4	28	29.7	23.9

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

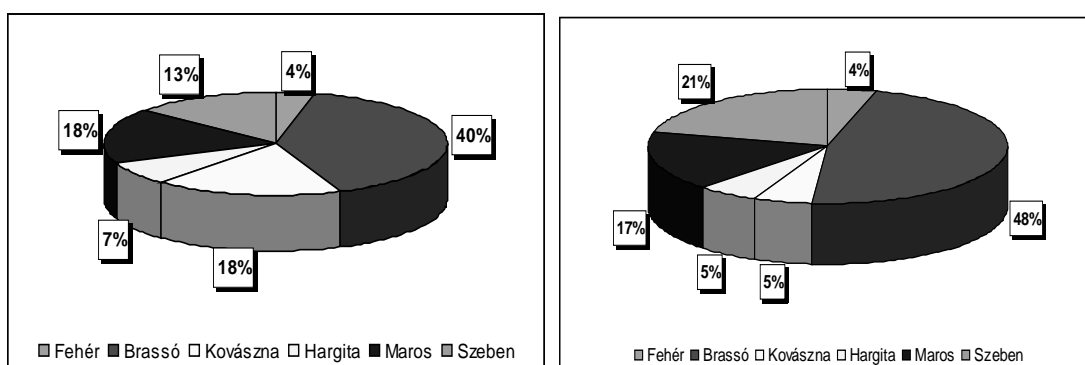
2008-ban a Közép régió forgalmából Brassó megye a belföldieknek 48%-kal, a külföldieknek 38%-kal részesül, majd Szeged követi 21 és 27 %-kal ill. Maros megye 17 és 22%-kal. Hargita és Kovászna megyék a régiós forgalomból mind a belföldi, mind a külföldi turistaérkezéseknél kismértékben (3–8%) részesednek (28. ábra).



28. ábra. A megyék részesedése a Közép régió turistaérkezéseiből, 2008-ban

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

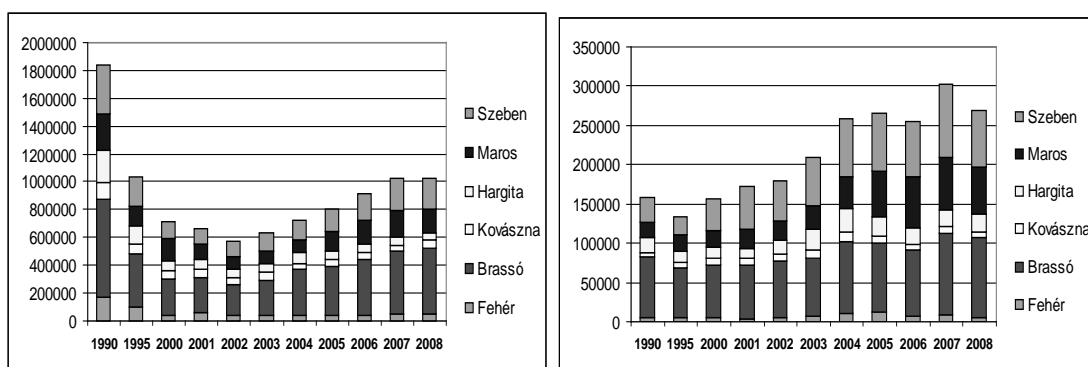
Ha a *vendégéjszakákat* nézzük 2008-ra, akkor a megyék közötti arányok némiképp módosulnak. Ez leginkább Kovászna megyénél szembetűnő, hisz míg a belföldi turistáknál a régiós forgalom 3%-át teszi ki, addig a régió belföldi vendégéjszakáinak 18%-át. S ez főleg a Szeben megyei részesedés csökkenésével jár együtt, ahol a belföldi turistaérkezések 27%-át, a belföldi vendégéjszakáknak azonban csak 13 %-át regisztrálták (29. ábra).



29. ábra. A megyék részesedése a Közép régió vendégéjszakáiból, 2008-ban

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

Az egyes megyék részesedésének alakulása a régió forgalmának alakulásán belül nem mutat jelentős átrendeződéseket. Kiegyenlítődést, hasonló részesedéseket pedig nem is várhatunk. Hargita és Kovászna megye az eddigi forgalmuk tükrében nemhogy nem zárkózik fel Brassó, Szeben vagy akár Maros megyéhez, hanem vélhetően jobban le is fognak szakadni, ha nem következik be jelentős változás a turizmus feltételrendszerében, az attrakció- és szolgáltatásfejlesztésben, valamint az összehangolt és céltudatos marketingkommunikációban (30. ábra).

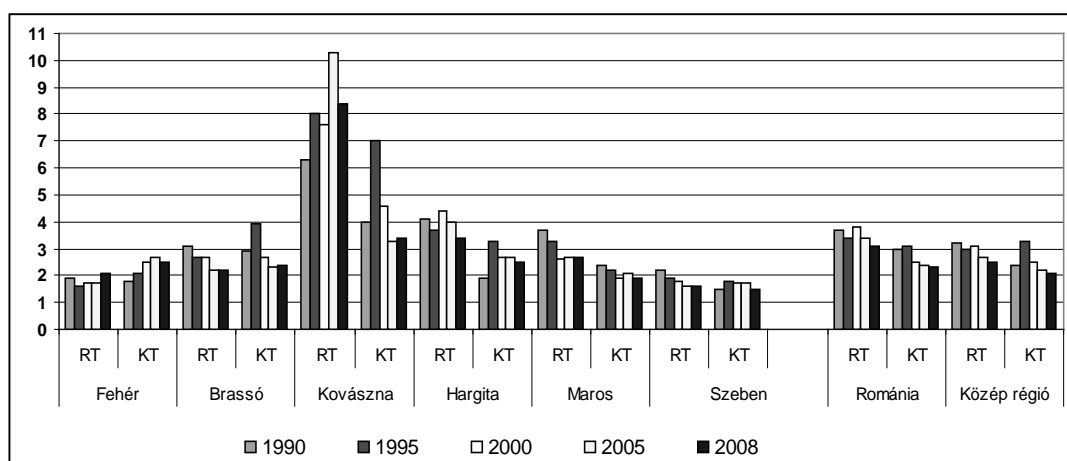


30. ábra. A megyék részesedésének alakulása a Közép régió belföldi és külföldi vendégéjszakáiból (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

A belföldi és külföldi turistérkezések és az eltöltött vendégéjszakák száma szerint négy különböző országos rangsort állíthatunk fel (M12., M13. táblázatok). Ezek szerint a székelyföldi megyék az országos rangsorban a vendégéjszakák számát illetően eltérő helyezést értek el a belföldiek és külföldiek vonzásában és helyben tartásában. A belföldi forgalomban, a vendégéjszakák szerint, Kovászna megye viszonylag jól áll a 10. helyezéssel, a belföldi összforgalom 2,7 %-ával (461,5 ezer vendégéjszaka), Maros megye a 12. helyen 2,6 %-kal (460,1 ezer vendégéjszaka). De Hargita megye teljesítménye a 24. helyezéssel és 1,1 %-kal (185,9 ezer vendégéjszaka) meglehetősen szerény. A *külföldi vendégéjszakák* rangsorában Maros megye jó (7.) helyezést ért el 3,4 %-kal (112,9 ezer vendégéjszaka), Hargita megye közepest 1,7 %-kal (56,3 ezer vendégéjszaka) a 15. helyen, míg Kovászna megye gyenge helyezését 0,75 %-kal (25,3 ezer vendégéjszaka) a 24. helyen.

A regisztrált keresleti adatok „mondanivalóját” árnyalják az olyan számítások, amelyek az egy turistára jutó vendégéjszakák számát, vagyis az *átlagos tartózkodási időt* adják meg. Ez egy olyan mutató, aminek az alakulását – főleg a megyei, regionális, országos szintű aggregálása esetén – jelentősen befolyásolják az átutazó (tranzit) ill. a gyógyturizmus hozzájárulásai. Az átutazó turista/vendég 1 éjszakát tölt el, a gyógyturizmusban viszont nem ritkán 10–12 napig az adott üdülőhelyen maradnak a vendégek. Így, az átlagos tartózkodási idő alakulását nem önmagában, hanem a turisták és vendégéjszakák számának alakulásával összevetve kell értékelni. Kovászna megye kiugró ÁTI értékei gyenge összteljesítményt takarnak még akkor is, ha pl. 2005-ben a Brassó megye értékének ötszörösét mutatja. Az ÁTI éves alakulása csökkenő tendenciákat mutat, mind a román, mind a külföldi turisták esetében, minden megyében (31. ábra).



31. ábra. Az átlagos tartózkodási idő (nap) alakulása a Közép régió megyéiben (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

(RT – romániai turisták, KT – külföldi turisták)

Hargita megyében a vizsgált időszakban, a *román turisták* esetében 3,5 és 4,4 nap között változott az ÁTI értéke, meghaladva mind az országos, mind a régiós átlagértékeket. Ez a településszintű vizsgálatokból nyert ismeretek alapján Tusnádfürdő súlyával magyarázható. A külföldi turisták esetén Hargita megye 0,2–0,3-del meghaladta az országos és régiós átlagot, 1,9–3,3 nap között változva. Aggasztó viszont, hogy 2005 után ez a korábbihoz képest alacsonyabb szinten (2,5 nap) stabilizálódik.

Kovászna megye a kovásznai fürdővendégek aránya miatt rendkívül magas értékeket mutat 6,3–10,3 napos átlagértékekkel a belföldiekénél, 3,3–7 nap között a külföldiekénél. A turistaszám visszaesésével párhuzamosan azt is láthatjuk, hogy a külföldiek esetén az ÁTI erősen lecsökkent, vagyis a fürdőhelyi kínálat már nem tűnik vonzónak, versenyképesnek.

Maros megye ÁTI adatai mind a belföldi, mind a külföldi turisták esetén alacsonyabb értékeket mutatnak mind az országos, mind a régiós átlaghoz képest is. De ha figyelembe vesszük a turisták számának és vendégéjszakák számának növekedését, akkor itt a városi turizmus (ezen belül kulturális és üzleti turizmus) jelentőségének növekedéséről lehet szó, azaz Marosvásárhely és Segesvár hozzájárulásának.

4.3.2.2. Településszintű vizsgálatok

A hivatalos statisztikai adatok szerint 2008-ban Maros, Hargita és Kovászna megyébe összesen 371.164 turista érkezett és összesen 1.302.057 vendégéjszakát töltöttek el, ami 3,5 nap átlagos tartózkodási időnek felel meg⁴².

8. táblázat. Turistaérkezések és vendégéjszakák a székelyföldi megyékben, 2008-ban

	turista- érkezés	%	vendég- éjszaka	%	átlagos tartózkodási idő (nap)
Maros megye	231538	62.4	573015	44.0	2.5
Hargita megye	76984	20.7	242273	18.6	3.1
Kovászna megye	62642	16.9	486769	37.4	7.8
összesen/átlag	371164	100.0	1302057	100.0	3.5

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

A vizsgált térség turistaérkezéseinek 62,4%-át Maros megye, 20,7 %-át Hargita és 16,9%-át Kovászna megye tette ki. A vendégéjszakák megoszlásánál Maros megye 44 %-ot, Hargita megye 18,6%-ot, Kovászna megye 37,4%-ot tett ki (8. táblázat). A turistaérkezések és vendégéjszakák arányeltolódásai a kovásznai gyógyturizmus túlsúlyából adódnak. A településszintű vizsgálatok alapján elmondható, hogy a kereslet megoszlása a székelyföldi ill. kelet-erdélyi települések között nem egyenletes, erős koncentráció tapasztalható mind a turistaérkezések, mind a vendégéjszakák tekintetében.

Melyek tehát Maros–Hargita–Kovászna megyék (Kelet-Erdély) azon települései, amelyek „számottevő” turistaforgalommal rendelkeznek? E kérdésre másképp válaszolhatunk a terepi, résztvevő megfigyelés ill. a hivatalos statisztikák elemzése alapján. Ami a szezonban, júliusi, augusztusi – főleg hétvégi – napokon közvetlenül érzékelhető, az egyrészt azért nem jelenik meg a statisztikában, mert a látható tömeg egy része környékbeli kiránduló, éjszakázni hazatér, vagy rokonoknál, barátoknál száll meg, másrészt a nappali programpontok, szabadidős tevékenységek és az éjszakázás nem ugyanazon a településen lokalizálódnak. Pl. adott napon a Gyilkos-tónál és a Békás-szorosban lehet találkozni olyan szervezett 20–50 fős autóbuszos csoportokkal (legnagyobb részt magyarországi turistákkal), akiknek a szállása Gyergyószentmiklóson, Csíkszeredában, Tusnádfürdön, Sepsiszentgyörgyön, Szentegyházán, Zetelakán, Székelyudvarhelyen, Farkaslakán, Parajdon, Szovátán és Marosvásárhelyen van.

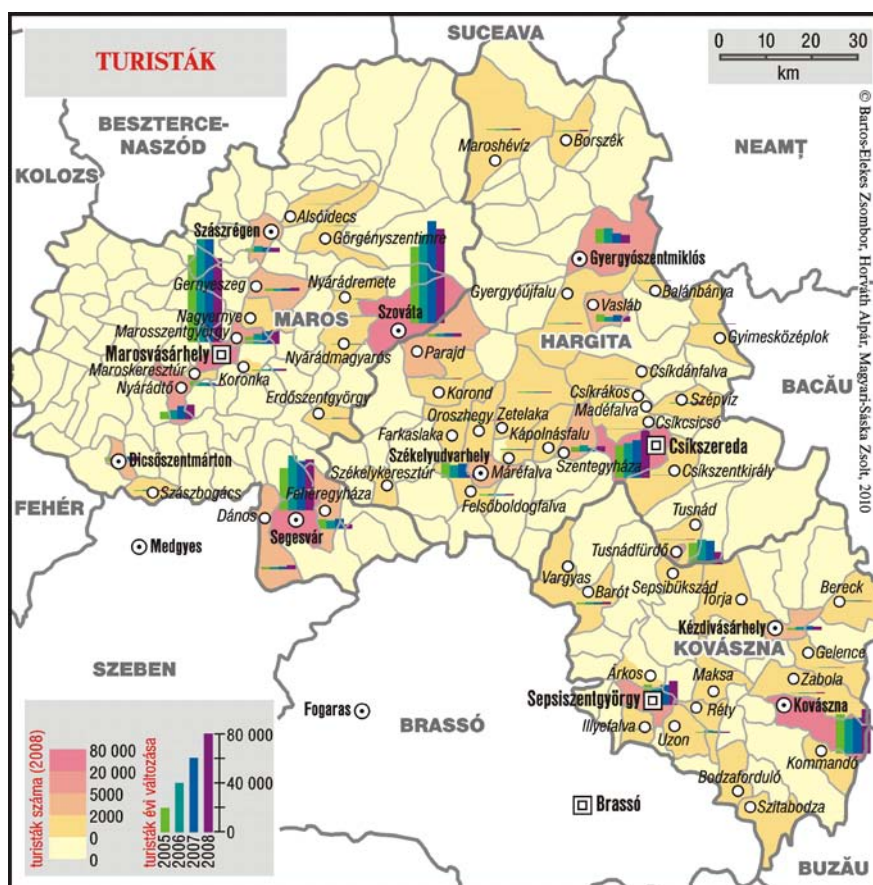
⁴² Sajnos a településszintű adatsoroknál nem áll rendelkezésre a belföldi és külföldi turisták szerinti bontás, így az összes turistaérkezéssel és vendégéjszakával számolunk

Az attrakciók léte és sokszínűsége növelheti a kiejánlott programok számát és ezáltal vendégéjszakák számát és a tartózkodási időt. Ez azt is jelenti, hogy *100–150 km-es körzetben* az attrakciók fenntartása, működtetése, látogatóbaráttá tétele *közös érdek*, még akkor is ha a települések között a szálláshelyi vendégforgalom révén versenyhelyzet áll fenn. Ha az idősoros elemzésekből az derül ki, hogy a forgalom a régióban növekszik, egyes településeken növekszik, másokon csökken, akkor az utóbbi települések versenyhátrányba kerültek, legalábbis a szálláshely-szolgáltatás tekintetében. Mivel településszinten is aggregált adatokról van szó, ez nem jelenti azt, hogy minden egység versenyképtelen, csak azt, hogy a település versenyképtelen, azaz nagyobb benne a versenyképtelen egységeknek az aránya.

A „feketeforgalom”, vagyis a nem regisztrált forgalom mértékének megállapítása nem célja e dolgozatnak, de ténynek tűnik, hogy a székelyföldi térségben a tényleges forgalomnak csak egy része regisztrált, ebben pedig az is szerepet játszik, hogy a nagyon kis egységek (5 férőhely alatti falusi fizető vendéglátás) nem képezik a statisztikai kutatások tárgyát. Olyan térségben, ahol jellemzően a kulturális körutazások szervezett csoportjait (pl. 40 fő 160 éjszakával) több családnál „szétosztva” szállásolják el, megtörténhet, hogy egyszerűen nem kötelesek leközlöni a vendégforgalmi adatokat. Nagyobb regisztrált vendégforgalomra, így, ott lehet számítani, ahol nagyobb kapacitású szállodák, turisztikai villák (üdülőházak), panziók és kempingek egyaránt található. A három kelet-erdélyi megye 2008. évi forgalma 64 közigazgatási egységből gyűlt össze. Ehhez képest a vizsgált területi entitásban van összesen 214 közigazgatási egység, amelyek közül a 2005–2008-as időszak valamelyik évében keresleti adatokkal szerepel összesen 79. Hargita megye 67 közigazgatási egységből 36-ban a 4 év valamelyikében volt mozgás, de 2008-ban már csak **27** szerepel. Kovászna megyében 45 közigazgatási egységből 20 ill. **18**, Maros megyéből pedig a 102 közigazgatási egységből 25 ill. **19** volt aktív. A Mellékletekben található M14. táblázaton a három megye településeinek 2008. évi keresleti rangsorában jól érzékelhetőek a nagyságrendi különbségek. Nem egyszerű meghatározni, hogy mit tekintünk *számottevő* forgalomnak a székelyföldi településeken. Egymáshoz viszonyítva az egyes településeket megjelölhetőek az erőteljesebb turisztikai funkciót hordozó települések.

A turistaforgalom térbeli koncentrációja illetve szóródása némiképp eltérő képet mutat a turistaérkezések és a vendégéjszakák esetében. A turistaérkezéseknél Marosvásárhely, Nyárádtő, Segesvár, Székelyudvarhely, Csíkszereda, Gyergyószentmiklós, Sepsiszentgyörgy sokkal jobban kiemelkednek, mint a vendégéjszakáknál, ami egyrészt a tranzitturizmusra és a rövid tartózkodási idejű hivatásturizmus dominanciájára utalnak, Szováta, Tusnádfürdő és Kovászna esetében pedig a vendégéjszakákban mért teljesítmény is látványosabb (egyrészt az államilag

támogatott üdülő- és kezelési jegyrendszernek köszönhetően. Az összes többi település gyengécske teljesítményt mutat a vendégforgalmi statisztikák tükrében.

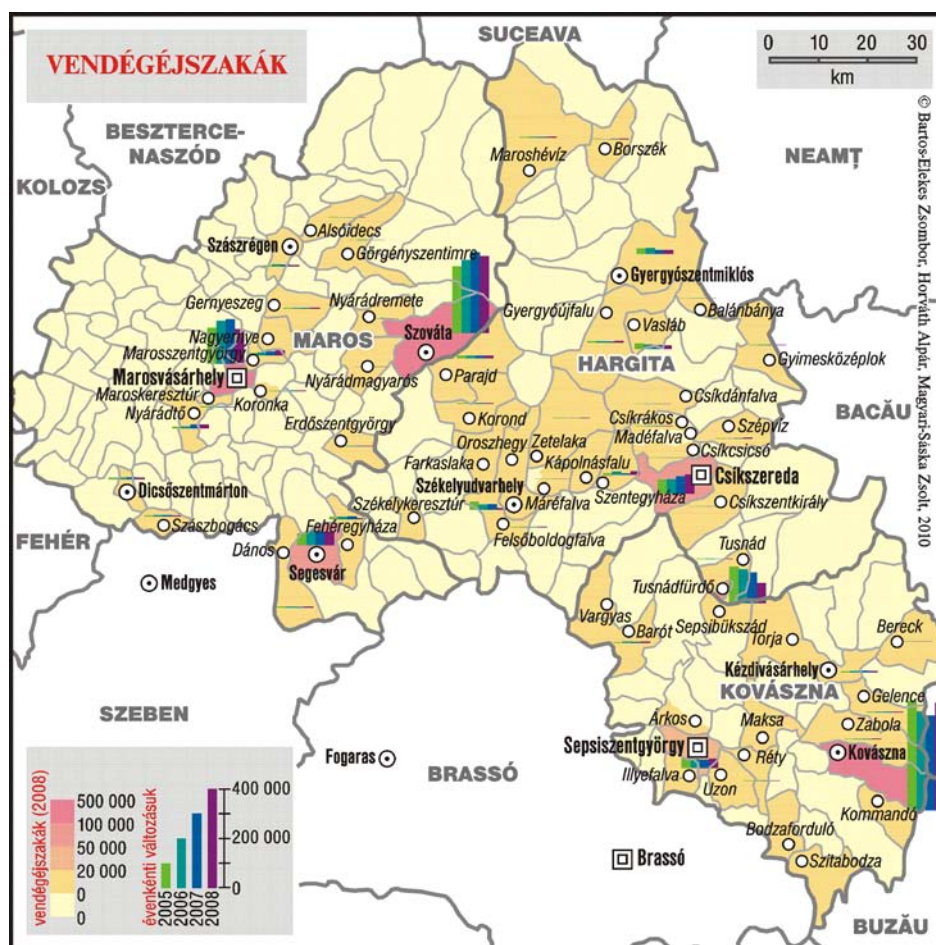


32. ábra. A turistaérkezések térbeli megoszlása és dinamikája 2005–2008 között Maros, Hargita és Kovászna megyékben

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

Az M14. táblázat alapján, akárcsak a kínálati adatoknál (4.2.2-es alfejezet) az első 10 helyezett között (a turisták száma és a vendégéjszakák száma szerinti eltérésekkel) a fürdővárosok (Szováta, Kovászna, Tusnádfürdő), kulturális és üzleti funkciókkal illetve jó földrajzi fekvéssel rendelkező városok találhatók (Marosvásárhely, Csíkszereda, Segesvár, Sepsiszentgyörgy, Gyergyószentmiklós). De bekerültek az élmezőnybe a Marosvásárhely közelében a tranzitturizmus ill. gyógyturizmus révén Nyárádtő kisváros és Marosszentgyörgy nagyközség. A második körben találhatók: hegyvidéki klimatikus üdülőhely szerény konferenciázási feltételekkel (a Vasláb községhez tartozó Marosfő), Segesvár közelében található Fehéregyháza és Dános tranzitturizmussal (csak a turistaérkezések szerint kerültek be az első 20 közé), városi státusa ellenére falusi turizmussal Szentegyháza, gyógy- és falusi üdülturizmussal Parajd. Gernyeszeg nagyközség forgalma tranzitjellegéről tanúskodik, ellenben Gyergyóújfalu és

Csíkszépvíz falusi és üdülő turizmusával tűnik ki. Ebbe a körbe kerültek olyan közepes és kisvárosok, mint Székelyudvarhely illetve Dicsőszentmárton, Barót, Kézdivásárhely.



33. ábra. A vendégéjszakák térbeli megoszlása és dinamikája 2005–2008 között Maros, Hargita és Kovászna megyékben

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

A székelyföldi/kelet-erdélyi 2008. évi vendégforgalom harmadik tízes csoportjába jórészt falvak kerültek illetve olyan kisvárosok, mint Barót (turistaérkezések száma szerint) és Maroshévíz, valamint Borszék fürdőváros, ahol ma már (vagy még?) csak ivókúrára és klimatoterápiára jöhetnek a gyógyulni vágyók, de egyébként inkább üdülőjellege van az itteni forgalomnak. Ebben a körben a székelyföldi és kelet-erdélyi falusi turizmus ismertebb zászlóshajói közül csak Felsőboldogfalva, Nagyernye, Koronka, Szászbogács, Dános és Nyárádmagyarós került be, Zabola inkább diáktáborának köszönheti a forgalmát. A negyedik 10 helyezett között végre megjelennek a nagy ismertségnek örvendő Hargita megyei falusi turisztikai központok hírében álló falvak is, mint Zetelaka, Korond, Gyimesközélpok, Háromszékről Bereck, Gelence, Maksa és Réty, de az olyan ismert települések, mint Farkaslaka,

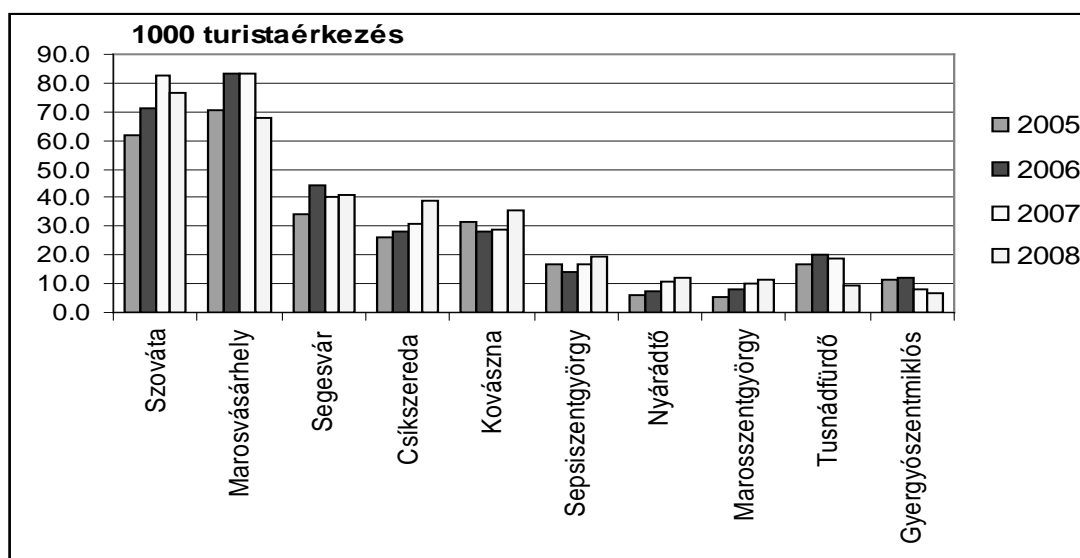
Oroszhegy, Máréfalva, Csíkrákos, Csíkszentkirály, Csíkdánfalva, Nyárádremete (Vármezővel), Görgényszentmire vagy Háromszékről Vargyas, Uzon, Árkos, Illyefalva, Torja (Bálványosfürdővel) csak a rangsor végén kullognak. Ebben pedig a vendégregisztráció, a statisztikai nyomonkövetés jogszabályi kötelezettségeit illető mulasztás valószínűleg nagyobb szerepet játszik, mint a tényleges forgalom mértéke.

A vendégforgalom településszintű adatainak csoportosítása lehetővé teszi a kistérségek, turisztikai körzetek kirajzolását, összehasonlítását. A Mellékletek M14–M17. táblázataiban a települési adatok kisebb térségekbe való csoportosításával a székelyföldi megyék turizmusának teljesítménye értékelhető. A regisztrált kereslet alapadatai a *turistaérkezések* és a *vendégéjszakák* száma. A vendégéjszakák számát a turistaérkezések számával elosztva kapjuk meg az *átlagos tartózkodási idő* értékét, ami nyilván az aggregált adatok átlagértékeiből adódik, és akár tovább is lehet boncolgatni, részletezni. De egy régió, kistérség vagy település összteljesítménye amúgy is a sok egyéni szereplő (esetünkben turisztikai fogadóegység) együttes munkájának az eredője.

A másik származtatott teljesítménymutató a *kapacitás-kihasználtság*, ami a működőkapacitás és a regisztrált vendégéjszakák arányát fejezi ki %-ban, azaz: az elméletileg értékesíthető összes vendégéjszakából (a hely-napban kifejezett MK) hány százalékot tesz ki a regisztrált vendégéjszakák száma?

A teljesítmények értékeléséhez az egyes mutatók *dinamikáját* illetve a településeknek a megyei és régiós összértékekből való *részesedését* (M18. és M19. táblázatok) vehetjük figyelembe. A Mellékletekben található M15. és M16. táblázatok a turistaérkezések és vendégéjszakák dinamikáját mutatják 2005–2008-as időszakban egyrészt az előző évekhez viszonyítva, másrészt a 2005-ös évet tekintve bázisévnek, hisz ekkortól rendelkezünk nyilvános adatokkal településszintre.

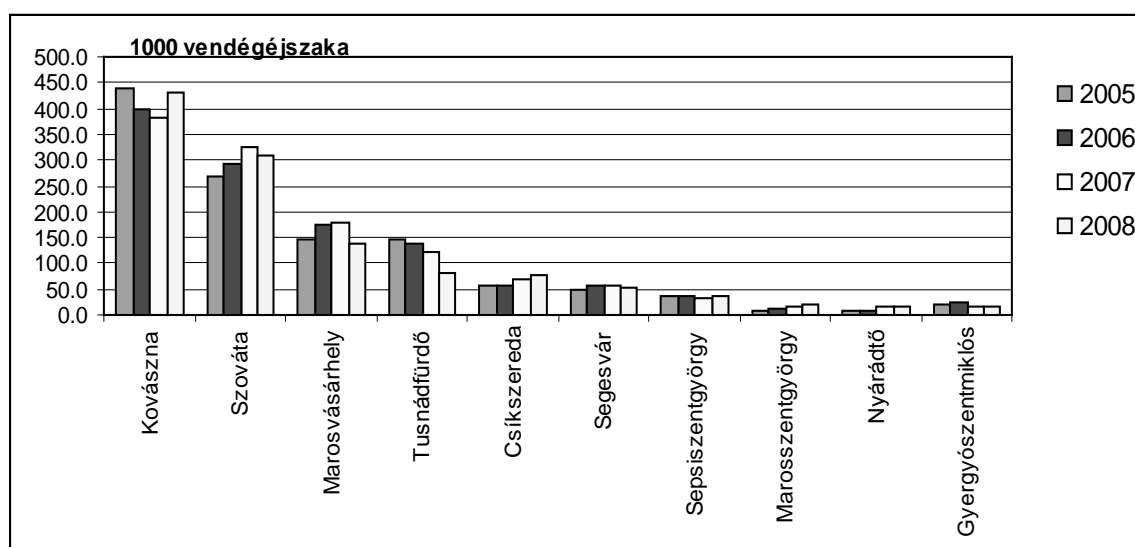
A 2008. évi tíz első helyezett település mutatóinak dinamikája a 34. és 35. ábrákon a három megye összteljesítményében Maros megye nagyobb mértékű turistavonzó képességéről tanúskodik, a vendégéjszakák tekintetében azonban Kovászna fürdőváros még Szovátát is megelőzi.



34. ábra. A turistaérkezések dinamikája a székelyföldi megyék 2008. évi 10 első helyezett településén (2005–2008)

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

Marosvásárhely, Segesvár, Csíkszereda, Sepsiszentgyörgy jelenléte az első 10 helyezett között a városi turizmus relatív jelentőségére utal a régióban, Gyergyószentmiklós pedig egyrészt a városi jelleghez kapcsolható hivatásturizmusnak, de még inkább kedvező földrajzi fekvésének köszönhető, ahonnan számos látnivaló jól megközelíthető. De mivel más székelyföldi települések fekvése is kedvező a csillagtúrázásra, ezért a forgalomcsökkenés akár a konkurencia hatásának is köszönhető.



35. ábra. A vendégéjszakák dinamikája a székelyföldi megyék 2008. évi 10 első helyezett településén (2005–2008)

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

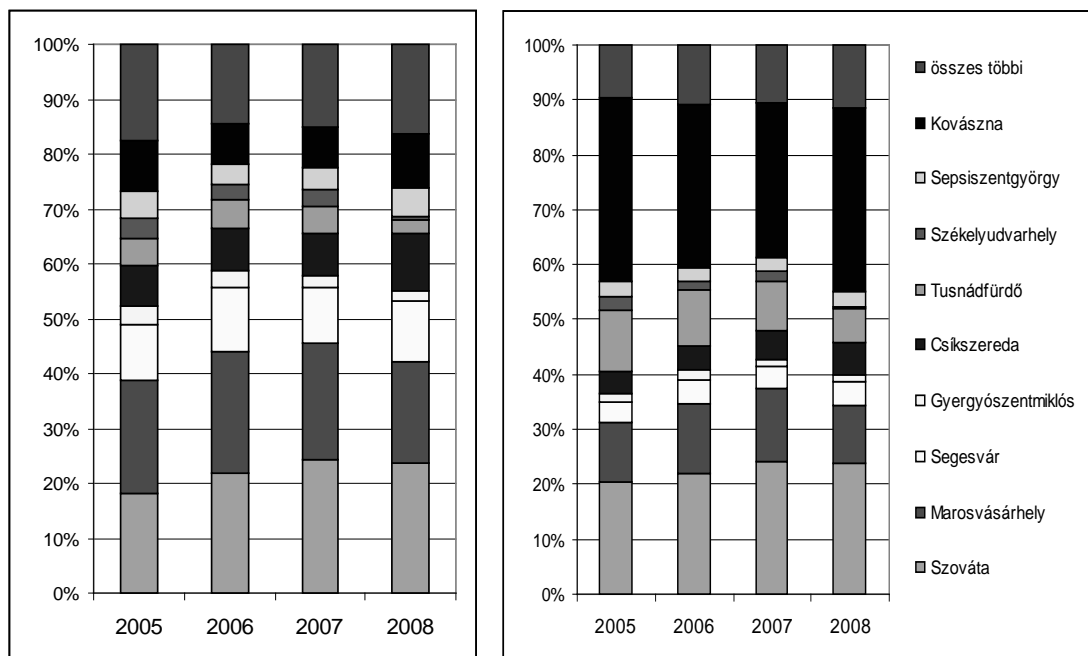
A vendégéjszakák tekintetében a három országos jelentőségű fürdőhely viszi a pálmát Marosvásárhellyel együtt, de Tusnádfürdő esetében folyamatos csökkenés mutatkozik. Csíkszereda növekedése a turistaérkezéseknél látványosabb, mint a vendégéjszakáknál, ami a vendégvonzó képességre utal ugyan, de nem a tartózkodási idő növelésére. Segesvár esetében is inkább a tranzit-jelleg figyelhető meg, enyhe visszaesés ill. stagnálás mellett. Sepsiszentgyörgy szintén kedvező fekvésű és ez látszik a turistaérkezések növekedésében is, de a vendégéjszakáknál stagnálás mutatkozik. Nyárádtő község tranzitforgalmával jeleskedik, dinamikusan növekvő turistaszámmal, de stagnálóan kevés vendégéjszakával. Marosszentgyörgy a turistaszámot illetően lekörözte Tusnádfürdőt, ahol jelentősen visszaesett 2008-ban a turistaszám, de a vendégéjszakák száma még mindig alacsony és enyhén növekvő.

A 2008- évi első tíz helyezett település adatainak további elemzése során az *átlagos tartózkodási* idő 3 napot meghaladó értékei Szovátára (3,9–4,4 nap, csökkenő), Tusnádfürdőre (6,4–8,7 nap csökkenő, majd növekvő) és Kovásznára (12,0–14,2 nap, csökkenő) jellemzőek. A városokban épp hogy meghaladják a 2,0–2,2 napos értéket. Sepsiszentgyörgyön a tranzitjelleg fokozódására utal a csökkenő érték (2,5 napról 1,9 napra), Csíkszeredában enyhe ingadozás tapasztalható 2,0–2,2 között, Gyergyószentmiklóson a csökkenő vendégszám mellett 1,8 napról 2,2-re emelkedett (igaz, hogy ebbe Gyilkostó üdülőtelep is belejátszik).

A *kapacitáskihasználtság* értékei is meglehetősen tarka képet mutatnak a régióban. A kereslet és kínálat alakulásának egyensúlyára is utalhat az, ha ez az érték tartósan nem változik. Az alacsony értékek tartóssága jelentheti azt is, hogy a kínálat folyamatosan gyorsabban fejlődik, mint a kereslet, de azt is, hogy egyik sem fejlődik eléggé. A magas értékek tartóssága a folyamatos telítettséget tükrözné, vagy azt, hogy a kereslet legalább olyan ütemben fejlődik, mint a kínálat. Szovátán a kihasználtsági mutató 37,5–41,8 % között mozgott, Marosvásárhelyen 31,9–40,5 %, Nyárádtőn 46,4–79,9 %, Marosszentgyörgyön 36,8 és 47,2 % között, míg Segesváron csak 23,6–25,9 % között. Hargita megye településein gyengébb teljesítmény mutatkozott, ami akár a szálláshely-kapacitások túlfejlesztésének, akár a feketeforgalom nagyobb arányának tudható be. Kivételt Tusnádfürdő képez 48,5–63 %-os, növekvő kihasználtsági mutatóival. Csíkszereda növekvő forgalma ellenére 21,6–26,2 %-os, Gyergyószentmiklós, pedig csökkenő forgalma mellett 14,9–18,9 % közötti kihasználtságot mutat. Kovászna megyében Sepsiszentgyörgy enyhén növekvő tendenciával 22,4–26,1 %-on teljesít, Kovászna, pedig, a gyógyszállók jelenléte miatt aligha meglepő módon 61,3–74,3 %-os telítettséggel jellemezhető.

A Mellékletekben található M17. táblázat tanúsága szerint a kisebb forgalmú települések esetében is lehetnek érdekesebb értékek: Szászbogácson 48,8–82,1 %, növekvő, Gyergyóújfaluban 27,5–44,2 % ingadozó, Felsőboldogfalván 25,7–48,7 %, csökkenő, Maksán

22,6–57,7 %, csökkenő, Kézdivásárhelyen 19,7–30,8 %, Gelencén 11,1–43,6 %, csökkenő, Zabolán 27,6–46,7 %, csökkenő tendenciákkal. Elgondolkodtató Székelyudvarhely esete, ahol 2007-től drasztikusan visszaesett a turisták és vendégejszakák száma, így a 2,3 nap alatti átlagos tartózkodási idő mellett a kihasználtság is 31,2 %-ról 10,8 %-ra esett vissza.



36. ábra. Jelentősebb települések részesedésének alakulása a Székelyföld/Kelet-Erdély forgalmából (2005–2008)

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

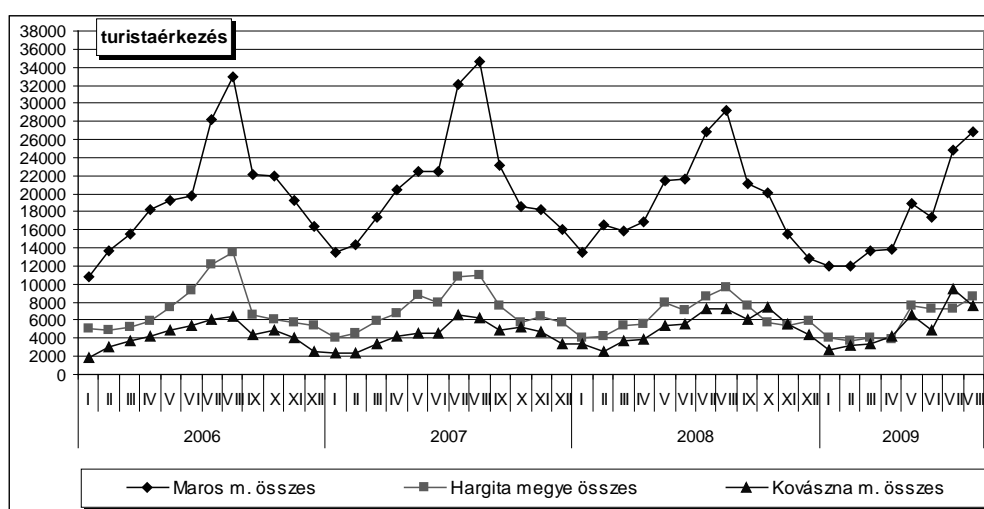
A keresleti adatok alakulása tükrében változhatnak az egyes települések *részesedései* a megyék vagy a régió összteljesítményéből (M18. és M19. táblázatok). A dinamikus vizsgálatok alapján elmondható, hogy bár vannak feltörekvőnek tűnő települések, de a számottevő forgalommal rendelkező székelyföldi vagy kelet-erdélyi települések listája négy év alatt nem változott jelentősen, csak Székelyudvarhely kiesésével.

4.3.2.3. A turistaforgalom szezonálisitása a kelet-erdélyi/székelyföldi megyékben

A turistaforgalom szezonálisitása az a jelenség, amely az év bizonyos időszakaiban nagyobb, másokban kisebb létszámú turista utazását és adott helyeken, a turisztikai célállomásokon való tartózkodását jelenti. Mivel a turisztikai fogadóegységek jogszabályban előírt kötelezettsége a szállóvendégek nyilvántartása és havi rendszerességgel a forgalomra vonatkozó összesítések beküldése a megyei statisztikai igazgatóságokhoz, így a Havi Statisztikai Közlönyök alapján viszonylag jól követhető a forgalom intenzitásának ingadozása. A forgalom értéke havi

bontásban elméletileg lehetővé teszi az elő- a csúcs- és utószezon beazonosítását a naptári évben⁴³.

A keresleti adatok havi bontása településekre nem, csak megyei összesítésben áll rendelkezésre, de legalább néhány fogadóstruktúra-típus szerinti bontásban. Ezeket értékeltem az országos illetve a Maros, Hargita és Kovászna megyék 2007., 2008. és 2009. évek januári és júliusi Havi Statisztikai Közlöneyei alapján és kiegészítettem a legújabb (2009. augusztusi) közlöny alapján a 2009. év augusztusi előzetes adataival bezárólag. Érdeemes megfigyelni a szezonális ingadozásokat ábrázoló görbék eltéréseit. Maros, Hargita és Kovászna megye *turistaérkezéseinek* száma hasonló módon ingadozott, vagyis mindhárom megyébe az adott évek nagyjából ugyanazon hónapjaiban szokott nagyobb vagy kisebb számú turista érkezni.



37. ábra. A turistaérkezések számának havi ingadozása Maros, Hargita és Kovászna megyében, 2006 január és 2009 augusztus között

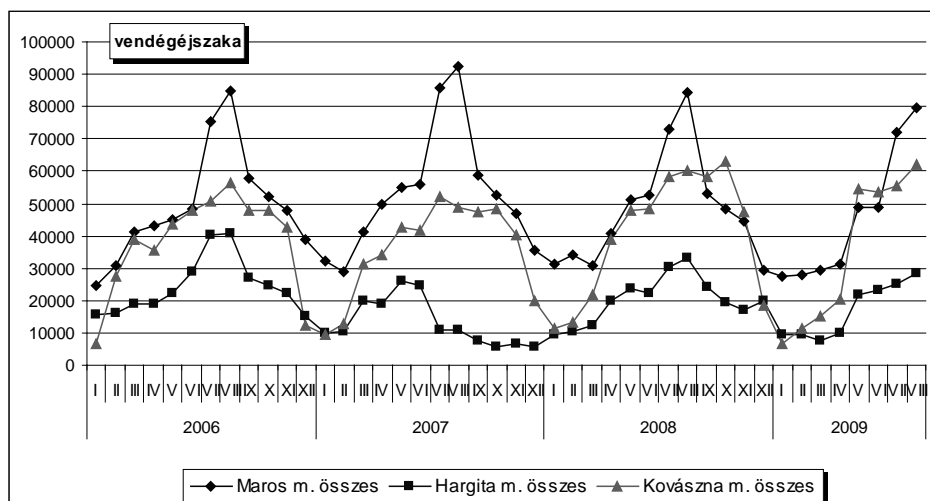
Forrás: saját szerkesztés, a megyék Havi Statisztikai Közlöneyei alapján

A szezonális ingadozás görbéjének (37–40. ábrák; M46–M50. ábrák) meredeksége vagy lapossága fejezi ki az idényszerűség intenzitását. A kicsivel több, mint 3 és fél éves legújabb időszakot átfogó adatsor alapján Maros megyében jóval nagyobb a forgalom, mint Hargita és Kovászna megyében, Kovászna megye maximuma egyáltalán nem, Hargita megye maximuma pedig az időszak elején haladta meg Maros megye minimumát, de az utóbbi két év csúcserőkei Maros megye holtpontján aluli értéket mutatnak. Az ingadozás mértéke Maros megyében meghaladta a januári minimum 1,5–2-szeresét, Hargita megyében a csúcserőtek legfeljebb 1,7-szerese volt a

⁴³ Áttételesen akár a „feketeturizmus” kiszűrésére is alkalmas lehet, ha az adott időszakra vonatkozó statisztikai vizsgálódást megelőzően terepi megfigyeléseket is végzünk, majd a becsléseinket később a statisztikák nyilvánosságra kerülése után azokkal összevetjük. Ismerve egy térség szálláskapacitásait, különböző mértékű kapacitás-kihasználtsági értékeket feltételezve, meg tudjuk állapítani, hogy mekkora kellene lennie a forgalomnak adott időszakokban.

minimumnak, Kovászna megyében pedig ez az arány eleinte elérte a 2,3-szoros, de később már csak közelítette az 1,8-szoros értéket. (37. ábra).

A vendégéjszakák számának ingadozása eltérőbb formájú görbéket mutat. Maros megyénél nagyjából hasonló, de Hargita megyében a vendégéjszakák szerinti csúcsok kicsit laposabbak és a minimum értékekhez képest meredekebb kiugrásokat mutatnak, vagyis eszerint hosszabb a szezon, de nagyobb a holt szezonhoz képest a különbség. Kovászna megyében is a vendégéjszakák szerinti szezonális ingadozás intenzívebbnek tűnik (38. ábra).

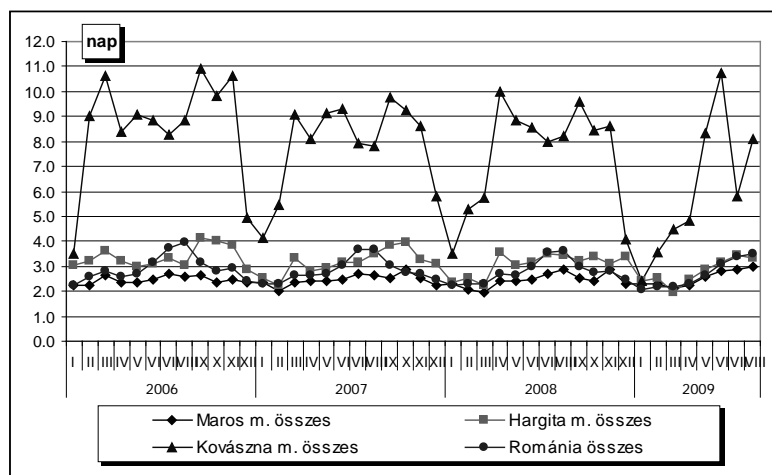


38. ábra. A vendégéjszakák számának havi ingadozása Maros, Hargita és Kovászna megyében, 2006 január és 2009 augusztus között

Forrás: saját szerkesztés, a megyék Havi Statisztikai Közlöneyei alapján

Az egy turistára jutó átlagos vendégéjszaka, vagyis az *átlagos tartózkodási idő* mutatója az országos átlagértékekhez közeli ingadozásokat mutat Maros megyében, csak kisebb mértékű kilengésekkel, de mivel itt a városi tranzitjellegű turizmus (Marosvásárhely, Segesvár) ellensúlyozza a gyógyturizmust, így 2–3 nap közötti értékek között marad (39. ábra).

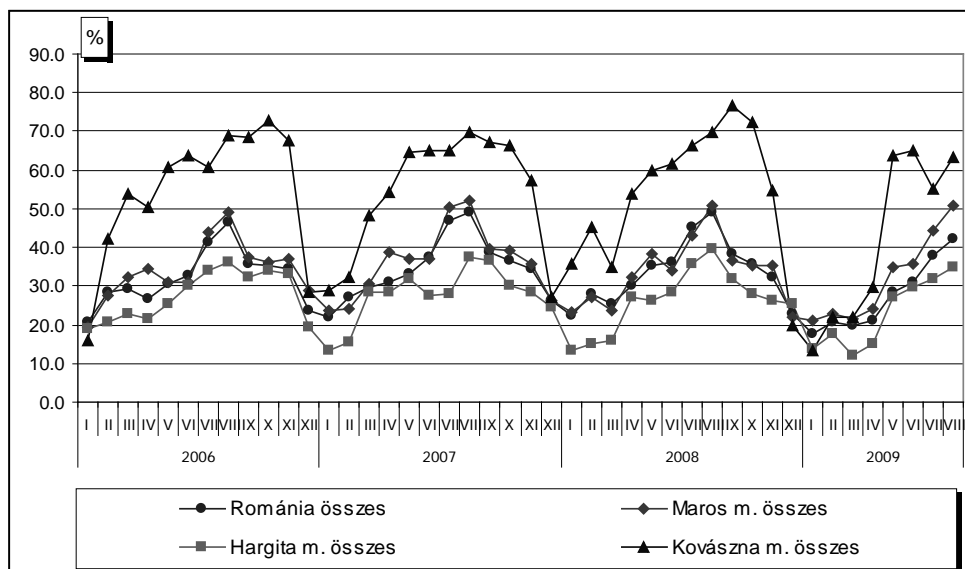
Hargita megye ÁTI csúcserkéi az országos átlaghoz képest később jelentkeznek (szeptember–október folyamán) amiben a holt szezonra időzített gyógyturizmus, vagy a turisztikai minisztérium és a szakmai szervezetek közös kampányai játszanak szerepet. Ugyanez érezhető Kovászna megyében is, de itt az ÁTI értékeit a megyei átlagértékben erőteljesen megemeli a kovásznai gyógyturizmus túlsúlya, amit az egyéb jellegű turisztikai tevékenységek nem tudnak ellensúlyozni, legfeljebb a nyári szezonban, amikor megnövekszik a többi település vendégforgalma is.



39. ábra. Az átlagos tartózkodási idő havi ingadozása Maros, Hargita és Kovászna megyében, 2006 január és 2009 augusztus között

Forrás: saját szerkesztés, a megyék Havi Statisztikai Közlöneyei alapján

A szezonális leginkább a szálláshely-üzemeltetésben jelenthet gondokat, mivel csúc szezonban túlterhelt lehet az infrastruktúra és a személyzet egyaránt, míg holt szezonban alig vagy nem lehet kitermelni a fenntartási költségek fedezéséhez szükséges bevételeket (Minciu 2000). Ha a létesítmények szezonális nyitvatartással működnek, akkor a holt szezonbeli veszteségek csökkenthetők. Éppen emiatt a kapacitáskihasználtság kiszámításához a működő kapacitás értékeit (a hely-napban kifejezett, maximálisan eladható vendégéjszakák számát) veszik 100 %-nak, amihez a realizált vendégéjszakákat viszonyítják (40. ábra).



40. ábra. A szálláskapacitások kihasználtságának a havi ingadozása Maros, Hargita és Kovászna megyében, 2006 január és 2009 augusztus között

Forrás: saját szerkesztés, a megyék Havi Statisztikai Közlöneyei alapján

A hivatalos adatok tükrében – a két–három hónapos, újabban 4–5 hónapos minimumok ellenére Kovászna megye az országos átlagokhoz és a másik két megyéhez képest messzemenően jól áll, de itt is a kovásznai gyógyszállók torzító hatása érvényesül. Maros megye kihasználtsági értékei az országos átlaghoz hasonlóan változnak kissé meghaladva azokat. Szovátán a Medve-tó strandjának két, maximum három hónapos nyitvatartása fokozza a szezonalitást és a szálláshely-kihasználtságot is, ami tompítja az vélhetően az üdülési holtszezonra (pl. az áprilisi értékek) időzített hivatásturizmus szintén Szovátán, a konferencia központban illetve a többi városi célállomáson.

Hargita megyében – bár tartósan 40 % alatt van a kihasználtság, májustól már érezhető a növekedés, amiben a csíksomlyói Pünkösdi Búcsúnak lehet egy meghatározó szerepe. Habár erre a két hetes intervallumra (előtte és utána egy hét) időzíti az utazást számos magyarországi utazási iroda, egyházi gyülekezet illetve különböző társadalmi csoportok, mégsem emeli olyan magasra a kihasználtsági értékeket havi átlagban, mint amit a közvélekedés (sajtóhírek, interjúk) szerint elvárhatnánk. Az 40. ábra alapján ismét az a feltevésem igazolódhat, hogy Hargita megye keresleti dinamikáját a kelleténél jobban megelőzi a szálláshely-kínálati dinamika.

A keresleti mutatók (turistaérkezések, vendégéjszakák száma, átlagos tartózkodási idő) szezonális ingadozása meglehetősen nagy különbségeket mutat szálláshely-típusonként. Ezeket az eltéréseket a *Mellékletekben* szereplő M46–M50. ábrákon mutatom be.

A *szállodáknál* (M46. ábra) Maros megye a turistaérkezésekkel jelentős előnnyel vezet, de a vendégéjszakáknál Kovászna megye a 2006-os elő- és utószezonban, 2008-ban áprilistól decemberig megelőzi és 2009-ben is magasabb értékeket mutat, mint Maros megye. Ez összefügg a szállodákra vetített magas ÁTI értékekkel (kovásznai gyógyszállodák túlsúlya). Hargita megye szállodái a Maros megyei és az országos értéket az ÁTI értékénél haladják meg, de általában az utószezonban (gyanítható a tusnádfürdői gyógyszállodák szerepe).

A *motelek* forgalma (M47. ábra) Maros megyénél szembetűnő de 1,5–1,7 nap ÁTI értékkel a tranzitjellegre utalnak és a szezonalitással járó nagy kilengések kevésbé jellemzőek, annál inkább Hargita megyében, ahol viszont júniusban vagy májusban van kiugró érték (talán a Pünkösdi Búcsúra érkezőkre utalva), Kovászna megyében a motelek szerepe szinte teljesen mellékes.

A *turisztikai villák* (M48. ábra) Maros megye (Szováta) esetében extrém csúcsosodásokat mutatnak júliusban és augusztusban, Hargita megyében a nyári csúcsok mellett decemberi, januári, sőt februári kiugrásokat is láthatunk. Az ÁTI értékei hasonló tendenciákat mutatnak, de Hargita megye villái esetenként jóval meghaladják a maros megyeiek teljesítményét. Kovászna megyében a turisztikai villák szerepe jelentéktelen.

A *városi turisztikai panziók* (M49. ábra) Maros megyében bonyolítanak a legnagyobb forgalmat, a nyári szezon kiemelkedő értékei egyaránt jellemzik a turistaérkezéseket és a vendégéjszakákat, ami az üdülő turizmusra is utalhatna a hivatásturizmus nyári ellensúlyozásában, de az ÁTI értékei mégis 2 nap körül ingadoznak. Hargita megyében esetenként nagyobb az ÁTI a városi panziókban, de nem érik el a 3 napos havi átlagértéket. Kovászna megyében a holtszezonbeli kiugrások ismét csak a kovásznai gyógyturizmusra engednek következtetni.

A *falusi turisztikai panzióknál* (M50. ábra) jól érzékelhető a nyári csúcsok szerepe a vendégéjszakáknál erőteljesebben lekörözve Maros megye panzióit, az ÁTI esetén pedig szokatlan kiugrásokat láthatunk 2006 és 2007 februárjában, de ezek relevanciája nem túl nagy, mert kis létszámú forgalomról van szó.

A szezonális kérdése a turizmusfejlesztésben olyan tényezőként jelenik meg, amelyhez a turisztikai fogadóegységek többé-kevésbé passzívan, vagy épp ellenkezőleg, proaktívan alkalmazkodhatnak. A szezonális egyaránt befolyásolják az éghajlati, időjárási tényezők valamint a küldőpiacok szabadságolási rendje, a különböző célcsoportok szabadidő felhasználási szokásai. A nagyobb vonzerejű események időzítésével részben átcsoportosítható a vendégáramlás egy része a kisebb leterheltségű időszakokra. A szolgáltatáskínálat diverzifikációja és az átmeneti évszakok szépségét hangsúlyozó marketingkommunikációs kiadványok üzenetei is elérhetnek valamelyes javulást, de a statisztikai elemzésekből és a résztvevő megfigyelés eredményei alapján nagyobb hatást valószínűsítek a kormányzat és szakmai szervezetek promóciós kampányainak, amelyekben a jelentős árkedvezmények lehetnek döntőek a vendégtoborzás sikerében. Egy másik tapasztalati úton szerzett megállapítás a magyarországi turisták szervezett kirándulásainak súlya, amelyek a kulturális körutazások formáját öltik, ezekre pedig az átmeneti évszakok és az előszezon hetei kedvezőbbek, mint a júliusi, augusztusi hőségek ideje.

5. fejezet. A primer kutatás eredményei: empirikus vizsgálat Hargita megyében a turizmus iránti fogadókészségről

Egy térség turizmusának fejlődése számos tényező együtthatásának az eredménye, a kutatásnak pedig arra kell irányulnia, hogy az egyes tényezők hatását tudja kiragadni. Mivel a turizmus komplex társadalmi-gazdasági jelenség, rendszerként nyilvánul meg, meglehetősen nehéz *teljes képet* kapni a hatásmechanizmusokról, nem lehet laboratóriumi kísérletekkel vizsgálni az egyes tényezők alakulását. A primer és szekunder társadalomtudományi kutatómódszerek széles skálájának alkalmazásával *egyes rész-kérdések megvilágítására* van mód, és ha nem is teljes de átfogó képet alkothatunk a komplex jelenséghalmazról.

A turizmus helyi feltételrendszerét a fogadókészség és fogadóképesség fogalmi köré csoportosíthatjuk. Így, a *fogadókészség* vizsgálatát primer kutatással, elsősorban interjúk, fókuszcsoportos vizsgálatok, beszélgetések és kérdőívek segítségével végezhetjük, miután azonosítottuk a térség turizmusfejlődésének kulcs-szereplőit. A kutatás *terepközeli* jellegének (Babbie 2003; Heltai–Tarjányi 2004; Majoros 2004) biztosítása érdekében a mélyinterjú-sorozat készítése mutatkozott legkézenfekvőbbnek, annak ellenére, hogy kutatásszervezési szempontból meglehetősen időigényes⁴⁴. A nem, vagy csak részben strukturált interjúk készítése a megismerési folyamat hatékonyságát illetően közel áll a résztvevő megfigyeléshez. A társadalmi valóságról alkotott tudásnak nemcsak az explicit, hanem részben a hallgatólagos, rejtett elemeinek (Lengyel B. 2004) feltárását is lehetővé teszi, a tények mellett, a tényekről alkotott értékelések vagy éppen hiedelmek, elgondolások és előítéletek tartalmára, irányultságára mutathat rá. Feltételezésem szerint, a fenntartható turizmusfejlődés akadályait nem is annyira a kézzel fogható feltételek hiányában kell keresni, mint inkább a társadalmi valóságot alakító egyéni, csoportos akaratok, szemléletek széttagoltságában, az együttműködésre való képtelenségben. Erre pedig a prominenciavizsgálat során többféle visszaigazolást találtam. A közös(ségi) stratégiák eleve a különböző erőforrások egyesítését, az összehangolt célok hatékony elérését segíthetnék elő. De amíg nincsenek összehangolt célok, a különböző erőforrások kihasználatlanok maradnak vagy szétforgácsolódnak, alacsony hatékonyságot eredményezhetnek. Stratégiai irányultság nélkül több erőforrással sem jutnánk sokkal előre.

Mivel a turizmushoz a területfejlesztés célrendszerén keresztül közelíték, próbálom integrálni a térségi és ágazati szempontokat, elsősorban a *közsféra* szereplőinek beállítódása,

⁴⁴ Nehézséget elsősorban az egyes interjúalanyok elérése, az interjú időpontjának egyeztetése bizonyult. (Komoly kihívást egy valamilyen fokú reprezentativitás biztosítása jelent, azaz: kiket kellene megkérdezni, hány személy véleményének, elképzelésének feltárása szükséges egy elfogadható szintű általánosításhoz?).

attitűdjei érdekelnek, ezek vizsgálatára helyezem a hangsúlyt. Itt, a települési önkormányzatok vezetői, a polgármesterek, valamint a *megyei önkormányzat* döntéshozói, vezető beosztású tisztviselői képezik a vizsgálandó célcsoportot (az alapsokaságot)⁴⁵. Kiegészítő jelleggel, az *ágazati* szempontok megjelenítése céljából a vállalkozói szféra képviselőit, cégvezetőket, menedzsereket kell megszólítani, akik elsősorban a turizmus jövedelemtermelő képességében érdekeltek. Ugyanakkor, a civil szervezetek, mint a helyi közösségek aktívabb szereplői, a *lokalitást*, mint értéket jelenítik meg, tevékenységük többé-kevésbé kapcsolódhat is a turizmus feltételrendszerének javításához. Pl. a természetjáró egyesületek önkéntes munkájukkal hozzájárulnak a hegyi turizmus, természetjárás tárgyi feltételeinek (jelzett turistaösvények) létrehozásához, karbantartásához.

A fogadókészség vizsgálatánál, tehát arra kérdezek rá, hogy milyennek látják a térségi szereplők a turizmus helyzetét, milyen pozitív és negatív *hatásokat* észlelnek, milyen *elvárások* fogalmazódnak meg bennük a turisták, a turizmus, mint gazdasági tevékenység-együtttest mozgó vállalkozások ill. az állami szervek iránt. Az attitűdök vizsgálata mellett, nyilván a fogadóképesség elemeire is rávilágítok, egybevetve a fogadókészségről alkotott képpel. Az alábbi összegzés Hargita megye három markánsan elkülönülő térségében 2009. március 9. és április 15. között készített interjúk tartalmát, lényegi megállapításait foglalja magába. Az interjúalanyok kiválasztásában a kutatói prekonceptió úgy érvényesült, hogy a leendő interjúalanyokról eleve tudtam, vagy véltem hogy van, vagy kell lenniük valamelyes rálátásuk a turizmus helyzetére, ha nem is egész Székelyföldre, Hargita megyére, akkor a saját település és szűkebb környéke szintjén⁴⁶. A székelyföldi Hargita megye turizmusát nagy mértékben befolyásolhatja a helyi döntéshozók, döntés-előkészítő szereplők viszonyulása, értékítélete a turizmusról általában, valamint a turizmus és a turisták bizonyos fajtáiról. A térségi vezetőkkel folytatott részben strukturált interjú-sorozat arra kereste a választ, hogy:

1. Milyen szerepe van és lehet a jövőben a turizmusnak Hargita megye / a Székelyföld gazdasági és társadalmi-kulturális életében?
2. Milyen szerepe van a nemzeti / kisebbségi kultúrának a térség turizmusában?

⁴⁵ Az önkormányzati oldalról történő területfejlesztés mellett hangsúlyozni kell a *dekoncentrált szervek* jelentőségét, azaz a központi közigazgatás, minisztériumok, országos ügynökségek megyei kirendeltségeinek szerepét a térségi partnerségben. Ilyen intézmények a megyei környezetvédelmi, oktatásügyi, munkaügyi, építés-felügyeleti stb. szervek.

⁴⁶ Az interjúalanyok sorából sok olyan személyiség kimaradt, akiknek a véleménye bizonyára jobban árnyalta volna a képet. A munka volumene miatt nem törekedhettem kimerítő reprezentativitásra, de így is meggyőződésem, hogy kérdőívezéssel kevésbé lehetett volna dolgok mélyére hatolni.

3. Milyen pozitív / negatív *hatásai* voltak/vannak a turizmusnak a térségben? (társadalmi, kulturális, környezeti, gazdasági, politikai hatások)
4. Milyen szerepe van /kellene legyen a turizmus fejlődésében: az állami szerveknek, az önkormányzatoknak, vállalkozásoknak, civil szervezeteknek, a lakosságnak?
5. Mik a jellegzetességei a Székelyföldnek, a székelyföldi regionális identitásnak? Hogyan érvényesülnek ezek a térség turizmusában, kultúrájában, marketingjében?
6. Melyek a jellegzetes turisztikai termékek, tevékenységek; melyek lehetnek a jövőben? (Mit adunk, mit „vesznek”?)
7. Mik a jellemzői a székelyföldi *kulturális* turizmusnak, kínálati és keresleti szempontból?
8. Milyen *helyszínekhez* kötődik a turisták jelenléte, fogyasztása?
9. Kik a jellegzetes turisták Székelyföldön? (nemzetiség, életkor, társadalmi réteg, szervezettség stb. szerint)
10. Milyen szerepük van a szakoktatási intézményeknek a régió turizmusának fejlődése szempontjából?
11. Milyen a turisztikai szakmák megítélése?
12. Milyen fontosabb intézkedésekre (programokra, projektekre) van szükség a turizmus előmozdítása érdekében?

Néhány kivételtől eltekintve, az interjúalanyok a turizmussal kapcsolatosan szívesen és viszonylag bőbeszédűen nyilatkoztak, esetenként érintve olyan kérdéseket, amelyeket érzékeny témának érzekelték, kérve azt is, hogy az adott kérdést megfelelő diszkrécióval kezelje a kutató (ezek többnyire politikai vonatkozásúak, vagy adott pozíciókat betöltő személyekre vonatkoztak). Az a tény, hogy az interjúalanyok többsége lelkesen elemezte, sőt bírálta a turizmus jelenlegi és eddigi helyzetét, ugyanakkor egyes vonatkozásokban határozott elvárást fogalmazott meg, más tekintetben bizonytalanságot sugallva nyilatkozott a jövőre vonatkozóan, két lényegi megállapítást tesz lehetővé:

- a térség szereplői valóban nagy szerepet szánának a turizmusnak, a térség gazdasági élete szempontjából, méltányolják a szálláshelyi szolgáltatások látványos fejlődését, de hiányolják a megfelelő alpinfrastruktúrát (közlekedés, közmű, kommunikáció), a megfelelő térségmarketinget, a különböző szereplők közötti együttműködést, a turistáknak kiajánlható programokat, a gyakorlatorientált szakképzést, a lakossági hozzáállást stb.
- nem igazán látják annak a módját, hogy hogyan lehetne leküzdeni főleg a humán tényezőket érintő hiányosságokat, hogyan lehetne kikerülni a közberuházások politikai befolyásoltságát.

Az alábbiakban kissé részletesebben fejtem ki a helyi társadalom turizmusban érintett célcsoportjainak elképzeléseiről, attitűdjeiről nyert eredményeimet.

5.1. Önkormányzati és közintézményi vezetők attitűdjei

A székelyföldi turizmus Hargita megyei szereplői közül elsősorban a megyei önkormányzat elnökét⁴⁷, a Hargita megye Tanácsának apparátusán belüli szervezeti egységek (igazgatóságok, irodák) vezető beosztású tisztviselőit, munkatársait (6 személyt) kérdeztem meg. Ebbe a csoportba soroltam be azokat az intézményvezetőket is, akik a megyei önkormányzat alárendeltségében működő kulturális központokat irányítják a megye három térségében (3 személy): Csík, Udvarhely és Gyergyó térségében. E csoportot egészíti ki egy múzeumigazgató, egy turisztikai információs irodavezető, valamint a Turisztikai Minisztérium Hargita és Maros megyékért felelős képviselője (nem helyi önkormányzati, hanem központi kormányzati hivatalnok, ugyanakkor a megyei turizmusfejlesztési egyesület elnöke is). A megyei szakapparátus vezetőinek szakmai-szervezeti beágyazottsága a következő:

- Fejlesztési Igazgatóság, igazgató
- FI Pályázati iroda (nemzetközi programok, együttműködések)
- FI Turisztikai, Természet- és Környezetvédelmi Iroda
- Vidékfejlesztési Igazgatóság, igazgató
- VI Programok Igazgatóság Civil részleg (saját pályázatok kiírása, menedzselése)
- Megyei Főépítész.

A megyei önkormányzat szakembereinek és elnökének látásmódja értelemszerűen kiterjed az egész megyére, sőt a megyeközi együttműködési kezdeményezések révén, majdnem az egész Székelyföldre. A megyén belüli három térség kulturális intézményeinek vezetőinél a szervezeti kompetenciájuk által meghatározottan relevánsabb és határozottabb állásfoglalással a saját akcióterület szerinti kistérségi vagy kistérség-együttes szintű látásmód (csíki, udvarhelyi, gyergyóköri) mutatkozik meg, bár a regionális hálózatosodás (kulturális intézmények közötti szakmai tapasztalatcserék) révén itt is érezhető a szupralokális, szubregionális gondolkodásmód. A községi lokális képviselői közül a települési önkormányzatok vezetői közül 7 polgármestert kérdeztem meg, kettőt Csíkból, hármat Udvarhely térségéből, kettőt Gyergyóból. A polgármesterek látásmódja annyiban közös és különbözik az előbbi szereplőktől, hogy alapvetően a saját településük gondjai foglalják le őket, bár mutatkozik hajlandóság

⁴⁷ A megyei önkormányzat elnöke írásban küldte el részletekbe menő, jól értékelhető válaszait, amelyek akár hivatalos állásfoglalásnak is tekinthetők és összhangban vannak az utóbbi félévben gyakoribb sajtónyilatkozatokkal

kistérségi együttműködésekre is. A települések regionális szerepvállalása ezeknél a településeknél – méretüknél, politikai súlyuknál fogva – nem releváns⁴⁸. Mit mondanak, hogyan gondolkoznak, tehát a turizmusról Hargita megyében a közintézményi és önkormányzati vezetők? A fent megfogalmazott 12 kérdésre a válaszokat 6 válaszcsoportha vontam össze, jellemzően más kérdéscsoportokat taglaltak bővebben az önkormányzati/közintézményi szféra szereplői, mint a vállalkozók vagy a civilek.

5.1.1. A turizmus jelentősége, pozitív és negatív hatások

Pártállástól függetlenül a településvezetők és a megyei tanácselnök is fontosnak tartják a turizmus gazdasági szerepét, hangsúlyeltolódások azonban vannak településtípustól függően. Az üdülőhelyek vezetői (Parajd, Tusnádfürdő) nagyobb beruházásokban, a több munkahelyet eredményező tömegturizmusban látják a jövőt, aminek jelentős infrastrukturális feltételei vannak. Még most is tartanak az alapinfrastruktúra bővítési és felújítási munkálatok, kormányzati és előcsatlakozási programok (a kifutó SAPARD-program, az induló ROP és EMVA) támogatásával. Ezek a tevékenységek, akárcsak a földosztással, tulajdonjog-tisztázással, birtokba-helyezéssel kapcsolatos gondok jelentős energiákat kötnek le. Van ahol a helyi ásványvízkészlet újrafeltárása, felszínrehozása és fürdölétesítményben való hasznosítása a prioritások között szerepel. Ez nyilván más hangsúllyal jelenik meg Parajdon és Tusnádfürdön, mint Gyergyóremetén, hisz előbbieknél a turisztikai funkció viszonylag fejlett, számos ember munkahelye, számos létező vállalkozás jövedelmezősége függ ettől, utóbbinál viszont egy alapvetően agrár és élelmiszeripari ill. faipari funkciójú településen jönne létre egy olyan területi objektum, ami egyrészt beruházóvonzást feltételez, másrészt a leendő fejlesztés nemcsak a falu, hanem tágabb környéke munkaerőpiaci és beszállítói vállalkozási viszonyait mozgíthatja el pozitív irányba, főleg, ha a megközelíthetőség feltételeit is sikerül javítani (a hegyen átvezető útvonal modernizálása kimozdítaná a települést viszonylag félreeső helyzetéből: a görgény-völgyi út Szászrégen felé).

A megyei önkormányzat elnöke és több irodavezető, igazgató álláspontja inkább a helyi, többnyire családi vállalkozásokra alapozna. Talán az interjúk kevésbé irányított, és inkább a

⁴⁸ Igaz, a nagyobb városok vezetőivel nem sikerült időpontot egyeztetni. Az ő attitűdjeik lényege egyrészt a sajtóhírekből szűrhető le (bár jelentős torzulások is lehetségesek), másrészt abból, amit eddig a turizmus érdekében megtettek, vagy nem tettek meg. Mivel vizsgálódásomban nem szeretnék a *településfejlesztés* irányába sodródni, inkább a szupralokális szintű területi turizmusfejlesztés foglalkoztat, nem a települési döntéshozók véleményének részletezése a prioritás, annak ellenére, hogy minden fejlesztés, amely beruházással jár, valamilyen településen fog lokalizálódni. Külön kutatási téma volna a székelőföldi települések turizmusfejlesztési törekvéseinek összehasonlító vizsgálata.

spontán megnyilatkozást előmozdító jellegéből is adódik, hogy az interjúalanyok nem bizonyultak a külső befektetők iránt túlzottan lelkesedőknek, ami viszont az elmúlt 20 év tapasztalatai alapján nem is csoda: a kormányzati beruházások az alpinfrastruktúrába annyira elenyészőek voltak, hogy önkormányzati döntéshozó nem is várhatta el racionálisan gondolkodó befektetőtől, hogy e térséget válassza nagyobb turisztikai beruházás eszközzésére. A befektetővonzással szembeni idegenkedés másik oka a kiszolgáltatottságtól való aggodalom, azaz, hogy beáramlik ugyan a tőke a térségbe, de az üzleti döntéshozók magatartása kevésbé befolyásolható. Egyébként ez is történt a megye fürdőhelyei esetében: a rendszerváltást követő privatizáció jóformán semmi jót nem hozott a térség turizmusának, a fürdővállalatok ingatlanvagyonát, eszközállományát felvásárolták, fejlesztések nem történtek, számos szálloda és fürdőlétesítmény évek óta pusztul, főleg az egykor híres és keresett Borszéken. Tusnádfürdőn a fejlődés jelei egyelőre a kisebb helyi, hazai vagy magyarországi vállalkozók erőfeszítéseinek köszönhető, de itt is a hangsúly a szálláson és vendéglátáson van, komolyabb attrakciót is eredményező fejlesztés nem történt. Parajdon a sóbánya és a termálstrand fejlesztési projektek hiányával küzd, a helyi vezetőség mozgásterét az országos vállalati döntéshozás korlátozza. Önkormányzati tulajdonú turisztikai létesítmények projektjei (Parajd, Tusnádfürdő, Borszék) még jórészt tervezési fázisban vannak.

Tény, hogy nagyok az elvárások a turizmus fejlődésével kapcsolatban, de egyre inkább érezhető annak az álláspontnak az erősödése, hogy a turizmus egyedül nem képes a gazdaság motorjává válni, egyrészt mert nincsenek meg az alapvető infastrukturális és szervezeti feltételek, másrészt nem minden településen tud érdembeni fogadókapacitás kialakulni. A turizmus iránti attitűd mindazonáltal jórészt pozitívnak mondható, ha nincs is konszenzus arról, hogy mi kellene legyen a térség húzóterméke, nem is alakult ki egységes koncepció, célrendszer a turizmus előmozdításáról. Az interjúkészítés időpontjában már nyilvánosságra került Hargita megye turisztikai stratégiája, amelynek kidolgozásában, mind a helyzetértékelő, mind a célrendszert tartalmazó részének elkészítésében részt vettem. Az interjúk egyúttal visszacsatolásként is működtek, hisz ezekből le lehetett mérni, hogy a megyei és települési önkormányzatok párbeszédében, a mérsékelt sajtóvisszhang ellenére, túl nagy érdeklődés nem kísérte a megyei stratégia készítését, bekapcsolódási szándék csak néhány települési szereplő részéről volt érzékelhető. A megkérdezett polgármesterek és intézményvezetők hallottak a készülő/elkészült stratégiáról, de tartalmáról, felépítéséről nem volt ismeretük, szakmai vitára még nem kerülhetett sor.

A turizmus fontosságát aláhúzzák azok a vélemények, amelyek a *vidékfejlesztésbe ágyazottan*⁴⁹ közelítenek feléje, vagyis olyan turizmust kell kialakítani, amely képes felvevő piacot generálni az agrár- és élelmiszeripari termékeknek és ennek premisszáját képezhetik a *Helyi termékek vásárának* megszervezése, valamint a *Székely termék, Székelyföldi termék* márkáknak az országos védjegyhivatalnál való iktatása. Ugyanebbe az áramlatba sorolhatók olyan kezdeményezések, amelyek a megyei önkormányzat és a civil szféra, vállalkozói tömörülések partnerségeként léphetnek előre, mint pl. a *Székely Ház-program*, ami olyan títustervet kidolgozását jelentené, ami követendő példaként a településkép-védelmet, a regionális identitás és kultúra népszerűsítését is szolgálná és anyagi előnyöket jelentene építetőknek és tervezőknek egyaránt.

A turizmus hatásaival kapcsolatosan jelzett – részben észlelt, részben elvárt – hatások jórészt gazdasági jellegűek: a turisták költsége hozzájárul a turisztikai vállalkozások gyarapodásához, ezáltal munkahelyek jönnek létre, akár családi vállalkozások, akár különböző kereskedelmi társaságok keretében, ezáltal növekedhetnek az adóbevételek és csökkenhet a szociális kiadások aránya. Ugyanakkor a turisták jelenléte nyitottabbá, igényesebbé teheti a helyi lakosságot saját környezetével szemben, felértékelődnek a helyi értékek, hagyományok, kulturális tevékenységek. A negatív hatások jórészt az ellenőrizetlen, spontán turizmus következményei: illegális építkezések, hulladékgenerálás a természetközeli helyeken és üdülőhelyeken, zajhatás. Az önkormányzati és közintézményi szféra képviselői szerint is gondot jelent a fekete turizmus (informális gazdaság) virágzása, de ennek visszaszorítására nincs elképzelés vagy a központi kormányzati szervek felelősségének tartják. Ugyanígy, helyenként gondot okoz a magántulajdonba visszakerült területeken a gombafélék és az erdei gyümölcsök illegális ill. szabályozatlan begyűjtése, vagyis az a tény, hogy a törvény nem védi meg a területtulajdonosokat a betolakodók (más vidékről tömegesen ideérkező gyűjtögetők) által okozott károktól (szemetelés, zajongás). A vízpartokon, erdőszéleken piknikező turisták, kirándulók jelenléte ugyanilyen okok miatt válik nemkívánatossá.

5.1.2. Turizmusfejlesztési feladatok: állam, önkormányzatok, vállalkozók, civilek

A központi kormányzattal szembeni elvárások jórészt az infrastruktúra-fejlesztésre vonatkoznak. Lassan közhellyé válik az a kijelentés, hogy „ameddig nincsenek rendes utaink, addig itt nem lesz igazi turizmus”. A közutak állapota csakis a szállításügyi minisztériumnál

⁴⁹ a turizmusnak a vidékfejlesztéshez való lehetséges kapcsolódását illetően ld. pl. Buday-Sántha 2002; Vincze 2000; 2005.

folytatott erőteljesebb lobby révén javulhat, hisz alapvetően az országos úti ügyi igazgatóság kezelésében levő országutakkal van gond, bár a 13A országút (Balavásár – Parajd – Székelyudvarhely – Csíkszereda) állapota már elfogadhatónak mondható, a Parajd – Gyergyószentmiklós közötti 13B országút egyes szakaszai már ismét felújításra szorulnak (3-4 év után). A 12-es országút az autós és autóbuszos turisták rémálma, akárcsak a 12C országút a Gyilkos-tó és Békás-szoros felé. A központi kormányzattal szembeni erőteljes elvárás az üdülőhelyek helyzetének rendezése, a posztprivatizációs állapotok javítása, turisztikai infrastruktúra-fejlesztési projektek támogatása. Erre egyébként a 2008 novembere után létrejött Turisztikai Minisztérium részéről ígéretek máris vannak. Az államelnök többszöri látogatását Hargita és Kovászna megyébe a helyi, regionális kisebbségi sajtó választáselőtti, illetve az autonómia-mozgalom lecsendesítését hivatott gesztusként értelmezi, még akkor is, ha soha ilyen gyakorisággal nem látogattak miniszterek a térségbe. Az új turisztikai miniszter több ízben járt a két megyében, Sepsiszentgyörgyön pedig sor került egy olyan találkozóra, amelyen a helyi szereplők bemutathatták azokat a konkrét elképzeléseket, többnyire infrastruktúra-fejlesztési projekteket, amelyekhez kormányzati támogatásokat szeretnének kapni.

Az önkormányzatok saját maguk feladatait a turizmus területén – a fentiekén kívül – nem nagyon látják, hisz ez inkább az önként vállalt feladatok közé tartozik. A megyei önkormányzat azonban egyre inkább elmélyíti elképzeléseit a koordinációs funkcióit illetően, ennek érdekében elkészítették a megye turisztikai stratégiáját, a megyei önkormányzat munkatársai tanulmányozzák a stratégiát, eddigi elképzeléseikkel összevetve keresik a konkrét megvalósítás lehetőségeit. A megyei turizmusfejlesztési fórumain érdeklődés mutatkozott az egyelőre még meglehetősen misztikusan hangzó Turisztikai Desztinációs Menedzsment fogalma iránt. A megyei turizmusfejlesztési stratégia készítése kapcsán határozott kérdés volt a turizmus szervezeti rendszerének kialakítására vonatkozó javaslatok megfogalmazása.

Az interjúkból kiderült, hogy elvileg a települési önkormányzatok szerepe lehet a turisztikai vállalkozási kezdeményezések ösztönzése, pályázati forrásokhoz való hozzájutás módjainak ismertetése, a helyi adókedvezményekkel való bátorítása. Míg a megyei önkormányzat szakemberei egy-egy turizmusfejlesztési altémára megyei hatókörű projektötlettel, projekttervvel, vagy akár nemzetközi, országos kiírássra benyújtott konkrét projekttel rendelkeznek, egyes településeken, helyi és kistérségi szintű hasonló tartalmú elképzelések körvonalazódnak. A megyei és helyi szintű projektek közös vonása egyrészt az, hogy ezidáig kevésbé integrálódtak egy települési/térségi társadalmi-gazdasági fejlesztési stratégia, netán kimondottan turisztikai stratégia vagy koncepció célrendszerébe. Az intézményvezetőkkel és polgármesterekkel folytatott beszélgetésekből azonban egyre inkább kitűnik a stratégiai szemlélet

csíráinak megjelenése, még akkor is, ha a rövidtávú projektszemlélet még erősebb, mint a közép- és hosszú távra való tervezésé. Ehhez azt is figyelembe kell venni, hogy a mindenkori kormányzati finanszírozásnak kiszolgáltatott önkormányzatok számára a négyéves választási ciklusok sem helyi, sem központi szintről nem a közép- és hosszú távú logikát igazolták vissza⁵⁰. Igény talán volna a stratégiai tervezésre, de minden döntéshozót a rövidtávon gyorsan megvalósítható projektek érdekelnék, ami legitimitásukat erősítheti még az adott választási ciklusban. A közintézmények vezetőinél is erőteljes a projektcentrikus gondolkodás, stratégiában azonban azok tudnak inkább gondolkodni, akiknek a pozíciója nem föltétlenül változik a pártok közötti erőviszonyok alakulása következtében. A stratégia gondolkodás csíráinak megjelenésében nagy szerepet játszott a kistérségi társulások megszervezésének ösztönzése, amiben a megyei önkormányzatnak országos szinten úttörő szerepe volt és ebben főleg a magyarországi vidékfejlesztési tapasztalatok megismerése volt döntő, a tudástranszfer szervezeti keretét a testvérmegyei, esetenként testvértelepülési, intézményközi kapcsolatok adták. Az más kérdés, hogy a kezdeti lelkesedés több helyen kifulladásra, a 15 kistérségi társulásból csak néhány működik, egyesek ismételten újraszerveződéssel vannak elfoglalva. Az ország EU tagsága és az Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alapból finanszírozott LEADER-program bevezetésével kapcsolatosan nagyok az elvárások, de a megyének maximum két LEADER-csoport létrehozására lesz lehetősége, az eddigi kistérségi társulások szövetkezésével. Kérdéses, hogy az együttműködésre való hajlandóság mennyire fog kiteljesedni, de az már több helyen előre jelezhető, hogy a helyi fejlesztési stratégiákban a mezőgazdaság, állattenyésztés, tejgazdaság vertikum mellett a turizmusfejlesztés lesz az egyik prioritás.

Az már előrelépésként könyvelhető, hogy egyes települési önkormányzatoknál felmerült a turisztikai referensi munkakör körvonalazása, akár természetvédelmi vagy kulturális referensi munkakörrel összevontan is, Gyergyóban pl. felmerült egy turisztikai egyesület létrehozása, ami alapvetően 9 települési önkormányzat munkáját fogná össze a turizmus területén. Udvarhelyen egyelőre a turisztikai információs iroda tölti be az ehhez hasonló szerepet, csak nem az önkormányzatokkal, hanem a turisztikai vállalkozókkal tartja inkább a kapcsolatot. Ugyanakkor a kistérségi társulások egyesületi formában való működtetése lehetőséget biztosít az önkormányzati elképzelések összehangolására, a civil és vállalkozói érdekek integrálásával. Csíkbán van ugyan turisztikai információs iroda, de ennek tevékenysége inkább a külföldi kiállítási részvételre, esetenként egy-egy csíkszeredai rendezvény társszervezésére

⁵⁰ Az is igaz, hogy amíg a 2004–2008-as ciklusban az RMDSz-es Borbély László volt a területfejlesztési miniszter, minden fórumon hangsúlyozta a stratégiák meglétének szükségességét, amelyek plusz pontokat eredményezhetnek a Regionális Operatív Program keretén belül benyújtott projektek elbírálásakor.

koncentrálódik. Másfelől, pl. a Pogány-havas kistérségi egyesület tevékenységébe épül be valamelyes turisztikai koordináció.

A három térségi kulturális központ tevékenysége áttételesen kapcsolódik a turizmushoz, alapvető profiljuk a kulturális értékmegőrzés és –teremtés, és akárcsak a múzeumok, ezek is az attrakciós szektor feltételeit javíthatják, szakmai konzultációt nyújthatnak térségmarketingben, értékkataszteri kutatásban, termékfejlesztésben. A megyei önkormányzati apparátuson belül nemrégiben jött létre egy új iroda, amelynek feladatai közé a turizmusfejlesztés előmozdítása is beletartozik, a kiadványszerkesztés és kiállítási részvétel, a projektgenerálás, a szakmai konzultáció az elsődlegesen megfogalmazott célok közé tartozik, folyamatban van a nemrég elkészült turizmusfejlesztési stratégia feldolgozása, akciótervvé formálása. A megyei tanács nemzetközi projektjei között közvetlen és közvetetten turisztikai tartalmú projektek is vannak, így pl. a (az EU Leonardo da Vinci programjához benyújtott) helyi animátorképzési projekt a helyi turisztikai potenciál jobb feltárását és hasznosítását, a térségi kínálat bővülését és a szolgáltatások jobb összekapcsolását eredményezheti. De ugyanígy említhető a gasztronómiai örökség feltárása és népszerűsítése, a gombatermesztés és felhasználás nemzetközi tudástranszfer révén történő megismertetése, vagy a hegyvidéki turizmus infrastruktúrájának felújítása, megteremtése, ill. az összehangolt Székelyföld szintű térségi turisztikai marketing-kommunikáció megalapozása, Kovászna megye tanácsával közösen. A vállalkozókkal szembeni elvárások kevésbé markánsan jelentkeztek a nyilatkozatokban, talán csak annyiban, hogy tartsák be az alapvető törvényi előírásokat, adózás, foglalkoztatás, környezetvédelem tekintetében. Elvárásként jelenik meg ugyanakkor a helyi szolgáltatók közötti együttműködések erősítése, a megyei önkormányzat részéről van szándék a *klaszteresedés* előmozdítására. A civilekkel való együttműködés a megyei önkormányzat és a települési önkormányzatok számára deklaráltan fontos, a megyei önkormányzat nemcsak tanácsadást nyújt a civileknek és elkészíti szervezeteik adatbázisát, hanem saját forrásaiból pályázatokat hirdet a civil szervezetek számára, többek közt turisztikai programok fejlesztése témakörben is. Ugyanakkor felmerült az egyes programok erőforrás-tervezésénél az önkéntességnek az értéként való pozicionálása, promotálása és ezáltal hasznosítása is (ld. turistaút-karbantartási vagy környezetvédelmi akciók munkaigénye). A funkciójukat veszítő teleházak jövőjét a helyi turisztikai és kulturális információs pontokká való átalakítása jelentheti (a helyi TDM szervezetek kialakítása során akár ezek lehetnek a lokalizációs gócok, székhely, alapfelszereltség).

5.1.3. Nemzeti/kisebbségi kultúra szerepe, a székelyföldi regionális identitás érvényesülése a turizmusban, térségmarketingben

Egy olyan sajátos régióban mint Székelyföld, amelynek Hargita megye is részét képezi, a nemzetiségi kultúrának kiemelt jelentősége van a közművelődés, közösségi élet, a személyes identitások erősítése és ezáltal a szülőföldről való emocionális kötődés „megtartó ereje” által. Kérdéses, persze, hogy elég-e ez a kötődés az értékes humán erőforrás helyben tartására, de ténynek tűnik, hogy a közösséghez való tartozás élménye életminőség-javító tényező, főleg akkor, ha az egyén egy nemzeti kisebbség tagjaként él egy nemzetállamban, ahol az adott közösségen, régióon kívül korlátozottak a saját nemzeti kultúra gyakorlásának, megélésének feltételei. Ha a közéletben egyre erőteljesebben nyilvánul meg a székelyföldi területi autonómia, a romániai magyar kisebbség személyi elvű kulturális autonómiájának igénye, várható, hogy a külvilággal kapcsolatot teremtő turizmusban is megjelenik a regionális identitás kinyilvánítása. A székely identitás egyrészt a többségi nemzettel való viszonyban magyar nemzeti identitásváltozatában jelenik meg, a romániai magyar és általában a magyar kultúrnemzethez tartozó közösségekkel szemben regionális sajátosságként hangsúlyozódik. Az olyan szimbólumok, mint a székely himnusz, újabban székely zászló alapján véve nem turisztikai célúak, de használatuk a turisztikai „gyakorlatokban” és a marketingkommunikációs anyagokban (egyes zenei CD-k) is visszaköszön. A térségi turisztikai marketingben a célpiacon orientációban első helyen értelemszerűen a magyarországi turisták vannak, akik számára vonzerőt jelent a székely emberek életmódjának, életszemléletének megismerése.

A székely regionális specifikumú kulturális örökség gazdasági szempontból is megközelíthető, így jön létre a Székely termék, Székelyföldi termék márkaként való bejegyeztetése, bár még nem tisztázott teljes mértékben ennek használati módja, célcsoportjai. Az ötlet adott (előzménye a Transsylvania authentica védjegy – ld. a civileknél), folyamatban van annak kidolgozása, hogy hogyan lehet a turisztikai szolgáltatásokra is alkalmazni. Újabb kezdeményezés a .sic domain-név bejegyzéséhez szükséges kampány (www.pontsic.org), amelyet a Székely Nemzeti Tanács kezdeményezett⁵¹. A kisebbségi sorban élő romániai magyarság egyre bonyolultabb belső politikai és társadalmi megosztottsága külön politológiai, szociológiai elemzéseket igényelne, de tény, hogy vannak olyan közös szimbólumok, politikai célok mint az autonómiaformákért való küzdelem, az eziránti igény határozott kinyilvánítása,

⁵¹ Az SzNT a romániai magyarság eddig egyedüli hivatalos közpolitikai szerveként működő RMDSz belső, majd külső ellenzéke székelyföldi tagjaiból, szimpatizánsaiból szerveződött; az Erdélyi Magyar Nemzeti Tanács képviselői mellett, többnyire e személyekből jött létre a Magyar Polgári Párt.

amely egyúttal a román–magyar és magyar–magyar viszonyrendszerekben a székelyföldi regionális identitás megerősödését eredményezik.

Van olyan kulturális intézményvezető, aki szerint, e mögött nincs tényleges regionális gazdasági-társadalmi kohézió, csupán a székelyföldi magyarság tömörszerű jelenléte, a kisebbség relatív regionális többsége, kulturális öröksége, szimbólumrendszere termeli ki az *új székely identitást*, a székelység-tudatot. Ennek kifejeződései között pl. a SIC (siculitas=székelység) feliratú matricák, valamint a településtáblák mellett megjelenő – Isten hozott! Viszontlátásra!, Jó utat! értelmű – *rovásírásos feliratok*, a régióra jellemző faragott fejfák (*kopjafák*) és egyre monumentálisabb *székelykapuk* a legjobb példák. Határozott véleményként kezd körvonalazódni, hogy fel kell hagyni a megye-marketinggel, legalább Hargita és Kovászna megye önkormányzatainak össze kell fogni a közös turisztikai kiállítási részvétel érdekében, egységes és szakmailag jól megtervezett, kézműves termékekkel díszített és folklórprogrammal animált Székelyföld-standdal kell megjelenni a nemzetközi és romániai turisztikai vásárokon is. Ugyanakkor nagy figyelmet kellene fordítani a térségi minőségbiztosításra is, ennek eszköze lehet majd a Székely termék-védjegy.

5.1.4. Jellegzetes turisztikai termékek, tevékenységek, helyszínek

A jellegzetes turisztikai termékek meghatározása némi nehézségekbe ütközik, nagymértékben a *turisztikai termék* fogalmának értelmezése miatt. Könnyebb a kérdést a turisták által végzett, végezhető tevékenységek oldaláról megközelíteni. Vagyis: mit lehet csinálni turistaként Székelyföldön, Hargita megyében, az adott településen vagy környékén? Az önkormányzati, közintézményi szféra szereplőinek állásfoglalása a betöltött funkciótól függően változó. A polgármesterek nyilván településük adottságaiból indulnak ki, a kulturális intézményvezetők pedig jórészt a kulturális tevékenységek széles skálájából, amelyeknél viszont a célközönséget nem föltétlenül, nem elsősorban a turisták képviselik, hanem a helyi közösségek, vendégegyüttesek, társulatok, zenészek, előadók, művészek (pl. a Régizene Fesztivál Csíkszeredában, Ezer Székely Leány találkozó Csíksomlyón, Barátság Alkotótábor, Táltos kézművestábor Szárhegyen, Tusványos, vagyis a Tusnádfürdőn megszervezett Bálványosi Nyári Szabadegyetem stb.).

A Székelyföldnek, s ezen belül Hargita megyének az adottságai között kiemelt szerepet tulajdonítanak a *borvizeknek* és *mofettáknak* (a vulkáni utóműködések eredményeként jelentkező ásványvizeknek és száraz gázömléseknek), amelyek fürdőgyógyászati hasznosíthatósága jelentős gyógy- és egészségturisztikai potenciált képviselhet, hasznosításuk azonban jelentős

beruházásokat feltételez mind a közszféra, mind a magánszféra részéről. A gyógyhelyek, helyi vagy országos érdekű fürdőhelyek és klimatikus üdülőhelyek lehetnének a tömegturizmus bázisai, de számos infrastruktúrafejlesztési és közterület-rendezési problémával kell megküzdeni rendezésük érdekében. Ilyen irányú kezdeményezés a PHARE program keretében benyújtott pályázat, a Borvíz útja-projekt, amely 13 Hargita és Kovászna megyei fürdőhely rendezési munkálatait foglalja majd magába. Jelenleg gyógyturizmusról érdemben csak Tusnádfürdön (szív- és érrendszeri panaszok kezelése) és Parajdon (légzőszervi és mozgásszervi panaszok kezelése) lehet beszélni, másutt a kezelések jórészt „empirikus jellegűek” (azaz közvetlen szakorvosi felügyelet nélkül, önállóan történnek).

A turisztikai potenciál másik eleme a téli sport-turizmus, konkrétan a síelés. Az viszont tény, hogy a megye nem rendelkezik összefüggő sípálya-rendszerekkel. Egyes önkormányzatok, vagy helyi turisztikai egyesületek, seregletek, vállalkozások kiépítettek kisebb pályákat, amelyeknek inkább helyi vonzereje, illetve kiegészítő szolgáltatás-funkciójuk van. A sípálya-fejlesztések egyik fő akadályát az erdős területek átminősítésében látják, azaz ki kell venni a területet az erdővagyonból (ami rendkívül sokba kerül, nagyjából egyenlő a beruházás értékével), ennek érdekében lobbizni próbálnak a kormánynál a jogszabályok megváltoztatása érdekében.

A térség vidéki jellegéből adódón többen látják a falusi turizmus hasznosságát⁵², de szerintük ez csakis jövedelemkiegészítő jellegű vállalkozás lehet. Vonzereje a még viszonylag hagyományos falukép, életforma, a hagyományos – mezőgazdasági ill. kézműves – foglalkozásokban való passzív vagy aktív részvétel lehetősége, a falu természetközelsége, az élelmiszerek természetessége. Nehezen választható el helyenként a falusi turizmus a kulturális turizmustól, lévén, hogy a kulturális körutazásokon résztvevő autóbuszos csoportok (szinte kizárólag magyarországi vendégek) sok esetben falusi szálláshelyeken vannak elszállásolva, többnyire félpanziós ellátással. A falusi turizmus potenciálja még nem tekinthető megfelelően hasznosítottnak, ennek elmélyítése a turisztikai vállalkozók leleményességétől, valamint a civil szervezetek aktivitásának és a megyei önkormányzat szakembereinek szakmai támogatásától függhet. Egyre több közéleti döntéshozó ismeri el a természeti adottságok közül a biodiverzitás értékét, amely egyrészt a vadászat, sporthorgászat és az ökoturizmus (ld. Fennell 1999) révén hasznosulhat. A kezdeményezés, főleg az utóbbi esetében civil oldalról történik, amelyet a megyei és települési önkormányzatok a maguk részéről pozitívan fogadnak és igyekeznek lehetőségeikhez mérten támogatni (pl. tanösvények kialakítása).

⁵² A romániai és székelyföldi falusi turizmusról ld. Petrea–Petrea 2000; Vofkori 2004; Benedek–Dezsi 2006; Ráduly 2006; Horváth A. 2008;

A vadgazdálkodás és az ehhez kapcsolódó vadászturizmus azonban inkább konfliktustényező a gyakori vadkárok miatt, amelyek megtérítésére már van törvény, a megyei önkormányzat pedig nemrég fogott bele egy ezzel kapcsolatos tájékoztatási kampányba. A hegyalji területeken elsősorban a medvék és a vaddisznók okozta károk okoznak fejtörést a gazdák számára, a természetjárók számára a nagy populációsűrűségű barnamedve-állomány nem föltétlenül látnivalóként, hanem kockázati tényezőként jelenik meg. A természetjárás (akár piaci) jelentőségének elismerését jelzi a megyei önkormányzat részéről a jelzett turistaút-hálózat felújítására irányuló projekt (Biztonságos turizmus), valamint annak ösztönzése, hogy a kisiskolások számára be kellene vezetni az erdei kirándulások tantervbe vételét, ehhez, pedig a hegyimentőszolgálat segítségét lehessen igénybe venni (ez már egyféle animatori és szakvezetői funkciót is szánna a hegyimentőknek). Az önkormányzatok egyes képviselői, többek közt a közbirtokosságok és magánerdő-, legelő- és kaszálótulajdonosok jelzései alapján helytelenítik az off-road, azaz a motorizált kalandturizmus (terepmotorozás) térhódítását, elképzelés született a motorosok, terepjárósok klubokba való szerveződésének kötelezővé tételéről (az azonosítás elősegítése miatt), a tevékenység keretek közé való szorításáról (pályák, útvonalak kijelölése, a tiltott területek jobb monitoringja). A lovasturizmust igazából a falusi turizmushoz köthetően, szekértúrák népszerűsítése kapcsán közelítették meg, a fogathajtás a sportrendezvények egyik típusaként jelenik meg.

5.1.5. Jellegzetes turisták

A turisták kilétéről szinte egyöntetű kép alakult ki: Székelyföldre elsősorban Magyarországról jönnek turisták, ennek látványos megjelenési formáját a gyakran feltűnő turistabuszok, a „kötelező” látnivalóknál csoportosan megjelenő magyarországi vendégek jelentik. A piaci orientáció főleg a falusi turizmus esetén egyoldalú, kivételt azok a települések jelentenek, amelyek jelentősebb szabadidős vagy gyógyászati potenciállal rendelkeznek (Tusnádfürdő, Parajd, Gyilkostó). Újabban gyakoribbak a román vendégek a Csíkszeredához tartozó Hargitafürdőn is. A kulturális intézményvezetők véleménye nem tér el markánsan a közvélekedéstől, talán csak annyiban, hogy bizonyos rendezvények (szárhegyi Barátság Alkotótábor, csíkszeredai Régizene Fesztivál esetében több országból érkeznek résztvevők, nemcsak Közép- és Nyugat-Európából, hanem akár Távol-Keletről, Amerikából is). A csíksomlyói kegytemplomnak, zarándokhelynek szinten nemzetközi vonzereje lehet, de a Pünkösdi Búcsú a vallási indítékkal érkező római katolikus hívek mellett egyre nagyobb

számban a világ legkülönbözőbb részeiről érkező magyarok találkozási alkalma is (az összmagyar nemzeti összetartozás megtapasztalásának helye).

Az egyes gyógyfürdőhelyek hagyományos vendégköréhez tartoznak az izraeli állampolgárok, a városokban inkább üzleti utazóként jelennek meg német, osztrák, francia, olasz vagy egyéb nemzetiségű turisták. Alapjában véve azonban meghatározó a magyarországi vendégkör, többnyire inkább idősebb és középkorú, szervezett csoportokban érkező vendégek, de lehet találkozni iskolai kirándulásra érkező fiatalokkal, ritkábban egyetemistákkal is. A saját szervezésben többnyire kiskocsival érkezők között a fiatalabb generációk is feltűnnek: egyrészt a kikapcsolódni vágyó középosztálybeli családok, baráti társaságok, másrészt a táncházmozgalom rajongói, fiatal értelmiségiek, akik akár vonattal, autóstoppal utaznak (ez mintha már kevésbé lenne gyakori). A vendégszerzés módjai között a kiállítási részvétel mellett a testvértelepülési, intézményközi és egyházi kapcsolatoknak is jelentős szerepe lehet, most már nem csupán magyarországi hanem azon túlmutató viszonylatokban is. Az eddigi erőfeszítések egyrészt nem is irányultak más piacok megcélzására, de valószínű, hogy a magyar piac mellett a hazai, a román piac jelentősége növekedni fog, annak is köszönhetően, hogy egyre több az új vendéglátó, a magyar piac növekedése pedig nem tűnik valószínűnek.

5.1.6. Szakoktatási intézmények, szakmák megítélése

E kérdéscsoport elsősorban a vállalkozói szférát érinti élesebben, a megyei önkormányzatnak a munkaerőpiac és az oktatási intézmények közötti koordinációs funkciója merült fel, nyilván együttműködésben a megyei tanfelügyelőséggel és munkaerő-elhelyező ügynökséggel. Utóbbiak esetében a kormányváltás következtében előállt intézményvezető-cserék (magyar vezetők leváltása) konfliktushelyzetet eredményeztek a központi és helyi kormányzat között. Azzal lassan mindenki kezd tisztában lenni, hogy az oktatási rendszer nehezen alkalmazkodik a gyorsan változó munkaerőpiaci viszonyokhoz, igényekhez. A megye turisztikai szakoktatási kínálata mennyiségileg elegendő volna, mindhárom nagyobb körzetben léteznek turisztikai profilú osztályok, akár az olyan nagyon keresett szakmákra is mint szakács, pincér, recepciós, utazási ügynök. De a munkaerőpiacról érkező visszajelzések szerint javítani kellene a gyakorlatorientáción, több és mélyrehatóbb szakmai gyakorlatra volna szükség. A megyei önkormányzat egyik, említett projektje az animátor – helyi idegenvezető, programszervező, lebonyolító, ún. vidéki interpretátori szakmát alapozna meg, ami tulajdonképpen egy foglalkoztatási innovációként is értelmezhető.

Az interjúalanyok többsége szerint a turisztikai, vendéglátási kínálat kulcskérdése a jól képzett és főleg morálisan megfelelő munkaerő, de többen úgy nyilatkoznak, hogy „nem látnak bele” az oktatási intézmények működésébe, általános elképzeléseik szerint a magánszférában itthon nem fizetik meg a jól képzett munkaerőt, erős a külföldi munkavállalás csábítása és kérdéses, hogy hazatérnek-e a külföldön inkább megfizetett és megbecsült munkavállalók. A székelyföldi viszonyokra is érvényesnek tűnik az, hogy többen tanulnak turisztikai profilú szakközépiskolai vagy akár felsőfokú képzésben, mint ahányan valóban ebben az ágazatban szeretnének elhelyezkedni. Sajnálatosnak tartják, hogy a turisztikai, vendéglátói szakmák presztízse ma már nem olyan jó, mint régebben, akár a '70-80-as években volt.

5.2. Vállalkozások vezetőinek az attitűdjei

A turizmus tárgyi feltételrendszerének összetevői a turisztikai infrastruktúra és szuprastruktúra elemei. Ezek jó részét profitorientáltan működtetik a kereskedelmi társaságok, vállalkozások. Hargita megyében a turisztikai vállalkozások jó része szálláshelyi és vendéglátói létesítményeket (elsődleges szuprastruktúrát) működtet. Némely esetben a szálláshely kapacitáskihasználtságának növelése érdekében egyéb, kiegészítő szolgáltatásokat is működtetnek, amelyek azonban a szorosabb értelemben vett turisztikai infrastruktúra elemei (sípálya, lovasközpont, gyógy- vagy élményfürdő). A megye szálláshelykínálatában meghatározó jellegzetesség a kevés számú szálloda és a nagyszámú városi és falusi turisztikai panzió. Megjegyzendő, hogy fenntartással kell kezelni a panzió fogalmát, hisz ebben egyaránt belefoglaltatnak a tényleges, üzemszerűen működő panziók, a hálózatba szerveződött falusi fizetővendéglátó-helyek valamint a kulcsosházak. A vállalkozói körbe tartoznak a helyi programszervezéssel, lovasszolgáltatásokkal és idegenvezetéssel foglalkozó mikro vagy éppen egyéni vállalkozások is. A megye három térségében 9 olyan személlyel készítettem interjút, akik a vállalkozói oldalt képviselik részben tulajdonosi, részben ügyvezetői mivoltukban. Esetenként tapasztalható a tulajdonosi szemléletnek a normatív menedzsmentbe tartozó általános értékelképzelése, vállalkozói kultúrával kapcsolatos elvárásrendszere, különválva az ügyvezetői stratégiai és operatív menedzsment-szemlélettől.

A vállalkozói szféra szereplőinek mélyinterjúkon keresztül való megszólításához módszertani szempontból legfontosabbnak a diszkrét rámenősség, az empátia és a beszédhelyzetükhöz való fokozott alkalmazkodókészség bizonyult. Az interjúalanyok kiválasztásánál a területi szempont kevésbé, az ismertségi szempont (turisztikai egyesületben és vásárokon való részvétel gyakorisága) jobban érvényesült, Gyergyó vidéke viszonylag

alulreprezentáltak sikerült, bár a megyei turisztikai stratégia előkészítő fázisában tartott konzultációs fórum bizonyos szintű ismeretátadást is eredményezett számunkra.

A megkérdezettek között szerepel a megye két legszínvonalasabbnak tartott szállodájának ügyvezetői igazgatói (egyiküknek a tulajdonosát is sikerült bevonni a vizsgálati körbe), a falusi turizmusáról ismert 2 udvarhelyi és 1 csíki település falusiturizmus-szervezői, egy helyi érdekű üdülőhely panziótulajdonosa, aki kisebb sípályát és egy jelentősebb lovasközpontot is működtet, 1 helyi programszervező aki a falusi turizmus-szervezésben és a parajdi sóbánya közvetett hasznosításában is érdekelt, 1 nemzetközi idegenvezető-utazásszervező (be- és kiutaztató) és 1 lovasturisztikai szolgáltató (egyben huszár hagyományörző egyesület vezetője). Mit mondanak tehát a helyi turizmusról a turisztikai vállalkozói szféra helyi képviselői?

5.2.1. A turizmus jelentősége, pozitív és negatív hatások

A Hargita megye turizmusában vállalkozói oldalról érintettek közül megkérdezettek a turizmus helyzetéről realistábbnak tűnően nyilatkoztak, mint az önkormányzati vagy civil szereplők, ami abból adódik, hogy közvetlenül tapasztalják a piac hatásait, ha intuitíven is, de szakmailag közelebb állnak a piac lüktetésének kitapintásához. Piackutatásról legfeljebb a nagyobb szállodáknál lehet beszélni, a kisebb szereplők közvetlen tapasztalataik alapján ítélik meg. Ennek forrását a szakmai szervezetbe tömörülés jelentette, de többen kiábrándultak a szervezeti, egyesületi tagságból, ami jórészt a magyarországi és jóval kisebb mértékben a hazai turisztikai kiállításokon, vásárokon való képviseletre szorítkozik. A kiállítási részvétel fontosságáról megoszlottak a vélemények, általában konszenzus van arról, hogy már nincs igazán vendégszerző hatása, aki mégis részt vesz személyesen, az azért teszi, hogy ne felejtse el, ápolhassa a szakmai és emberi kapcsolatokat az utazásszervezőkkel, a hazai kollégákkal. A kisebbeknek egyre inkább túl sokba kerül és akit már ismernek, annak már nem éri meg.

A turizmus kibontakozásának több előzménye volt a térségben, a megkérdezettek egy része ügyvezetőként a sikeresen privatizált szállodák talpra állításában, újrapozícionálásában és szolgáltatáskínálatának változatosabbá tételében látott pozitív elmozdulásokat, saját személyes erőfeszítéseik, csapatépítésük, munkakultúra és mentalitásváltoztatási kísérleteik eredményének tekinti az eddigi sikereket. Van aki kisebb vállalkozóként egyedül fokozatosan építette fel szállásadó egységét s látva, hogy csak a szállás és vendéglátás nem elég, folyamatos fejlesztésekbe fogott önerőből, kölcsönből és pályázati forrásokból, bár ezirányban negatív tapasztalatokról számolt be (túlzott bürokrácia, értelmetlen kötöttségek).

A falusi vendégfogadók hálózatépítésbe fogtak, még a '90-es évek elején-közepén. Volt ahol a testvértelepülési kapcsolatok adták az impulzust (csereüdültetések üzleti alapokra való áthelyezése, a vállalkozási lehetőség felismerése), volt ahol a korábban agráriumban érintettek ausztriai tanulmányútja adott ötletet, gazdaegyesületi vezetők, tanárok ösztönzésével és volt, aki rájött, hogy a hitelből vásárolt állatállomány termékeinek értékesítése a vendéglátáson keresztül hatékonyabb lenne: „jobb, ha a juh, a bárány tányéron megy ki az ajtón”. Utóbbinál az élelmezési szolgáltatás hozta magával a vendégfogadás kiterjesztését, fokozatos tanulási folyamat, személyes kapcsolatépítés eredményeként történt meg a – nyilvánvalóan a magyar – piacra való behatolás. A megye kínálatában a turizmusgazdaság a szálláshelyek köré szerveződik, és bár nyilvánvalóan nem a szállásért jönnek a vendégek, a jó ár-érték arány a versenypiaci környezetben az utazásszervezők számára előnyössé teszi a székelyföldi, Hargita megyén belüli bázisokat. Erre pedig rásegít, hogy a térség attrakcióinak egy része kultúrspecifikus, azaz a magyar turista számára viszonylag könnyen kiajánlható. Többek szerint egy érzelmi alapú, ún. nosztalgiautizmus tette lehetővé Székelyföld megjelenését a magyar piacon, más piacokon a jelenlét még esetleges.

A vállalkozói benyomások alapján, a nemzetközi piacon mérsékelt vonzerővel rendelkező desztináció lehet a térség, de ehhez is a feltételek elég mostohák. Elsősorban az infrastrukturális feltételek hátráltatják az ágazat fejlődését, de gondok vannak a promóciós tevékenységgel, a programkínálattal és a humánerőforrás-adottságokkal. Az adózási környezetet sem lehet optimálisnak tekinteni, pl. a helyi adók közé tartozó idegenforgalmi illeték mértéke is adott helyen a lehető legnagyobb (Csíkszeredában), az induláskor sem volt ösztönzés a helyi beruházónak ellentétben a külföldieknek felkínáltakkal. A természeti adottságok és a tradicionális kultúra olyan potenciált jelent, ami az ásványvíz-palackozás mellett, tényleg lehetne hosszabb távon is húzóágazat, de már vannak aggasztó jelei annak, hogy a fejlődés nem a megfelelő irányba foga haladni. A motorizált kalandturizmus (off-road) jó szórakozás annak, aki végzi, de rendkívüli módon károsítja az érintetlenséget sugalló természeti tájat, zajhatásával tönkreteszi azt a vonzerőt, ami elsőrendű piaci értéket képezne. A 90-es évek privatizációja és az ellenőrizetlen építkezések sok kárt tettek a térség adottságaiban, remélik, hogy végre a hatóságok tenni fogják a dolgukat s az agyonszabályozottság mögött nem a kaotikus állapotok fognak megmaradni a terepi valóságban.

Hiányzik a szervezettség a térség turizmusából, az eddigi tapasztalatok, a hatóságok és vállalkozók, vállalkozók és vállalkozók közötti akár formális, akár informális megfelelő kommunikáció hiánya arra készteti a vállalkozókat, hogy egyedül próbáljanak boldogulni. A hálózatosan működő falusi turizmusban viszont az tapasztalható, hogy aki nem tud beilleszkedni

az elvárások feltételei közé, az magától kimarad, lemorzsolódik. Van aki végleg felhagy a vendégfogadással – főleg az újabb engedélyezési költségek és procedúra miatt – van aki önállóan folytatja, vagy akár egy másik hálózatot hoz létre. A turizmusfejlődés ellentmondásos hatásai közé tartozik, hogy a kínálati oldal gyorsabban növekszik, mint a keresleti, ezért nő a versenynyomás, s ez elsősorban a nyomott árakban, a kevesebb vendégben és bevételben nyilvánul meg.

A piaci trendek arra utalnak, hogy az utazásszervezők egyre inkább a középkategóriás szállodákat választják a falusi szálláshelyek helyett, így van egy fajta verseny szálloda és vendégház között, de „az igazi szálloda-vendég nem fog úgy sem vendégházba, panzióba menni”. A szolgáltatók különböznek tekintetben is, hogy mekkora jelentőséget tulajdonítanak a szervezett csoportoknak ill. az egyéni, saját szervezésű utazóknak. A szállodák esetében kimaradnak azok a szervezett csoportok, akiknek a magasabb minőségű, de drágább szolgáltatás már nem megfizethető. Ebben viszont érdekes adalék az, hogy az utazásszervezőkre nyomás nehezedett a turisták részéről, hogy a tranzitszállásként használt nyugat-erdélyi, többnyire falusi szálláshely és a székelyföldi szállodai elhelyezés egy utazási csomagban disszonánsan hat, növeli az igényt a nyugat-erdélyi szálláshellyel szemben is, de ezzel már megdrágítja a csomag árát. Így a színvonalasabb szállodából a csoportos vendégek átcsoportosulnak a székelyföldi alacsonyabb árfekvésű szállodákba vagy a falusi fizetővendéglátó-hálózatba.

Az egyéni utazókhoz képest a szervezett utazások gazdasági vonzata ellentmondásos: egyrészt a csoportos vendég alig költ, nem sokkal több a bevétel utána, mint a szolgáltatónak az utazásszervező által kifizetett félpanziós ellátási díj. Ez azzal is magyarázható, hogy jórészt az alacsonyabb jövedelmű, vagy árérzékenyebb turistákat lehetett eddig csoportosan Erdélybe, Székelyföldre csábítani. Ugyanakkor egyszerre több ember fogyasztása mégiscsak jó a kapacitáskihasználtság növelése érdekében. A többnyire Magyarországról érkező csoportok általában saját idegenvezetővel érkeznek, de viszonylag nagy igény mutatkozik a helyi idegenvezetők szolgáltatásai iránt is, egyrészt autentikusabb interpretációik, jó helyismeretük, másrészt amiatt is, hogy alacsonyabb áron is hajlandóak vállalni a munkát mint a küldőpiaci kollégák. Az utazásszervezésben és idegenvezetésben egyaránt érintett és nemzetközi kitekintéssel rendelkező interjúalany szerint sok pénzt veszít a térség azáltal, hogy a nem szakképzett és minősített idegenvezetők is az informális gazdaságot gyarapítják. Ajánlásként fogalmazta meg, hogy a szakmai szervezetbe kellene tömöríteni ezeket és a már létező nemzetközi idegenvezetői szervezeti tagság előnyeit kellene kihasználni, ami nagyobb díjakat és szélesebb piaci ismertséget hozhat, így erős lesz a készítés az egyesülethez való csatlakozásra.

A befektető vonzás kérdésében a helyi vállalkozók nyilván visszafogottabbak, arra a kérdésre, hogy kellene-e több szálloda a térségbe kettős választ kaptam. Olyan szempontból nem kell, hogy így sem elégséges a kapacitáskihasználtság a profitabilitáshoz, merthogy az attrakciós szektor fejletlen, nincsenek eléggé kihasználva az adottságok a vendégvonzás érdekében. Másfelől, azzal egyetértenek, hogy több, komolyabb szálloda el tudna terjeszteni egy olyan vendégfogadói szakmai kultúrát, ami még hiánycikknek számít a térségben (a barátságos profizmus). A megye jól szerepelt a SAPARD-program pályázati forrásainak a lehívásában, számos színvonalas épület, panzió, turistaház épült, de kételyek vannak azt illetően, hogy lesz-e mivel növelni a vendégforgalmat, illetve lesz-e elég munkaerő a megfelelő kiszolgálásukhoz?

5.2.2. Turizmusfejlesztési feladatok: állam, önkormányzatok, vállalkozók, civilek

A helyi turisztikai vállalkozóknak elsősorban az állammal – az önkormányzatokkal és a kormánnyal – szemben vannak nagyon karakteres elvárásai. A legfontosabb, hogy az ágazatot vegyék komolyan, teremtsék meg a működéshez szükséges alapvető feltételeket, leginkább a közúti infrastruktúrát, és a településen belüli közterületek rendezését, ápolását, a vidéki térségben pedig a területhasználatra nagyobb odafigyelést tanúsítsanak (agrárkörnyezetvédelem). Másfelől ne legyenek mohók a helyi adók kivetésénél, s ha már van idegenforgalmi adó, akkor annak felhasználásáról adjanak átlátható képet.

Egyelőre az a percepció az állami szervek turizmusfejlesztési szerepvállalását illetően, hogy nem tesznek érdemben semmit, sokat beszélnek a turizmusról, s az adók révén rontják a vállalkozások és egyben a térség versenyképességét. Sokszor a „papírforma szerint” mindent hivatalosan végző vállalkozás hátrányba kerül a turizmusgazdaság informális részének, a feketeturizmusnak a szereplőivel szemben. Az állami szereplőkről alkotott kép része az öncélú bürokratizmus, a felelősségvállalás helyetti „aktatologatás” és az a benyomás, hogy aki(k)től függ egyes engedélyek kiadása, azok nem föltétlenül jól felkészült szakemberek. A hivatali hozzáállásból hiányolják a segítőkészséget, a bizalmat, nyitottságot, rugalmasságot, gyors ügyintézés és hatékonyságot⁵³. A hivatali ügyintézésben, engedélyek beszerzésében az a tapasztalat, hogy inkább azzal szembesítik a vállalkozót, hogy mit miért nem lehet, nem szabad megcsinálni, és ha valami nem teljesen az előírások szerint történik, egyből a büntetésekre kell számítani. Ugyanakkor sok helyen, pl. tulajdonviszonyok körül, területrendezési és építkezési vonatkozásokban káosszal lehet szembesülni. Az állammal szembeni erőteljes ellenszenv egyik

⁵³ Ilyen közvélekedés mellett egy TDM szervezet kialakítása pl. jelentős bizalmatlansággal vagy felfokozott elvárásokkal kell, hogy szembesüljön.

oka a „hazugság-kultúra”. A hatósági posztok betöltése nem szakmai, hanem kliensi alapon történik, erős a pártpolitikai függőség, túl sok a közalkalmazott. Mindez tanulságos lehet a közszféra vezetői számára, akik nyitani próbálnak a vállalkozói szféra felé, de érdektelenséggel szembesülnek.

A testvértelepülési, testvérmegyei kapcsolatoknak a turizmusra gyakorolt hatásait minimálisnak tekintik, jórészt az egyes küldöttségek protokolláris kiadásai jelennek meg a vendéglátóknál bevételként, marketinghatásuk csekély. Igaz, hogy estenként, pl. a falusi turizmus számára ösztönző lökést jelentettek, interkulturális cseréket mozdítottak elő. A „tanulási hatás”. A tudástranszfer szerep vállalkozói oldalról nézve nem nyilvánvaló.

A helyi vállalkozó egyben helyi befektető is lenne, ha megfelelő tőkeerővel rendelkezne. Vannak példák tőkeerősebb vállalkozásokra, cégcsoportokra, amelyek portfóliójában a turisztikai szolgáltatások is megjelennek. A helyi „nagyok” esetében is tapasztalható már az, hogy a tulajdonos a cég irányítását szakképzett menedzserekre bízza. Ezeknek azonban egyrészt az üzemeltetés operatív gondjaival, másrészt a piacszerzés, piacon maradás, részesedésnövelés stratégiai feladataival kell szembenézni, miközben bizonyítaniuk kell a normatív menedzsment, a tulajdonosi kör felé. Az általam megkérdezetteknél a tulajdonosi kör is helyileg beágyazott, értékrendjében helyi kötődésű. A kisebb vállalkozók, vagy éppen civilek esetében, de az önkormányzati szférában is tapasztalható az idegenkedés a külföldi, vagy hazai de más vidékről származó befektetők iránt, de ez még nem vezetett a helyi tőkekoncentrációk preferálásához, nincsenek kisvállalkozói konzorciumok – néhány kivételtől eltekintve. Ez abból is adódhat, hogy létezik ugyan kereskedelmi és iparkamara, léteznek különböző vállalkozói fórumok, de a szakmai szervezeti tömörülések nagyon kezdetlegesek, nincs megfelelő bizalmi tőke mögöttük. Kicsiben falvakon működnek hálózatosodások, de regionális szinten sokat kell dolgozni tényleges klaszterek kialakulásához. A vállalkozók közötti együttműködésnek elsősorban lobbicélokot kellene szolgálniuk (adókedvezmények kicsikarása), a promóciós tevékenységet akár a térségi turisztikai marketingbe ágyazottan az önkormányzati szférára is át lehetne átruházni. Az országos szakmai szervezetekbe való tömörülésnek bizalmi akadályai vannak, kevés az olyan szerveződés, amelynek hitele van, a szervezeti kultúrát a kisebb csoportérdekek hatják át, arra megy ki a dolog, hogy tagdíjakat szedjenek be, a tagok számára a hasznosság megkérdőjelezhető. A szállodások két szerveződést tartanak hitelesnek: az Utazási Irodák Országos Egyesületét (a MUISz megfelelője) és a Romániai Turisztikai Munkáltatók Szövetségét, részben pedig az Országos Falusi, Öko- és Kulturális Turizmus Egyesületét (bár ennél is megoszlanak a vélemények).

A turisztikai információs irodákkal és a vállalkozókat tömörítő turisztikai egyesülettel szemben megfogalmazott elvárások részben összefüggnek, részben különválaszthatóak. A megyében gyakorlatilag egyetlen – önkormányzati finanszírozású – tourinfo iroda működik (Székelyudvarhelyen), ezzel kapcsolatosan csak annyi a kifogás, hogy ha a vállalkozó tekintélyes összegű idegenforgalmi adót fizet be a helyi költségvetésbe, akkor miért várják még el, hogy a szórólapok vásárra vitelért még külön díjat kelljen fizetni. Az viszont dicséretes, hogy az iroda próbálja összefogni legalább a vendéglátó vállalkozásokat. Máshol viszont a korábbi turisztikai információs szolgáltatás gyakorlatilag megszűntnek tekinthető. Így helyben nincs ilyen szolgáltatás, ami nem csak a már a desztinációban levő turistákhoz szól – és elvileg számos vendéglátói vagy szabadidős szolgáltatás közvetítésében, értékesítésében segíthetne – hanem koordinációs funkciót tölthetne be, piaci információkat közvetítve, fenntartva a szakmai találkozók formális kereteit. Az egyesületi tevékenység – bár elismerik alulfinanszírozottságát – nem tölti be komplex funkcióit, vásári részvételének hatékonysága megkérdőjelezhető, a tagság részéről megfogalmazott ajánlások, észrevételek kevésbé épültek be a döntéshozásba, ezáltal az eddigi szervezetépítések legitimitáskrízist eredményeznek.

A vállalkozóknak a civil szerveződésekre irányuló kérdéseknél alapvetően a szakmai egyesületek jutnak eszükbe, nem azok a szerveződések, amelyeket a többnyire önkéntességi alapon szerveződő egyesületek, alapítványok képeznek. Irányított kérdésekkel azonban feltárhatók azok a meg nem fogalmazott elvárások, vagy inkább elképzelések, hogy a civilek mit tehetnek a turizmusért. Úgy tűnik, hogy az előzetes várakozások (előítéletek) ellenére volna nyitottság, hajlandóság egyes vállalkozások megnyerésére olyan közösségi akciókra, amelyek a térségi turisztikai infrastruktúra fejlesztésére (túraútvonalak kijelölése, hegyimentő-szolgálat bázisainak kialakítása) vagy az attrakciós kínálat, rendezvények promóciós támogatására irányulnak. Egyelőre azonban úgy tűnik, e két társadalmi szféra között nem eléggé kidolgozottak a kapcsolatok. Annak ellenére, hogy léteznek eseménynaptárak, ezek létezéséről a vállalkozói szféra nehezen értesül, a kulturális intézmények, önkormányzatok elkészítik, ha nem is hangolják össze az eseménynaptáraikat, de ezek nem jutnak el időben a vállalkozókhoz, hogy be tudják építeni a saját marketingkommunikációs tevékenységükbe. A „vásáron nem tudunk megfelelően megjelenni” kijelentés egybeesik a megyei önkormányzati elképzeléssel, hogy egységes székelyföldi standot kellene kialakítani, megfelelő animációval és dekorációval, jól összehangolt és megtervezett munkatervvel. Ezt egyébként ténylegesen is a megyétől várják el. A falusi turizmus egyik szereplője az együttműködés hasznosságának jó példájaként említette az Utazás Vásár kísérőrendezvényét a LEADER-Expot, amelynek vonzerőteremtő és kohéziós hatása nem lenne mellékes.

A szakmai konzultáció hiányára vall az agresszív konkurenciális magatartás a helyi szolgáltatók részéről, az együttműködési formák fel nem ismerése és elutasítása, ami összefügg a minőségbiztosítás, a szolgáltatások színvonalának és a versenyképes ár-érték aránynak a garantálásával. Mindez összefügg esetenként a képzettség és a szakmai kultúra hiányával is. Az utazásszervezőkkel szemben megfogalmazott kifogás, hogy túl zsúfoltak a programjaik, egyszerre túl sok mindent meg akarnak mutatni, kevés az élményszerűséget, kikapcsolódást biztosító laza, helyi program, bár a falusi turizmus szereplői ilyen tekintetben pozitívabb tapasztalatokról számoltak be.

Általános elvárásként fogalmazódott meg a lakosság felé egyrészt a környezettel szembeni igényesség, másrészt a valós vendégbarát magatartás, a más kultúrákból érkezők sajátosságainak elfogadása. Idegenvezetőkkel kapcsolatos megállapítás, hogy „valós információt kell átadni, de ugyanakkor megfelelő lelkesedéssel közvetíteni kell – a meseország, a tündéerkert-imázst, biztosítva, hogy a vendég bizalommal és lelkesen költse el a pénzét”. A vendéglátóhelyekkel kapcsolatos kritika, hogy az étlapok túlzottan zsúfoltak, de kevés a specifikus, tájjellegű étel, szegényes a vegetáriánus kínálat.

5.2.3. Nemzeti/kisebbségi kultúra szerepe, a székelyföldi regionális identitás érvényesülése a turizmusban, térségmarketingben

A nemzeti, kisebbségi kultúrával kapcsolatos kérdéskör felvillantása a vállalkozók számára akár tendenciózusnak is tűnhetne, mintha a kutató a saját látásmódjára keresne igazolási pontokat a gazdaság szereplőinél. De talán az interjúalanyok kiválasztása is befolyásolhatta, hogy a válaszokban a nemzeti értékrend markánsan megjelent. Hozzá kell tenni, hogy a nemzeti kulturális örökség természetesen vonzerőtényező a turizmusban és ezáltal gazdasági erőforrásként is számításba jöhet, sokrétűen kapcsolódva pl. a vállalkozási vagy desztinációs marketingtevékenységhez. Az is igaz, hogy a vizsgálati térség sajátossága az országosan kisebbségben levő magyarság regionális többségi jelenléte, tömbmagyar jellege, amely a sajátos szocializációs közeg mellett, sajátos történelmi hagyatéka révén a regionális identitás meghatározó eleme is *székely-magyar* mivoltában.

A kérdés, tehát az, hogy mit jelent a turizmus számára a magyar kultúrnemzethez való szoros kötődés, az államnyelvtől, a politikai nemzettől való különbözőség, hogyan jelenik meg a székelyföldiség a turisztikai kínálatban, a piaci orientációban, netán a turizmus feltételrendszerének alakításában. A megkérdezettek válaszai egyrészt a saját tapasztalatokkal, másrészt elképzeléseikkel, vágyaikkal és elveikkel függnék össze.

Az egyik meghatározó tekintélyű interjúalany tulajdonosi értékrendjében karakteresen jelenik meg a Székelyföld iránti elkötelezettség, odáig elmenően, hogy nem Hargita megyét és nem csak az annak egy részét képező Csík vagy Gyergyó vagy Udvarhely vidékét, hanem a kulturális régiót tartja szem előtt és azt a népet, azt a közösséget, amelyből származik és amelynek mássága, hagyományai alapvető értékként jelennek meg számára. Annak ellenére, hogy egy városi szálloda esetében korlátozottnak tűntek a rusztikus, tradicionális kultúra megjelenítésének lehetőségei, elvárásként fogalmazódik meg, hogy kerülni kell az uniformizálódást („ne egy mikrohullámsütős turizmust majmoljunk el máshonnan, hanem teremtsük meg a mi magunk jellegzetes kemencés turizmusát”). Sajátos normatív menedzsmentkritériumként jelent meg a névválasztás, ami a korábbi, már ismert román név helyett a magyar név következetes használatát követelte meg a stratégiai és operatív menedzsmentért felelős ügyvezetőtől.

Kiemelt fontosságúnak tartják az olyan különlegességek térségmarketingben való alkalmazását, mint a székely rovásírás, a székelykapu, a működő vízi malmok mint látványosságok népszerűsítését, vagyis a természetközelség, a természetesség és hagyománytisztelet hangsúlyozását. Fennáll a veszélye az uniformizációnak, de a nyugatiaktól igazából azt kellene megtanulni, hogy a saját helyi jellegzetességeiket hogyan hasznosítják, bár egyes dolgokat (mint pl. a vadállatok életterének korlátozása) ki kellene kerülni. A helyi jelleg érvényesítésének leginkább az építészetben és a gasztronómiában lennének szélesebb lehetőségei (Székely Ház-program, székely konyha).

A székelyföldi branding, térségi márkaképzés még gyerekcipőben jár, a megyei turizmus stratégia a szakmával nem volt eléggé egyeztetve (az ezirányú erőfeszítések tényleg gyengék voltak, a szoros határidők és költségkeretek miatt). A *Székelyföldi termék* kezdeményezésről már hallottak, de a felvételezés időpontjában erről még csak annyit lehetett tudni, hogy Hargita és Kovászna megye önkormányzatai bejegyeztették a nevet az országos védjegyhivatalnál. Nem világos, hogy hogyan lehet majd alkalmazni a turisztikai szolgáltatások esetében, de mindenképp fontos a szigorú minőségi kritériumrendszer alkalmazása és a helyi beágyazottság érvényesítése.

Az országos szintű desztinációmarketingből úgy tűnik, hiányzik a multikulturalizmus, sehol a hivatalos promócióban nem jelenik meg Székelyföld, mint turisztikai desztináció, Erdély (többek között) magyar jellege sem domborodik ki eléggé. A székelyföldi kultúrának meg kellene jelennie a kínálatban, nemcsak a magyar piac felé, ahol ennek befogadása természetes könnyedséggel megvalósul, hanem a hazai, román piacon is, ahol következetes munkával, megfelelően felkészült szakembergárdával csökkenthetőek az esetleges előítéletek, tudatlanság s kihasználhatók a magyarok iránt táplált sztereotípiák pozitív tartalmai. Mind a városi, mind a

falusi turizmusban tapasztalható a románok érdeklődése a helyi specifikumok iránt, bár az utóbbi esetben korlátozó tényező a hiányos román nyelvtudás a vendéglátók részéről. A városi és üdülőhelyi vendéglátóhelyeken a román vendégek részarányának növekedését pozitívként könyvelik el arra utalva, hogy az egyénileg, baráti társasággal érkező vendég sokkal kevésbé árérzékeny és nagyvonalúbb mint a csoportosan érkező magyar vendégek nagy része. Ezt a tapasztalatot árnyalja az, hogy a kevésbé igényes vendégek nem mennek be az igényesebb vendéglátóhelyekre, a lacikonyhás egységek dolgozói éppen arról számolnak be, hogy a román vendég viselkedése sok esetben hagy kívánnivalót maga után.

A már említett LEADER-Expo követendő példa lehet a térségi együttműködésre, arra, hogy „találjuk ki magunkat”, legyen eleven a turisztikai vásári jelenlét kézműves termékekkel, hagyományos ételkészítményekkel, zenés animációval. Ki kell találni új attrakciókat, amelyek alapja a saját kultúra, a történeti vagy népi hagyomány. A falunapokat, települési és térségi ünnepeket tartalommal, mondanivalóval kell feltölteni (Szent László napok üzenete: van mire felnézni, jövőbe tekintő tenniakaró magatartási modellt kell közvetíteni, nem a vesztes-kultuszt művelni).

Egy másik vélemény szintén a nyitottság szükségességére hívja fel a figyelmet, de a hagyományőrzés mellett a kulturális nyitásra, pl. az eseményszervezés kapcsán akár világsztárok meghívására is szükség volna, akik nagyobb nyilvánosságot tudnának biztosítani a térségnek. Sajátos termékfejlesztési és egyben interkulturális csere lehetőségeként merül fel az ún. Home Food Motion-modell, azaz a más kultúrából érkező vendég számára olyan gasztronómiai programok szervezése, amelynek része a nyersanyagok helyi zöldségpiacokról való beszerzése. Ennek során nem a helyi különlegesnek tűnő étel elkészítése és élvezete a lényeg, hanem a helyi kultúrába való aktív részvételen alapuló beágyazódás, a sajátos miliő megélése (ld. Michalkó 2005a; Rátz–Michalkó 2007). Ugyanezen interjúalany szerint a vendéglői étlapok túlzottan zsúfoltak, de kevés a valóban tájjellegű fogás, fantáziátlanok a vegetáriánus ételek. Ennek érdekében szükség lenne szakácsképzési akciókra.

A nemzeti jelleg turizmusra gyakorolt hatásának sajátos megnyilvánulása volt a 2005. december 5-i magyarországi népszavazás a határon túli magyarok számára megadandó kettős állampolgárságról (pontosabban annak törvénybe való foglalásának szükségességéről). A térség fő küldőpiacát jelentő Magyarország belpolitikai csatározásait kísérő diskurzusok jellege mély felháborodást, sértettséget váltott ki a határon túli magyar közösségekből, így a székelyföldről is, elsősorban a róluk festett hamis és negatív kép miatt, másrészt az erőteljesebb történeti tudattal rendelkező kisebbségben élő magyar közösségek számára a népszavazás eredménye / eredménytelensége azt az üzenetet hordozta, hogy nincs már mögöttük az anyaország erkölcsi

támogatása. Ez a kulturális sokk a közemberek szintjén elkeseredést, letargiát, majd dacot váltott ki, a fogadóközösségekben egyfajta „megkeményedett büszkeséget”, ami a magyar turistával szembeni kritikusabb magatartást eredményezett. A népszavazás és annak visszhangja a határon túli közösségekben rövid ideig erőteljes visszaesést eredményezett, de a 2005. évi árvízkárok enyhítésére mozgósított példás összefogás valamelyest helyre állította a kölcsönös bizalmat. A népszavazás, mint politikai esemény hatása a turizmus-rendszer működésére a küldő és fogadó terület viszonyában a piaci orientáció tekintetében lassú változást idézett elő, arra figyelmeztette a fogadóközösségeket, hogy nem lehet egyoldalúan csak egy piacra koncentrálni, bármennyire is ígéretes az. Ezzel kapcsolatosan megfogalmazott megállapítás, hogy most már azok is jönnek Magyarországról, akik eddig nem jöttek, olyan réteg is jön, akinek show kell, nem kultúra, a nosztalgia-turisták mellett megjelennek a tipikus fogyasztók is.

Az hogy túl kell lépni az átalakuló magyar piacon nemcsak a belső, a román piac felé nyitást, hanem a nemzetköziesedés szükségességét is jelenti, ehhez „az hiányzik, hogy mi is meglátogassuk a vendégeinket saját otthonukban. Valóban vendégszeretőek vagyunk? Nyitottak a kulturális másságra?” Ez utóbbi kérdésként megfogalmazott felvetés egyben kételyt fejez ki a fogadókészséget illetően, rávilágítva a szemléletformálás szükségességére⁵⁴.

5.2.4. Jellegzetes turisztikai termékek, tevékenységek, helyszínek

A termék fogalma kapcsán egy vállalkozónak természetesen elsősorban a saját szolgáltatása jut eszébe, az amivel kimegy a piacra, amit el akar adni. Ez lenne tehát a termék mikroszintű értelmezése. Ha a makroszintű megközelítésű termékről alkotott elképzelésekre kérdezzük rá, akkor átfogalmazható a kérdés: mit lehet csinálni a térségben, miért érdemes ide látogatni? Erre aztán a szabadidős tevékenységekre, azok szolgáltatáselemeire terelődhet a figyelem. Általánosságban természetesen lehet beszélni kulturális turizmusról, aktív turizmusról, falusi turizmusról, de ezek kollektív turisztikai terméként való felfogása még nem terjedt el, ezért a termékfejlesztés fogalomköre is elvontnak tűnik a kisebb vállalkozók számára. Mindez azért fontos, mert pl. egy TDM szervezet termékfejlesztési vonatkozású tanácskozásán nem marketing vagy menedzsment szaknyelven kell az érdekeltekkel kommunikálni, hanem az ő nyelvükre lefordítva, konkretizáltan kell beszélni arról, hogy mi a hegyi turizmus, mi a falusi turizmus stb. Ugyanez érvényes a pályázati programok tervezésére is, pl. egészségturisztikai

⁵⁴ Ezzel kapcsolatosan a közutak fölé állított székelykapukkal szoktam példálózni: határt is jelöl, de a kapu mindig nyitott, ki is lehet menni, de be is lehet jönni alatta. A székelykapu talán a legjobban használható szimbóluma lehet a székelységnek és Székelyföldnek, mind politikai, mind desztináció-marketing vonatkozásban.

termékfejlesztés esetén nyilvánvalóvá kell tenni, hogy mitől lesz ez specifikus terméke egy térségnek.

Az önkormányzati és közintézményi szféra képviselőinek felfogásától a vállalkozói szemlélet éppen a mikro jelleg miatt tér el. A közületek a komplex makrotermék fejlesztéséről marketingkommunikációs vonatkozásban, a profitorientált magánszféra, pedig, a konkrét szolgáltatások fejlesztéséről gondolkodik egyrészt beruházási, másrészt szervezési vonatkozásban. A kérdéskör tehát arra irányul, hogy melyek azok a fő vonzerők, amelyekre turizmust lehet alapozni, milyen szabadidős tevékenységek ajánlhatók ki az egyéni vagy szervezett piacra.

A vállalkozók szerint a térség vonzerejét a természet és a hagyományos életformák, a kulturális és sportrendezvények jelenthetik. Gondot jelent, hogy télen nincs vendég, főleg a falusi turizmusban, hisz nincsenek eléggé vonzó sípálya-rendszerek. Egyik vállalkozó pedig éppen a télisportok feltételrendszerének fejlesztésével próbálja elérni, hogy panziója kapacitásait jobban ki tudja használni. Megfelelő hozzáállással, munkával a szerény terepadottságok ellenére akkor is lehet síelhető területet biztosítani, mikor a környéken egy pálya sem üzemel (idejében rámenni a pályára a taposógéppel, hóágyúval pótolni a hőmennyiséget). A szezonális nem kiküszöbölhető, csak egy második, téli kissezonnal rá lehet segíteni a forgalomnövekedésre. Ahhoz, hogy a télisportok meghozhassák az elvárt eredményt nagy infrastrukturális beruházásokra volna szükség pl. a Madarasi-Hargita és Hargitafürdő jobb megközelítése és a villamosenergia-hálózat bővítése, valamint modernebb felvonó-berendezések, több és többféle pálya kiépítése révén.

A székelyföldi tájak természetessége, a biodiverzitás a természetjárás lehetőségeit alapozza meg, de ennek tárgyi feltételei még szerények (jelzett túrautak, tájékoztató táblák, kilátópontok stb.). A természet a vidékiséggel együtt, a hagyományos faluképpel, tradicionális kulturális örökséggel a nyugatiak figyelmébe kerül, amit a zöld utak mozgalma, az angol trónörökös, Károly herceg erdélyi látogatásai, az itteni örökség iránti érdeklődése – legalábbis a szomszédos Szászföldön – felértékeli az ökoturizmust és falusi turizmust. Az eddigi szervezett kirándulások ún. kulturális körutakat jelentenek, főleg a magyarországi autóbuszos csoportok látogatják a fő történelmi, néprajzi, vallási látványosságokat, híres emberek emlékhelyeit, sok esetben egy fajta nosztalgia-turizmusról van szó. Kifogásként hangzik el az utazásszervezőkkel kapcsolatosan, hogy túlterheltek a programok, kevés az élményszerűség, mindent meg akarnak mutatni néhány napban. A kulturális körutazások most már Székelyföldön túlra is irányulnak, de itteni szálláshelyekkel (Szinaja, Brassó környéke ill. Moldva és Bukovina kolostorai). Az aktív turizmus résztvevői kisebb csoportok, akár természetjárásról, akár vadászturizmusról van szó.

Utóbbira vonatkozó kérdésre szarkasztikus válasz: „akinek van puskája, az lő. Ez ilyen egyszerű.” Nyilván van ebben némi sarkítás, de kifejezi azokat az állapotokat, amelyek ezen a területen esetenként jellemzőek. Értelmezésemben ez annyit jelent, hogy a vadászat ugyan beépülhet a marketingkommunikációs kiadványokba, lehet népszerűsíteni, meg is szervezik a szakosodott cégek a vadásztársaságok közreműködésével, de a területtulajdonosoknak ebből nem sok hasznuk, sőt inkább káruk adódik.

Az egyéni szervezésben érkező vendégek szabadidős programjai lazábbak, inkább üdülési jellegűek, van aki évek óta ugyanoda jár vissza, miután már minden kötelező látnivalót megnézett. Kisebb csoportok igénybe veszik a lovasturisztikai szolgáltatásokat, így a sétalovaglást, a lovastúrázást és a lovaskocsizást/szekerezést. Ez utóbbi pl. a falusi turizmus helyi programjainak egyik színfoltját jelenti. A lovasturizmus fő gondja, hogy nincs szakirányú képzés, nincsenek minősített lovastúra-vezetők, a lovasközpontok minőségbiztosítása meglehetősen távolinak tűnik, a lovassportok művelői nem föltétlenül lovasturisztikai szolgáltatók, nincs meg a lovaglás helyi kultúrája, ami szezonon kívül folyamatos bevételt jelenthetne a szolgáltatóknak. Sokrétű szerepet tölthetne be a lovasturisztikai szolgáltatóknak egy térségi szervezete. Népszerűsíteni kellene a lovaglást, mint egészség-megőrzési eszközt, fizikai és pszichikai rehabilitáció szerepét is kellene hangsúlyozni, de nehéz felvenni a versenyt a divatosabbá vált – főleg motoros – szabadidősportokkal.

Az üdülőhelyekhez kapcsolódó forgalom egy részét a klasszikus gyógyturizmus teszi ki, a modernebb, wellness-alapú egészségturizmusról még alig lehet beszélni, egy-egy szálloda wellness szolgáltatásai ma már nem jelentenek olyan újdonságot és egyedi vonzerőt, rövidtávon a borvizek és mofetták még nem jelentenek áttörést, hasznosításukra összehangolt fejlesztési programokra volna szükség. Ennek ellenére a térség turizmusában a tömegesség az üdülőhelyeken jellemző (Tusnádfürdő, Parajd, Gyilkostó), ahol a szálláshelyek adottak mint bázis, és innen lehet kirándulgatni, passzív vagy aktív üdülési tevékenységeket végezni.

A városok turizmusában néhány kulturális látnivaló (pl. múzeumok) mellett a nagyobb kulturális és sportrendezvények mozgósítanak több embert, de nem föltétlenül a messziről jött turistákat, hanem inkább a település közvetlen vonzáskörzetének lakóit. A városi kínálatban a Székelyföldön – a kis- és középvárosi településhálózat miatt is – a bevásárlóturizmusnak még nincs jelentősége, távlatilag a középvárosok modernizációja magával hozhatja a plázás, shoppingoló életmódot, ami valamelyest színesítheti a városi kínálatot. A sport és turizmus kapcsolata a szálláshelyek kihasználtságában ellentmondásos, elvileg több vendéget kell elszállásolni, de olykor több a kár, mint a haszon (a lealkudott szállásárak és a vendégek magatartása, rongálások miatt). Sajátos marketing-vonatkozás, hogy a térség egyik

jégkorongcsapatának mezén nem a szponzorok nevei vagy ismert márkák szerepelnek, hanem *Látogass el Székelyföldre!* felirat, aminek a széleskörű mediatizálás révén van jelentősége.

A városi turizmus sajátos szelete a hivatásturizmus, ezen belül is nagyobb jelentősége a konferenciaturizmusnak volna. Ez nem azt jelenti, hogy a térség betör a nemzetközi rendezvényszervezői piacra, de mivel az ország közepén vagyunk számos, országos hálózatot működtető cégnek megfelelhet a földrajzi fekvés, így a megfelelő technikai háttér (konferenciatermek megfelelő hangosító berendezésekkel, tolmácsolási lehetőségekkel stb.) megteremtése mellett a szállodák kihasználtsága növelhető, főleg ha nagy hangsúlyt fektetnek a konferenciák társadalmi-program igényeire. Az egyik szállodás kiemelte a jól felkészült munkaerő és a kifogástalan kiszolgálás kulcsszerepét a konferencia-szervezők megnyerésében.

A térség turisztikai termékei számára a védjegyek, a minőségbiztosítás bevezetése az ismert minőségbiztosítási és környezetbiztosítási menedzsment-rendszerek mellett távlatilag jelenthet piaci előnyt, mint pl. az önkéntes minősítésen alapuló ökocimké, vagy a Székelyföldi termék minősítés bevezetése, de ezirányban térségi szakmai konzultációra, nemzetközi tudástranszferre volna szükség.

5.2.5. Jellegetes turisták

A vállalkozói szféra percepciója a térséget látogató turistákról valamelyest reálisabb, mint az önkormányzati-közüntézményi illetve civil szféra képviselőié. Az viszont kétségtelen, hogy benyomásaik elsősorban az általuk kiszolgált turistákra, áttételesen pedig a célpiacakra vonatkoznak. Minden megkérdezett esetében egyelőre elsődlegesek a magyarországi turisták, bár jelentős eltérések vannak a falusi, üdülohelyi és városi turizmust illetően. Míg a falusi panziók, fizetővendéglátóhelyek esetén a magyarországiak aránya 90 % fölötti, egyes városi szállodáknál a belföldiek aránya kezdi megközelíteni a magyarországi vendégek arányát. A szervezett utak piacán egyértelműen a magyarok vezetnek, nagyon sok magyarországi utazási iroda kialakított szerződéses vagy bizalmon alapuló kapcsolatokat a székelyföldi vendéglátókkal. Tendenciaszerű az utazási irodák egy részének inkább a szállodai elhelyezésre való átállása, ami a falusi vendéglátó-hálózatok számára forgalomcsökkenést és bevételekiesést eredményez. De ennek az is oka lehet, hogy egyre több településen működik vendégfogadó hálózat, egyre erősebb az árverseny. A szervezett utak piacán az utazási irodákon kívül markánsan jelen vannak a személyszállító vállalkozások, amelyek különjárat formájában különböző társadalmi csoportok utaztatását oldják meg. A programok összeállítása során kevésbé érvényesülnek a turisták vágyai,

igényei, döntő lehet annak az áralkunak a befolyása ami a szállodás és szervező között születik meg (résztevő megfigyelés: sok a fölösleges közlekedés).

A turisták zöme magyarországi, ezért a térségi kínálat elemei közül a magyar kulturális vonatkozások, örökségi elemek meghatározóan épülnek be a programcsomagokba (kötelező látnivalók), bár nem kultúrspecifikus látványosságok is kihagyhatatlan tényezők (Gyilkos-tó, Békás-szoros, Szent Anna-tó, parajdi sóbánya). A magyarországi csoportok összetételében az utóbbi években érezhető egy fajta „fiatalodás”, azaz a nyugdíjas korú vendégek mellett kezdtek megjelenni negyvenes-ötvenes éveikben járó párok vagy egyedülállók, olykor a nagyszülők unokáikkal is részét képezik egy-egy csoportnak.

A megye különböző pontjain az autóbuszos csoportok mellett a leggyakrabban feltűnő személygépkocsis kisebb csoportok (olykor 3-4 autóval érkező társaságok) szintén magyarországi vagy hasonló arányban belföldi turistákból állnak. Ezek esetében gyakoriak a harmincas generáció képviselői, baráti társaságok, vagy csak fiatal párok óvodás vagy kisiskolás korú gyerekekkel. Főleg üdülőhelyeken szállnak meg, de sok esetben színvonalasabb falusi panziókban is. A városi szállodákat inkább a gyermek nélkül utazó fiatal és középkorú párok veszik igénybe. A saját szervezésben utazók költési hajlandósága általában nagyobb, mint a csoportos utazóké, ahol minden költségről kimerítően előre kell tájékoztatni a résztvevőket.

Több interjúalany is osztja azt a feltételezést, hogy az egyéni utazók közül többen személyesen jártak már Erdélyben, többnyire szervezett kiránduláson, vagy ismerőseik beszámolóí alapján mertek eljönni. A nosztalgizáló, érzelmi indíttatású turisták mellett kezdtek megjelenni a klasszikus fogyasztói beállítódásúak is, akik inkább üdülni, kikapcsolódni szeretnének jó ár-érték arány mellett, mint olcsón meglátogatni a nemzeti történelmi vagy kulturális „zarándokhelyeket”. Lassan oldódni látszik, tehát az „Erdélybe utazni más” mítosza.

A román turisták szinte kizárólag egyéni utazóként, üdülővendégként érkeznek, szervezett formában csak diákcsoportok utaznak át a vidéken, de inkább a természeti látnivalókhoz, vagy valamilyen szakmai találkozó résztvevői számára szerveznek kulturálisnak nevezhető körutazást. A külföldi, nem-magyar turisták szervezett formában, kisebb-nagyobb csoportokban vagy magyarországi vagy többnyire bukaresti utazási irodák szervezésében jutnak el a térségbe, de jórészt átutazóban vannak Brassó és Bukovina között, így egy ebédprogrammal lehet őket „megfogni”, a szállodás-vendéglátó ügyességén múlik, hogy az utazásszervezőt rá tudja venni legalább az egyéjszakás elszállásolásra. A megye nyugati része, ugyanígy Segesvár alternatívájaként jut nem-magyar csoportokhoz. A térség vonzerő-kínálata nem elég fejlett ahhoz, hogy jelentősebb nemzetközi forgalmat generáljon, legalábbis a tömegesebb szervezett piacon.

Ugyanakkor a falusi turizmusban, természetközeli helyeken néha lehet találkozni nyugat-európai, esetleg amerikai turistával is, de ezek inkább a „felfedező” típust képviselik, ami viszont egy sajátos szegmens elérése és főleg a térség erősségét képező ökoturisztikai kínálat piaci hasznosítása szempontjából egyáltalán nem mellékes.

Az egyébként szerény színvonalú, több helyen leépült gyógyturizmus ígéretes szegmensét a hagyományos izraeli piac jelentheti, ehhez viszont ismét csak a jelentős beruházások és a megfelelő marketingtevékenység járulhat hozzá. A moldáviai turisták szintén az üdülőhelyekre koncentrálnak, bizonyára növelni lehetne a forgalmukat e térségben is, ha volna feléjük irányuló marketingkommunikáció. Az országos szinten jelentősebb forgalmat képező németek, osztrákok, franciák, britek a városi szállodákban – valószínűleg átutazóban, vagy üzleti ügyben utazók lévén – fel-fel tűnnek többnyire egyénileg. A bukaresti irodákon keresztül rövid tartózkodással, átutazóban levő spanyolokat és olaszokat, a falusi turizmusban sajátos kapcsolatként még kisebb svéd, lett csoportokat is említettek az interjúalanyok, számszerű információt azonban senki nem szolgáltat ki jószántából.

Az interjúalanyok egy része tudatában van az ár-érték arányon alapuló nemzetközi verseny nyomásának, mondván, hogy Erdélynek Tunéziával is kell versenyeznie, de ez nem nyilvánvaló az itteni szolgáltatóknak. Így térségünk relatív drágának tűnhet, még akkor is, ha erősen él még a célpiacokon a „fapados Erdély” imázs, ahol minden olcsó. Az itteni szolgáltatások árfekvésének versenyképtelenségét a rossz költséghatékonyságban látják, aminek egyik összetevője a túl nagy munkерő-igényesség (kevesebb, jobban dolgozó emberrel is meg lehetne oldani a szolgáltatás-nyújtást).

A hivatásturizmus résztvevői főleg a szállodások számára jelentősek, itt egyrészt az utazó üzletemberek, másrészt a konferencia-vendégek jelentősek. A konferenciáknak azonban megvan a maga piaca, kulcskérdés a szervezőknek nyújtott előny, illetve a konferenciavendégeknek kínált kiegészítő programok élményszerűsége. Elsősorban az üzleti szféra szervez konferenciákat, a civil szférában és a tudományos világban kevés olyan szervezet volt eddig, akik jelentősebb hasznot eredményeztek a szállodáknak. A politikai szféra rendezvényeiről kevésbé hajlandóak nyilatkozni az interjúalanyok.

A viszonylag kis kapacitáskihasználtságból adódó probléma a nem megfelelő szegmentáció és célpiackiválasztás, a „mindent bevállalunk” kényszere, ami olykor bonyodalmakat okoz a vendéglátásban és növelheti a vendégek elégedetlenségét.

Különösnek tűnő megállapításként hangzott el, hogy nyitni kellene a távol-keleti piacok felé is, hiszen a japánok, kínaiak tisztában vannak a magyar mentalitás másságával a

románokéhoz képest, ami olyan rejtett tartalék, amit megfelelő nyitottsággal talán ki lehet használni, akár befektető-vonzás, akár turistavonzás tekintetében.

Összegzőként: a székelyföldi viszonylagos konzervativizmus predesztinálja a térséget arra, hogy továbbra is támaszkodjon a magyarországi piacra, ahonnan viszonylag kis erőfeszítéssel és nagy marketinghatékonysággal lehet vendéget vonzani.

5.2.6. Szakoktatási intézmények, szakmák megítélése

A vállalkozói szféra képviselőinek a szakoktatási rendszerről határozott és többnyire negatív véleménye van. Van aki bevallása szerint jobban „belelát” a rendszer működésébe, mint szakiskolai igazgatói tanács tagja és van aki csak az oktatási intézmények „kibocsátása” alapján ítélkezik. Különválik nyilvánvalóan a középfokú szakoktatás és a felsőfokú idegenforgalmi oktatás megítélése, de mindkét iskolarendszerű képzéssel kapcsolatosan a legfontosabb kifogás a gyakorlati képzés hiánya, az elméleti képzés nem megfelelő orientációja vagy éppen elavultsága. Nincsenek konzultációs fórumok a munkaerőpiac és az oktatásszervezés szereplői között, az oktatók szakmai felkészültségét illetően is vannak kételyek. A szakiskolák végzős osztályaiból, annak ellenére, hogy szakmai gyakorlatot biztosítottak számukra a vendéglői és szállodai munkakörökben, alig lehet valakit a szakmánál tartani. „ha egy 30 fős osztályból egyetlen embert sem lehet a szakmában tartani, akkor valahol a rendszerrel van a baj”. A jelenlegi munkaadók egyrészt a '70–80-as évek szakiskolaiban végzettekre támaszkodhatnak (bár náluk az idegennyelv-tudás a legfőbb gond), másrészt kénytelenek saját maguk kinevelni a munkaerő-gárdájukat. Az egyik szállodavezető nagyon elégedett a munkatársaival, de elmondása szerint nagyon kemény és hosszú munka volt a megfelelően vendégorientált magatartást és a munkahelyi morált kialakítani bennük, de ez ma a cég sikerének záloga.

A turisztikai szakmáknak, legalábbis beosztotti státusban nincs presztízse, van ahol jól megfizetik őket, van ahol kevésbé, de a vélekedések szerint „egy ügyes pincér jó pénzeket kereshet”. A társadalmi megítélés része, hogy nem lehet karrierlehetőségnek tekinteni a turizmusban való munkát, többek között emiatt is erős a fluktuáció, nehezen lehet megszerezni és megtartani főleg a tehetségesebb fiatalabb szakembereket. Ebbe belejátszik a jóval kisebb munkabírás is, mint idősebb kollégáiknál, akik családosokként kötöttebbek is, mint az elvándorlásra fogékonyabb, mobilisabb fiatalok. A fiatal munkavállalókra vonatkozó panasz, hogy nem bírják a munkahelyi szigorúbb előírásokat (pl. a mobiltelefon-használat tilalmát), így átpártolnak olyan munkahelyekre, ahol lazább a fegyelem, így kárba vész a szakmai gyakorlat során rájuk fordított nevelési erőfeszítés.

Amellett, hogy a szakiskolákat és egyetemeket sok esetben diplomagráknak tekintik a munkaadók, az is elhangzott, hogy az egyetemről kikerülő fiatalok, ha nem is értenek amúgy semmihez, már annyival intelligensebbek az átlagnál, hogy megfelelő munkahelyi szocializáció után rájuk lehet bízni komolyabb feladatokat is, akár a cég képviselőjét egy-egy turisztikai vásáron. A szakiskolai képesítések hibája esetenként, hogy ha valakinek technikus diplomája van, azzal már nem hajlandó olyan munkakörbe menni, ahol alulról kell kezdeni, pedig bizonyára pl. cukrászként vagy szakácsként akár nagy karrier elé is nézhetne az illető. A szállodai alsóbb munkakörökben a legmegbízhatóbbnak a falusi asszonyok számítanak, akik utasítások alapján kifogástalan munkát végeznek.

A munkaerőpiaci szükségletek kielégítésére tanfolyamok szerveződtek elsősorban a felnőttek számára, főleg a falusi turizmus adminisztrációjára fókuszálva, ezek résztvevői többnyire olyanok, akiknek már van elindítva ilyen jellegű családi vállalkozás, vagy tervezik, hogy belefogjanak. Nagy a hiány viszont olyan speciális munkakörökben mint síoktató, lovastúravezető, idegenvezető, utazási ügynök – ezekre az esetlegesen megszervezett tanfolyamok nyújthatnak képzést, ha képzettséget a gyakorlat hiányában nem is.

Az oktatási rendszerre vonatkozó legátfogóbb kritikák a fegyelem lazulására, a túlerhelt tantervekre vonatkoznak. Kifogásolható, hogy a szülők sok esetben úgy szólnak bele a pedagógusok munkájába, hogy hiányos az „otthoni hét év” alapozása. A gyerekek, fiatalok megtanulják, hogy „joguk van – ne tanulni”, úgy kerülnek ki az életbe, hogy nem tudnak semmit, nem akarnak dolgozni. Jó volna az inaskodás hagyományait feleleveníteni, erre lennének jók a külföldi szakmai gyakorlatok, pl. németországi lovardákban.

Egyik legnagyobb hiányosságként könyvelhető a román nyelv nem megfelelő ismerete, használata, amibe valószínűleg a nem megfelelő oktatás éppúgy belejátszik, mint a személyes hozzáállás kérdése. Az idegen nyelvek elsajátítását kevésbé hátráltatják az „ellenállási” beidegződések.

5.3. Civil szervezeti vezetők, aktivisták attitűdjei

A civil szervezetek olyan társadalmi szerveződések, amelyek az önkéntesség elvén, közös célok együttműködésen alapuló és nem profitorientált módon történő szolgálatára, elérésére jönnek létre. Profiljuknál fogva sokfélék lehetnek, de szervezeti szempontból egyesületi vagy alapítványi formában működnek. A civil társadalom politikamentessége vitatható, deklaráltnak azonban a pártpolitikai befolyástól próbálnak elkülönülni, vagy éppen a támogatásszerzés miatt annak befolyásolása, akár irányítása alá is kerülhetnek. A civilek megőrizve látszólagos

függetlenségüket tagjaik, támogatóik számára valamilyen lelki elégtételt, az egyéni és csoportos cselekvéseknek értelmet adnak, sok esetben olyan energiákat tudnak mozgósítani, amelyek a profitorientált üzleti vagy szavazatorientált politikai szférában nem léteznek, vagy nehezebben mozgósíthatók. A civil kontroll a társadalom lelkiismerete, megakadályozhat döntéseket, erősítheti az üzleti vagy politikai szereplők pozitív vagy negatív megítélését, társadalmi támogatottságuk mértékét. A turizmus számára a civil szféra jelentős tartalékokkal rendelkezhet, ezért vizsgálódásom e szféra képviselőire is kiterjedt, a megkérdezett személyek természetjáró, környezetvédelmi, szociális, kulturális, területfejlesztési orientációjú egyesületek ill. alapítványok vezetői vagy aktivistái. Ide soroltam két kistérségi menedzsert is, akiknek a szervezeti hátteret többnyire az önkormányzatok és egyes vállalkozások teremtették meg, de beosztásuknál fogva nem települési szinten és nem csak önkormányzati, nem csak vállalkozói, hanem közösségi elvárásoknak kell megfelelniük.

Nem célom rangsorolni a civil szerveződések, de interjúalanyaim között van olyan, aki országos és nemzetközi dimenziókban, együttműködésekben tud gondolkodni, finanszírozási hátterénél fogva nincs kitéve a helyi közpolitikai játszmáknak, szervezete olyan szintű szakmai kompetenciát halmozott fel, ami egyrészt országos szintű pályázattá teszi, másrészt lehetőséget biztosít akár a kormányzati konzultációkban – netán lobbiban – való részvételre. Egy másik szervezet a vidékfejlesztés humán erőforrás-fejlesztésében ért el olyan eredményeket, amelyekre az önkormányzatok ill. azok társulásai még nem voltak képesek. A legfontosabb tanulság e civil szerveződések vizsgálatából, hogy még nem látszanak, de adottak akár a TDM szervezeti és humán feltételei is a térségben, csak el kell kezdeni ezek mobilizálását a területfejlesztésbe ágyazottan.

A kistérségi menedzserek átmenetet képeznek az önkormányzati intézményvezetők felé, gondolkodásmódjuk és kompetenciáik is velük teszik hasonlatossá. Öröndetes, hogy már működnek az együttműködés bizonyos mintái a megyei önkormányzat szakirodáival. Van olyan civil szervezet is, amely lokális, kistérségi hatókörű de szociális funkcióival, speciális tudástőke és pszichikai energiák ráfordításával úttörő jellegű egy speciális célcsoport igényeinek kezelése tekintetében, konkrétan a fogyatékkal élők társadalmi integrációját illetően. E szervezet tanácsadói szerepkört tud betölteni, pl. a turisztikai szálláshelyi vállalkozók felé a speciális igényű turisták fogadási feltételeinek megteremtésében. Mivel a szociális turizmus a félresepert vagy agyonhallgatott témák közé tartozik, a civil társadalomnak kezdeményező szerepe lehet ennek tematizálásában, akár non-profit, akár profitorientált beruházások, szervezési jellegű akciók alakításában. Mit is mondanak, tehát a civilek a térség turizmusáról?

5.3.1. A turizmus jelentősége, pozitív és negatív hatások

A bakancsos turizmus – „ipari” turizmus szembeállítása még észlelhető a helyi társadalomban, de inkább a természetjárók részéről⁵⁵. Korábban észleltem a térség turisztikai közvélemény-formálójánál is a másik oldal részéről jelentkező lekezelő attitűdöt a hátizsákos-bakancsos turistákkal szemben. Ez azt sugallta, hogy a természetjárásnak nincs különösebb gazdasági súlya. Ma már azonban nyilvánvaló és a térségi diskurzus tematizálásában markánsabban jelenik meg a természetjáró, természetvédő mozgalmak jelentősége, már nem annyira a szociálturizmus összetevőjeként, hanem akár mint a térségre jellemző aktív turisztikai termék szervezeti feltétele. A megkérdezett 8 civil szervezeti szereplő közül egy kimondottan a természetjáró és –védő orientációjú egyesületet, egy másik egy fenntartható fejlesztési munkacsoportot képviselve, egy harmadik pedig többek között az ökoturizmus és a zöld utak népszerűsítésében jeleskedő alapítványt képvisel⁵⁶. Egy további interjúalany egy formálódó önkormányzati háttérű turizmusfejlesztési egyesület ügyintézője lesz/lenne, korábbi pályafutásában a természetjárás meghatározó jelentőségű volt (túraszervezés, tudósítás expedíciókról és környezetvédelmi kérdésekről). Ötödik interjúalanyom, pedig Erdélyben túrázva szerette meg annyira e vidéket, hogy Magyarországról Székelyföldre telepedett – vidéket és közösséget fejleszteni, úgy tűnik nagyobb sikerrel, mint helybéli kollégái⁵⁷. A civil szféra turizmust erősítő szerepe a kulturális turizmus fogadóképességi feltételeinek megteremtésében sem elhanyagolható, pl. a hagyományörzés, kézművesség ösztönzése, humán-feltételeinek erősítése, esetleg a piacra jutás elősegítése, a megélhetés vagy jövedelemforrás szerep biztosítása révén.

A civil szféra általam megkérdezett szereplői pozitívan viszonyulnak a turizmus gazdasági szerepének megítéléséhez, látásmódjuk árnyalatokban különbözik. Van aki szerint a turizmus tényleg húzóágazat lehetett volna, megélhetést biztosítva sok embernek, de a rendszerváltást követően – többnyire a sajátos privatizációnak – köszönhetően a 90-es évek elejének politikai

⁵⁵ Ebben benne van egy fajta lekezelő magatartás a tömegturisták iránt, aminek a mozgatói között – szerintem – két dolog húzódhat meg: egyrészt a szemtelő és hangoskodó, a természetet nem tisztelő turisták megvetése, másrészt, kevésbé bevallottan az esetleges társadalmi különbségek észleléséből adódó frusztráció.

⁵⁶ Saját életpályám is a természetjárástól, honismereti önszerveződéstől vezetett a földrajztudomány tanulása felé, majd a turizmus-oktatás és kutatás felé. A bakancsos turista – kocaturista előítéletes szembeállítás elméleti megfelelője az alternatív turizmus – tömegturizmus mint a turizmus két – egymást kiegészítő vagy egymással részben ellentétes – formájaként köszön vissza a szakirodalomból. Ma már nyilvánvaló komplementer jellegük a turizmus területi tervezése során, ha a differenciálás és integráció szempontjait tudjuk érvényesíteni.

⁵⁷ A civilekkel folytatott mélyinterjúkból intuitíven jobban megismerhető a társadalom működése, egyik legfontosabb felismerés: közösségfejlesztés nélkül a vidékfejlesztés és területfejlesztés nem támaszkodhat reális helyi partnerségre, nem számíthat kellő beágyazottságra. A TDM-modell sikeres adaptálásának feltétele az egyének közösséghez való viszonyának megértése, megérzése, a lokalitás helyi jellegzetességeinek elfogadása. Talán a LEADER-programmal sikerül jobban mozgósítani a székely falusi, kisvárosi társadalmat is.

környezete, a döntéshozók, a hatalom birtokosainak rövidtávú haszonleső szemlélete a fogadóképességi, főleg infrastrukturális feltételek tönkretételéhez vezettek (Borszék, Gyilkostó esete). Némi nosztalgiával emlékeznek vissza azokra az időkre, amikor az üdülőhelyeken zajlott az élet, „olcsóbb volt üdülni, mint otthon ülni”. Ebben a nosztalgikus képben az is benne van, hogy az akkori ('70–80-as évekbeli) turizmusban nem mutatkoztak meg annyira élesen a társadalmi különbségek, mint a rendszerváltást követően. A (statisztikákból is kitűnő) visszaesés az ország és a térség turizmusában, tehát egyrészt a kapacitások tönkremenetelének, másrészt a belföldi kereslet megcsappanásának és a külföldi kereslet távolmaradásának köszönhető. Ilyen körülmények között, amelyeket a társadalmi dezintegráció jellemez, az együttműködési formák sikertelensége és elutasítása mellett, csak lehetőségként beszélhetünk a turizmusról, tényként kevésbé. Igaz, hogy a '90-es évek vége felé és 2000 után megnőtt a vállalkozókészség a megye mindhárom markánsan elkülönülő térségében (Udvarhely, Csík, Gyergyó vidéke), de jórészt mindenki a kisebb szálláskapacitások kiépítésére koncentrált, programszervezésben azonban nagy hiányosságok észlelhetők. Ettől pedig nyilvánvalóan nem fog fejlődni a turizmus.

A civil szféra a maga oldaláról, azonban egyrészt felhalmozott egy olyan specifikus tudástőkét, amivel sem a vállalkozók, sem az önkormányzatok nem rendelkeznek, főleg ami a terepismeretet, az aktív vagy kulturális turisztikai tevékenységekhez szükséges szakismereteket illeti. De nem, vagy csak nehezen valósul meg az „értékes emberek” integrációja. Ennek egyik akadálya a képesítések, a „papír” hiánya. Az utóbbi időben észlelhető egyes intézményekben turisztikai vagy egyéb szakreferensek alkalmazása, de „azt is tudjuk ki tölti be azt a funkciót, s azt is, hogy mit tud az illető”. Vagyis akik tudnak, azoknak nincs papírjuk, akiknek van (vagy nincs) papírjuk és helyzetben vannak, azok kevésbé képzettek, tájékozottak a turizmus vonzerőit, programlehetőségeit illetően. Jó volna megtalálni a módját a szálak összecsomózásának (ld. klaszter vagy TDM-szerű együttműködések), a megfelelő emberek megfelelő pozíciókba juttatásának, tudásuk, rátermettségük hasznosulásának. Az interjúalanyok attitűdjéből kiérezhető volt esetenként egy fajta előítéletesség, vagyis az, hogy az általuk ismert személyek iránt nem viseltetnek bizalommal. Ez a fajta bizalomhiány – szerintem – összefügg az általuk is kárhozottatott együttműködés-képtelenséggel.

A civileknek egyrészt az aktív és az ökoturizmus, másrészt a falusi turizmus szerepéről van kiforrottabb véleményük. Az alapítványok képviselői kissé profibbnak tűnnek, mint az egyesületek képviselői, talán azért, mert az egyesületi élet viszonylag kevesebb kötöttséget, kisebb elmélyülést igényel a tagoktól. Az alapítványoknál és a kistérségi társulásoknál (amelyek szintén egyesületként működnek) a számonkérhetőségnek, a szakmaiságnak, teljesítménynek nagyobb szerepe van, erőteljesebb marketingtevékenységet (elsősorban PR-t, de megfelelő

„termékpolitikát” is) kell végezzenek a forrásszerzés miatt. Az alapítványok fontos munkáltató intézményekké válhatnak, olykor sokkal jobb rálátásuk van a közösség gondjaira, mint pl. egyes önkormányzati szereplőknek. A stratégiai szemlélet is inkább jellemzi őket, mint a politikum által inkább befolyásolt kormányzati/önkormányzati posztok betöltőit.

A megkérdezettek között olyan alapítványok szerepeltek, amelyek a turizmus feltételrendszerének előmozdításáért akár közvetlenül, akár közvetetten sokat tettek. A helyi közösségekkel való foglalkozás– vidékfejlesztés, közösségfejlesztés, környezeti nevelés és szemléletformálás – során sikerült rálátniuk egyes problémákra a turizmus vidékfejlesztési szerepét illetően. A programkínálat hiányának egyik okát az együttműködési hajlandóság alacsony fokában és a nem megfelelő mentalitásban látják. A tradicionálisabb közösségekben erősebb a kivárá magatartás: „sokan szeretnének megélni a turizmusból, de keveset hajlandóak áldozni”, „érzik ezt a nagy hullámot, hogy a turizmus beindulhat, hogy van itt valami érték, amire kíváncsiak, amiért ide jönnek a turisták, de nem tudatosult még, hogy miért is jönnek”. „Nem az értékmegőrzés tudatával fordulnak a tájfenntartó gazdálkodás felé, hanem mert megélhetési lehetőségnek vélik”. Érdekeltséget teremt egyrészt az EU-s támogatási rendszer (területalapú támogatások), másrészt a turizmus előmozdításának kényszere is. A társadalom olyan üzeneteket küld felénk, hogy a mezőgazdaság elértéktelenedik, az eddigi már nem egy fenntartható életforma, a turizmus pedig egy alternatívát jelenthet. A vidékfejlesztő civil szerveződések vagy közintézmények üzenetei a környezettudatosságra és a piacorientáltabb gazdálkodásra ösztönzik a közösségeket. De ez nem föltétlenül a nagyüzemi árutermelő gazdálkodást jelentené, hanem a helyi kis piacokon a hálózatokba való szerveződést, a vendéglátókkal való összekapcsolódást, ami már csak azért is együttműködést, akár a – kommunizmus óta oly gyűlölt – szövetkezetbe szerveződést is feltételezné, mert nem csak az értékesítés számára kell a garantált felvásárlás, hanem vendéglátók számára is kell a beszállítási garancia, mennyiségi és minőségi tekintetben egyaránt, külön-külön pedig nem tudnak megfelelni e kihívásnak.

A turizmus gazdasági szerepét illetően egybevágunk a vélemények abban, hogy ha nem is kitörési pont a turizmus a térségben, de jelentős jövedelemkiegészítő forrás lehet, közvetetten a mezőgazdasági termékek (főleg a többé-kevésbé bio-, de legalábbis helyi egészséges élelmiszerek) felvevő piacaként. Amíg a beszállítási garanciák, szerződéses viszonyok nem épülnek ki, addig – az árak nyomása mellett – a falusi turizmusban is túl nagy szerepe lesz a hipermarketekből, multinacionális kereskedelmi láncok egységeitől felvásárolt termékeknek. Mindezek mellett „a turizmus a következő 10 évben nem lesz húzóágazat”, még akkor sem ha a sajtó másképp tálalja a kérdést. Nagy gond a megfelelő infrastruktúra, de ezt hamarabb meg

lehet teremteni, mint a megfelelő programstruktúrát, mert nincs hajlandóság az együttműködésre. És árban sem vagyunk versenyképesek.

A következtetések, tehát nem adnak okot egyértelműen az optimizmusra, az egyéb kérdéscsoportok illetve a témában való elmélyülés során mégis feltárhattam olyan problémákat, amelyek megoldása – legalábbis számomra – nem tűnnek annyira megoldhatatlannak, mint interjúalanyaim egy része számára. Egyik interjúalanyom megállapítása szerint: „a hagyományos székely kultúra nem a pénzszerzésre, hanem az önfenntartó gazdálkodásra volt beállva, a jövőképpen a befektetés nem a székely ember sajátja. A székely kultúra nem jövőorientált, hanem túlélő kultúra”. Ez a megállapítás, akár hipotézise is lehet egy mélyebb kutatásnak. A székelyföldi turizmus feltételrendszerének kutatásánál ennek igazolásával és cáfolatával is találkoztam, ami akár a tradicionális székely társadalom és ezzel együtt a mentalitás lassú átalakulására is utalhat.

5.3.2. Turizmusfejlesztési feladatok: állam, önkormányzatok, vállalkozók, civilek

Mit várnak el a civilek az államtól, önkormányzatoktól, vállalkozóktól és a civil szférától, saját maguktól és kollégáiktól? Első benyomásaim egyike, hogy nemcsak elvárnak, kritizálnak, hanem cselekszenek is, amit tudnak, amit szeretnének. A térség társadalmi-gazdasági fejlődése látványosabb volna, ha a civil élet szervezettebb, az emberek magatartásában a nyitottság és a tolerancia nagyobb volna. Azok a civil szereplők, akik a tevékenységükben már sikerekről számolnak be, azokra nem jellemző az általam több helyen megtapasztalt kishitűség, szűklátókörűség, bizalmatlanság és felelősségelhárítási hajlam. A civil szervezetek célkitűzéseinek sikerességét nyilván behatárolja a közélet állapota, a társadalom demokratizmusa, a politikai stabilitás és a gazdaság fejlődése vagy stagnálása, de mindezeket a személyes ambíciók és az akár nemzetközi szintű kapcsolatépítési képesség ellensúlyozhatja.

A civil szervezetekről alkotott előítéletek – a '90-es évek elején tapasztalt visszaélések emlékét idézően – a pénzszerzéssel, forrásteremtéssel függnek össze. De a civil szféra felvállalja olyan feladatok megoldását, amelyeket a mereven működő és túlterhelt közigazgatás és a költséghatékonyság (pénz, idő és energia szükségessége) szorításában élő gazdasági szereplők nem tudnak, nem hajlandók ellátni. A fejlesztésorientációt mindkét szférában a fenntartás, üzemeltetés feladatai, kihívásai korlátozzák. A 5.1 és 5.3. alfejezetek tanulságai alapján azonban intuitív alapon állítható, hogy akár közeledést sejthetünk az önkormányzati és civil szféra között tekintetben, hogy ha települési szinten luxusnak is számíthat külön turizmusfejlesztési szakemberek foglalkoztatása, megyei szinten ez már megfizethető, ugyanakkor a megyei

önkormányzat által fenntartott kulturális intézményeknél, a megye vagy a települések által fenntartott turisztikai információs irodáknál elvárható a civileknél meg tapasztalható lelkesedés és profizmus. A gazdasági és civil szféra közeledésének tanújele lehet az, hogy a sikerre vágyó civil szerveződések marketingszemlélete előbb-utóbb erősödik, a szervezeti életben pedig a menedzselés költséghatékonysági és teljesítményközpontú orientációja megerősödik. Ennek a jelentősége egy alulról építkező TDM-szerveződés során mutatkozhat meg. A megkérdezett civil szereplők a maguk területén olyan pozitív és negatív tapasztalatokkal rendelkeznek, amelyek egy térségi TDM megtervezésénél jól hasznosíthatók lehetnek. És itt elsősorban az attitűdökről, elvárásokról van szó elsősorban.

Az államot képviselő központi és helyi közigazgatást illetően nyilvánvaló elvárás az infrastrukturális fejlesztés. Bár nem híve az autópályáknak, egyik interjúalanyom (aki az ökoturizmust tekinti leginkább potenciális húzóterméknek), elengedhetetlennek tartja az épülő észak-erdélyi autópálya mielőbbi befejezését. Emellett kiemelt figyelmet kellene szánni a kerékpárutaknak, az EuroVelo hálózatba való bekapcsolódásnak. A nemzetközi példákra hivatkozva az a véleménye, hogy az ökoturizmusnak és a nem-motorizált aktív turizmusnak igenis kimutathatók a közvetlenül vagy áttételesen jelentkező gazdasági hasznai, akár a turisztikai vállalkozások, akár az állam bevételnövekedésében. Az államnak lenne a felelőssége az, hogy megfelelő jogszabályi háttérrel és pénzügyi ösztönző-rendszert találjon ki a Natura 2000-hálózat bővítésére és annak térségi elfogadtatása érdekében. Egyelőre a politikum inkább az erdészeti és vadászati erőteljesebb lobbij hatására hoz környezeti szempontból elítélhető döntéseket. Az egyik civil szervezet képviselője részt vett a Környezeti Operatív Program természetvédelmi célú pályázati rendszerének véleményezésében s bár esetenként a romániai magyar politikai elit részéről is tapasztalt gáncsoskodást, észrevételei – a román civil szféra erősebb szereplőinek észrevételeivel együtt – úgy tűnik beépült a szabályzatok korrigálásába (természetvédelmi pályázatoknál a természetvédelmi területek még nem rendelkeztek jogi személyiséggel, így nem is indulhattak a pályázatokon). A pénzügyileg stabil lábakon álló (amerikai, nyugat-európai alapítványok támogatását élvező) alapítvány távol tartja magát az EU-s pályázatoktól, mivel túl sok energiát kötne le és a támogathatósági kritériumok között olyan szabályokat észleltek, amelyek szerintük akár a projektek pénzügyi fenntarthatóságát veszélyeztethetik, nem vállalható kötelezettségvállalásokra kényszerítenék a pályázókat.

Egy másik alapítvány azonban, már a '90-es évek elejétől a nemzetközi, többek között EK/EU finanszírozta programokra állt rá, eltérően az erdélyi magyar civil társadalmat jellemző beállítódástól, amely a Magyarország által a határon túli magyarság segítésére irányuló közalapítványi, majd később Szülőföld Alapok pályázatokra, vagy a román kormány által a

kisebbségnek folyósított forrásoknak az RMDSz ellenőrzése alatt álló Communitas Alapítvány által menedzselte pályázataira fókuszál. Az elfordulás oka abban rejlik, hogy az adott alapítvány kuratóriumában a politikai főárammal nem föltétlenül szimpatizáló személyek találhatók. Ez pedig egy kedvezőtlenebb hazai konjunktúrát jelentett kényszerítve a szervezetet a projektmenedzsmentben való professzionálisabb szint elérésére.

Bár késlekedés volt tapasztalható az EU által társfinanszírozott programok indítása terén, főleg az intézmények felállítása során, a vidékfejlesztést illetően pozitívumnak tartják a LEADER-program indítását, amelynek előkészítő képzéseiben az interjúalanyaim egyike is részt vett. Interjúalanyaim közül többen ismerik a LEADER-program logikáját, szabályait, aktív részesei a LEADER-kistérségek, egyesületek létrehozásának. A LEADER fő hozadéka a stratégiai irányultság, gondolkodás és a közös cselekvések, az együttműködés kultúrájának az előmozdítása. A program első fázisában országos szinten csak 40 kistérségi szerveződés pályázhat, ami kikényszerítheti a megye területén már a '90-es évek második felében létrejött szerveződések új alapokra való helyezését, az akkor létrejött – szétaprózott – szerveződések koncentrációját. Akár az első, akár a második körben Hargita megyében fennáll a veszélye, hogy maximum két csoportosulás kerülhet be a nyertes pályázók közé. De eleve az, hogy egy önerőből elkészült stratégiával lehet pályázni annak megvalósítására, az készíttést jelenthet a civil és az önkormányzati szereplők mozgósítására. A megyei önkormányzat egyike e szerveződések ösztönzőjének. Mivel a LEADER-egyesületek összetételében az állami intézmények és önkormányzatok maximum 50%-ot tehetnek ki, így ki lesz kényszerítve a civilek és vállalkozók bevonása. A sikeres közeli példák pedig bizonyára ösztönző hatásúak lehetnek. A vidékfejlesztéssel foglalkozó alapítvány kezdeti tevékenységei az önkormányzati kapacitásfejlesztésre irányultak, ami később az ún. helyi fejlesztési ügynökök képzésével folytatódott, amibe bevonták az egyházakat is. Ezekre a tapasztalatokra és kapcsolatokra épülve szerveztek LEADER-mentor programot, ami a Magyarországon sikeresen működő együttműködési mintákat mutatta meg az itteni helyi szereplőknek. Az általában kedvezőtlen pártpolitikai hatások ellenére sikerült gyümölcsöző és professzionális kapcsolatokat kiépíteni az alapítványi szektor és a megyei önkormányzat apparátusának szakirodáival, partnerségben sikerült előmozdítani a KAP (Közösségi Agrárpolitika) népszerűsítő karavánt, aminek záróakkordjaként szervezték meg a helyi termékek vásárát.

Az önkormányzatokkal szemben megfogalmazódott kifogás a turizmussal kapcsolatosan: hiányzik a megfelelő ráhangolódás, nincsenek turisztikai fórumok, amelyek érdekegyeztetéssel, érdekvédelemmel, promócióval, szervezéssel foglalkoznak, ritkák az időnkénti kerekasztalok. Nem nagy dolgokat várnának el az önkormányzatoktól, hanem a hatósági magatartást: pénzügyi

ösztönzőkkel, típus-tervek felajánlásával kellene a településkép-védelmi programokat érvényesíteni. Erre már pozitív kezdeményezés a Székely Ház-program. Az urbanisztikai fegyelmet szigorúbban kellene érvényesíteni (valószínűleg nem a vállalkozók által nehezményezett gáncsokkodó, aktatologató módon, hanem proaktív magatartással). Esetenként túl gyorsnak minősítették az infrastrukturális fejlesztéseket, felvetve, hogy nem biztos, hogy eléggé átgondoltak a hálózatbővítések (pl. fogják-e tudni fizetni a gázszámlákat, van-e elég igény rá).

Az önkormányzatoknak helyi de még inkább megyei szinten csatornázó szerepük kellene, hogy legyen. Meg kell tudniuk szólítani a helyi társadalom és gazdaság szereplőit, be kell vonniuk azokat a stratégiaalkotási folyamatokba, aztán a stratégiák végrehajtásában koordinációs szerepet kell betölteniük. Az önkormányzati szereplők kistérségben még talán tudnak gondolkodni, de nagyobb egységben, megyében, régióban már kevésbé; az együttműködések elősegítése részben felülről/kívülről irányított. Mivel az önkormányzatok a napi teendőikkel és a tulajdonviszonyok tisztázásával még mindig túlzottan leterheltek, ezért főleg az olyan nehezen megfogható területen, mint a turizmusfejlesztés, hajlandóak lennének egyesületet létrehozni és a teendőket, szerepeket átruházni. Kérdés az, hogy a kompetenciatranszfer fog-e működni? Befizetik-e idejében a tagdíjakat a különböző társulások költségvetésébe, átruházzák-e a forrásfelhasználás felelősségét az ügyvezető testületre?⁵⁸

A vállalkozásokkal szemben megfogalmazott észrevételek között a nem megfelelőnek tartott ár-érték arány szerepel, valamint a szürke- és feketegazdaság burjánzása. Van aki azt kifogásolja, hogy „ilyen statisztikákra nem lehet fejlesztést alapozni”. A regisztrált kereslet nyilván a jéghegy csúcsa, de nem is azzal van gond, hogy nem lehet pontos képet kapni a tényleges forgalomról, sőt akár a ténylegesen létező kapacitásokról, hanem az, hogy a nem nyíltan, legálisan működő vállalkozásokat nehéz a megfelelő minőség biztosítására kényszeríteni. Az árszínvonalat illetően elhangzott erős kijelentés: elfogadhatatlan „az a mérhetetlen kapzsiság” és az ebből fakadó irigység, a kooperáció helyett az agresszív konkurenciális magatartás. A civilek is hiányolják a vállalkozói szféra ötletszegénységét, már ami a programkínálatot illeti, bár vannak már jó példák együttműködésre is. A vendégfogadó egységek személyzete teljesen felkészületlen ateinketben, hogy az érdeklődő vendégnek bármilyen ötletet, programajánlatot nyújtson. A vendéglátás minőségéről, a kiszolgálói attitűdökről sok jót nem lehet elmondani, valószínűleg meg sem fizetik a megfelelő munkaerőt.

⁵⁸ Kimondottan a turizmus területén erre csak egy jelentősebb példa volt, de egyrészt a finanszírozás csekélységére, a nem megfizethető szakmaiságra hivatkozva ez csak a promóció bizonyos szeleténél rekedt meg.

A civil szerveződések szerepe a turizmusfejlődésben sokrétű lehet, amit a megkérdezettek eddigi tevékenysége is igazol. Azok a civilek, akik pedagógusi háttérrel fogtak bele az alapítványszervezésbe, az iskolai kirándulások szervezésével számos fiatalnak biztosították a szabadidő értelmes eltöltését, olykor a pályaválasztást is befolyásolta a természettel vagy a közösséggel való korai ismerkedés. Az egykori tanítványok közül nemcsak biológusok, ökológusok, hegyimentők kerültek ki, hanem olyanok is, akik ma már saját maguk is természetvédelmi vagy éppen kalandturisztikai profilú civil szervezetet hoztak létre, ellátva például kisebb védett területek menedzsmentjét is. A civil tudástőke az attrakciófejlesztésben, a turisztikai infrastruktúrafejlesztésben is hasznosul: jelzett turistautak kialakítása, karbantartása, ökoturisztikai tanösvények és tájékoztató anyagok, térképek összeállítása. Az ilyen szerveződések humánerőforrás-állománya megfelelő ösztönzéssel betölthetné azt az űrt, ami a programok kiejánlása és lebonyolítása kapcsán ma még jelentős: pl. szakosodott ökotúravezetők, sziklamászás- és síoktatók. Ha a turizmus szervezetségi szintje magasabb lenne, akkor ezek a rejtett tudástőkék mindenki számára kifizetődő módon hasznosulhatnának.

A civil értékhozzáadás a falusi turizmus fejlődésében is észlelhető. A tradicionális közösségekben az értelmiségiek által kezdeményezett közösségfejlesztés, vidékfejlesztés, közösségi jövőképalkotás és stratégiaépítés során a válságban levő mezőgazdaság ártértékelése, az *alternatív* forgatókönyvek áttekintése válik lehetővé (amire sem az állam, sem a gazdasági szféra részéről nincs példa). Az Európai Bizottság vagy a minisztériumi szinten megfogalmazott elképzelések a hivatalos csatornákon keresztül helyi szintre nehezen vagy jelentős torzulással, nem is megfelelő nyelvezettel érkeznek, inkább szkepszist, mint lelkesedést váltva ki. A térségi, helyileg valamelyest beágyazott szerveződések lehetnek hatékony közvetítők a központi és térségi szakpolitikák és ezek potenciális kedvezményezettjei között. A civil szféra már előkészítette a terepet a tanácsadó, pályázatíró cégeknek. Megtanította az embereket a pályázás fogalmára, esetenként egyszerűbb dokumentációk összeállítására. A civil szféra által felhalmozott tapasztalatok, a jó gyakorlatok ismertetésére nagyobb erőfeszítéseket kéne tenni, de erre kisebbek a humánkapacitások.

Nem eléggé intézményesült még a civil szféra tanácsadói szerepe, ami egyrészt az adott civil szervezet kapacitásán, másrészt az adott szervezet közvetlen társadalmi környezetének befogadási hajlandóságán múlik. A civil szervezeteknek bátorításra van szükségük, ebben pl. az önkormányzatok, az egyházak és a helyi sajtó jelentős szerepet játszhatnak.

5.3.3. Nemzeti/kisebbségi kultúra szerepe, a székelyföldi regionális identitás érvényesülése a turizmusban, térségmarketingben

Talán az interjúalanyok kiválasztásának módjából is adódhat, hogy a turizmus és a nemzeti, kisebbségi kultúra kapcsolatára rákérdezve nem annyira a nemzeti inkább a helyi, az autentikus jelleg került előtérbe. Az az érzésem támadt, hogy pl. a *Székelyföldi termék* márka, védjegy kapcsán folytatott diskurzusokban elkülönül a mikroszintű diskurzus, amit a leendő védjegyhasználók, és az érdeklődő helyi, kistérségi társadalmi szerveződések szintjén zajlik attól, amit mezo- vagy makroszintű, megyei vagy regionális diskurzusnak tekinthetünk és amelynek a szereplői Hargita és Kovászna megye tanácsai, a sajtó és az Országos Védjegy hivatal. Ahhoz, hogy lent működjön, fent meg kell vívni a megfelelő „csatákat”. A *Székelyföldi termék* nyilvánvalóan kifejezi a térség identitását, ami nem választható el attól a kisebbségvédelmi politikai közegtől, aminek oly sok minden részét képezi, többek között a Székelyföld területi autonómiájáért folytatott sokrétű, többszereplős politikai harc és az erről folytatott, sajtó által közvetített és alakított diskurzus. A védjegy kezdeményezése mindenképp egy pragmatikus lépésként könyvelhető el, nem szimbólumteremtő, hanem – remélhető – gazdaságszervező hatása miatt.

Némiképp aggasztó, vagy bosszantó, hogy nem volt elég hosszú és hatékony társadalmi vita a védjegy-kezdeményezők ill. a majdani potenciális felhasználók között. Az interjúk során majdnem mindenki jelezte, hogy hallott már a *Székelyföldi termék* védjegy kezdeményezéséről, de az interjúalanyok egy része azonnal összekötötte a *Transilvania authentica* védjegy kezdeményezéssel, másrészt felmerült az is, hogy vajon egy dologról beszélünk-e? Ugyanis a Székely Nemzeti Tanács korábban próbálkozott már a bejegyeztetéssel, ami előtt egy internetes szavazás is zajlott, amelynek eredményeként a „székely zászló” világoskék – sárga – világoskék színezését átvevő logo került ki győztesként (legújabbban ez a SIC autósmatricában köszön vissza). Aztán Hargita és Kovászna megye tanácsai közösen egy másik logót nyújtottak be az Országos Védjegy hivatalhoz, ami egy piros-fekete színezésű rozettát hordoz háromnyelvű „Székelyföldi termék” felirattal. Ez utóbbi lesz hivatalos. Pártpolitikai lojalitással nem gyanúsítható interjúalanyom – általam is osztott – álláspontja: „a világoskék olyan erőtlen, a piros-fekete sokkal ütősebb, jobban kifejezi azt a konokságot, keménységet, ami az itteni embereket jellemzi”.⁵⁹

⁵⁹ A szín- és motívumhasználat bizonyára rejtélyes kapcsolatban van a nemzetkarakterológiával, de az, hogy az SzNT nem a piros-feketét szorgalmazta és ki tudja honnan éppen a jelenleg egyre több rendezvényen, sőt községházakon is kifüggesztett kék-sárga-kék zászlót tudta promotálni, abba talán a Székelyföldön erőteljesebben

A civil szféra képviselői mindkét szintű diskurzusban jelen lehetnek, attól függően, hogy mennyire professzionális a működésük. Mikroszinten a különböző védjegyek elterjesztésében lesz szerepük, tehát a népszerűsítésben ill. az azokat megszerezni vágyók számára nyújtandó szakmai segítségben. Makroszinten már jelen voltak a civilek, ugyanis a *Székelyföldi termék* előzményének tekinthető a *Transilvania authentica* védjegy, ami hasonló szerepet tölt be, de nem a bolti értékesítésnél fog segítséget nyújtani a vásárlónak a termék kiválasztásában, hanem a márkát népszerűsítő honlap vagy egyéb katalógus alapján keresheti fel a védjeggyel rendelkező szolgáltatókat. Egyik interjúalany szerint ebbe belefér a sajátosan székelyföldi is, de annál tágabb, hisz a *Transilvania authentica* védjegyet nemcsak magyarok, hanem románok és szászok is fogják használni.⁶⁰ A termékek/szolgáltatások népi, tradicionális jellegük révén nyilván a nemzetiségi jegyeket is hordozni fogják.

Arra sem az önkormányzati, sem a vállalkozói, sem a civil szféra képviselői nem tudtak válaszolni, hogy a *Székelyföldi termék* védjegyet a turizmusban hogyan lehet majd alkalmazni, talán azért is mert friss a kezdeményezés, tartalmi kérdések nem szerepeltek a híradásokban. A *Transilvania authentica* védjegy viszont már kidolgozott minőségbiztosítási rendszerrel, eljárással rendelkezik, amit négy termék/szolgáltatáskategóriára lehet alkalmazni.

5.3.4. Jellegzetes turisztikai termékek, tevékenységek, helyszínek

Nemcsak a megye, Székelyföld, hanem egész Románia szintjén a nemzetközi vonatkozásban is versenyképes turisztikai termék az ökoturizmus lehet, hiszen Románia az Európai Uniót elsősorban sajátos táji adottságaival és biodiverzitásával, nagy populációsűrűségű vadállományával gazdagítja. Erre kellene egy nagyon komoly stratégiát kidolgozni, akárcsak Afrika országaiban, ahol a vadászturizmust a fotósafari, a vadfigyelő programok váltják fel és ahol a turizmus helyenként tényleg húzó vagy kizárólagos gazdasági ágazat. A Román Ökoturisztikai Egyesület kidolgozott egy nemzetközileg is elismert ökoturisztikai minősítési rendszert és ennek védjegyét szigorú feltételek mellett kaphatják meg a turisztikai vállalkozások, többek közt úgy, hogy jövedelmük bizonyos hányadát igazolhatóan visszaforgatják természetvédelmi tevékenységek támogatására. Van példa arra is, hogy költség-haszon elemzések készültek az ökoturizmus gazdasági igazolására, igaz nem székelyföldi, hanem szomszédos szászföldi/dél-erdélyi térségben. Egy olyan elmaradott, kevésbé urbanizált vidéknek,

jelentkező RMDSz-ellenesség is belejátszhat, áttételesen pedig az, hogy az RMDSz stilizált tulipán-logója is piros-fekete.

⁶⁰ Azzal a kérdésfelvetéssel még nem találkoztam, hogy vajon a székelyföldi román vállalkozók felvállalják-e, használhatják-e a *Székelyföldi termék* védjegyet? Mert ennek korlátozása diszkriminációs vádakot is elindíthat.

mint Hargita megye piacképes terméke a természetközpontú, de az autentikus helyi kultúra megismerésére is fókuszáló agroökoturizmus lehet. Ennek népszerűsítésében, feltételeinek megteremtésében a megkérdezett civil szereplők egy része tevékenyen is részt vett.

A kistérségi szerveződések során is, mivel a turizmus a tejtermelő állattenyésztés és a közösségfejlesztés mellett jelenik meg harmadik pillérként, nem a tömegturizmus előmozdítása jelenti a prioritást. Ebben egyébként sem tudna versenyképes lenni a térség. Tömegszerű az a fajta kulturális turizmus, ami a Magyarországról szervezett körutazáson résztvevő turistákra jellemző, valamint az üdülőturizmus, ami az üdülőhelyekre koncentrálódik (Tusnádfürdő, Gyilkostó, Parajd). Egészségturizmus helyett egy szerény gyógyturizmusról lehet beszélni. A kulturális turizmus rendezvényekhez köthető formája is szerény mértékű – leszámítva a Pünkösdi Csíksomlyói Búcsút. Vannak, természetesen kisebb-nagyobb rendezvények, amelyek inkább a helyi és a már a térségben tartózkodó turistákat mozgósítják, de gondot jelent az eseménynaptárak késői elkészítése, a különböző események összehangolatlansága.

A térségnek az autentikus kultúrára és a természeti adottságokra kellene támaszkodni, ehhez kellene egy jó értékkataszter (ami egyébként szerepel is a megyei kulturális intézmények tervei között), amire aztán lehetne stratégiát építeni. Mivel a tömegesebb turizmus jórészt néhány üdülőhelyre koncentrálódik, a városok csak szálláshely-bázisként jelentősek, de a körutazások jellemzőek innen is. A vidéki örökség turisztikai hasznosításában az ökoturizmus, falusi turizmus mellett az aktív turizmus különböző formáit kellene előmozdítani, népszerűsíteni, mint a természetjárást, sziklamászást, lovaglást és kerékpározást, bár kerékpárutakkal nem rendelkezünk. A civilek sem támogatják a motorizált kalandturizmust, az off-roadot, kvadozást, terepmotorozást.

A civil szféra alapértéke az önkéntesség. A megyei önkormányzat egyik szakembere az önkéntességet úgy említette, mint a kínálatépítésben hasznosítható endogén erőforrást, azaz, hogy a helyi iskolákat bevonva lehetne pl. turistajelzéseket felújítani. A civil szférából érkező információ szerint létezik önkéntes-turizmus nálunk is, ami nem térspecifikus, nem is annyira tevékenységspecifikus (bár valamelyest ehhez is közel áll), hanem leginkább csoportspecifikus turisztikai termékként definiálható, akár csak az ifjúsági turizmus, szeniorturizmus, a fogyatékkal élők turizmusa stb. Ezért az önkéntes-turizmust inkább a jellemző turistáknál tárgyalom.

5.3.5. Jellegetes turisták

Kik járnak Székelyföldre, miért, mit tudnak itt csinálni? Nagyjából így lehet megközelíteni a piacszegmentáció és a térség piaci jelenlétének kérdését. A civilek is benyomásaik alapján

vélekednek a térség jellegzetes piaci célcsoportjairól, közülük kevesen és viszonylag kevésbé kerülnek direkt kapcsolatba a turistákkal, annak ellenére, hogy a turisták esetleges vonzásban szerepet játszó fogadóképességi feltételek fejlesztésére hatást gyakorolnak. Visszautalva a bakancsos turizmus/turista – tömegturizmus/tömegturista dichotómiára, hangsúlyoznom kell, hogy a terepi valóságban kevésbé különül el a turizmus és a helyi közösségek mindennapi vagy hétvégi rekreációs tevékenysége, főleg a látványosabb természeti helyszínek esetén. Bakancsos turisták eleinte csak a környékről kerültek ki, de ahogy javult a jelzett turistautak állapota, egyre megbízhatóbb térképek válnak ismertté és elérhetővé, a szabadidős turisták egyre nagyobb hányada merészkedik távolabb az üdülőhelyektől. Még kevés, de egyre több külföldi bakancsost, vagy éppen sziklamászót lehet látni a Szent Anna-tó, a Hargita, a Hagymás-hegység ill. a Vargyas-szurdok és a Békás-szoros környékén.

A turisták tömegesebb jelenléte azonban két helyszín-típus szerint különül el két alaptípusra. A leglátványosabb az autóbuzos magyarországi turisták jelenléte az utazási irodák és idegenvezetők által megszabott kötelező, kihagyhatatlan látnivalóknál. Ezek között nagy arányban vesznek részt idősebb emberek. Számos magyarországi személyautót lehet látni, ezek egyéni szervezésben érkező fiatalabb és középkorú társaságok. Míg a buszosoknál jellemző az alacsony költsékezési hajlandóság (kivéve a korondi vásárlóprogramot), addig az egyéni vendégek relatíve többet költenek. Egyre markánsabb a magyarországi és román turisták szembeállítás (a vendéglősöknél is tapasztalhattam), mondván, hogy utóbbiak nagyvonalúbbak, nem annyira igényesek, kevésbé jellemző a magyarok egy részénél tapasztalható enyhén lekezelő, felsőbbrendű magatartás. De azok a magyarországiak, akik pl. kimondottan egy túraprogram kedvéért jöttek, azoknál jellemzőbb a helyi adottságokat kevésbé kritizáló, inkább elfogadó magatartás (nem volt egyértelmű számomra, hogy az ezt kijelentő interjúalany részéről mennyire meghatározó a bakancsos-tudatossággal együttjáró előítéletesség).

A civilek részéről ugyan kevésbé várható el a szolgáltatói attitűd, de ezt ellensúlyozhatja az, hogy képesek olyan speciális célcsoportokat a térségbe vonzani, akik talán „cél”-szegmensként e vállalkozók számára nehezen elérhetők: ezek a nyugat-európai vagy akár amerikai „önkéntes-turisták”. Ha nagy távolságból nem is tud a térség tömegesen turistákat vonzani, nem is tudják a helyi szereplők a marketingkommunikációs üzeneteiket célba juttatni, az önkéntesek civil közvetítéssel azért jönnek, hogy modern életvitelükből akár több hétre is kiszakadva, beépülhessenek egy tradicionális közösség életének mindennapjaiba – talán ez az az igazi agroturizmus, amivel jószerivel inkább a szakirodalomban találkozhatunk. Nehézséget okozott ugyan a kommunikáció, de a helyi civil szerveződés „minimálszótárt”, képes szótárt állított össze a vendéglátóknak és vendégeknek egyaránt, s ösztönözte a helyi kisközösséget a

turizmusban való gondolkodásra. Egy másik térségben olyan angol önkéntessel lehetett találkozni, aki egyrészt magánvagyonából természetvédelmi akciókat akarna finanszírozni, és itt azt tanulta meg, hogy ez egyúttal tájfenntartó gazdálkodást jelent, aminek a bevételeit a biotermék-felvásárló turizmus is segítheti. Így abba az irányba hat, hogy segítsen angol turistákat a térségbe vonzani, ill. az angol nyelvet a környezetvédelemmel kapcsolatos helyi konzultációk során tanítja meg a helyieknek.

Akár az ökoturizmust, akár az aktív turizmust nézzük, úgy tűnik, hogy a piaci orientáció az angol és német nyelvterület felé nyitást tükrözi. A kulturális turizmusban természetesen domináns marad a magyar piac. A közeli román piac elérhetőségében azonban a román nyelv olyan szintű elsajátítására van szükség, ami a helyi nevezetességek gördülékeny bemutatását lehetővé teszi.

Sajátos társadalmi csoportot képeznek a különböző jellegű fogyatékkal élők, akiknek a társadalmi integrációjában a helyi civil szerveződések példaértékű feladatvállalást tanúsítottak. A velük való foglalkozás speciális tudástőke felhalmozását eredményezte, ami a turizmus számára oly módon hasznosul, hogy tőlük lehet tanácsot kérni pl. akadálymentesítési megoldások alkalmazására szállodai, vendéglátói létesítmények tervezésénél. A fogyatékkal élők nemcsak a térségben élő társadalmi csoportot, hanem akár speciális turisztikai célpiacot is képezhetnek, van példa már arra is, hogy új létesítmény tervezésénél a speciális igényeket is figyelembe vették (ajtószélesség, ágymagasság, zuhanyzófülkék kiképzése stb.). A fogyatékkal élőkkel való törődés humanitárius üzenetét a helyi sajtó is támogatóan kezelte.

5.3.6. Szakoktatási intézmények, szakmák megítélése

Oktatás vagy nevelés? A turizmus fejlődésének mindkettő feltétele, szakmai ismeretekre és megfelelő hozzáállásra egyaránt szükség van és mindkét területen vannak hiányosságok a turizmusban dolgozóknál, de a turizmus mint vállalkozás iránt érdeklődőknél is. A civil szféra képviselői közül volt aki nagyon erős kritikákat fogalmazott meg a felsőfokú és középfokú szakképzés iránt, bár elismerte, hogy a térség oktatási intézményeinek működésére nincs rálátása és hallomások alapján ítélkezik. A nyugatabbra levő egyetemek példaértékét a személyesség és a magas szintű szakmai hozzáértés jelenti szembeállítva a hazai tekintélyelvűbbnek tartott rendszerrel szemben. Jelezte a felsőoktatás felhígulását és az egyes egyetemeket érintő diploma-botrányokat, amelyek megkérdőjelezhetik az egyetemi diploma értékét. A vállalkozókhoz képest, azonban kevésbé kritikus és inkább konstruktív hozzáállást tapasztaltam a civileknél. Az interjúalanyok nagyobb része az oktatási rendszer kritikája helyett inkább arra fókuszált, hogy

vannak olyan tudásterületek, amelyben nincs képzés, de vannak (ön)képzett emberek, pl. túravezetők. A mozgalmi jellegű természetjárás, természetvédelem követői apránként jelentős terepismeretre és honismeretre tesznek szert, a közös tudás továbbörökítése a közös kirándulásokon, találkozókön történik, talán jó volna jobban nyitni az iskolai, tanári és diákközösségek felé is. Ahol ez megtörténik, ott a diákok érdeklődése a tanulás iránt akár tantárgyversenyek felé is megnő.

A képzési rendszernek igen fontos része az iskolarendszerű tömegképzés, ennek minőségét is kellene javítani, jó volna valahogy beépíteni a környezettudatosság mellett a turizmustudatosságot, egy alapszintű marketing-gondolkodást is. Emellett a felnőttképzés szerepe is felértékelődik, hiszen olyanokat érint meg a turizmusfejlődés szele, akik túl hamar kikerültek az oktatási rendszerből, s bár hagyományos vendégszeretben nem volna hiány, mégis egy bizonyos szintű vendéglátói kultúrát el kell sajátítani. Ebben a civil szereplők olyan más civil szereplőket tudtak mozgósítani mint a Romániai Magyar Gazdák Egyesülete, amely úttörő szerepet játszott már a '90-es évek falusi turizmusának elindításában. A helyi fejlesztési ügynökök képzése képzési innovációnak számított a térségben, a folyamat további állomása az innovációk adaptálása a helyi viszonyokhoz. A turizmust segítő felnőttképzési tanfolyamokat sok kritika éri, főleg, hogy elsősorban a kötelező – végzettséget, képesítést igazoló – papírok megszerzésére megy ki a dolog, de a képesítés mellett a hallgatók és az oktatók közötti kommunikációtól függően tényleges tudástranszferre, reális képzésre is sor kerül(het). Képzésekre mindenképp szükség van, a minimális vendéglátói, gazdálkodási alaptudás megszerzése mellett elsősorban a román és főleg az angol, német nyelv elsajátítására, de ugyanakkor egy minimális helyismereti (földrajzi, történelmi, néprajzi, művészet- és vallástörténeti) általános műveltségre is szükség volna.

A turisztikai szakmák megítélése kapcsán áttételes megfogalmazás: „munkaerő van, képzett munkaerő nincs, ha igénytelen a vendég, igénytelen a szolgáltatás is. Ha a helyi vendégkör megkövetelné a minőségi kiszolgálást, előbb-utóbb beépülne a köztudatba, hogy akárki nem mehet el a vendéglátásba dolgozni, főleg felszolgálóként. Egyébként is a kiszolgáló személyzetnél nem a papír, hanem a rátermettség számít”. A térségi programkínálat hiányosságai többek között animátorképzéssel, idegenvezető-, túravezető-képzésekkel lennének pótolhatók, de sokak számára nehézséget okoz a valós szolgáltatói attitűd elsajátítása, felvállalása, amiben a székely temperamentum, büszkeség akár egy korlátozó tényező is lehet.

IV. RÉSZ. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS ÚJ KUTATÁSI KIHÍVÁSOK

6. fejezet. A hipotézisek értékelése, a kutatás legfontosabb eredményei és új kutatási irányok

6.1. A hipotézisek értékelése és a kutatás legfontosabb eredményei

Az értekezés elején öt kutatási hipotézist fogalmaztam meg, amelyek előzetes elgondolásaim szerint alkalmasak lehetnek a területi turizmusfejlesztés lehetőségeinek a vizsgálatára egy olyan sajátos régióra vonatkozóan mint a Székelyföld. A Székelyföldet területi entitásként azért problémás megragadni, mert nem egy jól körülhatárolható régió, jogszabályokban lefektetett jogosítványokkal, amelyekkel adott közigazgatási határok között, adott állami-önkormányzati feladatokkal rendelkező szereplők élhetnek. Az öt hipotézis megfogalmazása, tehát, eleve nem a lehatárolhatóság és kompetencia oldaláról közelít a turizmusfejlesztéshez, hanem a székelyföldi magyar közösség érdekeiből kiindulva. Ezek az érdekek pedig a szülőföldön való boldogulással, az egyéni megélhetéssel és a közösség által megőrzött, éltetett és továbbfejlesztett *kisebbségi kultúra turizmus révén is történő fenntartásának* lehetőségeivel függnek össze. Az értekezés fejezetei a hipotézisek kibontását, vizsgálatát tették lehetővé.

A hipotézisekben megfogalmazott feltevésekre összegzésképpen a következő *tézisek* (T1–T5) állíthatók fel.

H1. A Székelyföld etnikai régió jellegéből adódóan a turizmusfejlesztésnek nemcsak gazdasági, hanem kisebbségvédelmi jelentősége is van: az alulról építkező turizmusfejlesztés elősegíti a közösség integrációját és lassítja az asszimiláció folyamatát.

A 2. fejezetben megvizsgáltam a turizmusfejlesztés problémakörét általánosságban, ami alapján kijelenthető:

- A turizmus komplex térbeli jelenség, amelynek sajátos feltételrendszere, működése és hatásmechanizmusai vannak, ezek megértése nélkül nem lehet szakmailag megalapozott turizmusfejlesztést végezni.

- A turizmusfejlesztés mint szakpolitikai tevékenység a turizmuskutatásra, területi tervezésre és értékvezérelt koncepcióalkotásra, stratégiai programtervezésre, projektek generálására és végrehajtására támaszkodhat, amelyet a turisztikai desztináció-menedzsment fogalomköre integrálhat.

- A fejlesztési projektek nemcsak beruházási, hanem szervezési, szabályozási jellegűek lehetnek, de minden esetben valamilyen érdekérvényesítési mechanizmusnak vannak kitéve.

A 3. fejezetben igyekeztem feltárni a Székelyföldnek mint regionális entitásnak a sajátosságait, elemeztem az etnicitás fogalmát, a kulturális turizmus etnikai tartalmát, kísérletet tettem a kisebbségpolitika és turizmuspolitika összekapcsolására. Ezek alapján kijelenthető:

- A Székelyföld egy olyan sajátos régiója Romániának és a Kárpát-medencének, amelynek sajátosságát a romániai magyar kisebbség legnagyobb csoportját alkotó regionális közösségnek a magyar kultúrához való tartozása, szerves kötődése adja meg.

- A székelyföldi magyar közösség tömbszerű jelenléte olyan belső tartalékokat hordoz, amelyek alapján kialakítható egy alulról építkező, a gazdasági és kulturális szempontokat egyaránt szolgáló turizmuspolitika.

- Ezek a tartalékok egyrészt a régió természeti és kulturális örökségi értékeinek meglétéből adódnak, másrészt abból, hogy létezik piaci igény az ezekre építhető turisztikai termékekre, a piaci értékesítésben pedig a küldőpiaci és fogadótérégi közösségek etnicitásának hasonlóságának, a magyar–magyar kapcsolatoknak sokrétű szerepe van.

- A Székelyföld nem intézményesült turisztikai régió, de történeti-kulturális és etnikai régió mivoltában sajátos desztinációként jelenik meg a magyar piacon és megfelelő marketingmunkával más piacon is megjeleníthető, sajátos entitásként, sajátos arculattal.

- A kisebbségi kultúrát kifelé, a magyar és más kultúrák felé megjelenítő térségi turisztikai arculat elősegítheti a turizmus-szervezés hatékonyságát, ami gazdasági – azaz jövedelemtermelési és munkahelyteremtő hatással bír. Ezáltal nemcsak a kultúra megőrzéséhez és gyarapításához, hanem a kisebbségi emberek (turisztikai vállalkozók, dolgozók) életminőségének javulásához is hozzájárul.

- A kulturális értékek iránti térségi érdeklődés, a jövedelmi kilátások javulása, a hatékony turizmus-szervezés együttműködési kényszere erősíti a székely-magyar közösség regionális identitását, belső kohézióját, egyértelműen hozzájárulva az asszimiláció (a többségi nemzetbe való beolvadás) folyamatának lassításához, sőt megakadályozásához is.

- Megfelelően nyitott turizmuspolitikával, turizmusmenedzsmenttel a Székelyföld mint turisztikai célterület híd-szerepet tölthet be a magyar és a román kultúra között.

Mindezeket *részben* alátámasztják a primer kutatás során elkészített interjúk összegzései is, amelyeket az 5. fejezetben tárgyaltam. A 4. fejezet statisztikai elemzései és az 5. fejezet egyes pontjai azonban megkérdőjelezik a székelyföldi turizmus gazdasági teljesítményét.

T1. A turizmusfejlesztés úgy járulhat hozzá az asszimiláció lassításához a Székelyföldön, ha a kisebbségi kultúra értékeinek turisztikai hasznosítására szakmailag megalapozott koncepciók, stratégiák készülnek és következetesen végre is hatják ezeket. Ennek feltétele azonban, hogy mindezekben meghatározó szerepe legyen a helyi szereplőknek, az etnicitás korlátozó jellegét váltsa fel annak erőforrás-jellege, a kisebbségi kultúra váljék kuriózumná, vonzerő-tényezővé a nem magyar vendégek számára is, a megismerésen keresztül elősegítve a romániai magyar kisebbségek törekvéseinek elfogadását a román többségi nemzet tagjai által.

H2. A székelyföldi régióra hangsúlyozottan jellemző az etnikai alapú kulturális turizmus, amelynek meghatározó piacát a magyarországi turisták képezik.

A 3. fejezetben összegzett szakirodalmi kitekintés, az 5. fejezetben tárgyalt interjú-összegzések és saját résztvevő megfigyeléseim a terepbejárás során egyértelműen igazolják az alábbiakat:

- Szembetűnő a magyarországi turisták tömeges jelenléte a székelyföldi turisztikai objektumoknál, látnivalóknál.

- Sőt szinte kizárólagosan vagy legalábbis dominánsan a magyarországiak érdeklődése tapasztalható a történelmi-kulturális emlékhelyeknél, ami egyértelműen arra utal, hogy a turisztikai termékek magját, fő vonzerőtényezőjét a magyar nemzeti történelem és kultúra örökségi elemei alkotják.

- A magyar turisták Erdélyben de leginkább Székelyföldön tapasztalják meg annak az élményét, hogy gazdasági és állampolgársági értelemben *külföldön* vannak, de a székelyföldi regionális kultúrával szembesülve *belföldi-szerű, hazai-szerű élményben* részesülnek.

- Székelyföldön (is) szembesülhetnek azzal a ténnyel, hogy a politikai nemzet és a kulturális nemzet nem ugyanazt jelenti, a magyar nemzet kulturális értelemben nem a magyarországi állampolgárok közösségét jelenti.

- A magyar turista Székelyföldre utazása során (idegenvezetői közvetítéssel vagy anélkül) kulturálisan kapcsolódik össze a vendégek és vendéglátók etnicitása; a két külön szerepkört betöltő társadalmi csoport (anyaországi és határontúli) nemzettudata kölcsönhatásba kerül.

- A nem magyar turisták jelenléte ugyanezen vonzerőknél szinte elenyésző, ami a kultúra-közvetítés hiányosságaira utal, beleértve a fogadóközösség etnicitásának korlátozó voltát is.

A 4. fejezet statisztikai elemzése alapján kijelenthető:

- A határátlépési statisztikák egyértelműen igazolják a Románia számára Magyarország mint turisztikai célpiac elsődlegességét.

- A Maros, Hargita és Kovászna megyék szálláshelystatisztikái a regisztrált vendégforgalomban, azaz a turistaérkezések és vendégéjszakák számában nem tükrözik a külföldiek (beleértve a magyarországiak) többségét.

- A forgalom koncentrációja a turisztikai üdülőhelyekre (az államilag támogatott hazai gyógyturizmus túlsúlya miatt) és a városokra (jellemző hivatásturizmus) megkérdőjelezi a falusi szálláshelyek kihasználtságát.

- A statisztikák és primer kutatások ellentmondása egyrészt a szívességi vendégfogadás (rokonok, barátok látogatása), a nem-kereskedelmi szálláshelyek (kollégiumok) jelentőségére valamint a kereskedelmi szálláshelyek vendégregisztrációjának hiányosságaira hívják fel a figyelmet.

T2. A Székelyföld mint turisztikai fogadóterület számára a magyarországi turisták jelenléte főleg empirikusan igazolhatóan elsődleges jelentőségű, s ha statisztikailag nehezen vagy nem igazolható, az a nyilvántartási rendszer hiányosságaival függ össze. A nyelvi és történeti-kulturális közösség, az egy kulturális nemzethez tartozás (az etnicitás rejtett vagy kinyilvánított tudata, érzése) olyan kapocs az anyaországi vendégek és a határon túli, azaz székelyföldi vendéglátók között, ami nem kizárólag a turisztikai marketingkommunikáció által működik. Így a célzott üzenetek és a marketingkommunikációs csatornák hatékonysága nehezen igazolható, a más – nem üzleti, hanem személyes és intézményi – csatornákon keresztül zajló közvetlen és közvetett kommunikáció pozitív torzító hatása miatt.

H3. A fenntartható turizmusfejlesztés nem támaszkodhat csupán az etnikai sajátosságokra alapuló kulturális turizmusra, hanem a jellegzetes tértípusoknak megfelelő differenciált termékfejlesztés révén valósulhat meg.

A 2. fejezet szakirodalmi kitekintése a turizmusfejlesztésre, különösképpen a turisztikai desztináció-menedzsmentre elméleti megfontolásként erősíti az alábbiakat:

- Egy térség turizmusgazdaságának nyilvánvalóan *húzótermékekre* kell alapoznia, amit más – térspecifikus vagy tevékenység-specifikus – termékeknek is ki kell egészíteniük.

- A fenntartható és versenyképes turisztikai célterület kínálata nem lehet egyoldalú, főleg ha adottak olyan természeti erőforrások, amelyek egyediséget kölcsönözhetnek a térségnek.

- Ugyanígy nem tekinthető sem versenyképesnek sem fenntarthatónak az a turisztikai célterület, amely egy vagy két küldőpiactól függ.

A 3. fejezet szakirodalmi kitekintése és az 5. fejezet interjúösszegzései alapján elmondható, hogy:

- Székelyföld természeti adottságai a kulturális turizmuson kívül más piacképes turisztikai termékek fejlesztését is lehetővé teszik, ha megteremtődnek a megfelelő beruházási feltételek (infrastruktúra, területek tulajdonviszonyai, általános környezeti állapot, szolgáltatáskultúra fejlődése) és majd ezekre építve kialakul egy koherens desztinációs marketingtevékenység, a makroszemléletű termékfogalmakra alapozva.

- Az utóvulkáni működések, száraz gázömlések és ásványvizek minőségi és mennyiségi tulajdonságai, gyógytényezőként való hasznosítása egyrészt a hagyományos gyógyturizmus továbbélését, másrészt ennek új (wellness) alapokra helyezését tenné lehetővé.

- A domborzati és éghajlati adottságok nemzetközi összehasonlításban csak szerény téli sport-fejlesztésekre van lehetőség.

- A Székelyföld vidéki jellege, a hagyományos településkép, gazdálkodási és életformák eddigi fennmaradása kedvező feltételeket kínál az igazi falusi, sőt az agroturizmus számára.

- A térség viszonylag kedvező környezeti adottságai, tájainak természetközelsége az aktív turizmus különböző formáinak fokozatos és lassú előtérbe kerülését eredményezte (természetjárás, lovaglás, terepi kerékpározás, sziklamászás, terepmotorozás), magával hozva más piaci szegmensek megjelenését a térségben.

- A térség biodiverzitása, vadakban való gazdagsága nagy vonzerőt jelenthet az ökoturizmus számára.

Mindezeket árnyalja a 4. fejezet statisztikai elemzése, amely országos kitekintésben a hegyi üdülőhelyek és a gyógyfürdők gyenge *nemzetközi* vonzerejéről tanúskodik. A terepbejárás azonban csak részlegesen erősíti a statisztikák elemzéséből nyerhető képet, azaz: - Szezonálisan tapasztalható mind a belföldi, mind a külföldi turisták jelenléte az üdülőhelyeken, de a külföldiek inkább a városi szállodákat vagy a falusi fizetővendéglátóhelyeket részesítik előnyben.

- Az üdülőhelyi jelenlét sok esetben néhány órás tartózkodást jelent (kivéve Szovátát), ami az üdülőhelyek településen belüli környezeti állapotaival függnek össze.

- A szabadidős tevékenységek jelentős része a látnivalók felkeresésével és rövid otttartózkodással, kirándulásokkal jellemezhető a nem kultúr-specifikus turisztikai fogyasztás esetén is.

T3. *Az egy piactól, egyféle turisztikai terméktől függő turisztikai célterület fenntarthatósága megkérdőjelezhető, a térségi természeti adottságok felvetik a nem kulturálisan meghatározott turisztikai termékek fejlesztésének a lehetőségét, szükségességét is. A*

Székelyföldön is érzékelhető az elmozdulás a más, azaz nem magyar és a magyar, de nem elsősorban az etnikai-kulturális értékekre fogékony célpiacok felé. Mindez a beruházásokat, szervezést és marketingkommunikációt egyaránt magába foglaló, differenciált termékfejlesztési erőfeszítések függvényében hozza meg gyümölcsét (egészségturizmus, aktív turizmus, falusi és ökoturizmus).

H4. A székelyföldi turizmus eddigi fejlődése inkább spontán folyamat, hiányoznak a tudatos térségi turizmuspolitika és desztináció-menedzsment szervezeti keretei.

A 2. fejezetben feldolgozott szakirodalmi kitekintés alapján megállapítható:

- A turizmus olyan társadalmi-gazdasági jelenség, amely spontán módon is fejlődhet, vagyis függetlenül egy adott térség állami-önkormányzati szereplői által kidolgozott és következetesen végrehajtott turizmuspolitika, vagy turisztikai desztináció-menedzsment nélkül is.

- A spontán turizmusfejlődés a turisztikai kereslet és kínálat egymásrahatásainak, piaci működési mechanizmusainak eredménye.

- A spontán fejlődés nagyobb lehetőséget ad a rövid távú szemléletnek, a környezeti és szocio-kulturális hatások figyelmen kívül hagyásának.

- A turizmus gazdasági szereplői között számos olyan is megjelenhet, akire nem jellemző a stratégiai szemlélet, a térségi beágyazottságra fektetett hangsúly.

A 3. fejezet és főleg az 5. fejezet interjú-összegzései alapján, a Székelyföld etnikai-kulturális meghatározottságai alapján, kijelenthető:

- A Székelyföld turizmusfejlődésének kívánatos iránya az volna, ha a kisebbségvédelmi érdekek a turizmuson keresztül is érvényesülhetnének, vagy legalábbis nem csorbulnának.

- Az etnikai turizmus jelensége eddig inkább spontán folyamatként bontakozott ki, a sokrétű magyar-magyar kapcsolatok sok székelyföldi vállalkozás számára egyoldalú piaci orientációt eredményeztek, vagyis az etnicitás konjunktúra-teremtő hatású volt.

- A székelyföldi turizmust (is) érzékenyen érintette a 2004. december 5-i magyarországi népszavazás körüli anyaországi és határontúli közéleti diskurzus, ami a magyar-magyar kapcsolatok legalábbis időleges megromlását eredményezte. A forgalom időleges visszaesése rávilágított a székelyföldi turizmus egyoldalú piaci orientációjára, miközben lassan kezdtek felhalmozódni a hazai vendégkörrel kapcsolatos – többnyire pozitív – vendéglátói tapasztalatok.

Az 5. fejezetben rögzített interjú-eredmények, valamint a 3. fejezetbe is beépített terepi megfigyeléseim alapján elmondható:

- Bár voltak és vannak próbálkozások szakmai egyesületek létrehozására, működtetésére, Székelyföldön, vagy legalábbis Hargita megyében egészen a közelmúltig nem lehet beszélni tudatos térségi turizmuspolitikáról, nincsenek meg a turisztikai desztináció-menedzsment gyakorlásának sem a szervezeti keretei, sem azok a pénzügyi források amelyek alapján integrált TDM-szervezeteket lehetne működtetni, sőt még a jogszabályi háttér sem adott a megfelelő kompetenciák ellátására.

- A TDM szervezet-rendszer létrejötte egyelőre csak viszonylag kevés szereplő által osztott vízió része, előzményként vagy előfeltételként lehet tekinteni a következőkre:

- a turisztikai információs irodák működtetésének jó és rossz tapasztalataira,
- a turisztikai szolgáltatókat csakis marketingkommunikációs célból összefogó szakmai egyesületekre (turisztikai vásárokon való képviselet),

- a Hargita megye tanácsa szakapparátusában a turisztikai, természetvédelmi és környezetvédelmi iroda létrehozására,

- a Babes-Bolyai Tudományegyetem Gyergyószentmiklósi Kirendeltségén folyó turisztikai felsőoktatási és részleges kutatási tevékenységre,

- Hargita és Kovászna megye tanácselnökeinek szakmai alapú közeledésére, ami a Székelyföld egységes turisztikai képviseletét is felvállalta közös turisztika vásári részvétellel Bukarestben és Budapesten,

- és nem utolsósorban Hargita Megye Turisztikai Stratégiájának elkészültére és 2009 március 15-én való átadására (a két megye és néhány Maros megyei szolgáltató közös vásári megjelenése már a HMTS desztináció-marketing tengelyének a gyakorlatba ültetéséről tanúskodik).

A 4. fejezetben tárgyalt kínálati és keresleti statisztikák egyértelműen a turizmus spontán alakulására utalnak, a három megye kistérségeinek, településeinek turizmusfejlődése nem mondható ígéretesnek, sőt az ország néhány élvonalbeli megyéjéhez képest leszakadás valószínűsíthető.

T4. *A székelyföldi (a számok tükrében szerénynek mondható) turizmusfejlődés eddig jórészt spontán módon, azaz a turizmus-rendszer belső működési mechanizmusainak és környezete közötti kölcsönhatásoknak az eredményeként nyilvánult meg, az egész térséget átfogó turisztikai stratégiai tervezésre és koordinációra a közelmúltig nem került sor. A székelyföldi turizmusfejlődés előmozdítására települési, kistérségi, megyei szinten voltak és vannak törekvések, de mindezek szervezeti háttére nem tudott tartósan kiépülni. A szervezetépítéshez szükséges alkotóelemek (tudástőke, szakmaiság, értékvezéreltség, a szereplők sokfélesége)*

adottak, de nagyon lassú és nem folytonos a hálózatosodás, a szervezeti kompetenciák kiépüléséhez pénzügyi forrásokra, jogi felhatalmazásra és legitimitásteremtésre egyaránt szükség van.

H5. A térség döntéshozói felismerték a turizmus gazdasági és szocio-kulturális jelentőségét, ennek eredménye az alulról építkező turizmuspolitikában és az eddigi fejlesztések főbb irányjaiban érhetőek tetten.

Az 5. fejezetben három alfejezetre bontva rögzítettem 37 interjú tartalmának strukturált összegzését. A térség döntéshozóit, vezetőit, véleményformáló szereplőit olyan problémákról kérdeztem, amelyek az előbbi négy hipotézissel is összefüggnek, válaszaikat 6 témakörbe csoportosítottam, az interjúalanyokat pedig 3 csoportba soroltam: önkormányzati és közintézményi vezetők, vállalkozók, civil szervezeti vezetők, aktivisták. A kutatás számomra legérdekesebb eredményei azok a gondolatok, amelyek az interjúk kiértékeléséből, tartalomelemzéséből szűrhetőek le.

- A részben strukturált interjú olyan primer kutatási módszer, amely időigényes, munkaigényes, rendkívüli koncentrációt és empátiát követel meg az interjúkészítőtől, ugyanakkor nagy kihívást jelent az interjúalany bizalmának megnyerése, közlékennyé tétele.

- Az interjúkészítés akkor eredményes, ha az interjúalany nemcsak a nyelvezetéhez, hanem az észjárásához is tudunk alkalmazkodni, az őt érintő/érdeklő problémákra tudunk összpontosítani.

- A Hargita megyében felvételezett interjúk alanyai szerint a Székelyföld turizmusa – a közvélekedéssel ellentétben – szerény teljesítményűnek mondható. Ettől függetlenül pozitívan viszonyulnak hozzá: igenis szükség van a turizmusfejlesztésre.

- Egyetértés mutatkozik abban, hogy a térség adottságai alapján a turizmus társadalmi-gazdasági hatásai erőteljesebbek is lehetnének, jövedelmezőség, munkahelyteremtés tekintetében.

- A turizmus fejlődése érdekében tevőleges részvételre van szükség egyrészt a megyei és települési önkormányzatok részéről, másrészt a vállalkozói szféra részéről. A civil szféra turizmusfejlesztési képességeit még viszonylag kevesen ismerték fel.

- Az alulról építkező turizmuspolitika, a turisztikai desztináció-menedzsment a hétköznapi gyakorlatok talajáról szemlélve, meglehetősen elvont fogalomkör, tartalommal csak akkor lehet megtölteni, ha sikerül összekapcsolni a projektszintű gondolkodást a programozással, stratégialkotással és koncepció-alkotással.

- A hosszútávú koncepció, a középtávú stratégia gondolata az adott intézményvezetőket a saját területükön, a saját intézményük szempontjából foglalkoztatja. A térségi turizmusfejlődés tekintetében, ha olyan kérdésekről van szó, ami a saját kompetenciájukon kívül esik, akkor leginkább rövidtávú konkrét projekt, esetleg középtávú program szintjén érdekli. Ilyen összefüggésben tudnak elvárásokat megfogalmazni a turizmus térségi szereplőivel szemben.

- Az eddigi fejlesztések – legyen szó infrastrukturális beruházásokról, közpénzekből vagy magántőkéből, vagy akár rendezvényszervezésről, kiadványszerkesztésről, tanfolyamszervezésről – két dolgot tükröznek: egyrészt a külső környezetből kínálgató lehetőségek megragadását (pl. forrásbevonás pályázati úton, kormányzati EU-s vagy alapítványi támogatásokból), másrészt a saját tudástőke, képességek mozgósítását valamilyen projekt megvalósítása érdekében.

- Míg a vállalkozók a turisztikai piacon próbálnak érvényesülni piaci ismeretek és középtávú vállalati stratégia vagy vállalkozói intuíció alapján, a civilek egy része stratégiai programok kidolgozására és ehhez forrásbevonásra is képes, más részük stratégiákat ír vagy irat, mer álmódzni s alkalomadtán, adott pályázati kiírásra reagálva kidolgoz egy-egy projekttervet s ha nyer támogatást megvalósítja, ha nem – jó esetben újragondolja és átdolgozza a projektjeit, rosszabb esetben elveti.

- A közintézményi és önkormányzati szférában is azzal lehet találkozni, hogy időnként hangulatos szakmai kerekasztalok keretében koncepciókról, stratégiai irányokról vitatkoznak az érintettek, sőt már stratégiák kidolgozására is sor került.

- Székelyföldnek ugyan nincs, de a székelyföldi szereplőknek, így Hargita Megye Tanácsának már van kidolgozott turisztikai stratégiája, ami azonban frissessége okán még nem is épülhetett be a köztudatba. Bár a megyei önkormányzat már hivatkozási alapként használhatta a turisztikai minisztériummal folytatott tárgyalások és közberuházási lobbi során, még távol áll attól, hogy a megye TDM tevékenysége számára koordinációs eszközként működhessen.

- A különböző székelyföldi egyesületszervezési törekvések egyelőre még nem alkalmasak olyan szintű integratív hálózatosodásra, ami egy működőképes és többszintű TDM szervezetrendszer létrehozását eredményezhetné, s ebben igazából csakis a különböző szereplők bizalmi tőkéjének hiánya, vagy alacsony szintje, esetleg szervezetépítési kapacitása a fő akadályozó tényező.

T5. A székelyföldi döntéshozók általában pozitívan viszonyulnak a turizmushoz, kíváncsúnak tartják a turizmus fejlesztését, szabályozását, de mindeddig nem tudott kialakulni egy koherens turizmuspolitika sem települési, sem megyei, sem régió szinten. A turisztikai

desztináció-menedzsment fogalma túl komplex és elvont ahhoz, hogy TDM szervezetek felépítésére sor került volna és ahhoz is, hogy az eddigi fejlesztések a monitoring szempontjából is illeszkedhettek volna egy átfogó (netán kisebbségvédelmi alapozású) székelyföldi turizmusfejlesztési koncepcióba vagy stratégiába. Mindezek ellenére néhány üdülővárosban, kistérségben a turizmusfejlesztés a települési és vidékfejlesztési stratégiák célrendszerébe beépült, elkészült Hargita megye turisztikai stratégiája is, ami a sok és sokféle fejlesztési kezdeményezés – legalább papíron történő – integrálásával a közeljövőben megteremtheti a tudatos térségi turizmuspolitika és TDM alapjait.

6.2. További kutatási irányok, kihívások

A témaválasztás, a problematizálás és főleg a kutatómunka során számos gondolat, ötlet pattanhat ki a kutató elméjéből, amelyek akkor és ott, a konkrét helyzet feladatai közepette *vadhajtások*nak minősülnek, mivel a kipattanó gondolat más mederbe terel(het)i a figyelmet. A tudományos megismerési folyamat és főleg annak eredmény-centrikussága megköveteli a fegyelmet, a vadhajtások visszanyesését, vagy legalábbis az ötletek elraktározását a „jobb időkre” amikor – talán – lesz idő elmélyedni bennük. Azok a témák, amelyek nem kerültek bele a dolgozatba, de szellemi kihívást, feladatokat jelenthetnek a továbbiakban, valamint azok, amelyeket terjedelmi okok miatt kénytelen voltam kivágni, mellőzni az értekezésből, a következőkben összegezhetők:

> A turizmus *feltételrendszerével* kapcsolatosan:

- az eddig elvégzett empiriku kutatások kiterjesztése Kovászna és Maros megye területére bevonva román nemzetiségű interjúalanyokat is
- vállalkozói életutak, turizmusba való bekapcsolódásra készítő motivációk feltárása
- Székelyföldre alkalmazható szervezeti modellek kidolgozása, települési, kistérségi és regionális szinten
- a turisztikai szakoktatás és a munkaerő-piaci viszonyok, elvárások és problémák elemzése, turisztikai munkahelyteremtés lehetőségeinek feltárása
- vonzerőfejlesztések azonosítása a térségben, menedzselési gyakorlatok összehasonlító elemzése külföldi példákkal
- az Európai Unió turizmuspolitikájának alakulása
- a turizmusfejlesztés integrációja a területfejlesztésbe, vidékfejlesztésbe, terület- és településrendezésbe

- jó gyakorlatok importjának, adaptálásának azonosítása a térségben; innováció a turizmusban
- kárpát-medencei integráció a turizmusban, beágyazva az európai területi együttműködési gyakorlatokba
- turisztikai makro termékek fejlesztésorientált vizsgálata

> A turizmus *keresleti* oldalával kapcsolatosan:

- turisztikai motivációkutatás, különös tekintettel az utazási döntés folyamatára, a befolyásoló tényezők feltárására
- vendég-elégedettségi vizsgálatok településközi, kistérségi összehasonlításban

> A turizmus *hatásaival* kapcsolatosan:

- turizmusfejlesztési stratégiák, programok, projektek monitoringja és értékelése
- a székelyföldi turizmus gazdasági hatásai és a multiplikátor-hatás erősítési lehetőségeinek vizsgálata
- turizmus-specifikus környezeti problémák és kezelésmódjuk feltárása

➤ elméleti vonatkozásban:

- turizmuselméleti kérdések összekapcsolva gazdaságelméletekkel, társadalom és kultúra-elméletekkel, valamint politikaelméleti megközelítésekkel.

Természetesen, a felsoroltak összességének felvállalása utópia lenne. Az, hogy ezek közül melyek fognak előtérbe kerülni, az nemcsak tőlem függ, hanem a környezetemből érkező kihívások és az adott időpontban engem éppen a legjobban foglalkoztató probléma keresztmetszetéből. De létezik olyan vízió is, amelyben egy majdani székelyföldi kutató-műhely munkatársai többen dolgoznak majd az egyes problémák feltárásán, elemzésén és ezek alapján ajánlásokat fogalmaznak meg a térségi döntéshozók számára. Jelen értekezés egy ilyen vízió megvalósításának a folyamatába illeszkedik.

IRODALOMJEGYZÉK

- Agg Z.–Nemes Nagy J.** 2002: A politika térségi és helyi szintjei. – Bernek Á. (szerk.): *A globális világ politikai földrajza*. Nemzeti tankönyvkiadó, Budapest. pp. 385–430.
- A. Gergely A.** 2005: Nemzeti vagy etnokulturális kisebbség? Megfontolások a kisebbségek kezelés- és megértésmódjához. – Kovács N. – Osvát A. – Szarka L. (szerk.): *Etnikai identitás, politikai lojalitás. Nemzeti és állampolgári kötődések*. Az MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézetének Évkönyve 4., Budapest. pp. 87–92
- Appadurai, A.** 2001: A lokalitás teremtése. – *Regio* 12. 3. pp. 3–31.
- Ashworth, G. J.–Voogd, H.** 1997: A város értékesítése. Kereskedelmi és Jogi Könyvkiadó, Budapest. 266 p.
- Aubert A.** 2002: A turizmus földrajza. – Tóth József (szerk.) *Általános társadalomföldrajz II.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. pp. 143–159.
- Aubert A.** 2006: A turizmusföldrajz rendszertani helye és főbb kérdései a földrajztudományban. – *Földrajzi Értesítő*. LV. 3–4. 333–354.
- Aubert A. (szerk.)** 2007: *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei*. PTE TTK Földrajzi Intézet, Pécs. 391. p.
- Aubert A. – László M.** 1995: *Turizmus tervezés. Turizmus marketing*. JPTE TTK Regionális Társadalomföldrajzi Tanszék, Pécs. 240 p.
- Aubert A.–Berki M. –Mészáros B.–Sarkadi E.** 2009: A TDM modell adaptálásának differenciált megközelítése. – Hanusz Á. (szerk.): *Turisztikai desztináció. „Desztinációs menedzsment”*. Nyíregyháza. pp.3–17. (a Nyíregyházán 2009. május 20–21-én megtratót konferencia előadásai)
- Aubert A. – Szabó G.** 2007: Turizmus és geográfia. – Aubert (szerk.) *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei*. PTE Természettudományi Kar Földrajzi Intézet. Pécs. pp. 13–75.
- Babbie, E.** 2003: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata* (Hatodik, átdolgozott kiadás). Balassi Kiadó, Budapest. 564 p.
- Bakk M.** 2004: Az autonómia-tervek két szakasza Erdélyben 1989 után. – *Magyar Kisebbség*. 1–2. pp. 39–60.
- Bakucz M.** 2008: The Role of Tourism Destination Management Organisations in Hungary (Full Conference Paper) – *The Dilemmas of Integration and Competition*. 27th–29th of May, 2008, Prague, Czech Republic. Regional Studies Association, Seaford, UK.
www.regional-studies-assoc.ac.uk/events/prague08/papers/Bakucz.pdf (16. p.)

- Bakucz M.** 2004: A szatellitszámlák különös jelentősége a turizmus gazdasági hatásának elemzésében. *Évkönyv 2003*. PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs. pp. 391–408.
- Bakucz M.** 2003: A turizmus és regionális fejlődés stratégiai összefüggései két középeurópai ország tapasztalatai alapján – Buday-Sántha A. – Erdősi F. – Horváth Gy. (szerk.): *Évkönyv 2002*. PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs 70–92.
- Barna, R. C.** 2007: *Dezvoltare regională în Europa*. Ed. Fundației pentru Studii Europene, Cluj-Napoca. 369 p.
- Barth Fr.** 1996: Régi és új problémák az etnicitás elemzésében. – *Regio*. 7. 1. 3–25.
- Bartke I.** (szerk.) 1995: *Területfejlesztés*. Eötvös Lóránd Tudományegyetem Eötvös Kiadó, Budapest. 276. p.
- Beaver A.** 2005: *A dictionary of travel and tourism terminology*. CABI Publishing, Oxon, UK – Cambridge, MA, USA. 409 p.
- Benedek J.** 2006: *Területfejlesztés és regionális fejlődés*. Presa Universitara Clujeana, Kolozsvár. 299 p.
- Benedek J.** 2004: *Amenajarea teritoriului și dezvoltarea regională*. Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 310 p.
- Benedek J.** 2001: A nemzeti kultúra térségei avagy a természet-kultúra viszonyának misztifikációja. A romániai geográfiai gondolkodás dilemmái. *Magyar Földrajzi Konferencia tudományos közleményei*. Szeged, 2001. október 25–27. Szeged, SZTE TTK Természetföldrajzi Tanszék (CD-kiadvány) 7 p.
- Benedek J.** 2000: *A társadalom térbelisége és térszervezése*. Risoprint Kiadó, Kolozsvár. 152 p.
- Benedek, J. – Dezsi, Șt.** 2006: *Analiza socio-teritorială a turismului rural din România din perspectiva dezvoltării regionale și locale*. Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 147 p.
- Benedek H. J.** 1998: Turizmus és helyi társadalom. A faluturizmus esélyei a Székelyföldön egy konkrét példa tükrében. – Fejős Z. (szerk.): *A turizmus mint kulturális rendszer*. Néprajzi Múzeum, Budapest. pp. 103–110.
- Berényi I.** 2003: *A funkcionális tér szociálgeográfiai értelmezése*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest. 180 p.
- Berényi, I.** 2001a: Kultúrtáj-kutatás európai dimenzióban. In: *A földrajz eredményei az új évezred küszöbén. A Magyar Földrajzi Konferencia tudományos közleményei*. SZTE TTK Természeti Földrajzi Tanszék, Szeged (CD-ROM). 5 p.

- Berényi, I.** 2001b: Kultúrtáj és -régió mint kulturális örökség. – *Ezredforduló – századforduló – hetvenedik évforduló. Ünnepi tanulmányok Zimányi Vera tiszteletére.* Pázmány Péter Katolikus Egyetem Bölcsészettudományi Kar, Piliscsaba. pp. 639–650.
- Berényi I.** 1997: *A szociálgeográfia értelmezése.* ELTE Eötvös Kiadó, Budapest. 135 p.
- Berki M.** 2004: Az örökségturizmus szerepe és fejlesztési lehetőségei Pécs idegenforgalmában. – *Turizmus Bulletin.* 8.1. pp. 41–48.
- Bíró A. Z.** 2008: Székelyföldi helyzetkép – önálló regionális fejlődés. – *Térség.* 1. 1. pp. 7–26. (KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja, Székelyföldi Fejlesztési Intézet, EMTE Sapientia Társadalomtudományi Intézet, Státus Kiadó, Csíkszereda)
- Bíró A. Z. (szerk.)** 2007: *Székelyföldi elitek jövőképe.* Alutus Kiadó, Csíkszereda. 200 p.
- Bíró, A. Z.–Bodó, J.** (1998): A „hargitaiság”. Egy régió kultúraépítési gyakorlatáról. In: Bodó Julianna (szerk.): *Fényes tegnapunk. Tanulmányok a szocializmus korszakáról.* KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja, Csíkszereda. pp. 195–210.
- Bódis K.** 1998: Posztmodern turizmus. – Fejős Z. (szerk.) *A turizmus mint kulturális rendszer.* Tanulmányok. Néprajzi Múzeum, Budapest. pp.189–196.
- Bodnár L.** 2005: *Az idegenforgalom hazai és nemzetközi vonatkozásai.* Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. 382 p.
- Bramwell, B. – Henry, I. – Jackson, G. – van der Straaten, J.** 1996: A framework for understanding sustainable tourism management. – Bramwell, B. et al. (eds.) *Sustainable Tourism Management. Principles and Practice.* Tilburg University Press. pp. 23-71.
- Buday-Sántha A.** 2001: *Agrárpolitika – vidékpolitika. A magyar agrárgazdaság és az Európai Unió.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 463 p.
- Buday-Sántha A.** 2002: *Környezetgazdálkodás.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 205 p.
- Buday-Sántha A.** 1993: *Környezetgazdálkodás (Részletes rész).* Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. 146 p.
- Butler R.** 2004: The Tourism Area Life Cycle in the Twenty-First Century. – Lew, A. A. – Hall, C.M.–Williams, A. M. (eds.) *A Companion to Tourism.* Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton. pp. 159–169.
- Cândeia, M.–Bran, F.** 2001: *Spațiul geografic românesc. Organizare, amenajare, dezvoltare.* Editura Economică, București. 448 p.
- Church, A.** 2004: Local and Regional Tourism Policy and Power. In: Lew, A. A. – Hall, C. M. – Williams, A. M. (eds.): *A Companion to Tourism.* Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton, pp. 555–568.

- Ciangă, N.** 2002: *România. Geografia turismului (Partea Întâi)*. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 201 p.
- Ciangă, N.** 1997: *Turismul în Carpații Orientali. Studiu de Geografie Umană*. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 283 p.
- Coccean, P.** 2002: *Geografie regională. Evoluție, concepte, metodologie*. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 157 p.
- Coccean, P.** 1999: *Geografia turismului*. Editura Focul Viu, Cluj-Napoca. 236 p.
- Coccean, P.** 1998: *Geografia turismului românesc*. Universitatea Ecologică din Deva, Deva. 152 p.
- Coccean, P.–Dezsi, Șt.** 2001: *Prospectare și geoinformare turistică*. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 231 p.
- Coccean, P.–Filip, S.** 2008: *Geografia regională a României*. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 242. p.
- Csutak I.** 2007. *Új? Régi? Jó? Új régiókat Romániának!* Romániai Magyar Demokrata Szövetség, Marosvásárhely 46 p. (www.rmdsz.ro, letöltve 2009. nov. 17.).
- Czene Zs.** 2002: A kulturális örökség területfejlesztési megközelítése. – *Tér és Társadalom*. 16. 4. pp. 25–38.
- Dombay I.** 2004: *A turizmus földrajza*. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 160 p.
- Dower, M.** 1999: Az örökség, mint erőforrás. A helyi fejlesztés egyik eszköze. – *Falu* 15. 2. pp. 77–85.
- Egedy G.** 2007: Gondolatok a nemzetről. A politikai és kulturális megközelítés– Szarka L.–Vizi B. –Majtényi B.–Szarka L. (szerk.): *Nemzetfogalmak és etnopolitikai modellek Kelet-Közép-Európában*. Gondolat Kiadó, Budapest (MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet Évkönyve 6.). pp. 70–79.
- Egyed Á.** 2006: *A székelyek rövid története a megtelepedéstől 1918-ig*. Pallas-Akadémia Könyvkiadó, Csíkszereda. 320. p.
- Egyed Á.** 2001: A székely társadalom tagolódásának főbb irányzatai a XIV. századtól a XX. századig. – *A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben*. Válogatás a 2000. április 13-15-i tusnádfürdői konferencián elhangzott előadásokból. Székelyföld 2000 Munkacsoport, Csíkszereda. (szerk. Dr. Papp Kincses Emese, Kassay János, Kánya József). pp.77-81.
- Elekes T.** 2009: A székely székek térképe (az egykori Aranyosszék nélkül)
Forrás: <http://elekes.adatbank.transindex.ro/index.php> (letöltve 2009. nov. 17.)

- Erdősi F.** 2004: *Európa közlekedése és a regionális fejlődés.* (2. átdolgozott kiadás) Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 640 p.
- Erdősi F.–Deák M.** 2003: Közlekedés és távközlés. – Horváth Gy. (szerk.) *Székelgyöld.* Dialóg Campus Kiadó (A Kárpát-medence régiói 1), Budapest–Pécs. pp. 279–304.
- Erdősi P.** 2001: A kulturális örökség meghatározásának kísérletei Magyarországon. – *Regio.* 12. (4.) pp. 26–44.
- European Commission** 2007: *Agenda for a sustainable and competitive European tourism.* – COM (2007) 621 final / 19.10.2007.
- European Union, Committee of Regions** (2006) *Sustainable Tourism as a Factor of Cohesion among European Regions.* Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg–Brussels. 241 p.
- Faragó L.** 2005: *A jövőalkotás társadalomtechnikája. A közösségi tervezés elmélete.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 240 p.
- Faragó L.** 2004: A regionalizmus hajtóerői Magyarországon. – *Tér és Társadalom.* 18. 3. pp. 1–23.
- Faragó L.** 2000: A (terület)fejlesztés irányítási algoritmus a programozás. – Horváth Gy.–Rechnitzer J. (szerk.) *Magyarország területi szerkezete és folyamatai az ezredfordulón.* MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs. pp. 527–541.
- Feischmidt M.** 2005: A magyar nacionalizmus autenticitás-diskurzusainak szimbolikus térfoglalása Erdélyben. – Feischmidt M. (szerk.) *Erdély- (de)konstrukciók. Tanulmányok.* Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, Budapest – Pécs. 7–32.
- Fejős Z.** (szerk.) 1998: *A turizmus mint kulturális rendszer.* Tanulmányok. Néprajzi Múzeum, Budapest. 215. p.
- Fejős Z. – Szijártó Zs.** (szerk.) 2000: *Turizmus és kommunikáció.* Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék, Budapest–Pécs. 252. p.
- Fejős Z. – Szijártó Zs.** (szerk.) 2003: *Helye(in)k, tárgya(in)k, képe(in)k.* Néprajzi Múzeum, Budapest. 257 p.
- Fennell, D.** 1999: *Ecotourism. An Introduction.* Routledge, London–New York. 315. p.
- Ferencz A.** 2003: A kulturális örökség védelme, a kulturális ipar alapjai. – Horváth Gy. (szerk.): *Székelgyöld.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs (A Kárpát-medence régiói 1), pp. 326–352.

- Gagyí J.** 2005: Örökségesítő Máréfalva. Az örökségturizmusra való berendezkedés első lépéseiről egy székelyföldi faluban. – Feischmidt M. (szerk.) *Erdély- (de)konstrukciók. Tanulmányok*. Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, Budapest – Pécs. pp. 85–99.
- Gábos E.** 2005: Vendégszerzők és vendégfogadók. Hálók a turizmusban – Zetelaka esete. – *Erdélyi Társadalom*. 3. 2. pp. 135–146.
- Gál Z. –Rácz Sz.** (eds.) 2008: Socio-economic Analysis of the Carpathian Area. Centre for Regional Studies, Hungarian Academy of Sciences, Pécs (Discussion Papers) 172 p.
- Glatz F.** (szerk.) 1996: *A magyarok krónikája*. Officina Nova, Budapest. 816 p.
- Godó N.** 2002: A viselkedésföldrajz alapjai. In: Tóth József (szerk.): *Általános társadalomföldrajz*. Dialóg–Campus Kiadó, Budapest–Pécs. pp. 160–189.
- Grigorescu, A.** 2007: *Managementul proiectelor*. Ed. Uranus, Bucuresti. 274. p.
- Győri Szabó R.** 2006: *Kisebbség, autonómia, regionalizmus*. Osiris Kiadó, Budapest. 586 p.
- Győri Szabó R.** 2004: Kombinált autonómia és regionalizálás. Gondolatok az erdélyi autonómia-tervezetek és vitaindító kapcsán. – *Magyar Kisebbség*. 1–2, pp. 135–137.
- Gyuricza L.** 2008: *A turizmus nemzetközi földrajza*. Dialóg Campus Könyvkiadó, Pécs. 320 p.
- Hajdú Z.** 2000: Erdély történetileg változó államföldrajzi problematikája: közigazgatási régió, részállam, önálló állam? – Boros L. (szerk.) *Erdély természeti és társadalmi földrajza. A Nyírségi Földrajzi Napok előadásai*, 1999. okt. 20–22., Nyíregyháza. pp. 323–337.
- Hall, C. M.** 1994: *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. John Wiley and Sons, Chichester–New York–Brisbane–Toronto–Singapore. 238. p.
- Hall, C. M. – Jenkins, J.** 2004: Tourism and Public Policy. – Lew, A. A.–Hall, C. M.–Williams, A. M. (eds.): *A Companion to Tourism*. Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton, pp. 525–540.
- Hall, C.M.–Page, S.J.** 2006: *The Geography of Tourism and Recreation*. 3rd edition. Routledge, London–New York. 426. p.
- Hanusz Á.** 2009: A területi turisztikai tervezés és a helyi TDM rendszerek kialakításának mozgástere a fehérgyarmati térségben. – Hanusz. Á. (szerk.) *Turisztikai desztináció. „Desztinációs menedzsment”*. Nyíregyháza. pp. 45–60. (a Nyíregyházán 2009. május 20–21-én megtratótt konferencia előadásai)
- Hanyecz L.** 1994: *Döntéshozatal, döntési modellek*. JPTE KTK, Pécs. 168 p.
- Hanyecz L.** 1995: *Tervezés és stratégia*. JPTE KTK, Pécs. 181 p.
- Hardi T. – Hajdú Z. – Mezei I.** 2009: *Határok és városok a Kárpát-medencében*. MTA RKK, Győr–Pécs. 375 p.

- Harron, S.–Weiler, B.** 1992: Review. Ethnic Tourism. – Weiler, B.–Hall, C. M. (eds.) *Special Interest Tourism*. Belhaven Press, London. pp. 83–94.
- Hartog, F.** 2001: Örökség és történelem: az örökség ideje. – *Regio*. 12. 4. pp. 3–25.
- Hegedűs V.** 2006: Az egészségturizmus fogalmi rendszerének és keresletének változása Magyarországon. – *Földrajzi Értesítő*. LV. 3–4. pp. 355–373.
- Heltai E. – Tarjányi J.** 2004: A mélyinterjú készítése – és az elkövethető hibák forrásai. – Letenyei L. (szerk.): *Településkutatás. Szöveggyűjtemény*. L'Harmattan – Ráció Kiadó, Budapest. pp. 501–543.
- Hermann G. M.** 2003: *Náció és nemzet. Székely rendi nacionalizmus és magyar nemzettudat 1848-ig*. Pro-Print Könyvkiadó, Csíkszereda 303. p.
- Holloway, J. C.** 2004: *Marketing for Tourism* (Fourth edition). Prentice Hall, Harlow – London – New York etc. 510 p.
- Hornýák E.** 2001: Az örökségföldrajzi tevékenység lehetőségei a területi folyamatok alakításában. – *Falu Város Régió*. 4. pp. 12–15.
- Horváth A.** 1999: *Turizmus a kultúrában (kultúra a turizmusban)*. Magyar Művelődési Intézet, Budapest 149. p.
- Horváth A.** 2009a: Turizmus Hargita megyében: a térségfejlesztés eszköze? – *Évkönyv*. Széchenyi István Egyetem Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr (Fiatal Regionalisták VI. Országos Konferenciájának előadásai, 2009. június 4–5.). pp. 175–185.
- Horváth A.** 2009b: A hegyvidéki turizmus területfejlesztési kérdései a Hargita-hegységben. – Michalkó G.–Rátz T. (szerk.): *A tér vonzásában: a turisztikai termékfejlesztés térspecifikus vonásai*. Kodolányi János Főiskola–MTA Földrajztudományi Kutatóintézet–Magyar Földrajzi Társaság, Székesfehérvár–Budapest. pp. 291–303.
- Horváth A.** 2008: Falusi turizmus – vidékfejlesztés. Turizmusfejlesztési támogatások Romániában. – *Korunk* 19. (6). pp. 31–36. (Kistérségek nagy gondjai – tematikus szám)
- Horváth A.** 2007a: Székelyföld – a Kárpát-medence és Románia történeti-kulturális régiója. – Horváth R. (szerk.): *A székelyföldi fejlesztés alapjai*. RMDSZ Önkormányzati Főosztály, Helyi Önkormányzati Kutatócsoport Egyesület, Kolozsvár. pp. 9–35.
- Horváth A.** 2007b: A turizmusfejlesztés kontextusba helyezése Hargita megyében. – *Évkönyv 2007*. PTE Közgazdaságtudományi Kara Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs. pp. 166–182.
- Horváth A.** 2007c: Magyarország modern turizmusföldrajza (Recenzió Michalkó Gábor könyvéről). – *Földrajzi Értesítő*. 56. 3–4. pp. 361–364.

- Horváth A.** 2006: Délkelet-Erdély térségi turizmusfejlesztésének kihívásai. *II. Országos Turisztikai Konferencia*, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, Turizmus Tanszék, Pécs 2006. okt. 12–13. (CD-kiadvány) 11 p.
- Horváth A.** 2005: A holisztikus szemlélet érvényesítése a turizmus területi tervezésében. – *Évkönyv 2004–2005.* (a Környezetvédelem, regionális versenyképesség, fenntartható fejlődés c. konferencia előadásai. 2005. május 19–21.) PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs. I. kötet. pp. 336–345.
- Horváth A.** 2004: Contribuții la o abordare în viziune sistemică a fenomenului turistic. – *Studia Universitatis Babeș-Bolyai, Ser. Geographia.* 49. 2. pp. 105–114.
- Horváth A.** 2003: Turizmus. In: Horváth Gyula (szerk.): *Székelyföld.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs (A Kárpát-medence régiói 1), pp. 254–278.
- Horváth A.** 2002: *Hargita-hegység.* Turisztikai kalauz. Pallas-Akadémia Könyvkiadó, Csíkszereda. 210 p.
- Horváth A.** 2001: A turisztikai kiépítettség állapota és fejlesztési lehetőségei Hargita-fürdőn. *A Magyar Földrajzi Konferencia közleményei*, Szeged SzTE TTK (CD-kiadvány), 2001. október 25–27.
- Horváth A.–Peteley A.** 2008a: Creating the Conceptual Framework of Tourism Destination Management in Giurgeu Basin. In: *The Role of Tourism in Territorial Development.* International Conference, sept. 19–20 2008, Gheorgheni. pp. 197 – 209.
- Horváth A.–Peteley A.** 2008b: Adapting the TDM-Model in the Development of Tourism in Harghita County. – *Journal of Tourism Challenges and Trends.* Ed. Universitară, București, pp. 45–60.
- Horváth Gy.** 2008: Difficulties of Region Building Processes in Eastern and Central Europe. – Regions: the Dilemmas of Integration and Competition. Regional Studies Association Annual Conference. 27th–29th May, Prague, Czech Republic (Final Papers). 13 p.
- Horváth Gy.** (szerk.) 2006: Régiók és települések versenyképessége. Magyar Tudományos Akadémia Regionális Kutatások Központja, Pécs. 480 p.
- Horváth Gy.** (szerk.) 2003: *Székelyföld.* Budapest–Pécs, Dialóg Campus Kiadó (A Kárpát-medence régiói 1). 452 p.
- Horváth Gy.** 2001: A regionális tudomány, mint oktatási és kutatási diszciplína. – *Évkönyv 2001.* PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs. pp. 11–23.
- Horváth Gy.** 1998: *Európai regionális politika.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 501 p.

- Horváth R.–Veress E.** 2003: Regionális politika és területfejlesztés Romániában. – *Magyar Kisebbség*. 7. (1.)
www.jakabffy.ro/magyarkisebbsseg/index.php?action=cimek&lapid=22&cikk=m030101.html (letöltve 2009. nov. 17.)
- Husz M.** 2007: *Hét fejezet a kulturális örökségturizmusról*. PTE Felnőttképzési és Emberi Erőforrásfejlesztési Kar, Pécs. 309 p.
- Ianoş, I.** 2000: *Sisteme teritoriale. O abordare geografică*. Ed. Tehnică, Bucureşti. 197 p.
- Illés I.** 2008: *Visions and Strategies in the Carpathian Area (VASICA)*. Centre for Regional Studies, Hungarian Academy of Sciences, Pécs (Discussion Papers) 119 p.
- Illés I.** 2001: Régiók és regionalizmus. – *Tér és Társadalom*. 15. (1.). pp. 1–23.
- Ilyés Z.** 2006: Identitás, kultúrtáj, örökségmenedzsment. Szempontok Gyimes kistérségi erőforrásainak értékeléséhez. – Bakó B.–Szoták Sz. (szerk.): *Magyarlakta kistérségek és kisebbségi identitások a Kárpát-medencében*. Gondolat Kiadó–MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Budapest. pp. 45–65.
- Ilyés Z.** 2005a: A gyimesi „ezeréves határ” olvasatai. – Feischmidt M. (szerk.) *Erdély-(de)konstrukciók. Tanulmányok*. Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, Budapest–Pécs. pp. 35–49.
- Ilyés Z.** 2005b: Az identitás mint kistérségi erőforrás – Gyimes példája. – *Kisebbségkutatás*. 7. (4.) pp. 460–467.
- Ilyés Z.** 2003: Az emlékezés és az újratanulás terei – a „honvagyutizmus”, mint tér- és identitásszervezés. – Fejős Z. – Szijártó Zs. (szerk.) *Helye(in)k, tárgya(in)k, képe(in)k. A turizmus társadalomtudományos magyarázata. Tanulmányok*. Néprajzi Múzeum, Budapest. pp. 51–58.
- Ionescu, I.** 2000: *Turismul, fenomen social-economic şi cultural*. Ed. Oscar-Print, Bucureşti. 227 p.
- Jafar, J.** (ed.) 2000: *Encyclopedia of Tourism*. Routledge, London. 683 p.
- Jandala Cs.** 1993: A turizmus integrált tervezésének általános elvei. – *Kereskedelmi Szemle*. 34. 6. pp. 19–25.
- Jandala Cs.** 1992: *A turizmus közgazdasági elemzésének módszerei*. KIT Képzőművészeti Kiadó kft., Budapest. 139 p.
- Jankó F.** 2002: A hely szelleme, a településimage és településmarketing. – *Tér és Társadalom*. 16. 4. pp. 39–62.

- Jordan**, Peter 2005: The Concept of the Cultural Region and the Importance of Coincidence between Administrative and Cultural Regions. *Romanian Review of Regional Studies. Journal of the Centre for Regional Geography*. Cluj-Napoca. 1. (1.) pp. 13–18.
- Kalocsai** Cs. 1998: Örökség, turizmus és világfalu. – Fejős Z. (szerk.) *A turizmus mint kulturális rendszer*. Tanulmányok. Néprajzi Múzeum, Budapest. pp. 197–202.
- Kántor** Z. 2007: Egy hamis dichotómia: politikai/kulturális nemzet. – Szarka L.–Vizi B. – Majtényi B.–Szarka L. (szerk.): *Nemzetfogalmak és etnopolitikai modellek Kelet-Közép-Európában*. Gondolat Kiadó, Budapest (MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet Évkönyve 6.). pp. 80–91.
- Kántor** Z. – **Majtényi** B. 2004: Autonómia-modellek Erdélyben. Jövőkép és stratégia. – *Magyar Kisebbség*. 9. (1-2.). pp. 3–29.
- Kánya** J. 2003a: Történeti áttekintés. – Horváth Gy. (szerk.): *Székelyföld*. MTA Regionális Kutatások Központja – Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. pp. 27–65.
- Kánya** J. 2003b: A székelyföldi kollektív és a „széki” identitás változása. – Horváth Gy. (szerk.): *Székelyföld*. MTA Regionális Kutatások Központja – Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. pp. 352–355.
- Kárpát-medencei Magyar Kutatási Adatbázis**: *Magyar nemzetiségű népesség a Kárpát-medencében*
http://gis.geox.hu/nkfp/dolgok/terkeptar/ENK_magyar.jpg (letöltve 2009. nov. 17.)
- Keményfi** R. 2002: Az „etnicitás” fogalma és helye az etnikai térszerkezeti kutatásokban. – *Kisebbségkutatás*. 11 (2.) pp. 376–384.
- Kiss** T.–**Csata** I. 2006: Népesedési perspektívák Erdélyben. – *Határon túli magyarság a 21. században: tények és perspektívák*. Válogatás a Köztársasági Elnöki Hivatal által szervezett konferencia előadásaiból, 2006 május 4. *Pro Minoritate* 2006/Nyár–Ősz. pp. 37–58.
- Kocsis** K. 2002a: Etnikai földrajz. – Tóth József (szerk.): *Általános társadalomföldrajz*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. pp. 313–335.
- Kocsis** K. 2002b: A Kárpát-medencei magyar kisebbségek jelenlegi települési és társadalmi szerkezete. – *Magyarország és a magyar kisebbségek*. Magyarország az ezredfordulón. Stratégiai kutatások a Magyar Tudományos Akadémián. Magyar Tudományos Akadémia, Budapest. pp. 31–46.
- Kocsis** K. – **Bottlik** Zs. – **Tátrai** P. (2006): *Etnikai térfolyamatok a Kárpát-medence határainkon túli régióiban*. (1989–2002). Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest. 197 p.

- Kolumbán G.** 2003: A Székelyföld esélyei a román területfejlesztési politika keretei közt. – *Magyar Kisebbség*. 2–3. pp. 5–35.
- Kolumbán G.** 2002: A hálózati paradigma a regionális tudományban. – *A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben*. Székelyföld 2000 Munkacsoport, Csíkszereda (Válogatás a II. Székelyföld Konferencián elhangzott előadásokból 2001. október 10-12). pp. 22–28.
- Kolumbán G.** 2001: Az értékelvű társadalomépítés regionalizációs hatásai. In: *A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben*. Székelyföld 2000 Munkacsoport, Csíkszereda (Válogatás a 2000. Április 13–15. Tusnádfürdői konferencián elhangzott előadásokból). pp. 7–14.
- Kotler, Ph.** 2004: *Marketing menedzsment. Elemzés, tervezés, végrehajtás és ellenőrzés*. KJK KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó kft, Budapest. 875 p.
- Kovács B.–Soproni Gy.** 2006: Formálódó fejlesztéspolitikai tervek – a turizmus helye a II. Nemzeti Fejlesztési Tervben. – *Turizmus Bulletin*. 10. 1. pp. 53–56.
- Kovács P.** 2004: *Turizmusmarketing elméletben és gyakorlatban*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár. 256 p.
- Kozma G.** 2003: *Terület- és településmarketing. Geográfus és földrajz tanár szakos hallgatók számára*. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen. 169 p.
- KPMG Tanácsadó Kft.** (2006): *România percepută de Ungaria, ca destinație turistică. Tendințele de călătorie ale turiștilor maghiari*. Raport final, 31 martie. (Studiu realizat pentru Biroul de promovare a turismului românesc din Budapesta). 56 p.
- Lengyel B.** 2004: A tudásteremtés lokalitása: hallgatólagos tudás és helyi tudástranszfer. – *Tér és Társadalom*. XVIII. 2. pp. 51–71.
- Lengyel M.** 2004: *A turizmus általános elmélete*. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest. 525 p.
- Lengyel M.** (szerk.) 2008: *TDM Működési kézikönyv*. Heller Farkas Főiskola, Budapest
- Lengyel I.–Rechnitzer J.** 2004: *Regionális gazdaságtan*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 391 p.
- Lew, A. A. – Hall, C. M. – Williams, A. M.** (eds.) 2004: *A Companion to Tourism*. Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton. 622 p.
- Machiavelli, A.** 2003: Idegenforgalmi célállomások mint integrált rendszerek. – *Szemelvények az idegenforgalmi szaksajtóból*. BGF Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskola, Budapest. 1. pp. 68–76. (a cikk eredetije: *Tourism Review*. 56. 3-4. 6-11)

- Majoros P.** 2004: *A kutatásmódszertan alapjai*. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Rt., Budapest. 250 p.
- Márton J.** 2004: Székelyföld területi autonómiája – Konceptiók és esélyek. – *Magyar Kisebbség*. 1–2. pp. 138–139.
- Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007–2026*. Ministerul Turismului, București. 490 p.
<http://www.turism.gov.ro/ro/proiecte-minister/2/master-plan/>
- Máté Zs.** 2001: A városszerkezet, mint műemlék. Az építészeti és települési örökség egysége és különbözősége. – *Falu Város Régió*. 6. pp. 6–9.
- Mathieson, A.–Wall, G.** 1982: *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, New York. 208. p.
- Michalkó G.** 2007a: *A turizmuselmélet alapjai*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár (Turizmus Akadémia 1., 2. javított kiadás). 224 p.
- Michalkó G.** 2007b: *Magyarország modern turizmusföldrajza*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 288 p.
- Michalkó G.** 2005a: A turisztikai miliő földrajzi értelmezése. – *Tér és Társadalom*. 19. 1. pp. 43–63.
- Michalkó G.** 2005b: *Turizmusföldrajz és humánökológia. Fejezetek a természet, a társadalom és az ember turizmushoz való viszonyáról*. Kodolányi János Főiskola–MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest–Székesfehérvár 215. p.
- Michalkó G.** 2004: *A turizmuselmélet alapjai*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár (Turizmus Akadémia 1.) 218 p.
- Michalkó G.** 2002: Turizmus: praxis vagy tudomány? (A turizmus tudománytani és felsőoktatási kérdései Magyarországon). – Aubert A. (szerk.) *Kutatás a turizmusban: a turizmus aktuális kérdései Magyarországon*. Országos Turisztikai Konferencia 2002. PTE TTK. Pécs, pp. 84–96.
- Michalkó G.–Rátz T.** 2003: A sátorverésen túl. A turizmustudomány magyarországi állapotairól. *Magyar Tudomány*. 48. 6. pp. 447–457.
- Minciu, R.** 2000: *Economia turismului*. Editura Uranus, București. 310 p.
- Molnár G.** 1997: Az erdélyi kérdés. – *Magyar Kisebbség* 3. pp. 3–4.
- Monfort, Ph.** 2009: Convergence of EU Regions – Measures and Evolution. – *Understanding and Shaping Regions: Spatial, Social and Economic Futures. Regional Studies Association Annual Conference, 6th – 8th April, Leuven, Belgium (Final Papers)*. 32 p.

- Nagy B.** (coord.) 2009: *Strategia de dezvoltare a turismului din județul Harghita*. Aquaprofit Consulting Srl. – Consiliul Județean Harghita, Miercurea-Ciuc
- Nagy B.** 2007: Székelyföld. Tények és számok. Turisztikai tevékenység. – Horváth Réka (szerk.): *A székelyföldi fejlesztés alapjai*. RMDSZ Önkormányzati Főosztály, Helyi Önkormányzati Kutatócsoport Egyesület, Kolozsvár. pp. 123–136.
- Nagy B.** 2006: Gondolatok a közvetlen tőkeberuházások (FDI), a területi marketing és a telephelyválasztás néhány lehetséges kapcsolatáról. – *Közgazdász Fórum*. IX. 3. (50.) pp.9–21.
- Nagy B.** 2005a: A várospromóció internetes eszközei a Székelyföldön. – *Erdélyi Társadalom*. 3. (2.) pp. 147 – 159.
- Nagy B.** 2005b: A városi imázs kialakítása mint a csíkszeredai településfejlesztés eszköze. – *Évkönyv 2004–2005*. (a Környezetvédelem, regionális versenyképesség, fenntartható fejlődés c. konferencia előadásai. 2005. május 19–21.) PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs. II. kötet. pp. 77–86.
- Nemes Nagy J.** 1998: *A tér a társadalomkutatásban. Bevezetés a regionális tudományba*. Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület, Budapest. 261 p.
- Nobis, G.** 2005: Cultural Factors in Tourism Development. – Ineson, E. M. (ed.) *Current Issues in International Tourism Development*. Business Education Publishers, Sunderland. pp. 171–185.
- NTS (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005–2013) 2005*. Magyar Turisztikai Hivatal.
- Pálné Kovács I.** 2001: Regionális politika és közigazgatás. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 303 p.
- Petrea, R. – Petrea, D.** 2000: *Turism rural*. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca. 172 p.
- Piskóti I.–Dankó L.–Schupler H.** 2002: *Régió- és településmarketing*. KJK–KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest 389 p.
- Pompl, W.** 2000: *Turisztikai menedzsment I–II*. Springer Tudományos Kiadó kft., Budapest. 322 p.
- Prentice, R.** 2006: Tourist Motivation, Values, and Practices. – Lew, A. A. – Hall, C. M. – Williams, A. M. (eds.) 2004: *A Companion to Tourism*. Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton. pp. 261–279.
- Pritchard, A.–Morgan, N.** 2003: Mythic Geographies of Representation and Identity: Contemporary Postcards of Wales. – *Journal of Tourism and Cultural Change*. 1. (2.) pp. 111–130.
- Probáld F.** 2007: Társadalomföldrajz és regionális tudomány. – *Tér és Társadalom*. 21. 1. 21–33.

- Puczkó L.–Rátz T.** 2000: *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei.* Geomédia Kiadói Rt. Budapest
- Puczkó L. – Rátz T.** 2001: *A turizmus hatásai.* Aula Kiadó – Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Budapest (2. átdolgozott kiadás)
- Pusztai B.** 2009: Tér tudat és tudatturizmus: a tájjal kapcsolatos értelmező folyamatok szerepe a turizmusban. – Michalkó G.–Rátz T. (szerk.): *A tér vonzásában: a turisztikai termékfejlesztés térspecifikus vonásai.* Kodolányi János Főiskola–MTA Földrajztudományi Kutatóintézet–Magyar Földrajzi Társaság, Székesfehérvár–Budapest. pp. 17-29.
- Pusztai B.** 1998: Vallás és turizmus. – Fejős Z. (szerk.): *A turizmus mint kulturális rendszer.* Tanulmányok. Néprajzi Múzeum, Budapest. pp. 13–23.
- Ráduly I.** 2006: *Turismul rural în Depresiunea Târgu Secuiesc.* Ed. Universităţii „Lucian Blaga”, Sibiu. 318 p.
- Rátz T.–Michalkó G.** 2007: A Balaton turisztikai miliője: a magyar tenger sajátos atmoszférájának turizmusorientált vizsgálata. – *Turizmus Bulletin.* 11. 4. pp. 13–19.
- Rechnitzer J.** 2001: A halogatott regionalizáció mint a területi politika sajátossága az átmenetben. – *Tér és Társadalom.* 15. 2. pp. 3–24.
- Rechnitzer J.** 2000: A regionális tudomány és intézményrendszere. – *Tér és Társadalom.* 14. 2-3. 3-8.
- Rechnitzer J.** 1998: *Területi stratégiák.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 348 p.
- Rechnitzer J. – Lados M.** 2004: *A területi stratégiáktól a monitoringig. (Módszertan, gyakorlati praktikumok).* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 364 p.
- Ritchie, J. R. B. – Crouch, G. I.** 2003: *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective.* CABI Publishing, Oxon, UK – Cambridge, MA, USA. 272 p.
- Sándor I.** 1998: Új zárandoklatok. Adalékok a búcsújárás turizmus-jellegű vonatkozásaihoz. – Fejős Z. (szerk.) *A turizmus mint kulturális rendszer.* Tanulmányok. Néprajzi Múzeum, Budapest. pp. 24–28.
- Sebők L.–Kiss T.:** *Erdély nemzetiségi térképe 2002.*
<http://sebok1.adatbank.transindex.ro/terkep1.php> (letöltve 2009. nov. 17.)
- Schleicher V.** 1998: Turizmus és regionalizmus. – Fejős Z. (szerk.) *A turizmus mint kulturális rendszer.* Tanulmányok. Néprajzi Múzeum, Budapest. pp. 203–213.
- Sebestyén A.** 2005: „Erdélybe utazni más”. A magyar turisztikai irodalom Erdély-képe. – Feischmidt M. (szerk.) *Erdély- (de)konstrukciók. Tanulmányok.* Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, Budapest – Pécs. pp. 51–67.
- Smith, M.** 2002: *Issues in Cultural Tourism Studies.* Routledge, London – New York. 195. p.

- Snak, O.–Baron, P.–Neacșu, N.** 2001: *Economia turismului*. Editura Economică, București. 621 p.
- Sonkoly G.** 2001: A kulturális örökség fogalmának érintkezési és alkalmazási szintjei. – *Regio*. 12. 4. pp. 45–66.
- Soproni Gy.** 2004: Turizmuspolitika és turizmusmenedzsment. – *Turizmus Bulletin*. 8. 4. pp. 20–29.
- Sós J. –Farkas Z.** 2002: *Erdély. Útikönyv*. Jel-Kép Bt. Budapest. 338 p.
- Sulyok J.** 2004: Desztinációs marketing szervezetek tevékenységének hatékonyságmérése. – *Turizmus Bulletin*. 8. 4. pp. 30–32.
- Sulyok J.–Kiss K.** 2005: A desztinációs menedzsment szervezetek működése és a desztinációs menedzsment trendjei. – *Turizmus Bulletin*. 9. 2. pp. 36–42.
- Szabó G.** 2003: A kulturális örökség védelme és hasznosításának tapasztalatai interregionális együttműködésben: az AVEC-program értékelése. – *Turizmus Bulletin*. 7. 4. 22–31.
- Szabó P.** 2005: A NUTS rendszer ki- és átalakulása. *Comitatus*. 15. 8–9. pp. 7–14.
- Szabó Z.** 1998: „Indulj el egy úton ...”Adatok a táncházas turizmus kérdéséhez. – Fejős Z. (szerk.): *A turizmus mint kulturális rendszer*. Tanulmányok. Néprajzi Múzeum, Budapest. pp. 169–182.
- Szarka L.** 2007: A kisebbségek helye a magyar nemzetfogalomban a 21. század elején. – Szarka L. – Vizi B. – Majtényi B. – Kántor Z. (szerk.): *Nemzetfogalmak és etnopolitikai modellek Kelet-Közép-Európában*. Gondolat Kiadó, Budapest. pp. 130–152.
- Szarka L.** 2005a: Identitás és lojalitás nemzetállami konfliktushelyzetei. – Kovács N.–Osváth A.–Szarka L. (szerk.): *Etnikai identitás, politikai lojalitás. Nemzeti és állampolgári kötődések*. Az MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet Évkönyve 4., Budapest. pp. 93–119.
- Szarka L.** 2005b: Alternatívák és irányzatok a magyar kisebbségpolitikában; Közösségépítés, konszociáció, nemzeti integráció. – *Magyar Tudomány*. 2. pp. 188–199.
- Szarka L.** 1999: A közép-európai kisebbségek tipológiai besorolhatósága. – *Kisebbségkutatás*. 8. 2. pp. 168–175.
- Tasnádi J.** 2002: *A turizmus rendszere*. Aula Kiadó, Budapest (2. bővített kiadás). 263 p.
- Varga A.** 2004: Autonómia – mint politikai beszédtema, mint társadalmi igény, mint közjogi állapot. – *Magyar Kisebbség*. 1–2. pp. 211–225.
- Varró K.** 2004: A régió, mint diszkurzív termék. – *Tér és Társadalom*, 18. 1. pp. 73–91.

- Veres L.** 2007: A térségi tervezés és turizmustervezés elméleti és módszertani alapjai. – Aubert A. (szerk.): *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei*. PTE TTK Földrajzi Intézet, Pécs. pp. 157–177.
- Veres V.** 2005: *Nemzeti identitás Erdélyben – szociológiai olvasatban. Az erdélyi magyarok és románok nemzeti identitásának sajátosságai, társadalmi rétegződési perspektívában*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 191 p.
- Vincze M.** 2005: *Románia vidékpolitikája felül- és alulnézetből*. PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs (Habilitációs előadások 6.) 62 p.
- Vincze M.** 2000: *Régió- és vidékfejlesztés. Elmélet és gyakorlat*. Presa Universitară Clujeană, Kolozsvár. 188 p.
- Vofkori L.** 2007: *Utazások Székelyföldön*. Pro-Print Könyvkiadó, Csíkszereda. 494 p.
- Vofkori L.** 2004: *Falusi turizmus Erdélyben*. MTA Társadalomkutató Központ, Budapest. 139 p.
- Vofkori L.** 1998: *Székelyföld útikönyve I–II*. Cartographia kft., Budapest. 640 p., 608 p.
- Vofkori L.** 1994: *Erdély társadalom- és gazdaságföldrajza*. Bessenyei György Tanárképző Főiskola Földrajz Tanszéke– Stúdium Kiadó, Nyíregyháza. 279 p.
- Vörös G.** 2005: A szakrális, a nemzeti közösség és az egzotikum élménye. A magyarországiak részvételének motivációiról a csíksomlyói pünkösdi búcsúban. – Feischmidt M. (szerk.): *Erdély- (de)konstrukciók. Tanulmányok*. Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, Budapest – Pécs. pp. 69–84.
- WTO** 2000: *A fenntartható turizmus fejlesztése*. Geomédia Kiadói Rt., Budapest. (összeállította Edward Inskeep). 185 p.

Jogszabályok

- Ordonanța de Guvern 58/1998** privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 309/26. aug. 1998 [kormányrendelet a turisztikai tevékenységek megszervezéséről és lebonyolításáról Romániában]
- Legea 215/2001** – Legea administrației publice locale. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 204/23 apr. 2001; republicat *Monitorul Oficial al României*. Nr. 123/20. feb. 2007 [törvény a helyi közigazgatásról]
- Legea 350/2001** privind amenajarea teritoriului și urbanismul. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 373/10 iul. 2001. [törvény a területrendezésről és urbanisztikáról]
- Legea 315/2004** privind dezvoltarea regională în România. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 577/29. iun. 2004; rectificare în *Monitorul Oficial al României*. Nr. 615/7 iul. 2004. [törvény a regionális fejlesztésről Romániában]

- Legea 363/2006** pentru aprobarea PATN - secțiunea I – Rețele de transport . *Monitorul Oficial al României*. Nr. Nr. 806/26.09.2006.) [törvény az Országos Területrendezési Terv, a közlekedési hálózatokról szóló I. szekciója elfogadásáról]
- Legea 171/1997** pentru aprobarea PATN - secțiunea II – Apa (cu modif. prevăzute în L 20/11.01.2006. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 62/24.01.2006. [törvény az Országos Területrendezési Terv, a vizekről szóló II. szekciója elfogadásáról]
- Legea 5/2000** pentru aprobarea PATN - secțiunea III – Zone protejate. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 152/12.04.2000 .[törvény az Országos Területrendezési Terv, a védett területekről szóló I. szekciója elfogadásáról]
- Legea 351/2001** pentru aprobarea PATN - secțiunea IV – Rețeaua de localități. – *Monitorul Oficial al României*. Nr. 408/24.06.2001 (cu modificările ulterioare: L 308/2006, *Monitorul Oficial al României*. Nr. din 634/24.06.2006 și L 100/2007. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 284/27.04.2007.) [törvény az Országos Területrendezési Terv, a településhálózatról szóló IV. szekciója elfogadásáról]
- Legea 575/2001** pentru aprobarea PATN - secțiunea V – Zone de risc natural. – *Monitorul Oficial al României*. Nr. 726/14.11.2001. [törvény az Országos Területrendezési Terv, a természeti kockázati övezetekről szóló V. szekciója elfogadásáról]
- Lege 190/2009** pentru aprobarea Ordonantei de urgenta a Guvernului 142/2008 privind aprobarea Planului de amenajare a teritoriului național Secțiunea a VIII-a – Zone cu resurse turistice. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 387/ 09.06.2009. [törvény az Országos Területrendezési Terv, a turisztikai erőforrásokkal rendelkező övezetekről szóló VIII. szekciója elfogadásáról]

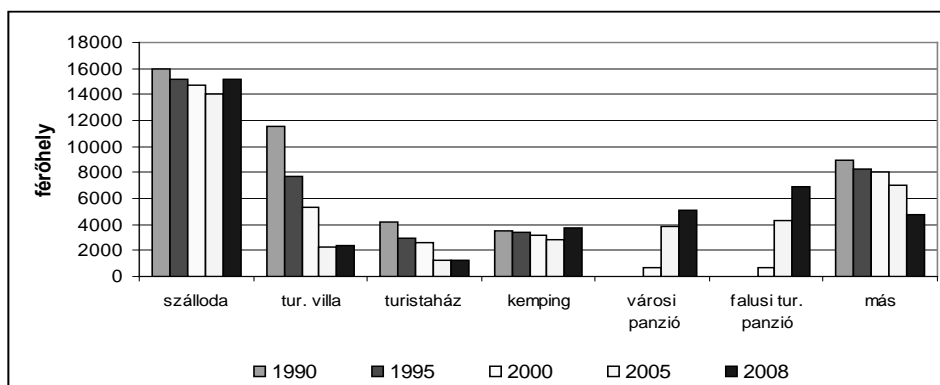
MELLÉKLETEK

M9. táblázat. Románia megyéinek létező szálláskapacitás szerinti rangsora 2008-ban

(összes férőhelyek és szállodai férőhelyek szerint)

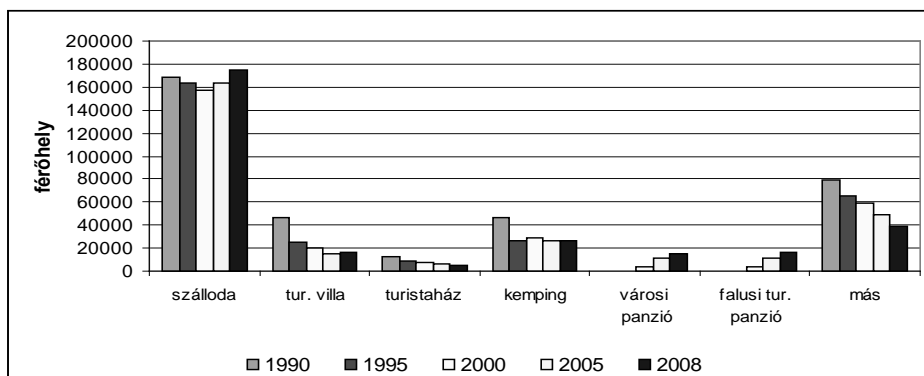
Ssz.	Megyék	hely	%	Ssz.	Megyék	hely	%
	Románia	294210	100.0		Románia	175416	100.0
1	Constanța	120944	41.1	1	Constanța	78479	44.7
2	București	16882	5.7	2	București	16469	9.4
3	Brassó	15729	5.3	3	Vâlcea	7219	4.1
4	Vâlcea	10596	3.6	4	Bihar	6922	3.9
5	Bihar	9984	3.4	5	Brassó	5740	3.3
6	Prahova	9818	3.3	6	Prahova	5440	3.1
7	Hargita	7263	2.5	7	Krassó-Szörény	4488	2.6
8	Krassó-Szörény	7214	2.5	8	Temes	4237	2.4
9	Suceava	7029	2.4	9	Kolozs	3768	2.1
10	Kolozs	6598	2.2	10	Suceava	2783	1.6
11	Maros	6385	2.2	11	Maros	2643	1.5
12	Temes	6335	2.2	12	Kovászna	2350	1.3
13	Szeben	5265	1.8	13	Beszterce-Naszód	2176	1.2
14	Argeș	4899	1.7	14	Szeben	2161	1.2
15	Neamț	4371	1.5	15	Arad	2157	1.2
16	Arad	4343	1.5	16	Ialomița	2100	1.2
17	Máramaros	3995	1.4	17	Bacău	1874	1.1
18	Tulcea	3786	1.3	18	Hunyad	1853	1.1
19	Hunyad	3504	1.2	19	Iași	1853	1.1
20	Iași	3460	1.2	20	Argeș	1837	1.0
21	Kovászna	2832	1.0	21	Neamț	1684	1.0
22	Bacău	2783	0.9	22	Máramaros	1670	1.0
23	Beszterce-Naszód	2728	0.9	23	Hargita	1509	0.9
24	Ialomița	2528	0.9	24	Tulcea	1485	0.8
25	Szatmár	2425	0.8	25	Brăila	1399	0.8
26	Buzău	2360	0.8	26	Buzău	1257	0.7
27	Dâmbovița	2191	0.7	27	Ilfov	1205	0.7
28	Brăila	2101	0.7	28	Dâmbovița	1090	0.6
29	Ilfov	2055	0.7	29	Gorj	845	0.5
30	Vrancea	2025	0.7	30	Galați	821	0.5
31	Fehér	1828	0.6	31	Vrancea	792	0.5
32	Galați	1452	0.5	32	Fehér	735	0.4
33	Gorj	1357	0.5	33	Dolj	695	0.4
34	Dolj	1290	0.4	34	Mehedinți	678	0.4
35	Mehedinți	1223	0.4	35	Szatmár	586	0.3
36	Giurgiu	809	0.3	36	Teleorman	529	0.3
37	Szilágy	754	0.3	37	Olt	469	0.3
38	Teleorman	692	0.2	38	Vaslui	419	0.2
39	Vaslui	689	0.2	39	Botoșani	351	0.2
40	Botoșani	654	0.2	40	Călărași	283	0.2
41	Călărași	527	0.2	41	Giurgiu	203	0.1
42	Olt	507	0.2	42	Szilágy	162	0.1

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján



M41. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása a Közép régióban (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján



M42. ábra. A létező szálláskapacitás struktúrájának változása Romániában (1990–2008)

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

M10. táblázat. A létező szálláskapacitás (férőhelyszám) dinamikája a kelet-erdélyi megyék településein (2005–

2008)

Település, körzet, megye	LK 2005	LK 2006	06/05 %	LK 2007	07/06 %	LK 2008	08/07 %	08/05 %
Szováta	3124	3003	-3.9	3019	0.5	3045	0.9	-2.5
Nyárádmagyarós	6	16	166.7	6	-62.5	6	0.0	0.0
Nyárádremete	55	73	32.7	73	0.0	18	-75.3	-67.3
Erdőszentgyörgy	24	24	0.0	20	-16.7	20	0.0	-16.7
Szováta vidéke	3209	3116	-2.9	3118	0.1	3089	-0.9	-3.7
Marosvásárhely	1322	1376	4.1	1289	-6.3	1345	4.3	1.7
Nyárádtő	32	32	0.0	92	187.5	92	0.0	187.5
Maroszsztgyörgy	80	88	10.0	76	-13.6	142	86.8	77.5
Nagyernye	:	:		:		20		
Koronka	12	10	-16.7	32	220.0	24	-25.0	100.0
Maroskeresztúr	29	28	-3.4	25	-10.7	25	0.0	-13.8
Marosvásárhely vidéke	1475	1534	4.0	1514	-1.3	1648	8.9	11.7
Szászrégen	84	98	16.7	108	10.2	114	5.6	35.7
Alsóidecs	12	12	0.0	12	0.0	18	50.0	50.0
Görgényszentimre	10	10	0.0	10	0.0	10	0.0	0.0
Gernyeszeg	32	42	31.3	40	-4.8	49	22.5	53.1
Szászrégen vidéke	138	162	17.4	170	4.9	191	12.4	38.4
Segesvár	660	765	15.9	872	14.0	949	8.8	43.8
Fehéregyháza	83	90	8.4	85	-5.6	95	11.8	14.5

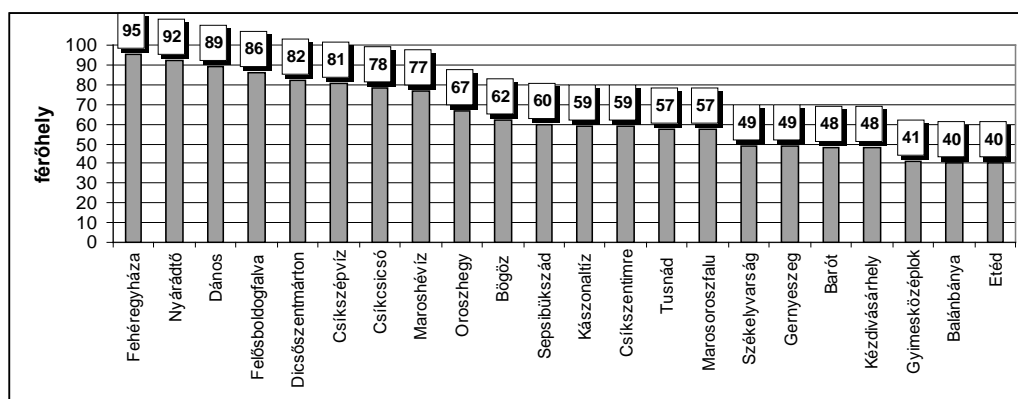
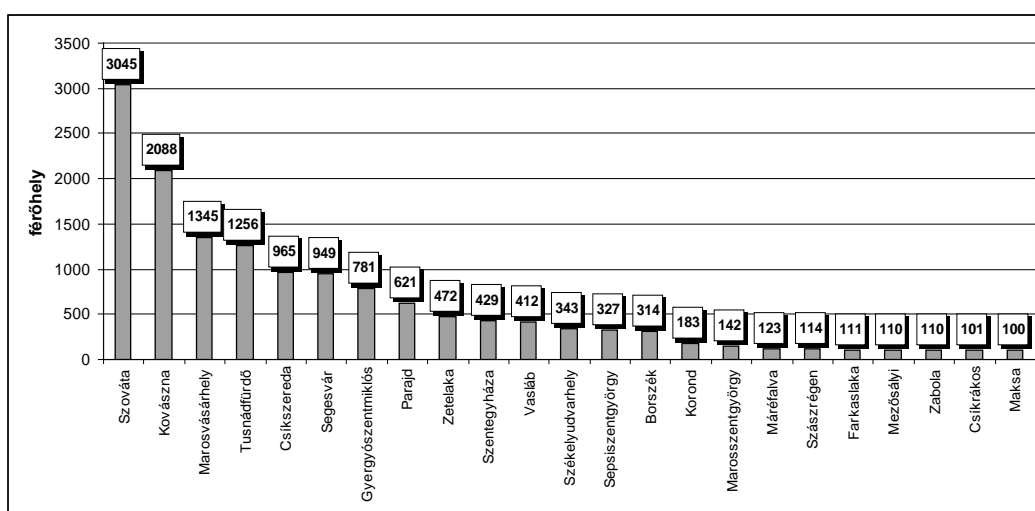
Dános	55	71	29.1	89	25.4	89	0.0	61.8
Segesvár vidéke	798	926	16.0	1046	13.0	1133	8.3	42.0
Dicsőszentmárton	82	89	8.5	80	-10.1	82	2.5	0.0
Szászbogács	29	29	0.0	29	0.0	29	0.0	0.0
Dicsőszentmárton vidéke	111	118	6.3	109	-7.6	111	1.8	0.0
Maros megye	6201	6044	-2.5	6138	1.6	6385	4.0	3.0

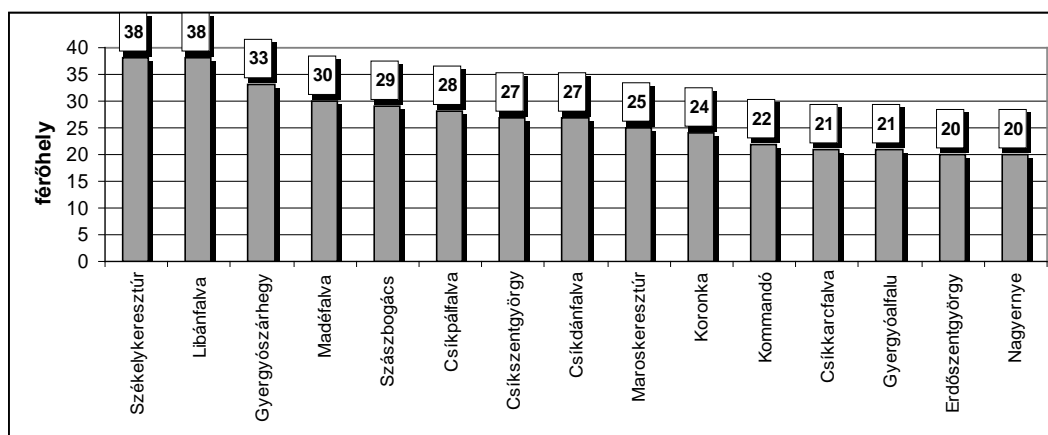
Település, körzet, megye	LK 2005	LK 2006	06/05 %	LK 2007	07/06 %	LK 2008	08/07 %	08/05 %
Borszék	163	218	33.7	280	28.4	314	12.1	92.6
Maroshévíz	89	94	5.6	57	-39.4	77	35.1	-13.5
Gyergyóújfalu	42	42	0.0	42	0.0	:		
Gyergyószentmiklós	671	723	7.7	647	-10.5	781	20.7	16.4
Vasláb	353	436	23.5	380	-12.8	412	8.4	16.7
Gyergyó vidéke	1318	1513	14.8	1406	-7.1	1584	12.7	20.2
Balánbánya	70	70	0.0	80	14.3	40	-50.0	-42.9
Csikdánfalva	27	27	0.0	27	0.0	27	0.0	0.0
Csikrákos	79	85	7.6	85	0.0	101	18.8	27.8
Madéfalva	20	22	10.0	30	36.4	30	0.0	50.0
Csikcsicsó	85	74	-12.9	69	-6.8	78	13.0	-8.2
Csikszépvíz	81	81	0.0	81	0.0	81	0.0	0.0
Gyimesközéplak	26	26	0.0	26	0.0	41	57.7	57.7
Csikszereda	1053	1167	10.8	923	-20.9	965	4.6	-8.4
Csikszentkirály	8	16	100.0	16	0.0	16	0.0	100.0
Tusnád	48	50	4.2	53	6.0	57	7.5	18.8
Tusnádfürdő	1422	1528	7.5	1506	-1.4	1256	-16.6	-11.7
Csik vidéke	2919	3146	7.8	2896	-7.9	2692	-7.0	-7.8
Parajd	345	559	62.0	585	4.7	621	6.2	80.0
Korond	164	164	0.0	173	5.5	183	5.8	11.6
Farkaslaka	67	103	53.7	109	5.8	111	1.8	65.7
Székelyudvarhely	337	340	0.9	346	1.8	343	-0.9	1.8
Oroszhegy	55	67	21.8	67	0.0	67	0.0	21.8
Zetelaka	202	429	112.4	416	-3.0	472	13.5	133.7
Máréfalva	106	111	4.7	105	-5.4	123	17.1	16.0
Kápolnásfalva	9	9	0.0	9	0.0	9	0.0	0.0
Szentegyháza	1109	484	-56.4	374	-22.7	429	14.7	-61.3
Felsőboldogfalva	59	67	13.6	67	0.0	86	28.4	45.8
Székelykeresztúr	56	56	0.0	56	0.0	38	-32.1	-32.1
Udvarhely vidéke	2509	2389	-4.8	2307	-3.4	2482	7.6	-1.1
Hargita megye	7644	7486	-2.1	7063	-5.7	7263	2.8	-5.0

Település, körzet, megye	LK 2005	LK 2006	06/05 %	LK 2007	07/06 %	LK 2008	08/07 %	08/05 %
Sepsiszentgyörgy	482	467	-3.1	344	-26.3	327	-4.9	-32.2
Árkos	:	6		:		:		
Sepsibüksád	60	60	0.0	60	0.0	60	0.0	0.0
Illyefalva	:	:		:		:		
Uzon	44	60	36.4	16	-73.3	16	0.0	-63.6
Réty	100	100	0.0	:		:		
Maksa	100	100	0.0	100	0.0	100	0.0	0.0
Sepsiszentgyörgy vidéke	786	793	0.9	520	-34.4	503	-3.3	-36.0
Kézdivásárhely	40	50	25.0	50	0.0	48	-4.0	20.0
Torja	:	:		:		:		

Bereck	100	100	0.0	:	:	:	:	:
Gelence	13	13	0.0	13	0.0	13	0.0	0.0
Kézdivásárhely vidéke	153	163	6.5	63	-61.3	61	-3.2	-60.1
Kovászna	2269	2259	-0.4	1808	-20.0	2088	15.5	-8.0
Kommandó	11	51	363.6	36	-29.4	22	-38.9	100.0
Zabola	120	120	0.0	120	0.0	110	-8.3	-8.3
Kovászna vidéke	2400	2430	1.3	1964	-19.2	2220	13.0	-7.5
Bodzaforduló	:	:	:	:	:	:	:	:
Szitabodza	190	190	0.0	:	:	:	:	:
Bodza vidék	190	190	0.0		100.0			100.0
Barót	45	45	0.0	45	0.0	48	6.7	6.7
Vargyas
Erdővidék	45	45	0.0	45	0.0	48	6.7	6.7
Kovászna megye	3664	3735	1.9	2592	-30.6	2832	9.3	-22.7
Összesen MS-HR-KV	17509	17265	-1.4	15793	-8.5	16480	4.4	-5.9

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján





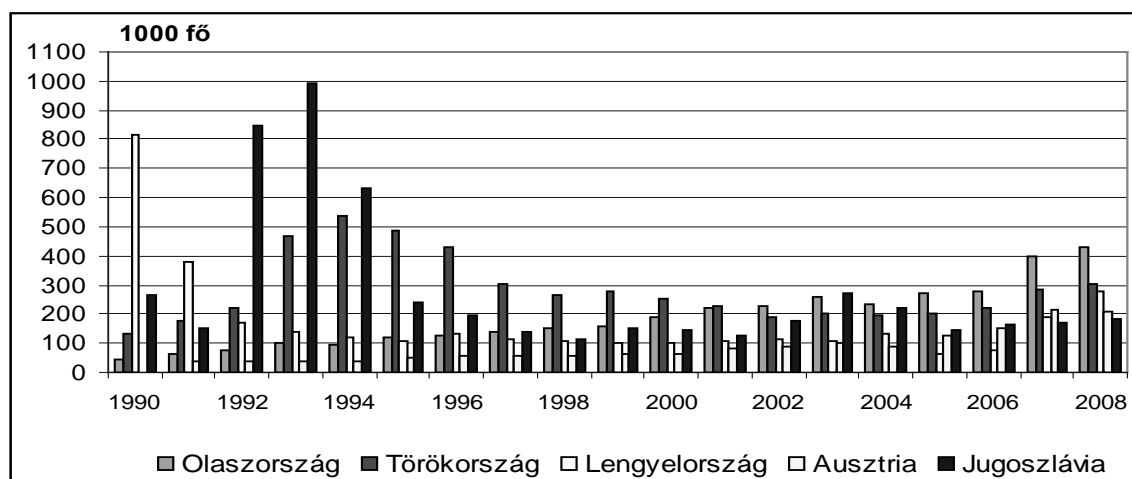
M43. ábra. A kelet-erdélyi megyék településeinek rangsora a turisztikai férőhelyek (létező szálláskapacitás) alapján, 2008-ban

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázisa alapján

M11. táblázat. Kiutazás és beutazás Románia határforgalmában, 1990–2008 között

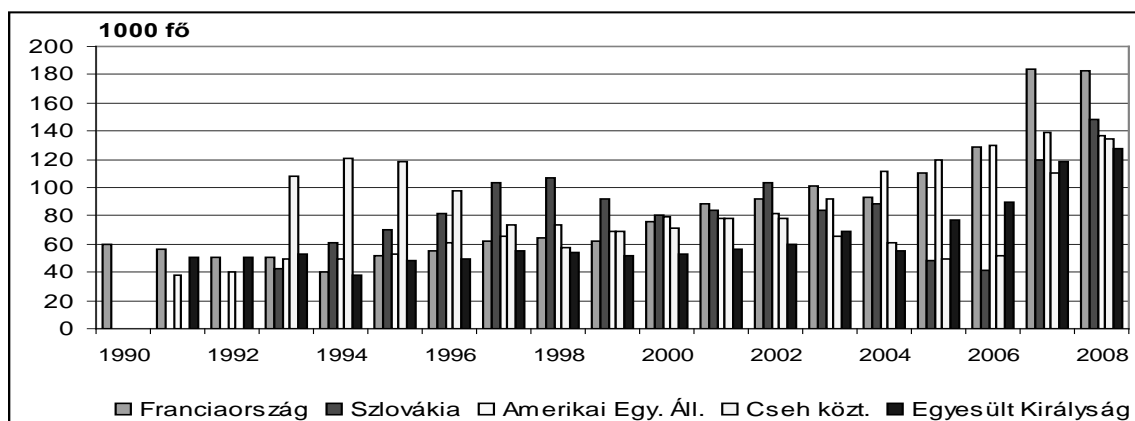
évek	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
kiutazók	11275	9078	10905	10757	10105	5737	5748	6243	6893	6274
beutazók	6532	5359	6401	5876	5898	5445	5205	5149	4831	5224
évek	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
kiutazók	6388	6408	5757	6497	6972	7140	8906	10980	13072	
beutazók	5264	4938	4794	5595	6600	5839	6037	7722	8862	

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázis alapján



M44. ábra. A Romániába érkező látogatók számának alakulása a második 5 küldőországból

Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázis alapján



M45. ábra. A Romániába érkező látogatók számának alakulása a harmadik 5 küldőországból
Forrás: saját szerkesztés az OSI Tempo-Online adatbázis alapján

M12. táblázat. Románia megyéinek turistaérkezések szerinti sorrendje (2008)

Belföldi turisták			Külföldi turisták		
Megyék	tur. érk.	%	Megyék	tur. érk.	%
Románia	5659416	100.0	Románia	1465891	100.0
1 Constanța	912923	16.1	1 București	546272	37.3
2 Brassó	480422	8.5	2 Brassó	101561	6.9
3 București	406064	7.2	3 Temes	94770	6.5
4 Prahova	357620	6.3	4 Szeben	72177	4.9
5 Kolozs	324000	5.7	5 Kolozs	67914	4.6
6 Vâlcea	230555	4.1	6 Constanța	65052	4.4
7 Szeben	214926	3.8	7 Prahova	59499	4.1
8 Bihar	199614	3.5	8 Maros	58848	4.0
9 Suceava	195803	3.5	9 Arad	34778	2.4
10 Temes	187031	3.3	10 Ilfov	34350	2.3
11 Maros	172690	3.1	11 Suceava	33265	2.3
12 Arad	149083	2.6	12 Bihar	28621	2.0
13 Iași	147121	2.6	13 Neamț	23034	1.6
14 Neamț	137015	2.4	14 Hargita	22365	1.5
15 Argeș	123034	2.2	15 Maramaros	21123	1.4
16 Krassó-Szörény	99307	1.8	16 Argeș	21070	1.4
17 Bacău	93539	1.7	17 Iași	19537	1.3
18 Hunyad	91919	1.6	18 Tulcea	17440	1.2
19 Szatmár	85241	1.5	19 Beszterce-Naszód	12788	0.9
20 Maramaros	84966	1.5	20 Hunyad	11941	0.8
21 Tulcea	78894	1.4	21 Galați	11685	0.8
22 Dâmbovița	66564	1.2	22 Szatmár	11671	0.8
23 Buzău	66476	1.2	23 Bacău	11185	0.8
24 Gorj	59564	1.1	24 Giurgiu	10008	0.7
25 Brăila	57427	1.0	25 Dolj	8326	0.6
26 Kovászna	55108	1.0	26 Mehedinți	7624	0.5
27 Beszterce-Naszód	54788	1.0	Kovászna	7534	0.5
28 Hargita	54619	1.0	28 Brăila	6173	0.4
29 Ilfov	51475	0.9	29 Fehér	5997	0.4
30 Mehedinți	49927	0.9	30 Dâmbovița	5712	0.4
31 Dolj	48953	0.9	31 Krassó-Szörény	4985	0.3
32 Ialomița	48177	0.9	32 Buzău	4857	0.3
33 Galați	45557	0.8	33 Ialomița	4304	0.3

34	Fehér	45267	0.8	34	Gorj	3626	0.2
35	Vrancea	40157	0.7	35	Vâlcea	3257	0.2
36	Vaslui	31153	0.6	36	Vaslui	2673	0.2
37	Botoşani	29043	0.5	37	Botoşani	2278	0.2
38	Teleorman	19274	0.3	38	Călăraşi	2151	0.1
39	Giurgiu	18306	0.3	39	Vrancea	1928	0.1
40	Szilágy	16133	0.3	40	Olt	1652	0.1
41	Olt	15886	0.3	41	Szilágy	1217	0.1
42	Călăraşi	13795	0.2	42	Teleorman	643	0.0

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

M13. táblázat. Románia megyéinek vendégéjszakák szerinti sorrendje (2008)

Belföldi turisták			Külföldi turisták		
Megyék	vendégéjsz.	%	Megyék	vendégéjsz.	%
Románia	17366737	100.0	Románia	3359244	100.0
1 Constanţa	4145724	23.9	1 Bucureşti	1116572	33.2
2 Vâlcea	1272367	7.3	2 Constanţa	289978	8.6
3 Bihar	1049791	6.0	3 Brassó	241687	7.2
4 Brassó	1037907	6.0	4 Temes	195423	5.8
5 Bucureşti	895601	5.2	5 Prahova	171113	5.1
6 Prahova	846074	4.9	6 Kolozs	129301	3.8
7 Krassó-Szörény	691910	4.0	7 Maros	112876	3.4
8 Kolozs	601731	3.5	8 Szeben	109996	3.3
9 Suceava	472044	2.7	9 Ilfov	85020	2.5
10 Kovászna	461489	2.7	10 Bihar	78368	2.3
11 Temes	460181	2.6	11 Arad	65092	1.9
12 Maros	460139	2.6	12 Giurgiu	63373	1.9
13 Szeben	349346	2.0	13 Argeş	61823	1.8
14 Iaşi	330370	1.9	14 Suceava	58066	1.7
15 Neamţ	304353	1.8	15 Hargita	56353	1.7
16 Ialomiţa	296193	1.7	16 Iaşi	45848	1.4
17 Bacău	284376	1.6	17 Galaţi	44358	1.3
18 Dâmboviţa	274039	1.6	18 Neamţ	41683	1.2
19 Arad	272024	1.6	19 Maramaros	37834	1.1
20 Brăila	264250	1.5	20 Tulcea	31906	0.9
21 Hunyad	261854	1.5	21 Brăila	28385	0.8
22 Argeş	253991	1.5	22 Dâmboviţa	28191	0.8
23 Beszterce-Naszód	217932	1.3	23 Bacău	25688	0.8
24 Hargita	185920	1.1	24 Kovászna	25280	0.8
25 Buzău	184857	1.1	25 Szatmár	23922	0.7
26 Maramaros	178075	1.0	26 Hunyad	21593	0.6
27 Tulcea	143094	0.8	27 Beszterce-Naszód	21211	0.6
28 Mehedinţi	135280	0.8	28 Dolj	21048	0.6
29 Szatmár	134567	0.8	29 Krassó-Szörény	15573	0.5
30 Dolj	116826	0.7	30 Fehér	15132	0.5
31 Ilfov	115699	0.7	31 Buzău	14571	0.4
32 Gorj	110152	0.6	32 Mehedinţi	13113	0.4
33 Galaţi	97033	0.6	33 Olt	12608	0.4
34 Fehér	95955	0.6	34 Călăraşi	11444	0.3
35 Vrancea	69406	0.4	35 Gorj	9579	0.3
36 Szilágy	60257	0.3	36 Vâlcea	7896	0.2
37 Vaslui	53934	0.3	37 Ialomiţa	7875	0.2
38 Botoşani	50015	0.3	38 Botosani	5448	0.2
39 Călăraşi	41747	0.2	39 Vaslui	4936	0.1

40	Teleorman	32266	0.2	40	Vrancea	4085	0.1
41	Olt	31299	0.2	41	Szilágy	3901	0.1
42	Giurgiu	26669	0.2	42	Teleorman	1095	0.0

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

M14. táblázat. A kelet-erdélyi települések 2008. évi rangsora a turistaérkezések és a vendégéjszakák alapján

Települések			TUR	%	Települések			VÉ	%
1	Szováta	76273	20.55	1	Kovászna	432378	33.21		
2	Marosvásárhely	67906	18.30	2	Szováta	309508	23.77		
3	Segesvár	41225	11.11	3	Marosvásárhely	139501	10.71		
4	Csíkszereda	38825	10.46	4	Tusnádfürdő	80690	6.20		
5	Kovászna	35901	9.67	5	Csíkszereda	78467	6.03		
6	Sepsiszentgyörgy	19561	5.27	6	Segesvár	53093	4.08		
7	Nyárádtő	12097	3.26	7	Sepsiszentgyörgy	36523	2.81		
8	Marosszentgyörgy	11121	3.00	8	Marosszentgyörgy	19460	1.49		
9	Tusnádfürdő	9650	2.60	9	Nyárádtő	15609	1.20		
10	Gyergyószentmiklós	6835	1.84	10	Gyergyószentmiklós	15168	1.16		
11	Vasláb	4314	1.16	11	Vasláb	13432	1.03		
12	Szentegyháza	3958	1.07	12	Szentegyháza	12759	0.98		
13	Fehéregyháza	3625	0.98	13	Parajd	8867	0.68		
14	Dános	3513	0.95	14	Dicsőszentmárton	7757	0.60		
15	Dicsőszentmárton	3510	0.95	15	Gyergyóújfalu	6247	0.48		
16	Szászrégen	3013	0.81	16	Barót	5301	0.41		
17	Parajd	2815	0.76	17	Székelyudvarhely	5059	0.39		
18	Kézdivásárhely	2548	0.69	18	Szászrégen	4910	0.38		
19	Gernyeszeg	2419	0.65	19	Csíkszépvíz	4890	0.38		
20	Székelyudvarhely	2235	0.60	20	Kézdivásárhely	4199	0.32		
21	Nagyernye	1912	0.52	21	Fehéregyháza	4085	0.31		
22	Barót	1544	0.42	22	Szászbogács	3644	0.28		
23	Koronka	1440	0.39	23	Dános	3513	0.27		
24	Csíkszépvíz	1288	0.35	24	Maroshévíz	3303	0.25		
25	Borszék	1286	0.35	25	Gernyeszeg	3140	0.24		
26	Maroshévíz	1224	0.33	26	Borszék	3070	0.24		
27	Maroskeresztúr	1200	0.32	27	Zabola	2750	0.21		
28	Felsőboldogfalva	1107	0.30	28	Koronka	2648	0.20		
29	Réty	887	0.24	29	Felsőboldogfalva	2644	0.20		
30	Nyárádmagyarós	819	0.22	30	Nagyernye	2073	0.16		
31	Gyergyóújfalu	803	0.22	31	Zetelaka	1996	0.15		
32	Zabola	718	0.19	32	Korond	1667	0.13		
33	Szászbogács	587	0.16	33	Maksa	1404	0.11		
34	Zetelaka	560	0.15	34	Maroskeresztúr	1283	0.10		
35	Korond	550	0.15	35	Réty	1234	0.09		
36	Erdőszentgyörgy	455	0.12	36	Gyimesközéplek	1206	0.09		
37	Bereck	403	0.11	37	Erdőszentgyörgy	1124	0.09		
38	Gyimesközéplek	322	0.09	38	Bereck	993	0.08		
39	Gelence	301	0.08	39	Nyárádmagyarós	819	0.06		
40	Alsóidecs	271	0.07	40	Tusnád	719	0.06		
41	Maksa	269	0.07	41	Illyefalva	627	0.05		
42	Tusnád	246	0.07	42	Gelence	619	0.05		
43	Oroszhegy	221	0.06	43	Oroszhegy	517	0.04		

44	Árkos	148	0.04	44	Alsóidecs	447	0.03
45	Csíkszentkirály	144	0.04	45	Nyárádremete	369	0.03
46	Illyefalva	134	0.04	46	Árkos	349	0.03
47	Nyárádremete	132	0.04	47	Csíkszentkirály	330	0.03
48	Csíkrákos	103	0.03	48	Székelykeresztúr	285	0.02
49	Székelykeresztúr	102	0.03	49	Csíkdánfalva	253	0.02
50	Csíkdánfalva	101	0.03	50	Csíkrákos	170	0.01
51	Farkaslaka	99	0.03	51	Kápolnásfalva	163	0.01
52	Balánbánya	75	0.02	52	Farkaslaka	136	0.01
53	Vargyas	61	0.02	53	Máréfalva	118	0.01
54	Bodzaforduló	60	0.02	54	Bodzaforduló	106	0.01
55	Kápolnásfalva	55	0.01	55	Balánbánya	75	0.01
56	Máréfalva	46	0.01	56	Vargyas	75	0.01
57	Uzon	43	0.01	57	Uzon	67	0.01
58	Sepsibükszád	26	0.01	58	Szítabodza	60	0.00
59	Torja	23	0.01	59	Torja	48	0.00
60	Görgényszentimre	20	0.01	60	Görgényszentimre	32	0.00
61	Csíkcsicsó	15	0.00	61	Csíkcsicsó	27	0.00
62	Szítabodza	10	0.00	62	Sepsibükszád	26	0.00
63	Madéfalva	5	0.00	63	Madéfalva	15	0.00
64	Kommandó	5	0.00	64	Kommandó	10	0.00

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

M15. táblázat. A turistaérkezések dinamikája a kelet-erdélyi megyék településein és térségeiben (2005–2008)

Település, körzet, megye	TUR 2005	TUR 2006	06/05 %	TUR 2007	07/06 %	TUR 2008	08/07 %	08/05 %
Szováta	61801	71258	13.3	82755	16.1	76273	-7.8	23.4
Nyárádmagyarós	574	702	22.3	761	8.4	819	7.6	42.7
Nyárádremete	17	207	1117.6	406	96.1	132	-67.5	676.5
Erdőszentgyörgy	257	196	-23.7	492	151.0	455	-7.5	77.0
Szováta vidéke	62649	72363	15.5	84414	16.7	77679	-8.0	24.0
Marosvásárhely	70439	83358	18.3	83208	-0.2	67906	-18.4	-3.6
Nyárádtő	6286	7296	16.1	11035	51.2	12097	9.6	92.4
Maroszentgyörgy	5494	7949	44.7	10393	30.7	11121	7.0	102.4
Nagyernye	:	:		324		1912	490.1	
Koronka	521	718	37.8	1438	100.3	1440	0.1	176.4
Maroskeresztúr	3913	2706	-30.8	2370	-12.4	1200	-49.4	-69.3
Marosvásárhely vidéke	86653	102027	17.7	108768	6.6	95676	-12.0	10.4
Szászrégen	2787	4235	52.0	3301	-22.1	3013	-8.7	8.1
Alsóidecs	153	98	-35.9	134	36.7	271	102.2	77.1
Görgényszentimre	62	127	104.8	78	-38.6	20	-74.4	-67.7
Gernyeszeg	1983	1726	-13.0	1780	3.1	2419	35.9	22.0
Szászrégen vidéke	4985	6186	24.1	5293	-14.4	5723	8.1	14.8
Segesvár	34493	44260	28.3	39964	-9.7	41225	3.2	19.5
Fehéregyháza	7548	6732	-10.8	8095	20.2	3625	-55.2	-52.0
Dános	2091	2042	-2.3	2312	13.2	3513	51.9	68.0
Segesvár vidéke	44132	53034	20.2	50371	-5.0	48363	-4.0	9.6

Dicsőszentmárton	2984	2901	-2.8	3499	20.6	3510	0.3	17.6
Szászbogács	474	804	69.6	708	-11.9	587	-17.1	23.8
Dicsőszentmárton vidéke	3458	3705	7.1	4207	13.5	4097	-2.6	18.5
Maros megye	202994	238147	17.3	253454	6.4	231538	-8.6	14.1
Település, körzet, megye	TUR 2005	TUR 2006	06/05 %	TUR 2007	07/06 %	TUR 2008	08/07 %	08/05 %
Borszék	459	250	-45.5	395	58.0	1286	225.6	180.2
Maroshévíz	608	522	-14.1	517	-1.0	1224	136.8	101.3
Gyergyóújfalu	548	465	-15.1	579	24.5	803	38.7	46.5
Gyergyószentmiklós	11536	12069	4.6	7940	-34.2	6835	-13.9	-40.8
Vasláb	5930	3773	-36.4	5386	42.8	4314	-19.9	-27.3
Gyergyó vidéke	19081	17079	-10.5	14817	-13.2	14462	-2.4	-24.2
Balánbánya	315	394	25.1	319	-19.0	75	-76.5	-76.2
Csíkdánfalva	120	78	-35.0	38	-51.3	101	165.8	-15.8
Csíkrákos	347	78	-77.5	172	120.5	103	-40.1	-70.3
Madéfalu	:	23		49	113.0	5	-89.8	
Csikcsicsó	66	70	6.1	15	-78.6	15	0.0	-77.3
Csikszépvíz	817	117	-85.7	502	329.1	1288	156.6	57.6
Gyimesközélpok	355	282	-20.6	338	19.9	322	-4.7	-9.3
Csikszereda	26102	28309	8.5	30835	8.9	38825	25.9	48.7
Csikszentkirály	5	16	220.0	28	75.0	144	414.3	2780.0
Tusnád	478	179	-62.6	99	-44.7	246	148.5	-48.5
Tusnádfürdő	16752	19923	18.9	19036	-4.5	9650	-49.3	-42.4
Csik vidéke	45357	49469	9.1	51431	4.0	50774	-1.3	11.9
Parajd	2281	2622	14.9	2727	4.0	2815	3.2	23.4
Korond	296	650	119.6	299	-54.0	550	83.9	85.8
Farkaslaka	303	314	3.6	484	54.1	99	-79.5	-67.3
Székelyudvarhely	11982	10056	-16.1	11416	13.5	2235	-80.4	-81.3
Oroszhegy	484	175	-63.8	153	-12.6	221	44.4	-54.3
Zetelaka	540	390	-27.8	350	-10.3	560	60.0	3.7
Máréfalva	317	186	-41.3	95	-48.9	46	-51.6	-85.5
Kápolnásfalva	28	30	7.1	31	3.3	55	77.4	96.4
Szentegyháza	3396	4945	45.6	2490	-49.6	3958	59.0	16.5
Felsőboldogfalva	907	1079	19.0	682	-36.8	1107	62.3	22.1
Székelykeresztúr	121	:		46		102	121.7	-15.7
Udvarhely vidéke	20655	20447	-1.0	18773	-8.2	11748	-37.4	-43.1
Hargita megye	85207	87206	2.3	85285	-2.2	76984	-9.7	-9.7
Település, körzet, megye	TUR 2005	TUR 2006	06/05 %	TUR 2007	07/06 %	TUR 2008	08/07 %	08/05 %
Sepsiszentgyörgy	16765	14183	-15.4	16621	17.2	19561	17.7	16.7
Árkos	:	:		32		148	362.5	
Sepsibükszád	:	:		31		26	-16.1	
Illyefalva	153	93	-39.2	169	81.7	134	-20.7	-12.4
Uzon	:	34		:		43		
Réty	576	1785	209.9	956	-46.4	887	-7.2	54.0
Maksa	202	395	95.5	465	17.7	269	-42.2	33.2

Sepsiszentgyörgy vidéke	17696	16490	-6.8	18274	10.8	21068	15.3	19.1
Kézdivásárhely	1571	2427	54.5	3039	25.2	2548	-16.2	62.2
Torja	591	984	66.5	:		23		-96.1
Bereck	741	487	-34.3	687	41.1	403	-41.3	-45.6
Gelence	115	353	207.0	242	-31.4	301	24.4	161.7
Kézdivásárhely vidéke	3018	4251	40.9	3968	-6.7	3275	-17.5	8.5
Kovászna	31738	27976	-11.9	28758	2.8	35901	24.8	13.1
Kommandó	115	300	160.9	:		5		-95.7
Zabola	170	487	186.5	216	-55.6	718	232.4	322.4
Kovászna vidéke	32023	28763	-10.2	28974	0.7	36624	26.4	14.4
Bodzaforuló	:	:		:		60		
Szítabodza	:	:		:		10		
Bodza vidék						70		
Barót	1020	1276	25.1	1242	-2.7	1544	24.3	51.4
Vargyas	9	:		:		61		577.8
Erdővidék	1029	1276	24.0	1242	-2.7	1605	29.2	56.0
Kovászna megye	53986	51350	-4.9	52458	2.2	62642	19.4	16.0
Összesen MS-HR-KV	3412187	376703	-89.0	391197	3.8	371164	-5.1	-89.1

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

M16. táblázat. A vendégéjszakák dinamikája a kelet-erdélyi megyék településein és térségeiben (2005–2008)

Település, körzet, megye	VÉ 2005	VÉ 2006	06/05 %	VÉ 2007	07/06 %	VÉ 2008	08/07 %	08/05 %
Szováta	268882	293608	9.2	323717	10.3	309508	-4.4	15.1
Nyárádmagyarós	920	970	5.4	1146	18.1	819	-28.5	-11.0
Nyárádremete	34	600	1664.7	978	63.0	369	-62.3	985.3
Erdőszentgyörgy	644	467	-27.5	1120	139.8	1124	0.4	74.5
Szováta vidéke	270480	295645	9.3	326961	10.6	311820	-4.6	15.3
Marosvásárhely	144398	173164	19.9	178558	3.1	139501	-21.9	-3.4
Nyárádtő	7571	9331	23.2	15480	65.9	15609	0.8	106.2
Maroszentgyörgy	8057	11017	36.7	16334	48.3	19460	19.1	141.5
Nagyernye	:	:		485		2073	327.4	
Koronka	1117	1286	15.1	2668	107.5	2648	-0.7	137.1
Maroskeresztúr	4798	3402	-29.1	2684	-21.1	1283	-52.2	-73.3
Marosvásárhely vidéke	165941	198200	19.4	216209	9.1	180574	-16.5	8.8
Szászrégen	4049	7806	92.8	6485	-16.9	4910	-24.3	21.3
Alsóidecs	498	98	-80.3	134	36.7	447	233.6	-10.2
Görgényszentimre	218	441	102.3	155	-64.9	32	-79.4	-85.3
Gernyeszeg	2817	2117	-24.8	2248	6.2	3140	39.7	11.5
Szászrégen vidéke	7582	10462	38.0	9022	-13.8	8529	-5.5	12.5
Segesvár	46779	57347	22.6	55283	-3.6	53093	-4.0	13.5
Fehéregyháza	10862	10958	0.9	12086	10.3	4085	-66.2	-62.4
Dános	2584	2382	-7.8	2317	-2.7	3513	51.6	36.0
Segesvár vidéke	60225	70687	17.4	69686	-1.4	60691	-12.9	0.8
Dicsőszentmárton	7005	6776	-3.3	8261	21.9	7757	-6.1	10.7
Szászbogács	3455	5103	47.7	4619	-9.5	3644	-21.1	5.5

Dicsőszentmárton vidéke	10460	11879	13.6	12880	8.4	11401	-11.5	9.0
Maros megye	516081	589817	14.3	635304	7.7	573015	-9.8	11.0
Település, körzet, megye	VÉ 2005	VÉ 2006	06/05 %	VÉ 2007	07/06 %	VÉ 2008	08/07 %	08/05 %
Borszék	887	381	-57.0	693	81.9	3070	343.0	246.1
Maroshévíz	993	1781	79.4	1728	-3.0	3303	91.1	232.6
Gyergyóújfalu	4746	5063	6.7	3152	-37.7	6247	98.2	31.6
Gyergyószentmiklós	20687	22852	10.5	15895	-30.4	15168	-4.6	-26.7
Vasláb	20168	15768	-21.8	14866	-5.7	13432	-9.6	-33.4
Gyergyó vidéke	47481	45845	-3.4	36334	-20.7	41220	13.4	-13.2
Balánbánya	380	407	7.1	415	2.0	75	-81.9	-80.3
Csikdánfalva	296	170	-42.6	80	-52.9	253	216.3	-14.5
Csikrákos	1233	312	-74.7	425	36.2	170	-60.0	-86.2
Madéfalva	:	57		140	145.6	15	-89.3	
Csikcsicsó	158	157	-0.6	36	-77.1	27	-25.0	-82.9
Csikszépvíz	1703	352	-79.3	1843	423.6	4890	165.3	187.1
Gyimesközéplak	777	749	-3.6	797	6.4	1206	51.3	55.2
Csikszereda	56001	58363	4.2	68904	18.1	78467	13.9	40.1
Csikszentkirály	5	27	440.0	96	255.6	330	243.8	6500.0
Tusnád	743	261	-64.9	99	-62.1	719	626.3	-3.2
Tusnádfürdő	146232	136199	-6.9	122454	-10.1	80690	-34.1	-44.8
Csik vidéke	207528	197054	-5.0	195289	-0.9	166842	-14.6	-19.6
Parajd	8625	9205	6.7	9061	-1.6	8867	-2.1	2.8
Korond	476	1773	272.5	874	-50.7	1667	90.7	250.2
Farkaslaka	524	707	34.9	1010	42.9	136	-86.5	-74.0
Székelyudvarhely	31909	20290	-36.4	22111	9.0	5059	-77.1	-84.1
Oroszhegy	1989	586	-70.5	275	-53.1	517	88.0	-74.0
Zetelaka	1952	1065	-45.4	1039	-2.4	1996	92.1	2.3
Máréfalva	889	518	-41.7	288	-44.4	118	-59.0	-86.7
Kápolnásfalva	74	80	8.1	67	-16.3	163	143.3	120.3
Szentegyháza	7686	10922	42.1	5568	-49.0	12759	129.1	66.0
Felsőboldogfalva	1296	1627	25.5	1118	-31.3	2644	136.5	104.0
Székelykeresztúr	292	:		128		285	122.7	-2.4
Udvarhely vidéke	55712	46773	-16.0	41539	-11.2	34211	-17.6	-38.6
Hargita megye	311165	290319	-6.7	273868	-5.7	242273	-11.5	-22.1
Település, körzet, megye	VÉ 2005	VÉ 2006	06/05 %	VÉ 2007	07/06 %	VÉ 2008	08/07 %	08/05 %
Sepsiszentgyörgy	37030	35060	-5.3	31503	-10.1	36523	15.9	-1.4
Árkos	:	:		601		349	-41.9	
Sepsibüksád	:	:		41		26	-36.6	
Illyefalva	457	351	-23.2	1012	188.3	627	-38.0	37.2
Uzon	:	142		:		67		
Réty	1635	1923	17.6	1060	-44.9	1234	16.4	-24.5
Maksa	1154	1805	56.4	2058	14.0	1404	-31.8	21.7
Sepsiszentgyörgy vidéke	40276	39281	-2.5	36275	-7.7	40230	10.9	-0.1
Kézdivásárhely	2428	3772	55.4	4925	30.6	4199	-14.7	72.9

Torja	1124	3004	167.3	:		48		-95.7
Bereck	2056	1017	-50.5	1004	-1.3	993	-1.1	-51.7
Gelence	230	926	302.6	754	-18.6	619	-17.9	169.1
Kézdivásárhely vidéke	5838	8719	49.3	6683	-23.4	5859	-12.3	0.4
Kovászna	439021	396455	-9.7	380569	-4.0	432378	13.6	-1.5
Kommandó	775	1500	93.5	:		10		-98.7
Zabola	1400	2468	76.3	1281	-48.1	2750	114.7	96.4
Kovászna vidéke	441196	400423	-9.2	381850	-4.6	435138	14.0	-1.4
Bodzaforduló	:	:		:		106		
Szítabodza	:	:		:		60		
Bodza vidék						166		
Barót	2912	5944	104.1	4220	-29.0	5301	25.6	82.0
Vargyas	9	:		:		75		733.3
Erdővidék	2921	5944	103.5	4220	-29.0	5376	27.4	84.0
Kovászna megye	490890	457709	-6.8	429028	-6.3	486769	13.5	-0.8
Összesen MS-HR-KV	1318136	1337845	1.5	1338200	0.0	1302057	-2.7	-1.2

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

M17. táblázat. Az átlagos tartózkodási idő és a kapacitás-kihasználtság alakulása a kelet-erdélyi megyék településein és térségeiben 2005 és 2008 között

Település, körzet, megye	ÁTI (nap)				KKh (%)			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Szováta	4.4	4.1	3.9	4.1	37.5	40.0	41.8	38.2
Nyárádmagyarós	1.6	1.4	1.5	1.0	494.6			
Nyárádremete	2.0	2.9	2.4	2.8	2.4	11.7	18.6	9.5
Erdőszentgyörgy	2.5	2.4	2.3	2.5	15.9	6.1	16.7	16.7
Szováta vidéke	4.3	4.1	3.9	4.0	37.4	39.6	41.6	38.0
Marosvásárhely	2.0	2.1	2.1	2.1	31.9	37.2	40.5	36.4
Nyárádtő	1.2	1.3	1.4	1.3	66.9	79.9	58.7	46.4
Marossszentgyörgy	1.5	1.4	1.6	1.7	47.2	36.8	44.9	37.1
Nagyernye			1.5	1.1			26.4	28.3
Koronka	2.1	1.8	1.9	1.8	25.5	31.6	26.7	30.6
Maroskeresztúr	1.2	1.3	1.1	1.1	45.3	33.9	28.6	14.0
Marosvásárhely vidéke	1.9	1.9	2.0	1.9	33.5	38.0	41.2	36.5
Szászrégen	1.5	1.8	2.0	1.6	22.1	22.1	18.5	13.6
Alsóidecs	3.3	1.0	1.0	1.6	11.4	2.2	2.4	6.8
Görgényszentimre	3.5	3.5	2.0	1.6	11.8	12.1	4.2	1.5
Gernyeszeg	1.4	1.2	1.3	1.3	24.1	18.1	18.0	20.9
Szászrégen vidéke	1.5	1.7	1.7	1.5	20.9	19.0	15.9	14.3
Segesvár	1.4	1.3	1.4	1.3	23.7	23.6	25.2	25.9
Fehéregyháza	1.4	1.6	1.5	1.1	35.5	33.4	36.8	18.7
Dános	1.2	1.2	1.0	1.0	13.8	8.6	7.3	10.8
Segesvár vidéke	1.4	1.3	1.4	1.3	24.4	23.3	24.5	23.4
Dicsőszentmárton	2.3	2.3	2.4	2.2	23.4	22.6	28.1	26.5
Szászbogács	7.3	6.3	6.5	6.2	48.8	64.5	65.0	82.1
Dicsőszentmárton vidéke	3.0	3.2	3.1	2.8	28.3	31.4	35.3	33.8
Maros megye	2.5	2.5	2.5	2.5	32.9	34.8	37.0	34.1

Település, körzet, megye	ÁTI (nap)				KKh (%)			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Borszék	1.9	1.5	1.8	2.4	16.0	6.4	6.4	12.5
Maroshévíz	1.6	3.4	3.3	2.7	4.3	8.3	8.6	16.8
Gyergyóújfalu	8.7	10.9	5.4	7.8	31.0	44.2	27.5	40.6
Gyergyószentmiklós	1.8	1.9	2.0	2.2	18.9	18.0	14.9	17.2
Vasláb	3.4	4.2	2.8	3.1	23.9	18.5	17.2	14.6
Gyergyó vidéke	2.5	2.7	2.5	2.9	20.0	18.3	15.4	17.2
Balánbánya	1.2	1.0	1.3	1.0	1.6	1.8	2.2	5.5
Csíkdánfalva	2.5	2.2	2.1	2.5	8.1	7.9	5.4	7.9
Csíkrákos	3.6	4.0	2.5	1.7	9.3	7.1	10.4	5.0
Madéfalva		2.5	2.9	3.0		8.1	15.7	6.0
Csíkcsicsó	2.4	2.2	2.4	1.8	9.2	11.7	7.4	8.7
Csíkszépvíz	2.1	3.0	3.7	3.8	5.8	14.5	10.7	18.0
Gyimesközéplak	2.2	2.7	2.4	3.7	15.2	14.7	15.6	23.5
Csíkszereda	2.1	2.1	2.2	2.0	21.6	22.9	26.2	26.0
Csíkszentkirály	1.0	1.7	3.4	2.3	1.0	5.5	7.9	5.9
Tusnád	1.6	1.5	1.0	2.9	10.7	9.6	10.8	7.0
Tusnádfürdő	8.7	6.8	6.4	8.4	48.5	52.8	55.4	63.0
Csík vidéke	4.6	4.0	3.8	3.3	32.1	35.5	36.6	34.3
Parajd	3.8	3.5	3.3	3.1	23.7	23.5	22.1	21.7
Korond	1.6	2.7	2.9	3.0	6.5	15.8	15.5	15.4
Farkaslaka	1.7	2.3	2.1	1.4	7.7	4.7	8.4	4.1
Székelyudvarhely	2.7	2.0	1.9	2.3	31.2	23.5	24.4	10.8
Oroszhegy	4.1	3.3	1.8	2.3	20.5	15.8	15.0	9.4
Zetelaka	3.6	2.7	3.0	3.6	20.1	11.3	16.7	12.9
Máréfalva	2.8	2.8	3.0	2.6		31.8	26.1	12.3
Kápolnásfalva	2.6	2.7	2.2	3.0	5.3	7.2	6.1	9.8
Szentegyháza	2.3	2.2	2.2	3.2	12.9	16.6	15.1	23.4
Felsőboldogfalva	1.4	1.5	1.6	2.4	35.5	48.7	28.5	25.7
Székelykeresztúr	2.4		2.8	2.8	8.2		17.2	10.6
Udvarhely vidéke	2.7	2.3	2.2	2.9	23.2	19.8	20.7	17.7
Hargita megye	3.7	3.3	3.2	3.1	27.5	27.7	28.0	26.4

Település, körzet, megye	ÁTI (nap)				KKh (%)			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Sepsiszentgyörgy	2.2	2.5	1.9	1.9	22.4	23.2	25.9	26.1
Árkos			18.8	2.4			98.5	5.6
Sepsibükszád			1.3	1.0			6.7	2.3
Illyefalva	3.0	3.8	6.0	4.7	9.6	7.4	21.3	13.2
Uzon		4.2		1.6		12.7		6.8
Réty	2.8	1.1	1.1	1.4	10.6	9.1	19.8	16.0
Maksa	5.7	4.6	4.4	5.2	57.7	39.2	31.2	22.6
Sepsiszentgyörgy vidéke	2.3	2.4	2.0	1.9	21.4	21.5	26.0	24.1
Kézdivásárhely	1.5	1.6	1.6	1.6	19.7	22.9	30.8	28.9
Torja	1.9	3.1		2.1	9.1	30.6		3.3
Bereck	2.8	2.1	1.5	2.5	9.2	4.5	4.6	5.0
Gelence	2.0	2.6	3.1	2.1	43.6	13.6	23.2	11.1
Kézdivásárhely vidéke	1.9	2.1	1.7	1.8	12.3	15.7	16.2	14.2

Kovászna	13.8	14.2	13.2	12.0	61.3	74.3	67.2	68.0
Kommandó	6.7	5.0		2.0	64.6	40.3		1.4
Zabola	8.2	5.1	5.9	3.8	41.7	46.7	27.6	32.9
Kovászna vidéke	13.8	13.9	13.2	11.9	61.2	73.8	66.9	67.5
Bodza forduló				1.8				17.1
Szita bodza				6.0				13.8
Bodza vidék				2.4				15.7
Barót	2.9	4.7	3.4	3.4	20.6	39.9	28.1	37.4
Vargyas	1.0			1.2	1.6			13.4
Erdő vidék	2.8	4.7	3.4	3.3	19.9	39.9	28.1	36.5
Kovászna megye	9.1	8.9	8.2	7.8	50.3	57.0	56.0	56.0
Összesen MS-HR-KV	0.4	3.6	3.4	3.5	35.8	37.7	38.7	37.5

Forrás: saját szerkesztés, az OSI Tempo Online adatbázisa alapján

M18. táblázat. A kelet-erdélyi települések és térségek részesedése a megyék és a régió turistaérkezéseiből

Település, körzet, megye	2005		2006		2007		2008	
	m	r	m	r	m	r	m	r
	%	%	%	%	%	%	%	%
Szováta	30.4	18.1	29.9	18.9	32.7	21.2	32.9	20.5
Nyárádmagyarós	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	0.2	0.4	0.2
Nyárádremete	0.0	0.0	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0
Erdőszentgyörgy	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1
Szováta vidéke	30.9	18.3	30.4	19.2	33.3	21.6	33.5	20.9
Marosvásárhely	34.7	20.6	35.0	22.1	32.8	21.3	29.3	18.3
Nyárádtő	3.1	1.8	3.1	1.9	4.4	2.8	5.2	3.3
Maros-szentgyörgy	2.7	1.6	3.3	2.1	4.1	2.7	4.8	3.0
Nagyernye					0.1	0.1	0.8	0.5
Koronka	0.3	0.2	0.3	0.2	0.6	0.4	0.6	0.4
Maroskeresztúr	1.9	1.1	1.1	0.7	0.9	0.6	0.5	0.3
Marosvásárhely vidéke	42.7	25.3	42.8	27.1	42.9	27.8	41.3	25.8
Szászrégen	1.4	0.8	1.8	1.1	1.3	0.8	1.3	0.8
Alsóidecs	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1
Görgényszentimre	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Gernyeszeg	1.0	0.6	0.7	0.5	0.7	0.5	1.0	0.7
Szászrégen vidéke	2.5	1.5	2.6	1.6	2.1	1.4	2.5	1.5
Segesvár	17.0	10.1	18.6	11.7	15.8	10.2	17.8	11.1
Fehéregyháza	3.7	2.2	2.8	1.8	3.2	2.1	1.6	1.0
Dános	1.0	0.6	0.9	0.5	0.9	0.6	1.5	0.9
Segesvár vidéke	21.7	12.9	22.3	14.1	19.9	12.9	20.9	13.0
Dicsőszentmárton	1.5	0.9	1.2	0.8	1.4	0.9	1.5	0.9
Szászbogács	0.2	0.1	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	0.2
Dicsőszentmárton vidéke	1.7	1.0	1.6	1.0	1.7	1.1	1.8	1.1
Maros megye	100.0	59.3	100.0	63.2	100.0	64.8	100.0	62.4
Település, körzet, megye	2005		2006		2007		2008	
	m	r	m	r	m	r	m	r
	%	%	%	%	%	%	%	%
Borszék	0.5	0.1	0.3	0.1	0.5	0.1	1.7	0.3

Maroshévíz	0.7	0.2	0.6	0.1	0.6	0.1	1.6	0.3
Gyergyóújfalu	0.6	0.2	0.5	0.1	0.7	0.1	1.0	0.2
Gyergyószentmiklós	13.5	3.4	13.8	3.2	9.3	2.0	8.9	1.8
Vasláb	7.0	1.7	4.3	1.0	6.3	1.4	5.6	1.2
Gyergyó vidéke	22.4	5.6	19.6	4.5	17.4	3.8	18.8	3.9
Balánbánya	0.4	0.1	0.5	0.1	0.4	0.1	0.1	0.0
Csíkdánfalva	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
Csíkrákos	0.4	0.1	0.1	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0
Madéfalva			0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
Csíksicsó	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Csíkszépvíz	1.0	0.2	0.1	0.0	0.6	0.1	1.7	0.3
Gyimesközéplek	0.4	0.1	0.3	0.1	0.4	0.1	0.4	0.1
Csíkszereda	30.6	7.6	32.5	7.5	36.2	7.9	50.4	10.5
Csíkszentkirály	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0
Tusnád	0.6	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.3	0.1
Tusnádfürdő	19.7	4.9	22.8	5.3	22.3	4.9	12.5	2.6
Csík vidéke	53.2	13.3	56.7	13.1	60.3	13.1	66.0	13.7
Parajd	2.7	0.7	3.0	0.7	3.2	0.7	3.7	0.8
Korond	0.3	0.1	0.7	0.2	0.4	0.1	0.7	0.1
Farkaslaka	0.4	0.1	0.4	0.1	0.6	0.1	0.1	0.0
Székelyudvarhely	14.1	3.5	11.5	2.7	13.4	2.9	2.9	0.6
Oroszhegy	0.6	0.1	0.2	0.0	0.2	0.0	0.3	0.1
Zetelaka	0.6	0.2	0.4	0.1	0.4	0.1	0.7	0.2
Máréfalva	0.4	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0
Kápolnásfalva	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
Szentegyháza	4.0	1.0	5.7	1.3	2.9	0.6	5.1	1.1
Felsőboldogfalva	1.1	0.3	1.2	0.3	0.8	0.2	1.4	0.3
Székelykeresztúr	0.1	0.0			0.1	0.0	0.1	0.0
Udvarhely vidéke	24.2	6.0	23.4	5.4	22.0	4.8	15.3	3.2
Hargita megye	100.0	24.9	100.0	23.1	100.0	21.8	100.0	20.7
	2005		2006		2007		2008	
Település, körzet, megye	m	r	m	r	m	r	m	r
	%	%	%	%	%	%	%	%
Sepsiszentgyörgy	31.1	4.9	27.6	3.8	31.7	4.2	31.2	5.3
Árkos					0.1	0.0	0.2	0.0
Sepsibüksád					0.1	0.0	0.0	0.0
Illyefalva	0.3	0.0	0.2	0.0	0.3	0.0	0.2	0.0
Uzon			0.1	0.0			0.1	0.0
Réty	1.1	0.2	3.5	0.5	1.8	0.2	1.4	0.2
Maksa	0.4	0.1	0.8	0.1	0.9	0.1	0.4	0.1
Sepsiszentgyörgy vidéke	32.8	5.2	32.1	4.4	34.8	4.7	33.6	5.7
Kézdivásárhely	2.9	0.5	4.7	0.6	5.8	0.8	4.1	0.7
Torja	1.1	0.2	1.9	0.3			0.0	0.0
Bereck	1.4	0.2	0.9	0.1	1.3	0.2	0.6	0.1
Gelence	0.2	0.0	0.7	0.1	0.5	0.1	0.5	0.1
Kézdivásárhely vidéke	5.6	0.9	8.3	1.1	7.6	1.0	5.2	0.9
Kovászna	58.8	9.3	54.5	7.4	54.8	7.4	57.3	9.7
Kommandó	0.2	0.0	0.6	0.1			0.0	0.0
Zabola	0.3	0.0	0.9	0.1	0.4	0.1	1.1	0.2

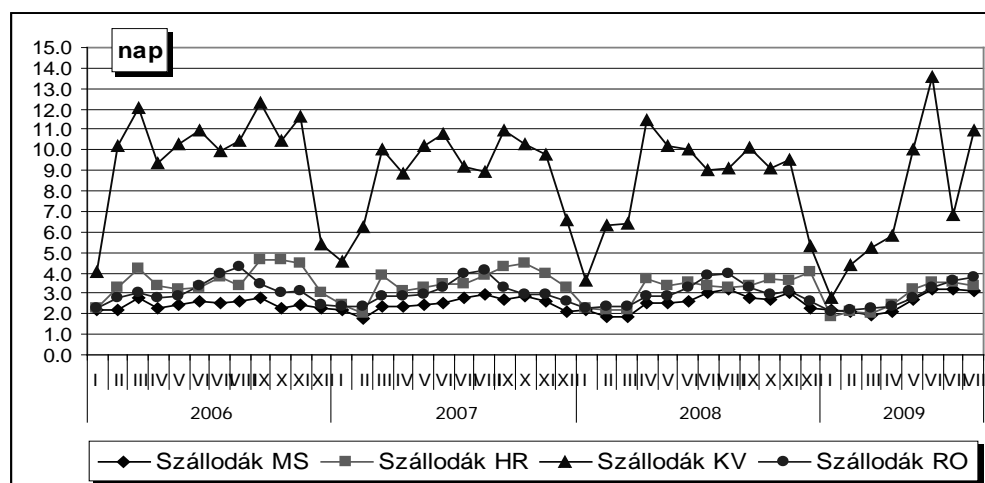
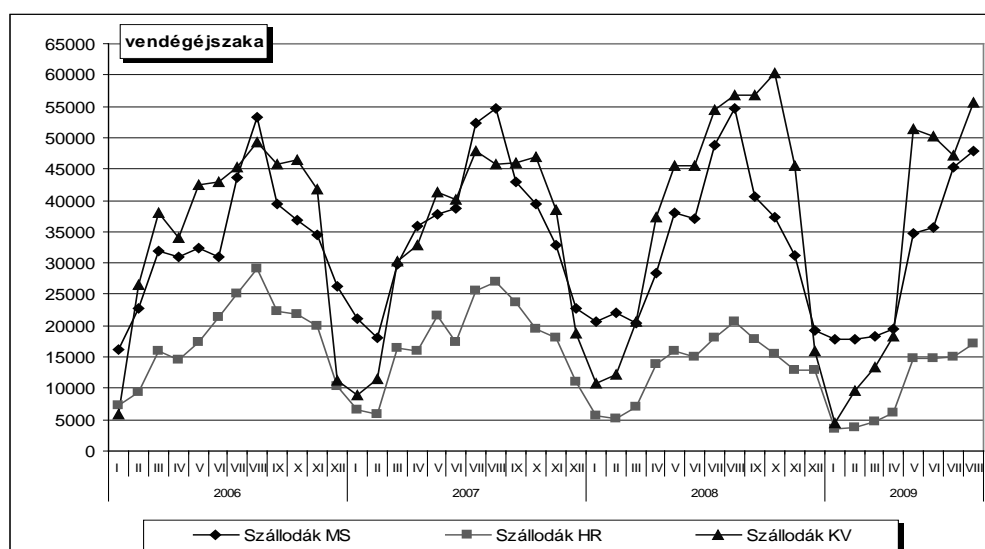
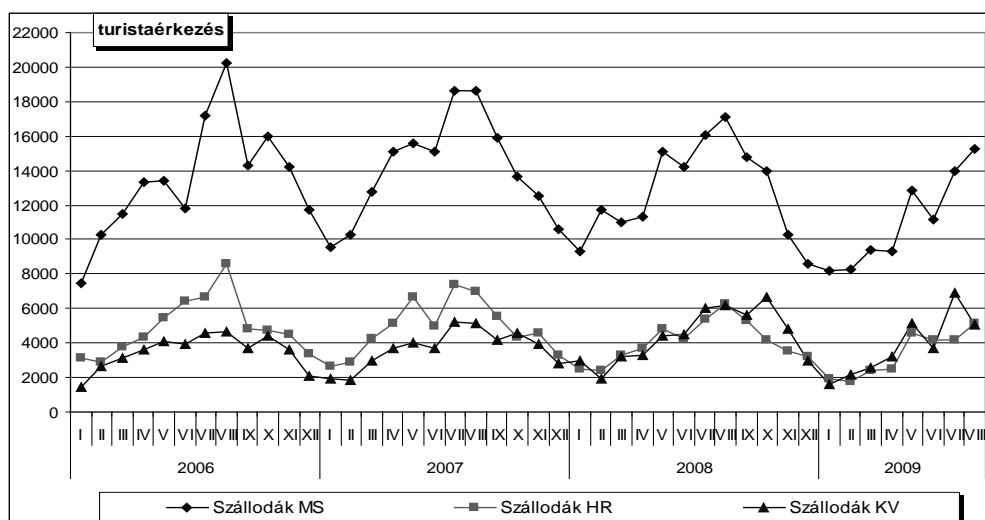
Kovászna vidéke	59.3	9.4	56.0	7.6	55.2	7.4	58.5	9.9
Bodzaforduló							0.1	0.0
Szitabodza							0.0	0.0
Bodza vidék	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
Barót	1.9	0.3	2.5	0.3	2.4	0.3	2.5	0.4
Vargyas	0.0	0.0					0.1	0.0
Erdővidék	1.9	0.3	2.5	0.3	2.4	0.3	2.6	0.4
Kovászna megye	100.0	15.8	100.0	13.6	100.0	13.4	100.0	16.9
Összesen MS-HR-KV		100.0		100.0		100.0		100.0

M19. táblázat. A kelet-erdélyi települések és térségek részesedése a megyék és a régió vendégéjszakáiból

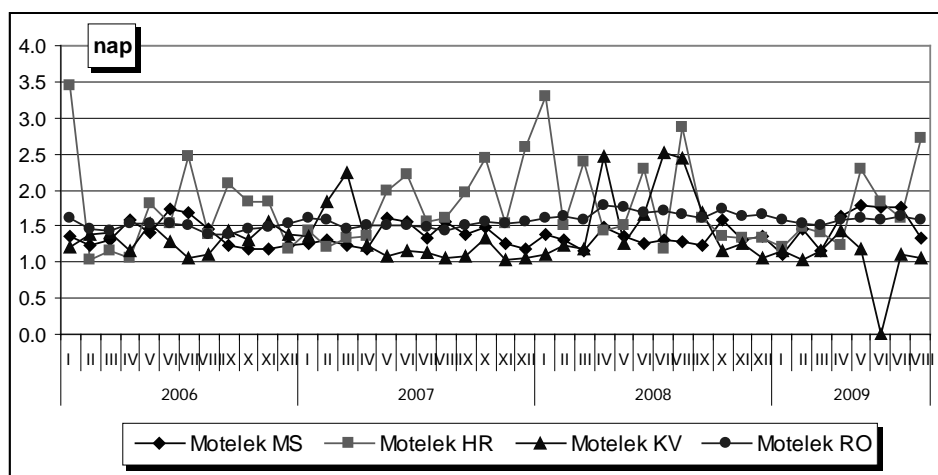
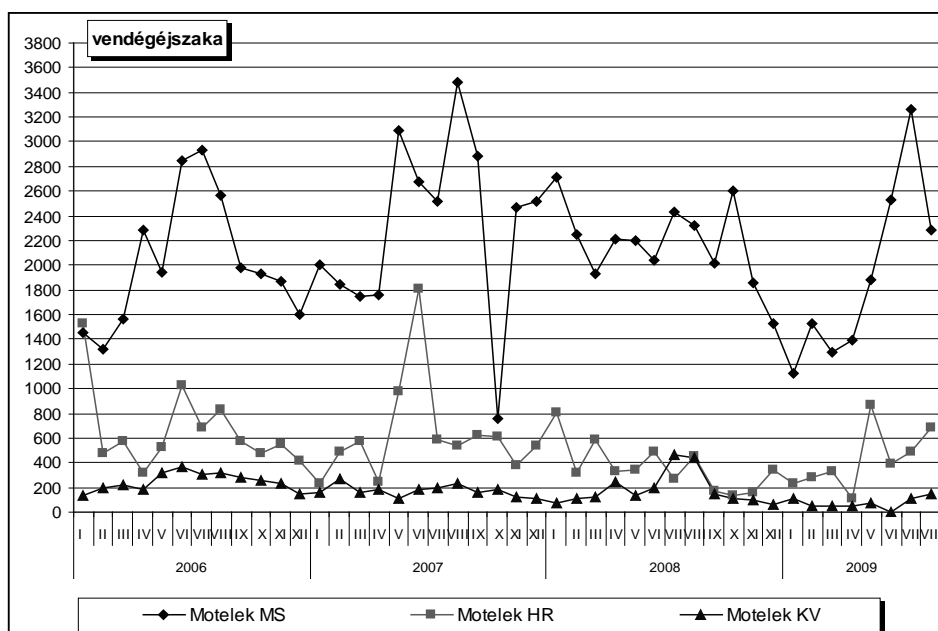
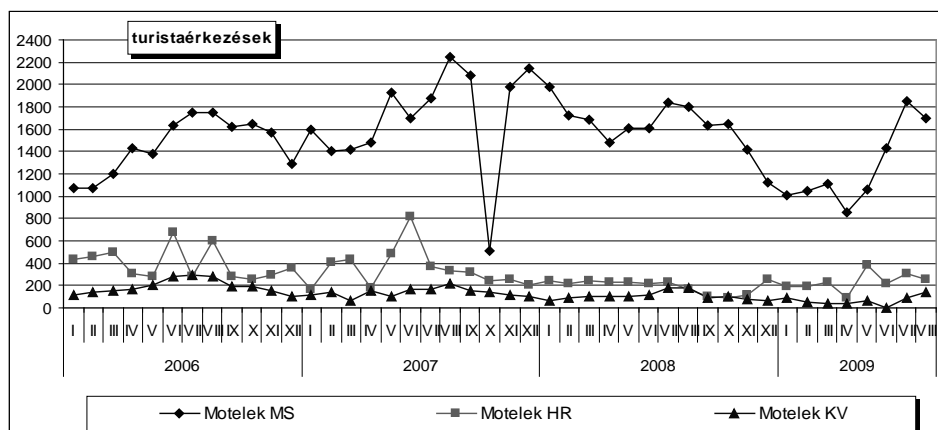
Település, körzet, megye	2005		2006		2007		2008	
	m	r	m	r	m	r	m	r
	%	%	%	%	%	%	%	%
Szováta	52.1	20.4	49.8	21.9	51.0	24.2	54.0	23.8
Nyárádmagyarós	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1
Nyárádremete	0.0	0.0	0.1	0.0	0.2	0.1	0.1	0.0
Erdőszentgyörgy	0.1	0.0	0.1	0.0	0.2	0.1	0.2	0.1
Szováta vidéke	52.4	20.5	50.1	22.1	51.5	24.4	54.4	23.9
Marosvásárhely	28.0	11.0	29.4	12.9	28.1	13.3	24.3	10.7
Nyárádtő	1.5	0.6	1.6	0.7	2.4	1.2	2.7	1.2
Marosszentgyörgy	1.6	0.6	1.9	0.8	2.6	1.2	3.4	1.5
Nagyernye					0.1	0.0	0.4	0.2
Koronka	0.2	0.1	0.2	0.1	0.4	0.2	0.5	0.2
Maroskeresztúr	0.9	0.4	0.6	0.3	0.4	0.2	0.2	0.1
Marosvásárhely vidéke	32.2	12.6	33.6	14.8	34.0	16.2	31.5	13.9
Szászrégen	0.8	0.3	1.3	0.6	1.0	0.5	0.9	0.4
Alsóidecs	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
Görgényszentimre	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Gernyeszeg	0.5	0.2	0.4	0.2	0.4	0.2	0.5	0.2
Szászrégen vidéke	1.5	0.6	1.8	0.8	1.4	0.7	1.5	0.7
Segesvár	9.1	3.5	9.7	4.3	8.7	4.1	9.3	4.1
Fehéregyháza	2.1	0.8	1.9	0.8	1.9	0.9	0.7	0.3
Dános	0.5	0.2	0.4	0.2	0.4	0.2	0.6	0.3
Segesvár vidéke	11.7	4.6	12.0	5.3	11.0	5.2	10.6	4.7
Dicsőszentmárton	1.4	0.5	1.1	0.5	1.3	0.6	1.4	0.6
Szászbogács	0.7	0.3	0.9	0.4	0.7	0.3	0.6	0.3
Dicsőszentmárton vidéke	2.0	0.8	2.0	0.9	2.0	1.0	2.0	0.9
Maros megye	100.0	39.2	100.0	44.1	100.0	47.5	100.0	44.0
Település, körzet, megye	2005		2006		2007		2008	
	m	r	m	r	m	r	m	r
	%	%	%	%	%	%	%	%
Borszék	0.3	0.1	0.1	0.0	0.3	0.1	1.3	0.2
Maroshévíz	0.3	0.1	0.6	0.1	0.6	0.1	1.4	0.3
Gyergyóújfalu	1.5	0.4	1.7	0.4	1.2	0.2	2.6	0.5
Gyergyószentmiklós	6.6	1.6	7.9	1.7	5.8	1.2	6.3	1.2

Vasláb	6.5	1.5	5.4	1.2	5.4	1.1	5.5	1.0
Gyergyó vidéke	15.3	3.6	15.8	3.4	13.3	2.7	17.0	3.2
Balánbánya	0.1	0.0	0.1	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0
Csikdánfalva	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
Csikrákos	0.4	0.1	0.1	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0
Madéfalva			0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
Csikcsicsó	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Csikszépvíz	0.5	0.1	0.1	0.0	0.7	0.1	2.0	0.4
Gyimesközéplak	0.2	0.1	0.3	0.1	0.3	0.1	0.5	0.1
Csikszereda	18.0	4.2	20.1	4.4	25.2	5.1	32.4	6.0
Csikszentkirály	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
Tusnád	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3	0.1
Tusnádfürdő	47.0	11.1	46.9	10.2	44.7	9.2	33.3	6.2
Csik vidéke	66.7	15.7	67.9	14.7	71.3	14.6	68.9	12.8
Parajd	2.8	0.7	3.2	0.7	3.3	0.7	3.7	0.7
Korond	0.2	0.0	0.6	0.1	0.3	0.1	0.7	0.1
Farkaslaka	0.2	0.0	0.2	0.1	0.4	0.1	0.1	0.0
Székelyudvarhely	10.3	2.4	7.0	1.5	8.1	1.7	2.1	0.4
Oroszhegy	0.6	0.2	0.2	0.0	0.1	0.0	0.2	0.0
Zetelaka	0.6	0.1	0.4	0.1	0.4	0.1	0.8	0.2
Máréfalva	0.3	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
Kápolnásfalva	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
Szentegyháza	2.5	0.6	3.8	0.8	2.0	0.4	5.3	1.0
Felsőboldogfalva	0.4	0.1	0.6	0.1	0.4	0.1	1.1	0.2
Székelykeresztúr	0.1	0.0			0.0	0.0	0.1	0.0
Udvarhely vidéke	17.9	4.2	16.1	3.5	15.2	3.1	14.1	2.6
Hargita megye	100.0	23.6	100.0	21.7	100.0	20.5	100.0	18.6
	2005		2006		2007		2008	
Település, körzet, megye	m	r	m	r	m	r	m	r
	%	%	%	%	%	%	%	%
Sepsiszentgyörgy	7.5	2.8	7.7	2.6	7.3	2.4	7.5	2.8
Árkos					0.1	0.0	0.1	0.0
Sepsibükszád					0.0	0.0	0.0	0.0
Illyefalva	0.1	0.0	0.1	0.0	0.2	0.1	0.1	0.0
Uzon			0.0	0.0			0.0	0.0
Réty	0.3	0.1	0.4	0.1	0.2	0.1	0.3	0.1
Maksa	0.2	0.1	0.4	0.1	0.5	0.2	0.3	0.1
Sepsiszentgyörgy vidéke	8.2	3.1	8.6	2.9	8.5	2.7	8.3	3.1
Kézdivásárhely	0.5	0.2	0.8	0.3	1.1	0.4	0.9	0.3
Torja	0.2	0.1	0.7	0.2			0.0	0.0
Bereck	0.4	0.2	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1
Gelence	0.0	0.0	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0
Kézdivásárhely vidéke	1.2	0.4	1.9	0.7	1.6	0.5	1.2	0.4
Kovászna	89.4	33.3	86.6	29.6	88.7	28.4	88.8	33.2
Kommandó	0.2	0.1	0.3	0.1			0.0	0.0
Zabola	0.3	0.1	0.5	0.2	0.3	0.1	0.6	0.2
Kovászna vidéke	89.9	33.5	87.5	29.9	89.0	28.5	89.4	33.4
Bodzaforuló							0.0	0.0
Szitabodza							0.0	0.0

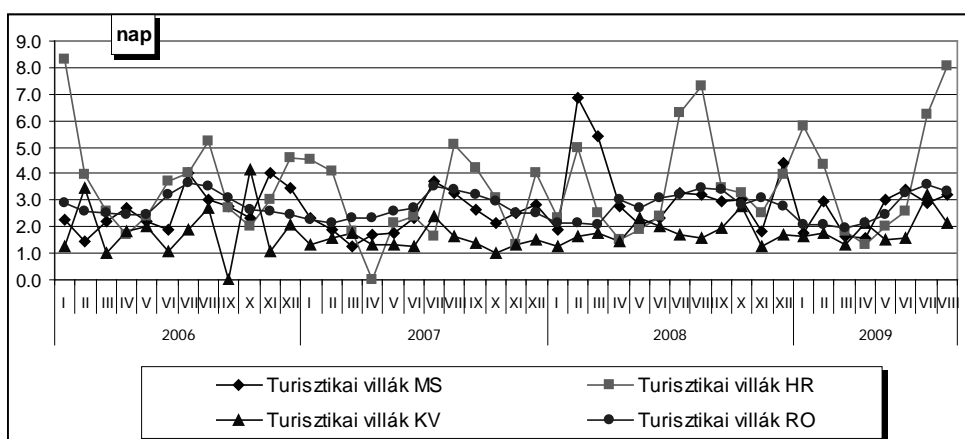
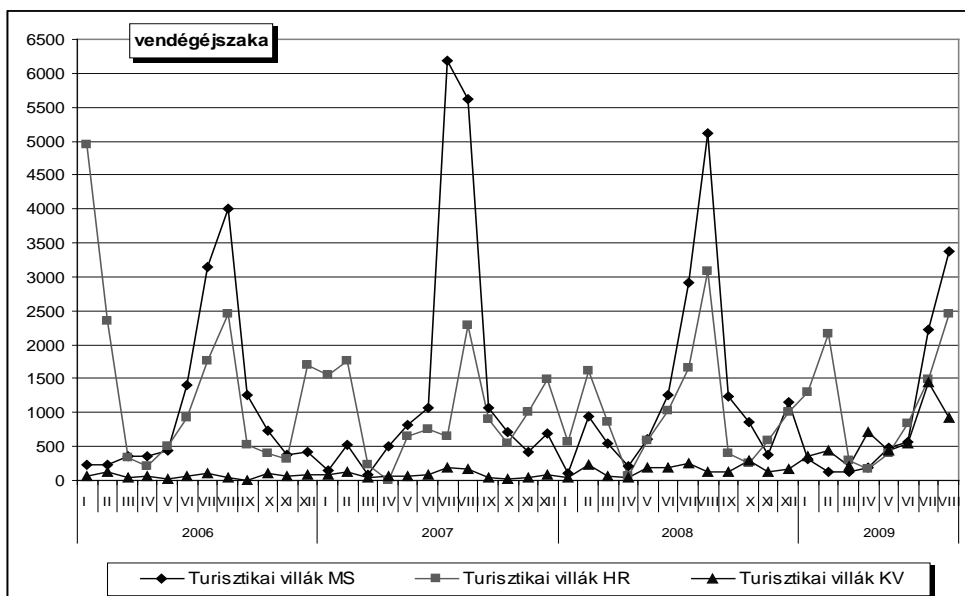
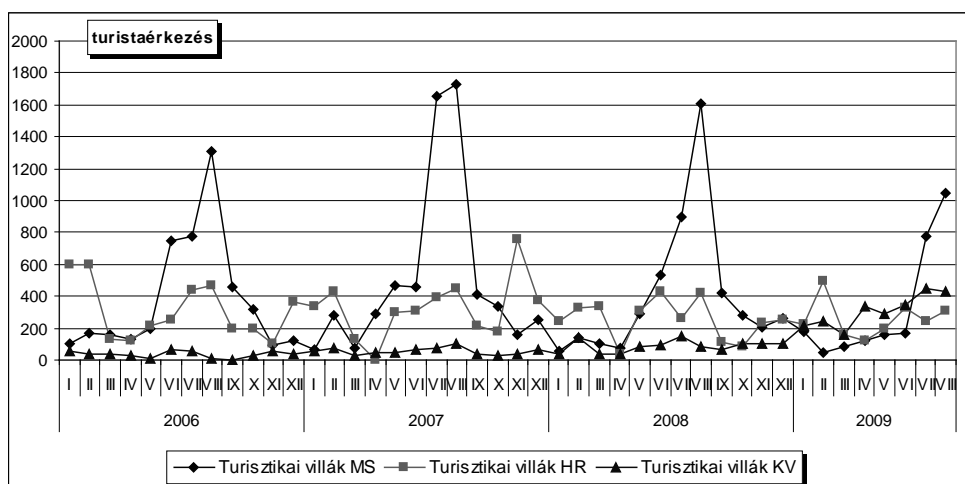
Bodza vidék	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Barót	0.6	0.2	1.3	0.4	1.0	0.3	1.1	0.4
Vargyas	0.0	0.0					0.0	0.0
Erdővidék	0.6	0.2	1.3	0.4	1.0	0.3	1.1	0.4
Kovászna megye	100.0	37.2	100.0	34.2	100.0	32.1	100.0	37.4
Összesen MS-HR-KV		100.0		100.0		100.0		100.0



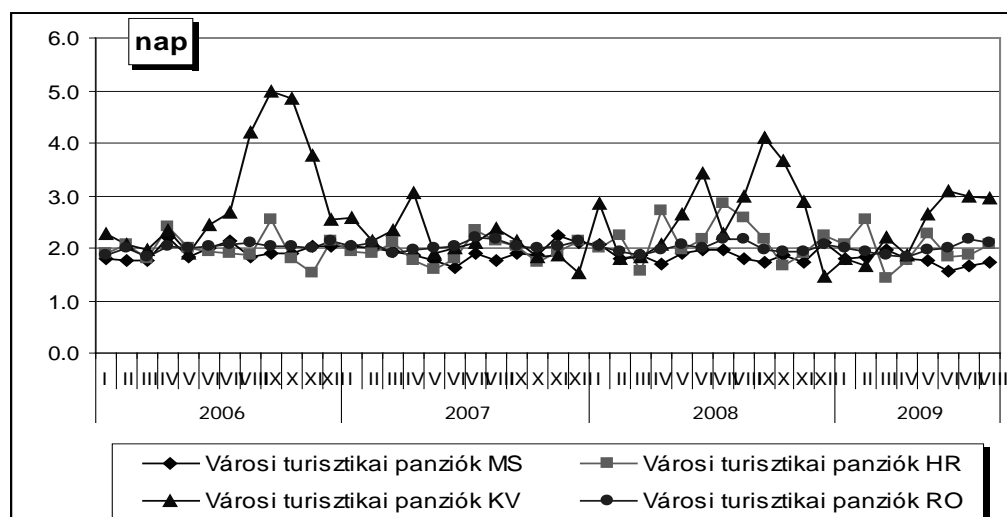
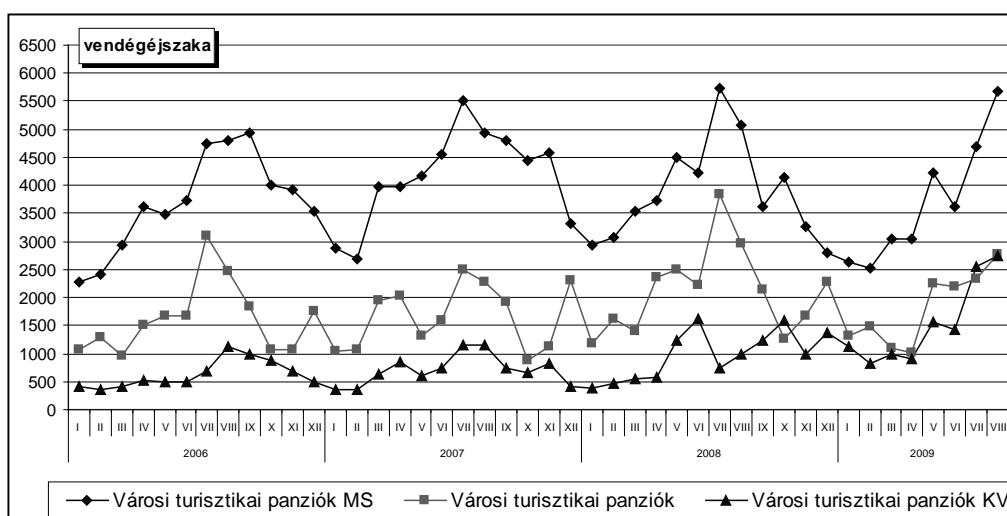
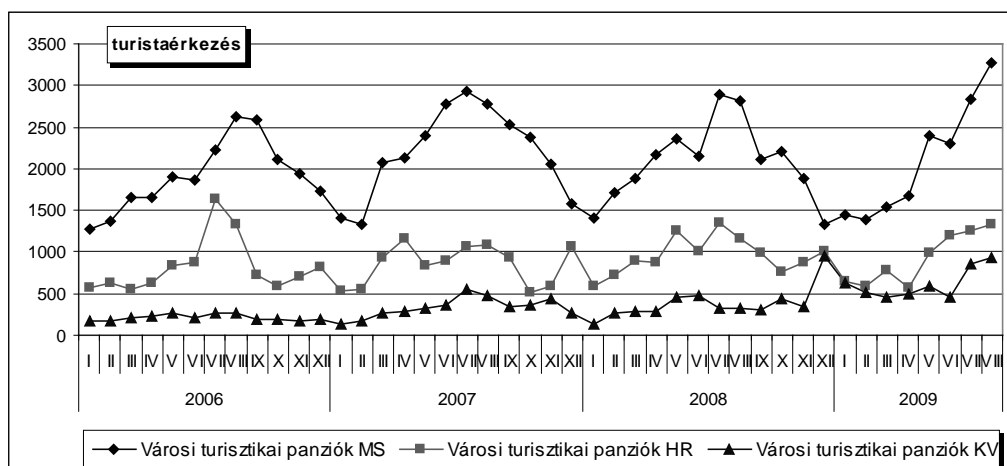
M46. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék szállodáinál: turistaérkezések, vendégéjszakák száma és az átlagos tartózkodási idő (országos átlagértékkel)
Forrás: saját szerkesztés, a megyék Havi Statisztikai Közlöneyei alapján



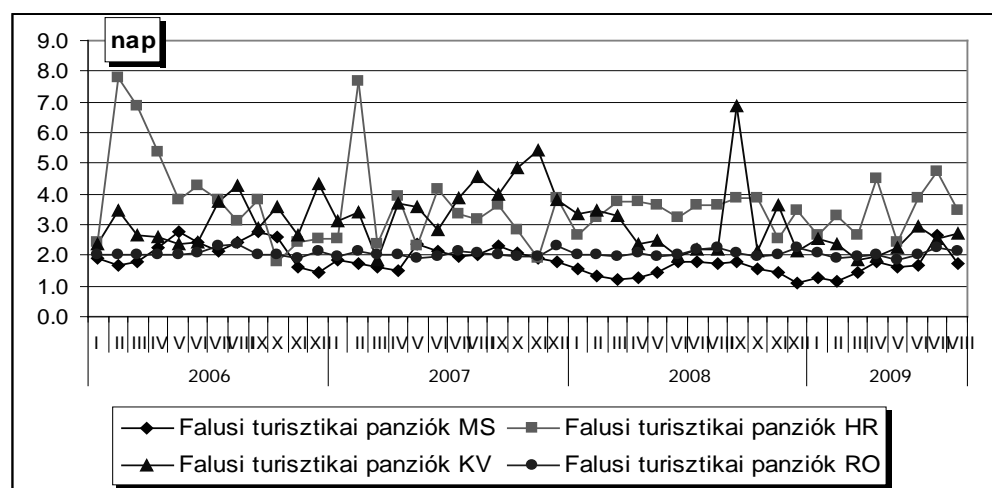
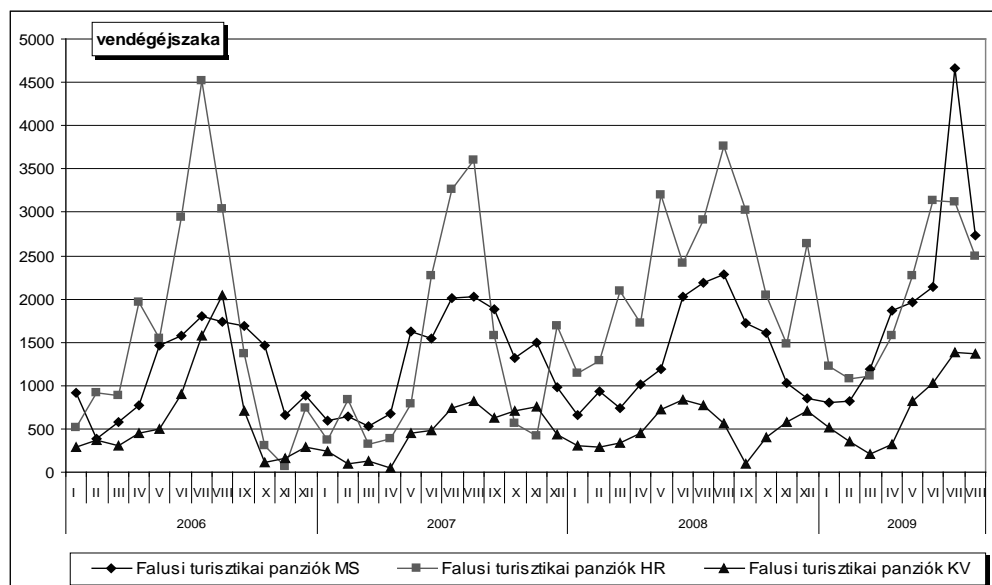
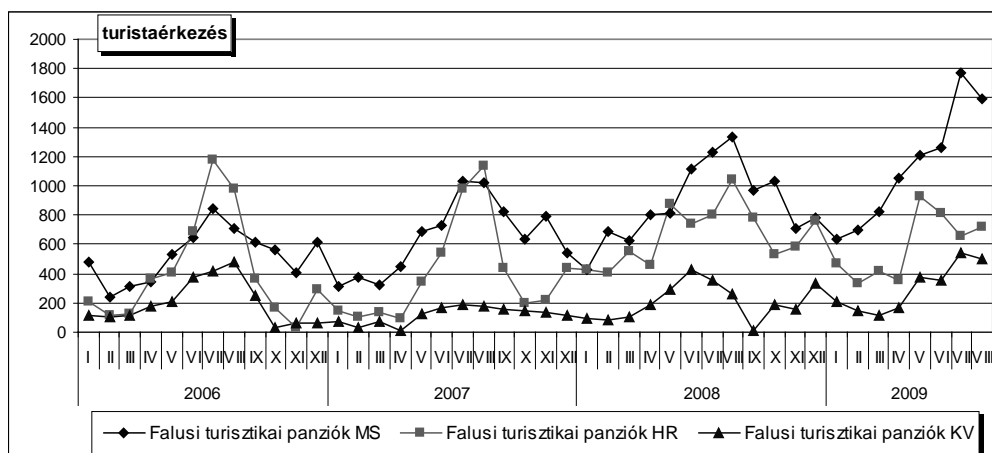
M47. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék moteljeinél: turistaérkezések, vendégéjszakák száma és az átlagos tartózkodási idő (országos átlagértékkel)
Forrás: saját szerkesztés, a megyék Havi Statisztikai Közlöneyei alapján



M48. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék turisztikai villáinál: turistaérkezések, vendégéjszakák száma és az átlagos tartózkodási idő (országos átlagértékkel)
Forrás: saját szerkesztés, a megyék Havi Statisztikai Közlöneyei alapján



M49. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék városi turisztikai panzióinál: turistaérkezések, vendégéjszakák száma és az átlagos tartózkodási idő (országos átlagértékkel)
Forrás: saját szerkesztés, a megyék Havi Statisztikai Közlöneyei alapján



M50. ábra. A keresleti mutatók szezonális ingadozása a kelet-erdélyi megyék falusi turisztikai panzióinál: turistaérkezések, vendégéjszakák száma és az átlagos tartózkodási idő (országos átlagértékkel)

Forrás: saját szerkesztés, a megyék Havi Statisztikai Közlöneyei alapján

M20. táblázat. Az empirikus kutatás során megkérdezett interjúalanyok névsora

Ssz.	Név	Funkció/szervezet	Település	Felvétel időpontja	Besorolás
1	Pupák-Felméri Zsuzsa	ügyvezető, Naturland Alapítvány	Gyergyószentmiklós	2009.03.09.	civil szervezet
2	Parászka Géza	vállalkozó, Góbé Lovasudvar	Gyergyószentmiklós	2009.03.10.	vállalkozás
3	Szép Róbert	igazgató, HMT Fejlesztési Igazgatóság	Csíkszereda	2009.03.11.	önkormányzat-közüintézmény
4	Albert Márton	polgármester, Tusnádfürdő	Tusnádfürdő	2009.03.11.	önkormányzat-közüintézmény
5	Péter Pál	aktivista, Agora Fenntartható Fejlesztési Alapítvány	Székelyudvarhely	2009.03.13.	civil szervezet
6	Mátéffy Győző	területi felügyelő, Turisztikai Minisztérium	Csíkszereda	2009.03.13.	önkormányzat-közüintézmény
7	Ferencz Angéla	igazgató, Hargita Megyei Kulturális Központ	Csíkszereda	2009.03.16.	önkormányzat-közüintézmény
8	Ferencz Alajos	polgármester, Csíkszentdomokos	Csíkszentdomokos	2009.03.16.	önkormányzat-közüintézmény
9	Kassay Péter	igazgató, Szárhegyi Kulturális- és Alkotóközpont	Gyergyószárhegy	2009.03.18.	önkormányzat-közüintézmény
10	Zonda Erika	igazgató, HMT Vidékfejlesztési Igazgatóság	Csíkszereda	2009.03.19.	önkormányzat-közüintézmény
11	Kurkó János György	vállalkozó, tulajdonos, Hunguest Hotel Fenyő	Csíkszereda	2009.03.19.	vállalkozás
12	Gábor László	polgármester, Gyergyószárhegy	Gyergyószárhegy	2009.03.20.	önkormányzat-közüintézmény
13	Laczkó-Albert Elemér	polgármester, Gyergyóremete	Gyergyóremete	2009.03.20.	önkormányzat-közüintézmény
14	Csergő Tibor	igazgató, Tarisznás Márton Múzeum	Gyergyószentmiklós	2009.03.20.	önkormányzat-közüintézmény
15	Csibi Márta	újságíró, Romániai Magyar Szó, Hargita Népe	Gyergyószentmiklós	2009.03.20.	civil szervezet
16	Hermann Gusztáv Mihály	igazgató, Székelyudvarhelyi Forrásközpont	Székelyudvarhely	2009.03.25.	önkormányzat-közüintézmény
17	Lőrincz Zsuzsanna	ügyvezető, Artera Alapítvány	Székelyudvarhely	2009.03.25.	civil szervezet
18	Bálint Júlia	irodavezető, Tourinfo iroda	Székelyudvarhely	2009.03.25.	önkormányzat-közüintézmény
19	Benedek Lukács	vállalkozó, tulajdonos, Lobogó Panzió	Homoródfürdő	2009.03.25.	vállalkozás
20	Márton István	igazgató, HMT Vidékfejlesztési Igazgatóság	Csíkszereda	2009.03.27.	önkormányzat-közüintézmény
21	Mátéffy Mária	szakreferens, HMT Projektiroda	Csíkszereda	2009.03.27.	önkormányzat-közüintézmény
22	Kovácsnai Sándor	szakreferens, HMT Turisztikai, Természet és Környezetvédelmi Iroda	Csíkszereda	2009.03.27.	önkormányzat-közüintézmény
23	Bokor Sándor	polgármester, Parajd	Parajd	2009.03.30.	önkormányzat-közüintézmény

24	Márton Zoltán	menedzser, Sóvidék Kistérségi társulás	Parajd	2009.03.30.	civil szervezet
25	László Ildikó	ügyvezető, Trans-tur Kft	Parajd	2009.03.30.	vállalkozás
26	Róth András Róbert	ügyvezető, idegenvezető, Herr Travel Kft	Székelyudvarhely	2009.03.30.	vállalkozás
27	Katona Mihály	polgármester, Korond	Korond	2009.04.03.	önkormányzat- közintézmény
28	Kovács Sándor	falusi turizmus-szervező	Farkaslaka	2009.04.03.	vállalkozás
29	Godra Árpád	ügyvezető, Küküllő Szálloda	Székelyudvarhely	2009.04.03.	vállalkozás
30	Csáki Rozália	aktivista, Civitas Alapítvány	Székelyudvarhely	2009.04.03.	civil szervezet
31	Sándor Olga	falusi turizmus-szervező	Zetelaka	2009.04.03.	vállalkozás
32	Kovács Anna-Mária	falusi turizmus-szervező	Csikrákos	2009.04.06.	vállalkozás
33	Burus Ella	polgármester, Szentegyháza	Szentegyháza	2009.04.06.	önkormányzat- közintézmény
34	Potozky László	ügyvezető, Polgár-Társ Alapítvány	Csikszereda	2009.04.06.	civil szervezet
35	Rodics Gergely	menedzser, Pogány-havas Kistérségi társulás	Csiksomlyó	2009.04.06.	civil szervezet
36	Tódor Etelka	ügyvezető, Hunguest Hotel Fenyő	Csikszereda	2009.04.15.	vállalkozás
37	Fülöp Ottília	megyei főépítész, HMT	Csikszereda	2009.04.15.	önkormányzat- közintézmény

M21. táblázat. Települések magyar–román névmutatója

Ssz.	magyar neve	román neve	Ssz.	magyar neve	román neve
1	Alsóidecs	Ideciu de Jos	33	Madéfalva	Siculeni
2	Árkos	Arcuş	34	Maksa	Moacşa
3	Balánbánya	Bălan	35	Máréfalva	Satu Mare
4	Barót	Baraolt	36	Maroshévíz	Topliţa
5	Bereck	Breţcu	37	Maroskeresztúr	Cristeşti
6	Bodzaforduló	Întorsura Buzăului	38	Marosszentgyörgy	Sângeorgiu de Mureş
7	Borszék	Borsec	39	Marosvásárhely	Târgu Mureş
8	Csíkcsicsó	Ciceu	40	Nagyernye	Ernei
9	Csíkdnáfalva	Dăneşti	41	Nyárádmagyarós	Măgherani
10	Csíkrákos	Racu	42	Nyárádremete	Eremitu
11	Csíkszentkirály	Sâncrăieni	43	Nyárádtő	Ungheni
12	Csíkszépvíz	Frumoasa	44	Oroszhegy	Dealul
13	Csíkszereda	Miercurea-Ciuc	45	Parajd	Praid
14	Dános	Daneş	46	Réty	Reci
15	Dicsőszentmárton	Târnăveni	47	Segesvár	Sighişoara
16	Erdőszentgyörgy	Sângeorgiu de Pădure	48	Sepsibükszád	Bixad
17	Farkaslaka	Lupeni	49	Sepsiszentgyörgy	Sfântu Gheorghe
18	Fehéregyháza	Albeşti	50	Szászbogács	Băgaciu
19	Felsőboldogfalva	Feliceeni	51	Szászrégen	Reghin
20	Gelence	Gheliţa	52	Székelykeresztúr	Cristuru Secuiesc
21	Gernyeszeg	Gorneşti	53	Székelyudvarhely	Odorheiu Secuiesc
22	Görgényszentimre	Gurghiu	54	Szentegyháza	Vlăhiţa
23	Gyergyószentmiklós	Gheorgheni	55	Szítabodza	Sita Buzăului
24	Gyergyóújfalu	Suseni	56	Szováta	Sovata
25	Gyimesközéplek	Lunca de Jos	57	Torja	Turia
26	Illyefalva	Ilieni	58	Tusnád	Tuşnad
27	Kápolnásfalva	Căpâlniţa	59	Tusnádfürdő	Băile Tuşnad
28	Kézdivásárhely	Târgu Secuiesc	60	Uzon	Ozun
29	Kommandó	Comandău	61	Vargyas	Vârghiş
30	Korond	Corund	62	Vasláb	Voşlobeni
31	Koronka	Corunca	63	Zabola	Zăbala
32	Kovászna	Covasna	64	Zetelaka	Zetea

Forrás: saját szerkesztés

M22. táblázat. A romániai megyék román és magyar névhasználata

Magyar név (használatos magyar név)	Román név	Román név kiejtése hangsúlyokkal
1 Arad	Arad	árád
2 Argeş (Argyas*)	Argeş	árdzsés
3 Bacău (Bákó)	Bacău	báköu
4 Beszterce-Naszód	Bistriţa-Năsăud	bisztricá-nöszöud
5 Bihar	Bihor	bihor
6 Botoşani	Botoşani	botoşány
7 Brăila	Brăila	bröilá
8 Brassó	Braşov	brásov
9 Bucureşti (Bukarest)	Bucureşti	bukurestj
10 Buzău	Buzău	buzöu
11 Călăraşi	Călăraşi	kölörásj
12 Constanţa (Konstanca)	Constanţa	konsztáncá
13 Dâmboviţa	Dâmboviţa	dümbovicá
14 Dolj	Dolj	dolz
15 Fehér	Alba	álbá
16 Galaţi (Galac)	Galaţi	gálácj
17 Giurgiu	Giurgiu	dzsurdzsú
18 Gorj	Gorj	gorzs
19 Hargita	Harghita	hárgitá
20 Hunyad	Hunedoara	hunedoára
21 Ialomiţa	Ialomiţa	jálomicá
22 Iaşi	Iaşi	jásj
23 Ilfov	Ilfov	ilfov
24 Kolozs	Cluj	kluzs
25 Kovászna	Covasna	kovászná
26 Krassó-Szörény	Caraş-Severin	kárás-szeverin
27 Maramaros	Maramureş	máramures
28 Maros	Mureş	mures
29 Mehedinţi	Mehedinti	mehedincj
30 Neamţ	Neamţ	neámc
31 Olt	Olt	olt
32 Prahova	Prahova	práhová
33 Szilágy	Sălaj	szöláz
34 Suceava (Szucsáva*)	Suceava	szucsává
35 Szatmár	Satu Mare	szátu máre
36 Szeben	Sibiu	szibiu
37 Teleorman	Teleorman	teleormán
38 Temes	Timiş	timis
39 Tulcea (Tulcsa*)	Tulcea	tulcseá
40 Vâlcea	Vâlcea	vülcseá
41 Vaslui	Vaslui	vászluj
42 Vrancea (Vráncsa*)	Vrancea	vráncseá

Megjegyzés: * ritkán írásban is használatos

a = á - rövidebben ejtendő mint a magyarban; ea = eá- összevontan, röviden ejtendő;
 ă = ö - ajakkerekítés nélkül, hátul képezve; â = ü - ajakkerekítés nélkül, hátul képezve;
 szóvégi i = j - nem hangsúlyozandó

Forrás: saját szerkesztés