

Slow és turizmus - a kisvárosfejlesztési alternatíva!?

Piskóti István – Marien Anita – Papp Adrienn – Nagy Katalin

Miskolci Egyetem

DOI: 10.15170/MM.2023.57.KSZ.02.06

A TANULMÁNY CÉLJA

A kisvárosok fejlődési lehetőségei, versenyképessége, lakóhelyi vonzereje megerősödően van, s ezáltal sajátos szerep adódik számukra a település-rendszerben (Cox-Longlands 2016.). E szerep ígéretes, sikeres formálását segítheti a slow alapú városfejlesztési filozófia és gyakorlat. (Osbaldiston 2013, Birkner és tsai 2017) A slow mozgalom leginkább a hagyományok jelentőségét, a minőséget, a környezetbarát mezőgazdasági termelést, illetve a helyi termékeket hangsúlyozza. Az alapelveikhez tartoznak továbbá az egészséges életmód, a helyi közösségek aktivitása, különösen a rájuk vonatkozó döntések meghozatalában. Célunk a slow filozófia, s az abba integráltan beépülő slow turizmus bemutatása és alkalmazása a települések jövőépítésében.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

A kisváros-marketing kutatási program keretében 2020 őszén primer kutatást végeztünk a magyar 5000 és 20000 fő lakost számláló kisvárosok körében. Kisvárosok vezetői kérdeztük, hogy miként definiálják, hogyan élnek meg a kisvárosi létet, hogyan ítélik meg adottságaikat, szerepüket a településrendszerben, milyen problémákkal küzdenek. A téma aktualitását és fontosságát mutatja a magasnak tekinthető válaszadói arány.

LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

A kisvárosok körében készült primer vizsgálati eredményeink szerint a turizmus kiemelten jelenik meg a településfejlesztési tervekben. A kisvárosok slow turizmusa igazi értékeket teremthet (Desalvo-Calzatti 2017), egyrészt a sokféle motivációjú, sok célcsoportot kielégítő, jelentős turistaforgalmú, korábban túlturizmussal küzdő nagyvárosi desztinációk gyógyító alternatívája, másrészt a turistaforgalomból eddig kimaradó, annak perifériáin megjelenő területek számára fenntartható, turizmusépítő perspektívát jelent (Pécsék 2008).

GYAKORLATI JAVASLATOK

Számos példa mutatja, hogy a slow filozófia a helyi identitásra, elégedettségre épülő, a helyi erőforrásokat fenntartható módon mozgató településfejlesztési alternatíva. Tanulmányunkban három olyan kezdeményezést mutatunk be, ahol a slow filozófia sikeresen alkalmazásra került a településfejlesztésben.

Kulcsszavak: slow, kisváros, turizmusfejlesztés, helyi identitás, helyi turisztikai erőforrások

Köszönetnyilvánítás: "A tanulmány az EFOP-3.4.3-16-2016-00015 számú „Főnix ME” - Megújuló Egyetem Felsőoktatási intézményi fejlesztések a felsőfokú oktatás minőségének és hozzáférhetőségének együttes javítása érdekében című projekt Oktatási Innováció (2. részprojekt) projektem keretén belül, annak támogatásával készült."

**BEVEZETÉS
INTRODUCTION**

A kisvárosok fejlődési lehetőségei, versenyképessége, lakóhelyi vonzereje megerősödében van, s funkcióikból eredően (1. ábra) sajátos szerep adódik számukra a település-rendszerben (Cox-Longlands 2016). A kisvárosok megerősödése segítő, közvetítő partneri lehetőség, mind a nagyvárosok városrészi identitásra, közösségekre épülő fejlesztési mintája, mind a falvak adottságainak, lehetőségeinek összekapcsolása, integrálása által.

A kis- és középvárosoknak számos vonzereje van a településrendszerben (Kresl & Ietri 2019).

- elhelyezkedési előny, gyakran közel vannak a hagyományos iparágak számára fontos forrásokhoz;
- kulturális javak, örökség megőrzése;
- magas életminőségi szolgáltatások;
- magas szintű „boldogság” elérhetősége;
- oktatási, tanulási erőforrások léte,
- magas helyi társadalmi tőke;
- induló vállalkozások rugalmassága és innováció érzékenység vonatkozásában.

Ellentétben azzal, amit sokan feltételeztek, a város népességmérete nem határozza meg a kultúrában és a kreativitásban mutatott teljesítményét. Átlagosan a kis és közepes méretű városok különösen jók a „kulturális sokszínűség - vibrálás” és az „inspiráló-fenntartható környezet” kategóriában. A nemzetközi, hazai példák és az általunk is menedzselt kisvárosi fejlesztéseknél tapasztaltak alapján megállapítható, hogy a jövőépítésben releváns szemléleti keretet adhat a slow filozófia, s az abba integráltan beépülő slow turizmus.

**ANYAG ÉS MÓDSZER
MATERIAL AND METHOD**

*A slow mozgalom és a slow turizmus
Slow movement and slow tourism*

A fizikai környezetünket veszélyeztető „gyors élet”, vagy úgyis mondhatnánk, hogy az életet szinte szem elől tévesztő globális rohanás ellen az 1970-es években elindult a kulturális forradalomnak is gyakran nevezett slow mozgalom. Az elnevezés nem feltétlenül szerencsés, ugyanis a felületes értelmező csak a lassúságra asszociálhat, ami különösen megtévesztő, hiszen nem a múltba révedés, a megállás a központi gondolat, hanem a jelen megfelelő, „arányos sebességen” való megéltése. A másik központi érték az igazi lényeg, amit a jelenkorban gyakorta elveszítettnek érzünk, „az emberekkel: önmagunkkal, a családdunkkal, a közösségünkkel, a barátainkkal – az étellel, amit megeszünk, a lakhelyünkkel és magával az élettel való közösség, harmónia”. (<http://www.slowmovement.com>) A slow mozgalom leginkább a hagyományok jelentőségét, a minőséget, a környezetbarát mezőgazdasági termelést, illetve a helyi termékeket hangsúlyozza. Az alapelveikhez tartoznak továbbá az egészséges életmód, a helyi közösségek aktivitása, különösen a rájuk vonatkozó döntések meghozatalában. Természet- és emberközeli városi környezetet próbálnak teremteni, ahol támogatják az időseket, fiatalokat, és segítik a helyi vállalkozásokat (<http://www.cittaslow.org>). Jelmondata lehet: "Lassíts és kezdj élni!"

**1. ábra: Milyen szerepe van a kisvárosnak a magyar településhálózatban?
Figure 1. What are the roles of small towns in the Hungarian settlement system?**



Forrás: saját szerkesztés

A slow filozófia a konkrét városfejlesztési stratégiákban, programokban világosan megjelenhet az alábbiak területek, kritériumok szerint:

1. *Tudatos és hatékony energia- és környezetvédelmi stratégia* (parkok és zöldterületek, megújuló energia, közlekedés, újrahasznosítás stb.)

2. *Összehangoltan építkező infrastruktúra-fejlesztési program* (út-járda-csapadékvíz-víz-szennyvíz-energia hálózat, alternatív mobilitás, kerékpárutak stb.)

3. *Arányos, életminőséget védő gazdaság/ ipar-fejlesztési magatartás* (barnamezős és peremterületek hasznosítása, új technológiák alkalmazása, helyi vállalkozások erősítése stb.)

4. *Integratív mezőgazdasági, turisztikai és kézműves-gazdaságot támogató szemlélet* (egészséges, helyi élelmiszerek előállítás, hagyományos kézművesség értékének növelése, slow-turizmus építése stb.)

5. *A vendégvárást, vendégszeretetet is magában foglaló szolgáltatói minőség-növelését célzó ösztönzés, szabályozás* (piaci szereplők tudatossága, belső együttműködések, képzések stb.)

6. *Társadalmi kohéziót erősítő programok* (egészségtudatosság, fogyatékkal élők integrációja, fellépés a szegénység ellen és a kisebbségek érdekében stb.)

7. *Partnerségi erőforrások, együttműködések, szövetségek* tudatos integrálása (térsgyi integráltság, hasonló értékeket valló szervezetekkel, városokkal való országos és nemzetközi együttműködés)

A slow-alapú városfejlesztés *nem egyszerűen eseti beavatkozásokra, hanem tudatosan irányított, határozott, magabiztos városstratégiai fejlesztési és (együtt)működési gyakorlatra, rendszerre kell, hogy épüljön* (Piskóti 2021).

A filozófia - az 1999-ben létrejött Cittaslow együttműködés révén nemzetközi kereteket is öltött - elsőként kialakult és a legnépszerűbb „tagozata” a slow food nemzetközi mozgalom, melynek lényege a helyi gasztrokulturális értékek megőrzése, annak sikeres hasznosítása, az érintett közösségek és vállalkozások fennmaradásának és gazdasági sikerességének támogatásával. A slow étkezés tulajdonképpen egy holisztikus megközelítés, ami a helyi alapanyagok felhasználására, a tradicionális ételkészítési technikák életben tartására és közös étkezés örömére helyezi a hangsúlyt.

A slow étkezés mellett megjelent, a slow művészet, a slow utazás gyakorlata is, melyek mind a slow szemlélet realizálásának eredményei. A slow utazás egy gondolkodásmód, ahol nem az attrakciók kipipálása a cél, hanem a mélyebb ismeretek befogadása, személyiségbe építése, az élmények

tudatos fogyasztása úgy, hogy közben a helyi közösség részévé válik az utazó. A slow utazót így igazából szinte nem is veszik észre, hogy ott van, de hiányzik, ha elutazik. A slow utazó hosszabb ideig tartózkodik az adott desztinációban, ahol jellemzően házat vagy apartmant bérel, de akár házcserével is megszervezheti az ott-tartózkodást. Jellemzően gyalogosan vagy kerékpárral közlekedik, akár alternatív közlekedési eszközt is igénybe vesz, de az autó használata sem tiltott, ellentétben a rövid repülőssel utakkal. A slow utazás - nevezhetjük élményutazásnak is - nem a minél nagyobb távolságok megtételéről szól, hanem egy mikrokörnyezetben adható minél komplexebb élménycsomagról, harmonikus időbeosztással. A slow mozgalom fenti rövid bemutatása alapján összeállítható a slow turizmus „lényege alapanyagai”: helyi kultúra + természet + helyi ízek + kis testmozgás (a kényelmes passzív megoldások helyett) + interakció a helyi lakosokkal. Sőt, akár megjelenhet az „önkénteskedés” lehetősége is, ami a szabadidő eltöltésének társadalmi hasznosság érzetével még inkább értékesebbé teszi az utazást.

Felmerül a kérdés, vajon a slow turizmus egy új típusú turisztikai termék, vagy csak a meglévő turisztikai termékek lelassítására törekvő koncepció? Pécsek úgy véli, hogy a slow turizmus a slow mozgalmakból nőtt ki és bármilyen turisztikai terepen alkalmazható (Pécsek 2017) Ezzel szemben azt gondoljuk, hogy ettől árnyaltabb választ kell adnunk, hiszen a slow turisztikai termékek egyedi fejlesztési, menedzselési módszertana, illetve a slow turista motivációja indokolja az önálló turisztikai termék-típusként való definiálást. Oh-Aszaf-Baloglu kutatásai alapján a slow utazó motivációi között találjuk a „menekülést” a stresszes hétköznapiakból, a relaxáció, a csend és a nyugalom megtapasztalását és a felfedezést. Összességében véve az utazás jellemző célja a testi-lelki-mentális felfrissülés. (Oh *et al.* 2016)

A slow mozgalom elsődlegesen nem gondolkodik turizmusban, bár a slow- városba érkezőket a slow közösségekben, a barátságos lakosok fogadják. Mindemellett Heitmann és társai azt állítják, hogy a slow szemlélet kétféle módon befolyásolhatja a helyi turizmust, azaz a turizmusfejlesztés filozófiájává válhat vagy a slow mint márkanév segíthet a minőségi turisták csalogatásában. (Heitmann *et al.* 2011)

Álláspontunk szerint a slow turisztikai termékek emellett a „túlturizmussal” küzdő desztinációk esetében egyfajta rehabilitációjaként is alkalmazhatók. A túltelített desztinációk az adminisztratív korlátozások mellett slow termékek fejlesztésével csillapíthatják a „terhes” turisztikai forgalmat,

illetve „minőségi cserét” hajthatnak végre a turistamagatartás tekintetében.

A turisztikai térképre vágyó, slow desztináció fejlesztésének célja nem egyszerűen a turistaforgalom növelése lesz. *Kutatási programunk feltételezéseiben a turizmus, a slow turizmus a helyi lakosság fenntartható életének, „jöllétének”, az életminőség városfejlesztési alapcél megvalósításának eszköze, integrált módszertani lehetősége. A kisváros, a slow város turizmusba való bekapcsolódásuk eredményeként, a főkus határozottan a „fogadó” oldalon, annak fejlődésén van, nem egyszerűen a keresleti oldal igénykielégítésén.*

A slow szemlélet az aktív helyi közösségekre épít, a helyiek erőforrásaira alapoz, melyek között a helyi kultúra a legfőbb érték, így a slow szemlélet szerinti turizmusfejlesztés erős hatással bír a település identitásának, a társadalmi tőkének az erősítésében, amely jelentősen hozzájárulhat a település általános vonzereje, versenyképessége növeléséhez.

A területi identitás a globalizációval szembeni „ellenállás” hordozójaként is értelmezhető, és mint ilyen helyet kapott Porter globális-lokális paradoxon elméletében is (Lukovics 2004). A globalitás felértékeli a lokalitások szerepét, de csak azok a térségek, települések tudnak helytállni az egyre erősödő nemzetközi versenyben, akik helyi szinten közösen, azonosan gondolkodnak jövőjükéről, és erős társadalmi kohézió mellett alakítják mindennapi teljesítményüket. A slow filozófia – kiindulva az egyén tudatos életvezetéséből, majd az egymáshoz való jelentéstartó kapcsolódáson át a tágabb környezetet való felelősségvállalásig – alapot ad a területi versenyben való hosszú távú előnyszerzéshez, helytálláshoz. Farelnik és Stanowicka összekapcsolja a slow és smart városokat. A slow filozófia szerint működő várost a smart város következő fejlődési szintjeként jelenítik meg, illetve smart-slow városról beszélnek, ahol a slow városban modern megoldások természetesen integrálódva működnek (Farelnik & Stanowicka 2016).

A slow szemléletben kiteljesedő desztinációfejlesztés a település fejlődésének szerves, integratív útja, a helyi erőforrások értékvezérelt turisztikai hasznosítása és fejlesztése. Ebben részt vesznek a helyiek akár a mindennapi életüket élve, vagy új megélhetési, vállalkozási lehetőségeket találva.

A városiasodás, a globalizációs folyamatok mind inkább a városi identitás homogenizálásához vezetnek. Ez különösen gyakran a kisebb városok esetében érhető tetten, amelyek a végbement globalizációs folyamatok hatására elveszítették korábbi vonzerejüket, majd miután nem kapnak kellő figyelmet, ennek ellensúlyozására gyakran válasz-

tanak számukra „idegen”, más városoktól átvett megoldásokat. Ezen átvett megoldásoknak közös tulajdonsága, hogy jellemzően nincs kapcsolatuk a helyi identitással, így ezek a települések az idő múlásával folyamatosan elveszíthetik egységességüket, a várospozicionálás alapját.

A „kis- és középvárosi” gazdasági hanyatlást több tényező együttes hatására vezeti vissza: öregedő társadalom, lakosságcsökkenés, csökkenő adóbevételek, elköltöző vállalkozások, alacsony közösségi szellem és gyengélkedő mezőgazdaság. Az OECD (2006) által javasolt „új rurális paradigma” kiemelt figyelmet szentel a vidéki térségek versenyképességének, hangsúlyozza a helyi erősségek értékelését, a nem használt (akár a turisztikai) erőforrások kiaknázását.

Bas van Heur (2010) rámutat arra, hogy kis- és középvárosok számára problémát jelent az agglomerációs előnyök és a nagyvárosokhoz köthető kritikus tömegek hiánya: a magasan képzett munkaerő koncentrációja alacsony, nincsenek sokrétű gazdasági tevékenységi csoportok, nem létezik a diverzifikált ipari és tudásbázis, alacsony a helyi fogyasztók kritikus tömege, és nem megoldott a globális hálózatokba való bekapcsolódás lehetősége. Ezen jellemzők miatt a kis- és középvárosok egész egyszerűen kevésbé láthatók a globális szinten és ezért gyakran el is feledkeznek róluk.

A slow mozgalom és Magyarország Slow movement and Hungary

A slow szemlélet, Magyarországon is először a slow food mozgalom formájában jelent meg, amely kisebb helyi csoportok hálózatoként működik. Ezek egy-egy városhoz, illetve régióhoz kötődnek és valódi aktivitás egy-két szerveződésnél tapasztalható. Létrejött a Slow Living Hungary, akiknek a küldetése az értékalapú gondolkodásmód erősítése és terjesztése a modern ember lüktető mindennapjaiban. (<https://slowliving.hu>) Három város: Budapest, Szeged, Bük készített slow térképet, amin jelölik azokat a helyeket, ahol „lassulhatnak” a turisták, de akár a helyiek is. A szegedi slow térkép különlegessége, hogy a lakosok bevonásával készítették el. 2018-ban megalakult az Alföld Slow Egyesület 10 békési település összefogásával, annak érdekében, hogy az értékeiket, hagyományait megőrizték, hogy azt megmutathassák a jövő generációi számára. Az utóbbi években a slow Magyarország nemzetközi láthatósága javult: először került bele az 1987 óta működő nemzetközi slow mozgalom európai Slow Food Weekend Guide útikalauzába, amely 75 országban érhető el. 2019-ben először

vett részt országstanddal Magyarország a nemzetközi slow food mozgalom legnagyobb rendezvényén, a rendszerint milliós látogatottságot elérő, torinói Terra Madre Salone del Gusto fesztiválon.

Megállapítható, hogy ma hazánkban alapvetően nem jellemzők a slow szemléletre épülő komplex, átgondolt turisztikai kezdeményezések, slow desztinációk egyáltalán nem léteznek. A magyar slow programok ad hoc jellegűek, így nem épülnek be szervesen az ország turisztikai kínálatába, inkább egy szűk, elkötelezett közönség belső eseményei, holott a *slow turizmus fenntartható perspektívát adhat különböző területi szintek, eltérő méretű és adottságú területek és települések társadalmának, gazdaságának*. A slow szemléletű város és desztináció-fejlesztés – amennyiben megvannak a természeti, kulturális „alapadottságok” és formálható a város vezetésének és lakosságának szemlélete e filozófia mentén - akkor különösen hatásos lehet, hiszen:

1. A slow + turizmusalapú városfejlesztés integratív jellegű, a város, a terület életére a legsokrétűbb, komplex gazdasági – társadalmi - környezeti hatással bír.

1. Beruházás-indukáló, bevétel-jövedelemnövelő, foglalkoztatási, vállalkozás-fejlesztő gazdasági hatása nemcsak mértékében, de arányosságában, s helyi kötődésében is kiemelkedő lehet, alapjává válhat a közösségi vagyongyarapítási koncepció kísérleti alkalmazásának.

1. A helyi kultúra, oktatási-képzési rendszer, a lakosság szórakozási és sportolási feltételek fejlesztésének szerves részét képezi.

1. A modern technológiák, kreatív, okos megoldások illeszkedését támogatja.

1. Alapvetően kooperáció-érzékeny, kooperáció-barát fejlesztési lehetőség és kényszer is hiszen csak a városvezetés, a lakosság, a vállalkozások, az intézmények, (civil) közösségek együttműködési mentén működik jól.

1. A helyi értékek megőrzését, ápolását feltételezi, igényli és támogatja.

1. A belső(kötődés, lokálpatriotizmus) és a külső identitás együttes, összehangolt erősítését teszi lehetővé.

1. Országos és nemzetközi partnerségeket, ismertséget igényel és erősít.

1. A slow turizmuskonceptió a fenntarthatóság, környezetvédelem értékeinek érvényesítésére, érdekeire is épül.

1. A slow turizmus egyedi, wow-hatású, a társadalmi-politikai-gazdasági támogatói, piaci figyelem-vonzó lehetőségét kínálja, mintaprojektek alapja lehet.

KUTATÁS MÓDSZERTANA RESEARCH METHODOLOGY

A kisváros-marketing kutatási program keretében 2020 őszén primer kutatást végeztünk a magyar kisvárosok körében. A kutatásunkban kerestük, hogy a kisvárosok vezetői miként definiálják, hogyan élik meg a kisvárosi létet, hogyan ítélik meg adottságaikat, szerepüket a településrendszerben, milyen működési problémákkal küzdenek a mindennapokban és ehhez milyen fejlesztési irányokat tartanak fontosnak, hogyan pozicionálják magukat, mire építkezhet a kisvárosi marketing.

A kisvárosokra irányuló primer kutatás során a magyarországi 5000 és 20000 fő lakost számláló kisvárosok vezetőit kerestük fel és kértük együttműködésre. A létező 180 kisváros közül 76 válasz érkezett kérdőívünkre. A magasnak tekinthető válaszadási arány (42,2 %) is bizonyítja, hogy egy nagyon aktuális és sok megoldást kereső témáról van szó. A minta - megvizsgálva a demográfiai tényezőket, földrajzi eloszlás arányait - nem tekinthető statisztikailag reprezentatívnak. Fontos azonban kiemelni, hogy az ország minden megyéjéből érkezett válasz.

Kutatási kérdéseink a következők voltak:

- A kisváros milyen szerepet tölt be a magyar településhálózatban?
- Kisvárosok hogyan értékelik adottságaikat, lehetőségeit?
- Melyek a kisvárosok fejlesztési irányai?
- Mennyire tudatos a kisvárosi településfejlesztés?

EREDMÉNYEK RESULTS

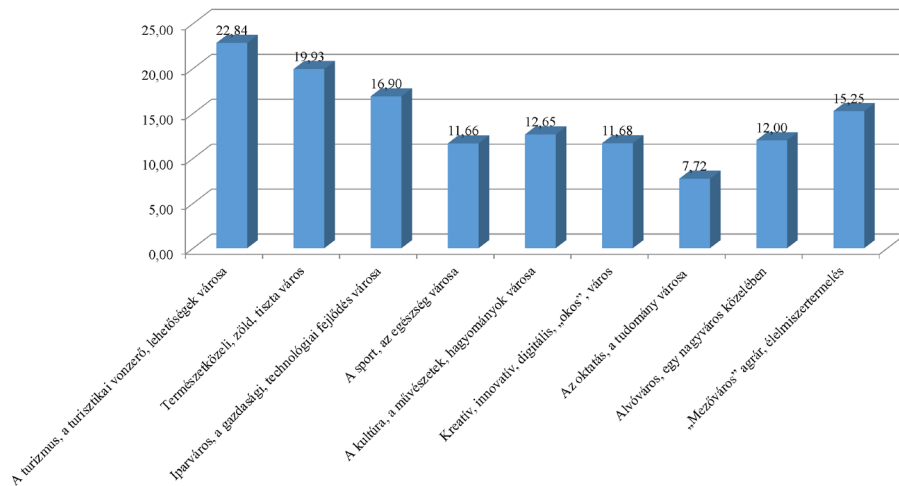
Kisvárosok és a turizmusfejlesztés *Small towns and tourism development*

A kisvárosfejlesztési különböző irányok, súlypontok vizsgálatakor megkértük a válaszadókat, hogy osszanak szét 100 pontot az alapján, hogy egyes irányok mennyire lehetnek jellemző megoldásuk városukra. A 76 város közül 75 város szerint a turizmus, mint irány kiemelt mértékkel jelentkezik a tervekben. (A 100 pontból 3 pont volt a legkisebb, 85 pont a legnagyobb súly.)

A 2. ábrán a pozicionálási súlypontok közül első helyen a turizmus, a másodikon a természetközelség erősítése áll. Ezt követően az iparváros jelleg, illetve a mezőváros jelenik meg leghangsúlyosabban. A kisvárosok többsége természetesen

2. ábra: A kisvárosok pozícionálása
Figure 2. Positioning of small towns

Miként pozícionálható a városok? Milyen városnak, milyen vonzerőre épülően tudná hitelesen elképzelni településüket a jövőben?



Forrás: saját szerkesztés

nem egy tényezőre koncentrálna, hanem több elemet fogalmaznak meg pozícionálásukat megalapozására. Megvizsgálva zónánként az átlagokat, a Nyugat-Magyarországi országrészben nagyobb arányban (33,9; $\sigma=25,2$) említik meg a turizmust, mint az északi régióban (20,4; $\sigma=17,7$), azonban szignifikáns különbségek területileg nem mutathatóak ki.

A településvezetők helyzetük, adottságaik önértékelésére született választai alapján, turizmus kiemelt fejlesztési, pozícionálási megjelenése „természetes következmény”. Az adottságaikat a kisvárosok 1-től 6-ig terjedő skálán értékelték. A turisztikai adottságokat tekintve összességében inkább elégedettek, büszkék voltak a városvezetők:

- Turisztikai adottságok, látnivalók léte (4; $\sigma=1,47$)
- Egyedi történelmi épületek, emlékhelyek (4,16; $\sigma=1,33$)
- Turisztikailag is izgalmas, egyedi rendezvények (4,09; $\sigma=1,26$)
- Természeti környezet, védett, zöld területek (4,93; $\sigma=0,98$)
- Művészeti, kulturális élet, kínálat (4,21; $\sigma=1,23$)
- Város egyediségét építő, jelentős rendezvények megléte (4,18; $\sigma=1,2$)

Azonban ezen adottságok az elégedettség, büszkeség ellenére jelentős elmaradások, alapvető fejlesztési feladatok is megjelennek. A fejlesztési teendők meg-

fogalmazásánál, az aktualitás feladatok kijelölésénél a turisztikai (szállás-vendéglátás) szolgáltatások fejlesztése (5,11; $\sigma=1,15$) kiemelten jelenik meg. A turizmushoz kapcsolódóan hasonlóan fontosnak tartják a turisztikai hatású rendezvények fejlesztését (4,91; $\sigma=1$), a kulturális rendezvények fejlesztését (4,83; $\sigma=0,94$), a belváros fejlesztését (4,811; $\sigma=1,16$), a helyi termékek (4,75; $\sigma=1,03$) valamint a kereskedelmi szolgáltatások (4,55; $\sigma=1,11$) fejlesztését.

Ahogy az önértékelésből és a pozícionálási törekvésekből kitűnik, a turisztikai lehetőségek kihasználásában látják a kisvárosok elsősorban a jövőt, ugyanakkor ennek ellenére jórészt hiányzik a városfejlesztési stratégiai, koncepcionális elképzelések kialakításában, a kisvárosi turizmusfejlesztés kereteinek, lehetőségeinek feltérképezése és tudatos programja.

A KUTATÁS KORLÁTAI RESEARCH LIMITS

Kutatásunk eredményei akkor válhatnak teljes körűvé, ha a kisvárosok lakosságát is megkérdeztük, hiszen ők, mint helyi erőforrás részesei a slow-alapú településfejlesztésnek. A kutatási mintánk nem felel meg a területi reprezentativitásnak, így előfordulhatnak területi különbségek, eltérő megvalósíthatósági keretek.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVAS- LATOK, HÁROM ALKALMAZÁSI KEZDEMÉNYEZÉS CONCLUSIONS AND RECOM- MENDATIONS, THREE INITIA- TIONS

Az előző elvek, törekvések, módszertan mentén több esetben is lehetőségünk volt gyakorlati fejlesztési elképzelések megfogalmazására, megvalósítások elindítására, melyek igazolják kutatási eredményeink megvalósíthatóságát.

Az első példa, Kiskunhalas, jó adottságokkal, kulturális hagyományra épülő ismertséggel is bíró kisváros, mely ugyanakkor kissé periférián, komplexen nem kihasznált erőforrásokkal, relatíve gyenge, meggyengült vonzeróval, versenyképességgel jellemezhető. Részletes helyzetelemzésre épülően jutottunk arra a következtetésre, hogy kiváló terepe lehet a slow-szemléletű turizmus fejlesztésének, s ezáltal hozzájárulva a város dinamizálásához, fejlesztéséhez is. A turizmusfejlesztéshez kulcselemekkel rendelkezik a település:

- erős értékhorozók, hagyományok-adottságok,
- rendezett városkép, megfelelő infrastruktúra,
- jó munkahelyek, vállalkozási lehetőségek,
- vidéki kisvárosi életmód,
- elismertség az agglomerációban és országosan is,
- a helyiek önbizalommal bírnak, tenni akarnak, a lokálpatriotizmus jellemző, szervező-mozgató koordináció működik, bizalommal vannak a városvezetés felé.

Az elfogadott, komplexebb városfejlesztési hatású, slow elvű turizmusfejlesztési program a közösségi együttműködést generált. A helyi erőforrásokon és összefogáson alapuló város-(s benne a turizmus)fejlesztés koordinálásához javallott egy városfejlesztési klaszterben tömöríteni az „érintettek”, s menedzsment szervezeteként városfejlesztési ügynökséget alapítani. Az ügynökség kiemelt feladatként, fókuszáltnan irányítja a turizmusfejlesztés operatív feladatait, azt követően is, hogy generálta a desztinációmenedzsment szervezet létrejötté, mely a „mindennapi turizmus-együttműködés” felelőssévé válik.

A slow turizmus, s az azzal kompatibilis turisztikai kínálat a turisztikai célcsoportok elvárásaihoz kell, hogy igazodjon. Ilyen preferálandó turisztikai szegmensek a következők lehetnek a településen:

1. Sport-hobbyi aktívuturisták (lovass, vízi (kajak-kenu), horgász, ...

2. A testi- és lelki egészséget szolgáló pihenések (fogyás, egészség tudatos életmód, egészséges étkezés, gyógy növények, „csend-tábor”, ezotéria stb.)

3. Grey-/senior generáció pihenése (relaxáció, nyugalom, kultúra, hagyományok)

4. Vidéki életmód családoknak (állattartás, növény-gyümölcs kultúra)

5. Erdei iskola – diákcsoportok

6. Egészség-/gyógyturizmus – fürdő, kezelések

7. Menedzsment-tréning/csapatépítés

8. Kerékpár, gyalogos, tájfutó útvonalak, túrák

9. Hagyományörzés, történelmi kalandok – slow art kulturális múzeumi élmények,

10. Gasztró- és borturizmus - egyedi élmények, bemutatók, kóstolók.

Minden turizmusfejlesztési projekt egy-egy helyi erőforrásra épülve kínál perspektívát a helyi lakosoknak, illetve vonzó tartalmat a turistáknak. Kiemelt projekt a termálfürdő fejlesztése, amely a többnyire egy kaptárfára elkészült hazai élményfürdők közül a kisléptékű, intim, természetközeli kikapcsolódást kínálhatja a vendégeknek. A termékspecifikus szálláshelyfejlesztésnek erőforrásul szolgálnak a helyi hagyományok, így kialakítható a kunsátor, tanyaszállás mint egyedi élményszállások.

A slow turizmus eredményes kialakításának és működtetésének sikertényezője, hogy a fejlesztési programokkal párhuzamosan induljon és működjön az a városmarketing program, ami a belső és külső célcsoportok szemléletformálását, tájékoztatását, és a slow kiskunhalasi imázs alakítását végzi.

A második példa egy abaúji kisváros Szikszó, mely esetében az előzőekben vázolt elvek és módszertan alkalmazása két sajátossággal bír,

- egyrészt a kisvárosfejlesztési mintaprojekt kidolgozása nemcsak külső szakértői közreműködésben, hanem megvalósítást mozgató városvezetői szereppel is párosul,

- másrészt a turizmus szerepének felértékelés nem egy újrapozicionáló, továbbfejlesztő, hanem turizmus-teremtő jellegű kell, hogy öltöszön.

Egy nagyváros szomszédsága, egy világcég településen történő fejlődése mellett a városfejlesztés tudatosan törekszik a kisvárosi jelleg, a kisvárosi életmód tudatos érvényre juttatására, a korábbi fejlesztési törekvések „megtisztítására”, romboló aránytalanságok megszüntetése, s a fenntarthatósági, környezeti értékek érvényre juttatása mentén. Szikszó mintaprojektje lehet annak a kombinált kisvárosfejlesztési irány érvényesülésének, amikor külső erőforrások bevonhatóságának erősítésével, a nagyvárosi közelség és a jó megközelíthetőség előnyei felhasználásával, miként alakítható ki egy

helyi értékekre építő, arányos, szerves – slow alapú - fejlődés lehetősége, egy térségi, járási székhelyen túlmutató integratív, szélesebb együttműködési koordinációra épülő szerep vállalásával. Ezen fejlesztési koncepciót és stratégiát öt súlypont képezi:

- jelentős állandó lakónépességszám növekedés, a „történeti lépték” helyreállítása új lakóövezetek, lakóparkok révén, melyhez a városfejlesztés turisztikai súlypontja, mint integratív városfejlesztési elengedhetetlen, hiszen a kritikus városméret mellett, a kisvárosi jólét, a működőképés kisváros alapvető „keresleti feltétele” is,

- a gazdaságfejlesztés – mint jólételelem - kulcskérdése, hogy a városon kívül működő világcég, s az önkormányzati ipari park beruházói miként illeszthetők össze a helyi (mezőgazdasági, kézműves stb.) termékekre, szolgáltatásokra építeni akaró vállalkozói közösség, klaszter kialakítási törekvésével,

- a működő, infrastrukturálisan is működő, arculatában is vonzó kisváros jelentős beruházásokat feltételez, melynek egyes alapelemei szerencsés módon alakulnak,

- a helyi lakosság kötődésének, lokálpatriotizmusának, identitásának erősítése kritikus siker tényező, melynek érdekében kialakításra került városmarketing program mellett, leginkább a Szia-Szikszó néven fejlődő város- és közösségépítő program tölt be fontos szerepet,

- az együttműködő város programban, a település-rendszerben betöltendő szerep tudatos építése szükséges, a hazai és nemzetközi partnervárosi kapcsolatok, szakmai (köztük a cittaslow, és más tematikus nemzetközi város (kisváros-együttműködések), közös Abaúj-márkaépítő településszövetség mentén.

A turizmusfejlesztés integratív nagyprojektjei, akcióterületei – miként Kiskunhalas esetében is – meghatározó súllyal bírnak a jövőépítésben:

- belváros-rehabilitáció – műemléki környezet mellett megvalósuló elsősorban kulturális turizmus mentén,

- egészséges életmód és kreatív turizmus fő sajátosságait hordozó városi park köré épülő infrastruktúra és szolgáltatások,

- pince-falu fejlesztési program, mely a klasztrikus bor-gasztroturizmus elemei mellett, a „hegy” az aktív turisztikai lehetőségek egyik terepe, melyhez a Hernád-folyó parti vízi, sport és pihenőturizmus illeszkedhet majd.

A harmadik példa, az abaúji térség, mint slow desztináció fejlesztési elképzeléséről szól. Az abaúji térségről sokan nem is tudják, hogy mennyi értékes turisztikai erőforrása van: kulturális értékeke, helyi hagyományok, várak, természeti kincsek,

helyi termékek (vizsolyi biblia, boldogkő vára, gönci barack stb.). Számos, inkább kisebb attrakció, s többnyire, ma még csak fejlődési potenciál jellemzi, melyek izgalmas, élményteli hálózattá, komoly márkaértéket magában hordozó desztinációvá szervezhetőek, fejleszthetőek. A meglévő abaúji „kisdesztinációk”, így Szikszótól, a Cserháton át Közép-Abaúj településcsoportjáig, a Hernád-folyó menti fejlesztési területig integrálhatóak, a „nagy” hazai és nemzetközi turisztikai piacokon is megjeleni képes termékek – jórészt az érintetlenség és a slow előnye alapján - jöhetnek létre. A különböző, önállóan pozicionált, sikeres „kisdesztinációk” az évtized végére egy erős „Abaúj-márka” mentén – elsősorban a slow turizmus elvei és többlemű termésközel, helyi értékek, helyi szokások és termékek gyakorlata mentén és a kisvárosi turizmus kulturális, kreatív turizmus specialitásaival. A sikeres marketingstratégiával a nemzetközi piacokon is beágyazottan megjelenő, versenyképes, a Mátra-Bükk és a Tokaj-Zemplén kiemelt desztinációkhoz erős partnerként kapcsolódni tudó desztinációként jelenhet meg. A közös fejlesztési irányba fordulás előfeltételeként a belső marketingre, majd a desztinációmenedzsment kialakítására lesz szükség. A belső marketing „termékeként” kialakul a turizmustudatosság, a marketinggondolkodás, elterjed a turizmus-specifikus, szakmai know-how és megerősödik a kooperációkészség, melyek mentén elindul a marketingorientált termékfejlesztés.

ÖSSZEFOGLALÁS SUMMARY

A kis- és középvárosok (KKV) kiemelt, módszertanában a sajátosságaikhoz illeszkedő tudatosan támogatott fejlesztése – miként az elmúlt évtizedben a nemzetközi szakmai, politikai gyakorlatban egyértelműen megfigyelhető – elengedhetetlen. A KKV-probléma nemcsak a vállalkozások, hanem a városok esetében is fennáll, még hiányoznak szakmai módszertanok, stratégiai és operatív mintamegoldások. Az elmúlt években ezért (is) kezdtük a kisvárosfejlesztés, kisvárosmarketing kutatási programunkat, melynek egy részeredményére építettük tanulmányunk gondolatmenetét.

Megállapítottuk, hogy a kisvárosok szerepe, a kisvárosi életmód – elsősorban a nagyvárosi válságjelenségek, a fenntarthatósági kérdések és életmódváltások előtérbe kerülése okán - felértékelődik a település-rendszerben. Ezen lehetőség kihasználásában a kisvárosok körében egyik sikert ígérő megoldás a slow – a harmonikus együttműködésre, kooperációra épülő, a fenntarthatóság elvét tisztelő

- fejlesztési filozófia, s benne a turizmusfejlesztés, a slow turizmus integráló, komplex hatású stratégiája. A nemzetközi tapasztalatok összegezve, 76 kisvárosi vezetői megkérdezés egyes eredményein és három olyan kisváros példáján – ahol szakértőként és közvetlen megvalósítunk is megjelentünk - mutattunk be konkrét megoldási lehetőségeket, dolgoztunk ki program és projektelemeket.

HIVATKOZÁSOK REFERENCES

- Birkner,Z, Máhr,T. & Berkes (2017), „The Opportunities of Small and Medium-Sized Cities in the Globalizing World”, *Entrenova*, 7-9, September 2017 Dubrovnik, Croatia, (ISSN) 2706-4735 Volume 3 418-424
- Cox,E. & Longlands,S. (2016), „*The Role of Small and Medium-sized Towns and Cities in Growing The Northern Powerhouse*”, IPPR North Spinningfields, Manchester
- De Salvo,P. & Calzatti,V. (2018), „*Slow Tourism: A theoretical framework. In Slow Tourism, Food and Cities. Pace and the Search for the Good Life*”; Clancy, M., Ed.; Routledge: London, UK, DOI: 10.3390/su11174534
- Farelnik, E. & Stanowicka, A. (2016), “Smart city, slow city and smart slow city as development models of modern cities”, *Olsztyn Economic Journal*, 11(4) DOI: 10.31648/oej.2938
- Heitmann, S., Robinson, P. & Povey, G. (2011), “*Slow Food, Slow Cities, Slow Tourism, Research themes of tourism*”, Publ.CABI Wallingford, ISBN-9781845936846.0114
- van Heur, B. (2010), „Small cities and the geographical bias of creative industries research and policy” *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, Publ. Routledge Volume 2, Issue, 2 Pages 189-192 DOI:10.1080/19407963.2010.482281
- Kresl, P.K. & Ietri, D. (2019), „*Smaller Cities in a World of Competitiveness*” Routledge ISBN 9780367872045 DOI: 10.4324/9781315727387
- Lukovics M. (2004), „A regionális identitás szerepe a regionális gazdaságfejlesztésben” Czagány, L.-Garai, L. (szerk.): *A szociális identitás, információ és piac*, SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei, JATEPress, Szeged, 214-228. old.
- de Noronha, T. & Vaz, E. (2020), „Theoretical Foundations in Support of Small and Medium Towns” *Sustainability*, 2020, 12, 5312; DOI:10.3390/su12135312
- Oh, H., Assaf, G. & Baloglu, S. (2016), “Motivations and Goals of Slow Tourism”, *Journal of Travel Research*, 55 (2), 15 DOI:10.1177/0047287514546228
- Osbaldiston, E. (edit) (2013), „*Culture of the Slow- Social Deceleration in an Accelerated World*”, Palgrave Macmillan - ISBN 978-0-230-29976-4
- Pécsék, B. (2008), „A ráérős utazás művészete”, Turizmus Online, letöltés helye: http://turizmusonline.hu/tt_utaztatasa/cikk/a_raeros_utazas_muveszete#, (Utolsó letöltés: 2019. október 30.)
- Pécsék, B. (2017), „Gyorsuló idő, lassuló turizmus: a lassú turizmus modellezése” *Turizmus Bulletin*, 16(1), 3-10.
- Piskóti, I. (2022), „A coopetition-modell új dimenziói a helymarketingben” Tózsá, István (szerk.) *Településmarketing és Gazdaságföldrajzi Műhely: 2021. évi kutatások* Kecskemét, Neumann János Egyetem, MNB Tudásközpont Településmarketing és Gazdaságföldrajzi Központ Paper: 03
- <http://www.slowmovement.com> (Utolsó letöltés: 2022.06.10.)
- <http://www.cittaslow.org> (Utolsó letöltés: 2022.06.10.)

Piskóti István, PhD, egyetemi tanár
piskoti@uni-miskolc.hu

Papp Adrienn, PhD, egyetemi adjunktus
marpa@uni-miskolc.hu

Marien Anita, PhD, egyetemi docens
marma@uni-miskolc.hu

Nagy Katalin, mesteroktató,
marnk@uni-miskolc.hu

Miskolci Egyetem

Slow and tourism – it is the alternative for small town development!?

THE AIMS OF THE PAPER

The development opportunities, competitiveness, and residential attractiveness of small towns are becoming stronger, and as a result, they are given a special role in the settlement system. The promising and successful formation of this role can be helped by the philosophy and practice of slow-based city development (Osbaldiston 2013, Birkner és tsai 2017). The slow philosophy mainly emphasizes the importance of traditions, quality, environmentally friendly agricultural production, and local products. Their basic principles also include a healthy lifestyle and the activity of local communities, especially in making decisions concerning them. Our aim is to present and apply the slow philosophy and the integrated slow tourism in the future construction of settlements.

METHODOLOGY

As part of the small town marketing research program, we conducted primary research in the fall of 2020 among small Hungarian towns with 5,000 and 20,000 inhabitants. We asked the leaders of small towns how they define and experience life in a small town, how they judge their abilities and their role in the settlement system, and what problems they struggle with. The topicality and importance of the topic is shown by the high response rate.

MOST IMPORTANT RESULTS

According to our primary survey results among small towns, tourism appears prominently in settlement development plans. Slow tourism in small towns can create real values (Desalvo - Calzatti 2017), On the one hand, it is a healing alternative for metropolitan destinations with a variety of motivations, satisfying many target groups, with significant tourist traffic, and previously struggling with over-tourism. On the other hand, it represents a sustainable, tourism-building perspective for areas that have been left out of tourist traffic until now (Pécsék 2008).

RECOMMENDATIONS

Many examples show that slow philosophy is a settlement development alternative based on local identity and satisfaction, which mobilizes local resources in a sustainable manner. In our study, we present three initiatives where the slow philosophy was successfully applied in settlement development.

Keywords: slow tourism, small town, tourism development, local identity, local tourism resources