

A GYILKOS-TÓ ÉS BÉKÁS-SZOROS TÉRSÉG, MINT TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ ANALÍZISE

ANALYSIS OF THE RED LAKE AND BICAZ GORGE AREA AS A TOURISTIC DESTINATION

BENEDEK–KOLUMBÁN MÁRIA
Sapientia EMTE, Csíkszeredai Kar
benedekkolumbanmaria@yahoo.com

Összefoglalás

A sikeres turizmus kialakításához ma már nem elegendő ha egy hely, egy régió különleges attrakciókkal rendelkezik, szükség van megfelelő irányításra és összehangolt marketing tevékenységre. Ezt pedig nem lehet megtervezni, kialakítani a hely megfelelő auditálása, azaz az erőforrások és gyengeségek számbavétele nélkül.

Jelen tanulmány, a régió- és településmarketing, valamint a turisztikai desztináció marketing szerepének, feladatainak ismertetése után arra vállalkozik, hogy a Gyilkos-tó és Békás-szoros tájegység, mint potenciális turisztikai desztináció példájával szemléltesse a helyzetfelmérést (auditálást) egy interjúkra épülő SWOT analízis által.

Az elemzéshez értelmező-továbbgondoló összefoglalás és újszerű szakmai javaslat is kapcsolódik, ami a településmarketing, a turisztikai desztináció marketing és a bottom-up fejlesztési modellt támogató közösségfejlesztés összekapcsolásában látja a továbbfejlesztés lehetőségét.

Kulcsszavak: turisztikai desztináció marketing, audit, térségfejlesztés, SWOT elemzés

Bevezetés

A székelyföldi térség egyik legnagyobb vonzerővel rendelkező turisztikai desztinációja a Gyilkos-tó és Békás-szoros tájegység. Ugyan jelentős turisztikai potenciállal rendelkezik, főleg természeti adottságainak köszönhetően, mégsem vált igazán sikeres turisztikai desztinációvá. A Sapientia EMTE Csíkszeredai Karának hallgatójaként a diplomamunka készítéséhez kapcsolódó kutatás keretében vizsgáltam ennek a helyzetnek az összetevőit. A térség meghatározó turisztikai szereplőivel készített interjúsorozat, valamint személyes részvételen ala-

puló terepmunka, dokumentumelemzés alapján készítettem elemzést a desztináció adottságairól, turisztikai tevékenységeiről és az ehhez kapcsolódó marketing tevékenységről. Jelen tanulmányban az interjúk során gyűjtött információk elemzését részletes SWOT analízis formájában mutatom be,

Szakirodalmi vonatkozások

A régió- és településmarketing (RTM) valamint a turisztikai desztináció marketing (TDM) foglalkozik települések, helyek termékként való értékesítésével. A két megközelítés közötti fő különbség az, hogy míg az RTM totális marketinget végez (a településsel érintkező minden szegmenst célcsoportként definiál) addig a TDM jobban fókuszál a turizmus területére és az arra irányuló marketing tevékenységre. Mivel a Gyilkos-tó és Békás-szoros régiót turisztikai helyként értelmezem, dolgozatomban a TDM szerepére fektetek nagyobb hangsúlyt.

Egy település, egy desztináció fellendítése az ott lakók számára hoz/hozhat leginkább lényeges változást, ezért ilyen esetekben helyi érdekeltségű, közösségi marketingről van szó. Ez a tevékenység lehet tudatos, vagy véletlenszerű, hiszen sokszor az ott élők úgy formálják tetteikkel, megnyilvánulásaikkal a hely imázsát, hogy annak nincsenek is tudatában. Ilyen megközelítésben a hely minden komponense „marketingessé” válhat, hiszen az ott tapasztalt negatív vagy pozitív formai megjelenés is kommunikálhat a településről (például a romos épületek negatív üzenethordozók). Szakszerű megközelítésben az RTM megvalósításában jelentős szerepet kapnak a helyi önkormányzatok, ők biztosíthatnak megfelelő kereteket a létrehozáshoz, ugyanakkor fontos szereplők a helyi szakemberek, vállalkozók, civil szervezetek. Az ők meggyőzésük az együttműködésre, közös tevékenységre, a marketing megvalósítására fontos feladata az RTM-nek. Az RTM a versenysemlegesség elve mellett támogatja az egyes szervezetek, intézmények, személyek saját sikerességének növelését (Piskóti–Dankó–Schupler, 2002), szem előtt tartva a közösségi érdekeket. Megfelelő szakmai, tapasztalati tudás hiányában a külső szakértő/k alkalmazása is bevett gyakorlat a stratégiai célok közös megvalósítása érdekében.

A turisztikai desztináció marketing szintén „közösségi jellegű, az érintettek széles körének marketingtevékenységére, azok kooperációjára épül” (Piskóti, 2017:11). Koordinálása általában nonprofit módon történik TDM szervezetek révén. A TDM szervezetei térbeli szintekre tagolódnak (helyi, térségi, regionális, országos), egymásra épülnek, és kiegészítő tevékenységre koncentrálnak a marketingkommunikáción belül (Lőrincz–Sulyok, 2017).

Szakirodalmi meghatározásban „a RTM egy régió, település versenyképességének, komparatív előnyeinek, vonzerejének feltárása, fejlesztése, realizálásának segítése, kommunikálása a sokoldalú, jóléti, fejlesztési célok elérésének érdekében, szolgáltatásban” (Piskóti–Dankó–Schupler, 2002: 26); „A tudatos RTM egy alapos elemzési, érdekegyeztetési, szintetizáló munkára épülő stratégiaalkotás és az azt realizáló eszközrendszer folyamatos működtetése” (Piskóti–Dankó–Schupler, 2002: 31). Fontosnak tartom kiemelni a „folyamatos működtetést”, napjainkban az egyre változó, településeket, helyeket érintő trendek megkövetelik a marketing naprakészességét, hiszen annak igazodnia kell az éppen terítéken levő trendhez, csak ezeknek a változási folyamatoknak a figyelembevételével és a rájuk való reagálással érhetőek el hosszútávon pozitív eredmények. Nagy Benedek szerint: „A helymarketing, a piacorientáció elve mellett működtetett vezetési módszer, amely az adott területi szint imázsa és közösségi identitása figyelembe vételével próbálja a jóléti, elsősorban lakossági célokat magasabb színvonalon realizálni, a területi egység rendelkezésére álló kommunikációs és fejlesztési eszközeinek folyamatos működtetése révén” (Nagy, 2013: 36). Piskóti István szerint: „A desztináció marketing feladta az értékesítési, a piaci és társadalmi célok együttes elérése, amihez ki kell építeni a desztináció turisztikai kompetenciáit, versenyképességét, imázsát, márkastruktúráját, és biztosítani kell a turisták elégedettségét” (Piskóti, 2017: 13).

A desztináció auditálása jelenti, a hely erőforrásainak és gyengeségeinek számbavételét, elemzését. Ezekre az elsődleges kutatásokra épül fel a marketingstratégia, az elemzések után megfogalmazott célok elérése érdekében. Ebben a tekintetben a hely erőforrásai képezik a versenyképességet biztosító elemeket más desztinációkkal szemben, míg a gyengeségek a megoldásra váró problémákat. Minden desztinációban az audit elvégzésével találhatók olyan tényezők (egy hagyomány, egy híres történelmi alak stb.), amelyek komparatív versenyelőnyt képeznek. A megfelelő audit által feltárhatók olyan kevésbé közismert tényezők, amelyek szintén újabb kommunikációs lehetőségeket nyújthatnak (Tózsza, 2014). Ritchie és Crouch (Ritchie és Crouch, 2003 In. Piskóti, 2017) szerint versenyképes az a turisztikai desztináció, amelyik képes a turisztikai bevételek növelésére, folyamatosan képes látogatók vonzására, a látogatóknak emlékezetes élmények nyújtására, s mindebből profitot tud termelni úgy, hogy közben a helyi lakosság életszínvonala is megmarad, de inkább emelkedik, és mindezt megőrzi a jövő generációi számára. A versenyképesség az adottságok és a különböző területekhez fűződő kompetenciák felhasználásával való kínálatfejlesztéssel biztosítható (Piskóti, 2017).

A Gyilkos-tó, Békás-szoros: múlt és jelen

A Gyilkos-tó és a Békás-szoros Hargita megye, azon belül Gyergyó vidék két meghatározó attrakciója. Nyári időszakban nagy látogatottságnak örvendenek, sok turista, átutazó érdeklődését felkelti a két természeti képződmény. Az attrakciók természeti környezete sokféle tevékenységre ad lehetőséget amelyek, a turizmus területén is kiaknázhatóak. A régió leginkább az öko- és kalandturizmus válfajaihoz tartozó tevékenységek végzésére alkalmas.

A Gyilkos-tó keletkezésének ideje 1837 nyarára tehető Bányai János geológus kutatásai alapján. Természetes völgyelzáródás következtében alakult ki, a Gyilkos-kő oldalán felhalmozódott agyagos lejtőtörmelék nagy esőzések hatására lezúdult a völgybe ezzel elzárva a Vereskő-patak, a Cohárd-patak, a Likas-patak, a Lóhavas-patak és Juh-patak folyását. Az elzáródás következtében az erdős völgy vízzel telt fel, kialakult a tó, amelyből máig látszanak az elárasztott fenyők csonkjai. (Vofkori, 2004)

A 20. század első évtizedében kezdtek gondolkodni a város előljáróságai a Gyergyószentmiklóst, a Gyilkos-tavat és a Békás-szorost összekötő útvonal megépítésén. 1910-ben vette kezdetét az útépitési munka, de a befejezésre csak 1937-ben került sor. A turizmus kialakulásában nagy szerepet játszott a műút, hiszen annak kiépítése után került leginkább a gyergyói lakosok figyelmének előterébe a hely. 1926-ban a város kidolgozta a Gyilkostó üdülőtelepének és kirándulóhelyének belső szabályrendeletét. A közbirtokosság, amely fontos szereplője a turizmus fellendítésének megépíttette az első menedékházat. 1927-ben megépül az első magánvilla, 1931-ben területfelmérések vették kezdetüket és 1937-re már 36, a követelménynek megfelelő villa és panzió épült. Az 1930-as évek elején Gyilkostó településen idegenforgalmi irodát hoztak létre, telefonkapcsolatot létesítettek, állandó autóbusz járatot vezettek be a megközelíthetőség érdekében, tenispályát alakítottak ki, síugrató sáncot építettek. Téli időben a síugrató sánc mellett magát a tavat vették igénybe az idelátogatók, korcsolyáztak rajta, műkorcsolya edzéseket tartottak, sőt 1941-1942-ben az országos női korcsolyaversenyt is itt szervezték meg. Ez idők alatt mindvégig úgy emlegetik a helyet, mint klimatikus gyógyhely és üdülőtelep. A hitélet igényeinek kielégítésére 1915-ben kápolnát építenek, amely 2 év után leéget. Újabb kápolna építésére 1999-ben került sor, ami Szent Kristóf nevét viseli, aki az utasok védőszentje így a kápolna búcsújának napján, minden év július 24-én megáldják az utasokat, vándorokat, kirándulókat és a járműveket. (Vofkori, 2004) Kezdetekben az üdülőhely népszerűsítésében a képeslapok játszottak fontos szerepet, amelyek a

rajtuk megjelenített fotográfiák által tették kívánatossá a helyet a turisták, az idelátogatni vágyók számára.

A Békás-szoros a Kárpátok legnagyobb mészkőben kialakult hasadékvölgye, a Békás-patak felső völgyében kialakult szurdokvölgy. Piatra Neamț városától 28-km-re található, Hargita megye nyugati részén. A szoros három fő részre osztható: Pokol kapuja, Pokol tornáca és a Pokol torka. A szoros 200-300 m magas sziklafalaival varázslatos látványt nyújt az látogatóknak. Közrefogó hegycsúcsai az Oltár-kő, a Mária-kő, Csíki-bükk, Kis-Cohárd. Egy igazi potenciális hegymászó paradicsom. 1971-ben védetté nyilvánították és jelenleg a Békás-szoros Nagyhagymás Nemzeti Park részét képezi.

Megismeréséhez, a 20. század elején, szintén a békási műút segítette a gyergyói lakosságot. 1914-ben, a Pokol kapujáig haladtak az útépitési munkálatok majd hosszabb kihagyás után 1937-ben készült el az út, ami mondhatni megszelídítette a szoros addigi átjárhatatlanságának vadságát. Viszont a Kis-Békás szoroson keresztül, ami a Békás-patak felső szakaszának legnagyobb mellékága, már 1896-ban működött faúszató csatorna, amely egy megközelíthetőségében lehetetlennek ítélt erdő kitermelésében segítette a munkásokat. A Kis-Békás vize felett 2-től 30 méter magasságban, 28 kilométeren át úsztatták a fát egy alig egy méter széles és egy méter mély csatornán keresztül. A csatornát szélénél kialakított palló kísérte, amelyen haladva a munkások igazgathatták az elakadt deszkákat. Ez a csatorna az idő folyamán tönkrement. (Vofkori, 2004) Jelenleg a Kis-Békás szoros kanyoning túrákra alkalmas.

Módszertan

A megfelelő helyzetfelméréshez fontosnak tartottam megismerni a helyi turisztikai szereplők viszonyulását, véleményeit, tapasztalatait a régióval kapcsolatosan, hiszen ezen vélemények által kaphatunk teljes képet a térségben uralkodó állapotokról. A helyi turisztikai szereplők véleményének, attitűdjeinek feltárása azért is kulcsfontosságú, mert cselekvő részvételük, szerepvállalásuk nélkül a továbblépés, a desztináció fejlesztése nem képzelhető el. A megismerés érdekében félstrukturált interjúkat készítettem a meghatározó helyi turisztikai szereplőkkel, arra törekedve, hogy minden szektor képviselve legyen: magánszféra (vállalkozások), állami és civil szereplők. Az interjúk anyagai valamint a személyes terepmunka és a dokumentumelemzések segítségével alapos rálátást nyerhettem a desztináció jelenlegi helyzetére, valamint az ehhez vezető folyamatokra. Szembesültem az alanyok attitűdjeivel, véleményeivel, nem utolsósorban pedig a térségi turisztikai szereplők elképzelései-

vel, fejlesztési elvárásaival és terveivel. Az interjúk szöveganyagát elemezve kivontam a SWOT analízis négy komponensét, és egy kisebb léptékű audit keretén belül elemeztem azokat (erősségek, gyengeségek, lehetőségek, veszélyek). Ezeket az eredményeket mutatom be a következőkben.

Kutatási eredmények

A Gyilkos-tó és Békás-szoros régió általános és turisztikai erősségei

A desztináció legtöbbet említett fő erőssége a természeti értékekhez kapcsolódott, elsőként mindenki a táji környezetet, a tájnak az adottságát, szépségét emelte ki. Egy 2017-es kezdeményezés kapcsán a Gyilkos-tavat, mint természeti látványosságot 34 négy erdélyi látnivaló/jellegzetesség közül első helyre választották be Erdély 7 csodája közé. A kampány kezdeményezői a goTransylvania és a Lynx Solutions voltak, céljuk az erdélyi régió érdekmentes népszerűsítése volt¹.

Az interjúalanyok által említett erősségek jelentős része szintén a hely természeti adottságaihoz kapcsolódik. „*Van hova kirándulni*” – mondja egy interjúalany. Elhelyezkedéséből adódóan a környékéről nagyon sok kilátóra el lehet jutni, hegy-csúcsokat lehet megközelíteni. A túrázás, természetjárás több válfajára is alkalmas terep. „*Egyik nagy erőssége a mi hegyeinknek, hogy barátságos hegyek, van víz, tehát van forrás, van erdő, van ahol megpihenni, nem fog senki sem fentrágadni valamelyik hegycsúcson, van hegyimentő szolgálat, tehát összességében fogyasztható hegyeink vannak. Érintetlen természet, nincsen sor a hegyen.*” (Monturist Kft. vezetője) Az érintetlenségből kiindulva erősségnek ítélték meg a hely „*vadságát*” szintén egy interjúalany szavaival élve, aki állítja, hogy ez a fajta érintetlenség Európa más országainak hegyvidékéből már kiveszett.

A sziklamászásra alkalmas utakat is fontos megemlíteni az erősségek palettáján, hiszen országos szinten csúcskategóriás mászó utakkal rendelkezik a vidék.

Többen kitértek a környék növény- és állatállományára.. A régióban fellelhetőek ritka, védett növény- és állatfajok (havasi gyopár, hajnalmadár, zerge) stb. Emellett sok gombafaj is megtalálható a vidéken. A kérdezettek kiemelték azt is, hogy a helyet sokan látogatják, nagy a turistaforgalma. Ez a tényt erősíti még akkor is erősségnek tekinthető, ha tudjuk, hogy ebből nagyon sok az átutazó turista, akik nem ezt a térséget tekintik az utazás célpontjának.

¹ <https://erdely7csodaja.ro/>

A Gyilkos-tó – Békás-szoros régió általános és turisztikai gyengeségei

Az interjúk során számos gyengeség, probléma megfogalmazódott. Az interjúalanyok hangvételéből érzékelhető volt egyfajta elégedetlenség, csalódottság. Sokkal több negatívumot tudtak kapcsolni a desztinációhoz, mint pozitívumot. Az említett problémák többrétűek, kapcsolódnak a helyhez, mint turisztikai desztinációhoz, és a helyhez, mint településhez. A hiányosságokkal, problémákkal kapcsolatos megfogalmazások alapján 3 probléma típust különböztettek meg: általános problémák (ezek a desztinációhoz és a településhez egyaránt kapcsolódnak), inkább turizmus specifikus problémák, és hozzáállásbeli problémák.

a. Általános problémák

Az első és egyben legfontosabb említett probléma, amely a településhez és a desztinációhoz is kapcsolódik az az infrastrukturális hiányosságok köre, illetve a meglévő infrastruktúra elemeinek hanyatló állapota. Az alapinfrastruktúra terén a vízhálózat és szennyvíz hálózat hiánya a legjelentősebb. Nagy problémát jelent a parkolóhely hiány, szezon idején emiatt hatalmas forgalmi dugók alakulnak ki, a mindenhol parkoló autók pedig megnehezítik az épp körültekintő turistát a haladásban. A meglévő infrastruktúra elemei hanyatlanak, a tóhoz vezető út állapota folyamatosan romlik. A településen sok az elhanyagolt rész (épületek, területek). A területrendezés is kifogásolható, volt, aki kifogásolta a tópart belső terének rendezését, amely valóban nincs jó állapotba, az idelátogatók első benyomása ezért kedvezőtlen. Ezzel kapcsolatban, amit majdhogynem mindenki kifogásolt, azok az árusok (bázárosok), akik a tó környékén és a szorosban egyaránt jelen vannak, ezáltal rombolva a hely látképét.

Nehézkes a desztináció megközelíthetősége, nincsenek helyi buszjáratok, amelyek a turistákat vagy a helyieket ide szállíthatnák. Feltehetőleg ezeket gazdasági okok miatt szüntették meg. *„Tehát nincs megoldva az, hogy bár a vonatoktól a Gyilkos-tóig kimenjen buszjárat. Ez nagyon sok bakancsos turistát visszafog, mert ugye aki a bakancsos turizmus kedvelője, nagyon szívesen utazik vonattal, tehát nem akar kötöttségeket, leszáll Gyergyóban az állomáson, kimegy a Gyilkos-tóhoz, végig megy a Hagymás gerincen, lemegy Balánbányára, ha autóval ment ezt már nem tudja megcsinálni.”* (Dancurás Hegyimentő Szolgálat önkéntese)

Infrastrukturális szempontból kiemelték azt is, hogy habár a Gyilkostó településneként van számontartva, a törvény által előírt követelményeknek sok részben nem

felel meg. 26 km-es út megtétele szükséges ahhoz, hogy elérhetővé váljon egy gyógyszerár, egy bankautomata stb.

A hely logisztikája is hiányos. Sokan kiemelték a szeméthyűjtés, szemétszállítás problémáját. A kialakult helyzetért felelősek az idelátogató turisták, de sok esetben a turisztikai szereplők is okozzák a jelenséget. *„A nagy gond az, hogy nagyon sok turisztikai szereplő dobja ki felelőtlenül a szemetet, ha el kezdész vájkálni bennük, megtalálod a kasszaszalagot, a nyugtát.”* (Gyilkostó Adventure Egyesület vezetője)

Hiányosságokról beszéltek az interjúalanyok a befektetések kapcsán is, illetve volt, aki a meglévő befektetések egyoldalúságát hangsúlyozta. Ezenkívül gyenge a programkínálat, és nem is állandó jellegű. Szintén kiemelten fontos probléma az anyagi források szűkös volta, ez a tény sok általam kérdezett turisztikai szereplő munkáját megnehezíti. Ez részben kapcsolatban áll a munkaerőhiánnyal, ami szintén gyengeségként hangzott el, hiszen sok esetben a szűkös anyagi keretek miatt nem tudnak alkalmazni személyeket bizonyos turisztikai munkakörök elvégzésére, a meglévő munkatársakat pedig nem tudják fizetni.

b. Turizmuspecifikus problémák

Ami az inkább turizmuspecifikus problémákat illeti, ezek elsősorban az információk hiányos jellegével kapcsolatosak. Nem működik a helyszínen információs iroda, amely konkrétan a régió népszerűsítésével foglalkozhatna, illetve a turisták eligazításában, programszervezésében tevékenykedhetne, amely betöltené a turizmust összefogó szerepet. Ehhez hasonló jellegű információs iroda Gyergyószentmiklós városában van, ami hátrány, hiszen sokan, akik a tavat és a szorost keresik fel, nem látogatnak el a városba. A régióban kevés a turisztikai információs tábla, ami a turisták eligazodását segíthetné. Volt, aki már a jelzett turista ösvények követhetőségét is kifogásolta.

Egy következő gyengeség abból adódik, hogy a desztinációt az átutazó turizmus jellemzi. A legtöbb turista nem céltudatosan keresi fel ezt a helyet. Rövid a tartózkodási idejük, ami hatással van a desztináció bevételeire is. Kiemelték a turistaáramlat folytonosságának a hiányát, ami hozzákapcsolható a desztinációt sújtó nagymértékű szezonálitáshoz. A szezon három hónapot ölel fel, ezen túl holt időszak van, ami a helyi befektetőknek megélhetési gondokat is eredményez. *„Tehát nem úgy kell elképzelni, hogy na most meghirdetek valamit és a szolgáltatást tudom, hogy reggel 10-kor jönnek, igénybe veszik, hanem van, hogy vasárnap és szombaton jön 35 és a következő öt napban 2 turista, amiért nincs értelme sem egyáltalán valamit is csinálni.”* (Monturist Kft. vezetője)

Gyengeségként hozták fel az interjúalanyok azt a tényt is, hogy hiányoznak a részletes statisztikai adatok, felmérések a turizmust érintő kérdések kapcsán. Ez nagy hiányosság mivel ezekre támaszkodva könnyebben lehetne kiindulni egy valóban reális stratégia felvázolása irányába. A nyelvtudás hiánya, mint gyengeség sok interjúalany részéről elhangzott. Ez nehézséget okoz az információs tartalmak szerkesztésében, népszerűsítésben, a turista konkrét tapasztalati ideje alatt való kommunikációban és még számtalan esetben.

c. Térségi turisztikai szereplők viszonyulása

Az interjúalanyok szerint a turisztikai szereplők széthúzása igen jellemző vonás. Nincs egy olyan szervezet, amely összefogná a tevékenységeket. A szereplők gyakorlatilag egymással párhuzamosan tevékenykednek. Összefogás, kommunikáció egy-egy konkrét esemény megvalósításában megfigyelhető, viszont állandó jelleggel nem kommunikálnak. A kapcsolat nem ítéhető rossznak az érintett felek között, viszont a kérdezettek hangvételéből érzékelhető volt egyfajta távolságtartás, bizalmatlanság. Feltételezhető, hogy mindez korábbi, kedvezőtlenül alakult kezdeményezések, együttműködési kísérletet eredményeként alakulhatott ki.

A Gyilkos-tó – Békás-szoros régió általános és turisztikai lehetőségei

Az interjúalanyok nagy potenciált látnak a régióban. Konkrét ötletek hangzottak el annak tekintetében, hogy milyen fejlesztésekre, megvalósításokra, beruházásokra lenne szükség ahhoz, hogy a vidék turizmusa fellendüljön. A legtöbben a gyengeségek kiküszöbölését, megszüntetését értelmezték lehetőségként. Arra egyértelműen kitért az összes megkérdezett, hogy az alpinfrastruktúra kialakítása és a meglévő infrastruktúra felújítása létfontosságú, mert jelentősen előremozdítaná a hely turizmusát. Ezek olyan alapvető fejlesztési beruházások, amelyek a régióban nagyon régóta hiányoznak.

Minden interjúalany esetében elhangzott az a javaslat, hogy a hely tapasztalati ideje alatt formált imázst kellene pozitív képpé alakítani újabb beruházásokkal, területrendezéssel, amelyek által vonzóvá, kellemessé válna a hely a látogató számára. A Gyergyószentmiklósi Művelődési Központ igazgatója így ismertette a helyzetet: *„Az önkormányzat nagyon nagy erővel dolgozik azon, hogy legyen megoldva [...] és nem utolsósorban a térrendezés a Gyilkos-tó körül, mert látva azt, hogy milyen a közvetlen környezet most a tó körül... itt gondolok a főút és a tópart közötti domboldalra. Tehát ami a legszebb, a legpanorámásabb, legidillibb része kellene legyen, mert a turisták zöme csak ezt a kis területet járja be, nagyon kevesen vannak már akik megkerülik a*

tavat vagy egy picit elgyalogolnak ettől a tóparti környezettől.” Másoktól több ötlet is elhangzott, ami a szebbé tételt segíthetné: a tópart belső terének kialakítása, átrendezése; a tó körül és a szorosban egyaránt megjelenő bazárosok visszaszorítása, új hely kialakítása számukra; a tó környezetének rendbetétele; játszótér kialakítása; elhanyagolt épületek rendbetétele.

Említettek olyan beruházás javaslatokat, amelyek a turisták számára programlehetőségeket kínálhatnának: a szorosban gyalogosút kiépítése; kerékpárút-szakaszok kiépítése; oktató jellegű tevékenység végzése tanösvények és a vidék jellegzetességeinek szakszerű bemutatása révén; a turista útvonalak feljavítása; kilátók építése; a szezon kiterjesztése téli időszakra (sportoknak teret biztosítva, kisebb sípálya felvonóval); több vasalt út építése; a Kis-Békás kiépítése; rendszeres buszjárat bevezetése. Ezek közül több is attrakció jelleggel bír.

A régióban jó adottságok vannak a kalandturizmus, a bakancsos turizmust kialakítására, meghonosítására, viszont ezzel kapcsolatban problémát jelent az, hogy jelenleg ezek a programok nem működnek állandó jelleggel a túravezetők hiányában. Sokak szerint a már meglévő programlehetőségeket is jobban ki kellene használni, bővíteni kellene, ismertté kellene tenni (sziklamászás, kanyoning, gyalogtúrák, bicikli túrák stb.) Több szervezet folytat és vezet ilyen tevékenységeket, ezeket fontos lenne összefogni, felfűzni egy közös programra. Ügyességi versenyek helyszínének is alkalmas a régió, erre volt is példa több éven keresztül. *„Ha meg kellene szervezni egy Spártán versenyt a régió tökéletesen alkalmas lenne, tehát A kategóriás pályát lehetne kijelölni.”* (Monturist Kft. vezetője)

A sporttevékenységek mellet a kulturális programokban is van, aki lát potenciált. Jelenleg egyetlen kulturális rendezvény köthető a helyhez, a Gyilkostói Népművészeti Sokadalom, amely a településen lévő kápolna búcsújához kapcsolódik, és sok helybélit megmozgat.

Minden ötletet után, ami elhangzott sokan kitértek arra, hogy elsődleges kellene legyen egy stratégia kidolgozása, amely koordinálja a desztinációt. A kérdezettek szerint egy összefogó tevékenységet végző szervezetre lenne szükség. Van, aki ezt az önkormányzat feladataként definiálja, aki a többi szereplő bevonásával statisztikákat, felméréseket kellene készítsen, marketing és menedzsment feladatokat kellene ellásson, arculatot teremtsen, népszerűsítéssel foglalkozzon, a fenntartható turizmust kellene erősítse. Ezek a feladatok beazonosíthatóak egy TDM szervezet feladatkörével. *„Addig nem tudunk több turistát vonzani ameddig nincs egy egészséges stratégia, egy egészséges logisztika [...] igazából a környék koordinációjával és a szolgáltatásoknak a népszerűsítésével és annak az egészséges használatáról kéne egy stratégia készülni”*

(Dancurás Hegyimentő Szolgálat önkéntese) A helyi turisztikai szereplők bevonása, összefogásra ösztönzése mellett, említésre került a Babeş–Bolyai Tudományegyetem Gyergyószentmiklósi Tagozat hallgatóinak a bevonása, akik földrajz, turizmus-specifikus tantárgyakat tanulnak. Kiemelték azt is, hogy a városban sok a természetkedvelő szervezet, akiket szintén be lehetne vonni a közös tevékenységben. Sőt a testvérvárosi kapcsolatok, személyes kapcsolatok és az idegenvezetők bevonása is említésre került.

A Gyilkos-tó és Békás-szoros régió általános és turisztikai veszélyei

Jelentős veszélye Gyilkostó településnek a tó természetes feltöltődési folyamata. Ez hatással van a hely arculatára, egyáltalán arra a belföldi turisztikai brandre, hogy „Gyilkos-tó”, hiszen a tó a kérdezettek megítélése szerint akár 50 múlva eltűnhet, helyébe pedig mocsár képződhet.

Ha magára a turizmusra gondolunk az interjúalanyok szerint a legnagyobb veszélyt a koordinátlanság, ellenőrizhetetlenség jelenti és ezzel együtt maga a tömegturizmus, megjelenése, amire a desztináció nincs felkészülve. *„Ellenőrizhetetlen turizmus folyik, mindenki oda megy, ahova akar, ott tüzel, ahol akar, ott énekel, ahol akar, tehát ott megy motorral, quaddal ahol akar, tehát nincsenek különböző ellenőrzések. Holott megvannak erre a kijelölt szervek [...] akiknek ez lenne a feladatuk. És ez nem vádként felhozva hanem, hogy nincs az ők munkájuk sem célirányosan koordinálva.”* (Dancurás Hegyimentő Szolgálat önkéntese), *„Kicsit hátrányunk és hát ugye nem vagyunk erre még felkészülve, az nem hogy tömegturizmus, hanem a nagyobb számú turisták befogadása, kiszolgálása úgy szálláshely terén, mint szolgáltatás terén.”* (Moturist Kft. vezetője)

A kérdezettek közül voltak, akik úgy gondolják, hogy az idelátogató turistának a csalódottsága jelent veszélyt. Úgy ítélik meg, hogy a desztinációban a turista nem azzal fog találkozni, nem azt fogja tapasztalni amit elvár, amivel esetleg a katalógusokban, online tartalmakban találkozott. *„Valamint vannak ilyen képek Gyilkostóról, csak egy példa, Gyilkos-tó, Cohárd gyönyörű napfelkelte, napnyugta, de amikor oda ér a Gyilkos-tóhoz a turista akkor teljesen másképp egy csalódott szájjal fog elmenni, mert nem az várja, hanem bódék, teraszok, miccsszag, és kóbor kutyák és általában két-három órás forgalmi dugó az alapinfrastruktúrából kiindulva.”* (Monturist Kft. vezetője)

Ami a különböző programokat, túrákat illeti, veszélyt képeznek az „esztenákhoz”, állatsordákhoz tartozó juhászkutyák, támadásuk akár életveszélyes is lehet.

Veszélyt jelent az ország más területeire is jellemző kivándorlási, elvándorlási tendencia, amely munkaerőhiányhoz vezet. *„Fontos lenne, hogy akit felveszel, annak az egész évi munkáját tudjad fizetni. Ne kelljen, innen elmenjen, más munkát keressen, és ne keljen rászoruljon, hogy akár ki is utazzon az országból. Ebben kellene a legnagyobb segítséget nyújtani az embereknek, ami a mi érdekünk is, mert ha nem egy idő után veszőbe megy minden. Kacsalábon forgó palotát is építhetsz, ha nincs, ki dolgozzon benne, nincs kivel megtöltened.”* (Gyilkos-tó Hotel tulajdonosa)

A vízhiány is említésre került, ezzel kapcsolatban elhangzott, hogy volt rá példa, hogy több napos szárazság idején a vízellátás megszűnt és a vendégek összehajtottak, majd továbbálltak. Jelenleg a Békás-szorosban levő Hargita és Neamț megyét érintő határnak a kérdése nincs megoldva. Ez szintén veszélyforrás és egyben gátló tényező a beruházások, fejlesztések szempontjából, hiszen sok esetben a felek akadályozzák egymás munkáját. Ugyanakkor Gyilkostó település fennhatóságával kapcsolatban is viták zajlanak, mivel vannak érdekképviselések, amelyek Neamț megyéhez szeretnék csatolni a területet. Jelentősek a bürokratikus akadályok is, amelyek sok esetben a megvalósításra szánt beruházásokra nézve jelentenek veszélyforrást.

1. táblázat: Az eredmények összesítő SWOT analízis

Erősségek	Gyengeségek
○ táji környezet ○ jó kirándulóhely ○ ökoturizmusnak megfelelő ○ kalandturizmusnak megfelelő ○ érintetlen természet ○ állat és növényvilága egyedi ○ látogatott	általános: ○ infrastruktúra ○ területrendezés ○ megközelíthetőség ○ településként nem felel meg a törvény által előírtaknak ○ gyenge logisztika: szemét ○ kevés befektetés ○ szűkös anyagi keretek turizmus-specifikus: ○ turisztikai infrastruktúra ○ turisztikai szuprastruktúra ○ információk hiánya ○ nyelvtudás ○ nincs átfogó stratégia

	○ statisztikák, felmérések hiánya ○ erősen szezonális turizmus ○ dominál az átutazó turizmus hozzáállásbeli: ○ nincs állandó kommunikáció a turizmus szereplői között
Lehetőségek ○ fejlesztések több téren ○ pozitív imázs alakítása ○ programkínálat bővítése/állandóvá tétele ○ kisebb, nagyobb attrakív jellegű beruházások ○ szezon kitolása tél idejére ○ versenyek ○ kulturális programok ○ TDM szervezet ○ egyetemisták bevonása ○ természetkedvelő helyi szervezetek bevonása ○ idegenvezetők bevonása	Veszélyek ○ a tó feltöltődési folyamata ○ a turizmus koordinátlansága ○ tömegturizmus ○ a turisták csalódottsága ○ juhászkutyák ○ szárazság ○ bürokratikus akadályok ○ kivándorlás/elvándorlás ○ területi és határ viták

Forrás: saját szerkesztés

Összegzés

Kutatásom tapasztalatai megerősítik azt az álláspontot, miszerint, a Gyilkos-tó és Békás-szoros régió jelentős turisztikai potenciállal bír, hisz olyan adottságokkal rendelkezik, amelyek méltán helytállnak az attrakciók sorában. A tevékenységek, amelyek a térségben végezhetőek leginkább a kalandturizmus, ökoturizmus válfajaihoz kapcsolódnak, viszont hiányzik a programszerűség. A hely, amit főként az átutazó turizmus jellemez, jelenleg meghatározó vonzerővel bír, főként nyári időszakban, ami nagyjából három hónapot ölel fel. Ez nem felel meg a térségi turisztikai szerep-

lők által említett célnak miszerint minél több ideig kellene a térségben tartani a turistát, hiszen ez a nagyfokú szezonális sok helyi szereplő turisztikai jellegű tevékenységét megnehezíti. A szezonra korlátozódó, de ugyanakkor nagyon jelentős mértékű látogatottság veszélyt is képez, mert a turizmus kontrollálásával, koordinálásával nem foglalkozik célirányosan senki. Ez a fajta koordinátlanság az egyik legnagyobb veszélye a vidéknek több szempontból is. Nincs, aki átfogja a turizmus rendszerét, beleértve a turizmus szereplőit. A helyi turisztikai szereplőknek van tervük, elképzelésük a vidékre vonatkozóan, de leginkább különálló törekvések figyelhetők meg. A köztük lévő kommunikáció leredukálódik egy épp szóban forgó esemény vagy program idejére, nem állandóak a közös eszmefuttatások, cselekedetek. Ezen kívül a vidék nem rendelkezik elemzésekkel, leíró statisztikával, felméréssel. Az általam kérdezett turisztikai szereplők viszonyulása a régióhoz ambivalens jellegű: hol pozitív hangvételű, hol negatív, mégis a negatív beállítódás gyakoribb. Ez föltehetően azért alakult ki, mert a jelenlegi kedvezőtlen helyzet hosszabb ideje fennáll. A térségi turisztikai szereplőket egyfajta belefáradtság, beletörődés jellemzi. A korábbi kezdeményezések, közös próbálkozások felemás eredménye lehet az oka a csatlódottságnak, ugyanakkor a helyi szereplők közti egyet nem értés is gyakran említésre került. Ennek a fajta közhangulatnak lehet a következménye az is, hogy a vidék közös meglátásokon alapuló fejlesztésével jelenleg nem foglalkoznak. Vannak tervek, amelyek inkább infrastrukturális jellegűek, viszont ezek kivitelezése is még várat magára. Mindezek ellenére a megkérdezettek nagyon sok lehetőséget látnak a helyben, érzékelik, hogy milyen jellegű változtatásokra lenne szükség, milyen megvalósítások járulhatnának hozzá a fejlődéshez, de egyelőre még nincs törekvés arra, hogy valaki/valakik összefogják a szereplőket és közösen megfogalmazott célokat tűzzenek ki.

Javaslatok

Azok a problémák, amelyekkel a térség küszködik elsősorban az ehhez a helyhez kapcsolódó szemléletben keresendők. Azaz ahogyan ezt a helyet a térségi turisztikai szereplők próbálják vezetni, irányítani, ahogyan próbálnak kezdeményezni, tevékenykedni. Ahhoz, hogy eredményes és látványos fejlődést érjen el a térség, elengedhetetlen egy olyan szemlélet, amely egyszerre integrálja magába a település-marketinget, a turisztikai desztináció marketinget és a közösségfejlesztést. Ebben a hármas vezetési/szervezési beállítódásban lenne célravezető egy helyi TDM (turisztikai desztináció menedzsment) szervezet megalakítása, amely önállóan képes koordi-

nálni a desztináció turisztikai tevékenységét, és amely ugyanakkor – szerkezetében és működésében – képes integrálódni a megyei, vagy akár az országos TDM szervezetekbe. Ami egy ilyen helyi TDM szervezet esetében a legfontosabb kellene legyen az a turisztikai szereplők bevonása, összefogása. Akárcsak a közösségfejlesztés esetében, facilitátorok működésére van szükség, akik az érintetteket buzdítják, közös célok kitűzését szorgalmazzák, felméréseket, véleménykutatást végeznek és előremozdítják az alulról felfele irányuló fejlesztési törekvéseket, kezdeményezéseket, brainstormingokat szerveznek, majd az ezekből származó ötleteket segítik a kivitelezésben és a fenntartásban. Ha a közös célkitűzésekre, összefogásra ráhangolódnak, akkor a turisztikai szereplők már nagyobb valószínűséggel válnak elkötelezetté, változik a helyhez való viszonyulásuk, és nem csak az új kezdeményezések kezdeti fázisában lesz pozitív a hozzáállásuk, hanem hozzájárulnak azok fenntartáshoz is. Az elkötelezettség megvalósítása érdekében díjazni lehetne akár évente a Gyilkos-tó és Békás-szoros területén legtöbbet tevékenykedő turisztikai szereplőket, versenyeket, közösségi programokat lehetne számukra szervezni.

Legkiemelkedőbb hiányossága a régióknak az egy jól kidolgozott stratégia. A szemléletbeli váltás és a szereplők tényleges bevonása után történhet meg csak egy közös meglátásokon, célokon alapuló stratégia felvázolása, amely tényekre épül, nem rugaszkodik el a valóságtól. Ezt követően születhetne meg a kommunikációs terv, amely – a stratégiára alapozva – a térség megjelenítési feladatait, tennivalóit tartalmazza.

Irodalomjegyzék

- Bajna, Gy. – Báka M.- Dezső L. (2007). *Gyilkos-tó*. Gyergyószentmiklós: Mark House Kiadó.
- Dezső, L. (2013). *Gyilkos-tó, a Kárpátok gyöngyszeme*. Gyergyószentmiklós: Mark House Kiadó.
- Gyergyószentmiklós Önkormányzata–Pro Libris Könyvbarátok Egyesülete–Városi Könyvtár. (2007). *Gyergyói mondák könyve*. Gyergyószentmiklós: F&F International Kiadó és Nyomda.
- Kozma, B. M. (2002). *Desztináció marketing*. Tér és Társadalom, 2002 14. évf. 2000/2-3. (195-202)

- Chon, K.-S. (1990). *The role of destination image in tourism: A review and discussion*. The Tourist Review. Vol 45. Issue: 2. (pp. 2-9)
- Lőrincz, K. – Sulyok, J. (2017). *Turizmusmarketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Nagy, B. (2013). *A turisztikai helymarketing Székelyföldön- az imázs- és márkahasználat tudományos megalapozása*. Kolozsvár.
- Piskóti, I. (2017). *A desztinációmá케팅 hatékonysága- modellek, mérések, trendek és eszközök*. Prosperitas vol. IV. 2017/2. (7–43.)
- Piskóti, I.–Dankó, L.–Schupler, H. (2002). *Régió- és településmarketing*. Budapest: KJK- Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
- Tózsai, I. (2014). *A településmarketing elmélete*. In. Turizmus és településmarketing. pp. 129-157. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaság és Jövőkutatás Tanszék. Budapest.
- Vofkori, Gy. (2004). *Gyergyószentmiklós Várostörténet Képekben*. Kolozsvár: Polis Könyvkiadó.
- Wang, Y.–Karakover, S. (2008). *Destination marketing: competition, cooperation or coopetition?* International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 20 Issue:2. (pp 126-141)

Abstract

Is no longer enough if a place, or a region has special attractions to become a successful tourism destination, it needs proper management and coordinated marketing activities, and this requires proper auditing, accounting for resources and weaknesses

After presenting the role and tasks of regional marketing and tourism destination marketing the study presents the SWOT analysis of Red Lake and Bicz Gorge region based on interviews. The analysis is accompanied by an interpreter-reflective summary and a professional proposal, which sees the possibility of further development in the connection of settlement marketing, tourism destination marketing and community development supporting the bottom-up development model.

Keywords: tourism destination marketing, audit, regional development, SWOT analysis