

Falusi turizmus*

– Hogyan tervezik a franciák? –

Franciaország a világ legnagyobb turisztikai hatalma. Talán már jártunk a csodálatos fővárosban, ismerjük a Földközi-tenger francia partjait. De vajon ismerjük-e a francia vidéket, a gazdag múlttal és annak emlékeivel rendelkező kisvárosokat, falvakat, netán a szétszórta elhelyezkedő farmokat? Mi, magyarok kevesen mondhatjuk ezt el magunkról, de mint a következőkből kiderül, nem mi vagyunk az egyedüliek.

Természetesen minden kérdést a maga helyén és idejében kell feltennünk és megválaszolnunk. Célunk az általunk válogatott néhány dokumentum közreadásával nem a francia vidékre el látogató magyar turisták számának növelése, hanem a gondolatébresztés.

• Hazánk természeti szépségekben nem szenved hiányt, kulturális értékeink figyelemre méltóak. Tudjuk-e azonban, hogy a Pilis települései közül nemegy száz éves történelemmel rendelkezik, hogy a szabolcsi falvakban gyönyörű barokk templomokat láthatunk, hogy a Dráván lehet evezni?

• Hol tart ma a belső turizmus? Hova utaznak azok a magyarok, akik ismert okokból külföldre vagy a Balatonhoz nem tudnak eljutni?

• Szép a magyar vidék, de hol lehet megszállni, hol kaphatunk kielégítő szolgáltatásokat, hol elégíthetjük ki pihenési, szórakozási és a szellemi gazdagodás iránti igényünket?

• A magyar falvak helyzete. A nagyvárosoktól távoli települések elnéptelenedésére, elöregedésére milyen megoldást találhatunk?

• A vidékfejlesztéshez felhasználunk-e minden eszközt? A turizmusfejlesztés eszközét is?

Szervezet, imázs, kommunikáció, közös szerepvállalás, ezek a kulcsszavak. A kulcsmondat pedig: „A vidéki területeken meg kell találni a törekeny egyensúlyt a területfejlesztés, a mezőgazdasági termelés, a környezetvédelem, a kultúramegőrzés és a turizmus szempontjai között.”

Gazdasági súly és lehetőségek

A vidéki térségekben elsősorban az idegenforgalom képes új munkahelyek teremtésére. Franciaországban a vidéki zónákban az idegenforgalomból származott a legtöbb jövedelem az elmúlt évtizedekben. Az idegenforgalom az a szektor, amely a legjobban illeszkedik a mezőgazdasági környezetbe.

Ennek ellenére nem szabad túlbecsülni a vidéki turizmus gazdasági súlyát. A gazdasági mutatók szerint az idegenforgalomnak ez a szektora a látogatások 25 százalékát, a belföldi turizmus forgalmának pedig csak 10 százalékát jelenti, ami – országos viszonylatban – az összturizmusnak csak töredéke. Az agrárvállalkozóknak csak 2 százaléka aktív szereplője a vidéki turizmus szektorának, szemben az osztrák 10, illetve a svéd 20 százalékos aránnyal.

Ez azt jelentené, hogy a vidéki turizmus igazi sikere lényegében még várat magára. Mindenesetre számos jel arra mutat, hogy ez a jövő igen kecsegtető.

A vidéki turizmusra való igény kialakulóban, fejlődésben van jelenleg. A francia és a külföldi turisták fokozatosan elfordulnak az „nagyüzemi” turizmustól, a hegyek és a tengerpartok túlszűfolt világától. A közép-keleti, a délkelet-ázsiai, a maghrebi, a latin-amerikai távoli látogatók kedvenc helyei a biztonsági intézkedések egyre növekvő hiányától, az erősen megromlott egészségügyi-higiéniai helyzettől szenvednek. A gazdasági válság felerősíti ezeket a tendenciákat, és egyúttal elősegíti a vidéki turizmus ismételt előretörését, újrameghatározását. E folyamatnak a vidéki térségek természetes haszonélvezői lehetnek.

A negatív folyamatokkal szemben a „vidéki” Franciaország számos aduval rendelkezik: a tájvédelmi területek szépsége és változatossága, az építészeti örökség gazdagsága, hagyományos gasztronómia stb.

Az, hogy a vidéki turizmus a lehetőségek ellenére nem meghatározó ágazat, azzal magyarázható, hogy még csak a kezdeteknél vagyunk, vagyis az adott



* A cikk a Budapesti Vállalkozásfejlesztési Alapítvány 1996 novemberében befejezett tanulmánya alapján készült. A részletes anyag teljes terjedelmében megvásárolható a Budapesti Vállalkozásfejlesztési Központban. 1072 Budapest, Rákóczi út 18. Tel.: 269-6869, fax: 268-1800.

szolgáltatások nem tudnak maximálisan megfelelni a – francia vagy külföldi – turisták elvárásainak.

Legfontosabb a minőség

Először is a szálláshelyek minősége: a kapacitásoknak meg kell felelniük a csoportos turizmusnak, a kínált kényelemnek meg kell felelnie a modern igényeknek. Erre találhatunk már példát egyes turistaházak, ritkábban a vidéki-falusi fogadók esetében.

Másodszor a fogadtatás minősége: a vidéki turistának mindennap a szálláshelytől elválaszthatatlan vendéglátó szolgáltatásokra van szüksége. A turista elvárja, hogy választhasson bizonyos szabadidős tevékenységek között, hogy esetleg idegenvezetőt és kísértőt kapjon.

Harmadszor a hely minősége: a környezetnek kulturálnak, vidámnak, akár gazdasági/gazdálkodó jellegűnek kell lennie (szövetkezetek, a régióra jellemző termékeket árusító üzletek, állattenyésztő farmok látogatásának lehetősége stb.).

A vidéki turizmus „a felfedezések turizmusa”. Ennek fellendítésére a legjobb módszer: nyilvánvalóvá tenni mindazt, ami közös a tenger partján vagy a hegyekben, s hangsúlyt fektetni az eltérő jellegre, a „másságra”, ami természetesen hosszú előkészítést és szervezést feltételez.

A „gyűjtögető” turizmustól a „piaci” idegenforgalomig

A turizmus nem tud igazán gyökeret eresztetni a vidéki környezetben, illetve nem tudja vonzani a nélkülözhetetlen befektetőket, csak abban az esetben, ha sikerül meghosszabbítani a 10-12 hétből álló szezont legalább húsz hétre. Ez nélkülözhetetlen például ahhoz, hogy a hiteleket törleszteni lehessen, vagy hogy érdemes legyen a szükséges infrastruktúrát megteremteni. A vidéki turizmus nem lehet eredményes, csak ha felfedezi a marketing adta és nem kis mértékben kecsegtető lehetőségeket. Ez viszont a következőket feltételezi:

– Az imázs megváltoztatása; a falusi turizmus régóta csak a „szegények” turizmusaként jön számításba: a bennfentesek, beavatottak turizmusává válhat, illetve kell válnia. Ez a változás elkezdődött, de még nem ért véget;

– Különbőféle új ügyfélkörök vizsgálata és „mehódítása”, ami

nélkül a vidéki turizmus csak az iskolai kirándulásokat foglalja magába. A szabadidős idegenforgalomhoz hozzá kell illeszteni az egyre inkább elterjedő üzleti idegenforgalmat: az üzleti szemináriumok a vállalkozások minden szintjét egyre szélesebb körben érintik. Más egyéb speciális ügyfélkörök után pedig szisztematikusan kell kutatni: lásd az iskolai turizmus („zöld osztály”) különféle fajtái, sportturizmus, egészségügyi turizmus, hétvégi turizmus stb.

Minden egyes turizmusfajtának megvan a maga periódusa, szezonalitása.

A különböző ügyfélkörök mozgósításával a szálláshelyek működtetése idővel kifizetődővé válhat.

A vidéki turizmus propagálását a helyi önkormányzatok illetékes szerveinek kell elvégezniük. Abban az esetben, ha nemzetközi szintű promócióról van szó, bővíteniük kell tevékenységi körüket. A francia megyék néhány kivételtől eltekintve nem érzékelhetők, azaz nem léteznek New Yorkból vagy Tokióból nézve. Délnyugat, Bretagne, Auvergne, Gascogne potenciálisan kivétellé válhat.

Ez azt jelenti, hogy a vidéki turizmus promóciója a regionális önkormányzatok hatáskörébe tartozik, amelyek lehetőség szerint együttműködnek (amire jelenleg sajnos kevés a példa). Az állami hivatalok feladata „eladni” Franciaországot a külföldnek, illetve elősegíteni azt, hogy néhány nagy régió kiemelkedhessen és helyet kapjon az érdekelt külföldi ügyfelek tudatában.

A megyei, a közigazgatási, illetve a magánszféra szereplőinek hozzá kell szokniuk ahhoz, hogy a külföldi utazások közel kétharmada utazási irodákon keresztül bonyolódik le. Az utazási irodák nélkülözhetlenné váltak, annál is inkább, hogy ma már nem korlátozódnak csupán csoportos utazások szervezésére. Az utazási irodáknak sikerült alkalmazkodniuk

a különböző elvárásokhoz. Igénybe vehetők családos vagy egyszemélyes bérlés, tematikus utazások, gyalogos, lovagló- és biciklis túrák, gasztronómiai, történelmi és régészeti körút stb. szervezése.

Ahhoz, hogy a vidéki turizmus beindulhasson, jelentős befektetésekre van szükség, amit a helyi gazdasági és politikai élet szereplői nem tudnak teljesíteni, így azonban a vidéki turizmus csak vegetálni tud. Az ország neves szakértőinek és befektetőinek mozgósítása szükségszerű. Ennek a folyamatnak azonban nem kell és nem szabad egyetlen esetben sem „betonkolosszusok” építésében kifejeződnie, mint aminek tanúi lehettünk például a Földközi-tenger partján vagy a francia hegyekben. Alapvető dolog a vidéki



A falusi turizmus régóta csak a »szegények« turizmusaként jön számításba.



A vidéki turizmus igazi sikere lényegében még várat magára. Számos jel arra mutat, hogy ez a jövő igen kecsegtető.



A szabadidős idegenforgalomhoz hozzá kell illeszteni az egyre inkább elterjedő üzleti idegenforgalmat.



környezet épségének megőrzése. Rá kell venni az ország gazdasági és politikai életének szereplőit arra, hogy alkalmazzák a megfelelő módszereket a vidéki környezet jellemzőinek, erősségeinek, gyengeségeinek, lehetőségeinek és veszélyeinek meghatározásában. Meg kell győzni e szereplőket arról, hogy foglalkozniuk kell saját hagyományos lakóhelyük, a kisvárosok jellegének megőrzésével, a történelmi emlékek rehabilitációjával, modern és központilag biztosított szolgáltatások bevezetésével, egyszóval mindazzal, amit az ügyfélkör elvár.

Az állam szerepe

Hosszasan lehetne sorolni azokat a különböző lehetséges utakat, amelyeket a vidéki turizmusnak végig kell járnia ahhoz, hogy jól működhessen. Az állam/kormány nem köteles a helyi ügyekbe beavatkozni. Az ösztönzésnek, kezdeményezésnek alulról, a magánszektorból kell jönnie, kapcsolódva a helyi, a megyei és a regionális kérdésekhez. Az állam feladata azonban nem elhanyagolható három területen: információterjesztés, finanszírozás és promóció.

A rendszeresen elvégzett vizsgálatok hiányoznak, a különféle szakmai szervezetek által kiadott értékelések pedig furcsa módon nagyon megbízhatatlanok és kevéssé tárgyilagosak. Sem a látogatások száma, sem a befektetések összege, sem a munkahelyek száma nem ismert pontosan. Ezt a hiányt sürgősen meg kell szüntetni, ha azt akarjuk, hogy a vidéki turizmus az amatőrizmusból a professzionalizmus szintjére fejlődjön, a megérzések korszakából a valós gazdasági számítások korába lépjen.

•Finanszírozás

Az államnak részt kell vennie a szükséges nagy infrastruktúrák megvalósításában, új turista települések létrehozásában, mint például

– a különleges építészeti emlékművek rehabilitációja, feltárása és megismertetése, annak érdekében, hogy az érkező turisták megismerhessék a kevésbé ismert és látogatott helyeket,

– új termálfürdők, illetve olyan vidéki központok létrehozása, ahol a vidéki turizmus különböző egységei egy rendszerben tudnának koncentrálni,

– a turisztikai központok felé vezető utak minőségének, felszereltségének javítása a megyei és regionális önkormányzatokkal együttműködve.

•Promóció

Az állam feladata, hogy fellendítse és megismertesse Franciaország határain kívül a francia vidéki térséget. Több külföldi fővárosban Franciaországot bemutató központok létrehozása.

Figyelemre méltó programtervet mutatott be Jean-Michel Baylet idegenforgalmi miniszter 1993 elején *Terv a vidéki turizmushoz* címmel. A javasolt irányok

érdekesnek bizonyultak, néhány konkrét ajánlat szintén. A dolgozat fő javaslata olyan turisztikai tanácsadó irodahálózat létrehozása, amely lehetőséget ad arra, hogy a kevés tapasztalattal rendelkező vidéki közösségeket szükség szerint tanácsokkal és tanulmányokkal lássa el.



Az állam/kormány nem köteles a helyi ügyekbe beavatkozni. Feladata azonban nem elhanyagolható három területen: információterjesztés, finanszírozás és promóció.



Így az idegenforgalom nemcsak kiegészítő erőforrásokat biztosít a mezőgazdaságnak és a vidéknek, hanem új munkahelyeket és új tevékenységi köröket teremt. Mindez szorosan illeszkedik az egységes fejlesztési logika szerint felépülő országos programokhoz, melyek legfontosabb alkotóelemei egy országosan várt új területfejlesztési politikának.

Idegenforgalom a farmokon

A szabadidős és turisztikai szolgáltatások értékesítése az évtized elején 16 500 gazdaságot érintett, ami az össz-turisztikai szolgáltatásnak mintegy 2 százalékát adta. Ez Németországban 4 százalék, az Egyesült Királyságban 7 százalék, Svédországban 20 százalék.

Franciaországban a falusi turizmusban jelenleg a „csak” szállás mint kínálati forma a legelterjedtebb (81%), a „csak” étkezés forma mindössze 9 százalékos, a szállás és az éttermi forma kombinációja pedig 10 százalék.

Az falusi turizmus erősen összefügg azzal, hogy milyen a kialakult turisztikai térség: világosan kimutatható az érintett aktív gazdaságok nagy száma például Dél-Franciaország megyéinek több mint felében, az Atlanti-óceán térségében, a La Manche csatorna mentén és Franciaország keleti részén a hegyvidéki megyékben. A fent említett tevékenységek közül a farmon történő vendéglátás leginkább a hegyvidékekre jellemző (a Vogézek, az Alpok, a Francia-középhegység déli része). A turizmus szorosan összefügg többek között azzal is, hogy van-e a közelben kiegészítő szabadidős tevékenységre alkalmas terület.

A perspektíva kétségtelenül tágabb, mint például a területek egyszerű eladása: a két tevékenység (gazdálkodás és turisztikai szolgáltatás) párosítása egy gazdaságon belül sokkal jelentősebb jövedelemszerzésre ad lehetőséget.

A „közeli” idegenforgalmi és szabadidős lehetőségek fejlesztése, a „vissza a természetbe” általános szükséglete arra enged következtetni, hogy a vidéki turizmus előtt nagy jövő áll. Azt majd meglátjuk, hogy ez a fejlődés valójában az agrárgazdaságok megnövekedett bevételeiben jut-e majd kifejezésre.

Kereslet és kínálat

A „zöld” turizmust igénylő külföldi és francia ügyfelek vizsgálata során kiderült, hogy ezen ügyfélkör igen heterogén; a különbözőség megnyilvánulhat a utazási forma megválasztásában, az életkorban, szakmai-szociális jellemzőkben és a jövedelmekben.



A vidéki turizmus és különösen az agroturizmus biztos és maradandó értéket képvisel az adott régiókban.



A keresletet tehát egy egyre bővülő ügyfélkör jelenti, amelynek igénye van minőségi fogadtatásra és változatos tevékenységekre, illetve ezzel párhuzamosan szabadidő sportolási lehetőségekre, építészeti értékek, illetve az épített és természetes környezet megtekintésére. Ez az ügyfélkör egyébként képes lenne sokkal gyorsabban növekedni, ha a gyógyfürdőkről alkotott francia elképzelés kiszélesedne az egészséges életmód és a regenerálódás irányába is. Ma azonban a köztudatban még túlzottan a gyógyászati szempontok vannak előtérben, miközben már igen nagy az igény a kondíciómegőrzésre irányuló gyógykezelésre. A kínálat létezik.

Fontos megjegyezni, hogy a vidéki turizmusnak a szállás- és szórakozási lehetőségek mellett erőssége az, hogy a család tagjainak eltérő igényeit ki tudja szolgálni. A felmerülő igényekhez igazodó kínálat azonban nem elegendő; az idegenforgalommal megbízott miniszter úgy véli, hogy a vidéki bútorozott turistaházak számát meg kellene növelni. A közsféra szerepvállalási szándéka a kínálat bővítésében sarkalatos kérdés.

A kínálat minőségét is javítani kell: Franciaországban a különböző szervezetek által kínált termékek és szolgáltatások változatossága (amely az ország változatosságából is következik) miatt felvetődik az igény egy országos osztályozási és márkarendszer felállítására, egyebek mellett a külföldi ügyfélkörök vonzása érdekében. Erre a kérdésre az érintett szervezetek kedvezően válaszoltak, legalábbis ez derül ki a cél érdekében létrehozott Környezetvédelmi Bizottság által összeállított „zöld” turizmus jelentésből.

Mint egyes szomszédos országok tapasztalatai mutatják, az idegenforgalomnak felhívó, reklámhordozó szerepe van például egyes regionális mezőgazdasági termékek esetében, illetve fontos és biztos kiegészítő forrásokat biztosít számos vidéki zónában, hozzájárulva a mezőgazdaság fenntartásához, következésképpen a térség fejlesztéséhez.

A vidéki turizmus nem fejleszthető a szereplők különleges szakmai képzése nélkül. A vidéki térségek látogatottságának növelése pedig feltételezi a felhasználók ismereteinek bővítését is.

A jövőbe vezető út

Figyelembe véve a vidéki turizmus adottságait a régió társadalmi és gazdasági fejlődésében, illetve az adott térség agroturizmusának tétjeit, különböző stratégiákat kell kidolgozni. A lehetőségeket meg kell vizsgálni, és hasznos lenne tanulmányozni, mivel a vidéki turizmus és különösen az agroturizmus biztos és maradandó értéket képvisel az adott régiókban.

Néhány lehetőség:

- Az olyan agrárvállalkozók regionális szintű képzése az agroturizmus témájában, akiknek ez nem fő tevékenységük.

- A magánkézben lévő vidéki történelmi és kulturális emlékek megővására szolgáló támogatási programok kidolgozása, ami elősegítheti a tradicionális „falukép”, illetve „farmkép” megtartását, növelve ezzel az adott térség attraktivitását.

- Az illetékes szervek által minősített és márkanévvel ellátott szálláshelyek következetes kitáblázása.

- Regionális szintű promóciós programok szervezése az adott régió agroturisztikai lehetőségeiről.

- Regionális agroturisztikai minősítési rendszer kialakítása, mely lehetővé teszi, hogy az adott minősítéssel vagy márkanévvel rendelkező szolgáltatóegység regionálisan elismertté váljon.

Hogyan érjünk el sikereket a vidék fejlesztésében?

- Hagyatkozzunk a magán és egyesületi, érdekképviseleti kezdeményezésekre, harmonizáljuk az egyes akciókat.

- Alkalmazzunk a területek minőségét garantáló szigorú és eltökélt törvénykezést.

- Képezzünk ki ügyfelek fogadására és kiszolgálására alkalmas személyzetet, szolgáltató csapatokat.

- Fejlesszük a nemzeti kulturális vagyoni iránti érzékenységet.

- Dolgozzuk ki az adott – definiált és definiálható – térség értékeit kiemelő termékeket és termékcsoportokat.

- Készüljünk fel a várható eljárások és fejlesztési eszközök befogadására az európai törvénykezésre támaszkodva.

- Vonjuk be a folyamatokba a térségek minden szereplőjét.

A Magyar Vállalkozásfejlesztési Alapítvány megyei központjainak címlistája

Megyei központ neve	Telefon	Telefax	Cím
Alapítvány a Vidék Kis- és Középvállalkozásainak Fejlesztéséért	72/214-050*	72/210-050*	7600 Pécs, Rákóczi u. 24-26.
Bács-Kiskun Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	76/485-504, 5	76/485-504, 5	6000 Kecskemét, Deák F. tér 3.
Békés Megyéért Település és Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	66/442-520	66/445-520	5600 Békéscsaba, Kinizsi u. 5.
Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	46/351-266 46/353-908	46/351-217	3530 Miskolc, Mindszent tér 1.
Budapesti Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	269-6869	268-1800	1072 Budapest, Rákóczi út 18. 1364 Budapest 4. Pf. 226.
Hajdú-Bihar Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	52/500-330	52/348-895	4024 Debrecen, Vármegyeháza u. 1/B
Heves Megyei Vállalkozási és Területfejlesztési Alapítvány	36/410-724 36/413-011/173	36/413-265	3300 Eger, Dobó tér 6/A
Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	56/423-134	56/423-122	5000 Szolnok, József Attila u. 40.
Kisalföldi Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	96/316-188	96/316-188	9022 Győr, Czuczor Gergely u. 30.
Komárom-Esztergom Megyei Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	34/317-511	34/310-197	2800 Tatabánya, Fő tér 4. 34/317-511
Magyar Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	203-0360 203-0348*	203-0377	1115 Budapest, Etele út 68.
Nógrád Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	32/314-641 32/410-022*	32/314-641	3100 Salgótarján, Rákóczi út 36.
Pest Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	28/330-187 28/310-014	28/310-014	2101 Gödöllő, Ganz Ábrahám u. 2. Pf. 108.
„PRIMOM” Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Vállalkozás-élénkítő Alapítvány	42/315-259 42/315-275	42/315-088	4400 Nyíregyháza, Egyház u. 15.
Progress Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	62/483-683/111	62/483-233	6722 Szeged, Tisza L. krt. 63.
Somogy Megyei Vállalkozói Központ Alapítvány	82/312-330	82/416-024	7400 Kaposvár, Csokonai u. 3.
Székesfehérvári Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	22/340-945 22/318-010*	22/340-945 22/318-000*	8000 Székesfehérvár, Rákóczi u. 25.
Tolna Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	74/311-217 74/319-166	74/311-410	7100 Szekszárd, Augusz I. u. 1-3.
Vas Megye és Szombathely Megyei Jogú Város Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	94/326-048, 9 94/326-050	94/326-048, 9 94/326-050	9700 Szombathely, Petőfi u. 1/B
Veszprém Megyei Vállalkozási Központ Alapítvány	88/424-033	88/424-044	8200 Veszprém, Vár u. 21.
Zala Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány	92/316-033	92/310-800	8900 Zalaegerszeg, Köztársaság u. 17.