

Borturizmus alapjai

A bor és turizmus kapcsolatában három alapvető momentumot emelnék ki a borral kapcsolatosan

- a bor önmagában, mint gasztronómiai különlegesség, népszerű ital is megállja helyét és vonzerőként szerepelhet
- a bor az adott borvidék, település, régió, sőt sok esetben az ország imázsteremtő forrása, jelképe lehet.
- A bor a turizmusban katalizáló, multiplikátor hatást fejt ki, kiemeli, ismertebbé teszi az adott térség egyéb attrakcióit.

Hálózatos együttműködések a turizmusban

A hálózatos együttműködések kialakításának egyik fontos oka, hogy általánosan sok a turizmusban a kiegészítő attrakció, kevés átütő, nagy, nemzetközi, vagy univerzális vonzerővel számolhatunk. Az összes vonzerő 97-98%-a ilyen kiegészítő, vagy másodrendű vonzerő. Ezekkel egyedileg, hatékonyan fellépni a turizmus világpiacán nem lehet. Egy megoldás lehet célszerűen összekapcsolni ezeket a kisebb erejű desztinációkat, és egy hálózatos együttműködéssel erősíteni turistákat vonzó hatását, piaci hatékonyságukat. A hatékonyságnövelés természetesen a jelentősebb vonzerők esetében is működik, tehát a haszna az ilyen együttműködésnek általánosan nagy. Ami a turizmus hatásainak területi optimalizálását, területi kiegyenlítő hasznát illető az egyik leghatékonyabb beavatkozás lehet. A turisztikai "régiók" sokféle helyi, térségi együttműködést alakítanak ki közös érdekeik védelmében (turisztikai egyesületek, térségi szálloda-, illetve szálláshely szövetségek, falusi turizmussal foglalkozók szervezetei, stb.). Ezek egyféle hálózatos együttműködésnek adják a kereteit, elsődleges céljuk a közös érdekérvényesítés. Hálózatos

együtműködések célja lehet a közös promóció, a közös turistaszerző aktivitás. Egy másik típusa a közösen fejlesztett infrastruktúra (pl. kerékpárút, kisvasút rekonstrukció, stb.) lehet. A földrajzi kiterjedtség, a jelentős beruházási igény teremti meg az együtműködés alapját.

A hálózatos együtműködés elképzelhető klaszter jellegű szerveződésként is, ez különböző típusú szervezetek, vállalkozások együtműködéseként jelentkezik (szállásférőhelyek gazdái, tour operátorok, utazási irodák, programszervezők, tanácsadók, idegenvezetők, kulturális intézmények, oktatási intézmények, állami és önkormányzati szervezetek, stb.) Ez elsősorban térben koncentrált módon jelentkezik. Egy speciális, hatékony együtműködési forma lehet a tematikus út.

A hálózatos együtműködések egy típusa: a tematikus út.

Az alábbiakban esettanulmányokon keresztül mutatjuk be néhány típusát Magyarországon és a világban.

A következőkben néhány definícióját adjuk meg a tematikus útnak

- "A tematikus utak (ösvények) specifikus, feltérképezett utakhoz kialakított ismertetési formák." (Goodey, 1974)
- "A tematikus utak integrált, környezetileg érzékeny, fenntartható és releváns interpretációi egy adott témának, melyet szolgáltatások megfelelő fejlesztésével, illetve marketingtevékenység segítségével kínálnak a látogatói és a helyi igények, valamint a környezeti szempontok figyelembevételével, gazdasági, társadalmi, és kulturális szempontból kedvező hatások mellett." (Silbergh, 1994)
- "A tematikus utak különböző közlekedési formák igénybevételével megközelíthető természeti és mesterséges attrakciókat fűznek fel egy

adott téma köré. Az útvonalak a fenntarthatóság elveinek figyelembevételével mellett egyszerre kínálnak ismeretszerzési és szórakozási, kikapcsolódási lehetőséget.” (Puczkó,2000)

Érdekes az angol elnevezés sokszínűsége is. Többféle elnevezés is használatos, mint a 'trail', 'pathway', 'road', vagy 'route'. Ezek közül a trail-t természeti attrakciókat bemutató útvonal esetén használják (az USA-ban népszerű a pathway is). A másik két elnevezés az örökség témák megnevezésére szolgál. A magyar elnevezések közül az út/útvonal mellett az ösvény elnevezés is használatos (pl. tanösvény, mint speciális, helyi tematikus út).

Természetesen nagyon különböző lehet a léptéke egy-egy tematikus útnak, de ez csak részben függ össze annak hatékonyságával. Persze nemzetközi méretű projektet nem építünk kisebb jelentőségű elemek összekapcsolásával, mert nem tudjuk mögé állítani a szükséges tőkét, és a politikai akaratot. Abban is nagy különbségek lehetnek, hogy mennyire vannak összekapcsolódva ezek az attrakciók. Nagy különbség van abban, hogy homogén környezetbe ágyazódnak az egyes attrakciók, vagy hogy nemkívánatos elemekkel (pl. ellenérzéseket kiváltó műtárgyakkal, szennyező objektumokkal, infrastruktúrával) együtt jelenik meg.

A tematikus út hatékonyságát környezete alapvetően határozza meg. Például egy borút esetén a szőlőművelés kultúrájának színes bemutatása alapvető jelentőségű a borpincék, a borkóstolás és a gasztronómia mellett. A tematikus út lényege, hogy valami téma köré épül ki.

A kérdés az, hogy milyen témák képzelhetők el?

Meglehetősen sokféle tematikus út van, egyesek közülük nagyon kreatívak, illetve különlegesek.

Magyarországon a borutak a legismertebbek (pl. a villány-siklósi borút). Azonban besorolhatjuk őket néhány alapvető csoportba:

- a természeti attrakciókat bemutató útvonalak (vulkántúrák, hegyi trekking, stb.)
- művészeti tematika köré szerveződő utak (pl. Mozart út, festők, zeneszerzők életét bemutató, végigkövető utak)
- zarándokutak - örökség-/történelmi utak (várak, csatamezők, stb.)
- festői utak (látványos térségen áthaladó közutak megálló, fényképező pontokkal)
- speciális érdeklődést megcélzó utak (pl. gasztronómia vagy pipázás, vagy filmforgatás helyszínek, kocsmatúra útvonalak)

Egy harmadik tipizálási mód a felhasznált közlekedési eszközök alapján osztályozza a tematikus utakat.

Természetesen a közlekedési eszközök kombinálhatók egymással, illetve alternatív módon is használhatók.

- az érdeklődés felkeltése
 - ez valaminek a megismertetését tűzi ki célul, olyan desztinációk számára előnyös, melyek önmagukban kevésbé, vagy egyáltalán nem vonzanának látogatókat
- Az észlelt távolság csökkentése
 - a kevésbé ismert, vagy a küldőterületektől távol fekvő desztinációk szempontja lehet

- Az együttműködés javítása – célja lehet, hogy több/sok turisztikai desztináció együtt vonzzon turistákat, hiszen külön-külön erre esélytelenek, illetve, hogy szinergia-hatások lépjenek fel, ezáltal növekedjen a hatékonyság - Oktatás és szórakozás
- az ifjúsági turizmus esetén alapvető, illetve olyan esetben, ha az alapvető tevékenység nem működik (pl. napozás)
- Új piac – a helyi lakosságnak nyújtott információkon keresztül elérhetővé válik a rokon és barátlátogató piac
- Az erőforrás védelme – az útvonal kialakítása során fontos szempont lehet annak védelme is
- Szabad megtekintési lehetőség – a díjfizetés országonként más és más formában valósul meg. Sajnos a Mediterráneumban túlteng és hazánk is effelé tart, míg az északi országok esetében sok szabadon megtekinthető attrakció van. Egyes helyeken úgy köteleznek fizetésre, hogy kötelezővé teszik az idegenvezető, túravezető, esetleg a terepjáró sofőr felfogadását.
- A csomagolás – meglévő, működő attrakciókat csomagolnak új köntösbe, azzal a céllal, hogy új célcsoportok számára adják el azt. Ennek érdekében megváltoztatják bizonyos jellegzetességeit, de elsősorban az imázsát.
- A fejlesztés – új, korábban nem létező turisztikai termékeket hozhatunk létre, sokszor csupán kreativitásunk segítségével. - Költségtakarékosság – relatíve olcsó eszköz ez, hiszen

(a) a közös költség megoszlik a kedvezményezettek között, másrészt

(b) ezek ún. közreműködő nélküli, önvezetéses látogatómenedzsment-technikák közé tartoznak. Így nincs szükség költséges személyzet tartására.

- Az átláthatóság növelése – talán jobb kifejezés az áttekinthetőség erre a szempontra, hiszen a tematikus út által egy korábban ismeretlen (homogénnek tűnő) térség megfoghatóvá válik, kiemelésre jutnak a látogatni érdemes attrakciók. Így az utazók bátrabban és határozottabban vágnak neki felderítésének, hiszen helyismeret, megfelelő szakmai ismeretek hiányában az optimális útvonal kijelölését nem tudják elvégezni. Így könnyen érdektelenségbe fulladhat a bejárás.

- A trendeknek való megfelelés – jelenleg divatos eszköz, mely sokféle támogatást kaphat támogatási rendszerekből.

Melyek a tematikus utakkal kapcsolatos legfőbb problémák?

Probléma lehet a pénzügyi megalapozás, a működés finanszírozása, a menedzsment, a hatékonyság, a környezeti károk, az attrakciósűrűség, az út viszonya az attrakciókhoz, vagy az attrakciók egy részéhez.

- Az általános és nemzetközi tapasztalat az, hogy túlnyomóan a köz- illetve állami szférából származnak a tematikus utakat létrehozó források. A magánszféra hozzájárulása rendszerint csekély, nem meghatározó, pl. promóciós eszköz formájában jelentkezik, ahol a magánérdekeltség megfogható.

- A működési költségeket nehéz a közszférából megszerezni, a magánérdekeltség kimutatása pedig problematikus. Ebből fakadóan sok tematikus út gyorsan megszűnik. Megoldást tagdíj, közös költségtérítéses szolgáltatás működtetése, folyamatos pályázati aktivitás, főként pedig a közszféra (önkormányzatok) bevonása jelenthet.

- A menedzsment biztosítása (pár fő munkája) alapvető fontosságú a hosszú távú működés szempontjából. Két fontos kérdés: megfelelő képességek, kompetenciák szükségesek, valamint meg kell oldani a hosszú távú, folyamatos finanszírozást.

- Kérdés a szervezeti forma, ami lehet hivatalos, illetve non-profit szervezet által működtetett. Ez első esetben a finanszírozás jobban biztosítható, a másik esetben előny a függetlenség, és a szabadabb mozgástér.

- Foglalkozni kell a fenntartható fejlődés szempontjaival. Az optimálist meghaladó látogatószám és a nem megfelelő bejárhatóság az attrakciók hosszabb távú megmaradását veszélyezteti. Rossz esetben megszűnik az attrakciók, a tematikus út vonzereje.

- Kérdéses, hogy a tematikus út hatékonysága milyen attrakciósűrűség felett biztosítható? Kérdéses, hogy melyek a tematikus út döntő elemei.

Még néhány komoly gondolat a borturizmusról

A turizmus középpontjában mindig az élmény, a turisztikai termék áll. A termék alapja a vonzerő, ami lehet természetes, vagy ember alkotta. A borturizmus esetében a vonzerő természetesen a bor és a borral kapcsolatos eszközök, termőhelyek, stb. A turisztikai termék sajátosságai a borturizmusról is érvényesek:

-megfoghatatlan, vagyis az utazás után többnyire csak az emlékek maradnak, bár nem szabad elfeledkeznünk arról sem, hogy a vendég a bort meg is vásárolhatja, magával viheti, hogy a későbbiekben felidézze a látogatás élményét/hangulatát.

-egyidejűség, a szolgáltatás előállítása és fogyasztása egy időben zajlik, az előállításban sokszor maga a turista is részt vehet,

-a minőség ellenőrzése nehéz, nagyon szubjektív,

-a szolgáltatás nem raktározható, a látogató nélkül eltelt napokat nem lehet pótolni,

-erős verseny, sokan versengenek a turisták pénzéért

A borturizmust az egyéb minőségi turisztikai termékek közé sorolják. A turizmus azon speciális ága, mely nem tömegigényeket elégít ki, hanem az egyedi élményekre vágyó turisták, a bortermelők és az idegenforgalmi vállalkozások igényeit egyszerre szolgálja. A borturizmus esetében az élmény alapját a bor, és a hozzá kapcsolódó szolgáltatások, mint a borút, borkóstoló képezik. A borvidékeken tett bortúrák során a vendégek különböző alap- (pl. pincelátogatással egybekötött borkóstolás, szüreti multság, borfesztiválok, bormúzeumok látogatása stb.) és kiegészítő (városnézés, helyi népszokások illetve népviselet bemutatása, kirándulás, túrázás) programokon vesznek részt. E programok általában az eltérő ismeretekkel rendelkező, borhoz kevésbé értő, viszont iránta illetve a borkészítés iránt érdeklődő emberekhez szólnak. Azonban a szakmai borutak is fontos és jelentős szerepet játszanak a borturizmusban. Ezek alkalmával komoly szakmai témákat is fel lehet vetni (pl. boranalízis, különböző szőlőművelési módok, stb.)

A túrák lehetnek egyéni, illetve szervezettek, hosszúságukat tekintve néhány naposak, egy hétvégére szólóak, vagy akár egy hetesek is. Egy borvidéken a borút kiépítésének egyik fontos alappillére az infrastruktúra megléte. Hiányában sajnos a vendégvárás, vendéglátás és szolgáltatás kivitelezhetetlen. Színvonalas éttermek, szálláshelyek, borozók, borkóstoló helyiségek, pincék, megfelelő módon kialakított parkolók,

pihenők és járható kiránduló utak, valamint szőlő-bor szakmában jártas idegenvezető nélkül a borút rendszer működésképtelen. Lényeges a pincék megfelelő állapota, a borturizmus helyszíneinek minősítése, biztonság, az utak megléte, járhatósága.

Természetesen alapvető követelmény a jó minőségű, a nemzetközi elvárásoknak megfelelő bor megléte is, mivel a vállalkozóknak a legfőbb célként lebeg a szemük előtt a boruk eladása. Fontos, hogy a borút állomásain minden a borturizmust, és annak hangulatát segítse. Szükséges követelmény, hogy a prospektusok, irányítótáblák, dekorációk, az épületek beltereinek és kültereinek kialakítása a szőlővel, borral, annak jelenével, múltjával, hagyományaival, kulturális és érzékletes értékeivel foglalkozzanak. Mivel a bortúra során hazánk kulturális örökségét, borainkat és vendégszeretetünket mutatják be, ezért nem szabad eltérniük a valóságtól és a minőségtől. Különleges vonzóerőnek számíthat a borvidék számára a különböző rendezvények szervezése. Ide tartoznak a kiállítások, bemutatók, borfesztiválok, városi-falusi fesztiválok, vásárok és egyéb rendezvények. Mindegyik olyan kuriózum, amelyek felkeltik az érdeklődést, és kellemes élményt okozhatnak. Biztosítani kell továbbá azt is, hogy az ide látogatók számára a vásárlási lehetőséget is megteremtsék.

A borvidéken termelt borok közül megfelelő minőséget megfelelő áron tudjanak vásárolni, és haza tudjanak vinni emlékebe egy-egy, a vidék borkultúrájához kapcsolódó ajándékot, mint például képeslapot, könyvet, bögrét. A borvásárlás az élménytől függően további értékesítési csatornák létrejöttéhez is vezethet, emellett jó reklámot nyújt a vidék, és a vállalkozások borai számára, és fokozza a keresletet bel- és külföldön egyaránt.

A borturizmus mind a gazdaságra, mind az infrastruktúrára ill. foglalkoztatásra gyakorolt hatása jelentős. A turizmus fellendítése bevételt

jelent a vállalkozóknak, akik ezt a pénzt visszaforgatva fejleszthetik vállalkozásukat. A turizmus sikere ráébreszti a lakosságot arra, hogy érdemes a turizmusba investálni.

A borturizmus a következő változásokat hozza magával:

növeli a szálláshelyek számát

bővíti a vendéglátóhelyek kapacitását

serkenti a közlekedést

fejleszti az infrastruktúrát

figyelmet fordít a környezetvédelemre

Nagyon fontos még a vendégszeretet. A turisták tapasztalni szeretnék a családi, vidéki törődést. A vendégeket be lehet vonni a vidéki életbe, a szüretben vagy kézműves tevékenységekben való aktív részvétellel.

Külföldön ez a turisztikai forma már nagyon régen ismert és kedvelt kikapcsolódási forma. Ezeknek a tapasztalatoknak hazai adaptálása egészen bizonyosan hozzájárul ahhoz, hogy a magyar borturizmus lendületet vegyen, és az olasz, francia, osztrák, és egyéb országokhoz hasonlóan határozott helyet foglaljon el a turisztikai kínálatok sorában. (Pócze Eszter főiskolai hallgató írása, valamint, Dr. Gaál Béla - Párdányi Miklós: Bormarketing című könyvének felhasználásával)