

SZAKDOLGOZAT

Imrei Katalin

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

Bor- és gasztroturizmus menedzser szakirányú továbbképzés

Hogyan tovább Szekszárd?

A város borturizmusának fejlesztési lehetőségei

Belső konzulens: Dr. Kovács Gyöngyi, adjunktus

**Belső konzulens intézete/tanszéke: Vidékfejlesztés
és Fenntartható Gazdaság Intézet, Fenntartható
Turizmus Tanszék**

Készítette: Imrei Katalin

Budai Campus

2024

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS.....	4
A TURIZMUS ÉS BORTURIZMUS FEJLŐDÉSTÖRTÉNETE	7
SZEKSZÁRD VÁROS TURIZMUSÁNAK TÖBBSZEMPONTÚ BEMUTATÁSA	16
EGYÜTTMŰKÖDÉSI LEHETŐSÉGEK A TURIZMUSBAN.....	25
VIZIÓK, A HNT ÉS A NBS VÁRHATÓ HATÁSAI A BORTURIZMUSBAN.....	28
MÉLYINTERJÚK AZ INTERJÚALANYOK RÖVID BEMUTATÁSA	31
A SZEKSZÁRDI BORTURIZMUS LEHETŐSÉGEI A MÉLYINTERJÚK TÜKRÉBEN...	35
KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK.....	45
ÖSSZEFOGLALÁS	48
KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS	50
IRODALOMJEGYZÉK	51
ÁBRAJEGYZÉK	53
NYILATKOZATOK.....	54

BEVEZETÉS

„A nagy és mély bortermelő kultúrával rendelkező országokban megvan az esély arra, hogy a borászok társadalomszervező szerepet töltsenek be. Egyszerre tagjai egy szűk, vidéki közösségnek, s ápolnak országos, sőt nemzetközi kapcsolatokat.

Munkájuk egyidőben gazdasági tevékenység és művészet.

Együtt élnek a természettel és a legmodernebb technológiával, s elvileg a hagyományok tisztelete mellett életük szüntelen útkeresésben telik.”

(Alkonyi László, 2000)

Dolgozatom témaválasztása mögött hosszú utazás áll. A munka világában eltöltött elmúlt közel harminc év alatt mindig számokkal foglalkoztam. Hiába éreztem a lelkem mélyén, hogy a realista gondolkodás távol áll tőlem, benne ragadtam, addig amíg egy véletlen folytán találkozhattam egy számomra addig idegen világgal a borászatokkal. Igaz az elején csak finanszírozási oldalról, továbbra is az asztal mellett maradva, de egy véletlen folytán hamarosan lehetőségem nyílt immár a terepen is megismerkedni egy komplett borászati üzem és kostolóhelyiség fejlesztéssel a Szekszárd melletti decsi Görögszó-dűlőben. Innen már nem volt visszaút, amikor csak tudtam hátra hagytam a pénzügyi területet és egyre több időt töltöttem a beruházás helyszínén. Közben folyamatosan kerestem utamat, hogy még közelebb tudjak kerülni a magyarországi boros közösségekhez. Ehhez kínált lehetőséget az egyetemen újonnan induló bor- és gasztroturisztikai menedzser szak, mellyel egy konferencián találkoztam. Ezen a ponton már nem volt kérdés, álmaimat beteljesítve létrehozták azt a képzést mely lefedi az érdeklődési körömet, egy pillanat alatt vált egyértelművé, hogy ott a helyem. Mindeközben tágitottam utazásaim célpontján és kiterjesztettem azt szinte a teljes szekszárdi borvidékre. A látogatások alkalmával feltűnt a helyi lakosok kedvessége, vendégszeretete. Ottléteim témája egyre inkább a borok köré fonódott. Számtalan történetet hallgattam végig, éltem a lehetőségekkel és egyre több borászatot, borászt ismertem meg. Valahogy mindig volt közös metszete az általuk elmondottaknak, hogy oly sok ellentétes tapasztalat mellett itt valami más zajlik, a borászok körében.

Annak ellenére, hogy gazdaságilag vetélytársak, támogatják egymást szinte minden lehetséges eszközzel. Humán vénámat nem letagadva ennek mentén szerettem volna megvizsgálni az alulról szerveződő közösségi kezdeményezéseket és a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia – 2.0 2030 (NTS) valamint a Nemzeti Bormarketing Stratégia (NBS) összhangját, melyek egyben a vidékfejlesztés és a turizmus kapcsolatát is boncolgatják, valamint érintik a város számára kiemelt jelentőséggel bíró borturizmust is.

Szakedolgozatom remélem méltó mérföldkő lesz ebben a soha véget nem érő tanulásban, ahol a jelenlegi és majd az új szakmám tudom majd vegyíteni, egyben a borászatokat immár nem csak pénzügyi megoldásokkal, hanem kiterjedt modern szőlészeti, borászati, marketing és turisztikai gondolatokkal is segíteni. A dolgozat megírásával korántsem tekintek úgy a szakmai célkitűzéseimre, hogy azoknak a végére értem, inkább úgy látom, hogy kinyílt előttem egy új világ, melynek remélem, hogy hasznos és méltó tagja leszek.

Előretékiintés

A dolgozatomat a turizmus és a gasztroturizmussal kapcsolatos szakirodalom áttekintésével kezdem, melyben kitérek a turizmus és a vidékfejlesztés kapcsolatára, egyben az ebben rejlő sikerességet is vizsgálom majd. A szakirodalmi feldolgozást a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia áttekintése követi, ezután kitérek a szakmai bizonytalanságokra, is. Fentiek mellett lévén borvidékről van szó áttekintem a Nemzeti Bormarketing Stratégia eddig nyilvánosságra hozott részét is, valamint az NHT hosszútávú elképzeléseit is górcső alá veszem. Végezetül ismertetem a szekszárdi borvidék alulról szerveződő civil és nonprofit kezdeményezéseit.

Probléma felvetésem a borturizmussal kapcsolatos már említett stratégiák és a borászok közösségi kezdeményezéseinek eltéréseit vizsgálja. Kutatási célként tűztem ki Szekszárd borturizmusának megismerését és bemutatását, egyben szeretném érinteni a turizmus elmélet fogalomrendszerét ehhez mélyebben áttekinteni a kapcsolódó szakirodalmat, illetve az elérhető legfrissebb adatokat, majd bemutatni a vizsgált terület jelenlegi gazdasági és társadalmi helyzetét.

Szeretném bemutatni a város turizmusának fejlődési állomásait, betekintést nyerni a helyi szakemberek több évtizedes munkájába és megérteni az alulról szerveződő „bottom up” közösségi kezdeményezésekben rejlő jelenlegi és jövőbeni lehetőségeket a fenti témában. Mindehhez a primer kvalitatív kutatások közül a háromszög (triád) mélyinterjú kutatást választottam. (Hajdu, 2005). Az interjúalanyok kiválasztásánál fontos szempont volt, hogy a szóban forgó témakörhöz különböző módon kapcsolódjanak, valamint nyitottak legyenek részt venni a kutatásban. Személyüket a dolgozat későbbi részében részletesen bemutatom. Bár ez a kutatási módszertan rendkívül költséges és időigényes lehetőséget nyújtott a problémakör mélyebb, humánabb feltárására. Esélyt kaptam a válaszadók gondolkodásának, attitűdjének, motivációinak és véleményalkotási folyamatának a megismerésére.

Kutatásomban összehasonlítom az interjúk során szerzett információkat Szekszárd borturizmusának jelenlegi helyzetével, tanulmányozom majd a kardinális pontokat és összegzem az interjúalanyok szerinti fejlődési lehetőségeket. Elsődleges kutatási kérdések a város turisztikai vonzereje, annak kapcsolata a borászatokkal. Az ide látogatók turisztikai motivációja. Fejlődési lehetőségek és irányok megértése, az ehhez szükséges beruházások illetve azok finanszírozásának alternatívái. A kutatás zárásaként csoportosítom majd a már ismert szükségleteket és igényeket, ezeket párhuzamba állítom a jelenleg már ismert fejlesztési irányokkal.

Zárásként megpróbálom feltárni a réseket a turisztikai kereslet és kínálat között a vizsgált területen. Szakdolgozatomban a személyes vélemények megismerését helyeztem fókuszba, így a kvalitatív kutatást nem követi másodlagos kvantitatív. Feltételezem, hogy a mélyinterjúk feldolgozásával, azok összegzésével és az eredmények szakirodalommal illetve a téma szempontjából releváns publikációkkal való összehasonlításával megfelelő fejlődési lehetőségeket tudok feltárni.

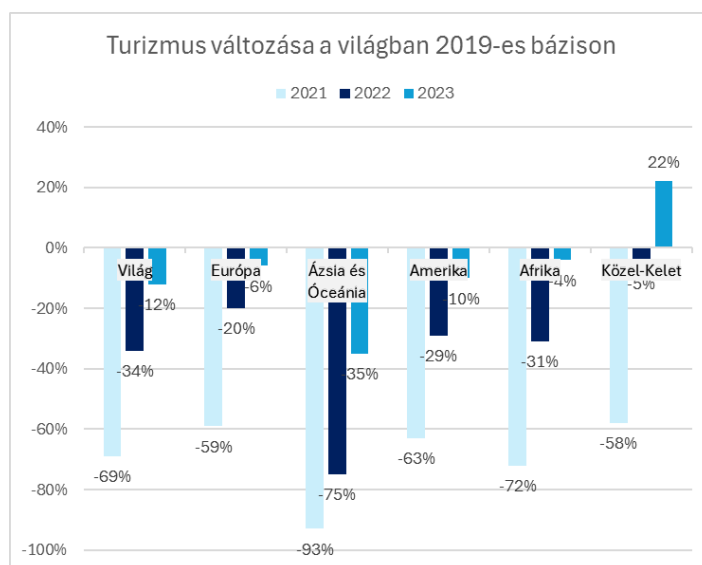
A TURIZMUS ÉS BORTURIZMUS FEJLŐDÉSTÖRTÉNETE

A világgazdaságnak kétségbevonhatatlanul az egyik legjobban fejlődő ágazata a turizmus. Az emberek az idők folyamán mindig is utaztak, kerestek új kultúrákat, de nem volt ez mindenki számára elérhető. A modern kori idegenforgalom az elmúlt 70 évben vált a gazdaság egyik vezető ágazatává. Néhány recessziós időszakról eltekintve, tulajdonképpen folyamatosan növekszik, emiatt mind a társadalmi, gazdasági és politikai hatását vizsgálni szükséges, egyben figyelmet kell fordítani a turisztikai fejlesztésekre is. A megdöbbentő ütemű fejlődés miatt nem hagyhatjuk említés nélkül a fenntartható fejlődést, hiszen az ágazat negatív hatásai, ökológiai károkozása már érezhető, így a turizmus további fejlődése káros hatással lehet a környezetünkre. Egyes turisztikai célpontokon már jó ideje korlátozzák a turisták számát, vagy komolyabb pénzüsszeggel lehet megváltani a látogatást, súlyosabb esetben ahol már az ökológiai károsodás elkezdődött kitiltották a turistákat. (Rátz T. , 2023) A fáradhatatlan fejlődésnek azonban az eddig említett példák ellenére sem tudnak gátat szabni, hiszen annak a mozgatórugója mindig is gazdasági érdek lesz. Erre épül rá szinte a teljes idegenforgalmi és vendéglátó szektor. Ezek alapján látható, hogy a világgazdaság egy jelentős szeletéről beszélünk, mely néhány országtól eltekintve szinte mindenhol húzó gazdasági ágazattá vált. A WTO és az Interparlamentáris Unió 1989-ben elfogadta a Hágai Nyilatkozatot, mely a turizmus fogalmának máig elfogadott meghatározását is tartalmazza miszerint *„A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását függetlenül annak indítékától (kivéve a letelepedési szándékot és a folyamatos kereső tevékenységet); másrészt ide sorolandók az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-, technikai- és szervezeti feltételek és szolgáltatások”*. (Michalkó, Turizmológia - Elméleti alapok, 2016) Ebben a meghatározásban már helyt kapott a helyi fogyasztás a „helyi turizmus” is mely megosztotta a turisztikai szakembereket, hiszen azt inkább a napi tevékenységek részének tekintették. A turizmusra már nem csak gazdasági tevékenységként tekint, megjelennek az életminőséggel kapcsolatos kérdések is. A társadalmi jelentőség egyre nagyobb szerepet kap a gazdasági mellett. Természetesen további fogalommeghatározások is születtek, csakúgy, mint az alábbi:

„A turizmus az egyén élményszerzéssel párosuló környezetváltozása, melynek során szolgáltatásokat vesz igénybe”. (Michalkó, Turizmus és területfejlesztés. In: Beluszky P.–Kovács Z. (szerk.) A terület és településfejlesztés kézikönyve. CEBA Kiadó, Budapest. p. 113–120., 2001). A mai modern turizmust az elmúlt 70 évre tudjuk visszavezetni, tulajdonképpen a második világháborút követő rohamos újjáépítés után az 1950-es évektől kezdett el fejlődni. Az akkori egy évben regisztrált megközelítőleg 25 millió turistaérkezés, mára már megközelíti a másfél milliárdot. (lásd 1. ábra) A nemzetközi turizmus töretlenül növekszik a folyamatosan változó gazdasági, társadalmi, politikai, természeti és technikai tényezők ellenére. A globális közegészségügyi incidensek, mint például a SARS, a MERS és az ebola, jelentősen megviselték az idegenforgalmi ágazatot. A SARS 2003-ban 30–50 milliárd USD veszteséget pusztított el a globális turisztikai ágazatban, és a COVID-19 világjárvány hatása sokkal nagyobb, mint a SARS-é. Az OECD Turizmuspolitikai válasza szerint a COVID-19 60–80%-os visszaesést eredményezett a nemzetközi turisztikai gazdaságban 2020-ban. Mára a turizmus újra a leggyorsabban fejlődő gazdasági ágazat, a globális GDP és munkahelyteremtés mintegy 10%-át biztosítja. (Yok Yen, 2023). A 2023-as adatok feldolgozása a dolgozatírásom alatt is zajlik két főbb adatot már most kiemelnék. A világ turizmusa már csak 12%-ban maradt el tavaly a pandémia előtti időszakhoz képest, Európára vonatkoztatva ez az adat pedig mindössze 6%-os visszaesést mutatott. Az idei várakozások pedig egyértelműen a Covid utáni első olyan évet prognosztizálják ahol már nem kell majd visszaesésről beszélni.

1. ábra: Turizmus változása a világban, 2021 – 2023, 2019-es bázison

(Forrás: <https://www.unwto.org/news/international-tourism>, saját szerkesztés)



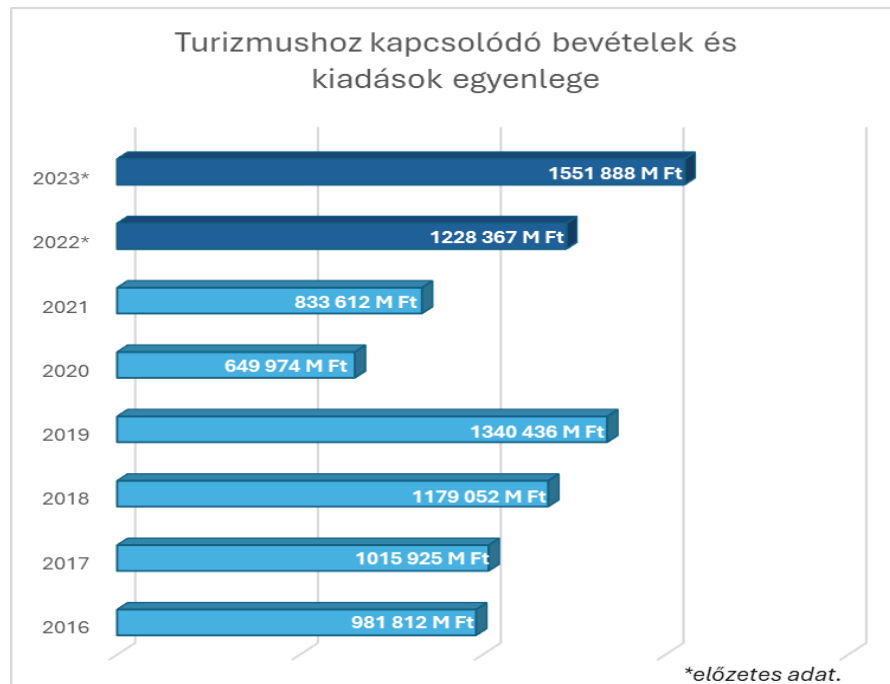
A világon regisztrált turistaérkezések számában Európa toronymagasan vezet, mintegy 50%-os arányával. (unwto, 2023) Ázsia és a pacifikus térség szintén jelentős szeletet kap a tortából a közel 25%-val, melyet Amerika követ 19%-al. A maradékon osztozik Afrika és a Közel-Kelet. A hosszútávú előrejelzések azonban az öreg kontinens számára már nem ilyen fényesek, mert a statisztikusok az Ázsiai kontinens térnyerését vetítik előre. A növekedési ütem ott az alacsony bázisadatok miatt is magasabb lesz. Európa viszont előkelő helyen áll a küldő országok tekintetében is, hiszen a világ turizmusának közel felét pontosabban 48%-át biztosítja. (unwto, 2024)

Magyarországon 2023-ban közel 16 millió vendég több mint 41 millió vendégéjszakát töltött el hazánkban, ebből a külföldi turisták aránya igen magas 85%-os. A vendégek és a vendégéjszak száma is magasabb a 2022-es évinél. A szálláshely szolgáltatók árbevétele meghaladta a 180,0 Milliárd forintot, ami közel negyedével több az előző évinél. A belföldi idegenforgalmat mesterségesen tartották magas szinten a SZÉP kártyák kínálta lehetőségekkel, ennek ellenére minimális visszaesés mutatkozott abban, tehát az emberek egy része külföldön nyaralt aki előtte a belföldi turizmust erősítette, ezt azonban pótolni sikerült a külföldi turistákkal. Kínaiak kétszer a Koreaiak háromszor többen érkeztek tavaly hazánkba. 2025-ig tervben van Budapest légiforgalmának bővítése hogy újra méltó helyet foglaljon majd el a világ légiforgalmi térképén.

Bár nincs közvetlen járat az Amerikai Egyesült Államokba jelenleg a fővárosból, ennek ellenére 30%-a nőtt az Amerikai beutazó turisták száma. A környezetünkben zajló háborúk miatt, közel egymillió vendégéjszakát veszítettünk, főleg orosz küldőterületről, de az ország turizmusa ennek ellenére nőtt, egyes területeken pedig meg is haladta a 2019-es rekordév adatait. Budapest még mindig kiemelkedő helyt élvez a külföldi vendégforgalomból (59%), 11,7 millió itt töltött vendégéjszakával. (ntak, 2024). A Balaton sem szégyenkezhet, vendégszáma több mint 9%-al meghaladta a 2019-ben regisztráltakét. A SZÉP-kártya költségek 450 milliárd forinthez közelítettek. A vidéki vendégéjszakák száma minimálisan csökkent azonban az ebből fakadó bevételek nőttek 2022-es évhez viszonyítva.

2. ábra: Turizmushoz kapcsolódó bevételek és kiadások egyenlege

Forrás: (https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu, saját szerkesztés)



2024-re már tartós növekedést jósnak a turizmusban a szakemberek, egyben a pandémia előtti teljes visszarendeződés éveként tekintenek az idei esztendőre. A luxust mint eddig is keresni fogják az emberek, ezzel párhuzamosan mindent ami különleges. Külön említi az MTÜ a szabadidős és üzleti utakat kombináló úgynevezett 'bleisure' látogatásokat, mint turisztikai terméket. Reális célként említi az MTÜ 2024-re a 43 millió vendégéjszakát Magyarországon. (Guller, 2024). Kétség kívül fellendülőben van az Európai turizmus a KSH legfrissebb adatai szerint is, ezen belül a magyar idegenforgalmi szektor is töretlenül erősödik már 2023 év végénnövekedést mutatott (lásd 2. ábra) mely az idei év első két hónapjában is folytatódott. A turizmus részesedése a nemzetgazdasági bruttó hozzáadéki értékből 2%-al nőtt 2020-2022 között. Az ágazatban tevékenykedő vállalatok száma enyhén csökkenést mutat ugyanebben az időszakban, előző év végén kicsit több mint 28.100 cég volt regisztrálva a turizmusban Magyarországon. 2023 első negyedévében még nagyon magas volt azon vállalatok száma az ágazatban akik ellen csődeljárás indult, ez év végére közel a felére csökkent 2,1%-ról 1,2%-ra. Ezek alapján a 2024 kilátások optimisták, mind a vendéglátás mind a szálláshelyszolgáltató cégek tekintetében. Ennek meghatározó folyamatai, hogy a reálbérek növekedésnek indultak, az infláció pedig csökkenésnek.

A 2024-es előfoglalásokat mindkét gazdasági folyamat erősíti. Mind az európai, mind a magyarországi turizmus tehát fellendülőben van. A 2023 első negyedéves foglalási adatokat a 2024-es belföldi és külföldi vendégéjszakák száma közel 20%-al meghaladta, a vendégek számában pedig 23%-os növekedést könyvelhetett el a szektor. Idén februárban 885ezer vendég 2,2 millió vendégéjszakát töltött el turisztikai szálláshelyeken. A belföldi vendégéjszakák száma csak Tokaj és Nyíregyháza térségben csökkent minimálisan, a külföldi vendégforgalom az összes turisztikai térségben nőtt az előző év azonos időszakához képest, itt az előbb említett két térségben kimagaslóan közel 60%-al. A Liszt Ferenc nemzetközi reptér utasforgalma februárban már 11%-al haladta meg a járvány előtt regisztrált 16,3 milliót. A Széchenyi Pihenőkártyákkal való költség közel 2 milliárd forint volt egy hónap alatt. A Nemzetgazdasági Minisztérium adatai alapján a pihenőkártyákon továbbra is több mint 5 milliárd alvópénz van, amennyiben ez elköltésre kerül annak gazdaság-élénkítő hatása lesz. 2024 évi ágazati várakozások az idegenforgalom növekedési trendjének megtartása a nemzetközi folyamatokkal összhangban. Az MTÜ hosszútávú célja a 20 millió vendég, 50 millió vendégéjszak/év 2030-ra. Az ágazat GDP-hez való hozzájárulása a jelenlegi 12%-ról pedig 16%-ra növekedjen. Az elképzelések mögött komoly cselekedetek is vannak, tavaly közel 1000 új szállodai szobát adtak át. Az építési projektek ciklikusak, jelenleg több szállodaépítés van folyamatban, ezek évekkal ezelőtt még kedvezőbb hitelkörnyezetben indultak. Az ötmilliárd felletti projektekből 8 Budapesten, egy Mátraszentimréren, egy pedig Vecsésen épül. Ezek mellett a sajtóban több nagyobb projekt is bejelentésre került, de a befektetők a jelenlegi gazdasági környezetben kívánnak, így az idei évben jó eséllyel 4-6 új szálloda jelenik meg majd a piacon közel 500 szobával. Mind Budapesten, a többi fent említett projekt befejezése jövő év első és második negyedévére csúszik majd át. Az NTAK adatai az idei év várakozásaira csak ráerősítenek, hogy a szálláshelyszolgáltatási szektor bővülni fog. Ennek jó példája volt a március közepi hosszú hétvége a kimagasló foglalási számaival, a 300 ezer vendégéjszakával, melynek több mint 60%-a belföldi turista volt. A legtöbb vendéget a főváros és a fürdővárosok vonzották, több mint 6,6 milliárdos árbevétel termelve. A vizsgált időszakban az ágazatot érintő jogszabályi változás nem történt. (Imrei, Ágazati kutatás, 2024)

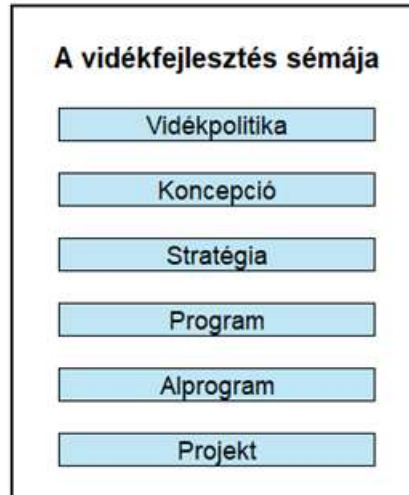
Vidékfejlesztés hajnala és az NTS kapcsolata

A vidékfejlesztés helyi keretek között és adott fejlesztési célra irányuló aktivitás, az érintett térségen belül meghatározott konkrét célokat emel ki (munkaerő gazdálkodás, turizmus, közlekedés, oktatás). A vidékfejlesztés a vidéki élet szereplőinek –polgármesterek, értelmiség, vállalkozók, termelők- fáradhatatlansága, amelyben kiemelt szerepet kap a helyi közösség-szervezés. (Glatz, 2010). A vidéki turizmus fejlesztése olyan térségek számára is kitörési pontot jelenthet, melyek nem rendelkeznek kiemelkedő épített kulturális örökséggel, azonban hagyományaik, tradícióik, gasztronómiájuk vagy természeti vonzerejük üdülőturizmusra teszi lehetővé őket. Fejlesztésük az adott térség fejlesztésétől nem vonakoztatható el, azt szervesen a kistérség, régió fejlesztési koncepciójába kell integrálni. (Kundi, 2023). A vidék így a vidéki turizmus fejlesztése is speciális módszerekkel lehetséges a vidékiségből következően. A vidék szuverén akkor működik jól, ha a lakosság saját akaratából, saját erőforrásainak mozgósításával éli meg a fejlesztést, fogadja a vendégeket. A turizmusfejlesztési koncepciókban szereplő célok csak úgy valósíthatók meg, ha megtalálják a programok és a helyi lakosság között azt a kapcsolatot, amitől ők a projektek részeseivé válnak. A vidéki turizmus fogalmi lehatárolása a témát kutató szakemberek között nem újszerű. A vidék amennyiben vidékfejlesztési szempontból kerül meghatározásra, olyan terület mely általános jellemzőit tekintve, alacsony népsűrűséggel és ellátási szinttel, elmaradottsággal, csökkenő számú és elöregedő lakossággal rendelkezik. (Lempek, 2021) Fontos éppen ezért a vidék sokszínű tétele, a turisztikai termékek pontos meghatározásával. A vidéki turizmus csak egymást kiegészítő, egymásra épülő szolgáltatásokkal lehet versenyképes a turisztikai piacon.

Ezen turizmustípus látogatóinak fő motivációja a falusi életmód a gazdálkodás megismerése, lovaglás, csónakázás és egyéb vízi sportok kipróbálása, a helyi gasztronómia élvezete, hagyományok megismerése, pihenés, a szabadidő egészséges eltöltése. (Sánta, 2020) A fejlesztések természetesen elsősorban különböző állami és uniós projektekből valósulhatnak meg. A hosszútávú nemzeti célok kijelölése olyan érzelmi többlet forrása, amely alapvetően növeli a nemzeti kohéziós erőket.

3. ábra: Vidékfejlesztés sémája

Forrás: (Sikeres vidéki térségek, Glatz, 2010, saját szerkesztés)



Fentiekből egyértelműen látszik, hogy a vidékfejlesztés nem egyenlő a vidékpolitikával, előbbiben jelentős szerepet kapnak az egyének, a helyi lakosság, utóbbi jóval szélesebben értelmezhető politikai ágazat, mely a közelet szereplőitől várna új látásmódot. Az alulról szerveződő 'bottom-up' mozgalmakkal célirányosan majd a dolgozat későbbi részében foglalkozunk, ahol majd visszautalunk jelen fejezetre. Most megvizsgáljuk, hogy a közel másfél évtizeddel korábban megjelent vidékfejlesztési gondolatok mennyire kaptak helyt a fejezet címében említett Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában.

Vizsgált területemmel Szekszárddal kapcsolatos közvetlen fejlesztési törekvéseket nehéz kihámozni a több mint 450 oldalas írásból, de a nyersadatok feldolgozása közben számos részében említi az a vidéket. Örömmel tölt el, hogy 2030-ig több mint 3200 új vendégszoba építését tervezik, melynek egy része tudomásom szerint már meg is valósult, illetve az idei évben is félezer szállodai szobát adnak át. Ezzel párhuzamban áll, hogy a szálláshely szolgáltatással kapcsolatban végzett kutatásukban az emberek többsége érezte ennek szükségét, ill. előrébb sorolták azt, mint a budapesti szálláshelyek fejlesztési igényét. Egyben ezzel is nagyobb egyensúlyt kívánnak teremteni a budapesti és a vidéki turistaforgalom között. A turizmus ágazata mögött továbbra is a KKV vannak túlsúlyban, melyeknek speciálisak már a piaci alapú finanszírozási igényei is.

Rendszeresen hiányzik egy-egy felújításhoz a szükséges önerő, emiatt inkább elhalasztják azt. Míg Budapesten 30%, addig vidéken közel 40% volt azok aránya, akik nem kezdtek bele kisebb korszerűsítésekbe sem egyértelműen a likviditási gondok miatt.

Az NTS négy vidékfejlesztéssel kapcsolatos már most elérhető programot ajánl fentiek tompítására, melyek:

- hazai forrásból támogatott Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program,
- európai uniós társfinanszírozással a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP),
- a Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP)
- Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program (VEKOP) keretében megvalósuló egyes fejlesztések egészítenek ki.

Véleményem szerint a fenti programokban való részvétel is tőkeigényes, a szektorban a KKV-k aránya 98%-os, számukra sokszor csak a piaci finanszírozási lehetőségek nyújtanak segítséget. Ezt segíti némileg a bankgaranciák viszonylag széles köre, egyes konstrukcióknál akár kamatmentes hitel lehetősége, illetve a Széchenyi Beruházási Hitel Plusz állami kamattámogatású hitel. Összeségében azonban bizakodásra ad okot, hogy komplett előre jól szabályozott programokon keresztül komoly pénzforrások állnak a vidéki turizmusban tevékenykedő kis-, közép- és nagyvállalatok számára a tanulmány szerint. A stratégiában foglaltak mentén elkészült fejlesztések megvalósítását követően a cél az új termékek, attrakciók eredményes piacra vitele és fenntartható módon történő működtetése lesz. Dolgozatban elsősorban a számunkra érdekes kérdésekkel foglalkozunk, melyek célirányosan a vidékre fókuszálnak, és kiemelt szerepet kaptak az NTS egyes fejezeteiben:

Bor és gasztroturizmus: A vidéki turizmus több mint 90%-át a belföldi turisták adják. Iletve vidéken a szezonális is sokkal erősebb. A vidéki régióba látogató külföldi turisták háromnegyedét a régiós országok biztosítják. Mind a hazai mind a külföldi turisták motivációja között már megjelenik a bor- és gasztroturizmus. A tanulmány itt a vendéglátás fejezetben említi meg a 22 borrhégy turizmusban betöltött szerepét, sokszínűségét.

Infrastruktúra: Infrastrukturális fejlesztéseknél a légiforgalom és a vasúti közlekedés korszerűsítése mellett a turisztikai attrakciókhoz vezető bekötőutak fejlesztése is megvalósulhat a tanulmány szerint a kitűzött időtávban, természetesen állami forrásból az Önkormányzatokkal együttműködve.

„WOW Hungary”: mint marketingeszköz. A turisztikai országmárka bevezetésének a célja hogy a külföldiek számára a Budapesthez képest kevésbé ismert vidéki Magyarországot is bemutassa. Az országmárka már az ország egészére, a Budapesten kívüli vidéki desztinációkra is fókuszál.

TDM: A TDM-ek nem semleges szervezetek, általában egyesületi formában működnek, tagdíjból tartják fent magukat, így a tagok érdekeit képviselik. Esetenként összefonódtak a Tourinform irodákkal. Működésüket tekintve nonprofitok és versenysemlegesek, a finanszírozásukat az önkormányzatok, vagy a sok esetben főfranchisee-ként működő helyi Turisztikai Desztinációs Menedzsment szervezetek végzik. A működésükhöz tartozó szakmai keretet az MTÜ biztosítja. A TDM-ek sokszor diszfunkcionálisan működnek, a stratégiában szereplő feladatokat nem vagy csak részben látják el, így itt az MTÜ további beavatkozása várható, egységes arculati kialakítással.

Az NTS rövid és hosszútávon is desztinációs logikára épít, egyértelműen megnevezi a kiemelt 11 turisztikai térséget Budapest mellett. Tolna megye illetve vizsgálatom tárgya Szekszárd nem szerepel a stratégiában, ez természetesen nem jelenti azt, hogy a stratégia egyes elemeiből is teljesen kizárták volna, inkább csak alátámasztja azt az elképzelésem, hogy a címben említett közösségi kezdeményezéseknek még nagyobb szerepük lesz a térségben, a turizmus előre mozdításában. Erre a gondolatmentre építve a következő részben több szempontrendszer alapján is megnézzük Szekszárd város turizmusát, az NTS-el való kapcsolódási pontjait valamint a városfejlesztési stratégia ágazattal kapcsolatos fejezeteit. (MTÜ, Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030, 2022)

SZEKSZÁRD VÁROS TURIZMUSÁNAK TÖBBSZEMPONTÚ BEMUTATÁSA

„Mint a legszebb kék leányszem,

Mint a nyájas őszi ég

A szekszárdi szőlőfürtnék

Szeme olyan tiszta kék;

S hogyha már szőlőkösárban

Ily varázsjátékot űz:

Hogy ne volna már borában,

Hogy ne volna égi tűz!”.

(Garay János, Szekszárdi Bortal)

„A borturizmus a turizmus olyan speciális ága, mely a borhoz, mint vezérmotívumhoz kapcsolatan egy adott borvidék szőlőtermesztésének és borászatának eredményeit mutatja be, mellette a térség történelmi, kulturális és gasztronómiai jellegzetességeit is prezentálja.” (Piskóti, 2019). A nemzetközi és hazai példák mutatják, hogy a borutak és az azokhoz kapcsolódó turisztikai lehetőségek – tervezési és menedzselési okok miatt – még messze nem kihasználtak, s különösen igaz ez a feltörekvő hazai bor-régiókra. A tanulmány egy konkrét fejlesztési és marketingstratégia készítése apropóján elemzi a nemzetközi és hazai borturisztikai trendeket fejlesztési módszertant és jellemző típusokat. (Gonda, 2016) A konkrét borrégió elemzésére épülően kidolgozott fejlesztési koncepció a borút-, borturisztikai fejlesztés programjába nemcsak a térségben megjelenő kapcsolódó turizmusfajtákat, szegmenseket integrálja, hanem a közösségi bormarketing, a területi, desztináció-marketing stratégia és menedzsmentje is integrálásra kerül. Szekszárd tekintetében a távlati célt, mely nem más mint „borvidékként felkerülni a világ bortérképére”, azaz a tartós nemzetközi ismeretség elérését már csak a borászok összefogása, a közös gondolkodás képes megvalósítani. Szerencsére az utóbbi másfél évtizedben a mindennapi, gazdasági jellegű akadályokon túllépve a szekszárdi borásztársadalom minden rétegében megjelentek azok a szereplők, akik elindították a belső kommunikációt a borvidék érdekében. Érdekérvényesítő tevékenységüket három borvidéki szervezeten keresztül fejtik ki. A legmeghatározóbb ezek közül a Szekszárdi borvidék Hegyközségi Tanácsa, mint hivatalos szerv.

A Szekszárdi Borvidék Kft. és a Szekszárdi Borászok Céh civil kezdeményezésre jött létre. Fontos megérteni utóbbiak jelentőségét is, mert e két szervezet együttműködése, a hivatalos szervekkel való viszonya nagyban befolyásolja a Szekszárdi borvidék életét, és meghatározza annak fejlődési irányát. Munkájuknak köszönhetően a Borvidék Kft. és a Borászok Céhe nagy befolyásra tett szert a Szekszárdi borvidéken. A két szervezet szoros együttműködését, összefonódását jól példázza a helyzetükből adódó munkamegosztás. A céh tagsága megfogalmazza a borvidék közös céljait, majd a szakmai döntések alapján a kft. megvalósítja a boros programokat, összefogják a szekszárdi borász társadalmat. A két szervezet prosperáló együttműködését mi sem szemlélteti jobban, mint a Szekszárdi borvidék elmúlt években bekövetkezett fejlődése és pozíciójának megerősödése. Alapgondolatuk, hogy azt kell megérteni, hogy a borvidéknek kell jónak lenni, utána fog mindenkinek jól menni. Ha beleszeretnek egy borvidékbe, és mindenki tud egy sztenderdet produkálni, akkor mindenkitől fognak vásárolni. A szekszárdi pincészetek nem egymás ellen versenyeznek hosszú távon, hanem Villánnal és Egerrel. Ezt még a borászatoknak kell megérteni. (Fuksz, 2021)

Szekszárd Tolna megye székhelye a Dunántúli-dombság és az Alföld találkozásánál fekszik. A Szekszárdi-dombság és a Sárköz határolta település a Remete-patak (Séd-patak) völgyében indult növekedésnek. A várost ma északról a Sió-csatorna határolja. Bármely irányból közeledünk a városhoz, megkapó látvány a lankás domboldalokról lekúszó utcák, terek képe. A közeli Dunát átlépő Alföld a Sárköz és a kedvelt kirándulóhelyként ismert Gemenc vidékén kötődik a lankás Mezőföldhöz és a Dunántúli-dombsághoz. A várost a 200 km²-nyi kiterjedésű Szekszárdi-dombvidék öleli magába. A Tolnai-dombság legmagasabbra kiemelkedő dombvidéki kistája. Határait minden irányban szerkezeti vonalak jelölik ki. Ny-on, ÉNy-on és É-on a Völgységi-patak völgye, K-en a Duna völgye a Sárközzel, D-en pedig a Lajvér-patak szerkezeti völgye határolja. A Szekszárdi-dombvidék aprólékosan felszabdalt dombvidéki kistáj. A különböző irányú szerkezeti vonalak mentén kialakult nagymélységű eróziós völgyek, valamint a völgyek fenekén felnyílt eróziós szakadékok (szurdikok) az egész területet nagyszerűen feltárják. A völgyek közötti közlekedést a mai napig lőszmélyutak segítik, mára már beton vízelvezetőkkel. Talaja löszös, homokos, vályoggal és közettörmelékkal. A kialakult völgyek, dombok szemet gyönyörködtetők, békességet, nyugalmat árasztanak magukból. (László, 1954)

A Szekszárdi borvidék a Tolna-Baranyai-dombság és a Dunamenti-síkság között található. A Szekszárdtól Bátáig követhető észak-déli irányú vonulat keleti oldalán húzódnak azok a szőlőtermő dűlők, amelyek oly híressé tették ezt a tájat. Ezen a keleti lejtőn találjuk a híres Ócsényi, Decsi-, Sárpiliszi-szőlőhegyeket is. A decsi dűlőkből kapjuk az egyik legértékesebb szekszárdi bort a Görögszót. A borvidék termőterülete ma közel 6000 ha, melyből körülbelül 3800 hektár első osztályú besorolást kapott. Legnagyobb területen termesztett szőlőfajták a kékfrankos, merlot, cabernet franc, cabernet sauvignon, kadarka, zweigelt, pinot noir. Fehér fajták közül az olaszrizling, rajnai rizling és a chardonnay. A vörösbort adó fajták közül a kadarka és a kékfrankos dominál a vidéken. A legnagyobb felületen termesztett szőlőfajta egyértelműen a kékfrankos, meghatározó szerepe van önmagában is de a házasításoknál is. Kékfrankos mellett még a kadarkát tudjuk a tájhoz kötni. A bordeaux-i fajtákból is szép borokat készítenek, a borászok zöme a bikavérhez hasonlóan házasított borként hozza őket forgalomba. (Mészáros, 2019)

Szekszárd lakónépessége 31.795 fő, ami Tolna megye össznépességének közel 15%-a. A népesség korösszetétele kedvezőtlen, a 19 évesnél fiatalabbak népességen belüli súlya 20%, a 60 éven felülieké 24% körül van. A nemzetiségi összetétel vegyes, a magyarok mellett német, cigány és román nemzetiségűek lakják a várost. XX. század második felétől Szekszárd lakossága viharos gyorsasággal növekedett, egészen 1990-ig. Népességnövekedése – a legtöbb megyeszékhelyhez hasonlóan – az 1960-as években gyorsult fel a szocializmus évei alatt. A legtöbben 1990-ben éltek a városban, azóta egészen napjainkig csökken a város népessége, ma már kevesebben laknak Szekszárdon, mint 1980-ban. (KSH, 2022) A megyei jogú városok sorában noha történetileg mezőváros, döntően agrárjellegű hagyományokkal, mégsem voltak soha a határában olyan nagybirtokok, amik korlátozták volna a fejlődését. Gazdaságát mindenekelőtt a bortermelés alapozta meg, erős és helyhez kötődő parasztpolgárságot alakítva ki. Igaz, történetében épp ebből következett két olyan törés is, ami nagyban hozzájárult a kisvárosias jelleg fennmaradásához – a XIX. század végén a filoxéravész pusztította ki a környéki szőlőket, majd a hatvanas évek elején a termelőszövetkezetek kialakítása vetett véget a magán-szőlőművelés hagyományának. Helyette megjelent a korszak megyeszékhely-fejlesztési politikájának sarok köve, az iparosítás. 1960 után az élelmiszeripari profil mellett új ágazatok (műbőripar, gépgyártás, műszeripar) jelentek meg. Napjainkban a kereskedelem és vendéglátás fejlődik látványosan. A kisipari hagyományokat sok kis- és középvállalkozás viszi tovább.

A nagyvállalkozások mögött többnyire külföldi tőke áll. Szekszárdot az M6-os autópályán és az M9-es gyorsforgalmi úton a dunai Szent László hídon át, valamint a Budapest-Pécs közötti 6-os számú főúton, Baja felől az 56-os számú közúton lehet megközelíteni. A város mellett elhaladó 6-os útról a 63-as számú székesfehérvári és a 65-ös számú siófoki útvonalak is elérhetők. A fővárostól való távolsága 144 km. Vonattal a Budapest-Baja vasútvonal vezet a megyeszékhelyre. A budapesti Liszt Ferenc repülőtérrel legkönnyebben az M6-os autópályán keresztül érjük el a várost, míg a Hévíz-Balaton reptér felől, az M7-es autópályán, Siófok érintésével. Az öcsényi repülőtér közelsége a belföldi légi forgalom felélesztésének lehetőségét kínálja. Természetföldrajz adottsága miatt kerékpárral nehézkes a közlekedés ennek ellenére az utóbbi 5 évben a várost átszelő Béri Balogh Ádám út mentén, több kilométer hosszú bicikliút épült. Szekszárd turisztikai vonzereje nem korlátozódik néhány óriási attrakcióra és kizárólag a környékkel együtt értelmezhető. A városban minden korosztály részére van látnivaló és program de, saját tapasztalatom alapján több napos tartózkodás esetén már biztosan a környező települések bejárásával együtt lesz teljes az élmény pl. Szálka, Fadd Dombori, Gemenc. Főbb látnivalók a város központjától a Garay térről gyalogosan is elérhetőek, csakúgy mint a Babits Mihály emlékház, a Mézeskalács Múzeum, Béla király tér, Bati kereszt és a Kálvária kilátó. Gasztroturisztikai szempontból már a Garay téren elidőzhetünk jó pár órát hiszen a Szász étterem több mint 100 éves, ennek ellenére a hagyományos ételek mellett már különleges gourmet ajánlatokkal is várják a vendégeket. Szemben vele a Garay élménypincében a borok és a borkostolás mellett interaktív bormúzeum is helyt kapott, melyet önállóan, de tárlatvezetővel is látogathatunk. Különös hangsúlyt fektettek az érzékszervi fejlesztésére, a borokban fellelhető aromák észlelésére. Az élménypince mellett van a turisztikai központ, sajnos elég korlátozott nyitva tartással, bár az információk zömét a portálüvegekre kiragasztják. Fentiek ellenére a városba érkező turisták zöme a borászatok miatt látogat ide. Az egész évben látogatható pincék: Bodri, Bősz Adrián, Eszterbauer, Fritz, Garay, Heimann, Lajvér, Németh János, Prantner, Sheiber, Szeleshát, Takler, Twickel, Vesztergombi és Vida borbirtok-. A borászatok jelentős része már felfedezte azt a hiányosságát, hogy nem rendelkezik szálláshellyel, melyet folyamatos beruházásokkal megpróbálnak pótolni. Turisztikai termékkínálatuk így a borkostolásra, dűlőlátogatásra korlátozódik. Komplexebb élményt nyújtanak a városban megrendezett programok, az év minden időszakában találunk ilyet, lásd Iván völgyi kadarka túra melyre a jegyek értékesítése közel 1 évre előre történik annyira népszerű. (saját bejárás és tapasztalat)

A Pünkösdi és a szüreti fesztivál alkalmával is megtelik a város turistákkal. Szintén fontos esemény a bikavér párbaj Eger és Szekszárd között. Magyarországon ez a két város történelmi borvidéki központ. Szekszárd a közelmúlt nagy beruházásai és turisztikai jellegű fejlesztései ellenére is nagy hátrányban van a szálláshelyek férőszámát és összetételét tekintve. Megyeszékhelyeket tekintve kereskedelmi szálláshely kapacitásában az utolsók között van, az itt eltöltött vendégéjszakákat tekintve pedig az utolsó. (KSH, KSH, 2022). A fent részletezett többnapos programoknál a város a magánszálláshelyeket is figyelembe véve összesen 141 szálláshellyel rendelkezik, mindösszesen közel ~1000 fős kapacitással, mely nem képes kiszolgálni az igényeket, ez egyben a turizmusának a fejlődési gátja is jelen pillanatban. Ezek mellett érdemi konferenciaturizmusra alkalmas szállodája sincs még.

Szálláshelyek:

Hotel Merops**** szálloda, superior, deluxe, prémium +, executive besorolású szobákkal rendelkezik, összesen 32 darabbal

Bodri pincészet**** szálloda, 25 szoba, vendégház ill. luxusapartman.

Szekszárd szálló: superior, deluxe, deluxe king szobák, férőhelyek száma 74 fő.

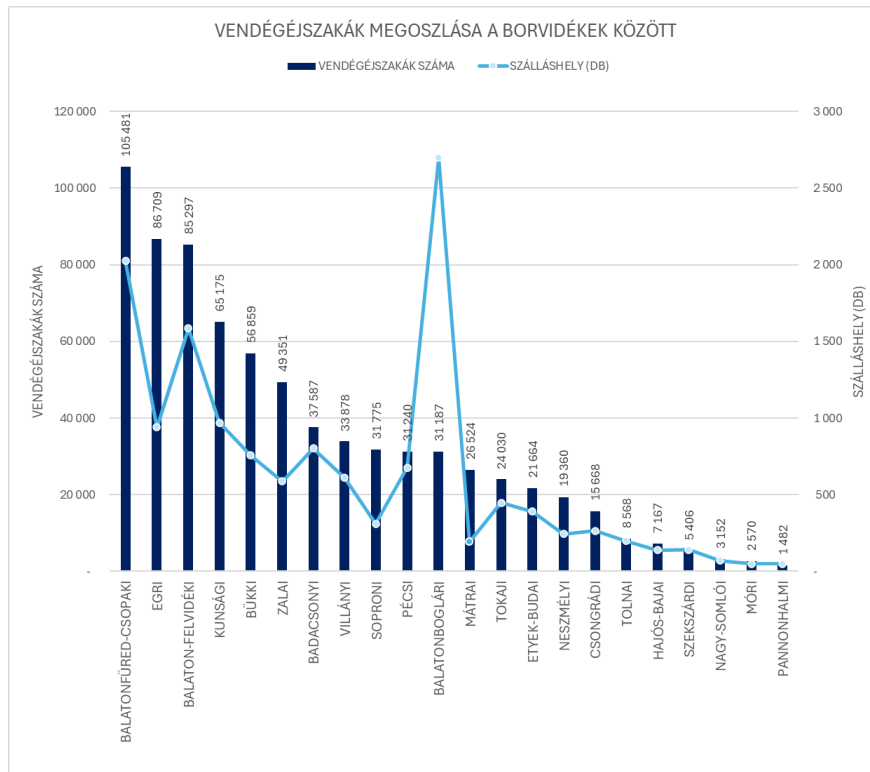
Sió motel: a város határában helyezkedik el a legnagyobb 108 férőhellyel rendelkező motel. Itt apartmanházakban lehet megszállni.

Magán szálláshelyek: Teljesen vegyes képet mutatnak a prémium kategóriástól, az egyszerűbb felszereltségű apartmanokig. (szálláshelyek honlapjai alapján)

Az egyes borvidékekre látogató vendégek számát és az általuk ott eltöltött vendégéjszakák számát jelentősen befolyásolja, hogy hány és milyen típusú szálláshely található a borvidék településein, valamint azok szezonalitása is. Természetesen egy borvidékhez tartozó szálláshelyen sem kizárólag pincelátogatással töltik el az időt a vendégek, hiszen a terület földrajzi és kulturális adottságai legalább annyira fontosak egy szálláshely kiválasztásánál.

4. ábra: Vendégéjszakák megoszlása a borvidékek között

Forrás: (https://info.ntak.hu/hirek/mtu-havi-jelentes, saját szerkesztés)



Gasztro vonalon kimeríthetetlen a vendéglátóhelyek száma, de még sem jelent elég vonzerőt, hogy a vendégéjszakák számát növelni tudja. Az elmúlt években ugrásszerű volt a gourmet forradalom a városban, ezt támasztja alá a világhíres chefek megjelenése is pl. Sípós Norbert személyében aki bár Szálkán vezeti a saját panzióját, minden jelentős szekszárdi rendezvényen képviselteti magát, vagy valamely pince hívja meg, hogy a borok mellett páratlan ételkínálattal is tudjanak szolgálni vendégeik számára. Szintén érdekesség, hogy Magyarország első wagyu marha tenyésztője is a megyében található Ófaluban, Zichy Mihály személyében. Az általa termelt japán marhahús még nem terjedt el hazánkban, de a szekszárdi rendezvényeken, vagy a prémium éttermek különleges ajánlataiban mindig találkozhatunk vele. Különleges culináris élményeket nyújtó vendéglátóhelyek a teljesség igénye nélkül, a Szász étterem, Bodri pincészet – Optimus étterem, Takler kúria-Primarius étterem, Heimann borbirtok, Mészáros Pál – Merops étterem. A felsoroltakon túl több mint húsz étterem várja a vendégeket különböző árkategóriában és kínálattal. Szekszárd megyei jogú város komplex marketingstratégiája már 2014-ben foglalkozott a vendéglátás helyzetével.

A Szekszárdi Vendéglátók Kerekasztala Egyesület fogja össze éttermeket, jelöli ki a fejlődési irányokat. (forrás: saját tapasztalatból és élményből). A városban rendelkezésre áll minden szolgáltatás mely kiegészítheti a vendégek komfortérzetét. A kiskereskedelem virágzik de nem épül rá a turizmusra. A szépségszalonok megfelelő számban állnak rendelkezésre a helyi lakosok számára, azonban a turisták ezt nem vagy csak korlátozottan tudják igénybe venni, hiszen péntek délutántól hétfőig jellemzően zárva vannak. Városon belüli tömegközlekedést buszokkal biztosítják, melyek pontosan járnak de nagyon ritkán. Elérhető taxik száma megfelelő. Újdonság, hogy e-bike kölcsönző nyílt Szekszárdon, a vezetett túrák száma még alacsony. Szinte minden Magyarországon elérhető banki szolgáltató képviselteti magát a városban, hétvégeken azonban csak az ATM szolgáltatásuk elérhető. Wellness fitness korlátozottan a három már említett szállodában áll rendelkezésre, külső vendég számára nem elérhető. (saját tapasztalat) (szekszard.hu, 2024)

A településen 2019-ben a szálláshelyek 26 ezer vendéget és 44 ezer vendégéjszakát regisztráltak. Az átlagos tartózkodási idő belföldieknél 1,7 éjszaka, külföldieknél átlagosan 2,4 éjszaka volt. A vendégéjszakák forgalom 20%-át adták külföldiek adták, közülük a legtöbben Németországból, Romániából és Lengyelországból voltak. 2020-ban a vendégek száma 18 ezer, a vendégéjszakáké 35 ezer volt. 2021-ben pedig 23 ezer vendéget és 43 ezer vendégéjszakát regisztráltak Szekszárd szálláshelyein. 2021-ben a vendégek 93%-a belföldi volt. A belföldi vendégforgalom 24%-kal nőtt 2020-hoz képest és a 2019-es értéknél is 10%-kal magasabb. A külföldi vendégéjszakák száma (4 ezer) 28%-kal nőtt 2020-hoz viszonyítva. 2021-ben a legtöbb külföldi vendég Németországból, Ausztriából és Szlovákiából érkezett a település szálláshelyeire. 2022 első félévében a szálláshelyek Szekszárdon közel 11 ezer vendéget fogadtak, akik több mint 17 ezer vendégéjszakát töltöttek el a településen. A szálláshelyeken a vendégforgalom 88%-a származott belföldi vendégektől. A vendégéjszaka-forgalom az év első hat hónapjában a 2021. évi teljes forgalom 45%-át érte el. Az átlagos tartózkodási idő a belföldiek körében 1,5 a külföldiekénél 2,1 éjszaka volt. 2021 hasonló időszakához képest a településre 81%-kal több vendég érkezett, az eltöltött vendégéjszakák száma 42%-kal emelkedett. Külföldről a legtöbben 2022 első hat hónapjában Németországból, Szlovákiából és Romániából érkeztek. A németek részesedése az összesített külföldi vendégéjszaka-forgalomból 32%-os volt. Szekszárdon 2022. júliusban a magánszállásokkal együtt több mint 140 szálláshely működött 329 szobával és 1.000 férőhellyel, ezek között 3 szálloda található 94 szobával és 216 férőhellyel. (igyutazunk.hu, 2023)

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 2.0 kiadványban és annak kiegészítésében Szekszárd nem került megemlítésre, pedig több Magyarországon egyedülálló jellegzetességgel is rendelkezik. (pl: borok elnevezése nem a dűlőkről, hanem a Völgyekről származik sok esetben). A bor és gasztroturizmus azonban szinte minden fejezetben megjelenik, többszöri átolvasásnál egyértelműen kirajzolódik, hogy az NTS-nek ez az egyik fő irányvonala. Ezzel párhuzamosan nem dobja el a gasztrokulturális elemeket csak újra gondolja azokat. A gasztro-utazások” jellemzik a február-márciusi időszakot és az utak közel 3%-át adják. A vendéglátóhelyek és gasztronómiai programok meglátogatása a városi, fiatalabb korosztályokra jellemző. Az egy vendégéjszakára eső költség 13,7 ezer forint, melynek 23%-át a vendéglátás költségei teszik ki. Az utóbbi években létrejöttek olyan, a minőségi gasztronómiát képviselő és közvetítő közösségek, társulások is, mint a Stílusos Vidéki Éttermiség (SVÉT), vagy a Felelős Gasztrohős, amelyek a fenntarthatóságot szem előtt tartva fókuszálnak a helyi alapanyagok felkutatására is. A vendéglátás borturisztikai kínálatát tekintve Magyarországon 22 borvidék található, amelyek méretükben, elhelyezkedésükben, és boraik karakterében jelentősen különböznek. Hazánkban komoly hagyománnyal rendelkeznek a bortermelői és a borhoz szorosan kapcsolódó gasztronómiai termékeket is kínáló kistelepülések: ezek a hagyományok bornapok, különböző, a borhoz kapcsolódó és gasztronómiai fesztiválok, illetve borbemutatók formájában valósulnak meg. Bizakodásra ad okot hogy az NTS turisztikai termékek trendjei között az utazási célok alapján a stratégiában a megkülönböztetett 8 klasszikus turisztikai termék (Bor- és gasztronómiai turizmus (vendéglátás), Egészségturizmus, MICE szegmens (üzleti rendezvények és kongresszusok piaca), Kulturális turizmus, Vallásturizmus, Rendezvényturizmus, Aktív- és ökoturizmus), között első helyen említi a Bor és –gasztroturizmust. Bor- és gasztronómiai turizmus (vendéglátás) A gasztronómiai terület szerepe a turizmusban kettős: egyrészt önálló turisztikai terméként is értelmezhető, amelynek kínálati elemei képesek akár önálló utazási döntést is kiváltani. Másrészt azonban az adott desztináció gasztronómiai kínálatának színvonala az „alapinfrastruktúra” része is, hiszen minden turista étkezik látogatása során. A gazdaság fejlődésének és az életszínvonal növekedésének köszönhetően folyamatosan növekszik a kereslet a minőségi vendéglátóhelyek iránt. Ennek megfelelően a vendéglátás stratégia célja egy olyan szektorspecifikus alapidokumentum lefektetése, mely a teljes szektor – így az egyes szolgáltatók, vállalkozások és munkavállalók, tanulók – számára hosszú távú víziót és célrendszert vázol fel, illetve kijelöli a legfontosabb fejlődési és fejlesztési irányvonalakat.

A 21. században a gasztronómiai turizmust erősítő trendek közé tartozik, hogy előtérbe kerül az egészséges életmód, amelynek elválaszthatatlan eleme az egészséges táplálkozás. Másrészt a környezeti-társadalmi-gazdasági fenntarthatóság kérdésköre is egyre inkább középpontba kerül, ezért felértékelődik a helyi, szezonális, organikus, fair trade termékek fogyasztása. A harmadik fontos változás, hogy egyre többen fordulnak el a tömegturizmustól és keresnek autentikus élményeket utazásaik során, amelyek előállításában egyre szívesebben vesznek részt maguk a látogatók is. E gondolatiság mentén szerveződik az egyre népszerűbb „slow food” mozgalom is, amely hangsúlyosan foglalkozik a helyi gasztronómiai kultúra megőrzésével és védelmével. Ugyanakkor itthon továbbra sincs széleskörben elterjedt kultúrája az étterembe járásnak. Az alapanyagbeszerzésben nem megoldott a minőségi, helyi alapanyagok megbízható ellátása. A szektor jövőbeli munkavállalóit a mai napig elavult képzési rendszerben oktatjuk. A vendéglátás nagy részében nincs meg a valódi „éttermi élmény”, ami keresleti és kínálati probléma is egyben. A hazai borturizmus szintén dinamikusan fejlődő ágazat a turisztikai iparágon belül. A hazai borturisztikai potenciál évről évre nő, egyrészt, mivel a borfogyasztó közönség értő közönséggé kezd válni, másrészt, mivel egyre nő a borturisztikai attrakciók, helyszínek (vendégfogadásra is alkalmas pincészetek, borhotelek, bormúzeumok stb.) száma. A gasztronómiai és borturizmus fejlesztése azért is fontos, mert integrátor szerepet tölt be a nemzetgazdaság többi ágazatával való kooperációja révén, hozzájárulva a turisztikai értéklánc számos eleméhez. Alapvetően támaszkodik a helyi élelmiszertermelésre, kézműiparra, támogatja a helyi közösségek fejlődését, tradicionális értékeik megőrzését, hozzájárul a desztinációk élménykínálatához. Csökkenti a szezonalitást és kevésbé ismert, látogatott területekre is látogatót vonz. A fentiek alapján a jövőben a bor- és gasztronómiai turizmus fejlesztését is elsődlegesen desztinációs alapon kell megvalósítani, támogatva, hogy a turizmus fejlesztése révén kialakuljanak és erősödjenek az említett értékláncok, rövid ellátási láncok, és maximálisan kiaknázható legyen a fentiekben említett integrátor szerep. A gasztronómiai és borturizmus fejlesztése során a fentiekben túl fokozott figyelmet kell fordítani az eredetvédelmi oltalom alatt álló borászati termékek, pálinkák, mezőgazdasági termékek és élelmiszerek, valamint a hagyományos különleges termékek szerepének növelésére, mivel ezek a termékek olyan egyedi, jól azonosítható jellemzőkkel rendelkeznek, amelyek a térség gasztronómiai turizmus kínálatát képesek színesíteni. (MTÜ, NTS2030_Turizmus2.0-Strategia_kiegeszites, 2022)

EGYÜTTMŰKÖDÉSI LEHETŐSÉGEK A TURIZMUSBAN

Ezen a ponton ki kell emelnünk a turizmusban tevékenykedő emberek fokozódó együttműködési törekvéseit, mely a Covid utáni időszakban eddig még soha nem látott mértéket öltött a szervezetek és vállalkozások mellett, melyet egyértelműen a verseny hívott életre és nem korlátozódik szigorúan a marketingre. A teljes gazdaságban fontos az együttműködési hálózatok rendszere, de a turizmus számára ez teljeséggel nélkülözhetetlen, hiszen ahogy eddig is elmélkedtem róla minden tekintetben különálló szereplőkkel rendelkezik, csakúgy mint non-profit szervezetek, kormány, vállalkozások, szálláshely szolgáltatók, borászok, helyi lakosok, talán nincs is még egy ennyire sokszereplős iparág. A turizmusban tevékenykedő cégek méretéről már esett említés az előző fejezetben is. A helyi turizmus szempontjából, a turisztikai desztinációk mindegyikének van egy-egy összetett és sokoldalú turisztikai terméke, melyek különböző természeti, társadalmi és kulturális erőforrásokon, különféle szolgáltatásokon és a vendégszereteten nyugszanak. (J Guia, 2006) Az erőforrások a már említett szereplők tulajdonában vannak. A turistákat ez nem nagyon érdekli. Ők élményt és elégedettséget várnak a pénzükért. Ezért is szükséges komplex vonzó turisztikai termék létrehozása, mely nem lehetséges a turizmus szereplőinek együttműködése nélkül, mely által a desztináció megítélése is javul. (J. R. B. Ritchie, 2000) A turizmusban szereplő vállalkozások a kapcsolataikon keresztül tulajdonképpen függenek egymástól, ezért azok vezetőinek szüksége van ezen összefüggés megértésére. Az iparágban a kapcsolatok alakítása, a közsféra ösztönzésével jön létre. Az ágazati szereplőknek tisztában kell lenni ezek fontosságával. A hálózatokat és azok fejlesztését, ahogy esetünkben is, sokszor az állam koordinálja pl. a turisztikai irodák, mint a kapcsolati tökerendszer központi szereplői. Az állami koordináció számos problémát felvet, mint például a semlegességet az egyes szereplők kiválasztásában, de jelen értekezésben próbálunk a politikától távol maradni, ahogy azt interjú alanyaim is tették. Ami kirajzolódni látszik ezen a ponton, hogy a közös vízió hiányzik a vizsgált terület tekintetében. A központi koordinátoroknak sok szereplőt kell összefogniuk, akiknek a motivációjuk, érdekeik és szemléletük, természetesen teljeséggel eltérő. Az összefogással új kapcsolatok alakulnak ki, régiak elhalhatnak ez a fejlődés természetes velejárója, a fejlődés fontos folyamata a későbbi sikeresség kovácsa.

A kiemelt stratégiák pedig csak ezen összefogások mentén lehetnek sikeresek, amennyiben annak szereplőiben meg van az együttműködési hozzáállás, és a koordináció vezetősége szervezi a turisztikai attrakciókat és a keresletet. (J Guia, 2006). A turisztikai desztinációt nézhetjük a látogatók illetve a szolgáltatás nyújtók oldaláról. A hatásos együttműködés szempontjából azonban mindkét oldalt érdekeit szükséges figyelembe venni egy sikeres fejlesztés szempontjából. Ezért mindenkinek fel kell ismernie, hogy cselekedetei másokra kihatnak, a siker elérése miatt elengedhetetlen az együttműködés. Tömörebben a desztinációk valójában vállalkozások, szervezetek és különböző csoportok laza sokasága, melyek részben együttműködnek, bár saját érdekeik vezérlik őket. (Lindroth & Ritalahti, 2007). Dolgozatom szempontjából mint már említettem nem szerettem volna a humán vénám figyelmen kívül hagyni ezért a sikeres együttműködés szempontjából ránézünk a fejlesztés kulcskérdéseire. „A szervezetfejlesztés és a humán fejlesztés fogalmai szorosan összefüggnek egymással. Hatékony szervezet- és együttműködési fejlesztési eljárást csak úgy lehet kezdeményezni és végrehajtani, ha hatására változások következnek be. A változás egyik kulcsfigurája maga az ember. Változtatni kell felfogásán, gondolkodásmódján és azon, ahogy közvetlen környezetét érzékeli, ahogy reagál annak módosulásaira. Hosszútávú folyamat, mely az adott szervezet- vagy csoport probléma megoldási és megújulási folyamatainak javítására irányul” (Magura, 2005) A szervezet Barnard szerint nem más mint ”két vagy több ember szándékosan összehangolt tevékenységének a rendszere”. Tehát egy szervezetet mindenképpen valami közös cél, közös motiváció hív életre, annak a felismerése, hogy az ember csoportban többre képes, mint egyedül. A szervezeti kultúra alapvetően befolyásolja a szervezetben dolgozók munkastílusát, munkavégzését, ezt támasztja alá a szervezeti kultúra következő meghatározása: „a szervezeti tagok által osztott alapvető előfeltevések, hiedelmek és értékek rendszere, amely segítségével meghatározzuk önmagunkat és környezetünket.” (Bakacsi, 2015) Következtetesként a szervezet belső értékrendszerét célszerű úgy formázni, hogy az a szervezet kijelölt céljainak a megvalósulását szolgálja. A szervezet tagjai sokszor többet várnak a koordinátoroktól a siker érdekében, mint azok erre önállóan hívatottak. Az eredményeket eléréséhez vezető út azonban ettől rögzesebbnek tűnik, hiszen szükség van hozzá a megfelelő információáramlásra a tagok között, az oktatás színvonalának emelésére, az elérhető programok ismertetére, a pénzügyi források kiaknázására. (Lindroth & Ritalahti, 2007), (Imrei, Érzelmi intelligencia fejlesztése egy kisvállalkozásban, saját szakdolgozat, 2010)

Az ezekben megjelenő különbségek alapján láthatjuk az egyes desztinációk eltérő fejlettségét. Az egész országban tapasztalható azonban az együttműködések köszönhetően a látogatók számának emelkedése és a turisztikai bevételek növekedése. Az együttműködés struktúrája is nagyban befolyásolja az eredményeket. Hazánkban zömében egy központi szervezet körül helyezkednek el a résztvevők, amely egy közösen létrehozott együttműködés több civil szervezet között. A tagok és az együttműködés között létrejött megállapodások, minőség biztosító programok nagyban hozzájárulnak azok sikerhez. A megfelelő egyensúly az állami és a magánszféra részvétele között az együttműködésben szintén fontos kérdés. A magánvállalkozások túlsúlya a fejlesztések megvalósítása szempontjából a már az előző fejezetben taglaltak alapján azt jelenti, hogy elsősorban külső forrásokat érnek el. Az állami szféra túlsúlya pedig a felülről történő irányítást gerjeszti. (J Guia, 2006). Az együttműködés elmélyítése érdekében szükség van az egyetértésre a regionális turisztikai fejlesztés megítélése szempontjából, a desztináció imázsának építése és a desztinációs termékfejlesztés szempontjából. (Lindroth & Ritalahti, 2007).

VIZIÓK, A HNT ÉS A NBS VÁRHATÓ HATÁSAI A BORTURIZMUSBAN

A borturizmus a bor és szőlőgazdálkodási ágazat nélkül önállóan nem értelmezhető így mind a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának a Szőlő és Bor Ágazati Stratégiáját illetve a 2022-ben alapított Nemzeti Bormarketing Ügynökség által összeállított tavalyi Nemzeti Bormarketing Stratégia, -a dolgozatírás időpontjában nyilvánosságra került részét- is szükségesnek tartom röviden áttekinteni. A HNT magyarországi szőlő-bor ágazati stratégiájából elsősorban a turizmust érintő kérdéskört vizsgálom, de nem hagyhatom figyelmen kívül, hogy a magyar bor üzenetének meghatározása már ebben a stratégiában megemlítséssel kerül, így a kettő időben fedi egymást. Emiatt a később keletkezett Nemzeti Bormarketing Stratégiát tekintem majd irányadónak, melyből egy rövid részlet: „A hazai borfogyasztás növelése gazdasági és gasztro-kulturális szempontból is egyaránt kívánatos. Ennek kapcsán hangsúlyos indok a hagyományörzés és az, hogy a bor a magyar kulturális, gazdasági és társadalmi örökség része, az országimázs elválaszthatatlan eleme. A borturizmus ma már az általános turizmus, ezen belül a vidéki turizmus egyik legjobban fejlődő szegmense. A borturizmus fejlesztése mellett további érv, hogy többletbevételeket generál a helyi turisztikai szolgáltatásokon keresztül. A borturizmust egy-egy régió/terület komplex turisztikai kínálatába kell ágyazni. Fontos, hogy a regionális fejlesztési programokban a borturisztikai fejlesztések a hegyközségi szervezet által megfogalmazott fejlesztési célok alapján kerüljenek kiválasztásra és támogatásra.” (HNT, 2016)

Az ágazati stratégia szűkszavúan tárgyalja az általános magyarországi borkultúra és borturizmus színvonalának emelésére vonatkozó vízióját.

Kiinduló pontjai:

- a borturizmus az általános turizmus egyik legjobban fejlődő szegmense
- a borturizmus nagyfokú ösztönzést ad a borok megértésére, megkedvelésére
- többletbevételeket generál a helyi turisztikai szolgáltatásokon keresztül

Fejlesztési elképzelések:

- a borturizmust egy-egy régió/terület komplex turisztikai kínálatába kell ágyazni
- a regionális fejlesztési programokban a borturisztikai fejlesztések a hegyközségi szervezet által megfogalmazott fejlesztési célok alapján kerüljenek kiválasztásra és támogatásra, (HNT, 2016)

Az említett területek más szabályozói környezetben is szerepelnek, azokkal párhuzamot mutatnak, új számunkra jelentős információhoz nem jutottunk a turisztikai rész áttekintésénél, azonban az ágazatra vonatkozó célok közül egyet nem tudok említés nélkül hagyni, minthogy a 22 jelenlegi borvidéket tagoltnak tekinti és célja, hogy mindösszesen a már most meglévő 6 borrégióra koncentrálja azokat. Vélhetően elkerülhetetlen a régiókban való gondolkodás, tekinthetjük azt a globalizáció melléktermékének, de feltételezem, hogy a szakmában tevékenykedő emberek még hosszú-hosszú évekig önálló borvidékekről fognak beszélni. Hiába is vettem fel az emberek gondolkodásmódjának változtatásával kapcsolatos lehetséges fejlődési irányt az előző részben, ezt még én sem tudom teljességgel elfogadni. Amennyiben a dolgozatomban vizsgált terület turizmusát is előre mozdíthatja, úgy majd a későbbiekben megbirkózom a gondolattal.

A Nemzeti Bormarketing Stratégia kutatásainak elsődleges célja a boreladások ebből kifolyólag a borfogyasztás növelése. Az elérési úthoz szervesen kapcsolódnak rendezvények, melyek már a turizmussal is összefonódnak, mint például a Buborékok nyara rendezvény minden évben, mely elsődlegesen a fiatalokat célozza, és a kulturált borfogyasztási szokásokat erősíti. Utóbbi az NHT stratégiában is megtalálható tehát itt is átfedés van a két dokumentum között –Wine in Moderation szervezeti tagság. (HNT, 2016). Szintén kiemelt jelentőséggel bír a kommunikációs stratégia felépítése ami szintén nem hagyhatja figyelmen kívül a borturizmust. Itt kell megemlítenem, hogy mind az Ügynökség létrehozása, mind az általa képviselt stratégia szakmán belül eddig nem látott pénzügyi támogatást élvez, melyből reményeink szerint a boros világ minden szegmenséhez jut majd, a termékeik ill. szolgáltatásaik könnyebb értékesítése kapcsán.

Stratégia turizmust érintő irányai:

- A bor-élménylánc: a borozás összekapcsolása zenei, irodalmi, képzőművészeti, gasztronómiai, turisztikai élményekkel. A bor a minőségi időtöltés, az igényes élményszerzés közös nevezője lehet. A borok megismerésétől a hűségig vezető út az élménylánc.
- Újra-gondolt borturizmus: a borvidékek közelében kiránduló, pihenő turisták aktivizálása, célzott orientálása a borkóstolás, borturizmus felé.
- Beutazások: előzetesen helyi ügynökségi partner kiválasztása, utazás, szállás (2-3 nap) és az étkezések biztosítása a résztvevő borászatok bevonásával.
- Magyar Borhetek: a „Magyar Bor” megjelenések összehangolása nagyvárosokban és/vagy tartományi szinten, ahol érdemes, országosan is. (NBÜ, 2023)

A felvázolt gondolatok mentén láthatjuk, hogy a borturizmus és a bor komplex együttműködő szolgáltatás és termék. A termékpaletta és a turisztikai termék bővítésének az anyagi lehetőségeink mellett már csak képzeletünk szabhat határt. A feltételek és a keretrendszer adott, bár folyamatosan változik ezzel kihívások elé állítva a szakma képviselőit. Ettől gyorsabban már csak a szabályozói környezet és a borokra vonatkozó szabályozás változik. A cél egyértelműen ezek párhuzamba állítása, az elérhető lehetőségek maximális kiaknázása a közös siker érdekében. Tekintettel arra, hogy a siker mérése ma még vitatott terület, illetve a vizsgálat téma sajátosságai miatt nem alkalmaztam kérdőíves kutatást. Inkább szakértői interjúkat tartottam az összefüggések feltárása érdekében, mind Ferenc Vilmossal a Szekszárdi Alisca Borrend elnökével, mind dr. Bodri Istvánnal a Szekszárdi Hegyközség Elnökével, valamint id. Heimann Zoltánnal aki a Szekszárdi Borászok Céhének elnöke volt.

MÉLYINTERJÚK AZ INTERJÚALANYOK RÖVID BEMUTATÁSA

Megkeresés szempontrendszere

Mélyinterjúra való felkészülés során áttekintettem Szekszárd borturizmusának főbb mozgatórugóit. Igyekeztem megismerni a leglátogatottabb programokat melyek a városba vonzzák a turistákat. A programok kapcsán több kérdés merült fel bennem, elsősorban azok szezonálisága, az általuk megcélzott vendégkör, illetve a turisztikai vonzerők palettájának szélesítése, valamint a piaci részek feltárása. Céлом volt azon egyéni gondolatok begyűjtése melyek segítenék a város további gazdasági fejlődését a turizmus által. A témákat tehát e logika mentén állítottam fel, melyeket kérdésekként fogalmaztam meg, ezek adták az interjúk vázát.

Primer kutatásomként három interjút készítettem, az interjúk között minimum két hét minden alkalommal eltelt, hogy a kapott információkat minél jobban fel tudjam dolgozni. Az interjúkon a kérdéskörök azonosak voltak, azonban mindegyik esetben kicsit módosítottam a kérdéseken, hiszen igyekeztem az interjúalanyaimra úgy személyre szabni, hogy a lehető legtöbb információt tudhassam meg mindenkitől. Szintén fontos volt számomra, hogy a három interjúalany teljesen eltérően kapcsolódjon a témámhoz. Így egyiküknek sem borászata, sem szálláshelye nincs a városban, másik interjúalanyom sikeres borászatot vezet és egy kisebb vendéglátó egységet, míg a harmadik megkérdezett személynek mind borászati üzeme mind szálláshelyszolgáltatása és étterme is van a vizsgált területen. Természetesen szerettem volna, ha van köztük közös kapcsolódási pont is, mely nem más, mint, hogy mindhárman jeles szakmai címeket viselnek, ezáltal hitelesnek tekintem az általuk elmondottakat. Ahogy azt fentebb említettem, a kérdések az interjúm vázát adták csak, az interjúkat igyekeztem egy kötetlen beszélgetésként lefolytatni, amiben az interjúalanyom szabadon mesélhetett minden olyan tapasztalatról, mely őszinte és releváns lehet a témában.

Interjúalanyok bemutatása

Az interjúalanyaim felkeresése, megismerése és az interjúk elkészítése a kutatási munka legnagyobb részét tette ki. A kutatási módszertanok között a kvalitatív háromszög mélyinterjúk ismert előnyeit kívántam kihasználni, azaz a vizsgált problémakört a lehető legmélyebben feltárni, a kapott válaszokat egyértelműen a válaszadókhoz kötni. Egyben kiaknáztam a formai kötetlenséget, a módszertan rugalmasságát, nem törődve a hátrányokkal, a költségekkel és a módszer időigényességével. Az alanyok kijelölésekor nagy figyelmet fordítottam arra, hogy a lehető legtöbb szempontból tudjam vizsgálni Szekszárd borturizmusát. Ezen szempontok szerint három interjút sikerült készítenem három olyan szakemberrel, akiknek esszenciális tapasztalatuk van a témában.

Az első interjút Ferenc Vilmos borlovaggal készítettem. Ferenc Vilmos okleveles kertészmérnök, szaktanácsadó és szakmérnök, a Magyar Borakadémiának a tagja, a Szeszárdi Alisca Borrend elnöke, a Közép-Európai Gasztronómiai és Sommelier Egyesület alelnöke, a Dicenty Dezső Kertbarát Kör és a Szekszárdi Civil Kerekasztal elnöke, valamint az Újbor és Sajtfesztivál szervezője, melynek helyszíne az idei évben az Egyetem Budai Campusa volt. Pályafutását kertészmérnökként kezdte még a szocializmusban, ahol nem tudott teljes mértékben kiteljesedni ezért folyamatosan szervezte a helyi közösségi életet, aminek egyik jeles szervezete a Dicenty Dezső Kertbarát Kör, mely közel 47 éve alakult. A kertbarát körök országosan kapcsolódnak egymáshoz ezért az általuk szervezett események több ezer embert érnek el. A Kertbarát Kör már elnyerte a Szekszárd Közfőért kitüntető díjat, többek között, azért mert ők szervezik a településen a Vince napi borünnepet mely egyben a vesszővágás is, ami a hitre épül, hogy amennyiben Vince napon szép idő van akkor a termés is jó lesz az adott évben. Szintén szerves részt vállal a Kertbarát Kör a Szent György napi borünnepen, mely egyben a Szekszárdi Bikavér ünnepe és a Szekszárdi Borvidéki Borverseny eseménye, ahol számos rangos díjat osztanak ki a többszáz benevezett palackozott bor között. A Szekszárdi Alisca Borrend 1994-1997 között 3 évig tartott a városban bornapokat, ez az esemény később elhalt, de helyét számos más boros program, borünnep váltotta fel. Ugyancsak a Borrend egyik kezdeményezése volt a Borút Egyesület, mely 1995-ben nemzetközi pályázaton nyert támogatást Baranya és Tolna megyére, Villány és Palkonya településekkel együtt a borutak kialakítására és a hozzájuk köthető események megszervezésére.

Mára a megyei borutak szétváltak, a Szekszárdi Borvidék Borút Egyesület végül 1999. június 11-én alakult meg azzal a céllal, hogy működésével elősegítse a szekszárdi történelmi borvidék kulturális örökségének megóvását, kultúrájának megőrzését és továbbvitelét, valamint a térség idegenforgalmának fellendítését, a Szekszárd környéki térség fejlesztését. Ferenc Vilmos az idei évben kapott miniszteri kitüntetést, melyet az általa szervezett XX. Újbor és Sajt fesztiválon vehetett át, az esemény szervezéséért, annak jubileumi ünnepségén Dr. Nagy István agrárminisztertől. Az esemény egyértelműen a bor- és gasztrokultúra magyarországi elterjedésének egyik zászlóshajója. Ferenc Vilmos életpályája és a különböző fent említett civil szervezetekben betöltött vezető tisztségei alapján nélkülözhetetlen volt kutatási témám szempontjából.

Második interjúmat Dr. Bodri Istvánnal készítettem. Mondhatnánk, hogy őt nem kell bemutatni senkinek, mert mindenki ismeri, azért én itt szentelnék az ő karrierívének a bemutatására is jó pár sort, hiszen az is minden szempontból kapcsolódik a megyéhez, illetve Szekszárdhoz. Bodri István beleszületett a borkészítésbe, a családban ő az ötödik generáció, aki ezzel foglalkozik. Bár közel egy évtizedig a megyei rendőrségen dolgozott a pályát soha nem tudta elhagyni. A kilencvenes évek végén, illetve az ezredfordulón egyértelművé vált számára, hogy egyetlen út maradt Faluhely dűlőben az életben maradáshoz és a több évtizedes családi hagyományok továbbvitelére az pedig még több termőterület vásárlása. Az ország Európai Unió csatlakozását követően jó érzékkel kezdett bele a pályázatok nyújtotta lehetőségek kiaknázásába, így a borászati üzem az étterem és a szálláshelyszolgáltatásra elnyert pályázati pénzek mellett marketing és piackutatási pályázatokban is eredményesen vett részt. A Szekszárdi Hegyközség Tanácsának elnöki tisztségét több mint 13 éve vezeti, a 2018-ban lezajlott tisztújító ülésen egyöntetű volt a bizalom újból a személyének. A kitűzött cél, hogy a hegyvidék jó hírnevét tovább vigye és elismertségét növelje továbbra sem változott. (pincészet, 2023), (Tóth Róbert, 2020)

Szükség is lenne az állandóságra ezt már id. Heimann Zoltán egyik gondolata, vele készítettem a harmadik mélyinterjút. Bár a borászokat összefogó civil szervezeteknél lévő összes tisztségét visszaadta, így a Pannon Bormíves Céh vezetését is fiára Zoltánra ruházta át, ennek ellenére markáns véleményével továbbra is formálja a borvidék életét. dr. Bordri Istvánnal együtt nagyon büszkék családjukra, a gyerekekre és az unokákra.

Tiszteletre méltó, hogy a sikeres életpálya ellenére mindketten már az interjú elején lefektették, hogy a család, valamint a hagyományok megtartása a legfontosabb számukra. Heimann Zoltán sváb családból származik, mintegy 750 évre tud visszatekinteni Szekszárdon. Bár a kommunizmus alatt a TSZ-ben dolgozott édesapja, a családi gazdálkodást soha nem adták fel, a szőlőművelés mellett a kiskerti termelés is megfért az életükben. Az újbóli magán gazdálkodás hajnalán id. Heimann Zoltánra maradt, hogy a sváb borosgazda múltat újra életre lehelje. Már a legelején elköteleződött a minőség mellett. A Heimann birtok vezetésében az első évtizedben még a szülők nyújtottak segítséget, így Zoltán a borkészítésre tudott összpontosítani. Munkáját mindvégig segítette felesége Ágnes, aki jó szemmel meglátta, hogy a család élete úgy lesz teljes, ha ő is a birtokon tevékenykedik, tulajdonképpen az összes munkakörben. Ezért is figyel oda a borokra is, a vendégek és az üzleti feladatok mellet, hiszen az a legnagyobb felelősség, a család nevét viseli. (heimann.hu, 2024). id. Heiman Zoltán szakmai pályafutásának egy jeles állomása volt, hogy a tavalyi évben a Borászok Borásza Díjat elnyerte. Ezek mellett az alábbi megtisztelő díjak kitüntették: 2011-ben a baden-württembergi ArtVinum, az év Európai Borszakértője, 2018-ban a lengyel Wino magazin szerint az Év Embere. A megszámlálhatatlan siker ellenére végtelenül szerény maradt a mai napig, vigyáz arra, amit felépített, szolgálja a szakmát, segíti a fiatalságot és most itt nem csak arra gondolok, hogy fiát Zoltánt példásan nevelte és taníttatta, hanem arra is, hogy minden a szakma iránt bármely oldalról érdeklődőt mint például engem, szeretettel fogad, idejét és energiáját nem kímélve átadja tudását, történeteit. Itt jegyzem meg, hogy a három interjúalany közül ő az egyetlen, aki betekintést kért a végeredménybe, azaz a dolgozatom kutatási részébe.

A SZEKSZÁRDI BORTURIZMUS LEHETŐSÉGEI A MÉLYINTERJÚK TÜKRÉBEN

Az interjúim során próbáltam minél jobban megismerni az interjúalanyokat. Először természetesen bemutatkoztam, elmondtam, hogy a MATE Dr. Bujdosó Zoltán és Dr. Pallás Edit vezetésével bor- és gasztroturisztikai menedzser képzést indított, melynek első évfolyama majd idén nyáron végez. Röviden kitértem a saját szakmai pályafutásomra és kértem őket, hogy ezt viszonyozzák ők is. Ezt követően elmondtam részükre dolgozatom kutatási témáját, melyet a közel egy évtizede zajló szekszárdi szabadidős és hivatali látogatásaim hívtak életre. Kértem a segítségüket, hogy közösen ránézzünk a város turizmusának jelenlegi helyzetére, ill. feltettem a „Merre tovább Szekszárd?” kérdésemet. Örömmel konstatáltam, hogy mindenki lelkesen fogadta a képzésünk, mintegy hiánypótló szakként tekintettek rá. Mindhárman egyetértettek abban, hogy nagy szükség van széles látókörű szakemberekre ebben a szakmában is. A borászokkal átbeszéltem az MTÜ és a NBÜ stratégiai tanulmányainak ismert és számunkra releváns részeit, mindketten kérték, hogy a honlapjaikat és kiadványaikat is tekintsem át, egyben feltételezték, hogy a városra vonatkozó statisztikai adatokat már ismerem, így relatív kötetlen illetve meglepően barátságos beszélgetésekbe kezdtünk. Igazából nem is vártam mást az eddigi tapasztalataim alapján, csak néha elbizonytalanodtam, de mindhárom interjúalany megnyílt, így őszintén beszéltek az említett kérdésekkel kapcsolatban, természetesen többször érintettünk más témákat is. Borlovag interjúalanyom esetében ez cél is volt, vele sokat boncolgattuk az elmúlt ötven évben felmerült és megvalósult vagy éppen elhalt ötleteket a város civil életével kapcsolatban. Ferenc Vilmos már az elején leszögezte, hogy csakúgy, mint a Kertbarát Körben itt sem beszélünk vallásról és politikáról, ez utóbbi nem sikerült. Az összes interjúalannal kilyukadtunk minimum a városvezetéshez, de az országban zajló központosítási törekvések is érintve lettek, azonban e gondolatokat Vilmos kérésének megfelelően, illetve erkölcsi okokból a továbbiakban én sem boncolgatom, tekintettel, hogy semmi ráhatásunk nincs. Ferenc Vilmos egész életében fontosnak tartotta, amit én is célul tűztem ki, hogy minél több ember számára ismert legyen Szekszárd. Egyetértettünk abban, hogy a mai napig meglepődünk azon, hogy bár mindketten sok emberrel beszélünk, és ahol csak tudjuk, népszerűsítjük a várost a magyar felnőtt lakosság jelentős része még nem járt itt. Általunk hall bővebben a városról, illetve annak környékéről, a természeti kincsekről, ill. a szabadidős programlehetőségekről.

Mindez természetesen nem tántorít el minket attól, hogy ezt az önkéntes munkánkat feladjuk. Ferenc Vilmos a Borút Egyesület alapításával egyidőben felvetette a „péntek akkor villány” mottójára a „ha szombat akkor Szekszárd” a város turizmusát elősegítő gondolatát, mely nem nyert széleskörben támogatást ezért nem is maradt meg a köztudatban. A Borút Egyesület azonban létrehozta a Szekszárd környéki borvidéki borutat ezzel is alakítva a borvidék saját arculatát. Már 25 évvel ezelőtt célul tűzték ki, hogy a környéket bekapcsolják a nemzeti és nemzetközi borutakba. Ehhez nélkülözhetetlen az érintett települések együttműködésének megszervezése, a térség infrastrukturális fejlesztése. Utóbbihoz elkerülhetetlen az Önkormányzat közreműködése. Az elmúlt 15 év Integrált Városfejlesztési Stratégiáit (IVS) átnézve a városvezetés elsősorban a közutakat fejlesztette és a közművek kapacitását bővítette közpénzből, néhol maradt a löszmélyfalak közötti utak vízelvezetőinek betonozására is pénz. Ezen utak segítik a völgyek közötti közlekedést is, a Heimann birtokot például ilyeneken keresztül érhetjük el, minden irányból. Dr. Bodri István a Faluhely dűlőbe vezető sík betonutat részben pályázati részben saját pénzből finanszírozta, ezt id. Heimann Zoltán jegyezte meg röviden. A pénzügyi kérdéseknél természetesen kibújt belőlem a bankár, mint kockázatkezelő közel 30 éve foglalkozom jómagam is finanszírozási kérdésekkel. A turizmushoz és a borászatokhoz köthető pályázati és pénzügyi kérdésekhez egy évtizede kötődöm. Jelenlegi munkám miatt lehetőségem nyílt Tokajban egy 100 szobás borhotel építésében műszaki szakértőként részt venni. Azóta is foglalkoztat a kérdés, hogy Szekszárdot miért kerülnek el az ilyen jellegű óriásberuházások, az itt lakók vajon támogatnák-e, illetve mennyi turistát csalna a városba. Dr. Bodri István jelezte, hogy volt hasonló fejlesztési törekvés a Gemenci Szarvascsárda melletti Gemenc Szálló felújítására mely 2007-ben zárt be, azzal a reménnyel, hogy azt majd EU-s források felhasználásával korszerűsítik hamarosan, és ilyesformán egy kényelmes, modernizált szállodát kap majd a város. A meglévő 92 helyett, éppen a kényelmi elgondolások miatt kisebb egységsszámmal. A felújítás máig nem kezdődött el. Bár a szálló eredetileg a vadászat szerelmeseit vonzotta mára a város életében egyértelmű, hogy a kiemelt turisztikai vonzereje a szőlő és a bor. Bár sorra nyílnak a borászatokhoz kapcsolódó kevés, de annál exkluzívabb szobával működő szálláshelyek, ennek ellenére sokan gondolják úgy, hogy a Gemenci Szálloda új köntösben, a mai igényekhez igazított, akár wellness-szolgáltatásokat is biztosító formában nyílhatna meg újra. Természetesen az eddig a településen megvalósult fejlesztések mind hozzájárultak a turisták számának növeléséhez.

Szintén a Borút Egyesület alapelve volt a minőségi bortermelés előmozdítása, valamint a szekszárdi minőségi borok piacának a kiszélesítése. (Szekszárdi Borút Egyesület, 1999) Ezen gondolat nem csak az egyesületé, ebben mindhárom interjúalanyom egyetért. A NBÜ stratégiai tanulmányának is alappillére ez, így e témában nyitott kérdés nem marad. id. Heimann Zoltántól megtudtam, hogy Sebestyén Csilla a minőségi borfogyasztás érdekében egyetemi kurzust dolgozott ki, egyelőre szabadon választható tantárgy néhány kreditpont ellenében. Az előadáson a borkostolás és a minőségi borfogyasztás mellett az alapvető borhibákat is oktatják majd. A felsorolt témákkal megismertetik a fiatalokat. id. Heimann Zoltán alapvető problémaként emlegette fel, hogy a fiatalok nem fordulnak a minőség felé, hiszen az „alsó polcra” ár alapján választanak, a gyenge minőséggel érintkeznek először, így a borokról alkotott képük ilyen is marad, ennek megváltoztatásához Sebestyén Csilla kezdeményezését tökéletesnek, de közel sem elegendőnek tartja. Ezen gondolatmenetre fűzi fel az általuk is ismert csökkenő és változó borfogyasztás témakört. dr. Bodri István nem áll meg itt, ő egy újdonsággal még is megpróbálja elérni mind a fiatalokat, mind azokat, akik nem feltétlen nyitnak meg egy üveg bort egy este a 0,75 literes kiszerelés miatt. Remélem mire dolgozatom végére érek már kapható lesz az üzletekben a jól megszokott 0,33 literes alumínium dobozos kiszerelésben fehér és rosé fröccs, természetesen a Bodri birtok névjegyével biztosítva annak minőségét is. A Heimann család a minőségi borainak jelentős részét exportra termeli, ott talált a prémium kategóriára fizetőképes keresletet. Mindkét borász minden bort kedvelő embert megpróbál elérni növelve ezzel az egy főre jutó évi borfogyasztást. A Bodri birtoknak borsorozatai vannak (Virágos, Bodrikutya, Tradíció, Nagyvilág, Dűlő-válogatás, Gurovica, Top Cuvée és Különlegességek) a Heimann birtokon ennek érdekében borcsaládokat alakítottak ki (Üdítő borok, Klasszikus házassítások valamint a Heimann & Fiai borcsaládok). Dr. Bodri István a Heimann családdal ellentétben megjelenik a hipermarketekben és hisz benne, hogy aki ott találkozik a boraival abból később vendég is lesz a Bodri bortokon, ezzel is előre mozdítva a turizmust a településen. Továbbra is maradunk a Borút Egyesület által negyed évszázada lefektetett céloknál, hiszen már akkor megfogalmazták, hogy a bortermeléshez kapcsolódó művészeti, irodalmi, zenei, építészeti és egyéb kulturális értékeket védeni kell, a turizmusban fel kell használni őket. Hasonló idézettel kezdtem a dolgozatot, a kulturált borfogyasztást tehát sem én sem az interjúalanyaim nem tudják elválasztani a művészetétől. A gondolatot jobban megnézve ez egyidős a borfogyasztással, ahogy azt Ifj. Zilai János részletesen feltárja a Bor és Mítosz illetve az Isten a párduncon könyveiben.

Második könyvében a címlapképen egyenesen Dionüszoszt a bor és mámor Istenét jeleníti meg, ezt követi a könyvben több mint húsz műalkotás Tizianótól, Van Goghon át Szinyei Merse Pálig. A könyv egésze csakúgy, mint interjúalanyaim és jómagam is leszögezi, hogy a borok világához való kapcsolódás "a nemes borok és az okos mámor élménye révén, sokszínűbbé és gazdagabbá tehetjük magunkat és kultúránkat, az csak az alkoholista számára olcsó lőre". (Zilai, 2011). Ezen idézet előhírnöke volt a már említett borfogyasztási szokásoknak. A bor és a kultúra évszázados kapcsolódásának ettől részletesebb bemutatása ebben a dolgozatban természetesen nem célom, de mint látjuk Ferenc Vilmos sem tudta figyelmen kívül hagyni ezt a gondolatot már a Borút Egyesület alapításakor sem. A Heimann család pedig példát mutat abban, hogy ezt a kapcsolódást továbbra is fent kell tartanunk ezért a birtokon rendszeresek az időszakos festőművészeti kiállítások, árverések, a komolyzenei rendezvények egybekapcsolva azt a borkostolással, melyek újabb turistákat vonzanak a birtokra, a városba. Ebben a témában Bodriéknál tulajdonképpen elég ránézni a boroscímkék színes grafikai világára és rájövünk, hogy ők is mindenben támogatják a kortárs művészeket, természetesen a hagyományok megtartása mellett. Az interjú során dr. Bodri István elmondta, hogy az intenzív külföldi marketingkampányok során nagy hangsúlyt fektetett, ezen kulturális örökség továbbadására könyvek és kisfilmek formájában. Mostmár elkanyarodunk a Borút Egyesület gondolataitól és áttérünk az interjúalanyok által említett felvetésekre és ötletekre, illetve a már megvalósított újításokra, melyek mind kapcsolódnak a turizmus előre mozdításához. Ferenc Vilmos a kilencvenes évek közepére teszi az időpontot mikor az állami Termelő Szövetkezetek működése elkezdett leállni és a kistermelőknek egyetlen út maradt az, hogy megnyitották saját pincéjüket a turisták előtt. Ezen a ponton látja azt, hogy a városban elindult a turizmus. Egyben itt említ egy nézetváltást is a termelők körében a turistákkal kapcsolatban. Már nem csak a szükséges rosszat jelentették, hanem a közös célok elérésének lehetőségét is. Leányváron ekkortájt 400 pincének volt engedélye, azonban amikor jövedéki termék lett a bor a kistermelői pincék jelentős része az adminisztratív és anyagi terhek miatt bezárt. Ugyanezen időszak a Bodri család életében a terjeszkedése volt még nem feltétlen a turisták városba vonzása volt a fő cél még maradtak a szőlőművelésnél és borfeldolgozásnál ott teljesedtek ki és tartották magukat a fő jelmondatukhoz, hogy jó bort csak jó minőségű szőlőből lehet készíteni. Természetesen a jó borok a birtokra vonzották a turistákat, egyben életre hívták a fejlesztési irányokat mely előbb a szálláshely szolgáltatást majd az étterem vendéglátást vonta maga után, vagy szinte egyidőben kellett mindkettőt kialakítani.

A Bodri birtok ma már óvatos becslések alapján is évi 30-35.000 látogatót vonz a városba. Tavasztól Őszig a birtokon az esküvőké a főszerep. (Balzer, 2023) A céges rendezvények pedig egész évben betöltik a naptárat. A birtok saját maga is készít turizmussal kapcsolatos piacelemzést, hogy a változó világra folyamatosan tudjanak reagálni, legyen szó pandémiáról vagy a világpolitikai helyzetről. Kutatásaik alapján teljesen változatos a kép, ha hazai borászatokkal beszélnek attól függően, hogy azok repertoárjában a borkészítés mellett a vendéglátás vagy akár a szálláskiadás is szerepel. Mindenképpen elmozdulás látható a módosabb vendégkör felé, a teltházas hétvégék mellett azonban hétköznapi üres kiadatlan szobák jellemzik a birtokokat. dr. Bodri István megjegyzi, hogy az új kialakult gazdasági közegben a borászatoknak égető szüksége van a szolgáltatásaik frissítésére, a stabil és az új vendégkör igényeinek felmérésére annak kielégítésére. Kitért még az imázs kérdésre melynek korábban lényegesen nagyobb szerepet tulajdonított, szükséges az ismertség és a jó hírnév a rentábilis üzemeltetéshez. A „jó cégér” egyben a vásárlói döntések alapja is ezért ez minden pincészetnek alapvető feladata. Úgy ítéli meg, hogy azok a borászatok, akik ezt még nem építették ki igen nehéz helyzetben lehetnek, lényegesen gondosabb tervezést és odafigyelést igényel számukra a vendégek bevonása. A hétköznapi nehézségeivel kapcsolatban nem csak a szálláshellyel rendelkező borászatokról, hanem a teljes magyar szállodaiparról beszél. Véleménye szerint a hétköznapi alacsonyabb kihasználtság mindenhol megfigyelhető, pedig szerinte a csendesebb hétköznapi sokkal nyugtatóbbak, kevesebb a vendég, aki több odafigyelést kap és ez csak egy a sok előny közül úgy ítéli meg. Ezért a pincészet egyértelműen ráfokuszált a hétköznapiakra, nem csak az üzleti szempontok miatt, hanem a vendégek elégedettségének növelése érdekében is. Alap tézis náluk, hogy az elégedett vendég a birtok jó hírnevét viszi, jó értékeléseket ad le az erre szakosodott oldalakon, mely újabb vendégeket hoz. A hétköznapi kedvezményes árú csomagajánlatukat „Bakancsos Hétköznapioknak” hívják kora tavasztól késő őszig érhető el. Ilyenkor egyszerűbb a birtokon található Európa legnagyobb kupolás pincerendszerének a bejárása mint program. A pincét a család tagja Bodri Ferenc építette. Szekszárdon számos hasonló kupolás pincét találunk nem csoda hiszen azok építésében vagy saját maga vagy az általa nevelt mesteremberek vettek részt. Hiánypótló termékként szerepelteti a birtok a kínálatában a „Miniesküvőket”, mellyel csak reagáltak az új piaci igényekre, az árérzékenységre, bár ezt a birtokon tapintatosan racionalizáltabb vásárlói döntésnek hívják. Az esküvőket a borászatok életében egy kiemelten fontos szegmensnek tartják.

Megfigyelték, hogy a pandémia utáni újra nyitás miatt sűrűsödtek ezen események és igény volt a szabad helyszínekre, így a házasodni vágyó párok egyre gyakrabban választották e jeles esemény helyszínéül valamelyik borászatot. Ez egyben egy új trendet is életre hívott a „hétköznapi miniesküvőt”. A hétköznapiokon szerényebb körülmények között megtartott miniesküvő iránti igény egyre nagyobb, így a Bodri birtokon ez önálló szolgáltatássá nőtte ki magát, és töretlen népszerűségnek örvend. Tapasztalataik alapján a szűkebb családi-baráti körben megtartott esküvők különleges közeget és miliőt teremtenek az ifjú pár számára még a szálláshelyfoglalással egybekötött többnapos alkalom maradandó élményt nyújt sokszor a násznép számára. Dr. Bodri István és az általa vezetett birtok híres az előrelátásáról ezért is kutatják folyamatosan a piaci réseket. A már emlegetett hétköznapiok nehézségeinél a céges szegmensre is rákoncentrálunk, ilyenek a csapatépítők, céges vagy ügyfélpártik, ezek mind a szálláskiadás mind a vendéglátás életében komoly jelentőséggel bírnak. Mindemellett úgy látják, hogy az elégedett céges vendég később könnyebben tér vissza családjával, hogy a birtok egyéb lehetőségeit is felfedezze. Szintén népszerű a birtok életében a borkostolók mellett az egész napos terepjárás bortúra melyen a festői szépségű szekszárdi dombság lankáin lehet gyönyörködni a helyi pincék látogatása mellett. A természetben töltött idő, a mozgás és a sport a birtokon dolgozók számára kiemelkedően fontos ezért ma már két sporteseményt is rendeznek évente illetve sítanodát nyitottak. A tavasszal megrendezett Bodri körrel a futókat várják négy távon, melyből egy ultramaraton. A futáson minden korosztályt várnak, aki pedig nem szeretne futni az ősszel teljesítménytúrán vehet részt. Szintén a sportszerető embereket várja a birtok a Bodri Ball rendezvény mely a kosárlabda szerelmeseinek tartott rendezvény, ahol tavaly már több mint 40 csapat közel 200 játékosa játszott. Ez az esemény is minden korosztály számára elérhető, a birtok különösen büszke arra, hogy az ország összes vidékéről érkeznek mindkét sporteseményre versenyzők. Az esemény megálmodói egy helyi civil szervezet a Fuss Bor Szóda egyesület vezetői. Az egyesület céljai a kosárlabda, futás, bor, Szekszárd és a pozitív életszemlélet népszerűsítése. dr. Bodri István is minden nap sportol vagy órákat sétál szeretett dűlői között így nem volt nehéz az együtt gondolkodás a sport érdekében az egyesülettel. A közös gondolkodást tettek követték és idén már a III. Bodri Ball-t tarják a birtokon. A sítanoda és a két sportrendezvény további fejlesztési igényeket hívott életre, így a birtokon egy sportközpontot hoznak hamarosan létre. Még egy rendezvényt említ Dr. Bodri István ez pedig a minden évben farsang körül megtartott álarcosbál mely évek óta szintén teltházas. A rendezvények lebonyolításában a birtokon dolgozó mintegy 60 fő segít.

A híres Optimus étterem, mely egész évben kiemelt gasztronómiai szolgáltatást nyújt Makk Norbert séf vezetésével. Az étterem 40 fő befogadására alkalmas, ezt a számot a teraszok nyitásával tavasztól-őszig bővítik. Az étterem a teltházas rendezvények esetén is képes több száz fő a'la carte kiszolgálására. A csúcsgasztronómiából Dr. Bodri István kiemeli, hogy törekednek a helyi alapanyagok felszolgálására, ennek egyik ékkövének tartja a fehér szarvasgombát mely az ország más területein nem található meg és a birtok is csak a tavalyi évben fedezte fel a közeli erdőben. Összeségében a Bodri birtokról elmondható, hogy mindig időben reagálnak a külső helyzetekre, a globális gazdasági tényezőkre a felmerülő nehézségek ellenére is lehetőségként tekintenek, azokat a vendégeik javára fordítják, hiszen az új kihívások új megoldásokat szülnek és az ilyenfajta fejlődés legpozitívabb hozadékának a borturista szállóvendégek elégedettségét tartják. A Heimann birtokon a fejlesztések még nem értek abba a szakaszba, hogy szálláshelyszolgáltatást is nyújtsanak, azonban id. Heimann Zoltán örül annak, hogy közvetlen környékükön ütemesen szaporodnak az Airbnb jellegű kulcsos szálláshelyek, melyet városi polgárok üzemeltetnek. Úgy gondolja, hogy ez egyfajta presztízs lett a módosabb emberek körében, hogy prэшázakat vegyenek és újítsanak fel, majd szálláshelyként üzemeltessenek vagy adják ki üzemeltetésre. Az ilyen típusú beruházások egymást húzzák így szépen lassan Iván völgy apró prэшázai is megújulnak. Ez hiánypótló szolgáltatás egyelőre a Heimann birtok életében. Honlapjukon most 7 ilyen környékbeli szálláshelyet találunk 6-8 fős férőhelyszámmal. Bodri birtok is beszállt már az üzemeltetésbe, hiszen a Faluhely dűlőben telepített mobil luxus apartmanházak bár nem az ő tulajdonuk a teljes üzemeltetést átvállalták ezzel is bővítve a szálláshelyeik számát. id. Heimann Zoltán mindig minden fejlesztésbe óvatosan vág bele így a saját szálláshelyszolgáltatást későbbre datálja. Itt említi meg, hogy az elmúlt időszak válságait átértékelték, a Bodri birtokkal együtt azokat a fejlődésükre fordították. A kétezres évek első gazdasági válságából való kilábalást az exportban találták meg, mely máig az egyik fő bevételi forrásuk. A pandémia időszakában kevesebb ideig voltak korlátozva a vendégek fogadásában, mint a budapesti vendéglátóhelyek, így amint lehetőség volt kisebb rendezvények tartására éltek vele. A birtok életében a már említett kulturális események mellett jelentős szerepe van a borkostolásnak és a birtoktúrának, valamint a völgyben lévő többi borással együtt szervezett közösségi rendezvényeknek, mint például az Iván-völgyi kadarka túra mely évek óta többezres borszerető közönséget vonz. A Heimann birtoktúra a birtok egyik legfontosabb rendezvénye ezért erre részletesebben is kitérek, mint Bodriéknál a sportrendezvényekre.

A túra minden évben megrendezésre kerül 2016-óta a tavaszi időszakban. Érinti családi birtok összes ültetvényét és az Iván-völgyi birtokközpontban ér véget. Középtávnál fröccsponttal, a préháznál pedig borral és meleg étellel várják a túrázókat. (Útvonala: Remete, Kápolnatér, Porkoláb-völgy – Gyöngyszem dűlő, Baranya-völgy, Szarvas-szurdik bejárat, Bati kereszt – fröccspont, Céh kereszt, Iván-völgy). A teljes távolság 11,2 km. A részvételi díj tartalmaz egy térképet, frissítő fröccsöt és uzsonnát, célba éréskor egy pohár bort, és emléke egy Heimann Birtoktúra kitűzőt. 14 éves kor alatti gyermekek térítésmentesen vehetnek részt a Birtoktúrán. Számukra kékfrankos szőlőlével és derecskei almalével és gyümölcs-fröccsel is készülnek. Célba érés után, a préháznál, paprikás krumplival és süteménnyel várják a vendégeket a birtokbisztróban. Itt közel 30 ember fél el az asztaloknál. A teraszok megnyitásával további közel száz főt tudnak kiszolgálni. A konyhában természetesen a sváb hagyományos ételek dominálnak. id. Heimann Zoltán csak csendesen jegyzi meg, hogy idén az interjú időpontjában április elején fogadják az első nagyobb csoportot. Úgy érzi náluk teljesen hektikus a látogatók száma, jó időben az utolsó pillanatban mindig van foglalásuk, ilyenkor a túrázók is jelentős számban betévednek a birtokra és ott is ragadnak annak páratlan panorámája miatt, hiszen Iván völgy tetejéről a Heimann birtok összes ültetvénye látszik, ha körbejárunk, valamint a város irányába is csodálatos panorama tárul elénk. Kisebb elégedettséggel tölt el, hogy a Heimann birtok csatlakozott a Slow Living mozgalomhoz, mely által a tudatos táplálkozás, kulturált borfogyasztás és környezettudatosság jelszavakat is magának tudhatja. A slow food&wine a slow&art a mozgalomban külön-külön témakörök, de küldetésük az értékalapú gondolkodás. A slow food az egyes országok és régiók étkezési hagyományainak a helyi gasztrokulturális sokrétűségnek a megőrzése és védelme érdekében jött létre. A helyhez kötődő termények és termékek illetve a hagyományok támogatására irányult. A birtokok, mint látjuk a lehetőségeikhez mérten mindent megtesznek a borturizmus üzemeltetése és fejlődése érdekében, de ehhez sokat hozzátesz Ferenc Vilmos is a maga lehetőségeivel. Amilyen eseményt csak tud szeretett városába szervez legyen szó akár a Kertbarát Körörök Országos Szövetségének találkozójáról, vagy számos külföldi társszövetségről. Mindhárom interjúalanyom rendszeresen vesz részt az ország más pontjain tartott boros és gasztro rendezvényeken. Egyöntetűen vallják, hogy minden megjelenésük a város illetve a borok és a birtokok ismertségét növeli és később turistákat hoz Szekszárdra. Ferenc Vilmos kiemeli a számos rendezvény közül a Gyomaendrődi Nemzetközi Sajt- és Túrőfesztyávt melyet idén már huszonötödik alkalommal tartanak meg.

Természetes fontos számára ez a rendezvény az általa szervezett Sajt és Újbor fesztivál miatt is, de ami miatt ide terelődött a beszélgetésünk az az, hogy külön megkérték, hogy erre a rendezvényre ne hozzon bort mert itt az emberek sört és pálinkát isznak. Ferenc Vilmos magától értetődően minden alkalommal visz magával Szekszárdi bort ide is és kínálja azt a sörös embereknek, nem kis sikerrel. Szintén az ország szinte összes pontjáról kapnak meghívást mind a Bodri mind a Heimann birtok borkostolók tartására a Szekszárdi történelmi borvidék bemutatására. Id. Heimann Zoltán az interjúra épp Sopronból egy ilyen borkostolóról érkezik haza. Elmondja, hogy természetesen teltházas volt a rendezvény azonban a Heimann borokat a helyi borszaküzlet biztosította, így az ő költségei ugyan nem térülnek meg egy-egy ilyen borkostoló alatt, ennek ellenére népszerűsíti a birtokot ezáltal Szekszárdot más borvidékeken is. Mindkét borász természetesen túllépi Magyarország határait, ha saját borairól, vagy Szekszárd ismertségének növeléséről van szó. dr. Bodri István több mint 7 alkalommal járt Floridában, ott vezetett kóstolókat tartott. Ezek mellett az eddig megjelent kiadványaikat angol nyelven átadták az ottani érdeklődő, borszerető emberek részére. id. Heimann Zoltán megjegyzi, hogy a családtagjai és ő maga is összesen három nyelvet beszélnek folyékonyan ezért nem gond részükre a külföldi vendégek fogadása a birtokon, valamint a külföldi borversenyeken való megjelenés, boraik ily módon történő népszerűsítése. Sajnos sem a belföldi, sem a külföldi megjelenésük nem támogatott a borászoknak. id. Heimann Zoltán itt is felhoz egy jó külföldi példát, hogy a közös marketing és a borászok ilyen jellegű támogatását a borvidéken a palackárba be kelljen építeni és minden eladott palack után azt meg kelljen fizetni. Ezt követően lehet majd a nagy közös kasszából az egyes borászatok, de a teljes borvidék népszerűsítését szolgáló marketing kampányokat finanszírozni, hogy az ne egy nagy költségként jelenjen meg a birtokok életében. Reméli, hogy a Szekszárdi Borvidék Nonprofit Kft. erre a jövőben nagyobb hangsúlyt fektet és a témához kapcsolódó pályázatokra felhívja a figyelmüket, valamint a térség számára fontos és elérhető pályázatokon képviselik Szekszárdot. Dr. Bodri István szemfülesen észrevette, hogy ha van NBÜ, akkor kell hogy legyen marketingeszközökre elérhető támogatás már jelenleg is, így folyamatban van egy általuk leadott pályázat elbírálása melynek érdekessége, hogy két borvidéknek kell hozzá csatlakozni plusz egy külföldit is be kell vonni. A pályázatba Szekszárd és Villány a prémium vörösborai, Horvátország pedig a felső kategóriás fehérborai, lépett be, reméljük a pályázat sikeres lesz és hozzánk is elér majd, azaz a közeljövőben hallunk róla valamilyen csatornán keresztül.

id. Heimann Zoltán ezek mellett fontosnak tartaná, a best case/worse case scenáriók tanulmányozását, hogy egyes elhagyatott, magukra maradt borvidékek a világban, hogyan lettek sikeresek. Ő ebben is látja Szekszárd egy lehetséges fejlődési irányát, amennyiben ezt valaki összefogja és megvalósítja. Felemlégeti, hogy természetesen best case study-ból nyert ötletek véghezviteléhez jogfolytonosságra is szükség lesz. A szakmában túl sok a szabályozás valamit azok változása. A borászok egy telepítéssel minimum 40-50 évre előre terveznek, így ilyen számban és ilyen sebességgel nem tudnak alkalmazkodni a szakmát érintő folyamatosan változó szabályozási környezethez. Erre a témára rákapcsolódva gondként említi, hogy Szekszárdon nem voltak klasszikus földesúri vagy egyházi nagybirtokok mint például Villányban, ezért is van ez az alulról jövő szerveződés a közös célok elérése érdekében, és sokan a jövőt is így látják Szekszárdon. Ferenc Vilmos szerint Szekszárd 1000 éves borkultúrára tekint vissza, emiatt is kellene, hogy a bor és szőlő nemzetközi fővárosa legyen, de ide még hosszú út vezet, úgy gondolja. Ennek megvalósulását nem szolgálja a birtokszerkezet, a kistermelők életben maradása már több mint 40 éve gondot jelent. Itt jegyzi meg, hogy jelenleg olcsóbb 1 kg szőlő felvásárlási ára, mint a burgonyáé. Ezen gondolata egy komplett közgazdasági értekezést kívánna, aminek valahol meg is van a helye de én ebben az értekezésemben nem térek ki rá részletesebben, azért természetesen elviszem magammal és majd máshol jobban boncolgatom. Fentiek miatt Ferenc Vilmos úgy látja, hogy aki szőlőt telepít az is tíz éven belül kivágja. A szakmát érintő szabályozási környezettel kapcsolatban pedig fájdalmasan közli, hogy a termelési kedvet szüntették meg. Természetesen látja a kezdeményezéseket a fiatalok részéről, ilyen a havi rendszerességgel megtartott Borvidéki Borklubot, melyen a borászok és a szakmához bármilyen módon kapcsolódók segítik egymást, ötletekkel, gondolatokkal és tanácsokkal. Mondhatnánk, hogy példátlan a borvidékek életében és erről több borász is így nyilatkozott, de tanulmányaink alapján tudjuk, hogy hazánkban számos helyen van hasonló összefogás.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az interjúk alatt illetve azok feldolgozása közben rendkívül sok közös pontot találtam a három interjúalany által elmondottakban, mindegy hogy azoknak összességében negatív vagy pozitív hatása van a vizsgált témakörre a turizmusra vonatkozóan. Az interjúkban résztvevők egyöntetűen bírálják a városvezetést, kiemelik annak gyengeségeit. Értetlenül állnak azon tény előtt, hogy a városban tevékenykedő számos civil szervezet által nyújtott szakmai segítség ellenére is az érdekérvényesítő képessége a városnak más borvidéki központokhoz képest igen alacsony, így esélyét sem látják annak, hogy központilag jelentős EU-s forráshoz jussanak, akár a kutatási részben említett Gemenc Szálló Borszállodaként való újra nyitására. Ennek tükrében egyértelműen kirajzolódik az, hogy még egy darabig a város életében meghatározók lesznek a borászokat tömörítő egyesületek által kijelölt utak, azaz az általuk vagy a borászok által közösen szervezett rendezvényeken való részvétel, azaz ahogy eddig is járják a saját útjukat központi segítség nélkül. Tehát Szekszárd egyenlőre marad, egy gyönyörű természeti adottságokkal rendelkező, a gigantikus turizmust érintő állami beruházások elől elbújt, kiaknázatlan gyöngyszem. Ahogy érzékelttem az interjúk alatt nem is bánják ezt a helyi lakosok, még ha ebben ez iparágban dolgoznak akkor sem. A nagyobb borturisztikai rendezvények esetén megtelik a város, az interjúalanyok szerint ilyenkor is megfelelő mennyiségű és minőségű szálláshely áll rendelkezésre, ha szükséges a környező települések ilyen jellegű szolgáltatásait is igénybe véve. Szintén mindhárman egyetértettek a kulturált és minőségi borfogyasztás mellett. Ez azért is kifejezetten fontos mert a város legfőbb turisztikai vonzereje ma annak több mint 1000 éves szőlő és borkultúrája és az arra épülő rendezvénysorozat. Ehhez a gondolathoz tartozott, hogy egyöntetűen jelezték az oktatás szükségességét a minőséggel kapcsolatban, melyért mindent megtesznek és minden ilyen jellegű kezdeményezést támogatnak. Itt kapcsolódott be az életkor kérdése, hogy a fiatalokat minden létező csatornán át el kell hogy érjék mielőbb, még mielőtt a töményszeszekkel találkoznak ismerjék meg gyönyörű minőségi hazai borokat. A bor és kultúra összefonódása szintén mindenkinél megjelent akivel beszélgettem, mely szorosan kapcsolódik az edukációhoz is. A kultúra és a borok szeretetének összekapcsolásával egy plusz élményt kap a fogyasztó. Egyaránt közös pont volt a gasztrókultúra kérdése, legyen az a sajtok világa, a csúcsgasztronómia vagy a hagyományok őrzése a helyi alapanyagok felhasználásával.

Egyöntetűen mindhárom interjúalanynál kilyukadtunk oda, hogy az emberi kapcsolatok fogják előre vinni a szakmát, hiába lett anyagi a világ ez örök marad, ezért is szenteltem én is néhány sort a dolgozatomban a boros szakma humán oldalának vizsgálatára. Igazából nem volt kérdés egyik interjúm közben sem, hogy még rendkívül sok a teendő a borturizmus fellendítése érdekében a városban. Erősödni kell közös kommunikáció és marketing tekintetében, a város címerének használata a borospalackon, mint egységesítési törekvés kevésnek bizonyult ettől átfogóbb a turizmust és a borászokat érintő közös elképzelésekre van szükség, hiába a jól működő közösség és a borászok egymás közötti példátlan szakmai segítségnyújtása az a további fejlődéshez már kevés lesz. Magától értetődően az interjúalanyok mindegyike rendszeresen megjelenik boros rendezvényeken, vagy szervez bor és gasztrokulturális eseményeket, helyben vagy az ország távolabbi pontjain illetve külföldön. Természetesen az azonos elképzelések és megvalósítási tervek mellett számos eltérő is napvilágot látott az interjúk során. Dr. Bodri István nem nyugodott bele, hogy nem érkezik megfelelő mennyiségű központi vagy EU-s forrás a városba, vagy csak megunta a tehetetlenséget, ezért folyamatosan figyeli a szakmában elérhető támogatott forrásokat legyen az EU-s vagy hazai agrár, és intenzíven részt vesz a pályázatokban eddig is példás sikereket elérve. Ferenc Vilmos szeretné, ha nem minden a pénz körül forogna, és a borturizmusnak lenne egy mindenki számára elérhető szegmense is. Ő egyértelműen drágállja a bor és gasztro rendezvényeket mindegy, hogy kiállító, szervező vagy látogatói oldalról vesz rajtuk részt. Ennek megfelelően a saját rendezvényéhez folyamatosan szponzorokat keres. A Heimann birtok pedig az önerő felhasználásának a híve, ezért az óvatosság elvét mindig szem előtt tartva csak addig nyújtózkodnak, amíg a takarójuk ér. A minőségi borok fogyasztása közös pont volt ennek ellenére a Bodri birtok nagyobb tételben értékesít gyengébb minőségű nem palackozott folyó bort, illetve ők megjelennek a hipermarketek polcain is, így érve el szélesebb fogyasztói kört. Heimannék ezzel szemben a klasszikus vonalat képviselik és a helyi értékesítést mindennél fontosabbnak tartják. Szálláshely vonatkozásában is láthatunk különbséget a két birtok vonatkozásában. Heimannék a környező felújított jelenleg vendégházként működő volt présházakat ajánlják vendégeiknek így abból profitot nem tudnak termelni, ezzel szemben Bodriék már kinőték az eredetileg épített 25 szobájukat és apartmanjaikat. Így jó üzleti szemlélettel a Faluhely dűlőben telepített luxus mobilházak üzemeltetését is átvállalták. A szakdolgozatban részletesen kibontott NTS-ben és NBS-ben legnagyobb bánatomra nem említik Szekszárdot, ezért is néztem rá a településen működő számos civil szervezet elképzeléseire.

Mint köztudott Tolna megye és Szekszárd is mint megyeszékhely gyengén teljesít a magyarországi turizmusban. Összeségében az alapgondolatom, hogy a település életét az alulról felépülő közösségek szervezik helytállónak bizonyult. Ezt a gondolatmenetet id. Heimann Zoltán alá is támasztotta, hiszen véleménye szerint a sok kicsi fogja kézbe venni a jövőt is a város borturizmusával kapcsolatban. A nagyobb állami beruházások elkerülik a várost, ez némileg megnyugtatta az itteni borász társadalmat, hiszen a Tokaji borvidékről érkező hírek alapján az ottani jól működő közösségeknél már elkezdődött a széthúzás a kívülről érkező hatalmas pénzeknek köszönhetően. Kutatásom alatt ilyesmiről Szekszárd esetében egyik interjúalanyom sem beszélt, sejtették, hogy néha előfordul itt is széthúzás, de egyikük munkáját sem befolyásolta eddig. Fentiek ellenére úgy ítélem meg, hogy a volt Gemenc Szálló újbóli megnyitása még ha 'kívülről' érkező EU-s vagy állami pénzzel lehetséges csak, akkor is szinte elkerülhetetlen a város turizmusának előre mozdítása érdekében, hogy az ne csak a rendezvények alatt legyen megtelve. Ugyancsak fejlődhetne a város a konferenciaturizmusa, amennyiben az új szállodában nagy létszámú előadótermet is fejlesztenek a tervezett wellness szolgáltatások mellett. A nagyobb beruházásokhoz természetesen az önkormányzat részéről is erőteljesebb részvételre lesz szükség és elkerülhetetlen lesz részükről a borturizmust már most működtető civil szervezetekkel való közös munka a város gazdasági potenciáljának kiaknázása érdekében.

ÖSSZEFOGLALÁS

A dolgozatban a bevezetésben lévő idézetben szereplő összes gondolatot érintettem, azaz a borászok társadalomszervező szerepét, a vidéki közösségeket, a nemzetközi kapcsolatokat, a hagyományok tiszteletét, a bor és kultúra több ezer éves kapcsolatát illetve a borturizmus gazdaságra gyakorolt hatását. Ehhez természetesen elengedhetetlen volt a szakirodalmi részben áttekinteni a turizmus és a borturizmus történetét, egyben meg kellett vizsgálni a sikeres vidéki térségek fejlődésének az alappilléreit is. Munkámat nagyban segítette, hogy az elmúlt években látott napvilágot a Nemzeti Bormarketing Ügynökség és a Nemzeti Turisztikai Ügynökség teljes országra kiterjedő illetve azon néhol túlnyúló ágazati stratégiája, így azoknak a dolgozat szempontjából releváns részeit is beemeltem a szakirodalmi részbe a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának stratégiai céljai mellett. Tekintettel, hogy a turizmusnak a teljes gazdaságban betöltött szerepe igen jelentős, így az iparági adatokat is meg kellett vizsgálni és azok mentén értelmezni a jelenlegi folyamatokat és célokat. Kicsit bővebben kitértem a vidékfejlesztés lehetőségeire és a fent említett stratégiák desztinációs logikáira. Ezt követően már Szekszárd város turizmusát vettem górcső alá, törekedtem annak többszemponútú bemutatására, ahogy azt Dr. Molnár Csilla tanította nekünk a rövid egyetemi év alatt. Természetesen itt sem hiányozhatott a dolgozathoz a gazdasági mutatószámok rövid ismertetése, még ha nem is olyan fényesek mint más borvidéken, de mint látjuk töretlenül fejlődnek. A turizmus, mint tudományág nem elválasztható a többi tudományágtól, az hogy egymással összeolvadva, vagy egymás mellett folytatják útjukat ma még nem teljesen kiforrott, ezért helyt kapott a társadalomtudományból az emberi erőforrások vizsgálata is a dolgozatomban, hiszen a turizmusban is emberek dolgoznak, az ő együttműködésük pedig kifejezetten fontos, hogy a gazdaságtudományi rész, azaz a már többször említett számok a végén stimmeljenek és profitábilisak legyenek. Bár egyik interjúalanyom szerint Szekszárd városnak nincs egységes víziója jelenleg arról, hogy merre haladjon a város a turizmus fellendítése érdekében, ettől függetlenül nemzeti szinten nincs hiány a víziókból, így ezekre egy külön fejezetet szántam a dolgozatban. Szükségesnek tartottam megvizsgálni azok kiinduló pontjait és elképzeléseit valamint várható hatásukat a borturizmusra általánosságban. Mivel ezek jelenleg elképzelések, megvalósításuk még csak indulgat így egy kicsit nyitott maradt a szakirodalmi rész, remélem a jövőben lesz majd lehetőségem 4-5 év távlatából ránézni, hogy mi valósult meg belőlük és mi nem.

Részben ezt volt hivatott tovább vizsgálni a kutatási rész is, mely a dolgozat legnehezebb és legtöményebb fejezete. A választott kutatómódszer miatt rengeteg kérdés merült fel, a dolgozat címében említett témával kapcsolatban, nem csak a 'Merre tovább Szekszárd?' kérdés körül forogtak a beszélgetések. Így elég sok borturizmus fejlesztési lehetőséget fogalmaztak meg az interjúalanyaim, mind az alulról szerveződő közösségi kezdeményezések által, mind az állami beruházások tekintetében. Magától értetődően ezt a fejezetet az interjúalanyok kiválasztásának szempontrendszerével kezdtem, majd próbáltam őket röviden bemutatni, ami a szakmában betöltött szerepük és neves szakmai címeik miatt nem sikerült, kicsit hosszabbra nyúlt mint terveztem. A vizsgált témának már nagyobb helyt szántam a kutatási részben, az interjúalanyok által elmondottakat a lehetőségeimhez mérten próbáltam összehasonlítani, megtalálni köztük a párhuzamot illetve az eltéréseket. Éppen ezért mindhárom interjúalanyom esetében először az embert szerettem volna jobban megismerni és csak utána a véleményét az adott témával kapcsolatban. Amikor a kutatási részben az interjún elhangzottak leírása következett ez nagyon jó döntésnek bizonyult, hiszen mindhárman megnyíltak, őszintén beszéltek a saját elképzeléseikről, a lehetséges fejlődési irányokról. Az interjúk mindig az én bemutatkozásommal kezdődtek, itt lehetőségem volt nekem is beszélni szeretett iskolámról a MATE-ről, a borokhoz és a gasztrokulturális élményekhez fűződő kapcsolatokról a turisztikai célú látogatásaim mellett. A jó hangulat és a kötetlen beszélgetések ellenére is mindvégig fókuszban maradt a vizsgált témakör, a konklúziókat levontuk, ezt összesítettem a dolgozatban.

Ahogy a szakirodalmi rész úgy a kutatási rész is kicsit nyitott maradt, tekintettel arra, hogy mind a vizsgált tudományágak, mind a borvidékeket és a turisztikai ágazatot érintő nemzeti stratégiák folyamatosan mozgásban vannak. Ezért szakdolgozatom részéről csak a kezdet ebben a számomra új szakmában. Örömmel tölt el, hogy újra olyan területre csöppentem ahol az élethosszig tartó tanulás és fejlődés nem kérdés, hanem az egyetlen járható út. Bízom abban, hogy ezen céлом elérésében továbbra is segítségemre lesz mindenki, akit tanulmányaim és szakdolgozatírásom alatt megismertem és még rengeteg közös jó emléket gyűjtünk össze együtt, hiszen a téma és a lehetőség adott.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Dolgozatom természetesen nem jöhetett volna létre, amennyiben az egyetem nem indítja el a bor és -gasztroturisztikai menedzser képzést a tavalyi évben. Ezért külön köszönetet szeretnék mondani az összes munkatársnak aki segítette Dr. Bujdosó Zoltán és Dr. Pallás Edit ezen törekvését, illetve mindkettőjüknek, hogy észrevették, hogy egy hiánypótló képzést tudnak útnak indítani, hiszen ma már a borászatok életében a jó bor mellett széles látókörű szakemberekre van szükség, akik nem csak értékesítik a bort, hanem üzemeltetik a birtokot, a vendéglátó egységet és a szálláshely szolgáltatást, valamint szervezik a rendezvényeket amennyiben szükséges. Munkámat fáradhatatlanul mindvégig segítette Dr. Kovács Gyöngyi tanárnő. Neki külön hálás vagyok, hogy mindvégig szárnyakat adott nekem, észrevette ha lankadt a figyelmem akár az egyes általa tartott órákon, akár a szakdolgozatírás közben. Hamar kivívta a tiszteletemet, mintegy polihisztor mindegy milyen témát érintettünk beszélgetéseink közben, karakán véleményével tudta formálni az enyémet is, egyértelműen ezért választottam témavezetőmnek. Természetesen köszönet jár mindhárom interjúalanyomnak, Ferenc Vilmos borlovagnak, Dr. Bodri István és id. Heimann Zoltán borászoknak, hogy munkájuk mellett időt és energiát szántak rám és vállalták, hogy interjúalanyaim lesznek és segítik a kutatási témám. A legvégén pedig nevek nélkül is köszönet a magyarországi bor- és gasztrotársadalom általam ismert jeles tagjainak, akik bevezettek engem ebbe a csodálatos világba.

IRODALOMJEGYZÉK

- Ádám László. (1954). A szekszárdi dombvidék kialakulása és morfológiája. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Alkonyi László. (2000). Tokaj A Szabadság bora. Budapest, Borbarát.
- Bakacsi, G. (2015). A szervezeti magatartás alapjai. Budapest, Semmelweis.
- Balzer, M. (2023). Borturizmus 2023, Bodri magazin XVII. évfolyam, old.: 16-20.
- Fuksz, M. (2021). Informális gazdasági-társadalmi szervezetek a Szekszárdi borvidéken.
- Hajdu, I. (2005). Bor és piac. In Bor és piac. Budapesti Corvinus Egyetem GTK: Mezőgazda.
- heimann.hu. (2024). Forrás: <https://www.heimann.hu/hu/csalad>, Letöltés dátuma: 2024.04.15
- <https://bodribor.hu/programok/>, bodribor.hu 2024, Letöltés dátuma 2024.04.02
- <https://borespiac.hu/2023/10/06/elkeszult-a-nemzeti-bormarketing-strategia-celom-hogy-a-borkulturat-az-egyetemen-oktassuk/> Magyar Bormarketing Stratégia részlet. MBÜ. Letöltés dátuma: 2024.02.10
- <https://bor.hu/borregio/szekszardi-borvidek> Letöltés dátuma:2024.02.21
- <https://hnt.hu/wp-content/uploads/2016/12/> Forrás: A magyarországi szőlő-bor ágazat stratégiája, Letöltés dátuma: 2024.04.15
- <https://igyutazunk.hu/cikkek/szekszard-bor-gasztro-gemenc>, Letöltés dátuma: 2023.11.25
- <https://info.ntak.hu/hirek/tobb-mint-egymillio-plusz-vendegejszakaval-zarta-a-magyar-turizmus-2023-at>, NTAK 2024, Letöltés dátuma 2024.03.04
- <https://mtu.gov.hu/dokumentumok/> MTÜ. (2022). NTS2030_Turizmus2.0-Strategia_kiegeszites. Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. Letöltés dátuma: 2023.11.25
- <https://szekszard.hu/hu/bor-turizmus-szabadido>, szekszárd.hu, Letöltés dátuma: 2024.04.15
- <https://sioagard.hu/index.php/telepules/turizmus/bor-es-gasztronomia/szekszardi-borvidek-borut-egyesulet>, Szekszárdi Borút Egyesület. Letöltés dátuma: 2024.04.01
- <https://unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>, dátum: 2023.11.25
- Glatz, F. (2010). Vidékpolitika, vidékfejlesztés és új intézményei. In: Sikeres vidéki térségek. Párbeszéd a vidékért . (old.: pp. 7-16.). Budapest: MTA Társadalomkutató.

- Gonda, T. (2016). A turisztikai termékfejlesztés alapjai. Pécs: PTE.
- Guller, Z. (2024). Forrás: turizmus.com: <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/a-2019-es-rekordev-kozeleben-a-magyar-turizmus-teljesitmenye-1190567>, Letöltés dátuma 2024.04.02
- Imrei. (2010). Érzelmi intelligencia fejlesztése egy kisvállalkozásban, saját szakdolgozat. Gödöllő.
- Imrei. (2024. 04). Ágazati kutatás. KSH, Eltinga, MTÜ, NTAK
- J. Guia, L. P. (2006). Tourism local systems and networking. In L. P. J. Guia, Tourism local systems and networking (old.: pp 57-66.).
- J. R. B. Ritchie, G. I. (2000). A Sustainable Tourism Perspective. In Ritchie, & Crouch, The Competitive Destination (old.: pp 60-78.). cabi digitallibrary.
- KSH.(2022).KSH.Forrás:Szálláshelykapacitás:
https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0016.html, Letöltés dátuma: 2024.03.19
- KSH.(2022). ksh.hu. Forrás: KSH: <https://www.ksh.hu/nepszamlalas>, Letöltés dátuma: 2023.11.25
- Kundi, V. (2023). A turizmus jog- és intézményrendszere. Kodolányi János Egyetem.
- Lempek, M. Z. (2021). A vidéki térségek turizmusalapú fejlesztési. Pécsi Tudományegyetem.
- Lindroth, K., & Ritalahti, J. (2007). Creative tourism in destination development. In K. Lindroth, & J. Ritalahti, Creative tourism in destination development (old.: pp 47-61.). Tourism Review.
- Magura, I. (2005). Szervezetfejlesztés. Gödöllő: SZIE - HEM.
- Michalkó, G. (2001). Turizmus és területfejlesztés. In: Beluszky P.–Kovács Z. (szerk.) A terület és településfejlesztés kézikönyve. CEBA Kiadó, Budapest. p. 113–120. Budapest: CEBA Kiadó, p. 113–120.
- Michalkó, G. (2016). Turizmológia - Elméleti alapok. Budapest: Akadémia.
- Piskóti, I. (2019. 09). Borút, Borturizmus, - Integrált fejlesztési koncepció
- Rázt. (2023). Vidékfejlesztés. Budapest.
- Rázt, T. (2023). Felelősségteljes turizmus. Kodolányi János Főiskola.
- Sánta, Á. (2020). Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok, old.: pp. 91–109. Forrás: Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok, (2020) XV. évfolyam.
- Tóth Róbert. (2020). Faluhely átölel. Pincemesék I. (old.: 6-19). Szekszárd: Kerényi Nyomda Kft.
- Yok Yen, N. (2023). Tourism Analytics Before and After COVID-19. Springer, p. 183-198.
- Zilai, J. (2011). Isten a párdúcon. In Isten a párdúcon. Budapest: Mezőgazda.

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Turizmus változása a világban, 2021 – 2023, 2019-es bázison	8
2. ábra: Turizmushoz kapcsolódó bevételek és kiadások egyenlege	10
3. ábra: Vidékfejlesztés sémája	13
4. ábra: Vendégéjszakák megoszlása a borvidékek között	21

NYILATKOZATOK

4.2. sz. melléklet: Nyilatkozat a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

MATE Szervezeti és Működési Szabályzat
III. Hallgatói Követelményrendszer
III.1. Tanulmányi és Vizsgaszabályzat
6.13. sz. függelék: A MATE egységes szakdolgozat /
diplomadolgozat / záródolgozat / portfólió készítési útmutatója
4.2. sz. melléklete: Nyilatkozat a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió nyilvános
hozzáféréséről és eredetiségéről

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió¹ nyilvános hozzáféréséről és
eredetiségéről

A hallgató neve: MEKEI KATALIN
A Hallgató Neptun kódja: QMSWUO
A dolgozat címe: HOOGAN TUDOMÁS MEGDAJÓ? A VÁLTOZÓ BIZTONTSÁGÁNAK
A megjelenés éve: 2024 FEHESÍTÉSI JELENTÉS
A konzulens intézetének neve: VIZSGATEJÉSZÉSI ÉS FEJLESZTÉSI KÖZPONT
A konzulens tanszékének a neve: FEJLESZTÉSI TUDOMÁSI TANSZÉK

Kijelentem, hogy az általam benyújtott
záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió² egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi
alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen
megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítotam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a
záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását
engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás
felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori
szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár-
és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a
megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után
nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: Buda év 2024. hó 12. nap


Hallgató aláírása

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

² A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

4.1. sz. melléklet: Konzulensi nyilatkozat

NYILATKOZAT

IMREI KATALIN (név) (hallgató Neptun azonosítója: QNSWU0)
konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot/diplomadolgozatot áttekintettem,
a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai
szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő
védésre javaslom / nem javaslom¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*2}

Kelt: 2024 év 04 hó 15 nap

Dr. Kovács Györgyi
belső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendő.

² A megfelelő aláhúzendő.