

POZÍCIÓ ÉS PERSPEKTÍVÁK BARANYA TURIZMUSÁBAN

BARANYA MEGYE TURIZMUSFEJLESZTÉSI PROGRAMJÁNAK AKTUALIZÁLÁSA

AUBERT ANTAL – SZABÓ GÉZA

**Baranya Megyei Önkormányzat
Pécsi Tudományegyetem Turizmus Tanszéke**

Pécs, 2005

**Készült a Baranya Megyei Önkormányzat megbízásából 2005-ben,
a Baranya Megyei Önkormányzat és a T 038282 sz. OTKA támogatásával.**

Vezető szakértők és szerkesztők:

Aubert Antal – Szabó Géza

Szerzők:

Aubert Antal

Babák Krisztina

Berki Mónika

Csapó János

Hegedüs Veronika

Hegy Zsuzsa

Szabó Géza

Nyomda: Temporg Nyomda Kft. Pécs

Grafika: Kes Reklámügynökség, Pécs

ISBN: 963 7187 27 8

BEVEZETŐ	4
HELYZETÉRTÉKELEÉS	5
1. BARANYA TURIZMUSÁNAK KERESLETELEMZÉSE ÉS POZICIONÁLÁSA REGIONÁLIS ÉS ORSZÁGOS ÖSSZEVETÉSBEN	5
1. 1. Nemzetközi és hazai trendek a turizmusban (Aubert A.-Szabó G.)	5
1. 2. Magyarország turizmusának fő jellemzői (Aubert A.)	8
1. 3. Baranya a megyék rangsorában (Szabó G.-Berki M.)	11
2. BARANYA MEGYE KIEMELT TURISZTIKAI TERMÉKTÍPUSAINAK HELYZETE	23
2. 1. A gyógy és- termálturizmus, mint kiemelt terméktípus (Aubert A.-Hegedüs V.)	23
2. 2. Aktív turisztikai termékek Baranya megyében (Hegyi Zs.)	30
2.3. Borturizmus, borutak (Szabó G.).....	34
2.4. Falusi turizmus (Szabó G.-Berki M.).....	38
3. ELNYERT PÁLYÁZATOK ÉS BERUHÁZÁSOK TEMATIKUS ÉS TÉRSÉGI ELOSZLÁSA (Aubert A.)	44
4. SWOT-ANALÍZIS (Szabó G.)	50
II. A TURIZMUS FEJLESZTÉSI KERETEI ÉS FŐ IRÁNYAI BARANYA MEGYÉBEN	53
1. FEJLESZTÉSI TERVEK ÉS MEGVALÓSULÁSUK (Aubert A.-Csapó J.-Szabó G.)	53
1. 1. A turizmus programozás eredményei a régióban	53
1. 2. Megyei tervek.....	57
2. TURIZMUS A MEGYE SZERVEZETI RENDSZERÉBEN (Aubert A.-Szabó G.).	62
2. 1. A megyei rendszer szereplői (intézmények, bizottságok, partnerek)	62
2.2. Az Ezerszínű Baranya Turisztikai Kht és a Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ együttműködése, a turisztikai feladatokat érintő feladatok megosztása	72
3. A KISTÉRSÉGI STRATÉGIÁK TURIZMUSFEJLESZTÉSI PRIORITÁSAI (Szabó G.)	76
4. A FEJLESZTÉS IRÁNYAI ÉS SÚLYPONTJAI	85
4. 1. Terméktípusok (Aubert A.-Szabó G.).....	85
4. 2. Kiemelt területek (Szabó G.)	97
4. 3. Turizmus hálózatok (Aubert A.-Szabó G.)	98
4. 4. Kiegészítő fejlesztések (Aubert A.).....	99
4. 5. Marketing (Aubert A.-Szabó G.).....	99
5. SZERVEZETRENDSZER	105
5. 1. Funkciómegosztás a megye turisztikai marketinggel foglalkozó szervezetei között (Szabó G.).....	105
5. 2. Partnerség (Aubert A.).....	107
MELLÉKLETEK (Hegedüs V.-Babák K.-Szabó G.)	109

BEVEZETŐ

Baranya megye a 90-es évek második felében szerzett koncepcionális előnyét a turizmus szakág programozásában és megyei szintű irányításában mindmáig megőrizte. Sajnálatos azonban, hogy ezen előnyök nem kamatozódhattak a piaci pozíció javulásában. Ennek okait a megyék finanszírozási gondjaiban, a fejlesztésre szánható források szűkösségében kereshetjük. A koncepcionális előny azonban a jelenlegi átdolgozott, frissített programmal esélyt kínál arra, hogy a Baranya megye Önkormányzata segítője legyen a fejlesztési szintek összehangolásának. Erre egyre nagyobb szükség van, hiszen a fejlesztésekben meghatározóvá váló régiós szint és a helyi cselekvések színtereként megfogható kistérségek és települések törekvései közötti konvergenciák és harmóniák formálásában a területi identitás ma is leghitelesebb képviselőjének, a megyének fontos szervező, koordináló, iránymutató és támogató, ösztönző szerepe van.

A keresleti trendek változása és a legutóbbi évek hazai turisztikai fejlesztései új helyzetet teremtettek a turisztikai piacon, melyre Baranya megyének is reagálnia kell. Ezen előzmények ismeretében a szakértők arra vállalkoztak, hogy egyrészt áttekintsék és összefoglalják a turizmus megyei helyzetét, fő szereplőit és megfogalmazzák a fejlesztés kereteit a megyei önkormányzat szempontjából. A tanulmány kiemeli a partnerség elvén alapuló együttműködést mind a regionális, mind a kistérségi szint felé, valamint Pécs városával. Újszerű megvilágítása kívánja helyezni a megyei kínálat fejlesztési és menedzselési lehetőségeit.

Az idegenforgalomban ennek a területi összefogó-összehangoló szerepnek a jelentősége nem csökken, hiszen a piac egyre inkább desztinációkban, sajátosan egyedi üdülési színhelyekben, mondhatni ismert márkanevekben gondolkodik. Baranya és kiváló adottságú települései, tájegységei Péccsel együtt pedig már mai is elismert „Brand”-ok, területi márkák. A jövőt is azok a márkákat erősítő fejlesztések, kiemelt, elfogadottan kedvező adottságokra épülő turisztikai termékek, valamint az ezek összegződéséből, sajátos területi megoszlásban létrejövő fogadóövezeti gócpontok, desztinációk jelentik, amelyeket a megyei fejlesztési program kimunkált és felmutat. Ezekhez szervezhető meg a helyi partnerek közreműködése, és adható meg megyei háttere, például a marketing tevékenységek végrehajtásával.

HELYZETÉRTÉKELÉS

1. BARANYA TURIZMUSÁNAK KERESLETELEMZÉSE ÉS POZICIONÁLÁSA REGIONÁLIS ÉS ORSZÁGOS ÖSSZEVETÉSBEN

1. 1. Nemzetközi és hazai trendek a turizmusban

Turisztikai termékek versenyképességének meghatározása, új turisztikai termékek fejlesztése, avagy a meglévők frissítése csak a piaci viszonyok ismeretében, a keresleti trendekre tekintettel lehetséges. Baranya számára is elengedhetetlen ezen trendek, turisztikai „divatok” figyelemmel követése. Szerencsére a turizmus piac kutatása, főbb változásainak nyomon követése világszerte igen kiterjedt szakmai apparátussal folyik. A kereslet elemzések eredményeit több szakmai műhely is trend-elemzésekben foglalja össze rendszeresen. A beutazó relációban számunkra még mindig meghatározó német piac jellemzőit W. FREYER (1997) és munkatársai, míg az angolszász kutatások eredményeit J. SWARBROOKE (1994) foglalta össze.

A harmadik évezred elején a nemzetközi gazdasági és -politikai helyzet, társadalmi változások, folyamatok a nemzetközi és a belföldi turizmust is közvetlenül vagy közvetve befolyásolják. Ezen változásokból kiindulva a jövőbeli várható tendenciák írhatók le, melyek főbb elemeiben a következők:

- *Az eddig megszokott trend, mely szerint a kínálat határozza meg a keresletet megfordulni látszik. A turisztikai piac kínálati oldalának sűrűsödésével, telítődésével éles versenyhelyzet bontakozik ki a turisták megnyerésére. A kereslet kínálatformálónak, alakítóvá lép elő. A kompetitív piac megjelenése mellett a kereslet szerepkör változását felerősíti a több diszkrecionális jövedelemmel, szabadidővel és széleskörű ismeretanyaggal rendelkező utazó réteg, mely igényes, magasabb elvárásokat támaszt a szolgáltatókkal szemben.*
- *Demográfiai változásokból fakadóan a senior korosztály növekvő részesedése várható a turizmusban is. E fogyasztói szegmens jellemzőiből következően minden téren megnövekszik a minőség, a biztonság iránti igény (pl. közlekedés, szolgáltatások). A*

szeszonalításra pozitívan hat, hogy ezen csoport utazásai kevésbé kötődnek a főidényhez.

- *Szolgáltatások sztenderdizálása*, kontra szükségletek egyéni kielégítése – az egyéni szükségleteket mind teljesebb mértékben, de tömeges méretekben kell realizálni.
- *Egészségtudatosság* megjelenése a szabadidős tevékenységek során. Alapvető változásokat hoz a szállásadók, vendéglátás területén.
- *Az iskolai végzettség általános emelkedésével* növekszik az ismeretek további gyarapításának, az aktív részvételű utazások iránti igény. Az ismeretszerzés, a művészetek, a történelem, és a kultúra, mint motiváló tényező szerepe növekszik, a hagyományos turisztikai formák iránti kereslet csökken.
- Nagyobb elvárt érték – egyrészt elengedhetetlenné teszi a vonzerők, fogadási feltételek, *idegenforgalmi szolgáltatások minősítését*, illetve a minősítés eredményének megjelenítését, ezzel segítve a turistát a tájékozódásban, az elvárt érték megtalálásában; másrészt az individuális turista igényeinek megfelelően felértékeli a természeti és épített vonzerőkön túl a helyi hagyományokat, tradicionális termékeket, termelési ismereteket, gasztronómiát stb. mint máshol nem megtapasztalható idegenforgalmi attrakciót.
- A *természeti–társadalmi környezet iránti felelősség* felismerésével a fenntartható desztinációk iránti kereslet növekszik .
- *Tovább terjednek a két-háromnapos, hosszú hétvégekre kiterjedő, aktív pihenéssel, kikapcsolódással eltöltött rövid utazások*, melyek célpontjául jellemzően aktív szabadidő eltöltést és kulturális ismeretszerzés igényét is kielégítő kínálattal bíró desztinációkat választanak a fogyasztók.
- A *személyre szabottság* egyre fontosabbá válik a turisztikai szolgáltatásokban is. Speciális termékek, erősödő szegmentáció. Így például a vendéglátás területén az autentikus szolgáltatók lesznek előnyösebb helyzetben.
- *Információtechnológia* fejlődésével az Internet használata a turisztikai információgyűjtésre, turisztikai termékek megvásárlására tovább fog növekedni.

Turisztikai trendek: ellentétpárok és a változások irányai

Hagyományos

- Tömegesség
- Kommersz., megszokott
- Hedonista, élvezetközpontú
- Passzív elfogadás
- Látvány, benyomások

Újszerű

- Individuális igények
 - Egyedi, innovatív
 - Élmény- és ismeretszerző
 - Aktív befogadás, interaktivitás
 - Tartalom, elmélyülés
- 
- + aktivitás (testi-szellemi)
 - + minőség preferálása (attrakciók, szolgáltatások, fogyasztás)
 - + önmegvalósítás

A trendekben meghatározó irány, a tömegturizmus keresleti jellemzőitől való eltávolodás (hagyományos) és az újszerű, egyéni igényeket és aktivitást megjelenítő turizmus formák preferálása (újszerű) (W. FREYER 1997; PUCZKÓ L. – RÁ CZ T. 2000.). Ez a markáns változás a turizmus tervezői számára a differenciált igénymegjelenítést, és az ehhez tartozó kínálati változatosságot követeli meg programozási alapelvként.

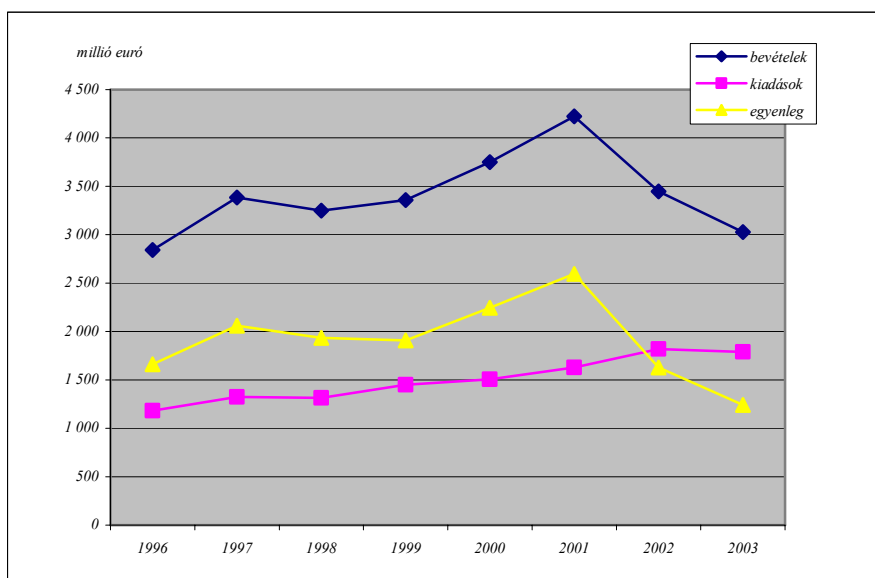
A *turizmus hatásai* közül kiemelten a gazdasági adatok és tények jól illusztrálják a turizmus jelentőségét (LENGYEL M. 2004):

- A nemzetközi turistaérkezések száma 1950-ről (25 millió fő) 2004-re megközelítette a 720 millió főt,
- 2004-ben a világ GDP-jének 10,4%-át termelte (4 217,7 milliárd USD), közvetlenül a turizmusból származik 1 542 milliárd USD, mely az összes GDP 3,8%-át jelenti.
- Több mint 200 millió embernek nyújt munkalehetőséget a Földön, 8,1%-ot képvisel a teljes foglalkoztatásban. A világban közvetlenül 73 millió főt foglalkoztat, mely a teljes foglalkoztatás 2,8%-át reprezentálja. A fejlett országokban az aktív foglalkoztatottaknak az 1/10-e dolgozik a turizmusban.
- Láthatatlan exportként a teljes export 12,2%-át realizálja.
- A világ beruházásainak 9,4%-a turizmusba történik (802 milliárd USD).

1. 2. Magyarország turizmusának fő jellemzői

A Magyar Nemzeti Bank a magyar folyó *fizetési mérlegben* idegenforgalom jogcímén 3 029 millió euró bevételt mutatott ki idegenforgalom jogcímén (1. ábra). Ez az előző évekhez képest visszaesést jelent, a 2001-ben realizált bevételnél 28%-os, a 2002-esnél 12%-os csökkenést mutat. Az idegenforgalmi kiadások 2%-kal csökkentek a megelőző évhez képest, 1 788 millió eurót tettek ki. A folyó fizetési mérleg egyenlege 1 241 millió euró volt, mely 24%-kal marad el a 2002. évitől és a 2001. évi felét sem éri el. (KSH)

1. ábra: Magyarország idegenforgalmi bevételei, kiadásai, egyenlege 1996–2003.



Forrás: KSH évkönyvek 1996–2003.

Az *idegenforgalmi bevételek* között a két legnagyobb jelentőségű a szálláshely-szolgáltatás és a vendéglátás. Ezen ágak gazdasági teljesítménye a 2003. évben a nemzetgazdaság 3%-os növekedésétől elmaradt, a megelőző évhez hasonlóan teljesített. A vállalkozások méretstruktúrájában továbbra is domináns a mikro- és a kisvállalkozások túlsúlya. A magyar gazdaságban működő vállalkozások 5%-a tevékenykedett ezen ágakban. Összesen 41, 7 ezer vállalkozást jelent 2003-ban, mely 2%-os bővülést mutat.

Beruházások volumene az ágazatban csökkenő tendenciát mutatnak, mely ellentétes a nemzetgazdaság egészét jellemző folyamatokkal. A 2003-as évben a vendéglátás és a szálláshely-szolgáltatás beruházásai a nemzetgazdasági beruházások 1%-át jelentették.

A beruházások értékének több, mint 50%-a épület, további 30%-a belföldi gépek, 14%-a importgépek.

„A turizmus makrogazdasági szerepe”¹ c. tanulmány összeállítása alapján a teljes közvetlen és közvetett turizmus szektor a hazai GDP-hez 8,76%-ban járult hozzá, a hazai alkalmazottak 12%-át foglalkoztatja. A teljes munkaidőben foglalkoztatottak havi bruttó átlagkeresete 2003-ban 87,5 ezer forint volt, mely ugyan 8%-os növekedést mutat, mégis elmarad a nemzetgazdasági átlagtól.

A magyar turizmus fő jellemzői:

- a nagy volumen (forgalom) és a szerény gazdasági haszon, alacsony fajlagos mutatók,
- strukturális probléma az erős térbeli (Budapest és a Balaton) és időbeli koncentráció (nyári rövid főszezon),
- a javuló szálláshely-kapacitások, és azok szerkezete (az 1990-es évekhez képest növekedett a szállodai férőhelyek aránya). 2003-ban az összes kereskedelmi szállásférőhelynek a 34%-a a szállodai férőhely. A külföldiek által kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák $\frac{3}{4}$ -e a szállodákban realizálódik, míg belföldiek esetén ez az arány 50%,
- a komplex turisztikai termékek hiánya (amely még a fő célterületeinkre is igaz),
- a kereskedelmi szálláshelyekre érkező vendégek 60%-nak utazási motivációja a szabadidő eltöltése volt, a vendégek 12%-a konferenciára érkezett, 23%-uk egyéb üzleti célból. A vendégek 5%-nak a gyógy- és termálturizmus volt a legfőbb motivációja.
- az idegenforgalmi infrastruktúra- és a szolgáltatások hiányosságai, kiépítetlensége,
- erős környezeti terheltség (Balaton),
- a közrend és közbiztonság stabilizálódása (amelyre a turizmus igen érzékeny).

Az elmúlt másfél évtizedben turizmus szektorunk fő problémái közül kiemelnénk az alábbiakat:

- eltűnő vonzerőink, imázsunk helyére nem sikerült új, versenyképes attrakciókat, arculatot felépíteni,
- a hazai turisztikai kereslet lassú erősödése,

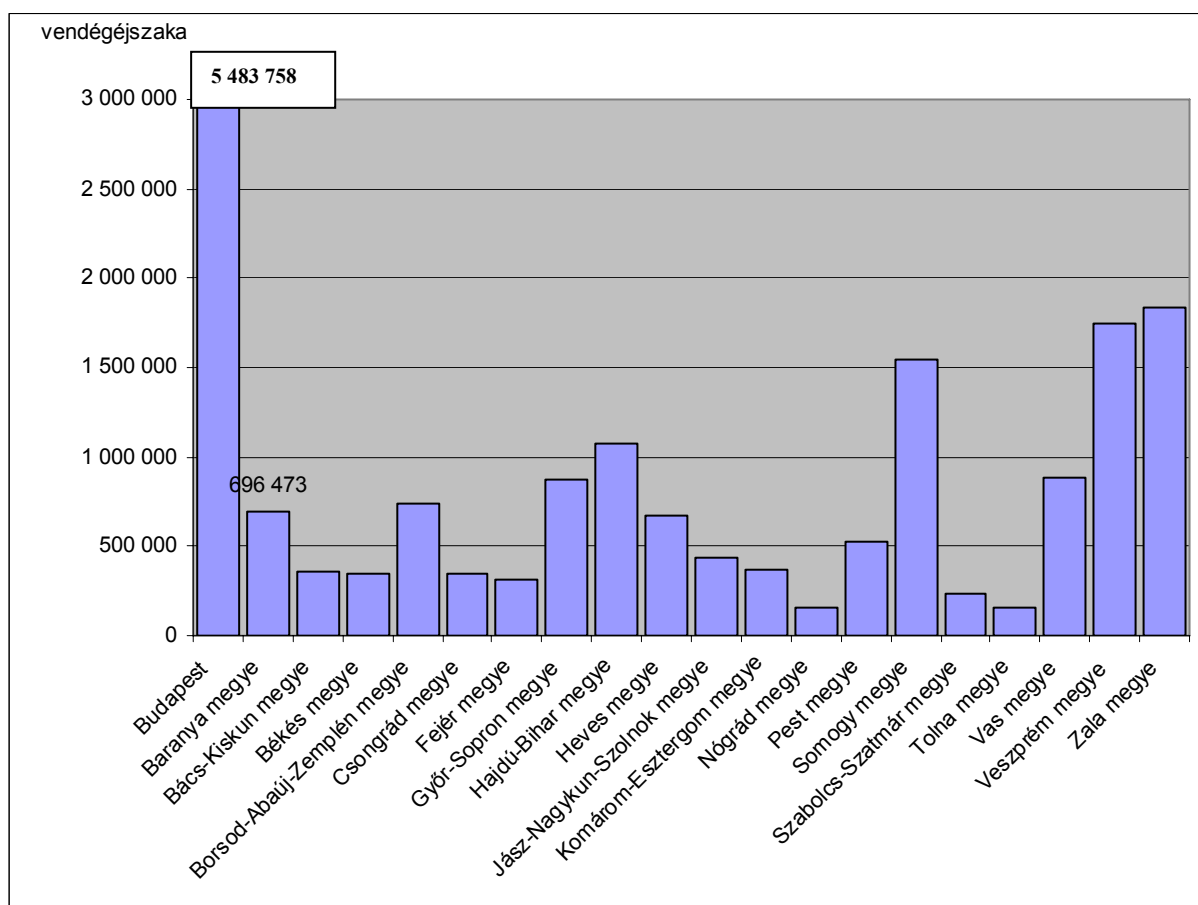
¹ GKI Gazdaságkutató Rt., 2004. Bp.

- a tulajdonviszonyok a turizmus szektorban átgondolt koncepció és stratégia hiányában kaotikusan és eseti módon rendeződtek, ill. egy részük napjainkig megoldatlan,
- ugyan megteremtődött a turizmus új irányítási- és intézményrendszere, de a központi döntési mechanizmus súlya a meghatározó. Gyakori hatáskör-változások (pl. forráselosztás) a jellemzőek.

1. 3. Baranya a megyék rangsorában

Baranya helye a megyék idegenforgalmi rangsorában az elmúlt tíz esztendőben érdemben nem változott. Az abszolút számokat tekintve 1994-ben a 664,8 ezer vendégéjszaka forgalom a megyék Budapestet is tartalmazó sorrendjében a 8. helyre volt elegendő, hasonlóan a 2001-hez, amikor a nyolcadik helyet jelentette a 723 ezer vendégéjszaka. Baranya a budapesti és balatoni kiemelt négyes utáni erős középmezőny stabil tagja.

2. ábra: Vendégéjszakák száma Magyarországon megyei bontásban 2003.



Forrás: Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv KSH. 2003.

Baranya megye országban elfoglalt vendégforgalmi pozíciójáról elmondható:

- abszolút és fajlagos értékeket tekintve is a kiemelkedő keresettségnek örvendő területek utáni középmezőny stabil 7.–8. helyre sorolt tagja,
- forgalmi részaránya a bel- és külföldiek által eltöltött vendégéjszakákat tekintve közel állandó értéket mutat, ez is stabil helyzetére utal,

- Baranya ebben az erősen koncentrált, éppen ezért differenciált területi megoszlású turizmus képben a területének és lakosságának megfelelő arányban veszi ki részét az idegenforgalomból,
- a megye távolsági közlekedésben kialakult rossz pozícióját jelzi határátkelőinek országos összevetésben alacsony forgalma.

Baranya helyzetének pozicionálásához az ország különböző régióiból a megyére nézve a konkurens megyék összevetésével (Csongrád, Hajdú-Bihar és Vas megye) egy árnyaltabb és differenciáltabb képet is meg kívánunk mutatni. A *kereskedelmi szálláshely kapacitásában* Baranya a négy megye rangsorában az első helyet foglalja el Hajdú-Bihar megyével szoros versenyben, míg Csongrád és Vas megye a harmadik helyen megközelítőleg szintén azonos kereskedelmi szálláshely férőhellyel rendelkeznek. (3. táblázat)

1. táblázat: A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása a vizsgált megyékben, 2003.

	Szálloda	Panzió	Ifjúsági szálló	Turistaszállás	Kemping	Üdülőház	Összesen
Baranya	2 617	2 787	2 732	2 110	5 430	1 202	16 878
Csongrád	2 186	1 280	173	4 131	2 161	398	10 329
Hajdú-Bihar	5 527	3 952	216	1 441	4 568	852	16 556
Vas	3 918	2 580			3 385	533	10 416

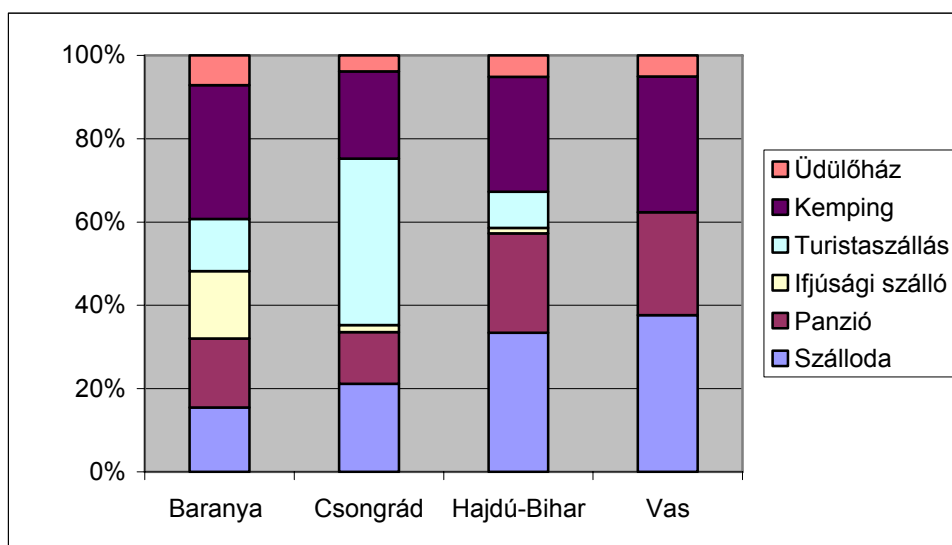
Forrás: A KSH Regionális Igazgatóságai által szolgáltatott adatok, 2003.

A kapacitás megoszlásban az egyes megyék között jelentős különbségek állnak fenn. A *szállodák*, melyek az igényes, magasabb fajlagos költségű vendégkört vonzzák, Hajdú-Biharban és Vas megyében vannak a legmagasabb arányban – Hajdú-Biharban a legmagasabb számban (5 527 férőhely), míg Vas megyében a legnagyobb arányban (38%) állnak rendelkezésre. Minden megyében térben erősen koncentrált az elhelyezkedésük, a nagyvárosokban és a jelentős turisztikai potenciállal rendelkező településeken összpontosulnak.

A *panzió* kategória Csongrád megye kivételével 20% körüli részesedést mutat, területileg már szélesebb körben elterjedtek.

A *turistaszállások és az ifjúsági szállók* Baranya megye kereskedelmi szálláshelyeinek abszolút számát jelentősen emelik, itt vannak feltüntetve az egyetemi és középiskolai kollégiumok által kínált szálláslehetőségek, míg Vas megyében ebbe a két típusba sorolt egység nincs is. A kempingek részaránya 20 és 32% között ingadozik, elsősorban vízparthoz és nagyvárosokhoz kapcsolódnak.

3. ábra: Baranya, Csongrád, Hajdú-Bihar és Vas megye kereskedelmi szálláshely kapacitásának szerkezete, 2003.



Forrás: A KSH Regionális Igazgatóságai által szolgáltatott adatok, 2003.

A vendégéjszakák vizsgált megyékben történő megoszlásáról teljesen eltérő képet kapunk, mint ahogy az a kapacitás alapján várható lenne. A kapacitás abszolút számai alapján listavezető Baranya megye a vendégéjszakák alapján a harmadik helyre csúszik vissza, jelentős 200 ezer és 400 ezer vendégéjszakás lemaradással a második helyezett Vas megye, és a listavezető Hajdú-Bihar megye mögött. Legjelentősebb Baranya hátránya a szállodai vendégéjszakák alapján, ebben a kategóriában halmozza fel hátránya nagy részét, mely statisztikát az ifjúsági szállókkal és az üdülőházakkal tud pozitív irányba kompenzálni. A szállodai férőhelyek és a magasabb minőségi kategória hiányát jól szemlélteti, hogy Vas megye kétszer több, míg Hajdú-Bihar megye háromszor több szállodai vendégéjszakát tudott realizálni.

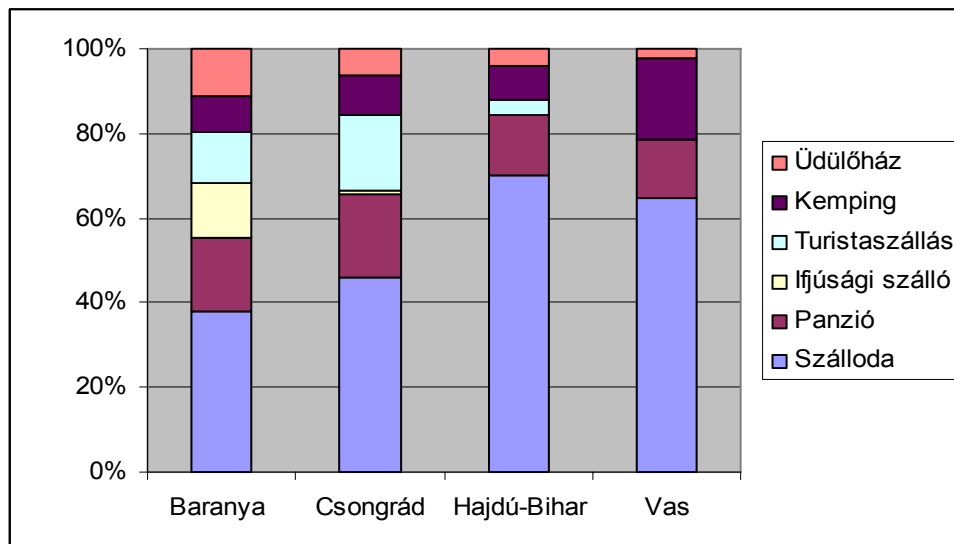
2. táblázat: Vendégéjszakák száma a vizsgálatba bevont megyékben a kereskedelmi szálláshelyeken, 2003.

	Szálloda	Panzió	Ifjúsági szálló	Turista-szállás	Kemping	Üdülőház	Összesen
Baranya	255 535	115 924	87 470	81 030	57 864	73 473	671 296
Csongrád	159 018	66 359	3 137	61 484	32 114	22 226	344 338
Hajdú-Bihar	765 370	151 812	3 106	39 876	87 320	42 374	1 089 858
Vas	525 650	113 746			156 935	18 245	814 576

Forrás: A KSH Regionális Igazgatóságai által szolgáltatott adatok, 2003.

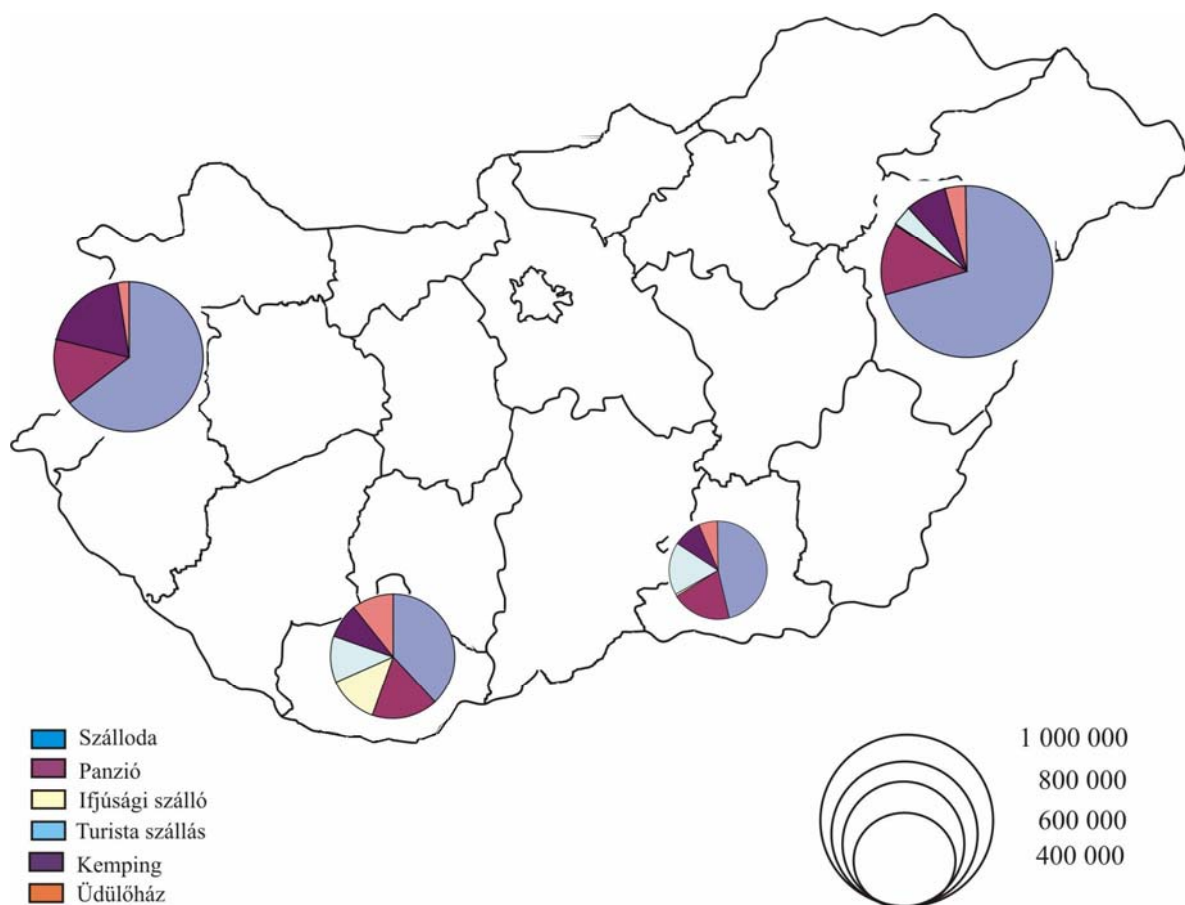
Az arányokat vizsgálva itt is kimutatható a minőségi szálláshelyek hiányából fakadó lemaradása a megyének. Míg Baranya megyében a szállodai vendégéjszakák aránya nem éri el a 40%-ot, addig Hajdú-Biharban ez az arány közel 70% és az abszolút számokban negyedik Csongrád megye is megelőzi megyénket. A többi szálláshelyi kategória 10% körül részesedik.

4. ábra: Vendégéjszakák aránya a vizsgálatba bevont megyékben a kereskedelmi szálláshelyeken, 2003.



Forrás: A KSH Regionális Igazgatóságai által szolgáltatott adatok, 2003.

1. térkép: Vendégéjszakák aránya a vizsgálatba bevont megyékben a kereskedelmi szálláshelyeken, 2003.

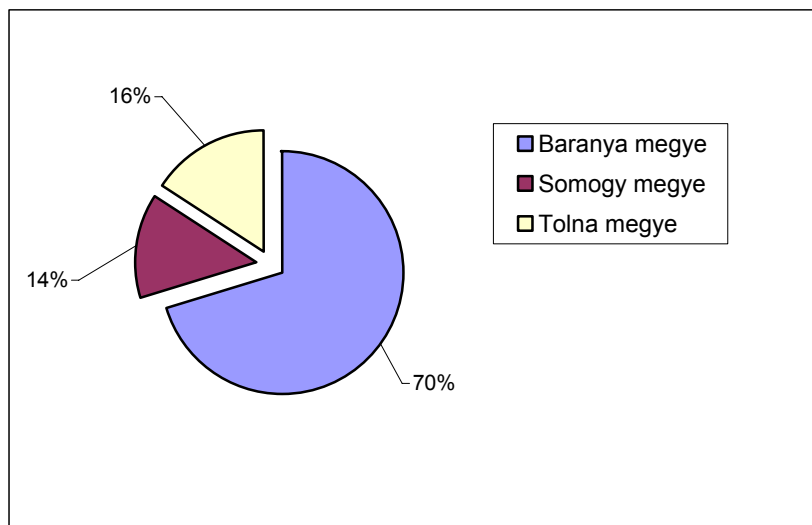


Forrás: KSH Regionális Igazgatóságai, 2003.

A megye pozicionálásának további szempontja lehet, hogy milyen súllyal szerepel a turisztikai piacon a szomszédos megyéket tekintve.

Értékelve a régióban a partner megyék – Somogy, Tolna és Zala forgalmát – valamint Bács-Kiskun megyéét megállapítható, hogy Baranya ugyan önmagában is jelentős centruma a régió és a szűkebb környezet idegenforgalmának, ám a balatonparti megyék forgalmától továbbra is jelentősen elmarad. Somogy – a Dél-dunántúli idegenforgalmi régióba tartozó területe – és Tolna megye konkurálásából az utóbbi kerül ki győztesen, évi 20 ezerrel haladja meg a Somogyban eltöltött vendégéjszakákat.

5. ábra: A Dél-dunántúli Idegenforgalmi régió vendégéjszakái megyei bontásban, 2003.

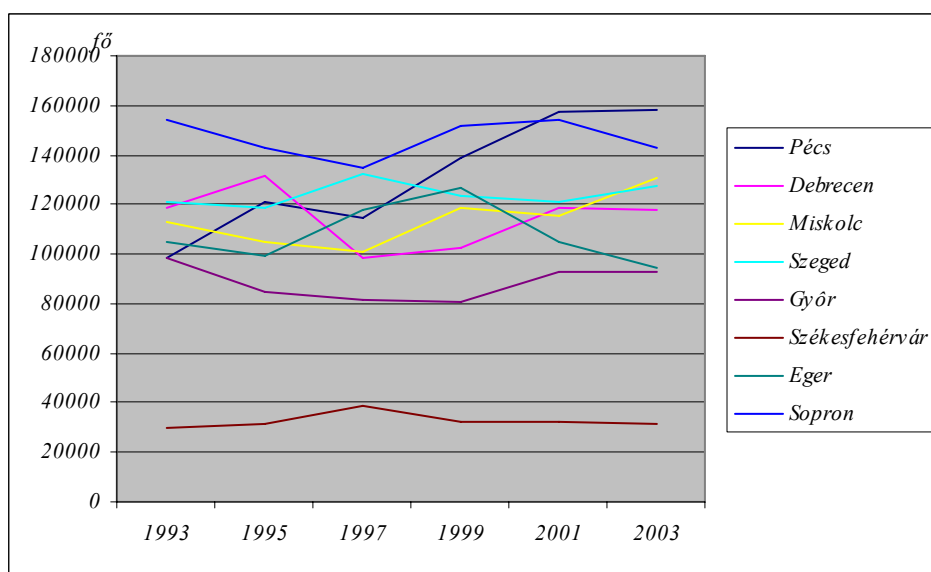


Forrás: Dél-dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság adatai alapján

1. 3.1. Pécs idegenforgalmi súlya

A Dél-Dunántúl régióközpontja és Baranya megyeszékhelye Pécs térségi szerepkörének megfelelően jelentős idegenforgalmi központ. Vendégforgalma Baranyában meghatározó volumenű, a megyében eltöltött vendégéjszakák több mint 40%-át évek óta Pécssett regisztrálják. A város idegenforgalmi pozíciója, versenytársai körében elfoglalt helyzete az egész megye turizmusának szempontjából is kiemelt jelentőséggel bír.

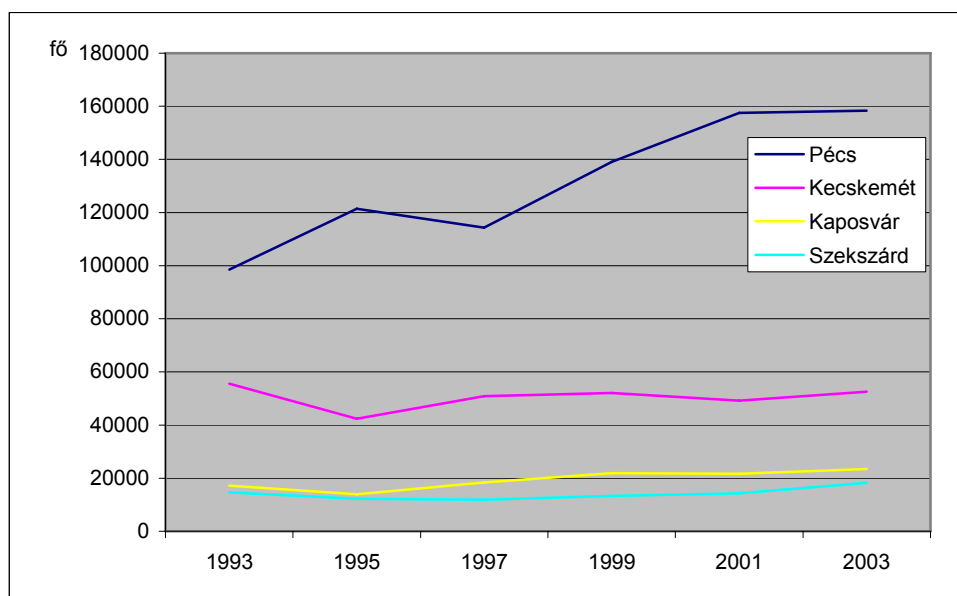
6. ábra: Pécs és potenciális hazai versenytársai vendégszámának alakulása 1993–2003.



Forrás: Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyvek 1993–2003.

A jelentős idegenforgalmi potenciált birtokló városaink közül az elmúlt évtizedben Pécs mellett Miskolc tudott jelentősen javítani pozícióján. A többi város az 1990-es évek közepén bekövetkezett visszaesést tudta ledolgozni.

7. ábra: Baranyával szomszédos megyeszékhelyek vendégforgalma 1993–2003.



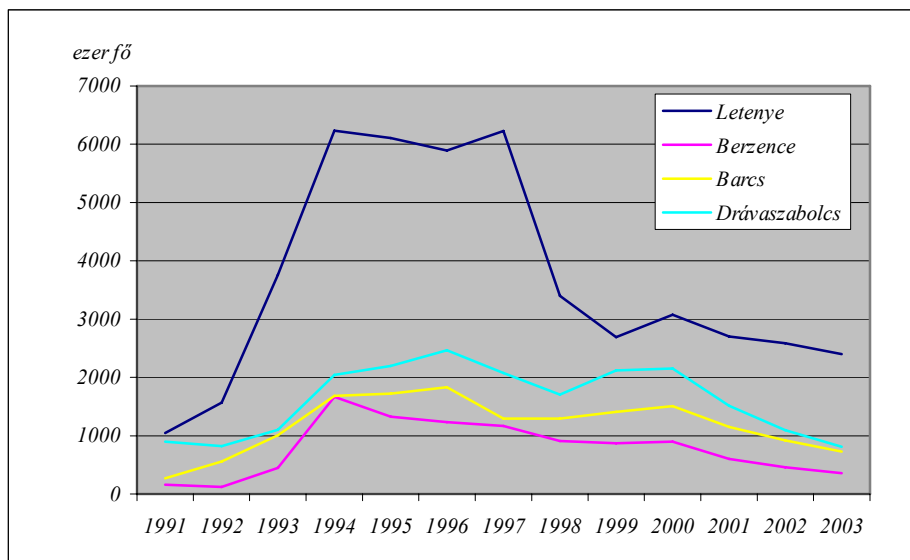
Forrás: Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyvek 1993–2003.

Pécs régiós idegenforgalmi központi szerepköre nincs veszélyben. Saját kategóriájában, a megyeszékhelyek körében Szekszárd, vagy Kaposvár, illetve a szomszédos Bács-Kiskun megyéből Kecskemét vendégforgalma messze elmarad Pécsé mögött. A másik három megyeszékhely vendégforgalmi adatai nagyon lassú növekedést mutatnak.

1. 3.2. A baranyai határszakasz forgalma dél-dunántúli összevetésben

Baranya határmenti helyzetéből fakadóan forgalmi többletet nyerhet az országba belépő külföldiek köréből is. Bár a határátkelőhelyek és a hozzájuk vezető forgalmi folyosók döntően a tranzitot bonyolítják, ám a belépő, átutazó tömeg egy része megfelelő kínálattal turisztikai keresletté tehető.

8. ábra: A horvát határszakasz forgalma, 1991–2003.



Forrás: Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyvek 1991–2003.

Baranya országos összevetésben ugyan nem számít igazán fontos tranzitiránynak, határátkelőinek forgalma elmarad az ország többi határmenti megyéjétől, ám a déldunántúli régióban, a horvát határszakaszon kiemelt pozícióját nem lehet megkérdőjelezni. Mindhárom baranyai határátkelőhely forgalmai adatai az 1990-es évek közepéig mutattak növekedést, majd lassú, de folyamatos csökkenést lehet megfigyelni, mely a 2000. évtől nagyobb üteművé vált.

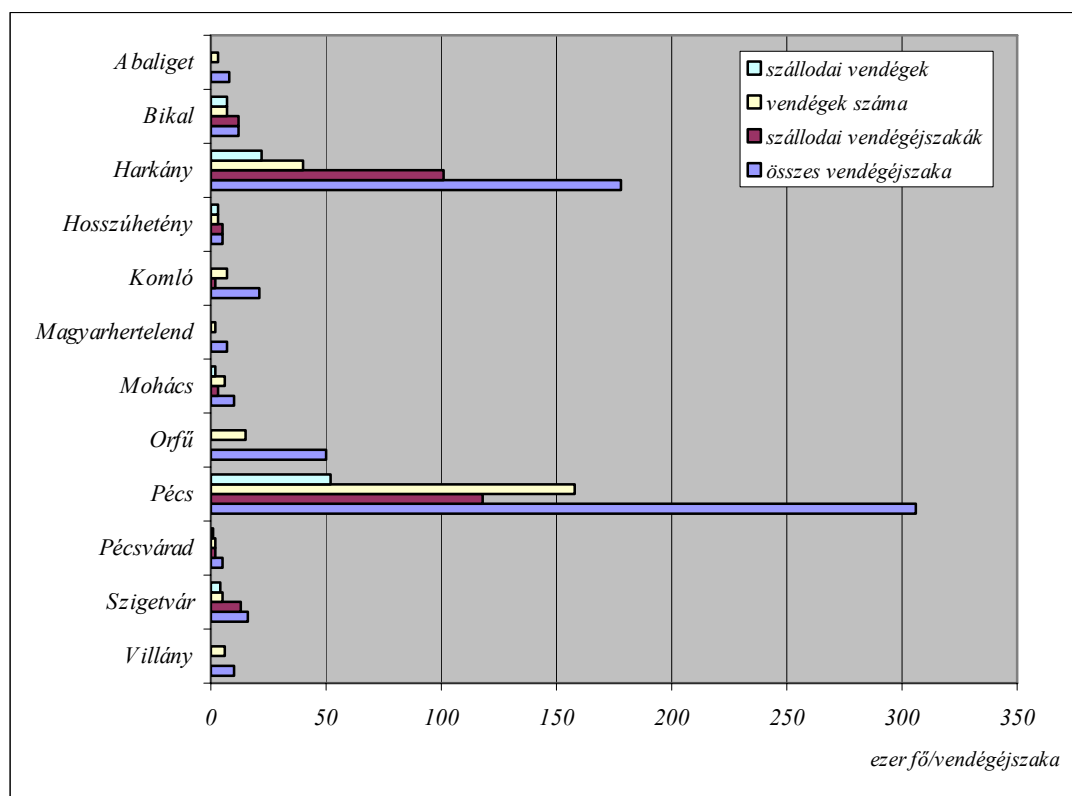
1. 3. 3. Baranya megye turizmusa a vendégforgalmi adatok alapján

Baranya idegenforgalma a vendégforgalmi statisztikák alapján két pólusúnak mondható. A meghatározó Pécs 2003. évi 306 ezer vendégéjszakás forgalmával a megye turizmusának 44,2%-át adta, a külföldiekben belül aránya 40%-os. Harkány részaránya a megye vendégforgalmából lecsökkent 26%-ra. Ez a két idegenforgalmi centrum bonyolítja a megye turizmusának – vendégéjszakákban mért – 70,3%-át.

A többi regisztrált forgalmi település szerepe jóval kisebb. A vendégéjszakák rangsorát tekintve *Orfű* megtartotta harmadik helyét, megyén belüli részaránya alig 7, 6%. A forgalmi sorrendben negyedik helyen következő *Komló* 25 ezres vendégéjszakájával megelőzi a sokáig ezt a pozíciót elfoglaló *Szigetvárt*. A megyében jelentős vendégéjszakával rendelkezik még *Abaliget* (10 ,2 ezer), *Mohács* (9 ezer), *Bikal* és *Villány*

(8 ezer). A regisztrált forgalom alacsony szintjét mutatja ebben a körben, hogy Bikal 8 ezer vendégéjszakájával, ami ráadásul egyetlen szálláshely, a Puchner Kastély forgalma, a megyei rangsor nyolcadik helyére került.

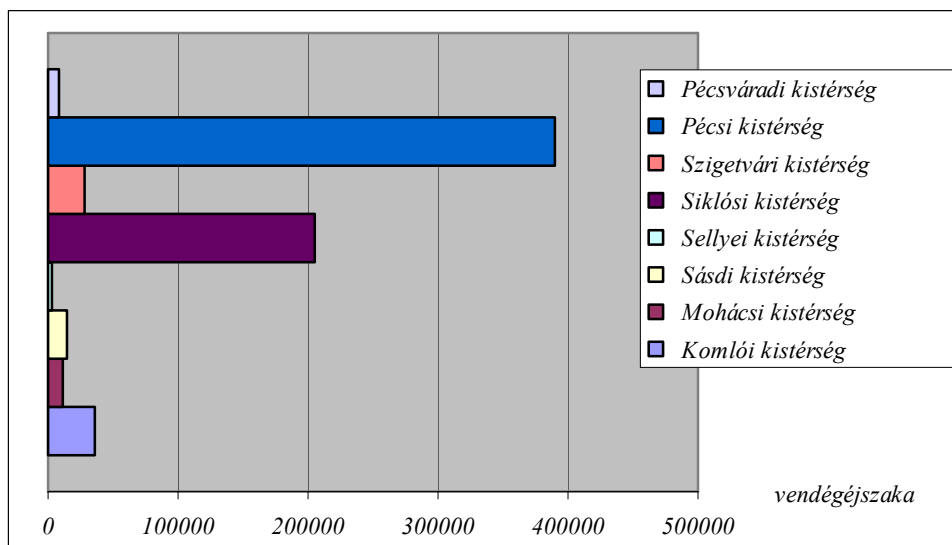
9. ábra: Vendégéjszakák megoszlása Baranya megye főbb idegenforgalmi potenciállal rendelkező településein.



Forrás: Idegenforgalmi Évkönyv 2003.

A megye vendégéjszakáinak kistérségi bontásából is kitűnik a két központúság. A pécsi és a siklósi kistérség bonyolítja le a vendégéjszakák 86%-át, a többi hat kistérségre jut a fennmaradó 14%.

10. ábra: Vendégéjszakák megoszlása Baranya megyében kistérségi bontásban.



Forrás: A Dél-dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság adatai alapján

1. 3.4. A megye kereskedelmi szálláshelyeinek területi megoszlása

A szálláshelyek megoszlását tekintve nem változott az 1998-s állapothoz képest, Baranyában továbbra sincs négy csillagosnál magasabb minőségi kategóriába tartozó **szállodai** férőhely. Pedig országos adatok bizonyítják, hogy a minőségi turizmus alapjaiként számbavehető szálláshelyek ezen magasabb kategóriájában a legkedvezőbbek a kihasználtsági mutatók.

A négycsillagos kategóriájú férőhellyel csak Bikal rendelkezik, emellett Pécsen az egyik szálloda nyert el *****+** minősítést. A két egység férőhelyeinek száma összesen nem haladja meg a 200-at. A háromcsillagos kategória jóval bővebb, 13 egységet foglal magában. Többségében Pécsen és Harkányban találhatóak, az összkapacitásuk 1400 férőhely. Viszonylag jelentősebb szállodai férőhely kínálattal bír még néhány város: Szigetvár (157 szállodai férőhely); Mohács (108 szállodai férőhely); Komló (68 szállodai férőhely) és Pécsvárad (72 szállodai férőhely). Említésre érdemes, hogy a megye keresett üdülő és fürdőhelyei közül (pl. Orfű, Abaliget, Magyarhertelend) egyáltalán nem tudnak szállodai férőhelyet vendégeiknek felmutatni. Sajnálatos, hogy a városok közül is többenél hiányzik ez a szálláshely kategória (Siklós, Sásd, Szentlőrinc, Bóly, Villány).

3. táblázat: Kereskedelmi szálláshelyek területi megoszlása Baranya megyében, 2004.

	*	*	*	*	*	Szálloda összesen	Panzió	Turista - szállás	Ifjúsági szálló	Nyaraló- Ház	Kemping
Komlói kistérség	-	-	1	-	1	2	2	-	2	2	1
Mohácsi kistérség	-	-	-	-	-	-	4	1	-	-	1
Sásdi kistérség	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-
Sellyei kistérség	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-
Siklói kistérség	-	-	6	3	-	9	13	1	-	5	1
Szigetvári kistérség	-	-	1	2	-	3	5	-	-	1	2
Pécsi kistérség	-	-	7	2	1	10	39	7	9	8	5
Pécsváradi kistérség	-	-	-	1	-	1	2	1	1	1	-
megye összesen	-	1	5	8	2	26	67	10	13	17	10

Forrás: A Dél-dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság adatai alapján

A *panzió* kategóriába tartozó, kisebb és családiasabb szálláshely egységek erőteljesen jelennek meg a megye különböző térségeiben. Ilyen minőségi jellemzőkkel bíró szálláshelyek a nagy forgalmi centrumokon kívül is megtelepedtek, szélesítették a megye szálláshely kínálatát. A pécsi kistérség mellett a siklói kistérségben vannak nagyobb számban jelen, a megyében 67 panzió közül 53 ebben a két kistérségben található.

A *turista-, ifjúsági szállók, nyaralóházak, és kempingek* a megyeszékhely körül koncentrálódnak, csak nagyon kevés, egy-egy egység színesíti a megye többi kistérségének szálláshely-kínálatát.

1. 3.5. A magánszállásadás, fizetővendéglátás kapacitásai és forgalma

A Dél-Dunántúli régió fizető vendéglátás kapacitásának (13 000 férőhely) 66%-a Baranyában található (8 600 férőhely), az egységek a megyében erősen koncentráltan vannak jelen. Kiemelkedő települései a közép- és kisvárosok, melyek jelentősebb idegenforgalmi potenciállal rendelkeznek. A kapacitás elhelyezkedés meghatározza a vendégéjszakákat. A megyei össz-vendégéjszaka nagysága a 134 ezret meghaladja, ezzel az előkelő ötödik a megyék országos rangsorában. Mindössze a Balaton parti megyék és Hajdú-Bihar megye tudja megelőzni. A megyében belül két gócpont Pécs és Harkány, mindkettő esetében a vendégéjszaka szám meghaladja a 25 ezer vendégéjszakát. A középmezőny szinte egyedüli képviselője Orfű 10 000 vendégéjszakával, míg 1 000 körüli vendégéjszakát tudott Szigetvár és Villány realizálni.

A külföldi/belföldi vendégéjszakák megoszlása országos szinten a belföldiek dominanciáját mutatja a fizetővendéglátás kategóriájában, míg megyénkben ezzel ellentétes a helyzet. Baranyában a belföldiek jelenléte 45%, míg a külföldieké 55%. Ebből a szempontból kiemelendő Harkány, ahol az e kategóriában jelentkező vendégéjszakák 75%-a külföldi vendégek itt tartózkodásából származik.

2. BARANYA MEGYE KIEMELT TURISZTIKAI TERMÉKTÍPUSAINAK HELYZETE

2. 1. A gyógy és- termálturizmus, mint kiemelt terméktípus

Az egészséges életmód szerepének felértékelődése miatt, a gyógy és- termálturizmus iránti kereslet folyamatosan növekszik, versenyhelyzetet teremtve ezzel az egyes szolgáltatók között.

Magyarország ebben a versenyben több szempontból is sikeres helyzetűnek tekintheti magát. A teljesség igénye nélkül, csupán néhány dolgot említsünk:

- Területének 80%- a alatt találunk hévizeket. A vízkészletünk jelentős részénél, a víz összetétele alapján, lehetséges a gyógyvízzé nyilvánítás.
- Japán, Olaszország, Izland, Franciaország és Magyarország „gyógyvíz nagyhatalom”.
- Hazánk gyógy és- termálturizmusa hosszú múltra tekint vissza, továbbá Európa szerte elismert fürdőkkel rendelkezik, mely stabil vendégkör kialakítását teszi lehetővé országunk számára.

A sikertényezők mellett, azonban hátrányokkal is számolni kell. Szintén csak néhány dolgot említve:

- A nagy múltra visszatekintő fürdőink infrastruktúrája több esetben elavultnak mondható.
- A szolgáltatások és az árak aránya sok esetben nem állítható párhuzamba.
- A gyógy és- termálturizmus szabályozási rendszere rosszul kialakított, az egyes szervek között nincs együttműködés.
- Jelentős hátránynak tekinthető a szakképzett munkaerő hiánya.

Részben az előbb említett tényeknek köszönhető, hogy a különböző fejlesztési programok –mind területfejlesztési, mind turisztikai– egyaránt kiemelt prioritásként kezelik a gyógy és- termálturizmust.

2. 1.1. Dél-Dunántúli régió gyógy és-termálturizmusának helyzetelemzése

Régióink idegenforgalmában a gyógy és-termálturizmus kiemelten fontos. Ennek ellenére a Dél-Dunántúl helyzetét kettősség jellemzi. A régió adottságait vizsgálva láthatjuk, hogy nem szűkölködik adottságokban. Magyarország 39 gyógyfürdőjéből hat (Dombóvár-Gunaras, Harkány, Igal, Csokonyavisonta, Szigetvár, Nagyatád) található a régióban. Ezeken kívül minősített gyógyvízzel hat termálfürdő rendelkezik (Kaposvár, Nagyberény, Marcali, Dunaföldvár, Tamási, Hőgyész), és további kilenc termálfürdőről tehetünk említést (Babócs, Barcs, Csisztapuszta, Nagybajom, Szulok, Magyarhertelend, Sellye, Komló-Sikonda, Simontornya.). A fejlesztésekhez szükséges támogatások azonban kevésnek bizonyulnak. A következő táblázatból kitűnik, hogy régióink a sereghajtók közé sorolható, ha a Széchenyi Terv nyertes egészségturisztikai projektjeit vizsgáljuk. (Gellai I. 2004)

A régió tíz támogatott pályázatának fejlesztési összege 6819 millió forint volt, melyhez összesen 2628 millió forint, támogatás társult. (4. táblázat)

4. táblázat: Támogatott projektek regionális megoszlásban

Statisztikai régió	Támogatott projektek száma (db)	Támogatás összege (millió forint)	Fejlesztés összege (millió forint)	Új munkahelyek száma
Közép-Dunántúl	7	2693	7401	232
Budapest-Közép-Dunavidék	10	4408	11767	361
Dél-Dunántúl	10	2628	6819	230
Észak-Magyarország	12	2282	6447	175
Dél-Alföld	14	3997	8675	185
Észak-Alföld	19	4447	10710	302
Nyugat-Dunántúl	28	10469	29640	930
Összesen	100	30934	81458	2415

Forrás: GELLAI I. 2004.

A régió fürdői 2002- re elérték a 2 milliós látogatottságot, mégis azt tapasztaljuk, hogy 2000- től lassú ütemben ugyan, de csökken a vendégforgalom. (5. táblázat) (2003-ban 200000 fős veszteséget könyvelt el a régió.)

5. táblázat: Magyarország idegenforgalmi régióinak számadatai a gyógy- és termálturizmus piacán (2000- 2001)

Régió	Látogatók száma (becslés)		Százalékos eltérés
	2 000	2 001	
Tisza -tavi régió	807 059	922 950	13%
Dél-alföldi régió	3 420 798	3 888 437	12%
Észak-alföldi régió	3 641 316	4 048 246	10%
Az Észak-magyarországi régió	1 492 778	1 413 000	-5%
Dél-dunántúli régió	2 157 210	2 078 970	-4%
Nyugat-dunántúli régió	2 083 150	2 203 186	5,5%
Közép-dunántúli régió	444 262	462 232	4%
Balatoni régió	3 203 494	3 296 675	3%
Közép-dunavidéki régió	651 585	676 266	4%
Budapest	4 214 402	4 089 541	-3%
Összesen	22 116 054	23 079 503	5%

Forrás: MISZLER M.2003.

A vendégforgalom visszaesésének okai a következőkben keresendők:

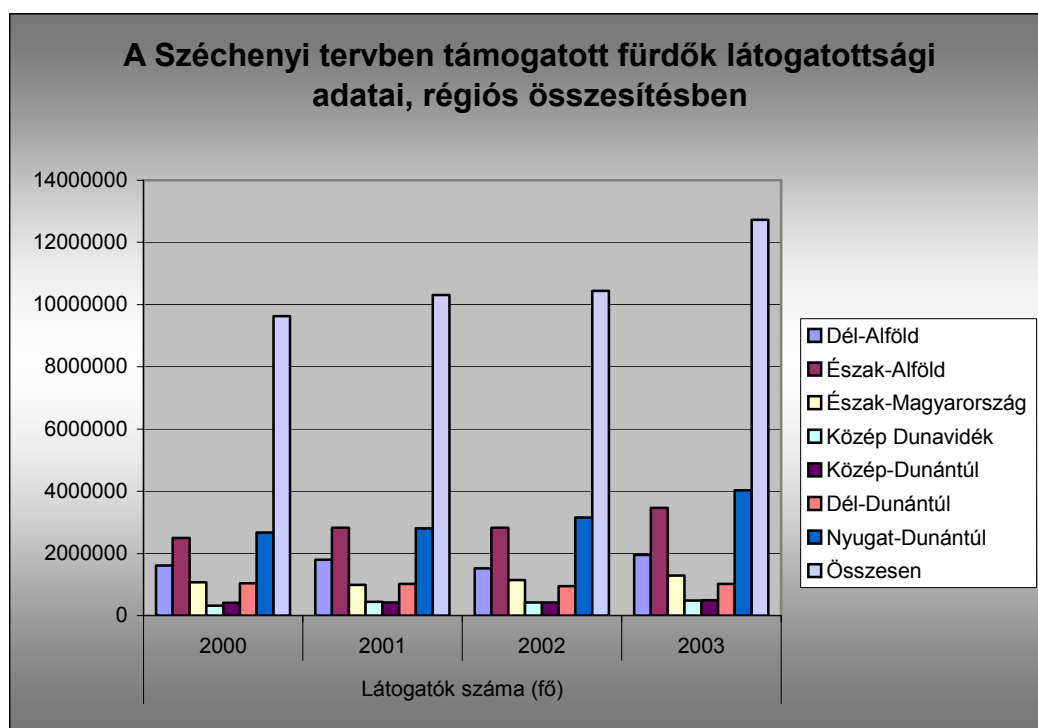
- a turizmus nemzetközi piacain kis mértékű visszaesés tapasztalható,
- nagy problémát jelent a befektetések és támogatások hiánya (2001-től 31 milliárd forintnyi turisztikai támogatásban részesedtek a régiók. Ezen támogatásokból a Dél- Dunántúl mindösszesen 7%-kal részesedett. Továbbá probléma, hogy a régióra eső támogatásokból jelentősen csak a harkányi és a sikondai fürdő részesedett.)
- a régió földrajzi pozícióiból is származnak problémák (gyenge megközelíthetőség, állandó háborús balkáni tűzfészek)
- piaci versenyhelyzet miatti vendégekörvesztés (Hévíz, Bükfürdő, Zalakaros, Kehidakustány, Sárvár)
- gyenge a régiós marketingtevékenység, valamint az országos marketing kiadványokban is alulreprezentált a régió gyógyturizmusa (az országos kiadványokban jobbra csak Nagyatád és Harkány jelenik meg).

A fent említett okok eredményeképpen a következők állapíthatók meg:

Az 5. táblázat jól mutatja, hogy az elmúlt 2- 3 évben, a gyógy- és termálturisztikai ágazatban Magyarországon regisztrált 22- 23 millió vendég jelentős része Budapestet, az Észak- Alföldet, a Dél- Alföldet és a Balatont kereste fel. A Dél- Dunántúlra csupán a regisztrált vendégek 8,7%- a jutott. A régiós versenyben a Dél- Dunántúl helyzetét nehezíti, hogy a legnagyobb vetélytársnak – területi helyzete miatt- a Nyugat- Dunántúli régió minősül (piaci részesedése 9, 5%).

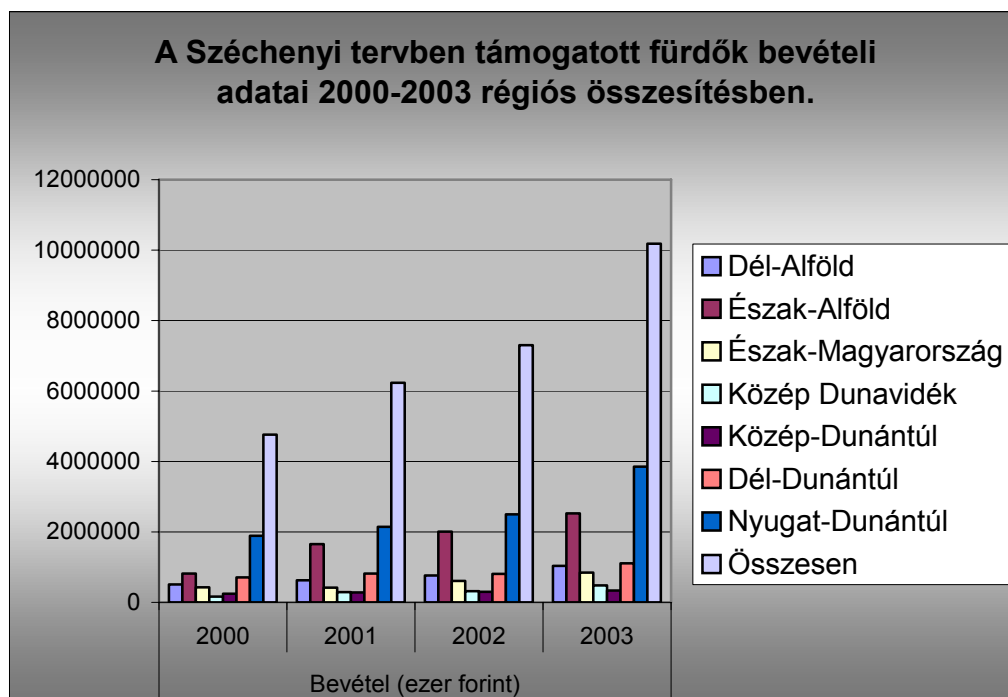
A nyugati régió legnagyobb előnyének mondható, hogy a gyógyturisztikai fejlesztésekre szánt támogatások 34%- át megkapta, amíg a Dél- Dunántúl 7%- os támogatásban részesült. (11-12. ábra)

11. ábra:



Forrás: GELLAI I., 2004.

12. ábra:



Forrás: GELLAI L., 2004.

A támogatások megosztják a régió fürdőit és behatárolják jövőbeni lehetőségeiket is, melyek így három jól elkülönülő csoportra oszlanak.

Az *első csoport* tagjai, pl. Harkány, Sikonda és Barcs. Őket a „nagy előrelépők” névvel illelhetjük, hiszen ezek a fürdők az elmúlt években képesek voltak jelentős anyagi támogatáshoz illetve hitelekhez jutni úgy, hogy a fejlesztések kivitelezése után képesek profit termelésre és fennmaradásra.

A *második csoport* tagjai a „szintentartók”, aki nagy pénzügyi nehézségek árán képesek csak magukat fenntartani. Ebbe a csoportba sorolhatjuk Szigetvár, Nagyatád, Sellye, Igal, Dombóvár vagy Dunaföldvár fürdőjét.

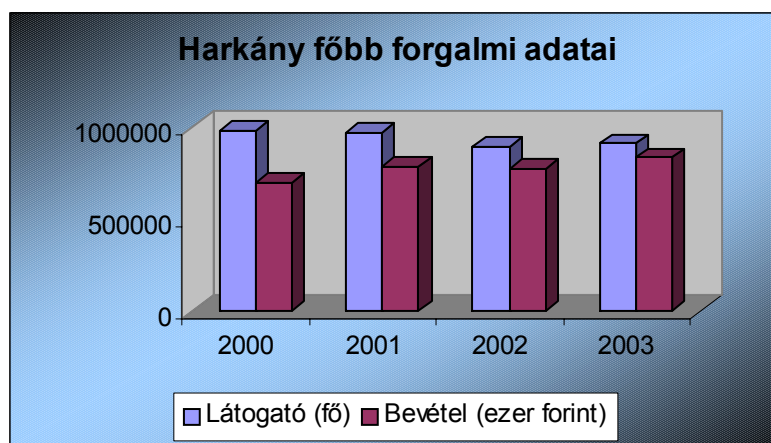
A végére maradt a „leszakadók” kategóriája, melybe olyan fürdőket sorolunk, akiknek a fennmaradása még nagy összegű hitelek mellett is kérdéses. Ilyen fürdők például: Tamási, Csokonyavisonta, Kaposvár, Babócsa.

2.1.2. Baranya megyei helyzetkép

Baranya megyét érintő jelentősebb beruházások közül kiemelkednek a harkányi és a sikondai fejlesztések.

A *harkányi fürdő* a megye és a régió egyetlen országosan kiemelt gyógyfürdője. A régió legtökeesebb és legnagyobb forgalmat lebonyolító komplexuma, ezért a befektetések területén is nagyobb pénzeszközöket tud mobilizálni, mint a régió többi fürdője. Látogatottsága éves szinten eléri az 1 millió főt és hozzávetőlegesen 800 millió forintos bevételt tudhat maga mögött.

13. ábra:



Forrás: GELLAI I. 2004.

A fürdő fejlesztése 1,5 milliárd forintos beruházással (ebből 750 millió forint Széchenyi tervből kapott támogatás)–mint a régió legjelentősebb turisztikai fejlesztése–2003-ra teljes egészében elkészült.

A fejlesztések eredménye a vendégszám szezonális ingadozásának csökkenése, a fürdő kapacitásának növekedése és a szolgáltatások színvonalának emelkedése.

A *sikondai* fejlesztés eredményeként a megújult wellnessfürdő és a Sikonda Termál Hotel került átadásra. Az 1,3 milliárd forintos (melyből 430 millió forint Széchenyi tervből kapott támogatás volt) beruházással létrehozott komplexum egy 20.000 m² alapterületű egészségmegőrző és természetgyógyász központ.

A kiváló adottságokra települt *szigetvári gyógyfürdő* fejlesztésének tervezési dokumentációi elkészültek, a beruházás megkezdődött. A több ütemben megépülő és

megújuló fürdő az új gyógyszállóval kiegészülve a megye és a régió egyik meghatározó egészségturisztikai központja lehet.

A *magyarhertelendi* termálfürdő megindult beruházásai félbemaradtak, így az orfűi kistérség komplex szolgáltatásához igen fontos objektum sorsa vált kérdésessé.

A fejlesztések eredményeként a *sellyei termálfürdő* vendégforgalma jelentősen javult, túlnőtt a helyi-kistérségi igények kielégítésén.

Az egészségturizmus egyedi kínálatát jelentik a klimatikus üdülőhelyek, közöttük *Abaliget* cseppkőbarlangjával országosan is jelentős rangot vívott ki magának, pozíciójának megtartásához azonban nélkülözhetetlenek a tervezett beruházások (egészségturisztikai centrum, gyógyhotel).

2. 2. Aktív turisztikai termékek Baranya megyében

2. 2. 1. Lovas turizmus

A lovas turizmus adottságai kitűnőek a megyében: a táj morfológiai szempontból változatos, a különböző összetételű erdők, a mezők, legelők egyaránt tarkítják. Az állami földterület kezelő hatóságok (erdészet, nemzeti park igazgatóság) nem tiltják ki a lovas túrázókat területeikről (értelemszerűen a védett területeken szabályozzák, engedélyhez kötik,- de nem tiltják a lovaglást).

A megye lovas turisztikai létesítményei számukat tekintve megfelelnek az országos átlagnak, minőségüket illetően elmaradnak mögötte. A Magyar Turizmus Rt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatósága valamennyi lovardát minden évben minősített saját költségén, így pontosan ismert, hogy a Magyar Lovas Turisztikai Szövetség (MLTSZ) 1–5 patkós minősítési rendszerében hány lovarda felelt meg:

- 5 patkós lovarda: nincs a megyében
- 4 patkós lovarda: nincs a megyében
- 3 patkós lovarda: 3
- 2 patkós lovarda: 2
- 1 patkós lovarda: 1

A minősítést nem szerzett lovardák száma meghaladja a kvalifikáltakét. Napirenden van a lovasturizmus hatósági szabályozása, ami a tervek szerint két alapvető feltételhez

kötné a működésüket: (1) az MLTSZ minősítési rendszerében megfeleléshez és az alkalmazottként foglalkoztatott, (2) legalább OKJ-s végzettséggel bíró lovas oktatóhoz (vagy lovas túravezetőhöz). Ez a lovardák több mint felének a bezárását jelentheti (vagy illegális működést). Ennek megelőzésére kizárólag a szakemberképzés adhat esélyt. Egyedül a Dél- Dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság reagált erre a helyzetre a turisztikai régiók közül, és a 2005. évi pályázati kiírásban szerepelteti e képzések támogatását. Már 2003-ban is támogatták a 2004-ben megvalósult, 10 főt érintő lovas túravezető képzést, melyben 2 baranyai hallgató is részt vett, egyúttal nyelvvizsgát is téve. A képzés költsége fejenként megközelíti a 300 ezer forintot, amit támogatás nélkül nem tudnak sem az alkalmazó lovardák, sem az alkalmazottak vállalni.

Orfű-Bükkösd térsége kiváló adottságokkal rendelkezik a lovas turizmus fejlesztésére. Ennek indoka, hogy itt találhatók legnagyobb számban lovardák (Bükkösd–Arató Tanya, Szentdomján–Szabó Zoltán gyermek lovas tábora, Orfű–Tekeres Gonda Lovaspanzió, és Orfű–Lipóc Rácz Tanya) mellett számos olyan lótarató, akik felkészültek vendéglovak elszállásolására (pl.: Gyűrűfű, Orfű–Bános). E térségben, de különösen Orfűn a vendéglátó infrastruktúra kiemelkedő kapacitású. Bükkösdhöz kötődik minden évben az országos távlovas bajnokság erőt leginkább próbáló, legszebb útvonalú fordulója. Az Orfűi Lovas Klub Egyesület a régió legjelentősebb civil szervezete, nem csak létszámát tekintve, hanem tevékenységét is: a lovas rendezvények teljes spektrumát szervezik és bonyolítják le a vadászlovaglástól a fogathajtó versenyekig, a heti egyszeri ingyenes lovas oktatástól a lovas bálókig. Orfű és Bükkösd között Kán adott otthont 2004-ben az első országos lovasturisztikai szakmai konferenciának, s 2005-ben Orfűn kerül megrendezésre az MLTSZ rendezvénye: az első országos gyermek lovas találkozó.

2. 2. 2. Vízi turizmus

A vízi turizmus a vízparti üdüléssel nem azonos, mégis, a jelenleg ismert, mérvadó belföldi turisztikai vendégkör kutatások nem térnek ki külön a két terméktípusra, hanem együttesen kezelik őket. A magyar lakosság 75%-a nyáron utazik és tölti el főüdülését, s a nyáron utazók 70%-a vizes üdülőhelyet, vagy vízhez, vízparthoz kötődő aktív pihenést igényel.

Mivel a régió, és ezen belül Baranya megye vendégkörének több mint 70%-a belföldi, ezt az iménti adatot szem előtt kell tartanunk, amikor a megye vízi turizmusát értékeljük.

Adottságait tekintve a megye nem rendelkezik jelentős vízi turisztikai desztinációkkal. A déli határfolyó, a Dráva és a Duna baranyai szakasza is a legmagasabb szintű természetvédelmet élvezi: nemzeti park területek.

Ez egyrészt –tekintettel arra, hogy európai összevetésben is páratlan e területek ártéri élővilága– unikálissá, különlegesen vonzóvá teszi folyóinkat a turisták számára, másrészt azonban a kezelő által szabott természetvédelmi intézkedések, a látogatószabályozás erősen korlátozza a turizmust. Ez a korlátozás nem pusztán „tilalomfákat” jelent, hanem tekintettel a védett élővilág megőrzésének elsődleges szempontjára a látogathatóságot bizonyos feltételekhez köti. Így a vízi túrákhoz engedélyt kell kérni a Nemzeti Park Igazgatóságától, melyet csak az év bizonyos időszakaira lehet megszerezni (tekintettel pl. a védett fajok szaporodási időszakaira), és csak meghatározott számú látogató számára (tekintettel az érzékeny területek terhelhetőségére). E szabályozás tekintetében a Duna- Dráva Nemzeti Park Igazgatóság úttörő volt az ország többi igazgatóságát máig megelőzve.

A vízi túraútvonalakhoz kötődő jelentős fejlesztések megkezdődtek az Ormánságban, a Nemzeti Park Igazgatóság, a helyi önkormányzatok, civil szervezetek és vállalkozók összefogásával. A létrehozott pihenő- és táborhelyek továbbfejlesztése, több esetben komfort fokozatának emelése azonban elengedhetetlen.

A vízi túrák szervezésével a Nemzeti Park Igazgatóság, mint az azt felügyelő hatóság nem foglalkozik. A térségben (de már somogyi székhellyel) egy utazási iroda erre specializálódva működik, évről évre jelentősen bővítve ötletes szolgáltatásainak körét.

Ezen túl több, elsősorban budapesti, diákokat utaztató, aktív turizmusra specializálódott utazásszervező programozza a drávai túrákat.

Nem az aktív turizmus (nem kenutúrák), hanem a drávai hajótúrák szerepelnek egy harkányi vállalkozó kínálatában. A Drávaszabolcsról induló félnapos, egynapos programjaiba jól integrálta a térség más vonzerőit, szolgáltatóit is.

A megyében a vízi turizmus áteresztőképessége igen korlátozott, és bővítésre nincs mód. Ezért folyamatos fejlesztések (pl. Nemzeti Fejlesztési Terv Regionális Operatív Programja folyamatban lévő, 1 milliárd forintot meghaladó, vonzerő fejlesztést szolgáló projektek) csak az ökoturizmus más ágaival, kiemelten pedig a kerékpáros turizmussal együtt értelmezhetőek.

2. 2. 3. Ökoturizmus

A természetvédelmi hatóság a, Duna- Dráva Nemzeti Park Igazgatóság az utóbbi 3-4 évben egyértelműen bizonyította, hogy a turizmust támogatja. A természetvédelmi feladatok ellátása mellett a bemutatás feltételeit is számos helyen és magas színvonalon megteremtette.

A nemzeti parkból egyszerű „kitiltás” helyett a turisták irányítását felvállalva sorra építette fel kapuit, ahol vendégeit fogadja. A legjelentősebbek, melyeket nagyberuházásokkal az utóbbi 2 évben adtak át, egyenlőre Tolnában (Gemenc–Báranyfok) és Somogyban (Drávaszentes) találhatók. Baranyában a legjelentősebb bemutatóhely a Kölkedi réthez kapcsolódó területen található, melynek fejlesztése ugyancsak folyamatos. A nagyberuházások mellett számos jelentős létesítményt hoztak létre. Közülük legkiemelkedőbb Baranyában a robbanásszerű látogatószám növekedést regisztrált abaligati Denevér Múzeum, mely a négy évvel ezelőtt megkezdett tematikus múzeum létesítménysorozat legújabb tagja. Számos tanösvényt adtak át a vendégek számára. Mindehhez sikertörténetbe illő módon vontak be pályázati forrásokat.

(Nem tárgyaljuk a bakancsos turizmust és más szelíd turisztikai ágakat, ugyanis az ökoturizmus fogalmát szigorúan értelmezve csak arra a komplex, tudatosan kialakított terméktípusra gondolunk, amely mind a természet, mind a helyi lakosság kultúrájának megőrzését és számunkra ehhez tudatosan bevételt biztosító, helyi ismeretekkel tudatosan gazdagodó turistára épít.)

2.3. Borturizmus, borutak

Helyzet a Dél-Dunántúlon

A szőlő- és bor ágazat a régió egyedi, igazán versenyképesnek tekinthető agrártermékeit adja két baranyai, két tolnai és egy somogyi borvidéken. Az érintett borvidékek többsége tagja a „Pannon Borrégióknak”, így fejlesztve tovább turisztikai vonzását is megalapozó jó hírnevét. A régió alapvetően a kilencvenes évek közepén megkezdett és valamennyi borvidéket érintő borúti fejlesztések révén országosan is kiemelt térségnek számít a turizmus ezen ágazatában. Az első hazai borút, a Villány-Siklói fejlesztési sikertörténetnek, és országos adaptációs példának számít. A kilencvenes évek végén, ezen példa és együttműködés alapján jött létre Baranyában az akkori Mecsekalji Borvidék versendi termőterületét érintve a:

1. „Bóly-Mohácsi Fehérbor Útja”;
2. A „Szekszárdi Borút”;
3. A széttagolt termőterületeket összefogó „Tolnai Borút”;
4. és a Somogy megye északi részén fekvő Balatonboglári Borvidéket fejlesztő „Dél-Balatoni Borút”

A Villány-Siklói Borút példáját követő, régió belüli együttműködő borutak első minősítése során 2000-re mintegy 25-30 minősített szolgáltatóval kezdték meg működésüket. A borutak kialakították a minősítési rendszer mellett alapvető rendszereiket:

- borászatokat, vendéglátókat, vendégfogadókat, programadókat, településeket, önkormányzatokat és helyi civil szervezeteket összekapcsoló egyesületként működnek;
- egységes, borutanként egyedi információs hálózatok jöttek létre, marketing tevékenység zajlik;
- Fejlesztő, önmagát továbbképző közösségként működnek a borutak.

Baranyai helyzetkép

Baranya két borútja ugyan jelentős előrehaladást, szolgáltatásbővítést és megalapozott hírnevet ért el működése során, ám mindmáig jelentős borvidéki területek maradtak ki a borúti fejlesztésekből.

A *Bóly-Mohácsi Borút* az első minősítések, 2000-óta megduplázta minősített szolgáltatóinak számát. A szolgáltatói kör kibővülése együtt járt a szolgáltatások kínálati sokszínűségének, szélesedő spektrumának megjelenésével is. Ami ezzel szemben kedvezőtlennek számítható az az, hogy a borút központjának számító Bólyon és Mohácson kívül, a többi érintett település alig tudott jelentősebb számú minősített szolgáltatást beléptetni a rendszerbe. A borút megmaradt saját, Mecsekalján belüli, versendi termőterületén belül.

A Mecsekalja további területei eddig kimaradtak a borúti fejlesztésből, bár borturizmus kínálatok (egyedi borkóstolási, gasztronómiai szolgáltatások, borral-gasztronómiával kapcsolatos színvonalas rendezvények, fesztiválok stb.) itt is megjelentek, ám a nagy központokon kívül nem generáltak előrelépést.

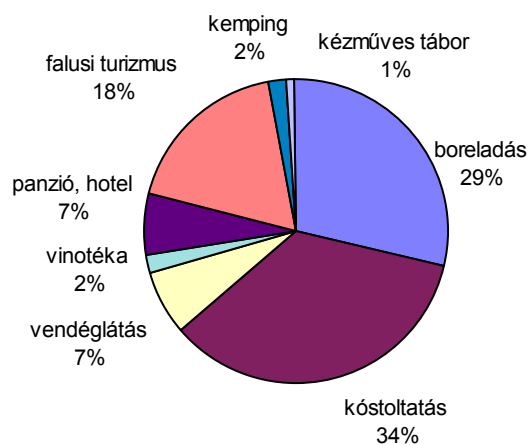
Újdonság a készülő Pécs-Mecseki Borút, amelynek fejlesztésére 2005. június 10-én, jelentős alapítói létszámmal Borút Egyesület létesült.

A megye és egyben az ország legnevesebb borútja a *Villány-Siklói Borút* immáron tíz éve működik sikeres példajaként a helyi termékre alapozott tematikus kínálatoknak. Időközben a borút minősített szolgáltatói köre jelentősen kibővült. A minősítési rendszer 1997-es belépése óta a szolgáltatók száma 35-ről 100 fölé emelkedett. A mellékelt diagramok is világosan rámutatnak arra, hogy 1999-től 2003-ig is jelentősen átfarmálódott a kínálat:

- a fejlesztés első időszakának meghatározó alap szolgáltatásai (borkóstolás, boreladás) mellé felzárkóztak a vendégfogadás, a szállásadás és a programadás sokszínű kínálatai;
- az új szolgáltatásokon belül meghatározó súlyú növekedést és tekintélyes arányt ért el a falusi turizmus, valamint további szállás- szolgáltatások;
- A borút igen fontos kínálatává nőttek ki magát a gasztronómia is!

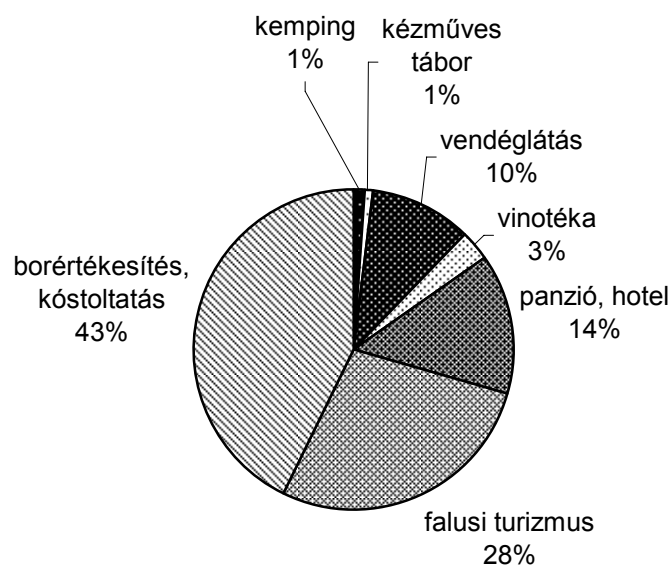
14.-15. ábra:

**A Villány-Siklói Borút minősített szolgáltatása inak
összetétele 1999**



Forrás: borúti minősítések, 1999.

**A Villány-Siklói Borút minősített szolgáltatásai 2003-
ban**



Forrás: borúti minősítések, 1999.

A már borúti non-profit információs központot (a Siklói Tourinform irodával együtt) és utazási irodát is működtető borút egyesület megalakulása óta bővítette tag településeinek sorát Harkány és Vokány irányában, ám a borvidék nyugati szárnyát még mindig nem érte el. A szolgáltatások sajátos koncentrációt mutatnak a borúti településeket differenciálva. Villány meghatározó, közel 2/3-os súlyt képvisel. Mellé csak

Siklós-Máriagyüd és Villánykövesd, valamint Harkány tud felmutatni tucatnyit megközelítő minősített szolgáltatást. A borút többi települése igen szerény kínálattal éri be borúti megjelenését.

A Villány-Siklói Borút a borászati és turisztikai innováció máig egyedülálló példája az országban, Baranya legelfogadottabb kínálatai közé tartozik és példájával ma is mozgósító erővel hat a megye és a régió többi borvidékére.

2.4. Falusi turizmus

2.4.1. Baranya falusi vendégfogadása a Dél-Dunántúlon

A mellékelt térkép a Dél-Dunántúl falusi turizmus fogadóövezeteiről és a vendégfogadásba bekapcsolódó falvakról pontosan jelzi Baranya pozícióját a régióban. A Dél-Dunántúl 230 fölé emelkedett minősített szálláshelye közül mintegy 160 működik Baranyában. A falusi turizmus régió belüli, 14 fogadóövezetéből hét baranyai. Ezen területeken a vendégfogadó települések sűrűsége, együttműködésük erőssége messze a régiós átlag feletti.

A falusi vendégfogadás régió belül működő szervezetinek a többsége is Baranyában végzi eredményes tevékenységét. A megyén belüli szerveződések összefogó, 1999-ben alapított „Baranya Megyei Falusi Turizmus Közhasznú Szövetség” a régió legnagyobb és az ország egyik legnagyobb szakterületi szervezete közel 250 vendégfogadót tömörít. A vendégfogadók mellett, az ezek tevékenységét támogató helyi és kistérségi szervezetek, önkormányzatok és vállalkozások, szakmai intézmények és szervezeteket összefogójaként működő szövetség kezdeményezője volt a falusi vendégfogadás régiós összefogásában. A három megyei szervezet országos példaként hangolja össze tevékenységét. A Baranya megyei szervezet tevékenységének elismeréseként 2003-ban elnyerte a Baranya Megyei Közgyűlés „Baranya Turizmusáért Díját”.

2. térkép: Falusi turizmus fogadóövezetek a Dél-Dunántúlon



Forrás: Falusi Vendégfogadók a Dél-Dunántúlon Katalógus, 2004.

2.4.2. A falusi turizmus kínálata Baranyában

A falusi turizmus egy komoly esélyként jelent meg a megye idegenforgalmi adottságainak hasznosításában. A falusi vendégfogadás révén gazdagodtak a megye tradicionális - kulturális és természetközeli élményeket nyújtó kínálata, arculatában erőteljesen megjelentek a hagyományos, falusi jellemvonások. A turizmus ezen változata révén kiegészítő kínálat szerveződött a megye jelentős idegenforgalmi és üdülőcentrumai köré.

Az 1990-es évekhez képest Baranyában tovább nőttek a különbségek az egyes kistérségek között a falusi szálláshely kínálatukban. A megyében 2004-ben összesen 233 szállásadó várta a turistákat, melyek koncentráltan a Komlói (74), a Mohácsi (56), a Siklói (42) és a Pécsi kistérségben (33) helyezkednek el.

6. táblázat: Baranya megye falusi turizmusba bekapcsolódott kistérségei és települései, 2004

Kistérség	Főbb, a falusi turizmusba bekapcsolt települések	Szállásadók száma	Kistérség összesen
Komlói kistérség	Hosszúhetény	19	74
	Magyarhertelend	14	
	Kárász	15	
	Magyaregregy	10	
Mohácsi kistérség	Nagynyárád	12	56
	Dunaszekcső	23	
Sásdi kistérség	Alsómocsolád	2	6
Sellyei kistérség	Hegyszentmárton	2	4
	Vajszló	2	
Siklói kistérség	Villány	20	42
	Vokány	3	
	Drávapiski	3	
Szigetvári kistérség	Szigetvár	2	4
Pécsi kistérség	Cserkút	10	33
	Kővágószőlős	5	
Pécsváradi kistérség	Mecseknádasd	6	14
	Nagypall	3	
megye összesen			233

Forrás: KSH Baranya Megyei Igazgatósága és a Baranya Megyei Falusi Turizmus Szövetség

A falusi turizmus területi elhelyezkedésében kiemelkedő jelentőségűnek tekinthető a Mecsek és a Villányi-hegységhez kapcsolható kistérségek. A Mecsek keleti oldalán nagyobb számban találhatóak, míg a nyugati vonulatánál, a Mecsekalján ennél kevesebb vendégfogadó adja a falusi turizmus bázisát. A megyén belül a legtöbb falusi szállásadó a komlói kistérségben helyezkedik el, melynek kiemelt településein önmagában magasabb számban vannak jelen, mint például a Szigetvári és a Sásdi kistérségben. A Geresdi-dombság és a hozzá simuló Dunamente településein számos szállásadó várja a turistákat. Kiemelkedő települései Nagynyárád és Dunaszekcső. A Villányi-hegység és

tágabb környezete a központja a megye második legnagyobb falusi vendégfogadó koncentrációnak. Az Ormánság kistájban szétszórt falusi szálláshelyek találhatóak, továbbra is a továbblépés és fejlesztés potenciális területeinek minősülnek.

Védett területek és kapcsolódó falusi turizmus kínálatok Baranya megyében

A Dél-Dunántúli Régióban meghatározott turizmusfejlesztési övezetek és országos természetvédelmi oltalom alatt álló területeket tekintve Baranya megyében a falusi turizmus kínálata sok területen átfedést mutat. A falusi turizmus kistérségei és települései szorosan kapcsolódnak a védett területekhez, már ma is jelentős számú vendégfogadóval és általuk kínált szálláshely kapacitással teszi hozzáférhetővé a természeti értékeket a látogatók számára. A beillesztett táblázat tartalmazza az ökoturizmus fejlesztésénél már ma is figyelembe vehető kínálatokat. A táblázat készítése során csak azokat a településeket és vendégfogadókat vettük számításba, amelyek megfeleltek a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (FATOSZ) szálláshely minősítési előírásainak (JENKEI J. 2000). A minősített falusi turizmus szálláshelyek közül csak a magasabb elvárásoknak eleget tevő kettő és három napraforgós minősítésűek kerültek bele összesítésünkbe. Nem részletezve a FATOSZ minősítési kritériumait, elmondható, hogy ezek a szálláshelyek a vendégek számára elkülönített fürdőszobával és WC-vel rendelkeznek, valamint külön, jól felszerelt hálósobával, társalgóval és étkező-konyhával. Az üdülők kényelmét pihenőkert és parkoló biztosítja.

7. táblázat: Baranya védett területei és a környező falusi turizmus kínálatok

<i>A turizmusfejlesztés és preferált térségei a régióban</i>	<i>Védett terület</i>	<i>Érintett települések</i>	<i>Vendég- fogadók</i>	<i>Szálláshely kapacitások (férőhely)</i>
Dunamente	Dunaszekcsői löszfal TT	Dunaszekcső	9	64
		Bár	1	4
	Mohácsi Történelmi Emlékhely TT	Nagynyárád	12	66

		Lánycsók	1	8
		Majs	1	6
Zselic	Zselicségi TK	Gyűrűfű	1	10
		Kán	3	62
Drávamente	Duna-Dráva NP	Drávapiski	3	23
		Vajszló	2	16
Mecsek	Kelet-Mecsek TK	Apátvarasd	1	9
		Hosszúhetény	14	100
		Kárász	11	128
		Mecseknádasd	5	26
		Nagypall	2	10
		Óbánya	3	21
		Ófalu	1	10
		Szászvár	7	51
		Vékény	3	19
	Nagy-Mező-Arany-hegy TT	Pécsvárad	1	8
	Jakab-hegy TT	Boda	1	8
		Cserkút	9	65
		Kővágószőlős	5	33
Harkány-Villány-Siklós térsége	Villányi Templomhegy TT	Villány	15	188
	Szársomlyó-hegy TT	Nagyharsány	1	8
		Diósviszló	1	8
		Kistótfalu	1	10
		Máriagyűd	1	8
		Túrony	1	8
		Vokány	1	8
	Fekete-hegy TT	Palkonya	2	9
<i>Mindösszesen</i>		<i>30 település</i>	<i>119 vendég-fogadó</i>	<i>994 férőhely</i>

Forrás: Baranya Megyei Falusi Turizmus Szövetség 2004.

A fenti táblázat pontosan jelzi, hogy igen jelentős falusi turizmus kapacitások kapcsolódnak már ma is a régió védett területeihez. A turizmusfejlesztés preferált területein lévő védett értékek közelében, Baranyában 30 településen működnek magas minőségi elvárásoknak is megfelelő falusi vendégfogadók. Teljes létszámuk a megyében megközelítette a 120 vendégfogadót. Felkínált kapacitásaik összesített mennyisége közel 1000 férőhelyet ért el. Az adatok is arra utalnak, hogy területileg kiterjedt, jelentős vendégfogadói, vállalkozói csoportot és kapacitásokat képes az ökoturizmus kínálatai mellé mozgósítani a régió falusi vendégfogadása. A védett területek kínálta természeti élmények mellé a helyi kulturális örökség tárgyi és szellemi emlékeit, rendezvényeket, az aktív kikapcsolódást lehetővé tevő programokat nyújtanak széles körben a vendégfogadásra felkészült települések. A vendégfogadók még rátetéznak erre házi termékeikkel, specialitásaikkal, a vidéki életmódból származó ezernyi látnivalójukkal, élményükkel. Bátran kimondható, hogy a régió felmért falusi turizmus kínálata már mai állapotában is értékes kiegészítője, fogadója a védett területek idegenforgalmának.

3. ELNYERT PÁLYÁZATOK ÉS BERUHÁZÁSOK TEMATIKUS ÉS TÉRSÉGI ELOSZLÁSA

A helyzetelemzés új elemeként jelenik meg a pályázatok és beruházások áttekintése, az utóbbi évek hazai fejlesztései és ennek Baranya megyei vetülete indokolja külön fejezetben való tárgyalását. A megyére összegyűjtött és kistérségi rendszerbe összefoglalt beruházásokat az 16–22. számú táblázatok tartalmazzák.

A beruházások szakmai elemzésére csak nagy vonalakban vállalkozhatunk, hiszen hatásaiuk még nehezen mérhetők.

Kiemelt kategóriaként kezelhetők a milliárdos nagyságrendű fejlesztések, úgy, mint a harkányi, a sikondai fürdőberuházások, a Pécsi Világörökség helyszínei, a Pécs-Pogányi repülőtér fejlesztése.

A pályázati források elnyerése elsősorban *szálláshelyek és a fürdők fejlesztésére* irányult, így Sikonda, Harkány, Szigetvár, Sellye, Szászvár, Hertelend településekre koncentráltak a legújabb beruházások. A hotelkategóriában kiugróak a harkányi (Danubius Béta Hotel -volt Agro-, a Xavin Hotel, a Well hotel, a Lídia Apartmann Hotel, a Hotel Korona, a Baranya Hotel, a Hotel Káger és az Arborétum Gyógycentrum) fejlesztések. Elsősorban meglévő kapacitások bővítése és színvonaluk háromcsillagos fokozatra való emelése volt a beruházások fő célja. Egyedi beruházásként kezelhető a sikondai wellness hotel megépülése, és a szigetvári Szeráj Hotel és Étterem megépülése, melyek szolgáltatásaikkal egyedi kínálatot hozott a megye életébe. Kisebb volumenű szálláshely fejlesztések történtek a megye egyéb településein, így Mohácson motel bővítés, Pécsváradon a Vár Hotel felújítása, a Pécs-Üszögpusztai kastélyszálló felújítása és az Orfű-Tekeresi Turistaház bővítése.

A turisztikai terméktípusok szempontjából elemezve a beruházásokat, vezetőnek tekinthető az egészségturisztikai, a borturisztikai és az aktív turizmushoz köthető fejlesztések.

Szinte ismétlésnek tűnik - települési összefüggései miatt-, hogy Harkányhoz, Sikondához, Szigetvárhoz, Hertelendhez, valamint Sellyéhez és Szászvárhoz kötődtek az egészségturisztikai beruházások.

Ezt követi a *bor-és gasztronómiához* kötődő zömmel villányi fejlesztések, melyeket egy-egy egyéb település színesít a megyében, úgy, mint a Szászvári- és a Mecseknádasdi Borház, a pécsváradai Asztrik Vendéglő és a dunaszekcsői halászcserda.

Több, az *aktív turizmushoz* köthető termékfejlesztések valósultak meg a megyében, így az orfűi Vízhőforrás Tanösvény, a babarcszőlősi Lovarda és Vendégház, az endrődi Lovastanya, a becefbai Teniszcentrum és Lovaspanzió, valamint a drávai kishajózást szolgáló sztárai táborhely kialakítása.

A *vonzerő fejlesztést* szolgálják a kiállításokhoz és múzeumokhoz köthető fejlesztések, így kiemelkedő a pécsi Világörökség Helyszín, a harkányi Többdimenziós Művek Múzeuma, a szigetvári várrekonstrukció és Vármúzeum felújítása és az orfűi falumúzeum felújítása.

A megye elérhetőségét szolgáló fejlesztések közül megindult a Pécs-Pogányi repülőtér kiépítése, melynek hatása később mérhető.

16.-17. táblázat

Beruházás	év	megvalósítás helyszíne	beruházás tartalma, eredménye	beruházás összege	forrás
kiemelt beruházások, fejlesztések					
Pécs-Pogányi repülőtér	2001-2003	Pogány	futópálya építés, füves műveleti mező, gurulóút, előtér fogadó építmények, navigáció	1,450 millió Ft	DDRFT, PMJV, BMÖ
Harkányi gyógyfürdő rekonstrukció	2003	Harkány	új, 3 szintes 5000 m2 kiszolgáló épület, 2 teljesen felújított részben fedett gyógymedence, új fogadótér, élményszálló, új gyógy- és wellness szolgáltatások	1,700 millió Ft	Széchenyi Terv
Sikonda wellness hotel és fürdő	2004	Sikonda	76 férőhelyes wellness-szálloda, termálvizes medence élmény elemekkel, szabadtéri élményszálló	1,400 millió Ft	Széchenyi Terv
Pécsi Világörökség helyszínei	2000-	Pécs	Sírkamrák látogathatóvá tétele, régészeti feltárások, Dóm Múzeum (Kőtár)	80-100 millió Ft	NKÖM, ÓSMA, PMJV
Danubius Béta Hotel (a volt Agro)	2003		gyógyászati szolgáltatások, 11x22-es uszoda, gyógyászati és wellness-szolgáltatások létrehozása, fejlesztése, a szálloda teljes felújítása: 105 szoba és 3 apartmann		
Pécs és környéke					
Somogyi pincészet – borkóstoló	2003	Pécs	étterem, exkluzív borozó, borbemutató		saját
Millenium Szálloda	2000	Pécs	25 szobás három csillagos új építésű hotel	300-320 millió	saját
Hungaricum Ház	2002	Pécs belváros	a világörökség melletti exkluzív ajándéküzlet	5-8 millió	Püspökség
Batthyány Kastélyszálló	2001	Pécs-Üszögpuszta	étterem és szálloda felújítása, oktatóbázis kialakítása	10-12 millió	MIOK
Pécs, Déli kerékpárút	2004	Pécs-Malomvölgy	Verseny utca- Malomvölgy szakasz		

18. táblázat

Harkány és környéke

Xavin Hotel	1998-2002	Harkány	33 szoba 1 apartmann 3 csillagos kategóriaváltás		2001 Széchenyi Terv
Well Hotel	2000	Harkány	24 szoba, wellness szolgáltatások, 3 csillagos kategória	370 millió	IKIM kamattámogatás
Lídia Apartmannhotel	2000-2002	Harkány	2 beruházási ütem során 10 ről 40 szobásra bővült és 2 csillagosról 3 csillagos kategóriába került		
Hotel Korona	2003-2004	Harkány	44 szoba 1 lakosztály - 3 csillagos kategóriába sorolás, gyógyászati kezelők, wellness szolgáltatások		
Baranya Hotel	1999	Harkány	A épületszárny korszerűsítése, C épületszárny megvásárlása 27 új szoba kialakítása teljes felújítás keretében		
Hotel Káger	2000	Harkány	17 szoba, 3 csillagos kategória	120-130 millió	saját
Arborétum Gyógycentrum	1999 (bővítés 2004)	Harkány	25 szoba, gyógyászati kezelők		
Több dimenziós művek múzeuma	2004	Harkány	4 kiállítóterem és 1 múzeum galéria, kiállítási tárgyakkal	150 millió	önerő

19.-20. táblázat

Orfű és környéke

Malommúzeum felújítás	2000	Orfű	korhű molnárlakások kialakítása	5 millió	DRIB
Kemencés udvar kialakítása	2004	Orfű, Muskáti vendéglő	hagyományőrző vendéglátás, folklór estek	12 millió	önerő
Abaliget Gyógyszálló	2003	Abaliget	megvalósíthatósági tanulmány	8 millió Ft	Széchenyi Terv
Vízhőforrás tanösvény kialakítása	2003	Orfű	tanösvényi információs táblák		
Orfű-Tekeresi Turistaház	2004	Orfű	8-10 fővel bővülő befokadóképesség		önerő
Hertelendi termálfürdő fejlesztés*	2002- 2004	Magyar- hertelend	félbemaradt beruházás, 1 hidegvizes új medence, 3 medence felújítás, fogadóépület, Mathias-panzió felújítás	100 millió Ft	VFC és Regionális TFC

Bóly és környéke

Borház kialakítása a Magtárból	2003	Bóly	80 fő befogadására alkalmas fogadóterem, borkóstoló hely, és a Borút információs központjának helyszíne	9 millió	Széchenyi Terv 2003
Lovarda és vendégház		Babarczölös	10 fős vendégház és lovarda építés	10 millió	saját

21.-22. táblázat

Mohács és környéke

Révkapu Motel és vendéglő		Mohács	bővítés, teljes felújítással: 8 szoba, komfortfokozat bővülés, teljes épületrekonstrukcióval	30-35 millió	önerő
Yact kikötő I. ütem	2002	Mohács	alapvető infrastruktúra fejlesztés, tereprendezés, partépítés		Széchenyi Terv 2002
Thermal fürdő kialakítás megvalósíthatósági terve	2002	Mohács	megvalósíthatósági tanulmány		Széchenyi Terv 2002
Piknik Park	2003	Dunaszekcső	pihenő és főzőhelyek, gyerekjátékok, strandröplabda és kosárlabda pálya		
Halászcserda újjáépítése (folyamatban)	2005	Dunaszekcső	étteremfelújítás		
Gólyamúzeum	2002	Kölked	a múzeum mellett tanösvény és dunai pihenőhely kialakítása		

Villány és környéke

Csányi Pincészet	2002	Villány			
Wunderlich-Szűcs Pincészet – borkatedrális	2004	Villány		700 millió	
Polgár Pince konferenciaterme	2003	Villány	konferenciaterem kialakítása és berendezése		
<i>villányi borász vállalkozások turisztikai fejlesztései*</i>	<i>2000-2004</i>	<i>Villány</i>	<i>panziók, borturisztikai fejlesztések</i>		

4. SWOT-ANALÍZIS

ERŐSSÉGEK:

- Országos, sőt nemzetközi hírű szőlő- és borkultúra, jó pozíciók a borturizmusban
- Pécs, mint világörökségi helyszín a kulturális és örökségi turizmus egyre markánsabb centrumává vált
- Régiós és országos szinten egyaránt számottevő gyógy- és termálvíz adottságok
- Kiemelkedő értékű természetvédelmi oltalom alatt álló területek (pl. Duna-Dráva NP.)
- Pécs egyetemváros, gazdasági centrum jellege
- Gazdag és egyre színvonalasabbá váló rendezvény és fesztivál kínálat
- A falvak megőrzött tradíciói, örökségi értékei (etnikai sokszínűség)
- A lakosság kiemelkedő affinitása a turizmus iránt (vendégbarátság, vendégfogadói aktivitás)
- Turizmusban elismert „márkák”, vivőtermékek jelenléte (Pécs kulturális és rendezvény kínálata, Harkány, Villány, Orfű stb.)
- Kedvező törekvések a turizmus szakmai és térségi szereplőinek az összefogására, a Pécs és Baranya közötti együttműködésre (pl. „Ezerszínű Baranya” Kht.)
- A turizmus fejlesztése megyei és régiós szinten egyaránt prioritásokat élvez (konceptcionális előny?)
- Jelentős pályázati aktivitás és beruházói érdeklődés (?) a nagy vonzerők hasznosításában
- Kialakult és működő szervezeti rendszer (helyi, kistérségi és megyei) a falusi vendégfogadásban, gazdag vidéki turizmus kínálat
- Sokrétű és fejlett szakképzési rendszer a szektorban (közép és felsőfok)

GYENGESÉGEK:

- Nehéz elérhetőség, periférikus helyzet a közlekedési infrastruktúrák tekintetében
- A vendégforgalom hosszan tartó stagnálása, piacvesztés
- A kínálat, a forgalom és beruházások erőteljes differenciáltsága
- Leépülő, periférikus fekvésű településcsoportok, szociális és demográfiai problémákkal küzdő aprófalvas térségek
- A turisztikai termékek közötti jelentős színvonalbeli különbségek

- Kedvezőtlen területi és strukturális arányok kereskedelmi szálláshelyeknél, a magasabb színvonalú kínálat szükségessége
- Egységes és elfogadott megyei arculat, „Baranya imázs” hiánya
- Az egyedi vonzerők jelentős része kihasználatlan (pl. műemléki értékek, természeti értékek, helyi termékek)
- Kezeletlen környezeti problémák, tájsebek
- Szűkös kínálat a vízparti üdülési formák számára, fejletlen a vízi turizmus infrastruktúrája, élővizek vízminőségi problémái
- Üdülőhelyi arculat, ápoltság hiányosságai
- Esetlegesség és alacsony színvonal a kiegészítő vendéglátó szolgáltatásoknál
- Képzettségi, motiváltsági problémák a szakszemélyzetnél
- Koordinálatlan tervezési szintek (megye, városok-kistérségek)
- A nonprofit turizmus marketing szervezetek alulfinanszírozottsága
- Tőkehiányos turisztikai vállalkozások magas aránya, alacsony beruházói aktivitás a kis- és közepes vállalkozásoknál

LEHETŐSÉGEK:

- A megye borvidékei a régiós és hazai borturizmus meghatározó minőségi és forgalmi centrumaivá válnak
- Pécs erősödő kulturális turizmusa – remények szerint „Európa kulturális fővárosa” rangja – magával viszi a megye további örökségi helyszíneinek a turizmusát is
- Megvalósuló turisztikai „megaprojektek” Pécsen és Baranyában:
 - Pécsi világörökségi fejlesztések,
 - Dráva és Mecsek ökoprojektek,
 - Harkány és Siklós
 - Szigetvár
- Pécs szakmai turizmusának erősödése a megvalósuló konferencia és vásárközponttal
- Baranya kínálati övezetei és turisztikai centrumai Péccsel együtt közös termékeket fejlesztenek és menedzsolnak
- Az „Ezerszínű Baranya” KHT szakmai módszertani központként megújítja a Baranya turizmus marketingjét és új lehetőségeket nyit a termékfejlesztésben

- Jelentős javulás következhet be a térség közlekedési elérhetőségében, a tervezett közúti, vasúti és légiforgalmi fejlesztések eredményeként (interregionális és transznacionális kapcsolatok fejlesztése)
- Új kapcsolati irányok megerősödése (pl. Pécs-Bécs, DNY-i mediterrán kapcsolat)
- Megvalósuló eurorégiós (Duna-Dráva-Száva) együttműködések, turisztikai fejlesztések
- Imázstermékek, helyi termékek (tradicionális élelmiszerek és kézműves termékek) bekapcsolása a turizmusba
- Fejlődő kínálatok az ifjúsági turizmusban (programok, erdei iskolák stb.)
- Konkrét tervek a szakképzési rendszer továbbfejlesztésére (BSC, MSC akkreditáció), új képzési irányok (örökség menedzseri képzés, egészségturizmus, aktív turizmus, bor és gasztronómia)

VESZÉLYEK:

- Változatlan, vagy romló közlekedési pozíció a késlekedő fejlesztések miatt
- Elmaradó nagyobb volumenű fejlesztések, befektetések a turizmusban (Pécs, Harkány, Siklós stb.)
- További pozícióvesztés az egészségturizmusban
- Jó adottságokkal, vonzerőkkel rendelkező települések, kistérségek továbbra is kimaradnak a turizmusból, a területi különbségek tovább mélyülnek
- Pécs, mint turizmus centrum leszakadása vetélytársaitól
- Állandósuló forráshiány a nonprofit turisztikai szervezeteknél

II. A TURIZMUS FEJLESZTÉSI KERETEI ÉS FŐ IRÁNYAI BARANYA MEGYÉBEN

1. FEJLESZTÉSI TERVEK ÉS MEGVALÓSULÁSUK

1. 1. A turizmus programozás eredményei a régióban

Az 1999-ben elfogadott *„Dél- Dunántúl Komplex Fejlesztési Programja”* struktúrájába VII. prioritásként illesztette be az idegenforgalom fejlesztését. A prioritáson belül kidolgozott négy stratégiai program, és az ezeken belül meghatározott három operatív program kijelölte a régió turizmusfejlesztésének meghatározó termékeit:

VII/1. Termál- és gyógyturizmus fejlesztése

VII/1.1. A gyógy- és termálturizmus fejlesztése

VII/2. Szelíd turizmus fejlesztése

VII/2.1. Régiós szintű falusi turizmus termékfejlesztési program

VII/2.2. Az ökoturizmus fejlesztése a Dél-Dunántúlon

VII/3. Kulturális és rendezvényturizmus

VII/4. Vízi turizmus

A PTE Turizmus tanszéke a programozást végző konzorcium tagjaként a turizmusfejlesztési prioritás kidolgozását végezte.

A programozás második körében a Regionális Fejlesztési Tanács megrendelésére 2000-ben elkészült és elfogadásra került két operatív program:

1. Termál- és gyógyturizmus fejlesztése

2. A szelíd turizmus fejlesztése

Az operatív programok kidolgozására is a PTE Turizmus tanszéke kapott megbízást.

A harmadik tervdokumentum már az ágazati tervezés keretein belül készült el: *„Dél-Dunántúl turizmusfejlesztési koncepciója és stratégiai programja”*, valamint a *„Dél-Dunántúl turizmusfejlesztési operatív programja”*. A Gazdasági Minisztérium által meghirdetett programtervezői pályázat nyerteseként ezt a feladatot is Turizmus tanszékünk végezte el 2000-ben.

A stratégiai és operatív programok részletesen meghatározták a régió jó adottságokkal és kiváló fejlesztési potenciálokkal rendelkező, perspektivikus terméktípusait. Ezek a következők:

- gyógy- és termálturizmus
- falusi turizmus
- ökoturizmus
- lovas turizmus
- kerékpáros turizmus
- vízi turizmus
- kastélyturizmus
- konferencia turizmus
- rendezvényturizmus
- kulturális turizmus
- gasztronómiai turizmus
- borturizmus és borutak
- tematikus parkok

A tervezés jelentős előrelépéseként, kijelölésre kerültek a turizmusfejlesztés preferált területei is. Így a terméktípusok öt, *„régió belüli, megyét összekapcsoló turisztikai övezetben”*, valamint szintén öt *„régió belüli gócterületben”* konkrét területi kivetítést nyertek.

A kiformálódó területi és tematikus turizmusfejlesztési struktúra főbb elemei újabb megerősítést nyertek 2002-ben, a Dél-Dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság által a Nemzeti Fejlesztési Terv Regionális Operatív Programjához adott szakterületi javaslatokban.

A DD RIB Nemzeti Fejlesztési Terv követelményei szerint összeállított javaslatai az alábbi terméktípusok fejlesztését preferálták:

- Pécs világörökségi értékeire épülő és azokat hasznosító örökség turizmus
- Regionális lovasturisztikai létesítmények fejlesztése
- A falusi turizmus fejlesztése
- Ökoturizmus fejlesztés
- A borturizmus fejlesztése
- A vízi turizmus fejlesztése
- Kerékpáros turizmus fejlesztése
- Imázstermékek létrehozása és menedzselése a régióban

A RIB pontosította a turizmusfejlesztés preferált térségeit is:

23. táblázat: A turizmusfejlesztés preferált térségei és terméktípusai a Regionális Operatív Programozás (ROP) folyamatában a Dél-Dunántúlon 2002

PREFERÁLT TÉRSÉG	FEJLESZTENDŐ TERMÉKTÍPUSOK
<i>I. A régió belüli megyéket összekapcsoló turisztikai övezetek</i>	
I/1. Dunamente (Baranya, Tolna)	• vízi, öko-, falusi, bor- turizmusok • kulturális turizmus • gasztronómiai turizmus • kerékpáros turizmus
I/2. Zselic (Baranya, Somogy)	• kulturális turizmus • falusi, és öko- turizmusok • lovas turizmus • golf turizmus • kerékpáros turizmus
I/3. Drávamente (Somogy, Baranya)	• kulturális turizmus • vízi turizmus • ökoturizmus • gasztronómiai turizmus • kerékpáros turizmus
I/4. Kapos-völgy (Somogy, Tolna)	• lovas turizmus, falusi turizmus • kulturális turizmus • vízi turizmus • borturizmus
I/5. Mecsek és környezete (Baranya, Tolna)	• lovas turizmus • falusi, és borturizmus • ökoturizmus • kulturális turizmus • kerékpáros turizmus
<i>II. Régió belüli gócterületek</i>	
II/1. A Balaton háttérterületei Belső- és Külső Somogyban	• falusi turizmus, ökoturizmus • bor- és gasztronómiai turizmus • kulturális turizmus
II/2. Harkány-Villány-Siklós térsége	• borút • falusi turizmus, lovas turizmus • kulturális turizmus • ökoturizmus
II/3. Pécs	• kulturális és örökség turizmus • bor- és gasztronómiai turizmus • konferencia és rendezvény turizmus
II/4. Kaposvár és környéke	• kulturális turizmus • gasztronómiai turizmus • konferencia és rendezvény turizmus
II/5. Szekszárd és környéke	• bor- és gasztronómiai turizmus • kulturális turizmus • konferencia és rendezvény turizmus

1. 2. Megyei tervek

Baranya Megye Turizmusfejlesztési Konceptiója (1998)

A turizmusfejlesztés tervezése *két alapelven* nyugszik (AUBERT A.-SZABÓ G.(1999):

- egyrészt *integratív*, mivel tartalmaznia kell mindazon megyei fejlesztési programokat, amelyek a kiemelt település (Pécs), a kistérségek, speciális területi egységek (DDNP) terveiben megfogalmazódtak és a fejlesztési célkitűzések összehangolása egy megyei turizmusfejlesztési stratégiában megerősítést nyerhet;
- másrészt *kooperatív*, mert összefogja a létező fejlesztési törekvéseket és az előrelépést a közreműködők széles körének bevonásával éri el.

A megye turizmusának *stratégiai céljai*:

- a meglévő centrumok összekapcsolásával azok kínálati hálónak szervezése;
- a meglévő centrumok köré a turizmus szelídebb, természetközeli változataiból háttérterületeket szervezni, új és kiegészítő turisztikai termékek fejlesztése.

A kitűzött célokat elérendő a *program* három fő elemből építhető:

1. A megye idegenforgalmi vonzóira alapozott terméktípusok és az általuk körvonalazott területek fejlesztése;
2. A Baranyát érintő, a megyén belüli kistérségi és települési fejlesztési koncepciók és programok integrációja;
3. A fejlesztés fő vonulatát, a termékfejlesztést alátámasztó, azt kiegészítő programok meghatározása.

Az idegenforgalmi termékfejlesztés lehetőségei Baranya megyében a *vonzók* oldaláról adott, találunk nemzetközi, országos jelentőségű elsődleges vonzókat, melyeket számos másodlagos vonzó egészít ki. A vonzókra szervezhető és fejleszthető *terméktípusok* közül kiemelkedik a kulturális turizmus, a természetjárás, a falusi turizmus, a nemzetiségek kapcsolatrendszerére és kultúrájára építő rokonturizmus és bevásárlóturizmus, a gyógy- és termálturizmus, a konferenciaturizmus és a gasztronómia- és borturizmus. E turisztikai termékek működtetése eredményesen turisztikai kistérségek keretében történhet. A vonzók és terméktípusok alapján több *funkcionálisan szerveződő turisztikai kistérség* különíthető el a megyében, így Mohács

térsege, a Mecsek hegység ill. annak északi és déli előtere, Szigetvár a Dél-Zseliccel, Villány-Siklós-Harkány és környéke, Ormánság és a Duna-Dráva Nemzeti Park baranyai kistérségei, valamint Pécs városa.

A termékfejlesztést elősegítő és alátámasztó programok: a megyei idegenforgalmi információs és marketinghálózat kialakítása és működtetése, az idegenforgalmat érintő képzési, átképzési koordináció, a környezetalakítási, táj- és településképzési programok és a partnerkapcsolati program.

Baranya megye idegenforgalmi programjában kirajzolódó termékfejlesztési súlypontok megvalósíthatósága egy rendszerszemléletű termékfejlesztési stratégiával és az azt alátámasztó forrásfeltárással tehető sikeressé.

A megye sokszínű értékei - vonzerői a *fejleszthető terméktípusok* széles körét megalapozhatja, melyek meglehetősen pontosan megfogalmazhatóak a kiemelt terméktípusokat, ill. azok térségi vonatkozásait illetően:

- *Kulturális turizmus* az egyedi kultúra (épített, népszokások...) megismerésének motivációjára épít, általában termékcsomagok formájában (rendezvényturizmus, városnéző körutak, tematikus utak). A megyében az ilyen jellegű termékfejlesztés lehetőségét jelenti a "kazettás templomok útja", az "Árpád-kori templomok útja", "örökségturizmus" Pécssett, vagy más vonzerővel kombinálva több kistérség bekapcsolását is szolgálja (gasztronómia- és borturizmus térségi kombinációi a Villány-Siklói Borúton, a "Fehér Bor" útjának alkörzeteinek belépésével).
- *Természetjárás* a megye természeti értékeinek hasznosítását, ill. a turisztikai termékformálás lehetőségét jelenti. E tekintetben a Mecsek, a Dráva vidéke, a Duna partja és a Zselic emelkedik ki, több terméktípust is hordozva (ökoturizmus, vízparti turizmus, horgászturizmus, kerékpárturizmus).
- *A falusi turizmus* összetett kínálatának feltételei adóttak a megyében, vonzerői sokszínűek (falukép, népi mesterségek, tájházak, borászat, folklórrendezvények, természeti értékek), a természetjárás mellett az országos turisztikai marketing-stratégia kiemelt terméktípusa.
- *Magyar színes mozaikon* a nemzetiségek kultúráján alapuló vonzerők alapuló terméktípust értünk, melyhez szervesen kapcsolódik a rokonturizmus-, és részben (közvetlen) a megyét érintő bevásárlóturizmus.
- *A bortúrák* termékkínálata általában összetett, a terméktípusok egymásra épülése jellemzi (gasztronómia, kulturális turizmus, gyógy- és termálturizmus). A Villány-

Siklói Borút, a Mecsekaljai borvidék jelentős térségi lefedettséget biztosíthat a megye turisztikai kínálatában.

- *A gyógy- és termálturizmus* regionális centruma Harkány, ill. elsődleges vonzerőként jelenik meg Szigetvár, Magyarhertelend, Bikal, Sikonda településeken. A termékfejlesztés fő irányait az alapvető gyógyászati szolgáltatások mellett a fitness és wellness jellegű elemek beépítése jelentheti a jövőben.
- *A konferenciaturizmus* feltételrendszere a vonzerők oldaláról ma még a megyében csak részben van biztosítva, Pécs régióközpont-funkciójához szervesen hozzátartozó konferencia- és rendezvényturizmusa a nemzetközi igényt és színvonalat nem tudja kielégíteni. A fejlesztést a háttérfeltételek indokoltá teszik, a kapcsolódó keretprogramokból a megye egésze profitálna.

Baranya Megye Magterületeinek Turizmusfejlesztési Programja (1999)

A tanulmány célja, hogy a területfejlesztési és turizmusfejlesztési programozás elemeit figyelembe véve fogalmazza meg Baranya megye turisztikai gócterületei számára a fejlesztés kereteit, prioritásait, dolgozzon ki operatív programvázlatokat. Az elkészített tanulmány legyen alkalmas a kistérségi fejlesztések fő irányainak kimunkálására, valósuljon meg a programozási harmonizáció, a régió-megye-kistérség szintjén.

A tanulmány megjelöli továbbá, hogy hiányzik a szakmaiság oldaláról a menedzselő szervezet, iroda és nem kellő erejű az összefogás szándéka sem.

A regionális és megyei programozásban megjelölt terméktípusokon (falusi turizmus, ökoturizmus, borturizmus, borutak, gyógy-, és termálturizmus) túl, Pécs profiljába illeszkedően az örökség turizmus – kulturális turizmus termékcsoporthoz is meghatározásra kerültek az elvégzendő feladatok.

A program megjelöli továbbá a megyében az egyes terméktípusok fejlesztésére leginkább felkészült, optimális keretfeltételekkel rendelkező magterületeit.

A magterületek promóciós feladatainak elvégzésében a program kiemelt szerepet szán a nonprofit szektornak, ezen belül is a megyei Tourinform hálózatnak.

Baranya Megye Turizmusmarketing Terve (2000)

Baranya megye marketingtervének elkészíttetése szerves folytatása a Baranya Megyei Közgyűlés és a Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ azon tevékenységének, melynek keretében megvalósult „Baranya megye turizmusfejlesztési programja” (1998.), „Baranya megye turisztikai magterületeinek fejlesztési programja” (1999.). A Közgyűlés által elfogadott fenti programok mellett figyelembe vehettük Pécs város idegenforgalmi koncepcióját, a Dél-dunántúli régió komplex területfejlesztési programját, ill. Baranya megye komplex fejlesztési programját, az elkészült vendégkör kutatásokat, valamint a Magyar Turizmus RT marketingstratégiáját.

A marketingterv elkészítésének módszere tehát egyrészt a korábbi anyagok felhasználására, másrészt a megyei és a kistérségi Tourinform irodák megkérdezésére épült. További fontos szempont a megye és Pécs turisztikai marketingtevékenységének kapcsolódási pontjainak megtalálása volt.

Célunk a helyzetelemzésen túl elsősorban az, hogy a turizmusmarketingben érdekelt szervezetek összefüggéseiben is lássák e problémakör komplexitását és hasznos kiinduló anyagként szolgáljon számukra egy szakmai konszenzuson nyugvó partneri kapcsolat kiépítésére. Megbízónk számára is fontos, hogy a turizmusmarketing célirányos, tervezett tevékenységgé váljék, ezáltal elégítheti ki a szakmai és a finansziális kritériumokat.

A terv a helyzetelemzés után (kínálat – termékanalízis, kereslet elemzés), a marketing tevékenységet értékeli Baranya megyében, mind megyei, mind pedig kistérségi szinten. Ezt követi a SWOT analízis, majd ennek tanulságaiból a *célok* meghatározása.

A megye számos téren tudja erősíteni a turizmusmarketinget:

- törvényi kötelezettsége a turizmus menedzselése,
- saját pályázati forrásokkal rendelkezik, amelyek idegenforgalmi termékfejlesztésre is fordíthatók,
- erős érdekképviselői funkciót lát el az egyre növekvő összegek felett diszponáló regionális szervezetben,
- koordinációs feladatot tud ellátni a kistérségek között.

A megye számára így szükséges célokat felállítani. Az alábbiakban az elkövetkezendő 3 évre

vonatkozó célokat fogalmazzuk meg.

- a) A megyei arculat megfogalmazása és piaci bevezetése,**
- b) korszerű termékmenedzselés,**
- c) a piaci folyamatokat maximálisan nyomon követő promóciós stratégia kivitelezése,**
- d) erős lobbykapcsolat kialakítása.**

Az ezek alapján meghatározott marketingstratégia a következő pontokat tartalmazza:

A turizmusmarketing szervezeti rendszerének korszerűsítése

- **A megye és kistérségek közötti együttműködés**
- **A kistérségi, megyei szintek regionális turizmusirányítással való kapcsolatának, együttműködésének**
- **javítása**
- **Új Tourinform irodák felállításának szorgalmazása**
- **Kapcsolattartás a megyeszékhellyel**

Marketing motívumok, imázs elemek Baranya megye idegenforgalmi promóciójában

- **Lakossági felmérések eredményeinek alkalmazása a turizmus marketing tervezésekor**
- **Pécs legfontosabb nevezetességei, értékei a lakosság (és vendégei) véleményei alapján**

Végül a terv meghatározza a megye marketingmixét a programcsomagok, piaci szegmensek, disztribúció és promóció szemszögéből vizsgálva.

2. TURIZMUS A MEGYE SZERVEZETI RENDSZERÉBEN

2. 1. A megyei rendszer szereplői (intézmények, bizottságok, partnerek)

A megyei önkormányzat idegenforgalmat érintő feladatait alapvetően két törvény rögzíti.

Az 1990. évi LXV. Törvény a helyi önkormányzatokról - 70.§ (1) bekezdése - az alábbiak szerint fogalmazza meg a megye feladatát az idegenforgalomban:

„A megyei önkormányzat ellátja az épített és természeti környezet védelmével összefüggő teendők egy részét. A megyei idegenforgalmi (épített és természeti) értékek feltárásával, ezen célkitűzések meghatározásával kapcsolatos feladatokat is végez. Az utóbbi kört érintően bővültek teendői, hiszen jogkört kapott az országos jelentőségű idegenforgalmi értékek hasznosításában közreműködők tevékenységének összehangolására is.”

A megyei önkormányzatok közgyűléseinek feladatává teszi tehát az érdekek összehangolását, értékek feltárását és menedzselését a turizmusban; koordinációt a turizmus helyi és körzeti fejlesztésében, véleményalkotást a fejlesztési koncepciókról és programokról, valamint a turizmus fejlődésének nyomon követését és értékelését.

Fenti törvény mellett az 1991. évi XX. Törvény – a helyi önkormányzatok és szerveik, a köztársasági megbízottak, valamint egyes centrális alárendeltségű szervek feladat- és hatásköreiről – 66. paragrafusa értelmében a megyei önkormányzat közgyűlése:

- összehangolja - a kiemelt üdülőkörzetek kivételével - az idegenforgalom területi érdekeit az országos érdekekkel, gondoskodik az idegenforgalmi értékek feltárásáról, bemutatásáról, propagálásáról;
- véleményt nyilvánít a kiemelt üdülőkörzetek fejlesztési koncepciójáról, programjáról;
- összehangolja az idegenforgalom helyi fejlesztését, és elemzi a terület idegenforgalmának alakulását.

Az önkormányzat idegenforgalmat érintő feladatköre e kötelező feladatok mellett önként vállalt feladatokkal is bővül:

- a Baranya Megyei Önkormányzat tagja a Pécs/Sopiane Örökség Kht-nak és részt vesz a Világörökség helyszíneit bemutató pályázatban;

- az AVEC Egyesület tagjaként is újabb feladatok hárulnak az önkormányzatra;
- rendszerességgel, hagyományosan megrendezésre kerülő turisztikai rendezvények szervezése: „Vendégváró Baranya” turisztikai konferencia, „Mit ér a bor, ha Hungaricum” borászati szakmai konferencia és borverseny;
- koordinációs kerekasztal beszélgetések kezdeményezése terméktípusonként (gyógyturizmus, vízi turizmus, borturizmus stb.);
- az önkormányzat idegenforgalmi civil kapcsolatainak szervezése és koordinálása, az Idegenforgalmi Civil Kerekasztal megalakítása;
- nemzetközi szervezetek szakterületet érintő munkacsoportjaiban való aktív szerepvállalás, közös projektekben történő részvétel;
- európai uniós projektgenerálás, kistérségi, regionális szintű projektek előkészítése, az abban való részvétel

Az önkormányzati törvény a turizmust és fejlesztését kötelező - meglehetősen puha-feladatként határozza meg. A turizmus azonban a megyéknél nem jelenik meg közvetlenül, vagy közvetve bevételeket hozó tevékenységként, a fejlesztéshez, a feladatok elvégzéséhez szükséges pénzügyi alapok nem a megyei szintre kerültek.

A feladatok ellátásához szükséges fedezetet a központi költségvetés nem biztosítja, nem rendeli hozzá és a megyei önkormányzatot alapvetően az intézményfenntartói szerep is financiálisan igen szűk mozgástérre szorít.

Azonban kitűzött céljai elérése érdekében a megye terveket, koncepciókat, programokat

- Baranya Megye Turizmusfejlesztési Programja (1998), Baranya Megye Magterületeinek Turizmusfejlesztési Programja (1999), Baranya Megye Turizmusmarketing Terve (2000) - dolgozott ki a turizmus fejlesztésére; forrásokat mozgósít, támogatásokat nyújt a preferált irányokban kidolgozott projektek végrehajtásához - a források szűkössége miatt ez igen korlátozott -; valamint saját rendelkezésére álló eszköz- és intézményrendszerét is mozgósítja a fejlesztési célok elérése érdekében.

A megyei önkormányzat e fejlesztési dokumentumokkal a törvény által előírt feladatának lényegében eleget tesz, de természetesen a megye szerepe ennél jóval tovább kell terjedjen. A megyéknek meghatározó szerepet kell vállalniuk a

turizmusmarketingben, valamint a megyei szinttel szemben a fő elvárás az lehet, hogy segítse elő a turizmus szereplőinek és térségi kapcsolatainak megerősítését.

Feladat és hatáskörök tekintetében így a megye, koncepciók alkotójaként, operatív programok szervezőjeként, információs központ működtetőjeként jelen lehet a vidéki összefogásokra épülő programokban, valamint önálló, konkrét programok menedzselését vállalhatja fel.

Eszközök:

Ahhoz, hogy a megye által felvállalt feladatok teljesíthetők, a kitűzött célok elérhetők legyenek, az önkormányzatnak e téren alkalmazható eszközrendszerét kell működtetni, mely az alábbiakat jelenti:

- a megyei önkormányzat saját intézményrendszere,
- megyei kulturális és művelődési intézmények,
- széles kapcsolatrendszer a területfejlesztés intézményrendszerével (részvétel a Regionális Fejlesztési Tanácsban, a Megyei Területfejlesztési Tanácsban, a Regionális Idegenforgalmi Bizottságban, ami lehetővé teszi a forráskoordinációt, valamint a támogatások odaítélésénél a szakmai preferenciák alkalmazását)
- nemzetközi kapcsolatok, interregionális együttműködések
- a Közgyűlés Területfejlesztési, Idegenforgalmi, Informatikai és Foglalkoztatási Bizottsága (TIIFB), mint szakmai testület. Feladatkörében szakmailag segíti az önkormányzat turizmusfejlesztéshez kapcsolódó cselekvési programjainak megvalósulását, tájékozódik a megyehatáron és a régió átnyúló területfejlesztési programokról, gondoskodik a turizmusfejlesztés céljainak összehangolásáról.

Az önkormányzat Szervezeti és Működési Szabályzata a TIIFB feladat és hatáskörét a turizmust érintően az alábbiakban fogalmazza meg:

- „1. Gondoskodik a turizmus, idegenforgalmi értékek feltárásáról és bemutatásáról.
2. Összehangolja az idegenforgalom helyi fejlesztését, elemzi a terület turizmusának, idegenforgalmának alakulását.

3. Összehangolja – a kiemelt üdülőkörzetek kivételével – az idegenforgalom területi érdekeit az országos érdekekkel.
4. Véleményt nyilvánít a kiemelt üdülőkörzetek fejlesztési koncepciójáról, programjáról.
5. Figyelemmel kíséri a közgyűlés turizmussal, idegenfogalommal foglalkozó intézményeinek és az önkormányzat érdekeltségi körébe tartozó vállalkozásainak működését, javaslatot tesz tevékenységük érdemi összehangolására, koordinációjára, véleményezi a munkájukról szóló beszámolót.
6. Jóváhagyja az idegenforgalmi feladatot ellátó intézmény munkatervét.
7. A költségvetési rendeletben meghatározott saját kerete terhére kötelezettséget vállalhat.
8. Dönt a közgyűlés elnökével egyetértésben, a közgyűlés által – a közbeszerzési törvény szerinti értékhatárt el nem érő árubeszerzésekre és szolgáltatásokra – kiírt, a bizottság feladatkörébe tartozó pályázatra benyújtott ajánlatokról.
9. Dönt a költségvetési rendeletben meghatározott szakmai jellegű célleírányzat felhasználásáról.

A bizottság további feladatai

1. Vizsgálja a megye turizmushoz kapcsolódó adottságait, közreműködik az erőforrások feltárásában, közvetítésében, részt vesz ezek hasznosítását célzó programok, projektek, fejlesztések előkészítésében és figyelemmel kíséri megvalósulásukat.
2. Tájékozódik a partnerszervezetek, testületek hasonló tevékenységéről (kamarák, települési önkormányzatok, regionális, illetve országos szakmai szervek).
3. A Kulturális Bizottsággal együtt jóváhagyja a Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ Szervezeti és Működési Szabályzatát, munkatervét.
4. Ösztönzi és segíti Pécs város és Baranya közös programjai szervezését. A marketing munka megyei, regionális összehangolását, turisztikai terméktípusok további fejlesztését kiemelt feladatának tekinti.
5. Elősegíti a turizmushoz kapcsolódó oktatási rendszer, a szakmai képzés, továbbképzés fejlesztését, feltételeinek javítását. A szakmai követelmények érvényesülését rendszeresen figyelemmel kíséri.
6. Elősegíti a térségek, turisztikai térségek (pl. falusi turizmus) turisztikai adottságainak jobb kihasználását. Figyelemmel kíséri és segíti a települési önkormányzatok turizmussal kapcsolatos tevékenységét.

7. Figyelemmel kíséri és szakmailag segíti az önkormányzat turizmusfejlesztéshez kapcsolódó cselekvési programjának megvalósulását.
8. Közreműködik a turizmus jogi szabályozását alakító szakmai előkészítő munkákban.
9. Közreműködik Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata bizottságaival közös turizmusfejlesztési célú pályázatok előkészítésében.
10. Tájékozódik a megyehatáron és a régión átnyúló területfejlesztési programokról. Gondoskodik a turizmusfejlesztés céljainak összehangolásáról.
11. Közreműködik a megyei önkormányzat nemzetközi és európai uniós kapcsolatainak a turizmusfejlesztés érdekében történő hasznosításában.”

(Baranya Megyei Önkormányzat Szervezeti és Működési Szabályzata)

A Területfejlesztési, Idegenforgalmi, Informatikai és Foglalkoztatási Bizottság fontos szerepet játszik azzal is, hogy kihelyezett bizottsági üléseit a megye különböző fejlesztési helyszínein tartja és a fejlesztési programok, projektek megtekintésével, a célok megismerésével, a sajtó jelenlétével is ráirányítja a figyelmet az adott térségre, annak önkormányzataira, vállalkozóira és civil szereplőire egyaránt.

A Bizottság emellett az általa tárgyalt, megvitatott napirendekkel szintén ráirányítja a figyelmet egy-egy szakmai problémára, vagy területre.

Saját kerete terhére - mely minden évben a költségvetési rendeletben kerül meghatározásra, 2004-ben kétmillió forinttal, az azt megelőző években egymillió forinttal „gazdálkodott” a bizottság - a szakbizottság a beérkező kérelmeket bírálva kötelezettséget vállalhat. Megállapítható, hogy a támogatások több mint fele települési, kistérségi, megyei turisztikai rendezvények támogatására irányul. Ezek ugyan csekély összegben járulnak hozzá egy adott program megvalósításához, mégis jelentős segítségként értékelik a támogatottak, elsősorban azért, mert ekkora összegek pályázati úton történő elnyerésére nincs lehetőség.

A Turizmusfejlesztési Alap 1999 óta, évente 5 millió forinttal szolgálja a megye kiemelt terméktípusainak támogatását.

A Baranya Megyei Önkormányzat az idegenforgalom hatékonyabb fejlesztése, a turizmus területi elterjedésének segítése érdekében 2001-ben Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzatával közösen alakította ki a fenti Alapot. Ezzel az összefogással a

megpályázható összeg 10 millió forintot tett ki, melynek célja a megye és a város idegenforgalmi fejlesztésének elősegítése volt. A közösen működtetett Alap az alábbi célokat, tevékenységeket támogatta:

- a turisták tájékozódását és tájékoztatását segítő fejlesztés, valamint marketing tevékenység,
- kiemelt terméktípusok (falusi turizmus, borturizmus, gasztronómia, kulturális turizmus, vízi turizmus) termékfejlesztése,
- vendégforgalmat növelő rendezvények (kiállítások, konferenciák, szakmai vásárok) szervezése,
- a megye és a város idegenforgalmának, valamint a lakosság és a vendégek turisztikai szokásainak felmérése, elemzése,
- idegenforgalmi szakmai képzések, tanfolyamok szervezése,
- egyéb pályázatokhoz saját forrás (önerő) fedezetének biztosítása.

2002-től az Alap ismét évi 5 millió forintos forrással segíti a megyei idegenforgalmi célkitűzések, fejlesztési elképzelések megvalósulását.

A Turizmusfejlesztési Alap működésének tapasztalatai azt mutatják, hogy az igény többszöröse volt a rendelkezésre álló forrásnak és az átlagos támogatás mértéke 100.000-250.000 Ft között mozgott a támogatottak számától függően. Ez természetesen számos program, projekt sikeres megvalósítását biztosította, de szét is forgácsolta az erőket.

Az Alap felhasználását tekintve az utóbbi években sikerült koncentrációt megvalósítani.

2004-ben az önkormányzat a szakterületen elsősorban az operatív feladatok, ezek között is a megyei turizmusmarketing segítésére törekedett. Ez a rendelkezésre álló források Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzatával is egyeztetett koordinációja terén is érvényre jutott.

Ennek szükségességét elsősorban az adta, hogy 2004-ben sem a Regionális Idegenforgalmi Bizottság, sem a Gazdasági és Közlekedési Minisztérium részéről, sem pedig a Magyar Turizmus Rt részéről nem számíthatott a szakma olyan pályázati forrásokra, melyek az elmúlt években nagyrészt megteremtették az ilyen jellegű fejlesztések, különösen a kiadványkészítések, kiadvány újranyomások pénzügyi háttérét, legalábbis annak jelentős hányadát.

A megye számára ugyanakkor égető szükség volt egyes kiadványok újrányomására, valamint új kiadványok készítésére, készíttetésére.

A koncentrációt ezen alap felhasználását tekintve a jövőben még tovább lehet fokozni, egy a megye számára fontosnak ítélt cél elérése, megvalósítása érdekében.

A turizmusmarketing fejlesztése érdekében strukturális átalakítást hajtott végre a megye, melynek eredményeként 2004 júliusában megalakult a megye turizmus marketing feladataiban meghatározó szerepet vállaló Ezerszínű Baranya Turisztikai Információs és Szolgáltató Kht. A szándék ezzel az volt, hogy a turizmusban érdekelt mind több szereplő intézményesült együttműködését segítse elő a megye.

A közhasznú Társaságot az alábbi szervezetek, mint alapító tagok hozták létre: Baranya Megyei Önkormányzat, Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata, Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara, Harkányi Gyógyfürdő Rt., Mecsek-hegyháti Önkormányzatok Társulása, Szigetvár és Dél-Zselic Területfejlesztési Társulás, Kelet-Mecsek Egyesület, Baranya Megyei Falusi Turizmus Szövetség, Magyar Vendéglátók Ipartestülete.

A közhasznú társasági forma az alábbi érvek mellett lett kialakítva: legalkalmasabb a vállalkozói szektor bekapcsolására, érvényesülhetnek fontos szakmai szempontok (összehangolt kiadványterv és marketingmunka, közös éves feladatterv, stb.) E jogi forma kellő nyitottságot garantál, miközben az önkormányzati (tulajdonosi) befolyás megtartható, finanszírozás tekintetében az önkormányzati csatornák mellett a vállalkozók forrásaival is számolhat, kistérségek és civil egyesületek is kapcsolódhatnak a társasághoz, valamint hatékonyabbá válhat külső, pályázati források bevonása a munkába. Nőhet az üzleti tevékenységből származó bevétel, megerősödhet a fejlesztési szemlélet.

A Kht tevékenységi körében szerepel valamennyi, az 1990. évi LXV. törvény 70. §-a (1) bekezdése szerint a megyei önkormányzat számára kötelezően meghatározott feladat valamint az 1991. évi XX. törvény 66. §-a szerint a megyei önkormányzat közgyűlése feladatkörébe tartozó a fentiekben már jelzett feladatok is.

Partnerek

A megye 2004-től tagja a Pécs/Sopianae Örökség Kht-nek. A szervezetben való aktív megyei részvételnek az a célja, hogy a Világörökségi helyszínek összehangolt fejlesztése mellett, képviselje és összefogja a vidék gazdag örökségét, kulturális sokszínűségét, az ehhez kapcsolódó fejlesztési projekteket is.

A megyei önkormányzat 2004. februárjában csatlakozott az AVEC (Európai Történelmi és Kulturális Városok és Térségek Hálózata) Egyesülethez. Különösen a városok turisztikai hasznosítása terén kezdeményeztünk lépéseket, de a megye kistérségeinek képviselőit is erősíteni tudjuk a kulturális örökség megőrzését, hasznosítását érintő programokban.

A megyei önkormányzat nemzetközi kapcsolataiban is egyre nagyobb szerepet szán a turizmusnak, egyre több nemzetközi kapcsolat mélyül idegenforgalmi tartalommal.

A megyei önkormányzat kulturális és művelődési intézményei is, az általuk végzett szakmai munkával hozzájárulnak a megye, a területet érintő kötelező és önként felvállalt feladatai teljesítéséhez.

A Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ, a szervezeten belül hozzá tartozó Tourinform Iroda kiválásával (mint Ezerszínű Baranya Kht) elsősorban térségi, regionális, nemzetközi kulturális rendezvények, fesztiválok, szakmai fórumok szervezésével, koordinálásával, közművelődési programok és megyei közművelődési statisztikák elemzésével foglalkozik. Emellett tevékenysége kiterjed idegenforgalmat érintő területekre is. Megyei éves rendezvénynaptárt, idegenforgalmi és módszertani kiadványokat készít.

A Művészetek Háza a térségben élő hivatásos művészek „otthona”, amely hármas funkciót lát el: székház, menedzselő intézmény és bemutatkozási hely. Sokoldalú közművelődési, művészeti intézmény, amely interdiszciplinális jellegénél fogva a régió és Pécs város különböző művészeti ágainak és az ezek iránt érdeklődő közönségnek otthona, a művészeti közélet állandó fóruma és helyszíne, önálló karakterrel bíró programjai révén valódi szellemi műhely is.

A Baranya Megyei Múzeumok Igazgatósága a múzeumi szakterületek több ágával – természettudomány, régészet, néprajz, új- és legújabbkori történet, képző- és

iparművészet – az ország egyik legjelentősebb múzeumi gyűjteményét mondhatja a magáénak.

A megye szerepe ezen a területen különösen meghatározó lehet.

A megyei önkormányzat számára a turizmusban érdekelt helyi és kistérségi szervezetek, az önkormányzatok és céltársulásai, a kamarák, valamint a szakmai szerveződések nem konkurenciát, hanem együttműködő partnert jelenthetnek. A siker záloga lehet ezért e partnerek megnyerése a fejlesztésekhez. A civil szerveződések aktivitásának becsatlakoztatása a turizmusfejlesztés helyi és megyei szintjeire, szintén újabb esélyt kínál a sikeres együttműködésre.

Mindenekelőtt a székhely település önkormányzatával való együttműködés hatékonyságára, eredményességére kell törekedni.

A város és a megye kapcsolatának, együttműködésének erősítése elengedhetetlen, hiszen még megyeszékhely városaink sem kínálnak két, esetleg három napnál hosszabb tartózkodási időt igénylő attrakciókat, turisztikai programlehetőségeket. Ezért felértékelődnek a térségben, a háttértelepüléseken meglévő, táji, környezeti értékek, az azokra épülő termékek, szolgáltatások.

A legtöbb esetben közös érdeke *(kellene hogy legyen)* ezért a megyei önkormányzatnak és a székhely település önkormányzatának, hogy a város és környezete közös desztinációként jelenjen meg az idegenforgalmi piacon.

E koordináció révén a város és a megye egymás tevékenységét jelentősen erősítheti, továbbá a forrásaik is koncentráltabban kerülhetnek felhasználásra.

Nemzetközi példák is alátámasztják, hogy a térségi, megyei feladatok jellemzően a koordinációra, a legjellemzőbben települési önkormányzatok által fenntartott turisztikai információs irodákkal való partneri, szakmai együttműködésekre, piaci információikra építő stratégiaalkotásra, programkészítésekre, fejlesztésekre, módszertani tevékenységre terjednek ki.

Szintén uniós példák sora mutatja, hogy a turizmusban érdekelt vállalkozások, szállásadók, vendéglátók, a turisztikai attrakciók tulajdonosai, működtetői részt vállalnak a turisztikai információs irodák fenntartási, működési költségeiből, és

természetesen részt vállalnak a közösen kialakított stratégiák, koncepciók megfogalmazásában, programok készítésében is. A turizmus szereplői így aktív részesei a turizmus tervezésnek és turisztikai fejlesztéseknek is.

Az uniós gyakorlatban a turizmus terén a marketing és a stratégiaalkotás hatékonyabb azáltal, hogy az ad hoc kapcsolatok helyett intézményesült együttműködések alakultak ki a vállalkozók, a közszféra és a civil szervezetek között.

A megyei önkormányzatok kezdeményezőként is felléphetnek ennek érdekében, de mindenképpen fontos aktív közreműködésük, szerepvállalásuk e téren. A széles körű, világos gazdasági érdekek mentén szerveződő partnerség azért fontos, mert a turizmus egyik alapvető jellemzője, hogy a turista nem egy turisztikai szakma termékét vásárolja meg, hanem egy térség által nyújtott szolgáltatások összességét.

2.2. Az Ezerszínű Baranya Turisztikai Kht és a Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ együttműködése, a turisztikai feladatokat érintő feladatok megosztása

Törvényi háttér

Kiindulópontként mindenek előtt érdemes összegezni a megyei turisztikai feladatok törvényi háttérét:

Az 1990. évi LXV. Törvény 70.§-a (1) bekezdése szerint a megyei önkormányzat kötelező feladatként gondoskodik az épített és természeti értékek feltárásáról, a megyei idegenforgalmi célkitűzések meghatározásáról, a teljesítésükben részt vevők tevékenységének összehangolásáról.

E mellett a helyi önkormányzatok és szerveik feladat- és hatásköreiről szóló *1991. évi XX. törvény* foglalkozik még a megyei közgyűlés hatáskörébe sorolt turisztikai feladatokról.

E törvény 66. § -a szerint: a megyei önkormányzat közgyűlése

- *összehangolja - a kiemelt üdülőkörzetek kivételével - az idegenforgalom területi érdekeit az országos érdekekkel, gondoskodik az idegenforgalmi értékek feltárásáról, bemutatásáról, propagálásáról;*
- *véleményt nyilvánít a kiemelt üdülőkörzetek fejlesztési koncepciójáról, programjáról;*
- *összehangolja az idegenforgalom helyi fejlesztését, és elemzi a terület idegenforgalmának alakulását.*

A törvény által megfogalmazott feladatokból IS következik, hogy a megyéknek meghatározó szerepet kell vállalniuk a turizmusmarketingben.

Ezzel együtt a megye legfontosabb feladata a turizmus szereplői közötti együttműködések ösztönzése, a térségi kapcsolatok aktivizálása lehet, a gazdaság, a környezet, a kultúra, és más ágazatok kapcsolatrendszerének menedzselésén keresztül,

magas színvonalú, interaktív, naprakész adatokkal folyamatosan frissülő megyei információs rendszerre támaszkodva.

A Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ, és az Ezerszínű Baranya Turisztikai Kht közötti együttműködés irányai

A Kht. tevékenységi körében szerepel valamennyi, az 1990. évi LXV. Törvény 70.§-a (1) bekezdése szerint a megyei önkormányzat számára kötelezően meghatározott feladat (az épített és természeti értékek feltárása, a megyei idegenforgalmi célkitűzések meghatározása, a teljesítésükben részt vevők tevékenységének összehangolása) valamint az 1991. évi XX. törvény 66. § -a szerint a megyei önkormányzat közgyűlése feladatkörébe tartozó alábbi feladatok is.

E feladatok ellátását az alapítókkal, köztük így a Baranya Megyei Önkormányzattal is, azok szakreferenseivel szoros együttműködésben, velük összehangoltan látja el.

A megyei önkormányzat turisztikai feladatainak ellátása a Kht-n keresztül az alábbiakra terjedhet ki:

- koncepciók alkotójaként, operatív programok szervezőjeként, interaktív információs központ működtetőjeként jelen van a vidéki összefogásokra épülő programokban (ld.: mint a Borutak megszervezése)
- módszertani intézményként segíti a tourinform megyei hálózatának munkáját,
- önálló, konkrét programok menedzselése, termékfejlesztés, a megyei turisztikai termékek piacra juttatása, a klasszikus marketing eszközök működtetése.

Mindezek háttérében nélkülözhetetlen a pályázati tevékenység szélesítése a pályázati források hatékonyabb, szélesebb körű bevonása a munkába. E téren is már komoly jelentősége van a Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központtal történő operatív együttműködésnek, a pályázati tevékenység összehangolásának, mely alapvetően a két szervezet fő kompetenciái mentén kell meghatározni.

A Kht feladatkörében javaslatokat dolgoz ki a térségi turisztikai szolgáltatóktól is eredő információkra építve a térség turisztikai fejlesztésének stratégiai irányaira, koncepciójára vonatkozóan.

A tulajdonosok által összehangolt és elfogadott stratégiai-fejlesztési programok operatív megvalósítását a Kht. menedzseli a marketing eszköztár adekvát működtetésével. (termékfejlesztés menedzselése; információs, promóciós tevékenységek; szolgáltatás csomagok árazása, értékesítése)

A Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ, a kulturális rendezvények szervezése terén vállalhat hatékony szerepet, mely rendezvények a legtöbb esetben jelentős turisztikai vonzerőt jelentenek. Ez lehet az egyik legmarkánsabb feladatmegosztási irány az intézmény és a Kht. közötti együttműködést illetően.

Az intézménynek így továbbra is fontos szerep jut a megye kulturális kapcsolatainak gondozásában, az adatbázis fejlesztése terén, így ezeken keresztül a kulturális turizmus terén kínálkozó lehetőségek feltárásában, javaslatok, fejlesztési irányok megfogalmazásában.

A turisztikai kht feladata ebben a munkamegosztásban mindenekelőtt a klasszikus 4P működtetése, menedzselése, tehát piaci információk gyűjtésére, elemzésére építő termékfejlesztés, versenyképes termékek, turisztikai programcsomagok kidolgozása, azok piaci bevezetése, a térség turisztikai kínálatának piacra juttatása, reklámeszközök működtetése, a megyei arculat megfogalmazása/újrafogalmazása, annak piaci bevezetése; egy arculatváltó kampány koordinálása.

Ezeket fontos térségi információikkal segítheti a Kulturális és Idegenforgalmi Központ. Hatékonyan részt vállalhat a térség kulturális turisztikai értékeinek feltárásában, fontos partner lehet a kiadványok, a térséget népszerűsítő könyvek, kiadványok, albumok szerkesztésében, megfogalmazásában, a kistélepülések megnyerésében, a civil programok koordinációjában és mindenek előtt a turisztikai vonzerőt jelentő, a megye imázsát erősítő kulturális rendezvények megszervezésében.

Baranya megye tájainak sokszínűsége, nemzetiségeinek gazdag népi kultúrája, hagyományai, történelmi nevezetességei, egyszerűen a gazdag kulturális örökségének turisztikai hasznosításában rejlő lehetőségei meghatározó szerepet várnak a kulturális intézménytől:

- kulturális értékek, helyi jelentőségű vonzerők feltárása, ezek köré szervezett kulturális rendezvények, programok megvalósítása, a kulturális rendezvényekben, a bemutatandó témában a hitelesség, a fenntarthatóság, az alaposság, a szakszerűség feltételeinek megteremtése, a megye települései közötti együttműködések, rendezvénysorozatok fejlesztése, kulturális és építészeti értékek, a népi, nemzetiségi kultúra, és a népművészet, és ezekhez is kötődő rendezvények igényes megszervezése (pld.: Mediterrán Ősz)
- Korok és kultúrák találkozásának bemutatása, az etnikai sokszínűségben rejlő értékek összefogása történelmi, a néprajzi hitelességgel mindenképpen az intézményi szinten meglévő és fejlesztendő kompetenciát jelent,
- csakúgy, mint a helyi civil közösségek összefogása, együttműködésük elősegítése, szakmai, módszertani támogatásuk az értékfeltárás, és azok hiteles terjesztése területén.
- Ugyanígy: turisztikai kiadványok szerkesztésében való közreműködés - mindennek előtt a tartalmi (történelmi, kulturális, néprajzi ismertetések megfogalmazása, stb.), szerkesztésekben.
- Széleskörű együttműködésben készített éves, havi rendezvénynaptár szerkesztése, a programok összehangolása az érintettekkel, egyeztetése a turisztikai kht-vel, amely ezek értékesítését segíti.
- A megyében élő polgárok, működő közösségek, intézmények kulturális és idegenforgalmi együttműködésének kezdeményezése, segítése.
- Helyi, kistépülési rendezvények szakmódszertani segítése, technikák kölcsönzése (színpad, sátor, színpadtechnika, stb.)

3. A KISTÉRSÉGI STRATÉGIÁK TURIZMUSFEJLESZTÉSI PRIORITÁSAI

A terület- és vidékfejlesztésben a szubszidiaritást az egyik legfontosabb elvként meghatározó fejlesztési politikák, a turizmusfejlesztés súlypontját egyre inkább a kistérségekre helyezik. Baranya kistérségei komplex és ágazati programjaikban kijelölték a turizmusfejlesztés követendő stratégiáit. A vidékfejlesztési és ágazati, turizmusfejlesztési programokat szakmai értékelés alapján szétbontottuk alapelemeikre, amelyekből kimutatható a fejlesztési törekvések turisztikai tartalma. A szempontrendszerünk egyrészt a turizmustervezés és programozás alapelveit, másrészt a hazai fejlesztési politika fő beavatkozási területeit tartalmazza, az alábbi bontásban.

Idegenforgalmi célok, programok,

- Vonzerővédelem, vonzerőfejlesztés,
- Szolgáltatásfejlesztés,
- Termékfejlesztés,
- Marketing, szervezetrendszer,
- Kiegészítő vagy kapcsolódó fejlesztések

Az elemzések eredményeként kistérségenként kimutathatóvá és megyei szinten összefoglalhatóvá váltak a fő fejlesztési törekvések. Mindezek szolgáltatták az alapot a megyei stratégia kialakításához. A hét friss, 2003-ban és 2004-ben kidolgozott és elfogadott program bőséges alapot adott a tervek megyei megjelenítéséhez.

<i>Kistérség és a terv megnevezése</i>	<i>Idegenforgalmi célok, programok</i>	<i>Vonzerővédelem, vonzerőfejlesztés</i>	<i>Szolgáltatás fejlesztés</i>	<i>Termékfejlesztés</i>	<i>Marketing, szervezetrendszer</i>	<i>Kiegészítő, vagy kapcsolódó fejlesztés</i>
1. A Mohácsi kistérség vidékfejlesztési programja (2004)	⇒ A természeti környezetben és a kulturális örökségben rejlő potenciál turisztikai hasznosítása • A Mohácsi Kistérség turisztikai desztinációvá szervezése az egyes településeken megjelenő turisztikai vonzerők integrálásával	⇒ Az épített környezet megőrzése és fejlesztése, esztétikus, rendezett településképp kialakítása, település-rehabilitációs akciók lebonyolítása ⇒ A természeti környezetben okozott károk helyreállítása, a természeti értékek megőrzése, esztétikus táj kialakítása ⇒ A kulturális hagyományok megőrzése és a kulturális örökség összetartó erejének mozgósítása • A kulturális hagyományok, népszokások felelevenítése az iskolák és a civil szervezetek részvételével • A kézműves kultúra ápolása	⇒ A Bólyi Gyermekotthon szakmai bázisára épített átmeneti ápolási és gyógyturisztikai intézmény létrehozása és profitorientált működtetése	⇒ Borkultúra és gasztronómia összekapcsolása minőségi szolgáltatási csomagban ⇒ A kézművesség és a háziipar termékeinek innovatív összekapcsolása szolgáltatási csomagban a tájházak és műhelyek interaktív látványműhelyekké alakításával	⇒ Kistérségi Menedzsment Szervezet feladatainak meghatározása, a követelményrendszer kidolgozása • A marketing stratégia kidolgozása	⇒ A települések komfortfokozatának növelése ⇒ Munkaigényes, piaci résekhez illeszkedő, innovatív, alternatív termelési kultúrák (bio-termelés, gyógynövény, ipari növény, fűszernövény, zöldség, gyümölcs, méz, primőrök, őshonos növény- és állatfajták, virág, stb.) bevezetése munkahelyteremtés, a kis- és nagygazdaságok jövedelmező profilváltása céljából

<i>Kistérség és a terv megnevezése</i>	<i>Idegenforgalmi célok, programok</i>	<i>Vonzóerővédelem, vonzóerőfejlesztés</i>	<i>Szolgáltatás fejlesztés</i>	<i>Termékfejlesztés</i>	<i>Marketing, szervezetrendszer</i>	<i>Kiegészítő, vagy kapcsolódó fejlesztés</i>
2. Zengőáljai Kistérség Operatív Fejlesztési Terve (2003)	⇒ A kistérség turisztikai és kulturális vonzerejének, valamint termékeinek komplex fejlesztése ⇒ Turisztikai centrumok fejlesztése • Pécsvárad (Dombay tó)–Zengővárkony településpáros, • Mecseknádasd–Óbánya-Ófalu település együttes	⇒ A kedvező természeti környezet fenntartása • Természetvédelmi területek megőrzése, a környezet helyreállítása, megóvása • Öko - gazdálkodás segítése ⇒ A sokszínű szellemi, kulturális és tárgyi örökség megőrzése • Helyi hagyományokon alapuló kisipari, kézműves és alternatív jövedelemszerzést biztosító tevékenységek fejlesztése • Kis- és kézműipari műhelyek létesítése, felújítása, bővítése, bemutatóterem és műhely kialakításával	⇒ Falusi turizmus szálláshelyeinek bővítése és komfortfokoztatása	⇒ Komplex idegenforgalmi termékcsomag kialakítása munkahely teremtéssel, szélesebb körű integráción alapuló közös fejlesztések preferálása • Termál-, gyógy- és ökoturizmus fejlesztése Termálvizek hasznosítási programjának elkészítése, az ellendi nagyhozamú termálvíz hasznosítása • Kulturális- és rendezvényturizmus Árpádkori és államalapításkori műemlék együttesek kultúrturisztikai, oktatási és konferencia turizmus terén történő hasznosítása: a Pécsvárad Vár és környéke; a mecseknádasdi Klímó-kastély és a környék várromjai; a hidasi Kardos-kastély hasznosítása • Az öko- és a szelíd turizmus fejlesztése (kerékpáros, lovas, horgász, természetjáró) fejlesztése a kistérségben • Falusi turisztikai kínálat fejlesztése	⇒ A kistérség kapcsolatainak fejlesztése a, területfejlesztés intézményeinek megerősítése, illeszkedés a regionális rendszerhez, nemzetközi kapcsolatok fejlesztése • Kistérségi marketing • Turizmus-marketingjének fejlesztése Turizmus-marketing eszközök készítése, turizmus információs jel – és tábla rendszerének kiépítése, web lapok megjelentetése	⇒ Üdülőterületek infrastruktúrájának és környezetének fejlesztése ⇒ Rekreációs területek fejlesztése, alternatív jövedelemszerzést biztosító fejlesztésekkel ⇒ Kerékpárút kistérségi országos szakaszának kiépítése, valamint a rácsatlakozó részek kiépítése

		• Szőlőtermesztés-borfeldolgozás-idegenforgalom				
--	--	---	--	--	--	--

<i>Kistérség és a terv megnevezése</i>	<i>Idegenforgalmi célok, programok</i>	<i>Vonzerővédelem, vonzerőfejlesztés</i>	<i>Szolgáltatás fejlesztés</i>	<i>Termékfejlesztés</i>	<i>Marketing, szervezetrendszer</i>	<i>Kiegészítő, vagy kapcsolódó fejlesztés és</i>
3. Siklósvidék stratégiai és operatív vidékfejlesztési programja (2004)	⇒ Az egészségturizmus kínálati rendszereinek fejlesztése ⇒ A konferencia és rendezvény turizmus bázisainak kiépítése ⇒ Kistérségi turizmus hálózatok, tematikus kínálatok fejlesztése ⇒ A kistérség ökoturisztikai fejlesztése (Dráva és a védett területek) ⇒ A kerékpáros turizmus fejlesztése, útvonalainak kiépítése (Drávamente, Harkány-Villány) ⇒ A települések	⇒ Vonzerőfejlesztés, horgásztavak és dísztavak létesítése, a horgászturizmus fogadási feltételeinek javítása ⇒ Vonzerőfejlesztés, új attrakciók feltárása, építése a kistérségben • Vadaspark létesítés Szalántán • Mini skanzen felépítése Harkányban • Alkotó kézműves műhelyek létrehozása ⇒ Ökotúra útvonalak kiépítése, kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése ⇒ Települési műemléki épületek felújítása, hasznosítása	⇒ Élmenyfürdő fejlesztés • Siklói Aquapark fejlesztés • Aquapark Harkány • Strandfürdő rekonstrukció Siklós ⇒ A konferencia és rendezvény turizmushoz kapcsolódó szálláshelyek és szolgáltatások fejlesztése ⇒ A vendégfogadás feltételrendszerének fejlesztése: ifjúsági táborok, alkotótáborok építése, felújítása ⇒ A falusi turizmus kapacitásainak és szolgáltatásainak minőségi fejlesztése ⇒ Rekreációs létesítmények létrehozása, szabadidőközpont építés Szabadidőközpont építés Villányban	⇒ Térségi rendezvény kínálat bővítése ⇒ Gasztronómiai és bor utca kiépítése Siklóson ⇒ A lovas turizmus fogadási feltételeinek a javítása • Lovas túraútvonal kijelölés ⇒ A Villány-Siklói Borút térségi kiterjesztése, kínálatának minőségi fejlesztése	⇒ Térségi marketing program kidolgozása • Kistérségi értékek bemutatkozó kiadványának elkészítése	⇒

	természeti és kulturális örökségének feltárása, bemutatása ⇒ Kiemelt értékű műemlékek védelme és hasznosítás orientált rekonstrukciója	⇒ Tájházak, kiállítások felújítása, fejlesztése ⇒ A Siklói Vár rekonstrukciója és turisztikai fejlesztése ⇒ Jelentős műemlékek rekonstrukciója	⇒ Térségi turisztikai kínálatokhoz kapcsolódó kereskedelmi szálláshely-fejlesztés • Panzió építés ⇒ Települési és térségi kerékpárutak építése			
--	--	---	--	--	--	--

<i>Kistérség és a terv megnevezése</i>	<i>Idegenforgalmi célok, programok</i>	<i>Vonzóerővédelem, vonzóerőfejlesztés</i>	<i>Szolgáltatás fejlesztés</i>	<i>Termékfejlesztés</i>	<i>Marketing, szervezetrendszer</i>	<i>Kiegészítő, vagy kapcsolódó fejlesztés</i>
4. A Szigetvári kistérség térségfejlesztési stratégiai programja (2003)	⇒ Fenntartható fejlődésű gazdasági bázis kialakítása: az idegenforgalom fejlesztése • Kistérségi komplex turizmusfejlesztési program kidolgozása • Termál- és gyógyvíz kincsben rejlő lehetőségek kiaknázása • Falusi turizmus fejlesztése	⇒ biogazdálkodás elterjesztése ⇒ gyógynövénytermesztés - gyűjtés – feldolgozás – értékesítés elősegítése ⇒ kézművesség fejlesztése ⇒ falukép rendezése, parkosítás ⇒ falvak tárgyi és szellemi értékeinek védelme és megőrzése (külföldi állampolgárságú helybeliek bevonásával) ⇒ természetvédelmi területek állapotának megőrzése és területük növelése,	⇒ beruházások élénkítése, szálláshely-kapacitás növelése	⇒ Termál- és gyógyvíz kincsben rejlő lehetőségek kiaknázása ⇒ hobby (bor - vadász - horgász - kerékpár - lovas – természetjáró – ifjúsági és hagyományőrző) turizmus élénkítése	⇒ Információs és koordinációs irodák működtetése • komplex programajánlatok kidolgozása • turisztikai attrakciók szervezése • aktív térségmarketing tevékenység	

		bekapcsolása a környezetkímélő turizmusba				
--	--	--	--	--	--	--

<i>Kistérség és a terv megnevezése</i>	<i>Idegenforgalmi célok, programok</i>	<i>Vonzóerővédelem, vonzóerőfejlesztés</i>	<i>Szolgáltatás fejlesztés</i>	<i>Termékfejlesztés</i>	<i>Marketing, szervezetrendszer</i>	<i>Kiegészítő, vagy kapcsolódó fejlesztés</i>
5. „A Mecsek gyöngyszemei a Jakab-hegytől a Völgységi-patakig” Projekt megvalósíthatósági tanulmánya (2004)	⇒ Az ökoturizmus fogadóképességének fejlesztése	⇒ Mecseki parkerdő fogadóképességét javító beruházások ⇒ Jakabhegyi pálos kolostor rekonstrukciója, műemléki védelme ⇒ Tettyei mésztufa barlang turisztikai kiépítése ⇒ Pécsi tó rehabilitációja ⇒ Tekeresi tanösvény kiépítése ⇒ Napszentély építése (Magyarhertelend) ⇒ Máré vár völgye ökoturisztikai fejlesztése ⇒ Erdei fürdők rehabilitációja (Magyaregregy-Kárász) ⇒ Völgységi-patak rehabilitációja ⇒ Vadaspark építés Szászváron ⇒ Sikondai-tó rehabilitációja ⇒ Cserma-aljai tanösvény ⇒ Mecsek gyöngyszemei ⇒ Abaligeti tó ökológiai tisztítása, barlang környezetének rendbetétele	⇒ Ökoturisztikai látogatóközpont kiépítése (Magyarhertelend) ⇒ Erdei iskola kiépítése (Barátúr) ⇒ Mecsek háza geológiai bemutatóhely kiépítése Orfűn	⇒ Ökoturizmus térségi fejlesztése	⇒ Marketing-stratégia ⇒ A Mecsek komplex ökoturisztikai fejlesztésének kommunikációs terve	⇒

<i>Kistérség és a terv megnevezése</i>	<i>Idegenforgalmi célok, programok</i>	<i>Vonzóerővédelem, vonzóerőfejlesztés</i>	<i>Szolgáltatás fejlesztés</i>	<i>Termékfejlesztés</i>	<i>Marketing, szervezetrendszer</i>	<i>Kiegészítő, vagy kapcsolódó fejlesztés</i>
6. A Mecsek-hegyháti Önkormányzatok Társulásának turisztikai programjának felülvizsgálata (2004)	⇒ A kistérség idegenforgalmának fellendítése • Meglévő már működő turisztikai szolgáltatások színvonalának növelése, új idegenforgalmi beruházások támogatása	⇒ A meglévő értékek megőrzése • A településkép javítása, településközpontok kialakítása, rekonstrukciója • A kistérség kulturális értékeinek védelme • A kistérség épített örökségének megőrzése • A kistérség természetvédelmi értékeinek megőrzése ⇒ <i>Skanzen telepek létrehozása</i>	⇒ Szállásférőhelyek mennyiségi és minőségi fejlesztése, katalogizálása	⇒ Speciális, a kistérségre jellemző termékek és szolgáltatás típusok fejlesztése, minősítése • Gyógy- és termálturizmus fejlesztése • Ifjúsági turizmus fejlesztése • Falusi turizmus fejlesztése • Természetjáró turizmus fejlesztése • Kerékpáros turizmus fejlesztése • Lovas turizmus fejlesztése • Horgász turizmus fejlesztése • Vadászturizmus fejlesztése • Nyugodt pihenés, rekreáció, sport (családi turizmus) fejlesztése • Gasztronómiai és borturizmus fejlesztése • Hivatás-turizmus (konferencia- és üzleti turizmus) fejlesztése		

<i>Kistérség és a terv megnevezése</i>	<i>Idegenforgalmi célok, programok</i>	<i>Vonzerővédelem, vonzerőfejlesztés</i>	<i>Szolgáltatás fejlesztés</i>	<i>Termékfejlesztés</i>	<i>Marketing, szervezetrendszer</i>	<i>Kiegészítő, vagy kapcsolódó fejlesztés</i>
7. Sásdi kistérség Felzárkóztatási Program (2004)	⇒ Idegenforgalom vendéglátás fejlesztése	⇒ Természetvédelem, tájépítés, felszíni és felszín alatti (termál)vizek hasznosítása ⇒ Közterületek, zöld felületek kialakítása, fejlesztése, karbantartása ⇒ A településkép javítása	⇒ Szabadidőpark, kerékpárút és lovasútútvonalak kialakítása ⇒ Termálvíz kincs kiaknázása termálfürdő, strand létesítés	⇒ kastélyturizmus, konferencia- és incentive-turizmus, ⇒ rekreációs célú vendégforgalom : kerékpáros, lovas, vadász, horgász,		⇒ A közlekedési infrastruktúra fejlesztése

4. A FEJLESZTÉS IRÁNYAI ÉS SÚLYPONTJAI

A fejlesztés célja: Baranya idegenforgalmi pozíciójának javítása, versenyképes kínálatainak bővítése:

- a megye egyedi attrakcióira támaszkodó, speciális turisztikai termékek és szolgáltatások fejlesztésével;
- ezek egymást erősítő, egyedi arculatot megjelenítő, kistérségi gócterületeinek támogatásával;
- a megye és intézményei, valamint a turizmusban érdekelt partnerei közötti munkamegosztás és összefogás erősítésével.

4. 1. Terméktípusok

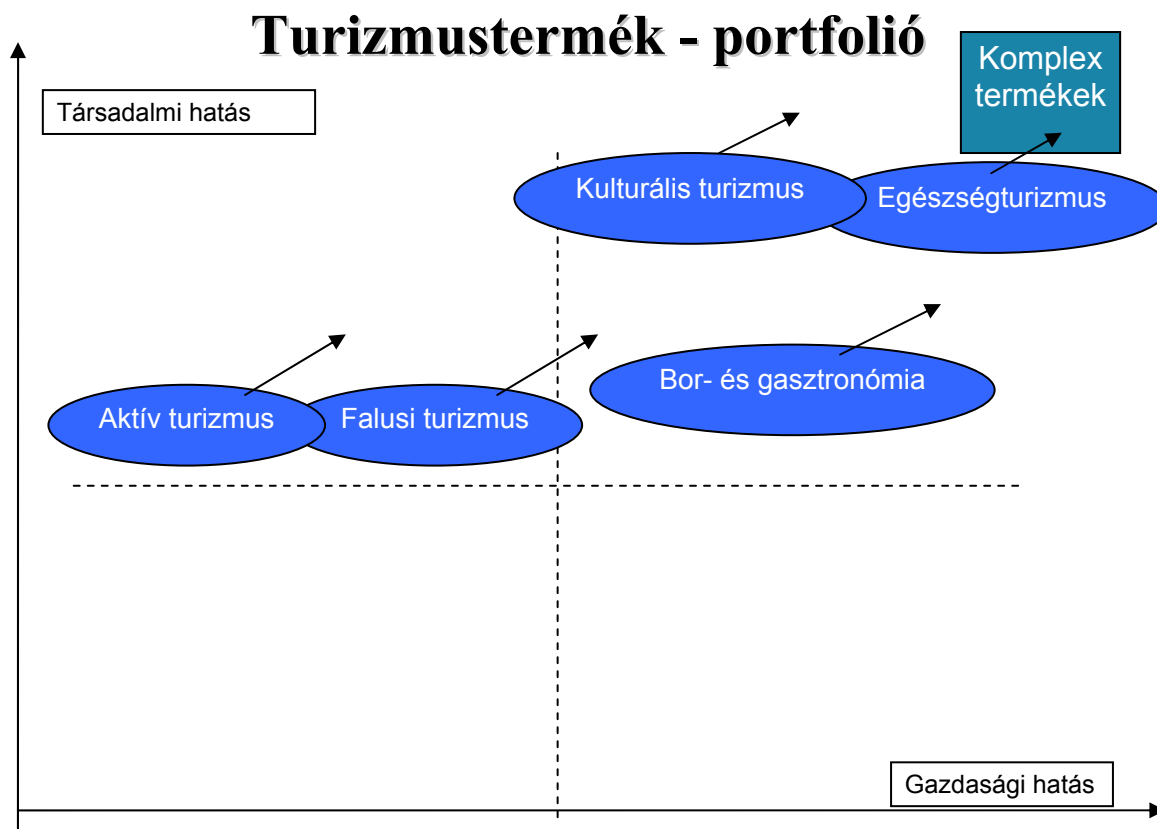
A termékfejlesztési prioritások a helyzetértékelés, a korábbi elfogadott dokumentációk alapján nyilvánvalónak tűnnek, azonban tudatosulnia kell annak is, hogy az egyes turisztikai termékek hatékonysága az általuk kifejtett hatásrendszerük következtében más és más. Ha a termékek eltérő hatásprofilját elemezzük, akkor látható (14.ábra) hogy

- gazdasági hatását tekintve kiemelkedő a gyógyturizmus, kulturális turizmus (rendezvényturizmus), a bor-és gasztronómia.
- társadalmi hatásokat tekintve az előbbieken mellett megjelenik az aktív-és a falusi turizmus a megyei portfólióban, szerényebb bevételi hozamokkal. (PISKÓTI I.- DANKÓ L.- SCHUPLER H. 2002)

A fejlesztési lehetőségek- az egyedi beruházások prioritását nem megkérdőjelezve- e terméktípusok szolgáltatásbővítésével, a kistérségi-és a megyei térben az egyes, már meglévő termékek és vonzerők összekapcsolásával, együttes kínálatával is megvalósíthatóak.

A megye kistérségei eltérő mértékben, eltérő területeken és eltérő intenzitással tudnak bekapcsolódni e folyamatba. A turista térben való mozgását akkor tudjuk leginkább befolyásolni, ha a kínálat, a szolgáltatások térben és választékban is összehangoltan kerülnek a piacra (lásd később).

14. ábra:



Forrás: Aubert A. 2005.

Aktív turizmus

Az aktív turizmus ágazatai közül kiemelten foglalkozni kell a lovas-, a vízi- és az ökoturizmussal.

A *lovasturizmus* helyzetelemzéséből kitűnt, hogy jelentős támogatási forrásokra van szükség ezen ágazat fejlesztéséhez. Ilyennek tekinthető feladatsor a szezonális függőséget feloldó infrastruktúrafejlesztés (fedeles lovardák, és általában a lótarás körülményeinek javítása). Súlyos probléma a szakmai képzés megoldatlansága, a lovas oktatók, lovas túravezetők képzése. Továbbra is aktuális feladat marad a lovaglást népszerűsítő akciók, ideértve az iskolai foglalkozások vagy tanítás keretében történő népszerűsítése, a nyílt lovasnapok és fesztiválok támogatása. Az ágazat szereplőit a

szigorodó hatósági szabályozás mind az infrastrukturális, mind a szakmai háttér szempontjából kényszerpályára tereli.

A megye határkeretét is jelentő Dráva és Duna *víziturizmusának* fejlesztését kiemelt prioritásnak tekintjük. A legfőbb feladatok e területen a kikötőfejlesztés, pihenő és táborhelyek létesítése illetve a meglévők komfortfokozatának emelése. A kikötők közelében az alapvető infrastruktúra kialakítása a helyi lakosságra támaszkodva, mivel a természetvédelmi korlátozások érintik e területet, szükséges hogy a vendégkörben ennek megértetésével és elfogadtatásával növeljük a termék exkluzivitását (amin az ár/érték arány megfelelő alakítását értjük, a szolgáltatások színvonalának folyamatos emelésével). Zökkenő-mentesebbé kell tenni a szükséges engedélyek beszerzését és mérsékelni azok költségét (egyablakos engedélyeztetési lehetőség elérése). E termék gazdasági hozama alapvetően a helyi vállalkozóknál és önkormányzatoknál csapódhat le, így a vidékfejlesztés egyik eszközének is tekintjük.

Az *ökoturizmus* területén továbbra is aktuális feladat a meglévő kínálat eredményesebb piacra juttatása és értékesítése (különös tekintettel az ifjúsági igényekre). Másrészt továbbra is szükséges a lakosság felkészítése a vendégekkel való kapcsolatletteremtésre (információnyújtás, idegen nyelv ismeret, iskolai oktatás, hagyományörző tevékenységek).

Kulturális turizmus

Különösen fontosnak tekintjük ezen igen összetett terméktípus fejlesztésében az önkormányzati szféra szerepvállalását. Első megközelítésben kiemelnénk Pécs és a megye együttműködését e területen az eddigi vendégkörkutatások egyértelműen bizonyították a kölcsönös kapcsolatrendszer fontosságát. Nagy hatása van a rendezvényeknek és fesztiváloknak, így a legújabb trendek is megerősítik vendégforgalom növelő hatásukat². A jövőbeni lehetőségeket nagyban befolyásolná a világörökségi helyszín promóciója mellett az Európa Kulturális Fővárosa cím elnyerése, mely az egész megyére kihatna. Fontosnak tarjuk a helyi rendezvények megyei rendezvénynaptárban történő, évről-évre megismétlődő rendszeres megjelenítését, mely a megfelelő disztribúciós csatornákon keresztül egy visszatérő és egyben bővülő vendégkört is vonzhat. A helyzetelemzésben is szereplő „tematikus utak” eddig még ki nem használt lehetőség a helyi értékek megismerésére. Hasonló a helyzet a települések

² Aubert A.- Szabó G.: Baranya megye és Pécs vendégkörutatója, 1999-2000.

testvérkapcsolataival, nagy lehetőségek rejlenek a közvetlen piac megismerésére és a beutaztatás erősítésére.

Egészségturizmus

A helyzetelemzésből világosan kiderült, hogy a megye egészségturizmusának a további versenyképességét csak jelentős beruházásokkal és szolgáltatásbővítéssel és azok színvonalának emelésével lehet biztosítani. A magánszektor belépése különösen fontos e területen, a helyi és a megyei önkormányzat szerepvállalása, együttműködés a privát szektorral a partnerség elvének érvényesítésével. Az eddigi fejlesztések döntő részben a fürdőfejlesztésekre koncentráálódtak, a továbblépés a szolgáltatásbővítésen múlik.

Szolgáltatásaik alapján három kategóriába sorolhatjuk a fürdőket:

- Erős gyógyászati jelleggel rendelkező fürdők,
- Élményfürdők,
- Komplex jellegű fürdők.

Az egészségturizmus által támasztott újszerű igények egyike, hogy a bővülő szolgáltatási kör mellé elengedhetetlennek tartja a szakképzett munkaerőt a humánerőforrások teljes spektrumában, így az idegennyelv oktatásban, a technikai jellegű szakirányú továbbképzésekben és az animátor képzésben van szükség előrelépésre.

Mára már kiépült a gyógy- és wellness minőségbiztosítási rendszere, mely a nemzetközi sztenderdeket veszi figyelembe. A vendégkör stabilizálása csak e megbízható szolgáltatási színvonallal és azt kifejező védjegyekkel lehetséges.

Bor-és gasztronómia

A régió és egyben Baranya megye versenyképes termékei közül a borturizmus, a borutak és a hozzájuk szorosan kapcsolódó gasztronómia termékcsoport két fejlesztési irányának preferálása indokolt.

1. Meglévő borúti kínálatok fejlesztése

A megye meglévő borútjainak fejlesztése mindegyik érintett kistérség fejlesztési programjaiban kiemelt iránynak számít. Igen fontos volna a borutak és borvidéki területek közötti diszharmónia oldása. A borutak szervezési-fejlesztési és szolgáltatási rendszerébe újabb, erre felkészült borvidéki településeket kellene bevonni, folytatni kellene területi kibővítésüket. Ez a bővítés nem csupán területi kiterjedésüket növelheti meg, hanem újabb vonzerőket, programokat és minősített szolgáltatásokat is hozhat a már

működő borutakba. Nagyon óvatosan kell azonban bánni a kibővítés ütemezésével! Két szempont mindenképpen figyelembe veendő:

- 1. A meglévő borutak saját, földrajzilag is közel fekvő termőterületi településeiket próbálják bevonni rendszerükbe.**
- 2. Olyan települések és területek bevonása indokolt, amelyek új szolgáltatásokat, programokat és rendezvényeket tudnak „bevinni” a meglévő kínálatok mellé.**

Második javasolható fejlesztési stratégia a termék- és szolgáltatásfejlesztés, a borutak települései között meglévő intenzitás-eltérések kiegyenlítése. A két működő borútnál szükség van arra, hogy a meghatározó kínálatú településeik, centrumuk, vagy centrumaik mellé a többi résztvevő is integrálódni tudjon. Ez pedig szolgáltatásaik és programjaik bővítésével érhető el, valamint a vidéki turizmus további terméktípusaival szorosabbra font kapcsolatokkal. Figyelmet kellene szentelni a helyi termékeket bemutatni képes agroturizmussal, a falvak fogadókész lakóit mozgósító falusi turizmussal, a védett természeti értékeket bemutató ökoturizmussal való együttműködésre!

2. A Pécs-Mecseki Borút kiépítése

A Pécsi Borvidék – korábbi megnevezésével a Mecsekalji – két termőterületét érintve hozták létre a borturizmus és a térségi borút fejlesztésére a Pécs-Mecseki Borút Egyesületet. A több mint 60 tagú egyesület fő célja a Mecsek és Dél-Zselic területeit összefogó tematikus turisztikai termék, a borút kialakítása. Ezt a turizmusfejlesztés, a térségi összefogás és a borvidék borainak marketingjét segítő eszközként tekintik.

A világ telített borpiacain igen komoly kihívásokkal kell szembenéznie a termelőnek, ha magyar. Sőt még jelentősebb akadályok tornyosulnak a siker útjába, ha nem a legismertebb márkájú borvidékről indul! A piacon óriási minőségek, nagy nevek mérkőznek egymással, az új belépőnek mérsékeltek a lehetőségei. Az esélyek javítása sok mindenben, de leginkább a hírnév javításán, az ismertség megszerzésén múlik. Ennek hatékony módszere pedig a marketing. Jól tudjuk, hogy a hazai agrármarketing ígéretes próbálkozások után, ma csak szerény eredményeket mutathat fel. Hatékonyabb lehet a fogyasztók közvetlen meggyőzése, ami a termék megismertetésén alapulhat.

Erre már szerte a világon, de hazánkban is sikeres példa a borturizmus, sőt méginkább a borutak létrehozása. A hazai 22 borvidék immáron 26 borúti szervezetet

működtet. Tehát bátran kimondható, hogy a borvidékek nem mondanak le a piaci érvényesülésért folytatott küzdelmükben a turizmus nyújtotta előnyökről. Ezt nem tehetik meg az országosan sőt nemzetközileg is ismert attrakciókkal rendelkező Pécs és a Mecsekalja bortermelői sem! A turisztikai vonzás, az ebből származó százezres vendégszám a legfontosabb célcsoportja a mecsekalji boroknak. A város és a borvidék településeinek látogatói megismerhetik az itt termő borok értékeit, a távoli időkbe visszanyúló termelési hagyományokat, valamint mindazt a kulturális értéket amit a termőtáj lakói létrehoztak és máig megőriztek.

A borokkal összekapcsolható értékeknek bővében van a terület, de miként lesz ebből borturizmus és borút?

A borút térségi turisztikai termék és közösségi alkotás, amiben szerepet vállalhatnak mindazok – a magánszemélyektől a vállalkozásokon át az önkormányzatokig – akik a tájegység turisztikai fejlesztésében és a borvidék megerősítésében érdekeltek:

- A szőlővel-borral foglalkozó őstermelők, vállalkozások, szervezetek;
- Vendéglátással, gasztronómiával, turizmus szervezéssel foglalkozók;
- A vonzerők „birtokosai”: rendezvények szervezői, múzeumok működtetői, kézművesek, helyi termék előállítók, művelődési és hagyományörző intézmények, szervezetek;
- A vendégfogadással foglalkozók a falusi vendégfogadástól a panziókon át egészen a hotelekig;
- A helyi és térségi szakmai és civil szervezetek;
- Valamint a települések „gazdái” az önkormányzatok és ezek intézményei.

Szerepfelfogásuk a borút kialakításában sokféle lehet. Hiszen közülük kerülnek majd ki *a minősítési és minőségbiztosítási rendszer* kidolgozása és életbe léptetése nyomán a borúti kínálat hordozói, *a minősített szolgáltatások fenntartói* (a borkóstoló helyektől a vendéglátáson át a vendégfogadásig, szálláshely és programadásig, rendezvényszervezésig). De ez a támogató tagság működik közre majd a borúti információs rendszer, marketing hálózat kialakításában és sikeres alkalmazásában.

A borút értékeire alapozott profilját meg kell különböztetni a már működő borutaktól. Két kiegészítő attrakció csomópont lehet alkalmas erre:

1. a pécsi világörökségtől a települési tradíciókig nyújtózó *örökség*;
2. valamint a sokszínű konyha, a *gasztronómia*.

A Pécs-Mecseki Borút területi hatóköre magába foglalja a versendi termőterület kivételével (a Bóly-Mohácsi Fehérbor Út területe) a pécsi, mecsekalji borvidék településeit. Ez a Mecsek déli oldalán végigvonuló termőterület kiegészül még a Szigetvár környéki, dél-zselici szőlőskertekkel.

A borút három területi és kínálati centrum köré összpontosul:

1. A keleti részen, Mecseknádasd, Pécsvárad, Hosszúhetény alkotja a fő kapcsolati vonalat, számos markáns kínálatú településsel kiegészülve (Ófalu, Óbánya, Zengővárkony stb.).
2. A középső részen, Pécs központtal szerveződik meg a kínálat, amelynek fő profilja a kulturális és örökségi turizmus, valamint a gasztronómia.ú
3. A nyugati rész Szentlőrinc és Szigetvár vonal mentén fogja össze kínálatát.

A borút kínálatát szervesen egészítik ki a Mecsek nem borvidéki területeinek turisztikai termékei:

- a Keleti-Mecsek falusi vendégfogadása és természetjárása;
- a hegyvidéket behálózó kerékpáros turizmus és természetjárás;
- Orfű-Abaliget, valamint Magyarhertelend és Sikonda kiegészítő, aktív turizmus, valamint egészségturisztikai termékei;
- a Bükkösd-völgy és a Dél-Zselic lovas, kerékpáros és aktív turizmusának kínálatai.

Falusi turizmus

A megye jól működő falusi turizmusának fejlesztésében most a differenciált termékfejlesztés, a speciális kínálati profilok kialakítása és marketinggel segített promóciója jelentik a legfontosabb feladatokat. A javasolható termékfejlesztési irányokat a hazai tapasztalatok, a mintaként kezelt osztrák falusi turizmus legutóbbi éveinek fejlesztési innovációja, valamint a régió és a megye vendégfogadásának profilja határozza meg. A felsorolt termékek közül néhány már konkrét programozással erősíthető (ezt beillesztettük a programba), míg a többi pedig közép- és hosszútávon megvalósítható javaslatként értelmezhető.

Falusi turizmuson belüli speciális termékek:

- *Csoportok vendégháza a falusi portán*

A 110/1997-es, magán szálláshelyekre vonatkozó Kormányrendelet 2004-évi módosítása nyomán lehetőség nyílik 10 férőhely feletti kapacitásokkal működő

vendégházak létrehozására is. Ez már a falusi programlehetőségek bővítését is megköveteli, hogy az érkező nagyobb 15-20 fős csoportok számára szervezett elfoglaltságot tudjon adni a vendégfogadó és települése.

- *Hagyományok vendégfogadó portája*

A falvak kulturális és tradicionális értékeit, tárgyi és szellemi kultúráját bemutató porták, ahol a vendégek megismerkedhetnek a kézművesség hagyományaival is.

- *Környezetbarát vendégfogadó porta*

A termékirány fejlesztésére külön program került kidolgozásra a régióra és ezen belül Baranya megyére.

Javaslat környezetbarát vendégfogadói rendszer kifejlesztésére Baranyában

Az ökoturizmus és falusi turizmus közötti kapcsolatok és az ezekből származtatható szinergiák erősítésére javasolható „környezetbarát vendégfogadói hálózat”, vagy röviden „ökoporta” rendszer megtelepítése a régióban és ezen belül a falusi turizmus gócterületének számító Baranya megyében.

Az ökoturizmus elfogadott felfogásának megfelelően a program aktivizálni kívánja a természetvédelmi értékek közelében élőket, azokat a helyi közösségeket, akik saját hagyományaik bemutatásával, egyedi szolgáltatásokkal hozzá tudnak járulni a kiformálódó ökoturisztikai kínálat gazdagításához. Ebben a már meglévő falusi turizmus hálózat jó kiindulási alapokkal rendelkezik. Az ökoturisztikai terméktípus fejlesztésének kedvező megoldása, ha a vendégek elhelyezésében számítanak a védett területek közelében fekvő falusi vendégfogadók szálláskapacitásaira. Ám úgy kell átformálni a meglévő vendégfogadók kínálatát, hogy az megfeleljen az ökoturizmus feltételeinek. Az így megszerveződő szálláshely és program kínálatok szervesen illeszkedjenek a védett területek turizmusához. Az összekapcsolódást, a kínálatok illeszkedését, az ökoturizmus követelményeinek való megfelelést jelezni is kell, hiszen az érkező vendégek csak így tudnak választani a régióban rendelkezésre álló számos szálláshely és szolgáltatás közül.

A környezetbarát vendégfogadói hálózat felépítése

Az ökoturisztikai hálózatokhoz kapcsolódó falusi vendégfogadók számára fontos, hogy jelezzék felkészültségüket. Ezt, a vendégeket a minőségi kínálatok felé orientáló, a vendégfogadóknak pedig marketing előnyöket jelentő rendszert neveztük el „környezetbarát vendégfogadók” rendszerének.

A rendszer, vagy hálózat fő elemei:

- Minősítési rendszer, amely tartalmazza mindazon kritériumokat, amelyek teljesítésével a falusi vendégfogadók részesei lehetnek a régió ökoturisztikai hálózatának, *környezetbarát vendégfogadóvá* válhatnak.
- A kritériumok magas minőségi mércét határoznak meg, amely csak fejlesztések révén érhető el a már ma is működő falusi vendégfogadók számára. A szükséges fejlesztések, beruházások végrehajtásához pályázati rendszerben nyerhetnek támogatásokat.

- A környezetbarát vendégfogadó minősítést elnyertek piaci pozícióik javítására marketing és PR támogatást kapnak.
- A minősítettek támogatást kapnak a régió ökoturisztikai hálózataihoz való kapcsolódáshoz is.

A környezetbarát vendégfogadók minősítési rendszere

Az alkalmazandó minősítési rendszer célja kettős:

1. szavatolja a minőségi szálláshely és ellátási szolgáltatásokat, valamint programokat a régióba érkező, a természeti értékek iránt érdeklődő vendégek számára;
2. átfogó kritériumrendszer felállításával világos jövőképet, fejlesztési orientációt adni a települések ökoturizmushoz kapcsolódó vendégfogadói számára.

A minősítési rendszer éppen ezért fejlesztő jellegű, olyan a piaci trendek által kijelölt fejlesztéseket preferál, amellyel különleges minőségű, és éppen ezért egyedi, keresett szolgáltatásokat hozhatnak létre, amelyek iránt a kereslet hosszú távon biztosítható.

A minősítési rendszer három szintű. Az első szintje az alapfeltételeket tartalmazza. Ezek a belépőt jelentik a programba, teljesítésükkel a szolgáltató pályázhat a környezetbarát vendégfogadó minősítés megszerzéséhez szükséges fejlesztések támogatására. A minősítés második szintjén lévő kritériumok világosan meghatározzák a vendégfogadó szolgáltatás fejlesztésének irányait. A harmadik szinten olyan plusz teljesítményeket értékel a rendszer, amelyek teljesítése különleges vonzerővel rendelkező szolgáltatások létrejöttét eredményezi. Ezek nem várhatók el minden környezetbarát vendégfogadó címre áhítozótól, de megjelenésük erősíti a régió ökoturisztikai kínálatának színvonalát.

- *Gyermekebarát vendégfogadó porta*

A kisgyermekes családok fogadására felkészült vendégfogadók speciális ajánlata. Ebben többek között a ház és környezetének veszélymentes kiépítése, gyermekjátékok, játszóudvar, gyermekprogramok is szerepelnek.

- *Falusi életmód ifjúsági porta*

A turizmusban mind fontosabb első generációs vendégkör megnyerését szolgálja. A csoportosan szervezett üdülés (akár osztálykirándulásként is) a falusi életmód és

élmények bemutatását, a mezőgazdasági tevékenységek megismertetését helyezi programjai centrumába.

- *Aktív üdülés falun*

A sportolás különböző módozataira felkészített falusi porta, amely kerékpáros, vagy víziturizmus állomásként, pihenőhelyként is megjelenik, de mellette horgászat, természetjárás is bővíti a kínálatot.

- *Egészségporta*

A biotermeléshez, egészséges, helyi élelmiszerekhez, a reform életmódhoz köthető kínálatokkal piacra lépő porták megkülönböztetésére szolgál.

- *Üdülés borosgazdánál*

A borvidéki települések borosgazdái számára javasolható terméktípus, amelynek keretében a fő program a szőlő- és borkultúra megismerése, a vendég ellátása a ház termékeivel. A szolgáltatások kötődnek a borutakhoz, azok kínálatát bővítik a kisebb bortermelők bevonásával.

- *Üdülés lovasudvarban*

A lovas panzióknál kisebb lótartó porták speciális ajánlata a lovaglást kedvelők számára. Itt a ház néhány lován tereplovaslás, lovagolni tanulás, a lovakkal ismerkedés egy fontos programpont, amit a lovak közelsége tesz egyedivé és kedvelté.

- *Segítséggel élők üdültetése falun*

A fogyatékosok fogadására kialakított vendégfogadó porták kínálata, amely az építészeti kialakítástól a környezet megfelelő formálásán át a speciális követelményeknek megfelelő programokig terjed.

A fentebb megnevezett termékfejlesztés irányok nem jelentik azt, hogy egy ház az egy terméktípust vihet. Lehetőség van arra is, hogy saját lehetőségeit mérlegelve egy gazda a vendégfogadó helyével akár több profilra is felkészüljön.

Mindezekhez alapvető feladat:

1. a falusi turizmus minősítési rendszerének alkalmazásával egyre több minősített vendégfogadó bekapcsolódása a kínálatba;

- 2. a szaktanfolyami képzések folytatásával bővíteni az OKJ-s falusi vendégfogadó képzettséget szerzők számát;**
- 3. megerősíteni a megye és kistérségek marketing tevékenységét, amelyben helyet kapnak a falusi vendégfogadók kínálatai és közreműködnek szervezeteik.**

4. 2. Kiemelt területek

Baranya megye kínálati övezetei: a fejlesztés gócterületei

Értékelve Baranya kedvező vonzerő ellátottságú és fejlesztési potenciálokkal rendelkező területeinek turisztikai arculatát, az ezt meghatározó idegenforgalmi tevékenységeket és kínálatokat a megyében négy fő övezetre oszthatjuk, amelyek egyben a fejlesztés gócterületei is.

- A. A Dráva és a Duna folyók mentén elhelyezkedő települések füzerei Dél-Baranyában. Ebben az övezetben a *természetközeli, aktív és tradicionális* értékekre szerveződő kínálatok jelennek meg, ám a turisztikai fejlesztések mennyiségi dimenziói korlátozottak, hiszen nemzeti park, ill. annak védterületein a konzerváció kap prioritást.
- B. Ettől az övezettől északra és nyugatra Harkány, Siklós és Villány térségében, a megye második legfontosabb fogadóövezetében, a *minőségi hedonizmus*, a testi örömek (*bor és gasztronómia*) és az *egészség, wellness* került a kínálat centrumába. Nem szabad megfeledkezni a kiegészítő programok *tradicionális-kulturális* jellegéről sem!
- C. Baranya és a Dél-Dunántúl meghatározó turisztikai centruma Pécs, amelynek sokszínű kínálatában a *kultúra és az örökség* elemek kombinációja alkotja az arculati és kínálati „vezérfonalat”.
- D. A Péctől északra húzódó Mecsek alapvetően a *természeti* tematikához kapcsolódó turisztikai termékek kiterjedt övezete. Ez a Pécs kínálatát szervesen kiegészítő terület jellemzői, domináns terméktípusai alapján két eltérő vonzásterületre, tájegységre bontható. Mind a kettő önálló, arculatilag, de tájféldrajzilag is elkülönülő szerves téregység, amelyek alapvető kötődése inkább Pécs orientációjú, semmint egymással építenének ki szoros kapcsolatokat. A két kínálati övezet:
 - Kelet-Mecsek a hegységi jellegű tájvédelmi körzettel és azt ezt északról és délről keretező településfűzérrel. E két településcsoport csak lazán fűződik össze. Szoros idegenforgalmi együttműködés az északi, a Völgyességgel határos településeknél jellemző, amit a Kelet-Mecsek Egyesület és a kárászi Tourinform iroda testesít meg. A

déli oldal, a zengőaljai rész inkább az önálló próbálkozások területe, ahol Hosszúhetény, Pécsvárad, vagy Mecseknádasd és környező kistelepülések külön-külön fejlesztik kínálatukat. Mindkét területen a természeti alapú kínálatok mellett, a *tradicionális* értékeket programmá formálók jelentik a súlypontot.

- A Mecsek nyugati része Orfűvel és Abaligettel, a Jakab-hegy déli településfűzérével és a hozzá szervesen kötődő Sikondával, valamint Magyarhertelennel együtt a *természeti* alaptematikához az *aktivitást* nyújtják. Ez megtestesül vízi- vízparti üdülésben és sportolásban, lovaglásban, kerékpározásban, természetjárásban és annak specializált változataiban (ökotúrák, barlangi túrázás, tanösvények), valamint a testi örömeket és - gyógyulást is (lásd Abaligeti minősített gyógybarlang)- adó *wellness* megtelepítésében.

4. 3. Turizmus hálózatok

A megyei idegenforgalmi fejlesztési stratégia két fő eleme, a gócterületek és a kiemelt termékek közötti a kapcsolatokat, a turizmus térben kiépülő hálózatait jelentik. Fejlesztésükkel a gócterületeken és kiemelt termékeken kívüli, ma még mérsékelt keresletnek örvendő, alacsonyabb fogadóképességű területek is esélyt kapnak a turizmusba való bekapcsolódásra, erőforrásaik hasznosítására. Ilyen háttérterületeket összekapcsoló turizmus hálózatokként foghatók fel az alábbiak:

- Borutak (Villány-Siklói, Bóly-Mohácsi, Pécs-Mecsekalja,
- Kerékpáros útvonalak fejlesztése,
- Kulturális utak fejlesztése,
- Vízi túraútvonalak fejlesztése.

Funkcióik:

- Centrumok összekapcsolása,
- Kínálati övezetek kiszélesítése,
- A turizmus területi kibővítése.

4. 4. Kiegészítő fejlesztések

A megye turisztikai pozíciójának megtartása még hazai viszonylatban sem képzelhető el az elérhetőség javítása nélkül. Ismerve a közlekedési fejlesztési tervek és elképzeléseket, a turizmust érintő és időben elsőként megvalósuló nagyprojekt a Pécs-Pogányi repülőtér belépése. A repülőtér működése kitágítja a vendégkör elérhetőségét és földrajzi távolságát, szektorálisan a gyógyturizmus, a konferencia- s rendezvényturizmus és az incentív turizmus versenyképességét erősíti.

A korábbi fejezetekben több alkalommal is említett *kikötőfejlesztések* a megye peremterületeinek turisztikai aktivitását nagyban elősegítenék, a közép- és kisvállalkozások terepének tekintjük.

A *kerékpárutak* funkcionálisan hálózati és helyi kistérségi aktivitást biztosítanak, jelentős ráfordítást igényel fejlesztésük. Csökkenti e kiadásokat a folyók menti töltések kihasználása, illetve egyes vonzerők közelében a csillagtúra lehetőséget biztosító kisvállalkozások szolgáltatásai (szálláshely, kerékpárkölsönzés, program).

A megyét érintő legnagyobb és időben elhúzódó beruházás az *M6-os* korridor kiépítése, mely a térség elérhetőségét nagyban javítaná.

A turizmus *oktatásának* eddigi ismert és működő rendszere (iskolai, tanfolyami) mellett szükségesnek tartjuk a speciális keresleti igényeket is kielégítő tréning jellegű képzések szervezését és támogatását. Gondolunk itt az egyes terméktípusok szolgáltatásháttérét kielégítő tréningekre (egészségturizmus és sportturizmus területén, lovasoktatás, vízijárművek kezelése és vezetése, ökotúra-vezetők képzése, az örökségmenedzser képzés, borturizmus szaktanácsadói képzés, a falusi turizmus minősítési szaktanácsadó képzés, a marketing új területének számító desztinációmenedzsment képzés).

4. 5. Marketing

A klasszikus marketing funkciók ellátása mellett a regionális marketing szervezet (RMI) és az újonnan létesített Ezerszínű Baranya Kht. szoros együttműködését kiemelt fontosságúnak tartjuk mind a termékszervezés, mind a promóció területén. A megyei Kht. ki kell, hogy építse a megyei partnerekkel (Tourinform irodák, kistérségi

menedzsment irodák, PBKIK, vállalkozók, non-profit szervezetek) azt a típusú összehangolt tevékenységet, amelynek eredményeként a megye előre látja a piacon megjelenő és a vendégkört elérő kínálatot, annak szereplőit, forrásháttérét.

4. 5.1. Dél-Dunántúli Régió és Baranya megye kapcsolata a turizmusmarketingben

A turisztikai marketing feladatokat megyei és kistérségi szinten ellátó Tourinform irodák helyzete az utóbbi két évben átalakult. A korábban a névhasználati szerződéshez kapcsolódóan a fenntartásban társfinanszírozást vállaló Magyar Turizmus Rt. gyakorlatilag kivonult, megvonta anyagi támogatását az irodáktól. Jelenleg a névhasználati szerződéshez kizárólag szakmai együttműködés, a Magyar Turizmus Rt. Belföldi Hálózati Igazgatósága általi koordináció kapcsolódik. A Tourinformok adatszolgáltatási kötelezettsége ugyanakkor nem csökkent.

A fenntartás nehézségeit áthidaló több megyében, így Baranyában is közhasznú társasággá, tehát önálló jogi személyiséggé alakult át a megyei Tourinform iroda.

Az eddigi tapasztalatok nem igazolták vissza, hogy a Tourinform fenntartása anyagi, likviditási szempontból biztonságosabbá, kiegyensúlyozottabbá vált volna. Ellenkezőleg, mivel az új jogi forma lehetőséget nyújt Tourinform számára bevételt generáló tevékenységekre, erre hivatkozással a fenntartók csak a működéshez szükséges költségeket biztosítják.

A pályázati kiírásokra a pályázatok kezelésének lassú folyamata, az utólagos finanszírozási rendszer miatt nem lehet alapozni a hatékony, dinamikus marketing munkát. Ehhez a pályázatok csak mankót adhatnak.

A Baranya megyei kistérségi Tourinform irodák is, egy-egy üdítő kivételtől eltekintve, a forráshiány miatt vegetálnak. Ami források nélkül ellátható feladat (adatgyűjtés, adatszolgáltatás, a betérő turista informálása), azt becsülettel elvégzik, de nincsenek abban a helyzetben, hogy valódi marketing tevékenységet folytassanak.

A Magyar Turizmus Rt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság (továbbiakban RMI) rendelkezik marketing célokra fordítható forrásokkal. Ennek kiemelt haszonélvezője Baranya megye (szemben Tolnával és Somogygal), ugyanis itt jelentkezik a régió vendégforgalmának 71%-a (arányosan a vonzerők és a szolgáltatások megoszlásával). Az RMI szervezeti átalakításának elképzelését minden kormány soros szakági vezetője napirenden tartja. Az átalakítás háttérében a központi szervezet egyszerűbb kezelhetősége (jelentéktelen forrásokat jelentős munkaigénnyel, központi

adminisztrációval mozgó regionális hálózattól megválás) és az egyre erősödő alulról jövő kezdeményezés (a források és szakmai kompetencia, döntési jogkörök decentralizálása, az adminisztráció egyszerűsítése) állnak. A szándék ellenére még egyetlen kormány egyetlen szakági vezetője sem hajtott végre a 2000. eleje óta működő RMI-ket érintő szervezeti átalakítást.

A Dél- Dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság működése 7 éve alatt még nem volt ennyire talajtalan, mint a 2004. évben. Pályázati forrásait megvonták, s ezzel gyakorlatilag elveszítette egyetlen eszközét, mellyel bármiféle befolyást is gyakorolhat a régió turisztikai fejlődésére. Jogi személyiség nélküli testület, melyben tagjai társadalmi megbízatásként, a szakági miniszter felkérésére vesznek részt. A testület túlnyomó részben szakemberekből áll, egy- egy szakterület jeles képviselőiből. Ezért szakmai kompetenciáját gyakorlati feladatokhoz, tartalmi, stratégiai kérdésekhez előnyösen használhatná a régió (ezen belül Baranya megye).

4.5.2. Desztinációmarketing

A turizmus marketingben is teret nyert a marketing posztmodern megközelítéseit alkalmazó márka, vagy „Brand” fejlesztés. Ez arra utal, hogy nevet, ismertséget, hírnevet kell szereznie annak a célterületnek (desztinációnak), amely piacot kíván szerezni. A vásárlók, esetünkben a vendégkör, márkanevek bűvöletében él és dönt arról, hogy mit fogyasszon, vagy hová utazzon? A turizmusban a márkanevek azok olyan területek, amelyek különleges, csak rájuk jellemző összetételű idegenforgalmi kínálattal, tevékenységekkel, vonzerókkal és termékekkel rendelkeznek. Ez elismert és keresettnnek számít, jelentős a piaci elfogadottsága, beágyazottsága. Sikeres termék, turisztikai kínálat ismertté teszi annak a területnek, vagy településnek a nevét, ahol megvalósul. Az elismert név maga a márka, ami önmagában jelzi az adott kínálat értékét, tulajdonságait. (LUFT, H. 2004)

Mindezeket megfontolja javasoljuk, hogy Baranya is mozgósítsa a turizmus marketingben már országszerte, sőt határainkon túl is elfogadott területi márkáit. Ezeket erősítve a termékfejlesztésben és a marketingben, irányítsa a vendégkör figyelmét Baranyára és annak vonzerókban gazdag területeire.

A korábbi években végzett régiós, megyei, pécsi és kistérségi vendégkör kutatások is a területi márkák meglétét és egymást erősítő hatását igazolták. Javasoljuk tehát, hogy a turizmus marketing koncentráljon Baranya turizmusban is meglévő márkájának

erősítésére. Ezt prioritásként kezelve felsorolhatók azok a területek és összekapcsolódásuk, amelyek egymást erősítve fejleszthetik ki az elfogadott területi márkák rendszerét.

Területi márkák és kapcsolataik: (a felsorolás egyben a vendégkörben ma is meglévő érték sorrendet is mutatja)

- Baranya-Pécs,
- Pécs-Mecsek
 - Nyugati-Mecsek,
 - Mecsek-Hegyhát,
 - Kelet-Mecsek,
 - Zengőalja.
- Harkány-Siklós-Villány (-Pécs),
- Mohács-Bóly-Dunamente (-Pécs), (-*Tolna megye*)
- Zselic-Szigetvár (-*Somogy megye*),
- Ormánság, Drávamente (-*Somogy megye*).

A területi márkák fejlesztésénél, Moháctól az Ormánságig felsorolt területeknél javasolható, hogy „Brand” építő tevékenységüket kapcsolják össze a szomszédos megyék hasonló adottságokkal rendelkező területeivel. Vigyék tovább például a dunamenti fejlesztéseket, vagy a Zselic és Drávamente összekapcsoló szerepét hangsúlyozzák. Ez a szemléletmód például a borturizmusban Bóly-Mohács és Szekszárd egymást erősítő jellegét hozná. Szigetvár a Zselic beemelésével kibővített „Hinterlandot” nyerne. Míg a turizmusban alulreprezentált, de vonzó nevű, nosztalgiát keltő Ormánság egy dinamikusabb szövetségest nyerne a somogyi, drávamenti területekkel való kapcsolatépítéssel. Mindezek már a régióépítés és fejlesztés dimenziójában mozgó szemléletet és együttműködést követelnek meg!

4. 5.3. Marketing kommunikáció (Baranya kampány)

Ahogy a mélyinterjú kérdéseire – Meghatározná-e a megye turizmusának legfontosabb problémáit? - adott válaszokból is kiderül, a megyei turizmus problémáit tekintve beszélhetünk helyileg és országosan is orvosolható problémákról, mely az

infrastruktúra, a menedzsment, a minőségbiztosítás és a szervezeti felépítés terén egyaránt megjelennek.

A menedzsment problémák közé tartozik, hogy az országos menedzsment az ország kínálatában még mindig Budapestet és a Balatont helyezi előtérbe, a vidéki régiók hátrányára. Megyei és országos szinten egyaránt problémát jelent, hogy a marketing elmélete és gyakorlata különválik, nem életszerű, ennek köszönhetően hatékonysága alacsony.

A megyei idegenforgalomnak nincs egységes arculata, nincs együttműködés sem helyi, sem megyei szinten a szereplők között.

Hiányzik a belföldi turizmusból a hétvégi turizmust preferáló kínálat. Nincsen párbeszéd a kistérségek között, ami nagymértékben befolyásolja országosan, megyei és kistérségi szinten belül is a lakosság motiváltságát (utazási kedvét, érdeklődését).

A jövőre nézve nincs meghatározó, egységes, komplex turisztikai termék, amely eladhatóvá tenné a megyét az országos és nemzetközi idegenforgalmi piacon.

Egy jó kommunikációs stratégia megalkotása és működtetése ezért a megye számára elengedhetetlen és sürgős feladat. A kínálatra koncentráló fejlesztés nem lehet sikeres egy hatékony, tudatos marketingkommunikáció, jól megfogalmazott üzenetek és azok célcsoportokhoz történő eljuttatása nélkül. A kommunikációs stratégia és megvalósítása a megye gazdasági és társadalmi fejlődésének fontos feltétele, sikertényezője. (Természetesen a jó kommunikáció sem tudja eltüntetni, megoldani azokat a társadalmi, gazdasági problémákat, amelyek az elmaradottabb térségeket feszítik).

A kommunikáció lényege, hogy a megye megfogalmaz egy üzenetet, melyet formába önt és azt közvetlenül, vagy a közvetítőrendszer elemein – személyes és nem személyes formák - át eljuttat a célcsoportjaihoz.

Azért is fontos ez, mert a jó kommunikáció és az az alapján formálódó térség iránti érdeklődés, bizalom fontos befolyásolója a döntéshozatalnak kormányzati, vagy befektetni szándékozó cég szintjén egyaránt.

Baranya megyének az elmúlt években megjelent törekvések, részbeni eredmények ellenére nincs valódi turisztikai kommunikációs és PR stratégiája. A megyei imázs – ahogy az ország- és a régióimázs is – elsősorban e területen került az érdeklődés és a megvalósítás középpontjába, azonban mégsem beszélhetünk egységes arculatról.

Természetes azonban, hogy a megye sokszínű, számos nagy hagyományú kistérségének, településének szintén – természetes - törekvése az, hogy mindegyikük megvalósítsa saját identitását. Tehát a megyei identitás is csak ezen kistérségi, települési sajátosságokra, egyediségekre épülően fogalmazható meg. A „sokarcú, ezerszínű megye” az egyes térségei, települései számára pozitív imázstranszfert kell megjelenítsen. Az együttműködés a kistérségek, települések természetes érdeke is, hiszen e nélkül nem tudják saját arculatukat megfogalmazni, eredményesen értékesíteni azt.

Baranya megyében egy jól felépített turisztikai, országos figyelemfelkeltő kampány, egy jól megfogalmazott szlogennel építheti a megye egyedi arculatát, identitását pozitív irányba fejlesztheti.

A kampány célja kell legyen:

- figyelemfelkeltés,
- a megye természeti, történelmi, kulturális értékeinek bemutatása,
- turisztikai aktivitás növelése

A kampány célja, hogy az idegenforgalmi szezonban, a szabadságolások idején, a felerősödő belföldi turizmusban az utazni vágyók felfigyeljenek Baranya megyére.

A kampány időtartama lehet egy, vagy két hónap (június – júliusra koncentrálva), illetve szezonindításra koncentrált

A kampányban használható eszközök:

- közterületi reklámeszközök az ország minden pontján (óriásplakát) júliusban és augusztusban,
- kereskedelmi rádióreklám
- televízióban rendszeresen bemutatandó imázsfilm
- reklámspot (a megye sokszínűségének bemutatása rövid, villanásnyi életérzésekkel)
- Internetes reklám-kampány (játékkal és nyereményekkel)
- sajtóban (pl., szaksajtó, országos napi lapok, női magazinok utazási mellékletei) történő megjelenés

A nyári szezonnal természetesen nem érne véget a kampány, az egész éves ajánlatokra az országos médián keresztül a megyei programajánlóval hívható fel a figyelem.

A kampány folytatása lehet a külföldi piac felé történő nyitás is. A már megismert óriásplakátok angol, német, továbbá a közeli, illetve szomszédos országok nyelvének megfelelő nyelvi mutációban is megjelenhetnek.

A figyelemfelkeltő, vagy akár arculatváltó kampány széles összefogással, partnerek bevonásával valósítható meg (pl.: Pécs MJ Város, Kereskedelmi és Iparkamara, vállalkozások, civil szervezetek, Dél-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság, Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség, a megye idegenforgalom szempontjából frekventált települései; Ezerszínű Baranya Kht, Pécs-Sopiane Örökség Kht), hiszen mindenkinek érdeke a kampányban megfogalmazott célok elérése.

A kampány fő koordinátora az Ezerszínű Baranya Kht lehet, hiszen feladatai között mindenek előtt a klasszikus 4P működtetése, menedzselése, piaci információk gyűjtésére elemzésére építő termékfejlesztés, versenyképes termékek, turisztikai programcsomagok kidolgozása, azok piaci bevezetése, a térség turisztikai kínálatának piacra juttatása, reklámeszközök működtetése, a megyei arculat megfogalmazása/újrafogalmazása, annak piaci bevezetése szerepel.

5. SZERVEZETRENDSZER

5. 1. Funkciómegosztás a megye turisztikai marketinggel foglalkozó szervezetei között

A megyei turizmus marketing két egymás mellé rendelt szervezete között már az Ezerszínű Baranya Kht. megalakulásakor tisztázták a hatásköröket. Úgy véljük azonban, hogy ennek nem csak a jogi, hanem a tartalmi részekre vonatkozó elkülönítése, valamint a kapcsolati pontok meghatározása is szükséges, tekintettel a turizmus marketing és termékfejlesztés komplex jellegére. A javasolt tevékenységek és szakmai tartalmak szervezetenkénti meghatározási javaslata az alábbi:

Ezerszínű Baranya Kht.:

- Interaktív, invitatív információs központ,
- módszertani intézmény,

- **Megyei turisztikai imázs menedzselője,**
- **önálló, konkrét programok menedzselése, pályázati tevékenység szélesítése,**
- **elfogadott stratégiai-fejlesztési programok operatív megvalósítása,**
- **kistérségi, vállalkozói (turisztikai szolgáltatók) kapcsolattartás.**

Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ:

- **Kulturális és örökségi értékfeltárás, valorizáció,**
- **A megye kulturális imázsának felelőse,**
- **A megye kulturális és örökségturizmusának az egyik menedzselője:**
 - **kulturális rendezvények szervezése,**
 - **megye kulturális kapcsolatainak gondozása,**
 - **Kulturális turizmus terén kínálkozó lehetőségek feltárása,**
- **Kistérségi és önkormányzati kapcsolattartás,**
- **Kapcsolattartás, együttműködés a megye kulturális és művelődési intézményeivel, szakmai civil szervezeteivel.**

5. 2. Partnerség

Az alábbiakban hosszan felsorolt, a turizmusban érdekelt szervezetek, intézmények összehangolt működése lehet az egyik biztosítéka a megye turizmusának folyamatos fejlesztésének, karbantartásának. Nem kerülhető meg a Közgyűlés illetékes bizottságának (TIIFB) az éves munkatervbe is rögzített kezdeményezése e partnerek koordinálására, a főbb feladatok meghatározására. A partnerség elvét figyelembe véve a létrehozott Ezerarcú Baranya Kht. konkrét feladat és finanszírozási bázissal rendelkezve pedig az említett bizottság munkatervének végrehajtásában döntő szerepet kell, hogy vállaljon.

A turizmus megyei szereplőinek széles skáláját az alábbiakban rögzítettük:

- **a Közgyűlés Területfejlesztési, Idegenforgalmi, Informatikai és Foglalkoztatási Bizottsága,**
 - **Turizmusfejlesztési Alap,**
- **Ezerszínű Baranya Turisztikai Információs és Szolgáltató Kht (2004),**
- **Pécs/Sopianae Örökség Kht (2004),**
- **AVEC (Európai Történelmi és Kulturális Városok és Térségek Hálózata)**
- **Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ,**
- **Baranya Megyei Múzeumok Igazgatósága,**
- **Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara,**
- **Pécsi Tudományegyetem szaktanszékei,**

- **Művészetek Háza,**
- **Pécsi Kulturális Központ,**
- **Baranya Megyei Turisztikai Civil Kerekasztal és tagszervezetei,**
- **A turizmusfejlesztésben érdekelt kistérségi, szakmai és civil szervezetek.**

Külön ki kellene térni a partnerség szerepére, mert a megye szerepe leginkább ennek ösztönzése, megszervezése terén lehet meghatározó. Ebben pedig mind a Kht, mind a Kulturális Központ más-más területen lehet hatékony.

A megyei önkormányzat számára a turizmusban érdekelt helyi és kistérségi szervezetek, az önkormányzatok és céltársulásaik, a kamarák, valamint a szakmai szerveződések nem konkurenciát, hanem együttműködő partnert jelentenek.

A siker egyik záloga ezért e partnerek megnyerése a fejlesztésekhez. A civil szerveződések aktivitásának becsatlakoztatása a turizmusfejlesztés helyi és megyei szintjeire, szintén újabb esélyt kínál a sikeres együttműködésre. Mindenek előtt, egy megyei önkormányzat szemszögéből nézve, és szerepét vizsgálva, a székhely település önkormányzatával való együttműködés hatékonyságára, eredményességére kell törekedni.

Ebben az együttműködéseknek egy párhuzamos szintje is fontos: a turisztikai kht-ben a Baranya Megyei Önkormányzat és Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata azonos arányban tulajdonos, de emellett mind a város, mind a megye szakintézményeket tart fenn, melyek között a kulturális programok szervezése terén nyílik lehetőség az összehangolt együttműködésekre.

A BMKIK leginkább a kistérségi kapcsolataik révén, a helyi kulturális élet ismerete, civil kapcsolatrendszerének aktivizálása révén képes ezt a partnerséget építeni, dinamizálni, a turisztikai kht. pedig hatékonyabban lehet képes a vállalkozói szféra, a turisztikai szolgáltatók fejlesztési projektekbe történő bevonására.

MELLÉKLETEK

MÉLYINTERJÚ KÉRDÉSSOR BARANYA MEGYE TURIZMUSFEJLESZTÉSI KONCEPCIÓJÁHOZ

1. *A megye turizmusának helyzete, vonzerők, termékek, fogadókörzete, sikerei és kudarcok:*

- a. Miként határozná meg Baranya megye turizmusának helyzetét a régión, és az országon belül?

A megye helyzete a régión belül jónak mondható, nem különleges, de speciális vonzerőkkel rendelkezik: a kultúra (fesztiválok pl.: POSZT, múzeumok, stb.) és az örökségek (pl.: Ókeresztény sírkamrák), a történelmi emlékek (várak) és a borászat területén (a megye borászai négy alkalommal nyerték el „Az év borásza” címet). A turizmus területileg nem mutat kiegyensúlyozott képet a megye kistérségei között: sem a vendégforgalmat, sem a realizált jövedelmet, sem a turisztikai keresletet és kínálatot illetően. Összességében elmondható, hogy a turizmus nem használja ki megfelelően a megyében rejlő idegenforgalmi potenciált.

Az országos helyzetét tekintve mind a megye, mind a régió veszített korábbi helyzeti előnyéből. Éles területi különbségek figyelhetők meg az idegenforgalmi régiók között országos viszonylatban, ezen belül a Dél-Dunántúli régió leszakadása figyelhető meg, amelyet a szakemberek elsősorban a megye rossz megközelíthetőségével magyaráznak.

- b. Melyek ön szerint Baranya kiemelkedő turisztikai értékei és mennyire hasznosulnak ezek?

A megkérdezettek véleménye szerint a megyei idegenforgalom három jelentős súlypont köré rendeződik: Pécs, Harkány, Villány – Siklós. Az országos köztudatban a baranyai turisztikai értékeket illetően kiemelt figyelmet kapnak a kulturális (múzeumok, fesztiválok, örökség, nemzetiségi hagyományok és kulturális sokszínűség) és a természeti (Mecsek, Duna, Dráva, Zselic) értékek, a történelmi emlékek (Pécs, Mohács, Szigetvár,

Siklós, Pécsvárad) és nem utolsósorban a gyógyturizmus (Harkány, Sikonda, Szigetvár). Pécs, mint komplex turisztikai termék jelenik meg az idegenforgalom hazai és nemzetközi piacán.

Baranya turisztikai értékei és azok hasznosulása nem jelenik meg komplex egészként, ezzel gyengítve a megye helyzetét.

- c. Meghatározná Baranya öt legismertebb, legsikeresebb turisztikai kínálatát? A felsoroltak közül melyeknek van megyei arculatot is befolyásoló szerepük?

Pécs, mint komplex turisztikai termék a múltban, a jelenben és a jövőben is jelentős imázsformáló szereppel bír a megye idegenforgalmi kínálatában: a világörökségi helyszínekkel, a múzeumokkal, a különböző fesztiválokkal és a Mecsekkel együtt. Ezenkívül a válaszadók többsége jelentős arculatformáló szerepet tulajdonít a gyógy- (Harkány, Sikonda, Szigetvár) és a borturizmusnak (Villány – Siklós, Mohács – Bóly), illetve az aktív (Zselic, Mecsek) és a kulturális turizmusnak.

- d. Adottságaik és ezek hasznosítása szempontjából milyen erősrendbe rendezné Baranya kistérségeit, városait, vendégfogadó településeit?

A megkérdezettek véleménye alapján a kistérségek között a következő erősrend állítható fel: Pécsi, Siklósi, Mohácsi, Pécsváradi, Szigetvári, Komlói, Szentlőrinci, Sellyei és Sásdi kistérség, a városokat, vendégfogadó településeket illetően a leghangsúlyosabbak: Pécs, Harkány, Villány – Siklós, Mohács, Szigetvár, Orfű – Abaliget, Pécsvárad.

- e. Milyen turisztikai terméktípusok alkotják ön szerint Baranya kínálatának derékhadát, rangsorolná ezeket?

A válaszadók szerint Baranya kínálatának derékhadát a kulturális-, a gyógy-, a bor- és az aktív (természetjáró, lovas, vadász, horgász, kerékpáros) turizmus alkotja. Az elsőségért a gyógy-, a kulturális- és a borturizmus versengése figyelhető meg.

- f. Meghatározná a megye turizmusának legfontosabb problémáit? Melyek a felsoroltak közül azok, amelyek helyi, kistérségi, vagy megyei, ill. régiós szinten orvosolhatók lennének, és melyek azok, amelyek országosa is problémának számítanak?

A megyei turizmus problémáit tekintve beszélhetünk helyileg és országosan orvosolható problémákról, mely az infrastruktúra, a menedzsment, a minőségbiztosítás és a szervezeti felépítés terén egyaránt megjelennek.

Infrastrukturális problémák:

Az alpinfrastruktúrát tekintve a megye nem rendelkezik autóúttal, illetve autópályával és közúthálózatának minősége is kifejezetten rossznak mondható. Baranyában található regionális repülőtér (Pogány), azonban ez még nem generál látványos turistaforgalmat.

Az idegenforgalmi infrastruktúrát illetően a megye egészére jellemző, hogy kevés minőségi szálláshely (három-, négycsillagos szállodák hiánya), a turisztikai információs szolgáltató rendszer fejletlensége (online szállásfoglalás, szervezetlen fizetővendéglátás). További probléma az is, hogy a megyei turisztikai szolgáltatók kínálata kevés és szegényes, legtöbbször az ár-érték egyensúly nem érvényesül.

A felsorolt problémák jórészt köszönhetők annak, hogy az elmúlt évtizedekben a térségünket preferáló programok elmaradtak, ezért ezek csak országos szinten orvosolhatók, illetőleg helyi szinten tőkeerős befektetők bevonásával (pl.: szálloda-felújítások esetén).

Menedzsment problémák:

Az országos menedzsment az ország kínálatában még mindig Budapestet és a Balatont helyezi előtérbe, a vidéki régiók hátrányára. Megyei és országos szinten egyaránt problémát jelent (ebből kifolyólag orvosolható is mindkét szinten), hogy a marketing elmélete és gyakorlata különválik, nem életszerű, ennek köszönhetően hatékonysága alacsony.

A megyei idegenforgalomnak nincs egységes arculata, nincs együttműködés sem helyi, sem megyei szinten a szereplők között.

Hiányzik a belföldi turizmusból a hétvégi turizmust preferáló kínálat. Nincsen párbeszéd a kistérségek között, ami nagymértékben befolyásolja országosan, megyei és kistérségi szinten belül is a lakosság motiváltságát (utazási kedvét, érdeklődését).

A jövőre nézve nincs meghatározó, egységes, komplex turisztikai termék, amely eladhatóvá tenné a megyét az országos és nemzetközi idegenforgalmi piacon.

Minőségbiztosítás:

A garantált minőség egyaránt szolgálja a vendég és a szolgáltató érdekeit is, ez egy hosszútávon megtérülő befektetésként értelmezhető, mely a megyei turizmusfejlesztés elengedhetetlen összetevője kell, hogy legyen. Szükség lenne egy olyan megyei, vagy országos szervezetre, amely ennek a feltételrendszerét (adatszolgáltatás, egységes ellenőrzési rendszer) kidolgozza, majd később koordinálja.

Szervezeti felépítés:

A turizmusra úgy, mint a nemzetgazdaság egészére jellemző a túlzottan bürokratikus jelleg és a felülről irányítottság. Ehelyett egy alulról szerveződő rendszer kiépítése lenne szükséges, melyben az idegenforgalom legkisebb szereplőjétől kiindulva fejlődne a rendszer egy csúcsszerv felé.

2. A turizmusfejlesztés szereplői, partnerek, együttműködések, széttartó ügyek:

- a. Meghatározná a megye turizmusának legfontosabb szereplőit?
Jelentőségük, hatókörük alapján rangsorolná ezeket?

A megkérdezettek véleménye szerint a megye turizmusának legfontosabb szereplői: az állam (RIB, RMI), az önkormányzatok (helyi, illetve megyei), a vállalkozók és a befektetők. A hatókörük alapján a megyei önkormányzat szakbizottságai állíthatók az első helyre, amelyeket az egyéb közhasznú társaságok (Ezerszínű Baranya Kht.) és a Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ, a Regionális Idegenforgalmi és Marketing Bizottság és egyéb szakmai szervek és egyesületek (MATUR, Örökség Kht., PTE) követnek.

- b. Tudna-e jó (konkrét) példákat mutatni a különböző partnerek összefogására a turizmus fejlesztése érdekében?**

A megyei turizmus egészére jellemző a különböző érdekek megléte, így nehéz a partnerségre jó példát keresni. Az egyes ágazatokon belül léteznek példák az összefogásra (Villány – Siklós borút, Mohács – Bóly borút, Kaptár Egyesület), de ez nem jellemző az egyes ágazatok között.

- c. Mely szervezetek, intézmények, együttműködések munkáját tartja kiemelt jelentőségűnek a turizmus szempontjából? Tudna munkájukról konkrétumokat is bemutatni?**

A turizmus szervezeti felépítésének felülről lefelé építkező jellegének köszönhetően a megye turizmusában nem alakult ki iskolapélda az idegenforgalom különböző szervezeteinek együttműködésére. Léteznek kezdeményezések, melyek – a hatékonyság növelése érdekében – megcélolták az idegenforgalom különböző szereplőinek összefogását.

Ilyen együttműködés a Dráva Menti Tájvédelmi és Turisztikai Egyesület, amely koordinálja az ormánsági önkormányzatok és civil szervezetek munkáját. Közös pályáztak/pályáznak, melynek hatására megvalósulhatott az egységes turisztikai táblarendszer az Ormánság területén.

A megkérdezettek véleménye szerint a Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézetében működő Turizmus Tanszék lehet a jövőben a megyei idegenforgalom koordináló szerve, hiszen a tudományos műhelymunka során a tanszék egyedülállóan képes a különböző szakmai szereplőkkel minden szinten kapcsolatot teremti és tartani.

d. Hol vannak ön szerint gyenge pontjai, hiányosságai a turizmusfejlesztésben szerepet játszó szervezetek és vállalkozások közötti kapcsolatoknak?

A válaszadók a felmerülő kérdésre több relációban válaszoltak: a forráshiány, a menedzsment hiányosságai, a termékkínálat és a képzés oldaláról közelítették meg.

Forráshiány:

A vélemények egyértelműen tükrözik, hogy a turizmusfejlesztésre szánt állami támogatások a megyét csak kis mértékben érintik, esetleg teljesen elkerülik azt. További problémát jelent, a források rossz elosztása, mind állami, mind megyei szinten. Több példát találunk a megyében az ésszerűtlen turizmusfejlesztésre, melyet több alkalommal a politika is nagyban befolyásolt.

Menedzsment:

Alapvető problémának tartották a válaszadók azt, hogy az országos marketingterv továbbra is Budapestet és a Balatont helyezi előtérbe, a vidéki régiók hátrányára.

Helyi szinten az elszigetelt marketingtevékenység jellemző, amely nem életszerű, elszakad a gyakorlattól. Ennek köszönhetően hiányoznak a megyét preferáló gyakorlatias programok, mindannak ellenére, hogy a Dél-Dunántúli régió megyéinek nagy előrelépést jelenthetne a balatoni szezonális kihasználása.

Problémát jelent továbbá, hogy a szereplők közötti információ áramlása lassú, helyenként hiányos, vagy akár teljes mértékben hiányzik. (A tanulmány készítőinek véleménye szerint ez nemcsak a menedzsmentnek, hanem a résztvevőknek is felróható.) Ez negatívan befolyásolja a megyei belföldi vendégforgalom alakulást. A megkérdezettek véleménye szerint érdemes lenne bővíteni az utazási csekk elfogadó helyek számát és szélesíteni kellene vertikumát (pl.: éttermek, cukrászdák, stb.) is.

Termékkínálat:

Fontos lenne, hogy a szolgáltatás- és termékfejlesztés egymásra épüljön, ne egymást kioltó legyen. Probléma az is, hogy a szolgáltatók nem ismerik egymás kínálatát, így nem is tudnak, ha akarnának sem együttműködni. Továbbá gondot jelent a szereplők oldaláról az is, hogy sok esetben a keresleti trendek és igények alakulását figyelmen kívül hagyják.

Képzés:

A szakképzett munkaerő alapvető hiányosságnak tekinthető a szektorban: súlyos és tarthatatlan állapot, hogy a szakmabeliek jelentős része alapvető számítógépes és idegen nyelvi ismerettel sem rendelkezik.

3. *Kitörési pontok, erősítendő példák, fejlesztési irányok a megye idegenforgalmában:*

- a. Mely baranyai tájegységek, területek, települések idegenforgalmi fejlesztésére lát jelentős esélyeket? Mely terméktípusok, idegenforgalmi kínálatok számíthatók perspektivikusnak Baranya számára?

Az eddigi fejlesztési koncepciók és tervek előnyben részesítették a termál- és gyógyturizmus, a bor és gasztronómia és a kulturális örökségekben rejlő lehetőségek kihasználását. Mára azonban ezen turisztikai ágazatok fejlesztése a turizmus fenntarthatósága érdekében nem elegendő. Elengedhetetlenné vált komplex termékkínálat és termékláncok kialakítása. Ehhez azonban szükségszerűvé vált a már meglévő kínálat szélesítése és annak nemzetközi színvonalra való emelése.

A jövőbeni fejlesztések alapját elsősorban a természeti kincseink (Duna, Dráva, Mecsek, Zselic, Ormánság) és a tárgyi örökségünk (várak, UNESCO világörökség, stb.) képezhetné. Létezik egy elképzelés, amely a vélemények szerint összehangolná Baranya már meglévő, és a jövőben fejleszthető területeit, illetve értékeit. Az elgondolás egyenlőre a „Zöld/Bio gyűrű” néven vált ismertté, amely Baranya egészét magában foglalja. A gyűrű középpontjában helyezkedik el Pécs, a maga kulturális örökségével. A települést körülveszi egy zöld övezet, amely további fejlesztési irányokat jelöl ki. A zöld övezetben javasolt néhány – most is jelentős idegenforgalommal bíró – település

fejlesztése, például: Szigetvár, Mohács, Pécsvárad, Siklós. Továbbá, fontos a gyűrű területén természeti értékek fejlesztése (Ormánság, Zselic, Mohács – Bóly, Villány – Sikós és Mecsek – Hegyhát borutak) és ezek komplex terméként történő értékesítése.

- b. Ön mely baranyai településeket, kistérségeket, vagy fogadóövezeteket, tájegységeket jelenítené meg erősebben a megye turisztikai arculatában? Milyen baranyai turisztikai termékeket, kínálatokat gondol ön igazi imázsformálónak, a megyei arculat kialakítójának?

Minden térséget ki kell emelni a megyéből, mert nem a rangsor a fontos, hanem a sokszínűség. Baranya megye jelenlegi arculatának és imázsának formálója három pillérre épül: gyógy- és termálturizmus, borturizmus és a kulturális örökség.

- c. Meghatározná, hogy ön szerint mi lehet az a legfontosabb öt teendő, amivel érdemben lehetne javítani a megye turizmusának helyzetét?

A megyei idegenforgalmi helyzet javítása érdekében a megkérdezettek véleménye szerint szükséges lenne egy szemléletváltás, mind a döntéshozók, mind a szereplők részéről. Továbbá a döntéshozók részéről fontos lenne a megfogalmazott elvek gyakorlatiasabbá tétele, a szereplők oldaláról pedig, a pillanatnyi helyzeti érdekek háttérbe szorítása. Lényeges lenne a szervezeti rendszer áttekinthetőbbé tétele.

Mindezek mellett természetesen a turizmusfejlesztés nem képzelhető el település- és területfejlesztés nélkül. Ez magában foglalja az alap- és idegenforgalmi infrastruktúra (minőségi szálláshelyek, kerékpárút, stb.) fejlesztését.

- d. Milyen szerepe lehet ön szerint a régiónak, az interregionális, határon átnyúló kapcsolatoknak a megye turizmusának fejlesztésében?

A Dél-Dunántúli régióban az interregionális kapcsolatok főleg Somogy megyében (Alpok – Adria határmenti együttműködés) működnek leginkább, Baranya lehetőségei jelenleg még kiaknázatlanok, de a jövőre nézve az idegenforgalmi szakemberek szerint Horvátországgal jelentős együttműködések várhatók (pl.: DDNP), ezt egyenlőre még nehezíti a külföldi partner 10–15 éves társadalmi-gazdasági lemaradása (pl.: határátkelők és hidak hiánya a Dráva mentén, stb.).

- e. Ön mely intézményre, szervezetre helyezné a turizmusfejlesztés koordinálásának súlypontját a megyében és a régióban?**

A megkérdezettek véleménye szerint a megyében nem működik olyan szakmai szervezet, amely egyéni érdekek és részrehajlás nélkül koordinálhatná a megye idegenforgalmát.

Felhasznált irodalom

A Dél-Dunántúli Idegenforgalmi Bizottság Javaslat a Nemzeti Fejlesztési Terv Operatív Programjához 2002 Megbízó: DRIB. Témavezető: Dr. Aubert Antal. Pécs. 7 p.

A fenntartható turizmus fejlesztése. Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek. 2000: Geomédia, Bp. 185 p.

Aubert A. - Miszler M. - Szabó G. 2000: Regionális területfejlesztés és a turizmustervezés összefüggései a Dél-Dunántúlon. *Turizmus Bulletin* IV. évf. 1. sz. pp. 33-38.

Aubert A. - Szabó G. 1999: Differenciált turizmusfejlesztés Baranya megye példáján. *Turizmus Bulletin* III. évf. 1. sz. pp. 24-30.

Aubert A. - Szabó G. –Csapó J. –Berki M. 2004: Examples and perspectives of the Hungarian-Croatian cross-border cooperation programmes at Hungary's impending joining of the EU. *Miscellanea geographica* 10. pp. 13-24.

Aubert A. 1999: Az ökoturisztikai termékfejlesztés szükségessége és modellje Magyarországon – In: Változó környezetünk (szerk.: Tóth J.-Wilhelm Z.) MTA RKK DTI- PTE TTK Földrajzi Intézet, Pécs. pp. 74-82.

Aubert A.– Miszler M. 2004: A regionális szintű termékfejlesztés –és menedzselés elméleti keretei a gyógy-és termálturizmusban – In: Egészségturizmus (szerk.: Aubert A.- Csapó J), PTE, Pécs, pp.3-29

Aubert A.- Szabó G. 1999: Differenciált turizmusfejlesztés Baranya megye példáján – In: *Turizmus Bulletin*, Bp. pp. 25-30.

Baranya Megye turisztikai magterületeinek fejlesztési programja, 1999: (Témavezető: Dr. Aubert Antal – Dr. Szabó Géza; megbízó, Baranya Megye Közgyűlése) Készítette: Janus Pannonius Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet Turizmus Tanszék. Pécs. 125 p.

Baranya Megye turizmusfejlesztési programja, 1998: (Témavezető: Dr. Aubert Antal ; megbízó, Baranya Megye Közgyűlése) Készítette: Janus Pannonius Tudományegyetem, Természettudományi Kar Turizmus Tanszéki Csoport és Magyar Tudományos Akadémia Regionális Kutatások Központja Dunántúli Tudományos Intézet. Pécs. 170. p.

Baranya megye turizmusmarketing terve 2000: Témavezető: Dr. Aubert Antal. Készítette: PTE TTK FI Turizmus Tanszék. Pécs.

Baranya megye vendégkörének felmérése (2001. év fő- és utószezonjában) 2002: Készült a Baranya Megyei Önkormányzat megbízásából PTE TTK FI Turizmus Tanszékén. Pécs. 17. p.

Dél-Dunántúl turizmusfejlesztési operatív programja 2000: Készítette: Pécsi Tudományegyetem Földrajzi Intézet Turizmus Tanszék. Témavezető: Dr. Aubert Antal. Pécs. 205. p.

Dél-Dunántúl turizmusfejlesztési stratégiai programja 2000: Készítette: Pécsi Tudományegyetem Földrajzi Intézet Turizmus Tanszék. Témavezető: Dr. Aubert Antal. Pécs. 80. p.

Freyer, W. 1997: Tourismus - Marketing. R. Oldenbourg Verlag München/Wien, 267 p.

Gellai I. 2004: Az egészségturizmus szerepe és nagyságrendje Magyarországon- A Széchenyi Tervben támogatott fürdők főbb adatai 2000-2002-ben – In: Egészségturizmus (szerk.: Aubert A.- Csapó J), PTE, Pécs, pp. 66-86

Jenkei J. 2000: Idegenforgalmi magánszálláshelyek minősítése és működtetése. Falusi turizmus – agroturizmus füzetek 9. FATOSZ Bp. 50 p.

Kiss K.- Török P. 2004: Az egészségturizmus nemzetközi keresleti és kínálati trendjei – In: Egészségturizmus (szerk.: Aubert A.- Csapó J),PTE, Pécs,pp.30-46.

Lengyel M. 2004: A turizmus általános elmélete. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Bp. pp. 58-60, 243-245.

Luft ,H. 2004: Organisation und Vemarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen. Destination Management. Gmeier Verlag, Messling, pp.16-48.

Magyarország turizmusa 2004-ben. – In: Turizmus Bulletin MT. Rt. Piac-és Termékelemzési Iroda, Bp.pp.49-53.

Mester T. 2004: A világ és Európa turizmusának alakulása 2004-ben – In: Turizmus Bulletin, Bp. pp.42-48.

Piskóti I.-Dankó L.-Schupler H.(2002): Régió-és településmarketing KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Bp. pp.219-232.

Puczkó L. – Rácz T. 2000: Az attrakciótól az élményig, a látogatómenedzsment módszerei. Geomédia Bp. 399 p.

Puczkó L. – Rácz T. 2003: A turizmus hatásai. Aula-KJF, Bp.

Sarkadi E. - Szabó G. - Urbán A. 2000: Borturizmus szervezők kézikönyve I. AMC - Baranya Megyei Falusi Turizmus Szövetség, Pécs, 86 p.

Sulyok J. 2004: Desztinációs marketing szervezetek tevékenységének hatékonyságmérése – In: Turizmus Bulletin, Bp. pp. 30-32.

***Swarbrooke J.* 1994: The Future of the Past: Haritage Tourism Into the 21st Century. In: A.V. Seaton (ed.) *Torism. The State of the Art.* John Wiley & Sons Ltd, Chichester, pp. 222-229.**

***Szabó G.* 1999: A területfejlesztés és a turizmus tervezés kistérségi tapasztalatai a Dél-Dunántúlon, különös tekintettel a falusi turizmus fejlesztési feladataira. *Alma Mater* II. évf. 3. sz. Budapest. pp. 65-85.**

***Szabó G.* 2000 (megjelent 2001-ben!): A Villány-Siklói Borút mint tematikus út. In.: Rácz T.-Puczkó L. *Az attrakciótól az élményig, a látogatómenedzsment módszerei.* Geomédia Bp. pp. 104-121.**

***Szabó G.* 2001: Idegenforgalom, borturizmus. In.: Cey-Bert Róbert Gyula: *Balatoni borgasztronómia.* Paginárum kiadó Bp. pp. 109-140.**

***Szabó G.* 2002: The Villány-Siklós Wine Route: A thematic tourism route for regional development. In.: *Sustainable Development of Tourism, A Compilation of Good Practices.* WTO Madrid, pp. 83-87.**

***Szabó G.* 2003: A hazai borútfejlesztés tapasztalatai és példái, Tokaj-hegyaljai alkalmazásuk lehetőségei. In.: Frisnyák S.-Gál A. (szerk.) *Szerencs és a Zempléni-hegység.* Szerencs-Nyíregyháza. pp. 273-283.**

***Szabó G.* 2003: La strada del vino, come prodotto turistico tematico in Ungheria. In.: M. Erdősi (ed.) *Enoturismo e Prodotto Tipici, Strumenti di Svilruppo Economico.* Eger-Budapest. pp. 121-132.**

***Szabó G.* 2003: Speciális adottságú kistérség tematikus kínálatának fejlesztése: a Villány-Siklói Borút Program. In.: Kovács D. (szerk.) *A falusi turizmus hagyományai.* Mezőgazda Kiadó Bp. pp. 133-142.**

***Szabó G.* 2004: A kulturális örökség védelme és hasznosításának tapasztalatai interregionális együttműködésben: az AVEC program értékelése. *Turizmus Bulletin* VII. évf. 4. sz. pp. 22-31.**

***Szabó G.* 2004: Vélemény a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiáról. In.: Gonda T. (szerk.) *Esélyek és veszélyek a turizmusban. Dél-Dunántúli Turizmus Kiskönyvek, DD RIB Pécs.* pp. 31-34.**

Turizmus Magyarországon 1990-2002. Magyar Turizmus Rt. Bp. www.itthon.hu