

NEMES Andrea

AZ ÁLLAM SZEREPE A TURIZMUSBAN

Az állam szerepe napjainkban átalakulóban van, ami az egyes gazdasági területeken más és más szabályozórendszer alkalmazását igényli a szakterület sajátosságainak és az iparág igényeinek, nemzetközi környezetnek megfelelően. A turizmus azon gazdasági területek közé tartozik, amelynek szerepe az elmúlt időszakban dinamikusabban növekedett, többek között jelentős bruttó hazai termék-előállító, munkaigényes jellegéből, valamint jelentős beruházást gerjesztő hatásából adódóan. A turizmus mint üzleti tevékenység nem nélkülözheti az állam szerepét. Számos olyan externália társul hozzá, ami államilag koordinált esetben a fejlődést magasabb pályára állítja, és társadalmilag hatékonyabb szinten valósul meg. Napjainkban az állam szerepének újraértelmezése, feladatainak újbóli átgondolása és a megfelelő súlypontok megtalálása elengedhetetlenül szükséges annak érdekében, hogy a turizmus pozitív hatásai hosszú távon érvényesüljenek.

Kulcsszavak: állami szerep, turizmus, gazdasági hatás, szervezeti rendszer, turizmus-szatellitszámla, makrogazdasági hatás mérése, állami szabályozás, turizmuspolitika, turizmusstratégia

A turizmus gyors fejlődése, mely révén napjainkra a Föld egyik legnagyobb iparává nőtte ki magát, a kormányzatok részére új kihívásokat jelent. Ezek a kihívások különbözőek a fejlett és a fejlődő gazdasággal rendelkező országokban és az egyes kormányzatok is eltérően reagálnak a turizmus helyzetére, fejlesztésére.

A globalizáció térnyerésével olyan területek is bekapcsolódtak a turisztikai kínálatba, amelyek korábban kevésbé voltak ismertek, és gazdaságukat az elmaradottság, fejletlenség jellemezte. Számukra a turizmus kiutat és a gazdasági felemelkedés lehetőségét jelenti. Néhány nemzet számára a turizmus az első számú külföldi valutaforrás, és egyike a legnagyobb változást okozó tényezőnek, amely a természetre, a társadalomra és a gazdaság átalakulására egyaránt hat. A fejlett országokban a turizmus a gazdaság azon területeinek egyike, amely üzletszerűen jól működik. Ennek ellenére az állam ezen országokban sem vonulhat ki a terület támogatásából, amit a globalizáció térnyerése, a verseny fokozódása és az iparág struktúrája indokol.

A globalizáció térnyerésével a verseny egyre nő a turisztikai régiók között, ami a versenyképesség új tényezőinek megjelenésével jár együtt. Az új versenyfeltételek között megjelent a közigazgatás minősége is. A közigazgatás minősége a turisztikai fejlesztések esetében napjainkban Magyarországon is különös jelentőséggel bír, és kiemeli az állam szerepét. Ezzel együtt jár az állami beavatkozás újragondolása a turizmus területén, különösen a régiók esetében, a régiók szerepének

fokozatos erősödésével és napjaink gazdasági válságának elmélyülésével együtt.

A turizmus törekény szektor. Helyzete függ a gazdaság, a társadalom és a környezet állapotától, érzékenyen reagál annak változásaira. Piacának bármilyen megzavarása – ami napjainkban igazolást nyert – azonnali piacvesztést jelenthet, amelynek visszaszerzése nem könnyű feladat.

Ez a tanulmány az állam szerepével és azokkal a jelentősebb változásokkal foglalkozik, amelyek a turizmus jellegét, jelentőségét és hatását alakítják állami, regionális és önkormányzati szinten. Foglalkozik a hosszú távú fenntarthatósággal és a turizmust mint a fenntartható fejlődés pozitív „motorját” kezelő nemzeti és regionális szinten egyaránt. Az állam szerepe a törvényi háttér megteremtésében, a turizmuspolitika alakításában és a régiók felé történő közvetítésében, a közgazdasági szabályozórendszer, a turizmus statisztikai rendszer megfelelő alakításában és működtetésében, a fejlesztés irányának kijelölésében, ösztönzésében, az intézményi rendszer korszerűsítésében, az állami koordinációban és az országos szintű turisztikai marketingtevékenység végzésében foglalható össze.

Az állami irányítás szervezeti struktúrája

Az állam felelőssége a sikeres turizmuspolitika kialakítása, a turisztikai fejlesztés és irányítás. A turizmuspolitika, a tervezés és a különböző hatások ellenőrzése, az

állami szintű turizmusirányítás szervezeteinek feladatait jelenti, optimális esetben ezek végzése megfelelően strukturált és koordinált rendszerben történik. Az állami irányítás szervezeti struktúrája idővel változhat, és kifejezi, jelzi a turizmus nemzetgazdasági jelentőségét az adott országban.

Szervezeti struktúrák

Napjainkban a hatékony állam megteremtése és működtetése jelenti a legnagyobb feladatot a kormányzatok számára. A hatékony állam tevékenységét egyben a legszükségesebbre limitálja és a feladatok régiót érintő részét a régió szintjére delegálja.

A turizmuspolitika számára a globalizáció trendje különböző jelentőségű az egyes országokban. A tradicionális turisztikai fogadó országokban például, amennyiben nem tesznek semmit, passzívan viselkednek és hatnak a turisztikai ágazatok irányába, a turizmus fejlődése megreked. Ez piacvesztést jelent számukra, hiszen újabb és újabb desztinációk tűnnek fel a turizmus világpiacán. A globalizáció és egyéb külső körülmények hatására turizmuspolitikájukat kénytelenek felülvizsgálni, és szervezeti rendszerüket, annak feladat- és hatáskörét ennek megfelelően alakítani.

A fejlődő gazdasággal rendelkező országokban a turizmus kitörési pont. A kormányzatok a gazdaság helyzetétől függően eltérő módon nyújtanak támogatást a turizmus fejlesztéséhez. Ez a támogatás azonban aktív részvételt és nem passzív figyelmet jelent. Felismerték, hogy a szektor támogatása a gazdaság más területeire is pozitív hatással van, munkahelyeket, új értéket teremt és a gazdasági felemelkedés forrása. Aktuális szervezeti struktúrájukat a centralizáció jellemzi.

A közösségi és a privát szervezeti struktúra legmegfelelőbb típusa minden ország és régió esetében a környezeti feltételeknek megfelelően alkalmazható. A struktúra típusa változhat az idők folyamán, a változásoknak megfelelően. A szervezeti struktúráról szóló döntés meghozatala előtt meg kell határozni a kormányzat és a privát szféra feladatait, szerepét a turisztikai fejlesztésben és az irányításban.

A kormányok tipikusan több feladattal, felelősségi körrel rendelkeznek a turizmus területén, és szervezeti struktúrájukat is ennek megfelelően alakítják. Feladatok közé tartozik a turizmuspolitika, a tervezés és a fejlesztés koordinációja, a statisztika és a kutatás biztosítása, a szabályozás, a befektetési ösztönzők alakítása, a monitoringtevékenység, az országmarketing alakítása, a turizmus munkaerő-szükségletének tervezése és a tréning, az oktatás és a továbbképzés irányvonalának alakítása, az alapinfrastruktúra biztosítása és a fő, közösségi típusú attrakciók megteremtése.

A privát szektor felelős az üzleti fejlesztésért, a turisztikai szállás és egyéb turisztikai szolgáltatások működtetéséért és ezek marketingjének megteremtéséért. Újonnan fejlődő turisztikai célterületek esetében a kormányzat részt is vesz néhány üzletszerű fejlesztésben azért, hogy a turizmus fejlődésnek induljon a térségben.

A kormányok turisztikai feladataik elvégzéséhez létrehozhatnak önálló turisztikai minisztériumot, minisztériumon belüli szakállamtitkárságot, helyettes államtitkárságot, főosztályt vagy önálló hivatalt. Az állami közigazgatásban elfoglalt helye jelzi a turizmus súlyát a nemzetgazdaságban. Önálló turizmusminisztérium esetében a turizmus prioritást élvez a nemzetgazdaságban, és így fontos helyet kap az államigazgatási struktúrában. A regionális kormányzatok gyakran megteremtik saját turisztikai szervezeteiket is.

Egyre több ország különálló, autonóm szervezetet alapít a marketingtevékenység végzésére, esetenként más irányítási funkcióra is. A marketingtevékenység átengedése egy autonóm vállalatnak, például a nemzeti promóciós hivatalnak, lehetőséget nyújt a rugalmas belső irányításra, amely a piaci változásokat hatékonyabban képes követni. Lehetőséget nyújt továbbá a privát szférával történő koordinációra és a privát szférával közös akciók megtervezésére és végrehajtására. Mindazonáltal nagyon szoros kapcsolatot kell fenntartani a turisztikaimarketing-hivatal és az állami turisztikai adminisztráció között a következetes fejlesztési politika végzéséhez. A turisztikaimarketing-hivatal felelős marketingalapjának hatékony felhasználásáért, általában programjait és kiadásait évente vizsgálja felül a nemzeti turisztikai adminisztráció.

Mivel a turizmus több szektort érintő tevékenység, a maximális koordináció megteremtésére van szükség az állami turisztikai adminisztráció és a releváns kormányzati ügynökségek, hivatalok, minisztériumok között. Ez a koordináció leghatékonyabban az állami turisztikai hivatalhoz kötődő turisztikai tanácsadó bizottság felállításával érhető el a kormányzati hivatalok, ügynökségek, szakmai szervezetek, a privát szféra és más releváns szervezetek részvételével.

A megfelelő finanszírozás és munkaerő megléte lényeges alapfeltétel az állami turisztikai hivatal hatékony működéséhez. A finanszírozást a kormány biztosítja, emellett a közösségi és a privát szféra közös finanszírozása néhány esetben lehetséges, például a marketingtevékenység végzésében. Amennyiben turizmusadó létezik az országban, például a vendégéjszaka után fizetendő turizmusadó, ez logikus forrása az állami turisztikai hivatal teljes vagy részleges finanszírozásának. Ebben az esetben a realizálódó turisztikai teljesítmény nyújt támogatást az ágazat további hatékony irányításához.

Amennyiben a kormányzat szükségesnek tartja, hogy az üdülőhely vagy más típusú turisztikai attrakció, létesítmény fejlesztésében részt vegyen, a szokás szerint alkalmazott módszer a közösségi fejlesztőtársaság létesítése. Ezt a társaságot az állam alapítja, de a tevékenységet egy független vállalat végzi, amely a kormányzatnak alárendelten tevékenykedik. Amennyiben a privát szektor éretté válik az üzleti tevékenység végzésére a területen, a közösségi társaság eladja vagyonát a privát befektetőknek. Napjainkban bizonyos területeken közösségi-privát vállalatokat alapítanak.

A turizmus privát szférájának szereplői számos fontos funkciót látnak el. Fórumot teremtenek a közös problémák megbeszélésére és megoldására, koordinált javaslatokat juttatnak el a kormányzat, a nemzeti turisztikai adminisztráció számára, a bizottságokban és hivatalokban képviselik tagjaik, a turisztikai szakma érdekeit, kutatási, oktatási és továbbképzési tevékenységet végeznek tagvállalataik számára, és speciális eseményeket szponzorálnak. A privát szféra szerveződése különböző lehet. Önálló szállodai, éttermi, utazásszervezői, vagy más speciális célú szövetségek, vagy ezek kombinációi alakulnak, működnek. A privát szféra szövetségeit a tagdíjkból alapítják.

A turizmus állami irányítása Magyarországon napjainkban

A turizmus intézményrendszere hazánkban átalakítás alatt áll. Az intézményrendszer átalakítását az Európai Unió elvárásának, regionális elvének, a piaci követelményeknek, a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiának és a hatékonyabb közigazgatásnak való megfelelés váltja ki. Az átalakulás azonban nem egyszerű, mivel a meglévő feladatok, hatáskörök és a meglévő források átcsoportosítását, új intézményi szintre való helyezését igényli. Nehezíti ezt a folyamatot, hogy az elmúlt 10-15 évben a turizmus többször került át más és más minisztérium feladat- és hatáskörébe, és a turizmusszakma régi vágya az önálló turisztikai minisztérium létrehozására napjainkig nem teljesült. Nem teljesült annak ellenére, hogy a turizmus teljes hozzájárulása Magyarország GDP-jéhez 8,8 % (2005).

A turizmus működésének feltételrendszerét meghatározó törvényeket az Országgyűlés alkotja, és az Országgyűlés fogadja el a költségvetési törvényt is, amely meghatározza az ágazat pénzügyi kereteit, az idegenforgalmi adóra, a turizmus költségvetési támogatására és az üdüléscikk-rendszer működtetésére vonatkozóan is.

Az Országgyűlésen belül a Sport- és Turisztikai Bizottság a felelős a turisztikai területért, javaslattevő, véleményező és kormányzati munka ellenőrző szerve-

zetként. A bizottság feladata közé tartozik a turisztikai szempontok érvényesítése a jogalkotásban, turisztikai törvények megalkotásának kezdeményezése, a turizmus állami irányításának felügyelete és ellenőrzése. A turizmust érintő aktuális témákat folyamatosan megvitatja, és kezdeményezi a szükséges lépések megtételét.

A turizmus állami adminisztrációja szervezetenként korábban az Ipari és Kereskedelmi Minisztériumhoz, majd a minisztérium névváltozása után az Ipari, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Minisztériumhoz, később a Gazdasági Minisztériumhoz, a Miniszterelnöki Hivatalhoz, majd a regionális fejlesztésért és felzárkóztatásért felelős tárca nélküli miniszter felügyelete alá tartozó kormányhivatalhoz, a Magyar Turisztikai Hivatalhoz került. A turizmus-szakterület turisztikai szakállamtitkárságként az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium szervezeti rendszerében működött 2008 májusáig, majd napjainkban, a kormányzati struktúra átalakításával, az Önkormányzati Minisztérium szakállamtitkárságaként működik tovább. A turisztikai szakállamtitkár, akit a miniszterelnök nevez ki, az önkormányzati miniszter irányítása alá tartozik.

Az önkormányzati miniszter a jogszabályoknak és az állami irányítás egyéb jogi eszközeinek megfelelően vesz részt a kormányzati munkában, és feladat- és hatáskörének megfelelően a turizmus mellett felelős a helyi önkormányzatokért, a katasztrófák elleni védekezésért, a közigazgatás szervezéséért, a közokiratok kezelésének szakmai irányításáért, a sportpolitikáért, a lakásgazdálkodásért és lakáspolitikáért, a választójogi és népszavazási szabályozásért és a választások és népszavazások lebonyolításáért. A miniszter tanácsadó testülete a turizmus területén a Nemzeti Turisztikai Bizottság (korábbi nevén az Országos Idegenforgalmi Bizottság).

A Nemzeti Turisztikai Bizottság jogelődjét, az Országos Idegenforgalmi Bizottságot (OIB) 1996. február 1-jén hozta létre az önkormányzati miniszter jogelődje, az ipari és kereskedelmi miniszter. A bizottság az önkormányzati miniszter tanácsadó és döntés-előkészítő testületként működik, tagjai a jelentősebb turisztikai szakmai szervezeteket, valamint a regionális idegenforgalmi bizottságokat képviselik.

Az Önkormányzati Minisztériumon belül 4 szakállamtitkárság működik, ezek a közjogi és koordinációs szakállamtitkárság, az önkormányzati és lakásügyi szakállamtitkárság, a sport-szakállamtitkárság és a turisztikai szakállamtitkárság.

A turisztikai szakállamtitkárságot a turisztikai szakállamtitkár vezeti, aki a minisztérium szervezeti és működési szabályzatának megfelelően a miniszter közvetlen irányítása alatt áll. A turisztikai szakállamtitkárt az

önkormányzati és területfejlesztési miniszter javaslatára a miniszterelnök nevezte ki a kormány megbízatásának időtartamáig. A turisztikai szakállamtitkári közvetlen alárendeltségben jelenleg 17 státus működik, és ezzel a legkisebb szakállamtitkárság az Önkormányzati Minisztériumon belül. Közvetlen alárendeltségében működik a turisztikai szakállamtitkár titkársága és a turisztikai főosztály két osztállyal, a turisztikai fejlesztési és a turisztikai irányítási osztállyal.

A Regionális Idegenforgalmi Bizottság (RIB) olyan szakmai részvételre alapozott turisztikai koordinációs szervezet, amely felügyeletét az önkormányzati miniszter látja el. Feladatait rendelet szabályozza. A turizmus regionális szintű államigazgatási szerve, és a regionális fejlesztési tanácsokkal együtt látják el az államigazgatás regionális szintű képviselőjét és feladatait.

A Magyar Turizmus Zrt. napjainkban az Önkormányzati Minisztérium egyszemélyes tulajdonában lévő országos turisztikai marketing-szervezet. Az Országos Idegenforgalmi Hivatal jogutódjaként 1994. március 1-jén hozták létre, Magyar Turisztikai Szolgálat néven. Feladata az ország turisztikai kínálatának népszerűsítése, marketingkommunikációs tevékenység végzése külföldön és belföldön egyaránt, amit az éves marketingtervben meghatározottak szerint, az éves költségvetésének függvényében végez. Költségvetését a tulajdonos a turisztikai célleírásból biztosítja, és egyre inkább elvárja a saját bevétel-szerző tevékenység folytatását is. Nonprofit szervezetként működik, bevételeit turisztikai marketing-tevékenység végzésébe forgatja vissza.

A Magyar Turizmus Zrt. 2008-ban több mint ötmilliárd forintból gazdálkodott, országmarketingre 4,4 milliárd forintot, ezen belül a beutazó turizmus élénkítésére csaknem hárommilliárd forintot költött. A 4,4 milliárd forintos összegből, a turisztikai célleírásból 3,4 milliárd forint az állami támogatás, ezenfelül ötszázmillió forint céltámogatást kapott a tulajdonostól, a saját bevétele pedig 2008-ban elérte a félmilliárd forintot.

Legfőbb feladata Magyarország mint turisztikai desztináció arculatának építése, Magyarország ismertté tétele, imázsának folyamatos javítása, népszerűsítése. Mivel nonprofit tevékenységet folytat, az ország turisztikai kínálatának piacra vitelét versenysemleges módon kell végeznie. Cél a kereskedelmi vendégéjszakák számának és a turizmusból származó bevételek növelése, ami újérték-termelést serkent és javítja az ország fizetési mérlegét.

A marketingmunkát külpiazi és belföldi hálózatán keresztül folytatja a Magyar Turizmus Zrt. Külföldön 2008-ban 20 országban 22 külképviseletet működtetett,

további egy országban információs irodát tartott fenn. A külképviseletek feladata a célországban célzott marketingtevékenység végzése a nagyközönség és a Magyarországot programozó utazásszervezők felé, igényeik kielégítésével. Az éves jóváhagyott költségvetés függvényében a marketingkommunikáció széles eszköztárával él az országos marketing-szervezet, piacspezifikus kiadványokat készít és terjeszt, vásárokon, kiállításokon, rendezvényeken vesz részt, road show-kat szervez magyar szolgáltatók részvételével, hirdetéseket jelentet meg, folyamatos kapcsolatot tart fenn a helyi média és a turisztikai szolgáltatók, szövetségek képviselőivel, bemutatókat, tanulmányutakat, sajtótájékoztatókat szervez. Cél a kereskedelmi vendégéjszakák számának folyamatos emelése, amely cél az utóbbi években legjelentősebb küldő piacainkon nem valósult meg.

A belföldi hálózat regionális marketingigazgatóságokból és regionális turisztikai projektirodákból áll. Az ország hét turisztikai régiójában regionális marketingigazgatóságok működnek, amelyek területe megegyezik a területfejlesztési törvény által meghatározott régiókkal. Turizmusunk sajátosságának megfelelően két területen, a Balaton és a Tisza-tó esetében funkcionális régiók alakultak ki, mivel a turisztikai termék, a Balaton és a Tisza-tó egyrészt több statisztikai régióhoz tartozása nem eredményezhette a koordináció hatékony megteremtését, másrészt kiemelt termék-ként képviselőket, promóciójukat, értékesítésüket hangsúlyosabban láthatják el.

A regionális irodák a területükhöz tartozó turisztikai termékek képviselőjét látják el. Feladatuk közé tartozik régiójuk ismertté tétele, a turizmus szerepének növelése gazdasági életükben, ezáltal hatékony hozzájárulás a munkahelyteremtéshez, a termékfejlesztés ösztönzése, a minőségi turisztikai színvonal megteremtése, a térség promóciós munkájának ellátása, imázsának javítása és hangsúlyossá tétele, valamint a turisztikai szolgáltatók versenysemleges módon történő képviselője. Marketingtevékenységüket éves marketingterveik alapján végzik, költségvetésüket az állam a Magyar Turizmus Zrt. éves költségvetésében biztosítja. Részt vesznek a termékfejlesztésben, a regionális pályázatok kezelésében és elbírálásában, regionális kiadványok elkészítésében és terjesztésében, újságírók és tanulmányutak résztvevőinek fogadásában, informálásában, külföldi és belföldi turisztikai vásárokon képviselik a régiót és a régió szolgáltatóit.

A turizmus állami irányításának legalsó szintjét a turisztikai információs irodák, a Tourinform-irodák képezik. Feladatuk a helyi szinten történő információnyújtás, a helyi szolgáltatók versenysemleges módon történő képviselője a helyi turisztikai bevételek növelé-

se céljából. A Tourinform-irodákat az önkormányzatok hozták létre nonprofit feladat végzése céljából. Szakmai irányításukat névhasználati szerződésük alapján a Magyar Turizmus Zrt. végzi, ennek keretében napjainkban 145 turisztikai információs iroda működik Magyarországon. A Tourinform-irodák helyi szinten látják el a turizmus képviselőjét, és versenysemleges módon, képviselik a turisztikai szolgáltatók érdekeit, terjesztik kiadványaikat, saját kiadványokat készítenek és belföldi turisztikai vásárokon vesznek részt településük, városuk képviselőjében.

Az elkövetkező évek feladata többek között a nemzeti turizmusfejlesztési stratégiában megfogalmazott turisztikai desztinációmenedzsment-rendszer (TDM) kialakítása, elsősorban versenyképességünk és a szervezeti rendszer hatékonyságának növelése céljából.

A TDM-rendszer alapfelfogása, hogy vállalkozói részvétellel végezze helyi, térségi, regionális és nemzeti szinten desztinációmarketing-tevékenységet. A vállalkozások bevonása biztosíthatja a piaci folyamatokhoz és a vállalkozói igényekhez való folyamatos alkalmazkodást. A turisztikai desztinációmenedzsment-szervezet tagjai önkéntességi alapon szerveződnek, és a közös, hatékony, költségtakarékos marketingtevékenység végzésének igénye hívta életre őket. Alapelve a partnerségen alapuló alulról felfelé történő építkezés.

Mivel önkéntességi alapon jönnek létre, részvételükért tagdíjat fizetnek, a döntéshozatalba is beleszólási joguk van. Szervezeti tagságuk révén megfelelően informáltak a térségüket érintő turisztikai kérdésekben, feladatokban, és megfelelő koordinációban működhetnek térségük önkormányzati hivatalaival, amelyek általában a tevékenység végzéséhez szükséges infrastruktúrát és emberi erőforrást is biztosítják.

A létrehozandó turisztikai desztinációmenedzsment-szervezetek kialakításával az eddigi döntően centralizált, állami finanszírozással működő rendszer reformjára kerül sor, ami a vállalkozói részvételre, a vállalkozói anyagi hozzájárulásra helyezi a hangsúlyt versenyképességünk növelése céljából. A rendszer felállítása mögött az a logika húzódik meg, hogy a vállalkozások képesek a piac problémáinak megoldására.

A rendszer bevezetésére, illetve működésére helyi szinten, Magyarországon is vannak jó példák. Problémás területnek a megyei szint és a regionális szint látszik. Amíg a regionális államigazgatási irányítási szintet nem hozzák létre, addig a turizmus területén sem történhet előrelépés. A regionális szint kialakítása teljesen új helyzetet jelent, meghatározott feladatokat, finanszírozást, adóbeszedési jogosítványokat. Mivel kétharmados törvényről van szó, a konszenzus megteremtése hozhat áttörést.

Abban az esetben, ha az új rendszer logikájának megfelelő feladatmegosztási és finanszírozási rendszert nem fogadják el, a rendszert nehéz „talpra állítani”. Kialakításánál figyelembe kell venni annak hosszú távú működtetését, életképességét, az életképességet pedig többek között a pénzügyi biztonság megteremtése jelenti. Ehhez szükséges, hogy állami szinten szabályozzák azokat a pénzügyi forrásokat, adóbeszedési jogosítványokat az egyes szinteken, amin a térségek, régiók munkáját, munkájának eredményességét mérni tudják, és hosszú távon biztosítják, kiszámíthatóvá teszik. Amennyiben évenként kell lobbizni az éves költségvetésért, ez nem jelenthet kiszámítható pályát. A másik oldalon ugyanakkor teljesen érthető, hogy az egyes szintek csak aktív, kiszámítható vállalkozói részvétellel működhetnek. Az önkormányzatoknak, a megyéknek és a régióknak kell biztosítaniuk azokat az ösztönzőket, amelyekkel az egyes vállalkozások működését preferálják. Ebben pedig a kezüket nem szabad gúzsba kötni, hiszen rugalmasan kell tudniuk alkalmazkodni a piaci kihívásokhoz.

Az állam feladata a turizmusstatisztika területén: a turizmus gazdasági jelentősége nemzeti és regionális szinten

A turizmus mint üzleti tevékenység nem nélkülözheti az állam koordinációját és bizonyos esetekben részvételét a turisztikai fejlesztésekben. Az állami, közösségi beavatkozás szükséges ezen a területen. A turizmust is kiszolgáló infrastruktúra-fejlesztésekhez és az országimázst javító országmarketing-tevékenységhez szükséges közpénzekből is hozzájárulni. A jó célra és jó módon használt közpénzek később megtérülnek, bár a megtérülés módját néha nehéz bizonyítani. Közpénzekre van szükség a széles értelemben vett turizmus-infrastruktúra, az országmarketing céljára, valamint a szociális célú nemzeti turizmus támogatására. Támogatást igényelnek a turisztikai kisvállalkozások is, hiszen méretükből fakadóan jóval nagyobb kihívásoknak kénytelenek megfelelni, mint a közép- és nagyvállalati szektor. A közösségi források elnyeréséhez bizonyítani kell, hogy a turizmus előnyösebb más alternatív befektetési lehetőségekhez képest. Ehhez nélkülözhetetlenek a turizmus teljes – közvetlen és közvetett – gazdasági hatását nyomon követő számítások. A közpénzért való versenyben a turizmusnak makrogazdasági szempontok alapján kell helytállnia.

A turizmus statisztikai rendszerének alakítása, működtetése állami szintű feladat. Az állam érdeke, hogy tisztában legyen a turizmus gazdasági hatásának nagyságával nemzeti és regionális szinten egyaránt. Amenny-

nyiben a megfelelő statisztikai rendszere nem működik, úgy döntései is csak ad hoc jellegűek lehetnek.

A turizmus világszerte napjaink meghatározó, dinamikus fejlődő gazdasági tevékenysége annak ellenére, hogy a gazdasági válság hatására üzleti forgalma 2009-ben csökkenni fog, amelynek jelentőségét a „turizmusgazdaság” és a „turizmuságazat, -ágazatok” közvetett és közvetlen hatásával számszerűsítik. A mérvadó kutatóintézetek, szakmai szövetségek és szakmai szervezetek 2009-re a turizmusból származó kereslet csökkenésére, majd újra a fellendülésére számítanak. Gazdasági jelentőségét jelzi, hogy egyre több kormányzat, régió ismerte fel a turizmus stratégiai jelentőségét, és kész annak támogatására, annak ellenére, hogy a turizmust hagyományosan jól jövedelmező üzleti tevékenységként kezelték. Világszerte felismerték azonban, hogy a turizmus igényli az állam tevőleges részvételét, mivel számos olyan externália¹ társul hozzá, amely elkerüli a vállalkozók figyelmét, és így a fejlődés jóval alacsonyabb pályán és társadalmi szinten, kevésbé hatékonyan valósul meg, mint az államilag koordinált esetben.

A turizmus tényleges gazdasági jelentősége szerkezetágazó kapcsolódásai miatt nehezen ismerhető meg. Ennek vizsgálatára a turizmus szerepének növekedésével párhuzamosan folytak kísérletek. Napjainkban egy külön elemzési módszer kifejlesztésével és elterjesztésével, a turizmusszatellit-számlával a turizmus gazdasági eredményei nagyrészt megfoghatóakká és nemzetközi szinten is összehasonlíthatóakká váltak. A szatellit-számla a hagyományos makrogazdasági kerethez illeszthető számla, amely egyben előrejelzési adatbázisként is kezelhető, működtethető. Napjainkra ezzel lehetővé vált a turizmus mint nemzetközi jelenség egységes elveken és módszertani ajánlásokon alapuló vizsgálata, amelyet az OECD, az UNWTO, a WTTC, az UN, valamint a turisztikai kormányzati szervek, kormányzati statisztikai szervek, szakmai szövetségek és egyéb szakmai szervezetek közös erőfeszítései tettek lehetővé.

A turizmus makrogazdasági hatásainak mérése

Makrogazdasági szinten nem csak az számít, hogy a turistákat kiszolgáló vállalkozóknak mennyi haszna származik a turizmusból. A teljes jövedelmezőségbe az összes olyan többletjövedelem is beletartozik, amelyet a turizmus kereslete generál, beleértve a turizmussal közvetlen kapcsolatban álló ágazatok „háttéripárát”, az azokat kiszolgáló tevékenységeket. A turisták fogyasztása nemcsak a turizmus ágazataira hat, hanem a fogyasztás révén serkenti a mezőgazdasági termelést is a turisták által elfogyasztott élelmiszer-keresleten

keresztül, a turista kereslete által a városi közlekedés kihasználtsága egyenletesebbé válik, pótolja a szünidőben az akkor máshol üdülő rezidensek miatt visszaeső forgalmat.

Statisztikai szempontból a turizmus megfigyelése, mérése a turizmus jellegéből fakadóan sajátos feladat. Sajátos feladat, mivel önálló turizmuságazat a turizmus szerkezetágazó gazdasági kapcsolatai miatt nem létezik. Turizmusról akkor beszélünk, amennyiben a turista szokásos környezetét elhagyva, szokásos környezetén kívüli területen van jelen, fogyaszt. A turizmus kereslete mindig addicionális az adott területen, térségben, országban megszokott fogyasztáshoz viszonyítva. Ebből adódóan a turisztikai kereslet mindig kedvező, hiszen az addicionális fogyasztáson keresztül elősegíti a terület, a térség, az ország gazdasági növekedését. Olyan jövedelem elköltésével járulnak hozzá a turisták a meglátogatott térség, ország gazdasági növekedéséhez, amely máshol, a turista rezidens gazdaságában keletkezett.

A makrogazdasági hatás méréséhez ismerni kell, mekkora jövedelem keletkezik a turisztikai fogyasztás által, közvetlenül a turizmust kiszolgáló ágazatokban és közvetve a tovagyűrűző hatások által az egész nemzetgazdaságban. Tudni kell, hányan dolgoznak közvetlenül és közvetetten a turizmust kiszolgáló ágazatokban, milyen a turizmus hatása a foglalkoztatottságra. Mekkora a turizmus nettó költségvetési egyenlege, mennyivel haladják meg a turizmusból származó adóbevételek a turizmusra fordított költségvetési támogatások összegét. Fontos, hogy a teljes hatást vegyük figyelembe, nemcsak a turisztikai keresletet közvetlenül kiszolgáló ágazatoknak juttatott költségvetési támogatásokat és az onnan származó adóbevételeket kell összevetni, hanem a háttéripár költségvetési kapcsolatait is olyan mértékben, ahogy az a turisztikai fogyasztással kapcsolatos. Mivel a támogatások csak évek múltán indukálnak adóbevételt, a turizmusra fordított közpénzek megtérülésekor több évre előre kell számba venni a költségvetési kapcsolatokat.

A turizmus azáltal serkenti a gazdasági növekedést, hogy hatására nő a termelés annak érdekében, hogy az kielégítse a látogatók addicionális keresletét. A kínálati hatás számbavételét két körülmény is nehezíti. Egyrészt az, hogy a turista széles skálán fogyaszt, a szálláshelyi szolgáltatástól az étkezésem, közlekedésem át az utazás alatt vásárolt különféle fogyasztási cikkekig. Ezért nehéz áttekinteni, hogy mindez összességében milyen kínálatot indukál. Másrészt nem állhatunk meg a közvetlenül a turisztikai keresletet kiszolgáló ágazatok kibocsátásánál, hanem számításba kell venni a közvetett kínálati hatást is. Ebbe beletartozik a közvetle-

nül a látogatókat kiszolgáló ágazatok termelésén kívül az ezeknek beszállító ágazatok termelése is, például a vendéglátó-ágazatot alapanyaggal ellátó élelmiszeripar és mezőgazdaság is.

Amennyiben összesítjük a turizmus céljára közvetlenül vagy közvetve termelő ágazatok kínálatát (kibocsátását), az több-kevesebb halmozódást tartalmaz. Az utazásszervezők árbevételében például megjelenhet az általuk lefoglalt szálloda árbevétele is, amelyet beszámítunk a szálláshelyágazat kínálatába is. A számbavétel egyértelműsége miatt ki kell szűrni a termelési kapcsolatokból eredő halmozódásokat.

A turisztikai kereslet hatásában megkülönböztetjük a látogatókkal közvetlen kapcsolatba kerülő tevékenységekben jelentkező közvetlen kínálatot, amelyet a szakterminológia turizmuságazatnak nevez, valamint a turizmuságazat termeléséhez szükséges tovagyűrűző hatást, amit a szakterminológia turizmusgazdaságnak nevez. A keresleti hatást mérhetjük a bruttó kibocsátással, ez a halmozott hatás, vagy halmozódásmentesen, a termelésben keletkezett új (hozzáadott) értékkel.

A turizmusszámla legfontosabb célja, hogy meghatározza a GDP-nek a turizmus kereslete által indukált részét, a turizmus GDP-hez való hozzájárulását.

A turizmus makrogazdasági hatását összefoglalóan a különféle multiplikátorok számszerűsítik. A multiplikátorok közgazdasági alkalmazása több mint hetvenöt évre nyúlik vissza. A kérdés első tárgyalásának Kahn 1931-ben megjelent cikkét² tekintik.

A turizmus hatásvizsgálata során elsősorban az a kérdés a releváns, hogy a turistafogyasztás egységnyi kereslete milyen hatásokat vált ki a gazdaság többi területén. Közvetlen hatásnak nevezzük a turistákat közvetlenül kiszolgáló ágazatokban megjelenő hatást (turizmuságazat). Közvetett technológiai hatásnak nevezzük a termelési kapcsolatok révén a gazdaság összes ágazatában jelentkező hatást (turizmusgazdaság). Halmozott hatásnak nevezzük a gazdaságban a keletkezett jövedelmek elköltésén keresztül kimutatott hatást (ebben az esetben azt is figyelembe vesszük, hogy a turizmuskereslet kielégítése végett megnövekedett termelésből mennyi lakossági jövedelem keletkezik, és abból mennyi többletfogyasztás származik, mivel a pótlólagos kereslet kielégítése tovább növeli a termelést).

A turizmusszatellit-számla alapelve

A szatellit jelző azt a kapcsolatot szimbolizálja, hogy a turizmusra összpontosító részletes statisztikák úgy igazodnak a nemzeti számlák központi magjához, mint a naprendszerben a bolygók a naphoz. Ily módon a turizmussal kapcsolatos statisztikai mutatók

(a turizmus részesedése a bruttó hazai termékben, turizmusból származó költségvetési bevétel, turizmus foglalkoztatásnövelő hatása stb.) beilleszkednek a makrogazdasági statisztikák, a nemzeti számlák rendszerébe. Ez biztosítja a turizmusra vonatkozó statisztikák belső összhangját, valamint azt, hogy olyan mutatókat tudjunk kiszámítani, amelyekkel a turizmus rövid és hosszú távú jövedelmezősége egyértelműen összevethető más ágazatok hasonló mutatóival.

Amennyiben sikerül összerendezni a szatellit-számlához szükséges statisztikákat, ez egyben megteremti az alapját a megalapozott számszerű elemzések végzéséhez a turizmuspolitika várható makrogazdasági hatásainak előrejelzésére. Kiindulhatunk többféle megközelítésből is. Vizsgálhatjuk akár a nemzetközi turizmus keresletre vonatkozó trendjeinek hatását a magyar gazdaságra, akár a magyar gazdaság növekedési pályájának hatását a rezidens lakosság fogyasztási szerkezetére és ezen belül arra, hogyan alakul a nemzeti – azaz a magyar rezidensek által igénybe vett – turizmusfogyasztás. Végezhetünk olyan vizsgálatokat is, hogy a turizmus területén megvalósult és költségvetési forrásokból is támogatott beruházások hogyan bővítik a turizmuságazatok kínálatát, és ezen keresztül mennyivel több jövedelem keletkezése várható nemzetgazdasági szinten, és ebből következően a költségvetési források milyen gyors megtérülésére számíthatunk.

A turizmusszatellit-számla jelenti a turizmus makrogazdasági hatásainak bemutatására alkalmas statisztikai adatbázis összeállítását, valamint erre az adatbázisra alapozva a turizmus jövőjére vonatkozó hatásvizsgálatok, modellek kidolgozását. A számla összeállításával egy olyan eszköz birtokába jutottunk, amely lehetővé teszi, hogy konzisztens módon számszerűsíteni lehessen a középtávú turizmuspolitikai scenáriókat, valamint azok gazdasági hatásait. Úgy is mondhatjuk, hogy a turizmusszatellit-számla egy a turizmus gazdasági hatásának modellezése céljára kialakított információs rendszer, amely magába foglalja a turizmusra vonatkozó gazdasági információk konzisztens adatbázisát, valamint az erre épülő tervezési, előrejelzési modellek családját.

Magyarország turizmusszatellit-számlái

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) 2002-ben célul tűzte ki, hogy nemzetközi és tárcaközi együttműködés keretében összeállítja Magyarország turizmusszatellit-számláit. A turizmusszatellit-számla elkészítésének szükségességét a turizmus magyar gazdaságban betöltött jelentős szerepe, valamint a nemzetközi szervezetek aktív lobbimunkája teremtette meg. Aktív lobbitevékenységükben fel kívánták hívni a kormányzatok figyelmét a turizmus valós gazdasági szerepére,

és egy olyan rendszer felállítását tűzték ki célul, amely révén a nemzetek turizmusteljesítménye összemérhető és megfelelő előrejelzési adatbázisként is felhasználható. Ez az összehasonlítás feltételezte az azonos definíciók elfogadását és a nemzeti számlarendszerekbe a turizmus szatellit módon való befogadását.

A turizmuszatellit-számlák elkészítése egy hosszú folyamat eredményeképpen válhatott valóra Magyarországon, és az első számla felállításával a folyamat még nem állt meg. Ugyanis a nemzeti sajátosságokat nem egyszerű egy, a nemzetközi szervezetek által elkészített ajánlásban figyelembe venni. És itt ajánlásról, és nem elkészített kész rendszerről volt szó, ami egyszerűen bevezethető és alkalmazható. Magyarországon az első alkalommal összeállított táblázatok a nemzeti sajátosságok miatt nem követték teljeskörűen a nemzetközi ajánlásokat.

A kereslet meghatározásakor, a fogalmak egyértelmű használata érdekében, meg kellett határozni, ki minősül látogatónak és mit tartalmaz a turisztikai kereslet. A szűkebb értelmezés szerint a látogatók olyan, nem a szokásos környezetben fogyasztó természetes személyek, akik az ott-tartózkodásért díjazásban nem részesülnek. Ez a meghatározás kizárja a munkavállalási célból, ösztöndíjas diákként, katonai kirendelésen a szokásos környezetétől távol tartózkodó személyeket. A bővebb értelmezés csak az ott-tartózkodás idejére tesz korlátokat (átmeneti jelleggel), de az átmeneti jelleggel munkavállalókat, tanulókat, katonai szolgálton lévőket is a látogatók közé sorolja³. A turizmuspolitika számára a szűkebb meghatározás a releváns, hiszen a turizmustermékek fejlesztésével aligha befolyásolhatók a munkavállalási, tanulási motivációkból történő helyváltoztatások. Az információs rendszer szempontjából a bővebb fogalom ugyanakkor egyszerűbben kezelhető, a statisztikai adatokban szinte lehetetlen elválasztani a turizmus és a más motivációkból a megfigyelés helyén való időleges tartózkodást.

A turizmuskeresletnek is létezik egy szűkebb és egy tágabb értelmezése: A szűkebb fogalomba csak a látogatók fogyasztásával keletkező kereslet tartozik bele. A tágabb értelmezésben a kereslet részét képezik a turizmusfogyasztás kielégítése céljából alkalmazott beruházások, valamint az államháztartás turizmussal kapcsolatos kiadásai is. A turizmusra fordított beruházási, felhalmozási adatokat az intézményektől gyűjtött beruházásstatisztikából határozták meg. Az alkalmazott ágazati bontásnak megfelelő adatokat határozták meg.

A fogalmakat illetően Magyarország turizmuszatellit-számlájában a KSH az idegenforgalom szót a vendégforgalom leírására használja, ami tartalmazza a

turisztikai és a nem turisztikai motivációval Magyarországot felkereső külföldieket, a turizmus kifejezést pedig a turisztikai motivációval utazók leírására. A turizmuszatellit-számlák táblái a turisztikai motivációval utazók fogyasztását tartalmazzák, a nem turisztikai célból utazók adatai elkülönítve szerepelnek.

Az első turizmuszatellit-számla összeállításához a meglévő adatbázisokon kívül új típusú, megfelelő mintaszámú adatfelvételek megtervezésére volt szükség. Az adatfelvételeknek az elvégzése igen költséges feladat, amit központi forrásokból kellett biztosítani, csakúgy, mint a nemzetgazdaság egyéb területeire elvégzett adatfelvételeket. Ezekre az adatfelvételekre azonban szükség van, ezért támogatta az adatfelvételeket a Magyar Nemzeti Bank is, mivel a fizetési mérleg összeállításához alapadatokra volt szüksége.

A turizmuszatellit-számlát 2004-ben állították össze. Ebben az évben a turisztikai ágazatok GDP-je és a nemzetgazdasághoz való hozzájárulása 877 milliárd forint volt, ami 5%-os hozzájárulást jelentett. A GDP nagysága a tovagyrúzó hatások figyelembevételével és a nemzetgazdasághoz való hozzájárulása 1390 milliárd forint és 8,5%-os hozzájárulást jelentett. A turizmus jellemző ágazataiban foglalkoztatottak száma 398 ezer fő volt, a foglalkoztatottak száma a turizmus céljából halmozottan pedig 490 ezer fő.

A külföldiek összes magyarországi fogyasztása 2004-hez képest 2006-ra növekedett, és 937 milliárd forintot tett ki. Ezen belül a külföldiek magyarországi turisztikai fogyasztása 670 milliárd forint, a lakosság utazással összefüggő fogyasztása belföldön 674 milliárd forint volt. A lakosság turisztikai fogyasztására belföldön, az összes hazai turisztikai fogyasztásra, a turisztikai ágazatok összes kibocsátására a turisztikai ágazatok GDP-jére, a GDP-re a tovagyrúzó hatások figyelembevételével, a foglalkoztatottak számára a turizmus jellemző ágazataiban és a foglalkoztatottak számára a turizmus céljából halmozottan nincsen 2005-re és 2006-ra vonatkozó adatunk.

Az MNB fizetési mérlegének adatai szerint az utasforgalmi export 2004-hez és 2005-höz viszonyítva is nőtt, és 2006-ban 937 milliárd forintot tett ki. Az utasforgalmi import 2006-ban 558 milliárd forint volt, így az egyenleg 399 milliárd forint, a turizmus ennyivel javította az ország fizetési mérlegének az egyenlegét.

Az állami szabályozás területei a turizmusban

A turizmus gazdaságpolitikájának általános célja a turizmus hozzájárulásának maximalizálása a nemzetgazdaság jólétéhez (OECD, 1967). Ez magába foglalja a

fizetési mérlegre gyakorolt hatás optimalizálását, a regionális fejlesztést, a munkahelyteremtést, a jövedelmek újraelosztását és növelését, a társadalmi, gazdasági jóléthez való hozzájárulást és a kincstári bevételek maximalizálását.

A kormány szerepe a szabályozást (engedélyezés, tervezés, osztályozási és besorolási rendszerek), az újraelosztást (az adópolitikában és a tőkeinjekcióban, mint például infrastrukturális beruházás, szubvenció, kölcsön, nemzeti marketingtevékenység, szociális turizmus), valamint a kormányzati beszerzést és fogyasztást foglalja magába.

Napjainkban, különösen a nyugati világban, a kormányok a be nem avatkozás politikáját gyakorolják a turizmusban. A korábbi erőteljes beavatkozás után a kormányok szerepüket inkább vezetőként látják, és a privát szektor beruházásait ösztönzik költségvetési vagy egyéb eszközökkel. Ezt a szerepet egyre inkább felvállalják és alkalmazzák a regionális és helyi államigazgatási szervezetek is.

Magyarországon az általános gazdaságpolitikai célok eléréséhez és a gazdaság megfelelő működéséhez a közgazdasági és a jogi szabályozórendszer széles eszköztárát alkalmazzák a kormányzati munka minden szintjén, a nemzetitől a helyiig. A turizmust szabályozó közgazdasági és jogi szabályozórendszerben normatív és a turizmusra érvényes speciális szabályozások is megtalálhatóak.

A közgazdasági szabályozás körébe tartozik többek között a turisztikai céléleírászat, az idegenforgalmi adó, az üdülési csekk és a fizetővendéglátás adómentes értékhatárának meghatározása.

A jogi szabályozás esetében az európai uniós tagságunknak megfelelően eleget kell tennünk jogharmonizációs kötelezettségünknek. Habár a turizmus egészét önálló területként szabályozó uniós jogszabály nincsen, az uniós turizmus szabályozását az egyes közösségi politikák mentén fedi le (például versenypolitika, fogyasztóvédelmi politika, közlekedéspolitikai, támogatáspolitikai).

A turizmust érintő jogszabályok és az állami irányítás egyéb eszközeinek listája az évek folyamán egyre tekintélyesebbé vált, illetve a környezeti változások és az Európai Unióhoz való csatlakozásunk révén folyamatosan átalakult.

A turizmustörvénnyel a turisztikai szakma alaptörvényének megalkotását tervezték, amely megfelelő jogi keretet biztosíthat turizmusunk jövőbeli hatékony fejlesztéséhez. A turizmustörvény tervezetét 2008-ban dolgozták ki. Jelenlegi állapotában azonban a tervezet nem élvezte a parlamenti többség támogatását.

A turizmust érintő jogszabályok és az állami irányítás egyéb jogi eszközei

Jogszabályok szabályozzák a turizmus egyes államigazgatási szervezeteit, a turisztikai vállalkozásokat, a kereskedelmi és fizetővendéglátó-helyek osztályba sorolását, a vendéglátóüzletek kategóriába sorolását, az idegenvezetést, az utazásszervező és utazásközvetítő tevékenységet, a vállalat alapítástól kezdve az irodára előírt követelményeken, az adó mértékén, a fogyasztóvédelmi feladatokon, a falusi és agroturisztikai szolgáltató tevékenységen át a turisztikai tevékenység gyakorlásához szükséges képesítésekig.

Elmondható, hogy a turizmus szakterület jogszabályi háttere alaposan, részletesen szabályozza a terület működését. Ennek ellenére a turizmus szakmai képviselőinek régi vágya a turizmusminisztérium megalakításával párhuzamosan a turizmustörvény megteremtése, ami a turizmus államigazgatási feladatait és a feladatok megvalósításához szükséges finanszírozást is hosszú távon biztosítaná, és ami a terület valós gazdasági súlyának megfelelő elismerését jelentené.

A turizmus törvénytervezete

A turizmusra vonatkozó hatályos hazai joganyag többszintű és széttagolt. Törvényi szinten is tartalmaz turizmust érintő intézkedéseket (például belkereskedelmi törvény, költségvetési törvény, a helyi adókról szóló törvény, a helyi önkormányzatokról szóló törvény), de a részletek szabályozása alacsonyabb szintű jogszabályokban, kormány- és miniszteri rendeletekben nyert elhelyezést.

A turizmustörvény megalkotásának legfőbb indoka, hogy a turizmussal kapcsolatos irányítási és szervezeti rendszer átalakulása, a turizmusban képződő pénzügyi források visszaforgatása, az egyes irányítási szintek finanszírozási megoldásai, az állami intézkedések ágazatközi összehangolásának követelménye nem került jogszabályba rendezve.

A turizmusról szóló törvénytervezetet az önkormányzati és területfejlesztési miniszter az igazságügyi és rendészeti miniszterrel közösen készítette elő 2007-ben. A turizmustörvény-tervezetet a nemzeti turizmusfejlesztési stratégiát és a nemzeti turizmusfejlesztési stratégiáról és az azzal kapcsolatos intézkedésekről szóló 1100/2005. (X. 7.) korm. határozatot (a továbbiakban: korm. határozat) alapul véve dolgozták ki. A turizmustörvényt a törvénytervezet szakmai egyeztetése és elfogadása után az Országgyűlés alkotja meg.

A törvényjavaslat célja elsődlegesen, hogy meghatározza a turizmussal kapcsolatos állami és önkormányzati feladatokat, meghatározza a turisztikai tevékenységek gyakorlásának általános feltételeit, a turizmusban

érdekelt állami és egyéb szervezetek együttműködésének kereteit, elősegítse a turizmus céltudatos fejlesztéséhez szükséges feltételek kialakítását, a fenntartható fejlődést, valamint a turizmusban működő vállalkozások működését és fejlődését.

A törvény megalkotását a turisztikai szakmai szervezetek (Országos Idegenforgalmi Bizottság, Magyar Szállodaszövetség, MUISZ, VIMOSZ, MISZ, MATUR stb.) már régóta sürgetik. A törvény megalkotásának szükségességét a turizmusnak a magyar gazdaságban betöltött jelentős szerepével indokolják, valamint azzal a ténnyel, hogy a turizmus gazdasági és életminőségre gyakorolt jelentős hatása nem tükröződik a jogalkotásban.

A törvény meghatározza az alapfogalmakat. Erre nagy szükség is van, ugyanis a turizmus fejlődéstörténete folyamán a turizmus alapdefiníciója is sokat változott a környezeti feltételek megváltozása tükrében, és legutoljára a turizmusszatellit-számlák elkészítésekor került sor a nemzetközi szervezetek által a turizmus alapfogalmainak ajánlás szintű pontosítására, amit Magyarország is alkalmaz saját turizmusszatellit-számlájában.

A törvénytervezet meghatározza azokat a feladatokat, amiket a turizmus területén a központi állami szervezeteknek és az önkormányzatoknak kell ellátnia. Nevesíti az Országgyűlés, a kormány turizmussal kapcsolatos feladatait és tevékenységét, a turizmusért felelős miniszter feladatait, különös tekintettel a stratégiára és a turizmusfejlesztési programokra.

A turizmussal kapcsolatos területi feladatok vonatkozásában a területfejlesztési törvény által meghatározott regionális felosztást veszi alapul. Ezt kiegészíti a két üdülőkörzettel, mint funkcionális régióval, a Balatonnal és a Tisza-tóval. Régiós szinten meg kell alapítani a Regionális Turisztikai Bizottságokat, amelyek a régió turizmuspolitikájának legfőbb alakítói, a Balaton és Tisza-tó kiemelt üdülőkörzetekben pedig Turisztikai Régiós Együttműködési Tanácsot kell létrehozni.

A Regionális Turisztikai Bizottságok (RTB) a Regionális Területfejlesztési Tanácsok (RFT) részeként, annak bizottságaként működnek, a RFT turizmust érintő döntéseiben a RTB-nek egyetértési joga van. Az RTB tagjait az érintett megyei közgyűlések, a települési önkormányzatok, a gazdasági kamarák, a munkaadói és a munkavállalói szervezetek, a szakmai szövetségek, a helyi turisztikai egyesületek és azok regionális szövetségi tagjai közül, valamint a turizmussal kapcsolatos állami feladatok kormányzati ellátásáért felelős minisztérium munkatársai közül a miniszter kéri fel. Az RTB elnökét is a miniszter nevezi ki.

Az RTB-k alakítják ki a régió turizmusfejlesztési stratégiáit, terveit, programjait, javaslatot tesznek a régió turizmusának fejlődésére, részt vesznek a regionális turisztikai alaphoz támogatandó programok, pályázatok elbírálásában és biztosítják a regionális turizmusfejlesztési stratégiák integrálását a regionális területfejlesztési tervbe. Irányítják, összehangolják annak működését, koordinációs tevékenységet folytatnak a nonprofit marketing- és promóciós munkában, közreműködnek a turisztikai oktatási és szakképzési feladatok régiót érintő részében és ellátják mindazokat a feladatokat, amelyeket a miniszter a hatáskörükbe utal.

Meghatározza a fővárosi, illetve a megyei önkormányzatok turisztikai feladatait és hatáskörét is. Ennek megfelelően turizmusfejlesztési programokat dolgoznak ki a stratégiával összhangban és összehangolják a turizmusfejlesztési programban résztvevők tevékenységét. Együttműködnek a turisztikai feladatokat ellátó hatóságokkal, önkormányzatokkal, turisztikai szervezetekkel, a különböző szintű fejlesztési tanácsokban a turizmus érdekeinek érvényesülését képviselik, elősegítik a turisztikai infrastruktúra fejlesztését és ösztönzik a turisztikai befektetéseket.

A törvénytervezet rendelkezik a turizmust érintő hatósági feladatok ellátásáról, amelyek közé tartozik az utazásszervező és közvetítő tevékenységet végző turisztikai vállalkozók hatósági nyilvántartásba vétele, törlése, tevékenységük ellenőrzése, az idegenvezetők hatósági nyilvántartásba vétele és törlése, a lovas szolgáltatást végzők hatósági nyilvántartásba vétele, tevékenységük ellenőrzése, a vendéglátóipari üzletek, a kereskedelmi szálláshelyek, valamint az utazási irodák, utazási ügynökségek és turisztikai szolgáltatóirodák működési engedélyeinek kiadása, visszavonása, az üzlet átmeneti bezárása. Továbbá a működésük ellenőrzése, a magán szálláshelyet turisztikai céllal hasznosítók nyilvántartásba vétele, a falusi és agroturisztikai tevékenységet végző személyek nyilvántartásba vétele, törlése, ellenőrzése, a szabálysértések feltárása és a szükséges intézkedések megtétele.

Meghatározza a turizmus fejlesztésének pénzügyi forrásait, ami az Európai Unió pénzügyi alapjaiból, az állami költségvetés turisztikai célú hozzájárulásából, a regionális turizmusfejlesztési forrásokból és a helyi turizmusfejlesztési forrásokból tevődik össze.

A turizmustörvény-tervezet egy kerettörvény. A turizmusra vonatkozóan kódexszerűen nem lehet valamennyi rendelkezést felsorolni, ugyanis ez jogtechnikai szempontból hátrányos lenne. Hátrányos, mivel a törvény rendelkezéseinek módosításához vagy új rendelkezésekkel történő kiegészítéséhez a parlament jóváhagyása, döntése kell, ami időigényes feladat, és túlszabályozást jelentene.

A turizmustörvény kerettörvényjellege miatt csak a viszonylag állandónak tervezett feltételeket szabályozzák, a gyorsabban változó követelményeket alacsonyabb szintű jogszabályokban írják elő.

Az adózás

Az állami szabályozás egyik kulcsterülete az adózás kérdésköre. Az adott ország adózási rendszere a versenyképesség szempontjából meghatározó tényező. Néhány országban a turizmus adminisztrációja regionális szintű, és az adókat regionális és helyi szinten szedik be. Az adók koordinációja nemzeti szinten ugyanakkor elengedhetetlen.

Azokban az országokban, ahol a nemzeti koordináció nem működik, a turisztikai vállalkozások számtalan adószedőnek vannak alárendelve. Ebben az esetben a helyi és a regionális szinten kivetett adókat is meg kell fizetni, amelyek nem koordináltak a központi kormányzat által. Spanyolországban a turizmus regionálisan menedzselte, de a koordináció központi, így a rendszer jól működik, a döntéshozatalba a turisztikai vállalkozásokat is bevonják, a direkt alapokba történő hozzájárulást nem követelik meg.

A turizmusban működő vállalkozások döntő része mikro-, kis- és középvállalkozás. Versenyképességüket jelentősen befolyásolja az a tény, hogy Magyarországon nemzetközi összehasonlításban magasak az adó- és járulékkeretek, valamint az általános forgalmi adó, amelynek további emelése várható. A magyar adótörvények elsősorban a nagyvállalatoknak, és nem a kis és közepes méretű vállalkozásoknak kedveznek.

A személyi jövedelemadó más európai országokkal összehasonlítva hazánkban magas, a társasági adó ugyanakkor alacsonyabb. E két adófajta szabályozása tagállami hatáskörben van, erre vonatkozóan a közösségi joganyag nem tartalmaz előírást.

A helyi adók esetében Magyarországon létezik egy speciális adó, az idegenforgalmi adó. A települési önkormányzatok adómegállapítási joggal rendelkeznek, amelyet a Magyar Köztársaság Alkotmánya (1949. évi XX. tv.) szabályoz a 44/A. § (1) bekezdés d) pontjában. E szerint a helyi képviselő-testület a törvény keretei között megállapítja a helyi adók fajtait és mértékét. Részletes szabályait a helyi adókról szóló 1990. évi C. törvény tartalmazza.

Az idegenforgalmi adót, amit a helyi önkormányzat vehet ki, a turisták fizetik meg az általuk eltöltött vendégéjszakák alapján. Minden beszedett 1 forint idegenforgalmi adó után a települési önkormányzatok további két forint támogatást kapnak. Nincs jogszabályba foglalt kötelezettségük arra nézve, hogy az adót és a támogatást turisztikai célra költse el. A tapasztalatok

azt mutatják, hogy nagy különbségek vannak arra vonatkozóan, hogy kik szednek be idegenforgalmi adót, és az mekkora nagyságrendű. Az idegenforgalmi adó mértékét abszolút értékben vagy %-ban is meghatározhatják, a kivethető legmagasabb összeget maximálják.

A vendégéjszakák után fizetett összegből és az épületadókból 5,6 milliárd forint folyt be 2006-ban a költségvetésbe. A bevétel ötöde Budapesten képződött, de jelentős bevételt könyvelhettek el a Balaton-parti és a gyógyturisztikai szolgáltatásokat nyújtó városok, települések is. Magyarország 3174 önkormányzatának ugyanakkor csaknem egyhatoda, 540 önkormányzat szed be idegenforgalmi adót.

A turizmusban tevékenykedő vállalkozások számára rendkívül nagy terhet jelent a gyakorlatilag adóként funkcionáló szerzői jogdíj. Tulajdonképpen egy használati díjról van szó. A díjak településenként és kategóriától függően differenciáltak.

Az ágazat munkaerőigénye igen magas, ezért a bérekhez kapcsolódó, nemzetközi viszonylatban is magas járulékfizetés komoly gondot jelent a vállalkozásoknak.

Turizmuspolitika és turizmusstratégia

A globalizáció körülményeinek számtalan oka utal arra, hogy a gondosan tervezett turizmuspolitika alapvetően szükséges a kompetitív versenyelőnyök megszerzéséhez. A múlthoz hasonlóan a legjobb út a turizmus potenciáljának megfelelő optimális fejlesztéshez helyi és regionális szinten is a koordinált, piacorientált tervezés.

Mindazonáltal a kompetens állami hatóság érdeke a turizmus számára szükséges infrastruktúra folyamatos javítása. A turizmusban az állam visszavonhatatlan kötelessége a közösségi javak, mint például biztonság, közlekedési erőforrások, tájkép védelme, biztosítása. Abban a mértékben, amelyben a turizmus stratégiaiilag fontos szektor a gazdaságban, társadalmi turizmuspolitikára van szükség nemzeti szinten ahhoz, hogy a turizmusbarát keretfeltételeket biztosítsuk a turizmus számára. Az innovációnak és a kooperációnak az aktív állami ösztönzésére van szüksége a kínálati oldalon, és a termékfejlesztésre és marketingre a desztináció szintjén annak érdekében, hogy legyőzzük a piaci torzulást a törekény kisvállalkozási üzleti struktúra miatt a betáplálásban, és kihasználjuk a kiaknázatlan kompetitív lehetőséget.

A turizmusfejlesztési politika teremti meg az alapját a turisztikai fejlesztéseknek és az irányításnak, valamint szükséges eleme a nemzeti és regionális turizmustervezésnek. A fejlesztés típusának és helyszínének a fejlesztési terv biztosítja a keretét.

Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia

A napjainkban is hatályos Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiát a kormány 2005. szeptember 28-án fogadta el. Ez a dokumentum képezi az alapját a 2005–2013 közötti időszaknak, és a vállalt feladatokat, kötelezettségeket is ebben az időszakban kell elkészíteni. Az európai uniós fejlesztési programok megvalósítására vonatkozó ún. „n+2” szabálynak megfelelően, ami szerint a pénzügyi kötelezettségvállalás évétől számítva két év áll rendelkezésre a forrás felhasználására, a megvalósítás 2015-ig tarthat.

A stratégia megvalósítására a hazai és uniós forrásokból való részesedés ad lehetőséget. Alapvető feltétel ugyanakkor a különböző érintett partnerekkel való együttműködés folytatása és szorosabbá tétele. A turizmus központi irányításának célja, hogy a más területeken megvalósuló fejlesztések ösztönzően hassanak a turisztikai fejlesztésekre, azokat elősegítsék és a szinergiahatást erősítsék. Ezért az ágazat hosszú távú fejlődése érdekében a partneri viszony ápolása kiemelten fontos.

Az Európai Unió 2004. évi 3. kohéziós jelentése tartalmazta a bizottság álláspontját a regionális politika kérdésében. A reform folyamán három prioritást, a konvergencia és versenyképességet, a regionális versenyképességet és foglalkoztatást, valamint az európai területi együttműködést határozta meg. Ezek a prioritások a határokon is átnyúló regionális fejlesztésekre és pénzügyi keretekre vonatkozó javaslatokat is tartalmaztak.

A bizottság álláspontját tükrözve készült el a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiánk, ami fő célként a versenyképesség, az életminőség javítását tűzte ki. Szerkezetét az öt pillérben való gondolkodás határozza meg, amelyen belül az első a turizmus versenyképességi, társadalmi és természeti versenykörnyezetével foglalkozik, a 2. és 3. pillér a turizmus kínálatát és a turistafogadás feltételeit tárgyalja. A 4. pillér az emberi erőforrást jelenti, az 5. pedig a működési rendszert.

A stratégia javaslatot tesz a legfontosabb, legsürgősebb beavatkozást igénylő területekre. A stratégia megvalósítását ennek megfelelően ezeken a területeken kell elkezdni, mivel ezek a területek vannak leginkább hatással a turizmus eredményeinek alakulására.

A prioritások:

- a hazai turizmus versenyképességének növelése,
- a piaci igényeknek megfelelő szálláshelykínálat és vendéglátás kialakítása,
- a turisztikai termékfejlesztés nemzeti szintű prioritásai,
- az innováción alapuló kínálatfejlesztés, regionális szintű desztinációfejlesztés,

- az iskolarendszerű képzés erősítése,
- a turizmus általános megítélésének és elfogadottságának a javítása,
- a regionális intézményrendszer átalakítása.

A hazai turizmus versenyképességének növelése döntően függ a turisztikai kínálatától. A kínálatnak az aktuális fogyasztói igényekhez kell igazodnia és folyamatosan megújulásra késznek lennie. Az innovációs képesség, a kínálat egyedisége, a magas minőségi színvonal, a kedvező ár-érték arány azok a területek, amelyek kulcsfontosságúak, és megvalósításuk turizmusunk versenyképességét biztosítják.

A termékfejlesztési célok kijelölésénél a vonzerőket vették alapul a stratégia készítői. A turisztikai termékfejlesztés nemzeti szintű prioritásait három termékben határozták meg, ezek fontossági sorrendben az egészségturizmus, az örökségturizmus és a kongresszusi turizmus. Az egészségturizmus kiemelt fontosságát különleges természeti adottságunknak, a termálvíznek köszönhetjük, hiszen Magyarország rendkívül gazdag termálvízben. Az egészségturizmus fejlesztésének két fő ága van, a gyógyturizmus és a wellness-turizmus, ami két különálló fejlesztési területet jelent. Az örökségturizmust a stratégia a kulturális értékeken alapuló turizmus értelmében használja, ami kiválóan alkalmazható vonzerőként. Éppen ez a kulturális örökség az, ami hosszú távon egyediséget és különlegességet kölcsönöz turizmusarculatunknak. A harmadik számú prioritás a kongresszusi turizmus a hivatásturizmuson belül, hiszen a konferenciákon, kongresszusokon résztvevők fajlagos költsége magas, és visszatérő vendégek, akik a desztinációt később szabadidejükben családjukkal, barátaikkal keresik fel.

A kiemelt desztinációk közül az első számú célterület Budapest, ami egyben Magyarország legfontosabb nemzetközi vonzerővel rendelkező attrakciója. Budapest esetében a terméket folyamatosan fejleszteni kell, és kiemelt fontosságú légi közlekedésének fejlesztése. A Balaton mint a második legnépszerűbb turisztikai desztináció strukturális problémákkal küzd. Kiutat a folyamatos, innovatív termékfejlesztés jelenthet.

A turistafogadás feltételeinek javítása összetett, több tárcát érintő feladat, amely a rendelkezésre álló közlekedési eszközökön túlmenően a turisztikai alapszolgáltatások keresleti trendeknek megfelelő fejlesztését is célul tűzi ki. A turisták élményét alapvetően befolyásolja a célterület elérhetősége.

Az emberierőforrás-fejlesztésnél három sarkalatos cél elérését tűzte ki a stratégia, az oktatási rendszer munkaerő-piaci igényeinek megfelelő átalakítását, a szemléletformálást és a stabil foglalkoztatási környezet kialakítását.

A hatékony működési rendszer kialakítása egy új, turisztikai intézményrendszer megteremtését tűzte ki célul, ami a helyi szintű desztináció fejlesztésére alapulva alulról felfelé építkezik, és a hatóságok mellett a turisztikai vállalkozók bevonására, a partnerségre épít. A stratégia meghatározza az egyes szintek egymásra épülését és a szervezetek fő feladatait.

Meghatározták a célkitűzések megvalósításának eszközeit is. Ezek a szabályozás (jogszabály-módosítás, jogszabályalkotás), a beruházás (pályázati formák, PPP, magánszféra, önkormányzatok forrásainak mozgósítása), az intézményi eszközök (intézményfejlesztés, nemzetközi kapcsolatok), a marketing és a kommunikáció.

A közösségi és privát együttműködés főbb területei napjainkban és a jövőben

Az ezredfordulóig a közösségi és a privát szféra együttműködésének legfontosabb területe a marketing és a promóció volt a fejlett gazdasággal rendelkező országok esetében. A költségvetési kényszer hatására a kormányzatok elismerték, hogy a közösségi szektor által vezetett marketingszervezetek gyakran kevésbé vállalkozóak és hatékonyak, mint amelyeket az ipar saját maga vagy az iparral történő szoros együttműködésben vezet. Ennek eredményeként egyre inkább keresik a privát szektorral való együttműködés lehetőségét, és a marketing- és promóciós feladatokban egyre nagyobb rész, szerep jut a privát szférának a hagyományosan kormányzat által végzett feladatokból.

Ez a folyamat a marketing- és promóciós feladatok egyre élesebb elválasztását eredményezte a hagyományos nemzeti turizmus kormányzati, hivatali feladatoktól. A legtöbb fejlett gazdasággal rendelkező országban félig közösségi, nemzeti, turisztikai marketingszervezeteket hoztak létre, és önálló szervezetként fogadták el nemzeti szinten a beutazóturizmus promóciójára. A magas decentralizációval rendelkező országokban ez az együttműködés nemcsak a központi kormányzati szintet mint közösségi partnert érintette, de a regionális és a helyi hatóságokat is.

A nemzeti turizmus promócióban a privát szektor finanszírozása egyre nő, mindazonáltal nagyon fontos megjegyezni, hogy meglehetősen szerény részt képvisel néhány országban. Mindazonáltal a nemzeti turisztikai hatóságok számára nem volt egyszerű elérni a privát szféra hozzájárulását.

A privát szektor finanszírozása nem automatikus, és nem képezi részét a központi költségvetésnek. A partneri finanszírozást akár a helyi hatóságtól, akár a privát szektortól érkezik, meg kell keresni, néhány esetben konkrét programokhoz, kampányokhoz kapcsolódva.

Annak ellenére, hogy a marketing és a promóció a leginkább közös terület a közösségi és a privát szektor együttműködésében, és inkább formai együttműködésnek, ez egyáltalán nem kizárólagos területe az együttműködésnek. Az infrastruktúra és termékfejlesztés, az oktatás és továbbképzés, finanszírozás és befektetés mind lehetőséget nyújt az együttműködésre a közösségi és a privát szféra között, hogy hozzájáruljon a turizmus növekedéséhez az egyre erősebb versennyel küzdő turizmusban.

Egyre evidensebbé válik az együttműködés fontossága a biztonság, az egészségügy, a környezet, a kultúra és az örökség vonatkozásában. A kormányzatok pedig egyre inkább felhívják a privát szféra figyelmét az állami tulajdonú létesítmények vezetésére, működtetésére, mint például a nemzeti örökség részét képező építmények vagy közszolgáltatások.

A régiók támogatása az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében

A régiók támogatására az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében kerül sor, ami egyben a régiók megerősítését szolgálja a globalizáció által szított versenykörnyezetben. Annak ellenére, hogy közigazgatási értelemben még nem jöttek létre Magyarországon a régiók, az Európai Unió regionális politikája keretében a régiók fejlesztésére összpontosít.

Hazánk 2007 és 2010 között 22,4 milliárd euró uniós támogatásban részesül abból a célból, hogy a fejlett országokhoz felzárkózhasson. Ez a támogatás uniós adófizetők pénze, amely a vidékfejlesztési támogatásokkal együtt közel 8000 milliárd forint. A támogatás sikeres felhasználásával lehetőségünk nyílik meglévő adottságaink megerősítésére, és felszámolhatjuk azokat az akadályokat, amelyek gátolják fejlődésünket.

A fejlesztési támogatás sikeres felhasználásával lehetőségünk nyílik a vidék felzárkóztatására, jelentős növekedésnek indulhat a gazdaság abban az esetben, ha a kitörési pontjainkra koncentrálna teremtjük meg a szükséges fejlesztéseket, és ezzel versenytársainkat magunk mögé szorítjuk. A fejlesztések új értékteremtést indukálnak, jelentősen csökkentik a munkanélküliséget hazánk elmaradottabb részein is, és jelentős adóbevételeket képeznek az elkövetkező években.

Az Új Magyarország Fejlesztési Terv legfontosabb célja a foglalkoztatás bővítése és a tartós növekedés feltételeinek megteremtése. Ennek érdekében hat kiemelt területen indítottak el összehangolt állami és uniós fejlesztéseket: a gazdaságban, a közlekedésben, a társadalom megújulása érdekében, a környezet és az energetika területén, a területfejlesztésben és az állam-

reform feladataival összefüggésben. A turizmus fejlesztésére, támogatására a regionális operatív programok és a gazdaságfejlesztési program keretében nyílik lehetőség.

A turizmus fejlesztése szempontjából egyrészt olyan fejlesztéseket kell megvalósítani az európai uniós társfinanszírozással, amelyek hosszú távon pozitívan változtatják meg turisztikai kínálatunk szerkezetét, hozzájárulnak a régió gazdasági növekedéséhez, munkahelyeket teremtenek és a régió imázsát megfelelően alakítják kifelé és befelé egyaránt, megfelelő struktúrában végzett marketingmunka eredményeként. Másrészt, amennyiben ebben az időszakban nem tudjuk turisztikai kínálatunkat a legújabb keresleti trendeknek megfelelően megváltoztatni, és elegendő látogatót a fennmaradásukhoz biztosítani, lemaradunk a nemzetközi versenyben. Lemaradunk, mivel a 2013-at követő európai uniós költségvetési időszakban már nem számíthatunk ilyen mértékű támogatásra.

Következtetések: a turizmus Magyarországon a gazdaság stratégiai szektora

A legfontosabb cél napjainkban Magyarország turisztikai versenyképességének növelése. A turizusból származó bevétel fokozása (direkt és indirekt hatás), amely a tartós növekedés feltételét teremti meg, valamint a foglalkoztatás növelése, amely az európai uniós és a hazai társfinanszírozással együtt megvalósuló turisztikai fejlesztések révén elérhetőnek tűntek 2008 őszéig, a gazdasági válság hatására 2009-ben nem valósíthatók meg. Ebben a gazdasági helyzetben ugyanakkor az állam és a magánszektor közötti együttműködés elősegítése és az ágazati szociális párbeszéd erősítése elengedhetetlennek tűnik annak érdekében, hogy ezt az időszakot olyan jelentős projektek megvalósítására használjuk fel, amelyek egyrészt a válsághelyzetben lévő építőipart támogatják, másrészt megújuló turisztikai kínálatunk közép- és hosszú távon turisztikai versenyképességünket növelik.

A turizmus területén napjainkban különösen kiemelkedő szerepet kap a piacorientált megjelenés, az innováció és a kooperáció erősítése. Ez a nemzetközi jelenség a magyarországi turizmus számára is nagy kihívást jelent. A folyamatban lévő és megvalósuló fejlesztésekkel képeseknek kell lennünk turisztikai kínálatunk fókuszált, nemzetközi trendeknek megfelelő megújítására. A globalizáció folyamata kikényszeríti ezt a megújulást, mivel jelentős befolyással bír a jövő fejlődésére, a gazdasági válság hatására viszont egyfajta átrendeződés lesz megfigyelhető a turizmus hazai és nemzetközi piacán is.

A turizmus Magyarországon is a gazdaság stratégiai szektora. A globalizáció térnyerésével a verseny is egyre nő a turisztikai régiók között, ami a versenyképesség új tényezőinek megjelenésével jár együtt. Az új verseny-tényezők között megjelent a közigazgatás minősége is, ami a turisztikai fejlesztések esetében Magyarországon különös jelentőséggel bír, és kiemeli az állam szerepét. Ezzel együtt jár az állam szerepének újragondolása a turizmus területén, különösen a régiók esetében, szerepük fokozatos erősödésével, valamint olyan kiszámítható adópolitikával, ami a turizmus versenyképességét mind a belföldi, mind a nemzetközi piacon biztosítja.

Az állam aktív ösztönzése a kínálati oldalon, a megfelelő adórendszer biztosítása mellett, az innováció és a kooperáció területén mutatkozik meg, regionális szinten pedig a termékek és a marketing fejlesztésében. A szolgáltatást nyújtók közötti kooperáció a turizmusban állami ösztönzőkkel valósítható meg.

Versenyképességünk növelése érdekében versenyelőnyeink megteremtésére, kiemelésére és hangsúlyossá tételére kell törekednünk. Számtalan érv szól a gondos, figyelmes tervezés mellett, amely alapvető a versenyelőny megteremtésében. A globális verseny feltételei mellett Magyarország akkor lehet turisztikai értelemben sikeres, amennyiben határozott turizmuspolitikával rendelkezik, és lép fel mind a hazai, mind a nemzetközi piacokon, ami által gazdasági teljesítményünk hosszú távon határozott javulást érhet el. A turizmus potenciáljának megfelelően az optimális fejlesztés elérése helyi, regionális és nemzeti szinten is a koordinált, piacorientált tervezés segítségével valósítható meg, amely tervezést folyamatosan kell végezni.

A koordinált tervezés nemzeti szinten a tárcák közötti együttműködés erősítését kívánja. Ezen túlmenően a tárcákon belül az egyes területek szorosabb együttműködésére, egymás kölcsönös erősítésére és gazdasági súlyának megfelelő elismerésére van szükség.

Az állam mint a közjavak részbeni előállítójának feladata, többek között, a biztonság, a közlekedés, a műemlékek, környezetünk, a tájkép védelme, a kisebbségek támogatása is. Mivel a turizmus a gazdaság stratégiaiul fontos szektora, speciális, minisztériumok közötti turizmuspolitikára van szükség nemzeti szinten, ami megteremti és lehetővé teszi a turizmusbarát keretfeltételek kialakítását, kooperatív együttműködésben.

A turizmus speciális, más területekre tovagyrúzó, multiplikátor-hatása miatt, a gazdaság sok egyéb területén is kifejti pozitív hatását. Az ágazati és a regionális programok mindezt támogatják. A turizmus gazdasági teljesítményének regionális szinten történő mérésével ez a hatás pontosan kimutatható és folyamatosan mérhető, aminek kialakítására szükség van a jövőben.

A turizmusra jellemző fregmentált, kis- és középvállalati struktúra sok esetben nehezen veszi fel a versenyt a globális piacon, ami nehezíti kompetitív lehetőségeink optimális kihasználását. A globális piacon tevékenykedő turisztikai nagyvállalatok multinacionális hálózatai a globalizáció előnyeinek kihasználásában jobb pozícióban vannak, mint a kis- és középvállalatok, akiknek határozottabban kell differenciálniuk termékeiket, szolgáltatásaikat a siker és a nyereségesség érdekében. A kisebb méretből fakadó hátrányukat a termelés és a marketing területén együttműködéssel tudják leküzdeni, a gondosan tervezett desztinációmenedzsment alkalmazásával.

Lábjegyzet

- ¹ Ilyen externália az infrastruktúra, autópályák, repülőterek építése, kiépítése, az országimázst javító országos marketing- és promóciós tevékenység stb.
- ² Kahn, R.F. (1931): The Relation of Home Investment to Unemployment, *Economic Journal*, vol 41, no 162, 389–413. old.
- ³ Az ENSZ kiadványában a bővebb meghatározás található.

Felhasznált irodalom

- Bull, A. (1995): The economics of travel and tourism. 2nd edition, Melbourne: Longman
- Holloway, J.C. (1998): The business of tourism. Fifth edition, Longman
- Kahn, R.F. (1931): The Relation of Home Investment to Unemployment, *Economic Journal*, vol 41.

- Központi Statisztikai Hivatal* (2006): Magyarország turizmus-szatellit-számlái 2004. Budapest
- Központi Statisztikai Hivatal* (2007): A turizmus-szatellit-számlák és a 2006. év. Budapest
- Magyar Turisztikai Hivatal* (2005): Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia. Budapest
- Nemes A. PhD (2000): A gazdasági területek vonzerejének növelése: Település- és régiómarketing – Kísérlet a települések és régiók imázsának, valamint telepítés viselkedésének elemzésére. – *Budapest. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem*
- Nemes A. PhD (2007): The basic concept and the definitions of the Tourism Satellite Account (TSA). Corvinus University of Budapest, Tourism and World Economy Reader
- Organisation for Economic Cooperation and Development* (1999): Draft OECD Guidelines for a Tourism Satellite Account. France
- Statistical Office of the European Communities* (1998): Community Methodology on Tourism Statistics
- World Tourism Organization* (1994): National and Regional Tourism Planning. London: *International Thomson Business Press*
- World Tourism Organization* (1999): Tourism Satellite Account (TSA). The Conceptual Framework. Madrid, Spain
- World Tourism Organization Business Council* (2000): Public – private sector cooperation. Madrid, Spain
- World Tourism Organization Business Council* (1998): Tourism Taxation. Striking a Fair Deal. Madrid, Spain

Cikk beérkezett: 2008. 6. hó

Lektor vélemény alapján véglegesítve: 2009. 1. hó

CONTENTS

STUDIES AND ARTICLES

BARA, Zoltán

The role of cartels in competition (in Hungary 2006-2007) 2

SZABÓ, Lajos – DANCSECZ, Gabriella

The success of international sport event projects and the criteria of success 18

KOVÁCS, Kármén

The methods of the determination of marketing budgeting 32

SOMOGYI, Márta

Competitiveness in literature – Summary and analysis of conceptual approaches (Part 2) 41

NEMES, Andrea

The role of government in tourism 53