

DDRFÜ

A Dél-dunántúli régió turisztikai magterületeinek lehatárolása

Jelentés*

Xellum Kft.

**Xellum Kft anyagának rövidített verzióját a Xellum Kft
előzetes jóváhagyásával a DDRFÜ készítette.**

*Az eredeti dokumentum 38 oldalt tartalmaz
2007. május 30.*

Tartalomjegyzék

1	BEVEZETÉS	3
1.1	A MUNKA HÁTTERE	3
2	VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ	4
3	LEHATÁROLÁS MÓDSZERTANI ALAPJAI	6
3.1	A FELADAT MEGHATÁROZÁSA	6
3.2	MAGTERÜLETEK ÉS DESZTINÁCIÓK	7
3.2.1	<i>Magterületek</i>	7
3.2.2	<i>Desztinációk</i>	8
3.3	NEMZETKÖZI KITEKINTÉS	9
3.3.1	<i>Példák a nemzetközi gyakorlatra</i>	9
3.4	A LEHATÁROLÁS PARAMÉTEREI	10
3.4.1	<i>A vonzerők</i>	11
3.4.2	<i>Meghatározó turisztikai termékek</i>	13
3.4.3	<i>Szálláshelyi kapacitás és teljesítmény adatok</i>	14
3.4.4	<i>Térségi együttműködések és fejlesztési aktivitás</i>	15
3.4.5	<i>Helyi Idegenforgalmi Adó (IFA)</i>	16
3.4.6	<i>Közlekedési feltételek</i>	16
3.4.7	<i>Paraméterek súlyozása</i>	16
4	DÉL-DUNÁNTÚLI RÉGIÓ TELEPÜLÉSEINEK VIZSGÁLATA A MÓDSZERTAN ALAPJÁN	18
4.1	DÉL-DUNÁNTÚLI RÉGIÓ TURISZTIKAI MAGTERÜLETEINEK TELEPÜLÉSI SZINTŰ LEHATÁROLÁSA	18
4.2	A MAGTERÜLETEK HATÁRAINAK MEGHATÁROZÁSA	18
4.3	EGYES MAGTERÜLETEK TÉRKÉPI ÁBRÁZOLÁSA A TELEPÜLÉSI SZINT ÁBRÁZOLÁSÁVAL	22
4.3.1	<i>Javasolt magterületek</i>	22

1 Bevezetés

A Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Kht. (továbbiakban DDRFÜ) megbízta a Xellum Kft.-t (továbbiakban Xellum), hogy dolgozzanak ki megfelelő módszertant és annak használatával határozzák meg, határolják le a Dél-dunántúli Régió turisztikai magterületeit.

1.1 A munka háttere

A DDRFÜ által készített feladatmeghatározás részletes bemutatja a jelen projekt hátterét. Mindezek értelmében a Dél-dunántúli Operatív Program keretében 2007-13 között jelentős uniós források állnak rendelkezésre a turizmus fejlesztésére. Az ágazatokkal történt feladatmegosztást követően a turizmus fejlesztése regionális hatáskörbe került. Ez azt jelenti, hogy a Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Tanácsnak a DDOP keretein belül komoly döntési felelőssége és anyagi lehetősége lesz arra, hogy a 7 éves programozási periódusban hatásos fejlesztéseket valósítson meg a turizmus területén.

A DDOP költségvetését és a turizmusra allokált források nagyságát nézve megállapítható, hogy ahhoz, hogy az Operatív Program és a turizmus prioritás programban lefektetett céljai megvalósuljanak, szükség van a fejlesztési források koncentrált felhasználására. Annak ellenére, hogy minden település kitörési pontnak gondolja a turizmus fejlesztését, a vonzerők földrajzi elhelyezkedése, valamint a régió vendégforgalma erősen koncentrált. A Regionális Idegenforgalmi Bizottság szakmai véleménye, ami szerint nem lehet minden településen eredményesen fejleszteni a turizmust, találkozik a DDRFÜ és a Turisztikai Szakállamtitkárság szakmai állásfoglalásával is.

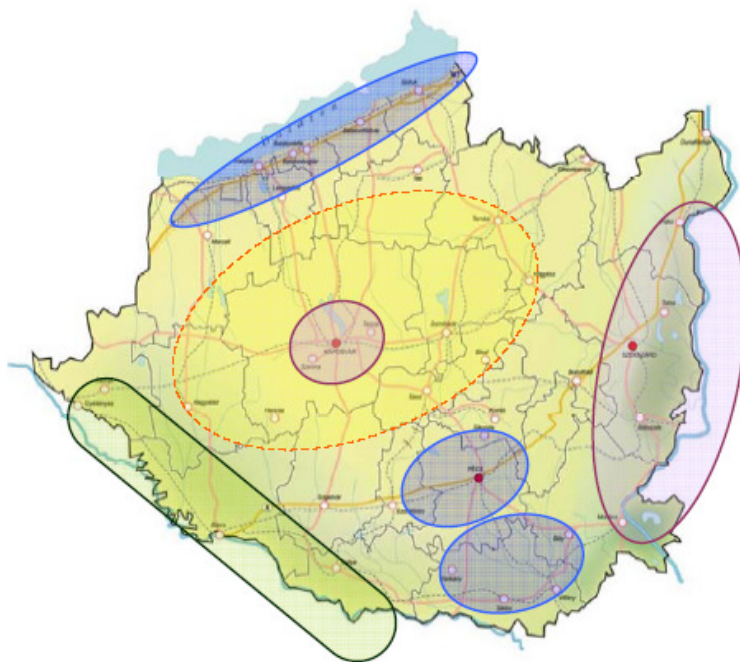
A DDRFÜ által elkészített Turizmus Stratégiai Fejlesztési Program kijelölte a régió turisztikai magterületeit, amelyek – adottságaik alapján – alkalmasak arra, hogy a fejlesztések eredményeképpen a régió könnyen azonosítható, karakterisztikus turisztikai desztinációivá váljanak. A turizmus fejlesztése során a tematikus, termék-alapú fejlesztés helyett az egyes magterületek komplex fejlesztésére helyezik a hangsúlyt. Cél, hogy ezek a területek váljanak versenyképes turisztikai termékekké, és minden magterületen kerüljenek kiválasztásra azok a húzó termékek, amelyekre alapozva – kiegészítő termékkínálat megteremtése mellett – felépíthető minden magterület egyedi termékkínálata.

Ahhoz azonban, hogy a turisztikai fejlesztések végrehajtása során a koncentráció elvét a magterületekre fókuszálva érvényesíteni tudjuk, szükséges a magterületek pontos lehatárolása, települési szinten. A jelen munka célja tehát az, hogy az e feladatmeghatározás alapján elvégzendő vizsgálat eredményeképpen a pályázati kiírásban is használható egzakt lehatárolással rendelkezünk a Turizmus Stratégiai Fejlesztési Programban kijelölt dél-dunántúli turisztikai magterületek mindegyikét illetően.

A munkában részt vett a Regionális Idegenforgalmi Bizottság, amely a tanulmány készítése során szakmai segítséget nyújtott, és értékelte a munkaközi anyagokat, tanácsaival segítette a munka minőségének garantálását. Az első munkafázis során elkészült anyagot véleményezte, majd a második munkafázist követően több alkalommal is megvitatta az egész anyagot és azt elfogadásra javasolta a Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Tanácsnak.

2 Vezetői összefoglaló

A DDRFÜ által elkészített Turizmus Stratégiai Fejlesztési Program kijelölte a régió turisztikai magterületeit, amelyek – adottságaik alapján – alkalmasak arra, hogy a fejlesztések eredményeképpen a régió könnyen azonosítható, karakterisztikus turisztikai desztinációivá váljanak. A turizmus fejlesztése során a tematikus, termék-alapú fejlesztés helyett az egyes magterületek komplex fejlesztésére helyezik a hangsúlyt. Cél, hogy ezek a területek váljanak versenyképes turisztikai termékeké, és minden magterületen kerüljenek kiválasztásra azok a húzó termékek, amelyekre alapozva – kiegészítő termékkínálat megteremtése mellett – felépíthető minden magterület egyedi termékkínálata.



Ahhoz azonban, hogy a turisztikai fejlesztések végrehajtása során a koncentráció elvét a magterületekre fókuszálva érvényesíteni lehessen, szükséges a magterületek pontos lehatárolása, települési szinten. A jelen munka célja tehát az volt, hogy az elemzések eredményeképpen a DDRFÜ a pályázati kiírásokban is használható egzakt lehatárolással rendelkezzen a Turizmus Stratégiai Fejlesztési Programban kijelölt dél-dunántúli turisztikai magterületek mindegyikét illetően.

A szakmai definíciók szerint magterületek alatt olyan turisztikai gócpontokat értünk, amelyek részben jelenleg is, összességében azonban a jövőben húzóerőként szolgálhatnak a régió turizmusának fellendítésében. Noha a fejlesztések nem kizárólag a kijelölt területekre kell korlátozódjanak, azonban mindenképpen ezek jelenthetik a koncentráció alapját. Ezen területek jelenleg nem tekinthetők modern értelemben vett turisztikai desztinációnak, azonban további fókuszált fejlesztésük révén középtávon azzá válhatnak. Mindezek alapján munkánkban a magterületeket a desztinációk (egyik) katalizátorának tekintettük.

Az áttekintett nemzetközi gyakorlat alapján megállapíthattuk, hogy nincs általánosan alkalmazott módszertan a magterületek és/vagy desztinációk lehatárolására vonatkozóan. Ugyanakkor a desztináció(k) alapvető ismertetőjegyeit illetően a külföldi szakértők (kutatók, gyakorló szakemberek) között konszenzus látszik kibontakozni, amit az alábbiakként összegezhetők:

- Egy adott desztináció lehatárolása a látogató szempontjából történik – az adminisztratív illetve politikai határoktól függetlenül
- Egy desztináció tiszta, sajátos profillal rendelkezik, így a turizmuspiacon felismerhetővé, és önálló márkává válhat
- A desztináció a turista számára széles kínálatot kell, hogy nyújtson
- Egy adott desztináció piacra vezetését profi menedzsment végezze, amely a kommunikációért, információ-szolgáltatásért és a forgalmazásért egyaránt felelősséget vállal
- A helyi lakosság tudjon azonosulni a desztináció térbeli lehatárolásával, turisztikai fejlesztésével, valamint piacra vezetésével (különösképpen a márkánévvel).

A hazai szakmai, államigazgatási és civil együttműködések, a nemzetközi tapasztalatok, valamint a régióban rendelkezésre álló adatok alapján hat olyan paramétert azonosítottunk, amelyek alkalmasak arra, hogy a magterületek lehatárolhassuk. Ezek az összesen 24 paraméterelemet jelentő fő paraméterek az alábbiak:

1. Jelenlegi vonzerők
2. Meghatározó turisztikai termékek (minősített szolgáltatókon és kiemelt termékeken keresztül)
3. Szálláshelyi kapacitás és teljesítmény adatok (1.000 főre jutó és abszolút foglaltsági értékek)
4. Turisztikai hálózatok és fejlesztési aktivitás (hálózati együttműködések és pályázati források)
5. Helyi idegenforgalmi adó
6. Közlekedési feltételek (jelen modellben nem figyelembe véve)

Ugyanakkor hangsúlyozni kell, hogy:

- Az innovatív termékek által bármikor átalakulhat a jelenlegi magterületi rendszer, illetve új terület is generálódhat, ezért folyamatos adatgyűjtés szükséges a régió részéről
- A fenti paraméterek alapján létrejövő magterületek a **jelenlegi állapot** szerinti határok mentén alakulnak, ezért a nem-innovatív fejlesztések is (pl. közlekedés) módosíthatják a határokat.

Az egyes paraméterek között az alábbi súlysúlyszámok kerültek meghatározásra:

- Jelenlegi vonzerők 20%
- Meghatározó turisztikai termékek 25%
- Szálláshelyi kapacitás és teljesítmény adatok 30%
- Turisztikai hálózatok és fejlesztési aktivitás 20%
- Beszedett idegenforgalmi adó 5%

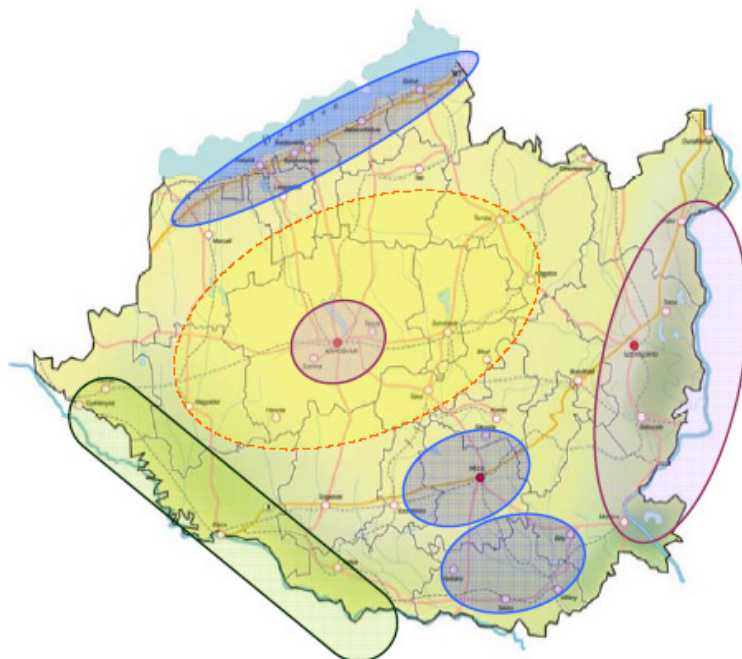
Összesen 653 település adatait és információt tartalmazza a modell, amely a leírt algoritmusok alapján minden településhez meghatározta a magterületi értéket. A számítások azt mutatják, hogy összesen 197 település nem tudott egyetlen egy pontot sem elérni, míg a legtöbb pontot elért település pontjainak száma 19. A Xellum azt javasolja, hogy annak érdekében, hogy ez a lehatárolás segítse a fejlesztéseket és katalizálja az együttműködések a 0,4 értéket elért települések kerüljenek kiválasztásra.

3 Lehatárolás módszertani alapjai

3.1 A feladat meghatározása

A Turizmus Stratégiai Fejlesztési Program tehát kijelölte a régió turisztikai magterületeit, amelyek alkalmasak lehetnek arra, hogy a fejlesztések eredményeképpen a régió könnyen azonosítható, karakterisztikus turisztikai desztinációivá váljanak.

1. ábra – Turisztikai magterületek



A turizmus fejlesztése során a tematikus, termék-alapú fejlesztés helyett a DDRFÜ az egyes magterületek komplex fejlesztésére helyezi a hangsúlyt. Célként fogalmazták meg, hogy ezek a területek váljanak versenyképes turisztikai desztinációkká, és minden magterületen kerüljenek kiválasztásra azok a húzó termékek, amelyekre alapozva – kiegészítő termékkínálat megteremtése mellett – felépíthető minden magterület egyedi termékkínálata.

Ahhoz azonban, hogy a turisztikai fejlesztések végrehajtása során a koncentráció elvét a magterületekre fókuszálva érvényesíteni lehessen, szükséges a magterületek pontos lehatárolása, települési szinten.

A jelen munka célja tehát, hogy az elemzések eredményeképpen a DDRFÜ a pályázati kiírásokban is használható egzakt lehatárolással rendelkezzen a Turizmus Stratégiai Fejlesztési Programban kijelölt dél-dunántúli turisztikai magterületek mindegyikét illetően. Mindezen cél elérése érdekében a Xellum a következő lépésekben végezte el a munkát:

1. **Megfelelő módszertan megfogalmazása** – a munka első szakaszában olyan módszertan kidolgozása, ami alapján a lehatárolás elvégezhető. Ennek szakaszának alapfeltételei az alábbiak voltak:
 - A kiválasztott kritériumoknak és az ez alapján felállított leválogatási mechanizmusnak megalapozottnak és relevánsnak kellett lennie

- A kritériumként használt adatoknak mérhetőnek és elérhetőnek kellett lenniük annak érdekében, hogy a módszertan alapján a magterületi lehatárolás azonnal elvégezhető legyen

2. A javasolt módszertan alapján a magterületek települési szintű lehatárolásának elkészítése – a kiválasztott paraméterek és az azokhoz tartozó települési adatok alapján megtörtént a Dél-dunántúli régió településeinek vizsgálata és a kritériumnak megfelelő települések besorolása a régió turisztikai magterületeinek egyikébe.

3.2 Magterületek és desztinációk

A munka során elsőként annak meghatározása történt meg, hogy pontosan mit is értünk magterület és desztináció alatt, illetve, hogy ezen fogalmak és tartalmak milyen viszonyban állnak egymással.

3.2.1 Magterületek

A szakmai definíciók szerint magterületek alatt olyan turisztikai gócpontokat értünk, amelyek részben jelenleg is, összességében azonban a jövőben húzóerőként szolgálhatnak a régió turizmusának fellendítésében. Noha a fejlesztések nem kizárólag a kijelölt területekre kell korlátozódjanak, azonban mindenképpen ezek jelenthetik a koncentráció alapját. Ezen területek jelenleg nem tekinthetők modern értelemben vett turisztikai desztinációnak, azonban további fókuszált fejlesztésük révén középtávon azzá válhatnak. Mindezek alapján munkánkban a magterületeket a desztinációk (egyik) katalizátorának tekintettük.

2. ábra – Termék-magterület mátrix

Magterületek	Dél-Balaton	Pécs és környéke	Villány-Siklós-Harkány	Duna-mente	Kaposvár és környéke	Dráva-mente	Belső Dél-Dunántúl
Turisztikai termékek							
Egészségturizmus							
Vízi turizmus és aktív turizmus							
Lovas turizmus							
Kerékpáros turizmus							
Vadászat, horgászat							
Golf turizmus							
Ökoturizmus							
Falusi turizmus							
Bor és gasztronómia							
Kulturális turizmus							
Konferencia turizmus							
Rendezvények							
Innovatív termékek / Tematikus parkok							

A korbábban már idézett Turizmus Stratégiai Fejlesztési Program nemcsak a magterületeket határozta meg vázlatos szinten, de konkrét ajánlásokat is megfogalmazott az egyes magterületek fő termékfejlesztési prioritásaira vonatkozóan.

A DDRFÜ azonban ezen mátrix alkalmazása során is azzal a problémával szembesültek, hogy a magterületek nem kerültek lehatárolásra települési szinten, pedig, pl. pályázatok esetében ez alapvető fontosságú a kiírások megfogalmazásához vagy a pályázóképesség meghatározásához.

3.2.2 Desztinációk

Egy területet (egy vagy több települést) akkor tekinthetünk desztinációnak vagy célterületnek, ha az a látogatók számára önálló egységként, azaz meglátogatásra és tartózkodásra érdemes területként jelentkezik. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) kiemelt szerepet szán a létrejövő desztinációk működtetésére helyi és regionális szinten létrehozandó desztinációmenedzsment szervezeteknek. Az NTS is igazolja tehát, hogy szükség van a desztinációk létrehozására, kialakítására.

Összefoglaló formában **desztinációnak** (avagy turisztikai célterületnek) nevezzük az alábbi tulajdonságokkal rendelkező területeket:

- Olyan fogadó (cél) területet, ahol a turizmus realizálódik, és amely a látogatók számára önálló egységként, azaz meglátogatásra és tartózkodásra érdemes területként jelenik meg
- Önálló turisztikai vonzerővel bíró, földrajzilag lehatárolható egységet, amely a turista számára – vonzerői és az azokra épített turisztikai termékek alapján – komplex élményt nyújt, és ahol az ehhez szükséges szükségleteit kielégítheti.

A desztinációkat az jellemzi, hogy:

- Védett materiális és nem materiális értékekkel rendelkeznek
- Egy/néhány fő vonzerőre (imázsalkotók) épít(het)nek
- Fokozott népszerűségnek, látogatottságnak vannak kitéve
- A látogatás jellege általában szezonális és erős lehet koncentráció
- Látogatók számára egységként jelenik meg, míg a helyiek számára lehet, hogy nem (pl. régiók, térségek)

A nemzetközi és a hazai tapasztalatokból azt láthatjuk, hogy a desztinációk számos kihívással néznek szembe:

- A desztináció határait (lehatárolás) rugalmasan kell kezelniük
- Még csak papíron létező fejlesztéseket is figyelembe kell venniük
- Fokozott figyelmet és energiát kell fordítaniuk az értékek/vonzerők védelmére, bemutatására, hasznosítására
- Az erős piaci verseny miatt nehéz a desztináció hírnevének öregbítése (promóció)
- A polarizálódó kereslet miatt egyre komplexebb feladatokat jelent látogatók elvárásainak való megfelelés
- Annak meghatározása, hogy miként lehet a lakosság életkörülményeinek javítása és kedvező vállalkozási környezet megteremtése mellett (fejlesztések, szolgáltatások, munkahelyek stb.) harmonizálni a látogatók-lakosok-vállalkozások érdekhármas elvárásait

Bár a kihívások igen nehéz kérdéseket számos sikeres fogadóterület jött létre és működik, amelyek az alábbi jellemzőkkel írhatók le:

- Valamilyen szempontból (erősen) vonzóak
- Kifelé egységes képet közvetítenek
- Egyszerre lakóterületek és fogadóterületek

- Működésük tervezett és együttműködésre alapozott (magán- és közszféra)
- Szakavatott menedzsmenttel rendelkeznek
- Rugalmasan képesek reagálni a kereslet/kínálat változására

3.3 Nemzetközi kitekintés

Az áttekintett nemzetközi gyakorlat alapján megállapíthattuk, hogy nincs általánosan alkalmazott módszertan a magterületek és/vagy desztinációk lehatárolására vonatkozóan. Ugyanakkor a desztináció(k) alapvető ismertetőjegyeit illetően a külföldi szakértők (kutatók, gyakorló szakemberek) között konszenzus látszik kibontakozni, amit az alábbiakként összegezhetők:

- Egy adott desztináció lehatárolása a látogató szempontjából történik – az adminisztratív illetve politikai határoktól függetlenül
- Egy desztináció tiszta, sajátos profillal rendelkezik, így a turizmuspiacon felismerhetővé, és önálló márkává válhat
- A desztináció a turista számára széles kínálatot kell, hogy nyújtson
- Egy adott desztináció piacra vezetését profi menedzsment végezze, amely a kommunikációért, információ-szolgáltatásért és a forgalmazásért egyaránt felelősséget vállal
- A helyi lakosság tudjon azonosulni a desztináció térbeli lehatárolásával, turisztikai fejlesztésével, valamint piacra vezetésével (különösképpen a márkanévvel).

Munkánk során tapasztalhattuk, hogy a paraméterek meghatározása nem függetleníthető a magterületek/desztinációk méretétől. A nemzetközi gyakorlat gyakran felváltja használja a magterület/desztináció fogalmakat. Az egyértelműség érdekében mi a továbbiakban a desztináció elnevezést alkalmazzuk.

3.3.1 Példák a nemzetközi gyakorlatra

A desztináció(k) minimális nagyságát és lehatárolási kritériumait illetően jelentős eltérések mutatkoznak és a turista mozgásterének vizsgálata alapján számos országban a:

- 'Kis'
- 'Közepes', illetve
- 'Nagy' desztinációk rendszere mellett foglalnak állást, amelyeknek
 - Egyrészt az utazási távolság,
 - Másrészt a vendégek célterületen belüli viselkedésének/szokásainak tekintetében jelöli ki határait

Svájc esetében küszöbértékeket állapították meg:

- 300.000 vendégéjszaka egy országos szintű/hírű desztináció esetében (amely belföldi vendégeket fogad)
- 600.000 vendégéjszaka nemzetközi hírű desztináció esetében (országos hatótávolsággal, valamint a kiválasztott, közelben fekvő külföldi célpiacok megszólításával)
- 1 millió vendégéjszaka egy világhírű desztináció esetében, amely az országos piac mellett más kontinensek egyes piacait is érint.

- További lehatárolási szempontként a rendelkezésre álló marketingbűdzsét használják fel
- Amennyiben jelentősnek bizonyul az egynapos kirándulások forgalma, azt ekvivalencia-értékek számításba vételével lehet figyelembe venni.

Németország esetében egyetértés mutatkozik abban, hogy:

- A kb. 350 regionális turisztikai szervezetet, illetve idegenforgalmi egyesületet, valamint a kb. 4,000 közösségi/helyi turisztikai irodát összesen 35-40 versenyképes desztinációba kell összefogni – minden esetben legalább 5 millió vendégéjszakát feltételezve
- Olyan régiókról (területekről) van szó, amelyek jelenleg is nagy ismertségi fokkal rendelkeznek (Oberbayern, Schwarzwald, Harz stb.)
- Az új szövetségi államok részére a „Müncheni DWIF” a desztinációk piacképességének meghatározását segítő egy differenciált modellt dolgozott ki
- Ez a modell számos kritériumon alapszik (vendégéjszakák száma, a turizmusszervezet költségvetésének nagysága, piacpolitika stb.).
- Ezek alapján csak 12 kelet-német üdülőkörzet (a teljes 42-ből) rendelkezik a potenciállal, hogy a piacon önálló desztinációként működhessen

Az angolszász országokban (Nagy-Britannia, USA, Ausztrália) nem jellemző a fentiekben látott szigorú szempontok alkalmazása. Alapvetően két tényező tekintenek meghatározónak akkor, ha nem csak egy településre vonatkozik a desztináció kialakítása:

- A desztináció tagjai között létező közlekedési kapcsolatok formája és minősége
- A tagok között létrejövő/meglévő együttműködés formája és tartalma

3.4 A lehatárolás paramétere

Mindezek alapján kellett tehát meghatározni az azon kiinduló paramétereket, amelyeket majd a modellben az egyes települések értékelése javasoltunk alkalmazni.

A hazai szakmai, államigazgatási és civil együttműködések, a nemzetközi tapasztalatok, valamint a régióban rendelkezésre álló adatok alapján hat olyan paramétert azonosítottunk, amelyek alkalmasak arra, hogy a magterületek lehatárolhassuk. Ezek az alábbiak:

7. Jelenlegi vonzerők
8. Meghatározó turisztikai termékek
9. Szálláshelyi kapacitás és teljesítmény adatok
10. Turisztikai hálózatok és fejlesztési aktivitás
11. Helyi idegenforgalmi adó
12. Közlekedési feltételek

A Xellum e pontban (is) szeretné hangsúlyozni, hogy:

- Az innovatív termékek által bármikor átalakulhat a jelenlegi magterületi rendszer, illetve új terület is generálódhat, ezért folyamatos adatgyűjtés szükséges a régió részéről

- A fenti paraméterek alapján létrejövő magterületek a **jelenlegi állapot** szerinti határok mentén alakulnak, ezért a nem-innovatív fejlesztések is (pl. közlekedés) módosíthatják a határokat.

3.4.1 A vonzerők

A turizmus alapja, a fejlesztendő termékeinek lételeme az attrakciók megléte egy adott településen. A régió magterületei sem határozhatók meg vonzerők hatókörének ismerete nélkül. A legutóbbi (többé- kevésbé) egységes metodikájú és teljes körű vonzerő felmérés a Magyar Turizmus Rt. irányításával, 1997-ben készült el. Ez a közel 10 éves felmérés több szempontból sem alkalmas azonban 2007-ben a régió települési vonzerőinek az értékelésére. A mai helyzetkép megismerésére, a DDRFÜ közreműködésével, a kistérségi menedzserek felkészítésével, újra elvégeztettük a teljes körű vonzerő felmérést.

Mindkét felmérésnek sarkalatos pontja volt a feltárt turisztikai vonzerők hatókörének meghatározása. Az 1997-ben alkalmazott 1-9-ig terjedő pontérték skálát használtuk a jelenlegi felmérésnél is. E ponton szeretnénk köszönetet mondani a Magyar Turizmus ZRt-nek azért, hogy rendelkezésünkre bocsátotta a jelenleg véglegesítés alatt lévő új vonzerő elemzési struktúrát (amely megtalálható a Mellékletek között).

A kistérségi menedzserek („anketőrök”) számára egy segédanyagot is készítettünk az egyes hatókör kategóriák egységes értelmezésére. Az 1. táblázatban lévő definíciók szerint a felmérők valamennyi vonzerőt besorolták vonzásuk alapján. Az így nyert vonzerő értékpontok szolgálták a települések között differenciálás alapjául.

1. táblázat – A turisztikai vonzerők hatókör szerinti értékelése

<i>Vonzerő érték pont</i>	<i>A vonzerő kategória, hatókör</i>	<i>Kiegészítő feltétel</i>
1	Helyi vonzerő I. , potenciális, attrakcióvá fejleszthető	Helybeliek tudnak róla és felkeresik, de turisztikai forgalma nincs, vagy jelentéktelen. Az érkező turista, ha tudomást szerez róla, megnézi (kiegészítő program), de nem ezért utazik a településre!
2	Helyi vonzerő II. , kistérségi kihatással, látogatottsággal	A környékeliek tudnak róla, vendégeiknek bemutatják, a környéken ismert és látogatott, turisztikai forgalma is van. Önálló keresletet nem gerjeszt!
3	Regionális vonzerő I.: az adott objektumot felkereső látogató többsége az adott régióból érkezik. Jelentős forgalmat gerjeszt	Régiójában ismert és elismert helynek számít, amit felkeresnek, ám a régió kívüli ismertsége minimális, külső kereslete elhanyagolható.

Vonzerő

A vonzerő kategória, hatókör

Kiegészítő feltétel

**érték
pont**

- | | | |
|-----------------|--|--|
| <p>4</p> | <p>Regionális vonzerő II.: az adott objektumot felkereső látogató többsége ugyan az adott régióból érkezik, ám a vele szomszédos régiók településeiről is toboroz látogatókat (ez természetesen nem zárja ki, hogy az ország távolabbi részéről vagy külföldről érkezők is látogassák a vonzerőt, de az ő részarányuk alacsony a teljes látogatószámhoz viszonyítva).</p> | <p>Saját régiójában jól ismert, a régió lakói kötődnek hozzá, büszkék rá, a régió imázs részének tartják, és rendszeresen látogatják. Külső ismertsége túlterjed a régió határain, onnan is nyer látogatókat</p> |
| <p>5</p> | <p>Országos vonzerő I.: az attrakció látogatói az egész ország területéről érkeznek, ám speciális vendégkör szegmenseket jelentenek, jelentősebb számban nem generál látogatottságot az országhatáron kívülről.</p> | <p>A régióban teljesen elfogadott és kiemelkedő fontosságúnak vélt vonzerő, amely egy vendégkör szegmens számára az egész országból keresletet gerjeszt (pl. terepverseny pálya), míg más szegmenseket nem mozdit meg.</p> |
| <p>6</p> | <p>Országos vonzerő II.: az attrakció látogatói az egész ország területéről érkeznek, de jelentősebb számban nem generál látogatottságot az országhatáron kívülről.</p> | <p>Szinte minden vendégkör szegmensben utazást gerjeszt, ám nemzetközi vonzását korlátozza, hogy csak a magyar kultúrkör számára ismert és befogadható (nyelvi, történelmi sajátosságok).</p> |
| <p>7</p> | <p>Nemzetközi vonzerő I.: az adott objektumot felkereső látogatók jelentős része külföldről érkezik, ám alapvetően egy speciális vendégkör szegmens számára vonzó (ez természetesen nem zárja ki, hogy belföldiek is látogassák a vonzerőt, de az ő részarányuk alacsonyabb).</p> | <p>Jelentős külföldi vendégkörét speciális érdeklődésű szegmens építi fel (pl. vadász turizmus)</p> |
| <p>8</p> | <p>Nemzetközi vonzerő II.: az adott objektumot felkereső látogatók jelentős része külföldről érkezik, akik igen széles piaci szegmentációt reprezentálnak (ez természetesen nem zárja ki, hogy belföldiek is látogassák a vonzerőt, de az ő részarányuk alacsonyabb).</p> | <p>Jelentős külföldi vendégkört vonz, alapvetően a szomszédos országokból és a hagyományos küldő-országokból, kereslete tömeges, ám új piacokat jelen állapotában nem mozgósít, ám erre adottságokkal rendelkezik!</p> |
| <p>9</p> | <p>Globális vonzerő: értelmezése annyival lép túl a nemzetközínél, hogy a világ szinte bármely országának lakosai számára attraktív, így szinte távolságtól függetlenül indukálhat az adott desztinációba való utazást.</p> | <p>Országosan csak néhány ilyen létezik, igazi „nagyágyúk”, mint Budapest vagy a Forma 1.</p> |

Véleményünk szerint egy magterületi település vonzerői közül legalább egynek el kell érnie az országos hatókört, azaz a 6-os vonzerő értékpontnál húztuk meg azt a határt, amitől már figyelembe vettük az adott település turisztikai attraktivitását.

Így az összehasonlító értékelésben megjelenik az, ha egy település 2007-ben, tehát napjainkban országos, vagy annál jelentősebb hatókörű vonzerővel rendelkezik (6-9 pont közötti értékek). Az ilyen település 1 pontot kapott az összevetésben. Ha az adott település

vonzerői között 1997-ben is volt legalább 6-os vonzerő értékpontú, és ezt 2007-ben is visszaigazolta a felmérés, akkor 2 ponttal vettük figyelembe. Amelyik település 1997-ben legalább 6-os vonzerő értékpontú attrakcióval rendelkezett, ám ezt 2007-ben már nem regisztrálták, akkor nagy valószínűséggel a vonzerő eltűnt, vagy meggyengült, tehát nem vehető figyelembe. Mindezek alapján egy település országos hatókörű vonzerői alapján 1, vagy 1997-es és 2007-es felmérés egyezőségénél 2 pontot kapott az összehasonlítás 1. kategóriájában.

3.4.2 Meghatározó turisztikai termékek

Az értékelés második nagy kvalitatív kategóriája a régióban működő turisztikai hálózatokhoz tartozó, a saját tevékenységükre vonatkozó minősítési rendszeren sikeresen megfelelt szolgáltatók számbavétele. Véleményünk szerint a szakmai minősítés nemcsak a szolgáltatók, hanem a fogyasztók (látogatók) számára is információ és értékközvetítő üzenetet képvisel, tehát alapvetően formálja magterület létrejöttét.

A Dél-Dunántúlon:

- A borutak tagjai,
- A falusi vendégfogadók,
- A lovasturisztikai szolgáltatók és
- Az alkotó kézművesek kerültek bele értékelésünkbe. Ugyanakkor meglepetéssel kellett regisztráljuk, hogy az a régióban (is) olyan jelentős szerepet betöltő fürdők egyike sem került (még) szakmai minősítésre.

Felmérésre került tehát településenként az adott kategóriákban minősített szolgáltatók száma. Az így nyert adatok összevethetőségét úgy oldottuk meg, hogy az adott szolgáltatási kategóriában a legtöbb minősített szolgáltatóval rendelkező település értékét vettük bázisul. Ez tekintettük 100%-nak, a többi település értékét ennek arányában számítottuk át.

Így például a borúti szolgáltatásoknál Villány rendelkezik a legtöbbel (36 szolgáltató), ez számít 100%-nak a borúti települések között. A falusi vendégfogadóknál 20 szolgáltatóval Hosszúhetény jelenti a 100%-ot, míg a lovasturisztikai szolgáltatóknál Kaposvár 2 minősített egységgel a kategória bázisa, az alkotó kézműveseknél pedig 11 mesterrel Pécs.

A minősített szolgáltatók mellett ebben a paraméterben kiemelésre kerültek a turizmus térségi hálózatának alapját jelentő azok a létesítmények, kiépített objektumok, amelyek a vonzerők hasznosítását, a turisztikai termékek kialakítását teszik lehetővé. Ilyen kiépített struktúrának tekintettük az alábbiakat:

- A védett területeken (nemzeti park, tájvédelmi körzet, természetvédelmi terület) létrehozott és működő *látogatóközpontokat*, amelyek sokrétű szolgáltatási kínálattal fogadják a turistákat
- A szintén a védett természeti értékek bemutatását elősegítő *tanösvényeket*
- A folyók és állóvizek túraútvonalainak csomópontjaiban létrehozott vízitúra megállóhelyeket (kikötők, pihenőhelyek)
- A konferencia turizmus alapját jelentő objektumokat (MICE kínálat), valamint
- A termál- és gyógyfürdőket.

Az értékelésnél településenként vizsgáltuk az egyes objektumok meglétét. A szolgáltatók jelenléte az adott kategóriában 1-1 pontot jelentett, kivéve a konferencia létesítménnyel és

fürdővel rendelkező településeket, ahol 2 ponttal vettük figyelembe meglétüket, ezzel is hangsúlyozva kiemelkedő szerepüket.

Mindezek alapján a meghatározó turisztikai termékek paraméter elméleti maximuma: 11 pont.

3.4.3 Szálláshelyi kapacitás és teljesítmény adatok

A kereskedelmi és magánszálláshelyek kapacitása és vendégforgalma adatainak, régiós áttekintésekor nyilvánvalóvá vált egy olyan ellentmondás. Számos esetben a regisztrált kapacitás értékekhez nem kapcsolódott vendégforgalmi érték. Valójában tehát egy nem működő, vagy minimális regisztrált forgalmú szálláshelyekről beszélhetünk ebben az esetben.

Szakmai szempontból a vendégéjszaka mutatja a tényleges turisztikai forgalmat, melynek azonban abszolút értékei a régióban óriási szélsőségek között szóródnak (Siófok 675.541, míg Decs 18 fő/éj/év). Indokoltnak tartottuk tehát a fajlagos mutató használatát, melyre a KSH adatbázisában az 1.000 lakosra vetített települési értéket, illetve annak kategóriákba való besorolását választottuk.

A fajlagos mutató alkalmazása mellett szól a régió településhálózatát ismerve azon érv is, mely szerint ezzel csökkentjük a nagy lélekszámú-nagy turisztikai forgalommal rendelkező települések abszolút súlyát (pl. Pécs esetében 1.742 az 1.000 főre jutó vendégéjszakák száma), viszont kiemeljük az alsóbb településkategóriákból azokat, amelyek e mutató használatával kiemelkednek (pl. Patca 59.778 az 1.000 főre jutó vendégéjszakák száma). Természetesen a listát így is a kiemelt látogatottságú települések vezetik (pl. Zamárdiban 101.013 az 1.000 főre jutó vendégéjszakák száma).

Az így kialakult mutatókat a feldolgozás érdekében összesen hét kategóriára osztottuk.

2. táblázat A KSH értékkategóriái az 1000 főre jutó vendégéjszakák számára nézve

1.000 főre jutó vendégéjszakák száma	Kategória
0-1	0
2-100	1
101-200	2
201-500	3
501-1000	4
1001-3000	5
3001-...	6

Az egyeztetések során merült fel, hogy nemcsak a fajlagos, hanem az abszolút értékek is jelenjenek meg a lehatárolásban. Ezen kérést kereskedelmi és –magánszálláshelyek abszolút értékeinek településszintű értékeit – a nagy szélső értékek és a szóródások figyelembevételével –, úgy vettük számításba, ahogy az előző mutatót a KSH kialakította, tehát itt is kategóriákat képeztünk és azokhoz pontszámokat rendeltünk.

3. táblázat A kereskedelmi és a magánszálláshelyek forgalma, vendégéjszaka(fő/év)

A kereskedelmi és a magánszálláshelyek forgalma, vendégéjszaka(fő/év)	Kategória
1-1000	1

1001-10000	2
10001-50000	3
50001-150000	4
150001-250000	5
250001-...	6

A két szálláshelyi érték a paraméteren belül 50-50%-os súllyal került beszámításra.

3.4.4 Térségi együttműködések és fejlesztési aktivitás

Ebbe a csoportba azok a mutatók kerültek, melyek nominális értékei nem képeztek összehasonlítási alapot a kiértékelés szempontjából (a válaszadási lehetőség az igen-nem kategória volt).

A **turisztikai hálózatok** szerveződését kiemelt értéként kezeljük, hiszen ezek a jellemzően termék-alapú együttműködések térségi menedzsment szempontjából a jövő útját jelentik és jelzésértékűek abból a szempontból is, hogy az azokban önkormányzatok már felismerték a hálózatosodás szerepét és lehetőségeit. Tehát a magterületi/desztinációs szintű és tartalmú együttműködés számukra már könnyebben lehet realizálható.

Alapvetően három alaptípust határozzunk meg, amelyekből:

- A tematikus út egy-egy termék térbeli szerveződését jelenti (pl. borút), míg
- A klaszteresedés egyben a térben elkülönülő szolgáltatók specializálódását és komplementer együttműködését jelenti, illetve
- Fenntartottunk egy „Egyéb térségi együttműködés” kategóriát, amely nem tipikus formák számára jelentett regisztrációs lehetőséget.

Mindhárom esetben a tag település számára a modellben 1-1 pontot jelent a tagság.

A munka során fontosnak tartottuk figyelembe venni az utóbbi években, a rendelkezésre álló különböző forrásoktól függően (2000-2006 között) a nyertes turisztikai témájú pályázatokat, melyek támogatásaikkal felerősítik a már meglévő vonzerőket, termékeket, vagy új attrakciót hívtak életre. A vonzerővizsgálatban csak közvetve volt lehetőség pl. események értékelésére, amelyek, ugyanakkor, pl. a RIB pályázatokon számos alkalommal nyertek el támogatást. Ugyancsak indokolta ennek a paraméterelemnek az alkalmazását az is, hogy számos fejlesztés még nem fejeződött be, de majdani szerepüknek megfelelően szeretnénk volna regisztrálni ezeket az elemzések során.

A különböző forrásokat (ROP, Széchenyi, ERFP, TRFC, RIB, LAEDER+II.) egyenként vettük figyelembe, mindig az adott forrás tekintetében legtöbb pályázatot elért település százalékában határoztuk meg az értékeket (ez az érték maximum 1 lehet). A támogatási nagyságrendek jelentős eltéréseit úgy vettük figyelembe, hogy a ROP és az Széchenyi Terv során elnyert támogatások súlyát megdupláztuk az adott településeknél.

E pontban értékeltük a régió turisztikai információ adó és marketing hálózatának egységeit, a Tourinform hálózat tagjait és mellettük számításba vettük még a további speciális, pl. borúti információs irodákat is. Amelyik település rendelkezik ilyen irodával az egy pontot kapott. Elméletileg ezen paraméteregységben összesen 9 pont volt elérhető.

3.4.5 Helyi Idegenforgalmi Adó (IFA)

A valós települési turizmus egyik mérhető jelzője, hogy az adott települési önkormányzat helyi idegenforgalmi adót vet-e ki. Amennyiben ez így van, úgy biztosak lehetünk abban, hogy a településen turisztikai vállalkozások működnek és adóznak.

A települési önkormányzatok számára a helyben szedett idegenforgalmi adó egyrészt azt is jelenti, hogy statisztikai szempontból hivatalosan is nyilvántartott település, másrészt a beszedett IFA-hoz állami támogatás társul. Így megnő a település esélye a turizmust érintő helyi fejlesztéseket illetően.

3.4.6 Közlekedési feltételek

A nemzetközi gyakorlatot is figyelembe véve mindenképpen úgy gondoltuk, hogy szükséges települések közötti közlekedési kapcsolatok elemzése, hiszen a magterületen/desztináción belüli (és az azok közötti) közlekedési kapcsolatok nélkül egyetlen desztináció sem képes kifelé egységesen megjelenni, hiszen így a belső kapcsolat korlátozott, a látogató pedig nem látja a desztinációt egységnek. A régióban mind a:

- Közúti
- Vasúti és
- Vízi kapcsolatokat érdeme vizsgálni.

Ugyanakkor, bármennyire is fontosnak tartottuk és tartjuk ma is a közeledés állapotok regisztrálását és a lehatárolásban való figyelembe vételét, a jelenlegi adottságokat objektíven értékelve arra az elhatározásra kellett jussunk, hogy a munka kitűzött célját nem támogatná a mostani (2007 tavasza) állapotok rögzítése és a modellben való szerepeltetése. Ezen adatok ugyanis azt mutatják, hogy még a régióközpont Pécs sem érne el kedvező értékeket egy közlekedési infrastruktúrát elemző feldolgozásban. Ebből a szempontból nem igazán van különbség a régió települései között. Kivételt az M7-es közeli (Balaton-parti) települések jelenthetnek.

Figyelembe véve tehát a realitásokat és a munka kitűzött céljait, a DDRFÜ és a RIB képviselőivel történt egyeztetések során arra a megállapodásra jutottunk, hogy elfogadjuk a „közlekedési feltételek” mint paraméter fontosságát, de a jelen modellezésben nem szerepeltetünk arra vonatkozó értékeket.

3.4.7 Paraméterek súlyozása

A paraméterek között magterületek létrehozásában vélelmezett fontosságuk, szerepük eltérő jellege miatt eltérő súlyokat kellett meghatározzunk. A szakmai viták és egyeztetések alapján az alábbi súlyokat alkalmaztuk a modellben.

4. táblázat - Paraméterek és súlyok

Paraméter	Súly
Jelenlegi vonzerők	20%
Meghatározó turisztikai termékek	25%
Szálláshelyi kapacitás és teljesítmény adatok	30%
Turisztikai hálózatok és fejlesztési aktivitás	20%
Beszedett idegenforgalmi adó	5%
Közlekedési feltételek	0%

4 Dél-dunántúli Régió településeinek vizsgálata a módszertan alapján

A fentiekben meghatározott módszertant alkalmazva összegyűjtöttük az adatokat és feltöltöttük a modell adatbázisát. Összesen 653 település adatait és információt tartalmazza a modell, amely a leírt algoritmusok alapján minden településhez meghatározta a magterületi értéket. A számítások azt mutatják, hogy összesen 197 település nem tudott egyetlen egy pontot sem elérni, míg a legtöbb pontot elért település pontjainak száma 19.

4.1 Dél-dunántúli régió turisztikai magterületeinek települési szintű lehatárolása

Az elemzések során a DDRÜ és a RIB képviselőivel egyetértésben úgy döntöttünk, hogy a korábbi anyagokban magterületi szereplő elnevezéseket:

- Dél-Balaton
- Pécs és környéke
- Villány – Siklós – Harkány
- Kaposvár és környéke
- Duna-mente
- Dráva-mente
- Belső-Dél-Dunántúl a jelen munkában nem alkalmazzuk.

A magterületeket egyik legfontosabb feladata, pl. éppen az, hogy „kitalálják” saját magukat, azaz a korábbiakban bemutatott lehatárolást mint katalizátort használva, az együttműködő települések (és majd szolgáltatók is) együttesen határozzák meg saját magukat és így elnevezésüket is.

4.2 A magterületek határainak meghatározása

A következő lépés annak a vonalnak a meghúzása, amely felett magterületinek tekinthetünk egy-egy települést. Számos egyeztetést követően a Xellum azt javasolja, hogy annak érdekében, hogy ez a lehatárolás segítse a fejlesztéseket és katalizálja az együttműködések a 0,4 értéket elért települések kerüljenek kiválasztásra. A következő fejezetben bemutatott térképek is jelzik, hogy a 0,4-nél magasabb limitek alapvetően szétszabdalt településhálót eredményeznek és kifejezetten a már eddig is viszonylag jól megalapozott kínálattal rendelkező településeket favorizálnák.

Az egyeztetések eredményeképpen konszenzus alakult ki arról, hogy a DDRFÜ és a RIB képviselői is a 0,4-es értéket tekintik a jelen munka során határértéknek, ami azonban nem jelenti azt, hogy a Xellum által rendszeresen (pl. 2 évente) frissíteni javasolt adatbázis következő részletes elemzése során már más határérték kerüljön kiválasztásra.

A Xellum úgy gondolja, hogy valójában nem az egyes települések közötti értékkülönbségek a jelentős információk, hiszen a magterületen belül nincs hierarchia. Az általunk készített modell „csak” azt vizsgálja, hogy egy-egy település elér-e egy bizonyos minimális szintet, vagy sem. Az egymás közötti versengést megelőzendő, éppen ezért, nem javasoljuk a településekre vonatkozó értékek közzétételét.

TELEPÜLÉSEK
Abaliget
Almamellék
Alsómocsolád
Alsónyék
Andocs
Apátvarasd
Attala
Babócsa
Balatonberény
Balatonboglár
Balatonendréd
Balatonfenyves
Balatonföldvár
Balatonkeresztúr
Balatonlelle
Balatonmáriafürdő
Balatonszabadi
Balatonszárszó
Balatonszemes
Balatonszentgyörgy
Balatonújlak
Bár
Barcs
Bárdudvarnok
Báta
Bátaapáti
Bátaszék
Baté
Beremend
Berzence
Bicsérd
Bikács
Bikal
Boda
Bodolyabér
Bogdása
Bogyiszló
Boldogasszonyfa
Bóly
Bonnya
Bonyhád
Botykapeterd
Bőhönye
Bölcske
Bószénfa
Buzsák
Bükkösd
Csarnóta

TELEPÜLÉSEK
Cserénfa
Cserkút
Csertő
Csibrák
Csikóstöttös
Csokonyavisonta
Csurgó
Csurgónagymarton
Cún
Dalmand
Darány
Decs
Dióviszló
Dombóvár
Drávacsepely
Drávaiványi
Dráwapiski
Drávaszabolcs
Drávasztára
Drávatamási
Dunaföldvár
Dunaszekcső
Dúzs
Egyházaskozár
Erdősmecke
Fadd
Felsőegerszeg
Felsőmocsolád
Felsőszentmárton
Fiad
Fonyód
Gadány
Gálosfa
Gerjen
Gödre
Görgeteg
Grábóc
Gyékényes
Gyönk
Györköny
Gyugy
Gyulaj
Harc
Harkány
Háromfa
Hásságy
Hedrehely
Helesfa

TELEPÜLÉSEK
Hencse
Hetvehely
Hirics
Hosszúhetény
Hőgyész
Ibafa
Igal
Ipacsfá
Ivánbattyán
Izmény
Kadarkút
Kaposgyarmat
Kaposmérő
Kaposszerdahely
Kaposújlak
Kaposvár
Karád
Kárász
Kásád
Kaszó
Kémes
Kereki
Keszőhidegkút
Kéthely
Kisbárapáti
Kishajmás
Kiskorpád
Kisszékely
Komló
Kovácsbuda
Kovácsszénája
Kozármisleny
Kölesd
Kölked
Kőröshegy
Kötcse
Kővágószőlős
Kutas
Lábod
Lad
Lánycsók
Látrány
Lengyel
Lengyeltóti
Libickozma
Liptód
Lulla
Madocsa
Mágocs

TELEPÜLÉSEK
Magyaregregy
Magyarhertelend
Magyarlukafa
Magyarszék
Majs
Mánfa
Marcali
Matty
Mecseknádasd
Medina
Mekényes
Mernye
Mesztegyő
Mike
Miklósi
Mohács
Mórággy
Mozsgó
Nágocs
Nagyatád
Nagybajom
Nagyberény
Nagyberki
Nagycsepely
Nagydorog
Nagyhajmás
Nagyharsány
Nagynyárad
Nagypall
Nagyszakácsi
Nagyszékely
Nemesvid
Németkér
Óbánya
Ófalu
Ordacsehi
Orfű
Ozora
Őcsény
Őrtilos
Paks
Palkonya
Palotabozsok
Patca
Pécs
Pécsvárad
Pellérd
Pincehely
Pócsa

TELEPÜLÉSEK
Pogányszentpéter
Porrog
Porrogszentkirály
Pörböly
Pusztaszemes
Ráksi
Regenye
Rinyaszentkirály
Ságvár
Sárok
Sárpilis
Sásd
Sátorhely
Segesd
Sellye
Siklós
Simonfa
Simontornya
Sióagárd
Siófok
Somogyaszaló
Somogybabod
Somogybükkösd
Somogyegres
Somogygeszti
Somogyhárságy
Somogysimonyi
Somogyszil
Somogytúr
Somogyudvarhely
Somogyvámos
Somogyvár
Szabadszentkirály
Szágy
Szakály
Szálka
Szántód
Szaporca
Szászvár
Szederkény
Szekszárd
Szemely
Szenta
Szentbalázs
Szenteegát
Szentlőrinc
Szigetvár
Szilvásszentmárton
Szólád

TELEPÜLÉSEK
Szőlősgyőrök
Szulok
Tab
Tamási
Taszár
Teleki
Tengelic
Tésenfa
Tevel
Tolna
Tolnanémedi
Tormás
Tótújfalu
Túrony
Vajszló
Váralja
Várong
Vásárosdombó
Vése
Villány
Villánykövesd
Vízvár
Vokány
Vörs
Zákány
Zákányfalú
Zamárdi
Závod
Zengővárkony
Zics
Zók
Zomba
Zselickisfalud
Zselickislak
Zselicszentpál



4.3 Egyes magterületek térképi ábrázolása a települési szint ábrázolásával

4.3.1 Javasolt magterületek

Mindezek alapján elkészítettük azokat a tematikus ábrákat, amelyek vizuális formában mutatják a magterületi településeket.

A jelen munkából további feladatok következhetnek, amelyekben a fentiekben bemutatott modell sok segítséget adhat, pl.:

- Települések együttműködésének katalizálása
- Kommunikációs, pozicionálási feladatok
- Az adatgyűjtés gyakoriságának meghatározása vagy
- A másik két régióba tartozó balatoni települések hasonló elvek mentén történő értékelése.

7. ábra – A 0,4 érték feletti települések

