● *Idegenforgalmi anomáliák*

Szeged: a partvonalon kívül

Szeged egyik frekventált részén, a Dugonics téren néhány hete egy szép pavilon hívja fel magára az arra sétálók figyelmét. Az idei idegenforgalmi főszezon kellős közepén odakerült kis épület évtizedes hiányt lenne hivatott pótolni: a turisták ott kaphassanak információt a városról, a napi programkínálattal együtt. A jó szándék azonban úgy tűnik kevés, amelyben az objektív okok mellett, emberi tényezők is szerepet játszanak.

Egész nap nagy az érdeklődés a Dugonics téri pavilonnál. *(Fotó: Gyenes Kálmán)*

Mint ismeretes, Szeged város önkormányzata még június 5-i ülésén határozott egy idegenforgalmi pavilon felállításáról. Igaz, ez sem ment zökkenőmentesen, hiszen több lehetséges helyszín is szóba került. Végül a Dugonics tér lett a „győztes". Ám az épület átadása – a tervezetthez képest – több mint egy hónapot csúszott. Annak pedig hogy elmaradt az ilyenkor szokásos felháborodás, egyszerű magyarázata van. Miután hosszú évek óta nem volt a városban egyetlen olyan hely sem, amelyik legalább kísérletet tett volna az ideérkező turisták széleskörű tájékoztatásának biztosítására, mindenki a jó „oldaláról" közelítette meg a kérdést: végre elkezdődött valami, éledezik Szeged idegenforgalmi élősége. Nem csupán az idegenforgalmi szakma képviselői örültek, de az önkormányzat is, hogy végre felmutathat valamit, lecsendesítve ezzel az ügyben néha szótemelőket. Természetesen kedvezően fogadta a „civil" lakosság azon része is, akinek rendszeresen gondot okozott milyen programra vihetné el – a szabadtéri előadásokon kívül – vendégeit, hogy azok kellemes élményekkel gazdagabban hagyhassák el a várost.

A valóság azonban más

A gyakorlat viszont – ahogy az többnyire lenni szokott – nem túl megnyugtató helyzetet igazolt vissza. Vagy netán egyesek túl magasra állították a mércét, amelyet ilyen hosszú tespedés után bizony nehéz átugrani? Ebben is lehet igazság. A tények szerint azonban – mint arról a helyszínen magunk is meggyőződhettünk – az ilyen igényeket egyelőre óriási hiányosságokkal lehet kielégíteni.

– Kevés az „élő" prospektus – szögezte le mindenekelőtt a pavilon működésének szakmai irányításával megbízott Magyar Turisztikai Egyesület Csongrád megyei tagozatának elnöke, *Nacsa József.* – Ráadásul a régi, elavult tájékoztató anyagokat sem könnyű beszerezni. Így, hiába várják munkatársaink – reggel fél kilenctől 23 óra 30 percig – az érdeklődőket, kérdéseikre nem mindig tudnak választ adni. Pozitív példaként csupán az Ópusztaszeri Nemzeti Történeti Emlékpark bőséges szóróanyaga említhető.

● ***A turizmushoz kapcsolódó valamennyi intézménynek, vendéglátó egységnek felajánlották ezt a lehetőséget?***

– Természetesen, de nem mindenki tudott, illetve akart élni vele. Pedig akinek nincs nyomdai úton készített tájékoztató füzete, annak is felajánlottuk az információközvetítést.

● ***Talán sokallják a szolgáltatásért kért összeget?***

– Dehogy, hiszen ami a legfontosabb: egyetlen fillért sem kérünk azért, hogy lényegében népszerűsítjük valakinek a programját, étermét, régiségkereskedését, vagy egyéb szolgáltató tevékenységét! Bármilyen kiadványnak, útbaigazító felhívásnak szívesen helyet adunk. A cél a fontos, az hogy a hazai és külföldi látogatók érezhessék: Szeged felkészülten, szolgálatkészen várta, várja őket. Ám amikor a Tisza Szálló vezetése ajánlatunkra szinte felháborodva kérte tőlünk számon, hogy milyen alapon akarjuk reklámozni szállodájukat, nos, akkor itt szemléletbeli problémák is vannak. El kell mondanom azt is: bizományban vállaljuk ízlésesen elkészített emléktárgyak, plakettek árusítását is. Erre az ajánlatra már néhány művész „rámozdult", aminek nagyon örülünk. Hasonló jó hír, hogy elkészült egy magyar, német és angol nyelvű videokazetta Szegedről, amelynek értékesítését mi kezdtük el.

Lenne igény a könnyűzenére is

Beszélgetésünk közben négy, angolul beszélő fiatal részletes kérdéssora keltette fel a figyelmünket. Mint megtudtuk, valójában mindannyian magyarok, igaz, közülük három az óceánon túl született. Zsuzsa hét esztendővel ezelőtt, az orvostudományi egyetem elvégzése érdekében jött a városba, majd férjhez ment. Párjával, *Rajda Vilmossal,* a szintén Kanadából érkezett testvérpárt, *Bata Julit* és *Sándort* szeretnék megismertetni a város és környékének nevezetességével.

– A sétáló utcán végighaladva, láttuk meg ezt a szép pavilont – mondta, kissé tört magyarsággal Juli. Eddigi programjaink egy része ugyanis véletlenszerűen alakult. A fürdőudvaron tartott koncertre úgy jutottunk el, hogy arra járva, észrevettük a kiírást. Más városban ezt plakátok, információs irodák hirdették volna. Szeged nagyon szép, kedvesek az emberek, nem értem, mi az akadálya a kulturális programok, a kiállítások népszerűsítésének.

– Nagy élményt nyújtott ugyanis a hangverseny, csakúgy mint az Aida megtekintése – vette át a szót testvére. – Mivel már jártunk Ópusztaszeren is, mára szerettünk volna valami jó szórakozásról gondoskodni, ezért érdeklődtünk itt. Sajnos nem kaptunk választ arra, hol lehet motorcsónakot bérelni, vagy milyen alkalmi sportolási lehetőséget kínál a város.

– Mivel nincs a látnivalókhoz vezető gyalogtúratérkép, egyedül csak céltalan bolyongás a városnézés – tette hozzá *Zsuzsa.* – Juliék még szerencsések, mert vannak ismerőseik, rokonaik, akik elkalauzolják őket. De a változatos programtervezéshez ez nem elég.

– Kevés az esti szórakozási lehetőség a fiataloknak, mivel bezárt a JATE- és a SZOTE-klub is. Nem mindenki érdeklődik ugyanis a komolyzene iránt. Márpedig, úgy gondolom, az igények széles skáláját kielégítő programok szervezésével, kulturált környezet biztosításával lehet arról beszélni, hogy a városnak fontos az idegenforgalom – hangsúlyozta befejezésül *Vilmos.*

Nincs összehangolt programterv

A pavilonban információkkal szolgáló két egyetemista, *Bánkúti Ágnes* és *Mikecz Péter* is egyetértett az elhangzottakkal. Ági szerint számukra is kínos, ha a kérdésekre nem tudnak választ adni. Nemcsak az útikönyvet, a fotóalbumot hiányolják a turisták, hanem egy olyan kiadványt is, amelyben napi bontásban – legalább egy hétre előre – feltüntetik a programokat. Erről az intézmények sem tájékoztatják őket. Hasonló nehéz helyzetbe kerülnek akkor, ha a különböző éttermek ételspecialitására, zeneszolgáltatására kíváncsi valaki. Lenne igény a cigány- és a népzenére is, különösen az esős estéken. Azon szintén többen felháborodtak már, hogy a szabadtéri előadás napján nincs más rendezvény a városban, csak az orgonahangverseny. Sok embernek ugyanis nincs pénze szállásra, ezért mindössze egynaposra tervezheti szegedi látogatását. Sajnos, ha ilyen kézenfekvő igényekre sem vagyunk tekintettel, akkor miként várhatnánk el, hogy a város például külön útikönyvet készíttet a külföldieknek. Pedig egy másik országból érkezett embernek röviden arról is információt kellene adni, hogy ki volt Kossuth vagy Széchenyi.

Szakmai szemmel

– A gondok, a hiányosságok sokasága miatt nagyon elkeserít, hogy az önkormányzat nem vette komolyan a turisztikai szakemberek által Szeged idegenforgalmi feladatainak megoldását taglaló javaslatot. Mivel elképzeléseinkkel szemben sem az ad hoc bizottság, sem *Básthy Gábor* alpolgármester nem sorakoztatott fel ellenérveket, csupán általánosságok hangoztak el, érthetetlen számomra a közgyűlés döntése. Nem vették észre a „ködösítést", azt, hogy egy koncepció nélküli pályáztatással akarják(?) megoldani Szeged idegenforgalmi problémáit – hangsúlyozta Nacsa József.

● ***Gondolom, összefognak a szakma képviselői és együtt benyújtanak majd egy pályázatot?***

– Nem. A többség úgy ítéli meg: az önkormányzat egyszer már a szőnyeg alá söpörte a hozzáértők javaslatát, miért fogadná el később? Ezt a feladatot pedig csak egyetértéssel, közös gondolkodással lehet eredményesen megoldani. Természetesen lesznek azért jelentkezők, akik pénzhez akarnak jutni. Pályázatukat pedig, mint tudjuk, az önkormányzat „szakértői" bírálják majd el, vélhetően a korábbihoz hasonlóan. Az ezt követő megrendelések finanszírozására fordított pénznek viszont kérdéses lehet a sorsa.

● ***Miért, ha konkrét feladatokra adják?***

– Az valóban ellenőrizhető, hogy az adott szórólap, kiadvány elkészült-e vagy sem. Ez azonban még nem tekinthető eredménynek. Egy marketingterv ugyanis az idegenforgalomban hosszabb idő múlva „köszön vissza". Legalább egy-két év kell ahhoz, hogy kiderüljön: mennyire életképes az összeállított útikönyv vagy kiadvány, ilyet igényelnek-e a turisták. Az sem máról holnapra következett be, ami ma a gondot okozza.

● ***Nyilván felméri majd ezt az a néhány ember, akit megbíz az önkormányzat az idegenforgalmi kérdések kezelésével.***

– Nos, ezen is lehetne vitatkozni az önkormányzattal, illetve e napirendi téma előterjesztőjével, Básthy Gáborral. Nem értem ugyanis: ha néhány személyt biztosítani tudnak erre a feladatra, akkor miért kell külső cégeket megbízni a munkával? Legyen a téma szakértője az a három ember, aki egyben alkalmas az önkormányzat pályázati anyagainak összeállítására is, hogy ne kelljen azokért külön fizetni. Így az önkormányzat rendelkezhetne egy független idegenforgalmi irodával, illetve könnyebben ellenőrizhetné a meglévő pénzkeret ésszerű felhasználását. Egy profitorientált társaság ugyanis saját érdekeit szem előtt tartva igyekszik majd elvállalni és megoldani az önkormányzat által jelzett feladatot, de javaslatait is ez motiválja majd. A szakma pedig – szintén egyéni érdekei miatt – nem szövetkezik akkor, ha ki-ki maga szeretné elnyerni az adott pályázati pénzt. Sőt: félő, hogy komoly háború indul el már akkor is, ha meglesz a mostani pályázat győztese. Hiszen ez más esetben is így van, keresik az összefonódásokat, azt hogy milyen érdekek munkáltak a háttérben. Ez viszont az idegenforgalom esetében nem engedhető meg. Itt minden vitával töltött nap hosszú időre visszavetheti a munkát. Tudni kell például, hogy az augusztus 21-i pályázati határidő is – és nem a vállalkozók érdekérvényesítésre való törekvése – hátrányos helyzetbe taszítja a várost, hiszen mire azokat elbírálják elvesztik azt a lehetőséget, hogy Szeged részt vegyen az Ipari, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Minisztérium által meghirdetett pályázaton. Emiatt az 1998-as nemzetközi idegenforgalmi vásárokon – az IKIM által felállított standokon – a szegedi kínálat nem lesz jelen. Márpedig, nem lehet eleget hangsúlyozni: ezen a területen az időveszteséget kell az egyik legveszélyesebb ellenségnek tekinteni.

Hol nyitható információs iroda?

Nacsa József – Básthy Gábor, lapunk július 29-i számában megjelent érveire reagálva – elmondta még: fontos kérdés az, hogy hol nyit információs irodát Szeged, mivel a jelenlegi pavilon csak augusztus végéig tart nyitva. Márpedig egy önmagára valamit is adó önkormányzat nemcsak odafigyel a helyi idegenforgalom alakulására, hanem tudja: éjjel, nappal, frekventált helyen kell „tálalni" a kínálatot. Ilyen helyiséggel azonban nem rendelkezik senki, mellékutcákba pedig nem megy el a turista. Ha pedig erről a városnak kell gondolkodni, akkor nehéz lesz eleget tenni a pályázati feltételnek, amelyben ez szerepel. Az sem mellékes szempont, hogy a győztesek milyen szellemi tőkét hoznak az üzletbe. Jól felkészült, nyelveket is beszélő szakemberekre lenne szükség, többéves gyakorlattal ahhoz, hogy abból a térség is profitálhasson. Egy-két program ugyanis soha nem lesz olyan vonzó, hogy azért sokan útra keljenek. Szegedet a megye idegenforgalmi értékeivel együtt lenne célszerű eladni.

– A baj azonban ott kezdődik, hogy a város, egy hasonlattal élve, alap nélküli ház felépítésére törekszik, amikor úgy gondolja, hogy csupán az anyagi érdekeltsége miatt, képes lesz valaki jól ellátni az idegenforgalmi tennivalókat. A partvonalon kívül nem lehet megítélni egy szakmát. Az ilyen szemlélet a rendszerváltás előtti időket juttatja eszembe, amikor a mindentudó párttitkár szava és nem a szakértelem határozta meg a döntéseket – tette hozzá befejezésül a Matur megyei elnöke.

N. Rácz Judit

Gyöngyszem

Tudjuk, könnyű ott idegenforgalomról beszélni, ahol kellemes tengerpart, netán stelésre is alkalmas hegyek várják a turistákat, vagy lépten, nyomon rácsodálkozhatunk egy-egy értékes műemlékre. Ez azonban nem jelentheti azt, hogy az ilyen adottságokkal nem rendelkező településeknek le kellene mondaniuk a vendégfogadás örömeiről, illetve előnyeiről. Különösen nem, ha a város megyeszékhely szerepet is betölt. Erkölcsi kötelessége ugyanis, hogy a térség településeiért is – azok önállóságát semmiképpen sem sértve – felelősséget érezzen. Hiszen egy jó szülő sem avatkozik bele gyermeke mindennapjainak alakulásába, de életvitelével, gondolkodásmódjának kisugárzó erejével feltétlenül hatást gyakorol rá. De vajon megvan-e ez a kisugárzása Szegednek? Nyilvánvaló, hogy a lokálpatrióta elfogultságával sem állítható, hogy igen. Pedig Szeged lehetne az Alföld egyik idegenforgalmi gyöngyszeme! Fesztiválvárosi szerepe mellett zenei élete, kulturális rendezvényei, a térségben alkotó képző-, ipar- és népművészek kiállításai – nem beszélve tudósai szakmai presztízsének hatásairól – évente sok ezer vendégnek kínálhatna értékes elfoglaltságot, szórakoztató programokat. Azért pedig, hogy egyelőre ez nem így van, kétségtelenül az önkormányzat, az ügyet kevéssé sztvükön viselő képviselők is felelősek. De nem csupán ők, hanem egy kicsit Csongrád megye lakosságának egésze is. Hiszen jól felfogott érdekükben sem próbálják meg kikövetelni mindazokat a döntéseket, amelyekre „felfűzhetnék" saját ötleteiket (feltéve, ha vannak ilyenek), felvállalva ezzel – azt, ami egy magára valamit is adó képviselő-testülettől viszont joggal elvárható – a hosszú távon mindenképpen jól gyümölcsöző idegenforgalom kilendítését a jelenlegi holtpontról.

N. R. J.