

Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari
és Idegenforgalmi Kar

A Hírös város felvirágoztatása - Kecskemét turizmusfejlesztése a fenntarthatóság jegyében

Konzulens:

Dr. Egedy Tamás

egyetemi docens

PhD

Készítette:

Kovács Barbara

Turizmus-vendéglátás

Turizmusfejlesztés és térségmenedzsment

Nappali tagozat

2020

**Budapesti Gazdasági Egyetem
 Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar**

**Eredetiségi nyilatkozat a
 szakdolgozatról/projektműkáról**

Hallgató adatai	
Név, Neptun-kód	KOVÁCS BARBARA E 3 O X C L
Elérhetőség	Telefonszám: 06306484532
	E-mail cím: barbara.97.kovacs@gmail.com
Levelezési cím (ir. sz., város) (utca, házszám stb.)	6 0 0 0 KECSKEMÉT
	ZSINÓR UTCA 16.
Kar (rövidítve), tagozat, szak	K V I K TURIZMUS-VENDÉGLÁTÁS, NAPPALI

Szakdolgozat/projektmű munka adatai	
Szakdolgozat/projektmű munka címe	A HÍRŐS VÁROS FELVIRÁGOZTATÁSA – KECSKEMÉT TURIZMUSFEJLESZTÉSE A FENNTARTHATÓSÁG JEGYÉBEN
Témavezető	DR. EGEDY TAMÁS

Alulírott KOVÁCS BARBARA nyilatkozom, hogy a csatoltan bírálatra és védelemre beadott szakdolgozat/projektmű munka teljes egészében a saját munkám. A felhasznált forrásokat az irodalomjegyzékben feltüntettem, a rájuk vonatkozó, szabályszerű hivatkozásokat a szövegben megtettem. A szakdolgozat/projektmű munka más szakon vagy intézményben sem a saját nevemben, sem máséban nem került beadásra. Tudatában vagyok annak, hogy plágium (más munkájának sajátomként történő feltüntetése) esetén a szakdolgozat/projektmű munka érvénytelen, ezért elutasításra kerül.

Kovács Barbara
 (alíírás)

Tartalom

1	BEVEZETÉS.....	5
2	SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	7
2.1	TEHERBÍRÓKÉPESSÉG MEGHATÁROZÁSA A TURIZMUSBAN	7
2.2	A TEHERBÍRÓKÉPESSÉG MÉRÉSE.....	9
2.3	KRITÉRIUMOK AZ OPTIMÁLIS KAPACITÁS MEGHATÁROZÁSÁRA.....	15
2.4	FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS DEFINIÁLÁSA.....	16
2.5	FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS ALAPKRITÉRIUMAI.....	17
2.6	FENNTARTHATÓ VÁROSFEJLESZTÉS.....	19
3	ALKALMAZOTT KUTATÁSI MÓDSZEREK.....	23
4	KUTATÁS	26
4.1	KECSKEMÉT VÁROS FELTÉRKÉPEZÉSE	26
4.2	TURISTÁK ATTITÚDJE	34
4.3	SZÁLLÁSLEHETŐSÉGEK ÉS VENDÉGLÁTÓ EGYSÉGEK	38
5	KUTATÁSI EREDMÉNYEK.....	39
6	A GOLFPÁLYA, MINT TURISZTIKAI TERMÉK BEMUTATÁSA.....	40
6.1	SWOT ANALÍZIS.....	45
7	ÖSSZEFOGLALÁS.....	46
8	FELHASZNÁLT IRODALOM.....	48
9	ÁBRAJEGYZÉK	51

1 Bevezetés

A szakdolgozatom elsődleges célja, hogy támogassam szülővárosom Kecskemét turisztikai fejlesztését és fellendítését, illetve annak versenyképessé tételét. Itt nőtem fel, tehát szívemen viselem a város sorsát. Az utóbbi pár évben már tudatosabban kezdtem el figyelni a városvezetés által hozott intézkedéseket, a különböző fejlesztéseket, a szolgáltatások mennyiségét, illetve azok minőségét, valamint azt, hogy milyen potenciálokot rejt a turizmus számára a város. Kecskemét turizmus teljesítményét tekintve nem tartozik az élvonalba, illetve nem sorolható a közkedvelt úticélok közé. Ezt bizonyítja A magyar Athén és a kálvinista Róma – kulturális üzenetek megjelenése magyar városok észlelt imázsában című kutatás is. (Rácz T. 2012) A kutatás magyarországi városok imázsát és identitás üzenetét vizsgálja, többek között Debrecenét, Szegedét, Budapestét és Kecskemétét is olyan formában, hogy különböző meghatározásokat ad meg, például „a borok városa” vagy „élettel teli diákváros”. Ez a kutatás azt hivatott szemléltetni, hogy az emberek a különböző tulajdonságokat mely városhoz tudják csatolni. Az eredményből kiderül, hogy Kecskemét imázsában tűnik a leghaloványabbnak, egyetlen szlogenről sem érezte a válaszadók legalább a negyede, hogy az Kecskemétre passzolna. Ez által a kutatás által vált számomra egyértelművé, hogy Kecskemétre valami olyan dolgot kell alkotni, olyan turisztikai terméket kell fejleszteni, amely egy egyedi imázst ajándékoz a városnak. A város számára azonban a megfelelő és jövedelmező turisztikai termék fejlesztése nem egyszerű folyamat. Mindenképpen szerettem volna a fenntartható megoldások irányába elindulni, hiszen napjainkban egyre nagyobb jelentőséggel bír a fenntartható fejlődés és fejlesztés témaköre. A dolgozatom első felében főként a fenntarthatóság, illetve a teherbíró képesség fogalmi háttérével fogok foglalkozni, valamint szó lesz a fenntartható városfejlesztés alapkritériumairól is. Ezek a fogalmi tisztázások és metódusok fogják megalapozni a szakdolgozatom második felét képező kutatásomat, melyben Kecskemét gazdasági, társadalmi, kulturális helyzetét, valamint környezeti állapotát fogom megvizsgálni. Ez által egy átfogó képet kapok Kecskemétről, illetve megbizonyosodom arról, hogy az általam kigondolt és megfelelőnek tartott turisztikai termék valóban megállja-e a helyét a városban.

Kutatásom célja

Kutatásomban arra keresem a választ, hogy mi lenne az a turisztikai termék, amely ideális, megvalósítható és jövedelmező lenne Kecskemét város számára. A konkrét termék meghatározása után igyekszem érvekkel is alátámasztani és a realitás talaján maradván vizsgálni annak várható eredményeit és hatásait természetesen a fenntarthatóság alappilléreit figyelembe véve.

A kutatásom során feltérképezem Kecskemét város geográfiai, társadalmi, gazdasági és turisztikai adottságait, hiszen ezen adatok és paraméterek felmérésével tudok a város számára egy lehetséges fejlődési irányt és konkrét turisztikai termék fejlesztését javasolni.

Kutatásomhoz szakemberekkel készítettem interjúkat, amely során meglepően különböző véleményeket hallottam és ez még jobban beindította a fantáziámat és megadta a vezérfonalat.

A két eltérő szemlélet:

- Kecskemétnek nem a turizmus a fő mozgatórugója, más területek előnyt élveznek
- Kecskeméten többet kell foglalkozni a turizmussal és előtérbe kell helyezni azt

Szemléletném is a két abszolút ellentétes gondolkodásmódot:

Mindent összegezve nem igazán voltak az elmúlt években említésre méltó, az idegenforgalom fejlesztését szolgáló törekvések a városban, hiszen nem erre az ágazatra és nem erre a területre helyeztük a hangsúlyt. Az elsőszámú fejlesztési pont a város élhetővé tétele, egy okos vagy zöld város létrehozása, a leszakadó rétegek segítése és felzárkóztatása, az idősgondozás és az aktív időskor feltételeinek megteremtése, illetve a jövő generációja, a fiatalok számára a megfelelő oktatás biztosítása. (Interjúalany 1.)

Az idegenforgalmi fejlesztések igencsak el vannak maradva, illetve idén váltak aktuálissá a vírushelyzet által. Tulajdonképpen azért nem volt eddig semmi ilyesfajta aktivitás Kecskeméten, mert a szállodák arra épültek, hogy kiszolgálják a Mercedes gyár és a környező ipartelek dolgozóit. Viszont ez a vírushelyzet miatt megszűnt, kiesett, nincs vendég. A belföldi turizmus, ami ez által a helyzet által fellendült, abból Kecskemét nem tudta kivenni a részét, mert nem igyekezett senki új célcsoportokat megcélolni, Kecskemét imázsát feljavítani és ösztönözni a turistákat, hogy látogassanak a városba. Problémát jelent ugyancsak, hogy a különböző városfejlesztési koncepciók és tervek ugyan megszületnek, létrejönnek, de nem valósulnak meg, mert nincsenek kidolgozva és végrehajtva. Nincs, aki magára vállalja ezeket a

feladatokat. Kecskemét jelen pillanatban városmarketing tevékenységet sem végez. Szükséges lenne pedig új marketingeszközöket generálni, új célcsoportokat megcélozni, ösztönözni az embereket arra, hogy Kecskemétet válasszák. Új célcsoportokat pedig csak úgy tudunk elérni, ha elindulunk a tematikus programok és események létrehozása felé. Idegenforgalmi árualapot, terméket kell, hogy létrehozzunk, a terméket motiváló erővé kell alakítanunk. Tömegturizmust azonban semmiféleképpen nem lenne szerencsés generálni, hiszen egy kis városról beszélünk, amely önmagában elég sérülékeny. Tehát olyan turisztikai termék fejlesztése a cél, mely fenntartható is a város számára. A legmegfelelőbb turisztikai termék kialakításához vizsgálni fogom a város társadalmi berendezkedését, kultúráját, természeti és ember alkotta környezetét, gazdasági és politikai berendezkedését, erőforrásait, valamint a turisták attitűdjeit, viselkedését. Ha ez meg van, utána tudjuk elkezdni értékesíteni a terméket, utána fogom meg az értékesítési koncepciót. De ez mind városi szintű összefogást, együttműködést és nagy beruházásokat igényel. (Interjúalany 2.)

A két ellentétes véleménynél azonban mégis megfigyelhető az egyetértés abban a vonatkozásban, hogy Kecskeméten semmiféleképpen sem lenne okos gondolat, a város adottságaiból kiindulva olyan turisztikai fejlesztéseket megvalósítani, melyek tömegturizmust generálnának. Ennek értelmében, a továbbiakban a teherbíróképesség, illetve a fenntarthatóság témaköreit fogom boncolgatni a turizmus szempontjából.

A kutatásom végén egy javaslattal fogok előállni, egy konkrét turisztikai terméket t szeretnék létrehozni, amely egy arany középutat jelenthet a sok eltérő szemlélet és vélemény között.

2 Szakirodalmi áttekintés

2.1 Teherbíróképesség meghatározása a turizmusban

A teherbíróképesség fogalmát és a turizmusban való létjogosultságát hosszasan kívánom értelmezni, mert a szakdolgozati kutatásomban főként ennek alapjaira és fogalmi hátterére fogok majd támaszkodni.

Manapság egyre többet hallhatunk és tapasztalhatunk a turizmus által okozott negatív környezeti, gazdasági és társadalmi hatásokról. Sajnos rá kell ébrednünk, hogy a folyamatosan növekvő utazásra való igényt és a turisták tömeges érkezésének terhét sok esetben nem tudják már helyén kezelni a desztinációk. Az emberek észrevették és felismerték, hogy az addig mindenki számára kikapcsolódást és élményeket nyújtó turizmus kezd átalakulni, mondhatni, elfajulni és káros hatásokat mérni a fogadóhelyek környezetére és társadalmára. Ennek

felismerésével született meg a teherbíró képesség fogalma, mely, már az 1960-as években kutatták, amikor a fenntartható turizmus fogalma még nem volt köztudatban. A teherbíró képesség definíciójáról is többféle változat ismert, alapvetően azt a kérdést járja körbe, hogy egy terület milyen mértékű turizmus befogadására képes anélkül, hogy bármilyen szempontból károsodást szenvedne.

Általános értelemben a turizmus teherbíró képesség „az a maximális látogatószám, amely egyidőben megjelenhet egy fogadóterületen, anélkül, hogy az a fizikai, gazdasági és szocio-kulturális környezet romlását, valamint a látogatók elégedettségének elfogadhatatlan mértékű csökkenését okozná”. (WTO, 1981).

A jelenség fogalmilag nem összekeverendő viszont a környezetgazdaságtan területén tágabb értelemben alkalmazott eltartó képesség fogalmával, mely azt fejezi ki, hogy „mekkora az a legnagyobb populáció vagy társadalmi tevékenység, amely még tartósan fennmaradhat, létezhet az adott területen.” (Bora - Korompai, 2003)

Manning és Lawson szerint a teherbíróképesség „látogatói használat típusainak az a mennyisége, mely nem fejt ki elfogadhatatlan hatásokat az erőforrásokra és a társadalomra” (Manning-Lawson 2002).

Buckley definíciója azon az elgondoláson alapul, hogy a teherbíró képesség a látogatók azon száma, amely nem okoz felfedezhető, de legalábbis visszafordíthatatlan ökológiai változást egy terület ökoszisztémájában (Buckley 1999).

Több szerző szerint a teherbíró képesség elsősorban ökológiai fogalom, és a populáció, valamint a természeti környezet közötti viszonyt fejezi ki (Abernethy 2001).

A különböző definíciók és megállapítások tulajdonképpen alig eltérőek egymástól, hiszen mindben fellelhető ugyan az a két komponens, a természet és az emberek. A fogalom fő mozgatórugója tehát a társadalomnak a természeti erőforrásokra gyakorolt különböző hatásainak az elfogadható mértéke. Több fogalomnál is megfigyelhető az „elfogadhatatlan”, valamint a „visszafordíthatatlan” jelzők használata, mely egyfajta frusztrációt okoz és nyomatékosít, hogy a küszöbérték elérésével, valamint a természeti erőforrások további kizsákmányolásával egy olyan folyamat indulhat el, melynek orvoslására már nem lesznek megfelelő módszerek. Érdekes azonban abba is belegondolni, ha egy desztináció teherbíróképességének a küszöbére érkezik, akkor nem csak ökoszisztémájában és populációjában sérül, hanem kevésbé lesz vonzó a turisták számára, hiszen rekreációs

élményeiknek a minősége is csökken ez által. McIntyre (1993) szerint a turizmus megjelenése egy adott területen kizárólag negatív hatásokat vonhat maga után, a turisták tömeges érkezésével pedig arányosan csökken a turisták elégedettsége.

Tételezzük fel, hogy felfedezésre kerül egy „érintetlen” desztináció, ahol minden körülmény adott a kikapcsolódás és a turizmus számára. A turisták felfigyelnek rá, hiszen minden turista arra vágyik, hogy valami természetközeli, valami újat és egyedit fedezhessen fel. Természet nélkül a turizmus olyan, mint egy síparadicsom sípálya nélkül. A turisták tehát elkezdnek tömegesen özönlenni a desztinációba, melynek hatására a desztináció teljesen elveszíti érintetlenségét, hiszen ahol tömegesen jelennek meg a turisták, ott sajnos maradandó károsodást is okoznak. Ez a tömegturizmus hatása. A desztináció időről időre veszíteni fog a hírnevéből, hiszen már nem tudja megteremteni azt a légkört, azt a természeti és rekreációs élményt, amelyet a tömeges megrohmozás előtt. Fontos tehát a jeleket időben észlelni, tudatosan és szervezeten cselekedni annak érdekében, hogy ezek a visszafordíthatatlan folyamatok ne következzenek be, hiszen ez a végkimenetel sem a turisták sem pedig a fogadó területek számára nem jövedelmező.

2.2 A teherbíróképesség mérése

Jogosan merül fel a kérdés, hogy hogyan állapítható meg egy desztináció teherbíró képessége?

Kutatók megállapították, hogy a teherbíróképességnek nem csak egyetlen spektruma létezik.

Pearce (1989) a teherbíró képesség alapvető három típusát, a környezeti, fizikai és perceptuális/pszichológiai kategóriákat határozta meg.

O'Reilly (1986) ökológiai, gazdasági, társadalmi és észlelési teherbíró képességről beszél.

Felismerésre került tehát, hogy a turizmus hatást gyakorol a társadalomra, a kultúrára, a természetre, illetve a gazdaságra is, bölcsőbb, ha ezeknek a tényezőknek külön-külön vizsgáljuk a teherbíró képességét, mint sem egy véka alá vesszük az összeset. Példának okáért egy desztináción a turizmus olyan mértékeket ölt, hogy az negatív hatásként csapódik le a természeti környezetén, lehetséges, hogy mindeközben a társadalomra, a kultúrára és a gazdaságra kifejtett hatás a teherbíróképesség küszöbértéke alatt mozog. (David Gilbert 1993)

Mennyit jelent a „túl sok turista”? A teherbíró képesség mérése összetett feladat, hiszen megállapításához tisztában kell lennünk a fogadó terület gazdasági, társadalmi és környezeti adottságaival, melyek természetesen turisztikai desztinációként eltérőek lehetnek.

„Nem létezik egységes, mérhető standard, mint ahogyan nincs általánosan elfogadott indikátorrendszer sem a turizmus fenntartható fejlődésének megállapításához.” (Miller, 2001)

A WTO a következő tényezőket határozta meg a teherbíróképesség mérésére:

- **Fizikai** - ez valójában a fogadó terület környezetére, valamint a környezetnek a turista élményben való szerepére utal, illetve meghatározza azt a küszöbértéket, ahol a desztináció túlszűfoltta válik, ez által menedzsmentre és szabályozásokra szorul
- **Ökológiai** – szintén egy küszöbértékre világít rá, mely már elfogadhatatlan mértékeket ölt az infrastruktúra és a szolgáltatóipar folyamatos fejlesztéséből adódóan
- **Kulturális**- az a pont, ahol az ökológiai fejlesztések és a tömeges turista érkezések hatására a desztináció kultúrájában sérülés megy végbe
- **Turisták elégedettsége** – az a jelenség, amikor az ember alkotta kulturális és történeti erőforrások a tömeges turistaérkezések miatt értéküket veszítik, megrongálódnak
- **Helyiek tolerancia szintje** – az a küszöbérték, ahol a fogadó desztináció társadalmában tiltakozást vált ki a turisták érkezése

A desztinációk sajátosságai tehát, mint például a lakosság száma, a gazdasági összetétele, a helyi kultúra és ökoszisztéma, valamint ezeknek a sérülékenysége határolják be a turizmus fejlesztési lehetőségeit. Egy fogadóterület teherbíró képességének az értékeléséhez olyan adatokat érdemes megvizsgálni, mint például a fogadó terület geográfiai jellemzői, társadalmi, gazdasági és politikai jellemzői, kultúrája, erőforrásai. Fontos tényező azonban az érkező turisták viselkedésének, attitűdjének is feltárása, hiszen a turizmus fajtája nagyban függ a turisták attitűdjétől is.

Turisták attitűdjének vizsgálata

Chris Cooper (1993) úgy vélekedik, hogy a teherbíróképesség mérése szempontjából a turisták viselkedése sokkal inkább meghatározó tényező, mint az, hogy hány turista érkezik a desztinációra. A turisták száma azonban szükséges ahhoz, hogy az alábbi „viselkedési tényezők” mértékét vizsgálni tudjuk:

- tartózkodási idő hossza
- motivációk
- a turisták területi koncentrációja
- szezonális

Putzkó-Rátz (2002) szerint a turisták által keltett hatások tényezői a következők lehetnek:

- a turisták létszáma
- a turisták típusa
- a turisták tartózkodási ideje
- a turisták motivációi

A turisták utazási döntései, melyek az utazás választott időpontjára, a felkeresett helyekre, a használt közlekedési eszközökre, az igénybe vett turisztikai vállalkozásokra vonatkoznak szintén jelentős hatásokkal bírnak, a fenntarthatóság szempontjából pedig kiemelkedő fontosságúak (WTO 2005).

Fontos elemezni a turisták jellemzőit mind viselkedésük, mind szocio-kulturális hátterük szempontjából, hiszen ezek fontos tényezők, hogy meghatározhassuk, milyen társadalmi és kulturális hatást fognak gyakorolni a fogadó desztinációra. A turisták számát azonban a fogadó desztináció lakosságának a létszámához kell viszonyítani, hiszen így megállapítva, minél nagyobb a turisták aránya, annál nagyobb az esély, hogy tömegturizmus áldozatává vált a vizsgált terület. A turisták, akik a tömeg turizmust képviselik jellemzően sokkal nagyobb károkat tudnak okozni, mint azok, akik számára a felfedezés és a kaland, illetve a fogadó terület kultúrájának és társadalmának megismerése az első számú motiváció. Tulajdonképpen minél nagyobb a különbség és az eltérés a fogadó terület társadalma és kultúrája, valamint az érkező turistáké között, annál nagyobb a valószínűség arra, hogy ez a látogatás negatív következményekkel fog járni. Velük ellentétben vannak azok a turisták, akik törekszenek arra, hogy megismerjék a helyi kultúrát és szokásokat, valamint igyekeznek azokat tiszteletben is tartani és alkalmazkodni a helyi lakossághoz, nem pedig elvárják azt, hogy a helyi lakosok alkalmazkodjanak hozzájuk és szolgálják ki az ő igényeiket. Érdekes, hogy a fenntarthatóság szempontjából a turisták hosszabb idejű tartózkodása a kifizetőbb. Ez azzal magyarázható, hogy a turisták rövidebb idejű tartózkodása során nagyobb az esély arra, hogy területileg egy helyre koncentrálódnak. Hosszabb tartózkodás során mélyebb és minőségibb kapcsolat alakulhat ki a fogadók és a turisták között, valamint a hosszabb tartózkodási idő több költséggel is párosul, ami pozitívan hat a fogadó desztináció gazdaságára. Továbbá fontos figyelembe venni azt is, hogy a vendégek milyen közlekedési eszközöket vesznek igénybe, milyen demográfiai jellemzőkkel rendelkeznek, tehát koruk, iskolai végzettségük, nemük. Ezek mind befolyásolják a fogadó desztináció természetére és kultúrájára mért hatások mértékét.

Fogadó terület vizsgálata

A teherbírókéesség tanulmányozásához szükséges vázolnunk a különböző területeket, amelyek alább meghatározásra kerülnek. A teherbírókéesség fogalma definiálja ezeknek a területeknek a vizsgálatát, melyek tervezése és szabályozása hatással van a desztinációra. A teherbírókéesség folyamata továbbá abszolút nem nevezhető statikusnak, hiszen több komponensből áll és a komponensek folyamatosan hatással vannak egymásra. A két fő befolyásoló komponensét, a desztinációt, illetve az érkező turistákat már említettem. A turisták viselkedésének a fontosságát is vázoltam. A következőkben pedig azt fogom taglalni, hogy a desztinációk szempontjából melyek azok a további területek, melyeket tüzetesebben is érdemes vizsgálni ahhoz, hogy a teherbírókéesség küszöbértékeihez minél közelebb tudjunk kerülni.

A desztináció társadalmi berendezkedése

A fizikai-ökológiai küszöbértékekkel ellentétben a társadalmi teherbíró képesség küszöbértékeit igen nehéz behatárolni, hiszen nagymértékben függnnek az emberek percepcióitól, értékrendjétől. (Saveriades 2000)

Mind tudjuk, hogy turizmus alapja a jó házigazda és vendég közötti kapcsolat. Sok esetben azonban ellenséges és irritáló kapcsolatba is átváltozhat. A turizmus fenntartható fejlesztése érdekében azonban szükség van a helyi lakosság együttműködésére is.

A társadalmi berendezkedésnek is rengeteg különböző fajtája létezik, mely fogadóterületenként változó. Ennél a komponensnél azt vizsgáljuk, hogy egy desztináció társadalmi hogyan viszonyul a turisták megjelenéséhez. Természetesen figyelembe kell venni a terület demográfiai tényezőit, mint például a nemek arányát, a jövedelmet, az iskolázottságot, a népesség korosztályonkénti összetételét, a szakképzett munkaerő rendelkezésre állását, illetve a családok összetételét. A családok összetétele és a teherbírókéesség közötti kapcsolat vizsgálata során azt állapították meg, hogy azok a társadalmak, ahol nem az „extended”, azaz a „nagy családos”, hanem a „nukleáris”, azaz a „kis családos” berendezkedés jellemző, sokkal toleránsabb a turizmus megjelenését illetően. Megállapítható az is, hogy egy nagyváros társadalmát vizsgálva tűrőképessége és befogadóképessége sokkal magasabban van, mint egy exotikus környezetben fekvő város társadalmáé. Ezt támasztja alá Sheldon és Var (1984) kutatása is, mely szerint a vidéki közösségek kevésbé látják szívesen a turistákat, mint a nagyvárosokban élő lakosság.

A desztináció kultúrája

Egy desztináció kulturális jellemzői is fontos szerepet kapnak a teherbíróképesség meghatározásában. Ez a komponens azonban igencsak ellentmondásos, hiszen minél különlegesebb egy desztináció kulturális berendezkedése, annál inkább valószínű, hogy vonzó lesz a turisták számára, ami pedig, ha logikusan végig gondoljuk, a turisták tömeges megrohamozását eredményezi. A lavina elindult, ami által a helyi kultúra veszélyeztetve van, hiszen nagy valószínűséggel az a válaszreakció érkezik a turisták érkezésére, hogy a helyi kultúrát és tradíciókat üzleti alapra helyezik, tehát elveszítik szabadságukat és függetlenségüket. Kommersz termékeket gyártanak belőle, melyek a turisták érdekeit és igényeit szolgálják ki.

A desztináció természeti és épített környezete

A környezetnek a turizmus szempontjából két fajtája van, a természeti és az ember alkotta, melyek abban a pillanatban hatásoknak vannak kitéve, amint megjelennek a turisták. A természeti környezet és az ökoszisztémája (a korall zátonyok, az erdők, a hegyek, a füves területek) megújuló erőforrások, hiszen fent tudják tartani „egészségüket”, jellemzőiket és funkcióikat, amellett, hogy bizonyos mennyiségű káros anyag elnyerésére képesek. Egy igencsak összetett rendszer ez, amelyben minden mindennel összefügg és minden mindenre hatással van. Már említettem, hogy a turizmus természeti környezet nélkül olyan, mint egy síparadicsom sípálya nélkül. Nem szabad tehát feszegetnünk a természet határait, tiszteletben kell tartanunk azt, hiszen emberi beavatkozás által kevésbé befolyásolható.

Az ember alkotta környezetbe tartozik az épített környezet, tehát az infrastruktúra, mint például az utak, az épületek, a műemlékek, valamint a szálláshelyek is. Ezeknek fejlesztése és megfelelő kihasználása is elengedhetetlen tényező a fizikai teherbíróképesség fenntartásához.

A desztináció gazdasági és politikai berendezkedése

A gazdasági teherbíró képesség arra utal, hogy milyen mértékben tudnak a turisztikai szolgáltatások a gazdasági életben teret nyerni, anélkül, hogy kiszorítanák a többi, preferált gazdasági tevékenységet (O'Reilly 1986). Ezt a megközelítést párhuzamba hozzák a költségek és a profitok vizsgálatával, hiszen az a cél, hogy a legnagyobb profitot elérjük a legkevesebb költség árán. (Melinda Candea et al. 2000)

A kormányzatoknak ismerniük kell a célokat, hogy feladataik ellátásakor figyelembe vehessék őket. A célok ismeretében a kormányzat elsődleges feladata, hogy olyan politikai keretet hozzon létre, amely lehetővé teszi a fenntarthatóság elveinek megvalósulását. (UNWTO 2005)

A megfelelő politikák, tervezési és menedzsment stratégiák végrehajtása nélkülözhetetlen a negatív hatások csökkentése érdekében minden turizmustípus esetén. (Rogers et al. 2007)

A politikának tehát ebben a kontextusban az a szerepe, hogy képviselje a nézeteit a fogadó desztináció társadalmának, valamint meghatározza a különböző fejlődési lehetőségeket és véghez is vigye azokat.

A desztináció rendelkezésre álló erőforrásai

A rendelkezésre álló erőforrások és azok megfelelő alkalmazása és felosztása meghatározó tud lenni abban, hogy egy desztináció turizmusának a fejlődése milyen irányba indul el. Csekély erőforrásokkal rendelkező desztinációk esetében sokkal nehezebb versenybe szállni és tartani a lépést, hiszen a különböző velejáró költségek is sokkal magasabbak lesznek. Sok esetben előfordul, hogy egy desztináció turisztikai fejlődése hatására az infrastruktúrára a turisták miatt nagy nyomás nehezedik, amely szintén konfliktushoz vezethet a turisták és a fogadók között. Pozitív oldala viszont, ha a turisták érkezése által nyilvánvalóvá válik, hogy az infrastruktúra fejlesztésre szorul, majd ez a fejlesztés vagy bővítés meg is történik, akkor abból mindkét fél egyaránt profitálni tud.

Egy, a teherbíró képességet kifejező abszolút szám meghatározása többnyire valóban nem lehetséges, de a turizmus hatásainak elemzésekor kialakíthatók olyan küszöbértékek, melyek elérése figyelmeztetheti a turizmus érintettjeit, különösen a döntéshozókat a beavatkozás szükségességére. Ebből következik, hogy a teherbíró képesség hasznos eszköz lehet a turizmus tervezésében és menedzselésében.

2.3 Kritériumok az optimális kapacitás meghatározására

Meghatározni és elérni azt a szintet, ahol a turistaérkezések nem okoznak károsodásokat a desztinációk ember alkotta és természetes közegében, valamint a fejlődés és az előre lépés lehetősége is biztosított, nem könnyű feladat. Az alábbi pontok azonban segítséget nyújtanak és irányt mutatnak, hogy melyek azok a területek, amelyekre érdemes odafigyelni a veszély elkerülése érdekében.

Fizikai:

- a látogatók torlódásának és koncentrációjának kordában tartása
- a környezet kizsákmányolásának csökkentése, amíg nem okozunk maradandó károsodásokat benne
- a biodiverzitás megőrzése
- a levegő, a víz és a zajszennyezés szabályozása

Gazdasági:

- az a mérték, amely optimális gazdasági profitot termel anélkül, hogy gazdasági torzulás vagy infláció menne végbe
- a turizmusban alkalmazásban állók arányos eloszlása a helyi lakossághoz képest

Szocio-kulturális:

- a turizmus oly mértékű fejlesztése, amely nem okoz károkat a helyi lakosság életében és mindennapjaiban
- az a szint, amely segíti a művészetek, a vallás és a kultúra fejlődését anélkül, hogy kommersszé válnának

Infrastruktúra:

- megfelelő mennyiségű közlekedési eszközök rendelkezésre állása
- a közműlétesítmények, a vízellátás, az energia- és a hulladékgazdálkodás megfelelő szabályozása
- a különböző szolgáltatások elérhetősége és biztonságossága

Minden desztináció adottságait és a turizmus típusait tekintve egyedülállónak számít, ezért a kritériumok meghatározása, amelyek a teherbíró képességre vonatkoznak, szintén különfélék lehetnek. (Inskoop, 1991). Gyakori és mondhatni általános problémát jelentenek viszont a

környezeti szennyezések, a limitált mennyiségű ivóvízkészlet, a biodiverzitás sérülése, illetve a kulturális tradíciók és a desztinációk önazonosságának az elvesztése.

2.4 Fenntartható fejlődés definiálása

A fenntartható fejlődés fogalma a Brundtland Bizottság 1987-es meghatározása szerint olyan fejlődés, amely képes kielégíteni a jelen szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációnak lehetőségeit saját szükségleteinek kielégítésére. (WCED 1987)

A definíció értelmében tehát úgy gazdálkodjunk az erőforrásokkal, hogy a jövő számára is elérhetőek legyenek ugyan ezek az erőforrások. Talán ez a meghatározás az, amelyet a legtöbbször hallunk a fenntartható turizmus témakörét illetően, ám úgy gondolom érdemes további definíciók után kutatnom, hiszen a WCED (World Commission on Environment and Development) által publikált definíciót igencsak általánosnak gondolom.

Inskeep volt az, aki érthetően megmagyarázta, hogy mit is jelent a WCED 1987-es megfogalmazása. Azt mondja, hogy a fenntartható turizmusfejlődés „kielégíti a jelenlegi turizmus és fogadóterületek igényeit, miközben megőrzi és gyarapítja a jövőbeni lehetőségeket”. Ennek eléréséhez az erőforrásokkal olyan módon kell gazdálkodni, hogy a gazdasági, társadalmi, és esztétikai szükségletek kielégítése mellett fennmaradjanak az alapvető ökológiai folyamatok, a biodiverzitás és a kulturális integritás. (Inskeep 1991).

Inskeep tehát megfogalmazta az erőforrásokkal való gazdálkodás fontosságát, tehát azt, hogy úgy kell a saját szükségleteinket kielégíteni, hogy közben nem teszünk kárt környezetünkben.

A turizmus összefüggésében vizsgálva a fenntartható fejlődés annyit tesz, mint olyan turizmus, amely végtelen ideig fennmarad, és nem károsítja vagy változtatja meg a környezetét (emberi vagy fizikai) olyan mértékben, hogy az megakadályozza más tevékenységek és folyamatok sikeres fejlődését és fennmaradását (Butler 1993).

Butler megfogalmazásában érdekes a „végtelen” szóhasználat, mely arra utal, hogy a fenntartható turizmus fejlődésnek egy hosszú és kifulladásmentes folyamatnak kell lennie, hiszen, ha egyensúlyban tudunk élni a természettel, amelynek megújuló képességét nem fenyegetjük, akkor végtelen ideig tudjuk élvezni a turizmus kínálta lehetőségeket.

2.5 Fenntartható fejlődés alapkritériumai

A szakértők már az 1981-es Manilai Nyilatkozatban rámutattak arra a veszélyre, hogy a turizmus éppen azt a környezetet emészti fel, amely az utazást kiváltja vagy a vonzerő felkeresése során háttérrel biztosít. A dokumentum aláírói hangsúlyozták, hogy a táji tényezőket meg kell őrizni, így a területrendezésnek, a kibocsátások csökkentésének fontos szerepe van. (Michalkó G. 2016)

Puczko és Rátz (1998) szerint a turizmus fenntartható fejlődésének a követendő pontjai az alábbiak:

1. az adott desztináció természeti környezetének teherbíró-képességét szem előtt tartva lehetővé teszi a természeti erőforrások megújulását,
2. felismeri, hogy a helyi közösségek, szokások, életmód a turisztikai terméknek rendkívül fontos összetevőjét jelentik, ennek következtében
3. elfogadja, hogy a helyi lakosság arányosan részesedjen a turizmus pozitív gazdasági hatásaiból, és
4. 4. tiszteletben tartja a fogadó területek lakosságának érdekeit és kívánságait a turizmus fejlődésére vonatkozóan

Wall (1997) a fenntartható fejlődés fogalmát kiegészíti a következő pontokkal:

5. maga a turizmus szektor fenntartható az adott desztinációban, tehát fejlődése olyan ütemű, amit még a desztináció képes kedvezőtlen társadalmi és fizikai változások nélkül befogadni, valamint
6. a turizmus nem szorítja ki a korlátozottan rendelkezésre álló erőforrásokért vele versenyben lévő többi gazdasági tevékenységet

A fő mondanivalója az, hogy úgy kell garantálni a vonzerők utódaink számára történő megőrzését, hogy közben biztosítjuk a turizmusba investáló vállalkozók tőkéjének megtérülését, cégük eredményeinek javulását. A fenntartható turizmusnak hosszú távon ökológiailag elviselhetőnek, gazdaságilag kivitelezhetőnek, etikai és szociális szempontból a helyi lakosságra nézve méltányosnak kell lennie. Természetesen, ami fenntarthatónak tűnik az egyik nézőpontból, kevésbé az a másiktól.

Érdemlegesnek tartom az utolsó, azaz a 6. pont értelmezését. Úgy gondolom ez a megállapítás azt hivatott leírni, hogy vannak olyan desztinációk, amelyeknél a turizmus jelenti a gazdaság legfőbb húzó ágazatát. Ez azonban veszélyes lehet, hiszen mind tudjuk és tapasztaljuk, hogy a

turizmus elképesztően érzékeny a külső hatásokra. Egy-egy negatív külső hatás bekövetkeztében, például terrortámadás, környezeti katasztrófa, vírus megjelenése, azok a desztinációk, amelyek a turizmusból élnek, hiszen fő jövedelemforrásuk abból származik, könnyen kerülhetnek így válsághelyzetbe. Tehát ezért tartom fontosnak jómagam is, hogy a turizmus mellett más gazdasági ágak is tudjanak érvényesülni és ugyan úgy ki tudják venni a részüket a gazdasági aktivitásból.

A WTO szerint a fenntartható turizmus fejlődéséhez az alábbi pontokat kell követni:

- a környezeti erőforrások optimális használata segít megőrizni a biodiverzitást, valamint a természeti örökségeinket
- tiszteletben kell tartani a fogadó területek lokális kultúráját, meg kell óvni az épített örökségeiket és a tradícióikat, segíteni kell az elfogadást és a toleranciát a nemzetek között
- biztosítani kell a hosszútávú gazdasági fejlődést úgy, hogy a lemaradt társadalmi rétegek is egyaránt részesüljenek a profitból

A fenntartható turizmusfejlesztés tehát három fő területet határoz meg, melyek a turizmus minden típusára, minden desztinációra alkalmazhatóak. Az elsőszámú terület a turisztikai környezet, valamint a környezeti erőforrásokkal való megfelelő gazdálkodás a biodiverzitás, valamint a természetiörökségek megőrzése érdekében. A második pontban a fogadó terület szocio-kulturális védelmére hívja fel a figyelmet, a toleranciára, a helyi kultúra tiszteletben tartására, valamint az épített és kulturális örökségek megóvására. Az utolsó pontban pedig az kerül meghatározásra, hogy a turizmus által minden társadalmi rétegnek egyformán és igazságosan kell a profitból részesülnie, tehát megfelelő foglalkoztatási és jövedelemszerzési lehetőségeket kell nyújtania az érintettek számára, ugyanakkor stabil és hosszútávú gazdasági működést kell biztosítani.

Az ágazat fenntarthatósága érdekében a fejlesztés alapos tervezést és menedzselést igényel, azért, hogy a természeti környezet fennmaradjon a jövő generációk számára. Felhívja a figyelmet arra, hogy a turizmust más gazdasági szektorokkal integráltan kell fejleszteni, a hatásait folyamatosan értékelni kell és szükség esetén be kell avatkozni a negatív hatások csökkentése, megszüntetése érdekében. (Cronin 1990)

Azonban hogyan tudunk úgy fejlődni úgy, hogy közben a fenntarthatóság eszméit is betartjuk? Az 1992-ben Rio de Janeioban megrendezett ENSZ (UNCED – United Nations Conference on Environment and Development) konferenciának is ez volt a központi kérdése. A konferencia

során elfogadták az Agenda 21 pontot, mely a turizmus szektorra ugyan nem helyez nagy hangsúlyt. Néhány pontban azonban felhívja a figyelmet az öko- és a szelíd turizmus jelentőségére és fontosságára, mely által óvni tudjuk a lokális bioszférát, illetve a falusi turizmus által támogathatjuk és segíthetjük az ott élő lakosság életét anélkül, hogy kárt tennénk a környezetben. A pontokban főként az került megfogalmazásra, hogy mi kell ahhoz, hogy a Földünk fenntarthatóan tudjon fejlődni, illetve melyek azok a csoportok, amelyeknek részt kell venniük a fenntartható fejlődés végrehajtásában. Továbbá azt is említik, hogy a fenntartható fejlesztés egy hosszú folyamat, amely szigorú szabályozást, szükség szerint azonnali beavatkozást és folyamatos monitoringot igényel. A folyamat igényli, hogy minden a érintett személy részt vegyen benne, ehhez megfelelő kommunikáció és erős politikai vezetés szükséges. Mindemellett fontos, hogy a résztvevők szeme fel legyen nyitva, valamint fel legyen hívva a figyelmük a fenntarthatóság jelentőségére. Közös érdekünk, hogy vigyázzunk a Bolygónkra!

2.6 Fenntartható városfejlesztés

A fenntartható városfejlesztést, mint fogalmat a tudósok számos irodalomban paradoxonként emlegetik. (Blassingame és Daly)

Esteban – Diaz – Oliver (2007), Egger (2006), Martino (2009) és Alberti (1996) érveléseivel azonban érthetővé válik, hogy, ha fenntarthatóságról van szó, azt sokan az önfenntartás fogalmával társítják. A városok szigorúan véve önfenntartásra tulajdonképpen alkalmatlanok. A fenntarthatóság abban nyilvánul meg egy városfejlesztésben, hogy „a városokat és vonzaskörzetüket, melyekben a lakosság, a vállalatok és az önkormányzat közös erőfeszítései érvényesülnek a szociális, gazdasági és környezeti fejlődés különböző szintjein, illetve hosszú távon is jelentős eredményeket produkálnak szem előtt tartva a fenntartható fejlődés elvárásait.” (Felföldi T. A.)

A fenntarthatósági piramis értelmezése

A fenntarthatóság célkitűzéseit azonban minden város másképp és másmilyen úton-módon képes elérni, hiszen minden városnak megvannak a sajátosságai és adottságai. Megalkottak azonban egy fenntarthatósági piramist a turizmus témakörében, mely három foka szemlélteti a három pillért, melyek úgy gondolom, hogy általános alapokat fektetnek le. (1. ábra A fenntarthatósági piramis Forrás: Österreichisch Werbung 2012 p. 4)



1. ábra A fenntarthatósági piramis Forrás: Österreichisch Werbung 2012 p. 4

A három szint mindegyike bizonyos követelményeket határoz meg. A követelmények tulajdonképpen a fenntartható turisztikai termékre és teljesítményre vonatkoznak. Felfelé lépkedve ezek a követelmények egyre specifikusabbá válnak. A két alsó komponensnél a három oszlopos modellt alapul véve fogom definiálni a fenntarthatóság kérdéskörét. (2. ábra A három oszlopos modell Forrás: Österreich Werbung 2012 p. 5)

Alap követelmények

A piramis legalsó szintje azt szemlélteti, hogy a fenntartható fejlődés igencsak szoros kapcsolatban áll a társadalommal, a gazdasággal, valamint a környezettel. Itt még csak alapokról beszélünk, tehát semmi specifikus turisztikai vonatkozással nem találkozunk az alsó szinten, ez által más gazdasági területeknek is alapul szolgálhat a piramis alsó szintje. Nem tudom elégszer hangsúlyozni, hogy az állami szférának ugyan olyan jelentősége van, és ugyan úgy szerepet kell vállalnia benne, mint a privát szférának, hiszen közösen kell meghatározniuk és szabályozniuk a társadalmi (szociális), a környezeti (ökológiai), valamint a gazdasági (ökonómiai) fejlesztéseket. Ezeket határozza meg a három oszlopos modell is.



2. ábra A három oszlopos modell Forrás: Österreich Werbung 2012 p. 5

Gazdasági fenntarthatóság jelentése

Olyan projekteket határoz meg, melyek biztosítani tudják a megfelelő gazdálkodást az erőforrásokkal. Ez tulajdonképpen vonatkozik a turizmus teljesítményére, a keresleti szegmensre, valamint egy termékre is.

Szociális fenntarthatóság jelentése

A helyi társadalom figyelembevétele igencsak fontos tényező. A regionális szereplők szempontjából fenntarthatónak lehet nevezni azt, ha megfelelő munkakörülmények és továbbképzési lehetőségek vannak biztosítva számukra.

Környezeti fenntarthatóság jelentése

A természeti erőforrásokat úgy szabad felhasználni, hogy képesek legyenek megújulni. A természeti erőforrások megfelelő és tudatos használata ugyan olyan fontos, mint a tudatos és takarékos energia felhasználás.

A fenntartható fejlődés, melynek paramétereit a piramis is szemlélteti, legyen szó termékről vagy teljesítményről, minden esetben egy hosszú folyamatot ír le, melynél semmiképp sem szabad átugrani a pilléreket.

Követelmények a turizmusban

A piramisnak ezen a szintjén a turizmus sajátosságaira koncentrálva, ami főként az élmény és a szolgáltatás, határozom meg a fenntarthatóságot.

Gazdasági fenntarthatóság

- olyan projektek megálmodása, melyek legalább közép, de inkább hosszútávon fenntarthatóak
- a különböző projekteknek és termékfejlesztéseknek egy potenciális célcsoportot kell megcéloznia
- piackutatás végzése a megfelelő célcsoportok megtalálásához

Szociális fenntarthatóság

- a lokális identitás erősítése és a helyi kultúrán alapuló turisztikai termékek létrehozása
- biztos munkakörülmények létrehozása és turisztikailag kvalifikált szakemberek kitermelése, melyek által biztosított a folyamatos és fenntartható fejlődése az ágazatnak

Környezeti fenntarthatóság

- helyi termékek előnyben részesítése
- a helyi természet és a sokszínűség a vendégekkel való megismertetése
- a fenntartható turizmus feltételeinek használata (pl. a közlekedésben) és annak megismertetése a turistákkal

Víziók a turizmusban

A piramis csúcsában három víziót neveztem meg, melyek a technológia, a helyi identitás, illetve a vendég és fogadó közötti kapcsolat. A vízióknak a szerepe igazából az, hogy segítsen a fenntartható fejlődést elérni, és ezt a folyamatot valamelyik vízión keresztül kell véghez vinni. A mondás, mi szerint nem a cél a lényeg, hanem az oda vezető út abszolút érvénybe lép ebben a kontextusban is.

Technológiai megoldások

- üvegházhatás lecsökkentése
- energiatakarékos technológiák alkalmazása
- a „lágymű” közlekedési eszközök számára a megfelelő feltételek kiépítése
- szervezeti és felhasználói összeköttetés és közös fejlődési lehetőségek meghatározása

Helyi identitás

- a materiális (táj, épített örökség, kulturális kincsek), valamint az immateriális javak (szokások, hagyományok, kézműves technikák) megőrzése a jövő számára

Fogadó-látogató közötti kapcsolat

Ez igencsak egy sok összetevős elem, hiszen fontos szerepet játszik az, hogy a fogadók mentalitása, életszemlélete, az élethez való hozzáállása milyen, hiszen ezt közvetítik a vendégek felé. Nagyon fontos a megfelelő kommunikáció, valamint az, hogy a vendégek motivációja valóban az legyen, hogy megismerjék a desztinációt ahová érkeznek, akarjanak beépülni és azonosulni a helyiekkel és lépjenek is kapcsolatba velük.

3 Alkalmazott kutatási módszerek

Az irodalmi szekunder kutatásom során elengedhetetlennek tartottam, hogy külföldi -főként angol és német- forrásokat és szakirodalmakat is segítségül hívjak, hiszen úgy gondolom, Magyarországon a fenntartható fejlődés fogalmát tekintve már megszületett, a felismerés megtörtént, azonban gyakorlatba helyezése még igencsak el van maradva a nyugati országokhoz képest. A felismerést az bizonyítja, hogy hogy számos magyar nyelvű dokumentumot találtam ebben a témakörben. Azonban szerettem volna átfogóan szemléltetni és releváns gyakorlatban működő példákon keresztül megérteni a fenntartható fejlődésnek a folyamatát és a fenntarthatóság működését.

A releváns tudományos cikkek és tanulmányok eléréséhez a következő kulcsszavakat használtam:

- „sustainable tourism”, „sustainable tourism development”
- „carrying capacity”
- „the impact of tourism activities”
- fenntartható városfejlesztés
- Kecskemét városfejlesztési stratégia
- „nachhaltige tourism Beispiele”
- touristische Produktentwicklung
- golfturizmus Magyarországon

A primer kutatásomhoz kvalitatív kutatási módszert láttam a legmegfelelőbbnek. Ezáltal nem objektív tényeket szerettem volna számszerű és tényszerű adatokkal, hanem a szubjektív véleményekre voltam kíváncsi. Mindemellett úgy gondolom, mint az a kutatásom során is sok kontextusban hangsúlyt kap, hogy minden fentről indul el. Ezzel azt szeretném kifejezni, hogy mennyire fontos egy város fejlődése szempontjából a város vezetőségének a szemlélete, tájékozottsága, tenni és fejlődni akarása, illetve azon szakembereké is természetesen, akik a turizmusban tevékenykednek.

Interjú alanyaim kiválasztása során szerettem volna különböző területeken tevékenykedő, különböző korú, illetve nemű szakembereket felkutatni, mellyen célom az volt, hogy a sokféle szemlélet által érdekesebbé tegyem a kutatásomat. A szakdolgozatomban nem kívánom szerepeltetni a szakemberek neveit, ezzel biztosítottam számukra a szabad véleménynyilvánítást.

Tevékenységi körüket azonban szeretném megnevezni abból a célból, hogy valóban releváns véleményekkel dolgoztam:

- önkormányzati szereplők
 - alpolgármester
 - önkormányzati képviselő
- piaci szereplők
 - hotel marketing vezető
 - turisztikai cég ügyvezető

Az interjúkat külön-külön négy szemközt bonyolítottam le mindenkivel. A beszélgetéseket hangjegyzetben rögzítettem, hogy utána könnyebb legyen annak feldolgozása. Érdekes lett volna egy csoportos interjú kivitelezése, ám féltő, hogy egy ilyen helyzetben a csoportos nyomás miatt nem kaptam volna őszinte és független válaszokat.

Az interjúkra előre megírt, logikusan felépített, interjúalanyonként eltérő, nyitott kérdéssorral készültem, melyet interjúalanyaimnak is elküldtem, hogy megadjam a lehetőséget a felkészülésre. Természetesen voltak olyan kérdések is, amelyeket mindannyiuknak feltettem, de igyekeztem szakterület és turisztikai tevékenységi kör szerint kigondolni és megalkotni a vezérfonalat. Igyekeztem a strukturált, előre megírt kérdéssorhoz tartani magam, ám sok esetben abszolút szabaddá vált a beszélgetés, tehát kérdéseimet az interjúalanyom mondandója alapján formáltam át idő közben. Interjú alanyaim egytől egyig készségesek voltak és örömmel álltak rendelkezésemre.

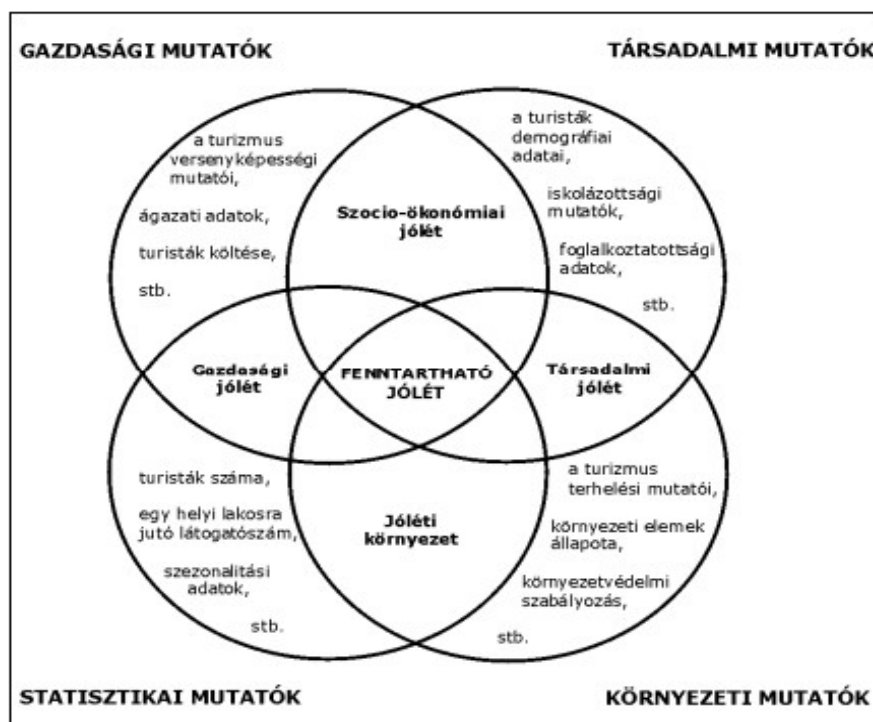
Szemléltetnék néhány olyan kérdést, amely nagyobb hangsúlyt kapott az interjúk során:

- Ön szerint mely tényezők szükségesek ahhoz, hogy jól működjön egy városban a turizmus? Mik a jó turizmus feltételei?
- Ön szerint mely területek szorulnak fejlesztésre Kecskeméten? (turizmus-vendéglátás, K+F, közutak, helyi adottságok kihasználása, szolgáltatói szektor, szórakozási lehetőségek, kulturális potenciálok, zöldfelületek növelése, szabadidős létesítmények fejlesztése, műemlékvédelem, marketing)
- Ön szerint a turizmus mely tényezői szorulnak fejlesztésre? (szálláshely mennyiség és minőség, szórakozási lehetőség, éttermek, események, szolgáltatások, reklámtevékenység, imázs)
- Ön szerint Kecskemét imázsára mi jellemző?
- Mi a véleménye Kecskemét turizmusáról? Érzékelhető volt valamiféle változás az elmúlt években?
- Milyen turisztikai fejlesztések és befektetések várhatók a jövőben?
- Ön milyen változtatásokat és fejlesztéseket javasolna annak érdekében, hogy Kecskemét turizmusa fellendüljön?
- Ön mit gondol a fenntartható turizmusról, mint fejlesztési irányról?

4 Kutatás

4.1 Kecskemét város feltérképezése

Az alábbi ábra figyelembe vételével, valamint a meghatározott indikátorok alkalmazásával igyekszem Kecskemétet jelenlegi gazdasági, társadalmi és környezeti állapotát felmérni. (3. ábra A fenntartható fejlődés, a turizmus indikátorok és az életminőség (jólét) kapcsolata Forrás: Reményik s.a. p. 3) Erre azért van szükség, mert ez által egy átfogó képet kapok a városról. Az így kapott eredmények segítenek nekem abban, hogy egy megfelelő turisztikai terméket alakítsak ki a város számára.



3. ábra A fenntartható fejlődés, a turizmus indikátorok és az életminőség (jólét) kapcsolata Forrás: Reményik s.a. p. 3

Kecskemét geográfiai helyzete

Kecskemét a Dél-alföldi régió 2. legnagyobb városa. Földrajzi elhelyezését illetően a Duna-Tisza közének legnagyobb települése, Bács-Kiskun megye székhelye, valamint a Kecskeméti járás székhelye. A Kecskeméti járás 16 települési önkormányzatból áll, melyek közül 8 működtet önálló hivatalt, valamint 8 pedig 4 közös önkormányzati hivatalhoz tartozik. Földrajzi elhelyezkedése igen kedvező, hiszen egyenlő távolságra (85 km) helyezkedik el Budapeستől, valamint a Dél-Alföldi régió legnagyobb és legjelentősebb településétől Szegedtől, mely kiváló

logisztikai, kereskedelmi és innovációs lehetőségeket biztosít Kecskemét számára. A könnyű elérés az M5-ös autópálya és az E75-ös utaknak köszönhető. A járás táji adottságait tekintve értékes természetközeli tájrészletek, kultúrtájak, valamint nagy számban tanyás térségek találhatóak, melyek alapjába véve meghatározzák turisztikai kínálatát.

Természeti és épített környezete

Már több, mint 20 éve, jellemzően 5 évente megfogalmazásra kerül Kecskemét Környezetvédelmi Programja, melyben a Kecskeméti Önkormányzat felméri a település környezeti állapotát, a város élhetőségét, ellátási színvonalát, valamint infrastrukturális helyzetét. Kecskemét szempontjából ez azért kulcsfontosságú, mert a város az elmúlt pár évben igencsak dinamikus fejlődésen ment keresztül, jelentős ipari várossá alakult. Ugyanakkor környezeti feltételeit nézve érzékenynek minősül. Idén júniusban készült el a legújabb felmérés, melyben a következő célokat határozták meg:

„Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzatának 2020 és 2025 közötti időszakra vonatkozó Környezetvédelmi Programjának és Cselekvési Tervének legfőbb célja a – környezeti, társadalmi és gazdasági szempontból is – harmonikus, értékközpontú fejlődés kialakítása, a klímaváltozás hatásaihoz történő hatékony alkalmazkodás, továbbá a kitűzött célok eléréséhez szükséges átgondolt (környezet-, erőforrás- és energiatudatos) fejlesztések megvalósítása.”
(Kecskemét Környezetvédelmi Program 2020-2025)

A településnek tehát lépést kell tartania a folyamatosan növekvő városversenyben, biztosítani kell a tartós jövedelem emelkedést és a helyi gazdasági ágazatok fejlődését, vonzóvá kell tenni a várost, a természeti és épített környezeti állapot és az élhetőség fenntartása mellett.

A fejlesztési területek között szerepel a levegőtisztaság javítása, a „zöldítés”, tehát a városi zöldterületek növelése, a vízgazdálkodás, az energiahatékonyság és a megújuló energiahordozók nagyobb mértékű használata, illetve a klímavédelem is.

Társadalmi berendezkedése

Kecskemét közigazgatási területén 2020. január 1-jén 110.373 főt számláltak, népsűrűsége pedig 353,3 fő/km² volt. Egészen 2015-ig Kecskemét lakkosságát tekintve évről évre növekedést lehetett megfigyelni, ám 2015 után a lakosság fogyásnak indult. 2017-ről 2018-ra 1%-os csökkenést lehetett megfigyelni, valamint 2018-ról 2019-re 0,32%-os csökkenés történt. Ez valószínűleg azzal is magyarázható, hogy a halálozások száma évente egyre magasabb.

Kecskemét foglalkoztatási rátáját illetően Bács-Kiskun megye legjelentősebb munkaadója, Bács-Kiskun megye 43 legnagyobb vállalata közül 22 Kecskeméten található. A legjelentősebb cégek a Mercedes Benz Gyár, HBPO Manufact. H. Kft., a Phoenix Mecano, az Alföld Pro-COOP Zrt., a Knorr Bremse, a Fornetti Kft. és a HILTI. Kijelenthetem tehát, hogy Kecskemét vállalászási struktúrája igencsak sűrű, ez által a munkanélküliségi ráta is a térség többi városához képest igencsak kedvező.

A nagyvállalatok által egyre nőtt az igény a megfelelő szakemberek képzésére, és a humán erőforrás szakmai felkészültségére, hiszen lépést kell tartani az állandó gazdasági és társadalmi változásokkal és meg kell őrizni a versenyképességet. 2016 július elsején a Kecskeméti Főiskola és a Szolnoki főiskola integrálódása által létrejött a Neumann János Egyetem Kecskeméten, majd 2019-ben a Debreceni Egyetem is csatlakozott. Jellemző volt, hogy a kecskeméti fiatalok a középiskolai tanulmányaik befejeztével más városokban, például Budapesten vagy Szegeden folytatták tanulmányaikat a kecskeméti lehetőségek hiányában. Az újabb egyetemi karok létrehozása és bővítése azonban lehetőséget biztosít a fiataloknak a városban maradni és ott tovább tanulni.

„Természetesen annak, hogy egy város százezressé válik, mégiscsak van gazdasági háttere. Emberi háttere is van, Kecskemét fejlődött, népessége a megyén belül is nagyon erősen gyarapodott, az értelmiség vonatkozásában is, nagyon sokan jöttek ide. Az úgynevezett „gyüttmenteket” tárt karokkal fogadták, ez másutt ily módon nem mutatkozott meg. Ez azt jelzi, hogy valóban bele lehet lépni ebbe a közegbe, és azt is jelzi, hogy ez a közeg képes az embereket magához szippantani.” (Füzi László)

Ez a megnyilvánulás is azt támasztja alá, hogy Kecskemétnek valóban van egy nagyon jó és befogadóképes légköre, ami abszolút egyaránt vonatkozik a turistákra is. Úgy gondolom, hogy ez a nyitottság tükröződik és érzékelhető a helyi lakosság szemléletén.

Gazdasági berendezkedése

Kecskemét jelentős ipari centrummá vált az elmúlt években, fontos gazdasági beruházások, fejlesztések valósultak meg, erősödött az infrastrukturális háttér. A város gazdasági mutatói országos viszonylatban is kiemelkedők. 2012. augusztus óta kiemelt járműipari központ lett városunk. A hazai és külföldi befektetők egyre nagyobb érdeklődést tanúsítanak a város iránt. Ehhez olyan adottságok segítették Kecskemétet egyebek közt, mint a gépipari, élelmiszeripari hagyományok, a jól képzett munkaerő, az oktatási intézmények, a főváros közelsége és a

kulturális értékek. A kezdetben hagyományosan mezőváros jellegű település ipara és szolgáltatásai fokozatosan fejlődtek.

„Az elmúlt öt esztendő a város életében igen mozgalmasan alakult, beruházások, fejlesztések sokasága valósult meg Kecskeméten. Az idetelepült cégek bevételei – s ezáltal a város bevételei is többszörösére nőttek az elmúlt évtizedben, s a Hírös Város immár az országos élmezőnyhöz zárkózik fel a kiemelt mutatók alapján.” (Interjú alany 3.)

Tízezer új munkahelyről beszélhetünk, az elmúlt öt év alatt 50 százalékkal emelkedtek az átlagbérek. A munkanélküliségi ráta 3,4 százalékos.

A hazai iparágak közül továbbra is erős az élelmiszeriparunk, a konzervipar, valamint a nemzetközi piacon is jelen vannak a termékek. Szintén erősek a műanyagiparhoz kötődő közepes vállalkozások a városban, például a Deltaplast és a hozzá kapcsolódó beszállítók. Ugyanakkor a rendszerváltáskor a városba költözött cégek sem mentek el, sőt újabb kapacitásokat is itt fejlesztettek. Ha megnézzük a közép- és nagyvállalatokat, akkor látjuk, milyen erőteljesen jelenik meg árbevételeikben az innovációs és a kutatási terület. Itt kutatnak Kecskeméten a nagy, nemzetközi cégek anyavállalatai. Alkalmazott kutatásról beszélhetünk, amikor a technológiát fejlesztik – az itteni eredményeket aztán a cégek nagyvállalati szinten is alkalmazzák. Az élvonalban jár a HILTI, amelynek jelentősen megnőtt a kutatás-fejlesztési árbevétele, mert fejlesztőmérnökeik az anyavállalatnak kutatnak itt, Kecskeméten.

Kecskemét gazdasági programjában az alábbi pontok kerültek meghatározásra, amelyek kutatásomban relevánsnak mondhatók (Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzatának Gazdasági Programja 2015-2020)

- A város a természeti adottságok és a környezettudatos szemlélet együttes érvényesülésével alkalmazkodik klímaváltozáshoz (energiahatékonyság, környezetbarát közlekedési módok). A helyi közösség védőháló szerepét élhető és funkciógazdag településrészek intézményeinek, közterületeinek, családbarát funkcióinak javításával kívánja megerősíteni.
- Kecskemét és környéke turisztikai fejlesztési funkciói és lehetőségei is kiemelésre és fejlesztésre érdemesek, a meglévő attrakciók és bővítésük alapozza meg a vendégéjszakák számának növekedését.
- A Kecskeméti kistérség infrastrukturális és intézményi fejlettsége támogatja a vállalkozói aktivitás fokozását, a foglalkoztatási szint emelését, a növekvő népesség

fogyasztói kereslete a vállalkozási hajlam erősödését, az önfoglalkoztatás lehetőségeinek bővülését serkentheti.

- A megye legnagyobb városa számára kihívást jelent az életminőség javítását célzó, foglalkoztatható munkaerő biztosítását szolgáló folyamatos fejlesztési igények kielégítése mellett, a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok leszakadásának megakadályozása, integrációjának elősegítése. A megfelelés a kettős kihívásnak az egészségügyi alapellátás, a lakhatás, a nevelés-oktatás, szociális ellátás, szakképzés, kultúra és közművelődés terén is változatos megoldásokat és beavatkozásokat kíván.

A programban tehát hangsúlyt kap a lakossági jólét megteremtése, a megfelelő szolgáltatási szektor és a megfelelő életkörülmények, valamint a mindennapi teendőköz szükséges infrastruktúra színvonalának emelése. Fontos, hogy a lakosság számára biztosítva legyen a megfelelő szociális ellátás, az iskoláztatási intézmények, a továbbképzési és továbbtanulási lehetőségek. Támogatni és ösztönözni kell továbbá a vállalkozókat, hogy merjenek befektetni, merjenek létrehozni Kecskeméten. Azért elengedhetetlen ezeknek a területek folyamatos fejlesztése és a lakossági jólét megteremtése, hiszen a helyi lakosság attitűdje nagyon fontos tényező a turistaélmény szempontjából. A helyi lakosság számára tervezett infrastrukturális, szolgáltatási, közúti fejlesztések ugyan úgy a turizmust is elősegítik, hiszen a turisták is ugyan ezeket a lehetőségeket fogják igénybe venni. A munkahelyteremtés, a kiskereskedelmi ellátás javulása, a közlekedési feltételek kedvezőbbé válása, a környezet megszépülése, a szabadidős létesítmények bővülése mind-mind olyan tényezők, amelyek a turizmussal kapcsolatban a lakosság szimpátiáját válthatják ki. A helyiek mosolya és pozitív attitűdje tehát megszépíti és megkönnyíti a turisták tartózkodását.

Politikai berendezkedése

„Helyi döntéshozókon azokat az önkormányzati képviselőket értjük, akik meghatározó mértékben befolyásolják a település életét. Amikor már a képviselőtestület szintjén (munkacsoport, bizottság), illetve a polgármesteri hivatalban működő szervezeti egységben (iroda, ügyosztály) is testet ölt a döntéshozók turizmushoz fűződő viszonya, akkor az attitűd egy jóval magasabb fokon, a turizmuspolitika szintjén tárgyalandó. Annak ellenére, hogy a döntéshozók száma töredéke a település lakosságának, személyükben – státuszuknál fogva – olyan mértékű befolyással bírnak, amellyel elősegíthetik, ugyanakkor gátolhatják is a turizmus kívánt mértékű fejlődését.” (Michalkó G. 2016))

A politikának tehát ebben a kontextusban az a szerepe, hogy képviselje a nézeteit a fogadó desztináció társadalmának, valamint meghatározza a különböző fejlődési lehetőségeket és véghez is vigye azokat.

Azonban nem csak az önkormányzati szektornak, hanem a helyi vállalkozóknak is fontos szerepük van a turizmusban, hiszen ők sokkal jobban ismerik a helyi erőforrásokat, a feltételeket, az adottságokat, ez által sokkal jobban tudnak abból profitot kovácsolni. Egy kiegyensúlyozott és egészséges turizmus fenntartásához elengedhetetlen a vállalkozói szférai tevékenység. Kecskemét tekintetében, mivel nem egy metropoliszról, hanem egy kisvárosról van szó, központi szerepet kapnak a helyi vállalkozók, hiszen a külföldről beérkező multinacionális cégek száma, így a külföldi tőke beáramlása is kevesebb.

Az interjúk lebonyolítása után megbizonyosodtam róla, hogy a vállalkozói és az önkormányzati szféra Kecskemét turizmusát tekintve teljesen máshogy vélekedik Kecskemét jövőjét, illetve fejlesztendő területeit illetően, és nem tudnak vagy nem is akarnak közös nevezőre jutni.

Michalkó Gábor abszolút rávilágított arra, amelyeket az interjúk lebonyolítása után én is éreztem, mi szerint a képviselők tevékenysége sokszor az informális szférában jelentkezik, mivel olyan értesülések birtokosai, amelyekkel hatással lehetnek a turizmusban érdekelt vállalkozók egyes csoportjaira, vagy olyan láthatatlan érdekek mozgathatják őket, amelyek a formális döntéseikre is kihatnak. Természetesen az önkormányzati képviselők hozzáállása elsősorban a település fejlesztését érintő stratégiai kérdések szempontjából releváns.

Az önkormányzat szerepe tehát megkérdőjelezhetetlen, hiszen ők a fő döntéshozók, nekik kell a pénzzel gazdálkodni és releváns, felelősségteljes döntéseket hozni. Azonban úgy gondolom fontos megemlítenem, amikor a szakdolgozatom témája még csak körvonalazódni látszott a fejemben, ellátogattam a Kecskeméti Önkormányzathoz információszerzés gyanánt. Érdeklődtem, hogy kivel tudnék szakdolgozatom témájában beszélgetni, illetve, hogy ki fogja össze a városban a turizmust? Nagyon készségesek és segítőkészek voltak, ám elmondták, hogy az önkormányzatnál nincs jelen külön turizmus osztály, vannak ugyan végzettségüket tekintve turizmusra szakosodott dolgozók, ám ők sem ezen a területen tevékenykednek. Ismét Michalkó Gábort tudom idézni, aki azt mondja, hogy a turizmust koordináló szervezet nélkül elmarad a célterület turizmusában érintettek erejének összekovácsolása, a lobbizás, az érdekérvényesítés, a marketingmunka eredményes megvalósítása. Kecskeméten is abszolút ez figyelhető meg, hogy nincs egy szervezet, amely összefogná a turizmust.

A város kulturális élete

A kultúra, mint erőforrás számos dimenzióban és több szinten jelenhet meg a városok turisztikai kínálatában. Különböző látogatókat vonzhat, és eltérő tevékenységeket, illetve kínálati elemeket foglal magában a szorosán vett, az örökséértékekre és a kortárs művészet különböző ágazataira épülő kulturális turizmus, valamint az életmódban megtestesülő kultúrát és a kreatív iparágakat is magában foglaló, tágabban értelmezett kulturális turizmus.

Füzi László a Forrás folyóirat főszerkesztője így módon vélekedik Kecskemét kulturális atmoszférájáról:

„Ennek a Kecskemét-jelenségnek az én szememben az egyik sajátossága az, hogy az elmúlt évtizedek során, a hatvanas évektől kezdődően itt egy közösségi tartalmú kulturális struktúra alakult ki, ehhez hasonlónak a jelenlétét nem éreztem sem Szegeden, sem Egerben, vagy ha igen, akkor csak egészen apró szigeteken. Ez nem azt jelenti, hogy az említett városokban nem léteztek-léteztek ezek a közösségi tartalmak, csak azt jelenti, hogy számomra nem megfoghatóan léteztek, ha léteztek, itt pedig számomra megfoghatóan léteznek. Egész itteni létünknek az értelmét az adja meg, hogy – merem remélni – ehhez a közösségi tartalmakat hordozó kultúrához tartozunk, és a kultúrának a közösségi létezéséhez hozzá tudunk tenni valamit.”

Füzi László tehát egyedinek és kiforrottnak tartja Kecskemét város kulturális életét és megjelenését. Érdekesnek gondolom, hogy egyik interjúpartnerem abszolút az ellenkezőjét nyilatkozta nekem, amikor Kecskemét kulturális életéről, valamint a szórakozási lehetőségekről kérdeztem.

„Kecskeméten a polgárosodás még igencsak el van maradva. A nagy egyetemi városokban, mint például Pécs vagy Szeged másfajta polgári légkört látunk.”

Az ellentétes véleményből arra következtethetünk, hogy természetesen mindenki más, illetve ebből adódóan mindenki másfajta kulturális és szórakozási érdeklődési körrel rendelkezik. Nem lehet mindenkinek megfelelőt alkotni, ám úgy gondolom törekedni kell arra, hogy megtaláljunk egy arany középutat. Személy szerint úgy gondolom, hogy kellenének kulturált rendezvények és kulturált vendéglátóhelyek a főtéren, amelyek nem a buliról szólnak, hanem a kultúrát és társadalmi életet szolgálnák. A Neumann János Egyetem létrejöttével már elkezdődött ennek az átalakulása, valamint az újabb karok létrehozásával igyekeznek a városban tartani a fiatalokat. De amíg a város lakosainak nincs igénye kulturális szórakozásra, addig nem is

érdekes ezzel próbálkozni, és a vállalkozók sem fognak hozzá kedvet kapni, hiszen nem lesz számukra jövedelmező.

Nehéz helyzetet teremtett a „magas kultúra” és művészetek támogatási helyzetének romlása is, mely érzékenyen érintette a város kulturális és művészeti funkcióit és intézményeit (pl. Kodály Iskola, Nemzetközi Kerámia Stúdió, Nemzetközi Zománcművészeti Alkotóműhely, városi múzeumok). (Kecskemét Városfejlesztési Stratégia)

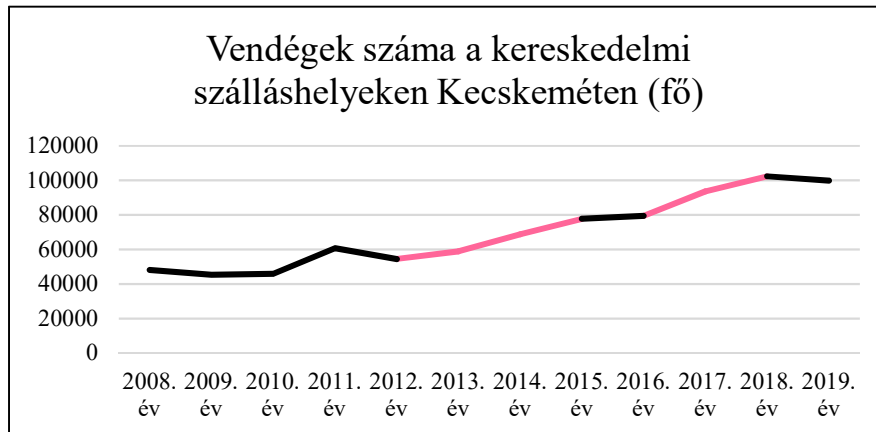
A leggyakrabban szintén városi színtereken megrendezett, egyedi kulturális események vagy kulturális témájú fesztiválok mind közvetlenül, mind közvetetten képesek az adott desztináció vonzerejét növelni: közvetlen hatása kifejezetten az esemény által motivált látogatók számának növekedése, közvetett pedig a desztináció identitásának (ki) alakítása, markánsan egyedi imázs létrejötte, amely hozzájárulhat az adott helyszín megjelenéséhez vagy pozíciójának javulásához a potenciális turisták mentális térképén. (Michalkó 1998, Anholt 2006)

Kecskemét vonatkozásában igen sok ismert kulturális programsorozatot tartanak számon, amely a helyi lakosok számára is szórakozási lehetőség, valamint országos szintű látogatóvonzással bír. Ilyen például az egyedülálló Európa Jövője Gyermektalálkozó (Csiperó), mely minden második évben kerül megrendezésre. A legjelentősebb események közé tartozik továbbá a Kodály Művészeti Fesztivál, a Nemzetközi Kodály Szeminárium, a Nemzetközi Zománcművészeti Alkotótábor, a Nemzetközi Kerámia Stúdió szimpóziumai, a Kecskeméti Animációs Filmfesztivál, a Kecskeméti Népzenei Találkozó, a Kecskeméti Tavaszi Fesztivál, a Kecskeméti Nyári Fesztivál és a Hírös Hét Fesztivál.

A város 2006-ban a Kultúra Magyar Városa címet is kiérdemelte. „A Kultúra Magyar Városa cím olyan szimbolikus jellegű elismerés, amely visszamenőleg díjazza egy hazai város kulturális teljesítményét”. (Rátz 2006) Az elismerés, mint az adott desztináció imázsának egyik eleme tehát hozzájárulhat a kulturális összetevő megerősödéséhez az adott közösség belső identitásában, továbbá minőségi védjegyként jelezheti a potenciális látogatók számára a címet elnyert város kulturális kínálatának magas színvonalát. (Turizmus Bulletin XII. évfolyam 3. szám) Ezt követően Kecskemét 2010-ben Európa Kulturális Fővárosa nevű pályázatban is részt vett. Ezen pályázatok és kitüntetések csak egy módon járulhatnak hozzá a város lakosság életkörülményeinek javításához, illetve a célközönség figyelmének a felkeltéséhez, ha az értékére és mondanivalójára a város marketingkommunikációs szakemberei és a döntéshozók megfelelően felhívják arra a figyelmet.

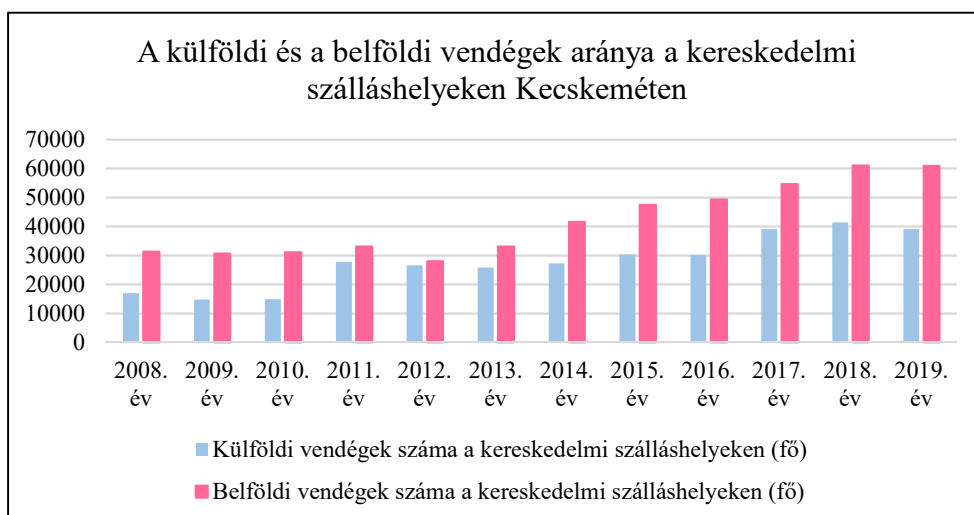
4.2 Turisták attitűdje

Kulcsfontosságúnak tartom megvizsgálni a Kecskemétre érkező turisták attitűdjét is, hiszen ahhoz, hogy megfelelő turisztikai megoldásokat és fejlesztéseket tudjak javasolni, fel kell térképeznem, hogy milyen létszámmal érkeznek a turisták, megfigyelhető e valamilyen mértékű szezonális látogatásukkal kapcsolatban, átlagosan hány vendégéjszakát töltenek el a kereskedelmi szálláshelyeken, illetve milyen motivációval érkeznek.



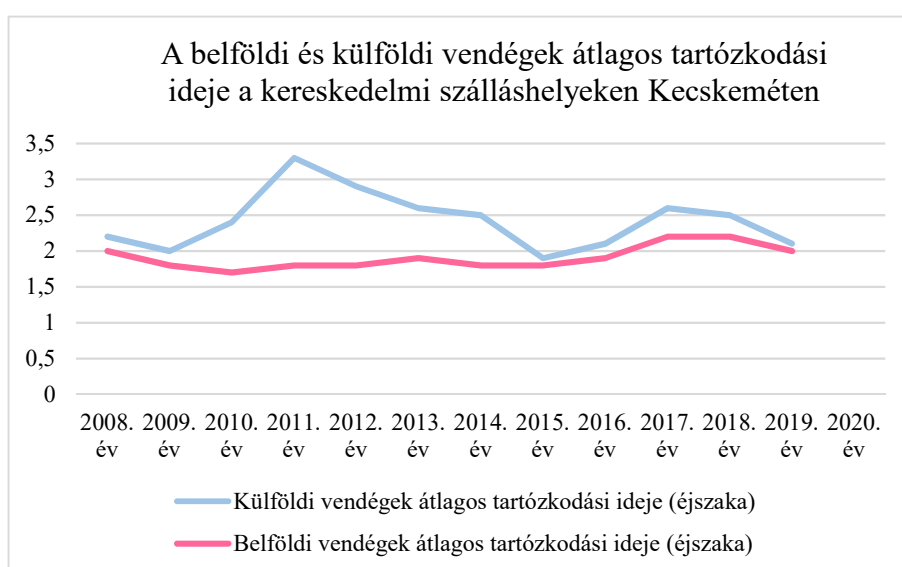
4. ábra A vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken, Kecskeméten (fő) Forrás: Központi Statisztikai Hivatal – saját szerkesztés

A turista érkezések tekintetében elmondható, hogy Kecskeméten az utóbbi 11 évben nagy kiugrások és visszaesések nem láthatók. Konstans növekedésnek mondható, ami mindenképpen pozitív, hiszen ez azt is igazolja, hogy Kecskemét egyre inkább a köztudatba kerül. 2012-ben a vendégek száma 54.504 volt, majd egy magabiztos növekedés vette kezdetét, ami 2015-ben torpant meg, ahol elérte a 77.784 vendégérkezést. Ez alatt a 3 év alatt 30%-os növekedés ment végbe. A vendégérkezések növekedéséhez nagyban hozzájárult az újabb szállásadó egységek, mint például a Four Points by Sheraton megnyitása 2013-ban, valamint a meglévők fejlesztése és kapacitásának bővítése. A csúcspontot 2018-ban érte el a város vendégszám tekintetben, 102.380 vendéget számoltak, amely a 2 évvel korábbi, 2016-os 79.493-hoz képest 22%-os növekedést jelent.



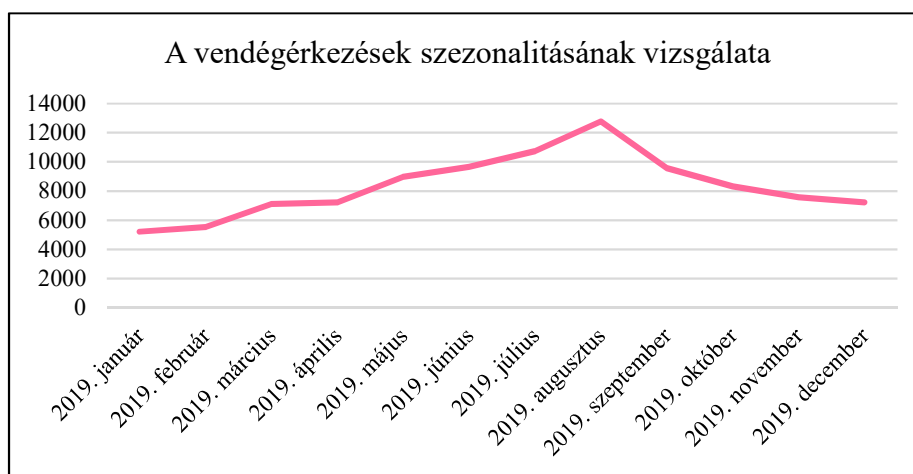
5. ábra A külföldi és a belföldi vendégek aránya a kereskedelmi szálláshelyeken, Kecskeméten Forrás: Központi Statisztikai Hivatal – saját szerkesztés

A külföldi és belföldi vendégforgalomról is érdemes említést tennem. A statisztikából egyértelműen kiderül, hogy Kecskeméten mindig is a belföldi turisták voltak túlnyomó többségben. A belföldi és külföldi vendégek aránya minden évet figyelembe véve átlagosan 60%-40%. Ennek értelmében úgy gondolom, hogy Kecskemét szempontjából érdemes lenne a belföldi turisták számára érdekesebbé tenni a várost, illetve magyar berkeken belül elismertebbnek lenni.



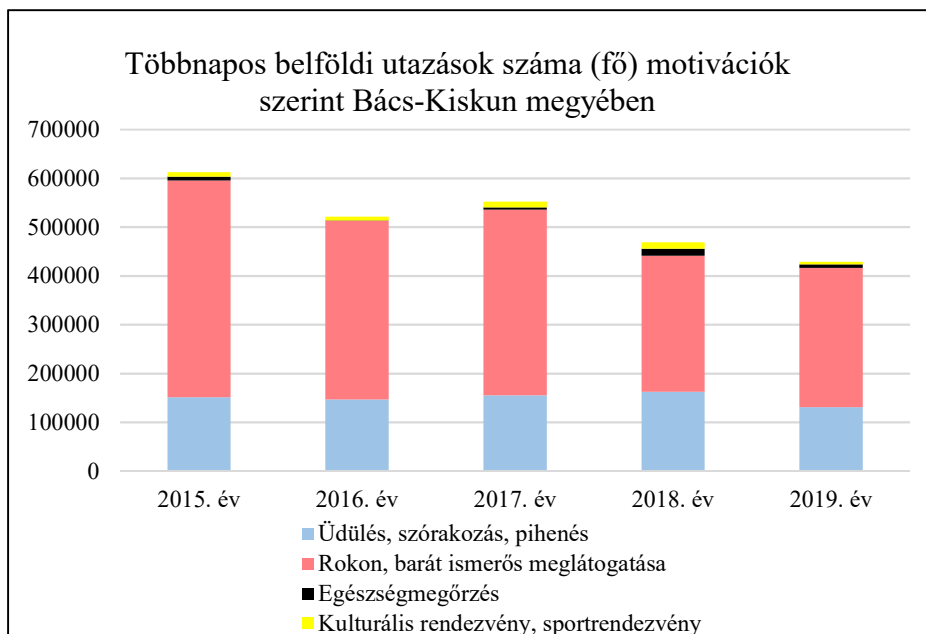
6. ábra A belföldi és külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje a kereskedelmi szálláshelyeken, Kecskeméten Forrás: Központi Statisztikai Hivatal – saját szerkesztés

A vendégek átlagos tartózkodási ideje 2,1 nap, ami az országos átlagával tulajdonképpen megegyező. A külföldiek azonban hajlandóak a belföldieknél több napot tartózkodni, náluk az átlag 2,45 nap, míg a belföldieknél 1,9 nap. Ennél a diagramnál is megfigyelhető a 2011-es kiugrás, ahol a külföldiek átlagosan 3,3 napot tartózkodtak a városban. Ez a kiemelkedés úgy gondolom annak köszönhető, hogy 2011-ben került megrendezésre Kecskeméten az Európa Jövője Egyesület szervezésében a Csiperó, mely által európai országokból érkeztek gyermekek a városba és legalább egy hetet ott is töltöttek. 2011-ben nyitotta meg kapuját továbbá a Mercedes Benz Gyár is, amely szintén okozhatta a kiugrást. A belföldi tartózkodást figyelve tulajdonképpen stagnálás látható.



7. ábra A vendégérkezések szezonális vizsgálatának vizsgálata Forrás: Központi Statisztikai Hivatal – saját szerkesztés

A szezonális vizsgálatánál úgy gondoltam elegendő a tavalyi, tehát a 2019-es év hónapjait figyelembe vennem, hiszen tökéletesen szemlélteti a többi év jellemzőit is. Megfigyelhető, hogy a vendégek száma többnyire kora tavasszal, áprilistól kezd el növekedni, amely minden esetben az augusztusi hónapban csúcsosodik ki. Úgy gondolom ennek az az oka, hogy Kecskeméten az augusztus a leggazdagabb hónap események és programok szempontjából. Akkor kerül megrendezésre például a Hírös Hét Fesztivál is. Augusztus után pedig a vendégérkezések száma konstans csökkenésnek indul. Megállapítható tehát, hogy Kecskeméten a nyári hónapok a dominánsak turistaérkezések szempontjából.



8. ábra A többnapos belföldi utazások száma (fő) motivációk szerint Bács-Kiskun megyében Forrás: Központi Statisztikai Hivatal - saját szerkesztés

A turisták motivációi után kutatva nem találtam külön Kecskemétre vonatkozó adatokat a ksh adatbázisában, de úgy gondoltam, ha a több napos belföldi utazások motivációit vizsgálom Bács-Kiskun megye vonatkozásában, az tulajdonképpen elegendő információval szolgál. Egyértelműen látszik, hogy az utazások fő motivációja a megyében a rokon, barát és ismerős látogatás és az üdülés, szórakozás és pihenés a 2015 és 2019 közötti időszakot tekintve. Az oszlopok méretéből megfigyelhető, hogy évről évre egyre csökken az utazások száma, ám a motivációk eloszlása tulajdonképpen nem igazán változik. A rokon, barát és család látogatási motivációs utak minden évben az utazások körülbelül 60%-át teszik ki, míg az üdülés, szórakozás és pihenés körülbelül a 30%-át. Azonban elmondható az is, hogy 2015-höz képest 2019-re a rokon, barát és család látogatási utazások aránya 72%-ról 66% ra csökkent, míg az üdülés, szórakozás és pihenés utazási célok aránya 21%-ról 31%-ra növekedett. Az egészségmegőrzés és a kulturális rendezvény és sportrendezvény motivációval rendelkező utazások abszolút elhanyagolhatónak mondhatók.

4.3 Szálláslehetőségek és vendéglátó egységek

Kereskedelmi szálláshelyek adatai

Kecskeméten a KSH adatai szerint 2019-ben 22 kereskedelmi szálláshely működött, kiadható szobák száma 1060, valamint a kiadható férőhelyek száma 2268. A működő kereskedelmi szálláshely egységek számát illetően csak a 4 csillagos szálláshelyekkel kapcsolatban találtam frissebb adatokat.

A város 4 csillagos szállodái a 2019-es évben:

- Aranyhomok Business Wellness Hotel
- Hotel Három Gúnár
- Four Points by Sheraton Kecskemét Hotel & Conference Center
- Granada Konferencia, Wellness és Sport Hotel
- Gokart Hotel & Restaurant Kecskemét

A 3, illetve 2 csillagos szálláshelyek adatai 2012-ig láthatóak, mi szerint Kecskeméten a 3 csillagos szállodák vannak többségben a szálláshely típusok tekintetében.

I. táblázat Kereskedelmi szálláshelyek kapacitás-kihasználtsága Kecskeméten Forrás: Központi Statisztikai Hivatal - saját szerkesztés

Időszak	Mutatók	
	Férőhelykapacitás-kihasználtság (%)	Szobakapacitás-kihasználtság (%)
2010. év	21	33
2011. év	25,4	43,1
2012. év	20,8	36,3
2013. év	20,9	32,6
2014. év	21,6	32,1
2015. év	21,3	31,4
2016. év	23,7	34,3
2017. év	35	51
2018. év	40,8	60
2019. év	34	49,9

A szállodák azonban igencsak alacsonynak mondható férőhely-kapacitás kihasználtsággal, illetve szobakapacitás-kihasználtsággal dolgoznak, amelyet az alábbi táblázat is szemléltet. Az utóbbi 10 évet tekintve ugyan voltak kisebb kiugrások, mint például a 2017-es és 2018-as éveknél, ahol mindkét mutató esetében az előtte és az utána való évekhez képest jelentősen magasabb az arány, ám a többi évet tekintve stagnálás látható. Ebből is kiolvasható, hogy

Kecskemét számára nem érdemes új szálláshelyeket létesíteni, mivel a mostaniak is igencsak alacsony kihasználtsággal működnek.

Kereskedelmi vendéglátóegységek adatai

A KSH szerint Kecskeméten 2020. júniusában 634, ebből 534 kereskedelmi vendéglátóhelyként üzemelt. 360 volt közülük étteremként, cukrászdaként vagy egyéb vendéglátóhelyként számon tartva, 174 italüzletként és zenés szórakozóhelyként. A kereskedelmi vendéglátóegységek száma az utóbbi pár évet tekintve növekedni látszik egy kategóriát kivéve, amely az italüzlet és a zenés szórakozóhely. Fontos megemlítenem, hogy a Bács-Kiskun megyében számon tartott kereskedelmi vendéglátóegységek 60%-a Kecskeméten található.

2. táblázat A vendéglátóhelyek száma és típusa Kecskeméten Forrás: Központi Statisztikai Hivatal - saját szerkesztés

Időszak	Mutatók			
	Egységek száma az időszak végén (db)	Kereskedelmi vendéglátóhelyek száma	Étterem, cukrászda és egyéb vendéglátóhely	Italüzlet és zenés szórakozóhely
2010. december	669	566	314	252
2011. június	699	596	325	271
2011. december	715	611	335	276
2012. június	745	638	365	273
2012. december	732	627	369	258
2013. június	714	610	366	244
2013. december	714	606	362	244
2014. június	682	579	353	226
2014. december	643	543	332	211
2015. június	634	533	329	204
2015. december	646	542	335	207
2016. június	648	542	338	204
2016. december	627	528	331	197
2017. június	614	518	327	191
2017. december	620	524	337	187
2018. június	616	519	336	183
2018. december	619	519	331	188
2019. június	623	525	340	185
2019. december	634	535	352	183
2020. június	634	534	360	174

5 Kutatási eredmények

Ennek a kutatásnak az volt a célja, hogy Kecskemét adottságait feltérképezsem ahhoz, hogy a városnak megfelelő turisztikai fejlesztési javaslatokat tudjak tenni olyan mértékben, ami nem károsítja a város laza és kellemes atmoszféráját, hanem fenntartható és mindenki számára kedvező feltételeket biztosít. Nehéz azonban megtalálni az arany középutat, tehát, hogy fejlődés is végbe menjen, ám a fejlődés fenntartható legyen.

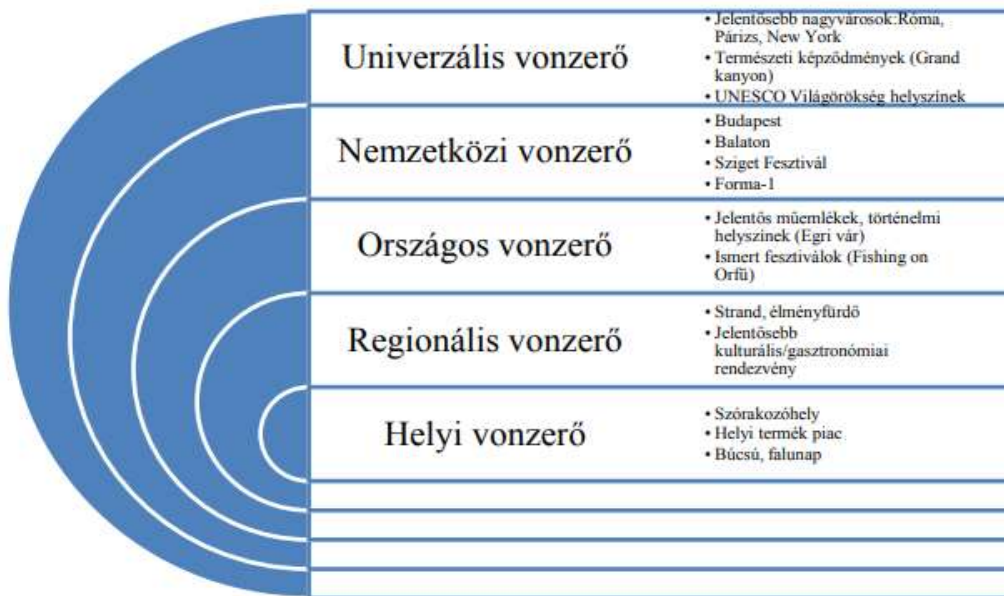
Az alábbiakat állapítottam meg Kecskemét városáról a kutatásom folyamán:

- Kecskemét jelentős ipari centrummá nőtte ki magát az elmúlt években
- a vállalatok megjelenése által szükségessé vált a szakképzett munkaerő biztosítása
- a munkanélküliségi ráta csökkent, az átlagos munkabérek emelkedtek
- az infrastruktúrára nagy nyomás nehezedett, melynek orvoslására létrehozták a Kecskemét Fenntartható Városi Mobilitás Tervet
- az iparosodás következménye az élhetőség és a város természeti környezetének romlása, ehhez szükséges a rendszeres monitoring, melynek legújabb állapotfelmérése a Kecskemét Megyei Jogú Város Környezetvédelmi Programja (2020-2025)
- az önkormányzat és a helyi vállalkozók igényeit össze kell hangolni
- Kecskemétet átutazó városból potenciális turisztikai célponttá kell formálni, melynek megoldása a turisztikai árualap, a termékfejlesztés
- új szálláshelyek kialakítása nem szükséges, hiszen a jelenlegiek is alacsony kihasználtsággal dolgoznak
- nem érdemes tömegturizmust generálni a város adottságai miatt, inkább egy olyan célcsoportot kell megcélozni, akik egy kisebb szegmenst képviselnek, ám magas költségi hajlandósággal rendelkeznek
- olyan turisztikai terméket kell fejleszteni, amely egész évben biztosítani tudja a látogatottságot

6 A golfpálya, mint turisztikai termék bemutatása

A golfpálya, mint vonzerő

A vonzerő a motiváció, a turisztikai termék központi eleme, amely által tulajdonképpen az utazás megvalósul. A vonzerő, mint olyan azonban nagyon szubjektív tud lenni, hiszen ahány turista, annyi féle érdeklődési kör és igény létezik. A vonzerőket két kategóriába tudjuk csoportosítani, az egyik a természeti vonzerők, tehát az éghajlat, a víz, a nemzeti parkok, a flóra és fauna, a másik pedig az ember alkotta vonzerők, tehát az épületek, speciális események, sport és rekreáció. A turisztikai vonzerők csoportosítását a 11-es számú ábra segítségével fogom magyarázni. A vonzerők csoportosításához a következő ábra a nyújt segítséget. (9. ábra A turisztikai vonzerők csoportosítása hatókör szerint Forrás: Gonda 2016. p. 17)



9. ábra A turisztikai vonzerők csoportosítása hatókör szerint Forrás: Gonda 2016. p. 17

Úgy gondolom, hogy egy turisztikai vonzerő létesítésében nagyon fontos szerepe van a nyitás utáni kezdeti időszaknak, hiszen ez az időszak a legmeghatározóbb a termék életében és befolyásolja annak további alakulását. Egy vonzerőnek, mint például egy golfpálynak, ha megfelelő a marketingje, a szolgáltatások, esetleg extra szolgáltatások, mint például rendezvényház vagy étterem, professzionálisak, esetleg a golfpálya vagy a driving range (gyakorló pálya) kialakításában is szerepelnek olyan elemek, melyek különlegessé teszik azt, akkor minden bizonnyal elterjed a híre, és nem csak regionális szinten, de országos viszonylatban is meg tudja állni a helyét.

Közlekedés és egyéb infrastruktúra rendelkezésre állása

Az infrastruktúrának is jelentős szerepe van, hiszen az attrakciót vagy vonzerőt valamilyen formában meg kell közelíteni. A könnyen megközelíthető és jó infrastruktúrával felszerelt desztinációk minden bizonnyal vonzóbbak a turisták számára.

Mint már említettem, Kecskemét kedvező geográfiai helyzettel rendelkezik, az ország bármely pontjáról könnyedén megközelíthető. A városon belüli közlekedés korszerűsítése és tehermentesítése is folyamatban van.

A termék- és az attrakció fejlesztés mellett elengedhetetlen az ahhoz illeszkedő szálláshely és vendéglátóegységek kínálatának a kialakítása. A vendéglátóegységek, illetve a kereskedelmi szálláshelyek mennyisége és minősége Kecskeméten úgy gondolom, hogy egyelőre megállja a

helyét és abszolút képes kiszolgálni azt a vendégkört, amelyet egy golfpálya képes vonzani. Természetesen egy termékfejlesztés folyamatánál és a termék beindításánál elengedhetetlen a folyamatos monitoring. Az így nyert információk tükrében lehet további intézkedéseket, illetve fejlesztéseket javasolni.

Megéri golfpályát telepíteni Kecskemétre?

A következő részben szeretném ész érvekkel alátámasztani, hogy miért gondolom azt, hogy Kecskemét számára a golfpálya építése lenne a legmegfelelőbb turisztikai termék. Ezt a lehetséges és várható vendégkör felmérésével fogom alátámasztani. Azt is vázolni fogom, hogy a kutatásom során szerzett információim alapján megéri-e, tehát jövedelmezőnek mondható-e a város számára az ilyesfajta attrakció létrehozása. Ehhez elengedhetetlen az olyan tényezőket számba vennem, mint például a szezonális vizsgálata, valamint a rendelkezésre álló infrastrukturális adottságok és a szolgáltatások ilyen szempontú értékelése. A záró gondolataimban boncolgatom a golfpálya várható költségeit, illetve a marketingtevékenység fontosságáról is szót ejtek.

Elsősorban a vendégkörrel szeretném alátámasztani a golfpálya megvalósíthatóságát és jövedelmezőségét, melyet Kiss Róbert fogalmazott meg a Golf turizmus rendszere, a nemzetközi és hazai keresletkínálat trendjei és területi vetületei (2013) című értekezésében.

A golfturisták szegmensei és vendégkörének jellemzői:

- a kikapcsolódásra vágyó felsővezető, vállalkozó férfiak
- az egészség- és környezettudatos, nyugdíjasok tábora
- a pályapresztízst és új pályákat kedvelő értelmiségiek
- a karrier-orientált nők
- a természetet és klubéletet kedvelő egyedülállók

Kecskeméten számos multinacionális cég megtalálható, melyek közül a legnagyobb húzóerőt természetesen a Mercedes Benz Gyár jelenti. Ezek a multinacionális és külföldi székhelyű cégek tökéletes vendégkört jelentenének a golfozáshoz, hiszen alkalmazottjaik között számos kikapcsolódásra vágyó felsővezető található. Célcsoportként tehát őket céloznám meg, hiszen magas költési hajlandósággal rendelkeznek. Úgy gondolom, hogy erre a szegmensre lehet főként alapozni a golfpálya sikerességét Kecskeméten. Ugyanakkor Kecskeméten egyre nagyobb jelentőséggel bír a sportolás, az utóbbi években számos meglévő sportpálya került

korszerűsítésre, illetve új sportpályák is létesültek. A golfozás egy kuriózum lenne, mind a kecskeméti lakosok, mind pedig a belföldi vagy akár külföldi látogatók számára.

Szezonális orvoslása

Kecskemét turizmusát főként a konferencia turizmus határozza meg. A konferencia turizmusról tudni illik, hogy főként az 1-2 napos vendégéjszakák jellemzik, inkább hétköznapokon, mintsem hétvégén, valamint az őszi és tavaszi időszakokban éli csúcsidejét, a nyár valamivel csendesebbnek mondható. Interjú alanyom a szállodai szférából is alátámasztotta, hogy hétköznap valóban vannak vendégek a konferenciaturizmus miatt, ám szabadidős turisták, akik általában hétvégéket töltenek a szállodában, nem nagyon vannak. A golfpálya létrehozásával ezt ki lehetne tölteni, hiszen golfversenyek szervezésével akár a hétvégéket is ki lehetne tölteni a szállodákban, mivel számos vendég érkezne ez által a városba.

A golf sem az a sport, amely egész évben űzhet az ember megszakítások nélkül, hiszen a tél és a mínuszok beköszöntével a golfpálya sajnos játszhatatlanná és veszélyessé válik. Az elütő (driving range) azonban egész évben, minden évszakban működőképes lehet, ha megfelelő kialakítással rendelkezik. A szezonális orvosság lehet továbbá a golfpálya mellett kialakított rendezvény és konferenciaház, melyet a következő fejezetben fogok kifejteni.

Rendezvényház létesítése

A Continental Citygolf példájánál maradván nagyon jó ötletnek gondolom azt, hogy a golfpálya mellett helyet kapott egy rendezvényház is. A rendezvényház több funkcióval, konferenciák és meetingek kiszolgálására alkalmas, ám születésnapoknak, esküvőknek és igény szerint egyéb rendezvényeknek is otthont ad. Sok esetben a konferenciára érkezők programtervében szerepelt a golfoktatás is, ez által össze kötve a kellemest a haszonnal, hiszen akik rendezvényre érkeznek a rendezvényházba, minden bizonnyal elkezdnek érdeklődni a golfozás iránt és megfigyeléseim alapján sokan visszatérnek egy másik időpontban kipróbálni a játékot.

Fenntarthatóság és természet közelség

A Continental Citygolf Club is tökéletes példa arra, hogy egy város közepén is ki lehet alakítani egy természetközeli kis szigetet, ahová a város zajából el lehet menekülni és ki lehet kapcsolódni. Kecskeméten a Benkó Zoltán Szabadidőközpontban is számos kihasználatlan zöldfelület található, ahová meg lehetne valósítani a golfpályát. A Benkó Zoltán szabadidőközpont egyébként az utóbbi években nagyon szépen kiépült és megannyi lehetőséget kínál a sportolni vágyóknak. Nyáron például közkedvelt a strandja, melyen egy wakeboard

pálya is üzemel, télen jégkorcsolyapálya és hófánk pálya várja a sportolni vágyókat, a horgász szerelmesei által is közkedvelt, mindemellett sportpályák is kialakításra kerültek. A golfpálya létrehozásával csak emelnék a terület színvonalát, amely kulturált sportolási lehetőséget biztosítana a helyieknek és a turistáknak egyaránt, valamint új attrakcióként szolgálna.

A golfpálya költségeinek számba vétele

A szakmai gyakorlatom során volt szerencsém beszélgetni a golfpálya vezetőjével, aki azt mondta nekem, hogy egy golfpálya tervezése, illetve megvalósítása rengeteg beruházást és időt igényel. Maga a terep kialakítása, a pályastruktúrák, az akadályok, a fairwayek, a greenek elrendezése, az öntözőrendszerek kiépítése és a füvesítés mind mind elengedhetetlen ahhoz, hogy biztosítva legyenek a játéknak megfelelő körülmények, valamint folyamatos munkát és karbantartást igényel. Egy klasszikus városi pályán általában 9 lyukat lehet megjátszani. Berta Zsolt (2020) blogjában, melyben arra keresi a választ, hogy megéri-e golfpályát létesíteni, kiderül, hogy egy lyuk kialakítása közel 20-30 millió forintos beruházást tesz ki. Egy kisebb klubház kialakítása recepcióval, illetve golf termékek árusításával közel 40-60 millió Ft-ot jelent. A blogban arra is kitér, hogy a golfpálya üzemeltetése során a legköltségesebb tényező az a „greenkeeping”, azaz a pályafenntartás, amely rendkívül anyagigényes, illetve speciális gépek és járművek is szükségesek hozzá. A legkisebb költségvetés számolásával is nagyjából 50 millióFt-ról beszélünk.

Érdeemes már a tervezésnél mérlegelni, a veszélyekkel és a különböző várható problémákkal számolni és felkészülni rájuk, valamint azt eldönteni, hogy valóban kitermeli-e majd a pálya a fix költségeit.

Megfelelő marketing tevékenység kialakítása

Úgy gondolom, hogy nagyon fontos egy új létesítmény szempontjából a megfelelő kezdeti marketing tevékenység, a reklám és a stratégia kialakítása, hiszen ez fogja meghatározni sikerességét. Tapasztalataim alapján elmondhatom, hogy sokan azt gondolják, hogy a golf csak a felső tízezer sportja. Természetesen ebben van igazság, hiszen, ha valaki profi szinten szeretné üzni, a felszerelések és a külön órák nem egy átlagos pénztárcának kedveznek. Ez által sokan el sem mernek látogatni egy golfpályára. Azonban fontos felhívnom arra a figyelmet, illetve a golf iránt érdeklődők figyelmét, hogy a „hobby golfozás” abszolút nem egy drága mulatság, mindemellett nagyon szórakoztató és jó kikapcsolódási lehetőséget biztosít, hiszen a szabadban történik és teljesen kikapcsolja az embert. Akár családosan, akár barátokkal vagy céges csapatépítő programként is tökéletesen megállja a helyét.

6.1 SWOT analízis

Egy SWOT analízis elkészítésével szeretném szemléltetni és összefoglalni azokat a tényezőket, amelyeket az előbbiekben taglaltam. A termékfejlesztés folyamataihoz tartozik ez a módszer is, amely a termék életképességét méri fel tulajdonképpen. Megmutatja a lehetőségeket, amelyeket a termék kínál, ám rávilágít az esetleges veszélyforrásokra is, amelyekre érdemes odafigyelni. A golfpálya SWOT analízisének az átgondolásával arról szeretnék megbizonyosodni, hogy Kecskemét számára milyen lehetőségeket rejt egy golfpálya, és melyek azok a tényezők, amelyek hátráltatni tudják vagy akár ellehetetlenítik a megvalósítását.

3. táblázat A golfpálya SWOT analízise Kecskemét vonatkozásában - saját szerkesztés

<p style="text-align: center;">Erősségek</p> <ul style="list-style-type: none">• szezonális orvoslása• zöld terület hasznosítása és gondozása• egyedi és speciális termék és élmény nyújtása• munkahely teremtés• egyedi és fizetőképes vendégkör	<p style="text-align: center;">Gyengeségek</p> <ul style="list-style-type: none">• nagy beruházást igényel• sok költséggel jár• folyamatos karbantartást igényel• speciális munkaerőt igényel (greenkeeperek, golfoktatók)
<p style="text-align: center;">Lehetőségek</p> <ul style="list-style-type: none">• infrastruktúra fejlesztése• klubélet kialakítása• rendezvények, konferenciák, meetingek szervezése• a sportág népszerűsítése	<p style="text-align: center;">Veszélyek</p> <ul style="list-style-type: none">• nincs érdeklődés• nem termeli ki a fix költségeit• az infrastruktúra leterhelése• nem lehet felvenni a versenyt a közelben lévő pályákkal

7 Összefoglalás

A kutatásom során arra törekedtem, hogy szülővárosom Kecskemét turizmusa számára egy járható és megvalósítható utat mutassak. Ezt az utat mindenképpen a fenntarthatóság, illetve a környezetbarát megoldások és törekvések alapköveivel szerettem volna lefektetni. Véleményem szerint a turizmusnak, mint gazdasági ágazatnak is csak úgy van jövője, ha a turizmusban részt vevők tudatosítják magukban a környezetünk megóvásának a fontosságát, hiszen pont a turizmus az az ágazat, ahol az elsődleges élményt a környezeti feltételek és adottságok nyújtják.

Fontos kihangsúlyoznom, hogy a felismeréstől a megvalósításig nem hónapok, hanem évek alatt lehet eljutni. A fenntartható turizmusfejlesztés egy hosszú folyamat, melynek során minden egyes lépcsőfokot ki kell járni, hiszen csak így lehet majd elérni a kívánt célt. A cél természetesen a fenntartható turizmus elérése. Úgy gondolom, hogy elsősorban a város vezetésének érdemes tisztában lenni a szakdolgozatom első felében meghatározott fogalmakkal, hiszen az iránymutatás első sorban a városvezetés tevékenységei közé tartozik. A város lakóinak viszont ugyan olyan fontos szerepköre van, tehát egyik a másik nélkül nem életképes. A város vezetés tagjainak azonban fel kell hívniuk a városlakók figyelmét a téma fontosságára, majd együttműködésre ösztönözni őket.

Kutatásom alatt számos olyan dokumentumra és stratégiára leltem, melyekben a fenntarthatóság témakörének megfelelő célkitűzéseket, illetve jövőbeli terveket is olvastam. Ez által arra a következtetésre jutottam, hogy Kecskemét jó irányba halad és számos területen, mint például az infrastruktúra fejlesztése vagy a természeti és épített környezet aktuális helyzetének folyamatos felmérése, tehát már jelen vannak ezek a megmozdulások és intézkedések. A város turisztikai adottságait tekintve azonban sajnos nem elég jó. Ahhoz, hogy jól működjön, turisztikai kínálatnak kell lennie, adottságoknak, mint például tengerpartnak, hegyeknek, építészeti örökségeknek, híres szülötteknek. Sajnos Kodály Zoltánt nem lehet hasonlítani egy Mozarthoz. Provinciális trendek vannak, ám egyik sem annyira különleges, hogy külföldről bárkit idevonzzon. A belföldi turizmusra viszont lehet építeni.

Véleményem szerint semmiképpen sem szabad elengedni és félvállról kezelni a turizmus fejlesztésének a kérdéskörét Kecskemét vonatkozásában, hiszen a turizmus jelenléte számos pozitív hatást gyakorol a városra, mint például munkahelyet teremt, javul az életkörülmény, meglévő szolgáltatásokat és az infrastruktúrát fejlesztésre ösztönzi, multiplikátor hatást von maga után.

Ennek értelmében javasoltam a golfpálya, mint turisztikai termék létrehozását. Számos pozitív tényezőt hordoz magában, mint például a városban lévő kihasználatlan zöld területek karbantartása, illetve hasznosítása. Munkahelyteremtő tulajdonsággal is bír, ám elgondolkodtató, hogy lesz-e megfelelő képzettségű és kvalitású munkaerő egy ilyen speciális munkákat igénylő turisztikai termék létrehozásához és működtetéséhez. Erőssége továbbá, hogy olyan keresleti szegmenst, illetve fizetőképes célcsoportot lehetne vele bevonni, amely pontosan eleget tenne annak a kritériumnak, hogy Kecskemétre nem szabad tömegturisztikai attrakciókat gyártani. A termék multifunkcionálissá tétele, illetve ez által a szezonális orvoslása a rendezvényház megépítésében rejlik. Nem szabad azonban elmenni amellett, hogy a tervezés, illetve a megvalósítás hatalmas beruházást igényel, valamint a működtetése, illetve a pálya karbantartása is magas fix költségeket von maga után. Mérlegelni kell tehát, hogy a beruházásokat, illetve a folyamatos költségeket képes lesz-e a hely kitermelni, illetve lesz-e olyan mértékű érdeklődés, hogy megérje üzemeltetni. Úgy gondolom, hogy megfelelő marketingtevékenységgel és egy egyedi pályaszerkezet kialakításával sikeres lehet az ötlet.

Őszintén remélem, hogy kutatásommal hasznos és releváns információkkal tudtam szolgálni az olvasók számára. A továbbiakban törekedni fogok arra, hogy irományom eljuttassam Kecskemét Városvezetése számára. Bízom benne, hogy Kecskemét jövőbeli célkitűzéseit illetően a fenntartható törekvések és intézkedések prioritást fognak élvezni.

8 Felhasznált irodalom

1. Albert Tóth, A. & Happ, É. 2017. *A turisztikai kereslet fejlesztésének lehetséges irányai egy innovatív városban*. Turizmus Bulletin, A Magyar Turisztikai Ügynökség Szakmai és Tudományos Folyóirata XVII. évfolyam 3-4. szám, 17-20 p.
Elérhető: https://mtu.gov.hu/documents/prod/TurizmusBulletin_2017-3-4.pdf
[Hozzáférés dátuma: 2020.10.12.]
2. Kecskemét Városfejlesztő Kft 2020. *Kecskemét Megyei Jogú Város Környezetvédelmi Program Cselekvési Terve (2020-2025) Közgyűlési változat*, Kecskemét, 9-75 p.
Elérhető: https://kecskemetivarosfejleszto.hu/wp-content/uploads/2020/10/2020-2025-evekre-szolo-Cselekvesi-terv_20200618.pdf [Hozzáférés dátuma: 2020.11.12.]
BAON 2018. [online] *Egyre több a turista és a konferenciavendég Kecskeméten*.
Elérhető: <https://www.baon.hu/kozelet/helyi-kozelet/egyre-tobb-turista-es-konferenciavendeg-kecskemeten-1232725/> [Hozzáférés dátuma: 2020.10.12.]
3. Hírös gazdaság, 2019. *Kecskemét jelene és jövője* [online] 11. szám., Kecskemét, 36-45 p. Elérhető: <https://hiros.hu/hiros-gazdasag-2019-tavasz-nyarletoltes> [Hozzáférés dátuma: 2020.10.12.]
4. Turizmus Bulletin, A Magyar Turisztikai Ügynökség Szakmai és Tudományos Folyóirata 2006. *Kulturális turizmus és városfejlesztés – Európa Kulturális Fővárosa*. VI. évfolyam 2. szám, 8-17 p.
Elérhető: https://mtu.gov.hu/documents/prod/T_bulletin_2006_02.pdf
[Hozzáférés dátuma: 2020.10.18.]
5. Kecskemét Városfejlesztő Kft. 2014. *Kecskemét Megalapozó Vizsgálat*. Kecskemét, 89-180 p. Elérhető: https://kecskemetivarosfejleszto.hu/wp-content/uploads/2017/01/KMJV_Megalapozo_20140904.pdf [Hozzáférés dátuma: 2020.10.07.]
6. Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat 2016. *Bács-Kiskun megye turizmusfejlesztési terve (2016-2020)*. Kecskemét, 107-118 p.
Elérhető: <https://www.bacskiskun.hu/files/megyeionkormanyzat/eloterjeszesek/20161125/e-np11-200161125.pdf> [Hozzáférés dátuma: 2020.10.30.]
7. Rátz, T. 2012. *A magyar Athén és a kálvinista Róma – kulturális üzenetek megjelenése magyar városok észlelt imázsában*. Turizmus Bulletin, A Magyar Turisztikai Ügynökség Szakmai és Tudományos Folyóirata, XII. évfolyam 3. szám. 44-50 p.
Elérhető: https://mtu.gov.hu/documents/prod/151_bulletin3_41-51.pdf

- [Hozzáférés dátuma: 2020.10.18.]
8. Bács-Kiskun Megyei Turizmusfejlesztési és Marketing Nonprofit Kft. 2016. *Érték Élmény Egészség, Kincsek Nyomában Bács-Kiskunban*. Kecskemét ISBN: 978-963-7192-36-4 Elérhető: <http://online.anyflip.com/wokb/fucl/mobile/index.html#p=1>
[Hozzáférés dátuma: 2020.10.07.]
 9. Magyar Turizmus Rt. Kutatási Igazgatóság 2002. *Québec-i nyilatkozat az ökoturizmusról*. Turizmus Bulletin, A Magyar Turisztikai Ügynökség Szakmai és Tudományos Folyóirata, VI. évfolyam 4. szám
Elérhető: <https://mtu.gov.hu/documents/prod/Turizmus-Bulletin-VI.-evfolyam-4.-szamOKO.html> [Hozzáférés dátuma: 2020.10.05.]
 10. Michalkó G. 2016. *Turizmológia*, Akadémiai Kiadó Zrt. ISBN: 978 963 05 9717 3
 11. Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzata (2019) *Kecskemét megyei jogú város 2019. évi környezeti állapot értékelése*. Kecskemét, 44-45 p.;
Elérhető: https://kecskemet.hu/uploaded_files/files/hirek/75417/2019_%C3%A9vi_k%C3%B6rnyezeti_%C3%A1llapot_%C3%A9rt%C3%A9kel%C3%A9s.pdf
[Hozzáférés: 2020.11.11.]
 12. University of the Aegean 2002. *Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity in European Tourism Destinations*. Athens, B4-3040/2000/294577/MAR/D2
Elérhető: https://ec.europa.eu/environment/iczm/pdf/tcca_material.pdf
[Hozzáférés dátuma: 2020.10.05.]
 13. Vargáné Csobán, K. 2010. *A fenntartható turizmus vidékfejlesztési összefüggései az Észak-alföldi régió példáján*. [PhD értekezés] Debrecen, 15-60 p.
Elérhető: https://dea.lib.unideb.hu/dea/bitstream/handle/2437/97141/VarganeCsK_ert.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Hozzáférés dátuma: 2020.11.02.]
 14. EuroSpa Hungary Kft. 2006. *Dél-Alföld turizmusfejlesztési stratégia (2007-2013)*. 58-74 p. Elérhető: <https://2010-2014.kormany.hu/download/4/8e/20000/Del-Alfold.pdf#!DocumentBrowse> [Hozzáférés dátuma: 2020.10.05.]
 15. A Magyar Köztársaság Kormánya 2007. *Dél-alföldi operatív program*; CCI-szám: 2007HU161PO004. 8-44 p.
Elérhető: http://www.darinno.hu/wp-content/uploads/2015/01/245-26-del-alfoldi_operativ_program-1.pdf [Hozzáférés dátuma: 2020.10.05.]
 16. Felföldi, T. A. 2013. „*Három lába van, mégis meginog*”: *A fenntarthatóság pilléreinek parciális vizsgálata a magyar városok és vonzáskörzetük példáján*. 3-10 p.

- Elérhető: <http://eco.u-szeged.hu/download.php?docID=39939> [Hozzáférés dátuma: 2020.11.10.]
17. Kecskeméti Városfejlesztő Kft. 2015. *Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzata gazdasági programja (2020-2025)*. Kecskemét
Elérhető: <https://kecskemetsz.hu/melleklet-59068-letoltes?fc=0>
[Hozzáférés dátuma: 2020.10.18.]
18. Gonda, T. 2016. *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. ISBN 978-963-429-108-4 PTE KPVK 10-24 p.
Elérhető: http://lib.igyk.pte.hu/libletoltes/karikiadvanyok/Gonda%20Tibor_A_turisztikai_termekfejlesztes_elmeleti_alapjai.pdf
[Hozzáférés dátuma: 2020.11.12.]
19. Kanalas, I. 2008. *Kecskemét integrált városfejlesztési stratégiája (2007-2013)*. második, átdolgozott változat. Kecskemét, 1-10 p.
Elérhető: <http://www.alfoldinfo.hu/kecskemetsz/ivs/strategia.pdf> [Hozzáférés dátuma: 2020.04.23.]
20. Kanalas, I. 2016. *Kecskemét fenntartható városi mobilitás terve*. Kecskemét, 57-80 p.
Elérhető: <https://kecskemetsz.hu/wp-content/uploads/2017/01/Kecskemetsz-Fenntarthato-Mobilitasi-TerveSUMP20161118.pdf> [Hozzáférés dátuma: 2020.04.23.]
21. Puczko, L. 1999. *Turizmus és környezet. Turizmus vagy környezet?* [PhD értekezés] Budapest, 227 p. Elérhető: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/204/1/puczko_laszlo.pdf
[Hozzáférés: 2020.11.09.]
22. Österreich Werbung 2012. *Nachhaltigkeit im Tourism* [online] Bécs, 12 p.
Elérhető: https://www.austriatourism.com/fileadmin/user_upload/Media_Library/Downloads/Marke/nachhaltigkeit_positionspapier.pdf [Hozzáférés dátuma: 2020.11.12.]
[Hozzáférés dátuma: 2020.10.05.]
23. Kiss, R. 2013. *A golf turizmus rendszere, a nemzetközi és hazai keresletkínálat trendjei és területi vetületei*. [PhD értekezés] Pécs, 28 p.
Elérhető: http://foldrajz.ttk.pte.hu/files/doktori-iskola/nv/tezis/kiss_robert_tezis_2013.pdf [Hozzáférés dátuma: 2020.11.20.]
24. Berta, Zs. 2020. *Érdemes golf pályát építeni?* [blog] március 31.
Elérhető: https://ingatagingatlan.blog.hu/2010/03/31/erdemes_golfpalyat_epiteni
[Hozzáférés dátuma: 2020.11.20.]

9 Ábrajegyzék

1. ábra A fenntarthatósági piramis Forrás: Österreichisch Werbung 2012 p. 4 _____ 20
2. ábra A három oszlopos modell Forrás: Österreich Werbung 2012 p. 5 _____ 21
3. ábra A fenntartható fejlődés, a turizmus indikátorok és az életminőség (jólét) kapcsolata
Forrás: Reményik s.a. p. 3 _____ 26
4. ábra A vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken, Kecskeméten (fő) Forrás: Központi
Statisztikai Hivatal – saját szerkesztés _____ 34
5. ábra A külföldi és a belföldi vendégek aránya a kereskedelmi szálláshelyeken, Kecskeméten
Forrás: Központi Statisztikai Hivatal – saját szerkesztés _____ 35
6. ábra A belföldi és külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje a kereskedelmi
szálláshelyeken, Kecskeméten Forrás: Központi Statisztikai Hivatal – saját szerkesztés ____ 35
7. ábra A vendégérkezések szezonálisának vizsgálata Forrás: Központi Statisztikai Hivatal
– saját szerkesztés _____ **Hiba! A könyvjelző nem létezik.**
8. ábra A többnapos belföldi utazások száma (fő) motivációk szerint Bács-Kiskun megyében
Forrás: Központi Statisztikai Hivatal - saját szerkesztés _____ 37
11. ábra A turisztikai vonzerők csoportosítása hatókör szerint Forrás: Gonda 2016. p. 17 _ 41