

SZAKDOLGOZAT

Zima Péter

2013

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

SZAKDOLGOZAT

Klaszter és TDM közötti különbség elméletben és
gyakorlatban a Dél-alföldi Régióra fókuszálva

Konzulens:
Dr. Fodor Ágnes

Készítette:
Zima Péter
Turizmus menedzsment szak

Budapest

2013

**„Összejönni – kezdés.
Együtt maradni – haladás.
Együtt is dolgozni - siker”**

(Henry Ford)

**„Az ember úgy változtatja meg életét,
hogy megváltoztatja a gondolkodását”**

(William James)

2013

SZAKDOLGOZAT KIVONAT

A szakdolgozat alapvető kulcsszavai:

- TDM (turisztikai desztinációs menedzsment)
- Klaszter
- Desztináció
- Egészségturizmus
- Dél-Alföld

A legfontosabbnak ítélt források:

- **Lengyel Márton [2008]: TDM működési kézikönyv.** Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, készült az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága megbízásából, Budapest.
- **Fodor Ágnes [2009]: Ökoturisztikai klaszter modell kialakítása a Belső-Somogy ökológiai hálózat területén.** PhD értekezés, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktoriskola, Pécs.
- **Albel Andor – Tokaji Ferenc [2010]: Turizmus a Dél-Alföldön,** a turisztikai régió 12 éve, 1998-2010. Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesülete, Gyula.

A szakdolgozat magyar nyelvű kivonata

Szakdolgozatom a Dél-alföldi Régió turisztikai desztinációs menedzsment (TDM) szervezeteivel és a térség egészségturisztikai klaszterével, a Dél-alföldi Termálklaszterrel foglalkozik. A régió természeti adottságai révén kiváló egészségturisztikai lehetőségeket kínál. Ennek eredményeképpen az egészségturizmus nem csak a klaszter, de a TDM szervezetek fő turisztikai terméke is a régióban. A munka áttekintést ad a klaszterről és a TDM rendszerről általánosságban, melynek elemzése segítette a régió szervezeteinek az elemzését. Dolgozatom legfőbb célkitűzése, hogy a régió turizmusát elemezve feltárjam a klaszter és a TDM közötti hasonlóságokat és különbségeket mind a célok, mind a működés tekintetében. A kutatásomban használt interjúk segítségével elemeztem a klaszter és a TDM-ek pénzügyi és költségvetési tevékenységét, a tagjai számának alakulását, a szakmai feladatait és az elért szakmai eredményeket is. Elemzésre került a klaszter és a TDM szervezetek együttműködési lehetősége, hajlandósága is. Az általam készített SWOT analízis segítségével foglalkozom a szervezetek előnyeivel, hátrányaival, lehetőségeivel, illetve veszélyeivel is, melyek vizsgálata rávilágított arra, hogy anyagi források előteremtése nagy kihívás elé állítja a szervezetek vezetőit és munkatársait. Az előnyöket közösen kell kihasználniuk, a hátrányokat és nehézségeket pedig partnerekként, együttműködésben kell erősséggé alakítani. Ez még a Dél-alföldi Régióban jelenleg nem megoldott, nincs megfelelő együttműködés a két szervezet között. A dolgozat feltárja, hogy az önkormányzatok és az országos szakmai szervezetek (Magyar Turizmus Zrt., Magyar TDM Szövetség) mennyire segítik a régió TDM szervezeteinek és a klaszter munkáját. A szakdolgozat végén a klaszter és a TDM jövőjét is bemutatom, amely egy optimista képet ad a régióban. Az interjúk kiértékelésekor arra a következtetésre jutottam, hogy a TDM szervezetek szükségességét felismerték az önkormányzatok, és – egyelőre – megfelelően támogatják őket. Azonban mindez kevés lesz, ha a turizmus nem lesz képes egy többoldalú, normatív szabályokon nyugvó pénzügyi alapok megteremtésére. Ehhez egy régóta várt turizmus törvényre van szükség.

Diplomamunkám konklúziója, hogy a turizmus területén létfontosságú a TDM és a klaszter szervezetek munkája, mely nélkül nem jöhet létre fenntartható és versenyképes turizmus.

Budapest, 2013.

A szakdolgozat kivonata angol nyelven

The thesis of my topic focuses on tourism destination management (TDM) and the regional cluster in the Southern Great Plain. Health tourism is one of the fastest growing tourism markets in Hungary and in the region as well. The region has excellent natural and cultural conditions. My dissertation is a review of five tourism destination managements and the regional Thermal Cluster in the region. The General Assembly of Association decided to establish a Cluster to unite the enterprises of health tourism including medical and wellness hotels, pensions, bath suppliers, participants of health industry, and balneology, physiotherapy and educational institutions. Destination management is a subject of growing importance as destinations compete to provide the highest quality of experience for visitors; and to manage the impacts of tourism on host communities and environments. The main objective of my work is to recognize the differences and the similarities between the Cluster and the TDM system in the region with regard to the aims, roles, functions, budget work and the results of the works. In my thesis I would like to know if there is a co-operation between the Cluster and the TDM in the region. At the end of my thesis I introduced the regional Cluster and the five regional TDM strengths, weaknesses, opportunities and threats. They have to work together in cooperation to take advantage of the benefits. Unfortunately there is no suitable cooperation in the region. I introduced how the local government and the nationwide organizations like the Hungarian National Tourist Office and the Hungarian Tourism Destination Management Association can support the regional cluster and the TDM. At the end of my thesis I introduced the future of TDM and the regional cluster as well which gives an optimistic image of the region. Finishing the interviews I have come to the conclusion that local governments recognized the importance of the tourism destination management system and they give them sufficient financial support at the moment. However, this all will not be enough, if tourism is incapable of creating a financial basis that meets the multi-lateral, normative rules. In order to achieve this a long awaited tourism Act is needed.

The Conclusion of my thesis is that the work of TDM and the cluster are essential in the catering trade, without which a sustainable and competitive tourism would be impossible to be established.

2013. Budapest

Tartalomjegyzék

Bevezetés	8
A kutatás módszerei	9
A kutatási kérdések	9
1. A klaszter és a turisztikai desztinációs menedzsment (TDM) különbségei elméleti háttérének bemutatása	11
1.1. A turisztikai desztinációs menedzsment rendszerről általában, jelentősége a magyar turizmusban	14
1.1.1. A TDM szervezetek jelentősége egy desztinációban	16
1.1.2. A TDM előnyei és veszélyei	18
1.2. A magyarországi klaszterekről	21
1.2.1. A klaszterek létrehozásának indokoltsága hazánkban.....	21
1.2.2. A klaszteresedés folyamata	23
1.2.3. Klaszterek előnyei és hátrányai	24
1.3. TDM és klaszter kapcsolatának bemutatása	27
2. A Dél-alföldi Turisztikai Régió („az élményrégió”) bemutatása fókuszálva TDM és klaszter szervezetekre	29
2.1. A Dél-alföldi TDM-ek helyzete, jellemzői, felépítése, célja, jelentősége	35
2.1.1. A Dél-alföldi TDM szervezetek helyzetképe, rövid bemutatása (Szarvas, Mórahalom, Gyula, Gyomaendrőd)	35
2.1.2. A TDM-ek létrehozásának indokoltsága, céljai	38
2.1.3. TDM működése, nehézségek.....	43
2.1.4. Tagok szerepe, megoszlása a szervezetekben	43
2.1.5. Pályázatok szerepe a működésben.....	45
2.1.6. Szakmai feladatok.....	46
2.1.7. A költségvetés lehetőségei, önkormányzati szerepvállalás	49
2.1.8. A Magyar TDM szövetség és a Magyar Turizmus Zrt. munkája.....	51
2.1.9. TDM és klaszter együttműködési lehetőségei	51
2.1.10. TDM jövője a régióban.....	52
2.2. A Dél-alföldi Termálklaszter helyzete, jellemzői, céljai, jelentősége	53
2.2.1. A klaszter és az egészségturizmus kapcsolata a régióban	53
2.2.2. A klaszter létrehozása	54
2.2.3. Szervezeti felépítés, napi feladatok, feladatkörök	55
2.2.4. Működés és azok nehézségei.....	56
2.2.5. Tagok és együttműködés	58
2.2.6. Pályázatok.....	58
2.2.7. Szakmai feladatok, eredmények	60
2.2.8. A TDM-ekkel való együttműködési lehetőségek	61
2.2.9. A klaszter jövője.....	62
3. A Dél-alföldi TDM szervezetek és a Dél-alföldi Termálklaszter SWOT analízise....	63
4. Összegzés, következtetések levonása, javaslatok	65
Felhasznált irodalom	68
Ábrák és táblázatok jegyzéke	74
Mellékletek	75

Bevezetés

Szakedolgozatom a Dél-alföldi Régióban működő öt helyi Turisztikai desztinációs menedzsment (a továbbiakban TDM) szervezettel és a régióban működő Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesületével, a Dél-alföldi Termálklaszterrel foglalkozik. Már régóta követem a klaszter munkáját, működését és mára a TDM szervezetek megjelenésével fontosnak tartottam, hogy összehasonlítsam a két szervezet munkáját, feladatait illetve, hogy mennyire tudnak együttműködni a régió turizmusának fejlődésében. Hosszú évek óta foglalkoztat a Dél-alföldi Régió turisztikai helyzete, fejlődése, ezt bizonyítja az a tény is, hogy az előző szakedolgozatomat is a régióra koncentráltan írtam. Akkor a térség wellness és fitness programjait tártam fel, most a klaszter és a TDM-ek közötti kapcsolatot vizsgálom. A klaszter az egészségturizmusban tömörült vállalkozásokat, szervezeteket fogja össze, a TDM pedig az adott desztináció turizmusával kapcsolatos feladatit látja el, beleértve az egészségturizmust is. Amennyiben a TDM szervezetek és a klaszter megfelelően, szoros együttműködésben végzi a munkáját és megkap minden anyagi és egyéb támogatást, akkor ezekkel a szervezetekkel a térségben a turizmusnak lesz „gazdája”, és végre, turisztikai szakértők döntenek a fontos turisztikai kérdésekben.

A dolgozat első részében a klaszter és a turisztikai desztinációs menedzsment szervezetekkel foglalkozom általánosságban az elméleti háttér bemutatásával, kitérek a magyarországi turizmusban betöltött szerepükre, illetve a szervezetek előnyeire és hátrányaira is. Az első rész lezáró fejezetében a TDM és a klaszter szervezetek kapcsolatának az elemzésére kerül sor. Az ezt követő fejezet magát a Dél-alföldi Turisztikai Régiót mutatja be, ahol bemutatásra kerül a TDM és a klaszter szervezetek fő turisztikai termékére, az egészségturizmusra is. A régió vizsgálatakor számos KSH által közzétett adatokat használtam fel, amely segítette a régió fejlődésének a bemutatását. A következő részben részletesen foglalkozom a Dél-alföldi Régióban működő TDM szervezetek feladataival, céljaival, szakmai tevékenységeivel, illetve a Dél-alföldi Termálklaszter is részletesen elemzésre kerül, amely feltárja a két szervezet közötti hasonlóságokat és különbségeket. A két szervezet fő költségvetési lehetőségei, a pályázatok és a tagdíjak is nagy szerepet kapnak a dolgozatban, amely jelentősen meghatározza a szervezetek jövőjét. A lezáró szakaszban a Dél-alföldi TDM szervezetek

és a klaszter erősségei, lehetőségei, továbbá azok a gyengeségek és veszélyek elemzésére kerül sor, amelyeket közösen, együttműködésben erősségé kell, hogy alakítsanak.

A kutatás módszerei

A téma bemutatásához az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága megbízásából 2008-ban kiadott TDM működési kézikönyvet, a Balatoni TDM Füzetek egyes részleteit és egyéb témához kapcsolódó könyvrészletet, konferencia előadásokat és esettanulmányt használtam fel. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatbázisából számos turizmushoz köthető statisztikai adatot építettem be a szakdolgozatomba. A klaszter témát illetően a konzulensem, dr. Fodor Ágnes PhD munkáját, Ökoturisztikai Klaszter Modell kialakítása a Belső-Somogy ökológiai hálózat területén, továbbá Lengyel Imre klaszterrel foglalkozó könyveit és egyéb klaszterrel foglalkozó tanulmányokat, előadásokat használtam fel. Szakdolgozatomban szeretném bemutatni, hogyan alakul a klaszter és a TDM közötti kapcsolatrendszer elméletben és gyakorlatban egyaránt.

Kutatásomban Varga Dorottyaival a GYÜSZ-TE Gyomaendrőd Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület TDM vezetőjével, Berta Zsolttal a Móra-Tourist Nonprofit Kft. TDM menedzserével, Mihály Mariannal a Körös-menti Turisztikai és Kulturális Egyesület vezetőjével, Komoróczy Alizzal a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetőjével, továbbá Dél-alföldi Termálklaszter elnökével, dr. Albel Andorral és végül, de nem utolsó sorban Víg Tamással a Magyar TDM Szövetség stratégiai munkacsoport vezetőjével készítettem interjút, azért hogy a felállított kutatási kérdéseimre válaszokat kapjak.

A kutatási kérdések

Az interjúk célja az volt, hogy az alábbi kutatási kérdésekre megkapjam a megfelelő válaszokat.

1. Kiváló együttműködésben dolgoznak-e együtt a Dél-alföldi TDM szervezetek és a Dél-alföldi Termálklaszter? (K1)

Azt próbálom feltárni, hogy a régióban működő 5 helyi TDM szervezet és a régióban működő regionális szintű Dél-alföldi Termálklaszter folyamatosan tartják-

e a kapcsolatot egymással és jó-, szakmai kapcsolatot ápolnak-e, az esetleges problémákat közösen oldják-e meg?

2. Felismerték-e a helyi önkormányzatok a TDM szervezetek fontosságát, és megfelelően támogatják-e őket? (K2)

Megfelelően támogatják-e az önkormányzatok a helyi TDM szervezeteket és a Dél-alföldi Termálklasztert? A pénzügyi forrásokon túl, adnak-e egyéb más segítséget a működést illetően?

3. Megfelelő célokra, feladatokra használják-e fel a helyi TDM szervezetek és a Dél-alföldi Termálklaszter a pályázati forrásokat? (K3)

A helyi TDM szervezetek és a klaszter a pályázatokon nyert összeget turisztikai fejlesztésre, szakmai képzésre, attrakciófejlesztésre, minőségfejlesztésre, stb. használják-e fel?

4. Biztos alapot jelentenek-e a régióban működő helyi TDM-ek és a Termálklaszter feladatai a versenyképes és fenntartható turizmus megteremtéséhez? (K4)

5. Küzdenek-e finanszírozási problémákkal a régió TDM szervezetei és a klaszter? Amennyiben igen, optimisták-e a jövőt illetően? (K5)

A TDM szervezetek és a klaszter derűsen látják-e a jövő kérdéseit, az esetleges nehézségeket együtt kívánják-e megoldani?

1. A klaszter és a turisztikai desztinációs menedzsment (TDM) különbségei elméleti háttérének bemutatása¹

A turizmus fejlesztése fő prioritásként jelenik meg az Új Széchenyi Tervben („Gyógyító Magyarország Egészségipari Program”), melyen belül 23 pályázat jelent meg 31,1 milliárd Ft keretösszeggel. Lényeges szempont, ami egy új megközelítést is jelent, hogy a turizmus fejlesztése nem önállóan, hanem más kapcsolódó iparágakkal együtt történik (1. ábra). Az **egészségturizmus**^{2 3} fejlesztése egy fő irányt jelent, melynek fő céljai:

- „Magyarország első számú egészségturisztikai desztinációvá váljon Európában,
- elmaradott térségek felzárkóztatása,
- a geotermikus energia hasznosítása,
- természeti adottságok védelme,
- versenyképesség javítás,⁴
- természetes gyógtényezőkn alapuló fejlesztések megvalósítása,
- orvosi szolgáltatásokon alapuló egészségturizmus fejlesztés,
- az egészségturizmushoz kapcsolódó egyéb turisztikai termékek fejlesztése (kulturális-, vallási-, kerékpáros-, ökoturizmus),
- fogadóképesség javítás, például szálláshelyek.”⁵

Egy másik kiemelt fejlesztési szempont a tervben, hogy a turisztikai intézményrendszer fejlődjön, melynek eredményeképpen **turisztikai desztinációs menedzsment szervezetek** (TDM) jönnek létre, melyeknek szoros együttműködést kell ápolniuk a régió klasztereivel, jelen esetben a Dél-alföldi Termálklaszterrel. Egy olyan rendszer kialakítására van szükség, amely alulról felfelé építkezve együttműködésben működik az előbb említett klaszterrel, az önkormányzattal, turisztikai vállalkozásokkal, szakmai és civil

¹Fodor Ágnes: *Klaszter kezdeményezések és TDM kapcsolata, Hódmezővásárhely (konferencia előadás), 2011.12.08.*

²A magyar egészségturizmus kínálata: 1372 db termál kút, 170 db működő termál-, gyógy- és strandfürdő, 73 db minősített gyógyfürdő, 13 db minősített gyógyhely, 235 db elismert gyógyvíz, 215 db elismert ásványvíz, 5 db gyógybarlang, 1 db mofetta, 5 db helyszíni gyógyvizap kitermelés, 30 db gyógyszálló, 159 db wellness szálló (KSH, OGYFI, 2012-es adat)

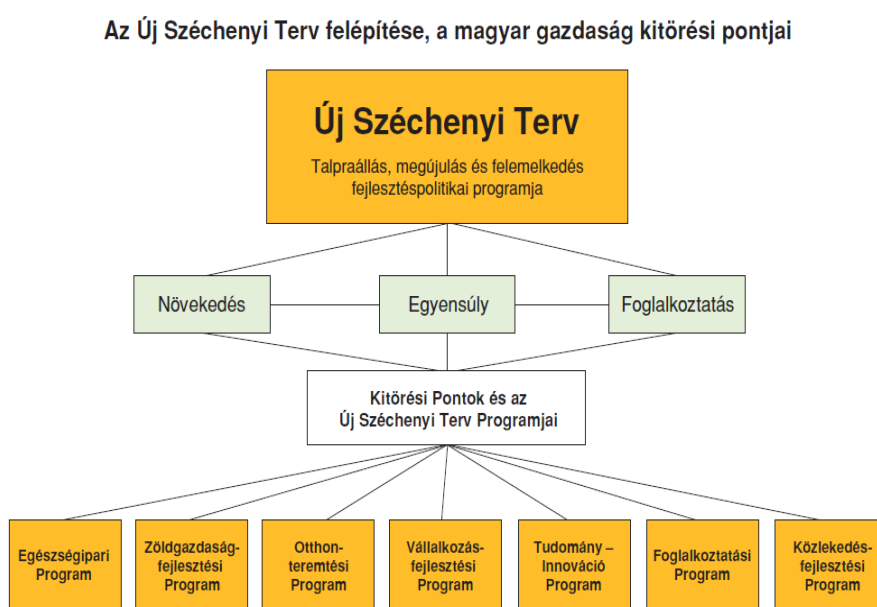
³Magyarország egészségturisztikai adottságait lásd: 9. táblázat: *Hazánk egészségturisztikai adottságai – a természetes gyógtényezők területi megoszlása címmel*

⁴Turisztikai versenyképességet meghatározó tényezőket lásd: 7. táblázat: *turisztikai versenyképességet meghatározó tényezők címmel*

⁵Új Széchenyi Terv (http://ujszechenyiterv.gov.hu/download/7/11/00000/001_Egeszsegipar.pdf, letöltve: 2012.12.14.)

szervezetekkel és a helyi lakossággal is. Az adott desztináció turisztikájával kapcsolatos feladatait látják el. Véleményem szerint ez egy nagyon jó irány Magyarország számára, hogy a turizmust komplexen, a turizmushoz közvetlenül kapcsolódó iparágakkal kívánja fejleszteni, azonban azt is el kell érni, hogy ezek a támogatások ne csak rövid-, illetve középtávon legyenek hatásosak, hanem egy hosszú távon fenntartható turizmust kellene megteremteni. Úgy gondolom, ennek az első lépése egy szakmai alapokon nyugvó turizmus törvény, melyet számos turisztikai szakértő⁶ és véleményem szerint is osztrák mintára kellene átszervezni, hogy a turizmus egy többoldalú, törvényben rögzített szabályokon alapuljon.

1. ábra: Az új Széchenyi Terv felépítése, a magyar gazdaság kitörési pontjai



Forrás: Új Széchenyi Terv (http://www.mnvzrt.hu/data/cms576186/Uj_Szechenyi_Terv.pdf, p27, letöltve: 2012.12.14.)

Véleményem szerint a TDM és klaszter fogalomzavar lehet sokak számára, így ebben a részben fontosnak tartom a klaszter és a TDM közötti elméleti különbségek bemutatását. „A klaszterek olyan hálózatok, melyek a turizmus azonos területein működő szereplők közötti ésszerű, kölcsönös előnyökön nyugvó együttműködései.”⁷ A TDM „egy alulról

⁶http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/helyzetkep_a_tdm_rendszer_es_a_turisztikai_szakoktatás_allap_otarol?utm_source=newsletter&utm_medium=napi_turizmus_hirlevel&utm_campaign=9476 (megjelenés: 2013.03.25., letöltve: 2013.04.02.)

⁷Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia, Aquaprofit Rt, 2007. május 30., p129. (<http://www.kormany.hu/download/b/8e/20000/Egeszsegturizmusstrategia.pdf>, letöltve: 2013.02.14.)

építkező szervezeti rendszer, amelynek célja a fenntartható⁸ és versenyképes turizmus rendszerének kialakítása és működtetése egy turistákat fogadó térségben. Azon tevékenységek összessége, amelyek egy desztináció számára ahhoz szükségesek, hogy látogatókat vonzzon és számukra az ottani tartózkodás során tökéletes utazási élményt nyújtson úgy, hogy a látogatóforgalom gazdasági és környezeti hatásai a desztináció közössége számára előnyösek legyenek, ma és hosszú távon egyaránt.”⁹ A TDM-ek további jellemzői: partnerség, professzionalizmus, pénz és kompetencia (3P) és végül, de nem utolsónak az alulról felfelé való építkezés.

Mindkét szervezetnél nélkülözhetetlen az együttműködés és a megfelelő partnerség biztosítása. A klaszterek esetében egy adott turisztikai termékhez (a Dél-alföldi Termálklaszter esetében az egészségturizmus ez a turisztikai termék) kapcsolódó szervezetek együttműködése szükséges, a TDM-ek esetében egy adott desztináció valamennyi turisztikai szereplőjét be kell vonni az együttműködésbe. A tagságot illetően jellemzően az önkormányzatok szerepe kiemelkedő, viszont a klaszternél jellemzően azok tagok, akik az adott turisztikai termékben érdekeltek. A TDM-eknél a jelentős önkormányzati szerepvállaláson túl, turisztikai szolgáltatók, vállalkozók és civil szervezetek is megtalálhatóak. A klaszterekre általában regionális vagy interregionális szint jellemző. A TDM-eknél négy szintet határozhatunk meg: helyi szint, egy település, vagy több település összefogásával; középső, vagy térségi szint, amely nem kell, hogy megegyezzen a statisztikai térséggel; regionális, vagy régiós szint; és végül a nemzeti szint.¹⁰ Ez még kiforratlan jelenleg Magyarországon, hiszen a régiós szintre még nem megoldott a regisztráció, a nemzeti szint pedig még teljesen hiányzik. A klaszterek tevékenysége egy-egy konkrét részfunkció és tevékenység ellátása, kutatás, innováció, marketing (közös arculat, pozicionálás, termék-fejlesztés, kommunikáció, értékesítés), humán erőforrás fejlesztés (tanfolyamok, képzések), közös fejlesztések, közös beszerzések területén valósul meg.¹¹ A TDM szervezetek (TDMSz) számára minden szinten kötelező

⁸Fenntartható turizmus: „A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit, anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket.” (Közös Jövők jelentés, 1987.)

⁹Dr. Lengyel Márton [2008]: TDM működési kézikönyv (készült az ÖTM Turisztikai Szakállamtárság megbízásából) Heller Farkas Főiskola. Budapest, p15.

¹⁰Vig Tamás: Magyarországi TDM Szervezetek megalakulásának és működésének szakmai tapasztalatai, 2011.02.17, Ungvár. (<http://www.umti.org/magyar/vig.ppt> letöltve: 2013.01.14).

¹¹Fodor Ágnes [2009]: Ökoturisztikai Klaszter modell kialakítása B.első-Somogy ökológiai hálózat területén (PhD disszertáció, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktoriskola, Pécs, p74-80.)

feladataik vannak, ahol minden esetben a rendszer alapelveit kell szem előtt tartani, az alulról felfelé való építkezés lényegét, a professzionalizmust, tehát a megfelelő szakértelmet, a partnerség kialakítását minden turisztikai szereplővel beleértve a helyi lakosokat is. Természetesen a megfelelő anyagi források megteremtése is elengedhetetlen minden TDM számára, hogy hosszú távon is fent tudjanak maradni. További források (tagdíjak, IFA visszaforgatása a turizmusba, adományok, pályázatok, stb.) bevonása is szükséges, hogy hosszú távú fennmaradás létrejöhessen.¹² A két szerveződési formára általában azonos feladatok jellemzőek, ilyenek a tervezés, fejlesztés, innováció, kutatás, marketing, monitoring, szakmai képzés, érdekképviselés, hálózatépítés, együttműködés, attrakció és látogatómenedzsment (1. táblázat).

1. táblázat: A klaszter és a különböző szintű TDM szervezetek sajátos feladatai

Klaszter Feladat	Különböző szintű TDM szervezetek sajátos feladatai			
	Feladat	Település	Mikro-régió	Régió
Tervezés	Tervezés	ø	ø	ø
Kutatás, innováció, fejlesztés	Kutatás és fejlesztés	ø	ø	ø
Klaszter marketing és kommunikáció	Desztinációs Marketing	ø	ø	ø
Klaszter menedzsment	Attrakció és látogatómenedzsment, desztináció menedzsment	ø	ø	ø
Minőségbiztosítás	Minőségbiztosítás	ø	ø	ø
Monitoring	Monitoring	ø	ø	ø
Hálózatépítés, együttműködések erősítése	partnerség építése és fenntartása	ø	ø	ø
Szakmai képzés	Szakmai képzés	ø	ø	ø
Érdekképviselés	Érdekképviselés	ø	ø	ø
<i>Állandó feladatot igényel</i>	<i>Jelmagyarázat: ø = eseti vagy részfeladat / ø = kiemelt feladat</i>			

Forrás: Lengyel Márton [2008]: TDM működési kézikönyv, Heller Farkas Főiskola, Budapest, p28. További forrás: Fodor Ágnes: klaszter kezdeményezések és TDM kapcsolata, Hódmezővásárhely, konferencia, 2011.12.08. (saját szerk.)

1.1. A turisztikai desztinációs menedzsment rendszerről általában, jelentősége a magyar turizmusban¹³

Magyarországon a turizmus fejlődésének egyik alapvető problémája, hogy hiányzik egy megfelelő szakismeretekkel, kompetenciákkal rendelkező turisztikai menedzsment, továbbá egy biztos finanszírozással rendelkező összehangolt szervezeti rendszer, amely hozzájárul a turizmus fejlesztéséhez, fejlődéséhez. Egy adott desztinációban

¹²Víg Tamás: *TDM folyamat Magyarországon*, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest, 2010.04.13.

¹³Lengyel Márton [2008]: *TDM működési kézikönyv (készült az ÖTM Turisztikai Szakállamtitkárság megbízásából)* Heller Farkas Főiskola, Budapest.

(fogadótérségben) a turista érdekeinek/céljainak teljes körű kielégítése érdekében nélkülözhetetlen egy turisztikai desztinációs rendszer kiépítése, amely a helyi értékek és érdekek figyelembe vételével hozzájárul(hat) a fenntartható és versenyképes magyar turizmus megteremtéséhez. A TDM rendszer kiépítése egy országosan kiemelt feladat, a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (2005-2013) célrendszerének egyik kiemelt, meghatározó feladata.¹⁴ Jelenleg Magyarországon összesen 90 db regisztrált TDM szervezet működik,¹⁵ melyek szorosan kapcsolódnak a Tourinform hálózathoz, ugyanis rendszerint a Tourinform irodában dolgozik a TDM menedzsment.¹⁶ Összesen több mint 140 iroda működik az országban,¹⁷ ebből 60 darab TDM-ek által működtetett. Balogh Károly a Magyar TDM Szövetség elnöke azt állította a VIII. TDM konferencián,¹⁸ hogy azokban a desztinációkban, ahol TDM szervezetek működnek a vendégéjszakák száma 12 millióra tehető, Budapesttel együttesen 19 millió ez a szám (ahol nincs jelen TDM szervezet, ott a vendégéjszakák száma 2,2 millió). A 2012-es adatokat vizsgálva a vendégéjszakák száma kereskedelmi szálláshelyeken 21 millió fő volt,¹⁹ amely 2008-hoz képest növekedést mutat ugyan (19,8 millió fő),²⁰ de még így is elmaradunk például Ausztriához képest, ahol a vendégéjszakák száma 2012-ben 131 millió fő volt.²¹ A lemaradásunk nagy, ami véleményem szerint a TDM rendszerrel csökkenthető, amely a következő elemekre épül:²²

1. az adott térségben található szolgáltatók és létesítmények együttműködési készsége, tehát, hogy minden szolgáltató egyenrangú partnerré váljon és az együttműködés minden szereplő között (intézmények, vállalkozók, stb.) létrejöjjön,
2. szolgáltatási hálózatok/láncolatok: egyes szolgáltatások együttműködése szükséges, aminek tökéletesen kell működnie a turista teljes ott tartózkodása alatt,

¹⁴Magyar Turisztikai Hivatal: *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005-2013, összegzés, 2005. január* (<http://www.kormany.hu/download/4/5c/20000/NemzetiTurizmusfejlesztésiStrategia.pdf>, letöltve: 2012.12.20)

¹⁵http://www.tdmszovetseg.eu/tdm_szervezetek (NGM által regisztrált és pályázaton nyertes TDM szervezetek listája, frissítve 2013. február 4, letöltve: 2013.02.15.)

¹⁶A Dél-alföldi TDM vezetőikkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013.február

¹⁷<http://tourinform.hu/tourinform-irodak>, letöltve: 2013.03.10.

¹⁸VIII. TDM konferencia, Balogh Károly a Magyar TDM Szövetség elnökének előadása, Gyenesdiás, 2012. szeptember 27.

¹⁹KSH adatok alapján, 2013.

²⁰KSH adatok alapján, 2013.

²¹http://www.statistik.at/web_en/statistics/tourism/accommodation/arrivals_overnight_stays/index.html, letöltve: 2013.03.26.

²²Nyirádi Ágnes – Semsei Sándor [2007]: *Balaton TDM füzetek. Balaton Integrációs és Fejlesztési Ügynökség Kht., Siófok, p12-13.*

3. menedzsment és marketing kompetenciák: a TDM szervezetnek egy olyan tervet kell kidolgoznia, amelyet minden partner/tag elfogad és kötelezőnek kezel,
4. eszközök: jól működő elektronikus és információs rendszer működtetése az adott desztinációban,
5. professzionális struktúra: megfelelő szakmai szervezetek kialakítása és szakképzett humán erőforrás biztosítása nélkülözhetetlen a térség számára,
6. a turista perspektívája: az adott desztinációt úgy kell kialakítani, ahogyan a turisták igénylik, így lesz versenyképes az adott terület,
7. márkanév: lényeges, hogy a desztináció rendelkezzen valamilyen egyedi értékkel, márkanévvel, ami a terület egyediségét szimbolizálja.

1.1.1. A TDM szervezetek jelentősége egy desztinációban

„A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.”²³ A desztináció vagy turisztikai cél-, vagy fogadótérség egy komplex turisztikai terméket felkínálni képes térség egésze, a turisztikai kínálat helyszíne,²⁴ ahová a turista időszakos látogatás, szabadidő eltöltése, üzleti út, vagy családi látogatás céljából vágyik.²⁵ A desztináció menedzsment feladata a desztinációban található turisztikai termékek és egyéb szolgáltatások komplex terméké alakítása, együttműködésben hálózatba szervezése, értékesítési folyamatának megszervezése.²⁶ Célja: fenntartható és versenyképes turizmus megteremtése, hogy a térség és az ott élők jóléte gazdaságilag fejlődjön,²⁷ továbbá, hogy a desztináció turizmusának legyen „gazdája”, hiszen „*gazda nélkül a legszebb virágos kert is hamarosan gyomtengerré válik*”.²⁸ A TDM egyrészt az önkormányzat segítségére van, hiszen a turizmussal kapcsolatos feladatokat látja el, másrészt a vállalkozások számára is nagy segítséget nyújt, hiszen egyes feladatokat (pl.:

²³Lengyel Márton [2004]: *A turizmus általános elmélete*, Heller Farkas Főiskola. Budapest, p79.

²⁴Szmolinka Zsuzsa, *Turisztikai Desztinációs Menedzsment, mint Regionális Operatív Programok egyik konstrukciója*, Nemzeti Fejlesztési Ügynökség Központi Fejlesztési Programiroda (www.umvp.eu/files/rop_tdm_szmolinka.ppt, letöltve: 2013.01.03.)

²⁵Lengyel Márton [2004]: *A turizmus általános elmélete*, Heller Farkas Főiskola. Budapest, p73.

²⁶Víg Tamás: *fogalomjegyzék a TDM rendszer témakörhöz*, *Turizmus Bulletin*, 2010 1-2 szám, p119.

²⁷Horkay Nándor: *Balaton TDM szakmai továbbképzés és szakirányú konferencia*, Keszthely, 2009. (http://west-balaton.hu/wp-content/uploads/2012/02/Horkay_TDM_Szervezeti_Rendszer_helyzete_Magyarorszagon.pdf, letöltve: 2013.03.17)

²⁸Lengyel Márton [2008], *TDM működési kézikönyv*, Heller Farkas Főiskola. Budapest, p10.

marketing, értékesítés, stb.) részben, vagy egészben át tud vállalni tőlük és közösen, együttműködésben tudnak dolgozni. Minőségorientált termékfejlesztés jellemző a TDM-ekre, akik a turisztikai kínálatot megfelelő koordinációval a piacra viszik. Közösségteremtő szerepe is van, TDM közösségek jöhetnek létre, közös rendezvények, programok, közös szakmai utak ("study tourok") által. Megfelelő együttműködéssel és partnerséggel a desztinációnak imázsa lesz és komplex turisztikai termékek előállításával (desztinációs márka) a vendégek és vendégéjszakák száma is növekedni fog.

A TDM-ek elvileg a működéshez szükséges pénzügyi forrásokat saját maguk fogják előteremteni pályázatok és tagdíj, illetve üzleti tevékenységükből származó bevételeikből. A finanszírozás alulról-felfelé fog történni, tehát a helyi TDM szervezeteknek kell létrehozni a térségi TDM-eket és a térséginek a régiókat. Jelenleg sajnos ez nem működik, mivel a helyi TDM szervezetek nem tudnak önállóan működni, minden esetben szükség van önkormányzati és pályázati támogatásra.

Véleményem szerint szükség van a magyarországi térségekben turisztikai desztinációs menedzsment szervezetekre, hiszen ha turisztikai szakemberek fognak a turizmust érintő kérdésekben döntéseket hozni, és nem pedig sok esetben a helyi önkormányzatok, abban az esetben lesz mérhető és eredményes változás egy adott desztináció turizmusában. A stratégiailag fontos dokumentumokat (turizmusfejlesztési stratégiák, városfejlesztési, városi turisztikai stratégiák) az önkormányzatnak nem külsős cégekre kellene bízni, hanem a városban felállt TDM szervezetekre, akik ismerik a várost és a turisták, a szolgáltatók igényeit is, és tudják, hogy melyek azok a tényezők, amiben fejlesztéseket kell véghezvinni a jövőben. Viszont ehhez az önkormányzatok és a magyarországi kormány gondolkodásának gyökeresen meg kell változnia, illetve a turizmusban érdekeltnek is (beleértve a helyi lakosokat is), hogy létrejöjjön a megfelelő együttműködő és partnerségi viszony, amely alapja egy jól működő turizmusnak. Jó ötletnek tartom, hogy a pályázati kiírásban kötelezően van meghatározva a TDM-ek számára egy desztináció fejlesztési stratégia elkészítése, amely kijelöli a fő prioritásokat a fejlesztés területén, továbbá elemzi a keresletet és a kínálatot, a célcsoportot, a versenytársakat, vonzerőleltárát készít és meghatározza a jövőképét a desztinációnak. Összegezve tehát egy törvényileg szabályozott finanszírozási rendszerre van szüksége a turizmusnak, beleértve a TDM-eket is, amely három részből kellene, hogy álljon: a turizmusból befolyó önkormányzati és vállalkozói bevételek törvényileg szabályozott visszaforgatása, illetve az attrakciók kötelező látogatói befizetése szükséges, hogy létrejöjjön egy önfenntartó TDM rendszer.

A TDM-eknek számos előnye van a turizmusban érdekelttek számára, amelyet megfelelő együttműködéssel ki lehet használni. Azonban nem szabad elfeledkeznünk azokról a problémákról és veszélyekről, melyek érinthetik a TDM rendszert.

1.1.2. A TDM előnyei és veszélyei

Mivel a dolgozat a Dél-alföldi Régió TDM szervezetével is foglalkozik, így fontosnak tartom bemutatni a szervezetek általános előnyeit az önkormányzat, a helyi lakosok és a vállalkozások számára. Ezt látjuk a következő táblázatban (2. táblázat):

2. táblázat: A TDM előnyei

Előnyök		
minden szereplő számára	az önkormányzat és a helyi lakosság számára	a helyi vállalkozások számára
tudatos fejlesztés valósul meg a desztinációban	az önkormányzat a turisztikai feladatok elvégzését átadhatja a TDM-eknek	hatékonyabb marketingmunka
önálló cselekvőképesség jön létre a partnerség kialakulásával	a turisztikai döntések szakszerűségét nem lehet megkérdőjelezni	az érdekérvényesítés hatékonyabb és egységesebb lesz
a desztinációs marketing hatékonyabb lesz	az idegenforgalmi bevételek nőnek (IFA)	szakmai segítségnyújtásra is számíthatnak
komplex turisztikai termékek jönnek létre, ezáltal a desztináció egy sajátos arculatot nyerhet, ún. „márkatermékek” jöhetnek létre	új munkahelyek jönnek létre	nagyobb árbevételek várhatóak
a vendégek és a vendégéjszakák száma növekedni fog, ezáltal több turista lesz a térségben, többet költenek majd, nagyobb forgalom várható a vállalkozásoknak is	a feketegazdaság háttérbe szorul, „tisztább” forgalom jöhet létre	a tagok részt vehetnek átfogó közösségi fejlesztések javaslatlétében
a turisztikai desztinációnak lesz „gazdája”	az eddig kevésbé kihasznált vonzerők jobban ki lesznek használva	a TDM informatikai rendszeréből naprakész statisztikákat érhetnek el

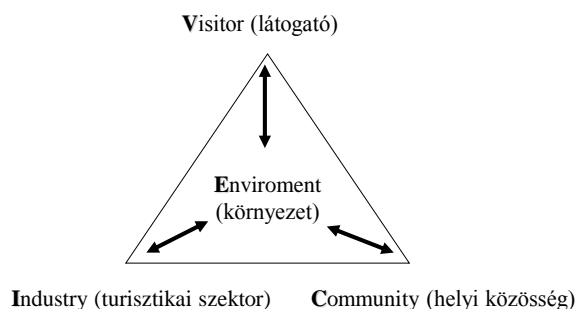
Forrás: Nyírádi Ágnes és Semsei Sándor [2007]: Balatoni TDM füzetek, Új lehetőségek a turisztikai együttműködésben, (Balatoni Integrációs és Fejlesztési Ügynökség Kht.) 4. számú melléklet, p69. (saját szerk.)

Összefoglalóan a TDM-eknek gazdasági, társadalmi és környezeti előnyei vannak, hiszen a termelés és a jövedelem is emelkedni fog, a hagyományok megőrzésével helyi márkák, új munkahelyek jönnek létre és csökken a szállítás költsége is.²⁹

Miután láttuk, hogy számos előnye van a TDM szervezeteknek nem szabad elfeledkeznünk azokról a *kockázatokról*³⁰ és veszélyekről, amelyeket magukban rejthetnek a TDM-ek, ha nem működik a 3P (professzionizmus, partnerség, pénz) és az alulról felfelé való építkezés a gyakorlatban is. Továbbá, ha nem tarjuk szem előtt a TDM-ek célját, tehát a fenntartható és versenyképes turizmus (2. ábra) biztosítását, minden szereplő (turista, helyi lakosok, turizmus szakma és a környezetünk) bevonásával.

2. ábra: VICE-modell a fenntartható TDM-hez

VICE-modell a fenntartható TDM-hez



Forrás: Tourism Management Institute: TMI Destination Management Handbook, English Tourist Board and Tourism Management Institute, London 2003., p6. (saját szerk.)

Az első és legnagyobb veszélye egy TDM szervezetnek a *nem megfelelő finanszírozás*. Egy pályázat megnyerése után is gondoskodnunk kell a szervezet fenntartásáról és arról, hogy a tagok, a helyiek érdekelve legyenek a turizmus fejlesztését illetően. Lényeges, hogy már az alapításnál a vállalkozók és az attrakciók üzemeltetői kellő súllyal legyenek jelen. A következő probléma lehet a *tagok minimális létszáma*, amely így nem lesz képes megteremteni a kellő pénzügyi háttérrel, továbbá nem lesz képviselve az összes turisztikai szereplő, ennél fogva a TDM nem éri el az egyik legfontosabb célját: a látogató bármely szükséglete nem lesz megfelelő módon kielégítve. A *nem megfelelő együttműködés* a turisztikai szereplőkkel és a szakmai szervezetekkel bizalom- és hitelvesztéshez vezethet,

²⁹Dr. Horváth Endre: *Hogyan készítsünk TDM stratégiát? VIII. Országos TDM konferencia, Gyenesdiás, 2012.09.27.*

³⁰Balogh Károly a Magyar TDM Szövetség elnöke, 2011. március 4-én megrendezett TDM konferencián tartott előadása

így a tagok nem lesznek érdekelve, hogy részt vegyenek a TDM rendszerben. Súlyos veszély lehet, hogy egyes *desztinációk elképzelései nem reálisak*, nem megfelelő attrakcióra próbálják a TDM rendszert „bevetni”, hiszen ahol nincs megfelelő turisztikai potenciál, ott nem fog működni a rendszer. Nem szabad elfelejtenünk, hogy a TDM nem egy csodaszor, megfelelő turisztikai attrakciók és gyakran évek kellenek, hogy eredménye legyen. További problémaforrás, hogy Magyarországon *nincs ún. turisztikai hozzájárulás*, ami egy biztos és államilag szabályozott bevételi forrás lehetne a TDM-eknek, illetve a *turizmusirányítás szétesése jelent nagy problémát*, melynek a mihamarabbi megoldása nem csak a TDM szervezetek, hanem az egész turizmus szakma érdeke lenne. Végül még egy veszélyről szólnék, ami a TDM szervezeteket érintheti: a Magyarországon élő emberekre *kishitűség és széthúzás* jellemző, amin minél hamarabb változtatni kell, de nem csak a turizmusban érdekeltek felfogásán, hiszen egy turistára bárki nagy hatással lehet, ami lehet, hogy gyökeresen megváltoztatja az ott tartózkodását, és lehet vissza se tér többé, még ha jól is érezte magát. A turizmust csak közösen, együttműködve lehet sikeresen működtetni.³¹

Véleményem szerint, amikor egy TDM szervezet a működést, a feladatokat, és a célokat próbálja ismertetni a turisztikai szolgáltatóknak, a helyi lakosoknak, az önkormányzatoknak, tehát a tagoknak és később a potenciális tagoknak, akkor nem csupán az előnyöket kell bemutatnia, hanem kiemelten kell foglalkozni minden hátránnyal és veszéllyel is. Természetesen az előnyök nagyon fontosak minden tag/tulajdonos számára de, ha például a finanszírozás nem megoldott és nincsenek motiválva a dolgozók és a tagok sem, akkor nem fog működni a TDM. A hosszú távú és a fenntartható finanszírozást meg kell oldani, de ehhez mindenképpen önkormányzati szemléletváltásra és megfelelő turizmustörvényre van szükség, melynek létrehozását szorgalmazni kell. Ezt meg is teszi a Magyar TDM Szövetség, hogy sikerrel-e, az a jövőben kiderül.

³¹Lengyel Márton [2008]: *TDM működési kézikönyv*, Heller Farkas Főiskola, Budapest.

1.2. A magyarországi klaszterekről

1.2.1. A klaszterek létrehozásának indokoltsága hazánkban

A klaszterek története több mint egy évtizedig nyúlik vissza Magyarországon. A 2000-es évek elején, amikor megjelent az első Széchenyi Terv, a kormány felismerte a klaszterekben rejlő lehetőségeket és pályázati úton kívánta támogatni az addig alig ismert szerveződések létrehozását. Hosszú ideig ipari klaszter elnevezés volt a meghatározó, a turisztikai klaszterek eleinte háttérbe szorultak. A 2004-2007 közötti Nemzeti Fejlesztési Terv is az ipari klasztereket támogatta elsősorban, ugyan a pályázati kiírások nem tiltották meg a turisztikai klaszter szerveződéseket, de a pályázatok során nem jártak sikerrel. Magyarországon az első turisztikai klaszter a 2001-ben megalakult Pannon Termál Klaszter volt, ami nemcsak Magyarországon, de egész Közép-Kelet Európában az első ilyen szerveződésű klaszter volt.³² Azóta, ha a magyarországi turisztikai klasztereket összességében vizsgáljuk, akkor azt tapasztaljuk, hogy az egészségturizmus területén találjuk a legtöbb ilyen formájú szerveződést. (Észak-Alföld Termál Klaszter Egyesület, Észak-magyarországi Egészségturisztikai Klaszter, Dél-dunántúli Termálklaszter, Dél-alföldi Termálklaszter). A klaszterek esetében két alaptípust különböztethetünk meg, iparági és regionális klasztert.³³ A Gazdasági és Fejlesztési Szervezet (OECD) szerint a klaszter olyan vállalati hálózat, amely egymáshoz szorosan kapcsolódó, értéknövelő termelési láncot képez, és amelyhez számos szolgáltató és intézmény kapcsolódik.³⁴ A klaszterek „*olyan vertikálisan és/vagy horizontálisan kapcsolódó cégek csoportja, melyek a kapcsolódó társintézményekkel együtt ugyanabban az ágazatban működnek*”.³⁵ A klaszterek tehát olyan gazdasági ágazatban jönnek létre, ahol erős a verseny, így a résztvevőkkel az együttműködés kialakítása fontos feladat, a tagokra kölcsönös és

³²Gonda Tibor [2012]: *A turizmus térségi szerveződésének új formája: turisztikai klaszterek*, A Dél-dunántúli turisztikai klaszterek példáján, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, PhD értekezés. Pécs, p35.

³³Boros Szilvia, Mondok Anita, Várhelyi Tamás [2012]: *Az egészségturizmus szolgáltatásai és menedzsmentje*, Szolnoki Főiskola, Szolnok, p49.

³⁴ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [1999]: *Boosting Innovation: The cluster approach*, p62-64. (http://www.clusterbg.net/content/library/EN/Boosting_Inovations_Cluster_Approach.pdf, letöltve: 2013.03.29.)

³⁵Gecse Gergely – Nikodémus Antal (2003): *A hazai klaszterek lehatárolásának problémái –lokációs hányados*. In: *II. Országos Klaszter Konferencia. MTESZ Pesti Konferencia Központ 2003. november 19.* p7-15.

stratégiai függőség lesz jellemző, a külső versenyekben egységesen tudnak fellépni. A tagok, ha együttműködnek nagyfogyasztóként tudnak fellépni, ami az innovációs és érdekérvényesítő képességük növekedéséhez vezet.³⁶ Az egészségturisztikai klaszterek meghatározó szerepét gyógyfürdők, termálfürdők, élményfürdők, strandok, gyógy- és wellness hotelek, panziók, kempingek, továbbá a felsőoktatási intézmények töltik be.

A tagok között továbbá szerepelnek az önkormányzatok, tanácsadó cégek, pénzintézetek, Tourinform irodák, RMI,³⁷ gyógyászati centrumok, kórházak stb.

Egy olyan értéklánc mentén szerveződő vállalatokról, nonprofit szervezetekről és hozzájuk közvetlenül vagy közvetve kapcsolódó gazdasági ágazatok és szervezetek együttműködéséről van szó, akik ugyanarra az infrastruktúrára és adatbázisra támaszkodnak és hasonló fejlesztésekben, innovációkban érdekeltek. Az ilyen szerveződésű klaszterek legfontosabb tevékenysége a közös marketingen túl, az információáramlás biztosítása, humán erőforrás komplex biztosítása (HRM), együttműködés, közös beszerzés ellátása, egészségturisztikai szolgáltatói piac helyzetének erősítése, termékfejlesztési tevékenység támogatása, regionálisan integrált szervezet létrehozása és nemzetközi megjelenés elősegítése.³⁸

Egy jól működő egészségturizmus feltétele egy országosan jól működő, egységes és összehangolt szervezeti rendszer, amely egy komplex turisztikai terméként kezeli majd ezt az ágazatot. Az egészségturisztikai termékekhez (gyógyturizmus, wellness, medical wellness, családi wellness, selfness) folyamatos fejlesztés szükséges és biztosítani kell a régióon belül és egy egészségturisztikai klaszteren belül is a cégek közötti együttműködését. Szükség van továbbá infrastruktúra, marketing, humán erőforrás fejlesztésére is.³⁹ Visszatérve a klaszterekhez, a döntéseket olyan szinten fogják meghozni, ahol a feladatokat, az esetleges problémákat a legjobban ismerik, a szolgáltatókat, a turizmus szereplőit bevonják a turizmuspolitika irányításába. Fontos, hogy összhangot teremtsen a

³⁶Weisz Ágnes Dr.: *A klaszteresedés, mint gazdaságfejlesztő erő, a Pannon Termál Klaszter Zala Megye Gazdasági Fejlődésére, gyakorlati hatásain bemutatva, Tudomány Napja, Nyíregyháza, 2007. p99. (http://elib.kkf.hu/okt_publ/szf_22_11.pdf, letöltve: 2013.02.18.)*

³⁷RMI=Regionális Marketing Igazgatóság, a Magyar Turizmus Zrt. működteti az igazgatóságokat, turisztikai tájékoztató és promóciós tevékenységet végeznek bel- és külföldön, feladatuk továbbá a desztináció marketingtervének és marketingstratégiájának ellátása (Víg Tamás: *Fogalomjegyzék a TDM rendszer témakörhöz, Turizmus Bulletin XIV. évfolyam 1-2 szám, p119.*)

³⁸Molnár Csilla [2010]: *Az egészségturisztikai fejlesztések hatásai különös tekintettel Kelet-Magyarországra, PhD értekezés, Széchenyi István Egyetem. Győr, p45-47.*

³⁹Ruszinkó Ádám Dr. (elnök MEME): *Egészségturizmus és egészségügyi turizmus – új iparág alakul? A magyar egészségturizmus jövője, szezonnyitó egészségturisztikai konferencia, Budapest, 2009.06.05. (www.meme.hu/memedok/Spa_2009_Ruszinko.pdf, letöltve: 2012.01.10.)*

helyi, mikro-régiós, régiós és nemzeti szint között. Az egészségturizmust figyelembe véve ezt kell biztosítani a Dél-alföldi Régióban működő Termáklaszternek, ahová a helyi szintű TDM szervezeteknek is be kellene kapcsolódnia. A klaszterek céljait a következő módon tudjuk összefoglalni:⁴⁰

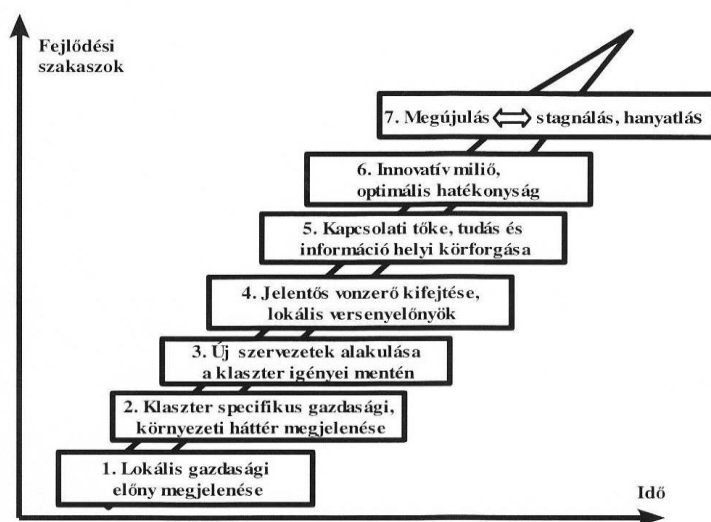
- egészségturisztikai szolgáltatók piaci helyzetének erősítése,
- gyógyvízre épülő egészségturizmus fejlesztése,
- termékfejlesztési tevékenység erősítése,
- humán erőforrás komplex fejlesztése,
- nemzetközi jelenlét az egészségturizmus kapcsán,
- regionálisan integrált szervezet létrehozása.

Véleményem szerint, mivel a régió egyik fő turisztikai terméke az egészségturizmus, és a régió TDM szervezetei is elsősorban az egészségturizmus köré építkeznek, a szoros együttműködés a klaszter és a TDM-ek között indokolt lenne.

1.2.2. A klaszteresedés folyamata

Ebben a részben a klaszteresedés folyamatát kívánom bemutatni (3. ábra).

3. ábra: A klaszteresedés folyamata



Forrás: Gonda Tibor [2012]: *A turizmus térségi szerveződésének új formája: a turisztikai klaszterek a dél-dunántúli turisztikai klaszterek példája alapján*, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, PhD értekezés, p30.

⁴⁰Fodor Ágnes: *Turisztikai Klaszterek kialakításának alapjai a Tisza mentén*, Turizmus Bulletin XII. évfolyam 2. szám

Az első szakaszban az adott desztinációban vagy térségben a hasonló tevékenységeket folytató vállalatok együttműködésbe lépnek egymással és az ún. klaszteresedés elindítója valamilyen gazdasági előny, amely lehet természetföldrajzi adottság, speciális szakismeret, pályázati támogatás, stb. A második szakaszban a gazdasági tevékenységek koncentrációja indul meg, és az együttműködési kapcsolatok még szorosabbá válnak. A harmadik szakaszban népszerűvé válik a klaszter, új tagokkal bővül és esetleg új intézmények, vagy szervezetek alakulnak, amelyek felméri az igényeket és a szolgáltatásaikkal a versenyképesség folyamatos biztosításához járulnak hozzá. A negyedik fázisban a sikeres klaszter miatt egyre több vállalkozás gondolja úgy, hogy a klaszter térségébe települ. A következő szakaszban az együttműködések tovább nőnek, a folyamatos kapcsolattartásnak köszönhetően a kapcsolati tőke szerepe is felértékelődik, erős innováció alakul ki a klaszteren belül. A hatodik szakaszban a klaszter a fénykorát éli, a gazdasági tevékenységek egyik központja lesz, mely biztosítja a versenyképességhez szükséges újítások, fejlesztések létrejöttét. Ez nagyobb jövedelemtermelő képességet biztosít majd a klaszterbe még nem csatlakozott cégekkel szemben. A hetedik és egyben utolsó szakaszban a klaszterek életében megtorpanás, stagnálás lesz jellemző, ami végső esetben megszűnéshez vezethet. Ez új célok, új feladatok keresésével elkerülhető lehet. A klaszternek meg kell újulnia, hogy továbbra is fent tudjon maradni.⁴¹ Ezt a megújulást az előnyökből kellene véghezvinni és az esetleges hátrányokat és veszélyeket, amelyekkel küzdenek a napi működés során minimalizálniuk kell, hogy a működés ne kerüljön veszélybe.

1.2.3. Klaszterek előnyei és hátrányai⁴²

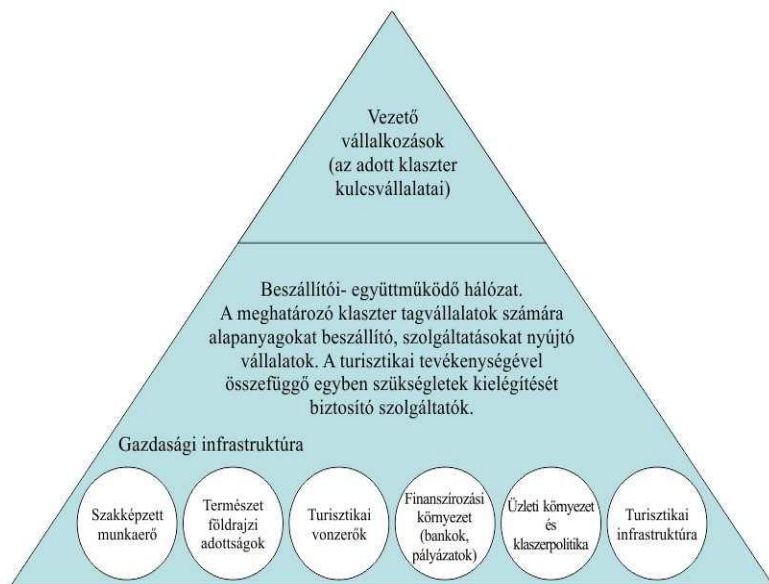
Egy turisztikai klaszter sikeres működéséhez minden esetben szükség van szakképzett munkaerőre, akik – jelen esetben – az egészségturizmusban érdekeltek, megfelelő természetföldrajzi adottságokkal kell, hogy rendelkezzen az adott desztináció, vagy régió (pl.: Dél-Alföld), továbbá megfelelő turisztikai és infrastrukturális vonzerők

⁴¹Gonda Tibor [2012]: *A turizmus térségi szerveződésének új formája: a turisztikai klaszterek a Dél-dunántúli turisztikai klaszterek példája alapján, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, PhD értekezés, Pécs, p29-30.*

⁴²Sziva Ivett: *a turisztikai desztinációk versenyképessége, „Egyedül miért nem, együtt mikor és meddig?”*, *Turizmus Bulletin XIV. évfolyam 3. szám*

szükségesek a klaszter működéséhez (mint a TDM esetében is), és végül nem szabad elfeledkeznünk a finanszírozás kérdéséről sem. Ezekre épülnek a nagyvállalatok helyi, térségi üzleti partnerei, akik az adott iparág, az egészségturizmus kulcsvállalataira (pl.: fürdők) épülnek. (4. ábra)

4. ábra: A klaszterek általános felépítése



Forrás: Lengyel Imre [2010]: *Regionális gazdaságfejlesztés*, Akadémia kiadó, Budapest, p232 (Gonda Tibor szerk.)

A klaszterek *elősegítik* a vállalkozások működésének gyors javulását, ami a költségelőnyök kialakítását is lehetővé teszi. A beszállítók ún. „versenyeztetése” révén olcsóbb árak válnak elérhetővé, és a közös beszerzések kapcsán a tranzakciós és a szállítási költségek is csökkenthetők. A legjobb gyakorlatok („best practice”) gyors terjedése révén új tevékenységek és módszerek megismerésére kerül sor. A klaszterek stratégiai versenyelőnyök kialakítására ösztönöznek az utánzás és az árverseny helyett. A földrajzi közelség a vállalkozásokat eltérő stratégia kialakítására ösztönzi. Új igények és piaci szegmensek észlelése könnyebb a klaszterek nyújtotta üzleti környezetben. Az információáramlás gyorsabb és pontosabb lesz a klaszteren belül. További előny, hogy a technológiai és szervezési tapasztalatok („learning by doing”) megismerésére is lehetőség nyílik, mely kapcsán közös kutatások és fejlesztések indulhatnak el.⁴³

A klaszterekből eredő vállalati és regionális előnyök közül három tényező emelkedik ki:

⁴³Buzás Norbert – Lengyel Imre (szerk.) [2002]: *Ipari parkok fejlődési lehetőségei: regionális gazdaságfejlesztés, innovációs folyamatok és klaszterek*. Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar, JATE Press, Szeged, p125-153.

- a termelékenység növekedése, a vállalatok versenyképességének növekedése,
- az innovációs kapacitás növekedése, a piac jobb megismerése, a kapacitás rugalmas kihasználása, a verseny kényszere és állandó összehasonlítása,
- új vállalkozások megjelenése.

A klasztereknek természetesen nem csak előnyei, hanem *hátrányai és veszélyei* is vannak. Nagy veszély, ha a központi kormányzat nem ismeri fel a klaszterek fontosságát és ez által nem támogatja a klaszteresedést. Másik forrásveszély, ha a regionális források elosztásában háttérbe szorul a klaszterek támogatása, illetve a pályázati források beszűkülnek a még nem, és a már működő klasztereket illetően. Jelenleg a klasztertagok nehezen képesek finanszírozni a klaszterszervezeteket, ami bizalomvesztéshez és az együttműködés hiányához vezethet.⁴⁴

A dolgozat a Dél-alföldi Termálklaszterrel foglalkozik, amely egy regionális klaszter - „*egy adott iparág versenyző és kooperáló vállalatai, kapcsolódó és támogató iparágai, pénzügyi intézményei, szolgáltató és együttműködő infrastrukturális (háttér) intézmények (oktatás, szakképzés, kutatás), vállalkozói szövetségek (kamarák, szakmai szövetségek) innovatív kapcsolatrendszerén alapuló földrajzi koncentrációja*”⁴⁵ - amely földrajzi térben behatárolt, versenyhelyzet és konkurencia lesz jellemző. Tevékenységére közös beszerzés, közös marketing, közös képzés és képzési programok fejlesztése, közös termékfejlesztés és beszállítói kapcsolatok jellemzőek. Ezek megfelelő működése kapcsán egy speciális humán infrastruktúra, bizalom a tagok és a szervezet között, illetve egy speciális „imázs” alakul ki. A klaszter innovációs központ lesz, amely megteremti a fenntartható és versenyképes turizmus feltételét.

Miután láttuk a TDM-ek és a klaszterek előnyeit és veszélyeit összességében elmondhatjuk, hogy hasonlóak a gondok és az előnyök is. Véleményem szerint a lehetőségeket közösen lehetne még jobban kihasználni, hiszen csapatban dolgozni könnyebb és hatékonyabb is, a veszélyeket, problémákat együttműködésben minimalizálni lehetne, és egy közös lobby tevékenységgel sok mindent el lehetne érni (például turisztikai alapokon nyugvó turizmus törvényt). Csökkenthető lenne a tagok érdektelensége, a közös beszerzések révén olcsóbb árak válhatnának elérhetővé, közösen könnyebb lenne a finanszírozási problémákat csökkenteni.

⁴⁴Grosz András [2005]: *Klaszteresedés és klaszterorientált politika Magyarországon, Pécsi tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, PhD értekezés, Pécs, p67.*

⁴⁵Lengyel Imre [2010]: *Regionális gazdaságfejlesztés, Akadémia kiadó, Budapest, p233.*

1.3. TDM és klaszter kapcsolatának bemutatása⁴⁶

A TDM-ek – mint, ahogy az előbbiekben szó volt róla - egymásra épülő rendszert alkotnak, melynek alapja a helyi szinten működő TDM szervezet. Aki a turizmusban egy kicsit is érdekelt, legyen az szolgáltató, vagy éppen helyi lakos, tagja kellene, hogy legyen a szervezetnek, hogy biztosítva legyen a fenntartható és versenyképes turizmus. Itt jön elő a probléma: aki klaszter tag, annak célszerű belépnie a helyi szintű TDM szervezetbe is, viszont, akkor két helyre is tagdíjat kell fizetnie, ami konkurenciát jelenthet a két szervezet között. A közös feladatok, tevékenységek esetében viszont pontos feladatlehatárolás szükséges, amit a tagokkal is egyeztetni kell.

Láthattuk, hogy a két szervezet feladatai közel azonosak, a klaszter, a Dél-Alföld esetében az egészségturizmusra koncentrál, a TDM-ek pedig a turizmus egészére helyezik a hangsúlyt az adott desztinációban.

Összefoglalóan a TDM területalapú, a klaszter termék alapú turizmust jelent.

Most lássuk, hogy a klaszter és a különböző szintű TDM-ek feladatai között milyen módon lehetséges az együttműködés (a Dél-alföldi Régióra koncentrálva):

- **Tervezés:** a klaszternek olyan tervre van szüksége, amely pontosan leírja a TDM-ek közötti együttműködési lehetőségeket (ez fordítva is igaz);
- **Fejlesztés:** a Dél-Alföldet megvizsgálva, a klaszter az egészségturizmusra épülő turisztikai infrastruktúra és szolgáltatások fejlesztésére koncentrál, míg a TDM-ek az összes turisztikai fejlesztésre (beleértve az egészségturizmust is, együttműködés a klaszterrel) koncentrálnak;
- **Innováció:** a klaszter az egészségturisztikai innovációt tartja szem előtt, és ezt koordinálja;
- **Kutatás:** a klaszter elsősorban az egészségturizmust területén hajt végre kutatásokat, melyek szoros együttműködést kívánnak a régió TDM szervezetivel. A TDM-nek az egyéb kutatásokról célszerű tájékoztatni a klasztert;

⁴⁶Fodor Ágnes [2009]: *Ökoturisztikai Klaszter modell kialakítása Belső-Somogy ökológiai hálózat területén, PhD disszertáció, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktoriskola, Pécs, p74-80.*

- **Monitoring:** a klaszter önállóan végzi a tevékenységét, megosztva a tapasztalatait a TDM szervezetekkel (fókuszban az egészségturizmus);
- **Szakmai képzés:** nélkülözhetetlen mindkét szervezetben, összehangoltan kell megszervezni, ezáltal időt és pénzt takaríthatnak meg, például egy study-tour esetében;
- **Érdekképviselő:** a klaszter és a TDM közötti konkurenciaharc jellemző, hiszen, egy turisztikai szereplő nem lesz két helyen is tag egyszerre, valószínű nem fog két helyre tagdíjat fizetni;
- **Hálózatépítés:** mindkét szervezet önállóan végzi.

Véleményem szerint a klaszterek és a TDM szervezetek között szoros együttműködésre van szükség országosan és a régiós szinten is, mivel az előbb bemutatott feladatok közös ellátása hatékonyabban működne, mint külön-külön, esetleges konkurenciaharcban, ami nemcsak hatékonyságban, hanem költségvetési szempontból is fontos lenne a szervezetek számára.

2. A Dél-alföldi Turisztikai Régió („az élményrégió”) bemutatása fókuszálva TDM és klaszter szervezetekre⁴⁷



„Itt vagyok megint a
Nagyvárosi élet örökös zajában
Oh de képzeletem most is odalenn az
Alföld rónáján van;
Testi szemeimet
Behunyom, és lelki szemeimmel nézek,
S előttem lebegnek szépen,
gyönyörűen az Alföldi vidékek”
(Petőfi Sándor: Kiskunság - részlet)

Magyarország turisztikai régiói, Forrás: www.itthon.hu

A Dél-Alföld Európa legnagyobb egybefüggő síksága, amely három megyét, Békés, Csongrád és Bács-Kiskun megyét foglalja magába. A régió továbbá három országgal (Románia, Horvátország, Szerbia) is határos. Ezekkel az országokkal – és természetesen a határos régiókkal – a kedvező kapcsolat ápolása nélkülözhetetlen a turizmust figyelembe véve. Ennek a fenntartása elsősorban a klaszter és a helyi TDM-ek feladata.

Magyarországot a termálvizek fővárosának is nevezik Európában, ami nem csoda, hiszen egy régi mondás szerint az, aki Magyarország területének bármely pontján kutat fúr, előbb utóbb termálvizet talál.⁴⁸ Termálvíz és gyógyvíz adottságait tekintve Magyarország első helyen áll Európában. Jelenleg kb. 500 termálvíz előfordulási hely van, ami azt jelenti, hogy az ország területének 80%-án található 30°C-nál melegebb természetes víz.⁴⁹ A Dél-alföldi Régiót vizsgálva számos helyi, országos, vagy éppen nemzetközi jelentőségű fürdő található (5. ábra), mint például Gyula Várfürdő, Orosháza-Gyopárosfürdő, szegedi fürdők, Mórahalom, Kiskunmajsa, Makó, Gyomaendrőd, Kecskemét, Füzesgyarmat, stb.⁵⁰

⁴⁷ Albel Andor – Tokaji Ferenc [2010]: Turizmus a Dél-alföldön, a turisztikai régió 12 éve 1998-2010. Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesülete, Gyula. további forrás:

Albel Andor – Tokaji Ferenc [2006]: Alföld Spa, Gyógyítás és wellness a Dél-alföld termálfürdőiben, Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesülete, Gyula.

⁴⁸ www.utazunk.com/hir/magyarorszag-termalkincse_62.php, letöltve: 2013.02.19.

⁴⁹ Egyetemi jegyzet, dr. Ruzinkó Ádám turisztikai igazgató „Egészségturizmus” című előadása a Szent István Egyetem Egészségtudományi Karán, Gyula, 2008.09.27

⁵⁰ A régió további fürdőit lásd: 8. táblázat: A Dél-alföldi Régió gyógy- és termálfürdői

Ennek köszönhetően minden korosztály megtalálja a számára legmegfelelőbb programot. A Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesületének felmérése alapján jelenleg 34 településen 40 termálfürdő található a régióban, melyek közül 20 gyógyfürdő.⁵¹

5. ábra: Magyarország termál- és gyógyfürdői



Forrás: VITUKI – MÁFI – AQUAPROFIT

Az egészségturizmuson túl a Dél-alföldi Turisztikai Régió számos „Hungarikumban”⁵² bővelkedik, melyek egy része a gasztronómiához, mint például a csabai, gyulai kolbász, a kecskeméti barack és a békési szilvapálinka, a szegedi paprika, a makói hagyma, más termékek pedig a kultúrához kapcsolódnak, ilyen például a kalocsai hímzés. A Dél-Alföldnek fontos részét képezik azok a nemzetközi és országos jelentőséggel bíró rendezvényei, fesztiváljai (Csabai Kolbászfesztivál, Nemzetközi Tiszai Halfesztivál, Kisüsti Pálinkafesztivál, Szegedi Szabadtéri Játékok, Kecskeméti Hírös Hét Fesztivál, Gyulai Várszínház rendezvénysorozata), melyek megtalálhatók a Dél-Alföldön. A régió

⁵¹Albel Andor – Tokaji Ferenc [2010]: Turizmus a Dél-alföldön, a turisztikai régió 12 éve 1998-2010, Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesülete, Gyula, p19.

⁵²Hunagrikum szó jelentése: Magyarországra jellemző magyar termék, kulturális tényező, és néha társadalmi vagy közéleti jelenségekre is használják. „A MALÉV hungarikum volt. Aki a légitársaság repülőgépének fedélzetére lépett, Magyarországon érezhette magát, a magyar vendégszeretettel, a magyaros konyhával és a jó borokkal. Megszűnt, és ezzel egy csepp Magyarország is eltűnt örökre.” (<http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/malev>, megjelenés: 2013.02.03., letöltve: 2013.02.03.)

műemlékekben is gazdag terület. Közel 700 építmény élvez műemléki védeltséget, az egyház jellegű építmények száma eléri a 250-et.

Visszakanyarodva az egészségturizmushoz megállapítható, hogy az Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégiájában és Dél-alföldi Turizmusfejlesztési Stratégiában is az egészségturizmus fejlesztése kiemelt prioritásként szerepel.⁵³

2000 és 2006 között 16 jelentős fürdőfejlesztésre került sor, de azóta is történtek beruházások az egészségturizmusban elég, ha csak a makói fürdőt említem, amely 3,6 milliárd forintba kerülő fürdőberuházás volt, és amelynek fenntarthatóságáról még ma is sok a vita.⁵⁴ További nagy beruházás a kecskeméti élményfürdő és versenyuszoda volt, 6 milliárd forintba került, illetve a 8 milliárd forint összértékű szegedi Napfényfürdő beruházása, melynek fele Uniós támogatásból valósult meg.⁵⁵ Azonban ezekhez a fürdőkhöz és a fesztiválokra, rendezvényekre valahogy el is kell jutni.

A régió közlekedés-földrajzi helyzete összességében kedvezőnek mondható, hiszen az országot érintő legfontosabb tranzit-irányú útvonalakon fekszik. A Dél-alföldi Régió közlekedési infrastruktúráját alacsony kiépítettség és gyenge minőség jellemzi, habár a régió az ország egyik legforgalmasabb nemzetközi közlekedési tengelye. (Budapestről például Gyulára eljutni, ahol nemzetközi hírű fürdő is található – Gyulai Várfürdő - nem könnyű dolog, az autópálya hiány, rossz minőségű úthálózat miatt). Nehezíti a helyzetet a dunai, tiszai valamint a Körösökön található hidak alacsony száma, rossz elhelyezkedése, nem megfelelő kapacitása. A közlekedési adottságok, a régió megyéi, térségei között egyenlőtlenül oszlanak meg. Bács-Kiskun és Csongrád megye már bekapcsolódtak az európai áramlási rendszerbe a vasúti és gyorsforgalmi útfejlesztéseknek köszönhetően, addig Békés megye esetében legfeljebb a vasúti fejlesztések mentek végbe. Talán a legfontosabb közlekedési eszköz a kerékpár lenne a fürdőhelyeken, de kishajó és evezési lehetőségek is szolgálhatják a fürdőhelyek elérését. Természetesen a gyalogos és kocsis túraútvonalak is egyaránt fontosak. A kerékpár és az egészségturizmus kapcsolata nélkülözhetetlen a régióban, számos túraútvonal található és számos pályázati felhívás

⁵³*Dél-alföldi Turizmusfejlesztési Stratégia, 2007-2013, készítette: Euro Spa Hungary Kft, 2006.03. (<http://www.kormany.hu/download/4/8e/20000/Del-Alfuld.pdf>, letöltve: 2013.02.01.)*

⁵⁴*http://hvg.hu/gazdasag/20100929_makoi_furdoberuhazas#, (megjelenés: 2010.09.29., letöltve: 2013.03.18.)*

⁵⁵*http://www.nyarilap.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=2821:megnyitott-a-napfenyfurdo-aquapolis-szegeden&catid=86&Itemid=519, (megjelenés: 2010.04.07., letöltve: 2013.03.18.)*

irányul kerékpárutak fejlesztésére, építésére. A pályázati felhívások célja: a kerékpáros közlekedés számának és a kerékpáros turisták számának növelése.⁵⁶

A régió – mint láttuk - az elmúlt évtizedben pozitív változásokon ment át. Számos fürdőfejlesztés, bővülő rendezvény- és fesztiválsorozatok, javuló megközelíthetőség, minőségi gyógy- és wellness szállodák épültek, a régiók fel lettek újítva. Fejlődésen ment át a kerékpáros, a falusi és a lovas turizmus is. Emellett természetesen az egészségturisztikai beruházásoknak köszönhetően számos gyógyfürdő újult meg. Véleményem szerint egy fürdő, vagy szálloda felújítása önmagában kevés, hiszen amíg nincs komplex turisztikai termék a háttérben, addig a turista nem lesz elégedett. Ezt állandó és változatos programokkal lehetne elérni illetve, hogy folyamatosan mérjék a vendégek elégedettségét és gyűjtsék be az ötleteiket, elképzeléseiket, és ahhoz mérten állítsák össze a programokat, és a fejlesztéseket is elsősorban a vendégek igényeihez kellene illeszteni. A régió általános célja a vendégek számának növelése és, hogy a turizmusból származó bevételek növekedjenek.⁵⁷

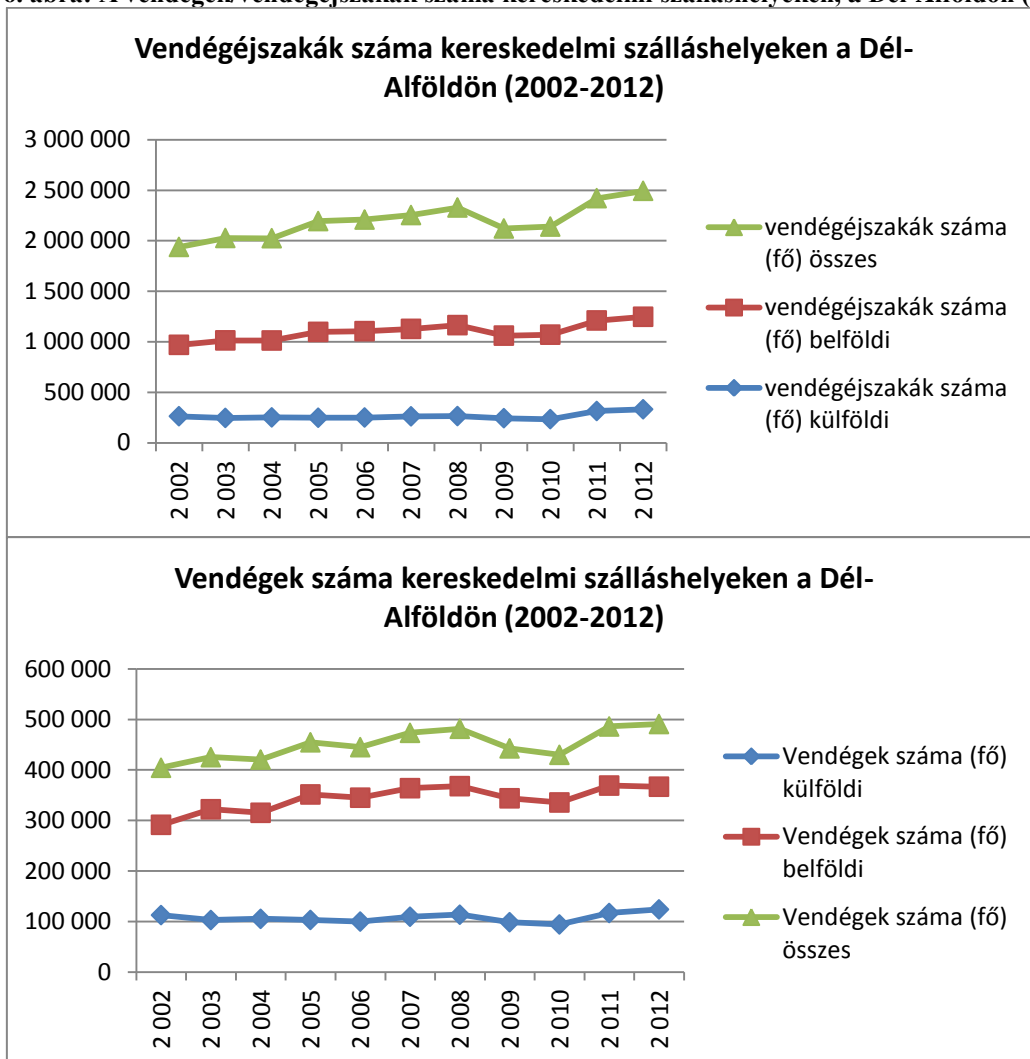
A vendégek és a vendégéjszakák száma 2002-től fokozatos növekedést mutat (6. ábra). Visszaesés látható 2009-es és a 2010-es évben, amikor a gazdasági és pénzügyi válság éreztette a legjobban a hatását. 2010-től 2012-ig a vendégek száma a régióban 23%-kal, a vendégéjszakák száma pedig 25%-kal növekedett. 2012. január és augusztusi adatai alapján a vendégek száma 2,7%-kal, a vendégéjszakák száma 5,7%-kal nőtt a kereskedelmi szálláshelyeken. Ez a növekedés a turisztikai régiók között a második helyet jelenti. Mindezek mellett az is figyelemre méltó, hogy a kereskedelmi szálláshelyek bevételei is növekedést mutatnak, 2012 első nyolc hónapjában 10,8%-os növekedés látható. A külföldi vendégéjszakák száma is óriási növekedést mutatott 2012-ben. Több mint 90%-kal nőtt a szerb vendégéjszakák száma a régióban.⁵⁸ A Dél-alföldi Termálklaszter számos turisztikai rendezvényen vesz részt Szerbiában, tanulmányutakat, konferenciákat szerveznek, és kiváló kapcsolatot ápolnak a vajdasági egészségturisztikai klaszterrel is, amely alapja lehet a szerb vendégéjszakák számának a növekedésének.

⁵⁶Albel Andor- Tokaji Ferenc [2010]: *Turizmus a Dél-alföldön, a turisztikai régió 12 éve: 1998-2010.*, Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesülete, Gyula, p56.

⁵⁷Albel Andor – Tokaji Ferenc [2010]: *Turizmus a Dél-alföldön, a turisztikai régió 12 éve: 1998-2010.* Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesülete, Gyula, p63-70.

⁵⁸http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/jo_szezont_zart_a_del_alfoldi_turisztikai_regio, megjelenés: 2012.10.11., letöltve: 2013.02.25.

6. ábra: A vendégek/vendégéjszakák száma kereskedelmi szálláshelyeken, a Dél-Alföldön (2002-2012)



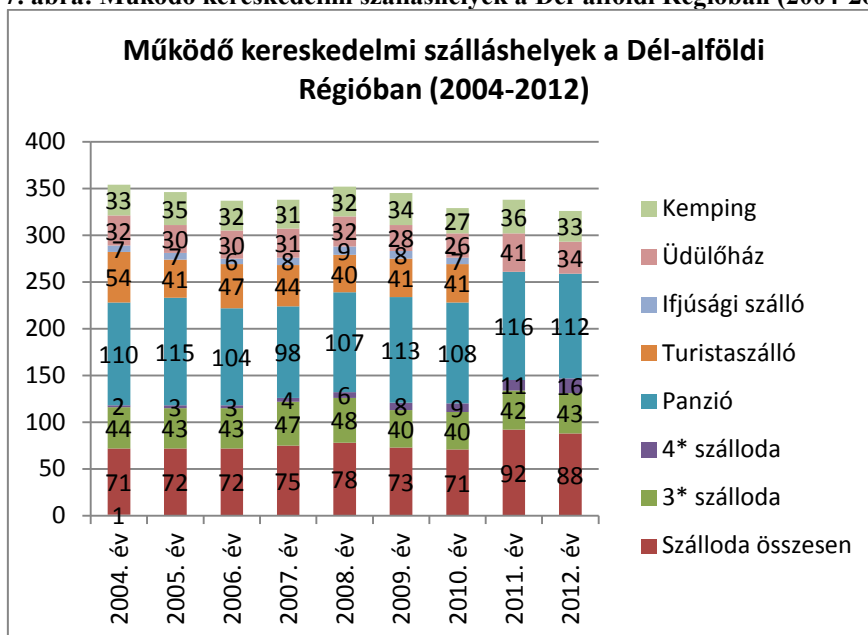
Forrás: KSH alapján saját szerk.

Mint látjuk, a régió vendégforgalma háromnegyed részben a belföldi turizmusból származik. Emiatt a Magyar Turizmus Zrt. elsősorban a belföldi vendégforgalmat kívánja tovább erősíteni. A külföldi vendégforgalmat is növelni szeretnék, a román, a szerb küldőpiacokat célozzák meg, amely szomszédos országok elsősorban az egészségturizmus, a kulturális turizmus és a régió gasztronómiája miatt érkeznek ide.⁵⁹

A régióban működő kereskedelmi szálláshelyek száma is kisebb növekedést mutat, bár ez az emelkedés 2010-től figyelhető meg, amikor a szállások száma a panziótól a szállodáig 63 db-al nőtt. 2011-ben kisebb csökkenés ment végbe, de ez a vendégek és a vendégéjszakák számán nem mutatkozott meg (7. ábra).

⁵⁹ Magyar Turizmus Zrt, 2013-as marketing tervének taktikai terve, p8 ([http://meta.itthon.hu/szakmai-oldalak/letoltesek/a Magyar Turizmus Zrt 2013-as marketingterve](http://meta.itthon.hu/szakmai-oldalak/letoltesek/a_Magyar_Turizmus_Zrt_2013-as_marketingterve), letöltve: 2013.01.21)

7. ábra: Működő kereskedelmi szálláshelyek a Dél-alföldi Régióban (2004-2012)



Forrás: KSH alapján saját szerk.

A Dél-alföldi Régió turizmusának komplexitásához minden adott. Ezt a régióban működő TDM szervezeteknek és a Dél-alföldi Termálklaszternek közösen kell kihasználnia, amit a következő részben láthatjuk majd, hogy sikerül-e.

Előtte még néhány adat, amely biztosítja a turizmus komplexitását a Dél-alföldi Régióban:

- országos és nemzetközi jelentőségű fürdők (Gyula Várfürdő, Orosháza-Gyopárosfürdő, szegedi fürdők, Mórahalom),
- számos helyi jelentőségű fürdők (Pl.: Békéscsabai Árpád fürdő, Gyomaendrődi Liget Gyógyfürdő),
- a Dél-alföldi Termálklaszter működése,
- TDM szervezetek jelenléte (Mórahalom, Gyula, Gyomaendrőd, Szarvas, Pusztatölke - Orosháza),
- kerékpárutak fejlesztése, egyre növekvő száma,
- „hungarikumokra” épülő gasztronómiai fesztiválok,
- a régióban található hazánk egyik legnagyobb termálvíz-kincse,
- 3 Nemzeti Park a régióban (Körös-Maros NP, Kiskunsági NP, Duna-Dráva NP),
- vízi turizmus lehetőségeinek a kihasználása (horgászat, aktív turizmus).

2.1. A Dél-alföldi TDM-ek helyzete, jellemzői, felépítése, célja, jelentősége⁶⁰

2.1.1. A Dél-alföldi TDM szervezetek helyzetképe, rövid bemutatása (Szarvas, Mórahalom, Gyula, Gyomaendrőd)

A Dél-alföldi Régióban jelenleg 5 regisztrált TDM szervezet (Gyula, Mórahalom, Gyomaendrőd, Szarvas, Puzsataotlaka) van jelen (8. ábra). Fontosnak tartom elmondani, hogy azokban a desztinációkban, ahol TDM szervezetek jöttek létre van mire építeni, megfelelő turisztikai potenciállal rendelkeznek a desztinációk. Azt láthatjuk, hogy a régió TDM szervezetei Mórahalom kivételével Békés megyében találhatóak. A falusi és a gyógyturizmusnak ideális helyszíne a megye, illetve a vidéki nyugalom és a tiszta levegő is felértékelődik a nagyobb városból érkezőknek. A természeti attrakciók közül kiemelkedő a Szarvasi Arborétum, a Körös és számos holtág, illetve műemlékek és műemlék jellegű épületek sora található itt (pl.: Gyulai Vár, Almásy-kastély, Százéves Cukrászda, stb.). Természetesen gasztronómiai és egyéb programok, fesztiválok is megrendezésre kerülnek, mint például a Gyulai Kisüsti Fesztivál, Gyulai Végvári Napok, a Gyomaendrődi Nemzetközi Sajt- és Túrősfesztivál, a Szarvasi Horgász és Halas Gasztronómiai Napok és még sorolhatnám. A megye legfőbb kincse a termálvíz, amely nagy hangsúlyt kap turisztikai szempontból is, hiszen országos és nemzetközi hírű fürdők találhatóak a megyében. Mórahalom esetében, amely Csongrád megyében található, a falusi turizmus és az egészségturizmus a két fő turisztikai termék. Erre épül a térség turizmusa is, amelyet a mórahalmi TDM szervezet próbál a legjobban kihasználni a turisták és a helyi lakosok igényeihez mérten.⁶¹ Egy desztinációnak, hogy a turizmus lehetőségeit hatékonyan ki tudja használni, mindenképpen szüksége van pályázati tevékenységre, melynek összege nagyon fontos, hogy hatékonyan kerüljön felhasználásra, de ehhez megfelelő turisztikai potenciálra és megfelelő szakmai felkészültségre van szükség. A pályázatok által támogatható tevékenységek a következők:⁶²

- TDM- és hálózatfejlesztés;

⁶⁰A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013. február

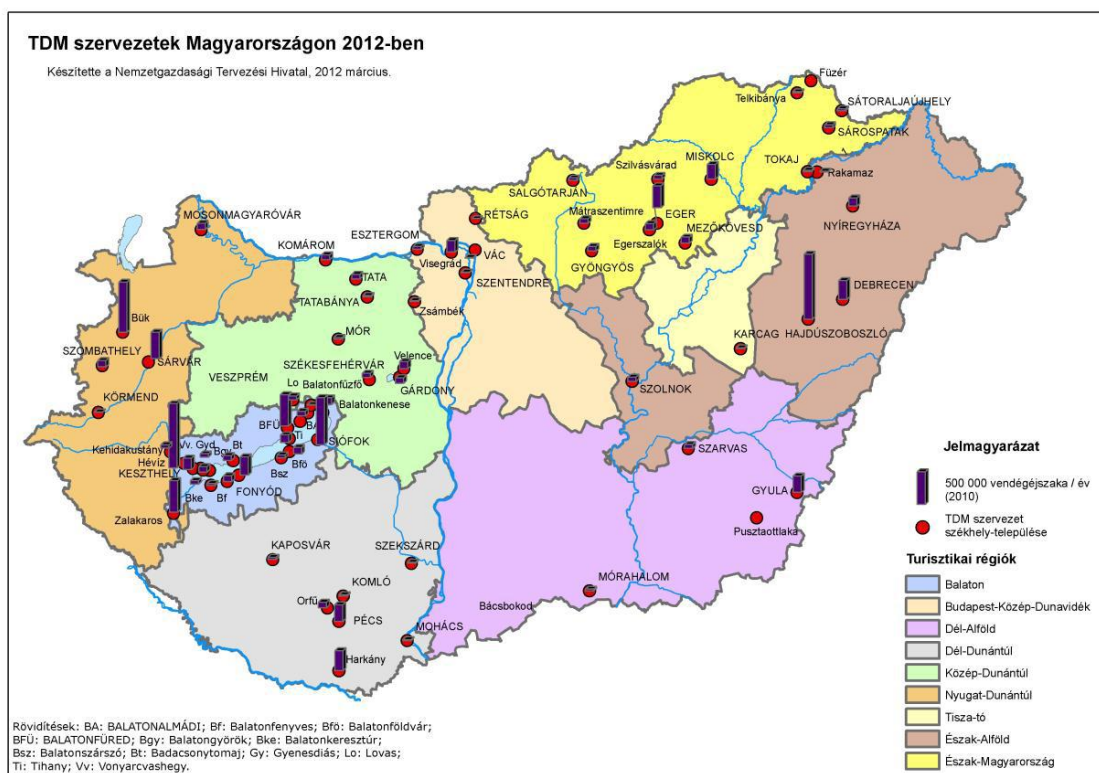
⁶¹A desztinációk további vonzerőit lásd a 7. számú mellékletben

⁶²Antal Judit: Turisztikai célú fejlesztési lehetőségek, DARFÜ Regionális Fejlesztési Ügynökség Kht., 2008.10.08. (http://itthon.hu/documents/85009/145752/606_AntalJudit_20081008.pdf/0d35c7af-9c8e-416a-b9f1-9e63d8adf8c9, letöltve: 2013.01.27.)

- Helyi TDM szervezet infrastruktúra fejlesztése és eszközbeszerzés támogatása;
- TDM e-turisztikai fejlesztései (informatika, értékesítési és kommunikációs rendszer fejlesztése);
- TDM turisztikai szakmai fejlesztési tervek, akciótervek készítésének és szakmai fejlesztési projektek előkészítésének, megvalósításának támogatása.

Fontos feladat, miután a helyi szintű TDM-ek megfelelően működnek a régióban, egy régiós szintű TDM szervezeti rendszer kiépítése, melyet a régióban működő helyi szervezeteknek kell létrehozni, együttműködve Magyarország többi régiós TDM szervezeteivel és a turizmusirányítással is. Albel Andor és Tokaji Ferenc, *Turizmus a Dél-Alföldön* című könyvében a Dél-Alföld mikrorégiókra való felosztására hívja fel a figyelmet.

8. ábra: TDM szervezetek Magyarországon 2012-ben



Forrás: Magyar TDM Szövetség, *TDM rendszer és TURIZMUS TÖRVÉNY OGYSTUB 2012. április 2-i egyeztetés Hátteranyag Budapest, 2012. március 23.*

A Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft.⁶³ 2010. február 1-jén alakult, amely eleinte 100%-ban önkormányzati tulajdonú volt, majd később vont be több tulajdonost is. Jelenlegi tulajdonosok: önkormányzat (50%), 6 db, Gyulán működő szálloda, illetve a Gyulai Idegenforgalmi Egyesület. 2011-ben a hivatal regisztrált TDM szervezetté alakult. Ezután a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. pályázatot adott be „Gyógyhelyi Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezet fejlesztése Gyulán” címmel. A pályázat 2011 szeptemberében támogatást is nyert (92.086.500 Ft). Így jött létre a Gyulai TDM szervezet, mely komoly kitérési lehetőség a helyi turizmust illetően.

A Körös-menti Turisztikai és Kulturális Egyesület⁶⁴ 2011 évben alakult meg önkéntes szakmai alapon, mely az önkormányzatok támogatása nélkül nem jött volna létre. Az egyesület egy önszervező, egyeztető, érdekvédelmi és érdekképviselési közhasznú társadalmi szervezet. A TDM szervezet 2013-ban 31 601 382 Ft-os támogatást nyert el a desztináció menedzsment fejlesztésére.

A GYÜSZ-TE Gyomaendrődi Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület⁶⁵ 2012. január 7-én alakult meg a város turizmusáért, majd a Nemzetgazdasági Minisztérium 2012 nyarán hivatalosan is bejegyezte a TDM szervezetet, amely már regisztrált szervezetként működik. A TDM a Dél-alföldi Operatív Program keretében a Helyi Turisztikai Desztináció Fejlesztésére 37 240 120 Ft-ot nyert el. A projekt fő célja a vendégéjszakák számának növelése.

A Móra-Tourist Nonprofit Kft.⁶⁶ 2012. július eleje óta kezdte meg a működését. Az irodát, mint a gyulaiak esetében is, az Új Széchenyi Terv keretében elnyert támogatásból sikerült létrehozni, amely tökéletes helyen van, hiszen a híres Mórahalmi fürdő bejáratával szemben található.

A Pusztatölgyesi Jövő Építők Turisztikai Desztináció Menedzsment Közhasznú Egyesület⁶⁷ 43 572 364 Ft-os támogatást nyert el a helyi TDM támogatására. Fő célja az egyesületbe belépő települések turisztikai versenyképességének növelése. Ez a helyi TDM szervezet még alakulóban van, sajnos még turisztikai weboldallal sem rendelkezik. Annyit

⁶³<http://www.visitgyula.com/szakmai-oldalak/gyulai-turisztikai-desztinacio-menedzsment-szervezet>, letöltve: 2013.02.15., további forrás: Komoróczy Alizzal, a Gyulai TDM vezetőjével készített mélyinterjúk alapján, 2013. február 27.

⁶⁴Mihály Mariannal, a szarvasi TDM vezetőjével készített mélyinterjúk alapján, 2013. február 26.

⁶⁵Varga Dorottyaival a gyomaendrődi TDM vezetőjével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 14.

⁶⁶Berta Zsolttal, a Mórahalmi TDM vezetőjével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 03.

⁶⁷http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/23_nyertes_tdm_palyazat, (megjelenés: 2013.01.29., letöltve: 2013.03.20.)

lehet róluk tudni, hogy a szervezetbe belépő települések turisztikai versenyképességét kívánják növelni. A TDM szervezet 2013 márciusában Orosházára helyezte át székhelyét és új tagokkal is bővült.⁶⁸

Összességében elmondhatjuk, hogy a régió TDM szervezetei jelentős szerepet vállalnak a térség turisztikai versenyképességének növelésében, a fenntarthatósági szempontok figyelembe vételével. A szervezetek egyesület és nonprofit kft. formában működnek, akik jelentős pályázati forrást nyertek a közelmúltban.

Véleményem szerint a régió TDM szervezetei önkormányzati támogatás nélkül nem tudtak volna létrejönni, még akkor sem, ha a pályázat sikeres. Ez az önkormányzati támogatás és a pályázat forrás viszont semmit sem ér abban az esetben, ha az önkormányzatok részéről nem lesz hosszú távú a támogatás. Természetesen a tagdíjakról és az egyéb bevételekről (pl.: üzleti tevékenységből származó bevétel) sem szabad elfeledkezni, amelyek nélkül szintén nem lehet hosszú távú és fenntartható működésről beszélni, de ehhez egy jól kidolgozott tagdíjrendszerre van szükség, amit nagyon nehéz létrehozni, hogy minden turisztikai szereplő elégedett legyen. A TDM-ek szerencsés helyzetben vannak abból a szempontból, hogy az önkormányzat felismerte, hogy szükség van egy ilyen rendszerre.

2.1.2. A TDM-ek létrehozásának indokoltága, céljai⁶⁹

A Dél-alföldi Régióban a helyi önkormányzatok és a turisztikai szakemberek felismerték, hogy a desztináció turisztikai fejlődéséért tenni kell valamit. Ezért nyújtottak be pályázatot TDM szervezeti rendszer létrehozására és hozták létre a helyi TDM rendszert. A régióban működő TDM szervezetek elsődleges *célja* a térség turizmusának fenntartható fejlesztése, és versenyképességének növelése, a fejlesztések összehangolásával, a marketing tevékenység koncentrálásával, a helyi szolgáltatók összefogásával és a vendégek széleskörű tájékoztatásával. A desztináció kínálatának teljes körű feltérképezése, csomagba rendezése, arculatának kidolgozása, piacra vitele, illetve a turizmus helyi szintű hatékony menedzselése is elengedhetetlen a fogadótérség turizmusa számára. További céljai a TDM-eknek, hogy a desztináció kulturális életét, történetét,

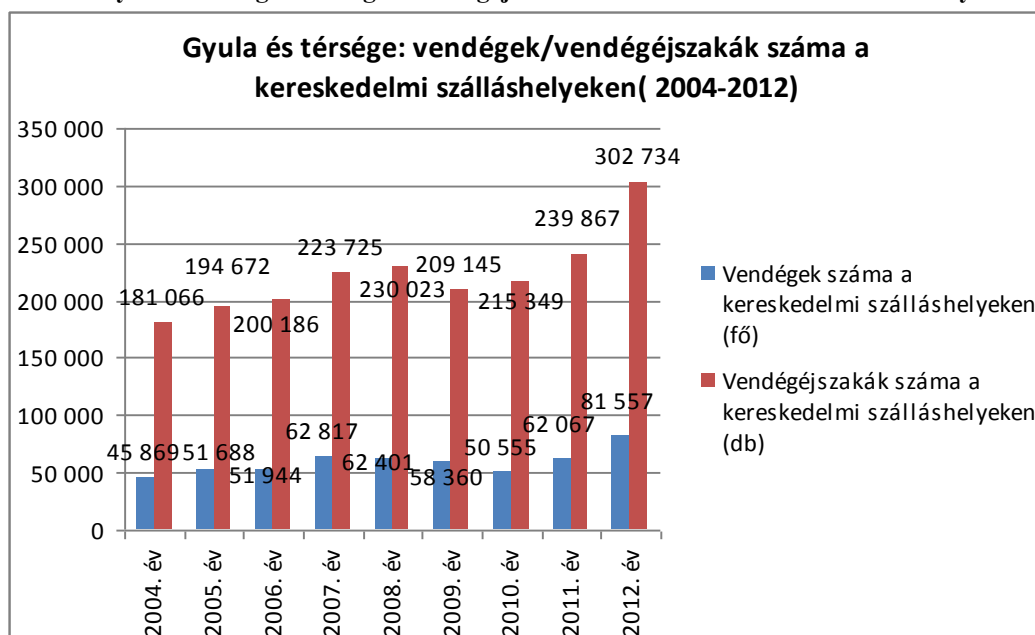
⁶⁸http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/oroshazara_koltozik_a_tdm_szervezet,
(megjelenés: 2013.03.14., letöltve: 2013.03.15.)

⁶⁹A Dél-alföldi TDM vezetőikkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013. február

hagyományait bemutató kiadványokat készítsenek és adják tovább a helyi lakosok és a térség iránt érdeklődők számára. A térség természeti, kulturális és aktív turizmusának népszerűsítése is célként határozható meg, illetve Szarvas esetében a történelmi Magyarországhoz, Gyula esetében a Várhoz és a Várfürdőhöz, Mórahalomnál a falusi turizmushoz és a városi fürdőhöz, Gyomaendrődnél az aktív turizmushoz és a Liget fürdőhöz kapcsolódó rendezvények segítése. Természetesen érdekképviselőket is el kell látniuk helyi, regionális és országos szinten is. Mindegyik TDM célként határozza meg a helyi értékek és a helyi termékek népszerűsítését is. Összességben azt láthatjuk, hogy a TDM szervezetek a turisztikai desztinációs menedzsment rendszer alapelveit próbálják szem előtt tartani. A régióban működő TDM-ek további célja a vendégek, vendégéjszakák számának a növelése, ezáltal a régióban is több vendég lesz jelen, nagyobb lesz a turisták átlagos költése, ezáltal nagyobb vendégforgalom várható.

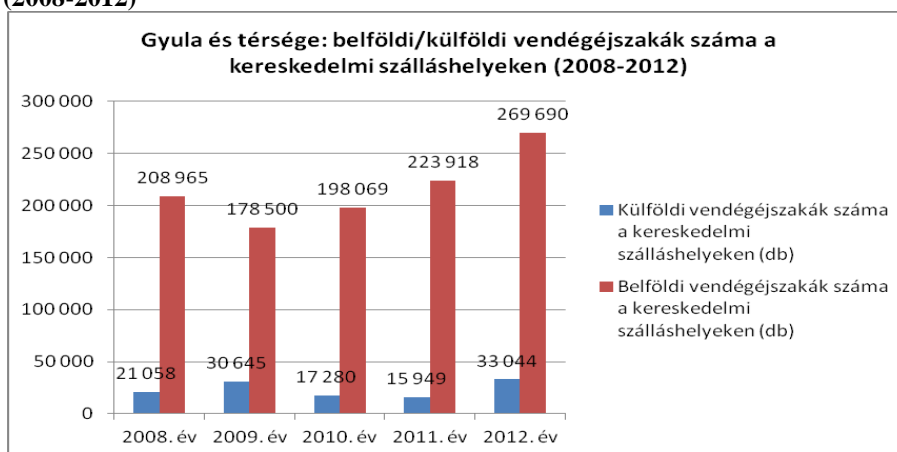
Gyula és térsége esetében ez megvalósultnak látszik (9. ábra). A helyi TDM 2010 elején alakult meg, amikor a vendégéjszakák száma 215.349 fő volt és a 2 éves működésük után máris óriási eredményt értek el: 29%-kal növekedett a vendégéjszakák száma a térségben és már átlépte a 300 ezer főt is a 2012-es évben. A belföldi vendégéjszakák száma 28%-kal, míg a külföldi vendégéjszakáké 48%-kal növekedett, köszönhetően a gyulai TDM szervezetnek és a városban végbemenő szálláshely-bővítésnek is (10. ábra).

9. ábra: Gyula és térsége: vendégek/vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)



Forrás: KSH alapján saját szerk.

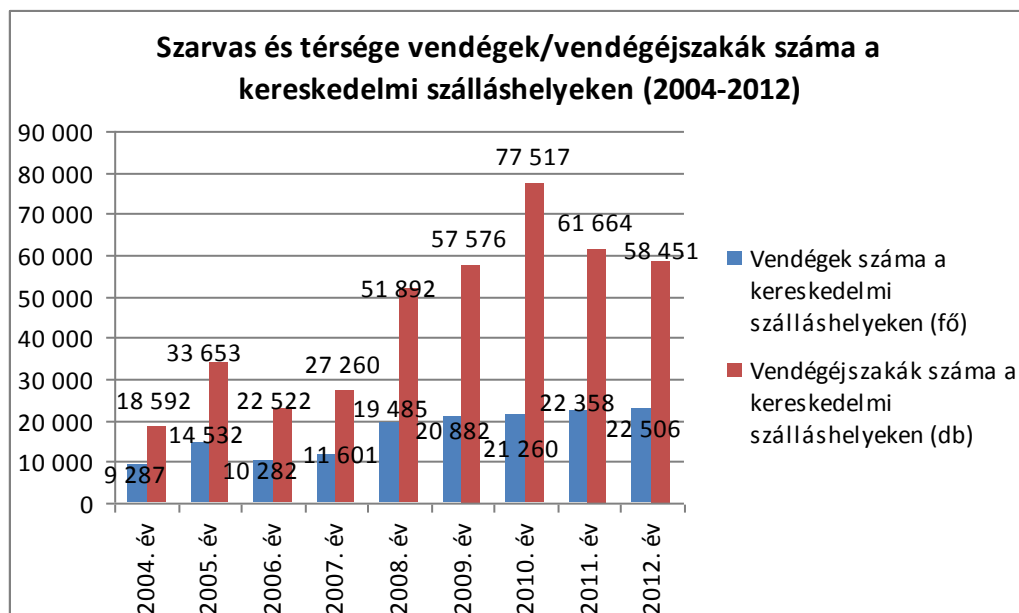
10. ábra: Gyula és térsége: belföldi/külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)



Forrás: KSH alapján saját szerk.

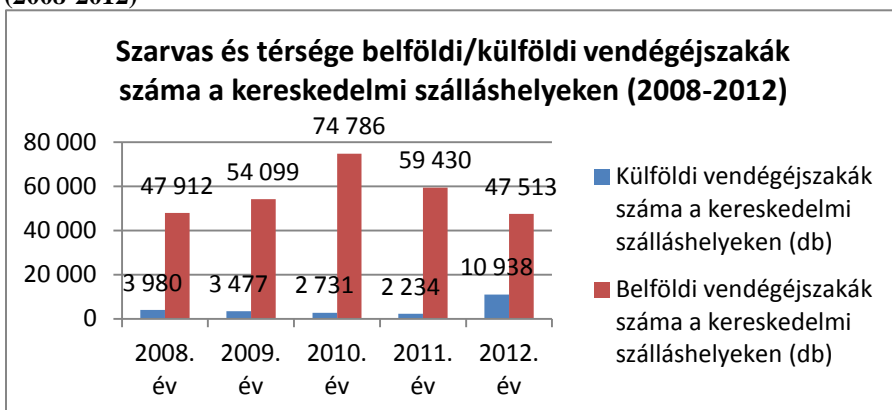
Szarvas és térségénél, melybe Gyomaendrőd is beletartozik, egyenlőre a vendégéjszakák számának csökkenését látthatjuk (11. ábra), de a Körös-menti TDM szervezet 2011-ben, a gyomaendrődi szervezet pedig csupán 2012-ben alakult. Azonban a külföldi vendégek száma drasztikusan megnövekedett, köszönhetően a román határ közelségének és természetesen a TDM szervezeteknek. A külföldi vendégéjszakák száma átlépte a 10 ezres határt is, amely az előző évekhez képest több, mint négyszeres növekedést jelent (12. ábra).

11. ábra: Szarvas és térsége: vendégek/vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)



Forrás: KSH alapján saját szerk.

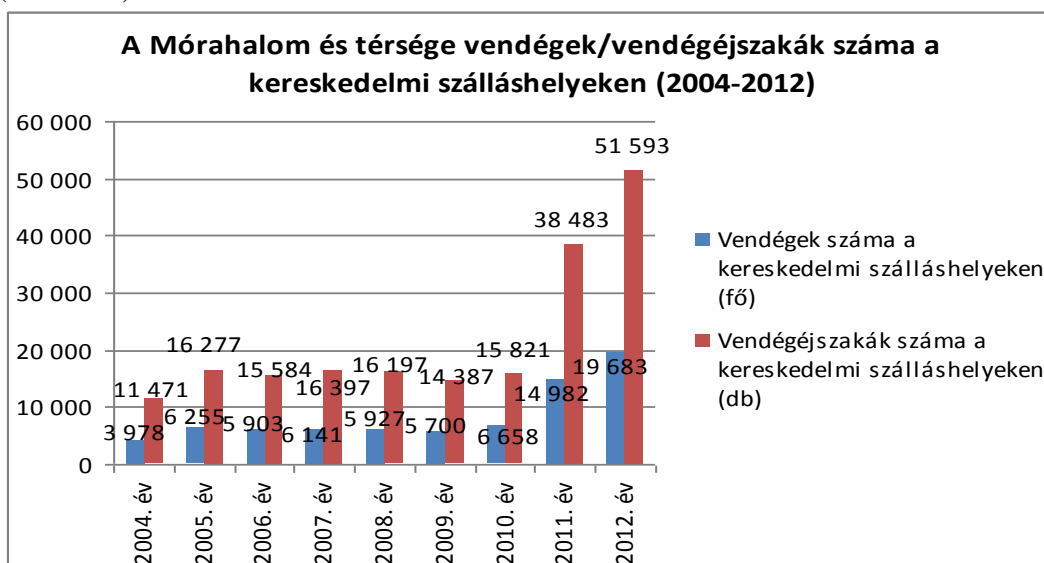
12. ábra: Szarvas és térsége belföldi/külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)



Forrás: KSH alapján saját szerk.

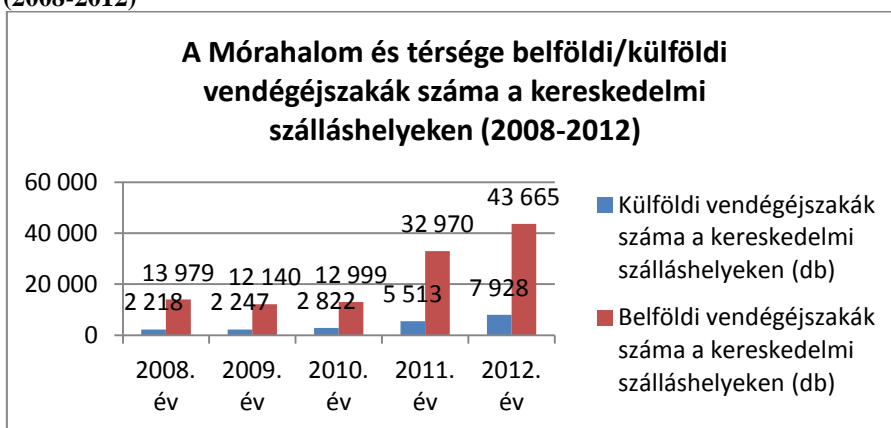
Mórahalom és térségét vizsgálva, azt látjuk, hogy 2009-től folyamatosan nő a vendégek és a vendégéjszakák száma, a hazai és a külföldi vendégek esetében is (a mórahalmi TDM szervezet 2009-ben már pályázatot nyújtott be TDM szervezet létrehozására, akkor sikertelenül). A 2009-es évtől 72%-kal emelkedett a vendégéjszakák száma, ugyanakkor a vendégek száma 13.300 fővel gyarapodott (13. ábra). A belföldi vendégéjszakák száma emelkedett drasztikusan, 12 ezerről több mint 43 ezerre nőtt a belföldiek száma. A külföldi vendégéjszakák száma négyszeresére, 2247-ről 7928-ra nőtt (14. ábra). Ez elsősorban a 2011-ben megnyílt 4 csillagos minősítésű Colosseum Hotelnek és a további szálláshely-bővítésnek, másodsorban a még hivatalosan nem, de 2009-től működő TDM szervezetnek köszönhető.

13. ábra: Mórahalom és térsége vendégek/vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)



Forrás: KSH alapján saját szerk.

14. ábra: Mórahalom és térsége belföldi/külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)



Forrás: KSH alapján saját szerk.

Összességében elmondhatjuk, hogy a TDM szervezeteknek van létjogosultsága a régióban és ezt az önkormányzatok is felismerték. Szarvas és térsége kivételével, amely még egy nagyon fiatal szervezet, azonnali eredményeket még nem is várhatunk el, elmondhatjuk, hogy a többi TDM esetében jelentős vendégéjszaka szám növekedés történt, mind a belföldi, mind a külföldi vendégeket figyelembe véve. Ez a szálláshely kapacitás bővítésének és a turisztikai egyesületeknek köszönhető. Gyula esetében 2004 és 2012 között 40%-kal nőtt a belföldi vendégéjszakák száma, 44%-kal pedig a külföldi vendégéjszakáké. Szarvas és térségénél ugyan ezt az időszakot vizsgálva háromszoros és két és félszeres növekedés ment végbe a belföldi és a külföldi vendégéjszakákat vizsgálva. Mórahalom és térsége négy és félszeres növekedést mutat a belföldi vendégéjszakák számában és közel ötszörös emelkedést mutatnak a külföldi vendégéjszakák. Véleményem szerint a régió TDM szervezetei jó úton haladnak, amely már vendégéjszaka szám növekedésben is megnyilvánul. Ha ezt az utat tovább folytatják és a finanszírozás is megoldott lesz, még nagyobb vendégéjszaka szám növekedés várható. Amennyiben ez megvalósul majd, nagyobb bevételek várhatók, több tagdíj fog befolyjni a TDM-ekhez, akik még több fejlesztést tudnak véghezvinni. A régió TDM szervezetei tehát mindent megtesznek a fejlődésért, azonban náluk sem működik minden gördülékenyen, mint mindenhol, itt is vannak nehézségek és problémák, amelyeket (közös) meg kell oldaniuk.

2.1.3. TDM működése, nehézségek⁷⁰

A szervezetek felépítése stratégiai döntéshozó és operatív, végrehajtó egységekre osztható. Kivétel nélkül minden esetben a közgyűlés a fő döntéshozó szerv, a stratégiai döntéseket pedig az elnökség és a TDM vezető hozza meg. A gazdálkodási és a szakmai feladatok ellenőrzését a Felügyelő Bizottság ellenőrzi.

A TDM szervezetek működési kockázatairól és veszélyeiről már korábban szó volt („*A turisztikai desztinációs rendszerről, jelentősége a turizmusban c. részben*”). Ebben a részben a Dél-Alföldön működő TDM szervezetek aggodalmait mutatom be. Nagy nehézség elé állítja a TDM szervezeteket, hogy a potenciális tagok szkeptikusan állnak hozzá ehhez a viszonylag új szerveződéshez. A már meglévő tagok azonnali sikert várnak, de nem szabad elfelejtenünk, hogy a TDM nem egy csodaszer. Továbbá a meglévő tagok inaktivitása negatív irányú húzóerő lehet, illetve a szolgáltatók és a leendő tagok inaktivitása is. A Dél-alföldi Régióban működő TDM szervezetek nem küzdenek anyagi gondokkal, hiszen nemrég nyertek jelentős pályázati pénzt (3. táblázat) TDM rendszer kialakítására, viszont a jövőt illetően komoly aggodalmaik vannak. Amennyiben a további pályázati források és a bevételi források bizonytalansága egy önkormányzati és tagsági érdektelenséggel létrejönne, a TDM szervezetek további fenntartható és versenyképes működése veszélybe kerülhet.

2.1.4. Tagok szerepe, megoszlása a szervezetekben⁷¹

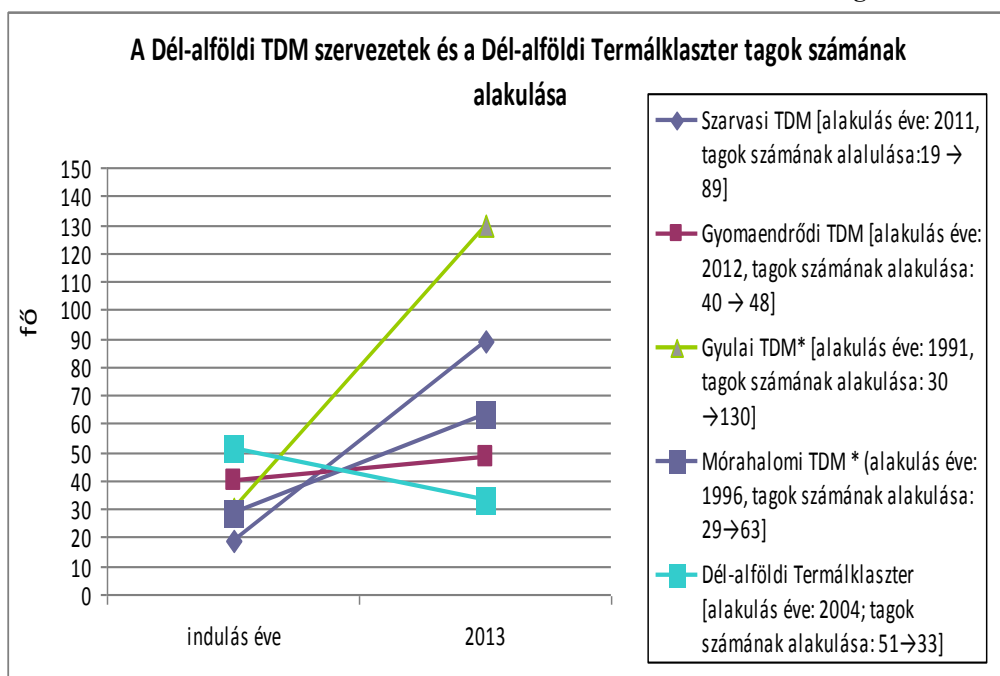
A helyi TDM szervezetek vizsgálatánál látható, hogy a tagok között szálláshely szolgáltatók képviseltetik a legnagyobb számban magukat. Viszont az önkormányzat jelenléte sem elhanyagolható, kijelenthető nélkülük nem működne a TDM. A sarvasi TDM, amely 2011-ben, 19 taggal jött létre a közel 2 éves működésük során a tagok száma elérte a 89-et. Ez több mint négyszeres növekedést jelent. A gyomaendrődi TDM-nél is növekedés látható, amely 2012-ben jött létre és azóta a tagok száma folyamatosan nő. Még nem mondható jelentős növekedésnek, hiszen csupán 8 taggal bővült a tagság, de mivel

⁷⁰A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013. február

⁷¹A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013. február

nagyon fiatal szervezetről beszélünk, így valószínűsíthető, hogy a jövőben pozitívan fog változni ez a szám. A gyulai és a mórachalmi TDM-et vizsgálva nehéz dolgom volt, mivel a szervezeteknél tulajdonosok vannak. Gyula esetében tulajdonos az önkormányzat, 6 helyi szálloda és az Idegenforgalmi Egyesület, amelynek a tagjai közvetetten ugyan, de kapcsolódnak a TDM szervezethez. A Gyulai Idegenforgalmi Egyesület 1991-ben alakult meg 30 taggal és több, mint 20 éves működés során a tagok száma mára elérte a 130-at. Mórachalom esetében is hasonló a helyzet: tulajdonosai vannak a TDM-nek, mint például az önkormányzat, 5 helyi szolgáltató és az Idegenforgalmi Egyesület, amely 1996-ban alakult 29 taggal és jelenleg 63 tagja van. A tagjai itt is közvetetten kapcsolódnak a TDM-hez (15. ábra).

15. ábra: A Dél-Alföldi TDM szervezetek és a Dél-alföldi Termálklaszter tagok számának alakulása



Forrás: A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013. február (saját szerk.)

*Mórachalmi és a Gyulai TDM esetében az idegenforgalmi egyesület tagjainak a számát vizsgáltam

Összességében elmondhatjuk, hogy a régióban működő TDM szervezetek folyamatosan bővítik a tagságot, amely nagyon pozitív irányt mutat. Ez a tagság bővítés tagdíj emelkedéshez is vezethet, hiszen minél több a tag, annál nagyobb a tagdíjbevételek. Véleményem szerint, hogy ki mennyi tagdíjat fizet, nagy konfliktusokat okozhat. Amennyiben a vendégéjszakához mért tagdíjfizetésről beszélünk, akkor egy magasabb kategóriájú szálloda, amely tegyük fel, hogy nemrég nyitott meg, vagy „kuponozik”, ezáltal hatalmas kedvezményekkel próbálja a vendégeket megnyerni. Ebben az esetben a tagdíj mértéke is nagyobb lesz, mint amelyik szállodánál nincs árengedmény. Kérdéses,

hogy már az így is sok kiadásba befér-e még a tagdíj. A javaslatom az lenne, hogy legyenek minőségi szolgáltatásai, kedvezményei a TDM szervezetnek, amelyek motiválhatják a szállásadókat a rendszeres tagdíjfizetésre, hiszen a tagság a szállodák, panziók érdeke, amely hiányában csökkenthet a vendégek száma. Ez viszont további bizonytalansághoz vezethet, ami miatt szükség van pályázatokra, és kiszámítható, fenntartható államilag kialakított pénzügyi feltételekre, amelyek gyökeresen megváltoztatják a szervezetek életét.

2.1.5. Pályázatok szerepe a működésben

Egy pályázat elnyerése, majd lehívása óriási nehézségek elé állíthatja a TDM szervezeteket, hiszen a munkaszervezetnek, amely - rendszerint a desztinációban működő Tourinform irodák⁷² - pusztán néhány főből áll, minden idejét elveszi a pályázattal kapcsolatos és a pályázat utáni feladat, a sok adminisztráció, a pályázati kiírásban foglaltak teljesítése. Ez a „valós” tevékenységek elvégzésétől (pl.: megfelelő marketing terv, üzleti terv készítés, a tagokkal, a helyiekkel való kapcsolatfelvétel, stb.) elvonhatja a figyelmet. A pályázatok támogatási összege jellemzően 85%, melyet az Európai Unió forrásai biztosítják, a maradék 15%-ot a TDM-nek kell biztosítania (a helyi önkormányzat biztosítja is). A Dél-Alföldön működő helyi TDM szervezetek az Unió támogatása nélkül nem jöhettek volna létre és nem kezdhették volna meg a működésüket. 2011 és 2013 között a TDM szervezetek összesen több, mint 260 millió Ft támogatást nyertek a régióban (3. táblázat) turisztikai desztinációs menedzsment szervezet létrehozására, amely projektek megvalósítása azóta is folyamatban van.

3. táblázat: A TDM szervezetek a Dél-alföldi Régióban

<i>TDM szervezet (Dél-alföldi Régió)</i>	<i>támogatás összege</i>	<i>Támogatás elnyerésének éve</i>
Gyomaendrődi Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület	37 240 120 Ft	2013
Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft.	92 086 500 Ft	2011
Körös-menti Turisztikai és kulturális Egyesület, Szarvas	31 601 382 Ft	2013
Móra-Tourist Nonprofit kft.	58 314 172 Ft	2011
Pusztaszentlászlói Jövő Építők TDM Közhasznú Egyesület	43 572 364 Ft	2013
Összesen elnyert támogatás a Dél-alföldi Régióban	262 814 538 Ft	

Forrás: A Dél-alföldi TDM vezetőkkel készített mélyinterjúk alapján 2013. február, további forrás: www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/23_nyertes_tdm_palyazat, letöltve: 2013.01.30. (saját szerk.)

⁷²A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013. február

Összességében elmondható, hogy a TDM szervezetek bevételi forrásai között meghatározó szerep jut a pályázati forrásoknak, az önkormányzati támogatásoknak és a tagdíjaknak. A saját üzleti bevételek összege egyelőre kisebb arányt mutat. Egy pályázatban számos szakmai feladatot kell vállalnia a TDM-nek. A következő részben azokat a szakmai feladatokat és eredményeket mutatom be, amiket a régió TDM-ei vállaltak a pályázatban. Mivel elég fiatal szervezetekről van szó, így sok esetben még nem beszélhetünk eredményekről, hiszen ez mind időbe telik, így főként a gyulai, a mórnhalmi és a szarvasi TDM szervezetekre fókuszáltam az elemzésemet.

2.1.6. Szakmai feladatok⁷³

A régióban működő TDM szervezetek eredményeit igen nehéz bemutatni, hiszen ezek általában az alapítást követő néhány évvel később jelentkeznek majd, ha a szervezetek a közösség elképzeléseit, terveit meg tudják valósítani. Azt elmondhatjuk, hogy a TDM szervezetek működése ma Magyarországon még nem tökéletes, nem megy minden esetben gördülékenyen. A szervezetek felépítését sok tényező nehezíti, például a pénzügyi és gazdasági válság. A finanszírozás kiszámíthatatlansága nehéz helyzet elé állítja a TDM szervezeteket, illetve hogy a szervezet tagjai nem vesznek részt kellően a szakmai tevékenységben. Mindezen problémák ellenére minden szervezet esetében vannak már mérhető eredmények. Már érezhető a szereplők közötti szoros együttműködés létrejötte, közös csomagok, programajánlatok alakultak ki. További előny lehet, hogy a régióban működő egyes TDM-ek kezdik megismerni egymás tapasztalatait és ezáltal tanulnak egymástól.

A **gyulai TDM** garantált programcsomagokat alakított ki a hét minden napjára, melybe számos turisztikai szolgáltatót vont be. Számos programnál megjelennek a helyi termékek, amelyeket így próbálnak meg népszerűsíteni. Létrehozták önálló turisztikai portáljukat, online szálláshely foglalási rendszerrel. Egy áttekinthető, vendégbarát weblapról beszélhetünk, amely tartalmazza a szálláshely szolgáltatókat, a programokat, látnivalókat és egyéb más, a várossal és a TDM szervezettel kapcsolatos információkat is. Elindították a „csomagolj és csobbanj Gyulán” kampányukat, melynek lényege, hogy minden vendégjé mellé ingyen fürdőbelépő jár (nem főszezonban). Az akcióban részt vevő szálláshelyeken

⁷³A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013. február

átlagosan 67%-kal nőtt a vendégéjszakák száma a szállásadók előzetes üzleti terveivel összehasonlítva.⁷⁴ További eredmény a város életében, hogy a TDM tematikus túraútvonalakat hozott létre, illetve info-pontokat alakított ki több helyen is a városban, ezzel népszerűsítve a desztináció értékeit. A várost kisfilmekkel népszerűsítik, amelyeket egyes turisztikai szolgáltatóknál (pl.: Gyulai Várfürdő) kihelyezett plazma TV-ben vetítik le folyamatosan. A TDM a tagokról sem feledkezik meg. Hírlevelekben, a helyi hírlapban és a turisztikai portálon nyújtunk folyamatos tájékoztatást tevékenységünkről. A tagok mellett a munkatársak is folyamatos képzésben részesülnek: az ügyvezetője a szervezetnek TDM menedzser képzésen vett részt a Budapesti Gazdasági Főiskolán, illetve egy román nyelvi képzést is indítottak a munkatársak számára. A jövőbeli tervek között szerepel egy desztináció fejlesztési stratégia kialakítása, amelynek véleményem szerint nem a jövő terveiben kellene, hogy szerepeljen, hanem már el kellett volna, hogy készüljön. Úgy gondolom, hogy ennek a stratégiának az elkészítése az első feladatok között kell, hogy szerepeljen egy TDM szervezet létrejötténél, hiszen ez jelöli ki azokat a feladatokat, célokat, prioritásokat, amelyek mentén halad majd a szervezet. További terve a nonprofit kft-nek a „Gyula Kártya” bevezetése, amelyhez már minden technikai feltétel adott, már csak a szolgáltatókkal történő egyeztetés van hátra. Véleményem szerint ez a legnehezebb feladat, hiszen 10-20%-os kedvezmény a vendégeknek nem jelent fő motivációt, ehhez 50-100%-os kedvezményekre is szükség van. Olyan szolgáltatásokból célszerű magasabb kedvezményeket adni, amelyek „rákényszerítik” a vendéget arra, hogy egyéb más szolgáltatást is igénybe vegyen (pl.: kerékpárköcsönzés, strandbelépő, múzeumbelépő).

A **Körös-menti Turisztikai Egyesület** célja a meglévő természeti és kulturális értékek szélesebb körben történő megismertetése és az aktív turizmusban rejlő, eddig kihasználatlan lehetőségek feltérképezése. A sarvasi TDM Szervezet esetében nehéz mérni az eredményeket, hiszen csupán 2011-ben alakult az Egyesület. A pályázatuk egyik legfontosabb feladata az volt, hogy beszerezték egy 14 személyes elektromos buszt, amely a nyári hónapokban menetrendszerűen közlekedik majd a szálláshelyek, a nyaralók, vagy az apartmanok között. Ezzel a kulturális programok, rendezvények, vendéglátóhelyek látogatottságát kívánják növelni. Az önkormányzat munkáját nagyban segítik például véleményekkel, javaslatokkal, és a hivatal az egyesületet meghívja tájékoztatás céljából nagyobb delegációk érkezésénél, hogy minden információ eljusson a TDM-hez is. A

⁷⁴ http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/osszefogas_a_gyulai_idegenforgalom_noveleseert,
(megjelenés: 2012.02.20., letöltve: 2013.03.18.)

jelenleg igen népszerű facebook-on kampányt indítottak, amely tájékoztatási célokat szolgál. A jövőben számos olyan eszközt szeretnének beszerezni, amely a turisták informálására szolgálhat az aktuális rendezvényekről, programokról. Ilyen tervek például óriásplakátok, kerékpár, vízi és gyalogtúra útvonalakat jelző táblák, túraútvonalakat jelző táblatérképek. A projektben eszközpark fejlesztés is szerepel, kerékpárok, mobil kerékpártárolók, egyedi faházak bérbeadása. Ezek az eszközök a turisták szabadidejének hasznos eltöltését szolgálják majd. Véleményem szerint Szarvas és más vidéki város esetében is a kerékpár népszerűsítése nagyon jó irány, mivel ezekben a városokban nincsenek nagy távolságok, kerékpárral, könnyen el lehet jutni bárhová, és közben a várost is megismerik a vendégek. Mindenekelőtt természetesen szükség van biztonságos kerékpárutakra.

A **gyomaendrődi TDM** eredményeit sem könnyű vizsgálni, hiszen alig 1 éve jött létre az egyesület. Az első nagy eredmény az volt, amikor a Nemzetgazdasági Minisztérium regisztrált TDM szervezetté nyilvánította az egyesületet. A TDM már saját arculattal és logóval rendelkezik, melyek biztosítják az egységes megjelenési formát. A jövőbeli tervek között szerepel egy vendégbarát turisztikai weblap elkészítése, online foglalási rendszerrel. Hamarosan elkészül a desztináció fejlesztési stratégiája a szervezetnek, amely kijelöli majd a fejlesztési irányokat és prioritásokat. A turisztikai attrakciókról és szolgáltatásokról ún. „vonzerőleltár” is készül, amely megkönnyíti majd a turisták tájékozódását. A rendezvény szervezésre is gondolkodnak a szakemberek, hiszen vásároltak egy mobilszínpadot, melyhez komplex fény- és hangtechnika is párosul. Véleményem szerint nagyon jó irányba halad a szervezet, amely munkát együttműködésben tovább kell folytatni.

A **mórahalmi TDM** is számos eredménnyel büszkélkedhet. A TDM fontosságát és felépítését folyamatosan megismertetik a helyiekkel és a turisztikai szolgáltatókkal is, ennek elérése érdekében egy akkreditált 80 órás turisztikai desztináció menedzsment képzést is szerveztek, amely ingyenes volt, egy regisztráció ellenében lehetett rá jelentkezni. Számos ún. „study-tour-t” szerveztek már, például a Magyar Beutazók Szövetsége, a magyarországi újságírók, illetve az utazási irodák részére is Romániába. Nemcsak szerveztek, de részt is vettek tanulmányúton, a gyulai TDM-hez látogattak el, és az ott szerzett tapasztalatokat próbálják majd felhasználni a jövőben. Komplex turisztikai desztinációs weblapot hoztak létre, melyet folyamatosan frissítenek és karbantartanak, ezáltal az aktuális turisztikai információk elérhetőek mindenki számára. A marketingfeladatuk fejlesztésére tematikus kiadványokat, irattartó dossziékat,

ajándéktárgyakat is készítettek, emellett rádiós és televíziós műsorokban is megjelentek. Információs pontokat és ún. „touch-info” pontokat helyeztek el a városban, a turisták kényelme érdekében. Természetesen kiállításokon (belföldi és külföldi kiállítások) is részt vesznek, hogy népszerűsítsék a város turizmusát. Saját rendezvényeik is vannak a TDM szervezetnek, ilyen volt a Nemzeti Vágta előfutama, a Fogathajtó Verseny, vagy éppen a Speedway salakmotor verseny. Mivel a városi fürdő marketingje és rendezvényeinek szervezése is a TDM-hez kapcsolódik, így számos, a fürdőhöz kapcsolódó programokat rendeztek már és rendeznek a jövőben is. Városnéző járatok is működnek, ilyen a „gasztrojárat” vagy a „fröccsjárat”. A jövőbeli tervek között szerepel online szálláshely közvetítés, vendégelégedettség felmérés, statisztikák, védjegyek készítése.

Összességében megállapíthatjuk, hogy a régióban működő TDM szervezetek mindent megtesznek azért, hogy a térség turizmusa fejlődjön. Számos olyan feladat végrehajtását tervezik, vagy már hajtották végre, amely a helyi lakosok és a turisták kényelmét szolgálják. Ezeket az eredményeket a pályázati források nélkül nem tudták volna véghezvinni. A következő fejezetben az egyéb forrásokat, a tagdíjrendszer nehézségeit mutatom be, továbbá az önkormányzati szerepvállalásról is szó lesz.

2.1.7. A költségvetés lehetőségei, önkormányzati szerepvállalás⁷⁵

Egy pályázat megnyerése után a megfelelő, hosszú távú pénzügyi háttér biztosítása létfontosságú egy TDM szervezet számára. Ezt a szervezetek önkormányzati támogatással és a tagok hozzájárulásával próbálják elérni, illetve egyéb turisztikai szolgáltatásokkal. Fontos elmondani, hogy az önkormányzat nélkül a TDM szervezetek jelentős része nem tudna működni. Törvényben kellene szabályozni az IFA (Idegenforgalmi adó) felhasználhatóságára vonatkozó szabályait, amit a turizmusba kellene visszaforgatni. Az önkormányzatok nagy része rendszeresen másra használja ezt az adót, elvéve a turizmusból. Más európai országokban (pl.: Ausztria) a települési önkormányzatok nem rendelkeznek az IFA-val, ami azt jelenti, hogy azt az összeget teljes egészében a turizmusba tudják visszaforgatni. Felteszem a kérdést, hogy ebben az esetben, vajon mi történne azokkal a hazai önkormányzatokkal, ahol a bevételük jelentős részét a turizmus

⁷⁵A Dél-alföldi TDM vezetőikkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013. február

adja (pl: Bükfürdő esetében)? Véleményem szerint az önkormányzatok az eddiginél is nehezebb helyzetbe kerülnének, ami nem biztos, hogy jó lenne az adott desztinációnak.

A következő táblázatban (4. táblázat) a régió TDM szervezetek tagdíjainak a mértékét és a költségvetési lehetőségeit gyűjtöttem össze. A tagdíj mértéke szervezetenként eltérő, a mórachalmi TDM esetében még tagdíjról sem beszélhetünk, azonban a jövőben tervezik a bevezetését.⁷⁶ Az önkormányzat minden szervezet esetében megjelenik, a Körös-menti Turisztikai és Kulturális Egyesület esetében a támogatás mértéke eléri a 70%-ot is, de a többi TDM-nél is jelentős önkormányzati támogatásról beszélhetünk. A régió összes TDM szervezete rendezvényszervezéssel és szálláshely közvetítéssel is foglalkozik, melyből származik bevételük. A gyulai TDM esetében a bevételük nagy része az önkormányzattól, másik része a tulajdonosok tagdíjaiból adódik össze, amely 120 Ft/vendégéjszaka/szolgáltató.

4. táblázat: A Dél-alföldi helyi TDM szervezetek tagdíjai, költségvetés lehetőségei

A Dél-alföldi helyi TDM szervezetek tagdíjai, költségvetés lehetőségei			
Körös-menti Turisztikai és Kulturális Egyesület	Gyomaendrődi Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület	Móra-Tourist Nonprofit Kft.	Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft.
5000 Ft / év (magánszemély) 15.000 Ft / év (szolgáltató)	1000 Ft / szolgáltató / hó	nincs tagdíj, tulajdonosok vannak	120 Ft / vendégéjszaka / szolgáltató/tulajdonos
Bevételi források: <ul style="list-style-type: none"> ○ önkormányzati támogatása (70 %-ban), ○ tagdíjak, ○ hirdetési díjak, ○ jegyértékesítésből származó bevételek, ○ pályázatok. 	Bevételi források: <ul style="list-style-type: none"> ○ önkormányzat normatív támogatása (IFA visszaforgatás), ○ önkormányzat anyagi hozzájárulása (legalább 4 millió Ft / év), ○ további 4 millió Ft rendezvények szervezésére (a Nemzetközi Sajt-és Túrófesztivál, a Május 1 és az Augusztus 20-i Halfőző verseny rendezvények megtartásához), ○ pályázatok. 	Bevételi források: <ul style="list-style-type: none"> ○ önkormányzati támogatás, ○ pályázatok, ○ marketingtevékenység, ○ programcsomagok értékesítése, ○ rendezvényszervezés, ○ online szálláshely közvetítés, ○ ajándéktárgyak értékesítése, ○ Borház, Kenyérváró üzemeltetés, ○ szponzori támogatás, ○ tulajdonosi hozzájárulás. 	Bevételi források: <ul style="list-style-type: none"> ○ önkormányzati támogatás (az IFA+állami támogatással megnövelt összegének a 20%-a, min. 35 millió Ft / év), ○ az Idegenforgalmi Egyesület hozzájárulása, ○ jegyértékesítés, ○ programcsomagok értékesítése, ○ online szálláshely közvetítés, ○ pályázatok.

Forrás: A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013. február (saját szerk.)

⁷⁶Berta Zsolttal, a mórachalmi TDM vezetőjével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 3.

2.1.8. A Magyar TDM szövetség és a Magyar Turizmus Zrt. munkája⁷⁷

A Magyar Turizmus Zrt.-vel és a Magyar TDM Szövetséggel szükség van megfelelő együttműködés kialakítására. A hazai TDM intézményfejlesztés úgy lesz sikeres, ha a meglévő értékeinket integráljuk a turizmusba, illetve nem párhuzamos a működés, hanem egymásra épülően, együttműködve folyik a munka. A TDM szervezetek komoly feladatokat vállaltak a TDM pályázatokban, amelyeket a siker érdekében közösen kell teljesíteni. A Magyar Turizmus Zrt. felismerte, hogy segítenie kell a TDM szervezeteket, ennek érdekében számos csatlakozási lehetőséget kínálnak, de a szervezetek aktivitása nélkülözhetetlen. Az együttműködés területei: országos és regionális kampányok, kiállítások, road-showk, tanulmányutak, kutatások, Tourinform irodák.

A Magyar TDM Szövetség 2011. január 28-án alakult meg turisztikailag jelentős TDM szervezetek által. A szövetség alapvető célja a szakmai érdekképviselés és tanácsadás a meglévő és az alakuló helyi, illetve térségi szervezetek részére. A szövetség mindent megtesz a TDM pályázatok sikerességének a megteremtésében. A hazai turisztikai rendszer modern, versenyképes és érdeklapú átalakítása, továbbá a hosszabb távú működési feltételeket meghatározó nemzeti turisztikai szabályozás kialakításában való részvétele is fő célként határozható meg. Mindent megtesznek azért, hogy a tagokat megfelelő együttműködésre bírják, közös szakmai rendezvényeket szerveznek, aktuális információkkal látják el a tagjaikat, a turisztikai dokumentumokat véleményezik.⁷⁸ Véleményem szerint mind a Magyar Turizmus Zrt., mind pedig a Magyar TDM Szövetség munkájára nagy szükség van. Ők lehetnek azok, akik a jövőben egy nemzeti szintű TDM szervezeti rendszert kialakítanak, de ehhez szükség van a TDM tagok együttműködésére, akik nélkül ez nem lehetséges.

2.1.9. TDM és klaszter együttműködési lehetőségei⁷⁹

⁷⁷Gulyás Péter: *A TDM rendszer létrehozásának lépései a Dél-alföldön, Magyar Turizmus Zrt. Dél-alföldi RMI igazgató, Hódmezővásárhely, 2011. 04. 08.*
(http://itthon.hu/documents/85009/145752/604_GulyasPeter_Hodemzovasarhely_20110408.pdf/8602e08c-ecba-4a95-a22c-22cf89e92a1e, letöltve: 2013.04.16.)

⁷⁸Víg Tamással, a Magyar TDM Szövetség stratégiai igazgatójával készített interjú alapján, 2013. március 08.

⁷⁹A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) és a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével, dr. Albel Andorral készített mélyinterjú alapján, 2013. február

Most, hogy már megismertük a TDM szervezetek munkáját, így a következőkben a TDM és klaszter együttműködési lehetőségeiről lesz szó. A Dél-alföldi Régióban működő helyi TDM szervezetek és a Dél-alföldi Termálklaszter csupán a fürdőkön keresztül kerülnek kapcsolatba egymással. Az TDM vezetőkkel és a Termálklaszterrel készített interjúk alapján el lehet mondani, hogy egyelőre nincs szakmai kapcsolat a szervezetek között. A helyi TDM szervezeteknek fel kell építeni egy térségi szervezetet, amely az alapja lenne az együttműködésnek. Viszont gátolhatja az együttműködést a tagok megoszlása, hiszen egy jelenlegi vagy potenciális tag, nem fog egyszerre két helyre is tagdíjat fizetni, amely kiesése veszélyeztetheti a működést. Dr. Albel Andor a következőt mondta interjújában (2013): *„mivel nincs középszintű TDM, így nincs semmilyen együttműködés, a helyi szintű TDM-ek nem tudják kezelni a regionális klasztert, ehhez középszintű, térségi TDM szervezet kialakítására van szükség...”*

2.1.10. TDM jövője a régióban⁸⁰

A régió TDM vezetői optimisták a jövőt illetően, az interjúkban elmondták, hogy a jövő rajtuk és a szakmán múlik. A Magyar TDM Szövetség álláspontja szerint szükség van egy megfelelő szakmaisággal kidolgozott turizmus törvényre, amely létrehozását közel 20 éve várja a szakma, melynek tartalma kell, hogy legyen az IFA turizmusba történő visszaforgatásának a kötelezettsége. Emiatt azonban számos önkormányzat jelentős bevételektől esne el, ha nem „kapnák” meg az IFÁ-t, melyet még az állam is kiegészít. Gyula város esetében a 2012-es évben a vendégéjszakák száma 302.734 fő volt, az IFA összege pedig 380 Ft/fő /éj. Ebben az esetben több mint 115 millió forint bevétel kiesésről lenne szó, amihez az állami támogatás még hozzá sem jött.

⁸⁰A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya, Mihály Mariann) készített mélyinterjúk alapján, 2013., továbbá Vig Tamással, a Magyar TDM Szövetség stratégia igazgatójával készített interjú, 2013. március 08.

2.2. A Dél-alföldi Termálklaszter helyzete, jellemzői, céljai, jelentősége

2.2.1. A klaszter és az egészségturizmus kapcsolata a régióban⁸¹

A Dél-alföldi Régióban a 2007-2013 közötti időszakban a régióban működő Termálklaszter 5 stratégiai célt fogalmazott meg:

1. versenyképesség erősítése,
2. környezetvédelem és fenntarthatóság,
3. regionális értékmegőrzés, értékteremtés, értéknövelés,
4. együttműködés a régióban és azon kívül,
5. szervezeti és felelőségi rendszer kialakítása.

Ennek az öt stratégiai célnak stratégiai programjai is vannak, melyeket a következőképpen foglalt össze dr. Albel Andor, a Dél-alföldi Termálklaszter elnöke tanulmányában:

1. tudatos termékfejlesztés (fürdőfejlesztés)

Termálvölgyként is nevezhetjük a Dél-Alföldet, ahol a föld mélye a régióban található közel ötszáz termálkutat táplálja, melyekből száz kút a fürdők vizét adja. Európa hévizekben igen gazdag térsége ez, ahol a fürdőkultúra hagyományai a török időkig nyúlnak vissza. A fürdők egyre gazdagabb spa (gyógyító és wellness) szolgáltatásokkal hívják a látogatókat a térségbe. Bár évről évre fejlődnek, de a gyógyászati szolgáltatások fejlesztése is szükséges, mivel még mindig elmarad a régió más térségektől. Egy fürdőfejlesztés (vendégek igényeihez mért fejlesztésről kell, hogy beszéljünk) komoly kitörési pont lehet egy desztináció életében, ezekhez minden esetben önkormányzati támogatásra, pályázati forrásra van szükség.

2. marketingtevékenység fejlesztése

A Dél-alföldi Régiót jelen helyzetben alacsony marketingtevékenységi szint jellemzi, azonban a klaszter, továbbá a régióban megjelenő TDM szervezetek folyamatosan javítanak ezen a helyzeten, egyre nagyobb együttműködés látható a szervezetek között és a marketing nem pusztán a vásárookra és a kiadványokra koncentrálódik, hanem egyre növekszik az e-marketing is. Fő célként lehet

⁸¹Dr. Albel Andor – „Alföld Spa” stratégiai célok és programok a Dél-alföldön 2007-2013 között, Gyula, 2006.11.22. <http://www.datekla.eu/index.php?ln=hu&cid=2021&id=9> , *Alfold_Spa_strategia_2007_13.doc* letöltése 2013.02.21, további forrás dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 26.

meghatározni egy regionális termálturisztikai arculat kialakítását, illetve egyéni fürdőarculatok kialakítása és megvalósítása.

3. humán erőforrás fejlesztés (HRM)

A régió termálturisztikainak gyengeségének mondható az alacsony nyelvtudásbeli szint, az idegenforgalmi fejlesztésekben érdekelt szervezetek ismerethiányai (TDM ismeretek, marketing, stb.) Fő cél a turizmusban érdekelt egyének felkészültségének folyamatos fejlesztése.

4. szervezet és intézményfejlesztés

A Dél-alföldi Régióban található az ország egyik legnagyobb termálturisztikai potenciálja, amelyet megfelelő módon kell értékesíteni. Ennek az egyik alapja a regionális együttműködés a turizmusban érdekelt szereplők között. Ez vonatkozik a fejlesztésekre is, azon a területen is elengedhetetlen regionális szintű összefogás. Fő cél a régióban működő egészségturisztikai vállalkozások működését és fejlődését elősegítő intézkedések elvégzése.

5. komplex turisztikai termékek létrehozása

A régió egészségturisztikai kínálata önmagában kevés. Egyéb más turisztikai termékek (kultúra, történelem, természet, gasztronómia, bor, sport, stb.) fejlesztésével kell még vonzóbbá tenni a régiót, melyhez nagy segítségre lehetnek a régió TDM szervezetei is.

2.2.2. A klaszter létrehozása⁸²

A Dél-alföldi Termálklaszter 1999-ben jött létre akkor még Dél-alföldi Fürdőegyesület néven. 2004. november 5-én alakult klaszterre a fürdőegyesület, melynek célja a régió egészségturisztikájának összefogása, fejlesztések áttekintésére, érdekek érvényesítésére. Fő cél egy eredményes, fenntartható termálturisztika létrehozása a régióban. A tagjainak a száma az alakuláskor 51 fő volt. A Dél-alföldi Termálklaszter fő

⁸²Tóthné Hamza Gabriella - Tokai Erika: *A Dél-alföldi Termálklaszter bemutatása*, http://www.datekla.eu/index.php?cid=2021&id=8&page=1&ln=hu_klaszter_bemutato.doc letöltése, 2013.01.15-én, illetve Dr. Albel Andor: *Alföld Spa és a klaszterek 2007-2013 (előadás anyag, Gyula-Magyarkanizsa, 2007.08.23.) A Dél-alföldi Termálklaszter szervezet és működési szabályzata, 2005.szept.9.*, http://www.datekla.eu/index.php?cid=2021&id=8&page=0&ln=hu_SZMSZ-Klaszter2005.09.08..doc letöltése 2013.01.17-én.

célja a régió egészségturizmusa, mint turisztikai termék sikeressé tétele és piacra vitele belföldön és külföldön egyaránt. További céljai:

- új egészségturisztikai kapcsolatok kialakításának elősegítése,
- a termálvíz-hasznosításban érdekelt szakmákkal való kapcsolatok kialakítása,
- együttműködés a turizmusban érdekelt szakemberekkel,
- termálturisztikai jövőkép kialakítás,
- a Dél-alföldi Termálklaszter országos és nemzetközi szintű megismertetése, népszerűsítése,
- munkahelyteremtéshez való hozzájárulás,
- az egészségturizmusban érdekelt vállalkozások piaci pozíciójának erősítése,
- a klaszter politikai tevékenységet nem folytat.

A klaszter a szervezet céljai elérése érdekében alakította ki a napi feladatait, a feladatköreit és a tagok megoszlását, továbbá a szervezet felépítését is.

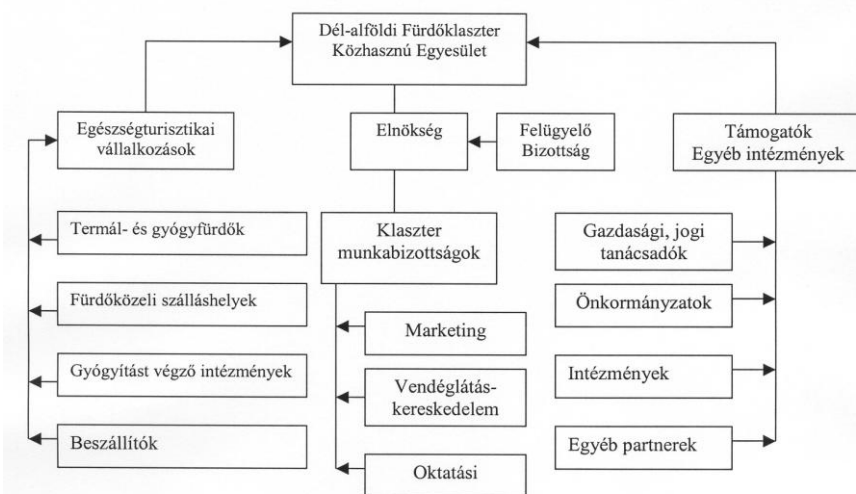
2.2.3. Szervezeti felépítés, napi feladatok, feladatkörök⁸³

A klaszter vezetését a szervezet tagjai irányítják, akik 1-1 fő jelenétében képviseltetik magukat. Ők hozzák meg a fontos döntéseket, ők határoznak a leendő tagok felvételéről. A szervezeti felépítésben látható (16. ábra), hogy a tagok két fő csoportra oszthatók: egészségturizmusban érdekelt vállalkozásokra, illetve támogatókra, egyéb intézményekre. Továbbá a klaszternek marketing, vendéglátás és kereskedelem és oktatási munkabizottságai vannak. A tagok és az elnökség közösen alkotja a klasztert, melyek működését egy felügyelő bizottság ellenőrzi. A működés azonban itt sem megy gördülékenyen.

⁸³ dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 26.

16. ábra: A Dél-alföldi Termálklaszter szervezeti felépítése

Dél-alföldi Termál Klaszter szervezeti felépítése



Forrás: A Dél-alföldi Termálklaszter szervezeti és működési szabályzata, 2005.09.08

2.2.4. Működés és azok nehézségei⁸⁴

Az első és legfontosabb feladata a klaszternek az egyesület működtetése versenysemleges módon. Nagyon fontos az iroda fenntartása, napi működtetése, az aktuális információk biztosítása a tagok és az érdeklődők számára. Elengedhetetlen az egyesület weblapjának a folyamatos fejlesztése és aktualizálása. A tagok számára ajánlatokat készítenek és a pályázatok figyelésével megpróbálnak sikereket véghezvinni. A kapcsolattartás a turisztikai szervezetekkel is a napi feladatok közé tartozik, ilyen szervezetek például az Regionális Marketing Igazgatóság, a Magyar Egészség-turisztikai Marketing Egyesület (MEME), Észak-alföldi Termálklaszter, Magyar Fürdő Szövetség, Vajdasági Egészség-turisztikai Klaszter stb. Egy turisztikai klaszter feladatairól és tevékenységéről már a „*klaszterek létrehozásának indokoltsága c. részben*” szó volt. A Dél-alföldi Termálklaszter tevékenységét is ehhez kapcsolódóan lehet összefoglalni, hiszen itt is feladat az egészség-turizmus ágazat hálózatszerű fejlesztése, piaci pozíciójának erősítése, a partnerek közötti koordináció, együttműködés biztosítása, az egészség-turisztikai kutatások támogatása. A régió egészség-turisztikai arculatát kívánják

⁸⁴ dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 26.

létrehozni, egységes és közös marketingtevékenységgel, hazai és nemzetközi kapcsolatok kialakításával, erősítésével. Természetesen az állami szervekkel, a közhivatalokkal is nélkülözhetetlen a jó szakmai kapcsolat ápolása. Az információáramlás biztosítása és az egészségturisztikai kutatások támogatása is fontos a klaszter számára, amely minden turisztikai klaszter számára nélkülözhetetlen. Mint minden turisztikai szervezetnél, itt is fontos prioritás a humán erőforrás fejlesztése, amelyet közös tanulmányutakkal meg is teszik. A tagokkal közösen projekteket dolgoz ki a klaszter, amely pályázati tevékenységgel is foglalkozik és az aktuális helyzetet, eredményeket, feladatokat folyamatosan értékeli.

A működésnek azonban vannak *nehézségei* is. A mai gazdasági helyzetben nagyon nehéz megfelelő forráshoz jutni. Így van ez a klaszter életében is, ahol szinte lehetetlen pályázati pénzhez jutni. Sajnos csupán az induló klaszterek, vagy TDM szervezetek tudnak megfelelő forrást kapni. Így volt ez a Békés megyei Egészségturisztikai klaszter esetében is, akik közel 50 millió Ft-ot nyertek egészségturisztikai klaszter létrehozására Békés megyében, de a pályázati pénz kezd elfogyni és emiatt a működés is kezd akadózni (a Dél-alföldi Termálklaszter közel 10 éves működése során összesen nyert 50 millió Ft pályázati pénzt). Továbbá a működést nehezítheti a turizmusirányítás⁸⁵ szétesése is, jelenleg nincs turisztikai szakállamtitkárság Magyarországon, de lényeges azt is kiemelni, hogy a Dél-alföldi Regionális Marketing Igazgatóságot (RMI) és az Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóságot egy személy irányítja. De vajon miért és hogyan tudják így ellátni a feladataikat? Úgy gondolom az RMI-k elveszítették korábbi önállóságukat, amely tovább nehezíti a klaszter és más turisztikai szervezetek munkáját. További nehézség, hogy az önkormányzatok nem támogatják a regionális termálklasztert, gyakran ők fizetik a fürdők nevében a tagdíjat, mivel ők üzemeltetik a fürdők jelentős részét. A klaszterek működési folyamatát gátolja a régióban működő kis- és középvállalkozások folyamatos tökehiánya

⁸⁵ *A Dél-alföldi Termálklaszter elnöke, dr. Albel Andor interjújában [2013.02.26.] a következőképpen fogalmazott a hazai turizmusirányítást illetően: „a hazai turizmusirányítás szétesett Magyarországon...”. A TUTSZ így foglalt állást ebben a kérdésben: „azt mondhatjuk, hogy a jelenlegi szervezetrendszer gátja a nemzeti fejlesztési anyagokban kijelölt célok elérésében...” (Turizmus Trend, 2013/3, p26.) Jelenleg a turizmust a Nemzetgazdasági Minisztérium irányítja, amelynek hat államtitkársága van, kivétel a turisztikai államtitkárságot (egyes turisztikai fejlesztésekért a Nemzeti Fejlesztési Minisztérium, más fejlesztésekért a Vidékfejlesztési Minisztérium a felelős). A hazai turizmus egy önálló és egységes irányítást követel, Turisztikai Szakállamtitkárságra van szükség. Számos más országban, ahol ilyen jelentős gazdasági motor a turizmus nem csupán szakállamtitkárság, de turisztikai minisztérium van. Ez nem jelenti a problémák azonnali megszűnését, de a turizmust irányítani kell. (Turizmus Trend, 2013/3 p24-25)*

is, illetve az önkormányzatok adóssága, de legalább ennyire gátló tényező lehet a bizalom hiánya is a potenciális új tagok esetében. Szüksége van a klaszternek az érdemi munkában aktívan részt vevő tagokra és megfelelő együttműködés kialakítására is.

2.2.5. Tagok és együttműködés

A Dél-alföldi Termálklaszter 51 taggal, 25 termálfürdő, 1 megyei kórház, 2 gyógyászati központ, 4 oktatási és közművelődési intézmény és 19 vállalkozás összefogásával alakult meg, amelynek jelenleg – elsősorban az egészségügyben elzárt forrásoknak köszönhetően – 33 tagja van. Ez jelentős csökkenésnek mondható, de a szervezet elnöke szerint még mindig elfogadható ez a szám, és ez egyelőre nem veszélyezteti a működést. A tagok és a szervezet között kiváló együttműködés van, ellentét nincs a tagok között, folyamatosan segítik egymást. Számos ösztönző erő létezik, hogy a tagokat együttműködésre bírják. Ilyenek például a pályázatok, amelyekből jelenleg kevés van, marketingprogramok, közös programok (pl.: klaszter farsang), study tourok szervezése külföldre és belföldre egyaránt a tagok számára, illetve turisztikai képzések szervezése is jó ösztönző erő lehet. A közös beszerzést illetően nagy probléma van. Logikus megoldás lehetne a fürdők esetében közösen szerzik be a működéshez szükséges termékeket. Ez azonban nem működik. Mivel a fürdők 99%-ban önkormányzati tulajdonban vannak, így nem tudják a közös beszerzést véghezvinni, az önkormányzatok között már nem mondható el a megfelelő együttműködés, visszahúzó erők lehetnek ebből a szempontból.⁸⁶

2.2.6. Pályázatok⁸⁷

A klaszter 10 éves működése során 10 pályázatot nyert. Ez évente egy-egy pályázatot jelent, melyeknek az összege 800.000 Ft-tól 18 millió Ft-ig terjed. Jelenleg futó pályázatuk „*családbarát fürdők a Dél-Alföldön címmel*”, amely sikeres pályázatnak mondható, az összege 800.000 Ft. További pályázatok a Nemzeti Civil Alapprogram (NCA) pályázatok voltak, amelyek 400.000 forinttól 1.000.000 forintig terjedő támogatási keretösszeggel jelentek meg. A „*Klasztereknek nyújtott szolgáltatások fejlesztése*” című pályázat

⁸⁶ dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 26.

⁸⁷ dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 26.

keretében 4.000.000 forintot nyert a szervezet, amelyet a Gazdaságfejlesztési Operatív Program keretében írtak ki. A „SPA – HATÁRON ÁT” projektben 12.000.000 Ft támogatáshoz jutott a klaszter, ahol az önrész 650.000 Ft volt. A következő pályázat az „Alföld Spa – összefogás és együttműködés a Klaszterben” című pályázat volt, amely közel 8.000.000 Ft támogatást kapott, az önrész 800.000 Ft volt, tehát 10 %. A 2008-TU-DAL-3-08-04-6 pályázatban a Szlovéniai tanulmányút szerepelt, melynek összege 3.000.000 Ft volt. Számos pályázatra elutasították a klaszter pályázatát, ilyen volt a „Klaszterműködés támogatására” pályázat is, az indok: negatív volt az előző év eredménye. „Hiába fellebbeztünk, és érveltünk azzal, hogy azért volt negatív, mert több mint fél évig nem kaptuk meg a pályázati pénzeket”.⁸⁸ Véleményem szerint ez ismételt a turizmustörvény hiányosságának, illetve a pályázatokra vonatkozó rendeletek állami szintű betartásának az akadályainak köszönhető. Amennyiben törvényben rögzítve lenne, hogy a pályázat pénzt az elbírálás után 30 napon belül ki kell fizetni, így ez a gond nem jöhetett volna létre, tehát még több sikeres pályázat lehetett volna, amit a Dél-Alföld turizmusára fordíthattak volna.

A klaszter működése során számos RIB (Regionális és Idegenforgalmi Bizottság) és RMI (Regionális Marketing Igazgatóság) támogatás érkezett, melyek gyakran „csak” szakmai segítségben nyilvánultak meg, de nagy segítségre voltak a működést illetően. A klaszter az „Alföld Spa” *egészségturisztikai szakkönyv kiadása* - című pályázaton nyert 2 millió Ft-ot, amely a Dél-alföldi Regionális Fejlesztési Tanács által kiírt pályázat volt. Összességében elmondható, hogy a Dél-alföldi Termálklaszter működése a pályázatok nélkül nem lenne megfelelő, amely nélkül nem értek volna el annyi eredményt, amelyet a 10 éves működésük során elértek. A TDM-ek után még egy olyan szervezetet láthatunk, amely állami forrásokra van utalva. A TDM-nél az IFA visszaforgatásra és egy jól kidolgozott tagdíjrendszerre lenne szükség. Véleményem szerint az klaszter esetében is hasonló intézkedések lennének indokoltak. Azok a fürdők, akik tagjai a klaszternek a vendégei után kellene tagdíjat fizetniük, a szállodák, szálláshely szolgáltatók esetében is forgalomtól tenném függővé a tagdíjat. Az egyéb tagok esetében (gazdasági társaságok, oktatási, egészségügyi intézmények) egy fix tagdíj megállapítása lenne az ötletem.

⁸⁸dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 26.

2.2.7. Szakmai feladatok, eredmények⁸⁹

A regionális Termálklaszter számos eredménnyel büszkélkedhet, amelyeket az évek során értek el. Ebben a részben a fontosabb szakmai feladatokat és eredményeket kívánom bemutatni. A közel 10 éves működés során együttműködési megállapodást kötöttek 2006-ban Románia nyugati területeinek fürdőivel, a Román Fürdőszövetséggel. A következő évben az Észak-alföldi Termálklaszterrel, majd ezt követően, 2007 végén, a Magyarokanizsai Egészségturizmus Klaszterrel, ami egy határon átívelő együttműködési megállapodás volt. Ennek a célja aktív együttműködés létrehozása a marketing, a képzések, a tájékoztatás, az innováció és az egészségturizmus fejlesztése területén. A klaszter nagy hangsúlyt fektet a szakmai képzésre, számos ún. „study-tourt” szerveztek a tagok részére, Németországba (2004), Olaszországba (2005), Csehországba (2006), Törökországba (2007), Szlovéniába (2008), Romániába (2010), Ausztriába (2011), ahol a fürdőket, nevezetességeket látogatták meg, és az ottani szakemberekkel tartottak közös előadásokat. Kialakították az „ALFÖLD SPA” márkát, az „Alföld Spa” kifejezés egy minősítő tanúsítvány, mely az Alföldön működő számos termálfürdő tudatosabb, jobb pozicionálása, illetve az alföldi jelleg kiemelése érdekében került kidolgozásra. Később Alföld Spa táblákat is készítettek, melyeket a fürdőkben helyeztek el. Elkészítették a Dél-Alföld Spa Stratégiát is, amely egészségturisztikai célokat és programokat tartalmazza. Hazai és nemzetközi konferenciákon is részt vettek, ahol a Termálklasztert és a dél-alföldi egészségturizmust népszerűsítették:

- „Bursa de Tourism Balnear konferencia”, Félixfürdő (Románia) – egészségturisztikai fórum és kiállítás;
- Oktatás és wellness konferencia, Szarvas;
- Alföld Spa szeminárium Tiszakécskén;
- Spa és wellness kiállítás, Budapest;
- Nemzetközi Balneológiai Konferencia, Orosháza - szerb és román fürdővezetők, a klaszterek elnökei, kutatók, orvosok és tanárok részvételével;
- Turisztikai kiállítás, Belgrád;

⁸⁹dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 26.

- dr. Albel Andor elnök a „Spa Tourism” nemzetközi konferencián Banja Lukában (Lactasi) tartott előadást a „*Turisztikai klaszterek szerepe a fejlesztésekben és a marketingben*” címmel;
- Balneológiai konferencia előkészítése Gyulán;
- Balneológiai Európai konferencia, Párizs;
- több szakmai kiállításon is részt vett a klaszter: Budapest, Kecskemét, Szeged, Berlin, Utrecht városokban, valamint Temesváron és Nagyváradon is.

A Dél-alföldi Termálklaszter több, kisebb szakmai eredménnyel is büszkélkedhet, jelen esetben a fontosabb eredményekre tértem ki.

2.2.8. A TDM-ekkel való együttműködési lehetőségek⁹⁰

Mint ahogy azt már a „*Dél-alföldi TDM-ek helyzete, jellemzői, felépítése, célja, jelentősége*” című fejezetének lezáró részében említettem a klaszternek a régióban működő helyi TDM-ekkel semmilyen közvetlen kapcsolatuk nincs. Ez elsősorban annak köszönhető, hogy a klaszter egy regionális szervezet, a TDM-ek pedig egy konkrét turisztikai desztinációt fognak össze. A TDM-ekkel a fürdőkön keresztül kerülhetnek kapcsolatban, hiszen jó esetben az adott településen működő fürdő a regionális klaszter tagja. Ennek a megoldása egy regionális TDM szervezet létrehozása lenne. Ameddig nem működnek megfelelően a helyi TDM szervezetek, és ameddig nem megoldott a regisztráció a Nemzetgazdasági Minisztérium által, addig nincs megoldás. Felmerült bennem az a kérdés, hogy vajon a regionális Termálklaszter létre tudna-e hozni egy régiós szintű TDM szervezetet? Víg Tamás, a Magyar TMD Szövetség stratégiai igazgatója a következőt mondta interjújában (2013) ezzel kapcsolatban: „*Semmi esetre sem! A klaszter a gyógyturizmussal kapcsolatos szolgáltatókat foglalja magába. Ezzel szemben a TDM minden turisztikai szereplőt bevon a működésbe, egyszerűbb és hatékonyabb.*” Véleményem szerint a TDM és a klaszter közötti együttműködés megteremtése egy kiemelt feladatnak kellene lennie. Ahogy a TDM és a helyi Idegenforgalmi Egyesületek között szoros együttműködés alakult ki, itt is, akár tagsági szinten kellene ezt létrehozni.

⁹⁰ dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 26.

2.2.9. A klaszter jövője

Az egyesület elnöke szerint a klaszteresedésnek van jövője, több klaszter is tönkre mehet a jelentős forráselvonásoknak köszönhetően, de Magyarországnak fel kellene ismernie azt a tényt, hogy a turizmus a gazdaság egyik motorja, ami segíteni kell, és nem kellene forrásokat elvonni.⁹¹

Magyarország turizmusának egyik legdinamikusabban fejlődő ága az egészségturizmus. Viszont a jelentős EU-s forrásokból megvalósuló fürdőfejlesztéseknek köszönhetően sem jutottunk közelebb a nemzetközi élmezőnyhöz. Hosszú távon fenntarthatatlan, átgondolatlan, piackutatásra nem alapuló fejlesztések mentek és mennek végbe hazánkban. Az Új Széchenyi Terv első prioritása a „Gyógyító Magyarország Egészségipari Program” jó utat mutat az egészségturizmus megfelelő fejlődésének. Azonban nagy probléma hazánkban, hogy a forrásokat majdnem minden esetben csupán építkezésekre fordítják, a meglévő hiányosságokat (pl.: humán erőforrás) nem szüntetik meg. Az orvosi turizmus jelentőségének felismerése jó dolog, azonban ez a „fogturizmusnál” véget ér, pedig ennél jóval több lehetőség lenne benne. Az egészségturizmus legfőbb trendjei:

- az egészség szempontjainak felértékelődése,
- intenzív innováció,
- innovatív módon megújított kezelések növekvő száma és jelentősége,
- fogyasztási szokások átalakulása,
- komplex kezelések megjelenése.

A fenti trendekhez kell igazodnunk és az egészségturizmus kiemelt támogatását folytatni kell, de az eddiginél sokkal célzottabban, a nemzetközi divathoz közelítve. További lényeges cél, komplex termékek illetve ún. „márkák” kialakítása. Ameddig a hazai day spa-k és a szállodák wellness részlegei a világcégek termékeit használják, addig a külföldi cégekhez kerülnek a bevételek jelentős részei.⁹² Véleményem szerint a Dél-alföldi Turisztikai Régióban működő klaszternek van jövője, ami megfelelő együttműködéssel és partnerséggel egy pozitív irányú jövő lehet. Ezt a régióban működő TDM szervezetekkel való jó kapcsolat fenntartásával tudják elérni, továbbá ha az „Alföld Spa” márka kialakítását és népszerűsítését tovább folytatják.

⁹¹ dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február 26.

⁹²Turizmus Trend, 2013/3 p3.

3. A Dél-alföldi TDM szervezetek és a Dél-alföldi Termálklaszter SWOT analízise

A Dél-alföldi Régió TDM szervezetek és a regionális szintű Termálklaszter helyzetelemzésének összegzéseként fontosnak tartottam megjeleníteni azokat a külső és belső tényezőket, amelyek a régió turizmusára és az egészségturizmusára hatással vannak. Az elemzés keretein belül bemutatom a régió TDM és klaszter szervezetek jelenlegi állapotának pozitívumait, erősségeit; gyengeségeit és a benne rejlő, de még kihasználatlan lehetőségeket, amelyek a tudatos fejlesztés révén erősségekké válhatnak.

5. táblázat: A Dél-alföldi TDMSz-ek és a Termálklaszter SWOT analízise

Erősségek	Lehetőségek
<ul style="list-style-type: none"> ○ a régió kedvező földrajzi fekvése ○ a régió termálvízkinccse kimagasló („termálvölgyként” is nevezik ezt a tájat) ○ kedvező turisztikai adottságok ○ TDM szervezetek növekvő száma ○ jó pályázati eredmények ○ jó együttműködés a TDM-ek, a tagok között ○ megfelelő önkormányzati támogatás a helyi TDM-eket érintően ○ a Dél-Alföld a hungarikumok hazája ○ megfelelő minőségű és mennyiségű szálláshelyek ○ jó turisztikai szakemberek ○ kedvező ár-érték arány ○ kis távolságok a régióon belül ○ kellemes éghajlat (az országban, ebben a régióban a legtöbb a napsütéses órák száma) ○ természetes gyógytényezőkre alapozott egészségturizmus infrastruktúrájának fejlettsége (országos és nemzetközi jelentőségű fürdők) ○ széles rendezvénykínálat ○ gasztronómiai hagyományok ○ a régióban (és országosan is) jól működő Tourinform hálózat ○ minden korosztály számára elérhető programok, akik igényt tartanak a komplex termékekre ○ kreativitás ○ szakmai kommunikáció a TDM-ek között 	<ul style="list-style-type: none"> ○ egészségturizmus iránti kereslet növekedése ○ növekvő bizalom a TDM-ek és a Termálklaszter iránt ○ területi alapon működő együttműködések és közös marketing erősödése ○ EU-s pályázati lehetőségek ○ TDM/klaszter pályázati kiírások egyre növekvő száma ○ TDM regisztrációban rejlő lehetőségek ○ a turizmusban érdekelt vállalkozások, civil szervezetek felismerik az együttműködés lehetőségét ○ csomagba rendezett komplex turisztikai termékek létrehozása ○ infrastrukturális fejlesztések ○ együttműködés a Termálklaszter és a régióban működő TDMSz-ek között ○ regionális TDM szervezet létrehozása ○ study tourok szervezése, tapasztalatok szerzése ○ együttműködési megállapodások más TDM-ekkel és turisztikai klaszterekkel, turisztikai szervezetekkel ○ interaktív, vendégbarát weboldalak létrehozása (TDM-eknél, klaszternél) ○ turisztikai partnerekkel és más ágazatokkal való együttműködés, partnerségi viszony kialakítása ○ az eddig kevésbé kihasznált turisztikai vonzerők jobb kihasználtsága ○ a SZÉP-kártya rendszer piaci erősödése

<ul style="list-style-type: none"> ○ gyors információáramlás ○ közös „brainstromingok” ○ EU-s források, több lehetőség a pályázásra ○ folyamatos fejlesztések ○ hatékony érdekérvényesítés 	
Gyengeségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ○ infrastrukturális hiányosságok ○ vendégszeretet hiányosságai ○ a szolgáltatók hiányos nyelvtudása ○ a nemzeti turisztikai marketingre fordítható költségvetés korlátozottsága ○ pozitív régiókép hiánya ○ szezonális ○ rövid tartózkodási idő, kevés költés ○ komplex turisztikai termékek hiánya ○ gyenge webes megjelenés ○ hiányzó régiós „arculat” ○ alacsony jövedelmek miatt elvándorolnak a jól képzett szakemberek ○ vendégbarát szemlélet hiánya ○ egyes desztinációk elérhetősége rossz ○ szűkös finanszírozás ○ nyelvismeret hiánya ○ a feketegazdaság magas aránya a régióban ○ elavult közlekedési eszközök ○ a lakosság kedvezőtlenül áll hozzá a külföldi turistákhoz ○ a régióban működő turisztikai kkv-k finanszírozási gondjai (kevés tagdíj) ○ kínálati elemek nem megfelelő pozicionálása, nem hatékony kommunikációja ○ koordináció hiánya az esetleges fejlesztésekben ○ tájékoztatás alacsony színvonala ○ hiányzik egy összehangol szervezeti rendszer ○ EU-s forrásfüggőség ○ a fejlesztések nem mindig összehangoltak és megalapozottak 	<ul style="list-style-type: none"> ○ a pályázati források végesek ○ a tagok érdektelensége ○ a megfelelő színvonalú munkaerő külföldre vagy más régióba való vándorlása ○ a hazai gazdasági további recessziója ○ a TDM-nek és a klasztereknek kedvezőtlen turizmus törvény elfogadása ○ nem írnak ki újabb pályázatokat ○ az ár-érzékenység további növekedése a szállodaipar hanyatlásához vezethet ○ nem együttműködés, hanem rivalizálás alakul ki a turizmusban érdekelt vállalkozások között ○ más régiók jobb együttműködése, jobb marketingje ○ együttműködési hiány a turizmusban érintett szereplők között ○ nem jönnek a várt eredmények (pl.: vendégéjszakák számának a növekedése) rövid időn belül → önkormányzati érdektelenség ○ fenntartható turizmus hiánya ○ turistákkal szembeni ellenérzések a helyi lakosokban ○ a szolgáltatások minősége romlik ○ diszkrecionális jövedelem csökkenése ○ környezetszennyezés, rongálás ○ az épített örökségek fenntarthatósága veszélybe kerülhet ○ együttműködési hiányosságok ○ rossz közbiztonság

Forrás: Az Euro Spa Hungary Kft. által készített (2006) Dél-alföldi Turizmusfejlesztési Stratégia alapján saját szerkesztés (<http://www.kormany.hu/download/4/8e/20000/Del-Alfuld.pdf>, letöltve: 2013.03.14.)

4. Összegzés, következtetések levonása, javaslatok

A turizmus Magyarország gazdaságában jelentős helyet foglal el, mind a GDP, mind pedig a foglalkoztatás tekintetében. A hazai turizmus elősegíti a helyi értékek, hagyományok bemutatását, népszerűsítését, a kulturális és természeti értékek bemutatását és javítja az országról, illetve az adott desztinációról kialakult képet, továbbá segít az elmaradott térségek felzárkóztatásában is. Hazánkban, de mondhatjuk, hogy az egész világon egy fenntartható és versenyképes turizmus megteremtése célként határozható meg. Magyarországon ennek a megteremtésében óriási szerepe van a turisztikai desztinációs menedzsment szervezeteknek és a turisztikai klasztereknek is. A TDM szervezetek megjelenése Magyarországon az Európai Unióhoz való csatlakozásunkhoz kötődik. A Dél-alföldi Régió első TDM szervezete csupán 2010. év elején alakult meg, és azóta mindösszesen négy szervezet jött létre a régióban. Ez a szám nagyon kevésnek mondható, ha megnézzük, hogy az országban összesen 90 db regisztrált TDM szervezet van jelen. A hazai idegenforgalom kezd felértékelődni, amit alátámaszt az a tény, hogy a jelenlegi politikai számost forrást biztosít a szervezeteknek. Szakdolgozatomban öt kutatási kérdést tettem fel, amelyekre az interjúk során szerettem volna megkapni a választ. Az első kérdés a Dél-alföldi Termálklaszter és a régióban működő helyi TDM szervezetek együttműködéséhez kapcsolódik (K1), amit vizsgálva rájöttem, hogy a szervezetek között nincsen megfelelő együttműködés, csupán a fürdőkön keresztül kerülnek egymással kapcsolatban (vagy ott sem), további szakmai kapcsolatot nem ápolnak. Ebben a kérdésben a javaslatom az, hogy a hosszú távú fenntartható és versenyképes turizmus megteremtése érdekében, minél hamarabb szükség van együttműködő partnerségi viszony kialakítására, melynek az első lépése egy regionális szintű TDM szervezet kialakítása lenne a Dél-Alföldön. Ezt a helyi TDM szervezeteknek kell megtenniük az egészségturisztikai klaszter támogatásával. A második kérdésem (K2) az önkormányzatok szemléletére vonatkozott, tehát, hogy felismerték-e a TDM-ek és a klaszter fontosságát. A kérdés vizsgálatakor kettősség alakult ki: a régióban működő önkormányzatok felismerték a TDM-ek fontosságát és szükségességét, melyeket – egyelőre – megfelelően támogatnak, nélkülük nem is tudnának működni. A Dél-alföldi Termálklaszterrel azonban más a helyzet. Az önkormányzatok a működéshez szükséges forrásokat részben sem biztosítják, a tagdíjakból és a pályázati pénzekből tud fennmaradni a klaszter. Az önkormányzatok csupán a fürdők képviselőitében vannak jelen a klaszter életében, mivel jellemzően ők az üzemeltetők. A

javaslatom itt is az együttműködés kialakítása lenne, amely segítené a források egyenlő elosztását. A harmadik kérdés azokra a feladatokra és célokra vonatkozott, amelyeket a szervezetek a pályázati forrásokban vállalnak (K3). Teljes mértékben bebizonyosodott, hogy a pályázati forrásokat megfelelően, a turisták és a helyiek igényeihez mérten használják fel. A klaszter a közel 10 éves működése során kisebb és nagyobb eredményeket is fel tud mutatni, mint például együttműködési megállapodások sora, szakmai képzések study-tour keretében, szakmai konferenciák, előadások, „Alföld Spa” márka kialakítása. A régió helyi TDM szervezetei a rövid fennállásuk óta is büszkélkedhetnek eredményekkel. Városi programokat, túraútvonalakat, rendezvényeket szerveznek, komplex turisztikai termékeket hoznak létre. A javaslatom, hogy a turisztikai fejlesztések minden esetben a vendég és a lakosság igényeihez mért fejlesztések legyenek, továbbá a régió versenyképességének további növelése, az M44-es gyorsforgalmi út mihamarabbi megépítése. A negyedik kutatási kérdésben (K4) bebizonyosodott, hogy a TDM szervezetek és az egészségturisztikai klaszter egy biztos kiindulási alapot jelentenek, hogy a hosszú távú és fenntartható turizmus létrejöhessen a régióban. Ehhez mindenképpen egy szakmai alapú turizmus törvényre van szükség, illetve minden esetben az IFA teljes összegének turizmusba való visszaforgatásába. Az „Alföld Spa” márka népszerűsítése, további külföldi vendégek megnyerése a kiváló ár-érték aránnyal. Az ötödik, egyben utolsó kérdés (K5) arra adott választ, hogy a régió TDM szervezetei és a Dél-alföldi Termálklaszter finanszírozási problémákkal küzdenek. A TDM-nél egyelőre nincs nagy baj, hiszen nemrég nyertek jelentős pályázati forrást és az önkormányzatok is támogatásukban biztosítják a szervezeteket. A klaszter esetében sajnos jelentős pályázati forrás nem volt a közelmúltban, illetve a tagok száma is csökkent az évek során. Amennyiben ez a helyzet nem változik, a működés veszélybe kerülhet. Ha a politika úgy dönt, hogy nincs szükség TDM-ekre, ez a működés végéhez vezetne. A javaslatom az lenne, hogy a TDM-ek és a klaszter a régióban együttműködve, partnerekként hozzanak létre egy közös, regionális TDM rendszert, amivel megteremtődne egy erős szakmai alapokon nyugvó szervezeti rendszer, ami nagymértékben befolyásolhatná a régió turizmusának pozitív irányba történő elmozdulását. Ez a lépés példa lenne más régiók számára is. A Dél-Alföld egészségturizmusa, mint komplex turisztikai termék promotálása bel- és külföldön, még több országos szintű rendezvény szervezése, pályázatok figyelése lehet még kiemelt feladata a régió szervezeteinek. Az interjúalanyok saját tapasztalataikból és meggyőződésükből kiindulva hisznek abban, hogy ezzel az új szervezeti rendszerrel, a

TDM-el, és a már sok mindent átélt klaszterrel együttműködve létrejöhet egy komplex, jól működő turisztikai rendszer hazánkban.

6. táblázat: A kutatási kérdések bizonyítása és/vagy elvetése javaslatokkal szemléltetve

Kutatási kérdések	Igaz	Hamis	Javaslat
Kiváló együttműködésben dolgoznak-e együtt a Dél-alföldi TDM szervezetek és a Dél-alföldi Termálklaszter? (K1)		X	regionális szintű TDM szervezeti rendszer kialakítása együttműködve
Felismerték-e a helyi önkormányzatok a TDM szervezetek és a klaszter fontosságát, és megfelelően támogatják-e őket? (K2)	X	X	a turisztikai szereplőkkel az együttműködés erősítése a régióban
Megfelelő célokra, feladatokra használják-e fel a helyi TDM Szervezetek és a Dél-alföldi Termálklaszter a pályázati forrásokat? (K3)	X		a vendégek és a lakosság igényeihez mért további fejlesztések, a régió versenyképességének további növelése, az M44-es gyorsforgalmi út mihamarabbi megépítése
Biztos alapot jelentenek-e a régióban működő helyi TDM-ek és a Termálklaszter feladatai a versenyképes és fenntartható turizmus megteremtéséhez? (K4)	X		szakmai alapokon nyugvó turizmustörvény létrehozása, IFA visszaforgatása a turizmusba, az „Alföld Spa” márka népszerűsítése, további külföldi vendégek megnyerése a kiváló ár-érték aránnyal
Küzdenek-e finanszírozási problémákkal a régió TDM szervezetei és a klaszter? Amennyiben igen, optimisták-e a jövőt illetően? (K5)	X		regionális szintű TDM szervezeti rendszer létrehozása, a Dél-Alföld egészségturizmusa, mint komplex turisztikai termék promotálása bel- és külföldön egyaránt, még több országos szintű rendezvény szervezése, pályázatok figyelése

Forrás: A Dél-alföldi TDM vezetőkkel (Berta Zsolt, Mihály Mariann, Komoróczy Aliz, Varga Dorottya) és dr. Albel Andorral, a Dél-alföldi Termálklaszter elnökével készített mélyinterjú alapján, 2013. február (saját szerk.)

Véleményem szerint a Dél-alföldi Régióban a TDM szervezetekkel és a Dél-alföldi Termálklaszterrel megteremtődni látszik egy fenntartható és versenyképes turizmus. Ez azonban a jövőben veszélybe kerülhet, ha a két szervezet között nem alakul ki megfelelő együttműködés és partnerségi viszony, illetve ha a turizmus törvény bevezetése a közeljövőben nem történik meg.

Felhasznált irodalom

Könyvek, tanulmányok

1. **Albel Andor – Tokaji Ferenc [2006]: Alföld Spa, Gyógyítás és wellness a Dél-Alföld termálfürdőiben.** Gyula, Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesülete kiadó.
2. **Albel Andor – Tokaji Ferenc [2010]: Turizmus a Dél-Alföldön, a turisztikai régió 12 éve 1998-2010.** Gyula, Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesülete kiadó.
3. **Albel Andor dr.: „Alföld Spa”- stratégiai célok és programok a Dél-Alföldön 2007-2013.** Tanulmány, Gyula, 2006.11.22.
4. **Boros Szilvia, Mondok Anita, Várhelyi Tamás [2012]: Az egészségturizmus szolgáltatásai és menedzsmentje.** Szolnok, Szolnoki Főiskola.
5. **Buzás Norbert – Lengyel Imre (szerk.) [2002]: Ipari parkok fejlődési lehetőségei: regionális gazdaságfejlesztés, innovációs folyamatok és klaszterek.** Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar, JATE Press, Szeged, p125-153.
6. **EuroSpa Hungary Kft.: Dél-alföldi Turizmusfejlesztési Stratégia 2007-2013.** (<http://www.kormany.hu/download/4/8e/20000/Del-Alfuld.pdf>, letöltve: 2013.03.25.) 2006. március.
7. **Fodor Ágnes [2009]: Ökoturisztikai klaszter modell kialakítása a Belső-Somogy ökológiai hálózat területén.** Pécs, PhD értekezés, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktoriskola
8. **Fodor Ágnes: Turisztikai Klaszterek kialakításának alapjai a Tisza mentén,** Turizmus Bulletin XII. évfolyam 2. szám
9. **Gonda Tibor [2012]: A turizmus térségi szerveződésének új formája: turisztikai klaszterek, a Dél-dunántúli turisztikai klaszterek példája alapján.** Pécs, PhD értekezés, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar.
10. **Grosz András [2005]: klaszteresedés és klaszterorientált politika Magyarországon – potenciális autóiipari klaszter az Észak-dunántúli térségben.** Győr-Pécs, PhD értekezés, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Regionális politika és Gazdaságtan Doktori Iskola.

11. **Lengyel Imre [2010]: Regionális gazdaságfejlesztés, versenyképesség, klaszterek és alulról szerveződő stratégiák.** Budapest, Akadémia kiadó.
12. **Lengyel Márton [2004]: A turizmus általános elmélete.** Budapest, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Központ Kft.
13. **Lengyel Márton [2008]: TDM működési kézikönyv.** Budapest, Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, készült az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága megbízásából
14. **Molnár Csilla [2011]: Az egészségturisztikai fejlesztések hatásai, különös tekintettel Kelet-Magyarországra.** Győr, PhD értekezés, Széchenyi István Egyetem.
15. **Nyírádi Ágnes – Semesi Sándor [2007]: Balatoni TDM füzetek, új lehetőségek a turisztikai együttműködésben.** Siófok, Balatoni Integrációs és Fejlesztési Ügynökség Kht. (http://www.tdmszovetseg.eu/szakmai_anyagok, letöltve: 2013.01.10.)
16. **Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [1999]: Boosting Innovation: The cluster approach.** p62-64. (http://www.clusterbg.net/content/library/EN/Boosting_Inovations_Cluster_Approach.pdf, letöltve: 2013.03.29.)
17. **Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia.** Budapest, Aquaprofit Műszaki, Tanácsadási és Befektetési Zrt., 2007.05.30.
18. **Sziva Ivett: a turisztikai desztinációk versenyképessége, „Egyedül miért nem, együtt mikor és meddig?”**, Turizmus Bulletin XIV.évfolyam 3. szám
19. **Tourism Management Institute [2003]: TMI Destination Management Handbook,** English Tourist Board and Tourism Management Institute, London.
20. **Tózsér Anett [2010]: Versenyképes turisztikai desztináció: új turisztikai versenyképességi modell kialakítása.** Miskolc, PhD értekezés, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar „vállalkozáselmélet és gyakorlat” doktori iskolája.
21. **Víg Tamás: A TDM jelene és jövője Magyarországon,** Budapest, Magyar TDM Szövetség, 2012.
22. **Víg Tamás: Fogalomjegyzék a TDM rendszer témakörhöz,** Turizmus Bulletin XIV. évfolyam 1-2 szám, p119.
23. **Víg Tamás: Magyarországi TDM szervezetek megalakulásának és működésének szakmai tapasztalatai.** Ungvár, 2011.02.17. (www.umti.org/magyar/vig.ppt, letöltve: 2012.01.10.)

- 24. Virág Ágnes [2011]: A magyar Turisztikai Desztinációs Menedzsment rendszer bemutatása hévíz példáján keresztül.** Budapest, Eötvös Lóránd Tudományegyetem Természettudományi Kar, Földrajz és Földtudományi Intézet, Társadalom és Gazdaságföldrajzi Tanszék.
- 25. Weisz Ágnes Dr.: A klaszteresedés, mint gazdaságfejlesztő erő, a Pannon Termál Klaszter Zala Megye Gazdasági Fejlődésére, gyakorlati hatásain bemutatva,** Tudomány Napja, Nyíregyháza, 2007. p99, (http://elib.kkf.hu/okt_publ/szf_22_11.pdf, letöltve: 2013.02.18.)

TDM és klaszter előadások, szakmai anyagok, konferenciák

1. **Albel Andor dr.: Alföld Spa és a klaszterek,** Gyula-Magyarkanizsa, 2007.08.23. (<http://www.datekla.eu/download.php?id=8&file=klaszter-szerzodes.ppt>, letöltve: 2012.12.11.)
2. **Antal Judit: Turisztikai célú fejlesztési lehetőségek,** DARFÜ Regionális Fejlesztési Ügynökség Kht., 2008.10.08. (http://itthon.hu/documents/85009/145752/606_AntalJudit_20081008.pdf/0d35c7af-9c8e-416a-b9f1-9e63d8adf8c9, letöltve: 2013.01.27.)
3. **Balogh Károly: Az új magyar Turisztikai (TDM) intézményrendszer,** Magyar TDM Szövetség, Gyenesdiás, 2012.09.17. (http://www.tdmszovetseg.eu/viii_otdm_konferencia, letöltve: 2013.01.17.)
4. **Buzás N. – Lengyel I. (szerk.) 2002: Ipari parkok fejlődési lehetőségei: regionális gazdaságfejlesztés, innovációs folyamatok és klaszterek.** SZTE GTK, JATEPRes, Szeged. 125-153. o.
5. **Dél-alföldi Termálklaszter szervezeti és működési szabályzata,** 2005.09.08.
6. **Fodor Ágnes PhD: Klaszter kezdeményezések és TDM kapcsolata,** Hódmezővásárhely (konferencia előadás), 2011.12.08.
7. **Gecse G. – Nikodémus A. (2003): A hazai klaszterek lehatárolásának problémái – lokációs hányados. In: II. Országos Klaszter Konferencia.** MTESZ Pesti Konferencia Központ 2003. november 19. p7-15.
8. **Gulyás Péter: A TDM rendszer aktualitásai a Dél-Alföldön,** Magyar Turizmus Zrt. Dél-alföldi RMI igazgató, Kecskemét, 2011. 08. 25.

(http://itthon.hu/documents/85009/145752/605_GulyasPeter_Kecskemet_20110825.pdf/b25ec01f-9270-42dc-9e2e-d70d73391ee3, letöltve: 2013.02.16)

9. **Gulyás Péter: A TDM rendszer létrehozásának lépései a Dél-Alföldön**, Magyar Turizmus Zrt. Dél-alföldi RMI igazgató, Hódmezővásárhely, 2011. 04. 08. (http://itthon.hu/documents/85009/145752/604_GulyasPeter_Hodemzovasarhely_20110408.pdf/8602e08c-ecba-4a95-a22c-22cf89e92a1e, letöltve: 2013.04.16.)
10. **Horkay Nándor: Balatoni TDM szakmai továbbképzés és szakirányú konferencia**, VÁTI Területi Tervezési és Értékelési Igazgatóság, Keszthely, 2009.11.05. (http://west-balaton.hu/wp-content/uploads/2012/02/Horkay-TDM_Szervezeti_Rendszer_helyzete_Magyarorszagon.pdf, letöltve: 2013.03.15.)
11. **Horváth Endre Dr.: Hogyan készítsünk TDM stratégiát? VIII. Országos TDM konferencia**, Gyenesdiás, 2012.09.27. (http://www.tdmszovetseg.eu/viii_otdm_konferencia, letöltve: 2013.01.17.)

Egyéb források

1. **Magyar TDM Szövetség: TDM rendszer és Turizmus törvény** OGYSTUB 2012.04.02-i egyeztetés, háttéranyag, Budapest, 2012.03.23. (http://www.tdmszovetseg.eu/szakmai_anyagok, letöltve: 2013.01.11.)
2. **Magyar Turizmus Zrt. 2013-as marketing- és taktikai terve**, 2013. (<http://neta.itthon.hu/szakmai-oldalak/mt-2013-mellekletek>, letöltve: 2013.03.10)
3. **Mányai Roland: Az egészségturizmus helyzete és fejlesztése Magyarországon**, főosztályvezető Önkormányzati Minisztérium, Mórahalom, 2009.06.30. (www.spakonferencia.morahalom.eu/letolt/Morahalom.ppt, letöltve: 2013.02.02.)
4. **Mórahalmi Turisztikai Egyesület Alapszabálya**, Mórahalom, 1996.06.25. (<http://www.homokország.hu/info/hasznos-info/turisztikai-egyesulet.html>, letöltve: 2012.12.19.)
5. **Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005-2013** (<http://www.kormany.hu/download/4/5c/20000/NemzetiTurizmusfejlesztesiStrategia.pdf>, letöltés: 2012.11.20.)
6. **Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia**, Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium, Aquaprofit, 2007.05.30.

7. **Pap Ágnes: A turizmus szerepe és fejlesztési lehetőségei a határmenti területeken,** Innoaxis projekt, Szabadka, 2010.11.16.
8. **Ruszinkó Ádám Dr. (elnök MEME): Egészségturizmus és egészségügyi turizmus – új iparág alakul?,** A magyar egészségturizmus jövője, szezonnyitó egészségturisztikai konferencia, 2009.06.05. (www.meme.hu/memedok/Spa_2009_Ruszinko.pdf, *letöltve: 2012.01.10.*)
9. **Szmolinka Zsuzsa: Turisztikai Desztinációs Menedzsment, mint a regionális operatív programok egyik konstrukciója,** Nemzeti Fejlesztési Ügynökség (www.umvp.eu/files/rop_tdm_szmolinka.ppt, *letöltve: 2013.03.14.*)
10. **Szűcs Irén: Egészségturizmus a Dél-alföldi Régióban,** marketing menedzser, Magyar Turizmus Zrt. Dél-alföldi Regionális Marketing Igazgatóság, 2008. (http://veszpremmegye.hu/letoltesek/turisztika/eloadasok/turisztika2008/05_eloadas_2008.pdf, *letöltve: 2013.02.01*)
11. **Tóthné Hamza Gabriella - Tokai Erika: A Dél - alföldi Termál klaszter bemutatása** ([http://www.datekla.eu/index.php?cid=2021&id=8&page=1&ln=hum, „klaszter_bemutato.doc”](http://www.datekla.eu/index.php?cid=2021&id=8&page=1&ln=hum,„klaszter_bemutato.doc”) letöltése 2012.12.08-án)
12. Turizmus Trend, 2013/3
13. **Új Széchenyi Terv, Gyógyító Magyarország Egészségipari Program** (http://ujszecsenyiterv.gov.hu/download/7/11/00000/001_Egeszsegipar.pdf, *letöltve: 2013.03.14.*)

Internetes források

1. http://hvg.hu/gazdasag/20100929_makoi_furdoberuhazas#, (megjelenés: 2010.09.29., *letöltve: 2013.03.18.*)
2. <http://tourinform.hu/tourinform-irodak>, *letöltve: 2013.03.10.*
3. http://www.nyarilap.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=2821:megnyitott-a-napfenyfurdo-aquapolis-szegeden&catid=86&Itemid=519, (megjelenés: 2010.04.07., *letöltve: 2013.03.18.*)
4. http://www.statistik.at/web_en/statistics/tourism/accommodation/arrivals_overnight_stays/index.html, *letöltve: 2013.03.26.*
5. http://www.tdmszovetseg.eu/tdm_szervezetek (NGM által regisztrált és pályázaton nyertes TDM szervezetek listája, frissítve 2013. február 4, *letöltve: 2013.02.15.*)

6. http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/23_nyertes_tdm_palyazat, (megjelenés: 2013.01.29., letöltve: 2013.03.20.)
7. http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/helyzetkep_a_tdm_rendszer_es_a_turisztikai_szakoktatas_allapotarol?utm_source=newsletter&utm_medium=napi_turizmus_hirlevel&utm_campaign=9476 (megjelenés: 2013.03.25., letöltve: 2013.04.02.)
8. http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/jo_szezont_zart_a_del_alfoldi_turisztikai_regio, megjelenés: 2012.10.11., letöltve: 2013.02.25.
9. <http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/maley>, megjelenés: 2013.02.03., letöltve: 2013.02.03.
10. http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/oroshazara_koltozik_a_tdm_szervezet, (megjelenés:2013.03.14., letöltve: 2013.03.15.)
11. http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/osszefogas_a_gyulai_idegenforgalom_noveleseert, (megjelenés: 2012.02.20., letöltve: 2013.03.18.)
12. http://www.utazunk.com/hir/magyarorszag-termalkincse_62.php, letöltve: 2013.02.19.
13. <http://www.visitgyula.com/szakmai-oldalak/gyulai-turisztikai-desztinacio>
menedzsment-szervezet, letöltve: 2013.02.15.
<http://statinfo.ksh.hu/Stainfo/themeSelector.jsp?page=2&szst=OGA>

Interjúalanyok

1. **Albel Andor dr.** - a Dél-Alföldi Termálklaszter elnöke
2. **Berta Zsolt** - a Móra-Tourist Nonprofit Kft. TDM menedzsere
3. **Komoróczy Aliz** - Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője
4. **Mihály Mariann** - Körös-menti Turisztikai és Kulturális Egyesület TDM vezetője
5. **Varga Dorottya** - a GYÜSZ-TE Gyomaendrőd Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület TDM menedzsere
6. **Víg Tamás** – a Magyar TDM Szövetség stratégiai igazgatója

Ábrák és táblázatok jegyzéke

Ábrák jegyzéke

1. ábra: Az új Széchényi Terv felépítése, a magyar gazdaság kitörési pontjai.....	12
2. ábra: VICE-modell a fenntartható TDM-hez.....	19
3. ábra: A klaszteresedés folyamata	23
4. ábra: A klaszterek általános felépítése.....	25
5. ábra: Magyarország termál- és gyógyfürdői.....	30
6. ábra: A vendégek/vendégéjszakák száma kereskedelmi szálláshelyeken, a Dél-Alföldön (2002-2012)	33
7. ábra: Működő kereskedelmi szálláshelyek a Dél-alföldi Régióban (2004-2012)	34
8. ábra: TDM szervezetek Magyarországon 2012-ben.....	36
9. ábra: Gyula és térsége: vendégek/vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)	39
10. ábra: Gyula és térsége: belföldi/külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)	40
11. ábra: Szarvas és térsége: vendégek/vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)	40
12. ábra: Szarvas és térsége belföldi/külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)	41
13. ábra: Mórahalom és térsége vendégek/vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)	41
14. ábra: Mórahalom és térsége belföldi/külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (2008-2012)	42
15. ábra: A Dél-Alföldi TDM szervezetek és a Dél-alföldi Termálklaszter tagok számának alakulása	44
16. ábra: A Dél-alföldi Termálklaszter szervezeti felépítése	55

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: A klaszter és a különböző szintű TDM szervezetek sajátos feladatai.....	14
2. táblázat: A TDM előnyei	18
3. táblázat: A TDM szervezetek a Dél-alföldi Régióban.....	45
4. táblázat: A Dél-alföldi helyi TDM szervezetek tagdíjai, költségvetés lehetőségei	50
5. táblázat: A Dél-alföldi TDMSz-ek és a Termálklaszter SWOT analízise.....	62
6. táblázat: A kutatási kérdések bizonyítása és/vagy elvetése javaslatokkal szemlélítve..	66
7. táblázat: turisztikai versenyképességet meghatározó tényezők.....	90
8. táblázat: A Dél-alföldi Régió gyógy- és termálfürdői	91
9. táblázat: Hazánk egészségturisztikai adottságai – a természetes gyógytényezők területi megoszlása.....	92

Mellékletek

1. számú melléklet: A Dél-alföldi TDM vezetőkkel készített mélyinterjú [2013. február] vázlata

- *Varga Dorottya*: a GYÜSZ-TE Gyomaendrőd Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület vezetője (okleveles közgazdász, értékesítési és marketing területen szerzett tapasztalat)
- *Berta Zsolt*: a Móra-Tourist Nonprofit Kft. TDM menedzsere (egészségturisztikai diploma, 10 év turizmusban szerzett tapasztalat)
- *Mihály Mariann*: a Körös-menti Turisztikai és Kulturális Egyesület TDM vezetője (idegenforgalmi és szállodaiipari szakközgazdász, 10 év szállodai tapasztalat)
- *Komoróczy Aliz*: a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője (közgazdász végzettség, TDM továbbképzés a BGF-en, szállodai, értékesítési, igazgatói tapasztalat)

1.Mit jelent Önnek a TDM?

Varga Dorottya: credót és missziót, valamint hatékony eszközt a fejlődésre

Berta Zsolt: városi turisztikai szakmai szervezet, összefogja a turizmust, értékesítési, szervezési, tervezési feladatokat hajt végre

Mihály Mariann: turizmusban érdekelt vállalkozók szolgáltatásainak komplex csomagban történő értékesítése. Összefogás, közös kommunikáció.

Komoróczy Aliz: együttműködést, összefogást a város turizmusáért

2.Mik voltak a TDM létrehozásának főbb lépései? Mikor jött létre a szervezet? Ön mióta dolgozik ennél a szervezetenél?

Varga Dorottya: összefogás, tenni akarás Gyomaendrőd turizmusáért, GYÜSZ-TE megalakulása 2012. január 7-én volt. 2012. június 27-én a Nemzetgazdasági Minisztérium által hivatalosan is bejegyzett, regisztrált TDM Szervezet alakult meg Gyomaendrődön (regisztrációs azonosító: TDM-REG/67/2012), a Dél-alföldi Régióban ötödikként. Tagjai vagyunk a Magyar TDM Szövetségnek is.

Berta Zsolt: a Mórahalomi Önkormányzat részéről fogalmazódott meg először, hogy szükség van egy TDM szervezetre a városban. A pályázati felhívást vártuk, amely meg is jelent 2009-ben, a Dél-Alföldön először. Csak Mórahalom adta be a pályázatot, viszont a pályázat nem hozott sikert. 2011-ben írtak ki új pályázatot, amit végül megnyert a város és a Mórahalmi TDM megalakult. A projekt azóta is zajlik.

Mihály Mariann: több éve, évtizede tevékenykedő turisztikai vállalkozók összefogása. 2011. februárban volt az alakuló ülés.

Komoróczy Aliz: a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft-t a Nemzetgazdasági Minisztérium Turisztikai Desztináció Menedzsment (TDM) Szervezetté minősítette, és 2011. április 26-án regisztrálták az ország TDM szervezetei közé. A minősítéshez a társaságnak szigorú szakmai követelményeknek kell eleget tennie, mely első sorban a Kft. és Gyula Város

Önkormányzata, valamint a gyulai turisztikai attrakciókat üzemeltető szervezetek közötti együttműködésen alapszik.

3.A TDM egyesület szervezeti felépítése, feladatkörök. Mik a napi feladatok a TDM szervezetben?

Varga Dorottya: GYÜSZ-TE felépítése: 48 fős Közgyűlés, 14 fős Választmány, 3 fős Felügyelő Bizottság. A választmány összetétele: 1 fő elnök (a közgyűlés választja), 1 fő elnök helyettes (a közgyűlés választja), 11 fő választmányi tag (a közgyűlés választja), 1 fő önkormányzat képviselője a választmány alanyi jogú tagja. Az egyesület elnökének megbízatása 4 évre szól. TDM menedzser, Tourinform irodai munkatárs (front office tevékenységért felelős). Terveink között szerepel egy fő menedzser-asszisztens felvétele. A napi feladatok a pályázat megvalósítása előtti időszakban idomul a Tourinform irodában végzett munkához + kapcsolatfelvétel a potenciális tagokkal, kapcsolattartás a meglévő tagokkal. Idei rendezvénynaptár készítése és rendezvények szervezése, stb.

Berta Zsolt: Ügyvezető – TDM menedzser – Tourinform irodavezető – pénzügyes és munkaügyi munkatárs egy személyben

Napi feladatok:

- információszolgáltatás,
- a fürdő önkormányzati tulajdonban van, ezáltal fürdőmarketing is a TDM feladata,
- kapcsolattartás a turisztikai szervekkel,
- pályázatírás, pályázatfigyelés,
- együttműködés az önkormányzati projektmenedzserekkel,
- szálláshelyek marketingje, ajánlatok készítése, online foglalási rendszer működtetése (folyamatban),
- a weboldal folyamatos frissítése,
- online szálláshely közvetítés (futó projekt),
- ajánlatok készítése, hírlevelek a partnereknek,
- folyamatos együttműködés a partnerekkel, stb.

Mihály Mariann: tagokkal történő kapcsolattartás, szolgáltatásaik hirdetése, heti programok összeállítása és promotálása stb.

Komoróczy Aliz: információszolgáltatás (Tourinform iroda), weblapfejlesztés, aktuális információk elérhetőségének biztosítása, kiadványok terjesztése, kapcsolattartás, pályázatfigyelés, marketingfeladatok ellátása, online foglalási rendszer működtetése, ajánlatok készítése, stb.

Szervezeti felépítés: tulajdonosok vannak (önkormányzat, 6 helyi szálloda, Idegenforgalmi Egyesület), a nonprofit kft-n belül: ügyvezető 1 fő, Tourinform irodavezető 1 fő, projekt asszisztens 1 fő, idegenforgalmi referens 1 fő, on-line marketing referens 1 fő, turisztikai koordinátor 2 fő.

4.Tagok száma, megoszlása a szervezetben?

Varga Dorottya: jelenleg 48 tagunk van, akik közül több mint 60%-a vendégéjszakát generál, azaz szálláshelyek.

Berta Zsolt: nincsenek tagok, tulajdonosok vannak jelenleg (pl.: önkormányzat, Thermálgyűrű Kft, Mórahalom Thermál Panzió, Móra-Invest Kft, Homokhát Nonprofit Kft., Móra-Vital Nonprofit Kft. (fürdőgyógyászat), Turisztikai Egyesület Mórahalom, melynek 63 tagja van, akik közvetetten tagjai a TDM-nek).

Mihály Mariann: 89 tagunk van jelenleg

Komoróczy Aliz: a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. jelenleg 50%-ban önkormányzati tulajdonú cég, a fennmaradó tulajdonrész pedig a szakma képviselői között egyenlő arányban oszlik meg.

Tulajdonosaink:

- Gyula város Önkormányzata,
- Kézipénz Invest Kft. - Aqua Hotel,
- Leel-Össy Kft. - Corso Boutique Hotel,
- Super Invest Kft. - Corvin Hotel,
- Várszálló Kft. - Elizabeth Hotel,
- Erkel Hotel Kft. - Hunguest Hotel Erkel,
- Gyulai Idegenforgalmi Egyesület, melynek jelenleg 130 tagja van, közvetetten tagjai a TDM-nek,
- Gyulai Komló Kft. - Komló Szálloda (2013.02.28. óta).

5.Milyen szakembereket hív segítségül egy TDM menedzser a sikeres működést illetően?

Varga Dorottya: szakavatott, közvetlen a turizmusban dolgozókat. TDM menedzser kollégákat a tapasztalatsere, know how és jó gyakorlatok megismerése érdekében. Ez ösztönzőleg hat a tagsági körünkben.

Berta Zsolt: az érintett tulajdonosok vezetőit, külső szakembereket, a Kiskunsági Nemzeti Parkkal jó az együttműködés, a Gyulai TDM-el napi szintű kapcsolatban vagyunk, a fürdőn keresztül kapcsolatban vagyunk a Dél-alföldi Termálklastterrel, további kapcsolat van az MTZrt-vel, a Magyar Fürdő Szövetséggel, stb.

Mihály Mariann: az elnökséget, pályázatírókat, tagokat

Komoróczy Aliz: tagokat, pályázatírókat, turisztikai szakembereket, más TDM-ek vezetőit

6.Melyek a TDM főbb költségvetési lehetőségei? Mekkora szerepet tölt be az önkormányzat a finanszírozásba?

Varga Dorottya: éves tagdíjak, önkormányzat normatív támogatása (IFA visszaforgatás), reprezentációs ajándékokból. Az önkormányzat anyagi hozzájárulása: évente pénztámogatást biztosít a szervezet részére melynek mértéke, a tárgyévet megelőző év beszedett idegenforgalmi adó állami támogatással megnövelt összegének 20%-a, de legalább 4 millió forint. Az önkormányzat további négy millió Ft összegű támogatást biztosít a Nemzetközi Sajt-és Túrófesztivál, a Május 1 és az Augusztus 20-i Halfőző verseny rendezvények megtartásához.

Berta Zsolt: önkormányzati támogatás a projektzárásig 2013+5 évig, pályázat, marketingtevékenység, programcsomagok értékesítése, rendezvényszervezés, online szálláshely közvetítés, ajándéktárgyak értékesítése, Borház üzemeltetés (bérleti díj bevétel)

Kenyérváró (helyi termékek mintaboltja), tagdíjak még nincsenek, stb.

Mihály Mariann: a dologi kiadásokat az önkormányzat biztosítja (70%), ehhez jönnek még tagdíjak, hirdetési díjak és jegyértékesítésből származó jutalék (30%).

Komoróczy Aliz: önkormányzati finanszírozás (IFA+állami támogatásával növelt összegének 20 %-a, de min. 35 millió Ft., erről társasági szerződés van), a tulajdonosok tagdíjai (teljesítményarányos tagdíj, minden vendégéjszaka után 120 Ft/vendég), de vannak problémák. Idegenforgalmi Egyesület tagjaitól befolyt összeg, üzleti tevékenységből származó bevétel (pl.: programcsomagok értékesítése, online szálláshely közvetítés, stb.)

7.Működik-e az együttműködés és az alulról felfelé való építkezés?

Varga Dorottya: igen, ez csak úgy működhet. A bottom-up módszer által.

Berta Zsolt: nehezen, nagyon nehéz meggyőzni a szolgáltatókat, a tagokat a TDM hasznosságáról

Mihály Mariann: teljes mértékben

Komoróczy Aliz: nehezen, de működik

8.Pályázatok szerepe a TDM szervezetnél? Sikeres pályázatok száma, összege? Milyen sikeres pályázatokat nyertek a közelmúltban? Miket nyerhetnek a közeljövőben?

Varga Dorottya: szervezetünk tanácsadást és pályázatírást is vállal. Releváns sikeres pályázatunk a DAOP-2.1.3-12. kódszámú (megnevezése: Helyi és térségi turisztikai desztinációs menedzsment szervezetek és turisztikai klaszterek létrehozása és fejlesztése); projektünk címe: Gyomaendrőd Helyi Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezet fejlesztése; elnyert támogatás összege: 37.240.120 Ft, ami a Dél-alföldi Régióra jutott támogatási összegek 33%-a.

Berta Zsolt: 2011-ben nyerünk 50 millió Ft-ot az Új Széchenyi Terv keretében kiírt pályázatnak köszönhetően, mely 85%-ban Európai Unió forrásból származik. A maradék 15%-ot a városi önkormányzat biztosította tagi kölcsön formájában.

Mihály Mariann: 1 sikeres pályázat, 33,7 millió Ft

Komoróczy Aliz: 1 sikeres pályázat, 96.724.000 Ft, jelenleg nincs pályázat kiírva

9.Mit gondolnak a Magyar TDM Szövetség munkájáról? Segít e valamiben?

Varga Dorottya: örömdetes, hogy életre hívták a TDM szervezetek ernyőszervezetét, amit a Magyar TDM Szövetség neve fémjelez. Az összefogás kitűnő példája, kiemelendő az érdekvédelem, a lobbitevékenység, ösztönző munka.

Berta Zsolt: nem vagyunk még tagjai a Magyar TDM Szövetségnek, ismerjük a munkájukat, kapunk hírlevelet, de egyelőre ennyi a szakmai kapcsolat köztünk, a jövőben változtatni kívánunk ezen.

Mihály Mariann: naprakész, aktív, rugalmas, gyakorlatias, segítőkész

Komoróczy Aliz: segít! Konferenciákat szerveznek, szakmai vitafórumokat, konzultációkat szerveznek, lobbytevékenységet folytatnak a turizmus törvény bevezetéséhez, bevonják a tagjaikat a működésbe. A szövetség munkájának segítésére nincs sok idő, sok a helyi elfoglaltság, a helyi munka nem mehet a szövetségi munkára

10.Hogy illeszkedik a TDM-ek munkájába a Magyar Turizmus Zrt.? Nyújt-e bármi féle segítséget?

Varga Dorottya: marketingtevékenység és a desztináció piacra vitele vonatkozásban (ide sorolható a study tour-ok szervezése is) van összefüggés. Ösztönző rendszer: pl. a MT Zrt. írja ki a "Az év TDM menedzsere" és a „Az év TDM szervezete” díjat. Koordinációs tekintetben nyújt segítséget.

Berta Zsolt: összhangban vagyunk az éves marketingtervvel, folyamatos kapcsolat az RMI-vel, akciókban veszünk részt, az MTZrt által szervezett study tourokon, rendezvényeken. Jó kapcsolat van köztünk.

Mihály Mariann: Nem feltétlenül

Komoróczy Aliz: az MT Zrt. által működtetett RMI-vel van kapcsolat, amelynek Gyula a székhelye. Részt vettünk tavaly az 1+1-es akciónkban, melynek az volt a lényege, hogy ha külföldön kampányolunk, akkor az RMI hozzátesz ugyanannyi összeget a kampányhoz. 2,5 millió Ft-volt részünkről a kampány. Az RMI-nek a hozzájárulása tehát ugyan ennyi lett volna. A kampány megért 2,5 M Ft-ot...!

11.Melyek a működés nehézségei? Kik/Mik a visszahúzó erők?

Varga Dorottya: a potenciális tagok szkeptikus hozzáállása, mert minden vállalkozó és szolgáltató azonnali sikereket kíván elérni, lehetőleg anyagi hozzájárulás nélkül. Visszahúzó erő lehet a meglévő tagok inaktivitása.

Berta Zsolt: bizonytalan bevételi források, a szolgáltatók, a leendő tagok érdektelensége, az önkormányzat érdektelensége.

Mihály Mariann: jelenleg Szarvason 2 fővel dolgozunk. Ez pillanatnyilag nagyon kevés, hiszen már szezon előtt vagyunk.

Komoróczy Aliz: néhány tag azonnali eredményt vár el a TDM-től, a tagdíjfizetés nehézkes, főleg olyan szolgáltatók esetében, amelyet „fentről” irányítanak, pl.: Hunguest Hotel Erkel.

12.Mik a stratégiaileg fontos dokumentumok? Miért?

Varga Dorottya: Milyen hatókörben érti ezt? Induljunk ki a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiából. Vagy Dél-alföldi Turizmusfejlesztési Stratégia, Integrált Városfejlesztési Stratégiák, városi turisztikai stratégiák, desztináció fejlesztési stratégiák. Utóbbi kötelező megvalósítani nyertes TDM pályázat esetén. Fontos az illeszkedés és a szinergia az egyes stratégiákkal

Berta Zsolt: társasági szerződés, pályázati dokumentáció megvalósíthatósági tanulmánya, desztináció fejlesztési tanulmány 2013-2020 (a készítése folyamatban), vonzerőleltár, stb.

Mihály Mariann: helyi és térségi marketing stratégia = mankó

Komoróczy Aliz: desztináció fejlesztési stratégia (a készítése folyamatban), városi turizmusfejlesztési stratégia, melyek kijelölik a fő irányokat, prioritásokat

13.Milyen ösztönző erők léteznek, hogy a tagokat/leendő tagokat együttműködésre bírják?

Varga Dorottya: jól megfogalmazott cél- és eszközrendszer, amiben elhelyezzük a potenciális tag szerepét és előnyét.

Berta Zsolt: a TDM előnyeinek (illetve a hátrányainak is) a bemutatása, viszont el kell mondani, hogy eredmények nincsenek rögtön, 1-2 év minimum kell, fontos a bizalom.

Mihály Mariann: személyesen érdemes elmondani feladatunk lényegét. Folyamatosan hallatni kell magunkat. Minket már felkeresnek, ha csatlakozni szeretnének.

Komoróczy Aliz: TDM előnyök és hátrányok bemutatása

14.Fontosnak tartanak-e ún. mystery-shoppingokat? Tartottak-e már próbavásárlást a szolgáltatóknál? Ha igen milyen eredménnyel zárult?

Varga Dorottya: fontos lehet, pl. egy közös minőségbiztosítási rendszer vonatkozásában ellenőrizhető, visszacsatolható. Még nem került sor próbavásárlásra. Előbb kidolgozzuk sztenderdjeinket és a fent említett minőségbiztosítási rendszerünket.

Berta Zsolt: fontos lenne, de még nincs ilyen nálunk. A monitoring nagyon lényeges, kérdőívek, elégedettségi felmérés mindenképpen fontos lenne. (dolgozunk ezen).

Mihály Mariann: még nem volt rá alkalom, de fontosnak tartjuk, és a jövőben tervezzük

Komoróczy Aliz: fontos lehet, jelenleg nincs rá kapacitás

15.Mi lesz a Tourinform-irodák sorsa? Az a tapasztalat, hogy pont akkor vannak zárva, amikor az emberek útra kelnek. Például hétvégén.

Varga Dorottya: általában munkaszervezetként működnek tovább, s az eddig az önkormányzati fenntartásból átkerülnek a TDM szervezetkehez. Így van ez Gyomaendrődön is. Hétfégi nyitva tartás kötelező.

Berta Zsolt: a Nemzetgazdasági Minisztériumba benyújtott TDM regisztrációja kapcsán hivatalosan nyilatkozatot tettünk arról, hogy a desztinációban található információs irodák (Tourinform iroda) nyitva tartása a vendégforgalommal szinergiát mutat: egész évben a munkanapokon, a helyszínen biztosítja a turisztikai információkhoz való jutás lehetőségét, e mellett szezonban (legalább a 3 legmagasabb vendégforgalmú hónapban) az információs iroda a munkanapok mellett nyitva tart a szabadnapokon és az ünnepnapokon is.

Mihály Mariann: nem tudom, hogy mi lesz a sorsuk. Mi Szarvason mindkettőt egyszerre üzemeltetjük ketten. Hétfégén pedig kötelezően nyitva kell lennünk.

Komoróczy Aliz: a szezonban hétfégén is nyitva vagyunk, illetve a fontosabb rendezvényeken is képviseljük a várost

16.A turisták/lakosság körében elterjedt-e már a helyi TDM? Tudják-e mit jelent, mire tudják használni?

Varga Dorottya: általában tudnak róla. Helyi sajtóban is jelen vagyunk természetesen.

Berta Zsolt: nem tudják, a szolgáltatók körében körülbelül 50% nem is hallott még a TDM-ről.

Mihály Mariann: ehhez még idő kell. Még nálunk sem tudják sokan, hogy mit is jelent ez a kifejezés. Lehet, hogy még a tagok sem, ezért használjuk inkább a turisztikai egyesület kifejezést

Komoróczy Aliz: idő kell még ehhez, folyamatosan küldjük a hírlevelet, rádióban, TV-ben vagyunk jelen, továbbá kisfilmekkel is reklámozzuk magunkat és a várost

17.Milyen kapcsolat van a Dél-Alföldi TDM-ek között? És a Dél Alföldi Termálklaszterrel?

Varga Dorottya: együttműködési hajlandóság van, ami kétirányú. A helyi TDM szervezetek építik fel a térségit, ezért az összefogás kívánatos. A gyomaendrői Liget Fürdő tagja a GYÜSZ-TE-nek és a Dél-alföldi Termálklaszternek is.

Berta Zsolt: a fürdőn keresztül vagyunk velük kapcsolatban a Termálklaszterrel. A régióban található TDM-ek között egyedül Gyulával van jó kapcsolatunk, ez egy jó működő helyi szintű TDM, napi kapcsolat van köztünk. Egy study tour keretében meglátogattuk a Gyulai TDM-et, akiket hamarosan várunk vissza hozzánk is.

Mihály Mariann: semleges

Komoróczy Aliz: Mórahalommal van jó kapcsolat, study touron is részt vettek már nálunk, mi is megyünk. A többi TDM-el is szakmai kapcsolatot ápolunk. A klaszterrel egyelőre alakulóban van az együttműködés kialakítása, a fürdő a tagja a klaszternek

18.Miben látják az együttműködési lehetőségeket?

Varga Dorottya: csapatban játszani könnyebb. Közös brainstorming, közös megjelenések.

Berta Zsolt: régiós TDM szervezet létrehozása

Mihály Mariann: a jövőben kiderülhet

Komoróczy Aliz: közös megjelenések, közös beszerzések, közös study tourok, stb.

19.Miben lehet versenytársa a TDM szervezetnek a klaszter? Gondolja-e, hogy ezen változtatni lehet, hogyan?

Varga Dorottya: nem a versenyt emelném ki, hanem a párhuzamos intézményrendszerek elkerülését hangsúlyoznám. A legutóbbi TDM pályázatok kiírása meglepte a szakmát azzal, hogy a klaszterek támogatása is megjelent. Ez által pontosan nem kerülhető el a párhuzamosság. Lásd pl. a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiát a párhuzamos működés vonatkozásában (tervezési és turisztikai régiók).

Berta Zsolt: nem gondolnám, együttműködés szükséges, ami a fürdőn keresztül meg is van

Mihály Mariann: nem érzem versenytársnak, mert más a tagság összetétele is.

Komoróczy Aliz: nem versenytárs, munkatárs inkább

20.Van-e tudomása arról, hogy a tagok között mely szervezetek tagjai a klaszternek is?

Varga Dorottya: a fürdő

Berta Zsolt: a fürdő

Mihály Mariann: nincs

Komoróczy Aliz: fürdő

21.Mekkora tagdíjat fizetnek a tagok?

Varga Dorottya: havonta 1.000 Ft/szolgáltató. Ezen az osztrák turizmustörvény mintájára változtatni szeretnék. Pl. aki közvetlenül érdekelt a turizmusban (vendégéjszakát,

vendégforgalmat generál), realizált vendégéjszaka-szám alapján fizessen hozzájárulást. Ez még csak teoretikus.

Berta Zsolt: jelenleg nincs tagdíj, tulajdonosi hozzájárulások vannak

Mihály Mariann: 5000 Ft/év (magánszemély), 15 000 Ft/év (cég)

Komoróczy Aliz: 120Ft/vendégéjszaka/tulajdonos

22.Mit gondol érdemes lenne-e akár tagsági szinten összehangolni a TDM-eket és a klasztert? Hogyan?

Varga Dorottya: az együttműködés szükségszerű, lásd pl. a térségi TDMSz-eket.

Berta Zsolt: az együttműködés szükségszerű, lásd pl. a térségi TDMSz-eket.

Mihály Mariann: nem

Komoróczy Aliz: igen, régiós szintű TDM

23.Hogy lehet elérni, hogy a TDM meghatározó szerepet töltsön be a turizmusfejlesztés területén illetve az adott térségben/régióban? Ez megvalósult-e önöknél?

Varga Dorottya: hathatós munkával és eredményekkel, ami nemcsak egy adott szervezetet motivál, hanem tágabb környezetében is. A számok mindig beszélnek. A mi esetünkben elindult egy közös tevékenység, aminek országos hírű eredménye is van, lásd: nyertes pályázat.

Berta Zsolt: turizmustörvény bevezetése

Mihály Mariann: mi ebben nagyon jó irányban haladunk, hiszen az elnökségben mindenki által elismert és tisztelt személyek vannak.

Komoróczy Aliz: megvalósultnak látszik, hiszen a vendégéjszaka szám nagyban növekedett (bár kapacitásnövelés is történt), évről évre több turista érkezik hozzánk, a tagok száma is évről évre nő. Önkormányzati együttműködés szükséges, amely nélkül bajban lennénk.

24.TDM-ek jelene, jövője Magyarországon? Van e jövő?

Varga Dorottya: mind jelene, mind pedig jövője van. Csak a szakmán és a csapatszellemén múlik, hogyan tovább.

Berta Zsolt: optimista vagyok a jövőt illetően, rajtunk és a szakmán múlik lesz e jövő.

Mihály Mariann: csak jövő van!

Komoróczy Aliz: van jövő! De a finanszírozást hosszú távon biztosítani kell.

25.Elért szakmai eredmények, feladatok, célok?

Varga Dorottya:

- a Nemzetgazdasági Minisztérium regisztrált TDM szervezetté nyilvánította az Egyesületet
- A TDM már saját arculattal és logóval rendelkezik, melyek biztosítják az egységes megjelenési formát
- A jövőbeli tervek között szerepel egy vendégbarát turisztikai weblap elkészítése, online foglalási rendszerrel

- desztináció fejlesztési stratégia elkészítése a jövőben
- vonzerőleltár elkészítése
- A rendezvényszervezésre is gondolnak a szakemberek, hiszen vásároltak egy mobilszínpadot, melyhez komplex fény- és hangtechnika is párosul

Berta Zsolt:

- TDM megismertetése a helyiekkel
- TDM képzés lebonyolítása 2013 februárjában, 80 órás, akkreditált képzés, turisztikai desztináció menedzsment oklevél
- tulajdonosi összetétel és a tagság növelése
- Szerb study tour - 2011. november 21-24
- Study tour Magyar Beutazók Szövetsége részére – 2012. márc. 29-31
- Study tour a magyarországi újságírók részére - 2012 szept. 21-22
- Román study tour az utazási irodák részére - 2012 szept. 28-30
- Marketingfeladatok ellátása (Tematikus kiadványok készítése 40.000 db, irattartó dossziék készítése 1000 db, ajándéktárgyak készítése 1000 db, arculatterv készítése 1 db, hirdetések 20 db, rádiós megjelenések, televíziós megjelenések, információs táblák 3 db, touch infó tornyok 2 db, kiállítások – belföldön és külföldön 30-30 nap)
- komplex turisztikai desztinációs honlap készítés és fenntartása, folyamatos frissítése
- programok és rendezvények szervezése (A Szent Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdő rendezvényeinek szervezése)
- városnéző járat bevezetése (gasztro járat, fröccsjárat)
- programcsomagok értékesítése
- online szálláshely közvetítés
- statisztikák, védjegyek készítése
- vendégelégedettség felmérés
- saját rendezvények szervezése (Nemzeti Vágta Dél-alföldi előfutama – 2012. július 21., Fogathajtó verseny – 2012. aug.23, Speedway Maraton Salakmotor verseny – 2012. okt. 20.)
- fürdőmarketing, városmarketing feladatok
- túraútvonalak létrehozása (Móra-Túra útvonal rehabilitációja)

Mihály Mariann:

- Az egyesület célja Szarvas és a térség már meglévő természeti, illetve kulturális értékeinek még szélesebb körben történő megismertetése, valamint az aktív turizmusban rejlő további lehetőségek kihasználása
- Számos olyan eszközt is beszereznének, melyek a turisták szélesebb körű tájékoztatását, valamint a rendezvények és értékek reklámozását segítik elő: városszéli óriásplakátok, túraútvonalakat jelző táblatérképek, kerékpár-, vízi- és gyalogtúra útvonalakat jelző táblák, QR táblák kihelyezése.
- Tervezik olyan eszközök beszerzését is, melyek a turisták szabadidejének hasznos eltöltését szolgálják majd. A teljesség igénye nélkül: 20 db kerékpár, ezek

biztonságos tárolására 2 db felül és oldalt fedett mobil kerékpártároló 6 db 3 m²-es igényes, zárható faházat is szerepeltetünk a projektben

- Pályázatuk egyik legfontosabb eleme a 14 személyes elektromos busz beszerzése volt. Céljuk, hogy nyári hónapokban menetrendszerűen közlekedjen a legnagyobb szálláshelyek, valamint a holtágakon található nyaralók/apartmanok között. Ezzel szeretnék növelni a látogatottságot a kulturális programokon, a Vizi Színházban, rendezvényeiken, valamint a vendéglátóhelyeken, a városi szolgáltatóknál és az üzletekben.

Komoróczy Aliz:

- vendégéjszakák számának növelése
- csomagol és csobbanj gyulán kampány – minden vendégj mellé ingyen fürdőbelépő (nem főszezonban) 2011. augusztus 22-től október 21-ig, a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. 22 318 darab kedvezményes fürdőbelépőt vásárolt a Gyulai Várfürdőtől, Az akcióban részt vevő szálláshelyeken átlagosan 67 százalékkal nőtt a vendégéjszakák száma a szállásadók előzetes üzleti terveivel összehasonlítva.
- garantált programok minden évszakban minden napra
- a TDM tagok népszerűsítése (katalógusban)
- önálló turisztikai portál létrehozása és működtetése
- gyógyhelyi marketing terv
- tematikus túraútvonalak kidolgozása, az útvonalak kitáblázása, népszerűsítése
- info-pontok kialakítása
- helyi termékek népszerűsítése
- multimédiás prospektus állványok
- a város népszerűsítése kisfilmekkel
- marketing (gyula dossziék, ajándéktárgyak beszerzése, stb.)
- új munkatársak a Tourinform irodában
- TDM menedzser képzése
- román nyelvi képzés
- A TDM tagokkal hírlevelekben, a helyi hírlapban és a turisztikai portálon nyújtunk folyamatos tájékoztatást tevékenységünkről. A Nkft-nél marketing csoport alakult, melyben a TDM tagok által delegált marketingesek együttműködésével, szakmai tanácsaik alapján látjuk el a marketingtevékenysége

2. számú melléklet: A Dél-alföldi Termálklaszter elnökével, dr. Albel Andorral készített mélyinterjú [2013] vázlata

1.Mit jelent Önnek a Klaszter?

Termékalapú egyesület, termálvíz, közös termék: az egészségturizmus.

2.Mik voltak a Klaszter létrehozásának főbb lépései? Mikor jött létre a szervezet?

1998-ban jött létre Fürdőket Fejlesztő Egyesület néven, majd az akkori kormány (Fidesz) elindította termálprogramját, melynek keretében számos fürdőfejlesztés valósult meg, és létrejött az Egyesület. Mivel a Dél-alföldi régió elmaradott térségnek számított jó pályázati forrásokat igényelhetett. 23 alapító taggal indultunk, majd 2010-ig a tagok száma 50 főre emelkedett (pl.: kórházak, egészségcentrumok, wellness centrumok, egyetemek, rendelők, stb.). Ma hanyatlás mondható a tagokat illetően, 33-34 tag van jelen a szervezetben. Ez elsősorban az egészségügy területén kivont forrásoknak köszönhető.

A fürdőfejlesztéseknél sok a vita. Jó dolog, fontos a városoknak, de általában veszteségesek a fürdők, túlfejlesztés van jelen (Szeged, Makó, Kecskemét). A gyógyfürdőkre nagy az igény, de az élményfürdők esetében túl nagy a kínálat. 3-4 generációs fürdőket szeretnének létrehozni, tévesen. A nagymama pihenni szeretne, az unoka pedig játszani. Ez a két dolog nem fér össze. (pl Szegedi gyógy- és élményfürdő esetében a pihenés kizárt)

3.A Klaszter szervezeti felépítése, feladatkörök. Mik a napi feladatok a klaszternél?

Az egyesület működtetése, iroda fenntartás, napi marketing, aktuális információk biztosítása, honlap fenntartás, facebook kampány, pályázatfigyelés, a tagok számára ajánlatok készítése, kapcsolattartás a szakmai szervezetekkel (Észak-alföldi Termálklaszter, RMI-k, Magyar Fürdő Szövetség, MEME, Szerbia, Románia), Alföld Spa brand kialakítása

Az irodában ma 1-2 fő dolgozik, ami régen 4-5 fő volt. Nincs elég forrás.

4.Hogyan válhatunk klaszter taggá? Mi kell ahhoz, hogy egy klasztert hozzunk létre?

Egyesületi tagságon keresztül, be kell adni egy jelentkezési lapot, amit az elnökség előterjeszt a közgyűlés felé, akik elbírálják azt.

5.Tagok száma és megoszlása a szervezetben? Ez hogyan változott az elmúlt években?

51 taggal indult, mára csökkent a számuk, 33 a tagok száma jelenleg.

6.Mennyi a tagsági díj és hogyan fizetik?

A tagdíj összege: 125.000 Ft/év, melyet részletekben is lehet fizetni. (2 részletben)

Nem termelő cégek 50% kedvezményt kaphatnak (az elnökség dönt). Azok a szakemberek, akik nyugdíjba mentek már a tagdíj 1/10-ét fizethetik, és részt vehetnek az egyesület működésében

7.Milyen ösztönző erők léteznek, hogy a tagokat/leendő tagokat együttműködésre bírják?

- Pályázatok – családbarát fürdők a dél-alföldön (nyertes pályázat),
- Marketingprogramok,
- Képzés (10 szemináriumot szerveztek már, jó szakemberek meghívása, brainstorming szervezése),
- Study tourok (2013-ban a 10.-et szervezi meg az egyesület, idén Finnországba mennek a tagok),
- Közös programok (pl.: Klaszter farsang),
- Jó együttműködés van a tagok között, nincs ellentét,
- Közös beszerzés lehetne, de nem működik, a fürdők jelentős része az Önkormányzatok tulajdonában van, és ez visszahúzó erő.

8.Melyek a klaszter főbb költségvetési lehetőségei? Mekkora szerepet töltenek be az önkormányzatok a finanszírozásban?

- Tagdíjak,
- Pályázatok,
- Az önkormányzatok nagyon kevés, szinte minimális támogatást nyújtanak, gyakran ők fizetik a tagdíjat a fürdők nevében, mivel ők a fenntartók.

9.Melyek a működés nehézségei? Kik/mik a visszahúzó erők?

Nagyon nehezen lehet forráshoz jutni, csak az induló klaszterek tudnak jelentős forrásokhoz jutni. (pl.: létrejött a Békés Megyei Egészségturisztikai Klaszter, amely kb. 50M Ft-ot nyert, de mára már akadozik a működése, elköltötték a pályázati pénzt és nincs bevételük, nincsenek tagok (a Dél-alföld Termálklasztert 10 éves működése során nyert összesen 50 M Ft-ot) Ugyan ez a helyzet a TDM-ekkel, ahol is az induló TDM-ek jelentős forráshoz tudnak jutni.

10.Pályázatok szerepe a klaszter életében? Sikeres pályázatok száma, összege? Ha nincs sikeres pályázat, annak mi az oka?

10 sikeres pályázat, 800.000 Ft-tól – 18MFt-ig, összesen 50M Ft összegben, 2002óta

11.Miért jó a klaszter a régióban?

Érdekérvényesítés, együttműködés

12.Ön szerint mit gondolnak a tagok klaszter munkájáról? Miben segít nekik?

Fejlesztések, egyedi dolgok megjelenítése, egymás közötti kapcsolat, marketing

13.Elsősorban marketingfeladatuk van?

Nem.

14.Hogy illeszkedik a Termálklaszter munkájába a Magyar Turizmus Zrt.? Nyújt-e bármi féle segítséget?

Amíg megvolt az önállósága az MTZrt.-nek, addig nagy segítségére volt a klaszternek. Bár most nincs nagy probléma, van együttműködés, kedvezmények, de a lehetőségek beszűkültek.

15.Milyen szakembereket hív segítségül az egyesület elnöke?

Turisztikai szakemberek, egyetemek, minisztérium, fürdővezetők, vállalkozók, stb.

16.Hogyan működik az együttműködés a régióban működő TDM szervezetekkel?

Mivel nincs középszintű TDM, így nincs semmilyen együttműködés, a helyi szintű TDM-ek nem tudják kezelni a regionális klasztert, ehhez középszintű, térségi TDM szervezet kialakítására van szükség.

17.Fontosnak tartanak-e ún. mystery-shoppingokat? Tartottak-e már próbavásárlást a szolgáltatóknál? Ha igen milyen eredménnyel zárult?

Alföld Spa brand minősítés, folyamatos ellenőrzés

18.A turisták/lakosság körében elterjedt-e már a Dél-alföldi Termálklaszter? Tudják-e mit jelent, mire tudják használni?

Aránylag igen, hetente 1-2 civil kerül kapcsolatba a szervezettel, pl a facebookun, illetve sok szakdolgozat születik klaszter témában, ahol kérik a segítséget

19.Hogy lehet elérni, hogy egy turisztikai klaszter meghatározó szerepet töltsön be a turizmusfejlesztés területén, illetve az adott térségben/régióban? Ez megvalósult-e önöknél?

A turizmuspolitikába és a fejlesztéspolitikába legyen érdemi beleszólása a klaszternek, klasztereknek, legyenek tagjai a Regionális Fejlesztési Tanácsnak, Nemzeti Fejlesztési Ügynökségnek, stb. A programok kidolgozásában is vegyenek részt, érdekeiket tudják érvényesíteni, gyakorlati tapasztalatokat tudnak belevinni a programokba, ez fontos.

20.Turisztikai klaszterek (a Dél-alföldi Termálklaszter) jelene, jövője a régióban, illetve Magyarországon? Van-e jövő?

Véleményem szerint a klaszteresedésnek van jövője, néhány klaszter tönkremehet a forráselvonásoknak köszönhetően. Magyarországnak segítenie kellene a klasztereket, hiszen gazdasági hajtóerő lehetne, de hazai szinten az együttműködés nagyon alacsony szinten van, ami a turizmusra is igaz. Pedig ebben az ágazatban ez az egyik alapvető dolog, mind a fejlesztésekben, programok kidolgozásában, stb.

3. számú melléklet: A Magyar TDM Szövetség stratégiai igazgatójával, Víg Tamással készített interjú [2013] vázlata

1.Melyek a működés nehézségei?

Az első és legfontosabb nehézség a fenntarthatóság. Egyes TDM szervezetek érdektelenek a tagságot illetően, jelenleg 45 tagunk van. (A tagdíj mértéke 25.000 Ft-tól 250.000 Ft-ig terjed, melyre egy rendszer működik, a vendégéjszakák száma után számolják ki) Nincs TDM szervezet Budapesten, az elnökségi tagok nagy része vidéken dolgozik, nehéz bármi megbeszéléseket megszervezni

A TDMSZ munkaszervezete kicsi, nincs pénz munkaerő felvételére

2.A regionális TDM szervezeteknél, megoldott-e már a regisztráció?

Nem. A NGM az illetékes ez ügyben. 2010-ben már kidolgozták a regisztráció tervezetét, de egyelőre nincs eredménye. A TDM-eknek nincs jogi szabályozása, ez nagy probléma.

3.Milyen ösztönző erők léteznek, hogy a tagokat együttműködésre bírják?

Szakmai rendezvények, brainstormingok, információ-áramlás, a turisztikai dokumentumokat a TDMSZ véleményezi, javaslatokat tesz, képviseli a tagokat (érdekérvényesítés), tanácsadás, stb.

4.Miben lehet versenytársa a TDM szervezeteknek a klaszter?

Fogalomzavar van Magyarországon, a klaszter és a TDM fogalmát sokan keverik. (vagy nem is ismerik) Az fog jobban működni, amelyik hamarabb létrejött az adott desztinációban. Versenytársai egymásnak, hiszen amelyik szolgáltató tagja már a klaszternek és a TDM szervezet megkeresi, hogy lépjen be a TDM-be nem fog, hiszen elvileg a klaszterrel elégedett. Ki szeretne két helyre tagdíjat fizetni?

TDM= területi alapú, a klaszter tevékenység alapú

Azon a területen van fejlődés, amelyikre vannak pályázatok, rossz régiós pályázatok

5.Hogyan lehet elérni, hogy a TDM meghatározó szerepet töltsön be a turizmusirányítás területén?

Súlyosabb szereplő kell, hogy legyen a TDM, hogy meghatározó szerepet töltsön be a turizmusirányításban. Megfelelő jogi háttér kell a feladatokra, jogosultágra stb. Az IFA visszaforgatást törvényben kellene rögzíteni (Az IFA bevételekből 6,5 mrd jön össze, amit az állam több mint 9 Mrd-re egészít ki, és ennek csak egy része kerül vissza a turizmusba) Külföldön az IFA nincs az önkormányzatok kezében!

6.Az MTZrt és a Magyar TDMSZ közötti kapcsolat?

A TDMSZ 2011 januárjában alakult. Az MTZrt. nem nagyon kedveli a TDMSZ-et, bár a MTZrt finanszírozta azt a konferenciát, ahol kezdeményezték a TDMSZ létrehozását. MTZrt-nél van TDM koordinátor

Nem túl jó a kapcsolat köztük.

Az MTZrt osztja ki pl. az év TDM menedzsere díjat, de a TDMSZ véleményét nem kéri ki.

7.Mit gondol, mi történne akkor, ha az önkormányzatok nem támogatnák tovább a TDM-eket?

Jelenleg az önkormányzatokon múlik a TDM-ek finanszírozása, hiszen az IFA-ról ők gondoskodnak. Ha nem lenne támogatás valószínű a TDM-ek nagy része bedőlné.

A turizmusból származó bevételeket a turizmusba kell visszaforgatni.

Mi lenne, ha az IFA-val a turisztikai szervezetek gazdálkodnának? (Mi lenne a Büki önkormányzattal, aki ha nem lenne turizmus nem tudnának működni-IFA bevétel)

8.Ön szerint megoldható lenne-e, hogy a Dél-alföldi Termálklaszter hozza létre a regionális TDM szervezetet a régióban?

NEM. Semmiféleképpen nem lehetséges. A klaszter az egészségturizmusra fókuszál, a TDM pedig a turizmusra, beleértve minden turisztikai terméket, az egészségturizmust is.

9.TDM-ek jövője?

Megfelelő turizmus törvény szükséges!

4. számú melléklet: turisztikai versenyképességet meghatározó tényezők

7. táblázat: turisztikai versenyképességet meghatározó tényezők

A desztinációt minősítő tényezők	<ul style="list-style-type: none"> ○ AR- érték arány (az utazásé, a szolgáltatásoké, az étkezésé, stb.) ○ elérhetőség, elhelyezkedés ○ imázs ○ településkép ○ klíma, időjárás ○ élmény nyújtása ○ magas színvonalú szolgáltatások, turisztikai termékek
döntő fontosságú tényezők	<ul style="list-style-type: none"> ○ természeti, kulturális vonzerők (pl.: világörökségi helyszínek) ○ infrastruktúra (szabadidős, szórakozási lehetőségek, úthálózat, szálláshelyek, vendéglátóhelyek) ○ turisztikai tevékenységek (szórakozás, sport, vásárlás)
keresleti tényezők	<ul style="list-style-type: none"> ○ motiváció (turista, desztináció) ○ diszkracionális jövedelem ○ szabadidő ○ utazási szokások, tapasztalatok ○ vonzerők
menedzsment-tényezők	<ul style="list-style-type: none"> ○ turizmus marketing (termékfejlesztés, árpolitika, pozicionálás, marketing) ○ HRM ○ a vállalkozások hatékony működése ○ üzleti kapcsolatok ○ minőségmenedzsment ○ befektetés ösztönzés ○ együttműködés ○ forrásgazdálkodás
helyi társadalmi tényezők	<ul style="list-style-type: none"> ○ társadalmi szerkezet, kohézió, felkészültség ○ turizmusbarát lakosság ○ a desztináció és a lakosság kapcsolata
makrokörnyezeti tényezők	<ul style="list-style-type: none"> ○ biztonság ○ turizmusbarát közigazgatás ○ a kormányzat szerepe (finanszírozás, tervezés) ○ politikai-, technológiai-, természeti-, társadalmi-, kulturális környezet

Forrás: Tózsér Anett, Versenyképes turisztikai desztináció, új turisztikai versenyképességi modell kialakítása (PhD munka, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 2010.) (saját szerkesztés)

5. számú melléklet: A Dél-alföldi Régió gyógy- és termálfürdői⁹³

8. táblázat: A Dél-alföldi Régió gyógy- és termálfürdői

A Dél-alföldi Régió gyógy- és termálfürdői
Anna-fürdő, Szeged
Ásotthalom strandfürdő
Battonyai strandfürdő
Békéscsabai Árpád fürdő
Békési Gyógyfürdő
Csongrádi Gyógy-és strandfürdő
Dávod fürdő
Dévaványai strand- és termálfürdő
Erzsébet Gyógyfürdő Mórahalom
Gyógyfürdő és uszoda, Kalocsa
Gyomaendrődi Liget Fürdő
Gyula Várfürdő
Hódmezővásárhelyi gyógyfürdő
Jónathermál Gyógy- és élményfürdő, Kiskunmajsa
Kálmán fürdő, Mezőberény
Kastélypark fürdő, Füzesgyarmat
Kecskemét Ballószög Termálfürdő
Kecskeméti élményfürdő és csúszdapark
Kerekdombi Termálfürdő, Tiszakécske
Kiskőrös város Thermál és Strandfürdő
Kiskunfélegyháza strand és fürdő
Kiskunhalasi gyógyfürdő
Kisteleki Termálfürdő
Kunszentmiklósi strandfürdő
Lakitelek Tősfürdő
Makói Hagymatikum fürdő
Mezőhegyesi fürdő
Mezőkovácsháza parkfürdő
Nagybaracska termálfürdő
Nagyszénási Parkfürdő
Napfényfürdő Aquapolis, Szeged
Orosháza-Gyopárosfürdő
Rózsa Fürdő, Tótkomlós
Szarvasi Gyógyfürdő
Szegedi Partfürdő és kemping
Sziksósfürdő Strand és kemping, Szeged
Termál és Gyógyfürdő Szentés
Tiszaparti gyógy- és Termálfürdő, Tiszakécske

⁹³Szűcs Irén: *Egészségturizmus a Dél-alföldi Régióban, marketing menedzser, Magyar Turizmus Zrt. Dél-alföldi regionális Marketing Igazgatóság, 2008.*
(http://veszpremmegye.hu/letoltesek/turisztika/eloadasok/turisztika2008/05_eloadas_2008.pdf, letöltve: 2013.02.01) további forrás: Albel Andor – Tokaji Ferenc [2006]: *Alföld Spa, Gyógyítás és wellness a Dél-alföld termálfürdőiben. Dél-alföldi Gyógy- és Termálfürdők Közhasznú Egyesülete, Gyula*) p 50-53 (saját szerk.)

6. számú melléklet: **Hazánk egészségturisztikai adottságai – a természetes gyógytényezők területi megoszlása**

9. táblázat: Hazánk egészségturisztikai adottságai – a természetes gyógytényezők területi megoszlása
Egészségturisztikai adottságok – a természetes gyógytényezők területi megoszlása

	gyógyvíz	ásványvíz	gyógybarlang	gyógyiszap	mofetta	gyógyhely
Nyugat-Dunántúl	35	29	0	2	0	4 (1)
Dél-Dunántúl	22	25	1	0	0	1
Közép-Dunántúl	11	32	1	0	0	1
Közép-Magyarország	28	42	1	0	0	0
Észak-Magyarország	17	17	2	0	1	4 (2)
Észak-alföld	47	34	0	2	0	2
<i>Dél-alföld</i>	<i>37</i>	<i>40</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>0</i>	<i>1</i>
összesen	197	219	5	5	1	13

Forrás: www.ogyfi.hu

7. számú melléklet: **A Dél-alföldi Turisztikai Régióban működő TDM szervezetek vonzerőleltára** (Gyula, Gyomaendrőd, Szarvas és térsége, Mórahalom és térsége)

A vonzerőleltár értékelése:

A vonzerő megnevezése	A vonzerő pontértéke
A helyi vonzerő I. potenciálisan attrakcióvá fejleszthetők. Ennek ismérve, hogy a helyiek tudnak róla és felkeresik, de turisztikai forgalma nincsen, vagy jelentéktelen. Az érkező turista, ha tudomást szerez róla, akkor megnézi (kiegészítő program), de nem ezért utazik a településre.	1
A helyi vonzerő II., amelyek kistérségi hatással rendelkeznek. A környékbeliek tudnak róla, vendégeiknek bemutatják, a környéken ismert és látogatott, turisztikai forgalma is van. Önálló keresletet nem gerjeszt.	2
Regionális vonzerő I.: az adott objektumot felkereső látogatók többsége az adott régióból érkezik. Jelentős forgalmat gerjeszt. Régiójában ismert és elismert helynek számít, amit felkeresnek, ám a régió kívüli ismertsége minimális, külső kereslete elhanyagolható	3
Regionális vonzerő II: amelyek esetében az adott objektumot felkereső látogatók többsége ugyan az adott régióból érkezik, ám a vele szomszédos régiók településeiről is toboroz látogatókat. Saját régiójában jól ismert, a régió lakói kötődnek hozzá, büszkék rá, a régió imázs részének tartják, és rendszeresen látogatják. Külső ismertsége túlterjed a régió határain, onnan is nyer látogatókat.	4
Országos vonzerő I.: amelyek esetében az attrakció látogatói az egész ország területéről érkeznek, ám speciális vendégkör szegmenst jelentenek, jelentősebb számban nem generál látogatottságot az országhatáron kívülről és más szegmenseket nem mozdít meg.	5
Országos vonzerő II.: ahol az attrakció látogatói az egész ország területéről érkeznek, de jelentősebb számban nem generál látogatottságot az országhatáron kívülről, szinte minden vendégkör szegmensben utazást gerjeszt.	6
Nemzetközi vonzerő I.: amelyek esetében az adott objektumot felkereső látogatók jelentős része külföldről érkezik, ám alapvetően egy speciális vendégkör szegmens számára vonzó (pl. aktív turizmus).	7
Nemzetközi vonzerő II.: amelyek esetében az adott objektumot felkereső látogatók jelentős része külföldről érkezik, akik igen széles piaci szegmentációt reprezentálnak. Alapvetően a szomszédos országokból és a hagyományos küldő országokból vonz vendégeket, kereslete tömeges, ám új piacokat jelen állapotában nem mozgósít, ugyanakkor erre adottságokkal rendelkezik.	8

Forrás: A Dél-dunántúli Régió turisztikai magterületeinek lehatárolása, Xellum Kft. 2007. május, p11-12. (saját szerk.)

Településnév	A vonzerő megnevezése	Új érték
<i>A Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. vonzerőleltára</i>		
Gyula	Baptista Imaház	2
Gyula	Csoki kóstolás a Kézműves Cukrászdában	2
Gyula	Dürer Terem	2
Gyula	Erkel Ferenc Emlékház	4
Gyula	Evangélikus templom	1
Gyula	Ferences rendi romkert	1
Gyula	Főzdetúra	2
Gyula	Gyulai Pálinka Kóstolóház	3
Gyula	Gyulai tús gát bemutatóhely	4
Gyula	Gyulai Vár	8
Gyula	Gyulai Várfürdő	8
Gyula	Gyulavári Kastély	6
Gyula	Gyulavári református templom	1
Gyula	Húsipari történeti kiállítás	4
Gyula	Kálvária Apsziskápolna	1
Gyula	Kézműves Cukrászda	4
Gyula	Kohán Képtár	2
Gyula	KörösPart Galéria	2
Gyula	Ladies Ház	4
Gyula	Lovaszjárat Póstelekre	2
Gyula	Nádi Boldogasszony Plébániatemplom	1
Gyula	Nagy bambuszkert	2
Gyula	Német nemzetiségi gyűjtemény	2
Gyula	Pusztaparty	1
Gyula	Rádiótörténeti kiállítás	2
Gyula	Református templom	1
Gyula	Schiffert Mihály fafaragó, nép iparművész állandó kiállítása	1
Gyula	Százéves Cukrászda	4
Gyula	Szent Háromság Kápolna	1
Gyula	Szent József templom	1
Gyula	Szent Miklós Katedrális	1
Gyula	Tanyamúzeum	2
Gyula	Városháza díszterme	2
Gyula	Gyulai Pálinkakóstoló	2
Gyula	Kirándulás Aradra és Máriaradnára	2

Gyula	Kisüsti Pálinkafesztivál, Kiállítás és Vásár	7
Gyula	Kalandtúra	2
Gyula	Tavaszi Gyulai Pálinka Kóstoló	2
Gyula	Várfürdő félmaraton és Váltófutás	4
Gyula	Gyulai Virágok Vasárnapja	6
Gyula	Gyulavári Kastélynapok	6
Gyula	Erkel Diákünnepek	6
Gyula	Gyulai Várszínház	8
Gyula	Körös-völgyi Sokadalom	6
Gyula	Shakespeare fesztivál	8
Gyula	Tarhonya és Szárzástészták fesztiválja	6
Gyula	Gyulai Végvári Napok	8
Gyula	Országos Szenior Úszóbajnokság	6
Gyula	Gyulai Várfürdő Kupa	6
Gyula	Gyulai Méz és Mézeskalács Nemzetközi Fesztivál	8
Gyula	Körös	8
Gyula	Borászat	2
Gyula	kolbász	8
Gyula	horgászat	4

Forrás: A Gyulai Turisztikai Kft. adatbázisa alapján, 2013. március (saját szerk.)

Településnév	A vonzerő megnevezése	Új érték
Körös-menti Turisztikai Egyesület vonzerőleltára (Szarvas-Békésszentandrás-Kondoros)		
Szarvas	1849. október 6. Aradi vértanúk emlékmű	1
Szarvas	1948-49-es emlékmű	1
Szarvas	1965-os emlékmű	1
Szarvas	Anna-liget - Körösvölgyi Látogatóközpont	4
Szarvas	Antall József emlékmű	1
Szarvas	Bolza Mauzóleum	2
Szarvas	Bolza-kastély	3
Szarvas	Erzsébet Liget - Ruzicskay Képtár	2
Szarvas	Ezredéves Emlék	3
Szarvas	Gazdász Emlékmű	1
Szarvas	II. Világháborús emlékmű	1
Szarvas	Katalin II. Sétahajó	4
Szarvas	Kossuth-szobor	1
Szarvas	Körös-Maros Nemzeti Park Igazgatóság	6
Szarvas	Manufakturális Szabó- Cipésműhely Múzeuma	1
Szarvas	Mitrovszky-kastély és I. világháborús emlékmű	1
Szarvas	Református templom	1
Szarvas	Sárány Szalmaporta	1
Szarvas	Szárazmalom	2
Szarvas	Szarvasi Arborétum	6
Szarvas	Szarvas-szobor	3
Szarvas	Szlovák Tájház	2
Szarvas	Tessedik Sámuel Múzeum	3
Szarvas	Tessedik Tanya	2
Szarvas	Tessedik-emlékfa	1
Szarvas	Tessedik-szobor	1
Szarvas	Történelmi Emlékút és Országközpont	6
Szarvas	Újratelepítési emlékmű	4
Szarvas	Vízi Színház	6
Szarvas	Wass Albert mellszobor	1
Szarvas	Árpád Szálló	2
Szarvas	Bajcsi-Zsilinszky Endre szülőháza	1

Szarvas	Fő Tér	1
Szarvas	Lengyel-palota	2
Szarvas	Evangelikus Újtemplom	1
Szarvas	Evangelikus Ótemplom	1
Szarvas	Szent Klára Katolikus-templom	1
Szarvas	Anna-ligeti tanösvény	2
Szarvas	Halásztelki tanösvény	2
Szarvas	Tanösvény az Erzsébet-ligetben	2
Szarvas	Szilvanap	6
Szarvas	Nemzetközi Kukoricánap	6
Szarvas	gyógyvíz	4
Szarvas	Körösök	8
Békésszentandrás	András-kereszt Emlékmű	1
Békésszentandrás	Gödény-halom	1
Békésszentandrás	Horthy István Duzzasztómű	1
Békésszentandrás	Horváth-kúria	1
Békésszentandrás	Jubileumi Emlékház	1
Békésszentandrás	Kossuth Emlékpark	2
Békésszentandrás	Körös-völgyi Kerékpárút kapuja	2
Békésszentandrás	Községháza emléktáblái	1
Békésszentandrás	Református templom	1
Békésszentandrás	Szent András-templom	1
Békésszentandrás	Szobrok a könyvtárban	1
Békésszentandrás	Szőnyegszövő	1
Békésszentandrás	Újratelepítési emlékhely	1
Békésszentandrás	Vértessy-szobor	1
Kondoros	1848-as emlékmű	1
Kondoros	Alapkő	1
Kondoros	Evangelikus templom	1
Kondoros	Batthyány-Geist-kastély	1
Kondoros	Fő tér	2
Kondoros	Kondorosi Csárda - Múzeum	6
Kondoros	Kossuth-szobor	1
Kondoros	Magyar-Szlovák Táj- és Alkotóház	1
Kondoros	Millecentenáriumi díszkút	1
Kondoros	Petőfi István Sírköve	1
Kondoros	Szent József-templom	1

Forrás: A Körös-menti Turisztikai Egyesület adatbázisa alapján, 2013. március (saját szerk.)

Településnév	A vonzerő megnevezése	Új érték
<i>Mórahalom és térségének vonzerőleltára</i>		
Mórahalom	Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdő	8
Mórahalom	Mórahalmi Katolikus templom	1
Mórahalom	Homokházi emlékház	2
Mórahalom	Madárkert" Díszmadár és Kisállat gyűjtemény	4
Mórahalom	Brunner-tanya	2
Mórahalom	Kisszéksős-tó	4
Mórahalom	Nagyszéksősi Bivalyrezervátum	4
Ásotthalom	Gátsori ünnepség	4
Ásotthalom	Bedő Albert Középiskola Erdészeti Szakiskola és Kollégium Szakma és Iskola-történeti kiállítása	4
Ásotthalom	Mangalica Gasztronómiai tájház	3
Ásotthalom	Ásotthalmi léprét - csodarét	5
Ásotthalom	Back-kápolna	1
Ásotthalom	a homoki bor	8
Ásotthalom	Kiss Ferenc Emlékerdő	2
Ásotthalom	Római Katolikus Templom	1
Ásotthalom	Ruzsafa	2
Ásotthalom	Átokházi tőzegbánya	2
Röszke	Nemzetközi Töltött Káposzta-főző Verseny és Röszkei Falunapok	7
Röszke	Röszke „füvészkertje”	4
Röszke	Röszkei Paprika Park	4
Röszke	Római Katolikus Templom	1
Röszke	Petőfi Sándor Művelődési Ház és Községi Könyvtár	1
Röszke	az I. világháború hőseinek emlékműve	1
Röszke	Nagy Imre vörös márvány domborműve	1
Röszke	II. világháborús emlékmű	1
Röszke	Szent Antal szobor	1
Domaszék	Viharharangok	2
Domaszék	Zöldfás templom	1
Domaszék	Szent kereszt templom	1
Domaszék	Szent István király emlékmű	1
Domaszék	az 1956-os forradalom és szabadságharc emlékére állított kopjafákat	1

Domaszék	1848-as forradalom és szabadságharc emléket idéző kopjafa.	1
Domaszék	a kisvasúti állomásépületben állandó kiállítás	1
Domaszék	Domaszéki falunap	2
Domaszék	Domaszéki Böllérnapok	2
Bordány	Lapéta tó	1
Bordány	kápolna	1
Bordány	római katolikus templom	1
Bordány	vadászat	4
Bordány	Szent István szobor	1
Bordány	Zászlótartó	1
Bordány	II. világháború emlékmű	1
Bordány	ivókút	1
Bordány	Bordányi Lovasnap	4
Bordány	falunap	2
Forráskút	Forráskúti Folklor fesztivál	5
Forráskút	Szüreti mulatság	4
Forráskút	Falunap	2
Forráskút	lovaglás	4
Forráskút	borászat	6
Forráskút	II.világháborús emlékmű	1
Forráskút	Római katolikus templom	1
Forráskút	Aratóünnep	2
Forráskút	Szüreti mulatság	2
Forráskút	horgászat	4
Öttömös	Gyarmati vadászház	4
Öttömös	Módratanya	4
Öttömös	Spárgafesztivál	5
Öttömös	Katolikus templom	1
Öttömös	vadászat	2
Öttömös	Baromjárás-pusztá	4
Öttömös	Magyar László emléknep	2
Pusztamérges	Szüreti Fesztivál és Kakaspörlölt – Főző Verseny	4
Pusztamérges	borászat	4
Pusztamérges	falunap	2
Pusztamérges	Római Katolikus templom	1
Ruzsa	vadászat	5

Ruzsa	horgászat	4
Ruzsa	lovaglás	3
Ruzsa	Ruzsai Falunak és Halászfőző verseny	4
Ruzsa	Művelődési Ház és Könyvtár	1
Ruzsa	Római Katolikus Plébánia Hivatal	1
Üllés	vadászat	4
Üllés	Alkotóház	2
Üllés	kézművesség	2
Üllés	Fonó néptáncgyűttes	4
Üllés	Helytörténeti ház	4
Üllés	borászat	4
Üllés	lovaglás	2
Üllés	Szent Antal templom	1
Üllés	Millenniumi emlékoszlop	1
Üllés	Erdei iskola	4
Üllés	horgászat	4
Üllés	tanösvény	4
Zákányszék	Díszmadár és kisállatpark	4
Zákányszék	Szentháromság plébánia	1

Forrás: A Móra-touist Nonprofit Kft. Adatbázisa alapján, 2013. március (saját szerk.)

Településnév	A vonzerő megnevezése	Új érték
Gyomaendrőd vonzerőleltára		
Gyomaendrőd	1848-49-es szabadságharc áldozatainak emlékműve	1
Gyomaendrőd	Augusztus 20-i Sokadalom és Nemzetközi Halfőző Verseny	8
Gyomaendrőd	az 1956-os forradalom emlékére készült kopjafa	1
Gyomaendrőd	az országzászló és a világháború áldozatainak emlékműve	1
Gyomaendrőd	Endrődi Katolikus templom	1
Gyomaendrőd	Endrődi Tájház	2
Gyomaendrőd	G'host Bikers Party-Motorostalálkozó és Sörfesztivál	6
Gyomaendrőd	gyógyvíz	6
Gyomaendrőd	Gyomaendrődi Múzeumi Napok	
Gyomaendrőd	Honti műhely Galéria	5

Gyomaendrőd	horgászat	4
Gyomaendrőd	Hősök tere - szoborpark	1
Gyomaendrőd	I. és II. világháborús emlékművek	1
Gyomaendrőd	kézművesség	1
Gyomaendrőd	Kner emlékmű	1
Gyomaendrőd	Kner Nyomdaipari Múzeum	6
Gyomaendrőd	Körös-Maros Nemzeti Park	8
Gyomaendrőd	Körös	8
Gyomaendrőd	kunhalom	2
Gyomaendrőd	lovaglás	4
Gyomaendrőd	Motorkerékpár múzeum	6
Gyomaendrőd	Nemzetközi Sajt és Túrősfesztivál	8
Gyomaendrőd	Nemzetközi Volkswagen Bogár Találkozó	7
Gyomaendrőd	Pünkösdi Rock Fesztivál	4
Gyomaendrőd	Református templom	2
Gyomaendrőd	Soczo Motormúzeum	5
Gyomaendrőd	vadászat	2
Gyomaendrőd	Vidovszky Béla Helytörténeti Gyűjtemény	4
Gyomaendrőd	Viharsarok Kupa Kajak Kenu verseny	4

Forrás: Gyomaendrőd város idegenforgalmi koncepciója alapján saját szerk. (Készítette: Fókusz 2 Gazdaságfejlesztési Központ Kft, Gyomaendrőd Önkormányzata, 2007., www.gyomaendrod.hu/file/170428/VWP6g93DBc2o83fE)