

***A TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ MENEDZSMENT (TDM)
SZERVEZETEK SZEREPE A VIDÉKFEJLESZTÉSBEN, A MÓRI
BORVIDÉK TDM EGYESÜLET PÉLDÁJÁN KERESZTÜL***

***ROLE OF TOURISM DESTINATION MANAGEMENT IN RURAL
DEVELOPMENT THROUGH THE EXAMPLE OF THE TDM
ASSOCIATION OF THE MOR WINE REGION***

FARKAS ESZTER KATALIN – RITTER KRISZTIÁN

Szent István Egyetem, Gödöllő, Magyarország

farkas.eszter.katalin@gmail.com ritter.krisztian@gtk.szie.hu

Absztrakt

A tanulmány a turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezetek vidékfejlesztésben betöltött szerepét vizsgálja a Móri Kistérség és a Móri Borvidék TDM Egyesület példáján keresztül. A dolgozat alapját a Hallgató vidékfejlesztésben és TDM-ben szerzett gyakorlati tapasztalata adja. A szakirodalom főbb megállapításaiból kiinduló primer kutatás körvonalazza, hogy milyen hatást gyakorolhat egy civil erőből, alulról építkező szervezet egy kistérség – nemcsak turisztikai – életére. Bemutatásra kerül az a változás, illetve az ahhoz szükséges lépések, amit egy ilyen egyesület működése során indukál egy térség településein. A következtetések és javaslatok hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a TDM egyesületek segítsék a magyar vidék fejlődését.

Kulcsszavak: turisztikai desztináció menedzsment, turizmus, vidékfejlesztés.

Bevezetés

Víg (2010) szerint a desztinációmenedzsment a desztináció¹ turisztikai termékeit és egyéb szolgáltatásait egységben, komplex módon kezelő partnerek (önkormányzatok, vállalkozások, szakmai és civil szervezetek stb.) hosszú távú, szervezett, együttműködésen alapuló, önkéntes tevékenysége annak érdekében, hogy a turista élményét, illetve a turizmusból származó hatásokat a fenntarthatóság szempontjainak figyelembe vételével optimalizálják.

¹ Hegyi (2006) meghatározása szerint a desztináció egy versenyegység, mely a szolgáltatásait értékesíti fizetés ellenében.

A Turisztikai Desztináció Menedzsment (továbbiakban TDM) Működési kézikönyv szerint (Lengyel et al., 2008) a turisztikai menedzsment lényege a turizmusrendszer kialakításának, fejlesztésének és működésének irányítása. A TDM modell gyakorlati alkalmazásához elengedhetetlen a TDM szervezeti rendszer kialakítása és működtetése. A rendszer három szintből áll: helyi szint (település), középső szint (mikro-régió) és regionális szint (régió). Alapegysége a TDM szervezet – a TDMSz. A TDM szervezeti rendszert alulról felfele kell kiépíteni, és kialakításának három feltétele a professzionalizmus, a partnerség és a pénz (az önállósághoz szükséges saját erőforrások és kompetencia szimbóluma). Ez az alulról való építkezés, illetve az ún. 3P (Buhalis, 2000).

A TDM szervezetek (TDMSz) feladatai a TDM céljából következnek: a fenntartható és versenyképes turizmus rendszerének kialakítását és működtetését kell elősegíteniük a desztinációban. Az ebből adódó TDM feladatok a gyakorlatban minden szinten jelentkeznek, de egyes tevékenységek fontossága, jelentősége és gyakorisága eltérő a különböző szinteken. A TDMSz-ek számára minden szinten kötelező feladatok a következők (ld. Lengyel et al., 2008):

- a partnerség kialakítása és fenntartása,
- koordináció,
- kutatás és információ menedzsment (információgyűjtés- és terjesztés),
- turisztikai termékfejlesztés,
- projektmenedzsment,
- beruházások ösztönzése,
- pályázatokon részvétel, pályáztatás,
- emberi erőforrás menedzsment,
- szakmai segítségnyújtás, tanácsadás,
- adminisztráció.

A vidékfejlesztés egyre nagyobb szerepet kap a vidéki települések felzárkóztatása érdekében, e területet az Európai Unió is kiemelten kezeli. Magyarországon a 2007-2013 évig tartó programozási időszakban a vidékfejlesztés irányvonalát az Új Magyar Vidékfejlesztési Program szabta meg. Az Európai Unióhoz (továbbiakban EU) való csatlakozásunk kapcsán számos eredményes program indult (pl. SAPARD, LEADER) melyek egyik fő célja a kistépüléseken az életfeltételek, az életminőség javítása, ezzel a lakosság megtartása, munkahelyek teremtése. Bár a TDM szervezetek fejlesztése nem a vidékfejlesztési programok része, elválaszthatatlanul kapcsolódik hozzájuk. Az Új Magyar Vidékfejlesztési Program (továbbiakban ÚMVP) támogatja többek közt a falusi turisztikai fejlesztéseket, a vidéki

örökségmegőrzést, a falufejlesztést és megújítást, mely fejlesztések koordinálásáért, programcsomagként történő kiajánlásáért már a Regionális Operatív Programokból támogatott TDM szervezetek lehetnek a felelősök.

Az ÚMVP a Regionális Operatív Programok (ROP) által érintett települések fejlesztéseit nem támogatja (pl. városok, kistérségi központok). A különböző programok, tervek és szintek közötti szinergia megteremtésének követelménye azonban kiemelten érvényesül. A LEADER program intézkedései és a ROP-ok között számos kapcsolódási pont, kötődés található. A vidékfejlesztési célokat szolgáló intézkedések, különös tekintettel a helyi kapacitásfejlesztést és a helyi partnerség megerősítését szolgáló intézkedésekre, komplex programként kerülnek lebonyolításra. A hátrányos helyzetű térségek mindkét programban kiemelt figyelmet kapnak. Az ÚMVP célja az, hogy a vidéki szereplők közös erőfeszítés árán megerősödjének, vidékfejlesztési klaszterek jöjjenek létre (ÚMVP, 2007).

A TDM rendszer felépítése, mely a ROP-ok által támogatott, a vidék fejlődését is nagymértékben segíti, ez is egy kapcsolódási pont a fejlesztési programok között. A vidékfejlesztés szereplői egyedül, izoláltan nem képesek a gazdaság megújítására, fenntarthatóvá tételére. Kell egy szervezet, ami összefogja és koordinálja őket. A TDM rendszernek pont ez a szerepe. Egy csokorba fogva együttesen kiajánlani és motiválttá tenni az önmagukban kevésnek bizonyuló, de szervezeten és együtt sokra képes vidéki szervezeteket. Más szavakkal: az ÚMVP támogatja a vidéki településeken élők fejlesztéseit, amit a TDM rendszer tarthat össze, kezelhet egységként.

Fentiekből kiindulva, jelen dolgozat fő célja felvázolni, alátámasztani, hogy a vidéki települések fejlődésére milyen hatással van a TDM szervezetek megalakulása és működése. A TDM szervezetekkel foglalkozó tanulmányok (pl. Bornhorst et al., 2009, Luft, 2010) főként e szervezetek turizmusban betöltött szerepét vizsgálják, ám itt a turizmuson kívüli területekben bekövetkezett hatások is bemutatásra kerülnek. A TDM-szervezetek nem légtüres térben, hanem egy adott desztinációban működnek, így a desztináció sajátosságai nagyban befolyásolják a szervezet működését, s egyben bizonyos korlátját is képezik annak. Jelen kutatásban arra keressük a választ, hogy a Móri Borvidék TDM Egyesület működése, tevékenységei milyen hatást gyakorolnak a móri desztináció – mint vidéki kistérség – fejlődésére, s hogy e desztináció sajátosságai hogyan befolyásolják e szervezet működését.

Anyag és módszer

A primer és szekunder adatgyűjtésen túlmenően a dolgozat nagymértékben támaszkodik a Hallgató gyakorlati tapasztalataira, melyet mint „A Bakonyért” Vidékfejlesztési Akciócsoport Egyesület LEADER pályázati tanácsadója, a Móri Többcélú Kistérségi Társulás területfejlesztési és vidékfejlesztési referense, illetve a vizsgált TDM egyesület irodavezetője és projektmenedzsere szerzett. A szekunder források közül kiemelhetők a Móri Kistérségről készült tanulmányok, az „A Bakonyért” és a Vértes-Gerecse LEADER csoport stratégiai dokumentumai, a Móri Borvidék TDM Egyesületről készült fejlesztési tervek, valamint a rendelkezésre álló adatbázisok (KSH, kistérségi adatbázis, önkormányzati adatok). A primer források között megemlíthető a kérdőíves adatgyűjtés, a mélyinterjú (az Egyesület elnökségi tagjaival, a tagok között található önkormányzatok polgármestereivel, az Országos TDM Szövetség elnökével, turisztikai szakértőkkel) és a tagoknak szervezett fórum (ezen 10 tag és egy turisztikai szakértő volt jelen).

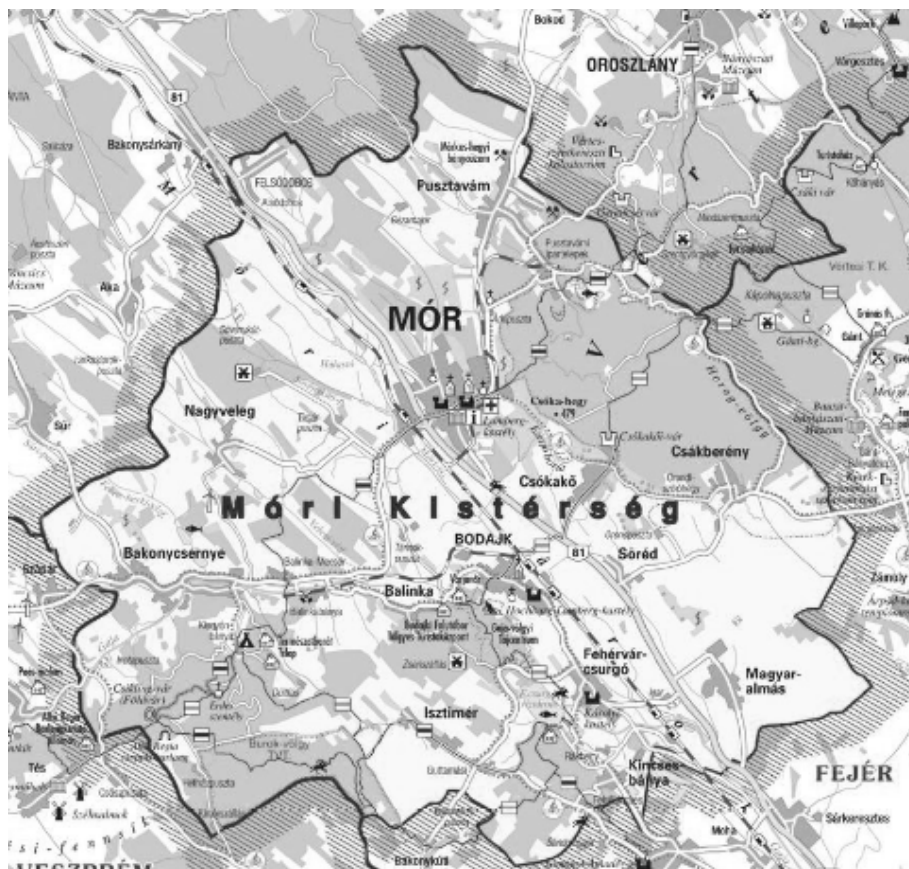
A kérdőíves adatgyűjtés két részből állt. Az elsőben az egyesület minden tagja (64 tag) kifejtette ötleteit a TDM szervezet, illetve desztináció fejlesztéséről, az együttműködési lehetőségekről. A másik kérdőív a lakosság és a térségbe látogatók véleménye alapján azt mérte fel, hogy az említett célcsoport mennyire ismeri a Móri Borvidéket, a vidék által nyújtotta lehetőségeket (rendezvények, látnivalók, turisztikai attrakciók), és miben várnak fejlődést, mivel elégedettek/elégedetlenek. A kérdőívet 55 személy töltötte ki. Bár a minta statisztikailag nem tekinthető reprezentatívnak a vizsgált sokaságot illetően, a gyakorlati tapasztalatok alapján megfelelő módon és mértékben tükrözi a valóságot.

Eredmények

A Móri Kistérség Fejér Megyében terül el, Székesfehérvártól, a megyei székhelytől észak-, észak-nyugati irányban. 13 település alkotja: Mór, Csókakő, Csákberény, Söréd, Magyaralmás, Pusztavám, Nagyveleg, Balinka, Bakonycsérnye, Fehérvárcsurgó, Kincsesbánya, Isztimér, Bodajk (1. ábra).

A térség elsőrangú központja Mór városa. Mind a lakossági, mind a nagykereskedelmi bázis területén az egyetlen nagyobb központ a térségben, bár nem hanyagolható el a közeli Kibéd az északon fekvő településeknek, és Székesfehérvár a délieknek. A mezőgazdaság tekintetében a térség főként az erdőgazdálkodásban, a szőlő- és gyümölcsstermesztésben, valamint a gyepművelésben jeleskedik, habár a szántóföldi növénytermesztés sem elhanyagolható. Az állattenyésztés a megyei átlagértékek alatt marad.

A turizmus speciális helyzetben van a térségben. Nem csak térségi, hanem regionális és országos szintet tekintve is egyedi értékekkel, adottságokkal rendelkezik, amelyeket nem képes megmutatni, vonzóvá tenni, menedzselni.



1. ábra: A Móri Kistérség turisztikai térképe.

Forrás: Mór és kistérsége Turisztikai Kalauz (2008)

A térség adottságai megfelelőek a turizmus fejlődésének felgyorsításához, a meglévő vállalkozások kihozzák az adott környezetből a legtöbbet ahhoz, hogy lehetőség szerint magas színvonalú szolgáltatást nyújtsanak, ugyanakkor nincs kommunikáció az egyes szegmensek között, alapvető szolgáltatási formák hiányoznak, kihasználatlan turisztikai termékek vannak minden településen.

A Móri Borvidék TDM Egyesület

A Móri Borvidék TDM Egyesület 2009 év júniusában alakult meg 18 alapító taggal. Jelenleg 64 tagot számlál, melyek között szerepelnek a civil, az önkormányzati és a vállalkozói szféra szereplői is. Bár az Egyesület közvetlen célja a magán- és közszféra partnerségén, közös érdekeltségén alapuló turizmusfejlesztés, szervezés és működtetés, eredményként – a turizmus területén túlmutatva – a helyi-térsgai gazdaság megerősödését, a térség népesség-megtartó erejének és életminőségének javulását várják.

Az Egyesület tevékenységeihez és működéséhez kötődő feladatokat munkaszervezete látja el. A munkaszervezet létszáma folyamatosan változott másfél év alatt kettő, három és négy fő között. A működéshez szükséges bevételi források: 1. Önkormányzatok működési támogatása és tagdíja, 2. Egyéb szereplők tagdíja, 3. Szponzori támogatások, egyéb működési támogatások, 4. Üzleti tevékenységekből származó bevételek, 5. Pályázati források², 6. Adó 1%.

Az egyesület eddig elért eredményei röviden a következők:

- Rendezvényeken való megjelenés
- Rendezvények szervezése
- Turisztikai iroda és ezerjő portékák ajándékbolt kialakítása és megnyitása
- Önkéntes és gyakornoki program elindítása
- Marketing kampány és kommunikáció
- Borútlevél rendszerének kialakítása
- Tagtoborzás
- Portfólió készítése a Móri Borvidékről
- Pinceügyleti rendszer
- Kapcsolatrendszer kiépítése, működtetése
- Együttműködés, közös fejlesztések

Primer kutatás eredményei

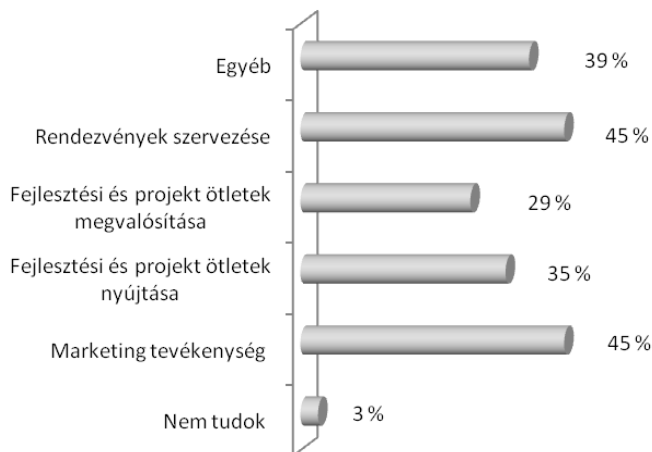
A terjedelmi korlátok miatt jelen tanulmányban a kérdőíves felmérés és mélyinterjúk legfontosabb eredményei kerülnek csak bemutatásra.

² Ez idáig három pályázaton nyert fejlesztéseihez forrást az egyesület: A) KDOP-2.2.1/A-2009-0006 - A Móri Borvidék TDM Egyesület tevékenységeinek fejlesztése (39.950.000 Ft); B) NCA-CIV-11-B-0264 - civil szervezetek kapacitásfejlesztése (1.197.000 Ft); C) Agrármarketing Centrum - „helyi kisprojektek” (1 millió Ft, de a támogatási szerződés aláírására nem kerül sor).

Miközben a tagok jellemzően elégedettek az Egyesület tevékenységeivel, arra a kérdésre, hogy a tagok mely tevékenységeket tartják a leghasznosabbnak, a megkérdezettek 68%-a emelte ki a rendezvényeken való megjelenést, viszont csupán 19% tartja fontosnak az Egyesület saját rendezvényeit, ami egyértelműen azt mutatja, hogy a rendezvények fejlesztése fontos jövőbeli feladat. Az állandó programokat és a marketingtevékenységet 52% jelölte meg előnyként, ami kielégítőnek tekinthető. Mivel a tagok 87%-ának véleménye, hogy pályázati forrásból lehet a működési bevételeket megteremteni, nem meglepő, hogy a pályázati lehetőségek felkutatását jelölték be, mint további elvárást az Egyesülettel szemben. Ez azt mutatja, hogy még a tagok sem követik teljes mértékben nyomon az Egyesület munkáját és eredményeit, hiszen a 2011-es évben 15 pályázat került benyújtásra különböző fejlesztési célok megvalósítása érdekében. Ez alapján kommunikációs problémák, és így a kommunikációs stratégia fejlesztése is felvetődik.

A pályázati forrásokon túl, meglepően sokan (61%) jelölték meg a tagdíjat, mint működési forrást. Miközben ez az egy biztos bevétele van az Egyesületnek, megállapítható, hogy alacsony a tagdíj mértéke, a tagok pedig – bár minden egyesületi tevékenység az ő előnyükre szolgál – nem partnerek az éves díj emelésében. Így az ebből származó bevétel valójában csekély.

A tagok közti együttműködés tekintetében a rendezvényszervezést (45%) valamint a marketing tevékenységeket (45%) emelte ki a legtöbb tag, míg csupán három százalék jelezte, hogy nem tud együttműködni semmiben (2. ábra). Ez biztató, mivel ez alapján a legtöbb szervezetnél már elindult (ha lassan is) az együttműködésre való hajlandóság. Egyéb válaszok az együttgondolkodásra, ötletbörzékre irányultak.

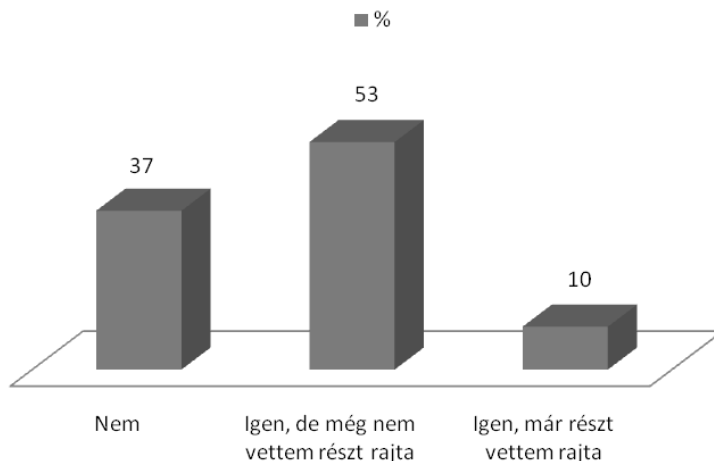


2. ábra: Együttműködési pontok a tagok között

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés (2012)

A válaszadók 16%-a az egyesület által szervezett rendezvények közül egyiken sem vett részt. Ez teljes inaktivitást jelent, ezeket a tagokat szükséges valahogy motiválni. A Bornapi nyitott udvar rendezvényen a tagok 61%-a vett részt, ez nem meglepő, hiszen a Móri Bornapok a térség legnagyobb és leglátogatottabb rendezvénye.

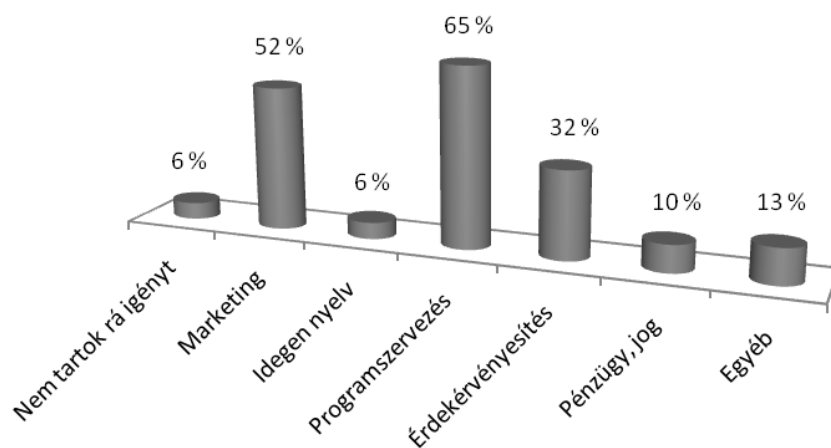
A PPM Mór egy pályázatíró vállalkozás, az Egyesület tagja, aki vállalta, hogy díjmentesen biztosít a tagoknak pályázati tanácsadó fórumot, melynek célja volt a pályázati információk átadásán kívül a tag-tag, és tag-egyesület együttműködés kialakítása. Miközben a tagok 82%-a hasznosnak találja, hogy pályázatírói fórumon vegyen részt, csak 53%-a értesült e lehetőségről, és csupán 10% élt vele (3. ábra).



3. ábra: Pályázati tanácsadói fórumon való részvétel

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés (2012)

Az Egyesület képzésszervezői tevékenységét szeretné folytatni. Ezt alátámasztja, hogy többek közt kiugróan magas a programszervezés témakör (65%) valamint a marketing témakör (52%) iránti igény (4. ábra).



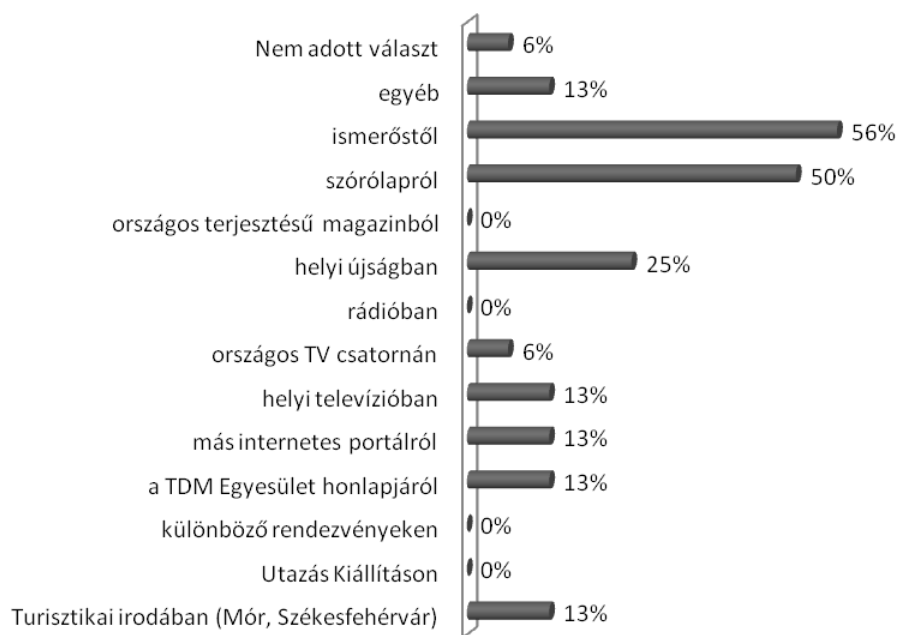
4. ábra: Szakmai fórumokra való igény

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés (2012)

Bár a második, a látogatók és helyiek körében végzett kérdőívezés – 55 fő lekérdezése – túlmutat e dolgozat elkészítésén, és tovább folytatódik, néhány következtetés már itt is levonható.

A megkérdezettek 46%-a Móri Kistérségen kívüli településen él. Kiugróan magas (75%) azok aránya, akiknek nagyon tetszik a Móri Bornapok rendezvény, és nincs olyan a kitöltők között, aki ezt a programot nem ismerné. A többi rendezvény ismertsége azonban nem jó, ami megint csak a marketing és kommunikációs tevékenység javítását szükség-szerűsíti.

A válaszadók döntően ismerőstől (56%) illetve szórólapból (50%) értesülnek a rendezvényekről (5. ábra). Viszont senki nem jelölte be az „Utazás kiállításon”, „országos terjesztésű magazinból” és „rádióból” lehetőségeket, amiből arra lehet következtetni, hogy a marketing és kommunikációs tevékenységet ezeken a területeken javítani szükséges.



5. ábra: Kommunikációs csatornák használata

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés (2012)

A válaszadók körében kiugróan magas érdeklődés (56%) mutatkozik a helyi borok iránt, viszont nagyon alacsony a könyvek, kiadványok (6%) iránt. Látogatottság tekintetében a megkérdezettek 67%-a a Csókakői várat, 60%-a pedig a Lamberg-kastélyt (Mór) jelölte meg.

Következtetések, javaslatok

A kérdőíves felmérés – bár döntően turisztikai vonatkozásúnak tűnhet – annál jóval messzemenőbb, a kistérség egészére, illetve komplex társadalmi-gazdasági fejlődésére vonatkozó következtetések megtételére is lehetőséget nyújt.

A TDM Szervezetek (továbbiakban TDMSz) fejlesztése hozzájárul a Közép-Dunántúl mint innovációs térség kialakulásához azáltal, hogy a Móri borvidék, mint a régió meghatározó turisztikai térsége, helyben segíti elő a turizmus megújulását-innovációját. Hatékony oktatási programok révén a Móri Borvidék TDM Egyesület a minőségi humán erőforrás-fejlesztéshez is hozzájárul, amely a régió társadalmi-gazdasági megújulását szolgálja. Javasolt, hogy ezen képzésekbe minél szélesebb körből vonjon be az egyesület szervezeteket, mert egyrészt ezzel a működési környezetében képzett humán erőforrást biztosít, másrészt pedig mivel ez egy hatékony kapcsolatépítési csatorna. A kérdőíves felmérés

eredménye alapján az egyesületi tagok képzésében kiemelt szerepet kell kapnia a TDMSz rendszerek működése témakörnek, mert erről kevés az információ.

A minőségi élettér helyi megteremtésének elősegítése révén az egyesület közvetett módon a térség egészére hatással van. Megyei és regionális kapcsolatrendszere és érdek-érvényesítő képessége révén a TDMSz a regionális kapcsolódást és a hatékony regionális marketing és PR munkát is elősegíti. A TDMSz tevékenységei révén közvetetten hatással van a turisták tartózkodási idejének színvonalasabbá tételére, ezáltal a magasabb költsékre, illetve annak térségi gazdaságra való továbbgyűrűzésére (multiplikatív hatások). A turizmus fenntartható módon történő fejlesztése kihat továbbá a helyi életminőség javulására, azáltal, hogy a helyi lakosság számára újabb lehetőségek nyílnak meg a helyi gazdaságba történő bekapcsolódásra. A TDMSz tehát közvetetten hatással van a helyi lakosság térségben tartására is.

A turizmus helyi szinten történő hatékonyabb megszervezése koordináltabb és fenntarthatóbb turisztikai termékfejlesztést, hatékonyabb marketing kommunikációt, turisták fogadására felkészültebb humán erőforrást, „márkásabb-vonzóbb-karakteresebb” desztinációt, szolgáltatások jobb ár-érvényesítő képességét, szezonálisan kiegyensúlyozottabb keresletet, turisták tartózkodási idejének tartalmasabbá válását és visszatérési hajlandóságuk növekedését eredményezi.

Az egyesület a helyi lakosság, a turisták, és a napi látogatók számára szervezett térségi rendezvények promóciójával a helyi társadalom szélesebb köre számára teremt lehetőséget a helyi életminőség javítására, a társadalmi kapcsolatok és a helyi identitástudat erősítésére, továbbá térségi tradíciók megteremtésére.

A kérdőíves felmérés során kiderült, hogy az egyesülettől több rendezvény szervezését várja a tagság. Véleményünk szerint nem további programok kitalálása és megvalósítása szükséges, hanem a meglévő rendezvények erősítése, valamint a lakosság és a látogatók mozgósítása. Továbbá nagyon fontos lenne, hogy egy-egy rendezvény megszervezésében a tagság nagyobb létszámmal képviseltesse magát. A programokkal kapcsolatban szükséges megemlíteni, hogy az egyesület működése során tartott ülések (közgyűlés, elnökségi ülés) és fórumok révén erősíti a desztináció szereplői közötti kohéziót, ezáltal is erősítve a helyi társadalmi szövetet.

A társadalmi hatásokhoz tartozik még, hogy a TDMSz hozzájárul a kulturális értékek megőrzéséhez a műemlékvédelem alatt álló épületek turisztikai hasznosításával (pl. Csóka-kői Vár, Lamberg Kastély); a történelmi hagyományok megőrzéséhez a hagyományőrző rendezvények szervezésével illetve promóciójával; továbbá a természeti értékek megőrzé-

séhez a természeti értékek népszerűsítésével (Bakony és Vértes túraútvonalai, Országos Kék Túra Útvonal) és a természettudatos szemlélet terjesztésével.

Az egyesület minden olyan kezdeményezést támogat, amely hozzájárul a térség képzőművészeti, szellemi, kulturális, építészeti, és természeti értékeinek megőrzéséhez. Az egyesület tevékenységei révén erősödik a szolgáltatók, továbbá különböző szegmensek közötti együttműködés és kommunikáció. Az egyesület által megvalósított arculati stratégia kialakítása, a Borútlevél elnevezésű kedvezmény rendszer továbbfejlesztése, továbbá a továbbképzések, tanulmányutak és fórumok mind olyan intézkedések, amelyek hozzájárulnak a térség szereplői közötti együttműködési hajlandóság és a térségi identitástudat erősödéséhez. Ez kiemelt jelentőséggel bír, hiszen a felmérésekből kiderül, hogy a partnerségi kapcsolatok (pl. tagok és egyesület között) még nem kiforrottak, az együttműködésben megvalósuló projektekre való hajlandóságot növelni szükséges.

Az egyesület eredményes működése értelemszerűen feltételezi a különböző szereplők együttműködését. Véleményünk szerint a partnerség kihasználatlan értékeket, ötleteket hozhat felszínre. Ha a tagok nem nyitnak az egyesület felé, hosszú távon működését akadályozzák és ellehetetlenítik. A kommunikációs és marketing feladatok ellátása a vizsgált szervezet gyenge pontja, melyet erősíteni szükséges. Egy jól átgondolt kommunikációs stratégia segíthet ezen a problémán. Szükséges feltérképezni, hogy mely kommunikációs csatornák nincsenek megfelelően kihasználva, illetve, hogy a tagok, potenciális tagok, partnerek mely csatornákon érhetők el a leghatékonyabban.

Az egyesület pályázati forrásbevonásával kapcsolatban minden olyan lehetőséget meg kell ragadni, mely egy kicsit is kapcsolódik a tevékenységekhez. Mivel a munkaszervezet kapacitása nem elegendő több EU-s projekt egyidejű lebonyolítására, projekt menedzsment tevékenységhez rendelt támogatás segítségével a megvalósítási időszakra plusz alkalmazottat tudna felvenni az egyesület. Hosszabb távú cél lehet akár az is, hogy a turisztikai irodán belül egy projekt iroda működjön, amely felvállalja az egyesületi tagok pályázatainak elkészítését, minimális pályázatírói díj terhe mellett, és nyertes pályázat esetén ellátja a projektmenedzsment feladatokat.

A fenntarthatósági problémát előtérbe kell helyezni, mivel az önkormányzatok működési támogatást csak a projekt megvalósítási és fenntartási időszakában nyújtanak. Ezzel kapcsolatban javasolt a tagdíjrendszer felülvizsgálata, módosítása, illetve a tagtoborzó tevékenységen is javítani szükséges. Ezeken túl további bevételi forrásokat szükséges felkutatni. Egy eddig kihasználatlan lehetőség a Mórion működő utazási iroda bevonása a turisztikai csomagértékesítési folyamatba, mivel erre az egyesület nem jogosult (mert nem tud megfelelni az ehhez szükséges feltételeknek), viszont fontos üzleti tevékenységet kezdhetne így meg.

Megoldásra váró probléma a megfelelő szakmai csapat – munkaszervezet – kialakítása is. Ezután kiemelt figyelmet kell fordítani az egyesület elnökségének arra, hogy milyen szakembert alkalmaz a feladatellátásban. A folyamatos munkaerőváltás és nem megfelelő kiválasztási folyamat akadályozza a hatékony és eredményes munkavégzést, a tagok és potenciális tagok bizalmát pedig csökkenti.

A humán erő kapacitáshoz tartozik az önkéntes program is, mivel időről időre önkéntesek segítségével látnak el különböző feladatokat. Nagy lehetőség ebben a TÁMOP 5.5.2 pályázaton való indulás, mely önkéntes centrumok kialakítását támogatja. Ebben a projektben érdemes lenne együttműködni a Civil Szervezetek Regionális Szövetségével. Mindezekon túlmenően, az eddiginél sokkal szorosabbra kell fűzni az országban működő többi TDMSz-el a kapcsolatot, hiszen a legtöbbet egymástól lehet tanulni. Fontos a közeljövőben tanulmányutakat szervezni, és megismerni a desztinációkat.

A bemutatott javaslatokat a gyakorlat során felhasználva remélhetőleg az egyesület hatékony és eredményes munkavégzése tovább folytatódik, fenntarthatóvá válik, és a közeljövőben eléri a következő, a térségi TDM szervezeti szintet is.

Irodalomjegyzék

- BORNHORST, T. – RITCHIE, J. R. B. – SHEEHAN, L. (2009): Determinants of tourism success for DMOs & destination: An empirical examination of stakeholder's perspectives. *Tourism Management* (31) pp. 572-589.
- BUHALIS, D. (2000): *Marketing the Competitive Destination of the Future*. London: University of Westminster
- HEGYI, ZS. (2006): Desztináció-menedzsment-turisztikai régiómenedzsment. pp. 33-39. In: Aubert, A. (2006): *Desztináció-építés és -menedzsment*. Pécs, Dél-dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság
- LENGYEL M. ET AL. (2008): *TDM Működési Kézikönyv*. Budapest, Heller Farkas Főiskola
- LUFT, H. (2010): Organisation and Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen: Destination Management. pp. 10-12. In: Clarke, A.: *Tourism Competitiveness*. Veszprém, Pannon Egyetem.
- ÚMVP (2007): *Új Magyarország Vidékfejlesztési Program*. Budapest, Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium
- VÍG, T. (2010): Fogalomjegyzék a turisztikai desztinációmenedzsment rendszer témakörhöz. *Turizmus Bulletin* (XIV) 1-2. pp. 119.

Abstract

In this paper the roles of the Tourism Destination Management (TDM) organizations in rural development are analyzed through the example of Mór micro-region and the TDM Association of the Mor Wine Region. The main goal is to show the generic features of the TDM, the TDM Association of the Mor Wine Region, the achievements, the running tasks and the contact points with other rural projects. The analysis is based on practical experiences and primary and secondary data collection (questionnaire, interviews, workshops, special literature, and analyzing of special data) and processing of these data. The research indicates how a bottom-up civil organization could impact the social and economical situation of a micro-region through tourism.

Rezumat

Această lucrare studiază rolul managementului destinației turistice (MDT) în dezvoltarea rurală prin exemplul microregiunii Mór și a organizației MDT Móri Borvidék (Regiunea viticolă Mór).

Scopul principal este de a arăta caracteristicile generale ale MDT-ului, de a prezenta organizația Móri Borvidék, realizările acestuia, sarcinile pe care le îndeplinește și punctele de contact cu alte proiecte rurale. Analiza se bazează pe experiență practică și pe colectare de date primare și secundare (chestionar, interviuri, workshop-uri, literatură de specialitate și analiză de date speciale) respectiv prelucrarea acestora. Cercetarea arată cum poate o organizație bottom-up să aibă impact asupra situației economice unei microregiuni prin intermediul turismului.