



SÁGHEGY LEADER EGYESÜLET



ÚJ MAGYARORSZÁG
VIDÉKFEJLESZTÉSI PROGRAM
2007-2013



#

A turizmus, mint a Sághegy LEADER Akcióterv fejlődésének egyik motorja

#

Tartalomjegyzék

I. A turizmus jelenlegi helyzetének bemutatása.....	4
<i>Előzmények, a tanulmány indokoltsága.....</i>	<i>4</i>
<i>A turizmus fogalma.....</i>	<i>4</i>
<i>A turizmus alakulása Magyarországon.....</i>	<i>5</i>
<i>A Sághegy LEADER térség jelenlegi gazdasági struktúrája.....</i>	<i>10</i>
<i>A térség turisztikai kínálata.....</i>	<i>14</i>
<i>Gyógy- és wellness szolgáltatások, fürdők.....</i>	<i>15</i>
<i>A térség kulturális- és építészeti öröksége (műemlékek, kúriák, kastélyok, templomok).....</i>	<i>17</i>
<i>Kissomlyó és Ság hegy, mint bortermelő vidék.....</i>	<i>18</i>
<i>Falusi turizmus.....</i>	<i>23</i>
<i>Szolgáltató szektor.....</i>	<i>24</i>
<i>Térségi programkínálat.....</i>	<i>24</i>
<i>Horgász, és vadászati lehetőségek.....</i>	<i>26</i>
<i>Természeti adottságok, Szajki tavak.....</i>	<i>27</i>
II. Összehasonlítás más térségek, települések helyzetével.....	28
<i>Az összehasonlítás szempontrendszer.....</i>	<i>28</i>
<i>Területi behatárolás.....</i>	<i>29</i>
<i>Gyógy- és termál fürdőhelyek áttekintése.....</i>	<i>30</i>
<i>Gyógyvíz.....</i>	<i>32</i>
<i>Gyógyfürdő.....</i>	<i>33</i>
<i>Hajdúszoboszló.....</i>	<i>34</i>
<i>Zala Termálvölgye Egyesület.....</i>	<i>37</i>
<i>Homokhátság Fejlődéséért Nonprofit Kft. – LEADER csoport.....</i>	<i>43</i>
<i>Idegenforgalmi régiók egységes fellépésének mintája.....</i>	<i>47</i>
III. Fő kitörési pontok a turizmuson belül.....	51
<i>Gyógy- wellness- és fürdő turizmus.....</i>	<i>52</i>
<i>Falusi turizmus.....</i>	<i>58</i>
<i>A Sághegy LEADER akciótérség falusi turizmus fejlesztésének SWOT elemzése.....</i>	<i>62</i>
<i>Gasztronómia és bor.....</i>	<i>64</i>
<i>Aktív turizmus.....</i>	<i>65</i>
IV. Marketing stratégia turizmusra vonatkozó elemei, testre szabása.....	66
<i>Turizmus marketing.....</i>	<i>66</i>
<i>A turisztikai vonzerők köre.....</i>	<i>69</i>

<i>Fő célcsoportok.....</i>	<i>70</i>
<i>Marketing csatornák.....</i>	<i>70</i>
<i>Fejlesztési lehetőségek, irányvonalak.....</i>	<i>72</i>
<i>Rendelkezésre álló emberi, infrastrukturális, anyagi háttér.....</i>	<i>72</i>
<i>Hosszú távú fenntarthatóság keretei.....</i>	<i>74</i>
<i>Versenytársak piaci magatartására adott válaszok.....</i>	<i>75</i>
<i>V. A turizmus hatása a régió életének egyéb területeire.....</i>	<i>75</i>
<i>A hazai turizmus gazdasági, politikai fejlődéséről általánosságban.....</i>	<i>75</i>
<i>A turizmus hatása a helyi gazdaság más területeire.....</i>	<i>78</i>
<i>Helyi önkormányzatok bevételei</i>	<i>79</i>
<i>Beruházások, településfejlesztés</i>	<i>80</i>
<i>Életminőség javulása</i>	<i>81</i>
<i>Munkahely teremtő képesség, életminőség javulása.....</i>	<i>82</i>
<i>Multiplikátor hatás</i>	<i>82</i>
<i>Összefoglalás</i>	<i>83</i>
<i>Mellékletek</i>	<i>85</i>
<i>Szálláshely adatbázis</i>	<i>86</i>
<i>Gasztronómia, kikapcsolódás</i>	<i>87</i>
<i>A térség településeinek elhelyezkedése,</i>	<i>89</i>

I. A turizmus jelenlegi helyzetének bemutatása

Előzmények, a tanulmány indokoltsága

A 2008-ban megalakult Sághegy LEADER Egyesület fő feladatának tekinti az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program támogatásainak eredményes közvetítését a térség magán és önkormányzati szférája felé egyaránt. A sikeres pályázatírás alapvető feltétele a saját erősségek, ezen keresztül a jól kihasználható lehetőségek feltérképezése. Az érintett régió egyik legnagyobb potenciálja pedig a turizmusban, illetve annak fejlesztésében rejlik, nemcsak gazdaságélénkítő, illetve népességmegtartó szerepe miatt, hanem azért is, mert ezen a területen jelentősebb külső befektetői háttér, tőkebevonás nélkül, szinte saját erőből is meggyőző eredményeket lehet elérni. Ehhez azonban ismerni kell a lehetséges kitörési pontokat, amelyek célzott előtérbe helyezésével a térség egységes arculatot alakíthat ki. Ennek segítségével, valamint a meghatározott marketing stratégia egyéb elemeinek követésével valóban a belföldi- és külföldi turizmus lehet fejlődésének egyik húzó ágazata.

A turizmus fogalma

A **turizmus** fogalmán egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén (lakásán és munkahelyén) kívüli valamennyi helyváltoztatását és tevékenységét értjük, bármi legyen azok konkrét indítéka, időtartama és célterülete. A turizmus másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese.

Két alapvető formája a *hivatásturizmus* és a *szabadidő-turizmus*.

- A hivatásturizmus a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatások során végzett szakmai és szabadidő-tevékenységek együttese.
- A szabadidő-turizmus az állandó lakáson kívüli szabad időben végzett és szabadon választott tevékenységek összessége, amelyeket az ember változatosságigénye motivál.

A turizmus egyrészt a **turisták tevékenysége**, másrészt és tágabb értelemben az **idegenforgalom** névvel is jelölt gazdasági ágazat, amely a turistatevékenységek, köré szerveződő szolgáltatásokon és intézményeken alapul.

A turizmus alakulása Magyarországon

Napjainkban nemcsak a gazdasági életben játszik kiemelkedő szerepet az idegenforgalom, hanem a megfelelő társadalmi-gazdasági fejlettségi szintet elérve az egyének életében is egyre fontosabb szerepet tölt be. A turizmus egyszerre az életmód szerves része és a változó életstílus egyik kifejezője is.

A 80-as évek végéig a magyarországi turizmusra az extenzív jelzőt használhatjuk. Ez a jelleg ugyanis magában hordozta a következő ismérveket: a külföldi látogatók számának gyors növekedése, az alacsony fizetőképességű turisták nagy aránya, a fogadóképesség és a szolgáltatások hiányossága, mind a mennyiség, mind a minőség oldaláról.

A 90-es évek eleje óta végbement társadalmi, gazdasági és politikai változások új helyzetet teremtettek a magyar turizmusban. A legfontosabb változások a következők voltak:

- Az egységes Németország létrejötte után Magyarország többé nem töltötte be a két ország lakosainak találkozóhely szerepét.
- Jelentős mértékben visszaesett a támogatott üdültetésben, a szociálturizmusban résztvevők száma az állami támogatás csökkenése miatt.
- A munkanélküliség és az infláció növekedése pedig a belföldi fizetőképes kereslet csökkenésén keresztül a belföldi turizmus hanyatlását vonta maga után.
- A szomszéd szocialista országokban is lezajló rendszerváltozás hatására a volt KGST-országokból érkező – többségében szervezett – csoportok száma jelentősen lecsökkent.
- A Balkán-félszigeten kialakult polgárháborús helyzet térségünket labilissá tette.
- A volt szocialista országok a turizmus piacán jelentős versenytársként jelentek meg (Csehország, Lengyelország).
- A szocializmusban kialakult, korábbi vonzerőink elvesztették jelentőségüket.

Magyarország nemzetközi turizmusból származó bevétele 1999-ben például 3,4 milliárd USD volt. Magyarország 1998-ban a világon a turistaérkezések számát tekintve a 14. helyen állt, ezzel 2,3%-kal részesedett a világ turistaforgalmából, Európában a turistaérkezések számát tekintve a 9. helyen állt, s ezzel 3,9%-kal részesedett Európa turistaforgalmából. A nemzetközi turizmusból származó bevételeket illetően 1998-ban a világon a 39. helyen állt Magyarország, részesedése ezáltal 0,57% volt. A számadatokból is látszik az ellentmondás a turisták magas száma és a bevételek alacsony értéke között.

A turisztikai szakma már régóta törekedett ezen ellentmondás feloldására, megszüntetésére az exkluzív turizmus megteremtésével. Az exkluzív turizmus nem luxusturizmust jelent, hanem egyedi, sajátos vonzerőkön alapuló turisztikai termékek kialakítását, tehát egy tudatosan tervezett és fejlesztett turizmust.

Ezek a törekvések fogalmazódtak meg a turizmusfejlesztési koncepcióban és a Nemzeti Fejlesztési Terv részeként szereplő – turizmusfejlesztési stratégiában, valamint az Új Magyarország Vidékfejlesztési Programban (továbbiakban ÚMVP) is. A koncepcióban meghatározásra kerültek a turizmus fejlesztésével kapcsolatos általános és elsődleges célok. A magyarországi turizmus fejlesztésének általános célja volt, hogy a természeti, történeti, művészettörténeti és egyéb adottságok (zenekultúra, néprajz, gasztronómia), továbbá a gazdasági adottságok hasznosításával a turizmus a gazdaság egyik húzóágazata legyen. Természetesen nem volt szabad figyelmen kívül hagyni a turisztikai vonzerők hasznosítása, illetve a turisztikai termékek fejlesztése során a fenntarthatóság elveinek érvényesülését sem. Az idegenforgalom fejlesztésének elsődleges célja a magasabb fizetőképességű turisták érdeklődésének felkeltése hazánk iránt magas színvonalú turisztikai termékek létrehozásával s ezáltal a tartózkodási idő növelése, illetve magasabb költési hajlandóság elérése volt. A magyarországi adottságok a következő termékek fejlesztéséhez kínáltak kitűnő lehetőségeket, amelyek a turizmusfejlesztési koncepcióban is kiemelt termékfejlesztési prioritást élveztek:

- kulturális turizmus;
- kongresszusi és üzleti turizmus;
- gyógy- és termálturizmus;
- gasztronómia és bor;
- falusi turizmus;
- lovas turizmus.

Ezen termékek kiemelt támogatásban részesültek. A támogatásban többek között a Gazdasági Minisztérium (Turisztikai Célelőirányzat, Gazdaságfejlesztési Célelőirányzat, Kis- és Középvállalkozói Célelőirányzat), a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma, Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium vett részt.

Természetesen nem szabad megfeledkezni a PHARE területfejlesztési programba tartozó néhány turisztikai projektről sem. (Jósvafő – konferenciaturizmus, Órota – falusi turizmus, Sárospatak – termálturizmus, konferenciaturizmus, Miskolctapolca, Mezőkövesd – gyógyturizmus.) Ezek a termékek a Magyar Turizmus Rt. promóciójában is kiemelt témaként szerepeltek.

1999 – bor és gasztronómia éve;

2001 – üdülések és aktív pihenések éve;
2002 – kongresszusi, és üzleti turizmus éve;
2003 – gyógyüdülés és wellness éve;
2004 – falusi turizmus éve;
2005 – bor és gasztronómia éve,
2007 – a zöld turizmus éve,
2008 – a vizek éve,
2009 – a kulturális turizmus éve
2010 – a fesztiválok éve



Sziget Fesztivál

A fenti termékfejlesztések számos előnnyel rendelkeznek: a falusi turizmus a vidékfejlesztés egyik lehetséges eszköze, a gyógyturizmusban a szezonálitás nem érvényesül, továbbá ezen célból hazánkba érkező turisták az átlagosnál hosszabb ideig tartózkodnak s az átlagosnál többet költenek. A kongresszusi és üzleti turizmus, a kulturális turizmus, a borra és a gasztronómiára épülő turizmus pedig a szezonálitás csökkenéséhez járulhat hozzá. Ezekre építve hazánk lehetőséget teremthet arra, hogy a korábbi rendszerben központilag

meghatározott gazdasági struktúra helyett piaci alapokra helyezkedve is meg tudja állni a helyét az európai és a világgazdaságban.

Az ÚMVP 4.1.3., Vidéki gazdaságfejlesztését célzó prioritása az alábbiakat szolgálja.

A vidéki térségek legfontosabb szükségletei a vidéki mikrovállalkozások fejlesztése, a diverzifikáció ösztönzése a munkahelyteremtés érdekében, a készségek és képzettség fejlesztése, a színvonalasabb szolgáltatásokhoz való könnyebb hozzáférés biztosítása, valamint az életminőség javítása a falumegújításon és örökségvédelmen, illetve a helyi közösségek fejlesztésén keresztül. A külterületek, a vidéki nők és a roma populáció szükségleteivel speciális programokon belül kell foglalkozni.

Az alacsony foglalkoztatás, gazdasági és vállalkozói aktivitás, illetve jövedelmi viszonyok javítása a több és versenyképesebb vállalkozást, a nagyobb foglalkoztatást és a jobb jövedelmezőséget eredményező gazdasági szerkezetváltással érhető el. Ehhez a vállalkozóvá válás ösztönzésére, a mikrovállalkozások helyzetének javítására és a mezgazdasági termelésből kivezető gazdasági diverzifikációra, illetve tevékenység bővítésre irányuló fejlesztések szükségesek.

A vidéki térségek munkaerő helyzete javítható a vonzó táj, a környezeti és kulturális értékek turisztikai hasznosítása révén. Mindehhez autentikus, magas színvonalú turisztikai szolgáltatások megteremtésére van szükség, valamint olyan térségi turisztikai termékekre, amelyek autentikus módon reprezentálják a vidéki életformát és vidéki kultúrát.

A humán erőforrás javításához elengedhetetlen a humán infrastruktúra színvonalának és hozzáférhetőségének javítása a vidéki térségekben. Ehhez a hazai és az Unió társfinanszírozású programok és támogatások összehangolt és célzott felhasználása szükséges. A vidék humán potenciáljának és képességének javításához a képző és készségfejlesztő programok és tanácsadó szolgáltatások ösztönzése járulhat hozzá. A humán feltételek javítása különösen fontos a szegregálódó és leszakadó térségekben, a hiányzó képzettség megszerzésének támogatásával, iskolarendszeren kívüli felnőttoktatás keretében. A természeti és kulturális örökség, kiemelten a hagyományok, valamint az épített örökség megőrzése és programszerű fejlesztése, valamint a népi hagyományokat, tárgyi emlékeket és építészeti értékeket együttesen őrző és bemutató tájházak köre alapot nyújt mind az életminőség javításának, mind a gazdaság diverzifikációjának. Ezen belső erőforrások kihasználásának feltétele a településkép, az épített környezet minőségének javítása, a helyi önszerveződésnek, valamint a gazdaság és a helyi lakosság számára nyújtott alapszolgáltatások egy részének teret adó közösségi terek kialakítása, fejlesztése. Másfelől szükséges az értékek további feltárása,

tudatosítása, ezáltal a helyi közösség identitásának erősítése. Az alacsony foglalkoztatottsági szint, az elégtelen gazdasági és vállalkozói aktivitás, valamint a jövedelemszerzési lehetőségek a gazdasági szerkezetváltáson keresztül javíthatók, amely növekvő számú és versenyképesebb vállalkozások megjelenését eredményezi, valamint magasabb foglalkoztatottsági szintet és jobb jövedelemszerzési lehetőségeket. Mindehhez szükség van a vállalkozások elmozdítására, a mikrovállalkozások helyzetének javítására, a gazdasági diverzifikációt célzó fejlesztésekre, valamint azon tevékenységek fejlesztésére, amelyek kiutat jelentenek a mezőgazdasági termelésekből.

A helyi együttműködések fejlesztése és támogatása szükséges a fokozott animációs tevékenységen, készségfejlesztésen, illetve a stratégiai és projekttervezési és végrehajtási ismeretek fejlesztésén keresztül. Szükség van az információáramlás, a hálózatépítés kistérségi szintű erősítésére képzett személyek segítségével, valamint az ehhez szükséges infrastruktúra fejlesztésére.

A magyar mezőgazdaság jellegzetességeire és az ebből adódó igényekre alapozva a Program alábbi lényeges műveletei és intézkedései szolgálják a Stratégiában megállapított célok elérését:

Beavatkozási akciók Intézkedések

Beavatkozási akciók	Intézkedések
A diverzifikáció, a mikro-vállalkozások és a turizmus támogatása	Nem mezőgazdasági tevékenységgé történő diverzifikálás
	Turisztikai tevékenységek ösztönzése
	Mikrovállalkozások létrehozásának és működtetésének támogatása
Az alapvető szolgáltatásokhoz való hozzáférés javítása, valamint a természeti és kulturális örökség megőrzése (falvak megújulása)	Gazdaság és a vidéki lakosság számára nyújtott alapszolgáltatások
	A falvak megújítása és fejlesztése
	A vidéki örökség megőrzése és korszerűsítése
A helyi kapacitásépítés támogatása	LEADER
	A készségek elsajátítása és az ösztönzésre irányuló intézkedés a helyi fejlesztési stratégia előkészítése és végrehajtása céljából

A Sághegy LEADER térség jelenlegi gazdasági struktúrája

A LEADER Egyesület két kistérsége adottságaiban hasonló paraméterekkel rendelkezik, de fejlődésükben számos különbség tapasztalható, ezért bemutatásuk külön történik, de céljaik és lehetőségeik feltérképezése már egységes szerkezetbe hozható.

Itt kell feltétlenül megemlítenünk, hogy a két kistérség névadó települései (Sárvár és Celldömölk) nem tagjai a Sághegy LEADER Egyesületnek, viszont ettől függetlenül gazdasági életük hatással van a környező településekre, így mindenképpen számolni kell velük.

Sárvárt és kistérségét a kilencvenes évek egyik legdinamikusabban fejlődő térségeként tartják számon. A külföldi tőke beáramlása (az iparba), a foglalkoztatás magas foka, a termelési mutatók dinamikája és szintje valóban látványos pozitív ismérvek.

A fentiek alapján mára a Sárvári kistérség valóban a Nyugat-Dunántúli Régió kiugró külföldi befektetési aktivitással jellemzett, fejlett térségévé vált. A termálvízre alapozott turisztikai adottságok összességében kedvezőek, és már jelentős forgalmú turizmust eredményeznek. A betelepült vállalkozások hatására magas a foglalkoztatottság és kedvezőek a jövedelmi adatok, ennek ellenére nem beszélhetünk modern, tudásorientált munkaerőpiacról. Átlag közelinek tekinthető a kistérség munkanélkülisége, a szellemi foglalkozású munkanélküliek aránya valamivel az átlag alatt marad.

Amint említettük tehát, a térségben az egyik jellemző gazdasági ágazat a turizmus, emellett a gazdaság másik főpillére az ipar, különösen Sárvár ipara, amelynek az utóbbi évtizedben lezajlott átalakulása és megerősödése révén ez az ágazat lett a legnagyobb foglalkoztató. Fontos körülmény, hogy a megerősödött ipar a turizmust közvetlenül nem befolyásolja, környezetterhelése nem jelentős, és a két szektor térbeli elkülönülése és távolsága is kedvező adottság. A kistérség iparának másik jelentős központját Répcelak jelenti, amely a foglalkoztatás vonatkozásában kistérségi vonzásközpont szerepet tölt be.



Répcelak - Linde

A mezőgazdaság a hozzáadott értéknek kis százalékát állítja ugyan elő a sárvári kistérségben is, de jelentősége számos ok miatt (munkahelyek, kistermelés, életmód, turizmussal kapcsolatos összefüggések, stb.) ennél jóval nagyobb. Az ágazat legfontosabb szereplői az egykori mezőgazdasági termelőszövetkezetek jogutódjai, de néhány új vállalkozás is formálódik. Az ágazat általános válsága a kistérségben is lecsapódik: a jövedelmezőség - hasonlóan az országoshoz - gyenge, jellemző a tőkehiány (és annak szerteágazó következményei), a szövetkezésben rejlő lehetőségek ma még javarészt kihasználatlanok és piaci problémák is jelentkeznek.

A Celldömölki Kistérség a gazdasági mutatókat illetően szinte minden összehasonlításban a megyei és a régiós átlag alatti pozíciót foglal el. A gazdasági aktivitás szintje jelentősen elmarad a megyei értékektől, ennek oka, hogy a helyi foglalkoztatás jellemzően nagy üzemekhez kötődik (MÁV, ipari üzemek, mezőgazdasági szövetkezetek), amelyek léte nem kényszerít új megélhetési stratégiák keresésére, tevékenységük jellege pedig nem generál beszállítói háttérrel. Az elaprózott településszerkezet is ebbe az irányba hat. A külföldi érdekeltségű ipari üzemek letelepedésével a kistérség gazdasági bázisa stabilizálódott, de

hosszú távon belső erőforrásainak feltárása és hasznosítása adhatja meg számára a fejlődés dinamikáját.

A stabilizálódás, az új gazdasági struktúra kiépülése megmutatkozik az adóköteles jövedelem számottevő növekedésében, országos átlaghoz való közelítésében is, ám értéke attól továbbra is elmarad, illetve a megyei „középmezőnyben” elfoglalt pozíció teljes elégedettségre nem ad okot.

A térség gazdaságilag legerősebb pólusai természetesen Celldömölk és az ugyancsak városiasodó Jánosháza. Itt összpontosul az ipari termelés legnagyobb része, és itt van a nagy létszámú foglalkoztatók székhelye/telephelye is. A gazdasági potenciál a falvak nagyobb részében gyenge. Alacsony a vállalkozási hajlandóság, kicsi a vállalkozássűrűség, kevés a gazdálkodó szervezet. Kivételt ez alól az a néhány község képez, amely valamely sajátos adottságát vagy adódó lehetőségét ki tudja használni (Mesteri és Borgáta - termálfürdők, Ostffyasszonyfa – Pannónia Ring autóverseny-pálya, Csönge – „ipari park”, Egyházashetye – Berzsenyi-örökség és helyi közösségi aktivitás)

Az összes vállalkozás gazdasági ágazatok szerinti összetétele szerint megállapítható, hogy amellet, hogy minden területen alacsony a vállalkozás-sűrűség, részarányát tekintve kifejezetten markáns a mezőgazdaság és az ipar jelenléte, mégpedig egyértelműen a szolgáltatások rovására.

A gazdasági ágazatok területi koncentrációját vizsgálva elmondható, hogy a kistérség központjában, Celldömölkön vasúti csomóponti, kereskedelmi, igazgatási szerepéből adódóan a foglalkoztatásban az ipar és a terciér szektor a meghatározó ágazat. A szolgáltatás területén foglalkoztatottak aránya kiugróan magas értéket mutat néhány Celldömölk közvetlen vonzáskörzetébe tartozó vasutas faluban, Bobán, Kemenesmihályfán, Mersevátan.

A kistérségi mezőgazdaságot megalapozzák a jó természeti adottságok. A kedvező talajadottságú Kemenesalját hagyományosan az intenzív növénytermesztés és állattenyésztés jellemzi, míg a Kemeneshátra az extenzív gazdálkodás, az állattenyésztés jellemző. Az agrárágazat jó adottságaira utal a művelési ágak megoszlása: a kistérségben a mezőgazdasági terület aránya tíz százalékponttal magasabb a régió és a megye mutatójánál, ezen belül a szántó súlya magasabb azokénál.

Mezőgazdasági tevékenység gyanánt, de a turizmusra is tekintettel említést érdemel még a Ság-hegyen - a rómaiak óta - folyó szőlőművelés, miként a Kemeneshát keleti lejtőin és a Kis-Somlyó hegyen is jelentős szőlőkultúra található.



A kistérségben a feldolgozóipar cégei (gépipar, elektronika, textilipar, vegyipar) együttesen jelentős erőt alkotnak, különösen a foglalkoztatás terén fontos szerepet töltenek be.

A mező- és erdőgazdálkodási termékek feldolgozására a kistérségben a celldömölki malom, illetve négy vágóhíd áll rendelkezésre. Az élelmiszeripari feldolgozáshoz szinte korlátlanul áll rendelkezésre alapanyag (gabona, liszt, tojás, vágóbaromfi, sertés). Az erdőgazdálkodási termékek feldolgozása Celldömölken, Jánosházán, illetve Kemenesmagasiban történik.

A gazdasági potenciállal bíró települések határában zöldmezős beruházások fogadására alkalmas önkormányzati vagy magántulajdonú ingatlanok elsősorban a jó közlekedési infrastruktúrával bíró települések (Pl.: Jánosháza, Karakó) esetében jelenthetnek valódi kitörési lehetőséget.

A szolgáltatások szférája a kistérségben kifejezetten gyenge, ami érvényes a piaci (pl.: kereskedelem) és az intézményi szolgáltatásokra is, ennek oka elsősorban az alacsony

népességszámra, és a közeli centrumok vonzó hatására vezethető vissza. A kereskedelem, ellátás, oktatás területén jelentős Sárvár, Pápa és Szombathely vonzása.

A fenti bemutatásból látható, hogy mindkét kistérség gazdaságában – bár eltérő súllyal – markánsan jelen van az ipar, s e mellett szintén mindkét esetben egyre nagyobb teret hódít magának a turizmus, vagy idegenforgalom, mint gazdasági ágazat, amely a térség tudatos és következetes munkájának eredménye. Az ipar és a mezőgazdaság foglalkoztatás terén betöltött szerepe továbbra is meghatározó szempont, azonban a gazdasági fejlődéshez való hozzájárulás a lehetőségek folyamatos kihasználása mellett egyértelműen a turizmustól várható, melynek eredményeképpen a térség mai és jövőbeli húzóágazata is ez lehet. Ma még azonban egyértelműen kijelenthető, hogy a térség mai idegenforgalma meglehetősen egyoldalú, a gyógyturizmus kiemelkedő szerepéből adódóan, néhány alternatív kínálati elem kis súlya mellett.

A szolgáltatások szférájának jelene és perspektívái egy idegenforgalmi körzetben nemcsak a helyi igények, de a turizmus szempontjából is értékelendők. A térség ebből a szempontból elmarad a megyei átlagtól, azonban Sárvár mutatói e téren kedvezőek.

A térség turisztikai kínálata

Ahogy azt már az előzőekben bemutattuk, a Sághegy LEADER térség gazdasági szerkezetében az ipar és a mezőgazdaság mellett, illetve előtt az idegenforgalom már napjainkban is meghatározó szerepet tölt be. A kínálatban többféle összetevő megjelenik, melyeket részletesen a következőekben határozzunk meg.

A térség turisztikai kínálatnak elemei:

- termálvízre épülő – gyógy- és wellness turizmus
- a térség kulturális- és építészeti örökségére alapozó műemlékek, kúriák, kastélyok megtekintése
- a borvidéknek minősülő Kissomlyó, és Ság-hegy bortermelésének turisztikai vonzereje
- az előző elemekre építő falusi turizmus
- kapcsolódó szolgáltató szektor
- a településeken megrendezésre kerülő színes programkínálat
- horgászati vadászati lehetőségek
- természeti adottságok, Szajki tavak

Gyógy- és wellness szolgáltatások, fürdők

Mint már említettük, a térség természeti adottságai egyenesen kínálják a természetes vizek adta lehetőségek kihasználását. Ennek legmeghatározóbb eleme gyógy- és termálvizek kihasználása, melyre épülve főként Sárvár térségében kialakult szolgáltatás hálózatról beszélhetünk. Ezen felül azonban további lehetőségeket rejtnek magukban például a környék szénvas és szén-dioxid lelőhelyei. Ezek jól kiegészíthetnék a Sárvári termálfürdő által biztosított kezelések körét, egyben enyhítenék az idegenforgalom egy település körüli koncentrációját is.



A térségben több fürdő, vagy ilyen szolgáltatást is nyújtó komplexum található:

- Mesteri Termálfürdő - 47 C-os hévízre alapozott, mozgásszervi megbetegedések kezelésére ajánlott fürdő. Két medencéje, a szép természeti környezet és a szolgáltató egységekkel is ellátott üdülőterület biztosítja a kellemes pihenést.
- Celldömölki Vulkán Fürdő - a Ság hegy lábánál, csodálatos természeti környezetben épült a Vulkán fürdő, mely 2005-ben nyitotta meg kapuit a látogatók számára. Az 1250 méteres mélységből feltörő 49C-os termálvíz, kémiai összetételének köszönhetően kitűnően alkalmas gyógyászati kezelésekre is. A fürdő komplex szolgáltatást kínál az itt pihenni, kikapcsolódni vágyók számára, a gyógyászati

szolgáltatásokon túlmenően masszázs, fodrászat, kozmetika, és vendéglátóipari egységek egyaránt megtalálhatók a területén.

- Borgátai Gyógyfürdő - Sárvártól 15 km-re délkeletre, egy régi bortermelő vidéken, a Kissomlyó hegy lábánál fekszik. A fürdő gyógyvizére a 60-as években bukkantak szénhidrogén kutatás során. Gyógyvize 753 méteres mélységből tör a felszínre, hőfoka 47°C fok. Erre az 1970-es években építették a termálfürdőt, ami körül üdülőterület alakult ki. A termálvíz káliumot, nátriumot, kalciumot, magnéziumot és hidrogén-karbonátot tartalmaz, ennél fogva alkalmas különféle mozgásszervi, illetve reumatikus megbetegedések kezelésére is.
- Festetich Kastélyszálló – A szelestei szálló legfontosabb szolgáltatása szintén a gyógyvízhez kapcsolódik. Az 55 fokos gyógyvíz a 2001 nyarán fűrt saját kútból, 1260 méter mélységből tör föl. Ásványi anyagokban nagyon gazdag összetételénél fogva – több mint 4900 mg/l sótartalom – rendkívül kedvező hatást fejt ki a mozgásszervi, reumatikus, szív és érrendszeri, bőrbetegségekre, valamint a női és bőrgyógyászati betegségek gyógyítására, enyhítésére. Ellenjavallata nincs.
- Gyógyfürdő Szeleste - a 150 éves Festetich Kastély és a 13 hektáros arborétum közvetlen szomszédságában található a Gyógyfürdő, amely közel 30 000 m² területen, 1 000 m² vízfelülettel várja vendégeit. A Gyógyfürdő Európa egyik legjobb minőségű gyógyvizével rendelkezik, mely 1260 méter mélységből tör fel. Összetételénél fogva elsősorban reumatikus, szív- és érrendszeri megbetegedések, bőrbetegségek, valamint nőgyógyászati problémák kezelésére ajánlott.
A fürdő négy különböző méretű medencével rendelkezik; egy belső gyógyvizes ülőmedence, egy jakuzzi nyakmasszázzsal, egy óriási külső strandmedence családi csúszdával és nyakmasszázzsal, valamint a téli időszakban gyógyvizes ülőkádakban élvezhetik a vendégek az egyedülálló gyógyvizet.
- Sárvári Gyógy- és Wellness Fürdő - Több, mint 4300 m² vízfelületű vízi világ, medencék kicsiknek és nagyoknak, gyógyvíz, élményelemek, csúszdák, kaland. Ez a Sárvári Fürdő kínálata. 6 medencéje egész évben, 4 pedig tavasztól őszig üzemel. A teljes felüdülést 6 féle szauna, wellness, fitness, és beauty szolgáltatások szolgálják, hétvégenként pedig számos ingyenes program, sportversenyek, zenés rendezvények szórakoztatják a vendégeket.

Amint a fentiekből is látszik a gyógyhatású vízlelő helyekre épülő létesítmények, és az azokhoz kapcsolódó szolgáltatások köre színes és sokrétű lehetőséget kínál a térségbe érkezők számára.

A felszín alatti vizek erejének kiaknázása mellett egyre nagyobb figyelem terelődik a felszíni vizek adta lehetőségek felé is. A nem kifejezetten gyógyászati céllal érkezők körében egyre nagyobb népszerűsége tesz szert a környékbeli tavak körüli turizmus fejlődése. A szajki, ölbői tavakon megindult fejlesztések, a Rába vizén kialakulóban lévő vadvízi evezés, még számos területen kínál pihenési, szórakozási lehetőséget.

A térség kulturális- és építészeti öröksége (műemlékek, kúriák, kastélyok, templomok)

A kistérségek internetes oldalaikon is előszeretettel hívják fel potenciális látogatóik figyelmét a környék gazdag építészeti értékeire. Szinte minden településen található olyan kúria, vagy kastély, melyet az oda látogatóknak egy kellemes, pihentető séta keretében érdemes megnéznie.



Niczky kúria - Ostffyasszonyfa

A teljesség igénye nélkül felsorolunk néhányat, melyek megtekintése biztosan kielégíti az arra fogékony vendégek igényét:

- Kastélyszálló, Kemenessömjén
- kemenesmihályfai kúria
- vönöcki kúria
- NiczkyKastély, Ostffyasszonyfa
- Nádasdy vár, Sárvár
- Csényei templom
- Hosszúperesztegi templom
- Nyőgéri templom
- Meggyeskovácsi templom
- Mersevāti templom
- Romtemplom, Celldömölk

És sorolhatnánk még az egyéb múzeumokat, emlékműveket, kegyhelyeket, melyek szinte minden településen színesítik a kulturális kikapcsolódásra vágyók élményeit. Ezek az egyéb programokhoz kapcsolódva, de önálló látványosságként, körtúraként is megállják helyüket az idegenforgalom kínálatában.

Kissomlyó és Ság hegy, mint bortermelő vidék

A gasztronómiai élvezetek nem lehetnek teljesek az ebédhez, vacsorához elfogyasztott jó minőségű hazai borok nélkül. A helyi bortermelők a Somlói történelmi borvidék jellegzetes fajtáit kínálják a szomjazó turistáknak.

A borvidék ott terül el, ahol a Bakony hegység lankái már síksággá szelídülnek és a Kisalföld lapálya kezdődik. A két táj határán emelkedik a Somló magányos csonka kúpja. A Somlói Borvidék hazánk legkisebb borvidéke, mivel 1998-ig egyedül a Somló lejtőire korlátozódott. Az új bortörvény életbelépésével (1998. január 1.) kibővült hazánk legkisebb történelmi borvidéke. Ide tartozik a Somló két "kisöccse", a Kissomlyó és a Ság hegy. Ezzel a változással a három vulkanikus eredetű tanúhegyünk egy borvidéket alkot.

A szőlőművelés kezdeteit a Ságon és a Kissomlyón a római korra vezetik vissza. Marcus Aurélius Probus római császár volt az, aki Pannónia földjén hegyeinket szőlővel telepítette be. Oklevelek bizonyítják, hogy IV. Béla magyar király a tatárjárást követően Moreából hozatott

a szőlőműveléshez értő olasz telepeseket. Ekkor került be nagy valószínűséggel szőlőfajtáink közé az olasznak nevezett magyar rizling is.

A Somló hegy oldala kizárólag fehér szőlőfajtákat nevel: olaszrizling, furmint, hárslevelű a leggyakoribb fajták. Különleges ízű-illatú száraz bort ad a juhfark-szőlő.

Gyakran emlegetik a somlói bort, mint a "nászéjszakák borát". Az európai uralkodóházak hagyománya szerint ugyanis a nászéjszakán elfogyasztott somlói bor "gondoskodik" arról, hogy fiú legyen a trónörökös.



Ság-hegy

A Kemenesalja felett magasló ötmillió éves bazaltvulkánt, a Ságot már régen meghódította az ember. A bányászat során előkerült leletek a vaskorig nyúlnak vissza.

A hegy mindhárom- celldömölki, mesteri, kemeneskápolnai - oldalára hagyományosan a kisparcellás szőlőművelés jellemző.

Zamatosabb borok teremnek a hegy déli lejtőjén, a Tündérvölgyben, keményebb savak jellemzik az északi területek nedűit. A magas savtartalom mindig jellemzője volt a sági bornak, ezért árulták századokon keresztül Európa patikáiban.

A Ság hegy borai - sok évtizedes Csipkerózsika-álmuk után - most kelnek új életre.

A Ságtól néhány kilométerre Dél-Kemenesalján található a Kissomlyó. Régi meghatározó fajtái voltak a juhfark, a budai zöld és a furmint. Ezeket fajborként ma már nehéz fellelni. Uralkodó szőlőfajta a Ság hegyhez hasonlóan napjainkra az olaszrizling, de kóstolhatunk a

pincékben kitűnő Chardonnay-kat, rizlingszilvánit, Sauvignont, száraz és félszáraz traminiket és királyleánykát is.

A borra építő programok fénypontja természetesen maga a borkóstoló. De hogyan is zajlik egy ilyen kóstolás, mire kell odafigyelni, hogyan határozhatjuk meg a bor karakterét?

Először is, ne vegyük túl komolyan. Nem kell a bortól félni, még csak egy új nyelvet sem kell megtanulni. Fogjon meg egy pohár bort, és hagyja, hogy az érzékszervei vezessék. A bor az egyetlen olyan ital, amely egyszerre hat minden érzékünkre (leszámítva a hallást), és kihívást jelent az értelem számára is. Minden pohár borban van egy leckényi történelem, földrajz, földművelés, botanika, sokszor antropológia, vallás és pszichológia.

Bort nem lehet rohanva élvezni. Fontos a megfelelő borospohár kiválasztása. Ne alázza meg a bort azzal, hogy vizespohárba, bögrébe vagy műanyagpohárba tölti. Öntsön két ujjnyi bort a pohárba. Engedje szabadjára az érzékszerveit és a fantáziáját. Nézze meg a színét. Milyen? Sötét? Világos? Átlátszó? Kristálytisztá? Homályos? Ködös? Próbálja meg a színt hasonlatba illeszteni. Olyan, mint... Cseresznye? Meggy? Szalma? Borostyán? Napfelkelte? Tegye le a poharat az asztalra, és körkörös mozdulatokkal mozgassa meg benne a bort. Bukjon rá a pohárra, és szippantson egy jó mélyet. Mire emlékezteti a bor illata? Gyümölcsre? Milyen gyümölcsre? Ananászra? Almára? Mazsolára? Virágra? Milyen virágra? Rózsa? Jázmin? Akácfa? Vagy inkább friss aszfaltszaga van? Nyers bőr? Minden lehet... fantázia kérdése. Kortyoljon egyet. Forgassa meg a bort a szájában. Ne csak az ízét keresse, de a súlyát és a struktúráját, szövetét is. Selymes? Bársonyos? Durva? És az íze? Mire emlékeztet? Aszalt szilvára? Dióra? Pörkölt kávéra? Friss fűre? Ha ez megvolt, adja össze. Gondoljon arra is, hogy miből készült a bor, min ment keresztül, honnan, kitől jött. Kortyoljon még egyet és élvezze.

Gyakran előfordul, hogy egy termelő meghív egy társaságot borkóstolóra, borbemutatóra. Nagyon jó hangulat alakulhat ki egy ilyen, többé - kevésbé szakmai kóstolón is. Általános menetrend szerint a bemutatást a kóstolási sornak megfelelően vezeti le a házigazda. A sorozat végén a "Szent János áldás" ("búcsúpohár") következik. Ekkor a bemutatott minták közül mindenki kaphat még egy pohárkával. Ennek legendája Szent János boráldásához kötődik. A borivók tízparancsolata alapján ez az a pohár, amivel megemlékeznek a szőlőt termelő és a bort készítő munkásról, megköszöni a társaság a kóstolást a házigazdának. Ez a "kötött" program vége.



Borkóstoló kellékei

A kóstolás alatt vannak bizonyos íratlan szabályok, melyeket illik minden esetben betartani, illetve figyelembe venni.

1. Ne dohányozzunk, ne rágózzunk a kóstoló ideje alatt, bárhol is legyen az.
2. Addig nem szabad megkóstolni az éppen kitöltött bort, amíg a bemutató személy fel nem szólítja rá a társaságot.
3. Mindig maradjon a poharunkban egy kortynyi, amíg az adott borról beszélünk, mert esetleg valaki észrevétele miatt újra meg kell kóstolnunk.
4. Soha ne adjuk oda a nekünk kitöltött bort másnak, öntsük ki a kiöntőbe, ha nem kívánjuk elfogyasztani.
5. A kiöntőben levő folyadékot ne próbáljuk elfogyasztani, ne is említsünk ilyet. Ez olyan lenne, mintha a szemetesből akarnánk étkezni.
6. Illetlenség a bort el nem fogadni. Ilyenkor vagy a kóstoló előtt közöljük a problémánkat (gyógyszer szedés, gépjármű vezetés) a házigazdával, vagy kérjünk keveset a poharunkba és a kiöntőbe öntsük majd ki.

7. Természetesen nézzük meg a színét és szagoljuk is meg.
8. A visszakóstolás előtt ne koccintsunk, ne köszöntgessük egymást.
9. Mindig figyeljünk oda a borról szóló személyre.
10. Mindig reagáljunk a borra. A bor megköveteli, hogy szóljanak róla, de legalább a házigazdára vett elismerő pillantással jelezni illik, hogy értékeltük a bort. A legnagyobb illetlenség, ha a bort "nem vesszük észre".
11. Akármilyen is a bor, valami jót kell találni benne, azt kell megemlíteni, a problémákat csak akkor mondjuk meg, ha a házigazda nyomatékosan felszólít rá.
12. A visszakóstolás poharával köszöntsük a házigazdánkat, és köszönjük meg a kóstolót.
13. Ne vegyünk elő semmilyen ételt, "rágcsálnivalót". Csak a házigazda által felszolgált ételeket, italokat fogyasszuk.
14. Pincében ne kopogtassuk a hordókat. Ez olyan, mintha a befőtteket mérném le a vendéglátóm kamrájában, vagy a pénztárcájában levő pénzt számolnám meg. Az egyik legnagyobb illetlenség.
15. Ha az italhoz valamilyen ételt fogyasztunk, akkor ne szemeteljünk, ne morzsáljunk, mert a legapróbb maradékon is káros mikroorganizmusok szaporodhatnak el, amelyek gondot okozhatnak a pincében.

A bor és a gasztronómia kapcsolata nagyon szoros. A tökéletes gasztronómiai élmény elengedhetetlen része az ételhez illő bor kiválasztása.

A következők betartásával nem fogunk tévedni abban, milyen italt válasszunk az egyes fogásokhoz.

KÉKOPORTÓ	szárnyas és marhasültekhez, borjúpaprikáshoz, halászléhez
KADARKA	borjú- és bárányhúsokhoz, halászléhez, gulyáshoz, paprikásokhoz, makarónihoz- spagettihez
KÉKFRANKOS	sült disznó- és marhahúsokhoz, paprikásokhoz, vadpecsenyékhez, márvány sajthoz
CABERNET FRANC	vadételek, belsőségekkel készült ételekhez, vadashoz, bárány sült höz, füstölt sajtokhoz
CABERNET SAUVIGNON	frissen sült marhahúsokhoz, vadvadpörkölt höz, gombás ételekhez, kemény és kékpenészes sajthoz
MERLOT	meleg sonkához, pácolt liba-kacsa ételekhez, füstölt nyelvhez, emmentáli sajthoz

ROSÉK ÉS SILLEREK	főtt-párolt sertéshúsokhoz, hideg sültetekhez, felvágottakhoz, zöldség- és krémlevesekhez, kecskesajthoz
CHARDONNAY	szárnyassültetekhez, malacsülthöz, sült- vagy rántott halakhoz, Pannon sajthoz. Barrique bora jól illeszthető a füstölt sajtokhoz is
HÁRSLEVELŰ	tartalmas levesekhez, szárnyas vadak és borjúhúsokhoz, pástétomokhoz, gyümölcsös desszertekhez
OLASZRIZLING	szendvicsekhez, hideg sültetekhez, kocsonyához, halászléhez, borjúból készült ételekhez, Camembert, Séd brie sajtokhoz
RAJNAI RIZLING	kiváló aperitifnek, tartalmas levesekhez, töltött káposztához, pörköltetekhez, hideg sültetekhez, Trappista, Óvári, Camember sajthoz
TRAMINI	fehérhúsú szárnyasokhoz, libamájhoz, sült halakhoz, gyümölcsös körítésű sertés- és borjúételekhez, desszertekhez

Falusi turizmus

A turizmus speciális érdeklődési körbe tartozó eleme a falusi turizmus, melyet a falusi vendéglátás szolgáltatásai tesznek lehetővé.



A falusi turizmus vidéki településeken folytatott vendéglátás, ami a szállást, étkezést és programok lehetőségét rejti magában. Nem csak faluban, tanyán, vagy tanyás környezetben alakítható ki, hanem bárhol, ahol a vendégfogadás falusias jellege megvan. Az elengedhetetlen elemek az udvar, a ház, az utcakép, és a lakónegyed megjelenése a hozzá tartozó felszereltség. Tehát nem egyértelműen a falut jelenti, hanem a falusias környezetet.

A LEADER térség az előzőekben bemutatott értékek alapján optimális helyzetben van ahhoz, hogy a modern igényeknek is megfelelő szolgáltatásokat ötvözze a kényelmes kikacsolódás, a barátságos vidéki hangulat lehetőségével. Ennek legmegfelelőbb, és manapság mondhatjuk legdivatosabb eszköze a falusi turizmus kialakítása, fejlesztése. A térségben azonban a turizmusnak ez az ága egyelőre gyerekcipőben jár. a szállásadó helyek többségében a fürdők környezetében, azokhoz

kapcsolódva összpontosulnak, bár néhány településen már láthatók próbálkozások adottságaik kihasználására. Ez látszik a LEADER Egyesület életének első pályázati ciklusának keretében benyújtott pályázatok összetételéből is, a tervezett beruházások témáját vizsgálva megállapíthatjuk, hogy azok fele a falusi turizmus jelleg erősítését fogta meg, magánszálláshelyek létesítésével, fejlesztésével. A falumegújítás és fejlesztés, valamint a vidéki örökség megőrzése, és fenntartható fejlesztése szintén kimagaslóan népszerű célok voltak a benyújtott pályázatok körében. Ezek a célok a vidéki lakókörnyezet, a települések általános fizikai megjelenésének, a közterek hanyatló állapotának képét javítják, zöldterületek, sétányok, gyalogutak építését, a természeti és történelmi táj megőrzését, valamint a környezettudatos magatartást, illetve a vidéki élet színvonalának fejlődését segítik elő. Ilyen módon tehát áttételesen kapcsolódnak az idegenforgalom, a turizmus fellendítéséhez is, mivel egy szebb és élhetőbb település képe ebből a szempontból is nagyobb vonzerőt képvisel.

Szolgáltató szektor

Mind a fürdőhelyekhez, mind a falusi turizmushoz szorosan kapcsolódik a szolgáltató szektor fejlettsége. Ez teszi ugyanis teljessé a vendégek kényelmét, komfortérzetét, s nagyban hozzájárul az eltöltött vendégéjszakák számához. Ebbe a körbe beletartozik tehát a bolti kereskedelem, az éttermi vendéglátás, a postai, banki szolgáltatások, az esti kikapcsolódási lehetőségek köre, de akár az edzőtermek, szoláriumok, szaunák szolgáltatása is, mely manapság már hozzátartozik sok ember mindennapi életéhez, és segít komfortosan éreznie magát a kirándulások, nyaralások ideje alatt is.

Összességében elmondható, hogy a LEADER akcióteréségbe a szolgáltatások száma és színvonala sajnos elmarad a megyei átlagtól. Jelentősebb koncentráció ebből a szempontból is elsősorban a nagyobb fürdőhelyek környezetében tapasztalható (Sárvár, Celldömölk, Mesteri, Borgáta..). Ez azonban továbbra is fenntartja és erősíti a térség pólusosságát, és visszatartja a kisebb települések fejlődési lehetőségeit.

Térségi programkínálat

A vendéglátó iparnak ez a területe szorosan kapcsolódik a többi kínálati elemhez, hiszen mi értelme lenne a színvonalas szállásoknak, a barátságos vendéglátásnak, ha az ide érkező vendégek nem tudnák hasznosan és szórakoztatóan letölteni szabadidejüket. Éppen ezért ezen a területen bizonyos átfedések is tapasztalhatóak az előzőekben bemutatott turisztikai

elemekkel, mivel részben ebbe a körbe is besorolhatóak a gyógy-, wellness-, fitness szolgáltatások, a szabadidős programok, a borkóstolók, vagy az épített környezet látnivalóit megcélzó kastély látogatások, a templomok, kúriák megtekintése. Ezen felül azonban külön figyelmet kell fordítani a LEADER térség településeinek hagyományokhoz kapcsolódó rendezvényeire, programjaira is. Ezek azok az attrakciók, amelyek vonzóvá, a térségre jellemzővé teszik a turisztikai kínálatot.

A Sághegy akcióterrség ilyen jellegű lehetőségekben sem szenved hiányt. A falusi turizmus jelleget erősítve lehet például disznóvágásokat, búcsúkat rendezni, kihasználva például Celldömölk, mint búcsújáró hely vonzerejét, vagy vadász kirándulásokat szervezni, széles körben meghirdetni például a 2009-ben tizedik alkalommal megrendezett kissomlyói Rák fesztivált. Az Ostffyasszonyfán található Pannon Ring versenypálya is alternatív kapcsolódási lehetőséget jelent a látogatók számára, de hatása fordítva is igaz, a versenyekre érkező közönség potenciális vendégkört jelent a környező települések számára.

Az ilyen jellegű kezdeményezések jelenleg nem kapnak megfelelő nyilvánosságot, illetve azok elsősorban a helyi lakosság igényeire, szórakoztatására fókuszálnak, nem domborodik ki idegenforgalmi vonzerejük. Pedig a programkínálat bőven tartalmaz rendezvényeket, szemezzünk kicsit a 2009. évi repertoárból:

- A Répcelaki Szabadegyetem előadásai
- Megemlékezés az 1956 -os szabadságharcról és forradalomról
- Répcelaki Csatangoló - gyalogló túra
- Répcelaki Családi és Ifjúsági napok
- XV. Falunap – Vashosszúfalu
- Mesteri Falunap
- X. Jubileumi Rák Fesztivál – Kissomlyó
- Jákfai falunap
- Dugovics Emléknep és Falunap – Nagysimonyi
- Polgármesterek főzőversenye 2009. - Szajki-tavak (Hosszúpereszteg)
- XV. Halászléfőző verseny és Falunap - Tokorcs



Pannon Ring

Az akciótérség turizmusának jelenlegi helyzetéről összességében elmondható, hogy bizonyos területeken jelentős vonzerővel bír, amit részben ki is tud használni, más területeken azonban egyelőre a lehetőségek továbbra is lehetőségek szintjén maradtak meg, mely meglehetősen egyoldalúvá teszi a kínálatot, kevésbé törekedve a komplexitásra.

Horgász, és vadászati lehetőségek

A pihenés manapság ismét egyre népszerűbb formáját jelenti a horgászás és a vadászat. Míg a horgászok a természet nyugalalmát keresik, s azzal harmóniába kerülve várják szerencséjüket, a kifogott halakat sokszor vissza is engedik a vízbe, addig a vadászat épp a természetes élőhely felbolydításával riasztja meg a vadakat, melyeket sport, vagy étkezési céllal ejtenek el. A különbség tovább is vezethető, hiszen a horgászat amatőr szinten jóval kisebb költségvonzattal rendelkezik, mint a vadászat. Mindezek ellenére mindekét sport, illetve kikapcsolódási formához jó feltételeket biztosít az akciótérség változatos természeti földrajza, felszíni vizei, dombos, erdős tájai.



Természeti adottságok, Szajki tavak

Többször említettük már az akciótérség előnyös természeti adottságait, melyek mind a különböző turisztikai kínálati elemek környezete, háttereként, mind önmagukban jelentős vonzerőt jelentenek az akciótérség számára. A táj látogatása nyugalmat és felüdülést biztosít az ide látogatók számára. Aki a földi barangolást kevesli és különleges élményekre vágyik, az sétarepülés keretében, felülről is megtekintheti a környéket.

A természeti értékek közül is kimagasló szépségű a Szajki-tavak környéke.



táncos szórakozás

A Szajki-tavak Vas megye évtizedek óta közkedvelt üdülő területe. Erdős területen, nyugodt környezetben várja a kikapcsolódni vágyókat. Ide nem ér el a város zaja, forgalma, zavartalanul élvezhető a tiszta levegő és a madarak éneke. A 11 tó közt vannak horgásztavak és strandolásra alkalmas tó is, ahol megannyi lehetőség kínálkozik a vizek, erdei túrák kedvelőinek a kikapcsolódásra, szórakozásra.

A tavak programjaikkal is várják látogatóikat. Rendeznek itt horgászversenyt, polgármesterek főzőversenyét, de van itt Jégkert Disco is, ahol sokféle koktéllal, itallal, ingyenes belépés mellett várják a turistákat.

II. Összehasonlítás más térségek, települések helyzetével

A tanulmány első részében megismerhettük a Sárvári és a Celldömölki Kistérségek részvételével létrejött Sághegy akciótérség idegenforgalmának, turisztikai kínálatának jelenlegi helyzetét. Célunk, hogy javaslatokat tegyünk ezek további fejlődési irányainak meghatározására annak érdekében, hogy a régió komplex és egységes képet mutasson a fizetőképes belföldi és külföldi vendégkör számára. Ezzel összefüggésben nézzük most meg, hogy más hasonló adottságokkal, profillal, kínálattal rendelkező térségek, illetve települések hogyan élnek a természet, vagy akár az emberi kéz alkotta lehetőségeikkel.

Az összehasonlításhoz először is meghatározzuk azokat a szempontokat, amelyek mentén a különböző területek, legyenek azok akár idegenforgalmi régiók, LEADER térségek, vagy önálló települések, méretüktől és tagoltságuktól függetlenül összehasonlíthatóvá válnak. Ezt követően behatároljuk azokat a tájegységeket, amelyek példája az adott szempontok szerint kapcsolható az akciótérség turisztikai palettájához.

Az összehasonlítás szempontrendszere

Mint azt már láthattuk, a Sághegyi térség idegenforgalma főként a felszín alatti és felszíni vizek vonzására, az azok nyújtotta lehetőségek kihasználására épül, előtérbe helyezve a gyógy-és termál vizek egészségre gyakorolt jótékony hatását.

Másik fő összetevőként a feltörekvő falusi turizmust jelölhetjük meg, melynek fejlesztésével jól kiegészíthető a pihenni és gyógyulni vágyók programja.

Harmadik elemként a meglévő vonzerők köztudatban való jelenlétét vizsgáljuk, amely szintén nélkülözhetetlen összetevője a turizmus fenntartható fejlődési pályára állításának.

Területi behatárolás

Magyarország idegenforgalmi térképére tekintve azt láthatjuk, hogy az legnagyobb egységként régiókra van osztva. Magyarország turisztikai régióit az a kilenc terület jelenti, amelyek önálló turisztikai egységet képeznek. A turisztikai régiók nem azonosak a statisztikai régiókkal, a közigazgatásban nem töltenek be szerepet. A kilenc turisztikai régió csupán Magyarország területének idegenforgalmi felosztását segíti elő, az ott található természeti adottságok, kulturális örökségük alapján.



Országunk turisztikai régiói a következők:

- Budapest–Közép-Duna-vidék turisztikai régió (Budapest és környéke)
- Észak-Magyarország turisztikai régió
- Észak-Alföld turisztikai régió
- Tisza-tó turisztikai régió
- Dél-Alföld turisztikai régió
- Balaton turisztikai régió
- Nyugat-Dunántúl turisztikai régió
- Közép-Dunántúl turisztikai régió
- Dél-Dunántúl turisztikai régió

A régiós felosztás nem csupán a nagyobb egységek elkülönítését szolgálja, hanem az összetartozó térségeknek, településeknek egységes megjelenési és marketing lehetőséget is biztosít.

A régióknál kisebb egységeket a kistérségi rendszer létrehozása teremtette meg, mely egyben az Európai Unió pályázatok lehívása kapcsán is sok esetben az elszámolás területi egységét jelenti.

A kistérségeken belül az egyes települések önállóan is megjelenhetnek az idegenforgalmi célpontok között, amennyiben olyan speciális vonzerővel rendelkeznek, ami egymagukban is versenyképessé teszi őket az egyre erősödő mezőnyben. Ilyen speciális vonzerővel bír lehet például Budapest, mint a nemzet fővárosa, ilyen lehet Szegeden a Szabadtéri játékok, vagy a Szegedi Ifjúsági Napok (SZIN), de ilyen értéket képviselhet egy, vagy akár több fürdőkomplexum, vagy speciális szolgáltatás a településen, vagy környezetében, de még maga a falusi turizmus is.

A fentiek figyelembe vételével az összehasonlítási szempontok közül a fürdőterületeknél települési stratégiát, az egységes fellépés területén pedig térségek, régiók példáját tekintjük át.

Gyógy- és termál fürdőhelyek áttekintése

Mielőtt a konkrét fürdőhelyekkel megismerkednénk, tegyünk egy kis történeti kitekintést és nézzük meg, hogy miben is különböznek, termál- és gyógyfürdők az egyszerű strandoktól, ilyen követelményeknek kell megfelelnie vizüknek, hogy azokat gyógyhatásúnak minősítsék.

Mit nevezünk termálvíznek?

Hőmérsékleti határértéke – az egyes országok adottságainak megfelelően – nemzetközi szinten nem egységes. Magyarországon 1953-tól 1984-ig a 35°C-nál magasabb „felszíni kifolyóvíz-hőmérsékletű” felszínalatti vizek minősültek hévíznek. Mivel hazánkhoz képest Európa más országaiban ritkaságszámba megy az ilyen hőfokú víz, már a 30°C feletti vizet is termálvíznek tartják. 1984 óta – az európai államok többségének előírásaihoz alkalmazkodva – mi is átvettük ezt a szabályozást, ekkor hazánkban a hazai hévíz kutak száma egyik napról a másikra 290-nel emelkedett.

Igen érdekes például Miskolctapolca helyzete - hiszen még a gyengébb kritériumnak sem felel meg, hiszen vize néhány tizeddel 30°C alatt van – ám a közvéleményben mégis

termálfürdőként emlegetik. (Más kérdés, hogy vize gyógyvíz, melyet nem hőmérsékleti, hanem egész más, összetett szempontrendszer alapján minősítenek.) Miskolctapolca példája egyébként nem egyedi, a fürdőbe járók természetesen nem tesznek különbséget néhány fok eltérés esetén. Termálfürdőbe mennek akkor is, ha a fürdő vize inkább csak langyosnak, mint melegnek tekinthető. Egyébként az ilyen szubtermális vizű fürdők üzemeltetőit sem riasztja vissza 1-2 fok mínusz a határértékhez viszonyítva, hogy magukat termálfürdőként hirdessék.



A meleg felszíni forrásoknak több neve is van magyarul, melyeket számos földrajzi nevünkben fellelhetjük. Ez is mutatja, hogy már az ősidőktől jelen vannak a hévizek, termálvizek hazánk területén. Körülbelül az ország területének 70%-án rejtőznek a mélyben termálvizek. Talán furcsa lehet, hogy két egymástól olyan távol eső település, mint Tapolca és Miskolctapolca közös nevet visel. Ám ha megnézzük, mi köti össze őket, rögtön megértjük a rejtélyt. Hiszen mindkét helyen meleg források – a hajdan ezeken a vidékeken élő szláv népek nyelvén „teplicék, tapolcák” – fakadnak a mélyből, a magyar nyelv ezeket a megnevezéseket vette át a jelek szerint korábban itt élt szlávoktól. Hévíz vagy éppen Galgahévíz is termálforrásáról kapta nevét, de például Hőlak is ebbe a sorba tartozik.

Gyógyvíz

A gyógyvíz viszont már nem szubjektív, hanem nagyon is jogi kategória, a minősítés itt sokkal összetettebb, a vízhőmérséklettől nem is függ. Olyan felszín alatti vizeket neveznek gyógyvíznek, melyeknek bizonyítottan valamilyen gyógyhatása van. Az Országos Tisztifőorvosi Hivatal Gyógyhelyi és Gyógyfürdőügyi Főigazgatóságának feladata, hogy a minősítő teszteket elvégezzék egy önkormányzat vagy fürdő kérésére. A gyógyvíz-minősítéshez először a vizet kémiai elemzések alapján ásványvízzé kell minősíteni. Az ásványvíz egy szigorú vízminőségi kategóriának megfelelő minősített ivóvíz. Ezután következhet a gyógyhatás vizsgálata úgynevezett kettős vakkísérlettel. A kísérlet során 10 beteget a kiszemelt termálvízben, ellenpróbaként pedig 10 másikat melegített csapvízben fürdetnek. A tesztek elvégzése után a hivatal tehet javaslatot a gyógyvízzé minősítésre. (Ám érdekesség, hogy gyakorlatilag minden esetben van olyan páciens a csapvízben kezelték között is, akinek jelentősen javul az állapota a kezelés hatására, a placebo-hatás tehát sosem szűrhető ki teljes egészben!)

A XIX. század végén és a XX. század elején létrejött első hazai hévizes fürdők minden esetben megkapták a gyógyvíz minősítést – és ezt azóta is őrzik – tehát a hagyomány útján is szerepelhet egy fürdő a gyógyvizű fürdők listáján. Mivel azonban a minősített ásványvizek 99%-ának minden esetben van valamilyen gyógyhatása, így elsősorban szándék – és pénz – kérdése, hogy gyógyvíznek minősítsenek egy hévizet. A minősítés procedúrája inkább azért fontos, hogy kiderüljön, valójában milyen betegségekre is javallott az adott gyógyvíz.

Általában ez is már a kémiai vizsgálatok során kiderül, hiszen bizonyos víztípusok bizonyos betegségekre javallottak. Nem csak fürdési (balneológiai) célú gyógyvízről beszélhetünk, hanem ivókúrára szolgáló természetes gyógyvízről is. Különleges értéket képviselnek a budai „Hunyadi János” és „Ferencz József” valamint a Tisza mellett termelt „Mira” keserűvíz-telepek, ezek vizét leginkább gyomor- és vesebetegek fogyasztják.

Az ásványvíz- és gyógyvíz-minősítést nem csak megszerezni kell, de rendszeresen vizsgálni és fenntartani is. Mivel ez a fürdőnek jelentős költséget jelent, emiatt sok fürdő csak egy kútját minősített gyógyvízzé. A kitermelt víz minősége is változhat idővel, ezért a gyógyvíz-minősítést indokolt lenne időnként megismételteni, ám sajnos – nyilván az anyagi vonzatai miatt – ez nem bevett szokás.

Gyógyfürdő

Bizonyára azt sem tudják sokan, hogy ahhoz hogy egy fürdő megkapja a gyógyfürdő minősítést nem is kell feltétlenül gyógyvízzel rendelkeznie. A dolog másik oldala: a gyógyvíz pedig kevés ahhoz, hogy gyógyfürdővé nyilvánítsanak egy fürdőt. A gyógyfürdő ugyanis az a létesítmény, amely gyógyvíz, gyógyiszap, vagy egyéb természetes gyógytényező felhasználásával fürdőkezelést (balneoterápiát) nyújt, vagy elismert ásványvíz, hévíz, illetőleg melegített közműhálózati víz felhasználásával végzett hidroterápiás kezelések mellett, egyéb fizikai gyógy módok alkalmazásával együtt, teljeskörű fizioterápiás ellátást nyújt.

Hazánk számtalan termál- és gyógyvizének többsége hidrogén-karbonátos hévíz, ami annyi tesz, a teljes ásványianyag-tartalmának legalább 20 %-a kalciumból, magnéziumból és hidrogén-karbonátból áll. Ez a gyógyvíz főleg mozgásszervi betegségekre (reuma, ízületi kopások) igen hasznos, ám e mellett más összetevőket is tartalmazhat, amely további betegségtípusokra lehet gyógyír.



Gyógy- és Wellnessfürdő Sárvár

Miután megtudtuk, hogy mitől is gyógyfürdő a gyógyfürdő, kiválasztottunk három, a köztudatban is fürdővárosként élő települést, melyek turisztikai tevékenységének

vizsgálatával közelebb kerülhetünk a Sághegy akciótérségben rejlő esetleges tartalékok felderítéséhez. Ezek a települések: Hajdúszoboszló, Miskolctapolca és Szeged.

Hajdúszoboszló

Szoboszló első írásos említését először 1075-ben találjuk I. Géza adománylevelében, melyben az újonnan alapítandó garamszentbenedeki apátságnak adományozta Szoboszlóvásár királyi vámjának felét.

Bocskai István hajdúkkal telepítette be 1606-ban, innen kapta az eredetileg szláv eredetű településnév a „hajdú” előtagot (bár ez az elnevezés csak a 19. században terjedt el).

A budai török pasa 1660-as hadjárata, a Szejdi-dúlás szinte teljesen elpusztította a települést.

A település és környékének közbiztonsága a 19. század közepén gyenge lábakon állt. A betyárvilág felszámolásával összefüggésben a Vasárnapi Újság 1868-ban azt írta, „Szoboszló nem jó hely a gazembereknek” Miért? Mert a hajdúk és leszármazottaik életét és vagyonát 50-60 „perzekutor” és öt-hat csendbiztos szeme őrzi.

A város élete 1925. október 26-án változott meg, amikor is egy kutatófúrás során olaj vagy gáz helyett csupán termálvíz tört fel 1091 méter mélységből. A környékbeliek rendszeresen zarándokoltak a forráshoz, melynek furcsa illatú (kénes és jódos) vize nem csak melegítésre volt alkalmas (73 °C), hanem mindenféle ízületi bántalmakban szenvedő, derékfájós embereknek is csodás megkönnyebbülést okozott.

A gyógyvíz, a kialakuló gyógyfürdő és strand, és a fürdőturizmus teljesen átalakította a települést, amely gyors fejlődésnek indult, s napjaink egyik legismertebb, és legnépszerűbb fürdővárosává nőtte ki magát.

A rövidke történelmi bemutatás nem véletlen, ugyanis a kiválasztott városok közül rögtön olyanra bukkantunk, melynek életét és történetét annyira a fürdőváros jelleg és a turizmus határozza meg, hogy magáról a településről alig lelhető fel bármilyen információ. Publicitása egyértelműen és kizárólagosan a gyógy-és élményfürdőre épül, valamint az ehhez kapcsolódó szállodasor szolgáltatásaira. A belvárosról minimális információt kaphatunk. A népesség – valószínűleg az egyre erősödő turizmusnak köszönhetően az 1900-as évek elejétől folyamatosan növekszik, 2009-ben 23 295-en laktak a településen.

A fürdőről már azonban sokkal többet megtudhatunk.

1925-ben Hajdúszoboszlón szénhidrogén kutatások nyomán 1091 méter mélységből földgáz társaságában felszínre tört az a különleges, 73 Co-os víz, amelynek gyógyhatása rövidesen cáfolhatatlanul bebizonyosodott.

Pávai Vajna Ferenc volt az a tudós geológus, akit a hévíz atyjának nevezünk. Neki köszönhető, hogy a természet e csodálatos ajándéka immáron több, mint hét évtizede a gyógyulást szolgálhatja. A föld mélyének bársonyos barna, forró kincse elárasztotta a környékbéli mélyedéseket, s az emberek az első meglepődésen hamar túlesve fürdőzni, mosni kezdtek benne. Hamar észrevették, hogy a víz csodát tud. Gyorsabban gyógyultak a sebek, enyhültek a reumatikus fájdalmak. E hír felkeltette a szakemberek érdeklődését. Megvizsgálták, vegyelemeztek a folyékony forró arany összetételét, s páratlan megállapítások születtek.

Dr. Bodnár János, a Debreceni Orvostudományi Egyetem Orvos Vegytani Intézetének igazgatója így írt a szoboszlói vízről: "Analysisünk szerint a hajdúszoboszlói mélyfúrásból eredő víz alkalikus-jódos-brómos-konyhasós hévíznek minősítendő. Egybevetve a kémiai analysis adatait a víz igen magas hőmérsékletével kimondható, hogy a maga nemében egyedülállónak tekinthető, hozzá hasonló összetételű és hőmérsékletű víz - a rendelkezésünkre álló analysisek alapján - nem ismeretes."

Dr. Dalmady Zoltán balneológus, egyetemi tanár szerint "... a fizikai chemia szempontjából rendkívül érdekes vonása a hajdúszoboszlói vizeknek, hogy töménységükben és összetételükben aránylag igen közel állanak az emberi szövetnedvek összetételéhez.

Különös figyelmet érdemel a tengeri fürdőkkel való összehasonlítása, hiszen a hajdúszoboszlói víz maga sem más, mint trias-kori tengerek felidézett szelleme. Konyhasótartalmánál fogva körülbelül ötszörösen hígított tengervíznek tekinthető, de a tengervíztől eltér csekély magnézium, calcium és jelentékeny hydrocarbonat tartalmánál fogva. Ennek dacára éppoly joggal használható úgy a gyógyításra, üdülésre, mint bármely más olyan tengeri fürdő, mely vizének hígítottságánál fogva hasonló töménységű."

Hajdúszoboszló városa megismerve a tudósok elemzéseit elhatározta, hogy fürdőt épít.

1927. július 26-án megnyílt a fővényfürdő.

Az azóta eltelt több, mint 70 év bővelkedett eseményekben, a turizmus egyre élénkül, s az elvárásokhoz igazodva többször bővíteni, korszerűsíteni kellett. 1991-ben részvénytársasággá alakította fürdőjét az önkormányzat, amely azóta is többségi tulajdonosa. A kilencvenes évek derekán megkezdődött az ásványvíz-palackozás, megnyílt a cég saját utazási irodája és saját kempinget építenek.

1996-ban az egykor államosított szoboszlói termálkutak visszakerültek jogos birtokosukhoz. A képviselő-testület még 1995-ben egyöntetűen határozott visszavásárlásukról! 1996-tól napjainkig egy hatalmas megújulási folyamat zajlott le a Hajdúszoboszlói Gyógyfürdőben, ugyanis ekkor indította el a cég menedzsmentje és a tulajdonos Hajdúszoboszlói

Önkormányzat eredetileg 8 évre tervezett fejlesztési programját: 1996-ban megnyitotta kapuit a gyógy szanatórium a Hotel Termál Terápia, melyhez hamarosan saját fürdőépületet emeltek.

A Délibáb és a Silver Hotelben egy-egy új terápia üzemeltetését vette át a fürdő, melyek a gyógykezelések további bővítését tették lehetővé.

1998 karácsonyán elkészült az új, modern termálfürdő-épület.

Phare támogatással 2000-ben Magyarországon elsoként létesült vízi szórakoztató központ, az Aquapark.

Ezt követően a Széchenyi terv jóvoltából egy 2,5 milliárdos beruházás zajlott le 2001-2002 évben, melynek során teljesen megújult a strand, bővült az Aquapark, a kádfürdő épületének emeleti részén új kezelőhelyiségeket alakítottak ki, az uszodában új tanmedence, gyógymedencék és szauna létesült, végül 2002 őszére megszépült a termálfürdő csarnoka.

A leglátványosabb fejlesztések a strandfürdőben történtek, hiszen azon túl, hogy megújult az infrastruktúra, új, az európai normáknak megfelelő medencék épültek, köztük egy Európában egyedülálló óriásmedence, a mediterrán tengerpart különböző látványelemekkel.

Fejlesztéseink eredményeképpen minden korosztály számára megteremtődtek a feltételek, akár szórakozni, felfrissülni vagy gyógyulni vágyik.

2003 őszén a tulajdonos Önkormányzat pályázatot nyújtott be a PHARE-előcsatlakozási alapra. Ennek keretében több, mint egymilliárd forint értékű beruházás kezdődött meg a József Attila utcai Hotel Termál Terápia és környezetének fejlesztésére 2004 év végén. 2005 július végén megnyithatta kapuját az újjá varázsolt háromcsillagos Hungarospa Thermal Hotel.

2004-ben több mint ezer négyzetméteres, modern gépsorokkal felszerelt új ásványvíz palackozóüzemet alakítottunk ki. A beruházás értéke 150 millió forint volt.

2008. júniusban indult el Hajdúszoboszló történetének legnagyobb turisztikai beruházása, az Aqua-Palace fedett élményfürdő kivitelezése.

A 4,8 milliárd forint összértékű kiemelt projekt 2,25 milliárd forint európai uniós támogatással valósul meg. Az új létesítmény legfontosabb célja a szolgáltatás-kínálat további bővítése, a piaci pozíció további erősítése, illetve a nyári szezon meghosszabbítása. Az Aqua-Palace 15 ezer négyzetméter alapterületen, 1600 négyzetméter vízfelülettel, egyszerre 1000 fő befogadására alkalmas, ahol minden egyes korosztály megtalálja a számára legmegfelelőbb szórakozási, kikapcsolódási formát, az egészen kicsi gyermekektől kezdve, a fiatal, sportkedvelő felnőtteken keresztül, az idősebb korosztályig.

A fürdő gyógyvize alkalmas idült ízületi gyulladások, sportsérülések, idegfájdalmak, nőgyógyászati betegségek, bőrbetegségek kezelésre.

A gyógyításhoz és fürdőzéshez kapcsolódóan szolgáltatások olyan köre szerveződött a turizmus köré, melyek felsorolása szinte lehetetlenség. A kezeléseken kívül számtalan fajta masszázs, pezsgőfürdő, fitnesz kúra, menedzser kúra, szauna várja a vendégeket, akik kiszolgálásáról a szállodasoron található vendéglátó és szórakoztató egységek gondoskodnak. A fő profil köré csoportosul a szintén nagyon jelentős szállásadási szolgáltatás, mely részben a fürdőtől induló soron található rengeteg különböző korú, stílusú, színvonalú hotelet jelent, részben pedig a nyugodtabb körülményekre vágyó vendégek igényit kielégítő magánszállásokat.

A település már 2010-re is meghirdetett néhány rendezvényt, melyek szintén a fürdéshez kapcsolódnak (Fürdőkarnevál, Fürdőfesztivál...).

Láthatjuk tehát, hogy a város hasonló hatású természeti kincssel rendelkezik a termálvíztekintetében, mint a Sághegy LEADER akciótérség, de gazdaságát, mondhatjuk kizárólagosan fürdőire, és a turizmusra építi. A folyamatos fejlesztések a szolgáltatási színvonal javításán túl a profiljukból adódó szezonális enyhítést célozzák, kiegyenlítettebbé téve a bevételek éven belüli eloszlását. A város tehát egy lapra tett fel mindent, további fejlődése, és működése a fizetőképes kereslet függvényében alakulhat tovább. Talpon maradását Debrecen, mint nagyváros és a Hortobágy közelsége is segíti, illetve egymás vonzó hatását kölcsönösen ki tudják használni.

Az egy lábon állás azonban veszélyeket is hordoz magában, mivel a szolgáltatások iránti igény jelentős visszaesésével erősen növekedhet a munkanélküliek száma, mely a bevétel kiesés mellett, a szociális kiadások megnövekedését is jelenti.

Zala Termálvölgye Egyesület

A Zala Termálvölgye közel 100, Hévíz és Zalaszentgrót környéki önkormányzat, vállalkozás és civil szervezet szövetsége a térség fejlesztése érdekében.

Az együttműködés 2007. október 5.-én kezdődött Zalaszentlászlón, ahol a résztvevők megalakították a Zala Termálvölgye Helyi Közösséget. A cél az volt, hogy a közösség közös stratégiát alkotva az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program keretein belül jogosultságot szerezzen közel 1 milliárd forint helyi pályáztatására.

A stratégia 2008 elején elkészült, s az időközben alakult Zala Termálvölgye Egyesület elnyerte a „LEADER Helyi Akciócsoport” címet, s ezzel a jogot stratégiája végrehajtására.

A Zala Termálvölgye térség Hévíz és Zalaszentgrót térségének 33 településéből (összesen 31.739 lakos) áll. A térség a Nyugat-dunántúli régióban, Zala megye észak-keleti részén található.

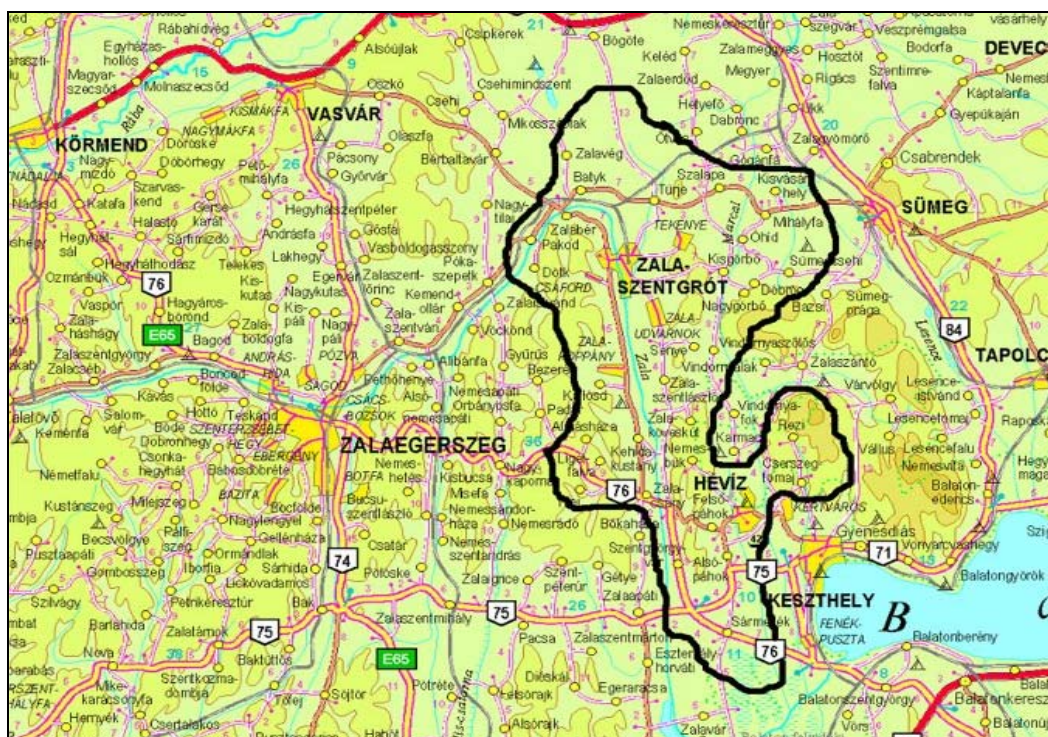
Az Egyesület fő feladata az **Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (ÚMVP) III. és IV. tengelyének** lebonyolítása, közel 1 milliárd forint fejlesztési forrás helyi pályáztatásában való közreműködés.

Az Egyesület által ellátandó fontosabb feladatok:

- Pályázati tanácsadás
- Pályázatok elkészítésében való segítségnyújtás
- Ügyfélszolgálat működtetése
- Pályázatkezelés
- Helyi döntéshozatal
- Elszámolások segítése

További feladatok:

- Tematikus hálózatok kialakítása, ösztönzése
- Koordináció a megvalósult fejlesztések között
- Segítségnyújtás a pályázati forrásokhoz való hozzájutásban
- Kistérségi információs rendszer kiépítése, térségi adatbázisok létrehozása



Az Egyesület egyik kiemelt célja egyfajta „**információs akadálymentesítés**” a térségben. Az Egyesület eszközöket kíván ahhoz nyújtani, hogy a térségi szereplők megismerjék egymást, a hely lakosok megismerjék környezetüket, a térségen kívüliek megismerjék a „Zala Termárvölgyét”.

Az információs akadálymentesítés egyik fontos eszköze a Zala Termárvölgye Információs Portál, amely közösségi alapon, ingyenesen működve lehetőséget ad arra, hogy minden fontos térségi információ egy helyen elérhető legyen. Az internetes felületen való megjelenés minden térségi vállalkozás, civil szervezet, önkormányzat számára nyitott

A 2007-2013 LEADER program végrehajtásának alapja az Akciócsoport által elkészített Helyi Vidékfejlesztési Stratégia. Ebben a fejlesztési dokumentumban részletesen feltárássra kerültek az Akciócsoport által lefedett földrajzi terület adottságai, problémái, fejlesztési igényei. A HVS-ben konkrétan nevesítésre kerültek az Akciócsoport által megjelölt fejlesztési célterületek és az azokat finanszírozó európai uniós források is.

A Zala Termárvölgye Akciócsoport Helyi Vidékfejlesztési Stratégiája az alábbiakban foglalható össze:

A HVS célrendszere, és prioritásai

A program legfontosabb célja, hogy a Zala Termárvölgyében élők jól érezzék magukat, és csökkenjenek a térségen belüli gazdasági, társadalmi különbségek.

A program hatására erősödjön a térség versenyképessége, és olyan innovatív és komplex fejlesztések jöjjenek létre, amelyek megőrzik a természeti és kulturális értékeinket, a meglévő adottságainkra építenek, a fenntarthatóságot pedig a közös érdekeken alapuló együttműködések biztosítják.

A program konkrét céljai:

- * A helyi gazdaság erősítése, turizmusra építő fejlesztésekkel, új szolgáltatások indításával, a foglalkoztatottság növelésével;
- * A helyi lakosság életminőségének, jólétének javítása, a lakókörnyezet szebbé tétele;
- * A társadalmi, gazdasági kompetenciák erősítése, a hátránnyal küzdők felzárkóztatása, foglalkoztathatóságának javítása;
- * A környezeti erőforrások védelme, fenntartható használata;

- * A térségi identitás és a térség innovációs képességének, társadalmi-gazdasági kohéziójának erősítése térségi hálózatok kialakításával, az integráció növelésével.

A Zala Termálvölgye jelenleg egy társadalmi, gazdasági szempontból jelentős különbségekkel bíró, jóval a lehetőségei alatt teljesítő térség. A stratégia megvalósulásával egy olyan komplex fejlesztéssorozat kerül támogatásra, amely főként az eddig kihasználatlan adottságokra, és a meglévő lehetőségekre, és tudásra épít.

A tervezett program legfontosabb elvei:

- * Hálózati együttműködés megteremtése a térségben működő tematikus csoportok és szektorok között,
- * Partnerségi programok, kapcsolatok erősítése, a térségi kohézió javítása, innováció, a programok integrált megvalósítása,
- * Versenyképesség erősítése, és esélyteremtés a felzárkóztatás érdekében.

A stratégia öt fő fejlesztési prioritásra, ezen belül 16 intézkedésre épül.

A prioritások egymásra épülésének két fontos jellemzője van. Egyrészt a meglévő, gyógyturizmusra épült adottságok és lehetőségek minőségi fejlesztése, másrészt a térség élhetőbbé és vonzóbbá tétele.

A térség adottságai elsősorban az idegenforgalom fejlesztését indokolják. A falusi-, öko- és aktív turizmus fejlesztése, jól kiegészíti a fejlett gyógy- és termálturizmust.

A hátrányos helyzetű kistelepülések bevonása a gazdasági vérkeringésbe, az idegenforgalmi szolgáltatások, a szálláshelyek, valamint a helyi termékek fejlesztésén keresztül történhet.

A stratégia egyik legfontosabb irányultsága a folyamatosan növekedő munkanélküliség megállítása, a Zala Termálvölgye gazdaságának fejlesztése, a foglalkoztatás bővítése.

A településfejlesztési prioritás a Zala Termálvölgye településeinek komfortosabbá, otthonosabbá tételét szolgálja, mely hatványozottan erősíti a települések, és ezáltal a térség vonzerejét, lakosságmegtartó erejét.

A programban kiemelt szerepet kapott a fiatalok letelepítése, itthontartása, amely a Hazatérés Program folytatását jelenti. Ez a HVS egyik egyediségét biztosítja.

A környezeti erőforrások fenntartható hasznosítása a lakosság fenntartható, környezettudatos életvitelének megvalósulását támogatja.

A helyi humán erőforrás fejlesztése nélkül nem képzelhető el a térség felzárkóztatása, vagy versenyképességének növelése, ezért ez a terület önálló prioritást képvisel.

A program ötödik prioritása „Az 5. elem- A Zala termálvölgye közösségének erősítése”, amely áthatja mind a négy prioritást, amelynek legfontosabb célja a térségi kohézió erősítése, a Zala Termálvölgye belső és külső kapcsolatrendszerének fejlesztése.

A Helyi Vidékfejlesztési Stratégia az alábbi főbb prioritásokat és intézkedéseket tartalmazza:

I. Gazdaságfejlesztés, különös tekintettel a Zala Termálvölgye turizmusára

1. Szervezetfejlesztés
2. Idegenforgalmi szolgáltatások fejlesztése
3. Szálláshelyfejlesztés
4. Vállalkozásfejlesztés

II. Élhető települések a Zala Termálvölgyében

1. Hazatérés Program
2. Települési szolgáltatások fejlesztése
3. Települések infrastrukturális fejlesztése

III. Természeti értékek és környezeti erőforrások fenntartható hasznosítása

1. Környezeti erőforrásaink fenntartható hasznosítása
2. Természeti értékek megőrzése és bemutatása

IV. A helyi emberi erőforrás fejlesztése a Zala Termálvölgyében

1. A felnőttképzés feltételeinek megteremtése
2. Képzések
3. Esélyteremtés
4. Társadalmi részvétel, helyi identitástudat erősítése

V. Az 5. elem - A Zala Termálvölgye közösségének erősítése

1. Nemzetközi és területközi együttműködések
2. A Zala Termálvölgye egységének erősítése
3. Kutatás, fejlesztés

Az akciótérség annak jeleként, hogy komolyan veszi a stratégiájában megfogalmazott célokat, külön információs portált hozott létre a turisztikai tevékenységének összehangolására. Az

aktualizált honlapon minden fontos információt, programot megtalálhatunk, melyet az érintett térség kínál látogatói számára.

A színes 2010. évi programkínálatban olyan rendezvényeket találhatunk például, mint:

- Medvehagyma szüret
- Nordic Walking Nap
- Hévízi Majális – Városnapja
- Rezi Vártúra 2010
- Hévízi Tavasz - Kamarai Kiállítás és Vásár
- Pünkösdi Fesztivál
- Díjlovas verseny - Hévíz 2010
- Nagyk főztje a gyermekekért
- V. Zalavölgyi Kultúrtivornya
- Pogácsafesztivál - Tekenye 2010
- Pusztika Oszika Csónaktúra és Flúgosfutam 2010
- XVI. Hévízi Országos Borfesztivál
- Egregyi szüret 2010
- 2. "Tőkétől a pohárig" szőlőhegyi futóverseny
- MÉRT Fesztivál

És ez még csak ízelítő volt a valóban különlegesen változatos kínálatból, melyben minden korosztályú és érdeklődési körű vendég megtalálhatja a neki tetsző programokat. A honlap karbantartása, és aktuális tartalma példaként szolgálhat a Sághegy LEADER Akciótérség számára is, hiszen valódi fellendülést a turizmus területén csak az aktuális program és szolgáltatás kínálat feltérképezése, és közétele lehet elérni.

A LEADER térség látnivalói szintén egy csokorba szedve tárulnak az érdeklődők elé, ahol az adott helyszínre kattintva rövid történeti leírást, és egyéb információkat talál a látogató.

Ugyanezt tapasztalhatjuk a szálláshelyeket rendszerező menüpontban is, ahol minden hotelről, apartmanról képi információt is találunk.

A turisztikai szolgáltatók között megtalálhatjuk a szórakozás és kikapcsolódás minden válfaját, a termál-, gyógy- és élmény fürdőktől a lovas tanyán, a horgász tavon, vadászházon, a borpincéken keresztül a sétarepülésig, íjászatig, valamint a tekepályáig.

Aki esetleg nem tudna választani a felsorolt programok, szolgáltatások közül, azok számára szervezett utakat, ajánlásokat is kínál az internetes információs központ, így biztosak lehetünk benne, hogy nem telik unalmasan a Zala Termál Völgyében töltött idő.



Kolping Hotel Spa & Family Resort

Összességében azt tapasztalhatjuk, hogy a Zala Termál Egyesület példásan kidolgozta, és kiválóan alkalmazza a fejlesztési stratégiáját. Olyan adatbázist tett internetes módon hozzáférhetővé, mely bármely más akciótérségnek, településnek, régióknak például szolgálhat, így természetesen a Sághegy LEADER Egyesületnek is, mely sajnos még eléggé el van maradva ezen a területen.

A másik kiemelendő dolog a közönségvonzó programok szervezésének száma és színvonala, valamint ezek naprakész karbantartása és nyilvánosságra hozatala, mely szintén erősíti a térségbe irányuló vendégforgalmat.

Homokhátság Fejlődéséért Nonprofit Kft. – LEADER csoport

A 2008-ban megalakult Homokhátság Fejlődéséért Non-profit Kft., amely a LEADER csoport működtetője, felelős a Helyi Vidékfejlesztési Stratégia megvalósulásának elősegítéséért.

A Helyi Vidékfejlesztési Stratégia célja, hogy a Kecskeméti kistérség növekvő gazdasága a közös érdekekre alapozva képes legyen kihasználni a gazdaságföldrajzi helyzetéből eredő

előnyöket, miközben egyensúlyt tart a hagyományok és a modernség, illetve a gazdasági növekedés és környezetünk védelme között úgy, hogy teljesíteni tudja a jövő generációival szemben fennálló kötelezettségeit.

A Helyi Akciócsoportot üzemeltető Nonprofit Kft, az FVM által irányított Új Magyarország Vidékfejlesztési Program III-as és IV-es tengelyeihez kapcsolódó célok megvalósítását segíti elő.

A III. tengely

A FVM által kiírt pályázatokban az alábbi célkitűzésekre lehet pályázni.

- vidéki örökség megőrzése
- falumegújítás
- mikro-vállalkozások fejlesztése
- falusi turizmus fejlesztése

A pályázatokon 1200 és 200 ezer Euro közti összegekre lehet pályázni. A pályázatok utófinanszírozottak.

Pályázás módja

A pályázatot civil szervezetek, önkormányzatok, egyházi jogi személyek, gazdasági társaságok és természetes személyek nyújthatják be.

A pályázati főlapot az ügyfél a non-profit kft segítségével tölti fel az MVH rendszerébe, a szükséges mellékleteket postán adja fel az MVH felé.

A pontozást első körben a Helyi Akció Csoport végzi, majd az MVH munkatársai is meghoznak egy rangsort a beérkezett pályázatokból. Amennyiben 10 százaléknál nagyobb eltérés adódik, akkor egy külön Forrásallokációs Bizottság jön létre az ügy megvizsgálására az FVM-ben.

Nyertes pályázat esetén a kifizetési kérelem beadása szintén Nonprofit kft-n keresztül történik, a pozitív döntés meghozatala után 90 nappal fizeti ki az első az MVH lezárt projektrészletek után a pályázattal elnyert támogatás arányos részét.

IV tengely - LEADER

Az alulról szerveződő vidékfejlesztési program lényege az, hogy a szubszidiaritás elve mentén a helyi problémákra helyben találják meg a válaszokat, a pályázatok kiírása, elbírálása is helyben történik.

A Kecskeméti Kistérségbe a Homokhátság Fejlődéséért Non-profit kft-n keresztül közel 6 millió Euro folyik be 2015-ig, ebből 368 ezer Euro hátrányos helyzetű települések - Szentkirály és Kunbaracs- számára biztosított forrás. Vállalkozás és turizmusfejlesztésre 2 448 000 Euro jut majd az elkövetkező években.

Az alábbiakban a LEADER alapelvei kerülnek felsorolásra. Nagyon fontos, hogy a helyi szereplők ezeket megértsék, s ennek tudatában fogjanak hozzá a tervezéshez.

1. Területalapú megközelítés: A területalapú megközelítés révén azok dolgoznak együtt, akik közös otthonuknak érzik az adott térséget, és ez a motiváció hatékonyan mozgósítja és értékesíti a helyi kezdeményezéseket és erőforrásokat. A szerveződés földrajzilag összefüggő, megfelelő méretű területen megy végbe, amely biztosítja az emberi, pénzügyi és gazdasági erőforrásokat egy fejlesztési stratégia megvalósításához.
2. Alulról építkezés elve: helyi (térségi) szereplők készítenek fejlesztési stratégiák az általuk lefedett térségi területre, figyelembe véve a közösségi és nemzeti iránymutatásokat. A helyi szereplők bekapcsolódnak a területüket érintő fejlesztésekbe, meghatározzák azokat. Helyi szereplőnek számít akár egy egyéni vállalkozó.
3. Sajátos irányítási és finanszírozási módszerek: a LEADER módszer lehetővé teszi a helyi szereplőkből álló döntési szint létrejöttét. A helyi szereplők ismerik a térségüket, az arra készült terveket, így kompetenssé válnak a fejlesztési tervek végrehajtását elősegítő döntések meghozatalában. A döntési szinten a közszféra, civil szféra és a vállalkozói szféra szereplői helyezkednek el. Közükben van a pénzügyi felelősség, bevonhatják a helyi bankintézményeket.
4. Partnerség elve: a LEADER során a szereplők a civil szféra, a vállalkozói szféra vagy a közszféra helyi szintű képviselői. Mindannyian máshogy látják ugyanazt a lehetőséget, gondolataikat egyesítik a tervekben.
4. Innovativitás: Az „innovatív” vagy az „innováció” szó hallatán ne gondoljunk feltétlenül az információtechnológiai újításokra. Sokkal inkább az eddigi folyamatokhoz, eljárásokhoz képest egy újszerű elem bevitelét jelenti. Pl. egy térségben kiváló rostos italokat készítenek, s ahhoz egy a térség néhány jellegzetességét ábrázoló csomagolást fejlesztenek ki, ez a maga nemébe innovációt jelent.
5. Integrált megközelítés: a fogalom ágazatközi gondolkodást és tervezést jelent. Vagyis a LEADER módszer nem kimondottan egy ágazatot preferál, nem kimondottan elszigetelt fejlesztéseket: pl. a LEADER program nem támogat „szimpla” iskola felújítások,

útépítéseket vagy parkosításokat. Ez azonban még nem jelenti azt, hogy LEADER támogatásból ne lehessen iskolát felújítani, utat építeni vagy parkosítani. A megoldás az integrált módszer, vagyis ha egy turisztikai információs pontot szeretnék kialakítani a térségen átvonuló kerékpáros turistáknak, akkor azt megtehetem egy iskolában, s ahhoz hogy a turisták jól érezzék magukat, felújíthatok termeket. Ugyanígy, egy gyógyforrásra telepítek LEADER pénzből fürdőt, s a könnyebb megközelítés érdekében felújítom az odavezető helyi utakat. Mindez értelemszerűen feltételezi a különböző szakmákat képviselők egymás közötti együttműködését, széleskörű látását.

6. Hálózatépítés elve: helyben szerzett tapasztalatok, kidolgozott módszerek terjesztése érdekében a LEADER közösségek hálózatba szerveződnek. Történik mindez nemzetközi szinten, nemzeti szinten. A hálózatok kialakulhatnak ugyanazon gazdasági szektor szereplői között, vagy hasonló adottságú és lehetőségekkel rendelkező szereplők között.



Európai LEADER Expo

Ami első pillantásra látszik az internetes portálon, hogy annak kidolgozása nagyon igényesen történt, színeiben, rendezettségében szemet vonzó megjelenésű. Tartalmában azonban már

jelentősen alatta marad az előzőekben tárgyalt weboldalhoz képest, turizmussal foglalkozó részt gyors áttekintés alapján nem is találhatunk rajta.

Ezzel együtt jó alapot ad azonban az akciótérségi kínálat további nyilvánosságának biztosításához, de fejlődésben legalább annyi feladat áll még előtte, mint a Sághegy LEADER akciótérség esetében.

Idegenforgalmi régiók egységes fellépésének mintája

Ha a Sághegy LEADER akciótérség turisztikai megjelenés szempontjából kívánjuk megvizsgálni, és összehasonlítani, akkor példaként szintén nagyobb területi egységeket kell választanunk. Ez lehet a már korábban említett turisztikai régiók egyike, vagy más, szűkebb csoportosulás, például kistérség. A cél szempontjából (egységes turisztikai megjelenés) azonban célszerű az épp ilyen megfontolásból létrehozott turisztikai régiók közül választani, ugyanis ezen keresztül láthatjuk annak megvalósulását, hogyan lehet, illetve kell egy szélesebb földrajzi terület idegenforgalmi kínálatát. Mivel ezek a térségek kifejezetten a turizmus élénkítését tűzték ki célul, marketing rendszerük jó mintát adhatnak tanulmányunk szempontjából. A Sághegy LEADER akciótérséghez való közelsége miatt vizsgáljuk meg a Balaton turisztikai Régió interneten hozzáférhető propaganda tevékenységét.

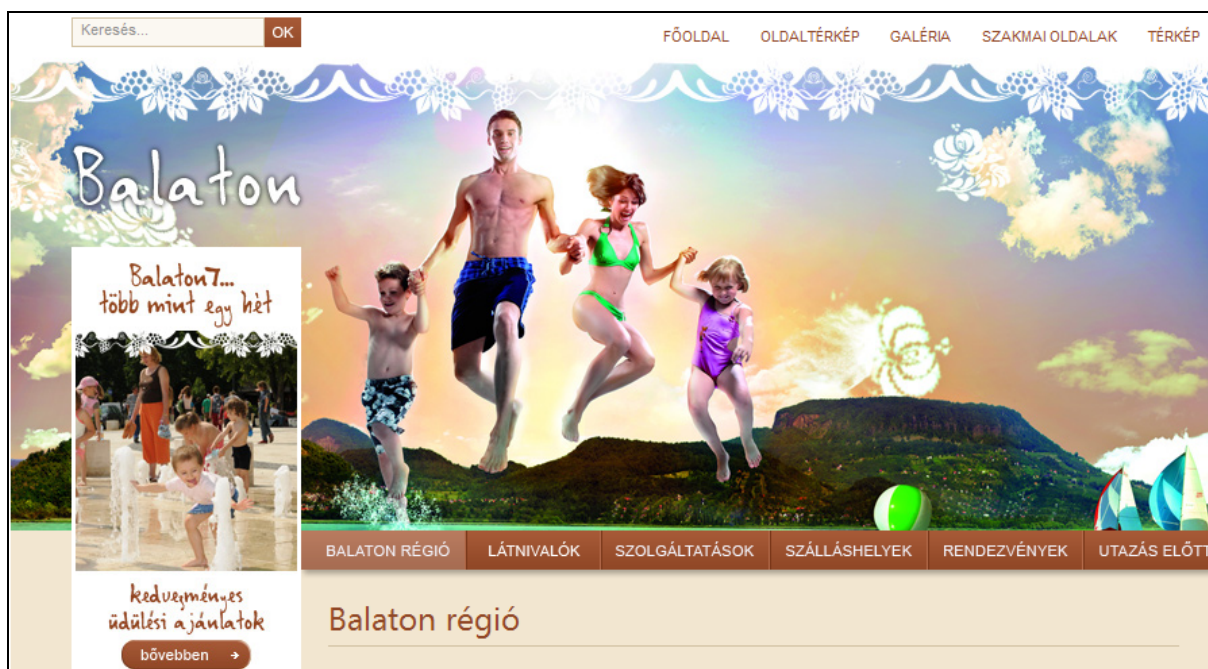
A régió bemutatkozása

Aki egyszer a Balatonnál járt, a szerelmese lesz... Neves költők és festők, híres utazók vallották ezt magukról, a XIX. század eleje óta a szépprózában, az újságok lapjain gyakran bukkant fel a tó iránti elragadtatott érzelmi megnyilvánulás. Aki meg szeretné érteni és érezni a Balaton szerelmeseinek ragaszkodását, el kell, hogy látogasson a tóhoz.

Ezer program, ezer titkot rejtő, ezerarcú táj: rabul ejti az embert – itt élőt és ide vágyó, kíváncsi turistát egyaránt. A nyári szabadság, az egymást érő fesztiválok épp úgy a Balatont jelentik, mint a természet csodálatos békéje, vagy a Balaton-felvidéki tanúhegyek felejthetetlen panorámája.

Emlékezetes kiállítások, nyári színházi bemutatók, megannyi műemlék, kastélyok édesgetik a Balatonhoz a látogatókat: a szigligeti, nagyvázsonyi vár romjai, a somogyvári történelmi emlékhely, épített örökségeink a történelmi múltba repítik az arra járókat. Egyházi emlékeink, mint a Tihanyi Bencés Apátság, múzeumaink, mint a keszthelyi Festetics kastély, a siófoki Kálmán Imre Múzeum vagy az edercsi Afrika-múzeum akár hűvösebb időben is tartalmas időtöltést kínálnak.

Minden percet ki lehet és ajánlott is kihasználni a „magyar tenger” és környéke megannyi csodájának felfedezése közben.



A Régió egységes arculatát egyértelműen magára a Balatonra építi, a köré gyűjtve a környékén elhelyezkedő látványosságokat, programokat, melyeket átlátható, tiszta elrendezésben tár az érdeklődők elé. A bejelentkező oldal harmóniát, jókedvet, felszabadult szórakozást sugároz, mellyel főként a kikapcsolódni vágyó családokat célozza meg. Ugyanakkor a képekkel megtörni igyekszik a köztudatban kialakult gondolatot, mely szerint a magyar tenger csupán a nyári szezonban kínál tartalmas időtöltést az ide látogatók számára. Ezt a nagyobb méretű nyári kép mellett megjelenő kisebb, de jól észrevehető téli tájképpel, és egy boldog család képével éri el. A honlap menürendszere öt fő menüpontba gyűjti a térség kínálatát, melyek a következők:

- Balaton régió
- Szolgáltatások
- Szálláshelyek
- Rendezvények
- Utazás előtt

Az egyes menüpontok tartalma

Balaton régió

A rövid kedvcsináló és érdeklődést felkeltő szöveg mellett újabb 7 menüpontban ismerkedhetünk meg a térségben kínálgzó különböző tevékenységtípusokkal, úgy, mint kultúra, viziturizmus, természetjárás, aktív Balaton, Bor- és gasztronómia, Gyógy- és wellness a Balatonnál, valamint a téli Balaton.

A Kultúra menüpontban rövid leírásokat, még inkább kedvcsinálókat tartalmaz a környékbeli legendákról, az elérhető tematikus kulturális utakról, és a kulturális értékekről. Ezen keresztül az érdeklődők nem jutnak ugyan részletes információkhoz, de mindenképpen összefoglalják a kultúra iránt érdeklődők számára kínált palettát.

A Víziturizmus menüben hasznos tanácsokat és információkat kaphatunk a Balatonon alkalmazott viharjelzésekről, a legnagyobb fürdőhelyekről, a fürdőzés veszélyeiről, gondolnak a horgászat szerelmeseire, valamint a hagyományos balatoni vitorlázás megszállottjaira is.

A Természetjárás pontban megismerkedhetünk a Balaton vidékének nevezetes barlangjaival, olyan nemzeti parkjaival, amelyek híre nem forog közszájon, így bemutatásuk különösen nagy jelentőséggel bír az érdeklődés felkeltése szempontjából. Ezeken túl találhatunk egy ökoturisztikai térképet, mely tájékoztatja a természetben kikapcsolódni vágyókat azokról az írott és íratlan szabályokról, melyeket minden felelős gondolkodású turistának be kell, be kellene tartania, aki azt szeretné, hogy a régió értékeit még gyermekeink és unokáink mai szépségükben tudják megtekinteni.

Az aktív Balaton leírása a mozgás szerelmeseit csábítja kerékpáros, illetve gyalogos túrákra, melyeket a Balatont körülölelő mintegy 210 kilométer hosszúságú kerékpárút, és a meredek hegyoldalak biztosítanak, a pihenésüket aktívan eltölteni vágyók számára, felsorolva néhány konkrét tippet és útvonalat is.

Bor- és gasztronómia. A menüpont címe magért beszél. A tó sokféle hallal, a térség erdői a vadfélésegekkel, a jó talajú kertek a kiváló zamatú gyümölcsökkel járulnak hozzá a jó vendégközérzethez. A kedvező talajösszetétel és a napsütéses órák magas száma elsősorban a csonthéjas gyümölcsöknek ad rendkívül zamatos ízt. A cseresznye- és meggyfélék mellett az őszibarack, a szilva, a ribizli és a málna számít kedvelt helyi gyümölcsdesszertnek. A balatoni ételek között elsőbbség illeti meg a halakat, közöttük is a „királyt”, a balatoni fogas süllőt. Klasszikus elkészítési módja szerint egyben sűtik meg, és valamely semleges ízű körettel tálalják, hogy a fogas egyedülállóan nemes íze érvényesülhessen. A halételek között külön említést érdemel a balatoni halászlé. A klasszikus halászlé írásos említésével az 1800-as években találkozunk először, és éppen a Balatonnál. Több településen ételfőző verseny keretén belül méri össze tudásukat a halászlé főzésében legjáratosabb mesterek.

A Balatonnál a vadétkeket is érdemes megkóstolni. A Bakony, a Keszthelyi-hegység és a Somogyi-dombság hatalmas erdeiből őz, szarvas, vaddisznó, a tágas rétségekből pedig nyúl, fácán, fogoly kerül az éttermek asztalára.

Ugyancsak országos hírre tett szert már a Jókai személyéhez kötődő különleges bableves, amely neves írónk füredi tartózkodása alatt vált kedvenc ételévé.

A népi ételek közül a lángos, a palacsinta, a gyümölcsös rétesek, a tócsi és prószafélék váltak a vendégek állandó kedvenceivé. A gasztronómia igen szoros kapcsolatban van a borral. A helyi ételekhez helyi bor illik, mert csak így tudjuk teljes mértékben magunkba fogadni a vidék hangulatát, varázsát, ízeit, kultúráját, vendégszeretetét.



A régió borvidékei:

- Badacsonyi borvidék
- Balatonfüred-Csopaki borvidék
- Balaton-felvidéki borvidék
- Balatonboglári borvidék
- Balaton-melléke borvidék

A fenti régiók legjellemzőbb szőlőfajtái:

Fehér bor: Olaszrizling, Muskotály, Szürkebarát, Chardonnay

Vörösbor: Zweigelt, Kékfrankos, Merlot, Cabernet

Gyógy- és wellness a Balatonnál - A wellness a jó közérzet, testi-lelki jóllét. A testnek, a léleknek és a szellemnek harmonikus egysége, amelyben nagy szerepe van a testi fittségnek, az egészséges táplálkozásnak, a kikapcsolódásnak és a szellemi tevékenységnek egyaránt. A wellness tehát egy életforma, amellyel akár egyes betegségek is megelőzhetőek.

Ennek megfelelően ez a rész a környék méltán híres fürdővárosait foglalja össze (Hévíz, Zalakaros, Tapolca, Siófok, Marcali), melyek meglátogatása nem csupán a gyógyulási szándékkal érkezők igényeit elégíti ki. A komplexumok a kor igényeinek megfelelően csúszdaparkkal, szaunával, élménymedencével várják vendégeiket.

A Téli Balaton bemutatása az évszak hidegével szembeállítja az emberi szeretetet, az ünnepi készülődés melegségét, beleszőve a jellegzetes sült gesztenye forralt borral keveredő illatát. Szinte érezni lehet a tó melletti meghittséget.

A táj nyújtotta lehetőségek kiegészülnek a szervezett programokkal, melyeket a Rendezvények menüpontban ismerhetünk meg. Hónapok szerinti bontásban, és az épp aktuális fesztiválok, programok kiemelésével a potenciális vendégek valóban hosszú listából választhatják ki a nekik tetszőt.

A Balaton környékére látogatók teljes kiszolgálása elképzelhetetlen lenne a várható időjárásról, a megközelítés lehetőségeiről szerzett információk nélkül. A tourinform irodák felsorolása szintén hasznos lehet, főként a külföldről érkezők tájékoztatása okán.

A Balaton turisztikai régió tehát jó példa arra, hogyan lehet a kitűzött cél – jelen esetben egy térség turizmusának összefogás – köré csoportosítva, településektől függetlenül létrehozni egy olyan közös arculatot, mely a területre jellemző lehetőségeket, programokat, természeti és kulturális értékeket egyaránt magában foglalja.

III. Fő kitörési pontok a turizmuson belül

A tanulmány eddigi részében áttekintettük a Sághegy LEADER HACS turisztikai kínálatának, helyzetének jelenlegi állását, megnéztük, hogy más települések, régiók milyen háttérrel rendelkeznek, hogyan használják ki területi, kulturális adottságaikat, milyen szerepet játszik

gazdaságukban az idegenforgalom, és hogyan promótálják magukat, és turisztikai látványosságaikat.

Ebben a részben a jelenlegi állapotból kiindulva, a megszerzett tapasztalatok alapján meghatározzuk, hogy melyek az akciótérség turizmuson belüli fő kitörési pontjai, milyen irányba kell, illetve lehet elindulni, és milyen feladatok várnak ezzel kapcsolatban a tagokra, mind települési, mind együttműködési szinten, és ezek milyen eredményekkel, következményekkel járhatnak.

A témakör tárgyalása a térség turisztikai vonzerőinek csoportosításában, valamint az Egyesület erősségeinek, gyengeségeinek, lehetőségeinek, veszélyeinek (SWOT analízis) alapján történik.

Az akciócsoport természeti adottságaiból, földrajzi helyzetéből adódóan a következő irányvonalak határozhatók meg, mint fő idegenforgalmi ágazatok:

- gyógy-, wellness- és fürdő turizmus
- falusi turizmus
- gasztronómiai, és bor turizmus
- aktív turizmus

Vegyük tehát sorra az egyes irányvonalakban rejlő potenciális lehetőségeket:

Gyógy- wellness- és fürdő turizmus

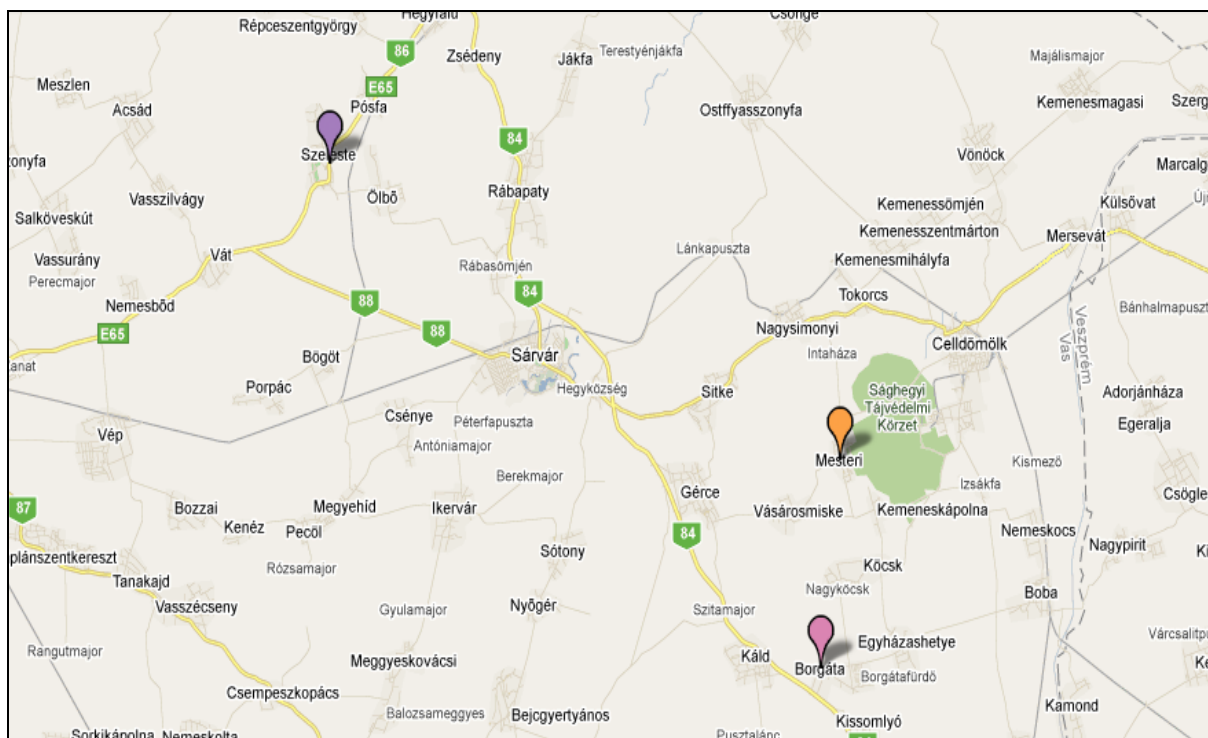
A vonulatok fentiek szerinti felsorolása egyben a térségben betöltött szerepük alapján felállított sorrendet is jelent. A felszín alatti gazdag és jó minőségű gyógy- és termálvízre épülő turizmus mind volumenében, mind pedig gazdasági szempontból a legjelentősebb.

Jelenleg a sághegyi régióban, ha turizmusról beszélünk, akkor elsősorban a fürdők jutnak eszünkbe. A helyzet sajátossága, hogy a legnagyobb és legismertebb fürdő komplexum Sárváron található, mely nem tagja a Sághegy LEADER Egyesületnek, ezért vonzerejét csak pozitív hatásként értékelhetjük, de ténylegesen nem számolhatunk vele az egységes megjelenés szempontjából. Közelsége miatt azonban mindenképpen figyelembe kell venni, már csak olyan szempontból is, hogy még egy ilyen méretű fürdő létrehozása nem lenne kifizetődő beruházás. A kapcsolódás viszont egyértelműen kínálja magát.

A Sághegy LEADER Egyesület tag települései mai állapot szerint 4 gyógyfürdőt üzemeltetnek, melyek a következő helyszíneken találhatók:

- Mesteri Termálfürdő
- Borgátai Gyógyfürdő

- Festetich Kastélyszálló és gyógyfürdő (Szeleste)
- Gyógyfürdő Szeleste



Fürdők elhelyezkedése

Elhelyezkedésüket tekintve az akciótérség fürdői közül kettő Szelesten, egy Mesteriben, egy pedig Borgátán található. Viszonylagos elszórtságuk minden szempontból előnyös. Távol helyezkednek el ugyanis a Sárvar és Celldömölk területétől, ahol a konkurens létesítmények találhatóak. Ez jól jön abból a szempontból, hogy nem szívják el egymás elől a vendégeket. Egymáshoz viszonyított lokációjuk azért is szerencsés, mert az akciótérségen belül megosztják a kínálati piacot, így vonzáskörzetük sokkal nagyobb területet ölel fel, mintha egy kisebb körben csoportosulnának. Ennek a későbbiekben is fontos szerepe lesz.

Földrajzi helyzetük után vizsgáljuk meg az általuk nyújtott szolgáltatásokat, és működésük összehangolásának lehetőségét. A gyógy. illetve termál víz felhasználási területeinek összehasonlítása azért sem lényeges, mert azonos tájegységben való fellelési helyük miatt gyógyászati hatásuk is hasonló, így a különbség csak a hozzá kapcsolódó szolgáltatásokban vizsgálható.

Mesteri

Mesteri mintegy 300 lakosú kisközség. A barátságos, fasoros táj a Ság hegy és a Kemenesalja dombjai között. A falut a rohanó zajos világ messze elkerüli, a csendre, nyugalomra vágyó embernek igazi kikapcsolódást, felüdülést jelent ez a táj. A Nádasdy várral fémjelzett Sárvártól 15 km-re, Celldömölkötől 7 km-re, a megyeszékhelytől, Szombathelytől pedig 55 km-re található. A község közelében 1964-ben, szénhidrogén kutatás közben találtak termálvizet, melyre alapozva ma már kis, családi hangulatú termálfürdő üzemel. Az itt gyógyulást, felüdülést keresők több tízezres tábora túlnyomórészt magyar, osztrák, német és holland turistákból tevődik össze. A vendégek zöme több évtizede visszatér, hogy e csendes, jó levegőjű, nyugodt kis teleülésen pihenje ki fáradalmait.

A kis lélekszámú település fürdője két nyitott medencével rendelkezik, s a kapcsolódó szolgáltatások köre is méretéhez igazodik. A gyógyvíz hatásait csupán masszázssal egészíti ki a létesítmény. Természetesen a belépőjegyek is ehhez mérten szerény összegbe kerülnek.

Felnőtt belépő: 700 Ft,

Gyermek belépő: 400 Ft.

A fürdő nyitva tartása a fedetlen medencékből következően korlátozott, április közepétől október végéig lehet látogatni.

A termálfürdő a belépőkre, és szolgáltatásaira üdülési csekket elfogad.

Borgáta

A 84-es főút mellett, a Kis–Somlyó–hegy alatt elhelyezkedő település első okleveles említése 1356-ból származik. Neve azzal magyarázható, hogy a területen egy Apor nevű személy gátat épített. Lakossága jelenleg 180 fő, de századunk közepén 450-en is lakták. A nevezetes bortermő Kis–Somlyó–hegyen látható a romantikus stílusban épített Boros-pince.

A fürdő gyógyvizére, hasonlóan Mesterihez, szintén szénhidrogén kutatások közben bukkantak a '60-as években. Három medencéje közül egy nyitott és egy részben fedett termál medence, az egy strand medencéje pedig szintén nyitott. Ebből adódóan nyitva tartása is a nyári szezonhoz kötött.

Szolgáltatások tekintetében nagyobb kínálattal bír, mint Mesteri. A gyógyászati célok mellett szauna, gyógy masszázs, fodrászat, manikűr, pedikűr szolgáltatásokat vehetnek igénybe a vendégek. Az aktív kikapcsolódásra vágyók a futball- és röplabda pályákat is használhatják, valamint a gyermekek számára játszóteret is találhatunk.

A bővebb kínálat mellé a belépőjegyek ára is kicsivel magasabb:

Felnőtt belépőjegy: 950 Ft,

Gyermek belépőjegy: 600 Ft.

A fürdő készpénzkímélő megoldásként szintén elfogad üdülési csekket.

Szeleste

Szeleste írásos történelme 1247-ig nyúlik vissza, ám korát ennél régebbinek becsülik. Jelképe, és egyben leghíresebb látnivalója az 1855-ben épült, később gróf Festetich Andor kertépítő munkája nyomán megszépült, és különlegessé vált kastély.

A település délnyugati határában ered a Kőris-patak, amely egy nagy kanyart megtéve a falu keleti szegletében visszatér Szelestére, hogy begyűjtse a község területén eredő Mocsony-patak vizét is. Az alföldiesen lapos táj felszínét kavicstakaró, vályogos, löszös üledék borítja, a felszín vertikális tagoltsága igen csekély, felszíni formákban szegény a táj. Az egyetlen szemmel látható kiemelkedés egy széles, lapos hát vagy terasz, amelyre a falu települt.

Szintén kis lélekszámú településről beszélünk ez esetben is, jelenleg 456 fő munkaképes korú lakója van.

Kis mérete ellenére a településen két termálfürdő is található (Gyógyfürdő Szeleste, Festetich Kastélyszálló).

Gyógyfürdő Szeleste

A létesítmény fedett és két fedetlen medencével rendelkezik. A belső medencék között találunk jakuzzit, súlyfürdőt, és ülőkádakat egyaránt, a külső részen pedig a strand medence, családi csúszda, és gyógyvizes ülőmedence is biztosítja a kikapcsolódást.



Gyógyfürdő Szeleste

A külső rész magától értetődően csak szezonális használható, míg a benti terület egész évben nyitva tart, ilyenkor az egyik medencét normál vízzel töltik fel, s úszómedenceként szolgál.

A szolgáltatások területén is sokkal szélesebb a paletta, mint az előzőekben látott fürdőkben. A wellness kedvelői számára szauna, szolárium, frissítő- és gyógy-masszázs is igénybe

vehető. Nagyobb rendezvények szervezéséhez 200 főt kényelmesen befogadó konferenciaterem, hozzá kapcsolódó pihenő és fogadótérrel, irodákkal, valamint hatalmas terasszal áll a résztvevők rendelkezésére.

A közeli tervekben szerepel egy kifejezetten gyógyászati részleg létrehozása, mely után tovább bővül a kínálat, fizioterápiával, tangenterrel, elektroterápiával, súlyfürdővel, és gyögmasszázzsal.

A több szolgáltatás magasabb belépőjegy árak mellett is érhető el:

Felnőtt belépőjegy: 1.800 Ft,

Gyermekek belépőjegy: 1.500 Ft (6 év alatt ingyenes).

A komplexumban üdülési csekket elfogadnak.

Festetich Kastélyszálló

Nyugodt, festői környezetben, egy 13 hektáros arborétum ölelésében található a 150 éves Festetich Kastélyszálló és a modern Zsuzsanna Hotel, melyben a szálloda gyógyvizes medencéi kaptak helyet.

Jellegét tekintve ez a fürdőhely eltér az előzőekben tárgyaltaktól, ugyanis itt nem alapszolgáltatásként jelenik meg a gyógyvíz felhasználása, hanem a szálloda jelleg kiegészítéseként, mint kényelmi szolgáltatás.

A három medence közül kettő fedett helyen található, ezekből az egyik gyógymedence, a másik pedig hidromasszázs medence. Egy darab külső úszómedence is működik a hotelben.

A vendégek kényelmét masszázs, infrasauna, szolárium, manikűr és pedikűr teszi teljessé.

Külön belépőjegy a hotel fürdőjébe nem váltható, a szobák árai tartalmazzák a medencék használatát.

Az akciótérség területén található fürdőkről egységesen elmondható, hogy kis településen találhatóak, méretük és szolgáltatásaik meg sem közelítik a Sárváron és Celldömölkön épült komplexumokat. Ami azonban első olvasatra hátránynak tűnik, az épp előnyükre fordítható. A kicsi, nyugodt, barátságos településméret olyan pluszt tud hozzátenni értékükhöz, melyet az arra érzékenyek számára semmilyen kényelmi szolgáltatás nem pótolhat. Az emberközelség a mai világban olyan jelentőséggel bír, amely valóban vonzóvá tudja tenni a turisztikai attrakciókat mind a hazai, mind a külföldi vendégek számára.

Mivel szolgáltatási körük nem túl széles, ezért specializációra kevés lehetőség adódik, alapkezelésekben pedig nincs mód és szükség kompromisszumok kötésére. A közös

fejlesztési irányok meghatározása arra felé indulhat, ha nem kíván mindegyik fürdő minden típusú szolgáltatással önmaga megbirkózni. A kínálati elemek egymás közötti felosztásával elérhető, hogy az egyes fürdők valamiben egyediek tudjanak lenni, így ösztönözve a vendégeket arra, hogy az akciótérség több települését is meglátogassák. Ez összességében is növeli a turizmusból befolyt bevételeket amellet, hogy a befektetési költségeket is minimalizálni tudja a térség.

Az egyedivé tett létesítményeket ezek után jó szervezéssel fel lehet fűzni egy tematikus útvonalsorozatra, mely ajánlásként szolgálhat az ide érkező vendégek számára. Figyelemmel kell lenni ugyanakkor a szezonfüggő nyitva tartásra is, mely jelentős ingadozást okoz az akció térség program kínálatában. A hektikusság kezelésére más kínálati elemek erősítésével lehet megoldást találni (falusi turizmus, gasztronómia, bortúrák), így egész évben változatos lehetőségeket biztosítva a célközönség számára.



Ha már szóba került a célközönség, akkor mindenképpen beszélni kell a külföldiek látogatószámának növeléséről, mint reális lehetőségről. A Sághegy LEADER térség határközei elhelyezkedése ó adottságokat biztosít ehhez, bár természetesen a szolgáltatásokat nem csupán a kisebb távolságon belül élő külföldiek számára kell vonzóvá tenni. Ez a célcsoport több szempontból is fontos eleme a fürdők fejlődésének. Egyrésről

fieztő képességük, és költési hajlandóságuk magasabb, mint a hazai turistáké, másrészt komoly igény merül fel részükről a vidéki jellegű nyugodt, kiegyensúlyozott pihenésre. A külföldi reklámok montázs szerű képével olyan imázst kell teremteni az akciótérségnek, mely az előbbi pozitívumok kiemelásával felkelti érdeklődésüket.

Az egységes vizualitás kialakításának elemei nagyon fontos részét képezik a marketing tevékenységnek. Mivel az egyes helyszínek önmagukban nem képviselnek olyan jelentős vonzerőt, hogy a nagyobb, és már ismertebb, hasonló szolgáltatást nyújtó létesítményekkel versenyre tudjanak kelni, az összefogás lehet az egyetlen esélyük a nagyobb tömegek

megmozgatására. Az arculat létrehozásához szükség van egy hangzatos és tartalmas szlogen kitalálására, mely egy-két hallás után megmarad az emberek fülében, és kötni tudjaka tájegységhez, vagy valamely jellemző turisztikai vonzerőhöz. Hasonlóan fontos a közös logó megszerkesztése, mely színeiben, formavilágában igazodik az egyébként külön-külön is használt mintákhoz. Egy ismerősnek tűnő dallam szintén sokat tud tenni annak érdekében, hogy az alatta látott képsorok megragadják a potenciális vendégkör figyelmét.

Ezeknek az elemeknek a harmonikus egészé gyúrása megteremti azt a képet, mely alapján a köztudatban kialakul egy vízió, melyet tapasztalati úton is érdemesnek tartanak megerősíteni. A közös képi és hangí világot mind az internet adta kereteken belül, mind a média egyéb felületein alkalmazni érdemes, a lehető legszélesebb kör elérése érdekében, melybe beletartozik a belföldön és külföldön történő marketing tevékenység egyaránt.

A specializáció és a hirdetés befektetést igényel, melyet esetleg a települések, illetve a Sághegy LEADER akcióterrség nem tud teljes egészében önerőből vállalni, ezért folyamatosan figyelni kell a pályázati kiírásokat, és minden profilba vágó pályázati kiírás keretében megkísérelni akár Európai Unió, akár hazai forrásokat bevonni a fejlesztésekbe.

Jelen időszak különösen alkalmas az ilyen jellegű támogatások lehívására, mivel az EU 2007-2013 közötti időszakra meghatározott vidékfejlesztési politikájának III. tengelye a vidéki térségeken élők jövedelemtermelési lehetőségeinek és életminőségének javítását tűzte ki célul a jövedelemtermelő beruházások előmozdítása és ezáltal a munkahelyek teremtését és megtartását. A program lehetővé teszi vidéki vállalkozások átfogó módon történő fejlesztését, ideértve a műszaki fejlesztést, tanfolyamok és tanácsadó szolgáltatás igénybevételét, valamint a minőségi előírásoknak való megfelelés biztosítását. Elősegíti új vállalkozások létrehozását, emeli a termékek és a szolgáltatások minőségét és hozzáadott értékét, valamint ösztönzi a vállalkozók integrációinak létrejöttét. Az életminőség javításának célja elsősorban a vidéki térségeken hiányzó szolgáltatásokhoz való hozzáférés biztosítása, melyeket integrált közösségi szolgáltató helyeken és a helyi szükségletekhez igazított megoldásokkal valósítanak meg a költséghatékonyság biztosítása érdekében.

A III. tengely egyik intézkedése kifejezetten a turisztikai tevékenység ösztönzésére épül, melynek a tanulmány következő részeiben lesz jelentősége.

Falusi turizmus

A rendszerváltás után a falusi szálláshelyek kiadását sokan kényszerből vállalták. Erre azért volt szükség, mert a régió tipikusan agrár foglalkozású volt és az átrétegződés során súlyos

problémák léptek fel, így kellett egy biztosabb jövedelemforrás is. Az 1998-as rendelet alapján viszont kedvezőbb adózási feltételeket ígértek azok számára, akik részt vesznek a falusi vendéglátó szerepben. Ennek eredményeképpen országos szinten megindult a falusi turizmus, mint új idegenforgalmi kínálati elem fejlődése és népszerűsítése.

Az előbb említett vidékfejlesztési politika turisztikai tevékenység ösztönzésére vonatkozóan a következőket fogalmazza meg.

A vidéki területek országos átlaghoz mérten kedvezőtlenebb foglalkoztatottsági helyzete (magasabb munkanélkülisége) javítható a helyben található tájképi, természeti, illetve kulturális örökség vonzerejének kihasználásán keresztül.



A falusi szálláshelyek többségére a viszonylag alacsony szolgáltatási színvonal, illetve szerény kapacitáskihasználtság jellemző, ugyanakkor a falusi turizmus népszerűsége és így a szálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák száma a statisztikai adatok szerint folyamatosan növekszik. Az idegenforgalomhoz kötődő szolgáltatások színvonala a vidéki területeken alacsony, a célcsoportok igényeihez nem minden esetben igazodik. A helyi táj, valamint a természeti és kulturális értékek bemutatása nem megfelelő. Hiányzik a látványosságok összehangolt bemutatása és az ezekre vonatkozó egységes regionális kínálat. Az idegenforgalom számottevő multiplikátorhatást fejt ki, növeli a fogyasztók számát az adott régióban, következésképp elősegítheti a helyi gazdaságok és kistermelők által előállított termékek közvetlen forgalmazását, és élénkíti a helyi piacok forgalmát. A turisták fokozódó környezet- és egészségtudatosságának köszönhetően a természeti környezet és ezáltal a vidéki táj felértékelődik a szabadidő szempontjából. Ez főként a városi környezetből érkező vendégek esetében figyelhető meg, akik egyre nagyobb arányban töltik vidéken a

szabadidejüket aktív pihenéssel. Így új típusú igény van kialakulóban a helyi termékek, kulturális értékek és életmód megismerésére. Az idegenforgalomhoz kapcsolódó szolgáltatások szerepet kapnak a vidéki területek gazdasági átalakulásában. A turisztikai bevétel erősíti a helyi gazdaságot, így hozzájárul az életminőség javításához és a regionális gazdasági hátrányok enyhítéséhez.

A kulturális és rekreációs lehetőségek bővítése, a vidéki örökség megőrzése és fenntartható használata nem csak a falusi turizmus fejlesztését jelenti, hanem elengedhetetlen feltétele a vidéki lakosság életminőség-javításának is.

A fentieket olvasva szinte az az érzése támad az embernek, hogy a EU politikája teljes egészében a sághegyi régió kitűzött turizmusfejlesztési céljainak megfelelően született meg. Ez egyben azt is jelenti, hogy várhatóan a 2013-ig terjedő időszakban számos olyan pályázat kerül kiírásra, melyeken keresztül jelentős mennyiségű plusz forrás vonható be a célok finanszírozásába. Ennek kihasználása, és egyáltalában a pályázási kedv pedig csupán a térség településein, vállalkozóin múlik.

Nézzük most meg, mi is kell ahhoz, hogy a falusi turizmus, működni tudjon, és mi áll ebből rendelkezésre a Sághegy akciótérség esetében, és milyen fejlődési irányok tűzhetők esetleg még ki.

Ahhoz, hogy egy helyi és regionális vonzerővel rendelkező falu, illetve térség a bel- és külföldi piacokon is megállja a helyét, és az igényeket kereskedelmi alapokon is kielégíthesse, az intézmények és szolgáltatók szoros együttműködésére van szükség. Erre a megoldás, hogy az önkormányzat szót értsen a helyi vállalkozókkal, és létrejöjjön egy mag. Ezért aztán a falusi vendéglátás három fő szereplőből áll: az önkormányzattól, a vállalkozóktól, és a lakosságtól.

A vendég elvárásai a falusi turizmussal szemben:

- Egészséges, szép táj
- Minőségi szállás
- Vendégszeretet a vendéglátó részéről
- Rendezett falukép
- Nyugalom
- Kiegyensúlyozott ár-szolgáltatás arány
- Minőségi étkeztetés
- Szabadidős felszerelés jó állapota
- Kirándulási lehetőségek

További előnyt jelentenek az alábbi tényezők:

- vonzó természeti környezet: erdők, rétek, folyó, érintetlen természet
- helyi népi építészeti hagyományok: épületek harmonizálása
- egységes falukép
- bemutatható kézműipar, népi mesterség
- jó közbiztonság, minimális balesetveszély
- a vendég jelen lehet a paraszti munkánál (állatgondozás, ásás, földművelés)

Ha a potenciális turista fentiek szerinti elvárásait alávetjük a Sághegy LEADER akciótérségre szabott úgynevezett SWOT analízisnek, megvizsgálhatjuk, hogy mely területeken szükséges további fejlődés elérése, és milyen elemekre érdemes építeni.

A SWOT analízis, vagy másként SWOT elemzés fogalma, célja, hasznossága

A SWOT elemzéssel feltérképezhetjük egy piac, iparág, üzlet, termék, szolgáltatás piaci életképességét, illetve megismerhetjük, hogy mely feladatok a legfontosabbak stratégiai szempontból. Leggyakrabban az üzleti terv részét képezi: bankok, vagy befektetők számára készül, hogy látható legyen, mik a megtérülés esélyei, arányai.

Jelentése

A SWOT egy angol mozaikszó, 4 szó kezdőbetűiből áll össze:

- * Strengths - erősségek*
- * Weaknesses - gyengeségek*
- * Opportunities - lehetőségek*
- * Threats - veszélyek*

Magyar megfelelője

A SWOT elemzés magyar megfelelője a GYELV elemzés.

- * Gyengeségek: belső tényezők: olyan dolgok, amik nem jól működnek, de lehet rá befolyás, hogy jobb legyen.*
- * Erősségek: belső tényezők: pozitív dolgok, amik jól működnek és lehet rá befolyás, hogy még jobban működjenek.*
- * Lehetőségek: külső tényezők: olyan adottságok, amelyeket nem tudunk befolyásolni, de kedvezőek, és rájuk építve kihasználhatjuk az erősségeinket.*

* *Veszélyek: külső tényezők: olyan korlátok, negatív tényezők, amelyeket nem tudunk befolyásolni, és csökkentik a siker esélyeit, kockázatot is jelentenek.*

Amikor SWOT elemzést végzünk a stratégia kiértékelése céljából, akkor a hangsúlynak nem azon kell lennie, hogy mindenféle erősséget, gyengeséget, lehetőséget és veszélyt felsoroljunk, hanem inkább azon, hogy felismerjük azokat, amelyek kapcsolatban állnak a stratégiával. Ez még mindig nem elég, mert néhány erősség vagy gyengeség fontosabb lehet a stratégia építésénél vagy a piaci helyzet szempontjából, mint a többi, és ugyanez vonatkozik a lehetőségekre és veszélyekre is. Fontos tehát, hogy a SWOT-listát kiértékeljük abból a szempontból, hogy milyen következményei vannak a stratégiára nézve, és a stratégia alkotásánál milyen területeket kell még feltárni.

A Sághegy LEADER akciótérség falusi turizmus fejlesztésének SWOT elemzése

Erősségek	Gyengeségek
-Egészséges, szép táj -Nyugalom -Kiegyensúlyozott ár-szolgáltatás arány -Kirándulási lehetőségek -helyi népi építészeti hagyományok: épületek harmonizálása -jó közbiztonság, minimális balesetveszély	-Minőségi szállás -egységes falukép -bemutatható kézműipar, népi mesterség
Lehetőségek	Veszélyek
-Vendégszeretet a vendéglátó részéről -Rendezett falukép -Minőségi étkeztetés -a vendég jelen lehet a paraszti munkánál (állatgondozás, ásás, földművelés)	-Kellemetlen tapasztalatok -gazdasági válság elhúzódása

Erősségek elemzése

Látható, hogy a turisták falusi turizmussal szembeni alapvető elvárásai közül a legtöbb elem az erősségek kategóriájába került a sághegyi akciótérség esetében.

A térség természeti adottságai ideálisak a háborítatlan pihenésre vágyó turisták számára. található itt dombos, hegyes vidékek, lapos, alföld szerű területek, szinte érintetlen természeti értékek egyaránt. Ezek az ember számára már önmagukban hordozzák a nyugalom érzetét. Azt sugallják, hogy ezen a vidéken nem létezik rohanás, nincs napi stressz, és könnyebbé válnak a lelki terhek is. A természet közelségével kiegyensúlyozható a túlpörgetett városi életritmus. A kis települések barátságos jelleget adnak a térségnek, ahol akkor is jól érzi magát a vendég, ha éppen nem is beszél egy szót sem a helyiekkel, csak figyeli, hogyan élnek mindennapjaikat, hogyan boldogulnak olyan infrastruktúra, olyan eszközök nélkül, amiről azt gondolnánk, hogy megáll nélkülük az élet. Éppen az a kép, ez a hatás, valamint a turizmus visszafogott jelenléte olyan ár-érték arányokat alakított ki, melyek meg kell, hogy feleljenek a helyi lakosság anyagi lehetőségeinek is, ennél fogva nincsenek a szolgáltatások túlárazva. Szintén a kisebb helyi közösségek velejárója a jó közbiztonság, ami néha már zavarba ejtő módon nyilvánul meg, mikor száminkra elképzelhetetlen módon, a helyiek nem zárják be autójukat, lakásukat.

Amennyiben kirándulási lehetőséget keres a látogató, akkor is megtalálja a neki tetsző célpontokat, mivel az akciótérségben számtalan kis templom, kúria, kastély található, melyek megtekintése több napra is elegendő programot kínál.

Gyengeségek elemzése

Míg az erősségek inkább a természeti adottságok körét ölelik fel, addig a gyengeségek közé pedig az emberi kéz alkotta kényelmi, arculati elemek tartoznak. Mivel itt a falusi turizmus alakulása még viszonylag gyerek cipőben jár, a szálláshelyek minősége, felszereltsége, infrastruktúrája néhol még fejlesztésre szorul. Ez természetesen nem szándékos, csak a bevétel bővületében élő szállásadók hibájából van így, hanem egyes településeken gondot okoz az önkormányzat számára például a csatornázás megoldása, betonozott utak kiépítése, nem is beszélve akár a kor legnagyobb vívmánya, és egyre fontosabb kommunikációs és információs csatornájáról az internetről. Ezek ez része nem feltétlenül okoz problémát az ide látogatók számára, azonban a későbbiekben itt szükséges a legtöbb fejlesztés.

A települések, falvak egységes megjelenése folyamatos és fáradtságos, ráadásul költségigényes tevékenységet jelent. Ennek okán itt is rejlenek még tartalékok, a pályázati források hatékony megszerzése ezen a területen is lényeges segítséget jelentene.

Lehetőségek elemzése

Ebbe a kategóriába főként azok a szubjektív módon megítélhető szempontok kerültek, melyek nem általánosíthatók a térségre, de még egy-egy településre vonatkozóan sem. Mindenkinél az adott helyzetben, saját tapasztalatai és értékrendje alapján kell eldöntenie, hogy megfelelően kedvesnek találta-e vendéglátóját, ízlett-e neki a nála, vagy egyéb vendéglátó helyeken elfogyasztott étel, vagy kellően rendezettnak találta a szálláshelyül szolgáló település belterületét, környezetét.

Ezek mind-mind olyan területei a vendéglátásnak, idegenforgalomnak, melyek anyagi eszközökkel nem vásárolhatók meg, nem fejleszthetők, ezek emberi hozzáálláson múlnak, de éppen ezért, az emberi kapcsolatok személyes élményekre gyakorolt hatása miatt akkora lehetőséget adnak a vendéglátók kezébe, mellyel egyes más terület béli hiányosságait kompenzálni tudják.

Veszélyek elemzése

Bár a szempontrendszer nem tartalmazott olyan elemeket, melyeket ebbe a kategóriába lehetett volna sorolni, mindenképpen meg kell említeni két fontos dolgot. Az egyik veszélyt épp az előbb a lehetőségek közt említett emberi kapcsolatok hordozzák. Egy rossz személyes tapasztalat ugyanis meghatározó lehet egy egész nyaralás megítélése szempontjából, melyet továbbadva jelentős károkat okozhat az egész akciótérség megítélésben.

A másik veszélyt a gazdasági környezet hordozza. Az elhúzódó gazdasági válság hatásai, illetve a lassú felépülés miatt a turizmus forgalma hosszabb távon fog csak az elvárt, elvárható szintre visszaállni.

A már említett fejlődési irányokon túlmenően további lehetőségek rejlenek az egységes fellépésben is. A kisebb települések, látnivalók, kirándulóhelyek felfűzése egy tematikusan megtervezett útvonalra manapság igen népszerű megoldás a turizmus világában, mivel olyan szervezett élményt kínál a résztvevőknek, amelyet saját maguk nem biztos, hogy ilyen teljességgel át tudtak volna élni.

Pályázati szempontból is sok kiírásnál élveznek előnyt a tematikus utak, így ezek szervezésére külső forrás bevonása is lehetséges.

Gasztronómia és bor

A turisztikai kínálat ezen eleme szorosan kapcsolódik a falusi vendéglátáshoz, valamint a már többször említett tematikus utakhoz. Önmagában nem képvisel önálló vonzerőt, az egyéb attrakciók kiegészítéseként azonban színesíteni tudja program kínálatot.

Gasztronómiai vonalon inkább a külföldi vendégek számára nyújtható különleges élmény, melyet a méltán híres magyar konyha gazdagon fűszerezett, húspan gazdag ételei kínálnak. Ezek megismerése nem csak helyi, de országos szinten is jót tesz a turisztikai megítélésnek.

A helyi borvidék szőlőfajtái főként a fehérborok készítéséhez adnak jó alapanyagot. A jellegzetes fajták végigkóstolása minden borivó vendég számára kínálnak egyedi ízeket, attól függetlenül, hogy a kínálatban nem találunk nagy hírű borokat. A helyi fogyasztáson túl növelheti a térség országos és nemzetközi ismertségét, ha a kereskedelmi forgalomban is erősítenék boraik jelenlétét, szintén alkalmazva az tájegységre jellemzően kialakított arculatot.

Aktív turizmus

Az idegenforgalmi kínálat legkisebb szeletét az aktív turizmus jelenti. Ez lényegében azoknak a szabadidős tevékenységeknek az összességét takarja, amelyek során az ember mozgással, szabad levegőn tudja eltölteni idejét, különösebb megterhelés nélkül. A Sághegy akciótérség lehetőségei a hosszú természeti sétákban, a kiépített kerékpárutakban, valamint a Rába vizén kialakulóban lévő vadvízi evezésben rejlenek.



evezés a Rábán

A tematikus utak egyik formáját jelenthetik a kerékpáron megtett, több települést érintő körutak.

IV. Marketing stratégia turizmusra vonatkozó elemei, testre szabása

A Sághegy LEADER akciótérséget természeti adottságai, valamint már megvalósított beruházásai, a kínált szolgáltatások köre, és lehetőségei alkalmassá teszik arra, hogy életében és fejlődésében az idegenforgalom valóban, mint meghatározó ágazat jelenjen meg. Ehhez azonban nem elegendő a szolgáltatások színvonalát magas szinten tartani, a kínálati palettát meg kell ismertetni a meghatározott célcsoportokkal, meg kell jelenni, és folyamatosan ott is maradni a köztudatban, bővíteni és fejleszteni kell a szolgáltatási színvonalat. Leegyszerűsítve ezeket a tevékenységeket nevezhetjük turizmus marketing tevékenységnek. De mit is jelent ez pontosabban?

Turizmus marketing

Manapság emberek tömege szeretne utazgatni, különböző kultúrákat megismerni, pár napot, vagy hosszú heteket egy másik belföldi városban vagy akár külföldön eltölteni. Ily módon lehetőség van kikapcsolódni, energiát gyűjteni, miközben sok ember dolgozik azon, hogy az utazók jól érezzék magukat – gondoljunk például a szállodák vagy az utazási irodák dolgozóira! Ugyanakkor egyre több turisztikai vállalkozás verseng az utazni vágyók „kegyeiért”, ezért számukra a sikeres működés fontos feltétele, hogy megfelelő mértékben képesek legyenek kielégíteni a meglévő és a jövőben megszerezhető ügyfelek igényeit. Ez lényeges követelményt jelent, amellyel a turizmusmarketing foglalkozik. A sikeres marketingorientált idegenforgalmi vállalkozások azzal a szemléletmóddal azonosulnak, amely a vendég elsődlegességét tartja szem előtt.

A turizmusmarketing tehát olyan tevékenységek sora (piaci ismeretek szerzése, stratégia kidolgozása, marketingeszközök használatának megtervezése), amelyek a turisták igényeinek kielégítését célozzák oly módon, hogy úgy juttatják el az adott szolgáltató turisztikai termékét a piacra, hogy az számára a lehető legnagyobb hasznot hozza és az utazni vágyók igényeit a legmagasabb szinten teljesítse. Ehhez megfontolt marketingtevékenység kidolgozása szükséges, hiszen más utazással kapcsolatos igényekkel rendelkezik egy idős házaspár, fiatalok csoportja vagy egy kisgyermekes család.

Figyelembe kell vennie, hogy a turista sokféle turisztikai termék közül szabadon választhat. A kereslet nehezen számítható ki, hiszen sok hasonló termék vásárlása mellett dönthetnek a fogyasztók. Előfordulhat, hogy túlságosan nagy az elvárt minőség és a megvásárolt szolgáltatás közötti különbség. Ezen kívül nem szabad megfeledkezni róla, hogy különböző marketingeszközökkel kell megközelíteni az egyes vásárlói csoportokat, mivel nem azonos igényeket támasztanak: példának okáért az idősebb emberek szívesen vesznek igénybe wellness szolgáltatásokat, a fiatalok előszeretettel utaznak nyüzsgő éjszakai életet, szórakozási lehetőségeket kínáló tengerpartra, így más-más szolgáltatások kínálásával, más marketingeszközökkel lehet megnyerni az egyes lehetséges fogyasztói csoportokat.

A turisztikai marketing fő területei közé sorolhatjuk a stratégiai és az operatív marketinget. Lássuk, mit is jelentenek ezek a fogalmak.

A stratégiai marketing hosszabb távra szóló és tartós marketingcélokat és eszközöket jelöl ki, például együttműködési stratégiák kidolgozására.

Az operatív marketing ezzel szemben a különböző marketingeszközök együttes és hatékony alkalmazása, például kommunikációs tevékenység meghatározása.

Ha az idegenforgalomra gondolunk, sokaknak a szállodák jutnak először eszébe, mivel a szállás meghatározó elem az utazás során. A szállodai termék pedig összetett dolog, jelentős része szolgáltatásokból áll - egyrészt objektív (például szoba, étkezés), másrészt szubjektív elemekből (vendégek fogadása, udvariasság) tevődik össze. Marketing szempontból lényeges a vendéggel való közvetlen kapcsolat fenntartása, illetve a vásárlás előtt és közben az információk minél szélesebb körű rendelkezésre bocsátása. A szállodamarketing kulcseleme a szolgáltatás minősége. Mindenképpen figyelembe kell venni, hogy a szolgáltatás előállítása és fogyasztása egyszerre történik, tehát nincs lehetőség kísérletezésre, értékesítés előtti ellenőrzésre, ezért folyamatosan jó minőséget kell nyújtani.

Az elemek meghatároznak a térség számára egy piaci pozíciót, amelyet például a kiadott szobák és vendégéjszakák számával be tudunk határolni. Ha az említett mutatószámok magasak, a régió értelemszerűen fontos piaci pozíciót foglal el.

A marketingterv elkészítéséhez szükség van megfelelő mennyiségű és minőségű információra. Belső adatokat szerezhetünk bevételi, foglaltsági statisztikák készítésével, szobai kérdőívek kitöltésével, szóbeli visszajelzések feldolgozásával vagy a vendégkönyv

elemzésével. Emellett külső információt nyújtanak például a turisztikai szervezetek kiadványai és a szakmai folyóiratok. A térség ezek alapján elemezni tudja a kapott információkat, így meghatározhatja marketingcéljait: kedvezmények körének bővítése, belföldi vagy külföldi vendégek számának növelése, árcsökkentés és további lehetőségek mellett dönthet. Ha a turizmusmarketing a megfelelő időben, megfelelő helyen a megfelelő fogyasztót tudja megszólítani, akkor gyümölcsöző kapcsolat jöhet létre a vendég és a turisztikai szolgáltató között, amely során mindegyik fél elégedettsége elérhető.



Kommunikációs csatornák

A turizmus marketing elemeit azonban nem elegendő egyszer létrehozni, annak megvalósulását folyamatosan vizsgálni, elemezni, monitorozni kell, és szükség esetén megtenni a megfelelő változtatásokat, újításokat, növelve ezzel a hatékonyságot. A trendek követése tehát nem csak a divat világában elengedhetetlen, így van ez az idegenforgalomban is. Ha egy szolgáltatás nem tud lépést tartani a kor igényeivel, szolgáltatásaiban nem követi az aktuális vonulatokat, akkor a vendégköre fokozatosan beszűkül, fejlődési potenciálja pedig egyre gyengül, végül még életképessége is kérdésessé válhat.

A Magyar Turizmus Zrt. negyedik éve hirdet témaéveket a belföldi turizmus ösztönzése érdekében. 2006-ban a borturizmus és a gasztronómia, 2007-ben a zöldszturizmus, 2008-ban a Vizek Éve keretében a vízparti turizmus és az egészségturizmus köré szerveztük marketingkampányainkat, idén a Kulturális Turizmus Évét népszerűsítjük (immár nemcsak belföldön), 2010-ben pedig ennek szerves folytatásaként a fesztiválokat. Az elmúlt évek tapasztalatai azt mutatják, hogy forrásainkat egy-egy témára összpontosítva, partnereinkkel közös akciókat végrehajtva hatékonyabban ösztönözhetjük a belföldi turizmus fejlődését.

A Magyar Turizmus Zrt. 2009-2011. évi marketingstratégiájában kiemeli a szakmai partnerekkel való egyre szorosabb együttműködést, amely a gazdasági válság okozta nehézségek miatt még nagyobb jelentőséget nyert. Az MT Zrt. a szakmaiság és partnerség jegyében nemcsak a 2011-es belföldi témaév megvalósításába, hanem már az azt meghatározó döntésbe is szeretné bevonni partnereit.

Ezeket az irányvonalakat mindenképpen érdemes figyelni, ha az idegenforgalom népszerűsítésével akar foglalkozni egy régió. Első lépésként azonban a stratégia elkészítéséhez meg kell határozni a következőket:

- turisztikai vonzerők köre
- fő célcsoportok
- fejlődési lehetőségek, irányvonalak
- marketing csatornák
- rendelkezésre álló emberi, infrastrukturális, anyagi háttér
- hosszú távú fenntarthatóság keretei
- versenytársak piaci magatartására adott válaszok.

A turisztikai vonzerők köre

A tanulmány kitörési pontokról szóló fejezete részletesen foglalkozik a Sághegy LEADER akciótérség meghatározó vonzerőivel ezeket itt csak felsorolás szinten említjük meg. A természetes és épített környezet legjobban kihasználható potenciáljai tehát az alábbi idegenforgalmi területeken érvényesülhetnek a Sárvári- és a Celldömölki kistérség esetében:

- gyógy- és fürdő turizmus
- borászat és gasztronómia
- falusi turizmus
- aktív turizmus

Fő célcsoportok

A Sághegy LEADER térség adottságainak, kínálati összetételének ismeretében már meg lehet határozni azokat a célcsoportokat, amelyek a leginkább érdeklődhetnek a régió kínálata iránt. Mivel a terület kifejezetten gazdag gyógyvíz, termálvíz készlettel rendelkezik a fő profil elsősorban a gyógy- és fürdő turizmus lehet. Ez már determinálja az egyik legjelentősebb célcsoportot, ez pedig az idősebb korosztály. Az évek múltával az embereknek egyre több egészségügyi problémával, betegséggel kell megbirkóznia, amik kezelése, gyógyulása sokszor nem is garantálható, a tünetek enyhítésére azonban jó kiegészítő eszköz lehet a gyógyvizek jótékony hatásának kihasználása. Az ezekre épülő szolgáltatások több településen is megfelelő környezetben várják a gyógyulni vágyókat.

Másik célcsoport szintén részben a fürdőkre építve, de már jobban igénybe véve a többi vonzerő mindegyikét a fiatal középkorú családok köre, akik a mindennapi rohanás helyett nyugalomra, pihenésre, aktívkipcsolódásra vágnak. Ők kihasználják gyermekeikkel a fürdők nyújtotta szórakoztató- és wellness szolgáltatásokat, esténként végig látogathatják a helyi borpincéket, éttermeket, hűvösebb időben pedig kirándulások, kerékpártúrák alkalmával megismerhetik a térség kulturális örökségét is. Ők az előbbi körnél jelentősen jobb anyagi helyzetüknél fogva fontos bázisát jelentik az akciótérségbe érkező turistáknak.

Végül, de közelről sem utolsó sorban a külföldről érkező turistákról sem szabad megfeledkezni. Ők egyesítik az előző két célcsoport jellemzőit, mivel részben gyógyulási szándékkal érkeznek, viszont anyagi helyzetük valószínűleg a belföldi családokénál is stabilabb, így fogyasztásukkal ők is nagymértékben hozzájárulnak a turizmusból származó bevételek nagyságához.

Az előbb felsorolt célcsoportok természetesen nem kizárólagos vendégei a régiónak, meghatározásuk csupán azért fontos, mert ők jelentik majd az idegenforgalom legerősebb bázisát, így a marketing tevékenység során is olyan csatornákat kell választani, melyek ezekhez a rétegekhez jutnak el leghatékonyabban.

Marketing csatornák

A megfelelő kommunikációs csatornák kiválasztása szorosan összefügg a célcsoportok körével, ugyanis a különböző korosztályba tartozó potenciális vendégek más-más módon tájékozódnak utazási célpontjuk keresésekor. Manapság az internet a legelterjedtebb megjelenési forma. A Sághegy LEADER HACS honlapja jó alapot szolgáltat a térség közös,

egységes megjelenéséhez. Jelenleg az oldal nem igazán tartalmaz turizmusra vonatkozó adatokat, hivatkozásokat. Ezen mindenképpen változtatni kell, struktúrájába bele kell építeni az LEADER tag települések attrakcióit. Figyelemfelkeltő, színes képekkel és leírásokkal, a települések hivatalos honlapjaira való hivatkozásokkal elérhetővé kell tenni a kínált szolgáltatások legteljesebb körét. Az információkat rendszeresen frissíteni kell, hogy az érdeklődők naprakész információt kaphassanak lehetőségeikről. A külföldi vendégek hozzáférése érdekében a honlapot angol és német nyelven is elérhetővé kell tenni.

A már létező weboldal továbbfejlesztésének előnye, hogy a kialakítandó egységes megjelenéshez már jó alapot szolgál. Az arculati elemek közül a logó már kidolgozásra került, viszont hiányzik róla a fürdőszolgáltatás előtérbe helyezése. A másik meghatározó elem, a szlogen még hiányzik a lapról. Ezt saját körben, vagy az alulról jövő kezdeményezéseknek teret engedve pályázat útján egyaránt ki lehet dolgozni. Lényege, hogy jellemző legyen a Sághegy térségére, könnyen megjegyezhető, frappáns legyen.

A honlapon való megjelenés természetesen nem elegendő önmagában, főként, ha figyelembe vesszük a megcélzott korosztályi összetételt. Ez alapján valószínűsíthetjük, hogy az idősebbek nem elsősorban az internetről szerzik be információikat, illetve bizalmuk sem olyan erős irántuk, mint a személyes kapcsolatok útján, vagy akár a televízióból szerzett információk iránt. Ezért a csatornák körét ki kell bővíteni. Az indító „kampány” során mindenképp meg kell jelenni az országos televíziók képernyőjén, a rádiókban, újságokban. A költségek kímélése érdekében a jól használható, külföldi adókon már bevált reklámforma javasolt, mely kellemes, és a tájra jellemző zenei aláfestés kíséretében rövid képi anyagból áll, melynek végén elhangzik az egységes szlogen, és a térség megnevezése. A köztudatba való beépülést követően a marketing aktivitás csökkenthető, de teljesen nem szüntethető meg természetesen. Ez a stratégia jól alkalmazható a szórakoztatást célzó turisztikai kínálat esetén.

A vizek gyógyászati célú kihasználása azonban más jellegű promóciót igényel. Itt nagy jelentősége lehet az orvosi konferenciákon való megjelenés, az ilyen rendezvények házigazda szerepének felvállalása. Az orvos-beteg kapcsolat ugyanis az egyik legbensőségesebb viszony, így ha a betegnek saját orvosa saját tapasztalat alapján ajánlja a LEADER akcióterületen található kezeléseket, szolgáltatásokat, az a kiépült bizalom segítségével nagy eséllyel eléri célját.

Az előzőektől eltérő formát jelent a különböző kiadványok, szóróanyagok megszerkesztése és terjesztése. Ez mind belföldön, mind pedig külföldön hatékonyan érvényesülhet. A terjesztés megvalósulhat forgalmas helyekre való kitétellel, vagy akár utazási irodák közreműködésével,

ami azért is szerencsés, mert a potenciális vendég nagyobb bizalommal fordul az olyan szállások felé, amelyeket ismert, jó nevű utazási irodák is ajánlanak.

Az országhatár közelsége, mint lehetőség szintén kihasználható. Ezen a téren reklámtáblák, zászlók, molinók kihelyezésével lehet érvényesülni, melyek mind a magyar oldalon, mind a külföldön elhelyezhetők, és felkeltik az érdeklődést a jól körülhatárolt idegenforgalmi célterület iránt.

A kommunikáció szintén személyes kapcsolatkora épülő eleme, amikor úgymond „szájhagyomány útján” terjed a térség jó híre. A jó tapasztalatokat (vigyázat, a rosszat is!) az ismerősök megosztják egymással, így ösztönözve a további látogatásokat.

Fejlesztési lehetőségek, irányvonalak

Az előbbiekből már meghatároztuk a Sághegy LEADER akciótérség legmarkánsabb turisztikai vonzerőit, behatároltuk a fő célcsoportokat és kommunikációs csatornákat. A jelenlegi helyzet fenntartása azonban nem elég a hosszú távú működéshez, és fejlődéshez. A szolgáltatásokat, épületeket, a programokat és a marketinget is folyamatosan fejleszteni kell, ehhez pedig tökére van szükség. Az előremutató gondolkodás az lehet, ha a térség a rendelkezésére álló önerőt pályázati forrásokkal próbálja kiegészíteni. Ez nagy segítséget jelent mind a beruházások lebonyolításában, mind esetleg a határon átnyúló együttműködések kiépítésében egyaránt.

A jelenlegi lehetőségek kiaknázása egyes területeken (pl. falusi turizmus) még kezdeti stádiumban van. Ennek ellenére a korábban meghatározott turisztikai elemek mindegyike érdemes a továbbfejlődésre. Hosszabb távon kiderülhet, hogy egyik, vagy másik kevésbé tölt be meghatározó szerepet a térségi innovációban, de hasznai akkor is megmaradnak, melyet az ideérkező turistákon kívül a helyi lakosság is élvezhet.

Rendelkezésre álló emberi, infrastrukturális, anyagi háttér

Sárvár és Celldömölk települések nem tagjai a Sághegy Leader Egyesületnek, azonban mindenképpen erősen befolyásolják a térség fejlődési irányát és lehetőségeit, melynek szerepe van ezzel a témával kapcsolatban is. A két várossal vonzása erősen hat az emberi erőforrás állományra. A kisebb települések lakosságszáma általánosan is jellemző a csökkenő tendencia. Ennek megállítása nem egyszerű feladat, mivel a fiatalok tanulmányaik befejeztével a nagyobb városokban keresnek munkát, nem ragaszkodnak családjuk, környezetük korábbi megélhetési forrásaihoz. Ezzel nem csak a lakosságszám csökken, hanem

a tanult, jól képzett emberi erőforrás bázis is hiányzik. A megoldás nehéz, egymásra kölcsönösen ható folyamatokban rejlik. A turizmus, legyen az falusi turizmus, bor turizmus, illetve a megnövekedett idegenforgalom kiszolgálására létrejövő szolgáltatási háttér új munkahelyeket teremt, melyek ismét vonzóvá tehetik a kisebb településeket. Ez a visszavándorlás pedig újabb piacot, fizetőképes keresletet indukál.

A Sárvár és Celldömölk vonzáskörzetében elhelyezkedő kistelepülések lehetősége abban rejlik, hogy a városi szálláshelyek kiegészítéseként a vidéki, falusi turizmus hangulatát kínálják a régióba érkező vendégek részére. Ez magában foglalja a szálláshelyek számának bővítését, és a hozzá kapcsolódó szolgáltatások fejlesztését is. A férőhelyek bővítése tehát nem nagy komplexumok formájában valósulna meg, hanem a tájegységre jellemző építészeti stílusban megépült korabeli épületek felújításával. Ahhoz azonban, hogy a fizető vendégek felkeressék, megismerjék és megkedveljék az ilyen jellegű magán szálláshelyeket, azoknak biztosítani kell minden olyan kényelmi igényt, amely a kor alapvető követelményeinek megfelel. Minden szálláshelynek rendelkeznie kell angol WC-vel, vezetékes vízzel, elektromos árammal, amelyek manapság már általában nem hiányoznak a háztartásokból, de egyes településeken még előfordulhat, hogy a megfelelő körülmények megteremtése külön fejlesztést igényel.

A férőhelyek minősége után térjünk át a település által kínált szolgáltatások körére és színvonalára. A kistelepüléseknek programjaikkal a sárvári turizmushoz kell kapcsolódniuk. Ki kell domborítaniuk kulturális sajátosságait, hagyományait, sajátos gasztronómiai kínálatukat, így téve teljessé a kistérség turisztikai kínálatát. Lehetőséget kell biztosítani a vendégek településen belüli napközbeni, illetve esti szórakozására is annak érdekében, hogy a település ne csak szállássá váljon, hanem a településen belüli kiszolgálásból saját maguk számára is tökélet tudjanak kovácsolni. A kulturált szórakozást jellegzetes éttermek, borkóstolási lehetőségek esetleg kisebb rendezvények, műsorok útján lehetne biztosítani.

Jól látszik, hogy bár a Sághegy LEADER Egyesületnek nem tagja Sárvár és Celldömölk, a velük való együttműködés nélkülözhetetlen. Mind turisztikai kínálatuk, mind emberi erőforrás bázisuk fontos ahhoz, hogy a térség együttes erővel még inkább fel tudja lendíteni idegenforgalmát.

Szintén kapcsolódik az infrastruktúra innovációjához, hogy az akciótérségnek célul kell tűznie a szezonális hatásainak csökkentését. Ez azonban csak úgy valósulhat meg, ha olyan létesítmények épülnek, olyan attrakciók jönnek létre, melyek az idegenforgalmi szezonon kívül is vonzzák az embereket, és tartalmas kikapcsolódást kínálnak az ott töltött időre.

Ezekhez azonban a már korábban is említettekhez hasonlóan tökéletes szükségeltetik.

Hosszú távú fenntarthatóság keretei

A kérdést már az előbbiekből érintettük. Egy a Sághegy LEADER Egyesülethez hasonló csoportosulás életében nem csak rövid, hanem hosszú távra is kell gondolkodni. A megvalósítandó fejlesztéseknek hosszú évekig kell szolgálnia a vendégeket és a helyi lakosságot egyaránt, de nem lehet elhanyagolni a fenntartott marketing tevékenységet sem, mely feltétele annak, hogy hosszabb távon se menjen ki a köztudatból a Sághegyi akciótérség. A fenntarthatóság tehát tulajdonképpen szolgáltatás és beruházás szempontjából is a minőséget, valamint a jó reklámot foglalja magában.

A fenntarthatóság alapja a fizetőképes kereslet stabil jelenléte. Ennek garantálása a mai időkben meglehetősen nagy kihívást okoz. Van azonban egy fizetési forma, mely egyre jellemzőbb hazánkban, mint a munkavállalók juttatásának jellemző eleme. Ez az üdülési csekk.



Javasoljuk egyrészt, hogy a szálláshelyek minél nagyobb része csatlakozzon az üdülési csekk elfogadó helyek köréhez, másrészt pedig a csekk honlapján regisztrálja, jelentesse meg szolgáltatását. Így elérhetővé válik az a közönség is, akik üdülési csekk híján nem tudnának minden évben nyaralásra áldozni, így viszont célirányosan azon szállások közt keresnek, amelyeknél a szállásköltséget üdülési csekkel is rendezhetik.

Versenytársak piaci magatartására adott válaszok

A marketing stratégia elkészítésekor fel kell készülni arra is, hogy a turisztikai piacon verseny van. Optimális esetben a verseny tisztasága garantálja, hogy a különböző szolgáltatások minőségük és árak alapján versengjenek egymással. Ilyen azonban sajnos csak a közgazdaságtan tankönyvekben van. Versenytorzító körülmények mindig is voltak, és lesznek is. Ezek lehetnek akár állami beavatkozások, támogatások, de külső körülmények, de akár szándékos közbeavatkozás is. Fel kell készülni ezért a lehető legteljesebb módon a piaci változások, beavatkozások kezelésére. Hogyan tehetjük ezt? Folyamatosan figyelni kell a szektorban működő többi versenytársat, a regionális, országos, és a külföldi eseményeket, folyamatokat egyaránt, és olyan vezetési stratégiát kell kialakítani, melyben gyorsan, hatékonyan lehet döntéseket hozni. Persze egyes ágazatok, mint például a gyógyászati fürdőszolgáltatás, kevésbé rugalmasak. Az ilyen szolgáltatások átalakítása, ha egyáltalán lehetséges, bonyolult és nehézkes. Ugyanakkor például a társadalombiztosítóval szerződésben álló komplexumok a piaci környezet változásaira is kevésbé érzékenyek. Más ágazatok, például a falusi turizmus, azonnal megérzik, ha csökkenés áll be a keresletben, a változtatás azonban itt sem könnyű.

Összességében tehát fel kell készülni a forgalom ingadozására, előre ki kell tudni számítani, mit lépnek a versenytársak és lehetőleg egy lépéssel megelőzni őket, nyitni az újdonságok felé, figyelni a pályázati kiírásokat, de legelső sorban versenyképesnek maradni a minőség és az ár terén.

V. A turizmus hatása a régió életének egyéb területeire

A hazai turizmus gazdasági, politikai fejlődéséről általánosságban

A turizmus jellemzően az a gazdasági ágazat, amely önmagában nem életképes, jelentős hatással vannak rá más ágazatok és viszont. Megérzi a gazdasági válságokat, a fellendülést, a trendek változását, a külföldi üdülőhelyek árképzési technikáját, és folytathatnánk még a sort. A turizmus gazdasági szerepe az elmúlt időszakban fokozatosan és dinamikusán növekedett, többek között jelentős GDP-előállító funkciójából és munkaigényes jellegéből, valamint jelentős beruházás-gerjesztő hatásából adódóan. A turizmus mint üzleti tevékenység ugyanakkor támaszkodik az állam szerepvállalására is, elsősorban szabályozó szerepén keresztül, mely a '70-es évektől kezdődően jelentős fejlődésen ment keresztül.

A gazdasági irányítási rendszer változása jótékonyan hatott a turizmus fejlesztésére. A korábban elfogadott fejlesztési programnak megfelelően jelentős szállodakapacitás-bővítést sikerült elérni. Felépült a Duna Intercontinental Szálloda. 1971-ben Vadászati Világkiállítást rendeztek Magyarországon, amelyen 52 ország képviseltette magát és jelentős külföldi érdeklődés kísérte a rendezvénysorozatot. 1972-ben megalakult a Danubius Gyógyüdülő és Gyógyszálló Vállalat. A gazdasági reform ösztönözte a többcsatornás értékesítési rendszer kialakulását és újabb utazási irodák jöttek létre, pl. Cooptourist, Budapest Tourist, Volántourist, később MALÉV Air Tours, Locomotiv Tourist stb. Az 1970-es évektől egyre több idegenforgalmi hivatal kapta meg a külföldi utazás szervezési jogot, előbb a beutazási, majd a kiutazási területen, s így ezek a szervezetek is egyre inkább üzleti célú tevékenységgel kezdtek foglalkozni.

Az 1970-es években a magyar lakosság életszínvonalának emelkedése a hétvégi üdülők (második lakás) építésében is éreztette hatását. A nagyobb városok közelében lévő kedvező természeti adottságokkal rendelkező területeken, a Balaton partján és egyéb vízparti területeken tömegesen épültek a hétvégi házak, üdülők.

Az 1980-as évek elején már közel 300 ezer második lakás található az országban, amelyek nagy részét megfelelő infrastruktúra nélkül építették meg, jelentős károkat okozva ezzel a környezetben (vízminőség, településképzés, zsúfoltság stb.).

A nemzetközi turizmus fejlődésében meghatározó volt a szocialista országokból való beutazás. 1975-ben a mintegy 9,5 millió látogató-érkezés 80%-át a KGST-országokból érkezők adták. A nemzetközi turizmus másik fontos jellemzője volt, hogy a Magyarországra utazók több mint 40%-a éjszakázás nélkül, tehát kirándulóként, illetve átutazóként látogatott az országba. Mindazonáltal az idegenforgalmi devizabevételeken belül egyre nagyobb hányadot képviselt a konvertibilis devizabevétel, ami elsősorban a nyugati turisták magasabb szintű idegenforgalmi költségével függött össze.

Egészen az 1980-as évek végéig a magyarországi nemzetközi turizmusra a KGST-országok közötti kölcsönös turizmus, a nyugati országokból érkező turistaforgalom esetében pedig a német nyelvterületről (Ausztria, NSZK) érkezők túlsúlya, illetve a szervezett turizmus viszonylag magas aránya volt a jellemző. 1979-ben az Ausztriával megkötött kölcsönös vízummentesség nagymértékben növelte az osztrák beutazást, különösen a kirándulóforgalmat

A nemzetközi turizmus növekedésével párhuzamosan növekedett annak gazdasági jelentősége. A magyarok külföldre utazásához vásárolható konvertibilis valutamennyiség alacsony szinten tartása viszonylag jelentős volumenű pozitív egyenleget eredményezett az idegenforgalmi elszámolásokban, s így kedvezően hatott a nemzetközi fizetési mérleg egyenlegének alakulására.

A magyar lakosság utazási szokásain belül továbbra is a belföldi turizmus volt a jellemző, bár jelentősen növekedett a külföldre utazók száma. A belföldi turizmus nagyobb része saját üdülőkben, rokonoknál, ismerősöknél történő elszállásolás formájában jelent meg. Csökkenő hányada ellenére a szociálturizmus még továbbra is fontos szerepet játszott.

A lassú szállodafejlesztés miatt a kereskedelmi szálláshelystruktúrán belül csökkent a szállodakapacitás hányada (17%), amely kedvezőtlenül hatott a szolgáltatások színvonalára, a turisták költésére, s így a turizmus gazdaságosságára. E feszültségek oldására, csökkentésére dolgozta ki 1979-ben a Belkereskedelmi Minisztérium irányítása alatt működő Országos Idegenforgalmi Hivatal a turizmus távlati, fejlesztési koncepcióját, amely Magyarország idegenforgalmi fogadóképességét 1990-ig összességében 2,5-szeresére kívánta növelni.

A fejlesztési koncepció prioritást adott

- a magasabb kategóriájú szállodák építésének,
- a budapesti szállodakapacitás növelésének,
- a gyógy-idegenforgalom fogadóbázisa fejlesztésének,
- az elavult szállodák rekonstrukciójának,
- az idegenforgalmi központok komplex fejlesztésének,
- és a határátkelők, repülőtér fejlesztésének.

A fejlesztések döntően vállalati forrásokból, valamint magyar és külföldi bankhitelekre alapozva történtek, amely utóbbin belül meghatározó szerepe volt a magyar-osztrák hitelkonstrukciónak.

E fejlesztési periódusban 10.000 szállodai férőhely létesült (pl. Budapesten a Forum, Átrium Hyatt, Novotel, Thermal, vidéken gyógyszállók: Sárváron, Bükfürdőn, Hévízen) és mintegy 3.000 szállodai férőhely rekonstrukciója történt meg.

Az 1989-1990-ben bekövetkezett politikai fordulat jelentős szerkezeti és mennyiségi változást eredményezett Magyarország turizmusában. A nyugat-európai országokkal kötött kölcsönös vízummentességi megállapodások, a politikai-gazdasági változásokkal együtt, dinamikusan növekvő keresletet eredményeztek.

A gazdasági liberalizálás következtében az idegenforgalmi vállalkozások száma gyorsan növekedett és jelenleg is élénk a magánszféra érdeklődése a turizmus piaca iránt. 1994-ben a szállás férőhelyek, az utazásszervezés-, és közvetítés, a vendéglátás és az egyéb, turizmushoz közvetlenül kapcsolódó szolgáltatások területén működő vállalkozások száma kb. 175 ezer volt.

A magyarországi idegenforgalom tehát az ország speciális politikai helyzetéből adódóan viszonylagosan későn kezdett el kialakulni, s szerkezetét is sokáig meghatározták az állam intézkedései. Innen, ebből a helyzetből kellett az ágazatot talpra állítani és piaci alapokra helyezni, egyben lerombolni a külföldiekben a szocialista országokról általánosságban kialakult előítéleteket, a hazai lakosság tudatában pedig átformálni a kizárólag belföldi üdülésekre, beutalókra épülő gondolkodásmódot.

A turizmus hatása a helyi gazdaság más területeire

A Sághegy LEADER akciótérség fejlődésének legjelentősebb potenciálját a turizmus jelenti. A modern, fejlett idegenforgalom azonban megköveteli a gazdaság egyéb területeinek, a szolgáltató szektornak a hasonló szintű modernizációját, hogy a vendégek a lehető legkomfortosabban érezzék magukat pihenésük alatt. A gazdaság egymásra épülő területei tehát kölcsönhatásban vannak egymással. A továbbiakban meghatározzuk azokat a pontokat, ahol a turizmus leginkább kifejti közvetett hatását.

A következő pontokon hat leginkább az idegenforgalom a gazdaság elemeire:

- önkormányzatok bevételei
- beruházások, településfejlesztés
- életminőség javulása
- munkahelyteremtés
- népesség megtartó hatás
- multiplikátor hatás

Helyi önkormányzatok bevételei

A turizmus fontosságát az állam, amint azt már az előbb bemutattuk a '70-es években felismerte. A helyi önkormányzatok, az állami szervezet részeként szintén profitálnak a jól menő idegenforgalomból. És a profit itt szó szerint is értendő. Az önkormányzatok feladata a területükön eltöltött vendég éjszakák után számított idegenforgalmi adó kiszabása és beszedése, mely jó esetben jelentős bevételhez juttatja a helyi büdzsét. A bevételek legkézenfekvőbb formája tehát ebből az adónemből folyik be. A turizmusnak van azonban áttételes hatása is, mely szintén az önkormányzatok kasszáját gazdagítja. Ilyen jellegű bevétel a helyi iparüzési adó, melyet a helyi szinten, rendeletben meghatározott éves bevétel felett minden vállalkozónak, cégnek meg kell fizetnie. A turizmus pedig rengeteg vállalkozásnak biztosít megélhetést, nem csak közvetlenül a szálláshely szolgáltatáson keresztül, hanem az azt körülvevő szolgáltatásokon, a kereskedelmi egységek megnövekedett áruforgalmán keresztül.



Szintén részben önkormányzati bevételt jelent a személyi jövedelemadó helyben maradó része, mely egyúttal szintén összefügg a vállalkozások jövedelmezőségével, illetve a munkanélküliséggel.

A helyi önkormányzatnak tehát nem csak erkölcsi, hanem anyagi érdeke is, az idegenforgalom saját eszközeivel történő támogatása.

Beruházások, településfejlesztés

A tanulmány során többször említettük, hogy a turizmus a gazdaság folyamatosan fejlődő, és fejlesztendő ágazata. Ennek megfelelően a településeken is rendszeres fejlesztéseket generál, melyek egyúttal javítják a helyi lakosság életkörülményeit is. A beruházás és településfejlesztés így szorosan együtt jár. Egyes ágazatok a Sághegy LEADER Egyesület terveiben kisebb, mások nagyobb beruházást igényelnek. A gyógy- és élményfürdő szolgáltatások jelentik például a legnagyobb tőkeigényt, de másrésről ezek is kínálják a legnagyobb bevételt is. Ehhez azonban hozzátartozik, hogy ezek a fejlesztések már jórészen megvalósultak, tehát újabb tőkét nem emésztenek fel. Mai színvonalukat még sokáig meg tudják tartani.

Nézzünk pár példát, milyen turizmushoz, szolgáltatásokhoz kapcsolódó fejlesztések valósultak meg az akció térség területén pályázati társfinanszírozással:

- NYDOP 2.2.1/C Tájéegységi, öko- és aktív turisztikai programok megvalósítása
Celldömölk Város Önkormányzata
Kemenes Vulkán Park
- GOP 2.1.1/A Mikro- és kisvállalkozások technológia fejlesztése
Celldömölki Kábeltelevízió Műsorelosztó Kft.
Kábeltelevízió és Internet hálózatok hibamentesítésének és minőségi sugárzásának biztosítása hálózati analízátorok és egyéb mérőeszközök vásárlásával és alkalmazásával
- KEOP 6.1.0/A/09 A fenntartható életmódot és az ehhez kapcsolódó viselkedésmintákat ösztönző kampányok (szemléletformálás, informálás, képzés)
Kemenesaljai Kistelepülésekért Kommunális és Szolgáltató Nonprofit Kft.
Fenntarthatóság népszerűsítése a Kemenesalján
- KEOP 7.3.1.1 Élő- és élettelen természeti értékek megőrzése, vonalas létesítmények természetkárosító hatásának mérséklése
Észak-dunántúli Környezetvédelmi és Vízügyi Igazgatóság
Répcse, Rábca menti területek, vizes élőhelyek helyreállítása, vízellátása
- KEOP 1.2.0/2F/09 Szennyvízelvezetés és tisztítás
Sárvár és Rábapaty Környezetéért Önkormányzati Társulás
Sárvár-Rábasömjén városrész és Rábapaty község csatornázása közös beruházásban
- NYDOP 3.1.1/A Városközpontok funkcióbővítő megújítása a nem megyei jogú városokban

Sárvár Város Önkormányzata

A sárvári városközpont és a fürdő térbeli kapcsolatának megteremtése

- NYDOP 2.1.1/A-09-2f Kiemelt, nemzetközi jelentőségű gyógyfürdők fejlesztése

Sárvári Gyógyfürdő Kft.

A Sárvári Gyógy- és Wellnessfürdő nemzetközi jelentőségét növelő szolgáltatásfejlesztési projekt

A falusi turizmus jelleg kialakítása viszonylag nagyobb összegeket igényel, mégpedig nem is elsősorban a vállalkozások részéről. A minden igényt kielégítő vendéglátás kulcsfeladata, hogy a fizetőképes kereslet igényeit legteljesebb módon kiszolgálják, kényelmüket biztosítsák. Ehhez az alapvető infrastruktúra is hozzátartozik, például fel kell szerelni a szálláshelyeket angol WC-vel, vezetékes vízzel, elektromos árammal, amelyek manapság már általában nem hiányoznak a háztartásokból, de egyes településeken még előfordulhat, hogy a megfelelő körülmények megteremtése külön fejlesztést igényel.

Szintén a települési önkormányzatok fejlesztéseinek körébe tartoznak a falu megújításra, és a vidéki örökség megőrzésére irányuló intézkedések. Ezek keretében már láthatjuk, hogy a települések felismerték ebben rejlő lehetőségeiket, és megkezdték saját környezetük „rendbetételét”. A pihenő parkok, terek, játszóterek felújítása, a patinás helyi épületek (pl polgármesteri hivatalok), templomok rekonstrukciója, sportpályák, centrumok létrehozása, művelődési- és faluházak bővítése mind-mind ezt a célt szolgálják.

A vállalkozási beruházások összegben jelentősen lemaradnak az eddig tárgyal feladatok nagyságrendjétől. Főként egyszeri befektetésekről van szó, melyek jól kiegészíthetők pályázati forrásokkal, így élénkítve a fejlesztési kedvet.

Életminőség javulása

A településfejlesztés nem csupán az épületek, terek innovációját jelenti. Majdnem ennyire fontos a már korábban is említett szolgáltató szektor párhuzamos felkúszása is, ami természetesen egyben javítja a helyi közösségek életszínvonalát is. Az így létrejött infrastruktúra, például internet, bolthálózat, sport szolgáltatások, mind-mind a helybéli lakosság mindennapjait is kényelmesebbé,élhetőbbé teszik. Ennek lakosság megtartó szerepe van, mely megnöveli a gyermekszámot a településeken, s ez a folyamat hosszú távon meg tudja fordítani a jelenleg fogyó népességszám ilyen irányú tendenciáját. Az életminőség fizikai valójának javulása az emberek közérzetét, ezen keresztül egyézségi állapotát is javítja, ami pedig még tovább gyűrűzve növeli a vállaltok, vállalkozások hatékonyságát.

Munkahely teremtő képesség, életminőség javulása

A kistérség természetes fogyása nagyobb, mint a megyei átlag és trendje is növekvő. A térségben az élve-születések fajlagos száma a megyei átlaggal megegyezik, de a halálozási mutató sokkal rosszabb annál. A halálozás viszonylag magas fajlagos mutatója mindkét nem esetében nyilván összefüggésben van a népesség rosszabb egészségügyi állapotával, és a megyei értéknél valamivel alacsonyabb születéskor várható átlagos élettartammal.

Az elöregedés ma még főként a falvak sajátja, a városok helyzete némileg kedvezőbb.

Az urbanizációs folyamatokban bekövetkezett fordulat, vagyis a városokból a falvakba történő költözés itt is érezteti hatását. A falvak erős természetes fogyását a vándorlási nyereség valamelyest csökkenti, ami mindenképpen pozitívum.

A folyamat megállítása lassítása csak abban az esetben lehetséges, ha a kiváltó okokat enyhíteni lehet. Akkor, ha a kisebb településeik is közel hasonló szolgáltatási színvonalat tudnak biztosítani az ott lakók számára, illetve itt lép be a másik nagyon fontos dolog a munkahely teremtés. Mivel a magyar emberek köztudottan kevésbé mobilak, a lakóhelyükön újonnan létrejövő munkahelyek nagyban tudják befolyásolni a költözési hajlandóságot.

A tanult, iskolázott fiatalság elvándorlás további problémákat is von maga után, mégpedig a szakképzett munkaerő hiányát, utánpótlását. Az iskolázottság térségi szintje átlagos, erős a középiskolai oktatás szerepe, magas a középiskolát végzettek aránya, amely a kistérségi központ viszonylagos iskolaközpont jellegének köszönhető. E mellett a kistérségben kiterjedt a felnőttoktatás. Ezek az emberek azonban a nagyobb városok vonzáskörzetében keresnek munkalehetőséget.

Az életminőség javítása összefügg a beruházási, településfejlesztési vonulattal. Amint azt már ott is jeleztük a turizmus ágazatainak innovációja olyan értékeket (szálláshelyek, vendéglátó egységek, fitnesz, wellness szolgáltatások, kereskedelmi egységek, terek, sétányok, alap infrastruktúra, internet szolgáltatás, stb.) hoznak létre, melyek a helyi lakosság kényelem érzetét is jelentősen javítják. A kellemesebb környezetben javul az emberek általános közérzete, valamint áttételesen a megnövekedett helyi bevételek révén több forrás jut az egyéb, idegenforgalommal össze nem függő fejlesztésekre is.

Multiplikátor hatás

Ahogy az előző pontokban bemutattuk a turizmus szoros és kölcsönös kapcsolatban van a gazdaság más ágazataival, kihat azok bevételeire. A turizmus forgalmának egyik

legelterjedtebb mérőszáma az adott településen töltött vendégéjszakák száma. Ezek számának növelésével többletbevétel érhető el, melyet nem csak a szálláshelyen, hanem a szolgáltató szektorban is realizálhatunk.

A multiplikátor hatás is összefügg ezzel, bár kiszámítása az elköltött forintokra alapoz. Fogalmilag azt mutatja meg, hogy, egy elköltött plusz forint a gazdaság többi ágazatában mekkora többlet költséget generál. Az ehhez tartozó mutatószám statisztikai adatokon alapul, és hatása nem csak helyi, hanem országos szinten jelzi a plusz költségeket. Magát a mutatószámot évente meghatározzák a statisztikai jelentések alapján, értéke hozzávetőlegesen 1,5-1,6 körül van, mely azt jelenti, hogy 1 forint pluszköltség a gazdaság egészében 1,5-1,6 forintnyi teljes költséget jelent. Összefüggése a vendégéjszakákkal annyiban jelentős, hogy a multiplikátor hatás következtében az eggyel több eltöltött éjszaka a gazdaságban akár 1,6-szeres szorzóval számított bevételt eredményez.

Összefoglalás

A Sághegy LEADER akciótérség turisztikai szempontból történő vizsgálata alapján biztató jövőképet kaptunk. A megvizsgált vonzerők, attrakciók, reális esélyt adnak arra, hogy a turizmus a közeljövőben, illetve folyamatos befektetések, marketing tevékenység, és kreatív ötletek segítségével hosszú távon is a térség gazdaságának húzó ágazata lehessen. A gyógy- és fürdő turizmus áll természetesen az első helyen, mely területen a lehetőségek kiaknázása a legelőrehaladottabb állapotban van. Itt a legfontosabb feladat a Sárvárral és Celldömölkkel való szoros együttműködés, mely minden félnek előnyökkel jár, hiszen jól kiegészítheti egymást a városok, és a kisebb települések kínálata.

Szintén fontos az együttműködés a falusi turizmus szempontjából is, hiszen a szálláshelyek forgalmát jelentősen növelheti a nagyobb városok, és azok kínálatának közelsége, a kényelmes, nyugodt, barátságos falusi környezet pedig jó helyszín lehet azok számára, akik a városokba csak a napközbeni programok miatt járnak, az esti pihenést szívesebben töltik hangulatos környezetben.

A gasztronómia és a helyi bortermelés vonzása önmagában kevésbé, de az egyéb vonzerőkkel együtt erősen hozzá tud járulni a vendégforgalom fellendüléséhez. Hatása pedig hosszabb időszakra szól, hiszen aki itt megkóstolja a helyi borkínálatot, az később a boltok polcain is keresni fogja a Ság-hegy, és Kis-somlyó borvidék nedűit.

A térség presztízsén, ismertségén felül gazdasági előrelépést is jelent a turizmus fejlődése, mind bevételekben, mind a szolgáltató szektor erősödésén keresztül, melyek összességében

segíthetnek megállítani a térség területéről történő elvándorlást, csökkenteni a munkanélküliséget, s ezzel a szociális kiadásokat is.

A szocializmus idején kialakult gazdasági szerkezet piaci alapokon már nem volt tartható, az ebből való végleges, és sikeres kilépést a versenyképes ipari jelenlét mellett a turizmus jelentheti a Sághegy LEADER térség számára.

Mellékletek

Mellékletek



1. számú melléklet
Szálláshely adatbázis

Szálláshely neve	Település	Szállás jellege
Apartmanház	Hosszúpereszteg-Szajk	falusi vendéglátóhely
Bianka Apartman	Gérce	falusi vendéglátóhely
Bíró Árpád	Rábapaty	magánszálláshely
Bíró Szilárd	Rábapaty	magánszálláshely
Bíróné Kondor Henrietta	Rábapaty	magánszálláshely
Bögöti Erdésház	Bögöt	falusi vendéglátóhely
Borostyánkert Vendéglő, Panzió és Tekéző	Sitke	panzió
Csénye Vendégház	Csénye	falusi vendéglátóhely
Erzsébet Vendégház	Hosszúpereszteg	falusi vendéglátóhely
Farkas Miklós	Rábapaty	magánszálláshely
Fehér István	Rábapaty	magánszálláshely
Festetich Kastélyszálló	Szeleste	hotel
Gampel Tivadar	Gérce	falusi vendéglátóhely
Helena Apartman	Szeleste	falusi vendéglátóhely
id. Farkas Miklós	Rábapaty	magánszálláshely
Joó fogadó	Rábapaty	panzió
Király Zoltán	Rábapaty	magánszálláshely
Kondor Györgyné	Rábapaty	magánszálláshely
Kutasi Károlyné	Hosszúpereszteg	falusi vendéglátóhely
Maróthy Kúria	Zsédény	hotel
Mesterházy Imre	Meggyeskovácsi	falusi vendéglátóhely
Nagy Erna	Rábapaty	magánszálláshely
Németh László	Rábapaty	magánszálláshely
Patyi Étterem és Hotel	Bögöte	hotel
Pósfai Kemping	Pósfa	kemping
Sitkei Kastélyfogadó	Sitke	panzió
Szajki tavak Kemping	Hosszúpereszteg-Szajk	kemping
Vár-Lak Vendégház	Hosszúpereszteg	falusi vendéglátóhely
Veres Benjáminné	Rábapaty	magánszálláshely
Zsuzsanna Hotel	Szeleste	hotel
Vendégházak	Tokorcs	falusi vendéglátóhely
Fodor Vendégházak	Tokorcs	falusi vendéglátóhely
Berzsenyi-pince	Borgáta	magánszálláshely
Borgáta pihenő	Borgáta	tábor
Termál Kemping	Borgáta	kemping
Vulkán Resort Feng Shui kemping	Kemeneskápolna	kemping
Rácz-Ponty Fogadó	Mesteri	falusi vendéglátóhely



2. számú melléklet

Gasztronómia, kikapcsolódás

Éttermek, fogadók

Patyi Étterem és Hotel	Bögöte
Rácz-Ponty Fogadó	Mesteri
Dabróka csárda	Karakó
Belvárosi Szamáristálló	Pápoc
Kastélyfogadó	Sitke
Aero Étterem (sétarepülés, tekepálya, biliárd, fallabda)	Tokorcs
Vaskakas söröző	Gérce
Varjúfészek presszó	Gérce
Vadvirág Falatozó	Hosszúpereszteg-Szajk
Tar Büfé	Hosszúpereszteg-Szajk
Jégekert Espresso	Hosszúpereszteg-Szajk
Joó fogadó és étterem	Rábapaty
Festetich Kastélyszálló étterme	Szeleste
Maróthy Kúria Étterem	Zsédeny

Túra útvonalak

- **Kemenesaljai sárga sáv jelzés:** Jánosháza vasútállomás - Felső-erdő - (letérés Kissomlyóra) - Egyházashetye - Bekenyi-erdő - Bokodpuszta - Ság-hegy - Celldömölk - Kemenessömjén - Berzsenyi-pince
Táv: kb. 19 km
Összes szintkülönbség: kb 130 m
- **Kemenesaljai piros sáv jelzés:** Gérce - Külső-hegy - Sitke - Sitkei szőlőhegy - Nagysimonyi - Simonyi-hegy - Radó-hegy - Új-hegy - Gál-sűrű - Kemenesmihályfa - Kemenessömjén - Berzsenyi-pince
- **Hosszúpereszteg - Bögöte - Vashosszúfalu - Ódorfai-erdő - Duka - Kissomlyó - Egyházashetye**
- **Ság-hegyi körút**
- **Kis-Somlyói körút**



Egyéb kikapcsolódási lehetőségek

Lovaglás, lovastúrák, sétakocsikázás:

Fodor Attila (Tokorcs, 06-30/359-1032)

Major Albert (Kissomlyó, 06-95/458-188)

Teke-, squashpálya:

Aero Étterem (Tokorcs, 06-20/967-2911)

Sétarepülés, vitorlázórepülés:

Aero Ság Kft. (Tokorcs, 06-30/9376-200)

www.aerosag.hu

Vadászati lehetőség Kemenesalján:

Érdeklődni: Keresztúri Csaba (06-30/9-273-229)

