

KULTURÁLIS TURIZMUS FEJLESZTÉSI STRATÉGIA



Budai és Barta Tanácsadó Kft.

2009

A stratégia az Önkormányzati Minisztérium megbízásából készült.

Készítette: Barta E. Gyula
Dr. Budai Zoltán
Czunyi Tímea
Illésné Balázs Edina

Együttműködő szakértők: Dr. Aradi Csabáné
Dr. Baán László
Barta Ferenc
Dr. Cseri Miklós
Dobó Ágota
Cseke László
Felföldi Zoltán
Gerendai Károly
Körössy László
Próhle Gergely
Saád Judit
Szabó László
Vágner Zsolt
Zimányi Zsófia

2009

Tartalomjegyzék

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ	4
1. BEVEZETÉS	7
1.1 Előzmények	7
1.2 Stratégiai tervezés folyamata	7
1.3 Fogalmak	8
1.4 Módszertan	8
2. HELYZETELEMZÉS	11
2.1 Nemzetközi kereslet és kínálat elemzése	11
2.2 Magyarországi kereslet és kínálat elemzése	13
2.3 Kínálati elemek részletes vizsgálata	16
3. A KULTURÁLIS TURIZMUS KAPCSOLATI RENDSZERE	32
3.1 A kulturális turizmus kapcsolatrendszere	32
3.2 A kulturális turizmus környezete	33
3.3 Kapcsolódási pontok fejlesztési stratégiákhoz	41
3.4. Határokon átívelő kulturális turisztikai együttműködések	42
4. A MAGYARORSZÁGI KULTURÁLIS TURIZMUS ÖSSZEHASONLÍTÓ ANALÍZISE, JÖVŐKÉP MEGHATÁROZÁSA	45
4.1. A magyar kulturális turizmus SWOT analízise	45
4.2 Versenytárs analízis	48
4.3 Külföldi példák bemutatása	53
4.4 A hazai kulturális turizmus jövőképe	58
5. STRATÉGIAI IRÁNYOK MEGHATÁROZÁSA	60
5.1 A stratégiai célok kijelölése	60
5.2 Az eredményesség kritériumai, az outputok indikátorrendszere	65
5.3 Prioritások, intézkedések	68
6. PÉNZÜGYI TERVEZÉS	79
6.1 Pénzügyi tervezési elvek	79

6.2	Fejlesztési források	81
6.3	Forrástérképek	85
7.	ÜTEMTERV	99
7.1.	A prioritások és feladatok intézkedési terve	99
8.	A FEJLESZTÉSEK ESETLEGES KORLÁTAI	102
8.1	A gazdasági válság lehetséges hatásai	102
8.2	Egyéb természeti, politikai, társadalmi korlátok	102
8.3	A veszélyek kiküszöbölése	103
9.	MONITORING	104
9.1	A monitoring szükségessége a kulturális turizmusban	104
9.2	A monitoring szervezeti rendszere	104
9.3	A monitoring indikátorrendszere	105

Mellékletek

Vezetői összefoglaló

A Kulturális turizmus fejlesztési stratégia az Önkormányzati Minisztérium (ÖM) Turisztikai Szakállamtitkársága által a Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiában (NTS) meghatározott feladatok alapján a 2009-2013 közötti időszakra jelöli ki a szakágazat fejlesztési irányait.

Az elkészülő stratégia legfontosabb részei – az ÖM Turisztikai Szakállamtitkársága elvárásaival összhangban – az alábbiak szerint kerültek meghatározásra:

1. Nemzetközi és hazai keresleti elemzés
2. A hazai kulturális kínálat és helyzetelemzése
3. Analízis, jövőkép meghatározása
4. Stratégiai irányok meghatározása: prioritások, intézkedések
5. Pénzügyi és időtervezés

A stratégiai tervezés alapjait a kulturális turisztikai piac átfogó – belföldi és külföldi kutatási anyagokra támaszkodó – vizsgálata előzte meg, melynek részeként a kulturális turizmus területén dolgozó több tucat szakember véleményét is kikértük.¹

A nemzetközi kulturális turisztikai trendek ígéretesek, hiszen az általános környezeti adottságok után a kulturális örökség az, ami leginkább befolyásolja az utazók desztináció választását. A kultúra a turisztikai imázs legfontosabb eleme. Európában – a hagyományos kulturális turisztikai célpontok mellett – egyre vonzóbbak az egyedi, különleges vonzerők, így a közép-kelet-európai városok iránti érdeklődés is növekszik.

Az utazások során az élmény-jelleg domináns, a kikapcsolódás, szórakozás mellett csupán másodlagos az ismeretszerzés és a tanulás. Az utazók szívesen ismerik meg az adott ország kultúráját, hagyományait. Jellemző tendencia, hogy a kultúra fogalma kitágul: már nem csak a hagyományos értelemben vett művészeti ágak és örökségek tartoznak a kultúrához, hanem az életstílus, divat, design, kortárs művészetek is. A kulturális látnivalók szélesebb rétegeket vonzanak, növekszik az igény a kulturális és egyéb turisztikai termékek komplex igénybevételére. A fogyasztói igények, piaci trendek gyorsan változnak, a hozzájuk való alkalmazkodás folyamatos kutatást, tájékozódást igényel. A jövőben az európai városok között, valamint az európai és Európán kívüli desztinációk között egyre élesebb verseny várható. A belföldi turisták fő kulturális utazási motivációja az épített örökség (kastélyok, várak, műemlékek, templomok, stb.) felkeresése. Ők is a kulturális látnivalók érdekes, újszerű, élményszerű bemutatása iránt fogékonyak.

A magyarországi kulturális turisztikai adottságok jók, sokszínű kínálat alapjait biztosíthatják. Kulturális turisztikai vonzerőink számottevő arányban (így a magyarországi UNESCO

¹ A munka során felhasznált kutatási forrásokat, valamint a megkérdezett szakemberek listáját a melléklet tartalmazza.

világörökségek jelentős része is) hátrányos helyzetű térségekben – illetve azok közvetlen közelében – találhatóak, így ez az ágazat e területek fejlesztésének gazdasági motorja lehet.

A kifejezetten előnyös kulturális adottságainkat azonban nem jól hasznosítjuk: általános probléma, hogy hiányzik az élményt kínáló bemutatás, nincsenek komplex turisztikai termékek, a turisztikai infrastruktúra fejlesztésre szorul. Több kínálati elemnél (épített örökség, múzeumok stb.) gondot okoz a vegyes tulajdonosi-fenntartói rendszer (állami-megyei-önkormányzati), mely a legnagyobb gátja a fejlesztéseknek és a piaci alapú marketing tevékenységnek. Gazdag és változatos világörökségi kínálatunk ismertsége alacsony, a helyszínek többségében nem sikerült valódi termékeket kialakítani. Tematikus útjaink szervezetlenek, gazdag hagyományaink turisztikai hasznosítása nem elégséges, kulturális turisztikai rendezvényeink magas színvonalú kínálata finanszírozási kiszámíthatatlansággal, infrastrukturális hiányosságokkal párosul. A területen dolgozók többségének szakmai képzettsége a piaci megmérettetés körülményei között nem megfelelő, a marketing munka majd minden területen aránytalan a megvalósított projekthez képest. Az egyes intézmények és a piaci szereplők közti együttműködések szintje rendkívül alacsony.

A kulturális turizmushoz köthető szervezeti struktúra bonyolult, a szereplők feladatai, felelőssége nem egyértelmű, a döntési hierarchia és forrásrendszer átláthatatlan. A jogszabályi rendszer gátolja a nemzetközileg is versenyképes kulturális turisztikai kínálat piacra vitelét.

A stratégia 2015-ös jövőképe az alábbi legfontosabb elemeket fogalmazza meg:

- A kulturális turisztikai kínálatban nemzetközileg versenyképes és fenntartható termékek jönnek létre.
- A stratégiai tervezés eredményeként a magyar kultúra elemeit sikerül megőrizni, a turizmus számára is hasznosíthatóvá tenni.
- A tudatos keresletépítés következtében a belföldi és külföldi célcsoportok elérése sikeresen megvalósul.
- A kulturális vonzerőkre épülő országimázs kedvezően befolyásolja Magyarország megítélését.
- A nemzetközi kulturális turisztikai együttműködések hozzájárulnak a határon átnyúló kapcsolatok erősítéséhez.

A célok eléréséhez a következő prioritások kerültek – intézkedési szintig – kidolgozásra:

I. prioritás: A kulturális turizmus szervezeti-működési kereteinek megteremtése

I/1. intézkedés: Egyértelműen meghatározott feladatkörök és kompetenciák kijelölése az irányítási rendszerben

I/2. intézkedés: A vállalkozói és non-profit szféra bevonása

II. prioritás: A kulturális turizmus jogszabályi kereteinek megteremtése

II/1. intézkedés: Általános jogi keretek kialakítása

II/2. intézkedés: A kulturális turizmust érintő jogszabályok áttekintése

III. prioritás: A kulturális turizmus gazdasági alapjainak biztosítása

- III/1. intézkedés: Átfogó finanszírozási rendszer kidolgozása
- III/2. intézkedés: Fejlesztési terv kidolgozása a hátrányos helyzetű térségekre
- III/3. intézkedés: A kulturális csekkrendszer újradefiniálása
- III/4. intézkedés: A pályázati rendszer átalakítása

IV. prioritás: Kulturális kínálatra épülő attrakciófejlesztés

- IV/1. intézkedés: Valódi nemzetközi jelentőségű attrakciók kidolgozása
- IV/2. intézkedés: Tematikus útvonalak és zárandokutak kialakítása
- IV/3. intézkedés: Fesztiválok turisztikai akkreditációja
- IV/4. intézkedés: Garantált programok rendszerének kidolgozása
- IV/5. intézkedés: Látogatómenedzsment rendszer fejlesztése

V. prioritás: Kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése

- V/1. intézkedés: Látogatóközpontok kialakítása
- V/2. intézkedés: Általános településkép fejlesztése
- V/3. intézkedés: Tematikus utakhoz kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése
- V/4. intézkedés: Rendezvények infrastruktúrájának biztosítása

VI. prioritás: A kulturális-turisztikai marketing erősítése

- VI/1. intézkedés: Az UNESCO világörökségek marketingjének kidolgozása
- VI/2. intézkedés: Egységes arculat megteremtése
- VI/3. intézkedés: Egységes kulturális-turisztikai értékesítési rendszer kidolgozása
- VI/4. intézkedés: Tematikus tervezés
- VI/5. intézkedés: Együttműködések támogatása

VII. prioritás: A humán erőforrás háttér biztosítása

- VII/1. intézkedés: Önkéntes munka feltételrendszerének megteremtése
- VII/2. intézkedés: A helyi kulturális-turisztikai értékek megjelenítése az iskolai oktatásban
- VII/3. intézkedés: Intézmények munkatársainak turisztikai szakmai fejlesztése

A forrástérképek összeállítása megtörtént, a fejlesztések hosszú távú tervezhetőségének a pénzügyi feltételei jelenleg azonban nem adóttak. A 2009-2013-ig terjedő időszak alatt az ágazat fenntartható fejlesztéseinek kritériumaként – az európai gyakorlatnak megfelelő forrásösszetétel elérését – az állami és önkormányzati források csökkentését, illetve a csökkenést kompenzáló EU források, magánszférai befektetések növekedését, valamint a nonprofit és civil szféra aktív anyagi és nem anyagi jellegű részvételét vizionáljuk.

Az intézkedések rendszere és időhorizontja meghatározásra került. Az intézkedési terv időtáblájában jeleztük a stratégiai időszak alatt megvalósuló, illetve arra hatással levő legfontosabb hazai és nemzetközi eseményeket.

Összességében elmondható, hogy a kulturális turizmus hazánk egyik olyan gazdasági ágazata lehet, mely a nemzetközi piaci körülmények között is potenciális jövedelemtermelő képességgel rendelkezik, kínálati struktúrája alapján alkalmas több hátrányos helyzetű kistérség felzárkóztatására, az életminőség javítása, valamint a helyi, térségi és nemzeti identitás erősítése mellett a határokon átnyúló kapcsolatok fejlesztéséhez is hozzájárulhat. A kulturális turizmus fejlesztéséhez a pénzügyi források mellett komoly szakmai munka, helyi, térségi és kormányzati elkötelezettség egyaránt szükséges.

1. Bevezetés

1.1 Előzmények

Az Önkormányzati Minisztérium (ÖM) Turisztikai Szakállamtitkársága a turizmus fejlesztési irányait 2013-ig kijelölő Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiában (NTS) meghatározott feladatok alapján felhívást tett közzé a Kulturális turizmus fejlesztési stratégia² készítésére. A megbízás célja: a 2009-2013 időszakra szóló (a végrehajtása 2015-ig terjedő) kulturális turizmusfejlesztési stratégia kidolgozása az ország egészére vonatkozóan a kereslet és kínálat helyzetének, várható alakulásának, valamint a nemzetközi trendek vizsgálata alapján. A stratégia elkészítését hazánk európai uniós tagságából adódó lehetőségei és kötelezettségei, a nemzetközi gazdasági helyzet alakulása, valamint a kultúra felértékelődése is indokoltá teszi. Magyarország számára a kultúra olyan terület, amely lehetőséget biztosít a turizmus fejlesztésére, ezért az ehhez szükséges stratégia elkészítése kiemelt feladat, tekintettel arra, hogy az elmúlt évtizedekben nem készült átfogó, országos program a kulturális turizmusra vonatkozóan. A kulturális területet is magában foglaló örökségturizmus fejlesztése az NTS egyik fő prioritásaként került meghatározásra.

1.2 Stratégiai tervezés folyamata

Az ÖM felhívása alapján a Budai és Barta Tanácsadó Kft. kapott megbízást a stratégia elkészítésére. A program kidolgozása 2009. augusztus-november közötti időszakban valósult meg. Szakembergárdánk a kulturális turizmus elméleti ismerőin kívül olyan gyakorló szakemberekből áll, akik hosszú idő óta meghatározói, illetve közreműködői a hazai kulturális turizmusnak. Többéves tapasztalatuk mellett információforrásként használjuk az általuk összegyűjtött kutatási adathalmazt, melyek ismertetése az elsődleges információk között kerül részletezésre. A tervezési munkában a köz-, magán-, és nonprofit szféra szereplői egyaránt részt vettek. *(1. számú melléklet)* Igyekeztünk a kulturális turizmus széles spektrumát lefedve minél teljesebb képet kapni a hazai helyzetről, a külföldi tendenciákról, valamint a keresleti és kínálati tényezőkről. A tervezés folyamán a szakmai sajtó nyilvánossága segítségével lehetőséget biztosítottunk a stratégiával kapcsolatos vélemények, javaslatok közlésére. A fenti eredmények összegzéséből részletes helyzetelemzés készült, majd ez alapján került sor a fejlesztés stratégiai irányainak kijelölésére. A dokumentumban emellett külön fejezet foglalkozik a pénzügyi tervezés, az ütemezés és a monitoring kérdéseivel.

² Az NTS alapján korábban már elkészült az egészségturizmus, az ökoturizmus és a lovas turizmus fejlesztési stratégiája.

1.3 Fogalmak

A kultúra, a turizmus, valamint a kulturális turizmus meghatározására számtalan nemzetközi és hazai definíció létezik, nincs azonban általánosan elfogadott fogalom-meghatározás. Ismert, hogy a kultúra turisztikai termékként (vonzerőként), ugyanakkor motivációként is megjelenik az utazások során. Az Európai Unió egyik legfrissebb vonatkozó kutatásában³ az utazási motivációk főbb csoportjait a következők szerint határozzák meg: pihenés, tengerpart, család és barátok meglátogatása, városlátogatások, kultúra és vallás, természet, sport, egészségmegőrzés. Tehát a kulturális turizmus az utazások egyik fő motivációjaként kerül meghatározásra.

Jelen fejlesztési dokumentumban a Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiában használt definíciót tekintjük irányadónak, mely szerint „a kulturális turizmus olyan piacképes turisztikai termék, amely iránti kereslet fő motivációja az anyagi- (tárgyi) és szellemi értékek megismerése”. Tematikus elemei az alábbiakhoz kapcsolódnak: épített örökségek, világörökségi helyszínek, nemzeti és történelmi emlékhelyek, szellemi örökségen alapuló vonzerők (múzeumok, gyűjtemények, könyvtárak, színházak, rendezvényhelyszínek, történelmi személyiségekhez kötődő emlékek), tematikus útvonalak, hagyományok megismerése, turisztikai vonzerőt jelentő rendezvények, vallási, hitéleti motivációjú utazások, kortárs kultúra, és kreatív kultúra.

1.4 Módszertan

Tekintettel a program sokszínűségére, különböző szintű aspektusaira, egyszerre többféle módszertani elvcsoporthoz kellett a módszertani munka kialakításakor figyelembe venni. A szakmai anyag elkészítésekor az alábbi legfontosabb általános módszertani elveket vettük figyelembe: eredményorientáltság, komplexitás, hatékonyság, hitelesség, gyakorlatiasság, értékelhetőség és felhasználhatóság. A turisztikai termékek speciális tulajdonságaiból adódóan a kutatások módszertanánál az alábbi elveket alkalmaztuk: emberközpontúság, a turisztikai kereslet elve, a turisztikai kínálat elve, kiegészítő szolgáltatások elve, és a szezonális. Fentiek mellett az Európai Unió ajánlásait (mint a regionalitás, határokon átívelő programok, közösségi haszon, fenntarthatóság és esélyegyenlőség), valamint az UNWTO⁴ ajánlásai közül az integrált tervezés elvét és a fenntartható turizmus elvét tartottuk szem előtt. A Kulturális turizmus fejlesztési stratégia módszertanának kialakításakor a terület rendkívüli sokszínűségét, összetett voltát, illetve bonyolult kapcsolódását a turizmus gazdasági-társadalmi rendszeréhez is figyelembe kellett venni. A vizsgálati elemeket úgy állítottuk össze, hogy a rendelkezésre álló lehetőségeket a legjobban kihasználva a legpontosabb eredményeket tudjuk elérni.

³ Eurobarometer - Survey on the attitudes of Europeans towards tourism Analytical report, European Commission, 2009 March, a további hivatkozásokban: Eurobarometer

⁴ United Nation World Tourism Organisation=ENSZ Turisztikai Világszervezet

Összetett kutatási eszközrendszerrel alapoztuk meg a Kulturális turizmus fejlesztési stratégia megállapításait. A stratégiai tervezés során az alábbi szekunder kutatások eredményeit, hozzáférhető adatokat használtuk fel (részletesen lásd *2. számú melléklet*):

- KSH adatok.
- Hazai turisztikai, kulturális, gazdasági és marketing adatok.
- A magyarországi kulturális turizmus szempontjából fontos küldő országokban végzett felmérések adatai.
- A Magyar Turizmus Zrt. által kulturális turizmus témában készített dokumentumok, háttér tanulmányok.
- A Nemzeti Kulturális Alap kulturális turizmussal kapcsolatos dokumentumai.
- A nemzetközi kulturális turizmusban meghatározó szerepet játszó országok, régiók, települések, intézmények adatai.
- A nemzetközi kulturális turizmusban legdinamikusabban fejlődő termékeket kínáló, trendeket meghatározó országok, régiók, települések, intézmények adatai.
- A kulturális turizmus területén versenytárs országok adatai.

A primer kutatások között kvantitatív és kvalitatív kutatásokat egyaránt megvalósítottunk, illetve felhasználtunk. A turizmus területén kimondottan fontos megfigyelést, álcázott vásárlást is végeztünk. A stratégia elkészítésekor az alábbi primer kutatásokat végeztük el:

- A hazai kulturális turisztikai fogyasztók szokásai - Saját adatbázisok.
- Mélyinterjúk készítése - A magyarországi kulturális turizmus legfontosabb szereplői a köz és magánszféra területéről (42 fő), magyarországi kulturális turizmust jól ismerő külföldi szakemberek (3 fő),
- Írásbeli kérdések - A kulturális turizmus szereplői Magyarországon (kiküldött kérdőívek száma 15 db, beérkezett 7 db), ezzel kapcsolatban megjegyezzük, hogy a felkeresett szereplők válaszadási hajlandósága szóban nagyobb volt, mint írásban, a kérdőívek kitöltését kevesen vállalták.
- Telefonos kérdések - Vezető turisztikai, kulturális, gazdasági szakemberek Magyarországon és a környező országokban (8 fő).⁵
- Álcázott vásárlás - Magyarországi kulturális turisztikai helyszínek (30 helyszín).⁶

Az eredmények kiértékelésénél általánosan elfogadott matematikai-statisztikai módszereket alkalmaztunk.

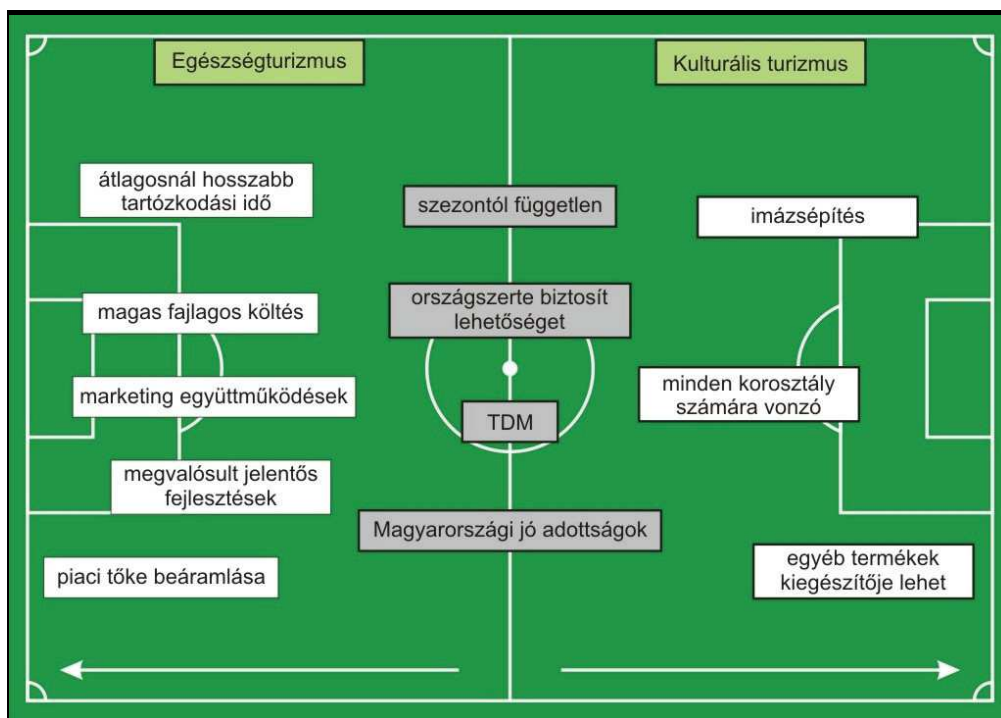
Kulturális turizmus fejlesztési stratégia elkészítése komplexitása és specifikus mivolta miatt olyan összetett módszertani feladat, melyet csak az összes figyelembe veendő elv megfelelő alkalmazásával, kvantitatív és kvalitatív kutatási rendszerek egyidejű alkalmazásával lehet

⁵ A személyes, írásbeli és telefonos kérdések száma az előzetes ajánlatban vállaltakhoz képest jelentősen nőtt, tekintettel a szakterület sokrétűségére és a munka során felmerült újabb kérdésekre.

⁶ Tekintve, hogy az álcázott vásárlások száma szintén jóval magasabb a tervezettnél, ezek helyszíneit itt nem részletezzük.

megvalósítani. A munka során a klasszikus módszertani elemeket és a legmodernebb, Magyarországon még csak most meghonosuló technikákat alkalmaztuk. Az alkalmazott újszerű vizsgálati elemek közül kiemeljük az MPPG módszert és a STEP elemzést. Az MPPG (Market Position Play Ground) módszer segítségével különböző turisztikai termékek, desztinációk, vagy attrakciók összevetése végezhető el. A módszer lényege, hogy két elemet (piaci pozíciót) hasonlít össze az erősségeik alapján. A vizsgált elemek egy „játéktéren” kerülnek ábrázolásra, saját térfelükön a jellemzőikkel. Az esetleges közös tulajdonságok közepütt helyezkednek el. Az MPPG jól használható a helyzetelemzés során, illetve objektív támpontokat biztosít a fejlesztési irányok kijelölésében.

A módszer bemutatása érdekében az alábbiakban egy MPPG ábrán vetjük össze a kulturális és az egészségturizmus főbb erősségeit. A játéktér két oldalán helyezkednek el a „két csapat játékosai”, térfelként jelölve a csapatok (tehát a kulturális turizmus és az egészségturizmus) játékosait (stratégiai jelentőségű termékjellemzőit). Azokat a tulajdonságokat, melyekben mindkét csapat erős, a felezővonalon szerepeltetjük. Külön színnel jelöljük a kiemelkedően fontos jellemzőket.



1. ábra Az egészségturizmus és a kulturális turizmus összehasonlítása MPPG módszerrel
A Budai és Barta Kft. saját szerkesztése

★ Mindkét turisztikai termék erősségeként említhetjük, hogy szezontól függetlenek, tehát gyakorlatilag egész évben, és országszerte biztosítanak lehetőséget a vendégek számára. Magyarország mind az egészségturizmus, mind a kulturális turizmus területén nagyon jó adottságokkal rendelkezik. A hazánkban jelenleg alakuló TDM rendszer mindkét termék fejlesztésében és piacra vitelében fontos szerepet játszik.

★ A magyarországi egészségturizmus stratégiai fejlesztése már korábban megkezdődött, így a fejlesztésekhez kapcsolódóan a piaci tőke is megjelent az ágazatban. Az együttműködések a marketing területén is kialakultak, pl. klaszterek formájában. Az egészségturizmus az átlagosnál magasabb tartózkodási időt és költséget generál.

★ A kulturális turizmus jelentősége abban áll, hogy minden korosztály számára vonzó, illetve, hogy egyéb turisztikai termékekhez kapcsolódva komplex kínálat létrehozását teszi lehetővé. A kulturális turizmus az adott desztináció imázsának alakításában meghatározó szerepet játszik.

A szakszerű elemzés során a környezeti változásokat a STEP elemzés segítségével vehetjük figyelembe. A környezet sokrétűsége és változékonysága jelentősen befolyásolhatja az elemzés megalapozottságát, és sokszor az egész stratégia sikerét is meghatározhatja. A STEP szó a lépéseket, a megfontoltságot sugallja, az egyes betűk pedig az elemzések területeire utalnak. A betűk jelentése: **S**-sociological, **T**-technological, **E**-economical, **P**-political. Tekintettel arra, hogy a társadalmi, a műszaki, a gazdasági és a politikai környezet elemeinek változásai jelentősen befolyásolják a stratégia megvalósulását, a helyzetelemzésben ezt a módszert is alkalmazzuk.

2. Helyzetelemzés

2.1 Nemzetközi kereslet és kínálat elemzése

A kulturális turizmus helyzetét a turizmus területének általános vizsgálata alapozhatja meg. Világszerte, így Európában is a turizmusban a következő trendek figyelhetők meg⁷: Általános tendencia a több, rövidebb, főszezonon kívüli utazás, a második, harmadik utazások fő motivációja kifejezetten a városlátogatás, és a kulturális turizmus. A desztináció megközelíthetősége, biztonságossága egyre inkább előtérbe kerül, az utazók a belföldi és a közeli úti célokat részesítik előnyben. Európában egyre vonzóbbak az egyedi, különleges vonzerők a hagyományos kulturális turisztikai célpontok mellett, így többek között a kelet-közép-európai városok is.

A városlátogatások jelentősége megnő, különösen az élhető, hangulatos, barátságos légkörű helyszínek vonzóak a turisták számára. A felgyorsult, globalizált világ az ún. „slow tourism” iránti érdeklődést erősíti. Az utazásoknál az egyik döntő szempont az ár-érték arány. Egyre inkább teret nyer az internet használata, mind az információgyűjtésben, tájékozódásban, mind az utazások megszervezésében. A növekvő mobilitás, a közlekedés és a kommunikáció árának csökkenése a turizmusra élenkítően hat. Az utazók egyre tájékozottabbak és

⁷ A turizmus trendjei Európában, Magyar Turizmus Zrt. 2006

magasabb minőségű szolgáltatásokat igényelnek. A demográfiai változások közül a társadalom öregedése, valamint a kitolódó családalapítás a meghatározó tényezők, melyek a turizmusban is éreztetik hatásukat.

Megállapítható, hogy az utazások során az élmény-jelleg domináns, a kikapcsolódás, szórakozás mellett csupán másodlagos az ismeretszerzés és a tanulás. Ugyanakkor az utazók szívesen ismerik meg az adott ország kultúráját, hagyományait. Jellemző tendencia, hogy a kultúra fogalma kitágul: már nem csak a hagyományos értelemben vett művészeti ágak és örökségek tartoznak a kultúrához, hanem az életstílus, divat, design, kortárs művészetek (köztük a fotózás, film) is. A kulturális látnivalók szélesebb rétegeket vonzanak, növekszik az igény a kulturális és egyéb turisztikai termékek komplex igénybevételére.

A desztinációk kiválasztásában a kulturális kínálat jelentős szerepet játszik, akkor is, ha nem kifejezetten kulturális céllal történik az utazás. Az Eurobarometer legfrissebb kutatási eredményei szerint az általános környezeti adottságok után a kulturális örökség az, ami leginkább befolyásolja az utazók választását. Emellett szerepelnek még a művészetek és a fesztiválok, mint a választásban szerepet játszó tényezők.



2. ábra: Az utazási helyszín választását befolyásoló tényezők az európai utazók körében 2008

Forrás: Eurobarometer, 2009

Szerkesztette a Budai és Barta Kft.

Ugyanakkor a főutazások motivációi között csak negyedik helyen szerepel a városlátogatás, valamint a kultúra és a vallás. Az utazók elsősorban pihenés, kikapcsolódás céljából hagyják el otthonaikat, a főutazások középpontjában ezek az igények állnak. A kutatási eredmények azt mutatják, hogy a kulturális motiváció inkább a második, harmadik utazás esetében jelenik meg.

A kifejezetten kulturális céllal utazók szegmense főbb jellemzői szerint jól meghatározható⁸. Ezek a vendégek többségükben nők, magas iskolai végzettségűek, és a jövedelmük is viszonylag magas. Leggyakrabban repülővel utaznak és szállodát vesznek igénybe. Az utazás során szerzett kulturális élmény ugyanakkor minden korosztály körében kedvelt, de az idősebb korosztály a fiataloknál gyakrabban keres fel kulturális attrakciókat. A döntően kulturális motivációjú városlátogatások főként az észak- és nyugat-európai utazók körében népszerűek, arányuk a 25-34 évesek között a legnagyobb, a kereset és az iskolai végzettség növekedésével a kulturális érdeklődés is növekszik. További jellemző, hogy ezek az utazók kevés szabadidővel rendelkeznek, így viszonylag rövid idő alatt sok élményre vágynak.



3. ábra: Az EU polgárok főutazásának motivációi 2008-ban

Forrás: Eurobarometer, 2009

Szerkesztette a Budai és Barta Kft.

A fogyasztói igények, piaci trendek azonban gyorsan változnak, a hozzájuk való alkalmazkodás folyamatos kutatást, tájékozódást igényel. A kutatási eredmények azt mutatják, hogy a jövőben az európai városok között, valamint az európai és Európán kívüli desztinációk között egyre élesebb verseny várható.

2.2 Magyarországi kereslet és kínálat elemzése

A kultúra és a városlátogatás a belföldi utazások egyik fő motivációja⁹. Az európai trendekhez hasonlóan a magyarországi utazók a desztináció kiválasztásához és a programok összeállításához egyre nagyobb arányban veszik igénybe az internetet, hasonlóan a személyes tapasztalattal rendelkező ismerősök információihoz. Belföldön a legnépszerűbb úti célok a

⁸ Kulturális turizmus az európai városokban, ETC, 2005

⁹ A magyar lakosság utazási szokásai, 2008, Magyar Turizmus Zrt.

Balaton, a Budapest-közép-dunavidéki és az Észak-magyarországi régiók. A belföldön fűtazásukat eltöltők körében a helyszín kiválasztásában elsősorban a kedvező természeti adottságok, mások ajánlása, és a kedvező árak szerepelnek. A megkérdezettek csupán ezt követően tesznek említést a kulturális adottságokról, ugyanakkor a fűtazás során végzett tevékenységek között a kikapcsolódást és fürdőzést követően a városlátogatást és a kulturális látnivalók megtekintését említik.

A 2009-es tematikus évhez kapcsolódóan kifejezetten a kulturális turizmusra vonatkozóan is készült kutatás¹⁰, amely a fejlesztési program megalapozását segíti. A kutatás rámutat, hogy elsődlegesen kulturális céllal főként a 18-30 éves korosztály, a legalább érettségizettek, a gazdaságilag aktívak, a négyfős háztartásban élők, a nyaralóval, illetve internettel rendelkezők, általában az átlag feletti jövedelműek utaznak. Területi megoszlás szerint pedig a Nyugat-dunántúli és a központi régió, azon belül is a főváros lakosai számítanak az elsődleges keresleti csoportnak. A kulturális célú utazások fő motivációja az épített örökség (kastélyok, várak, műemlékek, templomok, stb.) felkeresése. A kulturális programok, látnivalók felkeresése esetén a legfontosabb tényezők a következők: tiszta mellékhelyiségek, szép természeti környezet, vendégszerető személyzet, kedvezményes belépőjegyek, érdeklődési körnek megfelelő kínálat, jól karban tartott, szép épületek, jó megközelíthetőség, kedvező nyitva tartás, közérthető, érdekes feliratok, parkolási lehetőség, ismeretszerzési lehetőség, vendéglátóhellyel rendelkezzen, illetve a kulturális látnivalók érdekes, újszerű, élményszerű bemutatása. A kulturális vonzerők közül legvonzóbbak a panoráma élvezete, a várak, kastélyok, kúriák megtekintése, történelmi városrészek felkeresése, világörökségek, műemlékek és híres épületek megtekintése.

A Hungarofest Nonprofit Kft. is rendszeresen végez kutatásokat¹¹ kulturális rendezvényeken, melyek tapasztalata szerint a „kultúrafogyasztók” főbb jellemzői a következők: a megkérdezettek kétharmada nő, döntően fiatalok: felük 30 év alatti, kétharmaduk 40 év alatti, 27%-a tanuló, kevés közöttük a nyugdíjas, fontos ugyanakkor kiemelni, hogy 50-55%-uk aktívan sportol, és naponta olvas. A keresleti szegmentáció szempontjából fontos, hogy a kulturális aktivitás általában együtt jár a sporttevékenységgel.

¹⁰ A magyar lakosság kulturális turizmussal kapcsolatos ismeretei, attitűdjei és utazási szokásai, Magyar Turizmus Zrt.-M.Á.S.T. Piac-és Közvéleménykutató Társaság, 2008

¹¹ A hazai aktív kulturális közönség vizsgálata a Reneszánsz Év – 2008 keretében, Vági Barnabás, Hungarofest Nonprofit Kft.



4. ábra: A felsorolt programtípusokra legalább havonta ellátogatók aránya a megkérdezettek körében

Forrás: Hungarofest Nonprofit Kft., szerkesztette a Budai és Barta Kft.

A magyarországi kereslettel kapcsolatban fontos kiemelni, hogy a kultúrafogyasztás egész mást jelent a fővárosban és a vidéki helyszíneken, városokban és falvakban. Míg Budapesten ez a napi rutin része, mindig találnak az érdeklődők programokat, helyszíneket, megfelelő a tájékoztatás, addig a kistelepüléseken nagyon szűk a kínálat, igen jelentős mind a mennyiségbeli, mind a minőségbeli különbség. A fővárosi közönség évente átlagosan 45 kulturális programot látogat, a vidéki közönség 33-at. Ha az egyes műfajokat vizsgáljuk, akkor a Budapesten lakók mind a megvalósult látogatásokat, mind a többletigényeket tekintve hozzávetőlegesen 10%-kal aktívabbak a vidéken élőknel.

A kereslet vonatkozásában megállapítható a belföldi kereslet szűkülése, és a kultúra iránt érdeklődő további rétegek bevonásának szükségessége. A jelenlegi gazdasági helyzetben a külföldi vendégek körében is tapasztalható a nagyobb árérzékenység, a kereslet csökkenése. Ugyanakkor a – főként nyugat-európai, skandináv és tengerentúli – vendégek között egyre nagyobb számban jelennek meg az aktív idősebb korosztály tagjai, akik fogékonyak az újdonságokra, és a költési hajlandóságuk is magasabb. Újabb célcsoportként határozhatjuk meg a fiatalok, diákok szegmensét, akik az egyre kitolódó családalapítás, hosszabb ideig tartó tanulás miatt szintén a kulturális turizmus egyik fő közönségévé válhatnak. További célcsoportot a gyermekes családok alkotnak, főként a belföldi turizmus területén. A gyermekek, fiatal felnőttek érdeklődésének felkeltése a későbbi fogyasztói csoportok kialakítása szempontjából is jelentős. A kulturális turizmus területén a szakmai érdeklődők képviselik a következő keresleti szegmenst.

A kulturális attitűdre vonatkozó kutatás keretében megkérdezett magyar lakosok szerint kifejezetten előnyös kulturális adottságainkat meglehetősen jól tudjuk hasznosítani, a turisztikai infrastruktúra és a bemutatás azonban fejlesztésre szorulnak. Mind a hazai, mind a nemzetközi kereslet területén megállapítható, hogy az utazók az ismeretszerzésnél sokkal fontosabbnak vélik az élmény-jelleget, az utazások során ugyanis elsődleges a pihenés és a

kikapcsolódás. Fontos kiemelni, hogy a kulturális célú utazások évszak-függetlenek, a kulturális attrakciók és programok gyakorlatilag egész évben látogathatóak, ezért a turizmusban tapasztalható szezonális kiküszöbölésének jó eszközeül szolgálhatnak. A Magyarországon fellelhető sok apró különlegesség lehetőséget ad arra, hogy azok sokszínűségét hangsúlyozva, változatos formában kerüljenek bemutatásra. Jelenleg inkább azt mondhatjuk, hogy a sokszínűség helyett országosan egysíkú a kínálat, illetve az ígéretes, érdekes kezdeményezések kevésbé ismertek.

2.3 Kínálati elemek részletes vizsgálata

A termékek közötti osztályozást a vonzerő jelentőségén alapuló rendszerben végezzük el, a Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiában foglaltakhoz igazodva nemzetközi jelentőségű, országos, regionális és helyi termékekről beszélhetünk. A termékeket ugyanakkor fontos vizsgálni olyan szempontból is, hogy mi az, ami önmagában jelentős vonzerőt képvisel, mi az, ami inkább kiegészítő jellegű, és melyek azok, amik az országkép formálásában töltenek be szerepet. Tekintettel a kínálat széles spektrumára, jelen dokumentum keretében nincs lehetőség a teljes országos kulturális turisztikai kínálat számbavételére. Ezért az egyes elemeknél a teljesség igénye nélkül, a legjelentősebb attrakciókra fókuszálva (néhány, szakértőink által személyes tapasztalatból ismert vonzerőt példaként ismertetve) végezzük el a kínálat elemzését. A fejezet végén klasszifikációs mátrix alkalmazásával foglaljuk össze a főbb mutatókat.

◇ *Épített örökségek*

A kereslet általános vizsgálatánál is szembevetendő az a tendencia, hogy a kulturális céllal utazók elsősorban az épített örökség felkeresését részesítik előnyben utazásaik során. A külföldi látogatók is az elsők között említik a vonzerőkben az épített örökséget (különösen Budapest esetében). Valóban számtalan különlegesség birtokában vagyunk, amelyek megőrzését és bemutatását mindenképpen szükséges felvállalni. Az építészeti emlékek országszerte és a fővárosban is potenciális vonzerőt jelentenek, hiszen több korszak reprezentánsai jelennek meg egy-egy helyszínen. Emellett számos egyedi vonzerővel is rendelkezünk, pl. a török (oszmán) emlékek, a szecesszió, vagy a népi építészet területén.

Az épített örökség területén országszerte sok fejlesztés van folyamatban, döntően európai uniós pályázati támogatások segítségével, de az épületek jellegéből adódóan a fenntarthatóság számos problémát felvet. Fontos megemlíteni a szigorú műemlékvédelmi előírásokat is, melyek sok esetben akár gátjai is lehetnek a fejlesztéseknek. Az épített örökség vonatkozásában gyakran súlyos problémát jelent az épületek tulajdonosai, fenntartói és üzemeltetői közötti különbözőség: előfordul, hogy emiatt nehéz a pályázás, több tulajdonos esetén nem egyeznek a vélemények, az állami, megyei, helyi önkormányzati tulajdon keveredik. Az eltérő viszonyok más gazdálkodási formát és más menedzsmentet igényelnek.

Emellett több kérdést felvet, hogy az állami intézmények milyen mértékben végezhetnek profitorientált tevékenységet.

Magyarországon hétszáznál több védett kastély és kúria található, többségük meglehetősen rossz állapotban. Történelmi váraink közül több helyreállítása megkezdődött. A kormányzati szintű Várprogram 2001-2011 között a következő helyszíneket nevesíti a fejlesztésekben: Boldogkővár, Csesznek, Csobánc, Diósgyőr, Füzér, Hollókő, Ozora, Regéc, Rezi, Siklós, Sirok, Somló, Szigetvár, Szigliget, Szécsény, Vaj, melyek közül több fejlesztés már elkezdődött, vagy megvalósult. A Műemlékek Nemzeti Gondnoksága által a 2007-2013. közötti időszakra meghirdetett Országbemutató Program összesen 41 műemlék együttest (kastélyok, várak, egyházi, népi és török emlékek, valamint emlékhelyek), illetve történeti kertet és parkot jelöl ki, melyek megőrzését és bemutatását kiemelt célkitűzésként határozzák meg. A program kiemeli annak fontosságát, hogy a korábbi gyakorlattal ellentétben az egyes helyszínek értékeit nem a hasznosítási ötleteknek rendelik alá, hanem az értékvédelem szempontjai alapján olyan cselekvési tervet határoznak meg, mely során lehetővé válik az értékek hosszú távú megőrzése.

A várakat, kastélyokat felkereső turisták számára a vonzó attrakció mellett a szükséges kiszolgáló infrastruktúrát is biztosítani kell. Több helyszínen nem biztosítottak mosdók, szeméttárolók, pihenőhelyek, parkolók, illetve hiányosak a programok. Nem állnak rendelkezésre megfelelő tájékoztató eszközök, kiadványok, a helyszínek jelentős részének nincs, vagy hiányos a weblapja. A várak kitűnő lehetőséget nyújtanak élő történelemórák, lovagi játékok, katonai bemutatók, különleges hangulatú rendezvények szervezésére. Több – főként külföldi – példa bizonyítja, hogy a történelmi várakban kialakított programlehetőségek (korhű öltözékek, fegyverzet kipróbálása, élményszerű vezetés, színvonalas ajándékbolt) jelentősen növelhetik a látogatók tartózkodását és ezzel együtt a költsüket is. A helyszínek felélesztésében nagy szerepet játszhatnak a helyi hagyományőrző közösségek. A magyarországi kastélyok nagy száma szintén indokolja a turizmusba történő bevonásukat, amit azonban sok helyen a tulajdonos önkormányzat forráshiánya gátol, illetve a magántulajdonú épületek esetében nem befolyásolható az ilyen jellegű hasznosítás.

Az épített örökség megismerése mind az egyéni, mind a csoportos látogatók körében kedvelt, bemutatásuk a garantált programok egyik fő alapmotívuma. Budapesten több utazási iroda és programszervező kínál garantált városnézést és a vidéki városokban is egyre elterjedtebb ez a program. Az örökség-helyszínek bemutatása és fejlesztése azonban csak az adott település együttműködésével lehet sikeres. A fejlesztések összehangolása, a kapcsolódó infrastruktúra (parkolók, fogadóépületek) biztosítása, vonzó környezet kialakítása, a helyi jogszabályi háttér a vendégfogadás szempontjából döntő jelentőségű.

A népi építészet emlékei szintén alapjai lehetnek a turisztikai fejlesztéseknek, ahogyan az már több tematikus bemutatóhelyen (pl. Szentendrei Szabadtéri Múzeum, Ópusztaszeri Történeti Emlékpark) sikeresen megtörtént. Emellett országszerte számos jellegzetes épület megóvására és bemutatathatóvá tételére lenne szükség. Az épített örökséghez kapcsolódik továbbá az egykori vonzó, egységes barokk vagy reformkori városközpontok helyreállítása, amire

európai uniós pályázati forrásokból lehetőség is nyílik, és több városban (pl. Balatonfüred, Vác) már jelentős fejlesztések valósultak meg.

Az épített örökséghez kapcsolódóan, illetve részben azzal átfedésben az ország régészeti örökségének bemutatása rendkívül elhanyagoltnak mondható. A jelentősebb már feltárt, és helyreállított emlékek bemutatása is csak elenyészően kevés esetben történt meg. Három nagyobb római-kori emlék-együttes (Aquincum, Tác-Gorsium, Baláca) és öt város történeti magjában (Buda, Pest, Sopron, Székesfehérvár, Pécs) történt régészeti bemutatás mellett három nagyobb régészeti, illetve régészettel is foglalkozó témaparkot (Százhalombatta, Polgár, Ópusztaszer) és néhány kisebb helyi bemutatóhelyet tudunk megemlíteni. Ezek mellett leggyakrabban az információ nélküli térdig érő falak értelmezhetetlen és élvezhetetlen tömegével találkozunk. Ennek egyik jó példája a Duna menti római-kori Limes határerőd vonal, melynek számos tábora, erődje, őrtornya lett feltárva és részben, vagy egészben helyreállítva. Azonban ezek aktív bemutatóhelyként csak elenyésző mennyiségben találhatóak meg és akkor is gyenge tájékoztató eszközöket találunk a helyszínen. A természetvédelmi törvény által is külön védett kunhalmok és földvárak ezrei közül máig szinte egy sem került bemutatásra méltó módon. Az elmúlt 15 év nagyszabású beruházásokhoz kapcsolódó régészeti munkálatok eredményei gyakorlatilag csak elenyésző módon jelentek meg a nagyközönség számára. A régészeti örökséggel kapcsolatos passzivitás elsősorban ennek köszönhető.

◇ *Világörökségi helyszínek*

Magyarország nyolc világörökségi helyszínnel¹² rendelkezik, és további tíz szerepel az ún. várományosi listán. Jelen stratégia készítésének idején, 2009 szeptemberében került fel az emberiség szellemi kulturális örökségének listájára a Mohácsi busójárás. A Corvina-könyvtár pedig már 2005 óta szerepel az UNESCO Világemlékezet listáján. (Mátyás király mintegy kétezer kötetes könyvtárából napjainkra 216 példány maradt fenn, ebből Magyarországon 53-at őriznek). Itt jegyezzük meg, hogy a vonatkozó világörökségi törvény tervezete előkészítés alatt áll.

Általánosságban elmondható, hogy a hazai világörökségek ismertsége alacsony fokú, az ezzel kapcsolatos kutatás¹³ során megkérdezettek leggyakrabban a budapesti panorámát és a várnegyedét, illetve a Hortobágyi Nemzeti Parkot említették. A többi magyarországi helyszín kevésbé ismert és népszerű. A világörökségi címet elnyerő attrakciók helyzete nem könnyű, hiszen az elismerés anyagi támogatással nem jár, ugyanakkor szigorú előírásoknak kell megfelelni. Problémát jelent továbbá, hogy a legtöbb látogató csupán egynapos kirándulás keretében érkezik a világörökségi helyszínekre, a hosszabb tartózkodást ösztönző komplex programok egyelőre nem kerültek kialakításra, illetve a már meglévő lehetőségek ismertsége

¹² Budapest Duna-parti látképe, a BudaiVárnegyed, az Andrássy út és történelmi környezete, Hollókő ófalu és táji környezete, Az Aggteleki-karszt és a Szlovák-karszt barlangjai, Az Ezeréves Pannonhalmi Bencés Főapátság és közvetlen természeti környezete, Hortobágyi Nemzeti Park – Pusztta, Pécsi ókeresztény sírkamrák, Fertő/Neusiedlersee kultúrtáj, a tokaji történelmi borvidék

¹³ A magyar lakosság kulturális turizmussal kapcsolatos ismeretei, attitűdjei és utazási szokásai, Magyar Turizmus Zrt.-M.Á.S.T. Piac-és Közvéleménykutató Társaság, 2008

alacsony fokú. Fontos, hogy a világörökségi helyszínek fejlesztése, a programlehetőségek bővítése oly módon történjék, hogy több célcsoportnak nyújtson széleskörű kínálatot, illeszkedjék a hagyományos épületek közé, és a természeti környezetbe, képes legyen a szezonálitás csökkentésére. A nyári főszezonban, illetve a hétvégéken garantált programok (kézműves foglalkozások, népi mesterségek bemutatója, játékok, stb.) szervezése szükséges, amelyek a tartózkodás meghosszabbítását növelik, és újbóli visszatérésre motiválják a vendégeket.

Azok a helyszínek, ahol hozzáértéssel, sok munkával, pályázati támogatással jelentős fejlesztést sikerült megvalósítani az utóbbi években, ott a turisztikai vonzerő és a vendégforgalom is növekedett. Pozitív példaként említhető a Pannonhalmi Bencés Főapátság, ahol jelentős beruházások zajlanak jelenleg is, és a turizmus szempontjait sikerült a zárt egyházi közösség által fenntartott intézmény működésével összeegyeztetni. A világörökségek esetében az egységes, közös megjelenés, a munkatársak közös képzése is segíthetné a piacra jutást. A tapasztalatok, „jó példák” átadása szintén hozzájárulhat a fejlődéshez.

A kulturális örökség turisztikai menedzselésének feltételei és körülményei jelentősen átalakultak az utóbbi években¹⁴. Különösen a fenntarthatóság vonatkozásában fogalmazódott meg több nemzetközi ajánlás (UNWTO, ICOMOS, Európa Tanács részéről). A fenntartható örökségturizmus kulcsfogalmai a fenti tanulmány szerint az eredetiség, a bemutatás, a hozzáférhetőség és a nemzedéki méltányosság. Az örökség helyszínek közvetlen turisztikai hasznosítása mellett a multiplikátorhatást is szükséges figyelembe venni, miszerint az adott örökség a helyi gazdaságban további bevételeket indukál. Az örökség helyszínek menedzsmenetének a turizmusból adódó esetleges negatív hatások (zsúfoltság, rongálás, környezetkárosítás) kezelésére is gondot kell fordítania.

◇ *Nemzeti és történelmi emlékhelyek*

A kulturális témájú utazások másik fő motivációja a nemzeti és történelmi emlékhelyek felkeresése. A magyar történelem jelentős eseményeihez kötődő helyszínek főként a belföldi utazók célpontjai. A nemzeti, történelmi és kegyeleti emlékhelyekről jogszabály¹⁵ rendelkezik, mely a következőket mondja ki: A nemzet történelme és fejlődése szempontjából kiemelkedő történelmi, illetőleg kegyeleti jelentőséggel bíró helyszíneket az Országgyűlés határozattal történelmi emlékhellyé nyilváníthatja. Kizárólag törvény nyilváníthatja nemzeti emlékhellyé azokat a történelmi emlékhelyeket, amelyek állami megemlékezés rögzített helyszínei, meghatározva egyúttal az azokkal kapcsolatos részletes szabályokat. A történelmi és nemzeti emlékhelyek nyilvántartásáról, helyszíni megjelölésükről, állapotuk figyelemmel kíséréséről a Nemzeti Emlékhely és Kegyeleti Bizottság gondoskodik.

A fenti emlékhelyek között megtalálható számos csata (pl. Mohács, Pákozd), fontos történelmi események helyszíne (pl. Ópusztaszer, Debrecen), vagy egyéb szempontból jelentős helyszínek (pl. Budapesti Nemzeti Gyászpark, Corvin köz, Batthyány örökmécses),

¹⁴ A kulturális örökségek turisztikai menedzselésének kérdései, Dr. Husz Mária, Turizmus Bulletin 2007/3

¹⁵ A kulturális örökség védelméről szóló 2001. évi LXIV. törvény

valamint várak (pl. Eger, Diósgyőr, Drégelypalánk, Kőszeg) és egyházi helyszínek (pl. Pannonhalma, Vác). A nemzeti és történelmi emlékhelyek megőrzése, bemutatása kiemelt feladat, jelentőségük leginkább a gyermekek és az ifjúsági korosztály számára kialakítandó programok vonatkozásában van.

Az épített örökség, a világörökségek és a nemzeti, történelmi emlékhelyek¹⁶ esetében is különösen fontos a komplex termékek kialakítása, vonzó programok szervezése, a kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése, valamint a többnyelvű tájékoztató táblák, feliratok elhelyezése.

◇ *Szellemi örökségen alapuló vonzerők*

A szellemi örökségen alapuló vonzerők a kulturális turizmus meghatározó elemei. A múzeumok, gyűjtemények, könyvtárak, színházak, kulturális központok mind-mind jelentős kulturális turisztikai helyszínek, illetve az adott desztináció kulturális életének központjai.

▪ Múzeumok, gyűjtemények

A múzeumok között sok értékes és gazdag gyűjtemény található, bemutatásuk és körülményeik azonban gyakran nem felelnek meg a XXI. század elvárásainak, ezért nem képesek látogatóik számát növelni. Ezen a területen évtizedek óta változatlan a struktúra, a jellemzően nagy alapterületű intézmények fenntartása költséges, nem történtek európai trendekhez igazodó fejlesztések. Sok helyszínen megfigyelhető, hogy a turizmus szempontjai kevésbé érvényesülnek, pl. a létesítmények nyitva tartásában, idegen nyelvű tájékoztatásban. A turisztikai szférában gyakran problémaként fogalmazódik meg a múzeumokkal kapcsolatban a szakmaiság túlzott térnyerése, ami alatt a turisztikai szempontok háttérbe szorulását értjük. Különösen azokban az intézményekben, ahol a vezető munkatársak muzeológiai szemlélettel közelítenek a működtetéshez, gyakran a fenntarthatóság is problémás. Ha azonban több – turisztikai – funkció is megjelenik, nyitottabbá válik a létesítmény, a vendégforgalom növekedéséből származó bevételekből a működtetés, és a szakmai munka is könnyebben finanszírozható.

Ugyanakkor az is elmondható, hogy országsszerte több sikeres kezdeményezés indult el (pl. a Szentendrei Skanzenben, a Szépművészeti Múzeumban), ahol a hagyományos bemutatási és megőrzési funkciókon kívül újabb tevékenységekkel bővítették a feladataikat az intézmények. A Szentendrei Skanzen tapasztalatai alapján élő múzeumot kell létrehozni, ahol az értékvédelem, a turizmus, az oktatás és a szórakoztatás együtt működik. Mindezt a kulturális kínálat élményelemekkel történő bővítése, az infrastrukturális fejlesztések és a szakképzett animátorok alkalmazása teszi lehetővé. Az újszerű programok szintén vonzóak a látogatók számára, mint a Debreceni Déri Múzeum kezdeményezése, melyben a Munkácsy-trilógia egy festményének restaurálását a látogatók előtt végzik.

¹⁶ A nemzeti és történelmi emlékhelyek a szellemi örökségen alapuló vonzerőknél is megjelennek, ebben a pontban azért kerülnek külön tárgyalásra, mert a vonatkozó jogszabály magasabb szintre emeli őket.

A Szépművészeti Múzeum hazánk leglátogatottabb múzeumi létesítménye, a Van Gogh-kiállítás évében több mint 750 ezer látogatót fogadott, ezzel a világ ötven leglátogatottabb múzeuma közé került. A 2009-ben kezdődő fejlesztésekkel az évi állandó 5-600 ezer látogató elérése a cél. A Szépművészeti Múzeum 2005 óta folyamatos átalakuláson megy át, felismerve a látogatói igények változását és a nyugat-európai trendeket, a hazai múzeumok közül elsőként kezdte meg a létesítmény megújítását. E program keretében önálló Közönségszolgálati Osztályt hoztak létre, gyökeresen megváltoztatták a kommunikációt, nemzetközi szintű nagykiállításokat szerveztek, melyek tematikus terve 2014-ig elkészült. Saját gyűjteményükből vidéki helyszíneken szerveznek kiállításokat, illetve az intézmény a magyar múzeumok közül elsőként önálló kiállítással jelent meg a Louvre-ban. 2006-tól bevezették az online jegyvásárlási lehetőséget, és mára közel 100 önkéntes segíti a múzeumlátogatókat, a nyitva tartást a látogatói igényekhez igazították és a legkorszerűbb audioguide rendszert alkalmazzák. A „Múzeum+” program keretében este 6-tól 10-ig, valamennyi tárlat nyitva tartása mellett élő jazz zene, tapas bár, tárlatvezetések és társművészeti programok (zene, tánc, színház, irodalom, stb.) fogadják a látogatókat. A Szépművészeti Múzeumban elért eredmények jó példaként szolgálhatnak valamennyi magyar múzeum számára.

A múzeumok látogatóinak körében 2007 decembere és 2008 novembere közötti időszakban átfogó kutatás¹⁷ készült, amely a látogatók adatairól (demográfiai összetétel, érdeklődés), a múzeumi intézményekben eltöltött idő hosszáról és az ott végzett tevékenységekről is képet ad. A múzeumi fejlesztésekben ezeket az eredményeket mindenképpen javasolt figyelembe venni.

A múzeumok számára a Látogatóbarát Múzeum díj is motiváció lehet, amely arra ösztönzi őket, hogy a szolgáltatásaikat, infrastruktúrájukat ebbe az irányba fejlesszék. Külföldi múzeumok, gyűjtemények esetében már teljesen általános a színvonalas ajándéktárgyüzlet, kávézó, gyermek-foglalkoztató a létesítményekben. Ma már hazánkban is több sikeres kezdeményezés indult el a múzeumi helyszíneken, mint pl. a Múzeumok éjszakája, vagy a Múzeumok Őszi Fesztiválja (amely legutóbb egy speciális célközönségre, a kerékpárosokra fókuszált). A múzeumok mellett a galériák is igyekeznek vonzó programokkal színesíteni kínálatukat, mint pl. a diákoknak kihelyezett órák, vagy hétvégi családi programok szervezése.

- Könyvtárak

Az ország teljes területét lefedő könyvtári hálózat szintén potenciális színtere a kulturális turizmusnak, főként a belföldi forgalomban. Meg kell azonban jegyezni, hogy a hazai könyvtárakban számos olyan emlék is rendelkezésre áll, ami nemzetközi érdeklődésre tarthat számot – pl. Luther Márton eredeti végrendelete a budapesti Evangélikus Országos Múzeumban, vagy a magyar nyelvre fordított Corvina a győri Egyházmegyei Gyűjteményben –, de jelenleg nem kerül bemutatásra, vagy kevésbé ismert. Ezeket az értékes dokumentumokat a megfelelő biztonsági intézkedések mellett kiállítva a turizmus számára is

¹⁷ Dr. Puczkó László: A Magyar Múzeumok Kutatás turisztikai vonatkozásai, Múzeumi Közlemények 2008/2

vonzóvá lehet tenni. A nagyobb könyvtárak egy-egy színvonalas kiállítás megszervezésével a kulturális turizmusban is megjelenhetnek (pl. Országos Széchenyi Könyvtár, Pannonhalmi Főapátsági Könyvtár, Sárospataki Református Kollégium Könyvtára), ugyanakkor a könyvtárak, levéltárak esetében is gyakran jelentkezik a múzeumoknál már felvetett probléma a kevésbé látogatóbarát szemléletről, ezt pedig a munkatársak képzésével lehet megváltoztatni. A könyvtárak országos hálózata – különösen kisebb, vidéki helyszíneken – a helyi közösségek kultúra iránti érdeklődésének felkeltője lehet, ezt érdemes kihasználni.

- Színházak, rendezvény helyszínek

A színházak sajátos helyzetben vannak a turizmus szempontjából, hiszen a nyelv alapvetően meghatározza a potenciális vendégek körét. Néhány budapesti színházban (Operettszínház, Madách Színház) már az Operához hasonlóan idegen nyelvű feliratozással vonzzák a külföldi látogatókat, de ez is inkább zenés darabok esetében kivitelezhető. Problémát jelent továbbá, hogy a nyári főszezonban a színházak szünetet tartanak, ezért is fontos kezdeményezés pl. a Thália Színház nyári programja, amely ebben az időszakban is kínál fedett színháztermi előadásokat.

A külföldi vendégek körében is igen kedvelt Budapesti Operaház idén ünnepli 125. évfordulóját, mely épített örökségként, zenei központként és rendezvényhelyszíneként is jelentős. A koncerttermek közül a budapesti Művészetek Palotája nemzetközileg is elismert helyszín (az ott található Bartók Béla Nemzeti Hangversenyerem 1800 személy befogadására alkalmas), ahol színes programkínálattal várják a látogatókat, külön a családok, gyermekek számára is. A Művészetek Palotájához kapcsolódóan fontos kiemelni, hogy a szomszédos Nemzeti Színház és a környék fejlesztésével egy új Duna-parti kulturális negyed alakult ki Budapesten. Az elhelyezkedés miatt azonban a megközelítése – főleg a külföldi vendégeknek – gyakran problémát okoz. A tájékoztatásban és a kapcsolódó közlekedési infrastruktúra fejlesztésében (akár a Duna kihasználásával) ezért még számos tennivaló szükséges.

A Zeneakadémia felújítása és fejlesztése hamarosan kezdetét veszi, ezzel egy szintén nemzetközi színvonalú rendezvényhelyszín jön majd létre¹⁸. A fővárosban további jelentős rendezvényhelyszíneként említjük a közelmúltban felújított Budapesti Kongresszusi Központot, a Sportarénát, illetve a SYMA rendezvényközpontot¹⁹, melyek akár több ezer fős közönség befogadására is képesek. Az utóbbi évek fejlesztéseinek köszönhetően ma már több vidéki városban (Debrecen, Sopron, Szeged, Hódmezővásárhely) működik kulturális központ, amely minden igényt kielégít, magas színvonalú és programkínálata is színes. Hiányzik azonban a garantált programok kínálata, melyek a turisták számára az adott desztinációban történő tartózkodást élményekkel gazdagítják. Például a fürdővárosokban vagy a hozzájuk közeli településeken mindenképpen célszerű előre kijelölt napokon – a külföldi vendégek számára is értelmezhető – műsorokat (zenés darabokat, folklór bemutatókat) a rendezvényhelyszínek kínálatában szerepeltetni.

¹⁸ A felújítás az előzetes tervek szerint 2011-re készül el.

¹⁹ Várhatóan 2010-re készül el a SYMA Konferencia Központ, amely mintegy ötezer fős kapacitással rendelkezik majd.

Az ún. „Pesti Broadway”, az Andrásy út és a Nagymező utca környéke a fővárosi színházak és a hozzájuk szorosan kötődő kávézók, éttermek otthona. A kulturális turizmus szempontjából negatív fejlemény a terézvárosi csendrendelet elfogadása, mely szerint 22.00 óra után az ottani létesítményeknek be kell zárniuk. Ezzel az intézkedéssel a városrész fő vonzerejét, a nyüzsgő, kellemes hangulatú negyed képét veszélyezteti. A színházak, rendezvényhelyszínek általában nem elsődleges motivációi a kulturális vagy egyéb utazásoknak, de nagy szerepük van a programkínálatban, ami azonban az egyik döntő szempont az utazások tervezésénél.

- Történelmi személyiségekhez, eseményekhez kötődő emlékek

A magyar szellemi örökség turizmusban történő hasznosítása jelenleg meglehetősen alacsony fokú, annak ellenére, hogy igen nagy potenciállal bír. A jeles történelmi, közéleti, irodalmi szereplők, művészek egykori otthonai, szülőhelyük (pl. Széphalom, Monok), életük jeles eseményeinek színhelye (pl. Cegléd), vagy nyughelyük (pl. Széchenyi-mauzóleum) megőrzendő és bemutatandó helyszínek. Az adott személyhez vagy eseményhez kötődő évfordulók jó lehetőséget biztosítanak arra, hogy a desztinációra irányítsák a figyelmet, a sikeres megjelenés záloga azonban a többéves előkészítés és tervezés. Liszt Ferenc születésének helyszíne a burgenlandi Raiding (Doborján) pl. már 2010-ben megkezdte a 2011-es évforduló felvezetését különböző zenei programokkal. Az ünneppsorozatban Liszt zenéjének méltatása mellett világhírű művészek bemutatkozására is lehetőség nyílik. Természetesen az ilyen jellegű programok lebonyolításához megfelelő kapcsolódó infrastruktúra megléte szükséges.

A történelmi emlékek másik vonzó prezentációs lehetősége a tematikus bemutatás. Erre jó példa a budapesti Memento Park, amely a történelmünk olyan időszakát mutatja be, ami a külföldi látogatók számára is érdekes. A Memento Park 2009-ben múzeumpedagógiai program indításával nyitott az újabb célcsoportok, a diákok, fiatalok felé. 2010-ben, a rendszerváltás 20. évfordulóján újabb programok indítását tervezik. A történelmi eseményekhez, személyekhez kötődő helyszínek esetében szintén alkalmazható a tematizálás, kulturális (vagy tematikus) útvonalak kialakítása formájában.

◇ *Tematikus útvonalak*

A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy a tematikus útvonalak iránt egyre nagyobb az érdeklődés. A kulturális utak olyan tematikus utak, amelyek központi témája valamilyen kulturális érték, örökségelem, s amelyekben domináns szerepe van a kulturális attrakciónak²⁰. Világszerte számos olyan útvonalat alakítottak ki, amelyek kulturális és turisztikai szempontból is jelentősek. Ezek az utak nem jelentenek minden esetben valódi útvonalat, gyakran az egy témához kapcsolódó látnivalók, értékek kötik őket össze egységes megjelenésű turisztikai terméké. A turisztikai vonzerő kialakításával bővül a kínálat, a

²⁰ Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában, avagy kulturális utak a turizmusban, Dr. Rátz Tamara- Dr. Puczkó László, Turizmus Bulletin 2002/3

fejlesztések révén a látogatottság nő, a forgalom növekedése pedig ösztönzi a kulturális örökség védelmét szolgáló befektetéseket. A tematikus út része lehet korábban már látogatott attrakció, de újonnan létesített vonzerő is. A kulturális útvonalak egyedi élményt nyújtanak, amely jól ötvözi az ismeretszerzést és a szórakozást. A tematikus utak létrehozása nem igényel túlzott forrásokat, és hazai, illetve európai uniós pályázatok keretében is lehetőség nyílik a támogatásukra. Fontos azonban figyelembe venni, hogy a fenntartásról is szükséges gondoskodni, ami egy kis létszámú koordinációs szervezet és információs rendszer működtetését, valamint marketingtevékenységet jelent. Szükséges továbbá a résztvevők közötti állandó együttműködési hálózat kiépítése, a folyamatos kommunikáció, közös cselekvési terv kidolgozása.

Az Európai Kulturális Út nagyszabású programot az Európai Tanács indította el 1987-ben, legfőbb célkitűzése az európai kultúra ismertségének fokozása a turizmuson keresztül. Az Európai Kulturális Út olyan tematikus út, amely egy vagy több országon, régió halad keresztül, és európai történelmi, művészeti vagy társadalmi témára épül. A program keretében hirdették meg pl. az Európai Barokk Útja projektet, amihez több ország csatlakozott, közöttük hazánk is. A barokk út magyarországi szakasza még nincs teljes mértékben kiépítve, de a programban észak-magyarországi mellett nyugat-dunántúli helyszínek is részt vesznek. A Limes-út program a római kori határvárosokat fogja össze. A Limes kulturális útvonal angliai és franciaországi szakasza az UNESCO Világörökség része. A római limes magyarországi szakasza a várományosi listán szerepel, a pályázat kidolgozása folyamatban van. Különösen az angolszász területen népszerűek a történelmi korszakokhoz kapcsolódó útvonalak. Szintén történelmi vonatkozású a Császárok és királyok útja, melynek nemzetközi egyesülete már 60 éve működik. Alapítói között van Bajorország, Felső-Ausztria, Alsó-Ausztria tartományok és Bécs város, valamint a kilencvenes évek közepe óta hazánk is részt vesz az egyesület tevékenységében. A nemzetközi munkacsoport tematikus témák köré szervezve népszerűsíti a dunai hajózást, és az erre épülő turizmust.

Hazánkban is több kezdeményezés indult el az utóbbi években a tematikus kulturális útvonalak területén: több esetben nemzetközi hálózatokhoz csatlakozunk (pl. Mária-út, Sisi-út, Borostyánút, Szent Márton út), illetve országon belüli útvonalak kerülnek kialakításra (pl. Palóc-út, Felső-magyarországi várak útja, pálosokhoz kötődő útvonal). Tekintve, hogy a tematikus utak kialakítása és fenntartása nem igényel jelentős költségeket, számos magyarországi potenciális helyszín, attrakció várja, hogy egy-egy jó ötlet alapján tematikus bemutatásukra és értékesítésükre sor kerüljön.

◇ *Hagyományok*

Magyarország hagyományai sok lehetőséget kínálnak a kulturális turizmus számára, melyek azonban jelenleg csak kis mértékben kihasználtak. A magyar néphagyományok, a gasztronómia, a népművészet, a lovas hagyományok és a települési tradíciók mind a kultúra részét képezik. Ezen a területen olyan gazdag, sokszínű, máig élő hagyományokkal (pl. palóc, matyó, sokác) rendelkezünk, amihez hasonló sehol máshol Európában nem található. Ezzel kapcsolatban megjegyezzük, hogy a magyar nyelvből adódó korlátok miatt számos értékünk –

mint a színház, irodalom, film – sokkal nehezebben átadható, míg a képzőművészet, a zenén és a táncon keresztül a hagyományok megjelenítése nem ütközik ilyen jellegű akadályba.

A magyar hagyományok között külön ki kell emelnünk a hungarikumokat. A hungarikumok védelméről országgyűlési határozat²¹ született, amely alapján jelenleg előkészítés alatt van a hungarikumok védelmét megalapozó törvény. A fenti jogszabály szerint: „A hungarikumok olyan sajátos magyar termékek, melyeknek tulajdonságai között lényeges és kiemelkedő a magyar nemzeti jelleg, és amelyek természeti adottságainkkal, őshonos fajtáinkkal, termelési-tenyésztési hagyományainkkal összefüggésben sajátosan magyar ismérvekkel rendelkeznek.” A jellegzetes, magas minőségű magyar termékeket –és tágabb értelemben az erre épülő szolgáltatásokat, módszereket, eljárásokat – a turizmus területén is sokkal erőteljesebben kellene megjeleníteni. Erre jó lehetőség nyílik az országkép formálásában, marketingtevékenységben, tematikus útvonalak kialakításának alapmotívumaként, rendezvények, fesztiválok keretében, valamint színvonalas magyar ajándéktárgyak formájában.

A magyar gasztronómiai hagyományok a turizmusban egyelőre kevésbé kihasználtak, ugyanakkor elmondható, hogy hazánkban már számos színvonalas bor- és gasztronómiai rendezvény zajlik. Számos olyan értékkel, különlegességgel rendelkezünk, ami nemzetközileg is vonzó lehet. A magas minőségű alapanyagok, a jellegzetes magyar étel- és ital-különlegességek (pl. rigójancsi, dobostorta, Gundel-palacsinta, pálinka, fröccs) és a hozzájuk kapcsolódó legendák kevésbé ismertek. Szakértői vélemények egybehangozva azt állítják, hogy a Budapest-központú turizmusszemléletet a vidéki helyszínek bevonásával lehet megváltoztatni, ehhez pedig elsősorban a hagyományokra építő termékfejlesztés járulhat hozzá.

◇ *Turisztikai vonzerőt jelentő rendezvények*

Magyarországon évente mintegy 3200 fesztivált rendeznek, országszerte számos művészeti, gasztronómiai, sportrendezvény, fesztivál várja a látogatókat. Célközönségük és színvonaluk, vonzerejük azonban jelentősen eltérő képet mutat. A többnapos rendezvények az adott térség turizmusában és gazdaságában fontos szerepet töltenek be, továbbá az országról alkotott kép formálásában is jelentősek. Fontos szempont továbbá, hogy lehetőséget adnak a turisztikai szezon meghosszabbítására, így a szezonon kívüli időszakban is forgalmat generálnak. A magyarországi fesztivállátogatók körében végzett kutatás²² szerint a legismertebb hazai fesztiválok: a Sziget Fesztivál, a Budapesti Tavaszi Fesztivál, a Debreceni Virágkarnevál, és a Művészetek Völgye. A fesztiválok közül a legkedveltebbek a könnyűzenei és a gasztronómiai rendezvények, a legkevésbé népszerűek a komolyzenei és a filmfesztiválok. A fesztiválokon résztvevők mintegy harmadára jellemző, hogy utazásuk időpontját az őket érdeklő fesztiválok jelentősen befolyásolják. A kutatás eredményeihez kapcsolódóan megjegyezzük, hogy bár a komolyzenei fesztiválok alacsonyabb érdeklődésre tartanak számot, mégis a többéves múltra

²¹ 77/2008 (VI. 13.) OGY határozat a hungarikumok védelméről

²² A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai Magyar Turizmus Zrt- M.Á.S.T, 2007

visszatekintő miskolci Bartók+ nemzetközi operafesztivált szükséges kiemelnünk, amely világsztárokat felvonultató repertoárjával, színvonalas, érdekes kapcsolódó programokkal turisztikai szempontból is vonzó esemény.

A nemzetközi szinten is ismert Budapesti Tavasz Fesztivál 1981 óta kerül megrendezésre, általában három-négy vezető téma köré alakítják a programkínálatot, és a szervezők igyekeznek új helyszíneket is bevonni, mint például 2008-ban a Gellért fürdő különleges épületét. A szervezők statisztikái szerint a látogatók mintegy 30%-a külföldi, és az utóbbi évek jellemző tendenciái azt mutatják, hogy az utazási irodákon keresztüli csoportos foglalások csökkentek, sokkal több az interneten keresztül foglaltó egyéni vendég. A fesztivál költségvetése állami, önkormányzati, szponzori támogatásokból és a jegybevételekből áll össze, utóbbi kb. 50-60%-ot tesz ki. A költségvetés 25%-át fordítják marketingre. A 2008. évi fesztivál rendezvényeit a jegyeladások alapján több mint 50 ezer fő látogatta.

Jelentős számú külföldi vendéget vonzanak a nyári ifjúsági és kulturális fesztiválok, melyek közül a legsikeresebbek a Sziget Kulturális Menedzser Iroda koordinálásában zajlanak, így a budapesti Sziget Fesztivál, a zamárdi Balaton Sound és a soproni Volt Fesztivál. Közöttük a legismertebb és legnagyobb a Sziget Fesztivál²³, melynek külföldi látogatói a magyar turizmus egyéb területein is célcsoportot jelentenek (a magyar látogatók kevésbé, hiszen korlátozottabban érdekeltek turisztikai szolgáltatások igénybe vételében). A kutatási eredmények szerint a külföldiek több mint fele a rendezvény megkezdése előtt már Magyarországra érkezik, és mintegy 40%-uk hosszabbítja meg a tartózkodását. Az utóbbi években egyre növekszik azok aránya, akik a Szigeten kívül kereskedelmi szálláshelyet vesznek igénybe. A fesztiválra érkezők kifejezetten nyitottak Budapest megismerésére és egyéb helyszíneket (mint pl. a Balatont) is szívesen felkeresnek, négyötödük érdeklődik egyéb programlehetőségek iránt is.

Az országos nagyrendezvényekkel kapcsolatban fontos kiemelni, hogy időpontjuk összehangolása a turizmus szempontjából döntő jelentőségű, az állami támogatások rendszerét pedig kiszámíthatóbbá szükséges tenni, a 3-5 éves tervezhetőség miatt. Az európai uniós társfinanszírozású pályázatok nem adnak lehetőséget a rendezvényszervezés költségeinek támogatására, de a szükséges infrastruktúra beszerzésére igen. Ezeket a lehetőségeket minél nagyobb arányban javasolt kihasználni, akár több településen, vagy adott régióon belüli összefogással (pl. TDM²⁴ szervezeteken keresztül). Hasonló együttműködés a rendezvények marketingtevékenységében is szükséges lenne, jelenleg ugyanis a szervezők csupán a költségvetés töredékét fordítják az események népszerűsítésére, ennek jelentős növelése lenne ajánlatos.

A turisztikai és kulturális szakterület felügyeletét ellátó tárcák közös finanszírozásában 2007-ben megkezdődött a fesztiválminősítési rendszer kidolgozása, mely jelenleg is folyamatban van, és a tervek szerint eredményeit a támogatási rendszer is integrálja. A turizmus

²³ A Sziget Fesztivál turisztikai vonatkozásai, Magyar Turizmus Zrt.- Free Association, 2008

²⁴ TDM=turisztikai desztináció menedzsment, mely rendszerének kialakítása Magyarországon jelenleg folyamatban van.

szempontjából is fontos egy objektív mérési adatokon alapuló minősítés, ami azonban csak akkor lehet hatékony, ha turisztikai szempontból releváns mutatók szerint, valós adatok alapján működik (ezt külön, reprezentatív kutatások elvégzésével lehet biztosítani).

A nagyrendezvények, fesztiválok vonatkozásában gyakran súlyos problémát jelent a vonatkozó jogszabályok előírása, illetve azok túl szigorú ellenőrzése. Itt elsősorban a rendezvényeken történő árusításra, főzésre, ételárusításra vonatkozó szabályozásra gondolunk, melyeket célszerű lenne áttekinteni annak érdekében, hogy a turisztikai szempontok kevésbé sérüljenek.

◇ *Vallási, hitéleti motivációjú utazások*

A kulturális turizmus egyik meghatározó szegmense a vallási motivációjú utazás. Ennek keretében zarándoklatok, vallási eseményeken való részvétel, illetve a vallási turizmus helyszíneinek felkeresése szerepel, utóbbi történhet nem kifejezetten vallási, hanem kulturális indíttatásból is. A vallási turizmus helyszínei Magyarországon főként a belföldi érdeklődőket vonzzák, ugyanakkor az épített örökség részeként számon tartott neves templomok, egyházi helyszínek (pl. a Szent István Bazilika, a Mátyás-templom, az esztergomi bazilika, a Dohány utcai Zsinagóga, püspöki székhelyek, egyházmegyei gyűjtemények, könyvtárak) a külföldi városlátogatók programjának is fontos elemei. A kifejezetten vallási motivációjú utazások főbb célpontjai a magyarországi kegyhelyek és zarándokhelyek (pl. Mária-pócs, Mátraverebély-Szentkút), melyek alapja a Mária-tiszteleten nyugvó búcsújárás. Szintén ehhez kapcsolódik a jelenleg kialakítás alatt álló zarándokútvonal, a Mária-út, amely az ausztriai Mariazelltől, magyarországi helyszíneket érintve az erdélyi Csíksomlyóig tart. Emellett épül a Via Margaritanum, az ún. Gyöngyök útja, mely a Szent Margit-hoz kapcsolódó emlékhelyeket kapcsolja össze: ehhez kapcsolódhat a későbbiekben a Margit-szigeti romok további feltárása, látogatóközpont építése, kulturális programhelyszín kialakítása, többek között szabadtéri misztériumjátékok, koncertek céljára.

Az egyházak kezelésében lévő helyszínek közül kiemeljük továbbá a hazai kolostorépületeket, melyek hasznosításában szintén rendkívüli lehetőség rejlik. A templomi múkincsek felkutatása, restaurálása és bemutatása is nagy érdeklődésre tarthat számot: nemrégiben pl. egy itáliai reneszánsz festmény került elő a budai ferenceseknél. Érdeemes emellett a székesegyházi levél- és kottatárak (Kalocsa, Pécs, Esztergom, Szombathely) feltárására is energiát és forrásokat áldozni, tekintve, hogy közöttük ismert és elfeledett zeneszerzők neves alkotásai találhatóak a barokk korszaktól egészen a XX. század elejéig.

A kegyhelyekkel kapcsolatban fontos kiemelni, hogy látogatóik és a zarándoklatokon résztvevők elsődleges célja a lelki megújulás. Ezt a turizmusnak tiszteletben kell tartani, ezért úgy kell kialakítani az egyházi helyszínek turisztikai programjait, hogy a látogatók eme igénye ne szenvedjen kárt. A hitéleti motiváció Magyarországon most éled újjá, tekintve, hogy a kommunizmus negyven éve alatt jelentősen meggyengítették a korábban erős hagyományokat: a zarándoklatokon, búcsúkon való részvétel sokkal gyakoribb, a vallási célú utazás szinte a hétköznapiak része volt. A jelenlegi kedvező folyamat a vallási turizmus

szempontjából is igen fontos. A fejlesztések irányait a magyar szentekhez kapcsolódó helyszínek vonatkozásában is érdemes megvizsgálni.

A vallási motivációjú utazások esetében is kiemelt tényező a kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése, így pl. az egyházi tulajdonban, kezelésben lévő létesítmények szálláshelyként történő hasznosítása. A vallási helyszíneken a szállás biztosítása mellett megfelelő tájékoztatásra (többnyelvű információs táblákra, kiadványokra, honlapokra), képzett vezetőkre, és koordinált programokra van szükség. Az egyházakkal kapcsolatos évfordulók, jeles események szintén jó lehetőséget adnak a kulturális turizmus számára, ezek szervezése azonban alapos előkészítést és tervezést igényel (Németországban pl. már most készülnek 2017-re, a reformáció évére, melynek dokumentumai már az ország turisztikai portálján is megjelentek).

◇ *Kortárs kultúra*

A kortárs művészetek a programkínálatban és az imázs építésben is fontos szerepet játszhatnak: többek között az irodalom, a filmművészet jelentősen befolyásolhatja az adott desztinációk ismertségét és a róluk alkotott képet. Pl. az olasz²⁵ vagy a cseh²⁶ filmek hatása mérhető módon jelenik meg a turizmus forgalmában. A média szerepe szintén nagyon erős, különösen a televízióknak kellene felvállalniuk a kultúra közvetítését (jó példa erre a Duna Televízió, amely olyan eseményeket közvetít élőben, mint a Csíksomlyói búcsú, vagy a füredi Anna-bál; illetve a Magyar Televízió és a Hír Televízió, ahol több kulturális témájú műsor készül, melyek a helyszínek iránti érdeklődés felkeltéséhez is hozzájárulnak). Napjainkban már több nagyrendezvény is a kortárs művészetekre épül, pl. a Budapesti Őszi Fesztivál keretei között a kortárs kultúra domináns. Kifejezetten ezt a művészeti irányzatot mutatja be a Trafó – Kortárs Művészetek Háza, ahol a színes előadások mellett szakmai programokat, nemzetközi konferenciákat is szerveznek. A zenei élet területéről a nemzetközi viszonylatban is egyedülálló Bartók Béla Nemzetközi Kórusversenyt emeljük ki.

Az ország több városa jelentős modern kori művészeti gyűjteménnyel rendelkezik, amelyek jelenleg egymástól elszigetelten, gyakran nem a megfelelő helyszínen kerültek kiállításra. A fenti értékes gyűjtemények elhelyezése méltó módon, egy helyen, emblematikus épületben európai hírű lehet. Számos olyan európai várost ismerünk (pl. Graz, Bilbao), ahol egy-egy ilyen kiállítóhely nemzetközi érdeklődésre tart számot és látogatók ezreit vonzza. Ezek a fejlesztések akár az egykori ipartelepek elhagyott épületeinek hasznosításával is összekapcsolhatóak. A kortárs – főként képzőművészeti – alkotások színvonalas és vonzó bemutatása szintén meghatározza egy adott helyszín hangulatát, így turisztikai vonzerejét is. A helyi, fiatal művészek (akár amatőrök) számára több bemutatkozási lehetőséget szükséges biztosítani.

◇ *Kreatív kultúra (divat, design)*

²⁵ Az olasz filmek hatása a turisztikai desztináció kiválasztására, Irimiás Anna, Turizmus Bulletin 2009/2




















































²⁶ Csehország és Magyarország részletes összehasonlítását ld. a 4.2 fejezetben

A kultúra fogalmának kiszélesedésével ma már több új terület jelenik meg a kulturális turizmusban is. A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy – főként a városlátogatások esetében – az ún. kreatív iparágak egyre népszerűbbek, főként a fiatal korosztály körében. Hazánkban elsősorban Budapesten jellemző a más európai nagyvárosokhoz (mint Berlin, London) igazodó, „trendi” irány követése. Ilyen pl. a Cinetrip elnevezésű rendezvény, ami különösen a külföldiek körében ismert és kedvelt, melynek során egy tradicionális fővárosi gyógyfürdőben modern technikai megoldásokkal szórakoztató programot szerveznek. A rendezvény az ősztől tavaszig tartó (tehát turisztikai főszezonon kívüli) hónapokban kerül megszervezésre. A program iránt érdeklődők egyéb fővárosi kreatív attrakciók, mint pl. a romkocsmák megismerése irányában is nyitottak. Szintén nemrégiben, 2008-ban indult a budapesti Placc Fesztivál, melynek keretében színészek, zenészek, képző- és iparművészek, építészhallgatók a városlakókkal közösen újratervezik a fővárosi helyszíneket. A programhoz kapcsolódóan több egyéb kezdeményezés is elindult, amelyek hasonló célokat kívánnak elérni, így pl. a VIII. kerületi garázsajtókat művészeti alkotásokkal díszítik. A Design Hét elnevezésű program szintén az őszi időszakban kerül megrendezésre. A kreatív kultúrához kapcsolódóan említjük meg a fővárosi városnézések néhány újszerű, alternatív formáját, melyek keretében az érdeklődők nem a hagyományos helyszíneket ismerhetik meg, hanem pl. a Józsefváros életét, vagy a budapesti kerteket. A kreativitással összefüggésben szükséges kiemelni az ún. „magyar elsőket”, azaz a világhírű feltalálókat, felfedezőket, akik találmányai ma már a mindennapi élet részei, mint pl. a golyóstoll, a számítógép, a televízió, a T-modell, a helikopter, stb. Szintén nagyon érdekesek a világ filmgyártásának magyar gyökerei (Korda család, Bíró Lajos, G. Czukor, Rózsa Miklós, Lugosi Béla), melyek eddig nem kerültek Magyarországon bemutatásra együttes keretek között. A magyar vonatkozású találmányok kultuszának megteremtéséhez egy közös bemutatóhely, vagy az adott személyhez kapcsolódó emlékhely, interaktív bemutató is hozzájárulhat.

◇ *Klasszifikáció*

A Helyzetelemzés fenti eredményeinek alapján az egyes kínálati elemek értékelését egy klasszifikációs mátrixban foglaljuk össze, melyben a nemzetközi versenyképesség, az identitásban betöltött szerep, a nemzetközi és hazai ismertség, a fenntarthatóság és a stratégiai fejleszthetőség szempontjait vizsgáljuk, valamint az egyes potenciális célcsoportokat is jelöljük.

Klasszifikációs mátrix

Klasszifikációs szempont Kulturális-turisztikai termék	Potenciális versenyképesség mértéke a nemzetközi piacon	Nemzeti identításban betöltött szerep	Nemzetközi ismertség foka	Hazai ismertség foka	Fenntarthatóság mértéke	Stratégiai fejlesztéshetőség mértéke	Keresleti szegmentáció
Épített örökség							     
Világörökségi helyszínek							     
Nemzeti, történelmi emlékhelyek							     
Szellemi örökségen alapuló vonzerők							     
Tematikus útvonalak							     
Hagyományok							     
Rendezvények, fesztiválok							   
Vallási turizmus							    
Kortárs kultúra							  
Kreatív kultúra							  

5. ábra: A kulturális turizmus elemeinek klasszifikációs mátrixa

Szerkesztette: A Budai és Barta Kft.

Szinkódok magyarázata: alacsony, közepes, magas

Ikonok: egyéni vendég , csoport , család , ifjúsági , szenior , szakmai érdeklődő 

◇ *Megvalósulás alatt álló fejlesztések*

A kínálat elemzéséhez szorosan kapcsolódik a megvalósítás alatt álló, illetve a kulturális turizmust érintő tervezett fejlesztések bemutatása is. Az európai uniós pályázati támogatások az elmúlt években és jelenleg is országsszerte több olyan fejlesztést tesznek lehetővé, ami a kulturális turizmus területén fontos változásokat hozhat, újabb attrakciókat generál.

Kiemelt projektek	
Projekt megnevezése	Támogatási összeg
Hit és Egészség - Máriapócs és Nyírbátor összefogása a vallási turizmus fejlesztéséért	2 377 301 576 Ft
A tiszadobi Andrassy-kastély és kapcsolódó területeinek kulturális és turisztikai hasznosítása	1 738 019 044 Ft
Kastélysziget Kulturális-Turisztikai Központ- az edelényi L'Huillier-Coburg-kastély vonzerejének fejlesztése	1 853 983 103 Ft
A tokaji "Fesztiválatlan" kialakítása	1 716 347 965 Ft
Balaton-part ékköve: a reformkori városközpont felvirágoztatása Balatonfüreden II. projekt	1 500 000 000 Ft
Esztergomi Bazilika környezetében levő pincerendszer megóvása és idegenforgalmi hasznosítása (Prímás pince)	772 736 000 Ft
Királyi séta - Történelmi időutazás az ezeréves Székesfehérváron	1 825 706 818 Ft
Kolostorok és kertek a Veszprémi Vár tövében	859 806 234 Ft
Szépművészeti Múzeum térszint alatti bővítése - látogató és turisztikai központ létrehozása	2 787 211 883 Ft
Skanzen Örökség Program (SÖP)	2 000 000 000 Ft
A Gödöllői Királyi Kastély komplex újjáépítése	1 475 192 363 Ft
Szombathelyi Történelmi-régészeti városrész kialakítása II. ütem - Az Iseum rekonstrukciója	1 354 912 101 Ft
A Pannonhalmi Főapátság turisztikai vonzerő fejlesztési programja: II., III. és IV. ütem	1 272 646 000 Ft
Eszterháza Közép-Európai Kulturális Központ, I. projektlem	1 447 715 797 Ft
Összesen	22 981 578 884 Ft

1. táblázat: Kiemelt projektek a kulturális turizmus területén 2009-2010

Forrás: NFÜ, ÖM

A vidéki helyszínek közül kiemelendő a bikali Reneszánsz Élmenybirtok, melyet várhatóan 2010-ben adnak át. Kastélyrekonstrukció több helyszínen zajlik az országban, a Műemlékek Nemzeti Gondnoksága koordinálásában, pl. Tiszadob, Edelény, Eszterháza, Ozora, Fehérvárcsurgó településeken. Kőszegen felújítják a Jurisics várat, és több turisztikai funkcióval bővítik: látogatóbarát terek kialakítása, interaktív kiállítások, szabadtéri színpad kerülnek kialakításra. Várak turisztikai fejlesztése kezdődik továbbá Sirokon, Boldogkőn, Sümegen. Esztergomban több jelentős fejlesztés zajlik a kulturális turizmushoz kapcsolódóan, többek között a Prímás Pince Turisztikai és Borkulturális Központ kialakítása, mely várhatóan 2010-ben kezdi meg működését. Emellett országsszerte számos kulturális tematikus útvonal kialakítását tervezik: a Jászságban, a Hortobágyon, Pákozd térségében. A Pécs EKF2010

programhoz kapcsolódóan több jelentős beruházás zajlik, összesen mintegy 35 Mrd Ft értékben.

A fővárosi kiemelt projektek között a kulturális turizmus szempontjából igen nagy jelentőségű a Szépművészeti Múzeum fejlesztése, látogató- és turisztikai központ létrehozása, illetve a Közraktárak helyén épülő kulturális központ, a CET kialakítása. A Budai vár hasonló fejlesztése a kiemelt projektek közül visszavonásra került, noha az egyik leglátogatottabb budapesti attrakció területén is szükséges lenne egy látogatóközpont kialakítása.

A fenti, pályázati támogatásokból megvalósuló fejlesztések mellett számos tervezett projekt is ismert, mint pl. Budapesten a Duna-part fejlesztése, Újbudán kortárs művészeti negyed kialakítása (Bartók Program), vagy az Aquincumi Múzeum látogatóbarát fejlesztése (Pannónia Provincia Program). A kormány határozata szerint jövőre megkezdődik az Erkel Színház helyén egy új, modern, Budapesthez és a magyar zeneművészet színvonalához méltó színház építése, amely várhatóan 2013-ra készül el. Felújítás és fejlesztés alatt áll a Pesti Vigadó, ami 2011-től fogadja a látogatókat, az előzetes tervek szerint színvonalas rendezvényhelyszíneként, saját catering szolgáltatással, akár garantált programok gazdjaként is.

Fontos a tervezett fejlesztések összehangolása, a projektek megfelelő előkészítése a pályázati támogatások hatékony igénybeviteléhez. A vidéki helyszínek esetében szintén átfogó, stratégiai tervezés szükséges a fejlesztésekhez, melyek keretében komplexitásra kell törekedni a fenntarthatóság érdekében.

3. A kulturális turizmus kapcsolati rendszere

3.1 A kulturális turizmus kapcsolatrendszere

A kulturális turizmus kapcsolatrendszere szerteágazó, jellegéből adódóan különböző területekkel áll kapcsolatban. Az alábbiakban a két terület egymáshoz való kötődését, illetve a kulturális turizmus egyéb kínálati elemekhez történő kapcsolódási pontjait tekintjük át.

◇ A kultúra és turizmus kapcsolata

A kultúra és a turizmus szoros kapcsolatban áll egymással, azt mondhatjuk, szinte nem létezik egyik a másik nélkül. A turizmus oldaláról a kultúra értékei a kínálat elemeként jelennek meg, tehát a kultúra vonzerőt jelent a turizmus számára. A kultúra a turizmusban lehet alapmotiváció, vagy választást befolyásoló tényező, illetve az általános kép, imázs alakításában is jelentős szerepe van. Ugyanakkor a turizmus bevételeket hoz a kultúra számára. A kapcsolatrendszer a két terület között igen bonyolult, hiszen kölcsönösen hatnak egymásra, de azt is ki kell emelnünk, hogy együttesen hatnak az általános imázsra.

Kapcsolatuknak köszönhetően a rájuk épülő szervezetek egyre inkább összekapcsolódnak: pl. a kulturális fesztiválokhoz szálláslehetőséget is kínálnak, illetve a szállodák vendégeik részére kulturális műsorokat szerveznek.

Magyarországon az elmúlt években intézményesült a két ágazat kapcsolata. Több közös nagy projekt valósult meg: közöttük a Budapesti Tavaszi Fesztivál tekint vissza a legnagyobb múltra, de emellett több éve sikeresen zajlik a látogatóbarát múzeumok programja, a Kultúra Magyar Városa pályázat, vagy a turisztikai jelentőségű nagyrendezvények, fesztiválok közös támogatása. Hasonló együttműködés eredménye a Magyar Turizmus Zrt. által koordinált tematikus évek (Kulturális turizmus, illetve a Fesztiválok éve) programja. A szakmai egyeztetés folyamatos az illetékes minisztériumok között. A szaktárcák közös finanszírozású pályázatai először a Széchenyi-tervben²⁷ jelentek meg. A magyar kultúra külföldi megjelenése szintén közös program keretében valósul meg²⁸. A kultúra és turizmus szempontrendszer, illetve fejlesztési prioritásai közösen szerepelnek az ÚMFT programjaiban, döntően a regionális operatív programok támogatásai között. Általános igény mutatkozik egymás szakterületeinek megismerésére, erre főként a kulturális turisztikai konferenciák, kiadványok, képzések keretében nyílik lehetőség. Nem utolsósorban a Kulturális turisztikai stratégia elkészítése is a két szakterület erős kapcsolódását mutatja.

◇ *Kapcsolódás a turizmus egyéb kínálati szegmenseihez*

A kulturális turizmus önmagában is megjelenik vonzerőként, ugyanakkor az utazási motiváció egyik fő eleme szintén az adott helyszín kulturális adottsága. Önálló vonzerőként leginkább a városlátogatások alapmotívuma, a világörökségi helyszínek vonatkozásában, illetve egyéb, különleges helyszínek, rendezvények felkeresésében, meglátogatásában jelenik meg. A kulturális turizmus – rendkívül széles kínálati spektrumának köszönhetően – emellett egyéb turisztikai termékek kiegészítőjeként is szerepel. A kulturális programok, események, bemutatóhelyek, akár az egészségturizmus, az aktív turizmus ágai, vagy a MICE szektor számára is rendkívül jó lehetőségeket kínálnak. A turisztikai trendek azt mutatják, hogy az utazók igényei jelentősen átalakultak: minél rövidebb idő alatt minél több élményre vágynak, a kereslet ezért egyre inkább a komplex termékajánlatok irányába tolódik el. Azok a desztinációk, amelyek szélesebb programkínálattal rendelkeznek, versenyképesebbek a piacon.

3.2 A kulturális turizmus környezete

◇ *Politikai, jogi környezet*

A kulturális turizmus számára a politikai, jogi környezet a működési háttérrel biztosítja. A jogi szabályozás nagymértékben segítheti, illetve hátráltathatja a kulturális szektor fejlődését. Politikai szempontból a szakterület egy kormányzatoktól független, hosszú távú stratégiát

²⁷ Közös GM-NKÖM pályázatok 2001. évtől

²⁸ Ezek közül az első a franciaországi Magyar Kulturális Évad, MAGYart volt 2001-ben

igényel. A turizmus politikai helyzetének javítása érdekében az lenne a jó, ha helye a magyar államigazgatási rendszerben stabillá válna. Az ágazat rövid idő alatt több minisztérium alá tartozott, ez a szakmai munka szempontjából nem kedvező. Az utóbbi évek több jogszabályi változása gazdaságilag hátrányosan érintette az ágazatot (pl. az áfa törvény módosítása – a szálláshelyek kedvezményes kulcs alá sorolása ellenére), illetve több olyan változás lép életbe 2010-ben, ami szintén káros hatású a szakterület szempontjából (az idegenforgalmi adó központi támogatásának csökkentése, vagy az üdülési csekk²⁹, kultúrautalvány megadóztatása). A turisztikai források felhasználása a jelenlegi jogi szabályozás³⁰ szerint nem teszi lehetővé az előfinanszírozást, ami több esetben a projektek megvalósítását hátráltatja. A turizmus gazdasági, társadalmi jelentőségét ugyanakkor minden magyar politikai erő elismeri és az ágazat fejlesztését elviekben támogatja is.

Magyarországon a kultúra- és turizmusirányítás együttműködése jónak mondható, de jelenleg nincsenek meg az együttműködés jogi garanciái és hiányoznak a közösen működtetett intézmények, noha párhuzamos intézményi struktúra létezik. A közös finanszírozás csak eseti jellegű, nincsenek közös pénzügyi alapok, amelyek a tervezhetőséget biztosítanák. Továbbá hiányzik a két terület által kölcsönösen elfogadott hosszú távú együttműködési terv, ami szintén a kiszámíthatósághoz járulna hozzá.

◇ *Gazdasági környezet*

A gazdasági környezet mind a kereslet alakulását, mind a kínálat fejlesztését befolyásolja. A gazdasági válság utazási szokásokra gyakorolt hatásait az EU kutatás³¹ keretében vizsgálta 2009 első felében. A kutatási eredmények azt mutatják, hogy a szűkülő gazdasági lehetőségek miatt az utazók a főutazásra igyekeznek forrást biztosítani és a második, harmadik utazásokról lemondanak. Tekintve, hogy a főutazások motivációja alapvetően a rekreáció, pihenés, és a második, harmadik utazások inkább kulturális indíttatásúak, ez a terület jelenleg hátrányba került.

A finanszírozás vonatkozásában megállapítható, hogy az állami szféra szerepvállalása kiemelt jelentőségű, tekintettel a fenntarthatóság biztosítására, azonban az állami források szűkülése egyre nagyobb problémát jelent. Az állami közreműködés leginkább azon örökségek esetében magasabb, melyekhez nemzeti érdek fűződik. Az európai uniós, illetve egyéb nemzetközi pályázati lehetőségek a fejlesztések területén segítséget jelentenek, de a létesítmények működtetése, fenntartása tekintetében nem vehetőek igénybe. Az önkormányzati szféra Magyarországon jelentős áldozatokat vállal fenntartóként a kulturális intézmények működtetésében. Noha világszerte sok múzeum, kulturális központ, galéria van magánkézben, hazánkban nagyon ritka a magánkézben működő kulturális attrakció. A kulturális turizmus, örökségvédelem területén a civil kezdeményezések és a nonprofit szektor szerepe nálunk még kevésbé jelentős, de erősödésük figyelhető meg, különösen Nyugat-Európában.

²⁹ Az üdülési csekk felhasználási területével kapcsolatban megjegyezzük, hogy az az indokoltnál jobban kibővített.

³⁰ A vonatkozó jogszabályok listája a 3. mellékletben található.

³¹ A gazdasági válság hatásai. Turizmus Bulletin 2009/2

Franciaországban például a védett épített örökség mintegy fele magánkézben, 43%-a közösségi tulajdonban van és csupán 4%-ot tesz ki az állami tulajdon³².

Hazánkban jelenleg magas az állami forrásigény, ugyanakkor a pályázati támogatások felhasználása növelhető lenne, és a magánszféra, a nonprofit és a civil szféra részvétele még igen alacsony mértékű a kulturális örökségek fenntartásában és fejlesztésében. Minden ponton elmozdulásra, az együttműködések ösztönzésére lenne szükség.

	Nyugat-európai gyakorlat	Jelenlegi magyarországi helyzet	Elérni kívánt, ideális állapot
Állami források igénybevétele	—	+	↓
EU támogatás felhasználása	+	+	↑
Önkormányzati hozzájárulás	—	+	↓
Magánszféra közreműködése	+	—	↑
Nonprofit szféra szerepe	+	+	↑
Civil szféra közreműködése	+	—	↑
Együttműködések	+	—	↑

2. táblázat: A gazdasági szereplők megjelenése a kulturális turizmusbán

Szerkesztette a Budai és Barta Kft. 2009

◇ Társadalmi környezet

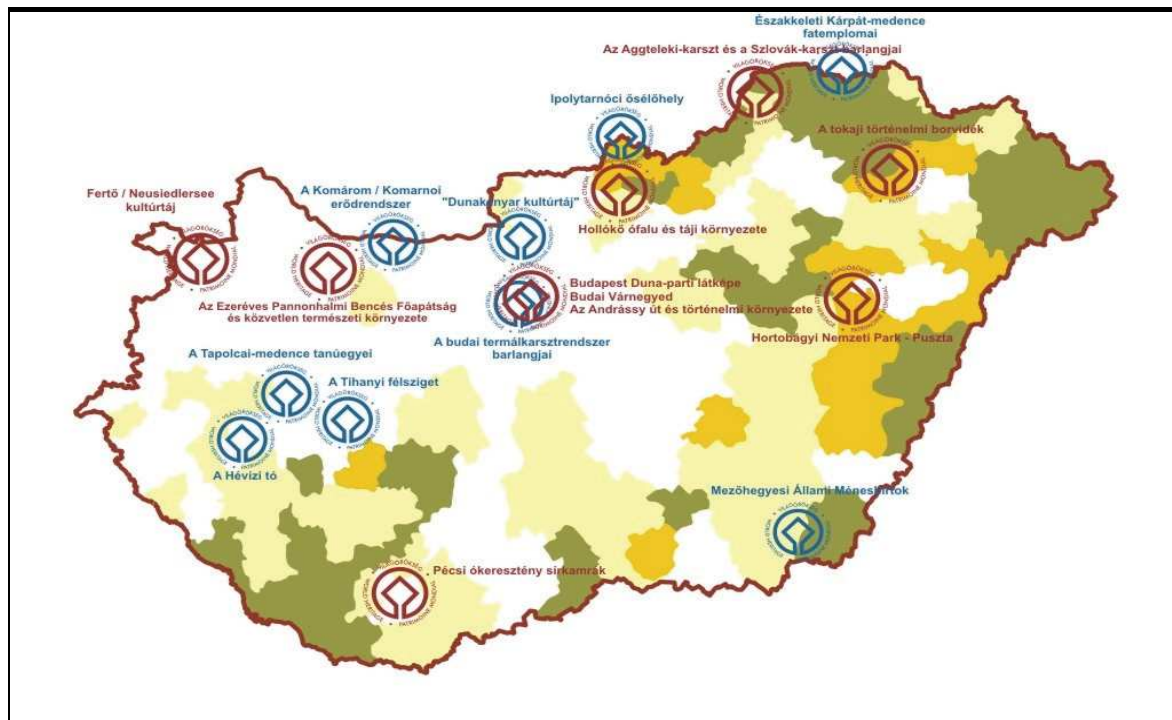
A turizmus jelentősége nem csupán a gazdaság vonatkozásában mutatható ki, hanem a társadalom területén is. A társadalom főbb jellemzői, mint pl. az iskolázottság szintje, jelentősen befolyásolják a turisztikai keresletet. Szintén meghatározó tényező a vendégek és a szolgáltatók általános szemléletmódja. A társadalmi környezettel kapcsolatban megemlítjük az életminőség kérdését is, hiszen meghatározó tényező a turizmus alakulásában.

Magyarország számos térségében nincs más lehetőség a gazdasági-társadalmi fejlődésre, csupán a turizmus. A stratégiai tervezés során áttekintettük hazánk hátrányos helyzetű kistérségeit, illetve a kulturális turizmus potenciális fejlesztési helyszíneit, amit az alábbi térképeken³³ szemléltetünk.

Jól látható, hogy a legtöbb hátrányos helyzetű térségben, vagy annak közvetlen közelében található olyan vonzerő, melynek fejlesztése a helyi gazdaságban és társadalomban is pozitív folyamatokat indíthat el. Így például a tokaji, a pécsi, a hortobágyi világörökségi helyszínek, vagy a Felső-magyarországi várak, fatemplomok, kastélyok turisztikai hasznosítása, stratégiai fejlesztése a helyi közösségek megőrzése, a munkahelyteremtés, és az identitásképző szerep miatt is kiemelkedő jelentőségű.

³² A kulturális örökségek turisztikai menedzselésének kérdései, Dr. Husz Mária, Turizmus Bulletin 2007/3

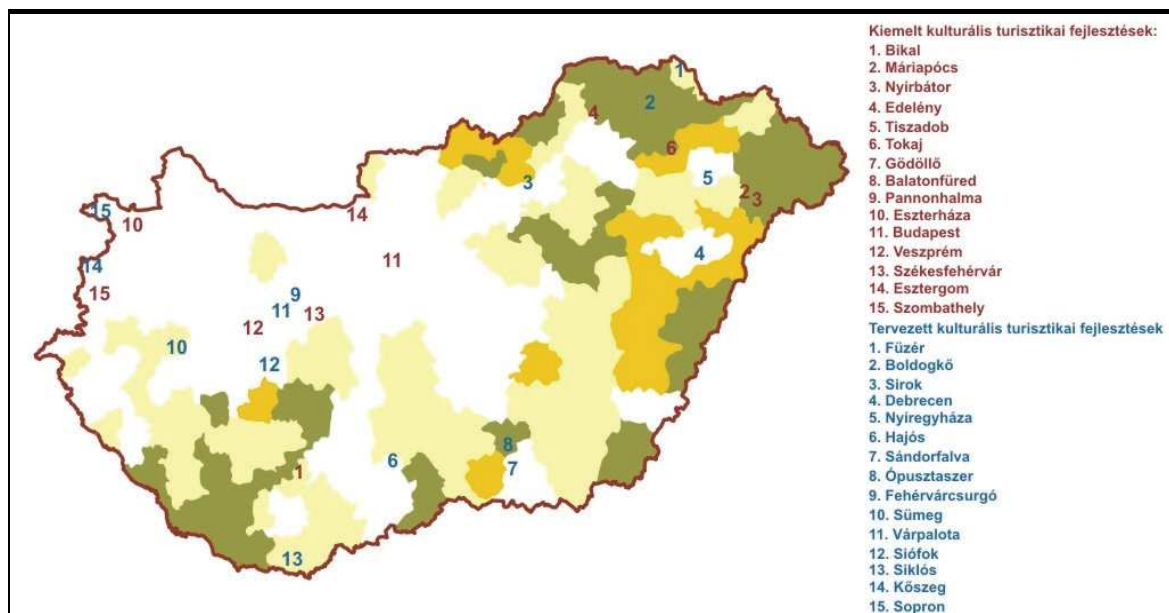
³³ A térképen zöld és sárga árnyalatokkal jelöljük a hátrányos helyzetű kistérségeket, besorolásuk szerint.



1. térkép: Magyarországi világörökségi helyszínek³⁴

Adatok forrása: www.vilagorokseg.hu, szerkesztette a Budai és Barta Kft.

A jelenlegi és várományos világörökségi helyszínek mellett külön térképen szemléltetjük a tervezett, pályázati támogatásból megvalósuló kulturális fejlesztéseket és a kiemelt projekteket.



2. térkép: Tervezett kulturális turisztikai fejlesztések

A Budai és Barta Kft. saját szerkesztése

³⁴ Bordó színnel a jelenlegi világörökségeket, kézzel a várományosokat jelöljük, utóbbiak között szerepel még a tájház hálózat és Lechner Ödön építésze, ami a kulturális turizmus szempontjából fontos, de a térképen történő jelölése nehézkes. Megjegyezzük, hogy a Mohácsi busójárás 2009 szeptemberében szintén felkerült a listára.

A térképeken alkalmazott színek magyarázata:

hátrányos helyzetű kistérség,

leghátrányosabb helyzetű kistérség,

leghátrányosabb helyzetű, felzárkóztatási program lehetőségével bíró kistérség

◇ *A kulturális turizmus szervezeti rendszere*

Jelenleg mind a turizmus, mind azon belül a kulturális turizmus szervezeti rendszere is rendkívül bonyolult. Sok a párhuzamos intézményrendszer, a feladatok nem kerülnek világosan meghatározásra. A terület szerteágazó jellege miatt érthető ugyan a sok szereplő, ugyanakkor azt is ki kell emelnünk, hogy nem ez az elsődleges probléma, hanem inkább az, hogy a feladatok elhatárolása nem egyértelmű, sok az átfedés, és a rendelkezésre álló kapacitások nem a megfelelő mértékben kerülnek kihasználásra.

Kormányzati szinten több tárca érintett a kulturális turizmus koordinálásában és fejlesztésében. Első helyen az Önkormányzati Minisztérium (Turisztikai Szakállamtitkárság) és az Oktatási és Kulturális Minisztérium (Kulturális Szakállamtitkárság, és azon belül négy különböző főosztály, valamint két titkárság), továbbá a fejlesztések vonatkozásában a Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium (Nemzeti Fejlesztési Ügynökség, és a regionális fejlesztési tanácsok), a külföldi magyar képviseletek kapcsán a Külügyminisztérium. Az oktatási tárca felügyelete alá tartozó több intézmény végez kulturális turizmussal kapcsolatos feladatokat (köztük a Nemzeti Kulturális Alap Igazgatósága, a Balassi Intézet, a Műemlékek Nemzeti Gondnoksága, a Kulturális Örökségvédelmi Hivatal, illetve a tárca egyéb gazdálkodó szervezetei, közalapítványai). Az Önkormányzati Minisztériumhoz tartozik a miniszter tanácsadó testületként működő Nemzeti Turisztikai Bizottság (és a regionális idegenforgalmi bizottságok), a Magyar Turizmus Zrt., illetve annak külképviseletei és regionális marketing igazgatóságai.

A kulturális örökség tulajdonosi viszonyaiból adódóan a szervezeti rendszerben szerepel a Magyar Nemzeti Vagyongazdálkodó Zrt., a magyarországi egyházak, valamint a megyei és a települési önkormányzatok. Az utóbbiak tartják fenn a Tourinform irodákat és az alakuló TDM rendszerben is nagy szerepük van. Emellett természetesen a magán- és a civil szféra is érintett, továbbá a szakmai szervezetek is működnek. Jól látható, hogy a jelenlegi szervezeti rendszer párhuzamos struktúrákat alkalmaz, így jelentős átalakításra és ésszerűsítésre szorul.

Az alábbi ábra segítségével kívánjuk szemléltetni a kulturális turizmus területén működő, tevékenykedő szervezeteket és intézményeket.

A szervezeti ábrán használt színekkel a következőket jelöljük:

Állami szervezetek

Külföldön működő szervezetek

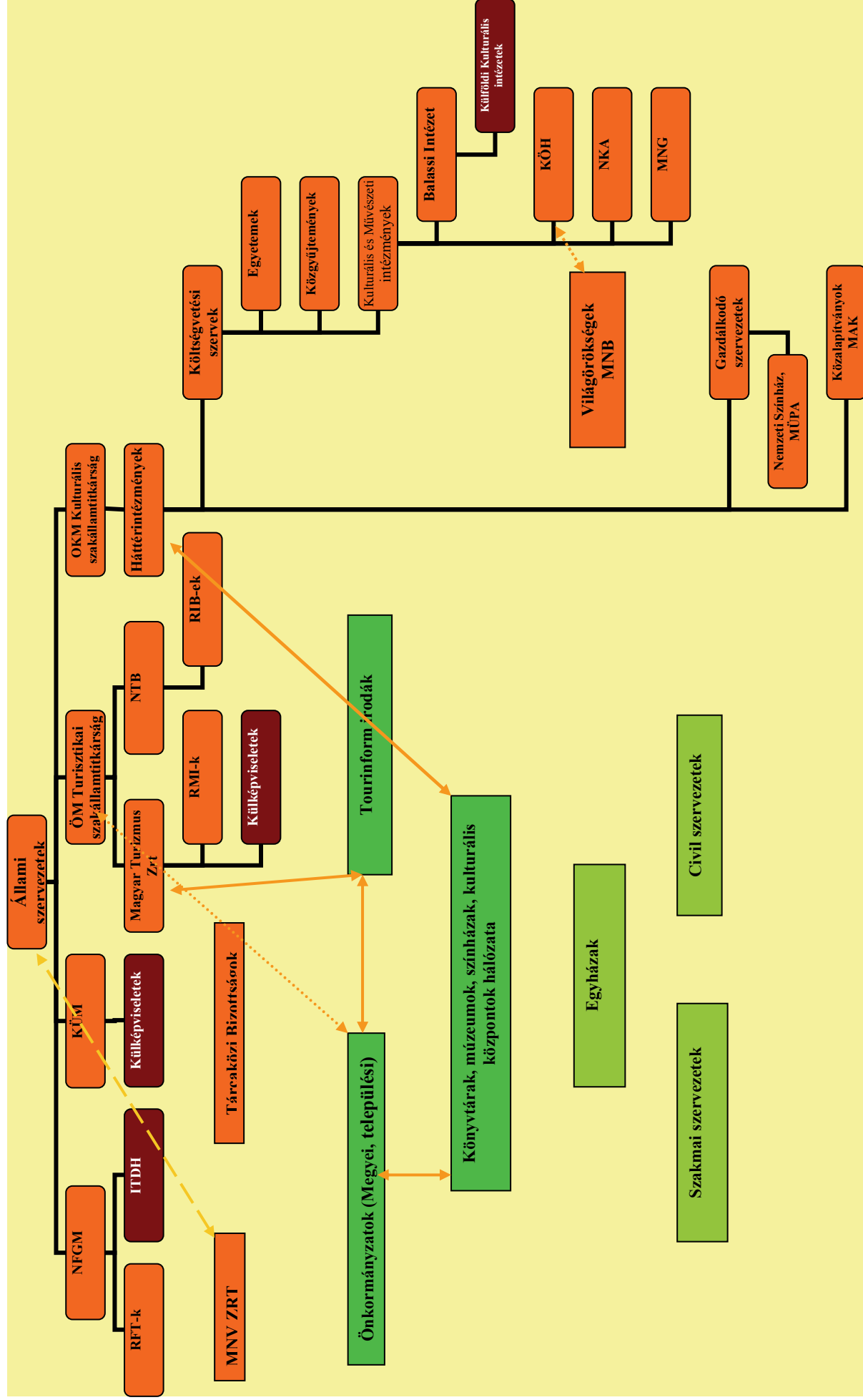
Állami szervekhez kötődő országos hálózatok

Nonprofit és civil szféra

Rövidítések:

NFGM= Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium, KÜM=Külügyminisztérium, ÖM=Önkormányzati Minisztérium, OKM=Oktatási és Kulturális Minisztérium, RFT=Regionális fejlesztési tanács, NTB=Nemzeti Turisztikai Bizottság, MNV=Magyar Nemzeti Vagyonkezelő, RMI=Regionális marketing igazgatóság, RIB=Regionális idegenforgalmi bizottság, KÖH=Kulturális Örökségvédelmi Hivatal, NKA=Nemzeti Kulturális Alap, MNG=Műemlékek Nemzeti Gondnoksága, MNB=Magyar Nemzeti Bizottsága, MŰPA=Művészetek Palotája, MAK=Magyar Alkotóművészek Közalapítvány

A kulturális turizmus szervezeti rendszere



◇ *A kulturális turizmus környezetének változása*

A kulturális turizmus gazdasági, társadalmi, politikai és technológiai környezetének változása jelentősen befolyásolhatja a stratégia megvalósulását, ezért ezeket a tényezőket részletesen vizsgáljuk, STEP elemzés segítségével. A STEP elemzés során megvizsgáljuk, hogy milyen folyamatok érvényesülnek a környezetünkben, és ezek a társadalmi folyamatok hogyan hatnak a stratégiára. A STEP elemzés akkor jó, ha a célközösségünkben zajló valódi folyamatokat tárja fel, hiszen ha ezekre alapozzuk a stratégiánkat, akkor fogunk a valódi igényekre reagálni.

Sociological - társadalmi környezet	Technological – technológiai környezet³⁵
<p>A kulturális turizmus esetében az egyik legfontosabb tényező, melynek ismerete és a változások folyamatos követése elengedhetetlen a sikeres működéshez. Kulcselemei: a demográfiai hatások és a kulturális hatások.</p> <p>Az elmúlt évtizedekben felgyorsult a népesség öregedési folyamata. Magyarországon a 15–64 évesek 57,3%-a minősült 2006-ban foglalkoztatottnak. 2006-ban az érettségizetteknek másfélszer, a diplomásoknak majdnem háromszor akkora volt a havi bruttó átlagkeresete, mint a csak általános iskolát végzetteknek. Legaktívabb kultúrafogyasztók a felsőfokú végzettségűek és a tanulók. Az utóbbi években a kultúrafogyasztás legerősebben a 30-39 éves illetve a 60-70 éves korosztály körében nőtt meg.</p>	<p>A technológia rohamos változása napról napra új kihívásokat állít a felhasználók felé. Ezek a kihívások egyaránt jelentenek lehetőséget és veszélyt a kulturális turizmusra. A szolgáltatások fejlesztésének követnie kell a technológia változását, másrészt a technológia maga is a kultúra részévé válik, és új megjelenési és alkotási módokat generál.</p> <p>A kulturális turizmust befolyásoló tényezőket vizsgálva a technológiai környezetbe érthetjük a turisztikai trendek változását, mint: több, rövidebb utazás, komplex szolgáltatások iránti növekvő igény, utazási döntések időpontjának kitolódása, közelebbi helyszínek, alacsonyabb útiköltséggel járó desztinációk választása.</p>
Economical- gazdasági környezet	Political- politikai környezet
<p>A pénzügyi összeomlás és a gazdaság világméretű lejtmenete megnehezítette turizmus helyzetét is. A szakmai elemzések azt mutatják, hogy a válság rövid- és középtávon egyaránt visszaveti a fogyasztást. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy a turizmus - egyes vélekedések szerint - más ágazatokkal összehasonlítva jobban ellenáll a negatív folyamatoknak, aminek hátterében az áll, hogy mára az utazások a mindennapi élet részévé váltak. A gazdasági válság a magyar gazdaságot igen negatívan érintette, a fogyasztás visszafogása, a lakosságnak az ország és a saját gazdasági helyzetére vonatkozó – romló – várakozásai a belföldi turizmusra azonnali hatást gyakorol. A magyar GDP 8,5%-át kitevő turizmus esetében a válság a hivatásturisztikai és a magáncélú utazásokat egyaránt befolyásolja.</p>	<p>Kulturális jelenlétünk a világban lényegesen számottevőbb, mint gazdasági erőnk vagy számarányunk. Ez olyan adottság, amely befolyásolja a hazánkról kialakított képet.</p> <p>Magyarország tagja az Európai Uniónak, ezáltal jelentősen átalakultak az állami döntéshozatal és a nemzeti érdekérvényesítés keretei is. A kultúrával összefüggő állami feladatok azonban továbbra is nemzeti hatáskörben maradtak, a tagállamok önállóan alakíthatják kulturális politikájukat, nemzetközi kulturális tevékenységüket. Az uniós tagság ugyanakkor jelentősen megkönnyíti a magyar kulturális javak piacra jutását. A rendelkezésre álló megpályázható támogatási összegek nem a magyar államtól, hanem az EU-tól származnak. A kulturális tevékenység támogatása a regionális operatív programokban szerepel.</p>

³⁵ Technológiai környezet alatt jelen esetben a turizmus szakterület jellemzőit értjük.

6. ábra: A kulturális turizmus környezetének STEP elemzése
Szerkesztette a Budai és Barta Kft.

3.3 Kapcsolódási pontok fejlesztési stratégiákhoz

◇ *Kapcsolódás a Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiához*

A kulturális turizmus fejlesztési stratégia a Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia (NTS) alapján készült, annak definícióit, főbb megállapításait és kijelölt prioritásait tekintve irányadónak. Az NTS turisztikai termékfejlesztés nemzeti szintű prioritásai között az egészségturizmust követően az örökségturizmus került meghatározásra, amely a kulturális értékeken alapuló turizmust jelöli. Az NTS-ben meghatározott stratégiai irányok – mint az emberközpontú és hosszútávon jövedelmező fejlődés, az attrakciófejlesztés, a turistafogadás feltételeinek javítása, az emberi erőforrás fejlesztése, a hatékony működési rendszer kialakítása, illetve az ezeket átívelő horizontális célok – jelen dokumentumban is hasonlóképpen jelennek meg.

◇ *Kapcsolódás a regionális turizmusfejlesztési stratégiákhoz*

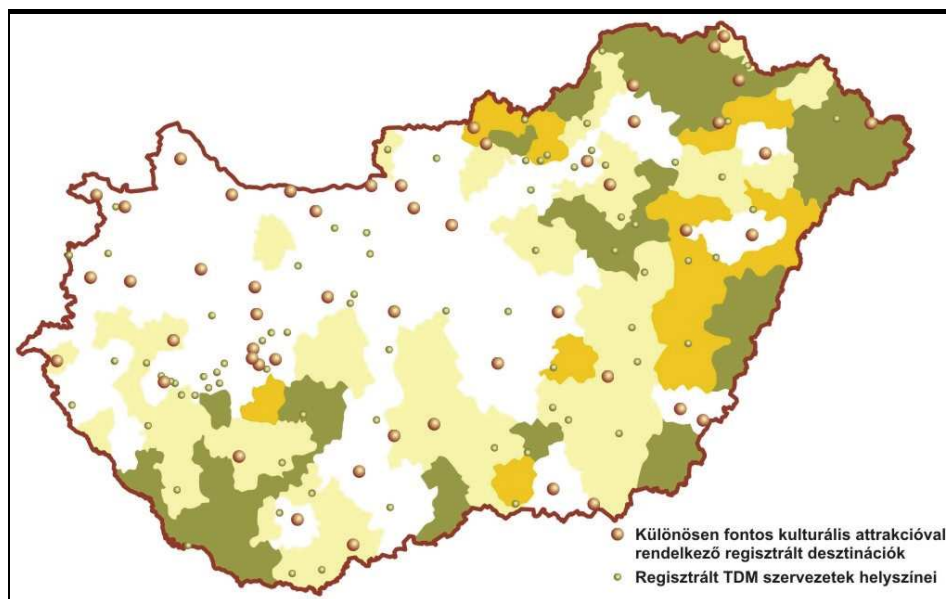
Az NTS alapján 2006-ban elkészültek a magyarországi turisztikai régiók fejlesztési stratégiái. A kulturális turizmus valamennyi régió programjában szerepel, a helyi adottságok függvényében került meghatározásra, hogy a prioritások között hányadik helyet foglalja el. Kiemelten jelenik meg a Budapest-Közép-Dunavidéki, a Közép-dunántúli, a Dél-dunántúli, és az Észak-magyarországi régiókban, az egészségturizmus mellett a Nyugat-dunántúli, az Észak-alföldi és a Dél-alföldi régiókban. A természetes vizekre épülő régiókban (Balaton és Tisza-tavi régió) természetesen kiegészítő kínálati elemként kerül meghatározásra. Jelen fejlesztési dokumentum készítése során a regionális stratégiákban foglaltakat figyelembe vettük.

◇ *Kapcsolódás az ÚMFT³⁶ regionális operatív programok kulturális turizmussal kapcsolatos részeivel*

A regionális operatív programok (ROP) fejlesztési prioritásai az európai uniós pályázati támogatások igénybevételeit alapozzák meg. A turizmusban régióként három terület került meghatározásra: a turisztikai vonzerőfejlesztés, a turisztikai infrastruktúra fejlesztése és a turisztikai desztináció menedzsment (TDM) rendszer kialakítása, ezen belül a források nagyságrendjét és a támogatandó területeket a régiók maguk határozták meg (a regionális turizmusfejlesztési stratégiákban foglaltak alapján). Tekintettel arra, hogy a 2013-ig tartó fejlesztési időszak fenti prioritásai már kijelölésre kerültek, így jelen dokumentum azokra történő ráhatása csekély jelentőségű. Ugyanakkor a TDM rendszer országos elindítása a kulturális turizmus területén is számos változást eredményezhet. Az alábbi térképen a

³⁶ Új Magyarország Fejlesztési Terv, hazánk 2007-2013 közötti időszakra szóló fejlesztési programja

vonatkozó ROP pályázat első fordulójában regisztrált TDM szervezetek központjait tüntették fel, külön jelezve azokat a helyszíneket, ahol a kulturális turizmus kiemelt jelentőségű.



3. térkép: Regisztrált TDM szervezetek³⁷, közöttük kiemelten a fontos kulturális helyszínek
A Budai és Barta Kft. saját szerkesztése

Színkódok magyarázata: hátrányos helyzetű kistérség, leghátrányosabb helyzetű kistérség, leghátrányosabb helyzetű, felzárkóztatási program lehetőségével bíró kistérség

A térképen jelölt regisztrált TDM szervezetek jelentős részében a kulturális turizmus a vezető vonzerő, ezért ezekben a desztinációkban a kulturális termékek fejlesztése és piacra vitele az alakuló TDM rendszer segítségével erősödhet, az érintett partnerek együttműködésével.

A kapcsolódó fejlesztési stratégiák között megemlítjük a Magyar Turizmus Zrt. 2010-2012. évi, középtávú marketingstratégiáját is, ami ugyan nem fejlesztési program, de jelzi a nemzeti turisztikai marketingkommunikáció fő irányait.

3.4. Határokon átívelő kulturális turisztikai együttműködések

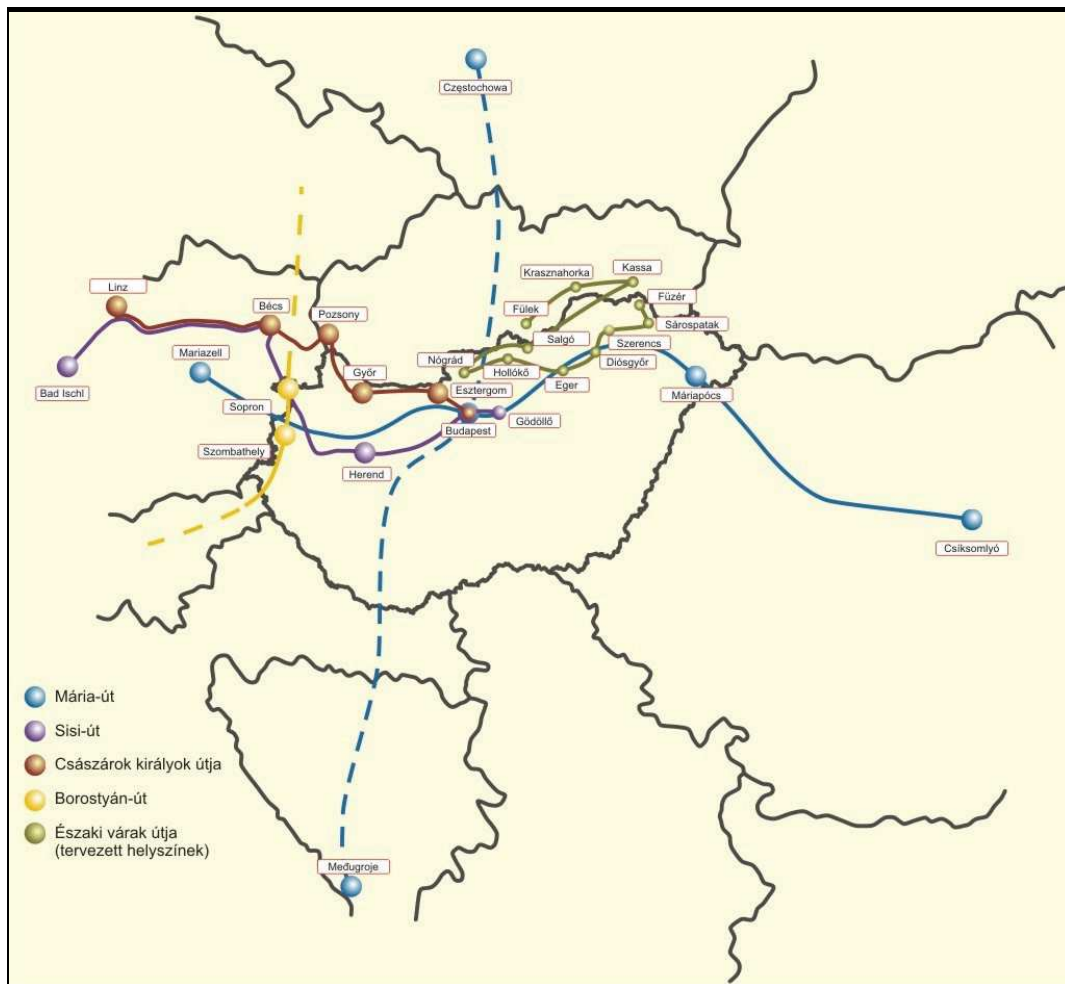
◇ Együttműködés a Kárpát-medencén belül

Hazánk történelmi múltjából adódóan nem csupán az országhatárokon belül, hanem a teljes Kárpát-medence területén lehetőség nyílik a kulturális turizmus területén együttműködések kialakítására. Elsősorban a történelmi emlékek és helyszínek (várak, történelmi események helyszínei), vallási kegyhelyek, történelmi, irodalmi személyiségekhez, művészekhez kötődő helyszínek, és a meglévő, élő kapcsolatok biztosítják ezek alapjait. Az együttműködések

³⁷ Az előzetes regisztrációhoz képest az első körben mintegy 50%-os volt a pályázati arány, de a későbbiek során ez nőhet.

formája rendkívül sokszínű lehet, pl. tematikus útvonalak kialakítása, szakmai programok, vándorkiállítások, közös rendezvények, fesztiválok szervezése, turisztikai desztináció menedzsment szervezetek működtetése.

A Kárpát-medencén belüli hatékony együttműködést segítő tényezők között elsősorban az európai uniós tagságot említhetjük (Magyarország, Románia, Ausztria, Szlovénia, és Szlovákia esetében), illetve az ebből adódó közös EU pályázati lehetőségeket. További pozitív tényező a nyelvi problémamentesség a határon túli magyar kisebbségekkel, valamint a közös turisztikai érdekek és infrastrukturális fejlesztések (összeérő autópályák, vasútvonalak, kerékpárutak stb.). A sikeres együttműködést gátolhatja azonban a schengeni határ, és a vízumprobléma (Ukrajna, Horvátország, és Szerbia esetében³⁸). További gátló tényező az egyes államok eltérő gazdasági helyzete és a szomszédos országok közötti politikai problémák (főként a magyar-szlovák viszonyban).



4. térkép: Tematikus kulturális útvonalak a Kárpát-medencében

A Budai és Barta Kft. saját szerkesztése

³⁸ 2009 decemberétől megszűnik a vízumkényszer a schengeni országokba utazó szerb állampolgárok részére.

A szomszédos országokban kialakított testvérvárosi kapcsolatok is sok lehetőséget kínálnak, amit azonban egyelőre nem tudunk megfelelően hasznosítani. Jó példaként említhető ugyanakkor az évek óta tartó, sikeres együttműködés a Visegrádi Négyek között, ami a turizmus területén is szép eredményeket hozott.

- ◊ *Együttműködés nem szomszédos országokkal, nemzetközi kulturális turisztikai szervezetekkel*

A fentiekhez hasonló együttműködések kialakítása természetesen a távolabbi országokkal is fontos. A külföldön szervezett magyar kulturális évadok nagyon sikeresnek mondhatóak, így azok folytatása javasolt. Főként olyan országokban célszerű a magyar kultúrát bemutató és népszerűsítő programmal megjelenni, ahol a gazdasági fejlődés kiugró, tehát ahol magas a potenciális utazók száma, továbbá ott, ahol olyan esemény (pl. olimpia) zajlik, ami a nemzetközi közvélemény figyelmét koncentrálna. Világszerte számos magyar vonatkozású emlék található, az ebben rejlő lehetőségek többnyire szintén kihasználatlanok. Ugyanígy ennek fordítottja is alkalmazható, tehát a kapcsolat keresése, intenzívebbé tétele olyan nemzetekkel, akiknek magyarországi vonatkozásai vannak (pl. törökök, főként a 2010-es EKF projekt kapcsán). A határokon átívelő kulturális turisztikai együttműködések kialakítását meghatározott koncepció szerint, tematikusan ajánlott végrehajtani.

A nemzetközi kulturális turisztikai együttműködés legfontosabb területei a következők: a magyar kultúra külföldi bemutatása, illetve a külföldi kultúrák magyarországi bemutatása. Az átfogó bemutatásra kiváló lehetőség a kulturális évadok szervezése, egy-egy terület bemutatása pedig főként kiállítások, vendégszínházak stb. létrehozásával valósítható meg. Az együttműködés emellett kiterjedhet a közös kulturális múlt ápolására: pl. emlékhelyek, jubileumi események vonatkozásában, továbbá a humán szakmai kapcsolatok területére szakemberek nemzetközi gyakorlatai, közös kutatások, szakmai fórumok, tapasztalatcsere keretein belül. A közös marketingmunka: közös kiadványok, kiállítások szintén a határokon átnyúló kapcsolatok erősítésére szolgálhatnak.

4. A magyarországi kulturális turizmus összehasonlító analízise, jövőkép meghatározása

4.1. A magyar kulturális turizmus SWOT analízise

◇ Átfogó ágazati SWOT analízis

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sokszínű kulturális kínálat. ▪ Nyolc világörökségi helyszín. ▪ Épített örökség gazdagsága (műemlékek, várak, kastélyok, török kori emlékek, népi építészet). ▪ Élő hagyományok. ▪ Világhírű magyar művészek, főként a zene területén. ▪ Magyar művészetek külföldi ismertsége. ▪ Az ország földrajzi elhelyezkedése, jó megközelíthetőség. ▪ Ahol határozott Magyarország-kép megjelenik, ott ennek fontos része a kultúra. ▪ A belföldi utazóközönség a kulturális adottságainkat nagyon jónak ítéli meg. ▪ A magyar lakosság a hazai kulturális látnivalók megismerését alapműveltségnek tartja. ▪ A kultúra az utazási célpontok kiválasztásában fontos szerepet játszik. ▪ A kulturális célú utazások évszak-függetlenek. ▪ Az elmúlt évek fejlesztéseinek köszönhetően több, színvonalas attrakció jött létre. ▪ Kreativitás. ▪ Több sikeres kezdeményezés a civil összefogás területén. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kulturális adottságok alacsony kihasználtsága. ▪ Rendezetlen, áttekinthetetlen tulajdoni viszonyok az épített örökség területén. ▪ Háttér infrastruktúra hiányosságai: tájékoztatás, vendégbarát szolgáltatások, kiszolgáló létesítmények, vendéglátás, szálláshelyek, a környéken, komplex csomagok hiánya). ▪ Koordináció hiánya a fejlesztésekben. ▪ Kulturális és turisztikai szakma gyenge együttműködése. ▪ Az országimázs alakításában, marketing tevékenységben a kultúra alacsony szerepet játszik. ▪ A kulturális turizmus szervezeti rendszere bonyolult, nem hatékony, sok a párhuzamosság. ▪ Finanszírozási rendszer kiszámíthatatlansága. ▪ Állami források csökkenése. ▪ Jogszabályi háttér ellentmondásai. ▪ Hiányoznak a garantált programok országszerte. ▪ Budapest-központúság a fejlesztésben, marketingben. ▪ Szegmens-specifikus kínálat hiánya. ▪ Attrakciók esetében gyakori a rövid vagy csak szezonális nyitva tartás. ▪ Tájékoztatás alacsony színvonala. ▪ Kulturális intézmények humán erőforrás problémái turisztikai képzettségben.

Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ▪ attrakció és kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése európai uniós támogatások segítségével. ▪ Új célcsoportok (gyermek, ifjúsági) bevonása. ▪ Új piacok (közeli országok, erősödő keleti országok) bevonása. ▪ Élményt nyújtó, komplex programok kialakítása. ▪ A lokális kultúra és az egyedi értékek iránti érdeklődés növekedése. ▪ A lakosság általános iskolázottsági szintjének növekedése. ▪ Hungarikumok megjelenítése a turizmusban. ▪ Tematizálás – attrakciók, programok területén. ▪ Nemzetközi együttműködések erősítése. ▪ Pécs2010 EKF program. ▪ 2011-es EU-elnökség. ▪ Vidéki helyszínek bevonása. ▪ TDM rendszer kialakítása, hatékony működtetése. ▪ Tudatos desztinációépítés. ▪ Az internet erőteljesebb használata a tájékoztatásban, marketingben. ▪ Új bevételi források megjelenése (pl. a szerencsejátékok bevételeiből). ▪ Önkéntesség erősödése. ▪ Egyéb turisztikai termékekhez való kapcsolódás. ▪ Innovatív kezdeményezések, új, „trendi” attrakciók (kreatív iparágak, tematikus látványosságok) fejlesztése. ▪ Hatékony, összehangolt marketingkommunikáció. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A kultúra iránti érdeklődés csökkenése. ▪ Általános értékválság. ▪ Diszkrecionális jövedelem csökkenése. ▪ Kevesebb szabadidő. ▪ A gazdasági válság hatására a szükséges fejlesztések elmaradása, lassulása. ▪ A pihenést, kikapcsolódást szolgáló üdülési formák továbbra is vonzóbbak a kulturális utazásoknál. ▪ Együttműködés hiánya (kulturális szféra – turizmus szektor, állam – önkormányzatok, tulajdonosok – önkormányzatok,) ▪ A szervezeti rendszer átalakítása elmarad. ▪ Szemléletváltás nem történik meg. ▪ A kulturális intézmények merev struktúrája konzerválódik. ▪ Épített örökség, múzeumi létesítmények, rendezvényhelyszínek fenntarthatósága veszélybe kerül. ▪ Tömegkultúra/tömegturizmus térnyerése általánossá válik. ▪ A hagyományok megőrzése, továbbvitele háttérbe szorul. ▪ Média negatív hatásai.

◇ *Az egyes kínálati elemek mini-analízise*

Az általános megállapításokon túl a Helyzetelemzésben nemzetközi piacon magas potenciállal meghatározott kínálati elemek (építészeti örökség, a világörökségek és a fesztiválok) vonatkozásában mini-analízist végzünk. A módszer alapja a fenti SWOT analízis, de az alábbiakban csak a leglényegesebb elemeket vizsgáljuk.

Épített örökségek

Meghatározó erősség	Meghatározó gyengeség
A magyarországi épített örökségek nagy száma A magyarországi épített örökségek sokszínűsége	Általános műszaki állapot Hiányzó turisztikai infrastruktúra Marketing hiányosságok
Legjobb lehetőségek	Legnagyobb veszélyek
Élményt nyújtó programok kialakítása Közösségi munka szerepének növelése Új célcsoportok elérése	Forráshiány

Világörökségek

Meghatározó erősség	Meghatározó gyengeség
A magyarországi világörökségek száma A magyarországi világörökségek sokszínűsége	Hiányzó turisztikai infrastruktúra Marketing hiányosságok
Legjobb lehetőségek	Legnagyobb veszélyek
A magyar világörökségek közös piaci megjelenése Új fejlesztések, élményt nyújtó programok kialakítása	Együttműködés hiánya Forráshiány

Fesztiválok

Meghatározó erősség	Meghatározó gyengeség
A magyarországi fesztiválok széles, színvonalas, sokszínű kínálata	A hosszú távú kiszámítható finanszírozás hiánya Marketing hiányosságok
Legjobb lehetőségek	Legnagyobb veszélyek
Átlátható támogatási rendszer kidolgozása	Együttműködés hiánya

4.2 Versenytárs analízis

Magyarország kulturális turisztikai helyzetét Csehországgal vetjük össze, tekintve, hogy a két ország helyzete sok vonatkozásban hasonló:

- Közép-európai elhelyezkedés,
- Azonosnak tekinthető ország méret és lakosság,
- Párhuzamos történelmi, kulturális háttér,
- Nagyságrendileg megegyező gazdasági fejlettség.

Csehország és Magyarország, mint az Európai Unió újonnan társult államai egyaránt elkötelezettek a turizmus fejlesztése mellett, és az ágazat fejlesztésére az Európai Közösség forrásait is felhasználják. A két ország versenyhelyzetét MPPG ábrán³⁹ szemléltetjük.



7. ábra: Magyarország-Csehország összehasonlítása MPPG módszerrel

A Budai és Barta Kft. saját szerkesztése

★ A két ország kulturális turizmusában determináló szerepe van az államnyelveknek, melyek unikális helyzetük miatt nem alkalmasak a kulturális turizmus bizonyos ágazatainak kiszolgálására (színház, film, prózai előadások). A cseh nyelv némileg előnyösebb helyzetben van, tekintettel arra, hogy a szlovákok megértik. A nyelv bizonyos elemei az európai szláv népek számára is ismerősek, ők azonban az élvezhetőség szintjén már nem értik a cseh prózai műveket. A magyar nyelvű közönséget a határon túli magyarok népes tábora egészíti ki.

³⁹ Az MPPG (Market Position Play Ground) elemzés módszertani leírását a 1.4. fejezet tartalmazza.

★ Csehország földrajzi elhelyezkedése sokkal előnyösebb, a nyugat-európai küldő piacokhoz közel helyezkedik el⁴⁰. Az ország légi megközelíthetősége is jobb, a járatok száma lényegesen magasabb a magyarországinál⁴¹.

★ Magyarországon jobb a turisztikai infrastruktúra, az elmúlt évek fejlesztéseinek köszönhetően minden turisztikai régióban vannak nemzetközi színvonalú szállodáink, melyek szolgáltatásai (éttermek, bárak, wellness-részleg, konferenciatermek stb.) összességében jobb szolgáltatásokat nyújtanak, mint a cseh társaik. Csehországhoz képest fejlettek mondhatóak az üzleti turistákat kiszolgáló helyszínek, a vendéglátó egységek, és a turisztikai információs lehetőségek is.

★ A két ország komolyzenei hagyományai megegyezőnek mondhatók. Világhírű zeneszerzőink (Bartók, Kodály, Dvořák, Smetana) egyaránt vannak, Csehországban jobban kihasználják Mozart egykori prágai kötődését, mint Haydn magyarországi szereplését. Prágában és Budapesten egyaránt sok zenekedvelő külföldi tanul⁴².

★ Magyarország előnyben van a kulturális előadó helyszínek tekintetében. Prágában nincs olyan ideális kiállító tér, mely nagyobb szabású képzőművészeti kiállításnak helyet tudna adni, kevesebb a nagyobb befogadó kapacitással rendelkező koncert- és előadóterem.

★ Prágában számos garantált zenei programmal várják a látogatókat, ezek száma és a kínálat spektruma többszöröse a magyarországinak. A programok értékesítése mindenütt szabadon folyik, a turisták szívesen látogatják őket, a város zenei imázsa sokkal erősebb, mint Budapesté.

★ Csehországban az épített örökség európai tekintetben is egyedülálló, az ország 12 kulturális világörökséggel büszkélkedhet. Ennek ellenére a vidéki helyszínek bekapcsolása a kulturális turizmusba még korántsem teljes.

★ A magyarországi folklór egyedülállónak mondható, a világon kevés helyen található meg ilyen gazdag népi kultúra (népzene, néptánc, népművészet stb.). Bár a magyarországi népművészet élő hagyományokkal bír, az értékek turisztikai kihasználása rendkívül alacsony fokú.

★ A fesztiváloknak Csehországban szép hagyománya van: a Prágai Tavaszi Fesztivált 2010-ben már 65-ik alkalommal rendezik meg, de a magyarországi kulturális fesztivál kínálat mégis gazdagabbnak mondható. Térben (az ország egész területén) és időben (egész évben) igen sokszínű a kínálat. A fesztiváljaink marketingje nem jó, így azok csak belföldön

⁴⁰ Csehországnak az EU legnagyobb küldő országával, Németországgal 810 km hosszú közös határszakasza is van.

⁴¹ Prágán kívül Brünnből, Ostravából, Karlowy Varyból és Pardubicéből is indulnak nemzetközi járatok.

⁴² A „music study in Prague” kifejezésre 2.690.000, míg a „music study in Budapest” kifejezésre 1.810.000 hivatkozást ad meg a Google keresőprogram.

ismertek, a belföldi turizmusban azonban nagyobb a szerepük, mint a cseh rendezvényeknek.⁴³

★ Csehországban az emberek sokat kirándulnak, sportolnak, de ilyenkor a legtöbben nem vesznek igénybe kereskedelmi szálláshelyeket. Magyarországon a belföldi turizmus jóval erősebb⁴⁴.

★ Csehország nemzetközi imázsa sokkal jobb, mint Magyarorszáké. Az országkép legfontosabb elemei Prága és a cseh sör. A cseh történelmi emigrációk (Beneš, az amerikai feleséget választó Masaryk, majd a '68-as emigránsok) tudatosan formálták a nemzetközi közvéleményt. A világhírű cseh írók (Čapek, Hrabal, Kundera, stb.) filmrendezők (Jiří Menzel, Miloš Forman stb.) ismertebbek, mint magyar kollégáik. A cseh termékek közül több világhírűnek is örvend (Plzeňi sör, Skoda, stb.).

A cseh idegenforgalom adatai sokkal jobbakként mutatkoznak, mint a hazaiak. 2008-ban Csehországban 6,6 millió külföldi vendéget fogadtak, akiknek az átlagos tartózkodási ideje 4 nap volt. Prágába 4,1 millió külföldi turista látogatott.^{45,46}

Bízató viszont, hogy az interneten a Budapest – Prága versenyben fővárosunk éppen mostanában éri be Prágát.



8. ábra: A „tourism Prague” és a „tourism Budapest” internetes keresésének aránya⁴⁷

Forrás: A Budai és Barta Kft. saját szerkesztése a Google Trends adatai alapján

Természetesen a Budapestet és Prágát kereső turisták motivációja nem minden esetben a kultúra, de tekintettel arra, hogy a kulturális adottságok szerepet játszanak a más motivációk

⁴³ A magyar turisták 8,3%-a jelezte, hogy egy fesztivál számára utazást motiváló attrakció, szemben a cseh válaszadókkal, akik közül mindössze 1,2% kel útra emiatt. Forrás: Eurobarometer kutatás 2009.

⁴⁴ A cseh megkérdezettek 29% tervez belföldi nyaralást szemben a magyar megkérdezettekkel, akiknek 46%-a tölti belföldön szabadságát. Forrás: Eurobarometer kutatás 2009.

⁴⁵ A Cseh Idegenforgalmi Hivatal adatai.

⁴⁶ 2008-ban Magyarországra 3,5 millió külföldi turista látogatott. Az átlagos tartózkodási idejük 2,8 éjszaka volt. Budapesten 2,2 millió külföldi vendéget fogadtunk.

⁴⁷ A grafikon 0 értékénél a Google Trends nem bocsátott rendelkezésre adatokat.

alján utazók között is, a trendek változása mindenképpen figyelemre méltó. Szakmai feladatunk, hogy az érdeklődés területén érzékelhető változások, a turistaérkezésekben, illetve a vendégjászaka statisztikákban is megjelenjenek.

Mini versenytárs analízis

Versenytársaink vizsgálatakor érdemes a fentiek mellett néhány környező ország kulturális turisztikai gyakorlatát is összevetni. Az alábbi táblázatban foglaljuk össze, hogy a vizsgált országok – Ausztria, Szlovákia, Csehország, Románia, Horvátország – a kulturális turizmus egyes termékeiben mely eredményekkel rendelkeznek: hazánknál erősebb, vagy gyengébb teljesítményt nyújt-e.

Magyarországnál gyengébb	Kulturális turisztikai termék	Magyarországnál erősebb
←		→
Szlovákia, Románia ⁴⁸	Épített örökség	Ausztria, Csehország, Horvátország
Románia, Szlovákia, Horvátország ⁴⁹	Világörökségi helyszínek	Ausztria
	Nemzeti, történelmi emlékek ⁵⁰	
Szlovákia, Románia, Horvátország	Szellemi örökség	Ausztria, Csehország ⁵¹
Románia, Horvátország, Csehország	Tematikus utak	Ausztria, Szlovákia ⁵²
	Hagyományok ⁵³	
Horvátország, Románia, Szlovákia, Csehország	Rendezvények, fesztiválok	Ausztria
Szlovákia, Csehország	Vallási turizmus	Ausztria, Horvátország ⁵⁴ , Románia ⁵⁵
Szlovákia, Románia	Kortárs kultúra	Ausztria, Csehország, Horvátország ⁵⁶
Szlovákia, Románia	Kreatív kultúra	Ausztria

⁴⁸ Románia igen gazdag épített örökségének nagy része igen elhanyagolt állapotban van, ezért van e tekintetben vele szemben versenyelőnyünk.

⁴⁹ Horvátország világörökség helyszínei közül Dubrovnik óvárosa kiemelkedik, de a magyar világörökségek számának és sokszínűségének köszönhetően e területen mégis jobb helyzetben vagyunk.

⁵⁰ A történelmi hagyományok miatt hazánk vezető szerepet tölt be ezen a területen.

⁵¹ A szellemi örökségen alapuló vonzerők tekintetében Magyarország hasonló, mint Ausztria és Csehország.

⁵² Szlovákia legjobban kiépített tematikus útvonala a „Gótikus út”.

⁵³ A hagyományok vonatkozásában hazánk a legerősebb a régióban.

⁵⁴ Horvátországnál vesszük számba Medjugorje zarándokhelyet, ami a határ mellett, Bosznia-Hercegovina horvátok lakta területén található.

⁵⁵ Románia legfontosabb egyházi zarándokhelye a székelyföldi Csíksomlyó.

⁵⁶ A kortárs kultúra területén Csehországgal és Horvátországgal hasonlóak az adottságaink.

4.3 Külföldi példák bemutatása

A magyar kulturális turizmus fejlesztési stratégiájának elkészítése során számos külföldi példát tanulmányoztunk, annak érdekében, hogy a sikeres, ún. jó gyakorlatokat megfelelő módon tudjuk a hazai programban hasznosítani. Az alábbiakban három különböző területről (országos örökségvédelem, Európa Kulturális Fővárosa, kulturális tematikus út) mutatunk be példákat.

◇ *Épített kulturális örökség megőrzése: National Trust*⁵⁷

A National Trust (NT) a legnagyobb brit örökségvédő civil szervezet, 1895-ös alapítása óta foglalkozik különleges természeti adottságú területek és történelmi jelentőségű épületek védelmével, fő célpontja a belföldi közönség. A National Trust érdekessége, hogy Anglia, Wales, és Észak Írország területét fedi le, illetve Skóciára külön szervezet létezik National Trust Scotland (NTS) néven. Mindkét szervezet független a kormánytól, jótékonyági szervezetként működik, és alaptevékenységeikhez nem kapnak közvetlen kormányzati támogatást. A szervezetnek 3,56 millió tagja, évi 15 millió látogatója, továbbá 52 ezer önkéntese van. A National Trust Scotland 1931-ben alakult, és jelenleg 291 ezer taggal, 2500 önkéntessel, továbbá évi 3 millió látogatóval rendelkezik. Az NT az Egyesült Királyság legnagyobb földbirtokosa: több mint 200 kiemelkedő jelentőségű műemléket gondoz, és nyit meg a látogatók előtt, tulajdonosa öt világörökségi területnek, köztük a Stonehenge-nek. Nagy-Britanniában az 1980-as években egy sokkoló kiállítás irányította a közvélemény figyelmét a pusztuló műemlékekre, s ezt követően tudatos marketing- és nevelőmunkával, szakmai programok összeállításával sikerült a kulturális örökség védelmét középpontba állítani.

A National Trust for Scotland hasonló célok és feladatok mentén végzi tevékenységét. A szervezet felügyeletében több mint száz épület van, amelyből száz a nagyközönség előtt is nyitva áll. Többségük egyenesen a saját birtokában van, erre az 1943-as parlamenti törvény ad jogi háttérrel – ez utóbbi jogszabály döntött az NTS megalapításáról is. A törvény szintén kimondja, hogy ezeket az épületeket nem lehet eladni, lebontani vagy átépíteni, mindegyik Skócia polgáraié, a skót embereké. Az épületek között számos királyi ház, történelmi vár található, ahogyan kézműves ház, mezőgazdasági telek és népi épület is. A háború utáni években tapasztalható építkezési boom következtében számos épület megsemmisült Skóciában, az 1960-as és 1970-es években a bevásárlóközpontok és autópályák áldozataivá váltak. Számos vidéki ház és kastély vált romhalmazzá, mert megfizethetetlennek tartották fenntartásukat. Az NTS sikere nemcsak ezen épületek megmentése, de felújítása és újbóli megnyitása a nagyközönség előtt. Szorosan együttműködnek a helyi szervezetekkel és közösségekkel, hogy ők is előnyt tudjanak kovácsolni mind gazdaságilag, mind szociálisan az intézményekből. A National Trust for Scotlandnak majd háromezer tagja van. A legtöbb

⁵⁷ www.nationaltrust.org.uk

támogató a családok és a fiatalok köréből kerül ki, ugyanakkor számos nyugdíjas pártolójuk is akad. A tagság többsége skóciai polgár, de harminc százalékuk külföldi. Bárki beléphet, a szervezet informatív honlapján lehetőség van a regisztrációra. A tagok ingyenesen látogathatják mindegyik intézményt és ingyenesen kapják a díjnyertes Scotland in Trust című magazint. Szintén belépődíj nélkül látogathatják a tagok a National Trust (Anglia, Wales és Észak-Írország) épületeit is. A szervezetnek közel ötszáz állandó és hétszázötven szezonális alkalmazottja van az intézményekben, utóbbiak természetesen leginkább a turistaszezonban kapnak munkát. Ezzel együtt az NTS magját az a kétezer önkéntes adja, akik nélkül számos épület kapuja ma is zárva lenne. Az NTS általános költségvetése körülbelül tizenhatalmillo angol fontot (hat és félmillió forint) tesz ki. Ennek majd fele a tagok támogatásaiból, további harminc százaléka kereskedelmi bevételekből (belépők, szuvenírek, éttermek, bérleti díjak, stb.) adódik össze, míg a fennmaradó húsz százalék egyéb beruházásokból. További tizenötmillió font folyik be a Historic Scotland-tól, a Scottish Natural Heritage-től, a Scottish Enterprise-től, a skót kormánytól és az Európai Uniótól. A vezetés magját a központi bizottság adja, ők döntenek a stratégiai és hosszú távú célokról, a programokról, beszerzésről, illetve pénzügyi lépésekről. A bizottság tizenhárom főből áll, benne kilenc aligazgatóval és három főigazgatóval. Működik emellett egy kilencvenkét tagból álló tanács, amiben helyet kapott negyvenkilenc választott NTS-tag (szakterülettől függően) és negyvenhárom szervezet is, amelyek partnerként vesznek részt a munkában. A tanács afféle parlamentként működik, mindennek megvan a maga felelőse.

Ma már bizonyítható, hogy az Egyesült Királyság és Skócia területén azok a települések, amelyek megőrizték kulturális értékeiket, sokkal jobb helyzetben vannak, mint azok, amelyek erre nem fordítottak gondot. Tehát gazdaságilag is kifizetődő, ha a kulturális örökségre áldoznak, és ami a legfontosabb: az épített örökség újrahasznosítása az emberek életminőségét javítja. Az NT napjainkra nagy tekintélyre tett szert, jelentős jövedelme származik a tagdíjakból, a befektetésekből, a helyszínek bemutatásából befolyó összegekből, illetve adományokból. A szervezet a pénzt saját ingatlanai karbantartására, helyreállítására fordítja, jövedelemadót nem kell fizetnie. Munkáját önkéntesek segítik, bizonyítva a civil szféra elszántságát.

◇ *Európa Kulturális Fővárosa: **Graz***⁵⁸

A kulturális turizmus fejlesztése kapcsán egy sikeres Európai kulturális főváros, Graz főbb jellemzőit tekintjük át. Graz 2003-ban volt kulturális főváros, a programot kiválóan előkészítették, megszervezték és azóta is jól kamatoztatják. Az EKF program keretében 108 projektet és hatezer rendezvényt bonyolítottak le, összesen mintegy 2,8 millió látogatót fogadtak. 2003-ban – míg más osztrák városok vendégforgalma stagnált vagy minimálisan csökkent – Grazban 25%-kal nőtt a vendégéjszakák száma (839 ezerre). Az ezt követő években a vendégéjszakák száma folyamatosan 700 ezer vendégéjszaka fölé volt. Fontos kiemelni, hogy a fenti forgalom közel felét a négy- és ötszillagos szállodákban regisztrálták (2005-ben 47%, 2006-ban 48,7%). A városba érkező turisták mintegy fele belföldi, a

⁵⁸ www.graztourismus.at

vendégek motiváció szerinti megoszlása a következő: üzleti utazók 58%, kulturális turizmus, városlátogatás 29%, kongresszusi turizmus 13%.



9. ábra: Grazi vendégéjszakák számának alakulása 2000-2006

Forrás: Graz Tourismus, szerkesztette a Budai és Barta Kft.

További eredményként értékelhető, hogy erősödött a város és az egyetemek közötti együttműködés, Graz kulturális arculatát sikerült megteremteni, valamint a város-rehabilitáció megvalósítása. Graz városa sikeres példát szolgáltat a modern, élhető európai város kialakításának modelljére. A fejlesztések során újításként értékelhető, hogy nem a múltból kíván élni, hanem annak értékeit figyelembe véve a mai kor kihívásaira egyedi megoldásokkal válaszol. Ezt igazolja továbbá az 1990-es években indított „Ökostadt2000” program. Ebben kilenc akcióterv szerepelt konkrét elérendő célok meghatározásával, a hatékony energiagazdálkodásra, a víz-, a levegőszennyezés, és a zajterhelés csökkentésére, a városlakók életminőségének javítására. Az ökováros program keretében elért eredmények 1995 és 2000 között: 50%-kal csökkent a légszennyezettség, évente 1 milliárd liter ivóvizet takarítanak meg, a hulladékok újrahasznosítása 65%-os, közintézményeken 20 ezer m² napkollektor és a városban összesen több mint 100 km kerékpárút létesítése történt meg. Emellett a város folyamatosan törekszik a parkosításra, zöldfelületek növelésére, támogatják piacaikon a helyi termékek értékesítését, népszerűsítik a tudatos vásárlást és energiagazdálkodást a fenntartható fejlődés érdekében. Az intézkedések között szerepel, hogy a háztartási és éttermi használt zsiradékot ingyenesen gyűjtik össze, biodízzelé dolgozzák fel, és ezzel üzemeltetik a helyi autóbuszokat, valamint az önkormányzat szolgálati autóit, nem utolsósorban pedig munkalehetőséget is teremtenek. A városlakók részére modern információs tanácsadó rendszert építettek ki, amelyben összegyűjtik és közzéteszik az „öko” kívánalmaknak megfelelő cégeket, szolgáltatókat, gazdálkodókat és kereskedőket, ezzel megkönnyítve a vásárlók választását. Az önkormányzat középpontba helyezi a belvárosi kis üzletek tulajdonosainak érdekeit, ugyanakkor ösztönzi a kereskedőket a belvárosi épített örökség ápolására és felújítására. A város információs anyagokkal, különböző kampányokkal igyekszik a lakosság és a közintézmények figyelmét felhívni a környezettudatos magatartás fontosságára.

Graz kulturális vonatkozásban is törekszik a tudatos város imázs alakítására, de a fenti program hasonlóan jó lehetőség az arculat formázására. A legtöbb fogyasztói döntésben – mind a hagyományos, mind a turisztikai termékek esetében – kiemelt szerepet játszik az imázs. Ez az elmélet a komplex „várostermék” értékesítésében is érvényesül: a fogyasztó (a turista, de a befektető is) olyan márkát választ, ami jó minőséget, elégedettséget ad. Grazban ezt szem előtt tartva a marketingtervezés során folyamatosan figyelemmel kísérik a versenytársakat, a fogyasztói igényeket, és ezek alakulása befolyásolja a marketingpolitika és az értékesítés eszközeit. A pozicionálás folyamata akkor válik sikeressé egy város esetében, amennyiben rendelkezik az ehhez szükséges stratégiaiilag megtervezett és következetesen végrehajtott programcsomaggal. Grazban ezt szolgálja a város gazdasági és turizmusfejlesztési programjainak összehangolása, valamint az érdekeltek egy csapattá szervezése.

◇ *Nagy forgalmú tematikus út: **Santiago de Compostela***⁵⁹

A Santiago de Compostelába vezető út (El Camino) a középkortól kezdve az Európa gyakorlatilag minden részéből a spanyolországi városba utazó zarándokok útvonalainak kiterjedt hálózata. Az útvonal 1987-ben az első volt az Európai Kulturális Utak között, franciaországi és a spanyolországi szakaszai elnyerték a Világörökség címet. A zarándokutak évszázadokon keresztül jelentős szerepet töltek be a vallási és kulturális életben, gyakorlatilag a legelső turisztikai motivációk között tartjuk őket számon, és napjainkban szintén igen népszerűek az utazók körében.

⁵⁹ www.csj.org.uk



10. ábra: Az El Caminora ellátogatók száma 1986-2007 között

Forrás: www.csj.org.uk, szerkesztette a Budai és Barta Kft.

Ma már azonban a zarándokok csupán egy része kel útra vallási célból, mások a lelki fejlődés miatt, vagy magáért az út felfedezéséért döntenek a több száz kilométeres út megtétele mellett. A résztvevők száma az elmúlt években folyamatosan emelkedett, különösen magas volt a zarándokok száma a Szent években (1993, 1999, 2004). 2010 ismét Szent év lesz, így a becslések szerint a zarándokok száma a 200 ezret is elérheti. A résztvevőkről részletes statisztikát vezetnek, így tudjuk, hogy a zarándokok körülbelül 60%-a férfi, 40%-a pedig nő; átlagosan 80%-uk teszi meg gyalog, 20%-uk pedig kerékpáron az utat; a legtöbb zarándok, mintegy 80% spanyol, az egyéb nemzetiségűek között pedig jelentős a franciák és a németek részaránya. A zarándokok döntő többsége 30 év alatti, illetve 31-50 év közötti.

A Santiagóba vezető út marketingszempontról nagyon jól felépített⁶⁰: egységes az arculat, a Szent Jakabhoz kapcsolódó kagyló-szimbólum, mint jelkép, minden az úthoz kötődő megjelenésben (kiadványokon, táblákon, térképeken, ajándéktárgyakon) megtalálható és könnyen beazonosítható. A teljes útvonal jól kiépített, tekintve, hogy természetes módon fejlődött az évszázadok során, az összes megállóhely a szükséges infrastruktúrával (szállással, szolgáltatásokkal) ellátott. A zarándokok előzetesen az informatív, többnyelvű honlapon tájékozódhatnak, útközben pedig az egyes állomásokon minden információt megtalálhatnak. A szolgáltatások illeszkednek a zarándokok igényeihez, s az egyes megállóhelyek távolsága

⁶⁰ Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában, avagy kulturális utak a turizmusban, Dr. Rátz Tamara- Dr. Puczko László, Turizmus Bulletin 2002/3

megfelel a különböző közlekedési eszközzel érkezők utazási ütemének. Az utat végigjárók tradicionális latin nyelvű zarándoklevelet (Compostelát) kapnak, ami bizonyos feltételek teljesítéséhez kötött. Az út során ki kell váltani a zarándokigazolványt, amit le kell pecsételteni az egyes állomásokon, legalább az utolsó 100 km-t gyalog vagy lóháton, illetve legalább az utolsó 200 km-t kerékpárral kell megtenni, valamint vallási vagy spirituális motivációt kell kinyilvánítani. Mindazok, akik más indíttatásból teszik meg az utat, szintén latin nyelvű igazolást kapnak. A fenti eszközök lelki, vallási jelentősége kiemelkedő, ugyanakkor turisztikai és marketing szempontból is fontosak.

4.4 A hazai kulturális turizmus jövőképe

A kulturális turizmus széleskörű helyzetelemzése, a külföldi példák tanulmányozása alapján jelölhetők ki a stratégiai fejlesztési irányok. Ehhez a 2015-re elérendő célokat az alábbiakban határozzuk meg.

A kulturális turisztikai kínálatban nemzetközileg versenyképes és fenntartható termékek jönnek létre.

Az egyedi kulturális értékekre épülő turisztikai termékek Magyarország további vonzerőinek összekapcsolásával, illetve sokszínű kiegészítő programok kialakításával olyan kínálatot eredményeznek, ami a magasabb tartózkodási időre is elegendő az ide látogatók számára. A komplex programok kialakítása során az érintett turisztikai szolgáltatók, önkormányzatok, intézmények között kölcsönös elismerésen alapuló, konstruktív együttműködés alakul ki.

A stratégiai tervezés eredményeként a magyar kultúra elemeit sikerül megőrizni, a turizmus számára is hasznosíthatóvá tenni.

Kulturális örökségünk pusztulása megáll, a fenntartható turizmus elveinek megfelelően hasznosul gazdag épített örökségünk, hagyományaink tovább élnek, kultúránk fejlődik, értékeink száma gyarapszik. A lakosság jelentős része részt vesz a kulturális életben: országos, regionális, helyi programokat támogat, illetve, azokat látogatja, az önkéntes munkatársak száma különösen helyi szinten meghatározó.

A tudatos keresletépítés következtében a belföldi és külföldi célcsoportok elérése sikeresen megvalósul.

A kulturális turizmusban stabil belföldi és külföldi kereslet alakul ki. Újabb célcsoportok jelennek meg a keresleti oldalon: a gyermek- és ifjúsági korosztály, a családok, és az idősek is aktív résztvevői a kulturális turizmusnak. Az általános értékrendben, szemléletmódban pozitív változások állnak be, és ezáltal a kulturális turisztikai kereslet növekedik. A keresleti oldalon megvalósul az életminőség javulása.

A kulturális vonzerőkre épülő országimázs kedvezően befolyásolja Magyarország megítélését.

Magyarország gazdag kulturális kínálata, az erre épülő vonzerők, komplex, változatos programok jó alapul szolgálnak az országról kialakult kép formálásában. A turisztikai marketingtevékenység egyik alapeleme a kultúra, amely mind a hazai, mind a külföldi kommunikációban erőteljesen megjelenik.

A nemzetközi kulturális turisztikai együttműködések hozzájárulnak a határon átnyúló kapcsolatok erősítéséhez.

A virágzó nemzetközi kulturális kapcsolatok javítják a határon túli magyarokkal, a környező országokkal, illetve a világ többi államával levő kapcsolatunkat, és pozitív hatással vannak a politikai, gazdasági, társadalmi kapcsolatainkra.

5. Stratégiai irányok meghatározása

5.1 A stratégiai célok kijelölése

A helyzetelemzés eredményeit figyelembe véve, a Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiával összefüggésben a magyarországi kulturális turizmus területén a következő fejlesztési irányokat és stratégiai célokat javasoljuk kijelölni. Stratégiai célként határozzuk meg a kulturális értékek turisztikai hasznosítását, a komplex turisztikai kínálat kialakítását, területileg differenciált fejlesztési irányok meghatározását, a versenyképesség növelését, és az emberi erőforrás fejlesztését. Valamennyi stratégiai cél esetében érvényesíteni szükséges a horizontális elveket: az életminőség javítását, a fenntarthatóságot, az esélyegyenlőséget, a közösségépítést és a határokon átnyúló kapcsolatok erősítését. Az egyes stratégiai célokat az alábbiakban kiemelve jelöljük, azon belül a részcélok külön kerülnek kifejtésre.

• A kulturális értékek turisztikai hasznosítása

◎ A kulturális-turisztikai attrakciók klasszifikációja

A turisztikai hasznosítás megalapozását a kulturális attrakciók értékelésével kell kezdeni. Az NTS alapján az egyes termékcsoportokat⁶¹ jelentőségük szerint szükséges osztályozni, úgymint:

- Nemzetközi jelentőségű attrakciók⁶² (világörökségek, USP-k⁶³)
- Országos jelentőségű attrakciók
- Regionális jelentőségű attrakciók
- Helyi jelentőségű attrakciók

A klasszifikáció célja az egyes kulturális turisztikai vonzerők jelentőségének objektív meghatározása, tekintettel arra, hogy csak ez teremtheti meg a fejlesztési irányok kijelölésének, a források strukturálásának és a marketing feladatoknak az alapjait. A megfelelő klasszifikáció a kulturális értékek turisztikai hasznosításának sikerességét jelentősen befolyásolja. A termékgazdák saját jelentőségük szerint végezhetik a vonzerők fejlesztését és piacra vitelét. A besorolás rendszere a 2.3 pontban ismertetett klasszifikációs mátrix eredményei felhasználásával, egységes módszertan szerint elkészített vonzerőleltár alapján alakítható ki. Ehhez javasolt az ÖM Turisztikai Szakállamtitkárság megbízásából készült Vonzerőleltár módszertani kézikönyv ajánlásait figyelembe venni.

⁶¹ Világörökségek, épített örökség, történelmi emlékhelyek, szellemi örökségen alapuló vonzerők, rendezvények, vallási turizmus, hagyományok, kortárs kultúra, kreatív kultúra

⁶² Elsődleges utazási cél, vagy definiálja a desztináció egyediségét, vagy meghatározza a desztináció imázsát - Milena Ivanonic: Cultural Tourism, 2009, ezek a definíciók ugyanakkor nem csak a nemzetközi jelentőségű attrakciókra vonatkoztathatóak, hanem valamennyi szinten érvényesek a kulturális turizmusban

⁶³ USP=Uniqe Sales Product, egyedi vonzerő

☉ A kulturális turisztikai attrakciók tulajdonosi-fenntartói helyzetének rendezése

Elsősorban az épített örökség és a kulturális létesítmények vonatkozásában jelentkezik súlyos problémaként a tulajdonosi, fenntartói viszonyok kusza, sokszor tisztázatlan állapota. A jelenlegi helyzet fenntarthatatlan, hosszú távon sokkal hatékonyabb együttműködésre kell törekedni a szereplők között, illetve hosszútávon elérni, hogy a létesítmények fenntartója legyen a tulajdonos, vagy az üzemeltetést erre szakosodott szervezetek számára adják át. Ezzel a fejlesztések, a pályázati támogatások elnyerése, a bevételt termelő tevékenységek körének bővítése sokkal gördülékenyebben vihető végbe, és a fenntarthatóság is könnyebben megvalósítható.

☉ A kulturális turisztikai attrakciók élmény termékekké alakítása

Magyarország színes kulturális kínálattal, sok értékes helyszínnel, jó adottságokkal rendelkezik, amit az NTS is kiemel, „magyar mozaikként” definiálva. Ugyanakkor sok esetben évtizedek óta változatlan struktúrák nehezítik az előrelépést, nagyon lassú a fejlődés, kevés a valódi turisztikai érték, a termékgazdák gyakran túlértékelik saját jelentőségüket. A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy az utazók egyre inkább az élmény jelleget részesítik előnyben a bemutatással, szimpla információközléssel szemben. Ezért modern, újszerű, a mai kor elvárásainak megfelelő, nemzetközi trendekhez igazodó, élményt adó kínálatot kell teremteni, mivel kizárólag ez alkalmas a vendégforgalom, tartózkodás és költés növelésére.

• Komplex, több ágazat együttműködésén alapuló turisztikai kínálat kialakítása**☉ A kulturális-turisztikai kínálat kapcsolódási pontjainak megteremtése**

A kulturális kínálat jellegéből adódóan szinte valamennyi egyéb turisztikai termékhez, programhoz kiválóan képes kapcsolódni, kiegészítve, színesítve ezzel annak alapvető adottságait, és erősítve a vendégnek kínált élményt. A helyzetelemzésben ismertetett kutatási eredmények alátámasztják, hogy a kulturális rendezvények célcsoportja egyezést mutat az aktív turizmus szegmenseivel. Célként fogalmazzuk meg ezért, hogy a kulturális attrakciók minden egyéb kínálati szegmensben jelen legyenek, és az egyes termékek között szorosabb együttműködés valósuljon meg.

☉ Komplex termékek kialakítása

A turisztikai kínálat élményszerűsége csak akkor biztosítható, ha komplex termékek jönnek létre. Ennek érdekében a fejlesztési támogatások során már meghatározható bizonyos szűrő feltételek alkalmazása. A – főként európai uniós – pályázati rendszerben már jelenleg is megjelenő értékelési szempontok kiszélesítésével megalapozható a komplexitás. Az attrakciófejlesztés esetében cél, hogy az kizárólag akkor legyen támogatható, ha kapcsolódik

hozza szállás-, és programkínálat is. A már meglévő vonzerők esetében is nagyobb hangsúlyt kell, hogy kapjon a komplexitás.

☉ TDM szervezetek hangsúlyos megjelenése a kulturális turizmusban

A hazánkban jelenleg alakuló TDM szervezetek hatékony működésük esetén a komplex turisztikai kínálat kialakításában jelentős lépéseket tehetnek. Ezt a célt szolgálja, hogy a TDM tagjai között kötelezően legyenek jelen az adott desztináció kulturális attrakciói, szolgáltatói, valamint a TDM munkájában – a klasszifikációnak megfelelő szintű attrakciókra vonatkozó – kulturális termékfejlesztés, marketing, értékesítés és a további kapcsolódó feladatok (minőségbiztosítás, képzés) igen erőteljesen szerepeljenek.

• Területileg differenciált fejlesztési irányok meghatározása

☉ Hungarikumok, helyi jellegzetességek turisztikai hasznosítása

A Magyarország területén található számos különleges érték – kiemelten a hungarikumok – megjelenítése a kulturális turizmusban alapvető cél. Ezekre a helyi jellegzetességekre kell építeni, meglévő értékeinket kell a jelenleginél sokkal jobban hasznosítani. Minden desztinációban, a települési szinttől az országosig az onnan származó termékek, adott élelmiszerek, szokások megőrzendő értékek, amelyek fenntartásához és megismertetéséhez a turizmus hozzájárulhat. A turizmus számára ugyanakkor ezek a magyar jellegzetességek a kínálat szélesítésének és az imázs alakításának kiváló eszközei.

☉ Az attrakciók összekapcsolása

Jelenleg a kínálati elemek nagyrészt önmagukban jelennek meg. A fejlesztések során cél az attrakciók összekapcsolása (hiszen együtt nagyobb vonzerőt jelentenek és az arculatépítésben is eredményesebbek), illetve az, hogy a helyi, regionális szinten ez a társítás az eddiginél sokkal intenzívebben jelenjen meg, és nagyobb szerepet kapjon. Az egyes attrakciók összekapcsolása történhet a következő elvek alapján:

- Téma szerint: tematikus utak kialakítása történelmi korszakok, személyiségek, építészeti stílusok, vallási emlékhelyek, egyéb motívumok alapján.
- Célcsoport szerint: ifjúsági ajánlatok, családi programok, csoportos ajánlatok, stb.
- Időpontok szerint: programkínálat havi vagy éves bontásban.
- Speciális jelleg szerint: pl. a világörökségek.

☉ Az elmaradt térségek kiemelt kulturális-turisztikai fejlesztése

Hivatkozással a stratégia 3.2 pontjában foglaltakra, és az ott bemutatott térképre, amely a hátrányos helyzetű kistérségek és a kulturális adottságok viszonyát jeleníti meg, célként határozzuk meg ezen térségek kulturális turisztikai fejlesztését. A fejlesztési prioritások kijelölését ezekre a területekre fókuszálva kell megtenni. A vidéki helyszínek bevonását az eddigiéknél sokkal hangsúlyosabban kell kezelni, és szükséges a vidéki attrakciók országos

kínálatban történő erőteljesebb megjelenítése. Emellett javasolt megvizsgálni a pozitív diszkrimináció elemeit, amelyek ezekben az elmaradott térségekben forgalomnövekedést generálhatnak, pl. az üdülési csekk elfogadási feltételeinek módosítása, vagy az IFA bevételekhez adott központi támogatás összegének differenciálása⁶⁴.

• Versenyképesség növelése

⊙ Marketingtevékenység hatékonyabbá tétele

A magyar kulturális turisztikai kínálat versenyképességének növelése a marketingtevékenység hatékonyabbá tételével valósulhat meg. Ezt elérendő szükséges a feladatok, és a felelősség átláthatóvá tétele, a források koncentrált felhasználása és az intézményrendszer átalakítása, fejlesztése. A jelenlegi több párhuzamosan működő rendszer (itthon és külföldön egyaránt) nem teszi lehetővé a hatékonyság növelését.

⊙ Piaci alapú együttműködések ösztönzése

A versenyképesség növelését a valódi piaci alapú együttműködés segítheti elő. Ezért célként határozzuk meg a nonprofit, a magán- és civil szféra fokozott bevonását az örökségvédelem, a kulturális turisztikai termékek piacra vitele, és az oktatás feladatkörébe. Számos jól működő nemzetközi példa bizonyítja, hogy az érintett szereplők együttműködése javítja a versenyképességet, ezért ezek ösztönző rendszerét állami intézkedések szintjén kell kidolgozni.

⊙ Források bővítése

A jelenlegi finanszírozási rendszer és forrásstruktúra kevésbé hatékony a hazai kulturális turizmus fejlesztésében, valamint hosszú távú fenntartásában. Ezen a területen is törekedni kell az új szereplők bevonására, és ezáltal a központi támogatás csökkentésére. A cél többszereplős, fenntartható finanszírozási rendszer és előfinanszírozási keretfeltételek kialakítása, amely lehetővé teszi a termékgazdák számára a tervezhetőséget és biztosítja a kiszámíthatóságot.

• Az emberi erőforrás fejlesztése

⊙ Kulturális identitás széleskörű erősítése

Az általános értékválság következményeként a hazai kulturális identitás meglehetősen háttérbe szorult. A kulturális turizmus keresleti és kínálati oldaláról is különös fontosságú ennek helyreállítása. Első lépésként cél az érdeklődés felkeltése a kultúra iránt, illetve a szemléletformálás, és értékeink megismertetése. Az identitás erősítése helyi, regionális és

⁶⁴ Az idegenforgalmi adóhoz juttatott állami támogatás mértékét növelni lehet ezekben a hátrányos helyzetű térségekben, +2, vagy akár +3 forintra is.

országos (nemzeti) szinten kell, hogy megtörténjen. E cél elérését jelentősen segítheti a közösségek építésének támogatása, az önkéntes munkavégzés kereteinek megteremtése és a gyermekek fokozott bevonása a kulturális tevékenységekbe, illetve a TDM rendszerének működtetése.

◎ Szakmai képzés, nyelvi „akadálymentesítés”

A szakterület munkatársainak folyamatos képzésével (nyelvtudás fejlesztése, friss szakmai ismeretek átadása, tapasztalatcsere lehetőségének biztosítása) jelentősen hozzájárulhatunk a kulturális turizmus fejlesztéséhez. Különösen a múzeumi területen fontos cél a nemzetközi szintre történő felzárkózás, ehhez pedig a munkatársak képzése, nyelvtudása elengedhetetlen. A szakmai tapasztalatok átadása, jó gyakorlatok bemutatása segítheti a nehezebben mozduló, kevesebb lehetőséggel rendelkező, kisebb intézmények átalakulását, fejlődését.

◎ Ifjúsági célcsoport megnyerése

A kulturális turizmus jövőbeni keresleti szegmensének megteremtése szintén az emberi erőforrás fejlesztéséhez tartozik. Cél a kultúra iránti igény felkeltése a gyermekek körében, amely tantervi szintű program kidolgozását teszi szükségessé. Az iskolai nevelésbe integrálni szükséges a korcsoportonkénti tematikus országjáró kirándulásokat, művészeti programokat. A tanórák keretében⁶⁵ szintén kiemelten kell kezelni a magyar kultúra és hagyományok átadását (pl. tananyagon kívül a testnevelésben néptánc, vagy lovaglási lehetőségek biztosításával).

• Horizontális elvek

A fentiekben meghatározott stratégiai célok mindegyikében meg kell, hogy jelenjenek a következő horizontális elvek.

○ Életminőség javítása

Az Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia egyik központi eleme az életminőség javítása, amit jelen stratégia kidolgozásánál is kiemelten figyelembe vettünk. A kulturális turizmusnak hozzá kell járulnia a helyben élők és az ide látogatók életminőségének javításához egyaránt, ez pedig különösen az élményközpontú attrakciók, és a komplex turisztikai kínálat létrehozásával valósulhat meg. Célként jelöljük meg ezért minden fejlesztési területen az életminőség javításához való hozzájárulást.

○ Fenntarthatóság

A kulturális turizmus fejlesztésénél a gazdasági fenntarthatóság biztosítása az egyik elsődleges szempont, ezért a hosszú távú, többszereplős finanszírozási és működtetési modellt

⁶⁵ A tanórán kívüli iskolai elfoglaltságok jelenlegi gyakorlata nem alkalmas a fenti célok megvalósítására.

preferáljuk ezen a területen. Ugyanakkor a kulturális értékek megőrzése és bemutatása állapotuk károsítása nélkül, a teherbíró-képesség figyelembe vételével kell, hogy megvalósuljon. A kulturális örökség turisztikai hasznosítása nem vezethet az értékek pusztulásához. Figyelembe kell venni, hogy egyes helyszínek már nem képesek több látogatót befogadni, ezért ott minőségi fejlesztés szükséges, illetve a bevezetett nagyrendezvényeket az imázs alakításában lehet kihasználni. Egy-egy fesztivál lehetőséget teremt az egész éves vonzerő megteremtésére (pl. Visegrád, Békéscsaba esetén). A fenntarthatóság szempontjainak érvényesítését a kulturális turizmus minden szegmensében kiemelten kell kezelni.

○ **Esélyegyenlőség**

Fontos horizontális cél a kultúrához való hozzáférés biztosítása mindenki számára. A stratégiai fejlesztések eredményeként olyan környezetet kell létrehozni, hogy ennek Magyarországon ne legyen földrajzi, szociális, demográfiai vagy egészségügyi korlátja. Ennek érdekében széles körű társadalmi együttműködés szükséges. Az esélyegyenlőség biztosítása a kulturális turizmus területén igen széles skálán mozog: a fizikai akadálymentesítéstől az ingyenes programokon át a kulturális csekkrendszer alkalmazási feltételeinek kidolgozásáig.

○ **Határon átnyúló kapcsolatok erősítése**

Történelmi múltunk és szerencsés földrajzi elhelyezkedésünk számos lehetőséget kínál a nemzetközi kapcsolatok kiépítésére és azok turisztikai felhasználására. Jelenleg két világörökségünk is szomszédos államokkal közös (Aggtelek, Fertő-tó), és a várományosok között is több együttes projekt szerepel. Törekedni kell a szomszédos államokkal jó kulturális és turisztikai kapcsolatok kialakítására, mert ez az általános együttélés kereteit is jelentősen befolyásolja.

○ **Közösségépítés**

A kulturális turizmus kiváló lehetőséget teremt a helyi identitás erősítésére és a közösségépítésre. A kulturális értékek megőrzése, az ennek érdekében végzett közös munka, és a közös sikerek hozzájárulnak a helyi közösségek fejlesztéséhez. A lokális kultúra iránti igény lehetőséget teremt a turisztikai fejlesztésekre és a szemléletformálásra is, ami a helyi identitástudat fejlesztésében nagy szerepet játszik. A stratégia horizontális céljai között ezért a közösségépítés is hangsúlyosan szerepel.

5.2 Az eredményesség kritériumai, az outputok indikátorrendszere

A stratégiai irányok kijelölésével egyidejűleg azok megvalósulásának mutatóit is szükséges meghatározni. Az általánosan elfogadott eredmény és hatás indikátorok rendszerét alkalmazzuk, illetve a turizmusban használt főbb mutatókon kívül gazdasági, forgalmi, és hatás indikátorok megjelenítésére teszünk javaslatot a következők szerint.

A kulturális turizmusban természetesen elsődlegesen a turizmus területén általánosan elfogadott és alkalmazott indikátorok (vendégéjszaka, költés, tartózkodás, szezonális megoszlás, idegenforgalmi adóbevételek, turisztikai fejlesztések) használandóak. Emellett azonban a szakterület speciális jellegéből adódó egyéb mutatókat is szükséges figyelembe venni, mint a kulturális létesítmények (pl. várak, kastélyok, múzeumok) gazdasági adatait (bevétel, nyereség, mérlegadatok). Ezek közül a mérlegadatok azért is fontosak, mert előfordulhat, hogy az adott létesítménynek nincs nyeresége, de a mérleg megmutatja, hogy a bevételeket fejlesztésekre fordították, vagy erre a célra halmozzák fel, akár több éven keresztül.

Gazdasági indikátorok

- ✓ Bevétel
- ✓ Nyereség
- ✓ Mérlegadatok
- ✓ Források

Turisztikai indikátorok

- ✓ Vendégéjszaka szám
- ✓ Tartózkodási idő
- ✓ Egy főre eső költés
- ✓ Szezonális megoszlás
- ✓ IFA bevétel
- ✓ Turisztikai fejlesztések

Forgalmi indikátorok

- ✓ Látogatószám⁶⁶
- ✓ Virtuális látogatószám
- ✓ Reklámérték

Hatás indikátorok

- ✓ Közösségi részvétel
- ✓ Kulturális értékek megőrzése
- ✓ Élményszint
- ✓ Imázsépítés
- ✓ Fenntarthatóság
- ✓ Tervezhetőség

A forgalmi indikátorok esetében a valós látogatószámon kívül a virtuális látogatószámot is szükséges figyelembe venni, ami az internet térhódításával egyre inkább elismertté válik (pl. kiállítások virtuális megtekintése, színházi előadások, koncertek interneten keresztül történő közvetítése). Azokat a látogatókat is jelezni kell a forgalomban, akik nem személyesen keresték fel az adott létesítményt, vagy programot. Emellett fontos mutató a reklámérték, azaz a turisztikai attrakciót megismert látogatók milyen arányban ajánlják azt másoknak. Szintén a reklámértéket mutatja a sajtómegjelenések száma, hiszen előfordulhat, hogy a kisebb jelentőségű attrakció esetén ez a hatást megsokszorozhatja, pozitívan befolyásolja az imázs alakítását.

A kulturális turizmusban a fentiekén kívül további indikátorok is megnevezhetők, melyek nehezen, vagy egyáltalán nem számszerűsíthetőek, jelentőségük azonban mégis nagy. Ezek azt mutatják, hogy az adott vonzerő milyen hatással van a közösség építésére, a kulturális értékek megőrzésére, az élményjellegre és az imázsra, a fenntarthatóságra és a tervezhetőségre. Ezen mutatók mérése a közösségépítés esetében százalékos arány

⁶⁶ A látogatószámon belül megkülönböztethetünk eltérő kategóriákat a tudatosság alapján, azaz aszerint, hogy a látogatók tudatosan keresik fel az adott helyszínt, vagy ott tartózkodásuk alatt véletlenszerűen.

megadásával (hány százalék vesz részt a tevékenységben), illetve az élményjelleg, és az imázs alakítása a látogatók körében végzett felméréssel végezhető el.

Az indikátorok kijelölése az egyedi fejlesztések esetén történhet továbbá a turisztikai jelentőségük függvényében: így nemzetközi, országos, regionális és helyi jelentőségű attrakciókra vonatkozóan eltérő mutatórendszer kidolgozása is szükségessé válhat.

5.3 Prioritások, intézkedések

I. prioritás: A kulturális turizmus szervezeti-működési kereteinek megteremtése

I/1. intézkedés: Egyértelműen meghatározott feladatkörök és kompetenciák kijelölése az irányítási rendszerben	
Indoklás	A jelenlegi irányítási rendszer túl bonyolult, szükséges a feladatok, és a felelősség átláthatóvá tétele, a források hatékonyabb felhasználása. Törekedni szükséges a párhuzamosságok megszüntetésére és a kulturális turizmussal kapcsolatos feladatok ésszerű megosztására. A kulturális és a turisztikai intézményrendszer-hálózat több ponton átfedést mutat, a Magyarországot képviselő, a magyar kultúrát népszerűsítő, és az országkép formálását végző szervezetek gyakran egymás mellett, de egymástól függetlenül végzik tevékenységüket, melyet összhangba kellene hozni. A nemzetközi hálózatok működését oly módon szükséges javítani, hogy az a turizmus előnyére váljon.
Feladatok	Az irányítási rendszer áttekintése Javaslat kidolgozása a párhuzamosságok megszüntetésére Közös cselekvési terv kidolgozása
Érintett szereplők	ÖM, MT Zrt, OKM, háttérintézmények, nemzetközi intézmények, önkormányzatok
Elvárt eredmények, hatások	Hatékonyabb működés, átláthatóbb struktúra, a döntési mechanizmus gyorsulása, költségmegtakarítás
Indikátorok	Rendszerfenntartási költségek Feladatokra fordítható forrásösszeg

I/2. intézkedés: A vállalkozói és non-profit szféra bevonása	
Indoklás	A kulturális turizmus területén eddig nem sikerült megvalósítani az érintett szereplők együttműködését, ami pl. az egészségturizmusban már jól működik. Tekintettel a kulturális örökség magas fenntartási volumenére, indokolt a magánszféra és a tőke bevonása ezen a területen. A nonprofit szektor elsődlegesen a szakmai tudásával és segítségével lehet a kulturális turizmus hasznára.
Feladatok	TDM rendszer országos kialakítása Piaci szereplők bevonása az örökségvédelem, piacra vitel, oktatás feladatkörébe Külföldi példa adaptációjának megvizsgálása (National Trust)
Érintett szereplők	OKM, piaci szereplők, nonprofit szektor

Elvárt eredmények, hatások	Hatékonyabb örökségvédelem, hatékonyabb marketing, széles körű oktatás
Indikátorok	Bevétel, nyereség Közösségi részvétel, fenntarthatóság

II. prioritás: A kulturális turizmus jogszabályi kereteinek megteremtése

II/1. intézkedés: Általános jogi keretek kialakítása

Indoklás	A kulturális turizmus területén számos fontos kérdés, így a pl. tulajdonosi viszonyok, az örökségvédelem keretei, a finanszírozási kérdések, illetve a turisztikai képzettséggel, és bemutatással kapcsolatos elvárások, valamint a környezeti fenntarthatóságot célzó intézkedések jogszabályi háttere jelenleg nem megfelelő, ezért ezeket szükséges megvizsgálni.
Feladatok	A kulturális turizmus szempontjainak beépítése az érintett keretjogszabályokba
Érintett szereplők	ÖM, OKM, IRM, önkormányzatok, állami intézmények, piaci szereplők
Elvárt eredmények, hatások	Működés szabályozása, kiszámíthatóbb finanszírozás
Indikátorok	Tervezhetőség, Fenntarthatóság

II/2. intézkedés: A kulturális turizmust érintő jogszabályok áttekintése

Indoklás	A rendezvények, fesztiválok vonatkozásában számos jogszabályi probléma nehezíti a megfelelő szervezést és lebonyolítást. Többek között a rendezvényeken történő árusítás, étkeztetés szabályai túl szigorúak, szükséges ezeket életszerűbbé tenni. A rendezvényhelyszínek és az érintett önkormányzatok közötti jobb együttműködés érdekében a helyben keletkező adóbevételek átadása javasolt (nem a szervező vállalkozás székhelye, hanem a megvalósítás helyszíne szerint). Az Európai Unióban általánosan elfogadott gyakorlat, hogy a fesztiváljegyek áfája kedvezményes kulcsba sorolt. Az egyes helyszíneken a szervezők által kialakított és közcélra átadott infrastruktúra ellentételezését rendezni szükséges.
Feladatok	Vonatkozó jogszabályok felülvizsgálata Szakmai korrekció kezdeményezése Adójogszabályok módosítása Javaslat kidolgozása az önkormányzati szabályozás módosítására
Érintett szereplők	PM, ÖM, OKM, önkormányzatok, rendezvényszervezők
Elvárt eredmények, hatások	Javuló együttműködés, hatékonyabb szervezés, sikeres nagyrendezvények, fesztiválok
Indikátorok	Tervezhetőség, fenntarthatóság

III. prioritás: A kulturális turizmus gazdasági alapjainak biztosítása

III/1. intézkedés: Átfogó finanszírozási rendszer kidolgozása	
Indoklás	A jelenlegi rendszer nem teszi lehetővé a turizmus szempontjából is jelentős nagyrendezvények, fesztiválok tervezhetőségét, valamint az attrakciók (épített és szellemi örökség) hosszú távú fenntarthatóságát. A komplex programok szervezésének igénye indokolja a programok előzetes ismeretét, ami nagyban függ a finanszírozás alakulásától. A kiszámíthatóság érdekében szükséges a 3-5 éves finanszírozás feltételeinek megteremtése.
Feladatok	A kulturális-turisztikai rendezvények hosszú távú támogatási rendszerének kialakítása Mecenatúra, szponzoráció ösztönzése Új források bevonása
Érintett szereplők	ÖM, OKM, szakmai szervezetek
Elvárt eredmények, hatások	A turizmus számára is vonzó nagyrendezvények, fesztiválok tervezése, előkészítése könnyebbé válik, komplex termékek, szolgáltatáscsomagok jönnek létre, a marketingtevékenység hatékonyabbá válik, a résztvevők száma emelkedik.
Indikátorok	Egy főre eső költség, látogatószám, vendégéjszaka szám, IFA bevétel Fenntarthatóság, tervezhetőség

III/2. intézkedés: Fejlesztési terv kidolgozása a hátrányos helyzetű térségekre	
Indoklás	Hazánk hátrányos helyzetű, elmaradott térségeiben sok helyütt csak a turizmus jelenthet kitörési pontot. A kulturális turizmus fejlesztésére azonban ezekben a térségekben is jó adottságok vannak. Célszerű ezeket a területeket koncentrált fejlesztések útján a turizmusba bekapcsolni, az ott élők számára munkalehetőséget teremteni, és megvizsgálni azon intézkedések körét, melyek hozzájárulhatnak a forgalom generálásához, pl. adókedvezmény, üdülési csekk felhasználása, IFA állami támogatás differenciálása.
Feladatok	Hátrányos helyzetű térségek felzárkóztatása Látogatószám generálást elősegítő intézkedések vizsgálata Alkalmi munkavállalás feltételeinek megteremtése Gazdaságilag elmaradt területek turizmusba történő bekapcsolása
Érintett szereplők	ÖM, NFGM, önkormányzatok, TDM szervezetek
Elvárt eredmények, hatások	Új desztinációk megjelenése, a területi koncentráció csökkentése, kínálat bővítése, munkahelyteremtés
Indikátorok	Egy főre eső költség, látogatószám, vendégéjszaka szám, IFA bevétel, Fenntarthatóság, tervezhetőség, turisztikai fejlesztések, szezonális megoszlás.

III/3. intézkedés: A kulturális csekkrendszer ⁶⁷ újradefiniálása	
Indoklás	A kulturális utalványok korábban az adómentes juttatások körébe tartoztak, azonban 2010-től adóköteles természetbeni juttatásnak minősülnek, és 97,89%-os adó terheli őket. Ennek következtében a munkáltatók vásárlási hajlandósága erősen csökken. Az üdülési csekk rendszer rendkívül pozitív tapasztalatai alapján javasolt a kulturális csekk alkalmazásának bevezetése, ami forgalomgeneráló hatása miatt hozzájárulhat a bevételek növekedéséhez. A kulturális csekk felhasználási területe a kulturális turizmus, ezen belül a kulturális rendezvények, múzeumok, kiállítások, bemutatóhelyek, világörökségi helyszínek, látogatóközpontok felkeresése, vezetett túrák igénybevétele. Amennyiben a kulturális csekket hátrányos helyzetű térségben használják fel, adómentesség vonatkozik rá.
Feladatok	Adómentesség visszaállítása Felhasználhatóság körének bővítése, új elfogadóhelyek bevonásával, különösen a hátrányos helyzetű térségekben Szezonon kívüli felhasználás ösztönzése
Érintett szereplők	PM, ÖM, munkáltatók, kulturális turisztikai szolgáltatók
Elvárt eredmények, hatások	Multiplikátor hatás következtében a bevételek növekedése, adóbevételek növekedése, vendégforgalom emelkedése
Indikátorok	Bevétel, nyereség, szezonális megoszlás Látogatószám, egy főre eső költség, vendégéjszaka szám, IFA bevétel

III/4. intézkedés: A pályázati rendszer átalakítása	
Indoklás	Általános trend, hogy az utazók egyre inkább a komplex termékeket keresik: egy-egy vonzerőfejlesztés önmagában nem állja meg a helyét, csak akkor, ha megfelelő infrastruktúra, szállás, programok kapcsolódnak hozzá. Fontos figyelembe venni azt a kutatási eredményt is, hogy az aktív és kulturális célcsoportok között nagy átfedés van, tehát ezeket az érdeklődési irányokat a fejlesztések során össze kell kapcsolni. Ez komplex tervezést feltételez, ami a TDM szervezeteken keresztül valósítható meg.
Feladatok	Komplex turizmusfejlesztési pályázatok rendszerének kidolgozása A kulturális-turisztikai elemek megjelenítése a pályázatokban Az önkéntes munka bírálati szempontként való megjelenítése az összes turisztikai és kulturális pályázatban
Érintett szereplők	ÖM, NFÜ, OKM
Elvárt eredmények, hatások	Pályázati támogatások hatékonyabb felhasználása, vonzó termékek kialakítása, ezáltal a vendégforgalom növelése, közösségek építése
Indikátorok	Látogatószám, vendégéjszaka szám, egy főre eső költség, tartózkodási idő, IFA bevétel, turisztikai fejlesztések

⁶⁷ A kulturális csekkek, ill. utalványok nem azonosak az üdülési csekkel.

IV. prioritás: Kulturális kínálatra épülő attrakciófejlesztés

IV/1. intézkedés: Valódi nemzetközi jelentőségű attrakciók kidolgozása	
Indoklás	A magyarországi kulturális turisztikai kínálat sokszínű, jók az adottságok, de nagyon kevés a nemzetközi szinten is versenyképes vonzerő. Ezért országos szinten szükséges áttekinteni a kínálatot és az adottságokat, ez alapján kijelölni a fejlesztések helyszínét és irányait. Ebben a magyar hagyományokra és jellegzetes termékekre, vonzerőkre kell építeni.
Feladatok	Országos kulturális turisztikai vonzerőleltár elkészítése USP-k meghatározása Hungarikumok turisztikai programjának kidolgozása Tematikus rehabilitációs programok az épített örökség megőrzésére
Érintett szereplők	ÖM, OKM, MT Zrt, önkormányzatok, termékgazdák, fenntartók
Elvárt eredmények, hatások	A magyar hagyományokra épülő, egyedi vonzerők jönnek létre, a külföldi vendégforgalom nő, a kulturális értékek fokozottabban jelennek meg az ország marketingben
Indikátorok	Turisztikai fejlesztések, kulturális értékek megőrzése, imázsépítés, élményszint

IV/2. intézkedés: Tematikus útvonalak és zárandokutak kialakítása	
Indoklás	Az egyes vonzerők turisztikai értéke önmagában sokkal alacsonyabb, mint egy-egy témára felfűzve, összekapcsolva. Európa-szerte nagyon népszerűek a kulturális tematikus útvonalak, hazánkban azonban ezek kialakítása még kezdetleges, noha számos potenciális bevonható helyszínnel és attrakcióval rendelkezünk.
Feladatok	Turisztikai infrastruktúra kiépítésének támogatása Részvétel nemzetközi programokban
Érintett szereplők	ÖM, OKM, MT Zrt, egyházak
Elvárt eredmények, hatások	Vendégforgalom növekedése, egyes helyszínek ismertségének növekedése
Indikátorok	Bevétel, látogatószám, vendégéjszaka szám, IFA bevétel, kulturális értékek megőrzése, imázsépítés, élményszint

IV/3. intézkedés: Fesztiválok turisztikai akkreditációja	
Indoklás	Országsszerte igen színes a rendezvények, fesztiválok kínálata, ugyanakkor ezek színvonala, turisztikai vonzereje igen eltérő képet mutat. Annak érdekében, hogy a turisztikai szempontból jelentős programok kialakítása és támogatása sikeres legyen, szükséges a rendezvények objektív szempontok és turisztikailag releváns mutatók alapján történő klasszifikációja, önkéntes jelentkezés alapján. A rendszer kidolgozását és működtetését független akkreditáló testület

	kell, hogy végezze. (A fesztiválok minősítése megkezdődött, de ebben a rendszerben turisztikai szempontok kevésbé érvényesülnek.)
Feladatok	A fesztiválminősítés akkreditációjában a turisztikai szempontok erőteljes megjelenítése, Akkreditáció elvégzése
Érintett szereplők	OKM, ÖM,
Elvárt eredmények, hatások	Kiszámíthatóbb működés, színvonalas rendezvények
Indikátorok	Bevétel, nyereség, látogatószám, imázsépítés, élményszint

IV/4. intézkedés: Garantált programok rendszerének kidolgozása

Indoklás	A vendégek szívesen vesznek igénybe előre meghirdetett időpontban, rendszeresen szervezett programokat, melyek a tartózkodás, és ezzel együtt a költség növeléséhez is hozzájárulnak. Nem kevésbé jelentős a garantált programok adott desztináció imázs-formálásában betöltött szerepe. Jelenleg azonban a tematikus városnéző túrákon kívül kevés lehetőség kínálkozik a színvonalas garantált programok területén, különösen a vidéki helyszíneken.
Feladatok	Garantált programok létrehozásának ösztönzése, főként a következő témákban: zenei programok (templomi és szabadtéri koncertek, hangversenyek, folklór programok), ifjúsági előadások, újszerű, akár településen belüli tematikus túrák, kézműves bemutatók és vásárok Támogatási rendszer kidolgozása
Érintett szereplők	ÖM, MT Zrt, programszervezők, TDM-ek
Elvárt eredmények, hatások	Kulturális turizmus kínálatának szélesítése, komplex programok létrehozása, a tartózkodás élmény jellegének erősítése
Indikátorok	Tervezhetőség, fenntarthatóság, bevétel, tartózkodási idő, egy főre eső költség, élményszint, imázsépítés

IV/5. intézkedés: Látogatómenedzsment rendszer fejlesztése

Indoklás	Az utazók egyre tájékozottabbak, az internet segítségével történő programszervezés egyre elterjedtebb, ugyanakkor igény mutatkozik az adott helyszín/attrakció felkeresése során a folyamatos tájékoztatásra, amely a legmodernebb technikai eszközöket igényli. A kínálati oldal számára szintén fontos a megfelelő látogatómenedzsment a turisztikai szempontok érvényesítése, illetve a fenntarthatóság biztosítása érdekében.
Feladatok	Látogatói szokások vizsgálata, támogatott kutatások Tájékoztatás (információs táblák, többnyelvű feliratok) széles körű biztosítása, Új típusú kommunikációs eszközök, audioguide rendszerek alkalmazásának támogatása
Érintett szereplők	Kulturális intézmények, termékgazdák, OKM, NFÜ

Elvárt eredmények, hatások	Vendégek igényeinek megfelelő, élmény jellegű attrakciók kialakítása, vendéglégedettség növelése
Indikátorok	Látogatószám, tartózkodási idő, egy főre eső költség, bevétel, reklámérték, élményszint, fenntarthatóság

V. prioritás: Kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése

V/1. intézkedés: Látogatóközpontok kialakítása

Indoklás	Nemzetközi viszonylatban igen nagy a lemaradásunk a hozzánk érkező vendégek megfelelő tájékoztatásában, kényelmes, tiszta, vonzó, központi fogadóépületekben, egy helyen összpontosuló turisztikai szolgáltatásokban. Különösen fontos ez a frekvenciált helyszíneken, melyek leginkább a kulturális örökséghez kapcsolódnak (a klasszifikáció alapján nemzetközileg is vonzó attrakciók esetében, különösen a világörökségi helyszíneken).
Feladatok	Látogatóközpont kialakítása Budapesten: legalább egy-egy a pesti és a budai oldalon, illetve vidéki helyszíneken: minden régióban, egy központi desztinációban
Érintett szereplők	Önkormányzatok, NFÜ, ÖM
Elvárt eredmények, hatások	Kulturális turisztikai lehetőségek szélesebb körű ismertetése, vendégek elégedettségének növelése
Indikátorok	Látogatószám, tartózkodási idő, egy főre eső költség, reklámérték, élményszint, imázsépítés

V/2. intézkedés: Általános településkép fejlesztése

Indoklás	A kulturális kínálat csak gondozott, tiszta környezettel együtt lehet vonzó. Nagy gondot kell ezért fordítani a vonzerők körüli területek ápolására, megfelelő eszközökkel (padok, hulladékgyűjtők, stb.) történő ellátására, virágosításra, parkosításra. A vonzó környezet a helyben lakók számára is fontos, és ahol a helyiek jól érzik magukat, ott a vendégek is szívesen tartózkodnak. A fejlesztések kizárólag a helyi önkormányzatokkal együtt valósulhatnak meg sikeresen.
Feladatok	Települések számára pályázati támogatási rendszer kidolgozása Helyi közösségek ösztönzése, pl. országos versenyek szervezésével
Érintett szereplők	ÖM, MT Zrt, önkormányzatok, FVM
Elvárt eredmények, hatások	Vonzó környezet kialakítása, vendégek elégedettségének növelése, vidékfejlesztés, helyi identitás erősítése
Indikátorok	Tartózkodási idő, egy főre eső költség, élményszint, imázsépítés, közösségépítés

V/3. intézkedés: Tematikus utakhoz kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése

Indoklás	A tematikus útvonalak igénybe vételének alapja a megfelelő kapcsolódó infrastruktúra kialakítása. Az útvonalak mentén ezért
----------	---

	csoporthoz is alkalmas szálláshelyeket, illetve széleskörű tájékoztatást szükséges biztosítani. A helyszíneken tájékoztató és útbaigazító táblák, térképek, kiadványok kihelyezése, valamint egy közös honlap működtetése szükséges.
Feladatok	Kapcsolódó szálláshelyek kialakítása Tájékoztató rendszer kiépítése
Érintett szereplők	Termékgazdák, önkormányzatok, egyházak, NFÜ
Elvárt eredmények, hatások	A kulturális tematikus útvonalak látogatottságának növekedése, az érintett települések vendégforgalmának emelkedése, a magyar kultúra, történelem, és hagyományok értékeinek szélesebb körben történő ismertté válása.
Indikátorok	Látogatószám, virtuális látogatószám, egy főre eső költség, vendégéjszaka szám, IFA bevétel, szezonális megoszlás, élményszint

V/4. intézkedés: Rendezvények infrastruktúrájának biztosítása

Indoklás	A kulturális kínálat fontos alkotóelemei a nagyrendezvények, fesztiválok. A turizmus számára is jelentős programok színvonalas biztosításához elengedhetetlen a szükséges háttér-infrastruktúra, technikai eszközök, színpadok, lelátók, pultok, stb. biztosítása. Amennyiben ezt a rendezvényszervezők vagy a helyi önkormányzatok hozzák létre, és a közösségek számára is hozzáférhetővé teszik, az önkormányzatokkal együttműködés keretében szükséges ennek használatát kialakítani.
Feladatok	Infrastrukturális háttér kialakításának pályázati támogatása Rendezvényszervezők és önkormányzatok közötti együttműködés ösztönzése
Érintett szereplők	Termékgazdák, önkormányzatok, NFÜ
Elvárt eredmények, hatások	Színvonalas, visszatérő rendezvények, vendégek elégedettségének növelése
Indikátorok	Látogatószám, egy főre eső költség, tartózkodási idő, élményszint

VI. prioritás: A kulturális-turisztikai marketing erősítése

VI/1. intézkedés: Az UNESCO világörökségek marketingjének kidolgozása

Indoklás	A magyarországi világörökségek turisztikai hasznosítása alacsony fokú, közöttük minimális a kapcsolat és az együttműködés, a nemzeti marketingkommunikációban nem jelennek meg egységesen. A világörökségek nemzetközi szintű vonzerőt jelenthetnek, azonban ehhez a fejlesztések mellett a marketingtevékenység erősítése is szükséges.
Feladatok	Közös marketingtevékenység, Közös marketingeszközök,

	Közös értékesítési rendszer kidolgozása
Érintett szereplők	VÖMNB, tulajdonosok, fenntartók, önkormányzatok, MT ZRt., TDM-ek
Elvárt eredmények, hatások	A magyar világörökségek szélesebb körben történő ismertté válása, a növekvő vendégforgalomból származó bevételek segítségével történő fejlesztések, országkép javítása,
Indikátorok	Látogatószám, bevétel, imázsépítés, reklámérték, kulturális örökség megőrzése, turisztikai fejlesztések

VI/2. intézkedés: Egységes arculat megteremtése

Indoklás	Magyarország általános és turisztikai imázsa alakításának szempontjából egyaránt kiemelt jelentőségűek a kulturális örökségünk és adottságaink. Ezért a marketingtevékenységben ennek megjelenítése központi témaként javasolt. A kulturális intézmények, attrakciók és a nemzeti marketingszervezet közötti együttműködés javítása szükséges. Marketingeszközként a helyi előállítású termékek, színvonalas magyar ajándéktárgyak is sikeresen alkalmazhatóak.
Feladatok	Kulturális adottságok megjelenítése a marketingben Autentikus magyar motívumok alkalmazása a design területén Egységes, felhasználóbarát kiadványok készítése Helyi termékek értékesítése ajándéktárgyként
Érintett szereplők	MT Zrt, TDM-ek, média, OKM, KÜM és intézményeik
Elvárt eredmények, hatások	A Magyarországról kialakult kép pozitív befolyásolása, a hazai kulturális örökség ismertségének növekedése
Indikátorok	Imázsépítés, reklámérték

VI/3. intézkedés: Egységes kulturális-turisztikai értékesítési rendszer kidolgozása

Indoklás	A magyarországi széles kulturális kínálat piacra vitelét jelentősen megkönnyítené egy egységes értékesítési rendszer alkalmazása. Jelenleg több jegyértékesítő, programszervező végez ilyen tevékenységet, de nem működik olyan központi adatbázis és foglalási, értékesítési rendszer, amely a teljes kínálatot magában foglalja, és egy helyütt teszi lehetővé az információnyújtást, foglalást és vásárlást, akár online módon is.
Feladatok	Értékesítési rendszer kialakítása országosan, illetve régióként TDM fenntarthatóságának javítása
Érintett szereplők	TDM-ek, termékgazdák, turisztikai szolgáltatók
Elvárt eredmények, hatások	Az egyes szolgáltatók számára önállóan végzett értékesítési és PR feladatok együttműködve sokkal hatékonyabban valósulnak meg.
Indikátorok	Látogatószám, vendégéjszaka szám, bevétel, források

VI/4. intézkedés: Tematikus tervezés

Indoklás	A tematikus tervezés a marketingtevékenység hatékonyságát
----------	---

	jelentősen növeli, és a szolgáltatók számára is fontos viszonyítási alapot jelent. A komplex programok kialakítása és azok marketingjének tervezése indokolja a stratégiai tervezést, ami a kulturális turizmusban főként évfordulókhoz, jeles eseményekhez kapcsolódva valósítható meg.
Feladatok	Tematikus tervezés évek vonatkozásában, kiemelt kulturális eseményekre, évfordulókra fókuszálva Tematikus tervezés egy adott éven belül, visszatérő programok alapján Rendezvény naptárak összeállítása
Érintett szereplők	MT Zrt, TDM-ek, OKM, turisztikai szolgáltatók, programgazdák
Elvárt eredmények, hatások	Kiszámíthatóbb működés, a szolgáltatók sokkal hatékonyabban használják fel erőforrásaikat, a kereslet koncentrálnak.
Indikátorok	Tervezhetőség, fenntarthatóság, reklámérték, imázsépítés

VI/5. intézkedés: Együttműködések támogatása

Indoklás	Számos nemzetközi példa bizonyítja, hogy a szakmai együttműködések igen eredményesek, és hazánkban is van már néhány sikeres kezdeményezés (pl. egészségturisztikai klaszterek, vagy Kulturális munkacsoport Budapesten). Tapasztalataik felhasználásával javasolt újabb hasonló együttműködések kialakítása a kulturális turizmus több területén.
Feladatok	Kulturális klaszterek létrehozásának ösztönzése A kulturális turizmus szereplőinek integrálása a TDM szervezetekbe Együttműködés ösztönzése a turisztikai szolgáltatók és közlekedési vállalatok között
Érintett szereplők	MT Zrt, ÖM, turisztikai szolgáltatók, fenntartók, tulajdonosok
Elvárt eredmények, hatások	Marketingérték növekedése, piaci pozíció javulása
Indikátorok	Reklámérték, imázs, fenntarthatóság

VII. prioritás: A humán erőforrás háttér biztosítása

VII/1. intézkedés: Önkéntes munka feltételrendszerének megteremtése

Indoklás	Sikeres nemzetközi példák bizonyítják, hogy az örökségvédelem területén szívesen dolgoznak önkéntesek, nálunk azonban ennek még nincs kialakult gyakorlata. A helyi emberi erőforrás bevonása mind a vonzerők fenntartása, mind az identitás erősítése szempontjából fontos. A felsőoktatásban tanulók száma az utóbbi időszakban közel ötszörösére nőtt, egy új kultúrafogyasztó réteg jelent meg, javasolt az ő bevonásuk is a tevékenységbe.
Feladatok	Munkatársak toborzása, képzése

	Jogszályi háttér megteremtése Ifjúsági korosztály bevonása Közösségi munka megjelenítése a pályázati értékelés szempontjaiban
Érintett szereplők	ÖM, OKM, termékgazdák, turisztikai szolgáltatók, önkormányzatok
Elvárt eredmények, hatások	A kulturális létesítmények működtetése hatékonyabbá válik, a helyi identitás erősödik, a civil kapcsolatok felértékelődnek
Indikátorok	Közösségépítés, fenntarthatóság, kulturális örökség megőrzése

VII/2. intézkedés: A helyi kulturális-turisztikai értékek megjelenítése az iskolai oktatásban

Indoklás	A jelenlegi általános morális állapot, a saját környezet, kultúra, történelem hiányos ismerete, és a gyermekek szabadidős tevékenységének kedvezőtlen alakulása indokoltá teszi, hogy tantervi szinten kerüljön ösztönzésre a helyi kulturális értékek megismertetése. Amennyiben ez sikeresen megvalósul, a jövőben újabb réteg válik a kulturális turizmus célcsoportjává, továbbá kulturális örökségünk megőrzőjévé és átadójává.
Feladatok	Tantervi szintű program kidolgozása: tematikus kirándulásokra, művészeti előadásokra, és a tanórák rendjébe illeszthető tevékenységekre korcsoportonként
Érintett szereplők	OKM, ÖM
Elvárt eredmények, hatások	Identitástudat erősödik, új célcsoport jelenik meg a kulturális turizmusban
Indikátorok	Közösségépítés, fenntarthatóság, kulturális örökség megőrzése

VII/3. intézkedés: Intézmények munkatársainak turisztikai szakmai fejlesztése

Indoklás	Jelenleg a kultúra és turizmus területe gyakran egymástól szeparáltan működik, kevés a kapcsolat, hiányos egymás szempontjainak ismerete, az intézményrendszer nehezen mozdul. Szükséges ezért a két terület fokozottabb együttműködése, lehetőség teremtése az igények megismertetésére.
Feladatok	Szakmai képzések, műhelymunkák, tapasztalatcsere ösztönzése Idegen nyelvi képzések támogatása Kulturális létesítményekben turisztikai szakember, animátor és múzeumpedagógus alkalmazása
Érintett szereplők	ÖM, OKM, MT Zrt, kulturális intézmények, szakmai szervezetek, nonprofit szektor
Elvárt eredmények, hatások	A kultúra és a turizmus egymás érdekeit figyelembe véve fejlődik, a létesítmények vonzereje, a szolgáltatási színvonal emelkedik, a vendégek elégedettsége nő.
Indikátorok	Látogatószám, bevétel, tartózkodási idő, élményszint

Stratégiai célok és prioritások összefoglalása

A fentiekben részletezett stratégiai célokat és prioritásokat a következő táblázatban foglaljuk össze. Megjegyezzük, hogy akár mindegyik cellába kerülhetett volna jelzés, tekintettel arra, hogy minden cél és prioritás kapcsolatban van egymással. Itt azonban kizárólag a legszorosabb összefüggéseket jelöltük.

	Szervezeti- működési keretek megteremtése	Jogszabályi keretek meg- teremtése	Gazdasági alapok biztosítása	Kulturális kínálatra épülő attrakció- fejlesztés	Kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése	A kulturális turisztikai marketing erősítése	A humán erőforrás háttér biztosítása
A kulturális értékek turisztikai hasznosítása		x	x	x		x	
Komplex kínálat kialakítása		x	x	x	x		x
Területileg differenciált fejlesztési irányok	x	x				x	
Versenyképesség növelése	x	x	x	x	x	x	
Emberi erőforrás fejlesztése	x						x

11. ábra: A stratégiai célok és prioritások összefoglaló táblázata
Szerkesztette a Budai és Barta Kft.

6. Pénzügyi tervezés

6.1 Pénzügyi tervezési elvek

A kulturális turizmus fejlesztésével összefüggésben a legfontosabb pénzügyi tervezési elvként a fenntarthatóságot jelöljük ki. A kulturális turisztikai termékek pénzügyi alapjait döntően a központi költségvetési, a fenntartói támogatások, a – hazai és európai uniós – pályázati támogatások, a befektetők és szponzorok támogatásai, a saját bevételek, valamint a nonprofit és civil szféra hozzájárulásai adják. A fenntarthatóság hosszú távon csak újabb szereplők és források bevonásával valósítható meg. A brit National Lottery-hez hasonlóan, nálunk az ötös

lottó játékadójának 90%-át kultúra támogatására fordítják, ez 8-11 Mrd forint évente, ami az APEH-en keresztül jut az NKA-hoz, ahol pályázati úton kerül elosztásra. Ehhez hasonlóan további szerencsejáték bevételek kulturális célokra fordítása ideális lenne.

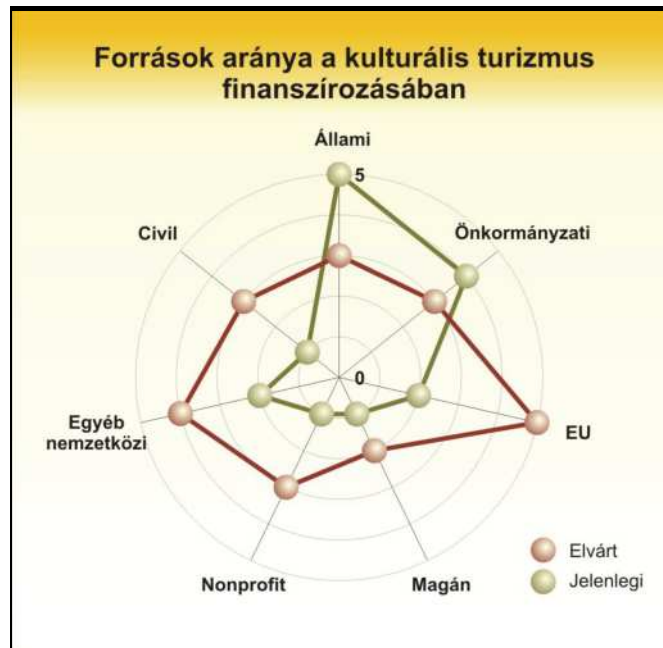
Emellett a kulturális turizmus területén a bizonyos fokú piacosítás szintén hasznos lehet. Hazánkban is elfogadott gyakorlat az egészségturizmus területén, hogy fürdők üzemeltetését a tulajdonosok piaci alapokra helyezik, és magáncéget bíznak meg ezzel a feladattal. A kulturális területen ez nem megszokott, noha Franciaországban működik olyan szervezet (Culturespace⁶⁸), amely a kulturális vonzerők üzemeltetését végzi. Ez a gyakorlat főként a várak, kastélyok, világörökségi helyszínek, rendezvényhelyszínek esetében lehet célravezető. Természetesen a piacosítás határainak kijelölését előzetesen körültekintően el kell végezni.

A pénzügyi tervezés vonatkozásában a második fontos elv a tervezhetőség. Költségvetési intézmények esetén a költségvetési támogatástól való függés, és annak késői nyilvánosságra hozatala, a gyakori visszavonás a tervezhetőséget nem teszi lehetővé. A múzeumok esetében általános tapasztalat⁶⁹, hogy ahol sikeres a működtetés, ott az esetek többségében egyesület, alapítvány, vagy más civil szerveződés a közreműködő. Azonban az önálló szervezetek együttműködésének formalizálása hiányos, az is előfordul, hogy mindkét felet ugyanaz a személy képviseli, nem megfelelő a szabályozási háttér.

Stratégiai célként fogalmazzuk meg a fenntarthatóság és a tervezhetőség érdekében a jelenlegi finanszírozási rendszer átalakítását, melynek során – a nemzetközi trendekhez igazodva – az állami források folyamatos átszuktúrálódását, és a magán-, nonprofit és civil szektor erőteljesebb bevonását tartjuk szükségesnek a kulturális turizmus területén. Az említett változtatásokat a következő ábrán szemléltetjük, a jelenlegi helyzet tükrében. 1-től 5-ig terjedő skálán jelöljük a források megoszlásának nagyságrendjét, a jelenlegi és elvárt eredményeket.

⁶⁸ www.culturespace.com

⁶⁹ Zomborka Márta: Akadályok és ellenérdekek a múzeumok bevételnövelő tevékenységében, Múzeumi Közlemények 2007/2



12. ábra: *Források aránya a kulturális turizmus finanszírozásában*
A Budai és Barta Kft. saját szerkesztése

6.2 Fejlesztési források

◇ *Hazai költségvetési források (1. számú forrástérkép⁷⁰)*

A kulturális turizmus költségvetési forrásai döntően az OKM fejezetében találhatóak, illetve a kulturális tárca háttérintézményein keresztül, vagy minisztériumok közötti együttműködések keretében jutnak el az intézményekhez és a programgazdákhöz. Az OKM tulajdonosi jogkörébe tartozó gazdálkodó szervezetek közül a Magyar Állami Operaház 5600 M, a Nemzeti Színház Zrt. 1700 M, a Művészetek Palotája Kft. 2400 M, a Nemzeti Táncszínház 520 M, a Hungarofest Nonprofit Kft. 139 M forint költségvetési támogatásban⁷¹ részesül. A szaktárcához tartozó további színházak, múzeumok, gyűjtemények működési támogatásban részesülnek. Szintén az OKM fejezetéből kapnak költségvetési támogatást az egyes művészeti együttesek, azonban a fenti létesítmények és szervezetek esetében a turizmus érdekeit szolgáló feladatok nem kerülnek előírásra.

A Nemzeti Kulturális Alap (ÖM-mel közösen) 600 M forintot nagyrendezvények, további 200 M forintot kisebb, lokális jelentőségű rendezvények támogatására fordít, illetve egyéb kollégiumi támogatások is rendelkezésre állnak, de problémaként említhetjük, hogy ez a három támogatási kör szervesen nem épül össze. A kulturális tárca az NKA-val közösen finanszírozza az egyes évfordulókhoz kapcsolódó tematikus programokat, előfordul azonban,

⁷⁰ A forrástérképen az aktuális pályázati forrásokat jelöljük, melyek évente hasonló konstrukcióban jelennek meg.

⁷¹ 2008-as adatok alapján.

hogy a tematikus évek céljai – a kulturális és a turisztikai területen – nincsenek összhangban, így a források elaprózódnak.

Az Önkormányzati Minisztérium a Turisztikai célelőirányzatból szintén hozzájárul: a nagyrendezvények (NKA-val közös pályázat keretében), illetve a Budapesti Tavasz Fesztivál támogatásához. 2009-ben a fesztivál 250 millió Ft támogatásban részesült, több évre szóló többoldalú megállapodás alapján. 2009-ben (a 2008-ban kiírt ÖM-NKA közös pályázat eredményeként) 63 nagyrendezvény részesült összesen 682 millió forintos pályázati támogatásban, a 2010. évi rendezvények megvalósításához a Turisztikai célelőirányzat a forrásaiból 300 millió forintot, az NKA a pénzügyi keretéből szintén 300 millió forintot biztosít. A korábbi években a regionális jelentőségű rendezvények támogatását szolgáló turisztikai pályázatok megszűntek, a TC csökkenő kerete már nem teszi lehetővé hasonló pályázatok meghirdetését.

Mind az önkormányzati, mind a kulturális tárcánál lehetőség nyílik miniszteri keretből történő támogatások odaítélésére. 2009-ben az OKM-ben 0,5-100 M forint közötti támogatásról döntöttek, többek között a Szépművészeti Múzeum, a Budapesti Zsidó Hitközség, a Veszprémi Ünnepi Játékok, a Mohácsi Történelmi Emlékhelyért Alapítvány, a Miskolci Operafesztivál, a Magyar Állami Operaház részére.

A megyei és települési önkormányzatok, mint tulajdonosok, vagy fenntartók saját költségvetésükből szintén jelentős forrásokat költenek intézményi célokra: múzeumok, közgyűjtemények, könyvtárak, színházak, kulturális központok működtetésére.

◇ *Európai uniós források*

A kulturális turizmus fejlesztési célokat szolgáló támogatásai az európai uniós társfinanszírozású pályázatokban találhatóak, döntő többségük a regionális operatív programokban (2. számú forrástérkép). A ROP pályázatok a régiók által meghatározott fejlesztési célokat szolgálják, de gyakorlatilag minden régióban van kulturális örökség megőrzését elősegítő támogatás. A 2007-2008-as időszakban erre a célra 14,7 milliárd Ft-ot fordítottak, vallási turizmus, kulturális örökségek, múzeumok vagy történelmi témaparkok fejlesztésére.

A Pécs2010 Európa Kulturális Fővárosa projekt beruházásainak összege mintegy 35 Mrd forint, kiemelt projektként került nevesítésre az ÚMFT-ben. (A projekt támogatására a 2007-2011. között a költségvetési törvényjavaslatokban Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata részére hazai költségvetési források előterjesztésére is sor kerül a programokkal, promóciós és szervezési munkákkal összefüggő kiadások fedezésére. Az öt évre szóló működési költségek összege 9.071,4 millió forint.)

További források állnak rendelkezésre az Új Magyarország Vidékfejlesztési Programban, melynek III. tengelye kapcsolódik a kulturális turizmushoz. Ezen belül turisztikai tevékenységek ösztönzése, főként szálláshelyfejlesztés és kapcsolódó szolgáltatások

(elkülönített forrás: 15 Mrd Ft), falumegújítás, és fejlesztés (elkülönített forrás: 18 Mrd Ft), valamint a vidéki örökség megőrzése (elkülönített forrás: 8,2 Mrd Ft) szerepel a támogatandó célok között.

Nem kifejezetten turisztikai célú támogatások, de a közművelődési és közgyűjteményi létesítmények fejlesztését szolgálják a Társadalmi megújulás (TÁMOP), és a Társadalmi infrastruktúra operatív programok (TIOP) egyes pályázatai. Többek között a Múzeumok mindenkinek program, a Tudásdepó expressz (könyvtári hálózat fejlesztésére), az Agóra – multifunkcionális közösségi központok kialakítása, és a Múzeumok iskolabarát fejlesztése programok, összesen mintegy 16 Mrd forint értékben.

Az európai uniós támogatások között megemlítjük továbbá a TDM rendszer fenntartási időszakára tervezett szakmai programokat, melyek keretében a TDM feladatok ellátása kerül támogatásra, melyek között több szoros összefüggésben áll a kulturális turizmussal.

◇ *Egyéb nemzetközi források (3. számú forrástérkép)*

A 2007-2013. közötti időszakban hazánk számára több határ menti együttműködési program elérhető. Magyar részvétellel hét határ menti (6 kétoldalú és 1 négyoldalú), két transznacionális (közép- és délkelet-európai) és négy interregionális (INTERREG IVC, URBACT, ESPON, INTERACT) program került kidolgozásra. A programok uniós forrását az ERFA (Európai Regionális Fejlesztési Alap), az unió külső határain az IPA (Előcsatlakozási Támogatási Eszköz, Horvátország és Szerbia tekintetében) valamint az ENPI (Európai Szomszédsági és Partnerségi Eszköz, Ukrajna tekintetében) pénzügyi alapok biztosítják, továbbá ezt egészíti ki a központi kormányzati hozzájárulás és a pályázók önéreje. A határ menti együttműködési programokban a két ország határ menti megyéi működnek együtt a határon átnyúló gazdasági és szociális kapcsolatok fejlesztése érdekében. A programok keretében a turizmus, valamint a város- és vidékfejlesztés érinti a kulturális turizmus területét. Az egyes programok a regionális fejlesztésnek kizárólag azon területeit ölelik fel, ahol a nemzeti határokon átlépő együttműködések a főáramú fejlesztésekhez képest hozzáadott értéket hordoznak. Ez lehetőséget nyújt a határ menti területek olyan fejlesztésére, mely a kulturális turizmus vonatkozásában nagy jelentőséggel bír.

A fenti programok mellett lehetőség van a Svájci és Norvég Finanszírozási Alapok támogatásának igénybe vételére. A norvég programban Magyarország öt éven keresztül összesen évi 27 millió euró (kb. 6 milliárd forint) támogatást kap. A program prioritásai közül a turizmus területét elsősorban az európai örökség megőrzése érinti, melynek keretében támogathatóak beruházások, épület-felújítások is. A Svájci Alap az EU-hoz 2004-ben csatlakozott országok részére 2008-2013 között további fejlesztési forrásokat biztosít. Ebből Magyarország részesedése mintegy 20 milliárd forint. Az együttműködési program egyrészt az EU tagállamai közötti, másrészt az érintett országok belső viszonyaiban tapasztalható egyenlőtlenségeket kívánja csökkenteni.

◇ *Befektetők, magán- és nonprofit szféra forrásai*

A turizmusban érvényesülő hazai és nemzetközi tendenciák, illetve prognózisok alapján a befektetések egyre nagyobb szerepet töltenek be, ugyanis az ezen a területen befektetett minden forint hamarosan a többszörösét hozza vissza a nemzetgazdaságnak. A kulturális turisztikai beruházások forrásigényét nehéz fedezni, ezért mindenképpen külső források bevonása szükséges. A lehetséges pályázati támogatások mellett ez hazai vagy külföldi befektetők bevonásával valósítható meg. A potenciális befektetők számára azonban vonzó környezetet kell teremteni, amit a jogszabályi háttér biztosítása mellett az egyes önkormányzatok, vagy intézmények több módon is elérhetnek: pl. a kapcsolódó infrastruktúra javításával, kedvezményekkel, mindkét fél számára előnyös együttműködések kialakításával.

A befektetés mellett a szponzoráció is fontos forrásokat jelenthet a kulturális turizmusban. A Szerencsejáték Zrt. szponzorációs alapját – a teljes bevétel 0,5%-át, évente mintegy 700 millió forintot – szponzorációra fordítanak egyharmad részben a kultúra, egyharmad a sport és egyharmad a szociális szféra, egészségügy területén. A szponzoráció esetén fontos a célközönség pontos meghatározása, a szakmai kutatások alapján a kultúrafogyasztók és a sportolók körében egyezés van, ezt a tényt ebben az esetben is szükséges figyelembe venni. Jelenleg Magyarországon a szponzoráció a kultúra területén még nem általános, például az Operaháznak nincs szponzori támogatása, ugyanakkor jelentős kiállítások, fesztiválok esetén már aktívabbak a szponzorok, döntően multinacionális vállalatok.

A magánszféra által átadott további források főként adományozás, mecenatúra útján jutnak el a kulturális turizmus szereplőihöz. A nonprofit szféra bevonása pedig leginkább nem elsősorban pénzforrások átadásával, hanem munkájuk hasznáival történik. Ide soroljuk alapítványok, egyesületek közreműködését képzési programokban, szervezésben, illetve az egyházak támogatását. A múzeumi szektor költséghatékonyságát nagyban növelné az önkéntes munka szélesebb körben történő elterjedése. Ennek Nyugat-Európában hosszú időre visszatekintő gyakorlata van, ami igen sikeresnek mondható. Pl. a skóciai múzeumokban⁷² alkalmazott személyzet fele önkéntes, akiket különböző időtartamú feladatok elvégzésére kérnek fel. Az alkalmazottak egy része ideiglenes dolgozó, mások szabadúszók, szakértők, vagy művészek, akik speciális projekteknél, kiállítások szervezésében, vezetésében vesznek részt, illetve vannak beszállítók és szolgáltatók a magánszektorból, akik a múzeumi infrastrukturális háttér biztosítását végzik. Hazánkban is javasolt ezt a többszereplős modellt kialakítani a kulturális turizmus területén.

◇ *A kulturális turizmus piaci bevételei*

Az épített örökség fenntartása költséges, pályázati támogatásból lehetőség van felújításra, de a működtetéshez bevételekre van szükség. Ennek érdekében meg kell találni azokat a turisztikai funkciókat, amelyekkel forrásokhoz tudnak jutni. A bevételtermelő tevékenységek köre eltérő lehet a létesítmények nagysága, forgalma és fenntartók szerint is. Az állami intézményeknél a profitszerzés a vezetők felelőssége. A kulturális és múzeumi intézmények saját bevételei

⁷² Polgár Judit: A múzeumok és galériák szerepe a skót turizmusban, Turizmus Bulletin, 2009/1.

származhatnak a következő tevékenységekből: jegyeladás, értékesítés, programszervezés, termék bérbeadása. A termékértékesítés a költségvetési intézményeknél számos akadályba ütközik: nem lehet versenyképes árakat meghatározni, a fenntartó gyakran nem engedélyezi a vállalkozást, szigorú előírásoknak, merev szabályoknak kell eleget tenni, a termék-előállítás, forgalmazási jogok nem tisztázottak. Ha a bevételek visszaforgathatóak lennének az adott intézményekhez, azok érdekeltté válnának az értékesítésben. Amennyiben a bevételek civil szervezetek bevonásával realizálódnak, a muzeális intézmény javára fordítódik a bevétel, ám a civil szervezet működtetése a munkatársak számára plusz feladatot jelent. A legtöbb muzeális intézmény a költségvetési szektor része, és amíg ezek gazdálkodási rendjében nem lesz változás, nem várható komoly előrelépés. A piaci bevételek növeléséhez szükséges tehát a tulajdonosi viszonyok rendezése, a vonatkozó jogszabályok áttekintése és módosítása, valamint a kulturális intézmények gazdálkodási rendjének átalakítása. Emellett a mecenatúra erőteljesebb megjelenésének ösztönzése szolgálhatja a piaci bevételek növelését.

6.3 Forrástérképek

A következőkben a fent ismertetett forráslehetőségeket foglaljuk össze, a stratégia időhorizontjának megfelelően. Megjegyezzük, hogy a hazai források esetében azonban nem állnak rendelkezésre hosszú távú adatok, ezért a 2009-es adatokat ismertetjük.

1. számú forrástérkép: Hazai források a kulturális turizmus fejlesztéséhez

A pályázatot meghirdető intézmény(ek) neve/Forrás	Támogatási konstrukció neve	Támogatható tevékenységek illetve a támogatás célja	Támogatás összege Min-max (M Ft)	Támogatás mértéke (%)
Nemzeti Kulturális Alap Pályázata 50 M. Ft.	A kiemelt kulturális programok szakmai kollégiuma pályázati felhívása az Európai Bizottság Kultúra keretprogramjának Kulturális együttműködések programjában résztvevők számára.	Európai Bizottság Kultúra keretprogramjának Kulturális együttműködések programjában résztvevők számára.	a) rövid távú projekt esetén (maximum 24 hónap): főszervező részére 30.000 eurónak megfelelő összeg társzervező 15.000 eurónak megfelelő összeg b) hosszú távú (3–5 év) projekt esetén: 50.000 eurónak megfelelő, társzervező 25.000 eurónak megfelelő összeg.	a) rövid távú projekt esetén (maximum 24 hónap):* főszervező részére az Európai Bizottság által megítélt projekt támogatás 20%-a, társzervező részére az Európai Bizottság által megítélt projekt támogatás 10%-a b) hosszú távú (3–5 év) projekt esetén:* főszervező részére az Európai Bizottság által megítélt projekt támogatás 16,6%-a, társzervező részére az Európai Bizottság által megítélt projekt támogatás 8,3%-a
Önkormányzati Minisztérium és a Nemzeti Kulturális Alap Pályázata	A kiemelt kulturális programok szakmai kollégiuma pályázati felhívása a 2010. évben megvalósuló nemzetközi, országos turisztikai vonzerővel bíró kulturális rendezvények, programsorozatok/fesztiválok támogatására	A pályázat célja a 2010-ben Magyarországon megrendezésre kerülő, nemzetközi, országos hatókörű turisztikai vonzerőt jelentő kulturális rendezvények (programsorozatok/fesztiválok) megvalósításának támogatása.	5M Ft-30 M Ft	A rendezvény összköltségének legfeljebb 25%-a

<p>Az Oktatási és Kulturális Minisztérium, a Külgügyminisztérium, az Önkormányzati Minisztériummal, a Magyar Turizmus Zrt., valamint a MJVSZ és a Kisvárosi Önkormányzatok Országos Érdekszövetsége pályázata</p>	<p>A kultúra magyar városa 2010</p>	<p>A cím elsősorban eszmei értékű, s a városok elmúlt két-három évben nyújtott kulturális teljesítményének, valamint fenntartható fejlesztéseket elősegítő kulturális programjainak értékelésére és elismerésére szolgál. A cím évente egy alkalommal, három kategóriában adományozható.</p>	<p>1, 5 M Ft</p>	<p>-</p>
<p>Oktatási és Kulturális Minisztérium 9,6M Ft</p>	<p>Új tudás – műveltsége mindenkinnek program a határ menti régiók művelődési intézményeinek együttműködésében megvalósuló közművelődési programok támogatására</p>	<p>A hazai művelődési és a határon túli magyar intézmények programjainak bővítése a határon átnyúló kulturális programokkal, a kulturális hozzáférés szempontjából hátrányos helyzetű területek kulturális felzárkóztatása, a hazai és a határon túli magyar amatőr művészet értékeinek Magyarországon és a szomszédos országokban történő megjelenítése, népszerűsítése.</p>	<p>400e Ft -1, 5M Ft</p>	<p>-</p>
<p>Kiíró szervezet: Nemzeti Fejlesztési Ügynökség Közreműködő szervezet: Oktatási és Kulturális Minisztérium Támogatáskezelő Igazgatóság 890M Ft</p>	<p>Múzeumok iskolabarát fejlesztése és oktatási-képzési szerepének infrastrukturális erősítése</p>	<p>A konstrukció célja, hogy a múzeumok iskolabarát fejlesztése a közoktatást támogató egységes alapszolgáltatásként valósuljon meg. Ezek eredményeként korszerűen berendezett, jól felszerelt gyermekfoglalkoztatók, oktatóterek, az alkotókészséget és kreativitást fejlesztő műzeumi terek jönnek létre.</p>	<p>5M Ft -100M Ft</p>	<p>100%</p>
<p>A Szülőföld Alap Kulturális, Egyházi és Média Kollégiuma 12, 1M Ft</p>	<p>Pályázati felhívása a magyarországi pályázók számára</p>	<p>A határon túli magyarok részvételével a Magyarországon megvalósuló művészeti, közművelődési, kulturális örökségvédelmi rendezvények, fórumok, képzések támogatása.</p>	<p>0, 3M Ft -2 M Ft.</p>	<p>-</p>

	Magyar-magyar együttműködésben megvalósuló kulturális programok.	
--	--	--

2. számú forrástérkép: Regionális operatív programok pályázati forrásai a kulturális turizmusra vonatkozóan

Regionális Fejlesztés Operatív Programok akcióterve	Támogatási konstrukció neve, keretösszege 2007-2010 között	Komponens neve	Támogatható tevékenységek	Pályázatok, kiemelt projektek kerete (MrdFt) 2009-2010 között	Támogatás min-max összege (M Ft)	Támogatás mértéke (max.)	Támogatott projektek száma 2007-2010 között
Közép-magyarországi Operatív Program	Versenyképes turisztikai termék- és attrakciófejlesztés, 26, 62 Mrd Ft	A, Kulturális és örökségturizmus fejlesztése	Épített kulturális örökség turisztikai célú hasznosítása (infrastrukturális és szolgálatfejlesztés); Muzeális értékek látogatóbarát fejlesztése; Tematikus utak kialakítása, az összekapcsolt létesítmények fejlesztése	1, 034	50-150	100%	6
		B, Turisztikai attrakciók fejlesztése	Kiemelt projektek	11, 487	-	-	-
	Turisztikai fogadóképesség Fejlesztése, 2, 71 Mrd Ft	Turisztikai Desztináció Menedzsment szervezetek fejlesztése ⁷³	TDM turisztikai szakmai fejlesztési tervek, akciótervek készítése és	0, 388	15-50	85%	8

⁷³ A TDM források egyelőre érintőlegesen említhetőek a kulturális turizmus vonatkozásában.

				szakmai fejlesztési projektek előkészítése, megvalósítása					
Nyugat-dunántúli Operatív Program	A régió történelmi és kulturális örökségének fenntartható hasznosítása, valamint a természeti értékeken alapuló aktív turisztikai programok fejlesztése 33, 51 Mrd Ft	A, A régió nemzetközi jelentőségű kulturális és világörökségi helyszíneinek fenntartható turisztikai célú hasznosítása	Épített kulturális örökség turisztikai célú hasznosítása (infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztés)	5, 09	600-2000	85%	5		
		B, A régió történelmi és kulturális örökségének fenntartható hasznosítása	Épített kulturális örökség turisztikai célú hasznosítása (infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztés)	2, 03	50-600	85%	6		
		C, A balatoni térség turisztikai vonzerejének növelése	Aktív turizmushoz kapcsolódó tematikus létesítmények és kalandparkok kialakítása; Helyi jelentőségű egyházi létesítmények, kegyhelyek fejlesztése	0, 67	20-200	85%	4		
Észak-alföldi Operatív Program	Versenyképes turisztikai termékek és attrakciófejlesztés 35, 73 Mrd Ft	A, Kulturális és örökségturizmus infrastrukturális fejlesztése	Épített kulturális örökség turisztikai célú hasznosítása (infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztés) Tematikus utak kialakítása, az összekapcsolt létesítmények fejlesztése; Kulturális örökségen	1, 18	10-400	90%	6		

					alapuló tematikus parkok kialakítása, fejlesztése és muzeális intézmények látogatóbarát fejlesztése					
			B, Rendezvényturizmus infrastrukturális feltételeinek javítása		Turisztikai jelentőséggel rendelkező kulturális rendezvények helyszíneinek fejlesztése	1, 01	10-100	50%		5
Észak-magyarországi Operatív Program	Versenyképes turisztikai termék- és attrakciófejlesztés 32, 72 Mrd Ft		A, Turisztikai attrakciók fejlesztése / Kiemelt /		Épített kulturális örökség turisztikai célú hasznosítása (infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztés) Kulturális örökségen alapuló tematikus parkok kialakítása, valamint muzeális intézmények látogatóbarát fejlesztése	8, 14	800-2000	90%		4
			B, Turisztikai attrakciók fejlesztése/Pályázat/		Tematikus utak kialakítása, az összekapcsolt létesítmények fejlesztése;	6, 54	20-500	90%		25
			C, Turisztikai üzleti szolgáltatások fejlesztése		Turisztikai szolgáltatások kialakítása, fejlesztése; Turisztikai jelentőséggel rendelkező kulturális rendezvények helyszíneinek fejlesztése	3, 40	10-200	50%		40
	Turisztikai Desztináció Menedzsment fejlesztése 3, 11 Mrd Ft		Desztináció menedzsment fejlesztés		A turisztikai szolgáltatók és az attrakciók hatékony együttműködésének	2, 01	5-400	85%		25

Dél-alföldi Operatív Program	Versenyképes turisztikai termék- és attrakciófejlesztés 21, 416 Mrd Ft	A. Muzeális intézmények, témaparkok és az épített örökség turisztikai célú fejlesztése B. Kulturális és gasztronómiai turisztikai célú rendezvények infrastrukturális háttérének fejlesztése	megteremtése, marketing és piaca vitel támogatása.	1, 966	20-600	85%	20
			0		-	-	-
	Turisztikai Desztináció Menedzsment fejlesztése 0, 757Mrd Ft	Desztináció menedzsment fejlesztés	A turisztikai piaci jelenlétet segítő együttműködések fejlesztése a helyi (településcsoport), térségi (mikro-régiós) és regionális TDM szervezetek létrehozásával, valamint termék alapú regionális turisztikai klaszterek kialakulásának segítésével biztosítható.	0, 508	10-50	85%	11
Közép-dunántúli Operatív Program	Kiemelt és integrált vonzerő-, termék- és infrastruktúrafejlesztések támogatása	A. Kiemelt vonzerők fejlesztése	A kiemelt felhívás fő célkitűzése a régió meglévő turisztikai adottságaival összhangban	1, 6 Mrd	500-1610	85%	1

Dél-dunántúli Operatív Program	Komplex turisztikai termékcsoportok kialakítása 19, 01 Mrd Ft	Térségi alapú komplex turisztikai termékcsoportok kialakítása	Épített kulturális örökség turisztikai célú hasznosítása (infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztés); Turisztikai jelentőséggel rendelkező kulturális rendezvények helyszíneinek fejlesztése	3	50-1300	80%	5
	Turizmusban érintett szereplők együttműködésének erősítése 1, 88 Mrd Ft	Desztináció menedzsment szervezetek kialakítása a régióban	TDM turisztikai szakmai fejlesztési tervek, akciótervek készítése és szakmai fejlesztési projektek előkészítése, megvalósítása.	-	-	-	-
Dél-Dunántúli Operatív Program, a Közép-Dunántúli Operatív Program és a Nyugat-Dunántúli Operatív Program	A balatoni térség turisztikai vonzerejének növelése 4, 25 Mrd Ft	Turisztikai attrakciók fejlesztése	Épített örökségek (műemlékek, világörökségi helyszínek, kastélyok, várak, ipartörténeti és technikai emlékek) látogatóbarát fejlesztése, Nemzeti és történelmi emlékhelyek fejlesztése, Szellemi örökségen alapuló vonzerők, Kulturális örökségen alapuló tematikus parkok, örökségparkok fejlesztése, Kulturális tematikus útvonalak fejlesztése, Vallási turizmushoz kapcsolódó emlékhelyek, zarándokhelyek, egyházi létesítmények fejlesztése, Turisztikai jelentőséggel	Dél-Dunántúlon megvalósuló projekt esetén 450 millió Ft, Közép-Dunántúlon megvalósuló projekt esetén 300 millió Ft, Nyugat-Dunántúlon megvalósuló projekt esetén 200 millió Ft.	20-300	85%	Kb.: 40

					rendelkező kulturális rendezvények helyszíneinek fejlesztése. Például: szabadtéri színpadok, vízi színpad, egyéb rendezvényhelyszínek kialakítása, meglévő helyszínek modernizálása, fejlesztése.				
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

3. számú forrástérkép: Egyéb külföldi források

Program neve	Komponens neve	Támogatható tevékenységek	Támogatás min-max összege	Támogatás mértéke (%)	Támogatott projektek száma
Svájci-magyar együttműködési program 3 M svájci frank	A, Vendégbarát turisztikai szolgáltatásokért B, Turisztikai márka- és termékfejlesztési mintaprogramok	Turisztikai vendégfogadás és vendég-elégedettség fejlesztését szolgáló minősítési, képzési és tréningprogram kialakítása és lebonyolítása	min 1 M CHF max 1, 1 M CHF min 1 M CHF max 1, 1 M CHF	Max. 60%(kivéve azon projektek esetében, amelyek költségvetési juttatás formájában kiegészítő támogatást kapnak nemzeti, regionális vagy helyi hatóságoktól, amely esetben max. 85%)	1 2
Határon átnyúló együttműködés a magyar-ukrán határtérségben EGT, a Norvég Finanszírozási Mechanizmus és az NFÜ pályázata 62 M Ft	Humán erőforrás fejlesztés, oktatás, kulturális és innovációs együttműködések támogatása	Közös oktatási tevékenységek támogatása, beleértve a munkanélküliek oktatását is - Oktatási csereprogramok - Kulturális és sport együttműködések, rendezvények - Felsőfokú oktatási intézmények és kutatóintézetek közötti K+F együttműködések	min. 2, 5 M Ft max. 25 M Ft	90%	-

Délkelet-Európai Transznacionális Együttműködési Program 1-2 M euró	A transznacionális szinergiák erősítése a térségek fenntartható növekedése érdekében	A kulturális értékek fejlődés érdekében történő felhasználásának ösztönzése A növekedési térségek vonzásképességének és megközelíthetőségének támogatása	A felhívásban nem szerepel	85%	-
Magyarország-Románia Határon Átnyúló Együttműködési Program 2007-13 között 224 M euró	A társadalmi és gazdasági kohézió erősítése a határ menti térségben, Határon átnyúló üzleti együttműködés támogatása	Olyan határ menti kezdeményezések támogatása, amelyek valódi együttműködésen alapulnak és a határ mindkét oldalán élő közösségek számára előnyökkel járnak	min: 10 000 EUR max: 6 M EUR	95%	-
Magyarország-Szlovákia Határon Átnyúló Együttműködési Program 63 M euró	Közös turisztikai projektek elősegítése	Turisztikai termékek és vonzóerők fejlesztése, desztináció menedzsment szervezetek és kapcsolódó infrastruktúra felállítása Közös turisztikai célpontok fejlesztése – népszerűsítés, marketing és értékesítés		85%	
Magyar- Horvát IPA Határon Átnyúló Együttműködési Program 19 M euró	Fenntartható környezet és turizmus	A közös kulturális örökség fejlesztése és fenntartása a kulturális értékek és a hagyományok népszerűsítése, valamint a turizmus fejlesztése céljából,	-	85%	-

Magyar-Szerb Határon Átnyúló Együttműködési Program	Gazdasági együttműködés, turizmus és K&F; Oktatási és kulturális együttműködések	Határon átnyúló kulturális útvonalak létrehozása, kulturális örökségvédelem	-	85%	-	
Európai Szomszédosági Partnerségi Eszköz Határon Átnyúló Együttműködési Program Magyarország-Szlovákia- Románia-Ukrajna	Határon átnyúló turizmus fejlesztése	A tudástranszfer és tapasztalatcsere támogatása a közös üzleti fejlesztések elősegítése érdekében, valamint a térség turisztikai vonzerejének növelése;	változó	-	-	
Ausztria-Magyarország Európai Területi Együttműködés	Innováció, integráció és versenyképesség	A határterület gazdasági, társadalmi, környezeti és kulturális fejlesztésének támogatása	min. 25.000 EUR	85%	-	
82 M euró Szlovénia-Magyarország Határon Átnyúló Együttműködési Program 2007-2013	Az együttműködési terület vonzerejének növelése	Közös idegenforgalmi desztináció vonzerejének növelése, Kultúra megőrzése és fejlesztése		85%	-	
30 M euró Közép-európai Transznacionális Program	Városok és régiók versenyképességének és vonzerejének növelése	A kulturális erőforrások hasznosítása a városok és régiók vonzerejének növelésében		85%	-	
Interreg IVC 1-2 M euró	Környezet és kockázat-megelőzés	Természeti örökség megtartása, energia és fenntartható	min. 500.000 EUR max. 5 M EUR	85%	-	

		tömegközlekedés, kulturális örökség			
--	--	--	--	--	--

7. Ütemterv

7.1. A prioritások és feladatok intézkedési terve

Az 5. fejezetben ismertetett fejlesztési prioritások és intézkedések időbeli ütemezését a következő oldalakon foglaljuk össze. A stratégiának a 2013-ig tartó időszakra szólóan kell az intézkedéseket meghatározni, 2015-ig terjedő végrehajtással. Ezt az időszakot lefedve GANTT diagram segítségével rendszerezük a tervezett tevékenységeket.

◇ *Az intézkedések rendszere, időhorizontja*

A stratégia tehát a 2010 és 2015 közötti időszakra vonatkozik. Azonnali feladatként (2010, 2011 években elvégzendőként) jelöljük meg az intézményrendszer átalakítását, nemzetközileg vonzó attrakciók létrehozását, a kulturális turizmus jogi szabályozásának áttekintését, a világörökségek közös piacra vitelét, és az egységes arculat megteremtését. A pályázati rendszerre vonatkozó intézkedések és feladatok egy része már a következő, 2011-től életbe lépő akciótervekben, döntő többségük azonban csak 2013 után, a következő EU költségvetési ciklusban valósítható meg. Több feladat a teljes időhorizontot átíveli, mint pl. az együttműködések ösztönzése és a tematikus tervezés.

Természetesen a nagyobb jelentőségű, több intézményt érintő változások, mint pl. a jogszabályi környezet változtatása hosszabb időt vesznek igénybe, akár több évig is elhúzódhatnak.

A stratégia időhorizontjában egyidejűleg jelöljük a kulturális turizmus szempontjából kiemelkedő eseményeket, évfordulókat az adott éveknél. A tematikus évek megjelenítését a turisztikai marketingben javasoljuk folytatásra, de mindenképpen a kulturális és a turisztikai szakterület egyeztetésével. 2010-re és 2011-re már meghatározásra kerültek a turisztikai marketing középpontjában álló témák (fesztiválok, egészségturizmus), illetve a kulturális tárca részéről preferált évfordulók (Erkel, Liszt). A következő évekre javasoljuk, hogy minél hamarabb kerüljön kijelölésre, hogy a szakterületek mely témákra kívánnak közösen fókuszálni, így legyen pl. Világörökségek éve, Zenei hagyományok éve, stb. Megjegyezzük, hogy a német turizmusmarketing szervezet már most előkészíti a 2017-es reformáció évét. A már ismert kezdeményezésekre építve a tematikus tervezést hosszabb időtávra javasolt elvégezni.

Intézkedési terv

Intézkedés	2010	2011	2012	2013	2014	2015
I/1. Egyértelműen meghatározott feladatkörök és kompetenciák kijelölése az irányítási rendszerben						
I/2. A vállalkozói és non-profit szféra bevonása						
II/1. Általános jogi keretek kialakítása						
II/2. A kulturális turizmust érintő jogszabályok áttekintése						
III/1. Átfogó támogatási rendszer kidolgozása						
III/2. Fejlesztési terv kidolgozása a hátrányos helyzetű térségekre						
III/3. A kulturális csekkrendszer újradefiniálása						
III/4. A pályázati rendszer átalakítása						
IV/1. Valódi nemzetközi jelentőségi attrakciók kidolgozása						
IV/2. Tematikus útvonalak és zárandokutak kialakítása						
IV/3. Fesztiválok turisztikai akkreditációja						
IV/4. Garantált programok rendszerének kidolgozása						
IV/5. Látogatómenedzsment rendszer fejlesztése						

Intézkedés	2010	2011	2012	2013	2014	2015
V/1. Látogatóközpontok kialakítása						
V/2. Általános településkép fejlesztése						
V/3. Tematikus utakhoz kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése						
V/4. Rendezvények infrastruktúrájának biztosítása						
VI/1. Az UNESCO világörökségek marketingjének kidolgozása						
VI/2. Egységes arculat megteremtése						
VI/3. Egységes kulturális-turisztikai értékesítési rendszer kidolgozása						
VI/4. Tematikus tervezés						
VI/5. Együttműködések támogatása						
VII/1. Önkéntes munka feltételrendszerének megteremtése						
VII/2. A helyi kulturális-turisztikai értékek megjelenítése az iskolai oktatásban						
VII/3. Intézmények munkatársainak turisztikai szakmai fejlesztése						
A kulturális turizmus szempontjából fontos események, évfordulók	Pécs EKF Fesztiválok éve Erkel-év	EU-elnökség Liszt-év	Kálmán Imre születésének 130. évfordulója	Szépművészeti Múzeumban nagyszabású barokk tárlat	Ybl Miklós születésének 200. évfordulója	Mindszenty József halálának 40. évfordulója

8. A fejlesztések esetleges korlátai

8.1 A gazdasági válság lehetséges hatásai

A 2008-ban kezdődött, és azóta egyre súlyosbodó globális gazdasági válság a turizmus alakulását is jelentősen befolyásolja. Európában a válság fokozottabban jelentkezik, mely a turisztikai kereslet jelentős csökkenésével jár együtt. A várható hatásokról számos nemzetközi és hazai elemzés készült. A szakértők egyetértenek abban, hogy az utazók a lehető legkésőbbre halasztják az utazási döntést, és bár a főutazásról általában nem mondanak le az emberek, inkább rövidebb utazásokat terveznek. Az utazók az üzemanyagárak emelkedése miatt gyakrabban választanak közelebbi úti célt, a belföldi utazások jelentősége megnő. Egyre nagyobb szerepet kap az internet, a desztináció olcsó megközelíthetősége és ár-érték aránya.

A kulturális turizmus és a városlátogatások szerepe ugyanakkor felértékelődik. További fontos hatás a szakterület szempontjából, hogy az utazók igénye egyre inkább növekszik a komplex turisztikai szolgáltatáscsomagok iránt, ezért pl. az alapvetően más motivációval (egészségturizmus, aktív turizmus, stb.) útra kelők is nagyobb arányban keresik fel a kulturális attrakciókat, illetve vesznek igénybe kulturális szolgáltatásokat.

A gazdasági tényezők alakulása azonban a kulturális turizmus kínálatának fenntartásában is fontos szerepet játszik. A kultúrára rendelkezésre álló állami források folyamatosan csökkennek, ezért a többszereplős finanszírozási modellek alkalmazása válik szükségessé. A kultúra és az örökségvédelem területén tevékenykedő nonprofit és magánvállalkozások, valamint a civil szféra bevonása egyre sürgetőbb.

8.2 Egyéb természeti, politikai, társadalmi korlátok

A gazdasági tényezők mellett egyéb, természeti, politikai, társadalmi korlátai is lehetnek a kulturális turizmus fejlesztésének. Rajtuk kívül álló váratlan események bármikor előfordulhatnak, és a negatív események a sajtón keresztül erősen befolyásolják az imázst, és így a desztináció-választást is. Erre alaposan kidolgozott válságkommunikációs tervvel lehet felkészülni.

Járványok, betegségek az utóbbi években többször vetették vissza az utazási kedvet. A kulturális turizmusban főként a tömegrendezvények, fesztiválok és a nagy látogatottságú attrakciók forgalmát veszélyeztetik az egészségügyi krízisek. A környezeti állapot változása, esetleges károsodása szintén riasztó lehet a potenciális vendégek számára. Amennyiben egy adott kulturális látnivaló a túlzott látogatottság, zsúfoltság miatt károsodik, a későbbiekben már jelentősen csökken iránta az érdeklődés. A közbiztonság helyzete ma már szintén döntő szempont az utazási helyszín kiválasztásában. Politikai, társadalmi változások, olyan

eseményeket idézhetnek elő, melyek hazánkat negatív színben tüntetik fel a nemzetközi sajtóban, így az országról alkotott képet kedvezőtlenül befolyásolják. Ezt a kulturális kínálat, illetve a kulturális elemekre épülő ország marketing azonban képes ellensúlyozni.

8.3 A veszélyek kiküszöbölése

A fentiekben összefoglalt lehetséges hatások és korlátok figyelembe vétele a stratégiai fejlesztésben elengedhetetlen. A recesszió idején is szem előtt kell tartani a következő elveket.

- A válság enyhülése várhatóan már 2010-ben megkezdődik.
- A fejlesztések hosszú távra szólnak.
- A rendelkezésre álló európai uniós források felhasználását maximalizálni szükséges.
- A kulturális kínálat alapvetően meghatározza az országról kialakult képet.
- Új turisztikai termékek, egyedi kínálat, komplex szolgáltatások keltik fel az utazók érdeklődését.
- Új célcsoportok elérése megfelelő keresleti szegmentációval valósítható meg.
- Új küldő piacok bevonása elsősorban a közeli országokra fókuszálva lehet sikeres.
- Új, innovatív megoldások alkalmazásával tehető hatékonyabbá a turisztikai marketing.
- A szakmai együttműködések erősítésével a rendelkezésre álló erőforrások megtöbbszörözhetőek.
- A belföldi vendégforgalom ösztönzésére szolgáló eszközök fenntartása kiemelt jelentőségű.
- A szolgáltatási színvonal emelése folyamatos képzéssel, a nemzetközi elvárásokhoz történő igazodással érhető el.
- A kulturális turisztikai fejlesztések új, döntően vidéki – gyakran hátrányos helyzetű – helyszíneket képesek az ország gazdasági vérkeringésébe bekapcsolni.
- A fenntarthatóság szempontjait a kulturális turizmus minden területén érvényesíteni kell.

Tekintettel arra, hogy a kulturális turizmus fejlesztési stratégiában foglalt intézkedések megvalósítása a 2010-2015. közötti időszakban realizálódik, a gazdasági válság lehetséges hatásaival is számolni szükséges.

9. *Monitoring*

9.1 A monitoring szükségessége a kulturális turizmusban

A monitoring tevékenység különösen fontos olyan rendszerekben, melyek nagyszámú szereplővel rendelkeznek. Jelen esetben a turisták, a kulturális turisztikai szolgáltatók, a kiegészítő termékek szolgáltatói, az értékesítési lánc egyéb szereplői, a marketing közreműködők min-mind a kulturális turizmus szereplőiként definiálhatóak. Szükséges továbbá a folyamatosan változó piacok magatartását követni, hiszen csak így lehet a folyamatokra gyorsan és hatékonyan reagálni. Emellett fontos kiemelni, hogy a kulturális-turisztikai stratégia megvalósításához hazai és európai uniós források igénybe vétele szükséges, melyek felhasználásához a kapcsolódó monitoring tevékenység jogszabályi kötelezettség.

Az ebből adódó feladatok tehát a következők. Figyelemmel kell kísérni a folyamatosan változó kulturális turisztikai trendeket, a kereslet és kínálat alakulását, a piac szereplők és konkurensek magatartását. Nyomon kell követni a kulturális-turisztikai stratégia céljainak megvalósulását, és az intézkedések végrehajtását.

9.2 A monitoring szervezeti rendszere

A monitoring tevékenység szervezeti rendszerét két aspektusból közelíthetjük meg. Egyrészt a lehetséges monitoring megoldások, másrészt a más monitoring rendszerekhez való kapcsolódás alapján.

Általában három megoldás kínálkozik a monitoring elvégzésére. Amennyiben a monitoringot a támogatott végzi (pl. pályázati fejlesztés megvalósításáról jelentést készít), ennek költségei rendkívül alacsonyak, ugyanakkor ez adja a legkevésbé megbízható eredményeket. Ha a monitoring tevékenységet a támogató végzi, ennél objektívebb eredményt kapunk, de a támogató szervezeteknek, hatóságoknak ez általában nem feladatuk, viszont az akaratukat így könnyen érvényesíthetik (pl. minisztériumi apparátus alkalmazásával). A harmadik lehetőség, ha a monitoring tevékenységet külön intézmény végzi, mely lehet háttérintézmény, vagy megbízott piaci szereplő. (Pl. a KEHI az állami források felhasználását, az NFÜ által megbízott vállalkozások a pályázati fejlesztések megvalósulását vizsgálhatják.)

A monitoring szervezeti rendszer hatékony működtetése akkor valósulhat meg, ha az egyéb monitoring rendszerekhez történő kapcsolódási pontokat megfelelően választjuk ki. Bizonyos helyzetekben piaci szereplők megbízása javasolt: így a fesztiválok valódi turisztikai szerepének vizsgálatához akkreditált kutatás elvégzésére. Ebben az esetben a szakmai kritériumokat a támogató, egy OKM-ÖM közös bizottság dolgozza ki, és adja meg, de magát

a kutatást piaci szereplő végzi. A feladat jellegét figyelembe véve a monitoring tevékenységet állami háttérintézmény is végezheti, de a szakmai kritériumokat ebben az esetben is az OKM-ÖM közös bizottság dolgozza ki, az adott kulturális-turisztikai intézmény szakmai vezetőjével közösen. Így a szakmai szempontok is érvényesülnek, és a feladatokhoz megfelelő kompetenciával rendelkező szervezetek végzik az egyes tevékenységeket.

A Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia Monitoring Bizottsága az egyes turisztikai termékekre készült fejlesztési stratégiák megvalósulását is nyomon követheti.

9.3 A monitoring indikátorrendszere

Az indikátorrendszer jelentősége, hogy kizárólag az alkalmazásával lesz mérhető a fejlesztések eredménye. Éppen ezért olyan indikátorokra van szükség, ami a turizmus szempontjából releváns eredményeket és hatásokat mutat ki. Pl. a fesztiválok esetében a külföldi résztvevők arányának mérése helyett a fesztivál által generált külföldi vendégéjszakák számát kell figyelembe venni.

A kulturális turisztikai monitoring indikátorai a stratégiai célokat és prioritásokat összefoglaló fejezetben már ismertetett mutatók.

A fenti mutatók folyamatos vizsgálatával a kulturális turizmus fejlesztési stratégia megvalósítását rendszeresen át kell tekinteni, és az esetleges gátló tényezők ismeretében felül kell vizsgálni.

Bevont szakemberek listája

1. számú melléklet

Név	Beosztás, tisztség	Intézmény, szervezet	Terület ⁷⁴
Dr. Aradi Csabáné	Társelnök	Magyar Hangversenyrendezők Egyesülete	NP
Aszalós Zoltán	Európai ügyvezető	Campanile Global cégcsoport	M
Dr. Baán László	Főigazgató	Szépművészeti Múzeum	K
Bak Józsefné	Ügyvezető igazgató	Edit Pályázati Tanácsadó Iroda	M
Bánki Erik	Tag	Örökségvédelmi Kerekasztal	
	Elnök	Országgyűlés Sport és turisztikai bizottsága	K
Barta Ferenc	Építész	Barta és Társai 03 Kft.	M
Prof. Dr. Czeglédi József	Egyetemi docens	Pannon Egyetem	K
Dr. Csepregi Katalin	Kulturális nagykövet	Pesti Vigadó	M
Dobó Ágota	Általános igazgatóhelyettes	Műemlékek Nemzeti Gondnoksága	K
Cseke László	Ügyvezető	Pro Visegrád Nonprofit Kft.	NP
Dr. Cseri Miklós	Főigazgató	Szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeum	K
Elisabeth Parrag-Pataki	Képviselővezető	Francia Idegenforgalmi Hivatal	K
Fábián Eszter	Szakmai tanácsadó	Önkormányzati Minisztérium	K
Felföldi Zoltán	Ügyvezető	HBF Hungaricum Kft.	M
Giorgio Pressburger	Tiszteletbeli elnök	Pécs 2010 Operatív Művészeti Tanács	NP
	Volt vezető	Olasz Kulturális Intézet	
Gerendai Károly	Ügyvezető igazgató	Sziget Kulturális Szervezőiroda	M
Habis László	Polgármester	Eger MJV	K
Hajdú Éva	Volt miniszteri biztos	NKÖM	K
Harsányi László	Elnök	Nemzeti Kulturális Alap	K
Koch Andrea	PR-marketing vezető	Budapesti Fesztiválközpont Kht.	NP
Kovács Ferenc	Elnök	Országgyűlés Sport és turisztikai bizottsága, Kastélyok, várak, falusi turizmus albizottság	K
Dr. Kovács Miklós	Turisztikai szakállamtitkár	Önkormányzati Minisztérium	K
Kiss Imre	Igazgató	Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum	K
Kiss János	Elnök	IHSZ Megyék Idegenforgalmi Szövetsége	NP
Kiss Kornélia	Irodavezető	Magyar Turizmus Zrt.	K
		Piac- és Termékmenedzsment Iroda	
Kovács Györgyi	Gazdasági igazgató	Új Színház	NP
Körössy László	Szerkesztő	Új Ember	K
Laknerné Brückler Andrea	Vezető	Kulturális Központok Országos Szövetsége	NP
Léderer Betty	Képviselővezető	Cseh Idegenforgalmi Hivatal	K
Ligeti Ádám	Ügyvezető	Elladam Tanácsadó Kft.	M
	Volt londoni külképviseelő	Magyar Turizmus Zrt.	

⁷⁴ K=közszféra, M=magánszféra, NP=nonprofit

Márta István	Elnök	Magyar Fesztiválszövetség	NP
Mártonné Máthé Kinga	Irodavezető	Magyar Turizmus Zrt.	K
Messik Miklós	Elnök	Belföldi iroda	
Meszleny László	Igazgató	Magyar Emlékhelyekért a Világban Egyesület	NP
Mezősi Csilla	Turisztikai szakértő	Szent Adalbert Központ, Esztergom	K
Miszné Korenchy Anikó	Kuratóriumi elnök	Magyar Turizmus Zrt., Németország	K
Dr. Niklai Ákos	Igazgatóság elnöke	Múzeumok és Látogatók Alapítvány	NP
Obrofta Anita	Küldképviselő, Milánó	Magyar Turizmus Zrt.	K
Pallós Tamás	Szerkesztő	Magyar Turizmus Zrt.	K
Pertik Tamás	Programigazgató	Új Ember	K
Próhle Gergely	Országos felügyelő	Hungária Koncert Kft.	M
Dr. Puczko László	Elnök	Evangelikus egyház	K
Dr. Rubovszky András	Ügyvezető	Turisztikai Tanácsadók Szövetsége	M
Rubovszky Rita	Ügyvezető igazgató	Rubovszky Turisztikai Tanácsadó Bt.	M
Saad Judit	Pályázati referens	Hungarofest Nonprofit Kft.	NP
Schurk Viktória	Kommunikációs referens	Kulturális Örökségvédelmi Hivatal	K
Skenderovic Marin	Képviselővezető	Világörökségek Magyar Nemzeti Bizottsága	NP
Szabó Krisztián	Ügyvezető	Horvát Idegenforgalmi Közösség	K
Szabó László	Ügyvezető	Magyarországi Képviselő	
Szekó József	Polgármester	Cityrama Utazási Iroda	M
Szente Béla	Igazgató	Ypsilon Média Kft.	M
Vági Barnabás	Kutatási igazgató	Mohács város	K
Vágner Zsolt	Archeológus	Békéscsabai Ifjúsági Ház	NP
Dr. Várkonyi Gábor	Tudományos tanácsadó	Hungarofest Nonprofit Kft	NP
Vaszlavik Mária	Projektmenedzser	Felső-magyarországi Várak Egyesülete	NP
Dr. Virág Zsolt	Tanácsadó	Országgyűlés Sport és turisztikai bizottsága, Kastélyok, várak, falusi turizmus albizottság	K
Zimányi Zsófia	Igazgató	Budapesti Fesztiválközpont Kht.	NP

Felhasznált kutatások, tanulmányok jegyzéke**2. számú melléklet**

A magyar lakosság kulturális turizmussal kapcsolatos ismeretei, attitűdjei és utazási szokásai
Magyar Turizmus Zrt. Kutatási csoport
Turizmus Bulletin 2008/3.

Kultúra és turizmus: utazásra motiváló kulturális látnivalók és programok
– egy fókuszcsoporthoz tartozó kutatás eredményei
Magyar Turizmus Zrt- GfK Hungária Piackutató Intézet
Turizmus Bulletin 2008/3.

A magyar lakosság utazási szokásai, 2008
Magyar Turizmus Zrt-M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság
Turizmus Bulletin 2009/2.

A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai
Magyar Turizmus Zrt-M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság
Turizmus Bulletin 2007/3

Dr. Husz Mária: A kulturális örökségek turisztikai menedzselésének kérdései
Turizmus Bulletin 2007/3

A turizmus trendjei Európában
Magyar Turizmus Zrt. Piac- és Termékelemzési Irodája, ETC forrás alapján,
Turizmus Bulletin 2006/4.

Kulturális turizmus az európai városokban
Sulyok Judit, Magyar Turizmus Zrt. Piac- és Termékelemzési Irodája
Turizmus Bulletin 2002/

Nyúl Erika, Ördög Ágnes: Budapest- a kulturális turizmus szemszögéből
Turizmus Bulletin 2009/2.

A kultúra szerepe a turizmusban és a városfejlesztésben
Szerk: Dr. Rátz Tamara, KultúrPont Iroda, 2008

Dr. Rátz Tamara: Kulturális turizmus és városfejlesztés – Európa Kulturális Fővárosa
Turizmus Bulletin 2006/2

Mester Tünde: Vallási turizmus
Turizmus Bulletin 2006/2

Magyarország turisztikai imázsa
Magyar Turizmus Zrt. Kutatási csoport: Kiss Kornélia, Sulyok Judit
Turizmus Bulletin 2007/1-2.

Polgár Judit: A múzeumok és galériák szerepe a skót turizmusban
Turizmus Bulletin 2009/1.

Irimiás Anna: Az olasz filmek hatása a turisztikai desztináció kiválasztására
Turizmus Bulletin 2009/2.

Dr. Rátz Tamara- Dr. Puczkó László: Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában, avagy kulturális utak a turizmusban, Turizmus Bulletin 2002/3

Puczkó László: A Magyar Múzeumok Kutatások turisztikai vonatkozásai
Múzeumi Közlemények 2008/2

Zomborka Márta: Akadályok és ellenérdekek a múzeumok bevételnövelő tevékenységében
Múzeumi Közlemények 2007/2

A hazai aktív kulturális közönség vizsgálata a Reneszánsz Év 2008 keretében
Hungarofest Nonprofit Kft. kutatása

Felmérés a Sziget Fesztivál gazdasági hatásairól
KPMG Tanácsadó Kft. 2006, 2009

A Sziget Fesztivál turisztikai vonatkozásai
Magyar Turizmus Zrt.- Free Assosiation 2009

City Tourism&Culture – The European Experience
ETC-WTO, 2005

Milena Ivanovic: Cultural Tourism 2009

Eurobarometer - Survey on the attitudes of Europeans towards tourism Analytical report,
European Commission, 2009 March

Dr. Rátz Tamara: Élmények, fesztiválok, turizmus
Fesztiválok Éve 2010 szakmai konferencián elhangzott előadás

Honlapok:

Kulturális Örökségvédelmi Hivatal (KÖH) <http://www.koh.hu>
Világörökség Magyar Nemzeti Bizottság <http://www.vilagorokseg.hu>
Magyar UNESCO Bizottság <http://www.unesco.hu>
Council of Europe, Cultural Heritage Committee <http://culture.coe.int>
European Heritage Network (HEREIN) <http://www.european-heritage.net>
Kulturális utak: <http://www.culture-routes.lu>
Pécs 2010: <http://www.pecs2010.hu>
Európa kulturális fővárosai: www.europarl.europa.eu/parliament
EKF: <http://ec.europa.eu/culture>
English Heritage: www.english-heritage.org.uk
National Trust: www.nationaltrust.org.uk
UNWTO: www.unwto.org
Graz Tourismus: www.graztourismus.at
Santiago del Compostela: www.csj.org.uk
Culturespace: www.culturespace.com
Nemzeti Fejlesztési Ügynökség: www.nfu.hu
Oktatási és Kulturális Minisztérium: www.okm.gov.hu
Magyar Turizmus Zrt: www.itthon.hu
Hungarofest Nonprofit Kft: www.hungarofest.hu
Központi Statisztikai Hivatal: www.ksh.hu

Vonatkozó jogszabályok listája**3. melléklet**

1990. évi LXV. törvény a helyi önkormányzatokról
1990. évi C. törvény a helyi adókról
- 20/1992. (I. 28.) Korm. rendelet a helyi önkormányzatok egyes szerveinek és a köztársasági megbízottaknak a közművelődési, közgyűjteményi, művészeti, továbbá más kulturális tevékenységekkel kapcsolatos államigazgatási feladat- és hatásköreiről
1992. évi LXXXIX. törvény a helyi önkormányzatok címzett és céltámogatási rendszeréről
1993. évi XXIII. törvény a Nemzeti Kulturális Alapról
1993. évi LXXIX. törvény a közoktatásról
1995. évi CXVII. törvény a személyi jövedelemadóról
1996. évi XXI. törvény a területfejlesztésről és a területrendezésről
1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről
- 1/2000. (I.14.) NKÖM rendelet a kulturális szakemberek szervezett képzési rendszeréről, követelményeiről és a képzés finanszírozásáról
2001. évi LXIV. törvény a kulturális örökség védelméről
2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről
- 68/2007 (VII. 26.) FVM-EÜM-SZMM együttes rendelet az élelmiszer-előállítás és forgalomba hozatal egyes élelmiszer-higiéniai feltételeiről és az élelmiszerek hatósági ellenőrzéséről
- 28/2008. (II. 15.) Korm. rendelet a kultúrát és a kulturális örökség megőrzését előmozdító állami támogatásokról
- 8/2009. (III.4.) OKM rendelet a helyi önkormányzatok részére az önkormányzati és egyéb hivatásos zenei előadó-művészeti szervezetek működésére adható támogatások igénybevételének rendjéről